

الأساليب الدعائية في حملات التسويق السياسي عبر الإنترنت وعلاقتها بإدارة المزاج العام: دراسة تطبيقية تتبعية لاعتصام رابعة العدوية

د. مروة مصطفى مصطفى شمس*

ملخص الدراسة:

يتركز موضوع البحث في دراسة الأساليب الدعائية في حملات التسويق السياسي عبر الإنترنت وعلاقتها بإدارة المزاج العام: دراسة تطبيقية تتبعية لاعتصام رابعة العدوية. و تتحدد مشكلتة في اعتبار الحملات السياسية أداة لتشكيل الرأي العام؛ باستخدام أساليب دعائية مختلفة، تشكل مع الاستخدام الخاطيء لها أداة خطيرة لتوجيه الرأي العام و تشويه صورة المجتمع. من هنا، نجد إن جماعة الإخوان المسلمين قامت بإطلاق حملة تسويق سياسي للترويج لاعتصام رابعة العدوية، باعتبار إنه اعتصام سلمى يعبر فيه المعتصمون عن رأيهم، و يعرضون مطالبهم كحق من حقوق الإنسان؛ بهدف إحراج مصر دولياً، و كسب تعاطف المجتمع المحلي، والعربي، و الدولي، وتصوير ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٢ على إنها انقلاب عسكري يرفضه الشعب المصري؛ لتحقيق مكاسب سياسية للجماعة، مستخدمين أساليب دعائية متنوعة.

و يعد هذا البحث بحثاً وصفيًا، اعتمد على أكثر من طريقة و أداة بحثية، حيث تم تطبيق البحث ميدانياً بطريقة المسح بالعينة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من الجمهور العام باستخدام الاستبيان. كما تم تطبيق مجموعة من الطرق البحثية لدراسة و تحليل مواد الحملة بطريقة المسح الشامل لكل مواد الحملة؛ و هي طريقة تحليل المضمون؛ لدراسة المنشورات على صفحات فيسبوك، و تويتر، وانستجرام، و موقع قصة رابعة. و طريقة التحليل السميولوجي؛ لدراسة الصور و ملفات الفيديو على صفحات فيسبوك، و تويتر، و انستجرام، و قناة يوتيوب، و موقع قصة رابعة. و تتركز عينة التحليل في تحليل مواد الحملة في الذكرى الأولى و الثانية لفض اعتصام رابعة العدوية.

و قد تم استخدام نظرية إدارة المزاج العام Mood Management Theory التي تربط بين الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها الفرد و المزاج المتوقع أن يسيطر عليه سواء كان سلبياً أو إيجابياً؛ و ذلك لتفسير النتائج التي يتوصل لها البحث. و من أهم النتائج التي توصل لها البحث، إن حملة (قصة رابعة) أثرت على مشاعر الجمهور المستهدف و تحكمت في مزاجه عن طريق عناصرها الدعائية؛ حيث أثارت في نفس الجمهور الشعور بالحزن على ضحايا فض الاعتصام. كلمات مفتاحية: اعتصام – حقوق الإنسان – الإخوان المسلمين – التسويق السياسي.

* مدرس بقسم العلاقات العامة و الإعلان بالمعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث – الجامعة الكندية الدولية

Propaganda Techniques in Political Marketing Campaigns via Internet and its Relation with Mood Management: An Applied Follow-up Study of Raba'a Alada'awya Sit-in

Abstract

The research focused on studying Propaganda Techniques in Political Marketing Campaigns via Internet and its Relation with Mood Management: An Applied Follow-up Study of Raba'a Ala'adawya Sit-in. The research problem lies in considering political campaigns as a tool for shaping public opinion; Using various propaganda techniques, it constitutes with its wrong use of dangerous tool to guide public opinion and distort the image of society. So, we find that the Muslim Brotherhood has launched a political marketing campaign to promote the Rabaa sit-in, considering that it is a peaceful sit-in in which the protesters express their opinion, and present their demands as a human right; With the aim of embarrassing Egypt internationally, gaining the sympathy of the local, Arab and international community, and portraying the June 30, 2012 revolution as a military coup rejected by the Egyptian people; To achieve political gains for Muslim Brotherhood, using a variety of propaganda techniques.

This research is descriptive research, which relied on more than one method and research tool, where the research was applied in the field by sampling method on a sample of (400) respondents by using questionnaire. A set of research methods have also been applied to study and analyze campaign materials through comprehensive survey of all campaign materials; they are the method of content analysis; to study the posts on Facebook, Twitter, Instagram, and Rabaa Story website. The method of semiological analysis; to study photos and videos on Facebook, Twitter, Instagram, YouTube channel, and Rabaa Story website. The analysis sample is focused on analyzing campaign materials on the first and second anniversary of the Rabaa sit-in evacuation.

Mood Management Theory has been used, which links the media messages that the individual is exposed to and the mood expected to control him, whether negative or positive; to explain the results of the research.

Among the most important findings of the research, that the (Rabaa Story) campaign affected the feelings of the target audience and controlled their mood through its propaganda elements; that they felt sadness for the victims of the sit-in.

Key Words: Sit-in – Human Rights – Muslims Brotherhood – Political Marketing

مقدمة:

"تستطيع العديد من المؤسسات ممارسة التسويق السياسي، فثمة أنشطة ترتبط بالأحزاب السياسية، و ترتبط أخرى بجماعات المصالح، و ثالثة ترتبط بالمؤسسات الحكومية، و رابعة ترتبط بالمرشحين، و خامسة ترتبط بالمنظمات الدولية؛ كالأمم المتحدة، و الإقليمية؛ كجامعة الدول العربية، و سادسة ترتبط بالدول. و يتمثل الهدف من ممارسة أنشطة التسويق السياسي هو التسويق لأفكار وأيديولوجيات معينة، و تشكيل صورة ذهنية تجاه قضية، أو مرشح، أو دولة ما. و تتسم أنشطة التسويق السياسي بالاستمرارية و التواصل الدائم و عدم اقتصرها على مجرد موسم أو فترة معينة؛ لأن التواصل المستمر يجعل عملية التسويق أكثر إقناعاً و تأثيراً، و يساهم في دفعه نحو الاتجاه المنشود^(١)."

من خلال ما سبق، نجد أنفسنا أمام حملة تسويق سياسي دولية تحت عنوان (قصة رابعة)، قامت بها مؤسسة تحمل ذات الاسم، أنشأتها جماعة الإخوان المسلمين في لندن، و تم تدشين الحملة في الذكرى الأولى لفض اعتصام رابعة العدوية في ١٤ أغسطس ٢٠١٤، و استمرت بشكل متواصل حتى يومنا هذا. تتناول الحملة الأسباب الداعية لاعتصام أعضاء الجماعة في ميدان رابعة العدوية والذي بدأ في يوم ٢٨ يونيو ٢٠١٣ و انتهى في يوم ١٤ أغسطس من نفس العام، و أحداث فضه. وكان هدفه استعادة الرئيس المعزول محمد مرسي لسلطاته، والحفاظ على وجود الجماعة على رأس السلطة في مصر. و تهدف الحملة إلى تعريف العالم بقضية الاعتصام، و ربطها بحقوق الإنسان، و محاولة إدانة الدولة المصرية بارتكاب جرائم ضد الإنسانية، مستخدمين في ذلك أساليب متنوعة للعلاقات العامة. لذا، استلزم الأمر دراسة الأساليب الدعائية للحملة، و تحليلها.

و قد تم تقسيم البحث إلى ستة أجزاء، هي: الصياغة التصويرية لموضوع البحث، و التصميم المنهجي للبحث، و بداية اعتصام رابعة العدوية، و أسبابه، و وجهة نظر الجمهور المستهدف في الاعتصامات، و الأساليب الدعائية المستخدمة في الترويج لاعتصام رابعة العدوية، و تأثير الأساليب الدعائية المستخدمة في الترويج لاعتصام رابعة العدوية على مزاج الجمهور المستهدف، و أخيراً، النتائج العامة للبحث و دلالاتها النظرية و العملية.

أولاً- الصياغة التصويرية لموضوع البحث:

١- إشكالية البحث:

ينص دستور جمهورية مصر العربية لعام ٢٠١٤ في "المادة (٥٩) على أن الحياة الأمانة حق لكل إنسان، و تلتزم الدولة بتوفير الأمن و الطمأنينة لمواطنيها، و لكل مقيم على أراضيها. كما تنص المادة (٦٥) على إن حرية الفكر و الرأي مكفولة، و لكل إنسان حق التعبير عن رأيه بالقول، أو الكتابة، أو التصوير، أو غير ذلك من وسائل التعبير و النشر. و تنص المادة (٧٣) على أن للمواطنين حق تنظيم الاجتماعات العامة، و الموكب، و التظاهرات، و جميع أشكال الاحتجاجات السلمية، غير حاملين سلاحاً من أي نوع بإخطار على النحو الذي ينظمه القانون. و حق الاجتماع الخاص سلمياً مكفول دون الحاجة إلى إخطار سابق، و لا يجوز لرجال الأمن حضوره، أو مراقبته، أو التنصت عليه. و تنص المادة (٨٦) على إن الحفاظ على الأمن واجب قومي، و التزام الكافة بمراعاته مسؤولية

وطنية يكفلها القانون، و الدفاع عن الوطن، و حماية أرضه شرف و واجب مقدس، و التجنيد إجباري وفقاً للقانون (٢) ."

بناءً على ما سبق، نجد إن الدستور المصري يكفل الحياة الآمنة للمواطنين و المقيمين، و يكفل حرية التعبير عن الرأي، و حرية الاحتجاج السلمي بدون حمل السلاح، كما يؤكد على أهمية الحفاظ على الأمن القومي. و على الرغم من ذلك، قامت جماعة الإخوان المسلمين الإرهابية بتنظيم اعتصام يهدد الأمن القومي، و استمر 47 يوماً، و عند القيام بفضه من قبل قوات الجيش و الداخلية بعد هذه المدة، بدأت ادعاءاتهم و من يواليهم من منظمات حقوق الإنسان بأن الدولة ارتكبت جرائم ضد الإنسانية، مستخدمين عبارات قاسية لتوصيف فض الاعتصام و ما واكبه من أحداث، و نشر تقارير تعبر عن وجهة نظرهم عبر منصاتهم المختلفة . حيث "أطلق المرصد المصري للحقوق و الحريات بياناً في ذكرى مرور عام على فض اعتصامي رابعة و النهضة. و أكد البيان على أن مذبحتي رابعة و النهضة هما الأسوأ في تاريخ مصر الحديث، و إنها جريمة بحق الإنسانية كلها. و أعلن المرصد من خلال البيان بأنه وثق نحو ١١٦١ حالة قتل عمد من قبل قوات الأمن في فض اعتصام رابعة، و إن قوات الأمن و الجيش فتحت النيران على المتظاهرين دون الخضوع لأي معايير إنسانية أودولية. و حمل المرصد الحكومة على موافقتها على خطة الداخلية في فض الاعتصاميين و التي تضمنت قتل الآلاف من المتظاهرين السلميين، و كان القتل عمداً للمتظاهرين و لم تكن هناك أي ممرات آمنة للخروج. كما نوه البيان إلى وجود تواطؤ من قبل الإعلام مع المجازر التي حدثت عن طريق هجمة إعلامية شرسة لتبرير ما يحدث من قتل (٣) ."

و عند الرجوع لتوصيف و أركان الجرائم المرتكبة ضد الإنسانية طبقاً لقانون المحكمة الجنائية الدولية و المعتمدة من قبل جمعية الدول الأطراف في نظام روما الأساسي للمحكمة الجنائية الدولية في دورتها الأولى المنعقدة في نيويورك خلال الفترة من ٣ - ١٠ سبتمبر ٢٠٠٢، تم تعريف تلك الجرائم في المادة رقم (٧) على إنها " هجوم واسع النطاق و منهجي ضد السكان المدنيين. و تحدد المادة (١/٧ب) أركان الإبادة التي تشكل جريمة ضد الإنسانية في: أن يقتل مرتكب الجريمة شخصاً أو أكثر؛ بما في ذلك إجبار الضحايا على العيش في ظروف ستؤدي حتماً إلى هلاك جزء من مجموعة من السكان. و أن يشكل السلوك عملية قتل جماعي لأفراد مجموعة من السكان المدنيين، أو يكون جزءاً من تلك العملية، و أن يرتكب السلوك كجزء من هجوم واسع النطاق أو منهجي موجه ضد السكان المدنيين، و أن يعلم مرتكب الجريمة ذلك، أو ينوي أن يكون هذا السلوك جزءاً من الهجوم. أما المادة (١/٧د) و المعنية بأركان الاضطهاد الذي يشكل جريمة ضد الإنسانية فتتص على: أن يحرم مرتكب الجريمة شخصاً أو أكثر حرماناً شديداً من حقوقهم الأساسية بما يتعارض مع القانون الدولي. و أن يستهدف مرتكب الجريمة ذلك الشخص أو أولئك الأشخاص بسبب انتمائهم لفئة أو جماعة محددة، أو يستهدف الفئة أو الجماعة بصفقتها تلك؛ على أن يكون ذلك الاستهداف على أسس سياسية، أو عرقية، أو وطنية، أو إثنية، أو ثقافية، أو دينية، أو تتعلق بنوع الجنس، أو أية أسس أخرى يعترف بها عالمياً بأنها محظورة بموجب القانون الدولي. بالإضافة إلى الركبتين الأساسيين وهما؛ أن يرتكب السلوك كجزء من هجوم واسع النطاق أو منهجي موجه ضد السكان المدنيين، و أن يعلم مرتكب الجريمة ذلك، أو ينوي أن يكون هذا السلوك جزءاً من الهجوم (٤) ."

من هنا، نجد إن توصيف الجرائم المرتكبة ضد الإنسانية و أركانها لا تنطبق على فض اعتصامي رابعة و النهضة؛ لأنه ليس هجوماً واسع النطاق على مدنيين، و لكنه اعتصام في مكان محدد يشكل ضرراً بالغاً على سكان تلك المنطقة، و الأمن القومي، بالإضافة لكونه اعتصاماً مسلحاً. كما إنه لم يكن ضد الأسس التي حددها القانون الدولي؛ لأن المعتصمين ليسوا جماعة دينية، أو عرقية، أو إثنية، و لكنهم مصريون في الأساس. كما إن الفض لم يكن لأسباب سياسية؛ سوى خطورته على الأمن القومي، و محاولة استعداء الدول الخارجية.

و بذلك، نجد أنفسنا أمام مفارقة هي؛ إتاحة الدولة طبقاً للدستور حق التعبير عن الرأي و الاحتجاج السلمي. و على الجانب الآخر، محاولة الجماعة الإرهابية إعطاء توصيف محدد لاعتصامهم - الذي خرج عن حدود القانون و الدستور - بأن فضه جريمة ضد الإنسانية، و تجاوزوا ذلك لإطلاق حملة تسويق سياسي تدعم أفكارهم المغلوطة. و تدعونا تلك المفارقة لصياغة مشكلة بحثية حول حملة التسويق السياسي تلك، و دراسة أهدافها، و أساليبها؛ لفهم أساليب عمل الجماعة و أفكارها، و محاولة التصدي لها.

٢- موضوع البحث و أهميته:

يتركز موضوع البحث في دراسة الأساليب الدعائية في حملات التسويق السياسي عبر الإنترنت و علاقتها بإدارة المزاج العام: دراسة تطبيقية تتبعية لاعتصام رابعة العدوية. و يمكننا تركيز أهمية البحث في شقين:

أ- الأهمية النظرية للبحث:

من خلال مراجعة التراث النظري المتعلق بالدراسات المرتبطة و المشابهة لموضوع البحث، نستطيع استجلاء ثغرات التراث و استخراج أهمية البحث النظرية. و يمكننا عرض أهمية البحث على النحو التالي:

١- الدراسات المتعلقة بجماعة الإخوان المسلمين:

- اهتمت تلك الدراسات بالتركيز على أسباب صعود الجماعة لسدة الحكم في مصر، ثم أسباب سقوطها، و لجؤها للعنف، و امتلاكها لأذرع إعلامية في أمريكا و أوروبا؛ ساعدتها في الحصول على تمويل، و مهاجمة الأنظمة العربية بعد ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣؛ مما جعلنا نتابع منتجاتهم الإعلامية التي يحصلون على تمويل كبير لإنتاجها؛ و منها حملة (قصة رابعة)، التي صُممت لتكون حملة للدعاية للاعتصام على مستوى دولي.
- توصلت الدراسات التي تناولت جماعة الإخوان المسلمين في البرامج التلفزيونية و الصحف إلى قدرتها على نشر الأكاذيب، و تشويه صورة الجيش و الشرطة، و الرفض الشعبي لها؛ مما يدفعنا لدراسة محتوى حملة التسويق السياسي لاعتصام رابعة العدوية؛ لمعرفة مدى صدق المعلومات التي يدعونها و يروجون لها.
- اهتمت الدراسات بالأثار النفسية لفض اعتصام رابعة العدوية على الجماعة، و ما حدث داخل الاعتصام، و لم تتناول الحملة الدعائية للاعتصام نفسه.

٢- الدراسات المتعلقة بالاعتصامات:

- انصب اهتمام تلك الدراسات بدراسة اعتصامات متنوعة حول العالم؛ كاعتصام تيانانمين في الصين، و أنديجان في أوزبكستان، و التحرير في القاهرة، و لم تهتم بدراسة اعتصام رابعة

- العدوية و أسلوب فضه، على الرغم من مرور تسع سنوات، و الاهتمام الدولي الذي لاقاه؛ مما يستدعي إجراء دراسة حول الاعتصام.
- ادعت الجماعة بتشابه فض اعتصام رابعة العدوية مع فض اعتصامي تيانامين و أنديجان؛ مما يدعونا لدراسة ادعاءاتهم المتضمنة في حملة (قصة رابعة).
- ٣- الدراسات المتعلقة بالتسويق السياسي:
- انصبت الدراسات على دراسة حملات التسويق السياسي للأحزاب السياسية و الحملات الرئاسية، و لم تتناول أي حملات تسويق سياسي عن فض الاعتصامات؛ مما يوجب علينا دراستها.
- كشفت تلك الدراسات عن التأثير الكبير للإنترنت و شبكات التواصل الاجتماعي على الرأي العام المحلي، و الإقليمي، و الدولي؛ و هو ما قامت جماعة الإخوان المسلمين باستخدامه في الدعاية لاعتصام رابعة العدوية؛ و بحثنا هذا على دراسة حملتهم عبر الإنترنت؛ للوقوف على مدى تأثيرها على الرأي العام في هذه المستويات.
- أشارت الدراسات لأهمية اختيار وسيلة الإعلام الفعالة لإيصال الرسالة للجمهور المستهدف، و دمج التسويق السياسي مع أنشطة العلاقات العامة، و استخدام المطبوعات و الملصقات، و الاتصال الشخصي في التسويق السياسي؛ مما يدعونا لاستكشاف مدى استخدام حملة (قصة رابعة) لهذه الآليات المهمة.
- ٤- الدراسات المتعلقة بالتوظيف السياسي لحقوق الإنسان:
- توصلت الدراسات إلى ارتباط مفهوم حقوق الإنسان بالخلفية الثقافية، و الوطنية، و السياسية؛ مما يستدعي فهم استخدام هذا المفهوم في أيديولوجية جماعة الإخوان المسلمين في حملة (قصة رابعة).
- أكدت الدراسات على استخدام مواقع الإنترنت، و مواقع التواصل الاجتماعي كـ فيسبوك و تويتر للتوظيف السياسي لقضايا حقوق الإنسان؛ مما يستدعي دراسة فعالية استخدامها في حملة (قصة رابعة).
- أثبتت الدراسات علاقة جماعة الإخوان المسلمين بمنظمات حقوق الإنسان الدولية، و إنهم يستهدفون الدول من خلالها؛ كمنظمة العفو الدولية، و مراقبة حقوق الإنسان التي أصدرت تقريراً عن فض اعتصام رابعة العدوية؛ مما يستوجب دراسة حملتهم الدعائية لفض الاعتصام، و كيف تم توظيف تقارير المنظمات الدولية خلالها.

ب- الأهمية التطبيقية للبحث:

تتبع الأهمية التطبيقية للبحث من عدة أسباب:

- ١- لم يكن الرد الإعلامي على مزاعم الجماعة قوياً آنذاك؛ حيث لم يتم تنفيذ حملة إعلامية وإعلانية متكاملة تشمل منصات عدة، و اقتصر الرد من خلال ثلاث إعلانات تسويق سياسي؛ الأول تحت عنوان **Egypt Facing Terrorism** باللغة الإنجليزية يوضح ارتكاب جماعة الإخوان الإرهابية لأحداث عنف مختلفة بعد وصول الجماعة للحكم، و أثناء اعتصام رابعة العدوية، و بعد فضه. و الثاني تحت عنوان **Egypt Teaching a Lesson in Human Rights** باللغة الإنجليزية، و يوضح أساليب فض الاعتصامات العنيف في دول العالم المختلفة، و كيف تم فض اعتصام رابعة العدوية في مصر بشكل متحضر. و الثالث تحت عنوان **رسالة للعالم من مصر بكل**

اللغات مصر تحارب الارهاب Message to the World و هو إعلان بعدة لغات هي: العربية، و الألمانية، و الإنجليزية، و الإيطالية، و الأسبانية، و الفارسية، و الفرنسية، و التركية، و مفاده إن مصر لا تعاني من حرب أهلية أو انقلاب عسكري، و لكنها تعاني من محاولات التدخل الأجنبية في شؤونها، و إنها كيان واحد لا يتجزأ و صامدة على مر العصور ضد محاولات التدخل الخارجية و الداخلية، و إنها دولة قادرة على اتخاذ قراراتها بنفسها.

هذا بالإضافة لأربعة أفلام وثائقية قصيرة؛ الأول بعنوان **مصر تنقذ العالم من الارهاب Egypt Save's the World from Terrorism** باللغة الإنجليزية، و فيه تمت مقارنة كيف وصل هتلر و موسوليني لسدة الحكم في أوروبا مع وصول محمد مرسي لسدة الحكم في مصر، و مقارنة ما كان يحدث في أوروبا و رفض مصر له، مع ما يحدث في مصر و دعم محمد مرسي و رجب طيب أردوغان للجماعات الإرهابية. و الفيلم الثاني بعنوان **سنة ضائعة من عمر مصر** باللغة العربية، و يتمحور حول كافة الأزمات الحياتية، و القرارات المتحيزة غير المنطقية التي اتخذتها جماعة الإخوان لمصلحتها لوجودها في سدة الحكم في مصر، و المواقف المخجلة للرئيس الإخواني محمد مرسي عربياً و دولياً، و عنف الجماعة مع الشعب المصري، و علاقتهم بجماعة حماس و تمويل الإرهاب. أما الفيلم الثالث فكان بعنوان **الجيش والشرطة جناحي أمن الوطن** باللغة العربية، و من إنتاج إدارة الشؤون المعنوية بوزارة الدفاع المصرية، و يوضح خطة فض اعتصام رابعة العدوية وخطواتها. و الفيلم الرابع بعنوان **أنفاق الخطر** باللغة العربية، و أيضاً من إنتاج إدارة الشؤون المعنوية بوزارة الدفاع المصرية، و يدور حول جهود مصر عبر التاريخ في دعم القضية الفلسطينية، و اتفاقية المعابر المبرمة عام ٢٠٠٥، و حفر الجانب الفلسطيني للأنفاق بين مصر وقطاع غزة، و خطورة هذه الأنفاق على السيادة المصرية و الأمن القومي المصري، خاصة بعد ٢٥ يناير ٢٠١١، و جهود القوات المسلحة في حفظ السيادة و الأمن المصريين و هدم هذه الأنفاق.

و أخيراً، **أغنية مش من بلدنا** باللغة العربية، من إنتاج الإدارة العامة للإعلام و العلاقات بوزارة الداخلية، و تتحدث عن عنف جماعة الإخوان المسلمين، و شهداء الجيش و الشرطة، و التخريب الذي خلفه الاعتصام في المنطقة، و الأسلحة التي كانوا يستخدمونها في الاعتصام.

على الجانب الآخر، تستمر جماعة الإخوان المسلمين الإرهابية في استخدام آلتها الإعلامية بقوة لدعم قضاياها؛ مما يدعو إلى تحري الدقة في دراسة أدواتها و الأساليب التي تستخدمها.

٢- بناءً على فض اعتصام رابعة العدوية، و "في خطوة قد تزيد من عزلة مصر بعد الإطاحة بالرئيس محمد مرسي، علق مجلس السلم و الأمن التابع للاتحاد الإفريقي عضوية مصر في الاتحاد الذي يضم ٥٤ دولة، بسبب (انتزاع السلطة بشكل غير دستوري)، حسب بيان رسمي^(٥)"، و هو ما استغلته حملة (قصة رابعة) لتشويه الدولة المصرية، و الدعاية لأكاديبها؛ مما يستدعي الدراسة الدقيقة لهذه الحملة، و تحليل عناصرها، و مدى تأثيرها على الجمهور المستهدف.

- ٣- إنشاء قنوات تابعة لجماعة الإخوان المسلمين في تركيا عقب فض الاعتصام؛ للدعاية لأفكار الجماعة، و مهاجمة الدولة المصرية و تشويه صورتها، و قيام جزء من الشعب المصري بمتابعتها بعد إجراءات الإصلاح الاقتصادي، و تصديق تحليلاتها؛ نتيجة لشعوره بتلك الضغوط، و رغبته في التحرر منها، و إنها لا ضرورة لها. و هذه القنوات هي: الشرق، و مصر الآن، و رابعة، و مكملين، و الشرعية، و الميدان، و الوطن.
- ٤- أنتجت قناة (مكملين) فيلماً وثائقياً بعنوان (الأحلام القاتلة) عن الساعات الأخيرة لحكم محمد مرسي، و خطاب عزله في ٢٠١٣/٧/٣، و اعتصام رابعة العدوية و أسلوب فضه الذي وصفه الفيلم بالمجزرة. كما أنتجت قناة (الجزيرة) فيلماً وثائقياً عن نفس الفترة بعنوان (الساعات الأخيرة)؛ و يلخص ما أسموه بكواليس لعبة الخداع الاستراتيجي من قبل السيسي ضد مرسي. وكلا الفيلمين يلخص وجهة نظر جماعة الإخوان المسلمين الإرهابية في عزل ممثلها في قصر الرئاسة، و أسلوب فض اعتصام رابعة العدوية المسلح الذي كان يهدف لإعادته للحكم مرة أخرى و الحفاظ على قوة الجماعة؛ مما يستدعي الاهتمام بتحليل أساليب الجماعة الدعائية.
- ٥- "قام مجموعة من المحامين الذين يمثلون (حزب الحرية و العدالة) الذراع السياسي لجماعة الإخوان المسلمين، إضافة إلى موكلين آخرين، بإيداع طلب لدى رئيس سجل المحكمة الجنائية الدولية في ١٣ ديسمبر ٢٠١٣ لفتح تحقيق فيما وصفوها (بجرائم ضد الإنسانية) من قبل الحكومة الانتقالية في مصر أعقاب عزل الرئيس السابق محمد مرسي. و قد أعلنت المحكمة الجنائية الدولية رفضها للطلب، و أصدرت بياناً أوضحت فيه إن قرارها برد الطلب باعتبار إنه غير مقدم نيابة عن الدولة المصرية^(١)". و يدعو هذا لتتبع تحركات الجماعة، و كيف يتم توظيف أيديولوجيتها و الإعلان عنها.
- ٦- ظهور مجموعة من التقارير عن فض اعتصام رابعة العدوية صادرة عن بعض المنظمات الدولية؛ تسعى فيها لإدانة الدولة المصرية، أولها تقرير منظمة مراقبة حقوق الإنسان Human Rights Wach بعنوان (حسب الخطة: مذبح رابعة و عمليات القتل الجماعي للمتظاهرين في مصر) الصادر في ٢٠١٤. و التقرير الصادر عن منظمة Arab Refoem Initiative في ٢٠١٩ تحت عنوان (Strong Organization, Weake Ideology: Musilm Brotherhood Trajectories in Egyptian Prisons since 2013) والذي ركز على وجود حملة اعتقالات واسعة للإخوان المسلمين عقب الانقلاب العسكري في ٢٠١٣ - على حد زعم التقرير - و الأوضاع التي يواجهها أعضاء الجماعة. و هناك أيضاً مجموعة من التقارير أصدرتها بعض منظمات المجتمع المدني لتحقيق ذات الهدف؛ و هو إدانة الدولة المصرية، و منها تقرير منظمة نظرة للدراسات النسوية الصادر عام ٢٠١٣ تحت عنوان (تقرير حول تعامل قوات الأمن مع المعتصمات في أحداث فض اعتصامي رابعة العدوية و النهضة). و هناك أيضاً التقرير الصادر عن المبادرة المصرية للحقوق الشخصية عام ٢٠١٤ تحت عنوان (أسابيع القتل: عنف الدولة، و الاقتتال الأهلي، و الاعتداءات الطائفية في صيف ٢٠١٣)، محملاً الدولة مسؤولية ما أسموه أسوأ أعمال عنف في تاريخ مصر الحديث. و يعني ذلك، حصول الجماعة على دعم منظمات

- المجتمع المدني الدولية، ودعمها للحملة الدعائية الخاصة بفض اعتصام رابعة العدوية؛ مما يحفز على دراسة أساليبها الدعائية تفصيلاً.
- ٧- استمرار التسويق السياسي لأفكار الجماعة عبر المنصات الإعلامية المختلفة، فبالإضافة للقنوات الفضائية، و مواقع التواصل الاجتماعي، يتم إنتاج أفلام سينمائية تتضمن تلك الأفكار، وآخرها فيلم **(بسبوسة بالقشطة)**، بطولة هشام عبد الحميد، و محمد شومان؛ و هما فنانان مصريان يقيمان حالياً في تركيا. و يدور الفيلم حول سجين سياسي تم سجنه في سجن مشدد الحراسة بدون محاكمة أو تهمة محددة، و علاقته بأمين الشرطة في السجن الذي يحاول إجباره على كتابة اعتراف كاذب ضد زملائه. بالإضافة إلى التأكيد على بعض المعلومات التي تروجها جماعة الإخوان المسلمين بعد فض اعتصام رابعة العدوية؛ بقولهم بأن مصر بها ٦٠٠٠٠٠ معتقل سياسي بعد الانقلاب العسكري في ٢٠١٣. و الفيلم باللغة العربية مع ترجمة باللغة الإنجليزية، و قد " شارك في المسابقة الرسمية لمهرجان الأفلام الأوروبية المستقلة عام ٢٠١٩، و حصل على الجائزة الماسية لأفضل فيلم قصير، كما حصل على الجائزة البرونزية لأفضل تصوير (٧)". والفيلم من إنتاج قناة مكملين، بالإضافة لثلاثة شركات إنتاج أخرى. ويدعونا هذا لدراسة أسلوب الجماعة الدعائي، الذي يساند بعضه بعضاً عن طريق منتجات ثقافية متنوعة عبر منصات مختلفة.
- ٨- استمرار الدعم الواضح لقضية الاعتصام، و التعليق المستمر لبعض رؤساء الدول على الإجراءات التي تتخذها الدولة المصرية، و أحكام القضاء المصري؛ كالأجراءات و الأحكام التي يتم اتخاذها ضد العمليات الإرهابية التي ينفذها أعضاء الجماعة الإرهابية - إلى يومنا هذا - كرد فعل على فض اعتصام رابعة العدوية؛ و منهم الرئيس التركي رجب طيب أردوغان؛ بصفته عضواً في التنظيم الدولي للإخوان المسلمين، و أول من رفع إشارة الاعتصام بعضه. ويعني هذا مشاركة التنظيم الدولي للإخوان المسلمين في دعم قضية فض الاعتصام و الترويج لها؛ مما يوجب علينا دراسة أساليبهم الدعائية.
- ٩- استمرار دعم البرلمانين العرب - أعضاء جماعة الإخوان المسلمين - لقضية الاعتصام و رفع شعاره في برلمانات بلادهم؛ " حيث شهدت الجلسة الافتتاحية للبرلمان التونسي يوم ١٣ نوفمبر ٢٠١٩ رفع النائبين بشر الشابي عن حركة النهضة (دائرة توزر)، و النائب زياد الهاشمي عن ائتلاف الكرامة (دائرة فرنسا ٢) لشعار (رابعة)؛ و هو شعار تمت تسميته نسبة إلى ميدان رابعة العدوية بالقاهرة، و استعمله مؤيدو الرئيس المصري الراحل محمد مرسي ضد ما اعتبروه انقلاباً عليه، و ظهر بعد فض اعتصام رابعة العدوية و النهضة سنة ٢٠١٣ (٨)". و هنا نجد شكلاً آخر من أشكال دعم التنظيم الدولي؛ مما يدعونا لمحاولة استكشاف مدى توافره في حملة الجماعة الدعائية الخاصة بفض اعتصام رابعة العدوية.
- ١٠- استمرار أعضاء الجماعة في إثارة الشغب و تلقي الدعم من الخارج، حيث " أكد المتهمون في قضية حركة (حسم) التابعة لجماعة الإخوان المسلمين، إن قيادات الإخوان الهاربة إلى تركيا كلفت حركة (حسم) بإثارة الشارع المصري من خلال الدعوات التحريضية، بتنفيذ سلسلة من الهجمات الإرهابية خلال ذكرى ٢٥ يناير، و

صنع ضجة إعلامية؛ بأن البلاد تعيش في فساد وانهيار اقتصادي؛ عن طريق استغلال أسماء قنوات فضائية معروفة، وإفهام الناس إنهم يؤيدون الدولة، ويأخذون منهم حوارات حول الوضع الاقتصادي، وإرسالها إلى تركيا، ويتم عمل مونتاج لها وتغيير في الكلام، لإظهار إن الدولة تنهار. ويتم ذلك عن طريق دعم مالي من تركيا يتم استلامه من أشخاص يحملون أسماء حركية؛ حتى يتم صرفه على هذا العمل^(٩). و بوجود توابع لفض الاعتصام، و استمرار حملة دعم قضيته حتى الآن، نجد أنفسنا بحاجة لدراسة الحملة الدعائية؛ للوقوف على أساليبها الترويجية، و تأثيرها على الجمهور المستهدف.

١١- استمرار قيادات تنظيم جماعة الإخوان المسلمين الإرهابية الهاربة في الخارج بعد فض الاعتصام في " تنفيذ مخططهم الذي يستهدف المساس بأمن الوطن، و النيل من استقراره؛ من خلال إنتاج و إعداد تقارير و برامج إعلامية مفبركة مقابل مبالغ مالية ضخمة تتضمن الإسقاط على الأوضاع الداخلية بالبلاد، و الترويج للشائعات، و التحريض ضد مؤسسات الدولة؛ ليثأر لقناة الجزيرة؛ تنفيذاً لتوجيهات التنظيم الإرهابي. و وفق بيان وزارة الداخلية تم تحديد العناصر الإخوانية القائمة على إدارة هذا المخطط الهاربي بدولتي تركيا و قطر؛ و أبرزهم الإرهابي الإخواني الهارب عبد الرحمن يوسف القرضاوي، و عبد الله محمد عبد العزيز القادوم، و معتر محمد عليوة مطر، و محمد ناصر علي عبد العظيم، و عمرو أحمد فهمي خطاب. و أكدت المعلومات اضطلاع العناصر الإخوانية في إطار تنفيذ مخططها باستغلال كل من شركة Team One Production للإنتاج الفني بمنطقة المعادي بالقاهرة، بالإضافة إلى ستوديو كائن بمنطقة عابدين بالقاهرة تحت اسم أبو هيم، بالإضافة إلى تعاقدهم مع أحد العاملين بالمجال الإعلامي؛ لعقد لقاءات مع بعض الشخصيات؛ لإعداد مادة إعلامية مصورة و تحريفها بما يسيء للدولة؛ تمهيداً لبثها عبر قناة الجزيرة^(١٠). إن تشويه الجماعة لصورة الدولة باستمرار وفق مخططات مدروسة، يدعو إلى دراسة أساليبها، و تحليلها؛ و من بين تلك الأساليب حملات التسويق السياسي.

١٢- لم يكتف أعضاء الجماعة الإرهابية بتدشين مؤسسة (قصة رابعة)، في الذكرى الأولى لفض اعتصام رابعة العدوية لدعم الاعتصام في بريطانيا، إنما قاموا أيضاً بتدشين " (مؤسسة مرسى للديمقراطية) في بريطانيا أيضاً، بالتزامن مع الذكرى السنوية الأولى لوفاة محمد مرسي يوم الأربعاء ١٧ يونيو ٢٠٢٠. و تعنى المؤسسة بالدفاع عن الحرية و الديمقراطية في العالم، ودعم جهود محاربة الفساد، وفق بيان صدر عن الفريق القانوني الدولي المعني بالدفاع عن عائلة مرسي، وفق ما نقلته وكالة الأناضول للأنباء^(١١). و يعني هذا، استمرار جهود الجماعة في استخدام أساليب تضليل الرأي العام داخلياً و خارجياً؛ عن طريق مؤسسات تم إطلاقها لهذا الغرض، مستخدمة أساليب دعائية متنوعة.

١٣- تم عرض مسلسل (الاختيار ٢ - رجال الظل)، و هو الموسم الثاني من مسلسل (الاختيار)، خلال شهر رمضان، و كانت بدايته في ٢٨ أبريل ٢٠٢١. و تبدأ أحداثه منذ اليوم الأول لثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣، و الأعمال التخريبية التي انتهجتها جماعة الإخوان المسلمين؛ لضمان استمرار الجماعة و ممثلها محمد مرسي في منصب رئيس

الجمهورية، و استمرار سيطرة الجماعة على كافة مؤسسات الدولة، ثم أحداث فض اعتصام رابعة العدوية، و ما تبعه من عمليات إرهابية نفذتها الجماعة في أنحاء متفرقة من البلاد، و الشهداء الذين سقطوا من رجال الشرطة أثناء فض اعتصام رابعة المسلح، أو أثناء مواجهتهم للعمليات الإرهابية للجماعة، أو من وضعتهم الجماعة على قوائم اغتياالاتها. و من مميزات المسلسل، الاستعانة بمواد أرشيفية حقيقية تم تصويرها للأحداث المختلفة التي يعرضها المسلسل؛ و ذلك لتقنين ادعاءات أعضاء الجماعة عن عنف الشرطة و تأمر الدولة عليهم، و ادعاءات المظلومية و الاضطهاد، و قد تم وضع ترجمة باللغة الإنجليزية على المسلسل؛ لتصل رسالته إلى العالم الخارجي. و من الجدير بالذكر، إن مسلسل (الاختيار) في موسمه الأول كان يركز على الأحداث الإرهابية التي دعمتها الجماعة في شبه جزيرة سيناء، و تركيزها على كمائن القوات المسلحة المتنوعة، و سقوط شهداء من الجيش، تنفيذاً لتهديدات القيادي الإخواني محمد البلتاجي بأن ما يحدث في سيناء سيتوقف في اللحظة التي يتراجع فيها المشير عبد الفتاح السيسي - الذي كان وزيراً للدفاع آنذاك - عما أسماه الانقلاب العسكري. و قد حدث استنفار للجماعة بعد عرض المسلسل، و خاصة بعد عرض حلقة فض اعتصام رابعة، و اتهموا صناع المسلسل بموالة الحكم العسكري للدولة، و تزوير التاريخ المعاصر؛ مما يعني وجوب الاستمرار في تتبع فكر الجماعة و أساليبها الدعائية في هذا الموضوع بشكل خاص.

١٤- عقدت جماعة الإخوان المسلمين مؤتمراً دولياً افتراضياً بعد انتهاء عرض مسلسل (الاختيار ٢)؛ لاتهام صناعه بتزوير التاريخ المعاصر، و تشويه صورة المعتصمين بعد ارتكاب أكبر مذبحه في التاريخ بحقهم - على حد قولهم - و المطالبة بحقوق المعتصمين بعد مرور ثماني سنوات على فض الاعتصام، و الإفراج عن المسجونين منهم، و إيقاف تنفيذ عقوبة الإعدام فيمن تم الحكم عليهم بها. و إنه و بعد عرض المسلسل، قام (١٠٠) من علماء العالم الإسلامي - على حد زعمهم - بإصدار بيان موقع منهم للتنديد بالمسلسل؛ و خاصة حلقة فض اعتصام رابعة العدوية، و هم من قام عليهم المؤتمر و تم عرضه على شاشة تلفزيون (وطن) إحدى القنوات التلفزيونية التابعة للجماعة، و مقرها في تركيا. و قد تم رفع ملفي فيديو للترويج لهذا المؤتمر و عرضه؛ فكان الأول تحت عنوان (انتظرونا في المؤتمر الافتراضي لكشف حقائق اعتصام #رابعة وفضح أكاذيب مسلسل #الاختيار ٢)، و الثاني تحت عنوان (مؤتمر افتراضي دولي مسجل ينظمه تلفزيون وطن ضمن حملة "أوقفوا الإعدام"). تدعونا المتابعة المحمومة من قبل الجماعة، و الاستنفار الشديد لكل ما يتعلق بفض الاعتصام إلى التدقيق في أساليبهم الدعائية، و معرفة دوافعهم.

١٥- بعد عرض مسلسل (الاختيار ٢)، و تركيزه على فض اعتصام رابعة العدوية، و ما تبعه من عمليات إرهابية للجماعة - كما سبق و أشرنا - بدأت المنصات الإلكترونية الموالية لجماعة الإخوان الإرهابية على مواقع التواصل الاجتماعي في الطعن في أحداث المسلسل؛ بدعوى تزوير التاريخ، و بأن ما حدث في فض الاعتصام مذبحه ترتبت على انقلاب عسكري دموي - من وجهة نظرهم - و بأن دورهم الاستمرار في توعية أجيال المستقبل بذكرى المذبحه حتى يثأروا من النظام المصري، و يعيدوا الجماعة إلى سدة الحكم

مرة أخرى. أولى هذه المنصات هي (قناة عبد الله الشريف) على موقع يوتيوب Youtube على الرابط التالي:

<<https://www.youtube.com/watch?v=Hm7xUON4FYM>>.

و بدأ عبد الله الشريف في الرد على حلقة فض اعتصام رابعة في مسلسل الاختيار ٢، و أيضاً التعليق على إعدام منفذي العمليات الإرهابية المترتبة على فضه، و كانت حلقاته معنونة (سربرنيثشا رابعة)، و (الاختيار أمام الحقيقة)، و (الاختيار ٢). و من الجدير بالذكر، إن عبد الله الشريف يعيد إحياء ذكرى فض الاعتصام في نفس التوقيت كل عام.

و تعود القناة الثانية إلى اليوتيوبر أحمد بحيري على الرابط التالي:

<<https://www.youtube.com/user/islamheartvideos>>.

و تحتوي قناته على أكثر من منصة تشغيل؛ و هي: (تعاشب شاي)، و (غسيل مخ)، و (الأسبوع في كيس)، و (كشف حمادة)، و (الحراق)، و (عرفوه بالعقل)، و (علمني الغزالي)، و (ساس يسوس). و قد قدم أحمد بحيري مجموعة حلقات عبر قائمة تشغيل (تعاشب شاي) بعد فض الاعتصام، و بعد عرض حلقات مسلسل (الاختيار ٢) دفاعاً عن الاعتصام المسلح، و تلك الحلقات معنونة بـ (ثم ماتت رابعة)، و (هل أتاك حديث رابعة؟)، و (خير خيار الأرض).

و من المهم أن نشير إلى أن كلاً من القناتين تحرضان على قلب نظام الحكم، و تشويه سمعة الدولة، هذا بالإضافة إلى ترويجهما لمحتوى حملة التسويق السياسي لاعتصام رابعة العدوية، و إحياء ذكرى فض الاعتصام كل عام؛ مما يستدعي دراسة محتوى الحملة بدقة.

١٦- أنتجت دولة الإمارات العربية المتحدة фильماً هوليووياً ضد جماعة الإخوان المسلمين بعنوان **The Misfits** عام ٢٠٢١، بطولة النجم العالمي بيرس بروسنان، توضح فيه أساليب تمويل دولة قطر للجماعة لتنفيذ عملياتهم الإرهابية، و التي تزامنت مع اعتصام رابعة العدوية، و استمرت بشكل أعنف بعد فضه؛ مما يدل على خطورة ما لحق بالدولة المصرية بسبب هذا الاعتصام، و ضرورة دراسة أساليبه الدعائية.

١٧- أنتجت شبكة رصد فيلماً وثائقياً قصيراً تبلغ مدته الزمنية ٠٥:٣٧ دقيقة، عنوانه (لماذا لجأ السيسي للعنف المفرط في فض رابعة؟)، و تم إنتاج الفيلم في الذكرى الثامنة لفض الاعتصام و تم بثه بتاريخ ٢٠٢١/٨/١٤ على قناة شبكة رصد الإخبارية على يوتيوب على رابط:

<<https://www.youtube.com/watch?v=4DQvd5AL3TQ>>.

و يشرح الفيلم وجهة نظر جماعة الإخوان المسلمين في فض الاعتصام، و الأسباب الداعية لذلك؛ و من أهمها تخطيط الفريق أول عبد الفتاح السيسي وزير الدفاع - آنذاك - للاستيلاء على الحكم، و وصفوه بأنه الجنرال المنقلب الذي وضع خطة دموية لفض الاعتصام السلمي، و إنه أطلق أذرع الإعلام في التحريض على استهداف المعارضين و قتلهم - و هو المسمى الذي يطلقه أعضاء الجماعة على أنفسهم - و إنه سعى لبث الرعب في نفوس المصريين بطريقته الدموية في فض الاعتصام حتى لا يفكر أحد بإعادة سيناريو ثورة يناير. و هنا، كان لزاماً التدقيق في دراسة الأساليب الدعائية المستخدمة في الترويج لفض اعتصام رابعة العدوية؛ لاستخلاص أهداف الجماعة الكامنة خلف ادعاءاتها، و التي سخرت

لها آلة إعلامية جبارة استخدمت فيها أساليب متنوعة للعلاقات العامة في أكبر حملة تسويق سياسي.

١٨- استمرار الدراما المصرية في توضيح حقيقة جماعة الإخوان المسلمين الإرهابية، وفضح ممارساتها ضد الدولة و مواطنيها أثناء العام الذي حكموا فيه مصر؛ حيث تم عرض الموسم الثالث من مسلسل (الاختيار) تحت عنوان (الاختيار ٣ - القرار) خلال شهر رمضان، و كانت بدايته فيه ٢ أبريل ٢٠٢٢. و تناولت الحلقات بطريقة ال docudrama - كما كان في الجزئين السابقين - كيف كانت الجماعة تدير الدولة المصرية لتحقيق مطامعها، ضاربة عرض الحائط بالدستور، و القانون، و حقوق المواطنة، محافظة على ممثل الجماعة في قصر الرئاسة محمد مرسي و داعمة له؛ لتطبيق أيديولوجيتها و قناعاتها، و أيضاً عرضت الحلقات بداية تكوين اعتصام رابعة العدوية المسلح، و ذكرت أهدافه. و تميزت حلقات هذا الموسم بعرض تسريبات حقيقية لأعضاء الجماعة و خططهم في السيطرة على الدولة المصرية؛ مما أدى لحالة استنفار شديدة لدى أعضاء الجماعة و الموالين لها في قنواتهم الإعلامية، و عبر منصاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي؛ فنجد انتقادات موجهة للمسلسل، و محاولة السخرية من أحداثه، و من أداء الممثلين، و إعطاء تفسيرات مغلوطة للتسريبات؛ و ذلك عبر برامج قنواتي الشرق ومكملين الإخوانيتان في تركيا، و برامج قناة الجزيرة القطرية، و صفحة و قناة شبكة رصد الإخبارية على موقعي فيسبوك و يوتيوب، و قنوات معتز مطر، و بلال فضل، و أحمد بحيري، و جو شو، و هيثم أبو خليل على يوتيوب، و صفحة محمد علي المقاول الهارب في أسبانيا على فيسبوك. و يدل ذلك، على استمرار الجماعة في الدعاية لأكاذيبها، و رفض أي محاولة لإيضاح الحقائق، خاصة ما يتعلق بفترة حكمها، و فض اعتصام رابعة العدوية، و القضاء على مظلوميتهم المزعومة؛ مما يدفعنا إلى دراسة أساليبهم الدعائية، و محاولة فهم دوافعها.

١٩- و في إطار الطرح الدرامي الداعم للدولة المصرية، و المحافظ على حقها في محاربة الإرهاب و صيانة أمنها القومي، و في إطار معركة رفع الوعي لدى المواطنين؛ تم عرض مسلسل (العائدون) خلال شهر رمضان، و كانت بدايته فيه ٢ أبريل ٢٠٢٢. مستوحياً أحداثه من وقائع حقيقية دون الإشارة إلى شخصيات بعينها، و من بينها أعضاء جماعة الإخوان المسلمين الإرهابية الذين فروا إلى خارج البلاد بعد فض اعتصام رابعة العدوية المسلح متوجهين إلى سوريا لتلقي التدريبات على يد جماعة داعش، ثم العودة إلى مصر لتنفيذ عمليات إرهابية تستهدف مؤسسات الدولة و المواطنين. بالإضافة إلى توضيح كيفية استقطاب القوات الإخوانية في تركيا للشباب للعمل بها بعد ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣. و يستدعي هذا الموقف مساندة الأعمال الدرامية التي تهدف لرفع وعي المواطنين بدراسة حملة التسويق السياسي الإخوانية؛ لرفع وعي المواطنين و تبصيرهم بأكاذيب الجماعة.

٢٠- استمرار المؤثرون الوطنيون في دعم الدولة عبر منصاتهم، و تنفيذ ادعاءات الإخوان المسلمين عن الانقلاب العسكري على الرئيس المنتخب، و ارتكاب قوات الجيش و الشرطة لمذابح عند فض اعتصامي رابعة و النهضة؛ لاستمرار الجماعة في نشر ادعاءاتها، و منهم محمد نور صاحب صفحة و قناة (الوعي نور) على موقعي فيسبوك

و يوتيوب، و الذي أصدر فيديو في الذكرى التاسعة لثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣، و قُبيل إطلاق الجماعة لحملةها الدعائية لفض اعتصام رابعة العدوية في ذكراها التاسعة، تحت عنوان (٣٠ يونيو ثورة و لا انقلاب) على الرابط التالي:

<https://m.facebook.com/watch/?v=3347335995496084&_rdr>

مما يعني الحاجة إلى الاستمرار في مراقبة أساليبهم الدعائية، و مزاعمهم حول هذا الموضوع بشكل خاص.

٢١- كان عدد مستخدمي شبكة الإنترنت في مصر عند فض الاعتصام "عام ٢٠١٣ ٣٨,٢ مليون مستخدم، و عند بداية الحملة عام ٢٠١٤ وصل العدد إلى ٤٧,٥ مليون مستخدم (١٢)". و بحلول عام ٢٠١٥ عند الذكرى الثانية للاعتصام، و مع قوة حملة التسويق السياسي لقضية فض الاعتصام، و تنوع أدواتها، و التوسع فيها، "اتضح إن ٩٠% من الأسر المصرية تستخدم الإنترنت للدخول على مواقع التواصل الاجتماعي (١٣)"، و هي أساس انتشار الحملة موضوع البحث؛ مما يعني إمكانية التعرض و التأثير بما تقدمه الجماعة من مواد إعلامية، و أهمية دراستها.

٢٢- استمرار الجماعة في دعم الحملة سنوياً، و الدعاية لذكرى فض الاعتصام حتى يومنا هذا و بنفس الوم (الهاشتاج #RememberRabaa).



شكل رقم (١) يبين لوجو الذكرى التاسعة لحملة قصة رابعة

يدعونا كل ما سبق إلى محاولة إجراء تحليلات متعمقة لأساليب تسويق الجماعة لأفكارها، والأدوات التي تستخدمها، و نجد أنفسنا بحاجة لمتابعة إعلامية دقيقة تدعم الملاحظات الأمنية، و دعم إعلامي بحملات تسويق سياسي مهنية بشكل مستمر لإحباط مخططات الجماعة.

٣- التراث النظري الخاص بموضوع البحث:

تم تقسيم التراث النظري الخاص بموضوع البحث إلى أربع محاور أساسية، هي: دراسات تتعلق بجماعة الإخوان المسلمين، و دراسات تتعلق بالتسويق السياسي، و دراسات تتعلق بالاعتصامات، و دراسات تتعلق بالتوظيف السياسي لقضايا حقوق الإنسان. و قد حرصنا في عرض التراث النظري على البدء بالتركيز على الاهتمامات العالمية بالموضوع، نزولاً إلى الاهتمامات العربية، ثم المصرية.

١- دراسات تتعلق بجماعة الإخوان المسلمين:

على النطاق العالمي، أوضحت دراسة مصطفى منشاوي (٢٠٢١) (١٤) "انشقاق أعداد متزايدة من أعضاء جماعة الإخوان المسلمين في مصر عن الجماعة منذ عام ٢٠١١، وقد اختار العديد منهم كتابة السير الذاتية لرحلتهم كلها. و من خلال تحليل الإطار لهذه السير، نجد إنه أدرك العديد من المنشقين إن أيديولوجية المجموعة ليست (تطورية) بما يكفي لتحقيق التوافق مع لحظة (ثورية) في تاريخ مصر؛ و بالتالي فشلت في منحهم الإحساس بالمعنى فيما يتعلق بالعالم المتغير بشكل كبير من حولهم".

تتناول دراسة باربارا زولنر (٢٠١٩) (١٥) أسباب صمود جماعة الإخوان المسلمين بعد عزل محمد مرسي في ٢٠١٣ رغم تعرضها للقمع. و قد تحددت هذه الأسباب في: (١) هيكليتها التنظيمية الهرمية: تم نقل إدارة الأزمات و اتخاذ القرارات التنفيذية إلى قادة موثوقين في المنفى؛ في تركيا، وقطر، و لندن. (٢) تنوع و كبر الكادر الأعلى للجماعة: مما يصعب السيطرة على الجماعة برمتها. (٣) تنوع العمليات الإدارية للجماعة المدعومة بشبكة اتصالات موسعة: رامت جماعة الإخوان مهارات تمكّنها اليوم من نقل المعلومات بين الأعضاء في السجن، و الخارج، أو في المنفى؛ من خلال شبكة أفقية معقدة تعتمد على العلاقات الشخصية، و تستكملها بنوع جديد من الإعلام الذي يسمح نسبياً بتأمين نشاط الشبكات؛ كاستخدام الرسائل النصية المشفرة و تطبيقات الصوت على غرار (واتس أب) و (فايبر)، و مواقع التواصل الاجتماعي كـفيسبوك، و منصات على الإنترنت مثل Ikhwanweb ، و القنوات الفضائية المؤيدة للجماعة مثل (رابعة) أو (الوطن). (٤) أيديولوجيا التنظيم و أهدافه: يمكن للقياديين من ذوي الرتب العالية في الجماعة أن يعملوا بشكل مستقل؛ لأنهم لقنوا أيديولوجيا التنظيم، و أهدافه، و دعوته، فضلاً عن البيعة؛ و هي إعلان الولاء و الطاعة للمرشد العام بصفته رأس الجماعة".

توضح دراسة ماري فانيتزل (٢٠١٧) (١٦) أسباب الصعود المفاجيء لجماعة الإخوان المسلمين المصرية، ثم سقوطها بعد ٢٠١١. و توصلت الدراسة إلى إن "الجماعة كانت تشارك في تقديم مسار بديل للتنمية الذي تقدمه الدولة قائم على رؤية دينية؛ عن طريق مشاركتها في أعمال (الخير). و كان للثورة ضد مرسي، التي تم تأطيرها على إنها صراع إيجابي بهدف إنقاذ الدولة، و أصبح الإجماع الجديد الذي ظهر حول السيسي إجماعاً - إلى حد كبير - حول هذا الانتقال المعلن للتنمية إلى الدولة نفسها ، مع الجيش كضامن".

و تسير دراسة خليل العناني (٢٠١٥) (١٧) في نفس المسار، حيث تركز على أسباب صعود وسقوط جماعة الإخوان المسلمين في مصر بعد انتفاضة ٢٠١١. حيث "حاولت الجماعة بإصرار ترسيخ مكاسبها السياسية بعد الانتفاضة مدفوعة بالجوع إلى السلطة. و قد تعززت غريزة القوة لدى الجماعة من خلال؛ الضعف الكبير للأحزاب السياسية الأخرى، و تشرذم و عدم تنظيم الحركات الشابة. أما العوامل التي أدت إلى سقوط جماعة الإخوان و فقدانها للسلطة فتلخصت في الآتي: (١) عبء المحافظة: كانت الجماعة ممزقة بين (محافظة) راسخة و طويلة الأمد، و بين الشخصية الثورية والروح التي نشأت بعد الانتفاضة. (٢) عدم وجود أجندة ثورية: فضلت الجماعة التعامل و المساومة مع الدولة العميقة (الجيش و وزارة الداخلية)، بدلاً من التكيف و التحالف مع الثوار الشباب و الناشطين الذين أشعلوا الانتفاضة.

٣) الجمود التنظيمي و الركود للجماعة: أدى هيكلها المتماسك إلى منع محاولات إعادة هيكلة المجموعة لتصبح أكثر شفافية وتشاركية. (٤) عدم قدرة الجماعة على التعامل مع الدولة العميقة: خلال فترة رئاسة مرسي القصيرة ، كان الإخوان المسلمين في السلطة لكنهم افتقروا إلى السيطرة على جهاز الدولة؛ حيث رفضت المؤسسات العميقة (أي وزارة الداخلية، و القضاء، والأهم الجيش) الإخوان بشدة، وكانت الجماعة تفتقر إلى الخبرة والحكمة للتعامل معهم. (٥) انعدام الخبرة في الحكم بين قيادات الإخوان و خاصة الرئيس مرسي: تعامل الإخوان بتهور مع الاستياء الشعبي المتزايد والغضب ضد حكم مرسي. أخطأ قادة الجماعة في قراءة الحقائق التي سبقت الاحتجاجات الجماهيرية في ٣٠ يونيو ٢٠١٣، وقللوا من قدرة خصومهم السياسيين على الإطاحة بمرسي من السلطة. أيضاً، استمر الإخوان في سوء التعامل مع الأزمة بعد إعادة إقناع مرسي، بدلاً من الاعتراف بأخطائها أو إعادة التفكير في استراتيجيتها، و استندت الجماعة إلى روايتها طويلة الأمد عن الاضطهاد (المحنة)؛ من أجل الحفاظ على تضامن الأعضاء، و تجنب الانقسامات الداخلية. وفي هذا السياق، حثت أعضاؤها والمتعاطفين معها على الاحتجاج يومياً لتحدي حكومة ما بعد الانقلاب".

تناولت دراسة **ستيفين بروك (٢٠١٥)** (١٨) أسباب لجوء جماعة الإخوان المسلمين للعنف، حيث ذكرت إنه "منذ الانقلاب العسكري في ٣ يوليو ٢٠١٣، بدأ النظام المصري الجديد في تفكيك شبكة الإخوان المسلمين للخدمات الاجتماعية على مستوى البلاد؛ مما شكل ضربة هائلة للجماعة التي ظلت على مدى عقود تقدم الخدمة الاجتماعية لمهمتها الشاملة، و قد تكون إحدى النتائج العملية لهذه الحملة هي زيادة استخدام العنف كأداة للنشاط. في الوقت نفسه ، فإن الفشل الواضح لنهج الإخوان القانونيين في تقديم الخدمات الاجتماعية - والعلاقات مع الدول القائمة بشكل عام - يزيد من جاذبية النماذج البديلة التي تؤكد على العنف".

بينت دراسة **محمد مصطفى (٢٠١٤)** (١٩) ما قد تواجهه مصر من مواقف نتيجة التأكيد على الهوية الأيديولوجية لمحمد مرسي مرشح جماعة الإخوان المسلمين، "حيث نتج عن انتخاب مرسي حالة من (الحذر) بين التيارات غير الإسلامية الأخرى، و يشاركهم اللاعبون الرئيسيون الخارجيون في المشهد السياسي هذا الحذر؛ و يتمثلون في الولايات المتحدة الأمريكية التي وصفت بأنها (الراعي الرئيس للجيش)، و إسرائيل القلقة على (معاهدة السلام) مع مصر تحت حكم إدارة إسلامية، و دول الخليج الغنية بالنفط، و التي أظهرت موقفين متباينين؛ حيث تعاملت كل من السعودية و الإمارات مع حكم مرسي على أنه (تهديد لحكمهم)، بينما تلقى نفس الحكم دعماً كبيراً من قطر. بالإضافة إلى تكرار وصف مرسي (بالإسلامي)، و (مرسي المسلم)؛ مما يشكل تأكيداً متعمداً على انتمائه لجماعة إسلامية تشكل أجندته السياسية؛ و أدى ذلك إلى مخاوف المراقبين السياسيين خشية محو هوية مصر في ظل حكم إسلامي".

ألقت دراسة **أشرف الشريف (٢٠١٤)** (٢٠) الضوء على مستقبل الإخوان المسلمين و آثاره بعيدة المدى على الإسلام السياسي في مصر. حيث "تشير ديناميات المنظمات الإسلامية إلى خمسة سيناريوهات محتملة لمستقبل الإخوان المسلمين؛ هي: القضاء على جماعة الإخوان المسلمين، أو عودتهم، أو المصالحة معهم، أو ظهور فاعلين ديمقراطيين إسلاميين، و غير إسلاميين شعبيين، أو تحطم نموذج الأسلمة الإصلاحية من خلال النشاط السياسي السلمي بعد سقوط الإخوان؛ مما قد يجتذب النماذج الجهادية في ليبيا، و العراق،

وسوريا؛ لأن الإسلاميين المصريين يائسون بسبب كارثة ٢٠١٣ السياسية. و يمكن للجذور الأيديولوجية للجماعة مع وجود قوة تنظيمية تسهيل هذا التحول، و لكن حتى إذا وجدت الرغبة في الإسلام الراديكالي العنيف؛ فإن النموذج السياسي للإخوان غير مستدام. و تعتبر السيناريوهات الثلاثة الأخيرة غير محتملة الحدوث".

أضافت دراسة **دانيلا بيوبي (٢٠١٣)**^(٢١) أسباباً أخرى لسقوط جماعة الإخوان المسلمين، فأكدت "إن الجماعة في العام الذي تولت فيه زمام السلطة، لم تكن أولويتها و لا أولوية الحزب التابع لها تنفيذ برنامج سياسي، أو اقتصادي، أو إعطاء بصمة سياسية (أو ثقافية / أيديولوجية) جديدة للبلاد، ولكن لتوطيد موقفها تجاه مؤسسات الدولة و القوى المجتمعية. ومع ذلك، و في معركتهم للسيطرة على الدولة، سرعان ما ظهر الإسلاميون غير كفؤين، و متعجرفين، و سلطويين ، و تم إلقاء اللوم عليهم بالكامل على تدهور الظروف المعيشية، و فقدوا الإجماع الشعبي خارج دائرتهم الداخلية".

كما أضافت دراسة **إليزابيث منير و أنيتي رانكو (٢٠١٣)**^(٢٢) مجموعة إضافية من الأسباب لسقوط جماعة الإخوان المسلمين، تلخصت في الآتي: "١) لم تقدم جماعة الإخوان المسلمين دوراً إقليمياً حيويًا لمصر؛ حيث تفتقر إلى التخطيط الكافي. ٢) تمت الإطاحة بمرسي؛ لأنه بدا وكأنه يعطي الأولوية لمشروع الإخوان المسلمين الإسلامي؛ و بالتالي أصبح رمزاً لكل من السلطوية، و استمرار ضعف القيادة الإقليمية المصرية. ٣) عدم الكفاءة السياسية، و التصور بوجود أجندة خفية فيما يتعلق برؤية الإخوان المسلمين لمصر و الشرق الأوسط؛ مما أدى إلى تقويض دعم الجماعة".

بحثت دراسة **أحمد أوزدمير (٢٠١٣)**^(٢٣) "في تحول الموقف الأيديولوجي لجماعة الإخوان المسلمين في مصر تجاه عدد من المفاهيم؛ مثل الديمقراطية، و التعددية، و حقوق المرأة، و الأقليات. و توصلت الدراسة إلى "إنه مع احتجاجات ٢٥ يناير ٢٠١١، و وصول الجماعة إلى السلطة عن طريق مرشحها الرئاسي محمد مرسي، و إنشاءها لحزب الحرية و العدالة؛ انعكست الأيديولوجية السياسية للإخوان المسلمين على الدستور المصري الجديد الذي صاغته غالبية أعضاء الحركات الإسلامية، و أثارت المقالات المتعلقة بالطبيعة الإسلامية للدولة و التشريعات، و تحديد الأقليات للمسيحيين و اليهود، و حماية حقوق المرأة طالما إنها لا تتعارض مع الشريعة، مخاوف من محاولات الإخوان احتكار السلطة في مصر ما بعد مبارك. أدى تطبيق هذه المقالات إلى استنتاج مفاده إنه لا يزال إرث حسن البنا حاضراً؛ خاصة فيما يتعلق بحقوق المرأة و الأقليات".

ربطت دراسة **ماريا ويبر (٢٠١٢)**^(٢٤) "بين رؤية لإنشاء أنظمة سياسية غير معادية للغرب و مشبعة بالقيم الديمقراطية بعد ثورات الربيع العربي، و جماعة الإخوان المسلمين في نفس الفترة، حيث تعتبر هذه الأنظمة حاجة ملحة؛ نظراً لاعتماد الغرب في مجال الطاقة على البلدان التي لديها حكومات أصولية. و تم التأكيد على مجموعة من الاشتراطات يجب أن تحققها جماعة الإخوان المسلمين - على وجه الخصوص - و هي: حاجة الجماعة - من خلال حزبها السياسي - إلى كسب ثقة الأحزاب العلمانية، و قطاعات واسعة من المجتمع، و القوات المسلحة. و الطريقة الوحيدة التي يمكن أن يحدث بها ذلك؛ هي أن تدمج حقاً القيم الديمقراطية، و التعددية، و التسامح في أيديولوجيتها السياسية".

كانت دراسة **سمير أمغار (٢٠١٢) (٢٥)** عن "أسباب نجاح تنظيم الإخوان المسلمين في الأوساط الإسلامية الأوروبية - وخاصة الفرنسية - وواجه بين الشباب الأوروبي، و التي كانت عن طريق أدوات للتعبئة و التنشئة؛ من أهمها: (١) التجنيد الانتقائي: عن طريق تردد العضو على الأنشطة التي ينظمها الإخوان في المساجد والمؤتمرات، و إلحاقه بحلقات تعريفية يتعرف فيها على أهمية العمل الجماعي في الإسلام، و إذا أبدى الشخص اهتمامه تسند إليه بعض المهام المحددة، وإذا التزم المجند يتم اختياره ضمن التنظيم. (٢) وجود تنظيم هرمي محدد البنية: حيث إن العمل الدعوي للإخوان في أوروبا مكنهم من تأسيس ٥٠٠ مؤسسة في ٢٨ بلداً أوروبياً؛ و ذلك عن طريق (اتحاد المنظمات الإسلامية في أوروبا) الذي يقع مقره في بروكسل".

اهتمت دراسة **أندريا جوزمان (٢٠١٢) (٢٦)** "بالطريقة التي وصفت بها الأخبار في الولايات المتحدة الأمريكية المشاركين في الثورة المصرية، و تم بناءً على ذلك تحليل هذه القضية في كل من موقعي Fox News.Com و CNN.Com. و اعتبروا الإخوان المسلمين واحدة من الجماعات الثورية الشهيرة و المعروفة، و أصبحت خلال الثورة - طبقاً للموقعين الإخباريين- عدواً أساسياً للولايات المتحدة، بينما كان هناك غموض يحيط بكل المحتجين بشكل عام. و بعد تنحي مبارك استمر الاهتمام بالإخوان المسلمين؛ حيث وصفتهم CIA بأنهم القادة المصريون الجدد، و بأنهم أقل وداً وصدافة للولايات المتحدة، و هناك احتمال مفتوح لأعمال عدائية مستقبلية. ويربط الموقعان الإخباريان جماعة الإخوان بالإسلام و إنهم يسعون لتأسيس دولة إسلامية، كما تم وضعهم في إطار ربط الإسلام بالعنف، و بأن لهم تاريخ يتسم بالعنف".

على النطاق العربي، تناولت دراسة **عبد الجواد يسن (٢٠٢٠) (٢٧)** الطابع السياسي لجماعة الإخوان المسلمين، و توصلت إلى إن "الطابع السياسي للجماعة يبدو فجاً إلى درجة تطغى أحياناً على الاعتبارات الدينية المباشرة، و تبدو للبعض حركة سياسية أكثر منها دينية. و يكشف الأداء الإخواني - منذ المراحل المبكرة و حتى لحظة الاستيلاء الخاطف على السلطة - عن حس تلفيقي واضح؛ فقد ظلت الجماعة تشتغل بالقرب من حدود النظام السياسي السائد من دون أن تتقاطع معه أو تندمج فيه، و بينما تتعرض الجماعة للنقد من قبل الأصوليات الجديدة الأكثر سلفية و عنفاً، لم تحظ قط بثقة القوى (الحدائية) التي تمثل النظام السياسي و في مقدمتها الدولة. و ينعكس ذلك على التأويل النظري الذي يبدو تلفيقياً و ساذجاً في كثير من الأحيان، و على مستوى الأداء السياسي الذي يبدو انتهازياً، أو مرتبكاً في أحسن الأحوال. و ينطبق ذلك على مسألة العنف، التي تشير -بدورها- إلى فارق درجة أمكن حجه (مرحلياً) تحت غطاء المواءمة السياسية، لكنه يظل كامناً في صلب البنية الاعتقادية للجماعة كما ورتتها عن ليعبر عن نفسه بشكل سافر عند انسداد الأفق السياسي".

ركزت دراسة **فيصل النقبى (٢٠٢٠) (٢٨)** على التنظيم الدولي للإخوان المسلمين، و قد "شكل تأسيس تنظيم دولي لجماعة الإخوان المسلمين عام 1982 مرحلة مهمة في مسيرة تغلغل الجماعة؛ خاصة في الولايات المتحدة و أوروبا؛ ليس لأنه يقوم بدور الذراع الخارجي للجماعة، و الدفاع عنها، و توضيح وجهة نظرها إزاء عدد من القضايا فقط؛ وإنما لأنه يعد أحد أهم مصادرها الرئيسية للتمويل، كما إنه يدير شبكاتها للمال و الأعمال، و يمتلك العديد من الأذرع الإعلامية في أوروبا؛ التي تسهل له التأثير في الرأي العام الدولي بما يخدم

مشروعها السياسي. و لهذا، عمل التنظيم على بناء مجتمعات موازية خاصة في الولايات المتحدة و الدول الأوروبية، باعتبارها تمهد للقبول بالجماعة وأيديولوجيتها، و أهدافها، التي تبدو في ظاهرها دعوية و خيرية، ولكنها في الحقيقة ذات أهداف سياسية واضحة. وقد أتاح هذا التواصل مع الدول الغربية الفاعلة، لجماعة الإخوان المسلمين هامشاً للحركة داخل هذه الدول، استغلته ليس فقط في تعزيز تغلغلها في المجتمعات الغربية، و إنما أيضاً في الترويج للجماعة، ومهاجمة العديد من أنظمة الحكم العربية، خاصة بعد الثلاثين من يونيو ٢٠١٣".

تناولت دراسة **بشرى شيبوط (٢٠١٨)** (٢٩) إشكالية الدولة و الإسلام السياسي في العالم العربي، و وجدت "إن دول العالم العربي قد شهدت العديد من التحولات و التغييرات في المشهد السياسي والنظام الإقليمي في إطار حركات التغيير في أوائل ٢٠١١؛ حيث برز دور فاعل للحركات والأحزاب الإسلامية في عملية الانتقال السياسي في المنطقة، و التي كانت أكثر تنظيماً، و حضوراً، و ثقلاً سياسياً، مما كانت عليه في مراحل سابقة؛ و هو ما ظهر في الانتخابات التشريعية التي فازت فيها حركة النهضة في تونس، و حزب العدالة و التنمية في المغرب، ثم حزب الحرية و العدالة في مصر. كما كشفت موازين الصراع المحتدم في سوريا، و ليبيا، و اليمن، و العراق، موقفاً متقدماً لهذه الحركات والأحزاب في مواجهة الخيار العسكري بأبعاده الإقليمية و الدولية في إطار التدخل الدولي لحماية حقوق الإنسان، و الحركة المضادة للثورة التي انقلبت على الآلية الديمقراطية. و اليوم، و بعد مرور ستة أعوام على ما عرف في مرحلة من المراحل بالربيع العربي، تواجه الكيانات والقوى السياسية الإسلامية تحديات مختلفة محلياً، و إقليمياً، و دولياً، إثر تمكن الدولة العميقة، و شبكة المصالح الإقليمية و الدولية، من تعطيل عملية الانتقال الديمقراطي و الانقلاب عليها، و العودة إلى ممارسة الحكم بصورة أكثر توحشاً في بعض الدول العربية؛ مما أدى إلى تحولات عميقة في صلب هذه الكيانات و القوى، طالت مستويات متعددة فكرية، و تنظيمية، و سياسية".

طرحت دراسة **خليل العناني (٢٠١٣)** (٣٠) أسباب فشل جماعة الإخوان في الحكم، "فقبل ثمانين عاماً وضع مؤسس جماعة الإخوان المسلمين و منظرها الأول حسن البنا ثلاثة مراحل مهمة لتحقيق أهداف الجماعة: مرحلة الدعاية و التبشير بالفكرة، و مرحلة التكوين و اختيار الأنصار و الأعضاء، و مرحلة التنفيذ و العمل و الإنتاج. و على مدار العقود الثلاثة الماضية، نجحت الجماعة في إنجاز المرحلتين الأولتين بشكل واضح؛ إذ انتشرت أفكار البنا و جماعته إلى خارج حدود مصر، و تجاوز عدد أعضاء الجماعة و فروعها مئات الآلاف في العالمين العربي و الإسلامي، و كذلك أوروبا و أمريكا. أما المرحلة الثالثة، فقد بدأت و انتهت سريعاً مع سقوط محمد مرسي. و قد كانت الأيديولوجيا حاضرة بقوة في المرحلتين الأولتين، و كان من المفترض أن يقل حضورها في المرحلة الثالثة، و لكن ما حدث هو العكس؛ حيث ظلت معايير معايير الولاء و الانتماء الفكري أو التنظيمي و الأيديولوجي للجماعة هي المحك في رسم سياساتها و تنفيذ برامجها".

أوضحت دراسة **بشار حسن يوسف و وجيه عفتو علي (٢٠١١)** (٣١) العنف في فكر و سلوك جماعة الإخوان المسلمين؛ "حيث أكد سيد قطب في كتابه (معالم في الطريق) جاهلية المجتمع و تكفير الحاكم، و طالب بإيجاد حركة إسلامية تواجه جاهلية اعتقادية تصورية تقوم

عليها أنظمة واقعية عملية تسندها سلطات ذات قوة مادية؛ و من ثم تواجه هذا الواقع كله بالدعوة و البيان لتصحيح المعتقدات و التصورات، و تواجه بالقوة و الجهاد لإزالة الأنظمة و السلطات القائمة عليها. و هناك من يرى إن أعمال العنف و الإرهاب بدأت في مصر منذ نشأة جماعة الإخوان المسلمين؛ إذ أنشأ حسن البنا نظام الكشافة الذي ما لبث أن تحول عام ١٩٤٠ إلى نظام خاص؛ و هو جناح عسكري وسري منفصل عن الجماعة تابع للمرشد العام مباشرة، و هذا التنظيم العسكري هو الذي قام بأعمال العنف و الإرهاب؛ إذ فتح التشكيل باب استخدام العنف في الحركة الإسلامية المعاصرة، فرغم واقعية جماعة الإخوان المسلمين السياسية، إلا أنها لم تكن بعيدة عن تكريس مبدأ العنف السياسي في إطار الجماعة الإسلامية المعاصرة، بل و إعطائها شكلاً تنظيمياً أو مؤسسياً من خلال النظام الخاص".

على النطاق المصري، رصدت دراسة **سامح عباس (٢٠١٩) (٣٢)** "الرؤية الإسرائيلية تجاه جماعة الإخوان المسلمين، عن طريق تحليل كل ما صدر عن المراكز البحثية، و التحليل الأمني والسياسي في إسرائيل، سواءً كانت مراكز مخابراتية أو أكاديمية، و لا سيما بعد ٢٥ يناير ٢٠١١. و توصلت إلى أن إسرائيل ترى إن جماعة الإخوان المسلمين تستخدم مصطلح الديمقراطية، و لكن كوسيلة تكتيكية للسيطرة على الدول، و بمعنى الديمقراطية الإسلامية التي تقوم على حكم الشريعة الإسلامية، و على نموذج الشورى، و لا تمت هذه الأفكار بأي صلة لأفكار الديمقراطية الليبرالية؛ بما في ذلك حقوق الأقليات، و حريات الأفراد، و سلطة القانون، و التعددية ... الخ. كما إن كل الأنظمة الحاكمة اعتبرت الجماعة خصمها الرئيس؛ حيث تقيم الجماعة شبكة قطرية من الخدمات الاجتماعية، و الصحية، و التعليمية، و الدعوية، و الرفاهية، مع الاستعانة بمصادر تمويل متنوعة – معظمها من خارج مصر – تمثل بديلاً للتعاطي غير الناجع من جانب أجهزة النظام مع احتياجات و مشاكل المواطن البسيط. كما يعتبر المزج بين النشاط الاجتماعي و ملاء الفراغ الذي خلفه النظام، و بين نشر رسالة دينية – ثقافية أصيلة تخاطب شرائح عريضة من المواطنين، بمثابة أحد مصادر الشعبية العريضة للجماعة لدى الجمهور المصري، التي كانت لعنة في نظر النظام المصري. و توصلت دراسات إسرائيلية بأن الإسلاميون جاؤا ليتولوا السلطة أو ليؤدوا دوراً رئيساً فيها بأيدولوجية متماسكة تبلورت على مدى ٨٠ عاماً أو أكثر مع منظومة قيم و معتقدات منظمة، و لكن بدون خطة عمل. ففي ٢٥ يناير ٢٠١١ تمكنت الجماهير من السيطرة على الميدان، و أدركوا مدى قوتهم و سطوتهم في لحظة نزولهم إلى الشارع؛ مما أدى إلى وضع جماعة الإخوان في مقدمة ساحة الأحداث، و استغلوا الوضع مستعينين في ذلك بتجربتهم الطويلة و الممتدة من أجل الإسلام السياسي. و حظيت العلاقات الخارجية للإخوان باهتمام كبير من جانب إسرائيل و خبراءها البحثيين، على اعتبار إن لها تأثيراً مباشراً على مسيرة وصول الجماعة إلى سدة الحكم في مصر. وضع الموساد تقريراً ذكر فيه علاقة الإخوان المسلمين بالولايات المتحدة الأمريكية، و حدده في سعي أعضاء الجماعة لفتح حوار مع جماعات في المجتمع الأمريكي (أي منظمات اجتماعية، و جمعيات، و أكاديميين، و مفكرين) و ليس مع الإدارة الأمريكية نفسها. و قد حظيت الجماعة بالشرعية التي لم تكن تتوقعها أبداً من جانب القوة الأكبر في العالم و هي أمريكا بعد ٢٥ يناير؛ و هذا لرغبة أمريكا الجامعة لمعرفة ما يدور في مصر. و في أوروبا، قام قياديو الجماعة بشغل مناصب بارزة و رائدة في بناء و إدارة شبكات المنظمات الإسلامية، التي أنشأت حسب

النموذج التنظيمي و الفكري للإخوان المسلمين في مصر. و رأى خبراء الموساد بأن فوز محمد مرسي بالرئاسة في مصر هوبمثابة انتصار للإسلام السياسي الذي لا يفصل بين الدين والدولة، و الذي يتطلع لفرص الشريعة الإسلامية كأسلوب حياة، و لكن في حالة حفاظ المجلس العسكري على قوته؛ فيمكن التوقع بأن انعكاسات فوز مرسي بالرئاسة على إسرائيل ستكون محدودة للغاية".

اهتمت دراسة **عادل خضر (٢٠١٨) (٣٣)** بتحليل الدلالات النفسية لثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣، و قد حللت الدراسة مجموعة من العناصر بدءاً بالثورة، مروراً باعتصام رابعة العدوية، و انتهاءً بفضه، و ما حدث بعد الفض. "و كانت أهم الشعارات التي كان يهتف بها الإخوان في مسيراتهم واعتصامهم برابعة والنهضة، و ذلك بعد ثورة ٣٠ يونيو، و خلع مرسي، و سقوط تنظيم الإخوان المسلمين وحزب الحرية والعدالة ما يلي: قادم قادم يا إسلام - يا الله يا الله انصر مرسي و اللي معاه - يسقط يسقط حكم العسكر - بالروح بالدم نفديك يا إسلام - الجيش و الشرطة و الشعب ايد و سخة.

أما عن رد فعل الإخوان المسلمين بعد فض اعتصامي رابعة و النهضة، صدرت التعليمات من قيادات الإخوان لأعضاء الجماعة و أنصارهم من الجماعات الإسلامية لتنفيذ خطة (حرق مصر) متبعين في ذلك سياسة الأرض المحروقة، و التي يمكن رصدها على أرض الواقع و وفقاً لما تم بالفعل على النحو التالي: اقتحام و حرق أقسام الشرطة - تأجيج الفتنة الطائفية - اقتحام و حرق مباني المحافظات و مجالس المدن - قطع الطرق و إحداث فوضى في الشارع - تنظيم المسيرات اليومية بالقاهرة و المحافظات - الاستقواء بالخارج: لجأت قيادات جماعة الإخوان و على رأسهم محمد البلتاجي إلى الاستقواء بالخارج، و طلبوا من أمريكا و الاتحاد الأوروبي التدخل لحمايتهم مما وصفوه باستهداف الأمن لهم - اتباع سياسة الاغتيالات تجاه جهاز الشرطة - حرق سيارات الشرطة - الإحساس بالمذلة و الهوان و الانكسار: لقد فقد عناصر الإخوان المعتصمون برابعة السند الحامي لهم بعد القبض على العناصر الإرهابية التي تمركزت برابعة و قتل الكثير منهم؛ مما أدى إلى تعاضم شعورهم بالضعف و الهوان، و فقدان السند و تنامي لديهم الإحساس بالخذلان بعد هروب قيادات الإخوان من رابعة العدوية و تركهم يواجهون مستقبلاً مجهولاً في مواجهة قوات الأمن - استعطاف الناس لانحيازهم للإخوان و اللجوء إلى الله في الدعاء - رسائل البلتاجي و العريان عبر قناة الجزيرة: بعد هروب محمد البلتاجي و اختفائه بعد فض اعتصام رابعة العدوية، ظهر في عدة تسجيلات تليفزيونية عبر قناة الجزيرة القطرية. و قد كانت رسائل البلتاجي و العريان موجهة لاستعداد أمريكا و أوروبا ضد مصر و القوات المسلحة، و الإيهام بوجود معارضة بالملايين ضد الفريق أول عبد الفتاح السيسي صاحب الانقلاب - حسب اعتقاد جماعة الإخوان - و كانا يطالبان الإخوان باستمرار تصعيدهم ضد سلطة الانقلاب كما يدعون - المتاجرة باسم ٢٥ يناير: بعد تيقن الإخوان إنهم خرجوا تماماً من قمة السلطة بمصر، و خصوصاً بعد فض اعتصامي رابعة و النهضة، أرادوا أن يتاجروا بالثورة، بكونهم من ساعد على نجاح ثورة ٢٥ يناير.

و حتى لا يخرج الإخوان من المشهد السياسي بعد ثورة ٣٠ يونيو دون منفعة، هم يظهرهم اعترافهم بثورة ٢٥ يناير و يطالبون بالمحافظة على مكتسباتها، و لا يعترفون بثورة ٣٠ يونيو ويعتبرونها انقلاباً على الشرعية فاده الفريق أول السيسي و القوات المسلحة.

و بدراسة الدلالات النفسية لرد فعل الإخوان بعد فض اعتصامي رابعة و النهضة، نجد إنهم قاموا باستهداف أربعة أماكن بالتعدي و التخريب، و هي: (١) أقسام الشرطة: لإدراكهم إنها هي التي أسقطتهم في ثورة ٣٠ يونيو، و يدل اغتيالهم لقيادات و جنود الشرطة على اعترافهم بأن الشرطة هي سبب هزيمتهم. (٢) حرق مباني المحافظات: لرفضهم للنظام الجديد الذي أطاح بمحمد مرسي، و المحافظين التابعين للإخوان. (٣) حرق الكنائس: للانتقام من الإخوة المسيحيين؛ لإدراكهم بأنهم أدوا دوراً مهماً في الإطاحة بالإخوان في ثورة ٣٠ يونيو، و العمل على تأجيج الفتنة الطائفية. (٤) حرق مباني المحاكم: لإدراكهم بأنهم سوف يمثلون أمامها بعد أن تم عزل رئيسهم و خروجهم من السلطة. كذلك معاداتهم للقضاء و ناديه برئاسة الزند، الذي وقف أمام مرسي و نائبه الخاص. و أيضاً لأن القضاء هو الذي اتهم مرسي بالتخابر، و الهروب من السجن، و قتل المتظاهرين، و تم حبسه على ذمة التحقيق".

لخصت دراسة ياسين عبد الهادي (٢٠١٧) (٣٤) دور الحركات الاحتجاجية في مصر ما بين فترتي ٢٠١١ - ٢٠١٧، و نركز هنا على احتجاجات ٣٠ يونيو، حيث "أدت الحركات الاحتجاجية دوراً في الحشد للمظاهرات في ٣٠ يونيو؛ و قامت باستغلال العديد من الأخطاء التي وقع بها النظام بتوضيحها إلى أفراد الشعب؛ لحثهم على النزول إلى الميادين للمطالبة بإسقاط النظام. و لكن بعد ٣٠ يونيو، و نجاح التظاهرات و الاحتجاجات في تحقيق أهدافها، بدأت الانقسامات، و الانتشاقات، و الاختلافات، تطول الحركات الاحتجاجية الموجودة على الساحة السياسية؛ و من ثم بدأ التراجع في دورها. حيث بدأت الخلافات بين و داخل الحركات الاحتجاجية بعد فض اعتصامي رابعة و النهضة؛ فأصدرت جبهة الإنقاذ الوطني بياناً تؤيد فيه فض الاعتصام و وقفها إلى جانب الجيش و الشرطة و دعمها الكامل لهم، و دعوتها للشعب المصري بأن يدافع عن ممتلكاته و منشآت الدولة. و في نفس الوقت نجد أن دمحمم البردعي قدم استقالته اعتراضاً على استخدام العنف في فض الاعتصام، و أصدرت جبهة الإنقاذ الوطني بياناً آخر تعلن فيه إن استقالة البرادعي لا تمثل تعبيراً عن موقف الجبهة، و إنه تم تقديمها دون الرجوع إليها. بالإضافة إلى قيام خالد داود - المتحدث الإعلامي باسم الجبهة - بتقديم استقالته اعتراضاً على طريقة فض الاعتصام. و كانت حركة ٦ أبريل تؤيد ما حدث في ٣٠ يونيو من تدخل الجيش لتنفيذ إرادة الشعب، لكن بعد الفض- و بينما كانت حركة تمرد تؤيد ذلك الفض و إجراءاته -هاجمت ٦ أبريل ذلك الفض وبدأ موقفها يتحول من مؤيد إلى معارض".

كانت دراسة حنان كيلاني (٢٠١٥) (٣٥) عن الصورة الذهنية لتنظيم الإخوان المسلمين لدى المصريين قبل و بعد ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣ و ذلك بالمقارنة بين برنامجي (هنا العاصمة) على قناة CBC المصرية المضادة للإخوان و برنامج (بلا حدود) على قناة الجزيرة القطرية الموالية للإخوان. و كانت من أهم نتائجها، "اهتم برنامج (بلا حدود) قبل ٣٠ يونيو بتكوين صورة إيجابية عن الإخوان المسلمين، و كان معظم تركيزه على الموضوعات الاقتصادية. أما بعد ٣٠ يونيو، تم التركيز على الموضوعات السياسية؛ كتنكرار إن ما يحدث هو انقلاب عسكري، و الدور السيء للمؤسسة العسكرية، و تشويه صورة الجيش المصري و الشرطة، مع تزايد الإصرار على إيجابيات تنظيم الإخوان المسلمين؛ بأن لهم حق في الشرعية، و يسعون إلى مواجهة الفساد و إصلاح مؤسسات الدولة.

أما برنامج (هنا العاصمة)، فكان يركز قبل ٣٠ يونيو على الموضوعات السياسية، ثم الاقتصادية. وتراوحت الموضوعات التي تم عرضها عن الإخوان المسلمين بين الإيجابية والسلبية؛ حيث تم إبراز سماتهم الإيجابية؛ بأنهم يسعون للتشاور مع الأحزاب، و إن الرئاسة تستمع للمطالب ولا تتفصل عن الواقع، و إن من أهم إيجابيات تنظيم الإخوان المسلمين عودة العلاقة الطيبة بين الشرطة والشعب، و إنهم تنظيم لديه أعضاء ذوي عقل واتزان، و لديهم تجربة اجتماعية و دعوية ناجحة. أما عن سماتهم السلبية، فقد أوضح البرنامج الرفض الشعبي لهم قبل ٣٠ يونيو، و عدم قدرتهم على التعامل مع الأزمات، و العنف ضد المتظاهرين، و إنهم جماعة كاذبة تتاجر بالدين، و الصدام مع جميع مؤسسات الدولة، و تجاهلهم للمعارضة. أما بعد ٣٠ يونيو، استمر التركيز على الموضوعات السياسية أيضاً و التي تعكس صورة تنظيم الإخوان المسلمين التي تتضمن؛ الإرهاب، و العنف، و نشر الأكاذيب، و التحريض على المظاهرات المسلحة، و حدوث الصدام بينهم و بين الشعب، و حدوث وفيات، و متاجرتهم بالدين، و اعتصام رابعة العدوية المسلح، و تزايد الأعمال الإرهابية في سيناء، و ساءت الصورة الذهنية لهم، و أصبحت سلبية بعد مرحلة تمكينهم من الحكم، و ازدادت سلبية بعد ٣٠ يونيو و مطالبتهم بتدخل دول أجنبية".

طبقت فيروز عبد العزيز (٢٠١٤) (٣٦) أداة الملاحظة بالمشاركة عن طريق تواجدها في الاعتصام طيلة فترة تواجد المعتصمين، و مغادرتها قبل فضاء بيومين فقط. و توصلت للنتائج التالية:

- ١- "حشدت جماعة الإخوان المسلمين بكل قوتها لإجبار المعتصمين على البقاء؛ عن طريق الحرب النفسية و إقناعهم بأشياء غير حقيقية، و عن طريق المال الذي تدفعه لللبطاء ليأتوا من قراهم البعيدة. و من الفناعات التي تم ترسيخها في أذهان المعتصمين:
- إنهم متواجدون في الميدان من أجل عودة الرئيس المسلم المؤمن؛ دفاعاً عن الإسلام، و الدعوة إلى دين الحق؛ لذا يجب محاربة الجيش، و الشرطة، و المعارضين الخونة الكفار، الذين يحاربون الإسلام و يتصدون لإقامة الدولة الإسلامية. و إن عليهم حمل السلاح في وجه الدولة الكافرة حتى ينتصروا أو ينالوا الشهادة؛ لأن الحق لا يؤخذ إلا بالقوة، مع ربطهم ما حدث في غزوات المسلمين في عهد الرسول صل الله عليه وسلم بالصراع السياسي.
- حرص الإخوان على إشاعة رسائل معينة بين الفئة الأقل تعليماً، و الأكثر فقراً؛ بأن أخلاقهم مهددة، و تدينهم في خطر، و إن من عزلوا مرسي يريدون نشر الفسق و الفجور في الشارع المصري، و بأن أمريكا و اليهود يريدوننا مثلهم؛ تسير النساء عرايا في الشارع، و ينتهي الإسلام، و نصبح مثل الكفار.
- هناك قناعة لدى المعتصمين بأن الإخوان المسلمين أكثر الناس تديناً، و سلمية؛ لأن لديهم جمعيات يعلمون الناس من خلالها القرآن، و الصلاة، و الصوم، و يساعدون الغلبة، و ينشرون الدين.
- يقتنع المعتصمون بأن من خرجوا في (٣٠ يونيو) لا يمثلون الشعب المصري، و إنهم أعداد قليلة مقارنة بالأعداد التي تأتي إلى ميدان رابعة، و أعداد الإسلاميين و المتعاطفين معهم أكثر بكثير، و إن الموجودين بالميدان من كل فصائل المجتمع، و

- فصيل الإخوان لا يتميز إلا بميزة واحدة؛ وهي إن الرئيس الشرعي كان عضواً بالجماعة، و إن عودة هذه الملايين لمنازلهم مستحيلة قبل عودة الرئيس الشرعي للبلاد.
- أفتعت الجماعة المعتصمين بوجود بلطجية أرسلتهم وزارة الداخلية لاصطياد من يتركون الاعتصام. كما أفتعتهم بكذب المنشورات التي كانت تلقيها الطائرات التي تحلق فوق سماء الميدان، تطالب المعتصمين بفض الاعتصام و العودة إلى منازلهم مع توفير الحماية لهم، وضمان عدم ملاحقتهم، و حذروهم بأن الأمن سيلاحقهم فور خروجهم من الميدان.
- ٢- تواجدت جنسيات مختلفة في الاعتصام، و ظهر ذلك من ملامحهم، و لهجاتهم؛ حيث تواجد السوريون بكثرة، و الفلسطينيون.
- ٣- تواجدت أسلحة مختلفة في الاعتصام، و تنوعت ما بين عصيان خشبية ضخمة ذات رؤوس ومقابض حديدية، و أسلحة بدائية تشبه الخرطوش، كما كان صفوت حجازي يحمل سلاحاً، و يحيط به مساعده من كل الاتجاهات و هم مسلحون. و أيضاً، انتشرت الأسلحة البيضاء بالميدان و التي يشهرها المعتصمون بلا خوف و يعلنون نيتهم استخدامها في حالة قدوم قوات الأمن لفض الاعتصام. و كان الميدان يتابع كل ما يُكتب بالصحافة الغربية حول الأحداث بمصر، و من بين هذه التغطيات، مقال الكاتب البريطاني الشهير روبرت فيسك بصحيفة (الإنديبندنت). و لفت فيسك إلى أن جماعة الإخوان المسلمين تقول إن رجالها غير مسلحين، على الرغم من أن الرجل الذي يحرس جراحاً للسيارات، و الذي رافقه إلى المستشفى، كان يحمل (كلاشينكوف). وكان المفسرون للمقال لا يتحدثون إلا عن تحميل كاتب المقال مسؤولية الدماء للسيسي، وصوروا الأمر كما لو كان العالم كله يؤيد المعتصمين و يعارض السيسي. و كانت المفارقة في حديث المعتصمين عن دعوة صفوت حجازي كثرين أشتون - مسؤولة السياسة الخارجية بالاتحاد الأوروبي - و معها وفد دولي؛ لتفتيش ميدان رابعة العدوية، كما وجه ذات الدعوة لكل المنظمات الحقوقية و الإنسانية لتأتي إلى ميدان رابعة العدوية، و يصعدوا فوق كل أسطح العمارات لبحثوا عن الأسلحة التي يتحدث عنها الإعلام المصري الكاذب الذي يضلل الرأي العام تجاه الاعتصام السلمي و المعتصمين السلميين. و على الرغم من أن المعتصمين يعلمون كذب هذا الحديث، و بعض من يرددونه يحملون الأسلحة بين طيات ملابسهم، إلا إنهم يكررون هذه العبارات بجديّة شديدة. و قد مررت ببعض المدارس الواقعة في محيط (رابعة)، يتولى شباب الجماعة حراسة هذه المدارس، ترددت أقاويل حول تخزين الأسلحة داخل هذه المدارس؛ والحراسات الشديدة تعزز هذه الفرضية.
- ٤- كانت هناك غرفة تعذيب داخل جراح (طبية مول)، مخصصة لتعذيب المقبوض عليهم من قبل اللجان الشعبية بعد عرضهم على المنصة الرئيسية. أخرجت الكارنيه الخاص بالدراسات العليا لأخبره بأنني طالبة بالدراسات العليا بكلية الإعلام، و لا أعمل مع أحد، بل أقوم بالتصوير و نشر عملي على مواقع التواصل الاجتماعي لنشر حقيقة الاعتصام السلمي، و قبل أن أنهى حديثي التقت الشاب لشاشة اللاب توب التي تظهر عليها صور لقتلى و مصابين و بعض أعضائهم متناثرة، و لاحظ اتجاه نظري إليها؛ فقام بإغلاق الجهاز و قال للرجل بصوت غاضب: ليس عندي أي وقت للحديث، خذها من هنا، دفعني

الرجل للخارج و أسرعت بالخروج و النجاة بنفسه، و كنت قد لاحظت وجود بعض أدوات التعذيب بالخيمة، و جعلني هذا أقسم بعدم عودتي للاعتصام مرة أخرى حال نجاتي.

٥- فيما يتعلق بما حدث عند دار الحرس الجمهوري، فقد شبه المعتصمون من ذهبوا بفرسان الحروب الإسلامية، و ظلوا يتحدثون عن قدراتهم، و إنهم مدربون و لديهم قدرة قتالية عالية تجعلهم يتصدون للقوات العسكرية، و يفكون أسر الرئيس و يعودون به للميدان. كان كل حدث يشبهونه بأحداث تاريخية؛ إما وقعت أيام الرسول صل الله عليه و سلم أو في عصر الدولة الإسلامية. و كان واضحاً من الصور التي يتم عرضها في الميدان إن هناك إصراراً على تشويه سمعة الجيش؛ حيث كان أحد البانرات يحمل صوراً لأشلاء يدعون أنها ضحايا الاشتباك مع قوات الحرس الجمهوري، لكنني لم أستطع تقبل الأمر، و لم أقتنع بهذا الملصق. و في وقت لاحق علمت أنهم يستعينون بصور ضحايا لأحداث من خارج مصر، و يضعونها على لافتاتهم زاعمين إنهم من ضحايا الإخوان. كانت المنصة الرئيسة تقول كلاماً عن تدخل دولي رداً على مقتل المعتصمين في الاشتباكات مع قوات الحرس الجمهوري، و ضرورة تصعيد الأحداث و الانتشار بالميدان في جميع المحافظات. و تطرق الحديث إلى (سيناء)، و كيف أن (الأخوة المجاهدين) سيجعلون (العسكر) يدفعون الثمن باهظاً.

٦- يظهر تحت ملابس بعض المعتصمين جهازاً أشبه بالتليفون اللاسلكي، و فيما بعد عرفت إنها هواتف (الثرية)، و قد شاهدت التليفون ذاته مع أحد حراس صفوت حجازي.

٧- كان الكلام الذي يُقال على المنصة يتناقض كثيراً مع ما يُقال و يحدث داخل الاعتصام، حيث قال محمد بديع مرشد الإخوان: نحن نعيد حقوق المصريين إليهم من محاولة دنيئة للاستيلاء على السلطة، إن ثورتنا سلمية و ستظل سلمية، و سلميتنا أقوى من الرصاص و من الدبابات و المصفحات، لن نترك الميادين حتى نرفع رئيسنا المنتخب فوق الأعناق".

هدفت دراسة **هاني عبده (٢٠١٣) (٣٧)** إلى "دراسة الحضور الديني داخل المجال العام السياسي بالتطبيق على التحول السياسي في مصر خلال السنوات الثلاث الأخيرة. و توصلت الدراسة إلى أن الحضور الديني في ثورة ٢٥ يناير تجسد في عدة مظاهر منها: الحضور التعبوي؛ من خلال استخدام المساجد في العديد من محافظات مصر في حشد المتظاهرين و انطلاق المسيرات، و الحضور الرمزي؛ و الذي تجسد في استخدام الشعارات الدينية، و تحديد مواعيد التظاهرات بعد أداء الصلوات، كما كان للخطب الدينية دور فاعل من خلال حث المصلين على أهمية المشاركة السياسية؛ و منها أهمية الذهاب إلى صناديق الاقتراع و الاستفتاء على التعديلات الدستورية، و أيضاً الاستفتاء على مسودة مشروع الدستور الجديد. و الحضور السياسي؛ الذي برز من خلال ظهور الجماعات الدينية كقوة فاعلة سياسية داخل المجال العام؛ و منها على سبيل المثال جماعة الإخوان المسلمين و التيار السلفي. و الحضور المؤسسي؛ الذي تمثل في دور المؤسسة الدينية الرسمية؛ التي تمثلت في كل من الأزهر و الكنيسة، حيث كان لهما مواقف ظاهرة و كامنة داخل المجال العام السياسي؛ و تمثلت في إصدار التصريحات و الفتاوى، و صوغ الوثائق و المبادرات، و كذلك مقابلة رجال الدين عدداً من التيارات السياسية لتحقيق الاستقرار داخل المجتمع".

بناءً على العرض السابق للتراث النظري الخاص بجماعة الإخوان المسلمين، نلاحظ توافقاً بين نتائج الدراسات على النطاقات الثلاث؛ العالمي، و العربي و المصري. حيث

تناولت جميعها أسباب صعود جماعة الإخوان المسلمين، و حددتها في تقديمها مساراً بديلاً للتنمية بتقديم خدمات اجتماعية، و ضعف الأحزاب السياسية الأخرى أمامها بعد ٢٥ يناير ٢٠١١، و قوة هيكلها التنظيمي الذي حافظ على استمراريتها حتى بعد عزل محمد مرسي، و تجنيدها للشباب في أوروبا، و سيطرتها على منظمات إسلامية تقدم خدمات متنوعة، و أذرعها الإعلامية في أمريكا و أوروبا، و الحصول على تمويل لأنشطة الجماعة. أما أسباب سقوطها، فأجمعت الدراسات على إنها تركزت في أيديولوجيتها المحافظة، و جمودها الفكري، و تعطشها للسلطة، و فشلها الاقتصادي و السياسي، و مهاجمة القوات المسلحة، و الاستقواء بالخارج.

تناولت الدراسات على جميع النطاقات عنف الجماعة، و اهتمت دراسة على النطاق العالمي بالتناول الإعلامي للجماعة في وسائل الإعلام الأمريكية، و على النطاق المصري بالتناول الإعلامي للجماعة في وسائل الإعلام المصرية. و انفردت الدراسات المصرية بدراسة فض اعتصامي رابعة والنهضة من حيث؛ تناولهما في وسائل الإعلام المصرية، و دلالاتهما النفسية لدى جماعة الإخوان المسلمين، و موقف الحركات الاحتجاجية المصرية منهما، و ما حدث داخل اعتصام رابعة العدوية على وجه الخصوص.

٢- دراسات تتعلق بالتسويق السياسي:

على النطاق العالمي، تناولت دراسة محرناز أليزاده، و محمد سيد أبادي، و داتيس خاجيهيان (٢٠٢١)^(٣٨) "كيفية اختيار مزيج من وسائل الإعلام لإحراز النصر في حملة انتخابية سياسية. وتوصلت إلى أن هناك ثلاث خطوات رئيسية يجب اتباعها على الترتيب، و هي: (١) اختيار الجمهور المستهدف، (٢) صياغة الرسالة طبقاً للجمهور المستهدف، (٣) اختيار مزيج من وسائل الإعلام الفعالة التي تسهم في إيصال الرسالة للجمهور المستهدف".

اهتمت دراسة زاركو ستيلين، و ماريو بانوزي، و إيفان روزي (٢٠٢٠)^(٣٩) "بإجراء بحث على ناخبي الوحدة الانتخابية الرابعة والثامنة خلال حملة للبرلمان الكرواتي في عام ٢٠١٦، إحدى الوجدتين ريفية، و الأخرى حضرية. و توصلت إلى أن التعرض للتسويق السياسي في البيئة الرقمية يكون أعلى بين ذوي التعليم العالي، و لكن مع ذلك يكون تأثيره منخفض نسبياً. و السبب في ذلك، افتقار الشباب للاهتمام بالسياسة؛ مما يعني حاجة الأحزاب السياسية لتبني استراتيجية تسويق مستمرة، مع التركيز على الناخبين ذوي التعليم العالي الذين تقل أعمارهم عن أربعين عاماً؛ لتحقيق انتصار طويل الأمد على المشهد السياسي الكرواتي".

تمحورت دراسة تاو تون (٢٠١٦)^(٤٠) حول معرفة "مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الحملات الرئاسية، و ما إذا كانت ستؤدي دوراً كبيراً في الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ٢٠١٦ كما فعلت في الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعامي ٢٠٠٨ و ٢٠١٢، و خاصة تأثير المعلومات السياسية التي تعرضها على قرار تصويت جيل الألفية كأكبر جيل حي في البلاد. تشير نتائج الدراسة الاستقصائية إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للمعلومات السياسية يؤثر بالفعل على قرار تصويت جيل الألفية في الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠١٦، و مع ذلك - بالنسبة لبعض المرشحين - فإن الأيديولوجية السياسية هي الأقوى".

ركزت دراسة دارين ليليكير (٢٠١١)^(٤١) على "الحاجة لدمج التسويق السياسي مع أنشطة العلاقات العامة لاكتساب وضوح في الرؤية؛ و يتحقق ذلك نتيجة لتركيز التسويق السياسي على إدارة وسائل الإعلام، و اكتساب حيل دعائية بأن تصبح صاخباً. و يعكس هذا

مدخلاً إجرائياً للتسويق؛ و الذي يتطلب صخباً في الاتصالات التسويقية لتحقيق جذب الانتباه، على الرغم من كون ذلك مشابهاً للإقناع قصير الأمد؛ للالتزام بفعل واحد أكثر من خلق علاقات طويلة الأمد".

هدفت دراسة **ستيلا زيدا (د.ب)**(٢٠٢٢) "إلى دراسة ما إذا كان الاستخدام السياسي لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك للبحث عن المعلومات، يمكن أن يقود المستخدمين إلى المشاركة السياسية. وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يعد متغيراً مهماً في التنبؤ بالمشاركة السياسية في سياق يشعر فيه الأفراد بالقدرة على أداء عدد من السلوكيات السياسية التي من شأنها إحداث نوع من التأثيرات السياسية. وتعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز نشر المعلومات المعبأة، و المساعدة في تنظيم و تنسيق الإجراءات الجماعية، و كذلك توفير وسائل المناقشة السياسية و تبادل الآراء بين الأفراد المهتمين".

على النطاق العربي، توصلت دراسة **حيدر زايد و ياسين الطيف (٢٠٢٠)**(٢٠٢٠) إلى " وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التسويق السياسي في البرامج الحوارية و القيم الخيرية لصناعة المحتوى الإعلامي. و جاء تسويق الأخبار في المرتبة الأولى، ثم تسويق المؤسسات، ثم تسويق الأشخاص. بالإضافة إلى عدم اهتمام البرامج بصدق المعلومات التي تسوقها للجمهور".

خلصت دراسة **سعد آل سعود (٢٠١٧)**(٢٠١٧) إلى "تصدر وسائل الاعلام الاجنبية قائمة المصادر التي ساعدت الناخبين المصريين في الحصول على المعلومات و اتخاذ قرار التصويت لمرشح الرئاسة المصري في انتخابات عام ٢٠١٢ و ٢٠١٤، يليها مواقع الانترنت وشبكات التواصل، حيث حلت ثانياً بانتخابات ٢٠١٢، و ثالثاً ٢٠١٤".

هدفت دراسة **ريبة مصطفى و عبد الرحمن درويش (٢٠١٦)**(٢٠١٦) إلى تحليل وتفسير أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي وطبيعة العلاقة بينهما، و توصلت إلى مجموعة من النتائج من أهمها: سهولة الاطلاع و معرفة محتوى المواد المنشورة المكتوبة و الصور الفوتوغرافية و مقاطع الفيديو المتعلقة بالقضايا السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي، و توفيرها مساحة واسعة لحرية النشر و التعبير. و تؤدي تلك المواقع دوراً مهماً في التسويق السياسي كوسيلة اتصالية فعالة بيد الأحزاب السياسية؛ لما تشكله من بيئة سياسية مثيرة للاهتمام في مجال الاتصال السياسي للتواصل و التفاعل المباشر بين الكيانات السياسية من جهة، و شرائح مختلفة من المجتمع من جهة أخرى".

تمحورت دراسة **عبد الله الرعود (٢٠١٢)**(٢٠١٢) حول "التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. و توصلت إلى أن دورها انحصر في أربعة أدوار، هي على الترتيب: مقاومة الرقابة، و الحجب، و الدعاية في الإعلام الرسمي. و التأثير على الرأي العام المحلي، و الإقليمي، و الدولي. و التهيئة و التحريض على الاحتجاجات. و أخيراً، التأثير على وسائل الإعلام التقليدية".

ألقت دراسة **جمال العيفة (٢٠٠٧)**(٢٠٠٧) الضوء على استخدام الاتصال الشخصي، و أكدت على إنه "لا يزال لهذا النوع من الاتصال حضوره القوي داخل المجتمع الجزائري

بمختلف فئاته، و في كل المناسبات وأبرزها المناسبات السياسية. حيث كان له دور فعال في تقوية الإقناع بجدوى ميثاق السلم والمصالحة الوطنية بنسب معتبرة، كما تم تفضيل جزء من عينة البحث لهذا النوع من الاتصال عبر تفضيلها للمناقشات الفردية. لذلك يمكن الاعتماد على هذا النوع من الاتصال في مجالات أخرى؛ كالعلاقات العامة، و التنمية المحلية، و السياسة، وغيرها من القطاعات الأخرى ذات الأهمية الاستراتيجية لمجتمعنا المتسم بطبيعته الانتقالية، التي تجمع بين العصري و التقليدي في مختلف العلاقات السياسية، و الاقتصادية، و الاجتماعية، و الثقافية".

على النطاق المصري، اهتمت دراسة أسامة سلام (٢٠٢١)^(٤٨) بالتسويق السياسي كأداة حديثة لإدارة الحملات الانتخابية، و بالتطبيق على انتخابات مجلس الشيوخ المصري التي أجريت في العام ٢٠٢٠، توصلت الدراسة للنتائج التالية: (١) يمكن للتسويق السياسي تحديد دوافع المشاركة في الاستحقاقات الانتخابية أو أسباب العزوف عنها، و اتضح إن هناك توجه كبير للمشاركة؛ كونها من الحقوق المدنية. (٢) يمكن للتسويق السياسي تحديد المعايير التي يعتمد عليها الناخب (المستهلك السياسي) في اختياره لمرشحه (المنتج السياسي)، و اتضح إن الناخبين يفضلون التيار الديني المعتدل، يليه أن يكون للمرشح تاريخ سياسي. (٣) يمكن للتسويق السياسي تحديد القضايا التي يتبناها المرشح و الوسائل، و الأساليب، و التكنيكات، المستخدمة في الحملات الانتخابية، و اتضح إن الناخبين يرغبون في أن يركز المرشح خلال حملته الانتخابية على محاربة الفساد، ثم الموضوعات الاقتصادية. و استخدم المرشحون الشعارات الجذابة أثناء حملاتهم، و اعتمدوا في وسائل الترويج على اللافتات، و الملصقات، و المطبوعات، يليها مواقع التواصل الاجتماعي".

حللت دراسة نسرين حسام الدين و غادة ثابت (٢٠١٥)^(٤٩) "مضمون الإعلانات السياسية للانتخابات الرئاسية 2014 في الصحف القومية ممثلة في صحيفة الأهرام، و الخاصة ممثلة في صحيفة الشروق. و كشفت النتائج عن تقدم قضية الإصلاح السياسي و الانتخابات، تليها العدالة الاجتماعية، و الإصلاح السياسي، و السياسة الخارجية، و حقوق الشهداء، و الانفلات الأمني، و قضايا حقوق الإنسان. و اعتمدت على الاستمالات المنطقية في الإقناع، و غلب إعلان الصورة الذهنية على عينة الدراسة، أما هدف الإعلان السياسي فتقدم التعريف بالمرشح السياسي، ثم نقد المرشح المنافس، و الحث على المشاركة في التصويت".

من خلال العرض السابق للتراث النظري للتسويق السياسي، نجد إن هناك نقاط تقاطع كثيرة بين الدراسات على كافة النطاقات العالمية، و العربية، و المصرية. فجميعها تنصب على التسويق السياسي للأحزاب السياسية و الحملات الرئاسية. و أجمعت الدراسات التي ربطت مواقع التواصل الاجتماعي بالتسويق السياسي على أهميتها في تحفيز الجمهور المستهدف على المشاركة، و التعبير عن رأيه بحرية، و التأثير على الرأي العام المحلي، و الإقليمي، و الدولي. و تميزت دراسة على مستوى كل نطاق بنتيجة مختلفة، فعلى النطاق العالمي، توصلت دراسة لأهمية اختيار وسيلة الإعلام الفعالة لإيصال الرسالة للجمهور المستهدف، و توصلت أخرى لأهمية دمج التسويق السياسي مع أنشطة العلاقات العامة. و على النطاق العربي، توصلت دراسة لأهمية الاتصال الشخصي في التسويق السياسي. أما

على النطاق المصري، فركزت دراسة على أهمية استخدام المطبوعات والملصقات في التسويق السياسي.

٣- دراسات تتعلق بالاعتصامات:

على النطاق العالمي، هدفت دراسة **جون هاموند (٢٠١٣)**^(٥٠) عن "حركة (احتلوا وول ستريت Occupy Wall Street) إلى دراسة العوامل التي جعلت من الاعتصام مرئياً، و صوت المعتصمين مسموعاً. و قد بدأ الاعتصام بتجمع بضع مئات من المحتجين في ١٧ سبتمبر ٢٠١١ في جنوب مانهاتن في شارع Wall Street رمز قلب النظام المالي للولايات المتحدة، و قاموا بالاعتصام في حديقة Zuccotti العامة. و قد قامت قوات الشرطة بفض اعتصامهم بعد شهر و بدون أي تحذير؛ حيث اقتحمت القوات الحديقة في منتصف الليل و طردت المعتصمين، ثم طوقت الحديقة تحت إشراف مجموعة من المراقبين القانونيين. و اتضح إن من أسباب تميز الاعتصام حرص المعتصمين على عدم وجود قيادة محددة، كما ساهمت المواجهات التي حدثت بين المعتصمين وقوات الشرطة و السلطات الإدارية في مدينة نيويورك، و القبض على ٢٠٠ من المعتصمين من داخل الحديقة و الشوارع المحيطة في وضع الاعتصام في بؤرة الأحداث، و لفت انتباه الرأي العام لمطالب المعتصمين و إلهامه بتكرار هذا النوع من النشاط".

ركزت دراسة **ديفيد سنو و دانا موس (٢٠١٣)**^(٥١) "على مناقشة ديناميكيات الاحتجاج وتحليلها، و تحديد مجموعة من الشروط التي تحدد متى يربح ظهور العفوية أو تفعيلها في سياق أحداث الاحتجاج. و قد تمت دراسة اثنان من أكثر أحداث احتجاج العمل الجماعي التي تم ملاحظة تأثيرها سياسياً في الخمسين عاماً الماضية أو أكثر. الأولى (حركة طلاب بكين لعام ١٩٨٩) أو (اعتصام تيانانمين في بكين - الصين)، و التي أدلى فيها قادة الطلاب بمجموعة من الروايات مثل: مشيت في الطريق و رأيت X ، أو استيقظت في الصباح و فكرت في Y، ثم قررت أن أفعل Z. بعبارة أخرى، مثلت العديد من أنشطتهم استجابات تلقائية و فردية للأحداث بدلاً من القرارات الواعية التي تم التوصل إليها بشكل جماعي من قبل منظماتهم. و الثانية (احتجاجات ميدان التحرير ٢٠١١ في القاهرة - مصر)، و التي لم تكن كلها مرتبة مسبقاً و مدروسة بعناية على إنها ثورة. و اتضح إن الأعمال العفوية تشكل جزءاً من مشهد الاحتجاج، و يعني استبعاد وجودها إغفال عنصر هام من ديناميكيات الاحتجاج. كما اتضح إن التنظيم و العفوية ليستا آليتين متناقضتين، لكن يمكنهما العمل في وقت واحد تقريباً".

تعلقت دراسة **ألبرت تشانج (٢٠٠٥)**^(٥٢) "بتحديد عدد القتلى في فض اعتصام تيانانمين في الصين. حيث استخدم الحزب الشيوعي الصيني الجيش ليقمع بالقوة مظاهرة يقودها الطلاب و التي كانت تستجمع قواها في ساحة تيانانمين في بكين في ١٥ أبريل ١٩٨٩. و كان للقمع الممارس على حركة ميدان تيانانمين صدى عبر العالم كعمل فاضح ضد الإنسانية، و خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث بدأت مجموعة واسعة من المصادر في الظهور بعد وقت قصير من الحدث، مكرسة لفضح تفاصيل حادثة ميدان تيانانمين. و مع ذلك، فإن هذه التقارير، و الكتب، و روايات شهود العيان، مرتبطة ببعضها بعضاً من خلال خيط مشترك من التناقض؛ مما يقدم روايات متضاربة عن القمع العسكري في مجالين

رئيسين: عدد الضحايا، و ما إذا كان جيش التحرير الشعبي قد قتل الطلاب داخل الميدان (مقابل أولئك الذين أغلقوا طريق الجيش فقط على الطرق الرئيسية المؤدية إلى الميدان). و في النهاية، و في ضوء التناقضات و التثويها على كلا الجانبين، فاز الحزب الشيوعي الصيني في (الحرب على الأرقام و الموقع). يعتقد معظم الصينيين عموماً إن مسؤول الحزب الشيوعي الصيني قد قدم أرقاماً و حسابات أكثر صدقاً من المصادر الغربية التي تتعارض مع رواية الحزب. يدرك الناس إنه ليس لديهم الدليل للتحقق من عدد الوفيات الذي يشعرون إنه صحيح، و تصبح التقديرات الخاصة عرضة للشك أكثر. هذا الشك، بالإضافة إلى الفناعة العميقة الجذور بين الصينيين بأن الحكومة لا تكذب أبداً بشأن الحقائق بل تسيء تمثيلها فقط؛ دفع الكثيرين إلى اتخاذ جانب الحذر و قبول المئات على الآلاف. حتى الصحافة الدولية رضخت للتغير في العلامة العشرية؛ حيث يشار إلى الموتى تقليدياً الآن على أنهم المئات وليس الآلاف. غالباً ما ينتهي الأمر في المقابلات، و الكتب، و روايات شهود العيان، إلى أن تكون عرضة لأعمال تشويه من كلا الجانبين، وهي أفعال تؤدي في النهاية إلى تحيز تفسير الأحداث التاريخية في نظر أشخاص مختلفين تماماً في أجزاء مختلفة من العالم".

حللت دراسة مكتب المؤسسات الديمقراطية و حقوق الإنسان (٢٠٠٥) (٥٣) المعلومات الواردة من اللاجئين في قبرغيزستان حول "أحداث العنف التي وقعت في ١٣ مايو ٢٠٠٥ في مدينة أنديجان الأوزبكية، و التي ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بمحاكمة ٢٣ من رجال الأعمال المحليين المشهورين. و في الساعات الأولى من يوم ١٣ مايو، اقتحم مجهولون سجن أنديجان ٧ وأطلقوا سراح المعتقلين - بمن فيهم رجال الأعمال قيد المحاكمة - من زنازينهم، وأبلغ المهاجمون المعتقلين إنه تم تنظيم لقاء في ساحة بابور Babur Square. و في الصباح، علمت المدينة بأكملها بسرعة عن الاجتماع في ساحة بابور شفهيًا، و خلال النهار انضم المزيد من الناس إلى الاجتماع، و بحلول فترة ما بعد الظهر كان هناك حشد كبير، و تم تركيب ميكروفونات في منتصف الساحة، و تحدث الأشخاص الذين خاطبوا الحشد عن مشاكلهم من البطالة، و الفقر، و فساد السلطات المحلية، و الظلم المرتبط بالاعتقالات و المحاكمات الأخيرة. أغلقت قوات الأمن الحكومية الطرق المؤدية إلى الميدان في وقت مبكر من الصباح، لكنها سمحت للناس بالمرور سيراً على الأقدام. و في وقت لاحق، ورد إن قوات الأمن فتحت النار على مدنيين عزل؛ مما أسفر عن سقوط العديد من الجرحى و القتلى على مدار اليوم. يبدو إن أحد الأسباب الرئيسية التي أبقت الناس في الميدان على الرغم من تعرضهم لإطلاق النار بشكل متكرر من قبل قوات الأمن الأوزبكية؛ هو إنهم كانوا ينتظرون الرئيس إسلام كريموف ليأتي ويستمع لهم و يحل مشاكلهم. و شملت الأسباب الأخرى الخوف من إطلاق النار في طريق العودة إلى المنزل، و التضامن، و الاعتقاد بأن قوات الأمن لن تطلق النار إذا بقي الناس معاً، كما كانت هناك نداءات من منظمي الاجتماع بعدم المغادرة، و هكذا بقي الحشد المتزايد في الميدان طوال اليوم. وهنا، شنت القوات الأمنية هجوماً كبيراً على الميدان؛ حيث هاجمت في وقت واحد من جهات مختلفة. و قد توصلت الدراسة إلى أن الاستخدام المفرط للقوة من قبل قوات الأمن أدى إلى انتهاكات جسيمة لحقوق الإنسان، حيث تشير التقارير إلى أن عمليات القتل خارج نطاق القضاء ضد المدنيين العزل، بما في ذلك الإعدام بإجراءات موجزة، ربما حدثت أثناء الاحتجاجات في الميدان و في

أعقابها. و إنه من المستحيل تحديد أي أرقام دقيقة للضحايا، ومع ذلك يبدو إن الأرقام التي قدمتها الحكومة - حتى بعد تنقيحات عديدة - تقل بشكل خطير من الرقم الفعلي".

من خلال العرض السابق للتراث النظري الخاص بدراسة الاعتصامات، يتضح لنا إن هذه الدراسات تقع في نطاق اهتمام المجال العالمي فقط. و تناولت هذه الدراسات الأسباب الداعية للاعتصامات المختلفة حول العالم و أسلوب فضها. فنجد لدينا دراسة عن حركة احتلوا وول ستريت في أمريكا، و حركة طلاب بكين و اعتصام ميدان تيانانمين في الصين، و اعتصام ميدان التحرير في القاهرة، و اعتصام أنديجان في أوزبكستان. و العامل المشترك في هذه الاعتصامات عدم الترتيب المسبق للاعتصام، و فض قوات الشرطة لها بالقوة المفرطة و بدون تحذير مسبق؛ مما يشكل جرائم مرتكبة ضد الإنسانية - عدا اعتصام ميدان التحرير في القاهرة - واختلاف الروايات بين الجانبين بعد فض الاعتصام في وسائل الإعلام.

٤- دراسات تتعلق بالتوظيف السياسي لقضايا حقوق الإنسان:

على النطاق العالمي، اهتمت دراسة إيريت بالاس (٢٠١٣) (٥٤) بمحاولة "فهم مفهوم حقوق الإنسان في سياق الصراع الإسرائيلي الفلسطيني، و تم دراسة هذا المفهوم عن طريق إجراء مقابلات متعمقة مع نشطاء حقوق الإنسان الإسرائيليين والفلسطينيين الذين يعملون سوياً في منظمة لحقوق الإنسان في إسرائيل، و التي تمثل أحد الأماكن القليلة التي يعمل فيها الفلسطينيون والإسرائيليون جنباً إلى جنب بشكل يومي، و توفر لهم فرصة فريدة للتعبير عن آرائهم الخاصة حول حقوق الإنسان النابعة من خلفياتهم الثقافية، و الوطنية، و السياسية المختلفة، و صياغة تلك الآراء حسب تلك الانتماءات. و اتضح إن هناك تأثير للهوية الوطنية و السياسية في خلق و تشكيل المفاهيم القانونية والنظرية في بيئة عملية يومية؛ لذلك فإن الجدل حول طبيعة و مضمون حقوق الإنسان - كمفهوم متنازع عليه - يعكس الانقسامات العرقية و الوطنية للمجتمع الذي يحدث فيه".

ركزت دراسة مايكل أليندويرفر (٢٠٠٩) (٥٥) على ارتباط المساعدات الاقتصادية الخارجية للدول المختلفة بمدى تطبيقها لحقوق الإنسان. و توصل إلى أن "لحقوق الإنسان اعتبارها في قرارات السياسة الخارجية للدول؛ حيث تتم معاقبة الدول التي تنتهكها بحرمانها من المساعدات الاقتصادية؛ وذلك بناءً على تركيز منظمات المجتمع المدني المانحة للمساعدات على أوضاع حقوق الإنسان في الدول المتلقية لتلك المساعدات؛ حيث تقرر منح المساعدات بناءً على تلك الأوضاع. و من الملاحظ إن تلك المنظمات تكيل بمكيالين، فلا توجد قواعد واضحة لمنح المساعدات لبعض الدول و قطعها عن الأخرى - منظمة العفو الدولية في حالتنا هذه - و التي تقرر أوضاع حقوق الإنسان في الدول المختلفة بناءً على التقارير الإخبارية. و لاتميل تلك المنظمات إلى معاقبة الدول التي ترتبط معها بعلاقات اقتصادية؛ لتجنب انتقام الدول المتلقية لتلك المساعدات".

على النطاق العربي، ركزت دراسة رامي عزيز (٢٠٢١) (٥٦) على الإجابة على تساؤل مفاده "هل يؤمن الإخوان المسلمون بالديمقراطية بمفهومها الغربي القائم على الانتخابات، و تداول السلطة، و حق الشعب في الحكم؟ و تتم الإجابة على التساؤل كالتالي: كان حسن البنا مؤسس للجماعة في عام ١٩٢٨، يرى في الحياة الحزبية والانتخابات - التي هي جوهر العملية الديمقراطية- شراً مطلقاً؛ فهي تعني المنافسة التي ستؤدي إلى تشردم الأمة الإسلامية، و ستفسد على الناس حياتهم. و كانت بداية انهيار مشروع الإخوان المسلمين في

المنطقة، في مصر في عام ٢٠١٣ عندما خرجت الملايين لتعلن عن رفضها لممارسات الإخوان الإقصائية، وانقلابهم على الديمقراطية وحقوق الإنسان، وواجهت مصر صعوبات جمة نتيجة، لهذه الخطوة، بعد أن قامت تركيا و قطر بالتنسيق مع التنظيم الدولي للإخوان المسلمين، بحملات تحريض ضد دول الاعتدال - خصوصاً ضد مصر، والإمارات، والسعودية - لتسويق وترويج ما حدث في مصر، على إنه انقلاب عسكري على مبادئ الديمقراطية وحقوق الإنسان، ومفهوم الانتقال السلمي للسلطة، و اتهام الإمارات بقيادة ثورة مضادة ضد الربيع العربي، و ضد آمال الشعوب التي شاركت فيه. و في ظل حالة الفشل الكبير التي يعيشها مشروع الإخوان المسلمين، وسقوطه المروع في مختلف دول المنطقة، ووسط حالة الانقسام والتناحر التي يعيشها قيادات التنظيم الدولي للإخوان فيما بينهم، يلجأ الإخوان إلى تصدير أزماتهم للخارج؛ عن طريق استهداف دول محور الاعتدال، عبر منظومة حقوق الإنسان. فيما يلي نستعرض بعض المواقف التي استهدف فيها الإخوان المسلمون، مؤخراً، دول محور الاعتدال، عبر ورقة حقوق الإنسان والديمقراطية. ففي ١٢ مارس ٢٠٢١، وخلال الدورة ٤٦ لأعمال مجلس حقوق الإنسان التابع للأمم المتحدة، تم إصدار بيان موقع من ٣١ دولة يدين أوضاع حقوق الإنسان في مصر، وكان من بين الموقعين على هذا البيان الولايات المتحدة - التي تتمتع بصفة مراقب في هذا المجلس - مما أكسب هذا القرار بعض الأهمية، وبالبحث وراء هذا القرار، نجد إنه تم إصداره بناءً على تقرير وتوصيات من ١٠٠ منظمة معنية بحقوق الإنسان، لم يتم الكشف عن أسمائها؛ خشية الملاحقة كما يدعي من أصدر القرار، ولكن بتتبع المنظمات التي أعلنت اشتراكها في هذا القرار، نجد بصمات الإخوان المسلمين واضحة بقوة وفيما يلي رصد لتلك المنظمات:

- أ- **مركز القاهرة لحقوق الإنسان** الذي يديره بهي الدين حسن، الذي يتخذ من جنيف مقراً له، والذي لا ينكر علاقته بالإخوان المسلمين، وباستخدامه ورقة حقوق الإنسان، للدفاع عن الإخوان المسلمين، واصفاً ذلك بالموقف الإنساني.
- ب- **منظمة العفو الدولية**- أمنستي إنترناشونال، التي تشغل فيها ياسمين حسين زوجة الإخواني وائل مصباح منصب رئيس قسم المعتقدات و حقوق الإنسان.
- ج- **منظمة الديمقراطية الآن للعالم العربي DAWN** التي تذكر في موقعها إنها معنية بحقوق الإنسان في مصر، و الإمارات، والسعودية، دون باقي دول العالم العربي. و تذكر المنظمة على موقعها صراحة بأنها تستهدف تلك الدول نتيجة لعلاقتها الوطيدة بالولايات المتحدة. ويذكر إن مؤسس هذه المنظمة هو الصحفي الإخواني المنشق جمال خاشقجي، ويضم مجلس أمناء هذه المؤسسة، اثنين من الشخصيات الوثيقة الصلة بالتنظيم الدولي للإخوان المسلمين، وهما: نهاد عوض- المدير التنفيذي لمجلس العلاقات الأمريكية الإسلامية CAIR، تلك المؤسسة التي ينظر إليها كذراع للتنظيم الدولي للإخوان المسلمين في الولايات المتحدة، وهي وثيقة الصلة بحركة حماس؛ المدرجة على قوائم الإرهاب الأمريكية، وتوكل كرمان، الناشطة الإخوانية اليمنية الحائزة على جائزة نوبل، وهي من رموز الإخوان المسلمين في الربيع العربي.
- د- **منظمة هيومان رايتس ووتش**، فطبقاً لحديث سعد الدين إبراهيم الذي كان عضو مجلس أمناءها، وعراب مشروع الإخوان في المنطقة، ذكر إن هيومان رايتس ووتش تعمل بالتنسيق مع منظمة العفو الدولية - أمنستي إنترناشونال، ويشوب عملهم والتقارير

الصادرة عنهم عدم الشفافية والمصادقية، ضارباً مثلاً بالتقارير المتعلقة بفض اعتصام رابعة عام ٢٠١٣، التي جاءت متحيزة لخدمة مصالح الإخوان. كما أن هيومان رايتس ووتش، تضم العديد من كوادر الإخوان، فالمسؤول عن متابعة الملف المصري هو الإخواني عمرو مجدي، وسبقته سلمى أشرف عبدالغفار، بنت القيادي الإخواني أشرف عبدالغفار؛ المدان في قضية التشكيل العسكري للإخوان بجامعة الأزهر، التحقت عبد الغفار بهيومان رايتس ووتش بعد تركها العمل بمنظمة (الكرامة لحقوق الإنسان) التي يرأسها القطري عبدالرحمن النعيمي، ومقرها جنيف؛ بسبب وضع الأخيرة على قائمة الإرهاب الأمريكي، وتشغل عبدالغفار حالياً منصب مدير منظمة هيومان رايتس مونيتور ومقرها لندن، ولكنها تقيم في تركيا.

هـ - **مبادرة الحرية**، التي أسسها في الولايات المتحدة الأمريكية الإخواني محمد سلطان، ابن القيادي الإخواني صلاح سلطان، وهو أمريكي الجنسية. وكانت السلطات المصرية قد أفرجت عن محمد سلطان، بعد تنازله عن الجنسية المصرية، وقد تمت إدانته في القضية التي عرفت إعلامياً بـ **(غرفة عمليات رابعة)**. وينشط سلطان ورفاقه من خلال تلك المبادرة الإخوانية، التي تتخذ من واشنطن مقراً لها، في أروقة الكونجرس ووزارة الخارجية؛ من أجل مد هذه المؤسسات بتقارير متحاملة، من أجل الضغط على مصر". استعرضت دراسة **عمر الكروش (٢٠١٨) (٥٧)** "تاريخ التدخل الأمريكي في شؤون الدول تحت غطاء حقوق الإنسان، و الديمقراطية، و حماية الأقليات، و ركزت على العراق كدراسة حالة. وتوصلت الدراسة إلى توظيف الولايات المتحدة الأمريكية لمبادئ حقوق الإنسان- بشكل كامل - لمصالحها الاستعمارية و الاقتصادية تحت غطاء حماية حقوق الإنسان خاصة فيما يتعلق بالعراق، وكان التبرير لاحتلاله بذريعة امتلاكه أسلحة الدمار الشامل، و حماية الأقليات، و نشر الديمقراطية، و قد كانت كذبة كبيرة عملت عليها الولايات المتحدة للسيطرة على اليورانيوم الذي كان موجوداً بصورته الأولية و بكميات كبيرة. كما أوضحت الدراسة تداخل مفاهيم حقوق الإنسان، و التوظيف السياسي؛ من حيث السيطرة، و الهيمنة، و النفوذ؛ حيث استطاعت الولايات المتحدة استخدام هذه المبادئ بشكل كبير في العراق و جعلته أنموذجاً لكافة التعاملات الدولية فيما بعد؛ من إشاعة الفوضى الخلاقة، و التدخل في حماية حقوق الإنسان".

اتفقت دراسة **سوزي رشاد (٢٠١٣) (٥٨)** مع دراسة عمر الكروش في التوظيف السياسي لحقوق الإنسان، و توصلت إلى مجموعة من النتائج الهامة، هي: "إن التوظيف السياسي آلية غير محايدة تستخدمها القوى الكبرى لتغليب مصالحها بغلاف أخلاقي، و يعتبر من قواعد اللعبة السياسية المتعارف عليها في حقل العلاقات الدولية. و هناك آليات عديدة تُستغل للوصول إلى هدف التوظيف السياسي، و من أبرز هذه الآليات:

- الإعلام العالمي، الذي يؤدي دوراً أساسياً في تكوين الرأي العام العالمي.
- الإنترنت و مواقع فيسبوك و تويتر، التي تعمل على تفعيل النشاط السياسي الشعبي بالتوازي مع النشاط السياسي الرسمي.
- التمويل الخارجي الذي يحرك مؤسسات المجتمع الداخلي في اتجاهات تخدم مصالح الجهة المانحة.

- مراكز البحوث الدولية التي لها أفرع في مختلف دول العالم، و التي تؤدي دوراً هاماً في تشكيل السياسة الخارجية، و التأثير المباشر من الداخل على الدول الأخرى.
- التدخل العسكري المباشر كمرحلة متطورة من مراحل التوظيف السياسي تستخدم فيه القوة العسكرية لتحقيق المصالح".

على النطاق المصري، عنيت دراسة هشام عطية (٢٠٠٧) (٥٩) "برصد خصائص وحدود توظيف خطاب حقوق الإنسان في مجاله السياسي والمدني المقدم في صحف الأهرام، و الوفد، والأهالي، و آفاق عربية، و هي صحف تتنوع في أنماط ملكيتها، ومرجعيات القوى السياسية المنتجة لخطاب كل صحيفة. و بالتركيز على صحيفة (آفاق عربية)، نجدها صحيفة تصدر عن حزب الأحرار، و كشفت الدراسة الاستطلاعية إنها كانت تعبيراً واضحاً عن فكر وتوجهات تيار الإخوان المسلمين؛ عبر الكتابة المنتظمة فيها من قبل قياداتها، وتعبيرها الواضح عن الخط الفكري لهم. ويتضح ذلك من خلال تقديم الجريدة لمنظومة القضايا المتعلقة بالحقوق السياسية و المدنية في هذا الخطاب من خلال مرجعية دينية، و يتم توظيفها لأجل بيان غياب ممارساتها في الواقع، ولتأطير السلطة والأجهزة الحكومية باعتبارها المسؤولة عما يصفه خطاب الجريدة ب (تدهور حالة حقوق الإنسان في مصر). هكذا، يوظف خطاب جريدة آفاق عربية المعبرة عن جماعة الإخوان المسلمين مضمونه ليؤكد على انتهاك السلطة لهذه الحقوق. و أيضاً، ارتفاع معدل توظيف الخطاب لما يقدمه من قضايا في إطار هدف محدد هو؛ إدانة مواقف السلطة التنفيذية، و رفض سياساتها، و تقديم التيار السياسي الذي تعبر عنه الجريدة كبديل لها، و أيضاً من خلال إظهار مواقف منتسبها و كوادرها في أطر (الضحايا)، و (المطاردون)، و (المهمشون) من قبل السلطة التنفيذية. و أخيراً، تظهر أحادية واستقطاب الرؤى؛ من خلال متوافر من مؤشرات عن انغلاق خطاب جريدة آفاق عربية على الكتابات الداعمة والمؤيدة لمواقف التيار السياسي الذي يعبر عنه الخطاب وانحسارها عما عداه".

من خلال العرض السابق للتوظيف السياسي لقضايا حقوق الإنسان في التراث النظري، نجد تركيزاً في النطاق العالمي على مجموعة قضايا محددة، فنجد عرضاً لحقوق الإنسان في سياق الصراع الإسرائيلي الفلسطيني، و إن مفهوم حقوق الإنسان يرتبط بالخلفية الثقافية، و الوطنية، والسياسية. كما نجد ربطاً بين منظمات المجتمع المدني المانحة للمساعدات الاقتصادية و منح مساعداتها للدول في حال تطبيقها لمبادئ حقوق الإنسان، على الرغم من كليلها بمكيالين كمنظمة العفو الدولية. و أيضاً، تحدثت الدراسات عن إخضاع الشركات متعددة الجنسيات لرقابة المنظمات غير الحكومية؛ لانتهاكها معايير حقوق الإنسان كونها ذات سلطة سياسية.

و تختلف الموضوعات المطروحة على النطاق العربي، حيث أثبتت الدراسات علاقة جماعة الإخوان المسلمين بمنظمات حقوق الإنسان الدولية، و إنهم يستهدفون الدول من خلالها؛ كمنظمة العفو الدولية، و مراقبة حقوق الإنسان التي أصدرت تقريراً عن فض اعتصام رابعة العدوية. أيضاً، تناولت الدراسات استخدام الولايات المتحدة الأمريكية حقوق الإنسان كغطاء للتدخل في الدول وتحقيق مصالحها الاستعمارية. و أوضحت دراسة إنه يتم استخدام مواقع الإنترنت، و مواقع التواصل الاجتماعي كفيسبوك و تويتر للتوظيف السياسي لقضايا حقوق الإنسان.

و ركزت الدراسة المصرية في هذا الصدد على إن الصحف توظف قضايا حقوق الإنسان طبقاً لمرجعيتها الفكرية، و منها الصحف التابعة لجماعة الإخوان المسلمين، التي تستخدم هذه القضايا لمهاجمة الدولة، و رفض سياساتها، و التركيز على قضايا الاعتقالات.

٤- مشكلة البحث، و أهدافه، و تساؤلاته:

تحدد مشكلة البحث في اعتبار الحملات السياسية أداة لتشكيل الرأي العام؛ باستخدام أساليب دعائية مختلفة، تشكل مع الاستخدام الخاطيء لها أداة خطيرة لتوجيه الرأي العام و تشويه صورة المجتمع. من هنا، نجد إن جماعة الإخوان المسلمين قامت بإطلاق حملة تسويق سياسي للترويج لاعتصام رابعة العدوية، باعتبار إنه اعتصام سلمي يعبر فيه المعتصمون عن رأيهم، و يعرضون مطالبهم كحق من حقوق الإنسان؛ بهدف إحراج مصر دولياً، و كسب تعاطف المجتمع المحلي، والعربي، و الدولي، و تصوير ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٢ على إنها انقلاب عسكري يرفضه الشعب المصري؛ لتحقيق مكاسب سياسية للجماعة، مستخدمين أساليب دعائية متنوعة.

و نحدد طبقاً لهذه المشكلة الأهداف، و التساؤلات التالية:

١- معرفة وجهة نظر الجمهور في الاعتصامات كوسيلة احتجاج سلمية. و نطرح هنا تساؤلاً مؤداه: هل يؤيد الجمهور الاعتصامات كوسيلة احتجاج سلمية، و يؤمن بأهميتها في التعبير عن الرأي في عرض القضايا، و استرداد الحقوق؟

٢- التعرف على موقف الجمهور من اعتصام رابعة العدوية. و نطرح هنا التساؤلات التالية:
أ- ما مدى تأييد الجمهور لاعتصام رابعة العدوية؟
ب- ما موقف الجمهور من طريقة فض اعتصام رابعة العدوية؟

٣- معرفة الوسائل الدعائية التي تستخدمها حملة (قصة رابعة). و نطرح هنا التساؤلات التالية:

أ- ما أهم الأساليب الدعائية المتبعة في الترويج لاعتصام رابعة العدوية؟
ب- ما المنصات الإعلامية التي تم استخدامها في حملة (قصة رابعة)؟
ج- ما الهدف المرجو من استخدام الأساليب الدعائية في حملة (قصة رابعة)؟

٤- معرفة مدى متابعة الجمهور للأساليب الدعائية المستخدمة في الترويج لاعتصام رابعة العدوية. و نطرح هنا التساؤلات التالية:

أ- ما مدى تذكر الجمهور لشعار الحملة المؤيدة لاعتصام رابعة العدوية؟
ب- ما مدى تفاعل الجمهور مع الأساليب الدعائية المتبعة في الترويج لاعتصام رابعة العدوية؟
ج- ما مدى تأثير الأساليب الدعائية المستخدمة في الترويج لاعتصام رابعة العدوية على مشاعر الجمهور و مزاجهم؟

٥- الإطار النظري للبحث:

تعتمد في دراسة تأثير مضامين حملة التسويق السياسي لاعتصام رابعة العدوية على نظرية إدارة المزاج العام Mood Management Theory، والتي تعد امتداداً و تطويراً لنظرية التعرض الانتقائي Selective Exposure لفستينجر (Festinger ١٩٥٧). "قام بوضع النظرية كل من زيلمان Zillmann (١٩٨٥، ١٩٨٨) وزيلمان و برايان Bryant (١٩٨٥). تطبق نظرية إدارة المزاج العام على اختيار أي نمط أو نوع من الاتصال (على سبيل المثال؛ الأخبار، و الأفلام الوثائقية، و الكوميديا، و الدراما، و التراييديا، والأداء الموسيقي، و الرياضة)، و أيضاً على الاختيارات داخل هذه الأنماط و الأنواع (على سبيل المثال؛ أشكال محددة من الموسيقى، أو الدراما)، و يمكن تطبيقها أيضاً للاختبار بين التعرض للاتصال و سلوكيات بديلة (على سبيل المثال، لعب الألعاب، أو ممارسة رياضات). و ليست هناك حاجة للقول بأنها تتعامل مع كل أنواع الأمزجة الممكنة، بدلاً من وضع مزاج واحد محدد فعال مثل التنافر.

تقوم النظرية على فرضيتين مفادهما: أ) يسعى الأفراد جاهدين لتخليص أنفسهم من المزاج السيء، أو على الأقل السعي لتقليل حدة هذا المزاج، ب) يسعى الأفراد إلى إدامة المزاج الجيد، و يبحثون عن الحفاظ على تركيز و درجة هذا المزاج. تفترض النظرية إذن، بأنه يقوم الأفراد - بقدر الإمكان- بترتيب ظروف المثيرات الداخلية و الخارجية للتقليل من المزاج السلبي، و زيادة المزاج الإيجابي. و بذلك، تفترض النظرية إن الأفراد سواء كانوا في مزاج سيء أو جيد يقومون في البداية باختيار بينات المؤثرات بطريقة عشوائية. و تترك الترتيبات التي تتم بالمصادفة خلال المزاج السيء و التي تنهي أو تقلل الحالة السيئة أثراً في الذاكرة يزيد من الرغبة في اتخاذ نفس الترتيبات في نفس الظروف. إنها تجربة الراحة، ثم يعزز الاختيار و يعطي قوة دفع لتطوير مزاج محدد مفضل. ولتتشكل هذه التفضيلات، فمن المفترض أن يتم التحكم فيها من خلال التعلم الفعال. لا تنص نظرية إدارة المزاج على إن الأفراد يحتاجون لإدراك أسباب خياراتهم، إن إدراك الظروف السببية غير قابل للتحكم به. و على أية حال، في المناسبات يمكن للأفراد أن يفهموا جيداً بأنهم يميلون إلى رسائل محددة بسبب تصوراتهم التي توفر لهم الراحة من مزاج سيء محدد في الماضي. و بشكل مشابه، ربما يشعر الأفراد عندما يكونون في مزاج معين بأنهم يحتاجون إلى فعل تصرف أو آخر؛ ربما يشعرون بأنهم يريدون مشاهدة عمل كوميدي، أو يستمعون إلى الموسيقى، أو يذهبون لمشاهدة فيلم رعب، بدون أن يعرفوا لماذا يفعلون هذا.

لتطبيق نظرية إدارة المزاج بشكل له معنى، يجب أن نعرف سمات التأثير على المزاج لأنماط أو أنواع الرسائل، و بعض هذه السمات ذات طبيعة متغيرة بشكل عام. يمكن معالجة الأمزجة التي ترتبط بمستويات عالية من إثارة التعاطف بشكل أفضل عن طريق التدخل بمثير يتسم بمستوى عال من القدرة على التنبيه أو الإثارة، و سيتم في الغالب تعطيلهم بشكل فعال عن طريق منبه أو مثير يتسم بمستوى منخفض من القدرة على التنبيه أو الإثارة. لإدارة مزاج شخص يعاني من الضجر (على سبيل المثال يعاني من مستوى استثارة منخفض)، هنا نقوم بنصحه باستهلاك محتوى مثير. وعلى النقيض من ذلك، سوف يحصل الشخص المستثار المنزعج على فائدة كبيرة من استهلاك مواد ناعمة غير مثيرة. إن التركيز المحتمل

للسائل يصبح هاماً - بشكل خاص - عندما نضع في اعتبارنا تعديل المزاج عن طريق تدخلات مثيرة. يمكن التعامل مع الأمزجة بشكل أفضل و إصلاحها عندما تتعرض دلالاتها المعرفية (على سبيل المثال؛ التجربة المتكررة لظروف تعتبر مزاجاً سيئاً، أو تجربة كل مظاهر الرضا و السرور للمزاج الجيد) لتدخل على الأقل. و على النقيض من ذلك، يمكن للأمزجة أن تضعف بشكل فعال عن طريق التدخل بمؤثر قوي؛ بإنتاج رسائل أكثر تركيزاً تؤدي إلى تعطيل قوي لعملية إدامة التجربة (٦٠)."

إذن، و بناءً على افتراضات النظرية، نقف أمام مجموعة من العناصر الهامة: أولاً، إنه يمكن تطبيق إدارة المزاج على مختلف أنماط الرسائل الاتصالية؛ و هو ما تضمنته حملة (قصة رابعة)؛ من إعلانات، و أغنيات، و مطبوعات، و أفلام وثائقية، و محتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى مجموعة من الفعاليات الإلكترونية و على أرض الواقع. ثانياً: إن الأفراد يندفعون في تصرفات لا يعرفون دوافعها عندما يكونون في مزاج معين و بدون أسباب محددة؛ و ينطبق هذا على اندفاع الجمهور لمتابعة حملة قصة رابعة بدون تحديد مزاج معين يرغبون في الحصول عليه، و لكن لأسباب سنلخصها من خلال الدراسة الميدانية. ثالثاً: يمكن للرسائل الاتصالية خلق حالات مزاجية محددة يستهدفها صناع هذه الرسائل، و لكن يمكن لنا مقاومتها و إضعاف تأثيرها، و هذا ما سنتعرف عليه من خلال تحليل مواد الحملة.

٦- مفاهيم البحث:

١- الأساليب الدعائية Propaganda Techniques:

الدعاية Propaganda هي "فن التأثير، و الممارسة، و السيطرة، و الإلحاح، و التغيير، و الترغيب، أو الضمان لقبول وجهات النظر، أو الآراء، أو الأعمال، أو السلوك. و يعرفها جون باول بأنها نشر الآراء أو وجهات النظر التي تؤثر على الأفكار، أو السلوك، أو كلاهما معاً (٦١)".

و يعرف قاموس أكسفورد الدعاية بأنها "جماعة منظمة، أو خطة منظمة؛ لنشر معتقد ما، أو ممارسة معينة، أو إنها جهود، و خطط، و مباديء هذا النشر. كما عرفها هارولد لاسويل بأنها: التعبير عن الآراء أو الأفعال التي يقوم بها الأفراد أو الجماعات عمداً على أساس إنها ستؤثر في آراء أو في أفعال أفراد آخرين أو جماعات أخرى لتحقيق أهداف محددة مسبقاً؛ و ذلك من خلال مراوغات نفسية (٦٢)".

و هي أيضاً، "نشر الأفكار، و وجهات النظر، و المواقف المرغوب في أن يتبناها الآخرون. و الدعاية - كالإعلان - تستخدم أحدث وسائل الإعلام و الاتصال بالناس؛ من صحافة، و إذاعة، و تليفزيون، و سينما، و منشورات، كما تستخدم فنون الإيحاء الذاتي المبنية على اكتشافات علم النفس الفردي و الاجتماعي. و على الرغم من فائدة الدعاية - بصفة عامة - فإن فيها عدة أخطار كامنة؛ إنها تميل إلى تبسيط الأمور، و إبراز المزايا و إخفاء العيوب و الأخطاء؛ مما قد يقتل أي قدرة على النقد، و على الحكم الموضوعي المتعقل. كذلك، من الأخطار الأخرى الكامنة في الدعاية؛ خطر وقوع وسائل الدعاية و الإعلام تحت سيطرة فئة محدودة من موظفي الدولة، أو كبار الرأسماليين. ولعل أخطر أنواع الدعاية؛ الدعاية المبطنة أو الخفية التي يصعب اكتشافها؛ و بالتالي تحقق أهدافها بفعالية و عمق تحت ستار من الموضوعية المزيفة (٦٣)".

و يمكننا تعريف الدعاية إجرائياً على أنها "استخدام جماعة الإخوان المسلمين الإرهابية لأساليب التأثير المختلفة؛ لنشر مواقفهم و وجهات نظرهم عن اعتصام رابعة العدوية عبر المنصات الإلكترونية المتنوعة على شبكة الإنترنت؛ لحث الجماهير على التعاطف مع هذه المواقف و وجهات النظر و تبنيها".

٢- حملات التسويق السياسي Political Marketing Campaigns:

يقصد بالحملة الإعلانية أو التسويقية "عملية غزو السوق ببرامج إعلامية موجهة وفقاً لخطة مسبقة، موضوعها سلعة، أو خدمة، أو منشأة، أو فكرة، و توجه إلى فئة أو عدة فئات من الجمهور؛ بقصد تمكين الأشياء المعلن عنها من أخذ مكانها المرموق في السوق؛ بدراسة الوسائل الإعلانية المتاحة واختيار أنسبها، وتحديد الشكل الذي تتخذه الحملة الإعلانية، و جدولة هذه الحملة، وتحديد المخصصات الإعلانية اللازمة لها (٦٤)".

أما بالنسبة للتسويق السياسي، "فيعرفه أرون أوكاس بأنه تحليل، و تخطيط، و تنفيذ، و التحكم، في البرامج السياسية و الانتخابية التي تضمن بناء العلاقات ذات المنفعة المتبادلة بين كيان سياسي ما، أو مرشح ما، و الناخبين، و الحفاظ على هذه العلاقة من أجل تحقيق أهداف السوق السياسي. وثمة تعريف أكثر اتساعاً هو "تطبيق مبادئ التسويق و أساليبه في الحملات السياسية التي تقوم بها الكيانات السياسية، أو الأحزاب، أو الأفراد. و تتضمن هذه الأساليب؛ تحليل السوق السياسي، و تخطيط و تنفيذ الحملات السياسية (٦٥)".

و يمكننا تعريف حملات التسويق السياسي إجرائياً على أنها "تطبيق أعضاء جماعة الإخوان المسلمين الإرهابية لمبادئ التسويق، و تنفيذ حملة تسويقية متكاملة عبر المنصات الإلكترونية واسعة الانتشار؛ لتسويق أفكارهم و وجهات نظرهم عن اعتصام رابعة العدوية، و حث الجمهور المستهدف على التعاطف معهم و تبني تلك الأفكار و وجهات النظر".

٣- اعتصام Sit In:

الاعتصام هو "مظهر احتجاجي ضد سياسة ما؛ عن طريق الاحتلال السلمي لمكان أو مقر يرمز إلى الجهة التي تمارس السياسة موضع الاحتجاج. و كثيراً ما تلجأ الجماعات المعتصمة إلى التقدم بمطالبها وشعاراتها لأجهزة الإعلام، و إشعار الرأي العام بأهدافها عن طريق الصحافة و أجهزة الإعلام. و قد شاع هذا النوع من الاحتجاج في الولايات المتحدة، و لا سيما ضد سياسة التفرقة العنصرية في الأماكن العامة؛ كالمطاعم؛ الأمر الذي كان يلحق الضرر المادي بالمؤسسات المعنية (٦٦)".

و يمكننا تعريف الاعتصام إجرائياً على أنه "احتلال أعضاء جماعة الإخوان المسلمين الإرهابية و أنصارهم لميدان رابعة العدوية، و استخدام منصاتهم الإعلامية المختلفة؛ للضغط على الدولة داخلياً و خارجياً؛ لمساعدة قادة الجماعة على استعادة السلطة و الصعود لسدة الحكم مرة أخرى، على الرغم اعتراض جموع الشعب المصري عليهم".

ثانياً- التصميم المنهجي للبحث:

تم اتباع المنهج الوصفي في هذا البحث؛ حيث ينظر فيما وراء البيانات بحثاً عن مغزى و دلالة من خلال الاستفادة من أدوات و طرق بحثية متباينة. و تم الاعتماد على طريقة المسح الشامل لكل عناصر حملة (قصة رابعة) عبر المنصات المختلفة و تتبعها خلال

السننتين الأولتين لانطلاقها، ومعرفة مدى تأثيرها على مزاج الجمهور بتطبيق الأداة المناسبة.

تم استخدام مجموعة من الطرق و الأدوات، حيث تم تطبيق أداة الاستبيان على عينة البحث أثناء إحياء الذكرى الثانية للاعتصام في أشد أوقات الاهتمام بالحملة؛ لمعرفة رأيه في الحملة و اكتشاف مدى تأثيره بها. و تم عرضه على مجموعة من الخبراء^(٦٧) لقياس صدقه الظاهري. و تكون الاستبيان من (١٩) سؤالاً تتعلق بسؤال عينة البحث عن رأيهم في الاعتصامات كوسيلة احتجاجية بصفة عامة، و عن رأيهم في اعتصام رابعة العدوية بصفة خاصة. و تم سؤالهم عن توفر حسابات لهم على مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، وإذا كانوا عرفوا بوجود حملة لإحياء ذكرى فض اعتصام رابعة العدوية، و مدى متابعتهم لها، ومعرفتهم بشعارها، و تأثير المواد المطروحة في الحملة على مزاجهم. هذا فضلاً عن البيانات الأساسية للجمهور المستهدف.

و بلغ قوام العينة التي تم التطبيق عليها ميدانياً (٤٠٠) مفردة من الجمهور العام؛ تم الحصول على (١٠٠) مفردة منها عن طريق تطبيق استبيان إلكتروني، أما الـ (٣٠٠) مفردة الأخرى فتم الحصول عليها ميدانياً؛ من خلال التعامل مع مؤسسات المجتمع المختلفة.

و قد بلغت نسبة الذكور في عينة البحث ٤٥,٢٥%، و نسبة الإناث ٥٤,٧٥% و بلغت نسبة سكان الريف ٢٧,٧٥%، و نسبة سكان الحضر ٧٢,٢٥%. و بلغ عمر نسبة ٨١% من العينة من ١٥ إلى أقل من ٤٥ سنة، يليهم من كان عمرهم من ٤٥ إلى أقل من ٦٠ سنة بنسبة ١٢,٥%، ثم من كانت أعمارهم ٦٠ سنة فأكثر بنسبة ٦,٥%. أما فيما يخص المستوى التعليمي، فكان حملة مؤهل جامعي وأعلى بنسبة ٧٨%، ثم أصحاب المؤهل المتوسط بنسبة ١٣%، فأصحاب المؤهل فوق المتوسط بنسبة ٩% و يمتن أفراد العينة المهن الفنية العليا (مهندس/ قانوني/ إعلامي/ محاسب / أستاذ جامعي ...) بنسبة ٢٣,٧٥%، يليهم العاملون بمجال التربية و التعليم (طالب/مدرس/ موجه/ وكيل مدرسة/ مدير مدرسة ...) بنسبة ٢١%، فأصحاب المهن الطبية (طبيب/ صيدلاني/ ممرض/ مثقف صحي/ قابلة قانونية ...) بنسبة ١٩,٢٥%، ثم القائمون بأعمال البيع (تاجر/ جزار/ بائع بمحل ...) بنسبة ١١,٢٥%، فالعاملون بالمهن الكتابية (موظف/ سكرتير ...) بنسبة ٧,٥%، يليهم العاملون بالمهن العسكرية (ضابط جيش أو شرطة / شرطي ...) بنسبة ٦,٢٥%، ثم العاملون بالوظائف المعاونة (ساعي / فراش / بواب ...) بنسبة ٦%، و أخيراً المتقاعدون بنسبة ٥%. و بذلك، نجد إن معظم العينة كانت من الإناث، و من سكان الحضر، و من حملة المؤهلات العليا فما فوقها، و يمتن معظم أفرادها المهن الفنية العليا.

كما تم تطبيق مجموعة من الطرق البحثية لدراسة و تحليل مواد الحملة؛ و هي:

١- **طريقة تحليل المضمون:** لدراسة المنشورات على صفحات فيسبوك، و تويتر، و انستجرام، و موقع قصة رابعة. و يتكون دليل التحليل من فئات التحليل الخمس؛ هي: فئة ماذا قيل، وفيها تم طرح جميع الموضوعات التي ناقشتها الحملة. و فئة من يقول، و تتعلق بكاتب المنشور من حيث النوع، و نوع الشخصية من حيث التخصص، و كونها شخصية عامة أو شخصية عادية، و نوع نشاطها، و مدى عضويتها في جماعة الإخوان

المسلمين. و فئة لمن قيل، و تبيين فئات الجمهور الموجهة لهم منشورات الحملة، و جنسيته. و فئة كيف قيل، و تختص بلغة المنشورات، و أسلوب كتابتها، و شكل محتواها حسب خصائص كل موقع تواصل و إمكانياته (لذا تم تصميم ثلاث أشكال من دليل تحليل المضمون)، و الاستمالات التي تتضمنها المنشورات، و النطاق الجغرافي الموجهة له. و أخيراً فئة لماذا قيل، و التي تتعلق بأهداف الاتصال المتوخاة من الحملة.

٢- **طريقة التحليل السيموطيقي:** لدراسة الصور، و ملفات الفيديو، و الإنفوجرافيك، على صفحات فيسبوك، و تويتر، و انستجرام، و قناة يوتيوب، و موقع قصة رابعة، و يختص دليل التحليل السيمولوجي بدراسة المعنى التعيني لمادة التحليل. و قد تم تصميم ثلاث أشكال من الدليل؛ الأول خاص بتحليل الملصقات **Posters**، و يتكون من نوع الصورة، و المنصة التي تطلق الصورة، و تاريخ نشر الصورة، و الشخصيات المتضمنة في الصورة من حيث (النوع – الفئة العمرية – تعبيرات الوجه)، و الأشكال المستخدمة في الصورة من حيث كونها (أشكالاً نباتية، أو هندسية، أو حيوانية – شعار – أرقام... الخ)، و موقع الأشكال والنصوص المستخدمة في الصورة، و النصوص المستخدمة في الصورة من حيث (لغة النص – نوعه)، و الألوان المستخدمة في الصورة من حيث كونها ألواناً دافئة، أو باردة أو محايدة، و خلفيات الصور من حيث كونها (خلفيات ملونة فقط – أماكن داخلية – أماكن خارجية).

و يختص الشكل الثاني بتحليل ملفات الفيديو، و يتكون من: نوع المادة المحللة و رقمها، و المدة الزمنية للمادة المحللة، و عناصر شريط الصورة الذي يتكون من (مدة اللقطة – نوعها – زوايا التصوير – حركة الكاميرا – المؤثرات المرئية – الأماكن الداخلي/خارجي – الشخصيات – مضمون الصورة)، و عناصر شريط الصوت الذي يتكون من (الموسيقا – تعليق و حوار – المؤثرات الصوتية الأخرى).

أما الشكل الثالث فيختص بتحليل الإنفوجرافيك، و يتكون من: محتوى الإنفوجرافيك الذي يتضمن (أسلوب الفض – أحداث ما بعد الفض – تقارير الفض – قوانين – المعتقلون – أسباب الفض)، و نوع الإنفوجرافيك (ثابت – متحرك – تفاعلي – مختلط)، و تصميم الإنفوجرافيك، و يتضمن الشكل الداخلي للإنفوجرافيك من حيث (نوع التصميم – شكل التصميم – سمات و نسب التصميم – التركيب البصري و النصي – المدة الزمنية للإنفوجرافيك المتحرك – موقع الأشكال والنصوص المستخدمة في الإنفوجرافيك)، و النص المستخدم (الخطوط – اللغة – نوع النص – الأفكار في النص – العنوان)، و الألوان (نوع الألوان – الاستخدام الفعال للألوان)، و اللوجو (موقع اللوجو في التصميم الثابت و المتحرك).

وقد تم عرض الطرق البحثية المستخدمة على مجموعة من الخبراء^(٦٨) أيضاً لقياس صدقها الظاهري.

و تم تقسيم عينة البحث - الخاصة بمواد الحملة - إلى فترتين تتواكب مع ذكرى فض الاعتصام الأولى، و الثانية؛ و هما الفترتان اللتان بدأت الحملة فيهما و نضجت بشكل كبير، ثم تم تكرار نفس المادة المستخدمة فيهما - و بالأخص في الذكرى الثانية - في السنوات اللاحقة لفض الاعتصام بدون أي تجديد؛ سوى في الملصق الأساسي للحملة ليحمل رقم السنة الجديدة. و أيضاً، تم تثبيت الشعار المقروء للحملة المستخدم في الذكرى الثانية و حتى يومنا هذا؛ و هو (تذكروا رابعة Remmember Raba'a)، و لم يتم مخالفة ذلك سوى في الذكرى الثالثة و الرابعة لفض الاعتصام؛ حيث كان الشعار المستخدم في الذكرى الثالثة (مذبحة القرن رابعة ٢٠١٣/٨/١٤ Massacre of the Century Rabia 14.08.2013)، و الشعار المستخدم في الذكرى الرابعة (المحرقة مستمرة Still on Fire Raba'a).



شكل رقم (٤) يبين شعار حملة قصة رابعة في ذكراها الخامسة

شكل رقم (٣) يبين شعار حملة قصة رابعة في ذكراها الرابعة

شكل رقم (٢) يبين شعار حملة قصة رابعة في ذكراها الثالثة



شكل رقم (٧) يبين شعار حملة قصة رابعة في ذكراها الثامنة

شكل رقم (٦) يبين شعار حملة قصة رابعة في ذكراها السابعة

شكل رقم (٥) يبين شعار حملة قصة رابعة في ذكراها السادسة

و نذكر عينة التحليل تفصيلاً على النحو التالي:

أ- الذكرى الأولى لفض الاعتصام ١٤ أغسطس ٢٠١٤:

انطلقت الحملة في الذكرى الأولى على مجموعة من المنصات الإلكترونية التي تحوي مواد الحملة المتنوعة؛ كالتالي:

- ١- صفحة (قصة رابعة) على موقع فيسبوك: تم تحليل مضمون (٦٠) منشوراً، و إجراء تحليل سيموطيقي لـ (٨) صور، و (٧) ملفات فيديو. و هي على رابط: <http://www.facebook.com/rabaastorynet>
- ٢- صفحة شبكة (رصد) على موقع فيسبوك: تم إجراء تحليل سيموطيقي لـ (٨) صور، و ملف فيديو واحد. و هي على رابط: <https://www.facebook.com/RNN.NEWS>
- ٣- صفحة (قصة رابعة) على موقع تويتر: تم تحليل مضمون (١٢٢) تغريدة، و إجراء تحليل سيموطيقي لـ صورة واحدة، و ملف فيديو واحد. و هي على رابط: <http://www.twitter.com/rabaastorynet>
- ٤- قناة (قصة رابعة) على موقع يوتيوب: تم إجراء تحليل سيموطيقي لثلاث ملفات فيديو. و هي على رابط: <https://www.youtube.com/user/RabaaStoryNetChannel>
- ٥- موقع (قصة رابعة): تم إجراء تحليل سيموطيقي لمصقين للحملة. و هي على رابط: <http://www.rabaastory.net>

ب- الذكرى الثانية لفض الاعتصام ١٤ أغسطس ٢٠١٥:

تمت مواصلة الحملة في الذكرى الثانية على نفس المجموعة من المنصات الإلكترونية التي تم استخدامها في الذكرى الأولى، مع إضافة موقع انستجرام؛ على النحو التالي:

- ١- صفحة (قصة رابعة) على موقع فيسبوك: تم تحليل مضمون (١٢٩) منشوراً، و إجراء تحليل سيموطيقي لـ (48) صورة، و (١٩) ملف فيديو، و (٥١) إنفوجرافيك. و هي على رابط: <http://www.facebook.com/rabaastorynet>
- ٢- صفحة شبكة (رصد) على موقع فيسبوك: تم إجراء تحليل سيموطيقي لثلاثة صور، و (٥) ملفات فيديو، و (٢٣) إنفوجرافيك. كما أن للشبكة قناة على موقع يوتيوب تضمنت ثماني ملفات فيديو. و هي على رابط: <https://www.facebook.com/RNN.NEWS>
- ٣- صفحة (قصة رابعة) على موقع تويتر: تم تحليل مضمون (٥١٧) تغريدة، و إجراء تحليل سيموطيقي لـ (٢١) صورة، و (٨) ملفات فيديو، و (٤) إنفوجرافيك. و هي على رابط: <http://www.twitter.com/rabaastorynet>

٤- صفحة (قصة رابعة) على موقع انستجرام: تم تحليل مضمون (٢٤٢) منشوراً، و إجراء تحليل سيموطيقي لـ (٣٤) صورة، و ست ملفات فيديو، و (١٢) إنفوجرافيك. و هي على رابط:

<<http://www.instagram.com/rabaastorynet>>

٥- قناة (قصة رابعة) على موقع يوتيوب: تم إجراء تحليل سيموطيقي لثمانى ملفات فيديو. و هي على رابط:

<<https://www.youtube.com/user/RabaaStoryNetChannel>>

٦- موقع (قصة رابعة): تم إجراء تحليل سيموطيقي لـ ثلاث ملفات فيديو، و (٣٨) صورة، و (٩) إنفوجرافيك، و مطوية واحدة. و هي على رابط:

<<http://www.rabaastory.net>>.

و من الجدير بالذكر، إن مواد الحملة تتكرر عبر المنصات؛ سواء الصور، أو ملفات الفيديو، أو الإنفوجرافيك.

ثالثاً- بداية اعتصام رابعة العدوية، و أسبابه، و وجهة نظر الجمهور المستهدف في الاعتصامات:

سوف نستعرض فيما يلي الأسباب الداعية لاعتصام رابعة العدوية، و بداية تكوينه، و قرار فضه، و وجهة نظر الجمهور المستهدف في الاعتصامات كوسيلة احتجاجية بصفة عامة، و اعتصام رابعة العدوية بصفة خاصة، و مدى تأييدهم أو رفضهم لهذا الاعتصام؛ مما يساعدنا على معرفة المنطق الذي صيغت به الحملة الترويجية (قصة رابعة Rabaa Story)، و مدى تأثير الجمهور المستهدف بها، و تأثيرها في مزاجهم.

١- بداية الاعتصام، و الأسباب الداعية له، و قرار فضه:

"في غضون شهر أبريل من العام ٢٠١٣ تزايدت مطالب القوى السياسية المصرية للاحتشاد والتظاهر في الشوارع و الميادين المصرية؛ لمطالبة الرئيس السابق محمد مرسي بالدعوة لانتخابات رئاسية مبكرة، و كذلك احتجاجاً على سياسات جماعة الإخوان المسلمين الحاكمة في ذلك الوقت، و قد حددت القوى السياسية يوم ٣٠ يونيو ٢٠١٣ تاريخاً للتظاهر والاحتجاج. في المقابل، دعى مؤيدو الرئيس السابق محمد مرسي إلى فاعلية جماهيرية؛ فخرجوا في مظاهرات عند مسجد رابعة العدوية بمدينة نصر ابتداءً من ٢٨ يونيو ٢٠١٣، و بدأ الإعلان عنها في شكل اعتصام دائم لهم في مقابل حشد القوى السياسية المعارضة. بحلول يوم ٣٠ يونيو ٢٠١٣، خرج الملايين من الشعب المصري واحتشدوا في شوارع، و ميادين، و قرى الجمهورية؛ لمطالبة الرئيس السابق محمد مرسي بالدعوة لانتخابات رئاسية مبكرة، و هو ما لم يحدث؛ مما دعا المجلس الأعلى للقوات المسلحة في مساء ذات اليوم لإصدار بيان طالب فيه القوات السياسية و الرئيس السابق بضرورة اتخاذ إجراءات سياسية عاجلة؛ لوقف احتمال الاقتتال الأهلي، و إمهال الجميع ٤٨ ساعة مهلة لذلك.

بانتهاه المهلة التي حددها المجلس الأعلى للقوات المسلحة دون اتفاق بين الرئيس السابق والقوى السياسية التي احتشدت يوم ٣ يوليو ٢٠١٣ و هو تاريخ نهاية المهلة المذكورة، دعا المجلس لاجتماع طارئ للقوى السياسية، و الرموز الدينية، و كذا بعض قادة أركان القوات المسلحة، وممثل عن حركة تمرد (أحد أهم الحركات الشبابية الداعية لفاعلية ٣٠ يونيو ٢٠١٣)؛ و ذلك لوضع تصور سياسي للخروج من المأزق الذي مرت به البلاد في ذلك التاريخ. و قد توافقوا جميعاً على إجراءات سميت فيما بعد (خارطة الطريق)؛ تقضي بتولي رئيس المحكمة الدستورية العليا المصرية مؤقتاً مهام رئيس الجمهورية بدلاً من الرئيس السابق محمد مرسي، و تعليق العمل بدستور ٢٠١٢، وتشكيل لجنة لتعديله، و الدعوة لانتخابات رئاسية مبكرة و انتخابات المجلس التشريعي طبقاً لتعديلات الدستور وفقاً للخارطة التي أعلنت في ٣ يوليو ٢٠١٣.

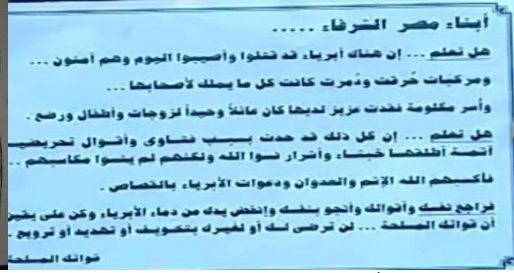
ما إن أعلنت خريطة الطريق مساء يوم ٣ يوليو ٢٠١٣ حتى اندلعت المظاهرات المؤيدة للرئيس السابق محمد مرسي متجهة ناحية اعتصام رابعة العدوية الذي بدأ في ٢٨ يونيو ٢٠١٣، و اتسع نطاق دائرة الاعتصام لتشمل ميدان رابعة العدوية و الشوارع المؤدية إليه، و شارع النصر بامتداده شمالاً ناحية مدينة نصر، و امتداده جنوباً في اتجاه طريق الأوتوستراد، و شارع الطيران بامتداده غرباً في اتجاه مستشفى التأمين الصحي، و امتداده شرقاً في اتجاه طريق صلاح سالم، و كذا شارع يوسف عباس و المناطق المحيطة به. بدأت إدارة الاعتصام في تحديد مداخل و مخارج الاعتصام، و نظمت نقاط تفتيش على كل المحاور المؤدية لدخول الميدان و الخروج منه، و وصلت إلى درجة بناء حوائط خرسانية في الطريق العام؛ و هو الأمر الذي تسبب في حدوث مشاجرات بين لجان التفتيش التابعة للاعتصام و سكان منطقة رابعة العدوية طوال مدة الاعتصام التي دامت حوالي ٤٧ يوماً تعرض فيها سكان المنطقة إلى مضايقات شديدة و معاناة؛ نتيجة حرمانهم من بعض الحقوق الأساسية؛ خاصة الحق في حرية التنقل؛ أسفرت عن تقديم بعضهم بلاغات إلى النيابة العامة، التي أحالت بدورها تلك البلاغات لنيابة مدينة نصر أول للاختصاص المكاني حيث مقر ميدان رابعة العدوية.

تصاعدت حدة الاعتصام في الأيام التالية ليوم ٣ يوليو ٢٠١٣ في ظل ترقب إعلامي كثيف رصد خلاله الدعوة إلى العنف و التحريض عليه من قبل بعض المتحدثين فوق منصة الاعتصام، وكذلك الاستخدام السياسي للأطفال في ساحة الاعتصام من قبل المعتصمين؛ في محاولة للتأثير على الرأي العام المحلي و الدولي. و تصاعدت حدة التوتر داخل الاعتصام لدرجة إلقاء القبض على بعض المواطنين المعارضين للاعتصام أو المعتقد عنهم ذلك، و القيام بتعذيبهم بمعرفة عناصر تأمين الاعتصام، خاصة و قد عُثر على ١١ جثة أثبت الطب الشرعي وجود آثار تعذيب عليها، و هو الأمر الذي أحدث فزعاً للسكان، مع تصاعد المطالبة للسلطات بفض الاعتصامات؛ مما دفعهم للجوء للنيابة العامة مرة أخرى، و التي أمرت في أوائل أغسطس بفض الاعتصام، و تكليف السلطة التنفيذية (وزارة الداخلية) بالعمل الفوري على فض اعتصامي رابعة العدوية و النهضة، و حددت وزارة الداخلية لذلك يوم ١٤ أغسطس ٢٠١٣ تاريخاً لتنفيذ القرار. في تلك الأونة، و قبل يوم ١٤ أغسطس ٢٠١٣، كانت الطائرات التابعة للقوات المسلحة تحلق فوق ميدان رابعة العدوية تدعو المعتصمين عبر

بيانات تلقى عليهم إلى فض الاعتصام، وإخلاء الميدان، وفتح الطرقات التي أُغلقت من يوم ٢٨ يونيو ٢٠١٣. في حين دعت وزارة الداخلية بعض منظمات المجتمع المدني المحلية المعنية بحقوق الإنسان للقاء تشاوري لإخبارهم بعزم الوزارة على فض الاعتصام والاستماع لملاحظاتهم حول المعايير المتبعة في فض الاعتصامات، ودعوتهم لبعض وسائل الإعلام إلى حضور عملية فض الاعتصام كمتابعين لها (٦٩)."



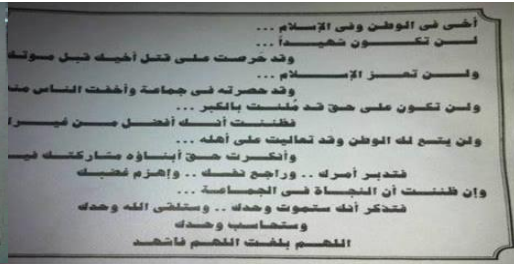
شكل رقم (٩) بيان الجيش للمعتصمين



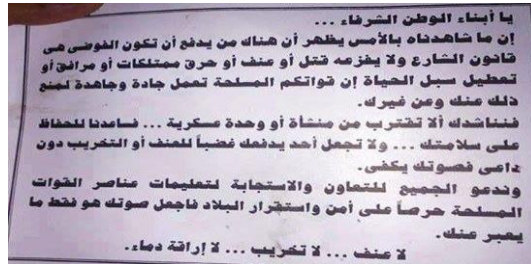
شكل رقم (٨) بيان الجيش للمعتصمين



شكل رقم (١١) بيان الجيش للمعتصمين



شكل رقم (١٠) بيان الجيش للمعتصمين



شكل رقم (١٢) بيان الجيش للمعتصمين

و قد تم تغيير اسم ميدان رابعة العدوية بعد فض الاعتصام، وإزالة آثار التخريب التي لحقت بالميدان والمسجد التي خلفها المعتصمون، وأصبح اسمه ميدان المستشار هشام بركات؛ النائب العام الذي أصدر قرار فض الاعتصام، فاغتاله أعضاء الجماعة الإرهابية؛ حيث "استجاب الرئيس عبد الفتاح السيسي لدعوة نادي القضاة وأصدر قراراً جمهورياً باطلاق اسم الشهيد النائب العام المستشار هشام بركات على ميدان رابعة العدوية. وأصبح الميدان بهذا الاسم اعتباراً من يوم الثلاثاء الذي يوافق الذكرى الثانية لثورة ٣٠ يونيو (٧٠)".

بدأ أعضاء الجماعة في تحويل فض اعتصام رابعة العدوية إلى قضية يروجون لها؛ لكسب الدعم و التعاطف، و محاولة المتاجرة بأحداث فض الاعتصام بدعوى الحفاظ على حقوق الإنسان؛ للحصول على مكاسب للجماعة. و قد اختاروا رقم ٤ كرقم يعبر عن رابعة؛ على اعتبار إن هذا هو معنى الاسم؛ و لذلك اخترعوا الشعار المرئي لقضية اعتصامهم؛ و هو الكف الأسود ذو الأصابع الأربعة على خلفية صفراء. مع إن معنى اسم رابعة ليس رقم ٤، و لكن معناه " الشفقة على غيرها، الراضية بما آتاها ربها، و من الفعل ربع أي رضي، و قيل المقيمة في المكان، و هو اسم يوحى بالخصب و الطهر. و أصل الاسم عربي (٧١)".



شكل رقم (١٣) يبين شعار اعتصام رابعة العدوية

ومن الجدير بالذكر، إنه عند فشل مساعي الجماعة في استعادة السلطة و تم فض الاعتصام، أبدت تمسكاً بطموحاتها فاتبعت سياسة الأرض المحروقة، و قامت بالعديد من العمليات الإرهابية في ربوع الجمهورية؛ مما استلزم اعتبار جماعة الإخوان جماعة إرهابية؛ حيث "ينفذ الحكم الصادر من محكمة القاهرة للأمور المستعجلة في الدعوى رقم ٣٣٤٣ لسنة ٢٠١٤ بجلسة ٢٠١٤/٢/٢٤ فيما تضمنه من اعتبار جماعة الإخوان المسلمين المحظورة منظمة إرهابية و ذلك طبقاً لما ورد بمنطوق الحكم و أسبابه الجوهرية المرتبطة بالمنطوق ارتباطاً لا يقبل التجزئة مع ما يترتب على ذلك من آثار أخصها:

- ١- توقيع العقوبات المقررة قانوناً لجريمة الإرهاب على كل من يشترك في نشاط الجماعة أو التنظيم، أو يروج لها بالقول أو الكتابة، أو بأي طريقة أخرى، و كل من يمول أنشطتها.
 - ٢- توقيع العقوبات المقررة قانوناً على من انضم إلى الجماعة أو التنظيم، و استمر عضواً في الجماعة أو التنظيم بعد صدور هذا القرار.
 - ٣- إخطار الدول العربية المنضمة لاتفاقية مكافحة الإرهاب لعام ١٩٩٨ بهذا القرار.
 - ٤- تكليف القوات المسلحة و قوات الشرطة بحماية المنشآت العامة، و تتولى الشرطة حماية الجامعات و ضمان سلامة الطلاب من إرهاب تلك الجماعة (٧٢)".
- و قد تم تجديد هذا القرار، حيث نُشر في الجريدة الرسمية "في طلب الإدراج رقم ٥ لسنة ٢٠٢٢ قرارات إدراج إرهابيين و المقيدة برقم ٢ لسنة ٢٠٢٢ قرارات كيانات إرهابية في شأن القضية رقم ٢٨٤١ لسنة ٢٠٢١ حصر أمن الدولة العليا، قررت المحكمة المنعقدة

بغرفة المشورة إدراج جماعة الإخوان المسلمين جماعة إرهابية لمدة خمس سنوات تبدأ من اليوم (٧٣)''.

٢- وجهة نظر الجمهور المستهدف في الاعتصامات، ومدى تأييدهم أو رفضهم لاعتصام رابعة العدوية :

كان لابد من معرفة رأي الجمهور المستهدف في الاعتصام كوسيلة احتجاجية بصفة عامة، وشروط تأييده لها، ومدى تأييده لاعتصام رابعة العدوية، وأسباب تأييده أو عدم تأييده لهذا الاعتصام، ومدى تأييده لفض اعتصام رابعة العدوية، وأسباب تأييده أو عدم تأييده لطريقة فض هذا الاعتصام.

جدول رقم (١) يبين مدى تأييد الجمهور المستهدف للاعتصامات كوسيلة احتجاج

تأييد الجمهور المستهدف للاعتصامات كوسيلة احتجاج		ك	%
١	نعم أويدها	١٥٩	٣٩,٨
٢	أويدها بشروط	١٩٧	٤٩,٢
٣	لا أويدها	٤٤	١١
المجموع		٤٠٠	١٠٠

من خلال الجدول السابق نلاحظ تأييد الجمهور المستهدف للاعتصام كوسيلة احتجاجية و لكنه تأييد مشروط بنسبة ٤٩,٢%، يليهم المؤيدين للاعتصامات بشكل مطلق بنسبة ٣٩,٨%، وأخيراً الذين لا يؤيدون الاعتصام كوسيلة احتجاجية بنسبة ١١%.

جدول رقم (٢) يبين شروط تأييد الجمهور المستهدف للاعتصامات

شروط تأييد الجمهور المستهدف للاعتصامات		ك	%
١	عدالة القضية التي تم الاعتصام لأجلها	١٨٥	٣٩,٣٦
٢	عدم وجود وسيلة أخرى للحصول على الحقوق و المكاسب	١٣٠	٢٧,٦٥
٣	كثرة عدد المؤيدين للقضية سبب الاعتصام	٤١	٨,٧٢
٤	لأن الاعتصام وسيلة احتجاج سلمية مشروعة	١١١	٢٣,٦١
٥	أخرى تذكر عدم الإساءة أو التعرض للغير بالأذى، وقطع الطرق، وتعطيل مصالح الغير. أن تكون غير ضارة بالمجتمع (سلامة الأشخاص، والمؤسسات الرسمية، أو المحلات العامة)	٢	٠,٤٢
		١	٠,٢١
المجموع		٤٧٠	١٠٠

و يوضح الجمهور من خلال الجدول السابق الشروط التي يرونها أساسية لتأييد الاعتصام كوسيلة احتجاجية؛ حيث ترى نسبة ٣٩,٣٦% منهم بضرورة عدالة القضية التي تم الاعتصام لأجلها، يلي ذلك نسبة ٢٧,٦٥% و يرون عدم وجود وسيلة أخرى للحصول على الحقوق و المكاسب، ثم نسبة ٢٣,٦١% و يرون إن الاعتصام وسيلة احتجاج سلمية مشروعة، أما نسبة ٨,٧٢% فنشترط ضرورة كثرة عدد المؤيدين للقضية سبب الاعتصام، يلي ذلك نسبة ٠,٤٢% و يشترطون ضرورة عدم الإساءة أو التعرض للغير بالأذى، وقطع الطرق، وتعطيل مصالح الغير، و أن يكون الاعتصام غير ضار بالمجتمع (سلامة الأشخاص، والمؤسسات الرسمية، أو المحلات العامة).

جدول رقم (٣) يبين مدى تأييد الجمهور المستهدف لاعتصام رابعة العدوية

مدى تأييد الجمهور المستهدف لاعتصام رابعة العدوية		ك	%
١	نعم	٣٠٠	٧٥%
٢	إلى حد ما	٤٨	١٢%
٣	لا	٥٢	١٣%
المجموع		٤٠٠	١٠٠%

و يبين الجدول السابق مدى تأييد الجمهور المستهدف لاعتصام رابعة العدوية؛ حيث يؤيده نسبة ٧٥% منهم، و يؤيده إلى حد ما ١٢% منهم، بينما لا تؤيده نسبة ١٣% من الجمهور المستهدف.

جدول رقم (٤) يبين أسباب تأييد الجمهور المستهدف لاعتصام رابعة العدوية

أسباب تأييد الجمهور المستهدف لاعتصام رابعة العدوية		ك	%
١	لأن من حق المعتصمين التعبير عن رأيهم	١٦٨	٣٨,٥٣%
٢	لأن المعتصمين يشكلون فصيلاً وطنياً	٦٠	١٣,٧٦%
٣	لأن المعتصمين جزء لا يتجزأ من الشعب المصري	٦٧	١٥,٣٦%
٤	لأن المعتصمين يعبرون عن وجهة نظر الشعب المصري بصفة عامة	٤٤	١٠,٠٩%
٥	لأن المعتصمين يؤيدون رئيساً منتخباً بطريقة ديمقراطية	٥٧	١٣,٠٧%
٦	أخرى تذكر	٣٠	٦,٨٨%
		١٠	٢,٢٩%
المجموع		٤٣٦	١٠٠%

و بالرجوع إلى الجدول السابق نجد إن نسبة ٣٨,٥٣% من الجمهور المستهدف يؤيد اعتصام رابعة العدوية؛ لأن من حق المعتصمين التعبير عن رأيهم، تليهم نسبة ١٥,٣٦% ترى إن المعتصمين جزء لا يتجزأ من الشعب المصري، ثم ترى نسبة ١٣,٧٦% إن المعتصمين يشكلون فصيلاً وطنياً، تليهم نسبة ١٣,٠٧% يرون إن المعتصمين يؤيدون رئيساً منتخباً بطريقة ديمقراطية، يلي ذلك نسبة ١٠,٠٩% يرون إن المعتصمين يعبرون عن وجهة نظر الشعب المصري بصفة عامة، ثم ترى نسبة ٦,٨٨% إن احترام الفكر بين الناس هي أساس فكرة الاعتصام، ولا بد أنهم وجدوا بينهم فكرة تستحق الاحترام، و أخيراً ترى نسبة ٢,٢٩% من الجمهور المستهدف إن الرئيس د. محمد مرسي تم احتجازه بطريقة غير شرعية، وكان متبقي سنين من مدته.

جدول رقم (٥) يبين أسباب عدم تأييد الجمهور المستهدف لاعتصام رابعة العدوية

ك	%	أسباب عدم تأييد الجمهور المستهدف لاعتصام رابعة العدوية	
٢٣	٢١,٤	١ لأن المعتصمين يقطعون الطريق و يعطلون مصالح المواطنين	
١٣	١٢,١	٢ لأن المعتصمين يسببون إزعاجاً لسكان المنطقة	
٢٤	٢٢,٤	٣ لأن الشعب المصري معترض على وجهة نظرهم و خرج ضدها في ٣٠ يونيو	
٦	٥,٦٠	٤ لأن الاعتصام استغل البسطاء، و النساء، و الأطفال	
٧	٦,٥	٥ لأن الاعتصام فيه استغلال للدين بطريقة مضللة	
٩	٨	٦ لأن الاعتصام لم يكن سلمياً و كان يحوي أسلحة	
١١	١٠	٧ لأنه تم في الاعتصام تعذيب بعض المعارضين لوجهة نظر المعتصمين	
١٠	٩	٨ لأنه كانت هناك جنسيات متعددة من غير المصريين بين المعتصمين	
١	٠,٩	٩ أخرى تذكر	
١	٠,٩		لأنني ديكتاتور في الرأي ولا أقبل الرأي الآخر
١	٠,٩		لأن توقيتته كاد أن يؤدي بالبلاد إلى الدمار
١	٠,٩		لأنه نوع من البلطجة، و المتاجرة بالدين، و استغلال البسطاء
١	٠,٩		لأنه أنشأ دولة داخل الدولة
١	٠,٩		لأنه كان أحد أسباب تفتيت أو تقسيم المصريين
١	٠,٩	لأنهم اختاروا الطريقة الخطأ للتعبير عن رأيهم، و كانت لها آثار سلبية	
١٠٧	١٠٠	المجموع	

أما بالنسبة لأسباب عدم تأييد الجمهور المستهدف لاعتصام رابعة العدوية، و بالرجوع إلى الجدول السابق، نجد إن نسبة ٢٢,٤% من الجمهور لا تؤيد الاعتصام؛ لأن الشعب المصري معترض على وجهة نظرهم و خرج ضدها في ٣٠ يونيو، يليهم نسبة ٢١,٤% و ترى إن المعتصمين يقطعون الطريق و يعطلون مصالح المواطنين، ثم ترى نسبة ١٢,١% إن المعتصمين يسببون إزعاجاً لسكان المنطقة، يلي ذلك نسبة ١٠% و ترى إنه تم في الاعتصام تعذيب بعض المعارضين لوجهة نظر المعتصمين، و بعد ذلك نسبة ٩% و ترى إنه كانت هناك جنسيات متعددة من غير المصريين بين المعتصمين، ثم نسبة ٨% و ترى إن الاعتصام لم يكن سلمياً و كان يحوي أسلحة، تليهم نسبة ٦,٥% و ترى إنه تم في الاعتصام استغلال الدين بطريقة مضللة، تلي ذلك نسبة ٥,٦٠% و ترى إن الاعتصام استغل البسطاء، و النساء، و الأطفال، و أخيراً ذكرت نسبة ٠,٩% من الجمهور المستهدف عدة أسباب لعدم تأييدها لاعتصام رابعة العدوية؛ و هي: لأنني ديكتاتور في الرأي ولا أقبل الرأي الآخر، و لأن توقيت الاعتصام كاد أن يؤدي بالبلاد إلى الدمار، و لأنه نوع من البلطجة، و المتاجرة بالدين، و استغلال البسطاء، و لأنه أنشأ دولة داخل الدولة، و لأنه كان أحد أسباب تفتيت أو تقسيم المصريين، و لأن المعتصمين اختاروا الطريقة الخطأ للتعبير عن رأيهم، و كانت لها آثار سلبية.

جدول رقم (٦) يبين مدى تأييد الجمهور المستهدف لفض اعتصام رابعة العدوية

مدي تأييد الجمهور المستهدف لفض اعتصام رابعة العدوية	ك	%
نعم	١٠٠	٢٥%
لا	٣٠٠	٧٥%
المجموع	٤٠٠	١٠٠

و بالنظر إلى مدى تأييد الجمهور المستهدف لفض اعتصام رابعة العدوية، نجد إن نسبة ٧٥% غير مؤيدة لفضه، بينما أيدت فضه نسبة ٢٥%.

جدول رقم (٧) يبين أسباب تأييد الجمهور المستهدف لطريقة فض اعتصام رابعة العدوية

أسباب تأييد الجمهور المستهدف لطريقة فض اعتصام رابعة العدوية	ك	%
١ لأن طول مدة الاعتصام أظهر الدولة بمظهر سيء و أثر على هيبتها	٩٩	٢٦,٥٤
٢ لأن ترك الاعتصام لقرابة شهرين أعطى الفرصة لتوسيع الاعتصام و إحداث المزيد من المشكلات	٤٦	١٢,٣٣
٣ لأن ترك الاعتصام لقرابة شهرين أعطى الفرصة لوسائل الإعلام الأجنبية للحديث عن مصر بالسوء	٥١	١٣,٦٧
٤ لأن ترك الاعتصام لقرابة شهرين كان في طريقه لخلق دولة موازية و إثارة الفتنة والانقسام في الدولة المصرية	٤٣	١١,٥٢
٥ لأن القوات المسلحة و الشرطة أذرت المعتصمين قبل فض الاعتصام، و لكن لم تكن هناك استجابة	٧٧	٢٠,٦٤
٦ لأن المعتصمين تسببوا في الأذى لسكان المنطقة	٥١	١٣,٧٦
كان من الأصل عدم السماح ببدأ هذا الاعتصام واستمراره	١	٠,٢٦
ليس لديهم حق الاعتصام لعدم وجود أسباب	١	٠,٢٦
لأنهم كانوا يريدون الاحتفاظ بالحكم لوحدهم	١	٠,٢٦
أدى طول فترة الاعتصام إلى كثرة الشائعات إذا كانت صحيحة أو خاطئة؛ مما شحن نفسيات الكثيرين بالحق أو الباطل؛ مما يؤدي لعنف أقوى من الطرفين.	٢	٠,٥٣
لأن المعتصمين كانوا يؤمنون بالقضية دون نقاش أو حوار	١	٠,٢٦
المجموع	٣٧٣	١٠٠

تركزت أسباب تأييد الجمهور المستهدف لطريقة فض اعتصام رابعة العدوية في أن نسبة ٢٦,٥٤% ترى إن طول مدة الاعتصام أظهر الدولة بمظهر سيء و أثر على هيبتها، يلي ذلك نسبة ٢٠,٦٤% و يرون إن القوات المسلحة و الشرطة أذرت المعتصمين قبل فض الاعتصام، و لكن لم تكن هناك استجابة، ثم ترى نسبة ١٣,٧٦% إن المعتصمين تسببوا في الأذى لسكان المنطقة، يليهم نسبة ١٣,٦٧% و ترى إن ترك الاعتصام لقرابة شهرين أعطى الفرصة لوسائل الإعلام الأجنبية للحديث عن مصر بالسوء، ثم ترى نسبة ١٢,٣٣% إن ترك الاعتصام لقرابة شهرين أعطى الفرصة لتوسيع الاعتصام و إحداث المزيد من المشكلات، يلي ذلك نسبة ١١,٥٢% و ترى إن ترك الاعتصام لقرابة شهرين كان في طريقه لخلق دولة موازية و إثارة الفتنة و الانقسام في الدولة المصرية، و ترى نسبة ٠,٥٣%

إن طول فترة الاعتصام أدى إلى كثرة الشائعات إذا كانت صحيحة أو خاطئة؛ مما شحنت نفسيات الكثيرين بالحق أو الباطل؛ مما يؤدي لعنف أقوى من الطرفين، وأخيراً ترى نسبة ٢٦,٠% من الجمهور المستهدف عدة أسباب محفزة على تأييد فض الاعتصام، و هي: إنه كان من الأصل عدم السماح ببدأ هذا الاعتصام واستمراره، وإن المعتصمين ليس لديهم حق الاعتصام لعدم وجود أسباب، ولأنهم كانوا يريدون الاحتفاظ بالحكم لوحدهم، ولأن المعتصمين كانوا يؤمنون بالقضية دون نقاش أو حوار.

جدول رقم (٨) يبين أسباب عدم تأييد الجمهور المستهدف للطريقة التي تم بها فض اعتصام رابعة العدوية

أسباب عدم تأييد الجمهور المستهدف للطريقة التي تم بها فض اعتصام رابعة العدوية	ك	%
١ لأن فض الاعتصام تم بطريقة عنيفة من قبل الشرطة المصرية	١٢٥	٢٩,٢٧
٢ لوجود عدد كبير من الضحايا ممن لا ذنب لهم	٩٧	٢٢,٧١
٣ لأنه أدى إلى تأليب الرأي العام العالمي ضد مصر	١٠٠	٢٣,٤١
٤ لأن المعتصمين - رغم عدم عدالة قضيتهم - حظوا بتأييد كبير	٧٦	١٧,٧٩
٥ لأن طريقة فض الاعتصام منحت جماعة الإخوان المسلمين الفرصة للقيام بحملة ضد الدولة المصرية	٢٥	٥,٨٥
٦ أخرى تذكر	١	٠,٢٣
لأن طريقة الفض تعتبر سفكاً للدماء	١	٠,٢٣
بسبب الهجوم الوحشي من قبل قوات الشرطة	١	٠,٢٣
لأنها طريقة فض مزرعة بهائم وليس اعتصام مصريين يطالبون بحقهم	١	٠,٢٣
لأنه كان من الممكن محاصرة المكان ومنع دخول أي غذاء أو علاج حتى يتم إنهاء الاعتصام، وذلك كان الحل الأقل ضرراً من وجهة نظري.	١	٠,٢٣
المجموع	٤٢٧	١٠٠

أما عن أسباب عدم تأييد الجمهور المستهدف للطريقة التي تم بها فض اعتصام رابعة العدوية، أكدت نسبة ٢٩,٢٧% منهم على إن فض الاعتصام تم بطريقة عنيفة من قبل الشرطة المصرية، تليهم نسبة ٢٣,٤١% والتي أكدت على إن الاعتصام أدى إلى تأليب الرأي العام العالمي ضد مصر، ثم نسبة ٢٢,٧١% والتي ترى إن هناك عدد كبير من الضحايا ممن لا ذنب لهم، يلي ذلك نسبة ١٧,٧٩% والتي ترى إن المعتصمين - رغم عدم عدالة قضيتهم - حظوا بتأييد كبير، ثم أكدت نسبة ٥,٨٥% على إن طريقة فض الاعتصام منحت جماعة الإخوان المسلمين الفرصة للقيام بحملة ضد الدولة المصرية، وأخيراً أكدت نسبة ٠,٢٣% من الجمهور المستهدف على عدة أسباب لعدم لتأييد فض اعتصام رابعة العدوية؛ هي: إن طريقة الفض تعتبر سفكاً للدماء، و بسبب الهجوم الوحشي من قبل قوات الشرطة، و لأنها طريقة فض مزرعة بهائم وليس اعتصام مصريين يطالبون بحقهم، ولأنه كان من الممكن محاصرة المكان ومنع دخول أي غذاء أو علاج حتى يتم إنهاء الاعتصام، و ذلك كان الحل الأقل ضرراً.

بناءً على ما سبق، نجد إن غالبية عينة البحث تؤيد الاعتصامات بصفة عامة كوسيلة احتجاجية، ولكنه تأييد مشروط بعدالة القضية التي تم الاعتصام لأجلها. و قد أيدت غالبية

عينة البحث اعتصام رابعة العدوية؛ لأنهم يرون إن من حق المعتصمين التعبير عن رأيهم. أما النسبة الأقل التي لا تؤيد الاعتصام؛ فيرون إن الشعب المصري معترض على وجهة نظرهم و خرج ضدها في ٣٠ يونيو. أما عن فض الاعتصام، فنجد إن غالبية الجمهور المستهدف غير مؤيد لفضه، و كان من أهم أسبابهم إن الفض تم بطريقة عنيفة من قبل الشرطة المصرية. أما النسبة الأقل المؤيدة لفض الاعتصام، فترى إن طول مدة الاعتصام أظهر الدولة بمظهر سيء و أثر على هيبتها. و تعطينا هذه النتائج مؤشرات قوية لتأثير الجمهور المستهدف بالحملة الدعائية للاعتصام، و تأييد مزاعمها.

رابعاً – الأساليب الدعائية المستخدمة في الترويج لاعتصام رابعة العدوية:

لأن حملة التسويق السياسي لاعتصام رابعة العدوية كانت عن طريق منصات إلكترونية على شبكة الإنترنت، و حتى الفاعليات على الأرض تم تضمينها في تلك المنصات؛ فقد قمنا بتحليل مواد الحملة المطروحة عبر تلك الشبكات.

و قد تم الإعلان عن حملة التسويق السياسي لاعتصام رابعة العدوية على صفحة شبكة رصد الإخبارية على موقع فيسبوك بقولهم: "تم إطلاق حملة عالمية للتسويق السياسي لاعتصام رابعة العدوية على شبكة الإنترنت قبيل موعد الذكرى السنوية الأولى لفض الاعتصام في ١٤ أغسطس ٢٠١٤ في أكثر من (٣٠) دولة و ب (١٥) لغة مختلفة. و قد دشنت الحملة نشطاء سياسيون، وإعلاميون مصريون، و عرب، و أجانب، تحت عنوان **#قصة_رابعة و #Rabaastory**؛ بهدف التسويق للقضية الإنسانية للمجزرة الدموية للمعتصمين بميدان رابعة العدوية عقب الانقلاب العسكري في مصر تحت شعار: تيانامين .. أنديجان .. رابعة .. القصة واحدة و الفاعل واحد، رابعة قصة الإنسانية .. عام من الصمود. و جاء في البيان التذشيني للحملة، مثلما حدث في ١٥ أبريل ١٩٨٩ في ساحة الميدان السماوي (تيانامين) في بكين؛ حين خرج الطلاب يطالبون بالديمقراطية والإصلاحات فتصدت لهم الدبابات لتقتل و تسحق! و مثلما حدث في ١٥ مايو ٢٠٠٥ في مدينة (أنديجان) شرق أوزبكستان و في ساحة بابور؛ حين تجمع السكان ليتظاهروا ضد إساءة الأمن لهم؛ فأمر الطاغية كريموف قائد الجيش بسحق الشعب بالدبابات!(٧٤)".

و عليه، تم القيام بتجميع مواد الحملة لتحليلها، و سؤال الجمهور حول مدى متابعته لها و تأثيره بها. و قمنا بتقسيم مواد الحملة إلى فترتين؛ هما ذكرى فض الاعتصام الأولى و الثانية؛ لأن هاتان الفترتان هما اللصيقتان بتاريخ الفض، فضلاً عن بداية الحملة الدعائية للاعتصام في الفترة الأولى، ونسوجها في الثانية، و ما تلا ذلك من سنوات كان تكررراً ضعيفاً لما تم الترويج له في الفترة الثانية. بالإضافة إلى تسهيل تحليل كل ذكرى للاعتصام بمفردها، و متابعة تطور الحملة بين الذكرى الأولى و الثانية، و الوقوف على قوة و أفكار الجماعة في الدعاية لاعتصامهم.

١- الذكرى الأولى لفض الاعتصام ١٤ أغسطس ٢٠١٤:

تم تطبيق طريقة تحليل المضمون لتحليل المنشورات على صفحة فيسبوك Facebook (قصة رابعة)، و كذلك التغريدات على موقع تويتر Twiteer و الذي يحوي صفحة بنفس الاسم. كما تم تطبيق طريقة التحليل السيمويقي على كافة ملفات الفيديو، و الصور، على اختلاف أنواعها عبر صفحات فيسبوك، و تويتر، و قناة يوتيوب، و موقع قصة رابعة.

أ- تحليل المواد الدعائية للحملة على صفحة فيسبوك Facebook (قصة رابعة):

تضمنت الصفحة (٦٠) منشوراً، وثمانين صوراً، و سبع ملفات فيديو، تم تحليلها على النحو التالي:

١- تحليل مضمون منشورات صفحة فيسبوك Facebook (قصة رابعة):

تضمنت الصفحة (٦٠) منشوراً Posts، و تنوعت الموضوعات التي تمت مناقشتها في المنشورات، و كان على رأسها إظهار شعار الحملة المرئي و المكتوب، و دعوة العالم الخارجي للتعاطف مع المعتصمين بنسبة ٢٥,٦٥%، يلي ذلك إظهار تضامن أفراد من جنسيات متعددة مع الاعتصام و موقف المعتصمين بنسبة ٢١,٩٨%، ثم حث الجمهور على المشاركة في فعاليات حملة دعم الاعتصام إلكترونياً و على الأرض بنسبة ١٤,١٣%، يليه عرض لأعداد قتلى الاعتصام ونوعهم، و أعمارهم، و مؤهلاتهم الدراسية، و مهنهم بنسبة ٣,٦٦%، ثم إظهار انتشار وسم (هاشتاج #) الحملة على مستوى العالم بنسبة ٢,٠٩%، ثم توجيه الجمهور لمتابعة الحملة عبر وسائل التواصل الاجتماعي و المنصات المختلفة بنسبة ١,٥٧%، يتلوه حث الجمهور على الإيمان و دعم أفكار حملة (قصة رابعة)، و مقارنة أحداث فض الاعتصام بأحداث فض اعتصامات أخرى على مستوى العالم، و الاستقواء بمنظمات المجتمع المدني الدولية بنسبة ١,٠٤%، و أخيراً إظهار المعتصمين بصورة سلمية، و وصف فض الاعتصام بالمذبحة، و اعتبار مناهضة الاعتصام و تأييد فضه ضد الديمقراطية، و اعتبار الاعتصام أحد أشكال التعبير عن الرأي بنسبة ٠,٥٢%.

و نلاحظ إن كاتب المنشور كان شخصية غير معرفة بنسبة ١٠٠%، و كانت المنشورات موجهة لجمهور عام غير محدد بنسبة ١٠٠% أيضاً. أما عن جنسية الجمهور، فكانت المنشورات موجهة للجمهور المصري و جمهور من دول أخرى بنسبة ٦٩,٨٤%، ثم جمهور من الدول الأجنبية بنسبة ٢٣,٨٠%، يليه جمهور من الدول العربية و جمهور مصري بنسبة ٣,١٧%.

أما بالنسبة لفئة كيف قيل، فنلاحظ إن لغة المنشورات كانت تجمع في الغالب ما بين اللغتين العربية والإنجليزية بنسبة ٨٥%، يلي ذلك المنشورات باللغة الإنجليزية فقط بنسبة ١٠%، ثم المنشورات باللغة العربية فقط بنسبة ٣,٣٣%، و أخيراً منشورات بلغات أجنبية أخرى؛ و كانت لغة البشناق التي يتحدث بها أهل البوسنة بنسبة ١,٦٦% و كان أسلوب كتابة المنشورات العربية باللغة العربية الفصحى بنسبة ١٠٠%، و بالنسبة لشكل و محتوى المنشورات، تصدرت المنشورات المكونة من نص و صورة و وسم (هاشتاج #) شكل منشورات الحملة بنسبة ٦٨,٣٣%، تليها المنشورات المكونة من نص و فيديو و وسم (هاشتاج #) بنسبة ١١,٦٦%، ثم المنشورات المكونة من نص و رابط و وسم (هاشتاج #) بنسبة ١٠%، تليها المنشورات المكونة من نص و وسم (هاشتاج #) بنسبة ٣,٣٣%، و أخيراً المنشورات التي تحتوي على نص و رابط و صورة و وسم (هاشتاج #)، و التي تحتوي على نص و صور، و التي تحتوي على وسم (هاشتاج #) فقط، أو نص فقط بنسبة ١,٦٦% و بمتابعة أدوات فيسبوك المستخدمة في المنشورات، نجد إن استخدام الوسوم (هاشتاج #) كان متصديراً لتلك الأدوات بنسبة ٧٣,٣٣%، يليه استخدام الروابط Links بنسبة ١٥%، و أخيراً عمل مشاركة Share من مواقع أخرى بنسبة ١١,٦٦% و كانت أهم

الاستمالات التي تتضمنها المنشورات الاستمالات العاطفية بنسبة ٧٨,٣٣%، تليها الجمع بين الاستمالات العقلانية و العاطفية بنسبة ١٥%، و أخيراً استخدام الاستمالات العقلانية بنسبة ٦,٦٦%. و بالنظر إلى النطاق الجغرافي الموجهة له المنشورات، كان هناك اهتمام بالجمع بين مصر و دول عربية وأجنبية بنسبة ٨٣,٣٣%، يلي ذلك توجيه المنشورات لدول أجنبية بنسبة ١٠%، و أخيراً المنشورات الموجهة لمصر أو لدول عربية بنسبة ٣,٣٣%.

و بالبحث عن أهداف الاتصال المتوخاة من المنشورات، وجدنا إن الهدف الأول هو إثارة رغبة المواطنين في تبني قضية الاعتصام و أهدافه، و إثارة التعاطف مع اعتصام رابعة العدوية بنسبة ٣٢,٨٨%، ثم إثارة حماسة المواطنين للمشاركة في فعاليات الاعتصام إلكترونياً و على الأرض بنسبة ٢٦,١٧%، يلي ذلك إثارة غضب المواطنين و مشاعرهم السلبية تجاه الدولة بنسبة ٦,٧١%، وأخيراً إثارة حزن المواطنين على ما تعرض له المعتصمون أثناء فض الاعتصام بنسبة ١,٣٤%.

تأسيساً على ما سبق، يتضح إن أهم الموضوعات التي تم طرحها في المنشورات هي إظهار شعار الحملة المرئي و المكتوب، و دعوة العالم الخارجي للتعاطف مع المعتصمين. و إن المنشورات موجهة لجمهور عام؛ يجمع بين الجمهور من مصر و دول أخرى؛ لذا فالمنشورات كانت تجمع في الغالب ما بين اللغتين العربية والإنجليزية، و مكونة من نص و صورة و وسم (هاشتاج #)، و كانت الغلبة لاستخدام الوسم (هاشتاج #) في المنشورات، التي كانت غالبية استمالاتها عاطفية، و موجهة لمصر و دول عربية و أجنبية؛ بهدف إثارة رغبة الجمهور المستهدف في تبني قضية الاعتصام و أهدافه، و إثارة التعاطف معه. تتفق هذه النتيجة مع ما ذكرته دراسة **محرناز أليزاده، و محمد سيد أبادي، و داتيس خاجيهيان (٢٠٢١)**، حيث تمت صياغة الرسالة لتتوافق مع الجمهور المستهدف. و تتفق أيضاً مع نتيجة دراسة **عبد الله الرعود (٢٠١٢)** من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام المحلي، و الإقليمي، و الدولي. و هذا ما يفسر استخدام اللغة الإنجليزية في مواد الحملة.

٢- التحليل السيموطيقي للصور على صفحة فيسبوك Facebook (قصة رابعة):

تم تحليل (٨) صور على صفحة فيسبوك (قصة رابعة)؛ (٣) صور منهم صور صفحة شخصية Profile، و (٢) صورة غلاف، و (٣) ملصقات Posters. و يتضمن التحليل السيموطيقي معنيين أساسيين؛ المعنى التعييني و هو السمات الشكلية للصور المحللة، و المعنى التضميني؛ و هو المعاني و الدلالات التي تعكسها تلك السمات.

و بالبحث في المعنى التعييني لصور الصفحة الشخصية، نجد إنها تضمنت شخصيات من الذكور و الإناث، من أكثر من فئة عمرية، و على وجوههم تعبيرات مختلفة؛ ما بين الابتسامة، والحزن، و الصراخ. كما تضمنت الأشكال في الصور أكثر من شكل؛ حيث تجمع بين الأرقام و كان رقم (١) كدليل على الذكرى الأولى لفض الاعتصام، و الشعار المرئي Logo و هو الكف ذو الأصابع الأربعة، و الشخصيات المتنوعة السالف ذكرها، و أيضاً الشعار المقروء Slogan للحملة باللغتين العربية و الإنجليزية؛ و هو رابعة عام من الصمود Raba'a a Year of Resistance. و كان موقع تلك الأشكال و النصوص في منتصف الصورة، و تحتوي صورة واحدة

فقط على نص باللغتين العربية والإنجليزية. وقد تم استخدام ألوان محدودة في الصور؛ فجمعت بين الألوان الدافئة الأحمر والأصفر، والألوان المحايدة الأسود والرمادي. وكانت خلفيات الصور خلفيات ملونة فقط Plain باللون الأصفر.

أما بالبحث في المعنى التضميني للصور الشخصية للصفحة، نجد الحرص على التنوع في نوع الشخصيات، و أعمارهم؛ للدلالة على إن الاعتصام كان مكوناً من كافة أطياف المجتمع، و تنوع التعبيرات على وجوههم دلالة لما عايشوه أثناء فترة تواجدهم بالاعتصام أو عند فضه؛ سواء بالسعادة لتضامنهم و تعبيرهم عن رأيهم، أو بالحزن و الفزع عند فض اعتصامهم، و حرمانهم من أحبائهم، ومن حقهم في التعبير عن رأيهم. مع التأكيد على الشعارين المرئي و المقروء، و كان الشعار المرئي بسيطاً في لونه؛ و المكون من لونين فقط الأسود و الرمادي، و كتلته البصرية التي لا تزدهم بالمكونات الكثيرة، و معبراً عن اسم الميدان – من وجهة نظرهم – مما أدى إلى سهولة التعبير عنه سواءً باليد في وقفات احتجاجية لاحقة بعد فض الاعتصام، أو إمكانية رسمه و طباعته. كما كان الشعار المقروء مكوناً من أربع كلمات حتى يكون سهل التذكر، مع التأكيد على اسم الميدان؛ لربط الشعار بالحدث، و بمعانٍ تدل على استمرار سعيهم في قضيتهم، و المطالبة بما يروونه حقاً لهم على الرغم من فض اعتصامهم، و تمسكهم بوجهة نظرهم؛ لإقناع الآخرين بها، و باللغتين العربية والإنجليزية؛ لأن الحملة كانت موجهة ليس لمصر فقط، و لكن للدول العربية و الأجنبية؛ لإقناع العالم بقضية الاعتصام و الترويج لها. و وقوع الشكل و النص في منتصف الصورة؛ كان للفت الانتباه لهما و عدم تشتيت ذهن المتابع للحملة. و كان الاعتماد على الألوان الدافئة الأصفر و الأحمر لتعكس الشغف و الحماس و الطاقة؛ مما يعني تدعيم معنى الشعار المقروء و الحماس في تدعيم قضية الاعتصام و الاستمرار في التذكير بها و نشرها. أما الاعتماد على الألوان المحايدة الأسود والرمادي لتعكس القوة و الجدية؛ مما يعني رفض الجماعة للهزيمة و الانكسار بعد زوال حكمهم وفض اعتصامهم.



شكل رقم (١٤) صورة بروفایل شكل رقم (١٥) صورة بروفایل شكل رقم (١٦) صورة بروفایل

و بالنسبة لصور الغلاف، فكانوا صورتين، و بالبحث في المعنى التعميني لهما، سنجد أيضاً إنهما تضمنتا شخصيات من الذكور و الإناث، من أكثر من فئة عمرية، و على وجوههم تعبيرات مختلفة؛ ما بين الابتسامة، و الحزن، و الصراخ. كما تضمنت الأشكال في صورتين أكثر من شكل؛ حيث تجمع بين الأرقام و كان رقم (١) كدليل على الذكرى الأولى لفض الاعتصام، و الشعار المرئي Logo و هو الكف ذو الأصابع الأربعة، و الشخصيات

المتنوعة السالف ذكرها، و أيضاً الشعار المقروء Slogan للحملة باللغتين العربية و الإنجليزية؛ و يضيف مصمم الحملة شعاراً آخر بالإضافة إلى الشعار السابق؛ و هو رابعة قصة الإنسانية Raba'a is a Humanitarian Tragedy. و كان موقع تلك الأشكال و النصوص في منتصف الصورة. و قد تم استخدام ألوان محدودة في الصور؛ فجمعت بين الألوان الدافئة الأحمر و الأصفر، و الألوان المحايدة الأسود و الرمادي و الأبيض. و كانت خلفيات الصور خلفيات ملونة فقط Plain باللونين الأصفر و الأبيض.

و بالبحث في المعنى التضميني للصورتين، فلا يختلف عن التحليل السابق إلا في الشعار المقروء المضاف و لون الخلفية. فمن ناحية الشعار المقروء، نجده أيضاً باللغتين العربية و الإنجليزية؛ لإقناع العالم بقضية الاعتصام و الترويح لها، و كان مكوناً من ثلاثة كلمات حتى يكون سهل التذكر، مع التأكيد على اسم الميدان؛ لربط الشعار بالحدث، و بمعانٍ تثير الشفقة و التعاطف في قلوب الجماهير المستهدفة بأن فض اعتصام ميدان رابعة يشكل مأساة إنسانية. كما وقع الشكل و النص في منتصف الصورة؛ للفت الانتباه لهما و عدم تشتيت ذهن المتابع للحملة. و تم الاعتماد على الألوان الدافئة الأصفر و الأحمر لتعكس الشغف و الحماس و الطاقة؛ مما يعني تدعيم معنى الشعار المقروء و الحماس في تدعيم قضية الاعتصام و الاستمرار في التذكير بها و نشرها. أما الاعتماد على الألوان المحايدة الأسود و الرمادي و الأبيض لتعكس القوة و الجدية، و النقاء و السلام و المصداقية؛ مما يعني رفض الجماعة للهزيمة و الانكسار بعد زوال حكمهم، و نقاء و مصداقية من توفي منهم أثناء فض الاعتصام أو تواجد فيه؛ لعدالة قضيتهم من وجهة نظرهم.



شكل رقم (١٧) يبين صورة غلاف صفحة قصة رابعة على فيسبوك



شكل رقم (١٨) يبين صورة غلاف صفحة قصة رابعة على فيسبوك

و يتبقى لدينا (٣) **ملصقات Posters**، و لا يختلف المعنى التعميني لهم عن الصور الشخصية للصفحة، إلا في استخدام الشعار المقروء فقط. سنجد أيضاً إنهم يتضمنون

شخصيات من الذكور والإناث، من أكثر من فئة عمرية، و على وجوههم تعبيرات مختلفة؛ ما بين الأبتسامة، و الحزن، والصراخ. كما تضمنت الأشكال في الملصقات أكثر من شكل؛ حيث تجمع بين الأرقام و كان رقم (١) كدليل على الذكرى الأولى لفض الاعتصام، و الشعار المرئي Logo و هو الكف ذو الأصابع الأربعة، و الشخصيات المتنوعة السالف ذكرها، و أيضاً الشعار المقروء Slogan للحملة باللغتين العربية و الإنجليزية؛ و هو هنا يجمع بين الشعارين السابقين المستخدمين في صور الغلاف. من خلال التحليل السابق للمعنى التعييني، نجد تكراراً للمعنى التضميني أيضاً.



شكل رقم (٢١) ملصق

شكل رقم (٢٠) ملصق

شكل رقم (١٩) ملصق

بناءً على ما سبق، نجد إن مصمم مطبوعات الحملة كان حريصاً على التعبير عن أيديولوجية الجماعة؛ من خلال التركيز على تنوع فئات المعتصمين، و أعمارهم، و نوعهم، و إظهار تعبيرات مختلفة لوجوههم، و إثارة التعاطف في نفوس متابعي الحملة تجاههم، مع التأكيد على الشعارين المرئي و المقروء، اللذان اعتبرا علامة مميزة لقضية الاعتصام في السنوات اللاحقة. و قد أوضحت دراسة عادل خضر (٢٠١٨) بأن الجماعة قامت بالإيهام بوجود معارضة بالملايين ضد الفريق أول عبد الفتاح السيسي و خصوصاً بعد فض اعتصامي رابعة و النهضة. كما أكدت دراسة فيروز عبد العزيز (٢٠١٤) بأن الموجودين بالميدان مفتنعين بأنهم يمثلون كل فصائل المجتمع. و يبرر لنا هذا تصميم مطبوعات الحملة بهذا الشكل.

٣- التحليل السيموطيقي لملفات الفيديو على صفحة فيسبوك Facebook (قصة رابعة):
تضمنت الصفحة سبع ملفات فيديو؛ ثلاث إعلانات، و فيلمين وثائقيين، و أغنيتين.
الإعلان الأول هو إعلان تسويق سياسي عن فض الاعتصام تحت عنوان (Raba'a is a

(Humanitarian Tragedy)، يتحدث فيه مجموعة أشخاص من مجموعة دول هي؛ إنجلترا، و ألمانيا، و إيطاليا، والأرجنتين، و اليونان، و تركيا، و تونس، و التشيك، و سوريا، و فرنسا، و الصومال، و الصين، و الهند، و السويد، و كندا، و صربيا، و رومانيا، و إيران، و جامايكا، و بلغاريا، و عبروا عن رأيهم في فض الاعتصام، و مساندتهم للمعتصمين بلغاتهم الأصلية. كمان كان التعليق على الإعلان باللغة الإنجليزية، و بدون أن يتضمن أي ترجمة لأي لغة تحدث بها المشاركون. و ينتهي الإعلان بخلفية صفراء يتنوع عليها شعارين مختلفين؛ الأول شعار مرئي و هو رمز الكف مع شعار مكتوب باللغتين العربية و الإنجليزية هو رابعة قصة الإنسانية *Raba'a is a Humanitarian Tragedy*، والثاني رقم ١ مع شعار رابعة عام من الصمود *Raba'a a Year of Resistance*.

و بدراسة **المعنى التعييني للإعلان**، نجد إن مدته قد بلغت (٢:٣١) دقيقة، و تراوحت مدة لقطاته بين الثانية، و الثانيتين، و الثماني ثواني. و ركز على أربعة أنواع من اللقطات هي؛ اللقطة القريبة *Close Shot* و كانت هي الأغلب في الإعلان، ثم اللقطة المتوسطة القريبة *Medium Close Shot*، فالمتوسطة البعيدة *Medium Long Shot*، و أخيراً اللقطة الأقل استخداماً اللقطة البعيدة *Long Shot*. و من الجدير بالذكر إنه تم التقطيع بين اللقطات الثابتة و المتحركة بالتبادل؛ فاستغرقت اللقطة التي يتم التحدث فيها ثانيتين، و اللقطة الثابتة لصورة من الاعتصام ثمانية واحدة، و اللقطة التي يتم التعليق فيها على أحداث الاعتصام مع عرض صور ثابتة له ثماني ثواني. و كانت جميع زوايا التصوير مواجهة، و لا يوجد أي حركة للكاميرا فكانت ثابتة، و لم تستعمل أي مؤثرات مرئية، و كانت معظم أماكن التصوير خارجية في حديقة، أو شارع، أو مكان عام، و بالطبع صور الاعتصام، و القليل من أماكن التصوير كانت داخلية؛ سواء لبعض المتحدثين داخل منازلهم، أو داخل مسجد رابعة العدوية. و تنوعت الشخصيات في الإعلان بين الرجال و النساء في مراحل عمرية مختلفة ما بين الشباب و منتصف العمر، بالإضافة إلى صور المعتصمين الذين تراوحت أعمارهم ما بين الطفولة، و الشباب، إلى الكهولة. و انقسم مضمون الصورة إلى موضوعين؛ الأول أشخاص يتحدثون في مواجهة الكاميرا بشكل مباشر، و الثاني صور لفض الاعتصام تبين كفاح المعتصمين في الدفاع عن اعتصامهم، و مواجهتهم للشرطة، و الجرحى و المصابين منهم، و آخرين يصرخون، و يكون، و صور لجثث متراصة تملأ مسجد رابعة العدوية بأكفان و بلا أكفان، و صور لذوي القتلى يكون على جثث أحبائهم. و كان في خلفية الإعلان صوت موسيقياً مؤثرة، و تم استخدام مؤثر صوتي مرة واحدة في بداية تبادل عرض الصور مع آراء الشخصيات المشاركة؛ و هو صوت فلاش كاميرا. و تضمن الإعلان تعليقاً صوتياً باللغة الإنجليزية بصوت نسائي نصه (عام مضى على فض اعتصام رابعة العدوية في مصر، تم قتل ٢٥٠٠، و أصيب ٨٠٠٠، و اعتقل و طورد ٤١ ألفاً، العالم لم و لن ينساهم)، ثم يختتم التعليق بشعار الإعلان (رابعة قصة إنسانية). و ذكرت مجموعة من العبارات على لسان المشاركين في الإعلان بلغات مختلفة هي (من حقهم التعبير عن رأيهم – من حقهم أن يعيشوا بكرامة – إنهم لا يستحقون القتل – لا يستحقون أن تحرق جثثهم – لا يستحقون أن يضطهدوا – لا يستحقون أن يعتقلوا – لا يستحقون التعذيب).

بناء على ما سبق، نصل للمعنى التضميني للإعلان، فنجد إنه يجمع الموسيقى المؤثرة، مع صور المعتصمين في حالة صراخ و بكاء، مجروجون، و ينزفون، و صور القتلى في الأكفان و بدونها، و بكاء ذويهم، بالإضافة إلى العبارات المؤثرة التي تفوهت بها الشخصيات المشاركة؛ و التي تدور جميعها حول حرية التعبير، و قسوة ما تعرض له المعتصمون، مع اللقطات القريبة في الغالب، و صوت الراوية المؤثر، و النص الذي ذكرته؛ نصل في النهاية إلى حالة من الشحن العاطفي الشديد للمشاهدين للتعاطف مع قضية الاعتصام، و في نفس الوقت إثارة مشاعر الغضب و الكراهية ضد الشرطة و الدولة المصرية التي تسحق – من وجهة نظر صانعي الإعلان – مواطنين مسالمين يطالبون بحقوقهم. هذا بالإضافة إلى تنوع اللغات التي تم إنتاج الإعلان بها، و عدم وجود ترجمة لها، و مشاركة أشخاص من ٢٠ دولة عربية و أجنبية، و من قارات مختلفة هي آسيا، و أفريقيا، و أوروبا، و الأمريكيتين الشمالية و الجنوبية؛ مما يدل على قدرة التنظيم الدولي للإخوان المسلمين على حشد الطاقات من مختلف دول العالم، و سعيه لتدويل القضية على إنها قضية حقوق إنسان؛ سعيًا منهم لتأليب دول العالم و مواطنيها على الدولة المصرية، و العودة إلى سدة الحكم مرة أخرى.

الإعلان الثاني بعنوان (النصر لمن يتحمل الضربات ... رابعة عام من الصمود)، باللغة العربية. و يتضمن مجموعة من الصور الثابتة منذ أحداث ٢٥ يناير ٢٠١١، و حتى فض ميدان رابعة العدوية، و محاولة الربط بين الحدثين. بتحليل المعنى التعييني، نجد إن مدة الإعلان (٣٨ ثانية)، مدة كل لقطة من ثمانية إلى ثنيتين، و تضمنت اللقطات نوعين فقط هما اللقطة المتوسطة البعيدة Medium Long Shot، و اللقطة البعيدة Long Shot؛ و ذلك لكونها لقطات ثابتة من أحداث ٢٥ يناير ٢٠١١ و فض اعتصام رابعة ١٤ أغسطس ٢٠١٣. و كانت زاوية التصوير مواجهة، مع حركتين للكاميرا فقط هما Zoom out في الغالب، ثم Zoom in. و يتضمن الإعلان مؤثرات مرئية متنوعة؛ ما بين تأثير اشتعال نار، و ظهور دخان، و إطلاق رصاص، و صوت رياح. و كانت جميع أماكن التصوير خارجية، و تضمنت الشخصيات رجال شرطة، و متظاهرين و معتصمين رجالاً و نساءً من جميع الأعمار. و كان مضمون الصور الأحداث المختلفة لفض الاعتصام؛ من إلقاء المعتصمين الحجارة على رجال الشرطة، إلى الجرحى، و المصابين، و القتلى من المعتصمين. إضافة لمجموعة صور لأحداث ٢٥ يناير و ما قبلها؛ حيث يبدأ الإعلان بصورة سيدة تسكن في العشوائيات بين أكوام القمامة و بجانبها طفلها، ثم المظاهرات في ميدان التحرير، و وصولاً لفض اعتصام رابعة العدوية. و تضمن الإعلان خلفية موسيقية قوية و مؤثرة، بالإضافة إلى مجموعة من المؤثرات الصوتية؛ كصوت اشتعال النيران، و طلقات الرصاص، و هبوب الرياح، و هتافات الجماهير. كما تضمن الإعلان تعليقاً صوتياً لصوت ذكوري قوي نصه (تحت قهر أرادوا أن نعيش فيه لا ينفك ... و في زمن راكد لن يتغير إلا بأن ينسف ... و نحو حلم قريب لن يتحقق إلا بأن نستمر ... متى يسترد الشعب حريته ... قضت الحياة أن يكون النصر لمن يتحمل الضربات لا لمن يضربها ... رابعة قصة الإنسانية ... رابعة عام من الصمود). و نلاحظ هنا إن النص الإعلاني يتضمن شعاري الحملة.

تأسيساً على ما سبق، نصل إلى **المعنى التضميني**، و نلاحظ هنا تضافر مجموعة من العناصر المرئية و السمعية المؤثرة لتحديث الأثر المرغوب لدى صانع الإعلان على المتلقين. فجد أنفسنا أمام صور مؤثرة، ممزوجة بمؤثرات مرئية و سمعية، و موسيقا قوية، مع استخدام حركة الكاميرا، ونص مؤثر؛ ليحض المشاهدين على التضامن مع قضية الاعتصام و تبنيتها؛ خاصة مع ربطها بأحداث ٢٥ يناير التي شارك فيها جموع الشعب المصري؛ مما يوحي بأن اعتصام رابعة امتداد لنفس المطالب بالعيش، و الحرية، و العدالة الاجتماعية، و إن حكم الإخوان المسلمين كان تحقيقاً لرغبات الشعب المصري كافة، و يجب عليهم التضامن مع الجماعة و رفض نظام الحكم المصري و إحراجه، و إن أهداف الشعب لم تتحقق بعد، و إن النظام أعاد إنتاج نفسه من جديد؛ مما يحتم عليهم الاصطفاف مع الجماعة لتحقيق أهدافهم.

يسير الإعلان الثالث في نفس الاتجاه، و لكنه من إنتاج Egyptian Canadian Colalition for Democracy (ECCD)، و الإعلان باللغة الإنجليزية، و تم تصويره بين مصر و كندا، و يربط أيضاً بين حدثي ٢٥ يناير ٢٠١١ و فض اعتصام رابعة العدوية ١٤ أغسطس ٢٠١٣، و هو بعنوان **(I Am Egypt – Jan 25)**. بدراسة **المعنى التضميني** للإعلان، نجد إن مدته الزمنية تبلغ (٢١:٠٣)، و تتراوح مدة اللقطات ما بين ثانية إلى ثانيتين؛ نتيجة للتقطيع السريع بينها. و تم استخدام ست أنواع للقطات، كان أكثرها استخداماً اللقطة شديدة القرب Extreme Close Shot، ثم اللقطة القريبة Close Shot، و اللقطة المتوسطة القريبة Medium Close Shot، ثم اللقطة المتوسطة البعيدة Medium Long Shot، و بشكل أقل بكثير تم استخدام اللقطات البعيدة Long Shot، و البعيدة جداً Extreme Long Shot. أما بالنسبة لزاويا التصوير، فتم استخدام الزاوية العالية High Angle، و الزاوية المنخفضة Low Angle، و لكن بشكل قليل، كما تم استخدام زاوية عين الطائر Eye Bird Angle مرتان، و كانت زاوية المواجهة هي الأكثر استخداماً. و تم التنوع في حركات الكاميرا، فعلى الرغم من إنه لم يتم تحريك الكاميرا في غالبية الأحوال، إلا إنه تم استخدام تحريك الكاميرا نحو اليمين Pan Right، و تحريكها نحو اليسار Pan Left، كما تم استخدام حركة الدخول للداخل Close in، و حركة الخروج للخارج Close out. و على الرغم من عدم استخدام مؤثرات مرئية في غالبية الأحوال، إلا إنه تم استخدام بعضها مثل الإظلام للدخول في اللقطة Fade in، و الإظلام للخروج من اللقطة Fade out، و عدم توضيح الصورة Out of Focuse. و كانت أماكن التصوير جميعها خارجية. و انحصرت الشخصيات الظاهرة في شاب و فتاة في لقطات قريبة، و جموع الجماهير التي تتظاهر. و تركز مضمون الصورة في لقطات كثيرة قريبة جداً و أحياناً بعيدة لشاب و فتاة في شوارع كندا، مع التركيز على أيديهم و أقدامهم، و لقطات للمظاهرات في ميدان التحرير؛ بإظهار صلاة المتظاهرين، و بكائهم، و دعائهم، و تدميرهم لسيارات الشرطة، و حملهم للأعلام، و لقطات لميدان رابعة العدوية أثناء الهتاف و الركض، كما تم تصوير مجموعة من الأفراد في كندا يغطون وجوههم بلافتات تحمل مجموعة من الكلمات باللغة الإنجليزية هي؛ حرية Freedom، و عدالة Justice، و ديمقراطية Democracy، و مازلت متحملاً Still Standing، و مازلت مستمراً Continuing، و أنا مصر I am

Egypt. و على الرغم من عدم وجود أي صوت سوى التعليق الصوتي على الإعلان، إلا إنه بدأ صوت موسيقياً متمثلاً في عزف على البيانو يصاحب التعليق حتى نهايته. و على الرغم أيضاً من عدم وجود مؤثرات صوتية في معظم المشاهد، إلا إنه ظهر صوت دقات قلب مع هبوب رياح في أول مشهد، و صوت إطلاق رصاص مع صوت الموسيقى في المشاهد الأخيرة، و صوت هتافات الجماهير في ميدان التحرير الشعب يريد إسقاط النظام، و هتافات المعتصمين في ميدان رابعة العدوية يسقط حكم العسكر، و كلا الهتافين ممزوج بصوت موسيقياً البيانو. و تم قراءة تعليق باللغة الإنجليزية على الإعلان بصوت ذكوري نصح: أنا غالباً لا أعرف إذا كنت لم تسمع كثيراً عني، ربما في فيلم، أو على التلفزيون، أنا بعيد عنك و لكنك تفكر في ، فكلنا أخوة في الإنسانية. من أنا؟ أنت تسأل من أنا؟ أنا لا أركب الجمل، أنا لا أعيش في خيمة، أنا لست راقصة شرقية، أنا لست هرماً، أنا أعيش في فقر، أركض خلف لقمة العيش، عانيت لعقود من الدكتاتوريين واحداً تلو الآخر، و في يوم جميل و مثل أي شخص آخر، ذهبت إلى ميدان التحرير، و وقفت هناك، و حاربت هناك، و كسرت حاجز الخوف هناك، و رفعت رأسي لأول مرة منذ سنوات هناك، صرخت بما أريد هناك، أريد إسقاط النظام، و كان يجب أن أخاف من جرح عفتي هناك، و صرخت سلمية سلمية، ضحيت بأبنائي و بناتي، الأباء و الأمهات، كبريائي، و أفضل كلمات ضحايا القهر حرية، احتفلت بسقوط مبارك، و وضعت ثقتي في القوات المسلحة، و صوت في انتخابات عادلة، لأول مرة لدي صوت، و كنت أمل إنني سأجد العدالة لأول مرة، و لكن القضاة أضاعوها، أيها القاضي أخبرني تكلفة العدالة التي يحتاجها أي فرد، لقد حلوا البرلمان، و أطلقوا سراح قاتلي، لديهم ولاء لأنفسهم، و حلفاء للصمص، و قد طعني الشرطة والجيش و الصحافة و التلفزيون في ظهري، لقد جمعوا الداعمين لهم بشكل أعمى، و دفعوهم إلى الشوارع، و بضغط من الكنائس و المساجد، و اشتروا الشيوخ، و هدفوا إلى تصويب المسدسات نحوي؛ فصرخت هذا انقلاب عسكري، ماذا فعلتم بالديمقراطية؟ لقد أطلقوا علي الكلاب، و ضربوني، و أصابوني، و عذبوني، و قتلوني، و ما زلت متحماً مستمراً من خلال الدم و الدموع و الدخان، لن أصمت أبداً، لن أختبئ أبداً، أنا في كل مكان، أنا مستمر، أنا مصر.

و بدراسة المعنى التضميني، نلاحظ تضافر العناصر المرئية، مع الموسيقى، و المؤثرات الصوتية، و التعليق، و نبرة الصوت؛ للإيحاء بديكتاتورية الدولة، و فشل الثورة، و بأنها ترزح تحت حكم عسكري، و بالحاجة لاستعادة الديمقراطية، و تأجيج مشاعر الجماهير، و تشويه ثورة ٣٠ يونيو؛ باعتبار إن جموع الشعب دفعت للشوارع نتيجة خداعها و ليس نتيجة فشل جماعة الإخوان في الحكم، و تبرير اعتصام رابعة العدوية، و بأن هدفه النبيل و هو استعادة ثورة الشعب، و تحقيق مطالبه التي يسعى الحكم العسكري – من وجهة نظرهم – للقفز عليها. كما نلاحظ إن الإفراط في استخدام اللقطات القريبة و شديدة القرب؛ كاليد، و القدم، و جانب الوجه؛ للدلالة على التوتر، و الألم، و القلق، و الرغبة في إيصال الصوت. كما إن رفع اللافتات بمجموعة من الكلمات تدل على الاحتجاج، و الحاجة إلى تطبيق محتواها. و يعتبر الاهتمام بإبراز هتافات الجماهير بعبارتين محددتين في ميدان التحرير و اعتصام رابعة العدوية؛ للدفع بشكل غير مباشر لإسقاط نظام الدولة، و كراهية الرئيس ذو الخلفية العسكرية؛ بمعنى آخر دفع جموع الشعب للشوارع مرة أخرى. و لكون اللغة التي تم

التعليق على الإعلان بها اللغة الإنجليزية، مع تضمين بعض المشاهد من كندا بدون ضرورة؛ يعني ذلك تأليب الدول الأجنبية، وإعلامها، ومواطنيها على النظام المصري؛ للمساهمة في تكوين رأي عام عالمي يساعد جماعة الإخوان المسلمين على العودة لسدة الحكم.

و تضمنت الصفحة فيلمين وثائقيين من إنتاج منظمة مراقبة حقوق الإنسان Human Rights Watch بنفس المحتوى باللغتين العربية والإنجليزية تحت عنوان مصر- عمليات القتل الجماعي على أيدي قوات الأمن Egypt- Mass Killings by Security Forces، و الفرق الوحيد بينهما إن شخصية المتحدث الممثلة لمراقبة حقوق الإنسان في النسخة العربية كان نديم حوري نائب مدير قسم الشرق الأوسط، و الشخصية الممثلة لذات المنظمة في النسخة الإنجليزية كانت سارة ونستون مديرة قسم الشرق الأوسط و شمال أفريقيا. و يتحدث الفيلم عن أحداث فض اعتصام رابعة العدوية بطريقة تتبنى وجهة نظر الإخوان المسلمين و ادعائهم، و تحمل تحيزاً ضد الدولة المصرية.

و بالنظر إلى المعنى التعييني للفيلمين، نجد إن المدة الزمنية لكليهما قد بلغت ٩ دقائق. و كانت مدة كل لقطة ما بين ٥ ثوانٍ، و ٧ ثوانٍ، و ١٢ ثانية. و تحددت أنواع اللقطات في أربعة هي؛ اللقطة القريبة جداً Extrem Close Shot لتصوير الجروح، و الدماء، و وجوه القتلى، و دماء المعتصمين التي تلتصق صور محمد مرسي، و اللقطة القريبة Close Shot لتصوير المتحدثين، و الجرحى، و القناصة الذين كانوا يرتدون زيأً مدنياً، و اللقطة المتوسطة البعيدة Medium Long Shot لتصوير المعتصمين في الشارع و داخل المسجد، و الجثث التي تم تكفينها و التي لم يتم تكفينها متراصة بجوار بعضها بعضاً، و الأطفال الذين يبكون، و اللقطة البعيدة Long Shot لتصوير مشاهد فض الاعتصام بصفة عامة، و مروحيات الجيش التي تحلق فوق الاعتصام وقت الفض، و جنود الشرطة أثناء الفض، و حرائق و دخان الميدان. و كانت زاوية التصوير الوحيدة هي المواجهة، مع عدم وجود حركة للكاميرا، و لا مؤثرات مرئية، و كانت أماكن التصوير ما بين الاعتصام في الشارع كمكان خارجي، و مسجد رابعة العدوية من الداخل كمكان داخلي. كانت الشخصيات المتحدثة في الفيلمين كحديث مباشر هي مديرة قسم الشرق الأوسط و شمال أفريقيا بمراقبة حقوق الإنسان في النسخة الإنجليزية، و نائبها في النسخة العربية، بالإضافة إلى صحافية في الشروق، و مجموعة طلاب من جامعات مختلفة من المعتصمين. كما تم إظهار رجال شرطة و معتصمين أثناء عملية الفض. تركز مضمون الصورة في الفيلم على مشاهد فض الاعتصام، و كان معظم التركيز على القتلى، و المصابين، و الغارقين في دمائهم، و الدماء التي تغطي الأرض، و محاولة إسعاف الجرحى، و جنود الشرطة في وسط أحداث الفض، و جنود الجيش أمام مسجد رابعة العدوية بعد احتراقه. و يخلو الفيلم من الموسيقى، و لكنه يحتوي على مؤثرات صوتية كتكبيرات العيد، و صوت طلقات الرصاص، و صراخ المعتصمين، و هتافاتهم بعبارات حسبنا الله ونعم الوكيل، و يارب، و الله أكبر، و أصوات الجلبة و الطرق التي صنعها المعتصمين. و تم الربط بين حديث الشخصيات في الفيلمين و مشاهد فض الاعتصام، التي كان بعضها مصور باحترافية، وبعضها الآخر مصور بغير احترافية عن طريق كاميرا الموبايل. و يركز رؤساء قسم الشرق الأوسط على نقاط معينة في حديثهم هي:

إن المظاهرات خرجت في المحافظات المصرية المختلفة اعتراضاً على خلع مرسي، و إن أكبر تجمع لهم كان في ميدان رابعة العدوية. و إن المعتصمين كانوا سلميين و لكن الحكومة المصرية ادعت عكس ذلك، و استخدمت قوات الأمن ذخيرة حية وقناصة على الأسطح و في الطائرات العسكرية لقتلهم، و إنه لم تكن هناك ممرات آمنة للنساء والأطفال و من يريد الخروج من الاعتصام. و تم التأكيد في الحديث على إن ما جرى في رابعة يرقى إلى مستوى جريمة ضد الإنسانية؛ و هي جرائم تعتبر من أخطر الانتهاكات ضد القانون الدولي، و مرتكبي هذه الجرائم يمكن ملاحقتهم في المحاكم في أي مكان في العالم، و بعد سنة فشلت الحكومة المصرية في التحقيق و ملاحقة و إدانة فرد واحد من ضباط الشرطة أو الجيش الذين شاركوا في القتل يوم فض الاعتصام، بل رأت إنه من المناسب أن تعتقل و أن تفضي متظاهرين غالبيتهم سلميين شاركوا في الاعتصام، و المطلوب الآن من الدول الأعضاء بمجلس حقوق الإنسان بالأمم المتحدة أن تنشئ لجنة دولية للتحقيق بمجزرة رابعة العدوية و أحداث القتل الأخرى التي حصلت في شهري يوليو و أغسطس عام ٢٠١٣؛ بهدف تحديد المسؤولين عن تلك العمليات ومحاسبتهم، و إن مجلس الدفاع الوطني المصري المكون من الحكومة و الجيش و الشرطة اجتمع لفض الاعتصام، و منهم وزير الداخلية آنذاك و وزير الدفاع وهو الرئيس الحالي عبد الفتاح السيسي، و توقعوا وجود عدد كبير من الضحايا المدنيين عند فض الاعتصام. أما الصحافية و المعتصمين من الطلاب فانصب حديثهم على رائحة الدماء، و القتل، و إن قوات الشرطة دخلت إلى المسجد و طلبت إخلائه و ترك الجرحى لأنهم سيحرقونه، و إنه لم يكن هناك ممرات آمنة إلا في نهاية الاعتصام لخروج من تبقى، و إن قوات الشرطة لم توجه إنذاراً للمعتصمين ليخلوا الميدان و لكنها بدأت بإطلاق الرصاص الحي مباشرة.

من خلال المعنى التعييني السابق نصل للمعنى التضميني، فنلاحظ الإكثار من اللقطات القريبة والمتوسطة لعرض المشاهد العنيفة التي تتضمن دماء، و قتلى، و جرحى، و محاولات إسعاف للمصابين، و بكاء أطفال، و في الوقت ذاته لعرض السلاح في أيدي قوات الشرطة و أماكن تركزهم؛ من أجل الإيحاء بأن الشرطة كانت تستهدف قتل المعتصمين لا فض الميدان، و استدراراً لتعاطف المشاهدين، و استنارة حنقهم على قوات الشرطة، و الجيش، و الدولة المصرية عامة؛ خاصة تعمد مديري قسم الشروق الأوسط بمراقبة حقوق الإنسان ذكر اسم المشير عبد الفتاح السيسي - وزير الدفاع حينذاك - و إنه أصبح الرئيس الحالي لمصر بعد فض الاعتصام و عدم ذكر اسم وزير الداخلية و الاكتفاء بعرض صورته؛ للإيحاء بأن ما حدث كان انقلاباً عسكرياً مخططاً. كما تعمد ربط فض الاعتصام بالجرائم المرتكبة ضد الإنسانية مع عرض صور القتلى و الجرحى؛ لترسيخ فكرة إن فض الاعتصام كان جريمة، و إنه يجب محاسبة مرتكبيها دولياً؛ و هو ما سعت إليه جماعة الإخوان المسلمين فعلياً. و نلاحظ أيضاً عدم إضافة موسيقا و مؤثرات على المشاهد و الاكتفاء بأصوات الصراخ، و الرصاص، و الدعاء على قوات الشرطة؛ لتعميق واقعية المشاهد و بأن الحدث يُنقل كما تم في الواقع، بالإضافة إلى أن هتافات الله أكبر من المعتصمين كانت قائمة أساساً على أن اعتصامهم دفاع عن الإسلام ضد الدولة العلمانية الكافرة، و إنهم مجاهدين ينصرون الإسلام كما كان يحدث في صدر الإسلام. أيضاً، ربط شهادات المعتصمين بمشاهد معينة تدعم أقوالهم و وجهة نظرهم بدون عرض الحقيقة كاملة؛ كوضع

قوات الشرطة قناصة على الأسطح بهدف قتل المعتصمين مع إنهم يرتدون زياً مدنياً لا يستشف منه انتمائهم و هويتهم الحقيقية، و إن قوات الشرطة دخلت المسجد و هددتهم و طلبت منهم ترك الجرحى لأنهم سيحرقونه، مع إن هذه القوات لم تظهر داخل المسجد في المشاهد المعروضة، و لكن ظهر جنود الجيش واقفين أمام المسجد المحترق و لم يوثق من قام بإحراقه و لا دليل سوى ادعاءاتهم.

و تضمنت ملفات الفيديو على الصفحة أغنيتان هدفهما الأساسي إثارة تعاطف الجماهير مع المعتصمين. الأولى بعنوان **(حورية وطن)**، و تركز على ثلاثة فتيات توفين أثناء فض الاعتصام؛ هن هالة أبو شعيشع طالبة الثانوي التي تبلغ من العمر ١٧ عاماً، و قتلت في مظاهرة في المنصورة ضد ما أسموه الانقلاب العسكري، و حبيبة عبد العزيز الصحافية بجريدة جولة نيوز الإماراتية، و التي كانت تغطي فض اعتصام رابعة العدوية، و أسماء البلتاجي طالبة الثانوي ابنة القيادي الإخواني محمد البلتاجي، و كانت معتصمة في الميدان.

بالنسبة للمعنى **التعيني** للأغنية، نجد إن مدتها الزمنية قد بلغت ١٧:٤٠ دقيقة، كما نجد تنوعاً في مدد اللقطات؛ بلغت أول لقطة ١٩ ثانية لأنها كانت تظهر ميدان رابعة العدوية ليلاً و حتى طلوع فجر يوم فض الاعتصام، و بلغت آخر لقطة دقيقة و ١٠ ثواني و كانت لميدان رابعة في المغرب بعد الفجر و أجزاء منه محترقة. أما بقية اللقطات فبلغت ٦ ثواني، و ٥ ثواني، و ٣ ثواني، و ثانية واحدة. و تنوعت أنواع اللقطات، حيث نجد اللقطة البعيدة جداً Extreme Long Shot و هي للميدان، و اللقطة البعيدة Long shot، و اللقطة المتوسطة البعيدة Medium Long Shot لإظهار المعتصمات، و اللقطة المتوسطة القريبة Medium Close Shot، و اللقطة القريبة Close Shot و اللقطة القريبة جداً Extreme Close Shot، و هما اللقطتان الأكثر استخداماً؛ لإظهار وجوه الفتيات المتوفيات. أما بالنسبة **لزوايا التصوير**، فتنوعت ما بين الزاوية العالية High Angle للميدان، و زاوية المواجهة لكل الفيديو كليب. كما تنوعت حركات الكاميرا بين حركة الكاميرا من اليسار لليمين Pan Right، و دخول الكاميرا على الموضوع Zoom in، و ابتعادها عنه Zoom out، و حركة الكاميرا من الأسفل للأعلى Tilt up، و من الأعلى للأسفل Tilt down. و لم يتم استخدام أي مؤثرات مرئية، و كانت كل أماكن التصوير خارجية في محيط فض الاعتصام. أما **الشخصيات** التي ظهرت في الفيديو كليب فكانت للمعتصمات؛ سواءً فرادى أو مجموعات، و للفتيات الثلاثة اللواتي تم التركيز عليهن؛ و هن هالة، و حبيبة، و أسماء. أما **مضمون الصورة**، فكان عبارة عن التركيز على النساء و الفتيات منذ فجر يوم فض الاعتصام و حتى المغرب مع نهايته، و تتنوع المشاهد بين هتافات النساء في الميدان، و مواجهة قوات الأمن، و تكسيرهن للأرصعة لفذف قوات الشرطة بالحجارة، و عدم قدرة الفتيات على التنفس بسبب قنابل الغاز المسيلة للدموع، و الدماء على الأرض، و الجرافيتي المرسوم على الجدران، و كتابة معتصمة لأسمها على جلابها، و رفع الفتيات للمصاحف مع الهتاف أثناء فض الاعتصام، و صور الفتيات المتوفيات اللاتي تم التركيز عليهن، و صور جثثهن، و صور لجدران مكتوب عليها شهيد تحت الطلب، و بوسترات لمحمد مرسي ملطخة بالدماء. و بالطبع كانت هناك **موسيقا** الأغنية مصاحبة للفيديو، و تتضمن **كلماتها** مجموعة

عبارات ضد الوطن كما يؤمن الإخوان المسلمين؛ فنجد عبارة مسروقة روحك من وطن مسروق، و يا زفتك للجنة يا فستانك ... يا سابقة خطابك لعرس جناتك ... لو سلم القلب الجميل للفضضة متكلميش الجنة عن أوطانك، و متغلطيش و ترددي سيرة وطن بيبوس ولاده بالرصاص الحي. و تم افتتاح الكليب بعبارة يا كل شهيدة. و كان المؤثر الصوتي الوحيد المستخدم هو صوت طلقات الرصاص التي تخللت لحن الأغنية و كلماتها.

أما بالنسبة للمعنى التضميني، فنلاحظ التركيز على اللقطات القريبة و القريبة جداً، مع لقطات قصيرة تبلغ مدتها ثانية واحدة، و حركات كاميرا تقترب على صور الفتيات المقصودات بالكليب؛ لإثارة التعاطف معهن، و وضعهن في مرتبة الشهادة، بالإضافة لإثارة الحنق على قوات الشرطة التي فضت الاعتصام، و وضعهم في مرتبة القتل. و لتعميق هذه المشاعر، تم إضافة مؤثرات صوتية عبارة عن أصوات طلقات رصاص تتخلل الأغنية، مع مشاهد الأكفان، و الدماء التي تغطي الأرض، و بوسترات محمد مرسي؛ للدلالة على إن المعتصمين دفعوا حياتهم ثمناً لتحقيق الديمقراطية المفقودة، كما إن عبارة شهيد تحت الطلب التي تظهر على الجدار؛ كانت للدلالة على استعداد المعتصمين للتضحية بحياتهم من أجل الديمقراطية، و الشرعية، و التعبير عن الرأي، و الدفاع عن الدين، حتى لو كانوا فتيات يافعات. و بالطبع إظهار صور جثثهن يوجب المشاعر ضد الدولة، و يؤكد على الفكرة التي تنتشرها جماعة الإخوان المسلمين؛ بأن فض الاعتصام جريمة ضد الإنسانية، و بأن الدولة بلا نخوة أو كرامة لتقتل فتيات يافعات يعبرن عن رأيهن و لا ذنب لهن سوى ذلك. هذا بالإضافة إلى أن رفع النساء للمصاحف أثناء فض الاعتصام؛ يوحى بدفاعهن عن الدين، و بأنهن وضعن الله بينهن و بين الدولة. و يؤكد نص الأغنية على عبارات ضد الوطن، و بأنه يقتل أبنائه؛ لذا لا يجب ذكره أو الولاء له، و بأنه وطن مسروق في إشارة واضحة بزعم الجماعة بحدوث انقلاب عسكري.

أما بالنسبة للأغنية الثانية فكانت بعنوان (ضمة أخيرة)، و هي عن أسماء البلتاجي ابنة القيادي الإخواني محمد البلتاجي، باعتبارها رمزاً للبراءة التي قتلت. بالنظر إلى المعنى التعيني، نجد إن المدة الزمنية للفيديو كليب تبلغ ٠٥:٢٤ دقيقة، و تتدرج مدد اللقطات من ٧ ثواني، و ٦، و ٥، و ٤، و ٣، و ٢ و حتى ثانية واحدة. و تنوعت اللقطات ما بين لقطات كبيرة Long Shot، و لقطات متوسطة كبيرة Medium Long Shot، و لقطات متوسطة Medium Shot، و لقطات متوسطة قريبة Medium Close Shot، و لقطات قريبة Close Shot، و لقطات شديدة القرب Exterme Long Shot؛ و كل تلك اللقطات المتدرجة لإظهار البحر و المرعى الأخضر، و رجل و ابنته، ولوحة يتم رسمها. و لم يتم استخدام سوى زاوية التصوير المواجهة، و استخدام حركة كاميرا واحدة مرتان فقط هي الحركة من الأعلى للأسفل Tilt Down، مع عدم وجود مؤثرات مرئية، و التصوير في أماكن خارجية؛ هي شاطئ البحر، و مرعى أخضر واسع بين الجبال، و أدى الأغنية شخصيتان فقط هما الوالد و طفله الصغيرة. و قد تركز مضمون الصورة في والد يفقد طفله فيحزن لفقدائها ويكي، و يتذكرها، فيمشي على البحر و بين المراعي، بينما تركض طفله هناك، و يتذكر كيف كان يلعب معها، و يصلي معها، و يرسم لها صورة؛ لتصبح في النهاية

صورة أسماء ابنة محمد البلتاجي القيادي الإخواني، فيلقبها بين أمواج البحر. و صاحبت الأغنية موسيقا حزينة، تقول كلماتها يا فرحة القلب الحزين الدنيا لعيونك فداء، مش طلفتين دول وردتين و دمعتي قطرة ندى، كُنتِ ما بينا و رايحه فين هي الحكاية خلاص كده؟ مع عدم وجود أية مؤثرات صوتية.

أما **المعنى التضميني**، فنلاحظ فيه استخداماً للقطات متوسطة و قريبة متقاربة في الحجم بشكل متدرج؛ لتوصيل فرحة الطفلة بالركض في المراعي الخضراء، و حزن الوالد و بكأوه عليها على شاطئ البحر الذي يعتبر ملجأ لكل مهموم يلقي بحزنه بين أمواجه، و لم يتم استخدام اللقطات الكبيرة سوى مرتان فقط؛ لإظهار الوالد يمشي على الشاطئ، و لقطة للسماء و السحب، و بالطبع نظرة الوالد للسماء توحى بأنه لم يأخذ حق ابنته المتوفاة و يفوض الأمر لقاضي السماء. و تم الإكثار من استخدام اللقطات القريبة و القريبة جداً؛ للتعبير عن حزن الأب، و براءة الطفلة، و للتشويق في اللوحة التي يرسمها الأب، و التي تنتهي بنهاية الأغنية و تكون بورتريه لأسماء البلتاجي، ثم يلقبها في مياه البحر؛ لتعني امتداد ذكراها بجريان الماء رغماً عن من قتلوها.

من خلال التحليل السابق، نجد حشداً لكل أساليب التعاطف مع المعتصمين و قضية الاعتصام، و الاهتمام بكون معظم المادة المقدمة باللغة الإنجليزية، أو بلغات متعددة أخرى؛ نظراً لاستهداف الحملة للرأي العام العالمي، و التنوع ما بين الإعلانات، و الأغنيات، و الأفلام الوثائقية التي أنتجتها منظمة مراقبة حقوق الإنسان. و بذلك، نجد توافقاً بين نتائج البحث و الدراسات السابقة، حيث فسرت دراسة **رامي عزيز (٢٠٢١)** تصميم الحملة بهذا الشكل؛ و ذلك نظراً لقيام جماعة الإخوان المسلمين بالجوء إلى تصدير أزماتهم للخارج عبر منظومة حقوق الإنسان، و منها منظمة هيومان رايتس ووتش، ذات العلاقة الوثيدة بالجماعة. و ذكرت دراسة **ريبة مصطفى و عبد الرحمن درويش (٢٠١٦)** أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي؛ و ذلك لسهولة الاطلاع و معرفة محتوى المواد المنشورة المكتوبة، و الصور الفوتوغرافية، و مقاطع الفيديو المتعلقة بالقضايا السياسية، و توفيرها مساحة واسعة لحرية النشر و التعبير، و هو ما طبقته الجماعة في حملتها حرفياً. و بينت دراسة **إيريت بالاس (٢٠١٣)** نزوع الجماعة لاستعطاف الآخرين بقضية حقوق الإنسان؛ نظراً لأن هذا المفهوم متنازع عليه و يعكس الانقسامات العرقية و الوطنية للمجتمع الذي يحدث فيه؛ لذا يرى أعضاء الجماعة و المتعاطفين معها إنهم يمارسون حقوقهم و يغفلون اعتداءهم على حقوق الآخرين في المجتمع.

و من الأهمية بمكان، أن نذكر إن الحملة كانت لها فعاليات أخرى، و أول هذه الفعاليات كانت **فعالية إلكترونية**؛ حيث تمت دعوة المتعاطفين مع قضية فض اعتصام رابعة العدوية من جميع أنحاء العالم للمشاركة في الحملة؛ عن طريق تحميل الملصقات المتوفرة على الصفحة و طباعتها، ثم التصوير بها و إرسالها للبريد الإلكتروني للحملة؛ ليتم رفعها و استخدامها في الدعاية لقضية الاعتصام. و كانت الدعوة تحت شعار **(رابعة قصة الإنسانية ... رابعة هي خط الاستواء، هي الحد الفاصل بين الإنسانية و ما دون الإنسانية)**.



شكل رقم (٢٣) يبين الفعاليات الإلكترونية لحملة قصة رابعة في ذكرها الأولى - رومانيا

شكل رقم (٢٢) يبين الفعاليات الإلكترونية لحملة قصة رابعة في ذكرها الأولى - جنوب أفريقيا



شكل رقم (٢٥) يبين الفعاليات الإلكترونية لحملة قصة رابعة في ذكرها الأولى - ألمانيا

شكل رقم (٢٤) يبين الفعاليات الإلكترونية لحملة قصة رابعة في ذكرها الأولى - البوسنة

كما تم تنفيذ فعالية أخرى على الأرض في اسطنبول في تركيا لدعم قضية الاعتصام، تحت نفس الشعار. و يتم فيها التجول بباص الحملة في شوارع اسطنبول لإحياء ذكرى الحملة، و توزيع مطبوعاتها، ثم التوقف في ميدان تقسيم لاستكمال الفعالية و رفع شعار رابعة.



شكل رقم (٢٧) يبين فعالية حملة قصة رابعة في ذكرها الأولى في اسطنبول - تركيا

شكل رقم (٢٦) يبين فعالية حملة قصة رابعة في ذكرها الأولى في اسطنبول - تركيا

طبقاً لأنشطة الحملة السابق عرضها، تؤكد دراسة أسامة سلام (٢٠٢١) على إن حملة التسويق السياسي تكون ناجحة في حال استخدام اللافتات، و الملصقات، و المطبوعات، يليها مواقع التواصل الاجتماعي. كما أكدت دراسة سوزي رشاد (٢٠١٣) على إن التوظيف السياسي للإنترنت، و مواقع فيسبوك، و تويتر، تعمل على تفعيل النشاط السياسي الشعبي. أما دراسة دارين ليليكير (٢٠١١) فبينت الحاجة لدمج التسويق السياسي مع أنشطة العلاقات العامة لاكتساب وضوح في الرؤية، و يتطلب صخباً في الاتصالات التسويقية لتحقيق جذب الانتباه. و قد نجحت الجماعة في تنوع أساليب العلاقات العامة لتحقيق النجاح في حملتها.

ب- تحليل المواد الدعائية للحملة على صفحة شبكة رصد Rassd على موقع فيسبوك :Facebook

صفحة رصد هي صفحة تخص شبكة رصد الإخبارية التابعة لجماعة الإخوان المسلمين الإرهابية، و تتم تغطية الأخبار من خلالها بشكل يحمل قدراً كبيراً من التلوين؛ لخدمة أهداف الجماعة. و قد ساهمت تلك الصفحة في نشر البيان التذشيني لحملة اعتصام رابعة العدوية، و نشرت جزءاً من مواد الحملة؛ متمثلة في فيلم قصير عن فض الاعتصام، و (٨) صور؛ تتمثل في (٣) ملصقات، و (٢) صورة غلاف للصفحة، و (٣) صور صفحة شخصية.

١- التحليل السيموطيقي للصور على صفحة شبكة رصد Rassd على موقع فيسبوك :Facebook

تم استخدام نفس الصور على صفحة (قصة رابعة) على فيسبوك؛ لذا فإنها تتضمن ذات التحليل.

٢- التحليل السيموطيقي لملف الفيديو على صفحة شبكة رصد Rassd على موقع فيسبوك :Facebook

ضمنت شبكة رصد في منشوراتها فيلماً وثائقياً بعنوان (من ٦ - ٦ عدسة رصد شاهد على المجزرة)، و هو أول حديث للجماعة عن فض الاعتصام في حملتهم الدعائية، و يتحدث عن أحداث فض اعتصام رابعة العدوية منذ دخول أول مدرعة للجيش لفض الاعتصام في السادسة صباحاً.

و بدراسة المعنى التعييني للفيلم الوثائقي، نجد إن مدته الزمنية تبلغ ٢٤:٣٢ دقيقة، و تتراوح مدة لقطاته ما بين ٣ ثواني و حتى ٦١ ثانية. أما أنواع اللقطات فأنحصرت في ستة أنواع هي: لقطة كبيرة جداً Exterme Long Shot، و لقطة طويلة Long Shot، و لقطات متوسطة طويلة Medium Long Shot، و متوسطة Medium Shot، و متوسطة قريبة Medium Close Shot. و لقطة قريبة Close Shot. و كانت زوايا التصوير زوايا مواجهة، أما حركة الكاميرا فكانت في الغالب ثابتة أو عشوائية بلا هدف، ما عدا لقطتين؛ أحدهما كانت تتحرك من اليمين إلى اليسار Pan Right، و الأخرى كانت زاوية عين الطائر Eye Bird Angle مصورة بطائرة درون لتغطي المسجد و الميدان من أعلى. و لا يوجد في الفيلم أي مؤثرات مرئية. و انقسمت أماكن التصوير ما بين مكان خارجي؛ و هو

الشارع و الخيام، و مكان داخلي؛ و هو مسجد رابعة العدوية من الداخل. و بالنسبة للشخصيات، كانت أفراد المعتصمين من الذكور غالباً و ظهرت النساء في لقطتين، و أفراد الشرطة بزيمهم الرسمي. أما مضمون الصورة، فتركز في إظهار فعاليات فض الاعتصام؛ من بداية دخول المدرعات للشوارع المحيطة بالاعتصام، ثم دخولها لإزاحة السواتر التي وضعها المعتصمين، و رشق المعتصمين للمدرعات بالحجارة لمقاومة الفض، و إطلاق قوات الشرطة لقنابل الغاز لتفريق المعتصمين، و إظهار جرحى من المعتصمين الذين يتم إسعافهم، و التركيز في لقطات قريبة على مشاهد المعتصمين المصابين المخرجين في دمائهم، و نقاط الدماء على الأرض، و ظهور قتيل على أرض المسجد. و لم تضاف أي مقاطع موسيقية للفيلم. و بالنسبة للتعليق و الحوار، كانت كلمات و محادثات طبيعية من أحداث الفض؛ كإخبار أحد المعتصمين لزملائه بدخول المدرعات التي تحمل الجنود، و آخر يصرخ أثناء رشق المدرعات بالحجارة بأن زجاجها غير قابل للكسر، و تعالي أصوات المعتصمين بكلمات مثل الله أكبر، و يا كفرة، و حسبنا الله و نعم الوكيل. و يتكرر الوضع في حالة المؤثرات الصوتية؛ حيث كانت طبيعية تماماً؛ كصوت سير المدرعات، و صوت سير السيارات في الشارع في الصباح المبكر، و صوت إطلاق قنابل الغاز، و صوت بيان فض الاعتصام المسجل الذي كان مذاعاً و موجهاً للمعتصمين و سكان المنطقة؛ لحض المعتصمين على فض اعتصامهم و خروجهم بشكل آمن، و مناشدة سكان المنطقة بإغلاق الشرفات والنوافذ و الالتزام بالتواجد داخل المنازل أثناء فض الاعتصام حرصاً على سلامتهم. و من الجدير بالذكر، إن مشاهد الفيلم تجمع بين المشاهد المصورة باحتراف، و مشاهد أخرى غير احترافية مصورة بشكل عشوائي بكاميرا موبايل يحمله أحد المعتصمين أثناء حركته.

أما بالنسبة للمعنى التضميني، فكان الهدف من تنوع أحجام اللقطات، هو إظهار أسلوب فض الاعتصام من وجهة نظر الجماعة الإرهابية؛ حيث حرصوا على استخدام اللقطات البعيدة لإظهار دخول المدرعات الميدان، و إظهار أفراد الشرطة و هم يطلقون قنابل الغاز، أما مشاهد الدماء و المعتصمين المصابين فحظيت باللقطات القريبة و المتوسطة؛ لإظهار استخدام الشرطة للأسلوب العنيف، و إثارة تعاطف المشاهدين مع المعتصمين و تصديق رواياتهم، و تثبيت فكرة حدوث مجزرة أثناء فض الاعتصام. كما إن الحرص على عدم إضافة موسيقا، أو تعليقات صوتية، أو مؤثرات؛ كان من أجل إظهار فض الاعتصام في صورته الحقيقية مع هتافات المعتصمين و صوت قنابل الغاز؛ ولتحقيق نفس الهدف و هو إثارة مشاعر المشاهدين و تعاطفهم مع المعتصمين. و نلاحظ إن صوت إذاعة بيان الفض كان ظاهراً مع بداية فض الاعتصام في السادسة صباحاً؛ مما يدحض مزاعم الجماعة بأن الفض تم بشكل فجائي و تم فيه إطلاق الرصاص على المعتصمين من أول لحظة بهدف قتلهم، و بأن أسلوب الفض خالف المعايير الدولية.

من خلال التحليل السابق، نلاحظ تعدد الصفحات الداعمة للحملة؛ و بخاصة صفحة شبكة رصد؛ لأنها من أعلنت عنها قبل تشيئها و ظهور صفحة قصة رابعة Raba'a Story، و يعتبر هذا الفيلم هو أول إنتاج للحملة لشرح قضية فض الاعتصام، ثم توالى عناصر الحملة تباعاً. و يتفق المحتوى المقدم مع نتيجة دراسة ربية مصطفى و عبد الرحمن درويش (٢٠١٦) عن أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي؛ و

ذلك لسهولة الاطلاع و معرفة محتوى المواد المنشورة المكتوبة، و الصور الفوتوغرافية، و مقاطع الفيديو المتعلقة بالقضايا السياسية، و توفيرها مساحة واسعة لحرية النشر و التعبير.

و باعتبار إن شبكة رصد الإخبارية هي الصفحة التي أعلنت عن بداية الحملة، فإنها قد تميزت برفع كتاب بصيغة PDF بعنوان (مجزرة رابعة بين الرواية و التوثيق)، و يتكون من ١٢١ صفحة. و هو محاولة أولية لتجميع شهادات المعتصمين حول يوم الفض حتى تظهر تفاصيل أكثر دقة، مع إلحاقها بصور من أحداث هذا اليوم. و قد تم وضع إيميل و رابط لصفحة فيسبوك؛ حتى يرسل من لديه مادة تخص الاعتصام، أو شهادة يرغب بتسجيلها مالدیه؛ حتى تتمكن الجماعة من توثيق أحداث الفض بكل تفاصيلها. و قد تم استخدام البيانات، و الصور، و شهادات المعتصمين في مواد الحملة.

ج- تحليل المواد الدعائية للحملة على صفحة تويتر Twiteer (قصة رابعة):

احتوت صفحة (قصة رابعة) على تويتر على (١٢٢) تغريدة، و صورة واحدة، و إعلان تسويق سياسي واحد، نقوم بتحليلهم على النحو التالي:

١- تحليل مضمون تغريدات صفحة تويتر Twiteer (قصة رابعة):

تضمنت الصفحة (١٢٢) تغريدة Tweets، و تنوعت الموضوعات التي تمت مناقشتها في التغريدات، و كان على رأسها إظهار شعار الحملة المرئي و المكتوب بنسبة ٢٦%، يليه دعوة العالم الخارجي للتعاطف مع المعتصمين بنسبة ٢٢%، ثم إظهار تضامن أفراد من جنسيات متعددة مع الاعتصام و موقف المعتصمين بنسبة ١٨%، يلي ذلك توجيه الجمهور لمتابعة الحملة عبر وسائل التواصل الاجتماعي و المنصات المختلفة بنسبة ٩%، ثم عرض لأعداد قتلى الاعتصام و نوعهم، و أعمارهم، و مؤهلاتهم الدراسية، و مهنهم بنسبة ٦%، يليه حث الجمهور على المشاركة في فعاليات حملة دعم الاعتصام إلكترونياً و على الأرض بنسبة ٥,٨%، ثم إظهار انتشار وسم (هاشتاج #) الحملة على مستوى العالم بنسبة ٣,٦%، يلي ذلك التذكير المستمر بذكرى فض الاعتصام بنسبة ٣%، يليه عرض يوميات الاعتصام و فعالياته بنسبة ٢%، ثم عرض بيانات عن المعتصمين (نوعهم، أعمارهم، مؤهلاتهم الدراسية، مهنهم) بنسبة ٠,٧%، و أخيراً حث الجمهور على الإيمان و دعم أفكار حملة (قصة رابعة)، و سؤال الجمهور عن رأيه في الحملة بنسبة ٠,٣%.

و بالنسبة لكاتب التغريدة كان شخصية غير معرفة بنسبة ١٠٠%، و لجمهور عام غير محدد بنسبة ١٠٠%. و فيما يخص جنسية الجمهور، كانت الصدارة لتوجيه التغريدات لجمهور من الدول الأجنبية بنسبة ٥٥,٧٣%، يليهم الجمع بين الجمهور المصري و الجمهور من دول أخرى بنسبة ٣٨,٥٢%، ثم الجمهور المصري بنسبة ٣,٢٧%، و أخيراً الجمهور من الدول العربية بنسبة ٢,٤٥%.

و بالنظر إلى فنة كيف قيل، سنجد إن لغة التغريدات كانت اللغة الإنجليزية في المقام الأول بنسبة ٥٠%، تليها الجمع ما بين اللغتين العربية و الإنجليزية بنسبة ٤٥,٠٨%، ثم التغريدات باللغة العربية فقط بنسبة ٣,٢٧%، و أخيراً التغريدات بلغات أجنبية أخرى؛ و كانت لغة البشناق التي يتحدث بها أهل البوسنة بنسبة ١,٦٣%. و كانت التغريدات المكتوبة

باللغة العربية تستخدم اللغة العربية الفصحى بنسبة ١٠٠%. أما عن شكل و محتوى التغريدات، كان الشكل الغالب التغريدة التي تحتوي على نص و رابط و وسم (هاشتاج #) بنسبة ٤٠,١٦%، تليها التغريدة التي تحتوي على نص و صورة و وسم (هاشتاج #) بنسبة ٣٥,٢٤%، ثم التغريدة التي تحتوي على نص و رابط Link بنسبة ١٢,٢٩%، و تتبعها التغريدة المكونة من نص و وسم (هاشتاج #) بنسبة ٤,٩١%، ثم التغريدات التي تتكون من صورة و وسم (هاشتاج #)، و فيديو و وسم (هاشتاج #)، و نص و رابط و صورة، و نص و صور بنسبة ١,٦٣%، و أخيراً التغريدة المكونة من وسم (هاشتاج #) فقط بنسبة ٠,٨١%. و بالنسبة لأدوات تويتر المستخدمة في التغريدات، كان لاستخدام الوسم (هاشتاج #) الصدارة بنسبة ٦٠,٢٣%، يليه الروابط Links بنسبة ٣٩,٧٦%. و تضمنت معظم التغريدات استمالات عاطفية في المقام الأول بنسبة ٧٥,٤٠%، يليها التغريدات التي تجمع بين الاستمالات العقلانية والعاطفية بنسبة ١٤,٧٥%، و أخيراً التغريدات التي تحوي استمالات عقلانية بنسبة ٩,٨٣%. و كان النطاق الجغرافي الموجهة له التغريدات متعلقاً بالدول الأجنبية في المقام الأول بنسبة ٥٣,٢٧%، يليه الجمع بين مصر و دول عربية و أجنبية بنسبة ٤٣,٤٤%، و أخيراً التغريدات الموجهة لمصر و الدول العربية بنسبة ١,٦٣%.

و بالبحث عن أهداف الاتصال المتوخاة من التغريدات، نجد على رأس تلك الأهداف إثارة التعاطف مع اعتصام رابعة العدوية بنسبة ٤٢,٢١%، يليه إثارة رغبة المواطنين في تبني قضية الاعتصام و أهدافه بنسبة ٢٥%، ثم إثارة حماسة المواطنين للمشاركة في فعاليات الاعتصام إلكترونياً و على الأرض بنسبة ٢٠,٠٨%، يلي ذلك إثارة حزن المواطنين على ما تعرض له المعتصمون أثناء فض الاعتصام بنسبة ١١,٠٦%، و أخيراً إثارة غضب المواطنين و مشاعرهم السلبية تجاه الدولة بنسبة ١,٦٣%.

بناءً على ما سبق، اتضح إن أهم موضوع اهتمت به الحملة هو إظهار شعارها المرئي والمكتوب، و الموجه لجمهور عام غير محدد، غالبية من الدول الأجنبية. لذلك، نجد إن غالبية التغريدات كانت باللغة الإنجليزية، و تحتوي على نص و رابط و وسم (هاشتاج #)، و كان الوسم (هاشتاج #) أكثر أدوات تويتر استخداماً، كما إن غالبية الاستمالات في التغريدات عاطفية، و تغطي نطاق الدول الأجنبية؛ بهدف إثارة التعاطف مع اعتصام رابعة العدوية. تتفق هذه النتيجة مع ما ذكرته دراسة محرناز أليزاده، و محمد سيد أبادي، و داتيس خاجيهيان (٢٠٢١)، حيث تمت صياغة الرسالة لتتوافق مع الجمهور المستهدف. و تتفق أيضاً مع نتيجة دراسة عبد الله الرعود (٢٠١٢) من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام المحلي، و الإقليمي، و الدولي. و هذا ما يفسر استخدام اللغة الإنجليزية في مواد الحملة.

٢- التحليل السيموطيقي للصور على صفحة تويتر Twitter (قصة رابعة):

تضمنت الصفحة صورة شخصية واحدة هي ذاتها الصورة الشخصية لصفحة فيسبوك التي تحمل شعار الحملة المقروء؛ لذا فإنها تتضمن نفس التحليل.

٣- التحليل السيموطيقي لملف الفيديو على صفحة تويتر (قصة رابعة):
عرضت صفحة قصة رابعة على تويتر ذات الإعلان التسويقي الذي تم عرضه على صفحة فيسبوك باللغة الإنجليزية و الذي كان تحت عنوان (Raba'a is a Humanitarian Tragedy) ؛ لذا فإنه تضمن نفس التحليل.

د- تحليل المواد الدعائية للحملة على قناة (قصة رابعة) على موقع يوتيوب You Tube:

تضمنت قناة يوتيوب (قصة رابعة) ثلاث إعلانات تسويق سياسي، اثنان منهم تكرر للإعلان السابق تحليله و الذي تضمنته صفحات الحملة على موقعي فيسبوك و تويتر تحت عنوان (Raba'a is a Humanitarian Tragedy)، و يتضمن أحدهما ترجمة باللغة العربية، و الآخر لا يتضمنها. و يشكل الإعلان الثالث تكرر أيضاً للإعلان الذي سبق تحليله على صفحة موقع فيسبوك تحت عنوان (النصر لمن يتحمل الضربات ... رابعة عام من الصمود).

هـ- تحليل المواد الدعائية للحملة على موقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت:

قبل أن نبدأ في تحليل مواد حملة التسويق السياسي لاعتصام رابعة العدوية على موقع (قصة رابعة)، نبدأ في التعريف بالمؤسسة التي تم إنشاؤها في لندن حسب ما جاء على الموقع الرسمي للمؤسسة.

"مؤسسة قصة رابعة (RSF) مؤسسة غير هادفة للربح؛ للدفاع عن حقوق الإنسان في مصر، تم تأسيسها عام ٢٠١٤ قبيل الذكرى الأولى لمجزرة رابعة. و جاءت بمبادرة فريق من شهود العيان للمجزرة؛ حيث أسسوا مشروعاً بسيطاً أسموه (قصة رابعة Rabaa Story)، و الذي قدم أدوات عديدة لإحياء ذكرى القضية. و بعد تحقيق الزخم المناسب على المنابر الاجتماعية خلال السنة الأولى، قرر أعضاء الفريق أن يجعلوا جهودهم تتخذ الشكل الرسمي. و نتيجة لذلك، تم تأسيس مؤسسة قصة رابعة؛ لتعمل ككيان رسمي يستضيف كافة الأنشطة التي تم تنفيذها لتحقيق العدالة في مصر.

إن رسالة مؤسسة رابعة هي رفع الوعي بمجزرة رابعة، و الجرائم التي تم ارتكابها ضد الإنسانية، و الجرائم التي مازال يتم ارتكابها ضد المصريين الأبرياء. و نحن نهدف للحصول على أقصى دعم من الشخصيات العامة ذات السلطة و النفوذ، و مؤسسات حقوق الإنسان، و غيرها؛ لتقديم المسؤولين عن المجزرة للعدالة. أما عن رؤيتها، فتسعى مؤسسة رابعة إلى التأكيد على إن كل الحقوق الأساسية في الكرامة الإنسانية للناس محترمة في مصر، و إن السلام و العدالة متأصلة و تم تأسيسها. تتحدث مؤسسة رابعة عن التأكيد على إن العالم يتذكر ما حدث في ميدان رابعة، و إن ذكرى الضحايا ستعيش للأبد. تجتهد المؤسسة لدعم قضية رابعة عالمياً، و المساعدة على استعادة حقوق الذين قتلوا، و جرحوا، و يسعون لإقامة دعاوى قضائية نتيجة لمجزرة رابعة.

إن الهدف العام لمؤسسة قصة رابعة هو استعادة حقوق المصريين الأبرياء الذين فقدوا حياتهم، وجرحوا، و رفعوا دعاوى قضائية، خلال مجزرة رابعة. و لتحقيق هذا الهدف، تهدف مؤسسة رابعة إلى دفع الحكومات المدافعة عن حقوق الإنسان إلى استدعاء أفعال دولية، و أيضاً استدعاء الجمهور العام (المواطنين) الذين يجب أن يتخذوا هذا الفعل من حكوماتهم. و لهذا، تؤدي (حملة مؤسسة قصة رابعة) دوراً كبيراً. و تبحث مؤسسة قصة رابعة عن:

- ١- تعليم الجمهور عن ماذا حدث في ميدان رابعة؛ من خلال إعداد الندوات، و ورش العمل، و الوثائق، و الفيديوهات التي تشكل أدلة، و الصور، و أكثر.
- ٢- الحصول على الدعم الدولي من مؤسسات حقوق الإنسان المعروفة، و الشخصيات العامة ذات السلطة و النفوذ، و النشطاء، و الصحافيين؛ لكي يتم إحضار هؤلاء المسؤولين عن مجزرة رابعة أمام العدالة.

تخطط مؤسسة قصة رابعة لافتتاح متحف يحوي آثار من ضحايا رابعة؛ لجعل ذكراهم حية على المدى الطويل.

و ينقسم الموقع الإلكتروني للمؤسسة إلى عدة أقسام هي " الصفحة الرئيسية Home، و قصة الاعتصام و أحداث فضه The Story، و أهم الأحداث و الفعاليات التي قامت بها الجماعة في مختلف دول العالم Events، و أهم أخبار الحملة و تطور فعالياتها News، و أرشيفاً لحفظ الصور و ملفات الفيديو الخاصة بالحملة Archive، و نبذة عن ضحايا فض الاعتصام Victims، و أهم أدوات الحملة التي تم استخدامها Campaign Tools، و معلومات عن المؤسسة من حيث نشأتها، و رؤيتها، و رسالتها، و أهدافها، و خططها About، و معلومات للاتصال بالمؤسسة حال توفر مواهب معينة تساعد على تصميم أدوات الحملة، أو شهادات المعتصمين المعاصرين لأحداث فض الاعتصام Contact^(٧٥)."

و من الجدير بالذكر، إن حملة مؤسسة قصة رابعة و موقعها الإلكتروني تتطابق مع موقع موسوعة الهولوكوست، و التي يمكن مراجعتها على الرابط التالي:
<<http://www.usmm.org/wlc/ar/article.php?ModuleId=10005143>>.

و قد تضمن الموقع ملصقين هما ذاتهما المنشوران على صفحة فيسبوك؛ لذلك فإنهما يتضمنان نفس التحليل. كما تضمن ملفي فيديو تحت عنوان (وثائقي - سلسلة يوميات الثورة المصرية - يوم ٢٥ يناير)، و لم يتم تحليلهما؛ نظراً لأنهما لا يشكلان جزءاً من الحملة المخصصة لقضية فض الاعتصام، و إن كانا يربطان - بشكل غير مباشر - بين اعتصامي التحرير و رابعة.

من خلال ذلك، نجد اتفاقاً بين ما تم تنفيذه على موقع قصة رابعة و نتائج الدراسات السابقة التي تناولت دور الجماعة في ٢٠١١، و هو ما يحاول موقع قصة رابعة تأكيده، و إثبات مشاركة الجماعة في العملية الديمقراطية من أجل الوطن؛ للحصول على تأييد الشعب المصري، و العربي، و العالم الخارجي لقضية الاعتصام، و للجماعة بالطبع. و من هذه الدراسات دراسة عادل خضر (٢٠١٨) التي توصلت إلى متاجرة جماعة الإخوان المسلمين

باسم ٢٥ يناير بعد تيقنهم إنهم خرجوا تماماً من قمة السلطة بمصر، و خصوصاً بعد فض اعتصامي رابعة و النهضة، بكونهم من ساعد على نجاح الثورة. و حتى لا يخرج الإخوان من المشهد السياسي بعد ثورة ٣٠ يونيو دون منفعة، يظهرون اعترافهم بثورة ٢٥ يناير و يطالبون بالمحافظة على مكتسباتها، و لا يعترفون بثورة ٣٠ يونيو ويعتبرونها انقلاباً على الشرعية قاده الفريق أول السيسي و القوات المسلحة. و أيضاً دراسة **خليل العناني (٢٠١٥)** التي أكدت على إن الجماعة حاولت بإصرار ترسيخ مكاسبها السياسية بعد ٢٥ يناير ٢٠١١ مدفوعة بالجوع إلى السلطة. و هذا ما أكدته أيضاً دراسة **هاني عبده (٢٠١٣)** من حيث ظهور الجماعات الدينية كقوة فاعلة سياسية داخل المجال العام بعد ٢٥ يناير ٢٠١١؛ و منها جماعة الإخوان المسلمين و التيار السلفي.

٢- الذكرى الثانية لفض الاعتصام ١٤ أغسطس ٢٠١٥:

تم تطبيق طريقة **تحليل المضمون** لتحليل المنشورات على صفحة فيسبوك Facebook (قصة رابعة)، و كذلك التغريدات على موقع تويتر Twiteer و المنشورات على موقع Instagram و اللذان يحويان صفحة بنفس الاسم. كما تم تطبيق طريقة **التحليل السيمويطيقي** على كافة ملفات الفيديو، و الصور، و الانفوجرافيك، على اختلاف أنواعها عبر صفحات فيسبوك، و تويتر، و انستجرام، و قناة يوتيوب، و موقع قصة رابعة.

أ- تحليل المواد الدعائية للحملة على صفحة فيسبوك Facebook (قصة رابعة):

تضمنت صفحة قصة رابعة على فيسبوك (١٢٩) منشوراً، و (٢٠) صورة غلاف، و (٢٧) ملصقاً، و (١٩) ملف فيديو، و (٥١) إنفوجرافيك، نحلها على النحو التالي:

١- تحليل مضمون منشورات صفحة فيسبوك Facebook (قصة رابعة):

تضمنت الصفحة (١٢٩) منشوراً Posts، و تنوعت **الموضوعات** التي تمت مناقشتها في المنشورات، و كان على رأسها إظهار شعار الحملة المرئي و المكتوب بنسبة ٢٠,٧١%، يليه وصف فض الاعتصام بالمذبحة بنسبة ١٣,٠١%، ثم إظهار تضامن أفراد من جنسيات متعددة مع الاعتصام و موقف المعتصمين، و دعوة العالم الخارجي للتعاطف مع المعتصمين بنسبة ٧,٨٨%، يلي ذلك حث الجمهور على المشاركة في فعاليات حملة دعم الاعتصام إلكترونياً و على الأرض بنسبة ٥,١٢%، يليه إظهار قوات الشرطة و الجيش بمظهر مرتكبي المذابح الدموية، و توجيه الجمهور لمتابعة الحملة عبر وسائل التواصل الاجتماعي و المنصات المختلفة بنسبة ٤,٩٣%، ثم عرض بيانات عن المعتصمين (نوعهم، أعمارهم، مؤهلاتهم الدراسية، مهنتهم) بنسبة ٤,٧٣%، ثم إبراز أحداث فض الاعتصام بنسبة ٤,٣٣%، يلي ذلك عرض فعاليات دعم الاعتصام و شرح أحداث فضه في دول العالم المختلفة بنسبة ٤,١٤%، يليه حث الجمهور على الإيمان و دعم أفكار حملة (قصة رابعة) بنسبة ٣,٥٥%، ثم عرض يوميات الاعتصام و فعالياته بنسبة ٢,٣٦%، ثم التذكير المستمر بذكرى فض الاعتصام بنسبة ١,٩٧%، يليه وصف الأحداث التي سبقت فض

الاعتصام بالمذابح (كمذبحة الساجدين... الخ)، و عرض لأعداد قتلى الاعتصام و نوعهم، و أعمارهم، و مؤهلاتهم الدراسية، و مهتهم بنسبة ١,٧٧%، يليه الاستقواء بمنظمات المجتمع المدني الدولية بنسبة ١,٥٧%، ثم إظهار المعتصمين أنفسهم بمظهر المضطهدين في بلادهم بنسبة ١,١٨%، يلي ذلك عرض كلمات لمسؤولين منظمات المجتمع المدني الأجنبية لدعم الاعتصام، و عرض عمليات عنف ضد الأطفال على وجه الخصوص بنسبة ٠,٩٨%، يليه إظهار المعتصمين بصورة سلمية، و عرض عمليات عنف ضد المعتصمين بنسبة ٠,٧٨%، ثم اعتبار الاعتصام وسيلة لحماية هوية مصر الإسلامية، والتركيز على المساجين من أعضاء الجماعة و وصفهم بالمعتقلين، و توجيه الشكر لداعمي قضية الاعتصام بنسبة ٠,٥٩%، ثم إظهار انتشار وسم (هاشتاج #) الحملة على مستوى العالم، و حث الجمهور من خلال بريد إلكتروني لموقع قصة رابعة على الإدلاء بشهادتهم أو تقديم مواد فيلمية أو صور؛ لتقوم المؤسسة بتوثيق أحداث فض الاعتصام بنسبة ٠,٣٩%، و أخيراً إظهار تضامن الشعب المصري مع المعتصمين، و اعتبار الاعتصام أحد أشكال التعبير عن الرأي، و نبذة عن مؤسسة قصة رابعة، و أهدافها، و شكر للمؤسسات الداعمة لها، و آلية حصر و توثيق أحداث فض رابعة من موقع قصة رابعة، و إقامة متحف لتخليد ذكرى فض الاعتصام رابعة، و محاولة جماعة الإخوان رفع أصواتهم للاجتماع العام للأمم المتحدة، و توضيح إن الهدف من الاعتصام هو الكرامة، و الحرية، و العيش الكريم، و إعلان مؤسسة قصة رابعة عن حاجتها لمتترجمين من اللغة العربية للإنجليزية، و استضافة باسم عودة وزير التموين الإخواني و المحكوم عليه بالإعدام في ندوة أثناء الاعتصام، و إعلان مؤسسة قصة رابعة عن حاجتها لرسامين بنسبة ٠,١٩%.

و كان كاتب المنشور شخصية غير معرفة بنسبة ١٠٠%، كما كانت المنشورات موجهة لجمهور عام غير محدد بنسبة ١٠٠%. أما بالنسبة لجنسيته، فتم الجمع بين الجمهور المصري والجمهور من دول أخرى بنسبة ٥٣,٤٣%، ثم جمهور من الدول الأجنبية بنسبة ٤٠,٤٥%، يلي ذلك جمهور مصري بنسبة ٣,٨١%، و أخيراً جمهور من الدول العربية بنسبة ٢,٢٩%.

و بالنسبة لفئة كيف قيل، و بالتركيز على لغة المنشورات، سنجد إن غالبية المنشورات تجمع ما بين اللغتين العربية والإنجليزية بنسبة ٥٤,٢٦%، تليها المنشورات باللغة الإنجليزية فقط بنسبة ٤١,٠٨%، ثم المنشورات باللغة العربية فقط بنسبة ٤,٦% و كان أسلوب كتابة المنشورات العربية باللغة العربية الفصحى بنسبة ٨٣,٣٣%، يليها اللغة العربية العامية بنسبة ١٦,٦٦%. و بالرجوع إلى شكل محتوى المنشورات سنجد إن غالبية المنشورات تتكون من نص و صورة و وسم (هاشتاج #) بنسبة ٦٢,٠١%، تليها المنشورات المكونة من نص و رابط و صورة و وسم (هاشتاج #) بنسبة ٩,٣٠%، تليها المنشورات التي تحتوي على نص و فيديو و وسم (هاشتاج #) بنسبة ٥,٤٢%، ثم المنشورات التي تحتوي على نص و رابط و Mention و وسم (هاشتاج #) بنسبة ٤,٦٥%، ثم المنشورات المكونة من نص و رابط و وسم (هاشتاج #) بنسبة ٣,١٠%، تليها المنشورات المكونة من نص و صورة و رابط و وسم (هاشتاج #)، و نص و فيديو

Mention و وسم (هاشتاج #)، و نص و رابط و صورة بنسبة ٢,٣٢%، ثم المنشورات المحتوية على نص و صور، و نص و رابط Link، و نص و رابط و صورة، و المنشور نص و صورة و Mention و وسم (هاشتاج #) بنسبة ١,٥٥%، و أخيراً المنشورات المحتوية على نص و وسم (هاشتاج #)، و نص و Mention و وسم (هاشتاج #)، و نص و فيديو و Mention بنسبة ٠,٧٧%. و كانت أهم أدوات الفيسبوك المستخدمة في الحملة الوسم (هاشتاج #) بنسبة ٦١,٩٠%، يليه الرابط Link بنسبة ١٦,٤٠%، ثم المشاركة Share بنسبة ١٢,٦٩%، و أخيراً Mention لمؤسسات محددة (منشور موجه) بنسبة ٨,٩٩%. و تم الاعتماد على الاستمالات العاطفية في المنشورات بنسبة ٧١,٣١%، ثم الجمع بين الاستمالات العقلانية والعاطفية بنسبة ٢٣,٢٥%، تليها الاستمالات العقلانية بنسبة ٥,٤٢%. و كان النطاق الجغرافي الموجهة له المنشورات يتجه للجمع بين مصر و دول عربية وأجنبية بنسبة ٥٣,٤٣%، يليه الدول الأجنبية بنسبة ٤١,٢٢%، ثم مصر بنسبة ٣,٠٥%، و أخيراً الدول العربية بنسبة ٢,٢٩%.

و تتحدد أهداف الاتصال المتوخاة من المنشورات في إثارة التعاطف مع اعتصام رابعة العدوية بنسبة ٣٢,١٧%، يليه إثارة رغبة المواطنين في تبني قضية الاعتصام و أهدافه بنسبة ٣٠,٢٨%، ثم إثارة حزن المواطنين على ما تعرض له المعتصمون أثناء فض الاعتصام بنسبة ١٦,٤٠%، يلي ذلك إثارة غضب المواطنين و مشاعرهم السلبية تجاه الدولة بنسبة ١٢,٩٣%، ثم إثارة حماسة المواطنين للمشاركة في فعاليات الاعتصام إلكترونياً و على الأرض بنسبة ٧,٨٨%، و أخيراً حث المواطنين على المشاركة في توثيق أحداث فض اعتصام رابعة بنسبة ٠,٣١%.

إذن، كان أهم موضوع تمت مناقشته في الحملة إظهار شعار الحملة المرئي و المكتوب، و موجه لجمهور عام غير محدد، و يجمع بين الجمهور المصري و الجمهور من دول أخرى. و قد جمعت المنشورات بين اللغتين العربية و الإنجليزية، و كانت غالبية الاستمالات المستخدمة فيها عاطفية، كما استخدمت المنشورات باللغة العربية الفصحى. و تتكون غالبية المنشورات من نص و صورة و وسم (هاشتاج #)، و تصدر الوسم (هاشتاج #) أدوات الفيسبوك المستخدمة في الحملة. و توجهت غالبية المنشورات لمصر و دول عربية و أجنبية. و كان أهم هدف لمنشورات الحملة هو إثارة التعاطف مع اعتصام رابعة العدوية. تتفق هذه النتائج مع ما ذكرته دراسة محرناز أليزاده، و محمد سيد أبادي، و داتيس خاجيهيان (٢٠٢١)، حيث تمت صياغة الرسالة لتتوافق مع الجمهور المستهدف. و تتفق أيضاً مع نتيجة دراسة عبد الله الرعود (٢٠١٢) من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام المحلي، و الإقليمي، و الدولي. و هذا ما يفسر استخدام اللغة الإنجليزية في مواد الحملة.

٢- التحليل السيموطيقي لصور صفحة فيسبوك Facebook (قصة رابعة):

تم تحليل (٤٨) صورة؛ (٢٠) منها صورة غلاف، و (٢٧) ملصقاً Posters، و صورة صفحة شخصية واحدة Profile.

و بالبحث في **المعنى التعييني لصورة الصفحة الشخصية**، نجد إنها تضمنت شخصيات من الذكور و الإناث، من أكثر من فئة عمرية، و على وجوههم تعبيرات مختلفة؛ ما بين الدهشة، والبكاء، و الوجوم. كما تضمنت الأشكال في الصور أكثر من شكل؛ فيوجد رقم ٢ في منتصف الصورة، و بداخله امرأة واجمة، و بجانبها أخرى تبكي، و رجل جالس، و عربات تحترق و جثث موتى من المعتصمين في أكفانهم. و كان النص المستخدم في الصورة باللغة الإنجليزية، و هو عبارة عن وسم (هاشتاج #) بشعار الحملة. و تم استخدام مجموعة من الألوان، فنجد الألوان الدافئة كالأصفر، و الألوان المحايدة كالأسود، و الأبيض. و كانت خلفية الصورة و الأماكن التي تتضمنها متنوعة؛ فتم المزج بين الجثث في الأكفان داخل المسجد، مع الشارع بعد الفرض، على خلفية صفراء.

هنا نصل للمعنى التضميني، اهتم مصمم الصورة بجعل اللون الأصفر هو الخلفية السائدة في معظم الصورة، و هو من الألوان الدافئة التي ترمز للفت الانتباه؛ لأن الهدف الأساسي هنا هو لفت الانتباه للحملة. و تم تركيز الألوان المحايدة في منتصف الصورة؛ حيث يعطي اللون الأسود إحساساً بجدية قضية الحملة؛ لذا كان لون رقم ذكرى فض الاعتصام، أما الأبيض فيرمز للحداية، فتم وضع تأثيرات منه كخلفية لصور أشخاص تحمل وجوههم تعبيرات مختلفة؛ للتركيز عليها و الإيحاء بصدقها. و كان هناك تعمد واضح في وضع صور لوجوه معتصمين من الذكور و الإناث تحمل مجموعة متنوعة من التعبيرات؛ كالوجوم، و البكاء، و الدهشة؛ يدفع المتلقي لإجراء عصف ذهني داخلي بأن حدثاً جلياً قد حدث أدى لظهور هذه التعبيرات، و إن هؤلاء تعرضوا لمأس كبيرة عند فرض الاعتصام؛ مما يؤدي إلى مشاعر الحزن و التعاطف معهم، و استثارة الغضب على الدولة. و تم تدعيم هذه المشاعر و الصور الذهنية بصورة العربة المحترقة و الجثث المكفنة؛ لتنشيط المشاعر السالف ذكرها. و تم الحرص على أن يكون شعار الحملة على هيئة وسم (هاشتاج)؛ حتى يتسنى للمتلقي استخدامه في البحث عن المزيد من المعلومات عن فض الاعتصام من وجهة نظر صانعي الحملة؛ ليتعرض للمزيد من الصور و المشاهد المؤثرة، مع التفسيرات الخاصة بها. و كان الوسم باللغة الإنجليزية؛ لأن الهدف الأساسي للجماعة خلق رأي عام عالمي ضد الدولة المصرية، و فرض عقوبات عليها.



شكل رقم (٢٨) صورة صفحة شخصية لصفحة قصة رابعة على فيسبوك

تضمنت الصفحة (٢٠) صورة غلاف، و بتحليل المعنى التعييني لأولها، نجد محتواها يتعلق بما أسموه فاجعة أبو زعبل، و هي صورة تنتمي للتصميم الجرافيكي. الشخصيات فيها من الذكور، شباب و متوسطو العمر، و تعبيرات وجوههم غير واضحة. و لأنها مصممة بالجرافيك؛ فقد تم رسم أفراد داخل سيارة ترحيلات و جنود خارجها. و تقع النصوص في مكانين مختلفين، فوق الرسم يمين الصورة، و أعلى الصورة في اليسار، و كانت لغة النصوص المستخدمة الإنجليزية، و تجمع بين أكثر من نوع؛ فنجد عبارات نصية، و رسم (هاشتاج#)، و أرقام؛ حيث تمت كتابة (#GassedToDeath- Abu Zaabal 37 Catastroph. August 18th 2013). تم الاعتماد على الألوان الدافئة في التصميم كالبرتقالي، و المحايدة كالأسود، و الرمادي، و البني. و الخلفية مكان خارجي غير محدد.

و بتحليل المعنى التضميني، نجد إن استخدام الألوان الدافئة يعطي إحساساً بالحرارة؛ مما يدعو الجمهور المستهدف لوضع أنفسهم في موقف المعتصمين، و ما عانوه داخل سيارة الترحيلات؛ خاصة مع انبعاث الدخان في التصميم باللون الرمادي. و استخدام اللون الأسود للسيارة و الجنود؛ يدل على الجدية و الرسمية؛ مما يعطي شبهة تعمد لإساءة معاملة المعتقلين. و تم استخدام اللون الأبيض في كتابة البيانات؛ للإيحاء بحياديتها. و تم التركيز على رسم خاص بهذه الحادثة تحديداً بعيداً عن رسم الحملة؛ لإثارة المزيد من الحنق على الشرطة المصرية، و تأجيج مشاعر الغضب. و كانت جميع النصوص باللغة الإنجليزية؛ لتأليب الرأي العام العالمي ضد الدولة المصرية و أجهزتها؛ حيث تحرص الجماعة على توجيه رسالتها للعالم الخارجي، و تؤكد منذ الذكرى الأولى للاعتصام بأن العالم لم و لن ينساهم.

و بالبحث في المعنى التعييني لصورة الغلاف الثانية، نجد إن محتواها يتعلق بأحد الفعاليات التي أقيمت لدعم الحملة في إحدى دول العالم، و تحوي شخصيات من الذكور و الإناث، في أكثر من فئة عمرية؛ من الأطفال، و الشباب، و متوسطو العمر، تغلو وجوههم الابتسامة. و الشكل فيها مجموعة من الأشخاص يحملون ملصقات الحملة، و لا يوجد بها أية نصوص، و كان اللون الغالب هو اللون الأصفر؛ كونه خلفية لمعظم الملصقات التي يحملونها، و يقفون في شارع. نجد هنا إن معناها التضميني يظهر تضامن العالم الخارجي مع اعتصام الجماعة، و وقوفه ضد الفرض؛ لذا ساهم في الفعاليات على مستوى العالم لإحياء ذكراه، و المطالبة بحقوق القتلى و المعتقلين.

و بدراسة المعنى التعييني لصورة الغلاف الثالثة، و تتعلق بما أسموه مذبحة مسجد الفتح؛ و هي لجنازة أحد القتلى، و تحوي شخصيات من الذكور، من أكثر من فئة عمرية؛ من الشباب و متوسطو السن، يعلو وجوههم الحزن. و تقع النصوص في مكانين؛ في منتصف الصورة، و في أعلى يسارها، باللغة الإنجليزية، و تتكون من أكثر من نص عبارة عن عبارات نصية و أرقام هي؛ (+203 - Al Fateh Mosque Massacre 16/8/2013 - Victims)، كُتبت باللونين الأبيض و الأسود، و كانت في شارع. و نجد معناها التضميني يتمحور حول إضافة مذبحة جديدة - من وجهة نظر الجماعة - لسلسلة مذابح يرون إن

الشرطة المصرية قد ارتكبتها بحقهم كلما حاولوا الانتشار خارج حدود الاعتصام؛ وهي **مذبحة مسجد الفتاح**، و يظهرون القتلى مضرجين في دمائهم بشكل متعمد لتأكيد روايتهم، مع وضع التاريخ باللون الأبيض؛ للإيحاء بحيادية المعلومة. كما تم وضع رقم إجمالي لعدد القتلى داخل مربع أصفر للفت الانتباه. و نتيجة كل ذلك، تأجيج مشاعر الغضب و الحنق البالغ ضد الدولة المصرية، و التعاطف مع المعتصمين. و نظراً لأن النص باللغة الإنجليزية، فإن هدفه الأساسي توجيه رسالة للعالم الخارجي ينتج عنها عقاب الدولة المصرية، و السعي في تمكين الجماعة مرة أخرى.

و بالنظر للمعنى **التعيني** لصورة الغلاف الرابعة، نجد لها لجنة مكفنة في مسجد الإيمان. **الشخصيات** فيها ذكر و هو الجثة، و أنثى قريبتها تبكيه، و يعلو وجهها الحزن الشديد، و كان **الشكل** الوحيد هو هاتين الشخصيتين، و يقع **النص** في منتصف الصورة تقريباً، و هو باللغة الإنجليزية، و يجمع بين أكثر من نوع تتضمن عبارة نصية و وسم (هاشتاج#)، و هو (#remmemberRABAA – Al-Iman Mousqe)، و كانت الكتابة باللونين الأصفر و الأبيض، و داخل مسجد الإيمان. أما بالنظر **لمعناها التضميني**، نجد إن إظهار وجه المتوفي من الكفن، مع بكاء قريته بحزن كفيل بإثارة مشاعر الجمهور المستهدف و تعاطفه مع المعتصمين، و إشعال غضبه ضد الشرطة المصرية. و قد تم ذكر اسم المسجد الذي وضعت به الجثة؛ و هو مسجد الإيمان؛ للإيحاء بكثرة عدد القتلى، و تنوع أماكن تواجدهم. و تمت كتابة اسم المسجد و كلمة رابعة باللون الأصفر للفت الانتباه، و التركيز على وسم تذكروا رابعة؛ لدفع المتلقين للبحث عن مزيد من المعلومات عن الموضوع، من وجهة نظر مصممي الحملة طبعاً. و تم استخدام اللغة الإنجليزية بهدف تأجيج غضب الرأي العام العالمي ضد الدولة المصرية؛ مما يدفعه لرفض عقوبات عليها.

بدراسة **المعنى التعيني** لصورة الغلاف الخامسة، نجد لها تتعلق بيوم فض اعتصام رابعة العدوية؛ حيث يرتدي مجموعة من المعتصمين خوذات لحماية رؤوسهم، و يتحصنون بأغطية براميل. جميع **الشخصيات** في الصورة من الذكور، و تتنوع فئاتهم العمرية بين الشباب و العمر المتوسط، و يبدو الخوف على وجوههم، و لا توجد أشكال سوى الشخصيات، و يقع **النص** في منتصف الصورة تماماً فوق الصورة، و باللغة الإنجليزية، و يجمع بين وسم (هاشتاج#) و أرقام، و كان فحواه (- August 14th 2013 #remmemberRABAA)، و تمت كتابته باللون الأبيض، و مكان الصورة في ميدان رابعة العدوية. أما **المعنى التضميني** للصورة هنا، هو محاولة إظهار سلمية المعتصمين في مواجهة أسلحة الجيش و الشرطة الذين روعوهم بدلاً من حمايتهم، و وقفوا ضد تعبيرهم عن رأيهم. و اقتصر النص على تاريخ الفض و وسم الحملة باللون الأبيض؛ للإيحاء بحيادية المعلومات المقدمة، و دفع المتلقين نتيجة التأثير بملامح الخوف على وجوه المعتصمين؛ للبحث عن مزيد من المعلومات حول الموضوع، و باللغة الإنجليزية لاستعداد العالم الخارجي على الدولة المصرية.

بالبحث في **المعنى التعييني** لصورة الغلاف السادسة، نجدها تدور حول مجموعة لقطات من فض الاعتصام؛ فنجد طفلاً مصاباً، و شاباً جريحاً، و امرأة واقفة، و نيران تشتعل. و تتضمن **الشخصيات** فيها ذكور و إناث، من أكثر من فئة العمرية؛ أطفالاً، و شباباً، و متوسطو العمر، تتم تعبيرات وجوههم عن الألم، و كانت **الأشكال المستخدمة** هي **الشخصيات**، و يقع **النص** في منتصف الصورة تقريباً، و باللغة الإنجليزية، و يتكون من نوعين؛ وسم (هاشتاج #)، و موقع إلكتروني، هما: (- #rememberRABAA www.rabaastory.net)، تم كتابتهما باللونين الأبيض والأصفر، و **الخلفية** ميدان رابعة العدوية. و بالبحث في **المعنى التضميني** للصورة، نجد محاولة لرفع ونيرة التعاطف مع المعتصمين عن طريق وضع صورة لطفل و معتصم من الجرحى، و حيرة امرأة وسط ركاب الاعتصام و نيرانه المشتعلة، و يتبع ذلك تأجيج مشاعر الغضب ضد الدولة المصرية. و قد تم كتابة كلمة رابعة باللون الأصفر للفت الانتباه، و بقية النص باللون الأبيض للإيحاء بالحيادية. و اقتصر النص على الوسم و الموقع الإلكتروني؛ لحث المتلقين على البحث عن المزيد من المعلومات، بعد لفت انتباههم. و لا ننس إن استخدام اللغة الإنجليزية هدفه استعداء العالم الخارجي على الدولة المصرية.

بتحليل **المعنى التعييني** لصورة الغلاف السابعة، نجدها لمعتصمين أثناء فض الاعتصام، ينتشر بينهم دخان أبيض ناتج عن القنابل المسيلة للدموع، و **الشخصيات** الموجودة من الذكور، الشباب، و لا تظهر تعبيرات وجوههم؛ نظراً لمحاولتهم تغطيتها لعدم استنشاق الدخان، و لا توجد **أشكال** سوى **الشخصيات**، و يقع **النص** في يمين الصورة، و هو باللغة الإنجليزية، و عبارة عن وسم (هاشتاج #) هو (#rememberRABAA)، كُتِبَ باللون الأبيض، و كان **المكان** في ميدان رابعة العدوية. وبتحليل **المعنى التضميني**، ندخل إلى قلب فض الاعتصام و إلقاء القنابل المسيلة للدموع، و تهدف الجماعة إلى إثارة التعاطف مع المعتصمين، و لكن ما يظهر في الصورة يوضح إنها إجراءات عادية متبعة في جميع أنحاء العالم. و على الرغم من محاولتهم تغليفها بغلاف حرية الرأي و الدفاع عن الديمقراطية، و كتابة وسم الحملة باللون الأبيض؛ للإيحاء بمصادقية الجماعة، و دفع الجمهور المستهدف للبحث عن المزيد من المعلومات؛ نجد إن الصورة تخلوا من مثيرات التعاطف و الغضب؛ مما يعني إنها خارج سياق الهدف من الحملة.

و بالبحث في **المعنى التعييني** لصورة الغلاف الثامنة، نجدها لجنزة أحد القتلى في الميدان؛ حيث يحمله مشيعوه داخل صندوق. و **الشخصيات** كلهم من الذكور، في سن الشباب، و تتنوع تعبيرات وجوههم ما بين الصراخ، و الحزن، و البكاء، و لا توجد **أشكال** سوى **الشخصيات**، و يقع **النص** في منتصف أسفل الصورة، و باللغة الإنجليزية، و هو عبارة عن وسم (هاشتاج #) هو (#rememberRABAA)، كُتِبَ باللون الأبيض، و في **مكان خارجي** هو ميدان رابعة العدوية. و بالبحث في **المعنى التضميني**، نجد جنزة تستدر تعاطف الجمهور المستهدف مع المعتصمين، و تثير حنقهم على الدولة و ما اتبعته من إجراءات. و قد تم كتابة وسم الحملة باللون الأبيض؛ للإيحاء بالمصادقية، و حث المتلقين على البحث عن المزيد من المعلومات، و باللغة الإنجليزية لتأليب الرأي العام العالمي ضد الدولة المصرية.

بدراسة **المعنى التعييني** لصورة الغلاف التاسعة، نجدها لامرأة تصرخ في منتصف الجموع في الميدان، و تبدو في منتصف العمر، و تعبيرات وجهها تتنوع ما بين الصراخ، و الهلع، و الألم، و تركزت الأشكال على شخصيات المعتصمين، و يقع النص في يمين الصورة، و باللغة الإنجليزية، عبارة عن وسم (هاشتاج #) هو؛ (#remmemberRABAA)، كُتب باللون الأبيض، و في مكان خارجي هو ميدان رابعة العدوية. و بدراسة **المعنى التضميني**، نجد تحريضاً واضحاً على الشرطة المصرية؛ من خلال إظهار صراخ المرأة في وسط الميدان؛ مما يعني التعامل العنيف الذي لم يرحم النساء؛ و يؤدي إلى الغضب الشديد كرد فعل تلقائي من الجمهور المستهدف على الصورة، مع وجود وسم يدفعهم للحصول على مزيد من المعلومات عن فض الاعتصام من وجهة نظر الجماعة، و تمت كتابته باللون الأبيض؛ للإيحاء بالمصادقية، و باللغة الإنجليزية؛ لتأليب العالم الخارجي على الدولة المصرية.

بالنظر **للمعنى التعييني** لصورة الغلاف العاشرة، نجدها من الاحتفال بعيد الفطر في رابعة، حيث تم وضع بالونات بألوان علم مصر، و الشخصيات المتواجدة في الصورة من الذكور، الشباب، لا تحمل وجوههم أي تعبير، و الأشكال المستخدمة في الصورة هي الشخصيات فقط، و يقع النص في يمين الصورة، و باللغة الإنجليزية، عبارة عن وسم (هاشتاج #) هو؛ (#remmemberRABAA)، كُتب باللون الأبيض، و في مكان خارجي هو ميدان رابعة العدوية. و بالنظر **للمعنى التضميني**، نجد محاولة لربط الجماعة بالوطنية و الإخلاص؛ من خلال استخدام ألوان العلم المصري في البالونات و الاحتفال بعيد الفطر المبارك في ميدان رابعة العدوية، و لإحداث تهيئة نفسية للحالة المغايرة عند فض الاعتصام، و انقلاب الحال من بهجة و سعادة إلى حزن و صراخ و دماء؛ مما يزيد من تعاطف الجمهور المستهدف مع تلك الحالة، و استخدام الوسم للتعلمق في المعرفة، خاصة و إن لونه الأبيض يوحي بالمصادقية، و لغته الإنجليزية تجعله موجهاً للعالم الخارجي؛ لتأجيج الغضب ضد الدولة المصرية.

بتحليل **المعنى التعييني** لصورة الغلاف الحادية عشر، نجدها لأب يحاول إلباس ابنه قناعاً للوجه، و يجلس بجانبه رجل يرتدي قناع غاز. الشخصيات جميعها من الذكور، و من أكثر من فئة عمرية؛ هي الأطفال و الشباب، و لا يبدو على وجوههم أي تعبير. و تقتصر الأشكال المستخدمة في الصورة على الشخصيات، و يقع النص في يمين الصورة، و باللغة الإنجليزية، عبارة عن وسم (هاشتاج #) هو؛ (#remmemberRABAA)، كُتب باللون الأبيض، و في مكان خارجي هو ميدان رابعة العدوية. و بتحليل **المعنى التضميني**، نجد استدراراً للتعاطف مرة أخرى؛ بوجود أطفال في الاعتصام، و محاولة الأب حماية ابنه من استنشاق الغاز المسيل للدموع بإلباسه قناعاً واقياً. و نجد أيضاً تحريضاً على الشرطة المصرية التي لم ترحم الأطفال، كما فعلت مع النساء؛ مما يثير غضب الجمهور المستهدف. و نجد وسم الحملة باللون الأبيض؛ للإيحاء بالمصادقية، و حث المتلقين على البحث عن تفاصيل أكثر لفض الاعتصام من وجهة نظر الجماعة، و كونه باللغة الإنجليزية؛ فهو موجّه للعالم الخارجي لاستعدائه على الدولة المصرية.

بالبحث في **المعنى التعييني** لصورة الغلاف الثانية عشر، نجدها لطبيب شاب يقف داخل المسجد بين جثث تغطيها الأكفان، يرتسم على وجهه الوجوم و الحزن، و يقتصر الشكل في

الصورة على شخصيته؛ حيث إن في الخلفية جثث متراصة مسجاة في أكفانها، و يقع النص في يمين الصورة والطبيب في منتصفها، و باللغة الإنجليزية، يجمع بين عبارة نصية، و رسم (هاشتاج#)؛ و هو (When the Doctor becomes Helpless!)، كُتب باللون الأبيض داخل مربع أسود، و المكان داخل مسجد رابعة العدوية. و بالبحث في **المعنى التضميني** للصورة، نجد إنها تظهر الشرطة المصرية بلا رحمة؛ حيث قتلت المعتصمين العزل لدرجة عجز الطبيب عن مداواتهم و وقوفه في حالة وجوم تام؛ مما يؤدي لإثارة الحنق على قوات الشرطة، وأسلوب تعاملها مع المعتصمين. و كان هناك حرص على وضع النص داخل مربع أسود، و كتابته بلون أصفر؛ لجذب الانتباه، و الإيحاء بجذبية الحدث و جسامته، مع وضع وسم الحملة؛ لحث الجمهور المستهدف على البحث عن المزيد حول فض الاعتصام. و كان النص و الوسم باللغة الإنجليزية؛ لتأليب الرأي العام العالمي على الدولة المصرية، و دفعه لفرض عقوبات عليها.

بدراسة **المعنى التعييني** لصورة الغلاف الثالثة عشر، نجدها لامرأة تجلس بين ركام فض الاعتصام مرتدية قناع غاز، و تبدو شابة، كما تبدو واجمة من الجزء الظاهر من وجهها، و لا يوجد شكل في الصورة سواها، و يقع النص في منتصف الصورة تماماً، و باللغة الإنجليزية، عبارة عن وسم (هاشتاج #) هو؛ (#rememberRABAA)، كُتب باللون الأبيض، و في مكان خارجي هو ميدان رابعة العدوية. و بدراسة **المعنى التضميني**، نجد عودة مرة أخرى لإظهار ضعف النساء؛ لاستثارة الغضب على الشرطة المصرية من ناحية، و استثارة التعاطف مع المعتصمين من ناحية أخرى. مع إظهار ركام الاعتصام؛ للدلالة على فداحة الحدث، و وضع الوسم بخط كبير في منتصف الصورة؛ لخص المتلقين على البحث عن مزيد من المعلومات حول فض الاعتصام، و باللون الأبيض للإيحاء بالمصادقية، و باللغة الإنجليزية؛ لتحريض العالم الخارجي ضد الدولة المصرية.

بتحليل **المعنى التعييني** لصورة الغلاف الرابعة عشر، نجدها تتعلق بيوم فض اعتصام رابعة العدوية؛ حيث يرتدي مجموعة من المعتصمين خوذات لحماية رؤوسهم، و يتحصنون بأغطية براميل. جميع **الشخصيات** في الصورة من الذكور، و تتنوع فئاتهم العمرية بين الشباب و العمر المتوسط، و يبدو الخوف على وجوههم، و لا توجد أشكال سوى الشخصيات، و يقع النص في منتصف الصورة تماماً فوق الصورة، و باللغتين العربية و الإنجليزية، و يجمع بين عبارات نصية و وسم (هاشتاج#)، و كان فحواه (They Killed them because Apparently they were Armed!)، و تمت كتابته باللونين الأبيض والأصفر، و مكان الصورة في ميدان رابعة العدوية. و بتحليل **المعنى التضميني**، نجد محاولة حثيئة من الجماعة لإظهار سلمية اعتصامهم، و بأن المعتصمين كانوا عزلاً يحاولون اتقاء الضربات الموجهة لهم؛ لإثارة التعاطف معهم، و الإيمان بقضيتهم، و بادعاءات الجماعة، و بإثارة الغضب ضد الدولة المصرية. و هنا، تم استخدام اللغتين العربية و الإنجليزية؛ لتوسيع مساحة التحريض ضد الدولة المصرية لتشمل الدول العربية والأجنبية، مع كتابة العبارة العربية باللون الأصفر لجذب الانتباه، و بقية النص باللون الأبيض للإيحاء بالمصادقية. و لم تنس الجماعة الوسم؛ لحث الجمهور المستهدف على البحث عن المزيد من المعلومات حول فض الاعتصام.

بالنظر بالمعنى **التعيني** لصورة الغلاف الخامسة عشر، نجدتها تتعلق بما أسموه مذبحة المنصة، يقوم فيها شاب بالصراخ، و يقتصر الشكل في الصورة عليه، و يقع النص في يمين الصورة تقريباً، و لغته الإنجليزية، يتكون من عبارة نصية و أرقام، و فحواه (Almanasa Massacre July 27th 2013)، كُتب النص باللون الأبيض، و عليه ما يشبه بقع الدماء باللون الأحمر، و مكان الصورة خارجي في ميدان رابعة العدوية. و بالنظر للمعنى **التضميني**، نجد إن هناك إصرار على إثارة المزيد من الألم، و الفرع، و الحزن، و التعاطف؛ عن طريق صراخ معتصم، مع استخدام عبارة **مذبحة المنصة**؛ لإبراز تعرض المعتصمين لمذابح متكررة أينما ذهبوا، و أينما حاولوا التعبير عن رأيهم. و كانت العبارة بخط كبير في منتصف الصورة باللون الأبيض؛ للإيحاء بالمصادقية و بظهر و نقاء المعتصمين و عدالة قضيتهم، و ملطخة ببقع دماء حمراء؛ للدلالة على قوة ما تعرضوا له؛ مما يؤدي في النهاية لاستقطاب الجمهور المستهدف إلى جانب المعتصمين، و استعدادهم على الدولة المصرية. و كان النص باللغة الإنجليزية للفت انتباه العالم إلى قضية الاعتصام، و تحريضه ضد الدولة المصرية؛ للضغط عليها، و الحصول على امتيازات للجماعة تبعاً لتلك المظلومية.

بالبحث في **المعنى التعيني** لصورة الغلاف السادسة عشر، و هي صورة لوجه طفل ذكر يبكي يدعى رمضان؛ تم ذكر إنه يبكي بجوار جثمان والدته التي قتلتها قوات الجيش، و إنه تعبير عن مئات الأطفال الذين فقدوا ذويهم في مذبحة رابعة العدوية، و هو الشكل الوحيد في الصورة، و يقع النص والصورة في المنتصف؛ النص على اليمين، و الصورة على اليسار، على خلفية ملونة، و النص باللغة الإنجليزية، و يتكون من عبارة نصية و رسم (هاشتاج#)، فحواها (Do you Remembr Ramadan? #remmemberRABAA)، كُتبت عبارة باللون الأبيض على خلفية سوداء، و عبارة باللون الأسود على خلفية صفراء، و احتلت الخلفية الصفراء معظم مساحة الصورة، و لم يظهر أي مكان في الصورة. و بالبحث في **المعنى التضميني**، نجد عودة لاستغلال الأطفال للمرة الثالثة، حيث يتضمن النص استفهاماً حول تذكر طفل بعينه؛ مما يستدعي للذاكرة معاناته عند فض الاعتصام و فقده لحياته، و بوجود الوسم؛ سيهب الجمهور المستهدف لمعرفة القصة مدفوعين بالفضول، و غاضبين مما حدث. و قد تم اختيار اللون الأصفر في الخلفية لجذب الانتباه، و اللون الأسود لكتابة النص بداخله؛ للإيحاء بالجدية، و اللون الأبيض للنص نفسه؛ للإيحاء بالمصادقية. و هي حلقة أخرى من حلقات التحريض ضد الشرطة المصرية بصفة خاصة، و الدولة المصرية بصفة عامة، و تأليب الرأي العام العالمي ضدها؛ للدفع بالحكومات و المنظمات الدولية لاتخاذ إجراءات ضد الدولة المصرية.

بدراسة **المعنى التعيني** لصورة الغلاف السابعة عشر، و هي صورة لشاب يصرخ أثناء فض الاعتصام، و تقتصر الأشكال في الصورة عليه، و يقع النص في يمين الصورة و الشكل في منتصفها، باللغة الإنجليزية، و هو عبارة عن وسم (هاشتاج #) الحملة و فحواه (#remmemberRABAA)، كُتب باللون الأبيض، و جمعت الخلفية بين الألوان الدافئة كالأحمر، و البرتقالي، و الألوان المحايدة كالأسود و الرمادي، و المكان في ميدان رابعة. و بدراسة **المعنى التضميني** للصورة، نجدتها تثير التعاطف و الإحساس بالألم؛ نتيجة صراخ المعتصم وسط نيران فض الاعتصام، و تثير الغضب أيضاً على طريقة فضه، و على قوات

الشرطة و الجيش، و الدولة المصرية عموماً، مع وجود الوسم بخط كبير؛ لحث الجمهور المستهدف لمعرفة المزيد عن الحدث، و كتابته باللون الأبيض للإيحاء بمصداقيته، و باللغة الإنجليزية لتأليب الرأي العام العالمي ضد الدولة المصرية.

بتحليل المعنى التعييني لصورة الغلاف الثامنة عشر، نجد لها لاحتفالات عيد الفطر في رابعة، يرفع فيها المعتصمون بالونات الملونة و أعلام مصر. تتضمن الصورة حشداً كبيراً من الذكور والإناث، من مختلف الأعمار، تبدو عليهم الفرحة و السعادة، و لا توجد أي أشكال في الصورة سواهم، و يقع النص في منتصف الصورة تماماً، باللغة الإنجليزية، و هو عبارة عن وسم (هاشتاج #) الحملة و فحواه (#rememberRABAA)، كُتِبَ باللون الأبيض، و الاحتفال كان في ميدان رابعة العدوية. و بتحليل المعنى التضميني للصورة، نجد محاولة ثانية لربط الجماعة بالوطنية والإخلاص؛ من خلال رفعهم لعلم مصر مع البالونات أثناء الاحتفال بعيد الفطر المبارك في ميدان رابعة العدوية، وإحداث تهيئة نفسية للحالة المغايرة عند فض الاعتصام، و انقلاب الحال من بهجة و سعادة إلى حزن و صراخ و دماء؛ مما يزيد من تعاطف الجمهور المستهدف مع تلك الحالة، واستخدام الوسم للتعلمق في المعرفة، خاصة و إن لونه الأبيض يوحي بالمصداقية، و لغته الإنجليزية تجعله موجهاً للعالم الخارجي؛ لتأجيج الغضب ضد الدولة المصرية.

بالبحث في المعنى التعييني لصورة الغلاف التاسعة عشر، نجد لها لأحد المعتصمين يبكي قريباً له توفي أثناء فض الاعتصام، و هو جالس بجوار جثته المسجاة في الكفن داخل المسجد. يبدو المعتصم في منتصف العمر، و يبكي في حزن بالغ، و لا يوجد أي شكل واضح غيره؛ لأن في الخلفية أجزاء من جثث مسجاة في أكفانها، و يقع النص في يمين الصورة تقريباً، باللغتين العربية و الإنجليزية، و مكون من عبارة نصية و أرقام، هي: (We'll Never Forget و من ينسى ٤/٨)، و كُتِبَ النص باللونين الأبيض و الأصفر، و المكان داخل المسجد. و بالبحث في المعنى التضميني للصورة، نجد المحاولة الثانية لاستخدام نص يجمع بين اللغتين العربية و الإنجليزية؛ لتوسيع نطاق التحريض ضد الدولة المصرية. و نجد رجلاً حزيناً باكياً عند جثة عزيز لديه، و حولة مجموعة من الجثث المسجاة في أكفانها؛ لإثارة الحزن و الألم على مآل إليه وضع المعتصمين، مع عبارة و من ينسى؛ للحث على تذكر ما حدث أثناء فض الاعتصام، و إنه جرح لن يندمل مع مرور الوقت؛ و يتفق هذا مع أيديولوجية الجماعة في ادعاء المظلومية، و الندب، و الترويح لها في كل مناسبة؛ لتأليب الرأي العام العربي و العالمي ضد الدولة المصرية، و الحض على فرض عقوبات عليها. و قد تم وضع النص في مربع أسود؛ للإيحاء بالجدية، و كتابته باللون الأبيض؛ للإيحاء بالمصداقية، عدا العبارة باللغة العربية و التاريخ، تمت كتابتهما باللون الأصفر؛ للفت الانتباه.

بدراسة المعنى التعييني لصورة الغلاف العشرون، نجد لها لشاب يتم رش الماء على وجهه أثناء الاعتصام؛ و هو ما كان يفعله المعتصمون من حمل قنينات مياة برشاشات ليرشوا الماء على أوجه المعتصمين في حرارة الجو أثناء شهر رمضان المبارك. و يتلقى الشاب الماء بترحاب، و لا يوجد شكل في الصورة غيره، و يقع النص فوق صورة الشاب في يمين الصورة، باللغة الإنجليزية، و هو عبارة عن وسم (هاشتاج #) الحملة و فحواه (#rememberRABAA)، كُتِبَ باللون الأبيض، و المكان ميدان رابعة العدوية أثناء الاعتصام. و بدراسة المعنى التضميني للصورة، نجد لها تبين جزءاً

من حياة المعتصمين في الميدان، برش الماء على وجوههم لمقاومة قيظ الصيف؛ مما يدل على ثباتهم على مبادئهم في تحقيق الحرية والديمقراطية. و تم كتابة وسم الحملة باللون الأبيض؛ للإيحاء بالمصادقية، و لحث الجمهور المستهدف على الحصول على مزيد من المعلومات حول الاعتصام، وباللغة الإنجليزية؛ لتدويل قضية الاعتصام، و أهدافه، و أسلوب فضه، كما تراها الجماعة الإرهابية.



شكل رقم (٢٩) يبين صورة غلاف لصفحة قصة رابعة على فيسبوك



شكل رقم (٣٠) يبين صورة غلاف لصفحة قصة رابعة على فيسبوك



شكل رقم (٣١) يبين صورة غلاف لصفحة قصة رابعة على فيسبوك

واحتوت صفحة قصة رابعة على فيسبوك على ٢٧ ملصقاً أيضاً، و بالبحث في المعنى التعييني للملصق الأول، نجده لامرأة شابة تلقي بنفسها على جثة مكفنة مسجاة في المسجد، و تبكي بحزن بالغ، و لا يوجد أي شكل في الملصق سواها هي و لوجو الحملة، و يقع النص في أقصى يمين الملصق من الأعلى، و اللوجو في أقصى يمين الملصق من الأسفل، و نص آخر في أقصى يسار الملصق من الأسفل، و النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارات نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إنترنت؛ و هي: (Don't Leave Me! – Raba'a Massacre – August 14th 2013 - www.rabaastory.net - #rememberRABAA)، و النصوص باللون الأبيض، و المكان داخل المسجد.

و بالبحث في **المعنى التضميني** للملصق، نجده يحض على التعاطف مع المعتصمين باعتبار إنه تم قتلهم بوحشية، و فقدوا أهلهم و أحببتهم، و منهم هذه المرأة الحزينة المقهورة؛ و من ثم تحريض الجمهور المستهدف على الدولة المصرية و أجهزتها، و إظهارهم بموقف العنيف، عديم الرحمة، قاتل الأبرياء. و لأن النص باللغة الإنجليزية؛ فهو لتأليب العالم الخارجي، خاصة و إنه يعبر عن لسان حال المرأة الحزينة التي تحتضن الجثة بقولها لا تتركني. و تقع هذه الجملة المؤثرة في موقع النظر للمتلقي في أعلى يمين الملصق، ثم ينزل بعينه إلى أقصى يسار الملصق في الأسفل ليجد ما يساعده على الحصول على مزيد من المعلومات حول هذا المشهد الحزين؛ و هو وسم الحملة، كما إن موقع اللوجو في أقصى اليمين في الأسفل؛ يساعد على إدراك وجوده بسهولة. و تمت كتابة النص باللون الأبيض، كونه لوناً محايداً يدل على المصادقية، و البراءة، و السلام؛ للإيحاء بأن المعتصمين تم قتلهم رغم براءتهم، و صدقهم، و سلميتهم. و لا ننس بالطبع ذكر كلمة **مذبحة رابعة** في النص؛ للتأكيد على إن الدولة المصرية ترتكب المذابح ضد المواطنين مما يستوجب عقابها؛ و بذلك يتم تأليب الرأي العام العالمي للضغط على الحكومات و المؤسسات الدولية لفرض عقوبات على الدولة.

بدراسة **المعنى التعييني** للملصق الثاني، نجده لشاب يبكي بجوار جثة شقيقه في المسجد، و الأشكال عبارة عن شخصيته و الجثث المسجاة حوله بوضوح؛ كونه في يمين الملصق، و لوجو الحملة. و يقع **النص** في منتصف الملصق تقريباً قرب نصفه الأعلى، و اللوجو في أقصى يمين الملصق في الأسفل، و نص آخر يواجهه في أقصى يسار الملصق في الأسفل، و النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارات نصية، و أرقام، و وسم (#هاشتاج)، و موقع إنترنت؛ و هي: (Life Becomes Lonely and Dark after Losing your Brother – Raba'a Massacre – August 14th 2013 - www.rabaastory.net – #rememberRABAA)، و النصوص باللون الأبيض، و المكان داخل المسجد.

و بدراسة **المعنى التضميني** للملصق، نجده استمراراً لأسلوب استدرار عطف الجمهور المستهدف على المعتصمين؛ حيث يبكي معتصم أخاه المتوفي و يجلس بجانبه بين عدد مسجى من الجثامين بدون أكفان، مع الحرص على كتابة النص أسفل وجهه في الجهة المقابلة؛ ليسهل على المتلقي معرفة القصة، ثم الانتقال لبقية النص في الأسفل، و الذي يحتوي الوسم الذي يساعد على الحصول على مزيد من المعلومات، مع وضوح موقع اللوجو. و يصاحب الحزن و العطف على المعتصمين و ما حدث لهم، غضب و حنق على الدولة المصرية، و رغبة في فرض عقوبات دولية عليها، خاصة و إن النص باللغة الإنجليزية. و بنفس الأسلوب السابق، تمت كتابة النص باللون الأبيض، كونه لوناً محايداً يدل على المصادقية، و البراءة، و السلام؛ للإيحاء بأن المعتصمين تم قتلهم رغم براءتهم، و صدقهم، و سلميتهم. و لا ننس بالطبع ذكر كلمة **مذبحة رابعة** في النص؛ للتأكيد على أن الدولة المصرية ترتكب المذابح ضد المواطنين مما يستوجب عقابها؛ و بذلك يتم تأليب الرأي العام العالمي للضغط على الحكومات و المؤسسات الدولية لفرض عقوبات على الدولة.

بتحليل **المعنى التعييني** للملصق الثالث، نجد إن طبيياً شاباً يتوسطه تعلق ملامحه الوجوم، و في خلفيته جثث مسجاة في أكفانها داخل المسجد، و الطبيب هو الشكل الوحيد

البارز في الملصق، و يقع النص في منتصف الملصق على اليسار، و في أقصى يسار الملصق من الأسفل، مع وقوع الشكل في منتصف الملصق تماماً. و النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارة نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إنترنت؛ و هي: (- #rememberRABAA - July 27th 2013 - Almanasa Massacre) و www.rabaastory.net، و النصوص باللونين الأبيض و الأصفر، مع وضع بقع من الدماء باللون الأحمر على كلمة مذبح المنصة، و المكان داخل المسجد.

و بتحليل المعنى التضميني للملصق، ننتقل لحالة إثارة الغضب مباشرة؛ حيث يقف الطبيب واجماً بين عدد كبير من الجثث المسجاة في أكفانها؛ مما يدل على ضخامة أعداد القتلى، و عجز الطبيب عن إنقاذهم؛ ليتوافق مع كلمة مذبح المنصة، و التي تمت كتابتها باللون الأبيض للدلالة على مصداقيتها بدمجها مع الصورة، بالإضافة لتلطيفها باللون الأحمر الذي يشير إلى دماء المعتصمين؛ مما يوحي بقوة و جلال الموقف. و تم التركيز على كتابة كلمة رابعة باللون الأصفر لجذب الانتباه لاسم المكان، مع الاستعانة بالوسم الذي يسهم مع التأثيرات السابقة في إثارة فضول المتلقين للبحث عن المزيد من المعلومات حول ما تم تسميته بالمذبح. و تقع النصوص على يسار الصورة؛ لتذهب إليها عين المتلقي تلقائياً بعد مشاهدة الجثث و الطبيب، و كانت بالطبع باللغة الإنجليزية؛ لإثارة الرأي العام العالمي ضد الدولة المصرية، و استعداد الشعوب و الحكومات الأجنبية ضدها؛ لفرض عقوبات عليها.

بالنظر للمعنى التعييني للملصق الرابع، نجده لشاب مضرج في دمائه و خاصة يده التي يمدّها في مواجهة الكاميرا، و يبدو الألم على ملامحه، و هو الشكل البارز في الملصق، بالإضافة إلى اللوجو. و يقع النص في أعلى منتصف الملصق تقريباً، و اللوجو في أقصى يمين الملصق من الأسفل، و هناك نص آخر في أقصى يسار الملصق من الأسفل. و النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارة نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إنترنت؛ و هي: (2 Years have Passed since Raba'a Massacre and the World Remains Silent! - #rememberRABAA) و www.rabaastory.net، و النصوص باللونين الأبيض و الأصفر، و المكان داخل المستشفى الميداني للمسجد. و بالنظر للمعنى التضميني للملصق، نجد إنه يتبع نفس الأسلوب في استدار العطف و إثارة الحنق ضد الدولة لنفس الأسباب، و لكن اللافت للانتباه هو تلوين كلمات معينة من النص باللون الأصفر مع بقاء بقية النص باللون الأبيض؛ و هي سنتان، و صامت؛ للفت الانتباه لتأخر المجتمع الدولي في الإتيان بحق المعتصمين، و تجرد العالم من الإنسانية مع مشاهدتهم لصور الضحايا و الدماء الذين تم ارتكاب مذبح بحقهم على حد قول القائمين على الحملة.

بالبحث في المعنى التعييني للملصق الخامس، نجده لشاب مصاب غارق في دمائه و خاصة يده في المستشفى الميداني، و يبدو الألم على ملامحه، و هو الشكل الوحيد في الملصق، و يقع النص في منتصف الملصق على اليسار، و في أقصى يسار الملصق من الأسفل، مع وقوع الشكل في منتصف الملصق تماماً. و النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارة نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إنترنت؛ و هي: (- #rememberRABAA - July 27th 2013 - Almanasa Massacre) و www.rabaastory.net، و النصوص باللونين الأبيض و الأصفر، مع وضع بقع من

الدماء باللون الأحمر على كلمة مذبحه المنصه، و المكان داخل المستشفى الميداني للمسجد. و بالبحث في المعنى التضميني للملصق، نجد أنفسنا أمام نفس التصميم، و نفس الهدف، واستخدام كلمة مذبحه لتحقيق نفس التأثير.

بدراسة المعنى التعييني للملصق السادس، نجده لشاب في حالة إغماء، و يتم توقيع الكشف الطبي عليه؛ حيث تظهر يد الطبيب، و لا تبدو على وجهه أي تعبيرات؛ نظراً لوضعه الصحي، و تقتصر الأشكال في الصورة على شخصيته فقط، و يقع النص في منتصف الملصق على اليسار، و في أقصى يسار الملصق من الأسفل، مع وقوع الشكل في منتصف الملصق تماماً. و النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارة نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إنترنت؛ و هي: (- Almanasa Massacre www.rabaastory.net - #rememberRABAA - July 27th 2013)، و النصوص باللونين الأبيض و الأصفر، مع وضع بقع من الدماء باللون الأحمر على كلمة مذبحه المنصه، و المكان داخل المستشفى الميداني للمسجد. و بدراسة المعنى التضميني للملصق، نجده يحمل نفس التصميم، و نفس الأهداف السابقة.

بتحليل المعنى التعييني للملصق السابع، نجده يركز على رجل دين يخطب على المنصه في ميدان رابعة و حوله مجموعة من المعتصمين، كل من في الملصق من الذكور، و كانت فئاتهم العمرية من الشباب و متوسطو العمر، و يبدو على وجوههم الاهتمام بما يُقال، و تقتصر الأشكال في الملصق على شخصية الشيخ و المعتصمين حوله، و يقع النص في منتصف الملصق على اليسار، و في أقصى يسار الملصق من الأسفل، مع وقوع الشكل في منتصف الملصق تماماً. و النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارة نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إنترنت؛ و هي: (- Almanasa Massacre www.rabaastory.net - #rememberRABAA - July 27th 2013)، و النصوص باللونين الأبيض و الأصفر، مع وضع بقع من الدماء باللون الأحمر على كلمة مذبحه المنصه، و المكان داخل ميدان رابعة العدوية. و بتحليل المعنى التضميني للملصق، نجد إنه يؤكد - بوجود رجل دين يلقي خطبة للمعتصمين - على وجود قضية عادلة، و بأن هدفهم الحفاظ على الهوية الدينية للدولة، و بأنهم سلميين و متدينين لا أكثر، و لكن على الرغم من ذلك تم ارتكاب مذبحه بحقهم؛ مما يحتاج لتكاتف جهود المجتمع الدولي للإتيان بحق المعتصمين السلميين على حد زعمهم. و يحمل الملصق ذات التصميم، و النص؛ ليؤدي ذات الهدف.

بالبحث في المعنى التعييني للملصق الثامن، نجده لمصاب يتألم في مستشفى رابعة الميداني ويرفع إصبعه للشهادة، و حوله اثنان من المعتصمين، تقع فئاتهم العمرية في مرحلة الشباب، ويرتسم على وجه المصاب الألم، و على وجه من حوله الحزن، و تعتبر شخصيات المعتصمين هي الأشكال الوحيدة في الملصق، و يقع النص في منتصف الملصق على اليسار، و في أقصى يسار الملصق من الأسفل، مع وقوع الشكل في منتصف الملصق تماماً. و النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارة نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إنترنت؛ و هي: (- Almanasa Massacre - July 27th 2013 www.rabaastory.net - #rememberRABAA)، و النصوص باللونين الأبيض و الأصفر، مع وضع بقع من الدماء باللون الأحمر على كلمة مذبحه المنصه، و المكان داخل

المستشفى الميداني لمسجد رابعة العدوية. و بالبحث في **المعنى التضميني** للملصق، نجد إنه أيضاً يسير في نفس اتجاه الملصقات السابقة، بنفس النص و التصميم؛ لتحقيق نفس الهدف. بدراسة **المعنى التعييني** للملصق التاسع، و يركز على رجل مسن يسأل أحد المسؤولين عن الاعتصام الذي يحمل كشافاً في يده داخل المستشفى الميداني للمسجد، و حولهم جنث مسجاة في أكفانها. و تقع **الفئات العمرية** للمعتصمين في الملصق ما بين الشباب و الشيخوخة، و يبدو الحزن على وجه الشيخ، و المواساة على وجه الشاب. تتركز **الأشكال** في الملصق على الشخصيتين سالفتي الذكر، و تقع الأشكال في منتصف الملصق، و يقع **النص** في منتصف الملصق على اليسار، و في أقصى يسار الملصق من الأسفل، مع وقوع الشكل في منتصف الملصق تماماً. و **النصوص** المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارة نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إنترنت؛ و هي: (Almanasa Massacre - www.rabaastory.net - #rememberRABAA - July 27th 2013)، و **النصوص باللونين الأبيض و الأصفر**، مع وضع بقع من الدماء باللون الأحمر على كلمة مذبح المنصة، و **المكان** داخل المستشفى الميداني لمسجد رابعة العدوية. و بدراسة **المعنى التضميني** للملصق، نجد تكراراً لذات التصميم، و الأهداف السابقة.

بالنظر للمعنى التعييني للملصق العاشر، نجد إن أحد المعتصمين يتصدره، و هو ذكر يبدو في منتصف العمر، راكباً دراجته النارية أثناء فض الاعتصام، و حوله دخان و نيران مشتعلة. و لا تظهر أي تعبيرات على وجهه؛ لارتدائه قناعاً طبياً، و يعتبر **الشكل** الأساسي في الملصق، و يقع في يمين الصورة. و يقع جزء من النص في منتصف يسار الملصق، و الجزء الآخر في أقصى يسار الملصق من الأسفل، و **النصوص** المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارة نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إنترنت؛ و هي: (Almanasa Massacre - July 27th 2013 - #rememberRABAA - www.rabaastory.net)، و **النصوص باللونين الأبيض و الأصفر**، مع وضع بقع من الدماء باللون الأحمر على كلمة مذبح المنصة، و في النيران المشتعلة من الإطارات، مع إخراج الملصق عامة باللونين الأبيض و الأسود، عدا ما تم ذكره من أجزاء ملونة، و **المكان** ميدان رابعة العدوية. و **بالنظر للمعنى التضميني** للملصق، نجد إن فرار المعتصم على دراجته البخارية مع ما يلف الميدان من دخان؛ يوحي بعنف الشرطة المصرية في فض الاعتصام، و الهدف أصبح مكرراً و معروفاً؛ حيث يحمل الملصق ذات التصميم.

بتحليل المعنى التعييني للملصق الحادي عشر، نجده يظهر فيه أقدام متسخة لجنّة على سرير المستشفى الميداني، و تبدو الأقدام لذكر، و بالطبع لا يمكن تحديد فنته العمرية، أو تعبيرات وجهه، و أقدامه هي **الشكل** الوحيد في الملصق، و تحتل الركن الأعلى من الملصق، أما بقية الملصق فيظهر فيه السرير الحديدي و أرض المستشفى. و يقع جزء من النص في منتصف يسار الملصق، و الجزء الآخر في أقصى يسار الملصق من الأسفل، و **النصوص** المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارة نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إنترنت؛ و هي: (Almanasa Massacre - July 27th 2013 - www.rabaastory.net - #rememberRABAA)، و **النصوص باللونين الأبيض و الأصفر**، مع وضع بقع من الدماء باللون الأحمر على كلمة مذبح المنصة، و **المكان**

المستشفى الميداني لمسجد رابعة العدوية. و بتحليل **المعنى التضميني** للملصق، نجده يسير في نفس الاتجاه، بنفس التصميم و الهدف.

بالبحث في **المعنى التعييني** للملصق الثاني عشر، نجده صورة مقربة لمجموعة من الأفراد الذكور في سن الشباب، تعلق وجوههم علامات الحزن، و تقتصر الأشكال في الملصق على شخصياتهم، و يقعون في منتصف الملصق تماماً. و لغة النص الإنجليزية، و يقتصر على عبارة نصية، و أرقام؛ حيث تم كتابة (Almanasa Massacre – July 27th 2013) بخط كبير في منتصف الملصق فوق الصورة، كُتب باللون الأبيض، و مطلخ بلون أحمر على هيئة بقع دماء، و المكان ميدان رابعة العدوية. و بالبحث في **المعنى التضميني** للملصق، نجده يتميز بكونه كلمة **مذبحة المنصة**، و شغلها للملصق بأكمله، مع تلطيخها ببقع الدماء الحمراء؛ تحقيقاً لنفس الأهداف السابقة.

بدراسة **المعنى التعييني** للملصق الثالث عشر، نجده عن مظاهرة قام بها أعضاء الجماعة في شارع النصر أمام المنصة، و النصب التذكاري للشهداء في مدينة نصر في محاولة منهم لتمديد اعتصامهم؛ مما أدى لمواجهة بينهم و بين قوات الشرطة و الجيش؛ فأسموها مذبحة المنصة. و الملصق لذكر يبدو في سن الشباب، يقف أمام النصب التذكاري للشهداء، و في الخلفية يضع متظاهرين يتحركون، و يشوب المكان دخان، تعبيرات وجهه غير واضحة؛ كونه يرتدي قناعاً، و الأشكال في الصورة هي شخصه بشكل رئيس، و شخصيات المتظاهرين في الخلفية، و يقع الشاب في منتصف الملصق تماماً. و يقع جزء من النص في منتصف يسار الملصق، و الجزء الآخر في أقصى يسار الملصق من الأسفل، و النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارة نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إنترنت؛ و هي: (Almanasa Massacre – July 27th 2013 - www.rabaastory.net - #rememberRABAA)، و النصوص باللونين الأبيض و الأصفر، مع وضع بقع من الدماء باللون الأحمر على كلمة مذبحة المنصة، و المكان شارع النصر في مدينة نصر. و بدراسة **المعنى التضميني** للملصق، نشعر بمطاردة الجيش و الشرطة للمعتصمين خارج ميدان رابعة العدوية، و ارتكاب المذابح بحقهم؛ لمنعهم من التعبير عن رأيهم، في إجراءات تنافي الديمقراطية، و الهدف معروف طبعاً، خاصة و إن الملصق يحمل نفس التصميم.

بالنظر **للمعنى التعييني** للملصق الرابع عشر، نجده لمتظاهر يركب موتوسيكلأ و يسير به مسرعاً؛ نظراً لتأثير الحركة على جودة أشكال المتظاهرين الواقفين في الصورة، و هو ذكر، شاب، يبدو على وجهه الحزن، و هو الشكل الوحيد الظاهر، و يقع في يمين الملصق، و يقع جزء من النص في منتصف يسار الملصق، و الجزء الآخر في أقصى يسار الملصق من الأسفل، و النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارة نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إنترنت؛ و هي: (Almanasa Massacre – July 27th 2013 - www.rabaastory.net - #rememberRABAA)، و النصوص باللونين الأبيض و الأصفر، مع وضع بقع من الدماء باللون الأحمر على كلمة مذبحة المنصة، و المكان ميدان رابعة العدوية. و بالنظر **للمعنى التضميني** للملصق، نجده تكرر لما سبق في التصميم و الهدف.

بتحليل **المعنى التعييني** للملصق الخامس عشر، نجده لصحافي شاب يركض بين بقايا فض الاعتصام المحترقة حاملاً كاميراته، و تبدو على وجهه أمارات الاهتمام و التفكير، و يجمع الملصق بين أكثر من شكل؛ فنجد الصحافي الراكض، و نجد اللوجو أيضاً. و يقع النص و اللوجو في أسفل يسار الملصق. النص باللغة الإنجليزية، و يتكون من عبارات نصية، و أرقام، و رسم (هاشتاج #)، و موقع إلكتروني، و فحواه: (The Best Way to Silence the Truth is to Kill the Journalists – Reporting on it 8 Journalists were Killed on August 14th 2013 - #rememberRABAA – www.rabaastory.net). و قد تمت كتابة النص بلونين محايدين هما الأبيض و الأسود، و تم وضعه داخل مربع أصفر مع اللوجو فوق الصورة. و المكان، ميدان رابعة العدوية. و بتحليل **المعنى التضميني** للملصق، نجده يضيف بعداً جديداً للحدث، فلم يصبح المستهدف بالإبادة هم المعتصمين فقط، و لكن أيضاً الصحافيين؛ لطمس الحقيقة، و إيضاح الأجواء التي كان يتم العمل من خلالها؛ من الحرائق المشتعلة في الميدان. و تم الحرص على إبراز النص بمكوناته المختلفة و اللوجو داخل مربع أصفر يقع في أقصى يسار الملصق؛ لتقع عليه عين المتلقي، و تم تلوين كلمة قتل الصحافيين باللون الأبيض للتأكيد على مصداقية المعلومة، و تلوين باقي النص باللون الأسود للإيحاء بجديده و رسمية المعلومة، و بأنها حقيقة لا مجرد تخمينات. و الهدف أصبح معروفاً؛ و هو تأليب الرأي العام العالمي على الدولة المصرية، و محاولة فرض عقوبات عليها.

بالبحث في **المعنى التعييني** للملصق السادس عشر، نجده لسيدة شابة تبكي بحرقة مستندة إلى حائط المستشفى الميداني داخل مسجد رابعة، و تقتصر الأشكال في الملصق عليها هي و لوجو الحملة، و يقع النص في أسفل يسار الملصق، و اللوجو في أسفل اليمين، و السيدة في المنتصف تماماً. كانت النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من أكثر من نص؛ فنجد العبارات النصية، و الأرقام، و الوسم (هاشتاج #)، و الموقع الإلكتروني، و فحواها: (Egypt's Darkest Day – Amnesty International - www.rabaastory.net - #rememberRABAA). و قد تمت كتابة النص بلونين محايدين هما الأبيض و الأسود، مع وضع الوسم و الموقع الإلكتروني داخل شريط أصفر أسفل الملصق، و كذلك وضع اسم منظمة العفو الدولية و شعارها المرئي داخل مربع أصفر فوق صورة الملصق. و المكان هو المستشفى الميداني لمسجد رابعة العدوية.

و بالبحث في **المعنى التضميني** للملصق، نجده يستعين بعبارات وردت في تقرير لمنظمة العفو الدولية؛ للإيحاء بتكاتف المنظمات الدولية مع اعتصام الجماعة و إيمانها بقضيته، و إنها تعبر عن ذات وجهة النظر، إضافة إلى اعتبار يوم فض الاعتصام هو أسود يوم مر على مصر، فإن صورة المرأة التي تبكي بحرقة يستثير حنق الجمهور المستهدف – في الخارج بطبيعة الحال – و رغبته في اتخاذ إجراءات ضد الدولة المصرية المعادية للديمقراطية، و المضادة للإنسانية. و كان هناك حرص على كتابة عبارة منظمة العفو باللون الأبيض للدلالة على مصداقيتها، و كتابة وسم الحملة و موقع قصة رابعة داخل شريط باللون الأصفر للفت الانتباه لها.

بدراسة **المعنى التعييني** للملصق السابع عشر، نجده لشابين يحملان جثة أحد القتلى المضرجين في دمائهم، يصرخ الشاب الأول حزناً، و يبدو الحزن على وجه الثاني، و

جمعت الأشكال في الملصق بين الشباب الثلاث؛ القتل و الشباب اللذان يحملانه، و لوجو الحملة. يقع الشباب في منتصف الملصق تماماً، و اللوجو في أقصى يمين الملصق من الأسفل، بينما تقع العبارات النصية في منتصف الملصق من الأعلى تقريباً. و تقع الأرقام، و الوسم، و الموقع الإلكتروني، في أقصى يسار الملصق من الأسفل. و النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارات نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إلكتروني، و فحواها: (What could Possibly Justify the Murder of a Peaceful Protester? – Raba'a Massacre – August 14th 2013 - www.rabaastory.net - #rememberRABAA). و تمت كتابة النص باللون الأبيض، و المكان ميدان رابعة العدوية.

و بدراسة المعنى التضميني للملصق، نجد استمراراً في تصدير لحظات الحزن و الألم، و صور القتلى و من يكونهم، مع تساؤل عن مبرر قتل معتصم سلمي؛ و ذلك لتأكيد الفكر الذي ينشره أعضاء جماعة الإخوان المسلمين؛ بأن اعتصامهم سلمي، من أجل الديمقراطية، و من أجل الحفاظ على هوية الدولة، محاولين الابتعاد عن كل ما يثبت عكس ذلك؛ من وجود مسلحين داخل الاعتصام، و محاولة استغلال البسطاء من فقراء الاعتصام لاتخاذهم كدروع بشرية لتحقيق الجماعة أهدافها، ثم المتاجرة بهم بعد ذلك كما يظهر في الملصق؛ لتحقيق نفس الأهداف التي تم إطلاق حملة قصة رابعة من أجلها.

بتحليل المعنى التعييني للملصق الثامن عشر، نجده لأقدام متظاهر يرتدي جلباباً عند جثث مسجاة في أكفانها على أرضية المسجد، و لأن وجهه غير ظاهر؛ فلا نستطيع معرفة فئمة العمرية، و لا تعبيرات وجهه، و لا يوجد شكل في الصورة سوى قدميه، و أجزاء من الجثامين المكفنة، و لوجو الحملة. و يقع اللوجو في أقصى يمين الملصق من الأسفل، و النص في أقصى اليسار من الأسفل. وكانت النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارات نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج #)، و موقع إلكتروني، و فحواها: (Raba'a Massacre – August 14th 2013 - #rememberRABAA - www.rabaastory.net). و قد كُتبت النصوص باللون الأبيض، و المكان داخل مسجد رابعة العدوية. و بتحليل المعنى التضميني للملصق، نجد إمعاناً في تأليب المجتمع الدولي ضد الدولة المصرية؛ من إظهار جثامين مسجاة في أكفانها، و ذكر كلمة مذبحه لتتوافق مع الصورة و تعمق تأثيرها، مع الكتابة بخط كبير باللون الأبيض؛ للدلالة على مصداقية الفكرة المطروحة، و في زاوية مثالية تقع عليها عين المتلقي، مع استخدام وسم لمزيد من المعلومات.

بالنظر للمعنى التعييني للملصق التاسع عشر، نجده يُظهر ميدان رابعة من بعيد بعد فض الاعتصام، و هو مليء بالركام و يلفه الدخان. لا يحتوي الملصق على أية شخصيات، أو أشكال، ولكن يحتوي على نص مكون من عبارات نصية و أرقام، فحواها: (Never Forget Raba'a El Adaweya Massacre – 14.08.2013)، باللغة الإنجليزية، يقع في منتصف الملصق تماماً، و كُتبت النص باللونين الأبيض و الأصفر، و المكان ميدان رابعة العدوية بعض فض الاعتصام. و بالنظر للمعنى التضميني للملصق، نجد إن إظهار الميدان بعد الفض من زاوية عالية و في لقطة متسعة؛ إنما هو دليل على المعركة الدائرة بين المعتصمين و قوات فض الاعتصام، و بأن تلك المعركة لقمع الرأي الآخر و الاعتداء على

الديمقراطية، و بتأكيد بخط كبير في منتصف الصورة على عدم نسيان **مذبحة رابعة العدوية**، تلك العبارة التي كُتبت باللون الأصفر للفت الانتباه، و إثارة المشاعر السلبية ضد الدولة المصرية؛ للمساعدة على فرض عقوبات عليها، و تثبيت فكرة عنف الدولة و سلمية المعتصمين. و لا ننس التأكيد - كما تعودنا - على إن استخدام اللغة الإنجليزية لأن الحملة موجهة للعالم الخارجي بالدرجة الأولى.

بالبحث في **المعنى التعييني** للملصق العشرون، نجده يتعلق بيوم فض اعتصام رابعة العدوية؛ حيث يرتدي مجموعة من المعتصمين خوذات لحماية رؤوسهم، و يتحصنون بأغطية براميل. جميع **الشخصيات** في الصورة من الذكور، و تتنوع فئاتهم العمرية بين الشباب و العمر المتوسط، و يبدو الخوف على وجوههم، و لا توجد أشكال سوى **الشخصيات**، و يقع **النص** في منتصف الصورة تماماً فوق الصورة، و باللغتين العربية و الإنجليزية، و يجمع بين عبارات نصية، و وسم (هاشتاج#)، و كان فحواه: (They Killed Apparently they were Armed! because they were Armed! them قتلناهم لأنهم مسلحون! #rememberRABAA)، و تمت كتابته باللون الأبيض و الأصفر، و **المكان** في ميدان رابعة العدوية. و بالبحث في **المعنى التضميني** للملصق، نجده محاولة لنفي وجود سلاح داخل الاعتصام؛ بتصوير فقراءه على إنهم سلميون خائفون يحاولون الدفاع عن أنفسهم بأبسط السبل. و تمت كتابة النص باللون الأبيض للدلالة على المصادقية، كما تمت إعادته باللغة العربية باللون الأصفر؛ لتوجيه رسالة الاعتصام إلى الدول العربية أيضاً؛ لزيادة عدد من يدافعون عن الاعتصام، و يغضبون من الدولة المصرية. و قد تمت كتابة النص في منتصف الملصق تماماً لجذب الانتباه للفكرة و تحقيق الهدف.

بدراسة **المعنى التعييني** للملصق الواحد و العشرون، نجد إنه نفس الصورة السابقة مع إضافة **شكل** إضافي هو وجود لوجو أسفل يمين الملصق، و نص أعلى يمينه و أسفل يساره، و **النص** عبارة عن عبارات نصية، و وسم (هاشتاج#)، فحواه: (A Safe Corridor! Egypt's Interior Ministry - #rememberRabaa). و النص باللغة الإنجليزية، كُتب باللون الأبيض، و **المكان** في ميدان رابعة العدوية. و بدراسة **المعنى التضميني** للملصق، نجده يعمد إلى الهجوم المباشر الصريح على وزارة الداخلية المصرية، و خاصة في أسلوب فضها للاعتصام بإيجاد ممرات آمنة يخرج منها المعتصمين، موضحين إنه يتم قتلهم عبر تلك الممرات، و إنها مجرد كذبة؛ لتحقيق ذات الهدف من تأليب الرأي العام العالمي، و استمراراً في الهجوم على الدولة المصرية و أجهزتها، و إثارة غضب المتلقين ضدها. و قد تمت كتابة النص بخط كبير و بلون أبيض للتأكيد على مصادقية الواقعة؛ و للحصول على التأثير المطلوب على عواطف و مشاعر الجمهور المستهدف.

بتحليل **المعنى التعييني** للملصق الثاني و العشرون، نجده لصحافي شاب يركض بين بقايا فض الاعتصام المحترقة حاملاً كاميراته، و تبدو على وجهه أمارات الاهتمام و التفكير، و يقتصر **الشكل** في الملصق على الصحافي الراكض. و يشغل **النص** المستخدم كل مساحة الملصق فوق الصورة تقريباً؛ في أعلى يمينه، و في منتصفه، و يشبه الملصق الانفوجرافيك - إلى حد كبير - مع فارق إضافة صورة في الخلفية. و النص باللغة الإنجليزية، و يتكون من عبارات نصية، و أرقام، و وسم (هاشتاج#)، و موقع إلكتروني، و فحواه: (August

14th 2013 – Raba’a Massacre – Death Toll 1104+ in 10 Hours 07:00 AM – 05:00 PM – 868 Documented inside Raba’a and Alnahda – 199 Documented outside Raba’a – 37 Missing – Additional Bodies Taken to Hospitals and Morgues without Accurate or Known Identity - www.rabaastory.net – #rememberRABAA – كُتبت النصوص باللونين الأبيض و الأصفر، و المكان ميدان رابعة العدوية.

و بتحليل المعنى التضميني للملصق، نجده يعطي تأكيداً على إن فض ميداني رابعة العدوية والنهضة الإخوانيين كان مذبحة بحق المعتصمين، فتم ذكر الأرقام باللون الأصفر، و كذلك كلمة مذبحة رابعة للفت الانتباه لها، و تمت كتابة الرقم الإجمالي باللون الأبيض كدليل على مصداقية البيانات. و يعتبر حجم الخط و موقعه عاملاً أساسياً في التأثير؛ حيث كُتب تاريخ فض الاعتصام الموصوف بالمذبحة في أعلى يمين الملصق بخط كبير؛ حتى تقع عليه عين المتلقي و يلفت انتباهه. كما إن وضع الوسم و الموقع الإلكتروني في نفس المسار أقصى اليسار أسفل الملصق؛ يدعو المتلقيين للبحث جاهدين عن تفاصيل هذه المذبحة المزعومة. و يعطي دمج البيانات مع صورة الصحفي الراكض بين حرائق الفض انطباعاً بفداحة ما حدث؛ مما يكون أدعى لتصديق ما يقال. و الهدف من كل ذلك – كما ذكرنا مراراً و تكراراً – هو تأليب الرأي العام العالمي ضد الحكومة المصرية، والضغط لفرض عقوبات عليها، و إثارة حزن الجمهور المستهدف و حنقه؛ حتى تتكون لديه صورة ذهنية عن مظلومية الجماعة، و التي تحاول ترسيخها على مر العصور.

بالنظر للمعنى التعييني للملصق الثالث و العشرون، نجده يشبه الإنفوجرافيك – إلى حد كبير أيضاً – و يتضمن أرقاماً و عبارات نصية، و وسم (هاشتاج #)، و موقعاً إلكترونياً، و فحوى تلك النصوص كالآتي: (Egypt August 14th 2013 – 30 Children were Killed in the Raba,a Massacre - #rememberRABAA – www.rabaastory.net). و هناك شخصيات متضمنة داخل الرقم ٣٠؛ نظراً لكتابته بحجم كبير جداً يتوسط فيه الملصق، فنجد صور طفلين هما؛ أسماء البلتاجي ابنة القيادي الإخواني محمد البلتاجي، و طفل آخر، تعلقوا بالبتسامه وجهيهما، و لا يوجد شخصيات أخرى سواهما. تقع جميع النصوص على اختلاف أنواعها في منتصف الملصق من أعلاه لأسفله، و جميعها باللغة الإنجليزية، و تم استخدام اللون الأسود للكتابة، و الأصفر للخلفية؛ حيث لا يوجد أماكن بل خلفية ملونة فقط. و بالنظر للمعنى التضميني للملصق، نجد إن فيه محاولة إدانة واضحة للشرطة المصرية ووصمها بالعنف في فض الاعتصام و ارتكاب مذبحة؛ و دليلهم قتل ٣٠ طفلاً عند الفض. و قد تم وضع صور الأطفال مبتسمين داخل الرقم؛ لإثارة تعاطف الجمهور المستهدف. و تم تصميم خلفية صفراء للفت الانتباه للحدث، و الكتابة بلون أسود للإيحاء بجديّة الموقف. و لم ينس المصمم وضع الوسم و الموقع الإلكتروني لمزيد من المعلومات. و كالعادة، كانت النصوص باللغة الإنجليزية؛ لتأليب الرأي العام العالمي ضد الدولة المصرية.

بدراسة **المعنى التعييني** للملصقات ٢٤، و ٢٥، و ٢٦، و ٢٧، نجدها تحمل نفس التصميم تماماً، و هي للتعريف بشخصيات المعتصمين الذين وافاتهم المنية أثناء فض الاعتصام. تتنوع شخصياتهم بين الذكور و الإناث، و فئاتهم العمرية تتراوح بين الأطفال و الشباب، و تعلق وجوههم الابتسامة، ولا يوجد أشكال غير صورهم الشخصية التي تم رسمها باستخدام تقنية الجرافيك، و تقع النصوص في أعلى الملصق و في أسفله، بينما تقع الصور في منتصفه. النصوص المستخدمة باللغة الإنجليزية، و تتكون من عبارات نصية، و أرقام، و رسم (هاشتاج #)، و موقع إلكتروني، تتطابق جميعها عدا اسم القاتل و سنه، و فحوى النص المشترك هو: (Egypt August 14th 2013 - ... was Killed in the Raba'a) www.rabaastory.net - #rememberRABAA - Massacre)، أما النصوص غير المتكررة و التي استعصنا عنها بنقاط فهي: (Abdelrahman Khalid Aldeeb 22 Years Old - Ahmed Abdelgawad Zayed 30 Years Old - Habiba Ahmed Ahmed Abdelaziz 26 Years Old - Asma'a Elbeltagy 17 Years Old). تمت كتابة النصوص باللون الأسود، مع خلفية صفراء ملونة فقط، و في أعلى الملصق بقع دماء باللون الأحمر.

و بدراسة **المعنى التضميني** للملصق، نجد إن الجماعة قد اتبعت نفس الأسلوب في الملصق السابق، مع إضافة لمسة تأثيرية؛ حيث أضافت للخلفية الصفراء بقع دماء حمراء، و اهتمت بصور المعتصمين في سن الشباب و الطفولة، تعلق وجوههم الابتسامة؛ للتأكيد على عنف الشرطة المصرية، و ارتكابها مذبحه بحق الأبرياء الذين لا ذنب لهم؛ مما يدعو لمزيد من التعاطف معهم و الحزن على مصيرهم، و الحقن على الشرطة المصرية، و تأليب العالم الخارجي على الدولة المصرية؛ بهدف التحرك لفرض قرارات لصالح الجماعة الإرهابية. و لسنا في حاجة لتكرار أسباب إضافة الوسم و الموقع، و استخدام اللغة الإنجليزية.

من خلال التحليل السابق لصور حملة (قصة رابعة) على موقع فيسبوك على اختلاف أنواعها؛ من صور صفحة شخصية، لصور غلاف، لملصقات، نلاحظ إنها جميعاً تسعى لهدف واحد؛ هو خلق حالة من التعاطف لدى الجمهور المستهدف مع المعتصمين، و الحزن على ما أصابهم، و تأجيج مشاعرهم ضد الدولة المصرية، و تأليب الرأي العام المحلي، و الإقليمي، و العالمي عليها؛ كونها ارتكبت جرائم ضد الإنسانية؛ و ذلك من خلال تكرار استخدام كلمة مذبحه Massacre، و استخدام صور مؤثرة صممت خصيصاً و التقطت بعناية لهذا الغرض، مع استخدام اللغة الإنجليزية بشكل أساسي. إضافة لاستخدام الوسم (هاشتاج #) في جميع الصور؛ حتى يستطيع الجمهور المستهدف الحصول على مزيد من المعلومات عن فض الاعتصام من وجهة نظر الجماعة.

بالنظر للأدوات المستخدمة في الحملة و التي قمنا بتحليلها حتى الآن، نجد تأكيداً من الدراسات السابقة على فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي، و قدرتها على تعبئة الجماهير، و التأثير على الرأي العام المحلي، و الإقليمي، و الدولي، كما ذكرت دراستي سنيتيلا زيديا (د.ت) و عبد الله الرعود (٢٠١٢). و بالإضافة لمواقع التواصل

الاجتماعي، أكدت دراسة أسامة سلام (٢٠٢١) على فاعلية استخدام اللافتات، و الملصقات، و المطبوعات. و نضيف إلى ذلك، وضوح استخدام جماعة الإخوان لورقة حقوق الإنسان والديمقراطية، خاصة بعض منظمات المجتمع المدني الحقوقية؛ مثل منظمة العفو الدولية (أمнести إنترناشونال)، كما ذكرت دراسة رامي عزيز (٢٠٢١) و التي دعمت الأنشطة الدعائية للحملة، و ظهر شعارها على ملصقاتها.



شكل رقم (٣٣) بيبين ملصق منشور على

قصة رابعة على فيسبوك

شكل رقم (٣٢) بيبين ملصق منشور على صفحة

قصة رابعة على فيسبوك



شكل رقم (٣٥) يبين ملصق منشور على صفحة قصة رابعة على فيسبوك

شكل رقم (٣٤) يبين ملصق منشور على صفحة قصة رابعة على فيسبوك

٣- التحليل السيموطيقي لملفات فيديو صفحة فيسبوك Facebook (قصة رابعة):

بلغ عدد ملفات الفيديو الخاصة بحملة قصة رابعة على فيسبوك (١٩) ملفاً نحللها على النحو التالي.

تم رفع الفيديو الأول على الصفحة تحت عنوان (**A Massacre following THE Massacre!**)؛ و يعني المذبحة تلو المذبحة أو كما يذكرونها مجزرة. و هو فيديو وثائقي تمت عنوانته داخلياً تحت اسم (مذبحة في الحي الراقي: مجزرة سموحة)، و يتناول جزءاً من مظاهرات جماعة الإخوان المسلمين المستمرة عقب فض اعتصام رابعة العدوية في مدينة الإسكندرية، و تحديداً في حي سموحة، في يوم ١٦ أغسطس ٢٠١٣؛ أي بعد فض اعتصام رابعة العدوية بيومين، و التي دعا إليها تحالف دعم الشرعية؛ للاستمرار في المطالبة بعودة محمد مرسي رئيساً و رفض ما أسماه الانقلاب العسكري.

و بدراسة المعنى التعييني للفيديو، نجد إن مدته الزمنية تبلغ ١١:١٩ دقيقة، و تتراوح مدد لقطاته ما بين الثانية الواحدة، و الثلاث و الأربع و الخمس ثواني، و تزيد إلى ١٠ و ١٢ و ٢٢ ثانية، و حتى دقيقة كاملة. و تنوعت اللقطات؛ حتى تغطي جميع أحداث الفيلم الوثائقي، فتبدأ من اللقطة البعيدة جداً **Extreme Long Shot**، و اللقطة البعيدة **Long Shot**، مروراً باللقطة المتوسطة البعيدة **Medium Long Shot**، و اللقطة المتوسطة **Medium**

Shot، و انتهاءً باللقطة القريبة Close Shot، و اللقطة القريبة جداً Extreme Long Shot. و كانت زوايا التصوير في الغالب مواجهة، يليها الزاوية العالية High Angle، و تم استخدام زاوية Eye Bird Angle مرة واحدة فقط. و لم يكن هناك حركات للكاميرا سوى في مرات قليلة جداً، فتحركت لتصوير مشهد من اليمين إلى اليسار Pan Left مرتان، و تحركت لتبتعد عن الموضوع المصور Zoom out مرتان. و تم استخدام مؤثرات مرئية خمس مرات فقط، باعتماد الإظلام التدريجي Fade out للخروج من المشهد. وكانت جميع أماكن التصوير خارجية، فيما عدا خمس مرات فقط؛ حيث ظهر شاهد عيان و ناشط حقوقي يتحدثان من داخل ستوديو تصوير، و الصلاة على جنازة أحدهم داخل المسجد، و والدة أحد القتلى، و مشهد لمجموعة من المعتقلين خلال المظاهرات يجلسون على ركبهم في مكان مغلق. وكانت الشخصيات المشاركة في الفيلم، شاهد عيان شارك في المظاهرات، و ناشط حقوقي، و والدة أحد القتلى، و سيدة تصرخ في الشارع، و طفلة مشاركة في المظاهرات تبلغ من العمر حوالي ١٠ سنوات، رأي أدلى به شخصين من المتظاهرين، فيما عدا ذلك كانت كل المشاهد لجموع و حشود المتظاهرين، و ظهور لجثث قتلى. و ركز مضمون الصور المعروضة على شهادات المتظاهرين و الشهود، و أحداث المظاهرات من هتافات، و ركض متظاهرين بالجرحي، و قتلى مخرجين في دمائهم و مصابين في الشوارع، و جنازات لقتلى فض اعتصام رابعة، و صلاة الجماعة في مسجد القائد إبراهيم و علي بن أبي طالب، و صلوات الجنازة في مسجد القائد إبراهيم و في مسجد المنارة، و شهادة شاهد العيان، و ناشط حقوقي، و والدة أحد القتلى، و مدرعات تسير في الشوارع، و جنود جيش و شرطة يقفون في الشوارع، و معتقلون جالسون على ركبهم. و كانت هناك موسيقا مصاحبة لبعض المشاهد، و أحياناً ممزوجة بهتافات المتظاهرين، و صوت طلقات الرصاص، و لكن في الغالب كان الفيلم يعتمد على الأصوات الطبيعية للأحداث. و تحددت المؤثرات الصوتية في صراخ بعض المتظاهرين، و طلقات الرصاص، و صوت صلاة الجماعة. و بالنسبة للتعليق و الحوار، كان هناك هتافات للمتظاهرين نصها: دمك يا شهيد ... ثورة من جديد ... انزل يا مصري. إضافة إلى تعليق صوتي لمصاحب للفيلم نصه: لم يتصور ثلاثون شاباً إن دمهم سيراق على الأرصفة في عصر جمعة الغضب الثانية السادس عشر من شهر أغسطس من العام ٢٠١٣. صلى مؤيدو الشرعية صلاة الجمعة بمسجد القائد إبراهيم، ثم صلوا الجنازة على بعض ضحايا مجزرة رابعة العدوية، واصطحبوا الجثامين إلى مدافن المنارة، ثم صلوا العصر بميدان مسجد علي بن أبي طالب. شاهد العالم كله كرامة تتبعثر، و حرية تتعثر، على أرض أرقى مناطق الإسكندرية؛ حيث تحالفت قوات الجيش و الشرطة النظاميين مع ما يطلق عليهم بلطجية ضد ثوريين مؤيدين للشرعية، و فشلت كلمات اللغة عن وصف هذا المشهد الذي احتفى فيه أحد الثوار بجثمان أخيه المقتول من رصاصات الداخلية، أو دانات الجيش، أو سيوف البلطجية. الضحايا يرتقون الواحد تلو الآخر، الإصابات كلها في الرأس، و الصدر، و الرقبة، سال الدم السكندري بكل أطرافه و ألوانه على أرض سموحة، على سلم مسجد علي بن أبي طالب، على الأرصفة، في الطرقات الواسعة، أمام العمارات الفارعة، بجوار السيارات الفارهة، لم يتخيل عقل المصريين أبداً أن يلقي أبناءهم حتفهم على أيدي جيشهم الباسل. أن تنقذ جريحاً، أو تسحب جثماناً في مجزرة سموحة يعد عملاً إنسانياً بطولياً، فما بالك لو منعت من فعله، أو كان هذا الجريح أو ذاك الجثمان شقيقك. و بلغت

المأساة حدها الأعلى حين يكون الشهيد طعماً لقتل آخر، أو منعاً لإسعافه، أو سبيلاً لنيل مكافأة أو ترقية. معاناة نفسية كبيرة لأهل الضحايا بفقد ذويهم، و لكن الأزمة الحقيقية في استخراج ما يثبت قتلهم أو إصابتهم في هذه الأحداث. المعتقلون جراء هذه المجزرة لا يتكلم عنهم أحد، إهانات، و ضرب، و سباب، قبل ترحيلهم للنيابة بثلاثة عشر اتهاماً؛ منها قتل عمد، و تخريب منشآت، و سرقة بنوك، و الانضمام لجماعة محظورة. شهداء العالم كله يكرمون، و يحملون على الأعناق، أخبارهم في التلفاز، رؤساء دولهم ييكونهم، لكن شهداء مجزرة سموحة أمام مسجد علي بن أبي طالب مجهولون لا يعرفهم أحد، يحملون في حصر بالية، و سجاد قديم، و خلف دراجات بخارية، و فوق عربات النصف نقل، و على أبواب حمامات المساجد. أجمعت دبابات، و مدرعات بأسلحة آلية، و رشاشات، على النيل من كرامة و حرية شعب الإسكندرية فهل نجحت؟ أرادت كسر إرادتهم و تفريق شملهم فهل فلتحت؟ أصرت على تركيعهم وإذلالهم و إهانتهم فهل قدرت؟ قد تتساقط أجساد، و تسيل دماء، و لكن ترتقي أرواح، و تعلقوا رايات، و تبعث دعوات، و تتجدد ثورات.

طبقاً للمعنى التعييني السابق، نصل للمعنى التضميني، فنجد إن تنوع مدد اللقطات أسهم في إحداث الأثر المطلوب؛ حيث كانت المشاهد الأطول في المدة الزمنية هي الخاصة بالتظاهرات، والجنازات، و هروب المتظاهرين في الشوارع؛ للإيحاء بأهمية الحدث، و خطورة الموقف، و بأنهم حرموا من التعبير عن رأيهم بسلمية. بالإضافة لأصوات الهتافات، و الصراخ، و طلقات الرصاص، و التي فضلوا تركها أو إضافتها بعيداً عن الموسيقا؛ لتعميق شعور المتلقي بالحدث. كما أسهمت أحجام اللقطات و زوايا الكاميرا في نقل المشاهد إلى قلب القصة المروية، فاختصت التجمعات بالزاوية العالية و اللقطات الكبيرة؛ لإظهار أعداد المتظاهرين المعترضين على ما أسموه بالانقلاب العسكري كبيرة، مع صوت الهتافات و التصفيق الهادر؛ للإيحاء بالشعور بالقهر. أما زوايا المواجهة مع اللقطات الكبيرة أيضاً و أحياناً العالية؛ فكانت لإظهار فرار المتظاهرين في الشوارع مصحوبة بطلقات الرصاص، و أيضاً لإظهار الجرحى و المصابين مضرجين في دمائهم في الشوارع ومحاولة أقرانهم سحبهم إلى مداخل العمارات، و تم استخدام زاوية عين الطائر مرة واحدة فقط أثناء نقل جنازة داخل المسجد؛ لإظهار المتوفي و المصلين و هم يصلون و يبكونه. و تم استخدام اللقطات القريبة بكثرة للتركيز على قتلى مضرجين في دمائهم مع زاوية المواجهة، و إظهار وجوه الجثث؛ لإثارة غضب و حنق المتلقي ضد قوات الجيش و الشرطة. أما اللقطات المتوسطة و المتوسطة البعيدة، مع زوايا المواجهة، فكانت من نصيب ناشط حقوقي و أحد المشاركين في التظاهرات للإدلاء بشهاداتهم عن الأحداث، و أعداد القتلى، و الجرحى، و المعتقلين، في ذلك اليوم، مع جلوسهم في غرفة سوداء مظلمة إلا من الإضاءة عليهم؛ للتأكيد على سوداوية الحدث، و إحداث جو من كشف الغموض عن طريق تلك الشهادات. كما كانت أيضاً من نصيب شهادات المتظاهرين في الشوارع، والتي بدأت بطفلة لا تتجاوز العشر سنوات تقول: كلنا لازم ننزل كل اللي احنا فيه ده غلط، ازاى حنفضل ساكتين كل ده، فضلنا ساكتين ٣٠ سنة، و عملنا ثورة و نجحنا، و رجعنا تاني لحكم العسكر ليه؟ بالطبع استخدام الطفلة للإيحاء بالطهر و البراءة؛ لحدثة سنها، مع الإصرار على ربط أحداث ٢٥ يناير بفض رابعة العدوية؛ للتشجيع على الاستمرار في المسار الثوري، و إن المطالب لم يتم

تحقيقها. و ظهرت امرأة تصرخ في الشارع و تقول: جيش بلدنا بيحبوا الأسلحة بفلوسنا، جيش بلدنا قتل ولادنا، موتوا عيالنا، بيصطادوهم كأنهم فراخ ولاد الكلب. و هنا نجد التأكيد على إن القوات المسلحة هي قوات طامعة في السلطة تقتل كل معارض و ترفض المسار الديمقراطي الطبيعي. و لم تكن تلك المرأة وحدها التي تقول ذلك، و لكن أيضاً متظاهر آخر في يده رصاصة يقول: آدي رصاصة الجيش أهيه، رصاصة البلطجية بتوعه، آدي بلطجية الجيش و رصاصهم، البلطجية واقفين بيضربوا علينا رصاص، فين الإخوان اللي بتموتوهم، الشعب كله إخوان. و هو نفس الحديث المتكرر منذ ٢٥ يناير، و جود بلطجية للقوات النظامية تقتل المتظاهرين، و إن الشعب المصري بأكمله معترض على ما حدث، و هو ما روجوه في اعتصام رابعة، بأن كل طبقات الشعب المصري رافضة لخارطة الطريق و ترغب في عودة محمد مرسي للسلطة. و متظاهر آخر يقول بشكل صريح: السيسي بيقتل في أهله و ناسه. و هي عبارة المقصود بها ترسيخ قناعات الجماعة في أذهان المتلقين؛ نتيجة لقولها وسط أصوات الرصاص و جثث القتلى. و امرأة أخرى قتل ابنها تقول: تليفون ابني اللي بتصل بيه مع مين قالوا مع الجيش، و قالوا إحنا مش بنموت حد الجيش هو اللي بيقتل شعبه. و نجد هنا إصراراً واضحاً على الوقيعة بين الجيش و الشعب عن طريق ربطه بالدماء و القتل، هذا بالإضافة للتعليق الصوتي – السابق ذكره – على مشاهد الفيلم، و التقطيع المتواصل بين مشاهد القتلى، و الدماء، و المظاهرات، و شهادات المتظاهرين، و شهادة الناشط الحقوقي، و تكرار كلمة مجزرة، للوصول إلى نتيجة واحدة هي؛ إثارة غضب الشعب المصري على جيشه، و إثارة التعاطف مع الجماعة و تصديق أيديولوجيتها الفكرية؛ باعتبارها مدعمة بالأدلة و بمشاهد حية. و أخيراً، لم تصاحب الموسيقى مشاهد الفيلم إلا في المشاهد الأخيرة؛ لرفع شعور التعاطف، مع لقطات قريبة لصور القتلى التي يحملها المتظاهرون؛ لتكون بذلك الخلاصة النهائية لرسالة الفيلم، و ما يرغب في إيصاله من تأثير. و لا يجب أن ننسى إن الترجمة باللغة الإنجليزية هدفها إيصال رسالة الفيلم للدول الخارجية؛ لاستعدادها على الدولة و قواتها المسلحة، و توقيع العقوبات عليها، و طلب مساعدتها في إعادة محمد مرسي للحكم.

أما الفيديو الثاني فكان بعنوان (**A Young Girl Seeing her Brother for the Last Time!**)؛ و يعني فتاة صغيرة ترى أخيها للمرة الأخيرة. و تظهر فيه فتاة صغيرة داخل المسجد تبكي شقيقها؛ حيث كشفوا لها عن جثته المغطاة بملاءة. و هذا الفيديو مصور بكاميرا موبايل بطريقة غير احترافية؛ لذا عند دراسة المعنى التعييني له لا يمكننا تحديد جميع عناصر شريط الصورة بدقة من مدة اللقطة، و نوعها، و زوايا التصوير، و حركة الكاميرا، و المؤثرات المرئية. و لكن يمكننا تحديد المدة الزمنية للفيديو و التي بلغت ١:٢٤ دقيقة، و الشخصيات و هي الفتاة الصغيرة التي تبكي شقيقها، و مجموعة من المعتصمين يتحملون حوله، و طبيب يرتدي بالطو أبيض يأخذها في حضنه، و مكان التصوير الذي كان داخل مسجد، و مضمون الفيديو يظهر جثة الشاب مسجاة على الأرض بجانب مجموعة جثث أخرى مغطاة بملاءات، مع تزايد الحاضرين المتحملين حولهم عبارة حسبنا الله و نعم الوكيل، و صراخ الفتاة الصغيرة و بكائها بحرقة مرردة: أخويا أه ... يا حذيفة يا حبيبي ... حسبي الله و نعم الوكيل فيك يا سيسي، و هي العبارة التي ظلت تردها مراراً و تكراراً. ثم ينتهي الفيديو بموسيقا على خلفية صفراء تحمل لوجو الحملة الذي سبق و حللناه، مع الشعار

المقروء باللغة الإنجليزية و هو: 2 Years Passed since RABA'A Massacre and the World Remains Silent! #Remember Raba'a قصة رابعة التي أنتجت الفيديو. و لم تكن هناك أي مؤثرات صوتية، بل الأصوات الطبيعية للحدث.

و لو نظرنا للمعنى التضميني للفيديو، نجده على قصره يوصل رسالة إن هناك عمليات قتل ممنهجة للمتظاهرين؛ حيث لم تكن جثة حذيفة هي الجثة الوحيدة المسجاة على أرض المسجد، بالإضافة إلى أن صراخ الفتاة و دعائها على وزير الدفاع يعني إن هذا هو الاعتقاد الذي ترغب جماعة الإخوان المسلمين في إيصاله للعالم الخارجي؛ خاصة و إن الفيديو يحمل ترجمة باللغة الإنجليزية، بالإضافة إلى أن شعاريه المرئي و المقروء كانا باللغة الإنجليزية أيضاً؛ و الذي يدعو العالم للتحرك ضد الدولة المصرية و رئيسها. و يعتبر كشف وجه الجثة و صراخ الطفلة الصغيرة وسيلة ناجعة لإثارة التعاطف مع المعتصمين، و الحنق على الدولة.

و يعرض الفيديو الثالث رد فعل امرأة على فض الاعتصام عنوانه (**Ultimate Shock a Mother Witnessing the Massacre Screaming He must be Bashaar**). بدراسة المعنى التعييني للفيديو، نجد إن مدته الزمنية تبلغ ٣١ ثانية، تشغل مادة الفيديو ١٣ ثانية، و باقي المدة الشعار. في لقطة قريبة Close Shot على وجه السيدة، بزواوية تصوير مواجهة، وبدون حركة كاميرا، أو مؤثرات مرئية، و داخل المسجد، حيث تصرخ السيدة، وبدون موسيقا، أو مؤثرات صوتية، و لكنها تقول: بشار ... بشار ... بشار ... حسبي الله و نعم الوكيل ... حسبي الله و نعم الوكيل ... حسبي الله و نعم الوكيل. هنا، نجد إن المعنى التضميني يتمحور حول الإيحاء بهلع و غضب الأمهات بعد فض الاعتصام، و تشبيه الفريق أول – حينذاك – عبد الفتاح السيسي ببشار الأسد؛ كونهم يعتقدون إنه سبب الحرب الأهلية في سوريا. و بذلك، يشعر المتلقي بالغضب على وزير الدفاع، و الشفقة على المعتصمين.

ركز الفيديو الرابع على أحداث المنصة، و كان بعنوان (**Almanasa Massacre Eye Witness**). و هو لمجموعة من المتظاهرين يقفون في طريق النصر عند المنصة، و ملابسهم ملطخة بالدماء، و يمسكون بفوارغ رصاص و قنابل غاز في أيديهم. و بالنظر إلى المعنى التعييني للفيديو، نجد إن مدته الزمنية قد بلغت ٠١:٢٧ دقيقة، و يحوي ثلاث لقطات فقط، مدة الأولى ٤٣ ثانية، و الثانية ١٨ ثانية، و الثالثة ٥ ثوان فقط، ثم يظهر شعاري الحملة على الخلفية الصفراء. و ثلاث أنواع للقطات، الأولى لقطة متوسطة Medium Shot، و الثانية لقطة قريبة Close Shot، و الثالثة لقطة قريبة جداً Extreme Close Shot. و كانت زواوية التصوير الوحيدة هي زواوية المواجهة، و لا توجد أي حركة للكاميرا، و لا مؤثرات مرئية، و كان مكان التصوير خارجياً في شارع النصر، و الشخصيات الظاهرة في الفيديو كانت لمعتصمي ميدان رابعة. أما مضمون الصورة فكان لثلاثة متظاهرين يقفون في شارع النصر، و يظهر خلفهم الشارع يمشي فيه متظاهرين متفرقين، ملابسهما مضرجة بالدماء في لقطة متوسطة، يمسك الأول بلافتة صغيرة مكتوب عليها أنا مش إرهابي، و يتكلم الثاني و هو يبكي و يصرخ و يمسك في يده رصاصة و يقول: اللي حصل إننا الساعة ١١

ليليل إلى الآن بنلاقي دماء المصريين بتراق، أكثر من ٤٠ واحد اتضربوا قدامي، أنا بسأل السيسي دم مين ده؟ كل ده دم مين؟ الرصاص الحي ده جاي منين؟ القناصة اللي كانوا جوه جامعة الأزهر، يا شيخ الأزهر بيضربوا على المصريين، دي دماء المصريين الإرهابيين اللي قاعدين في رابعة. و يلتقط متظاهر آخر رصاصة من الأرض و يظهر في لقطة قريبة قائلاً: ده الرصاص اللي جابيينه بفلوسنا، ثم يمस्क قنبلة غاز و يقول: مش دي برضه بفلوسنا؟ خونة، خونة، خونة، إحنا قاعدين هنا مش حنمشي، و مش حنسامح، و مش حنستسلم. ثم لقطة قريبة جداً ليد متظاهر تمسك بقنبلة غاز و صوت في الخلفية لمتظاهرين يقولون لبعضهم بعضاً لم الحاجات دي كلها، ثم تظهر الخلفية الصفراء بشعاري الحملة. و لم تكن هناك أي تعليقات، أو مؤثرات صوتية على الفيديو، عدا بداية ظهور موسيقا مؤثرة عندما بدأ المتظاهر في النداء على شيخ الأزهر و حتى نهاية الفيديو.

و بتحليل المعنى التضميني للفيديو السابق، سنجد حرصاً على إعطاء المدة الكافية للقطة حتى يستطيع المتحدث إنهاء حديثه، و متناسبة مع ما يريد قوله، و استخدام أحجام لقطات تظهر الدماء على ملابس المتظاهرين و ملامح وجوههم؛ لإثارة تعاطف المتلقي مع ما يقولونه، إضافة لإمسكهم بفوارغ رصاصات و قنابل غاز مسيلة للدموع للتأكيد على معتقداتهم، و إقناع المتلقي بها، و توجيه اتهام لشيخ الأزهر بالتواطؤ مع وزير الدفاع لقتل المعتصمين. و نلاحظ تكرار عبارات عن إن الأسلحة التي يستخدمها الجيش و الشرطة هي أموال المصريين يقتلون بها؛ في محاولة متكررة لتأليب الشعب على الجيش و الشرطة مرة أخرى كما حدث في ٢٥ يناير، و استخدام موسيقا مؤثرة بداية من لحظة معينة تلت شحن عواطف المتلقي، ثم الإمعان في إضافة التأثير على الموقف لاكتساب تعاطفه و إيمانه بقضية المعتصمين. و وجود الترجمة باللغة الإنجليزية، هو استمرار في مخاطبة العالم الخارجي و استعدائه على الدولة المصرية، و خاصة مع تكرار ذات الشعار.

و ركز الفيديو الخامس أيضاً على أحداث المنصة، و كان بعنوان (We Will Never Forget Almanasa Massacre July 27 2013). و بدراسة المعنى التعيني، نجد إن مدة الفيديو الزمنية تبلغ ١٨:٠١ دقيقة، و تتراوح مدد اللقطات ما بين ٨ ثواني إلى ثانية واحدة. أما أنواع اللقطات فتحددت في ثلاث أنواع هي؛ اللقطة البعيدة Long Shot، و اللقطة المتوسطة البعيدة Medium Long Shot، و اللقطة القريبة Close Shot. وكانت زاوية التصوير مواجهة، و لا يوجد حركات كاميرا سوى في أربع لقطات و كانت حركة الكاميرا من اليمين إلى اليسار Pan Left، و من اليسار إلى اليمين Pan Right، و دخول الكاميرا على موضوع معين Zoom in. و لا توجد أي مؤثرات مرئية، و كان مكان التصوير خارجياً عدا لقطتين كانتا في مكان داخلي، و تحددت الشخصيات في جموع المتظاهرين، و جنود الشرطة، و جنث المعتصمين بأكفان و بدونها، و امرأة تبكي. أما مضمون الصورة فكان دخول قوات الشرطة شارع النصر؛ نتيجة رغبة المعتصمين في تمديد اعتصامهم، و جندي يطلق الرصاص، و متظاهرين يركضون بمصاب، و دماء على الأرض، و جنث تغطيها الدماء، و جنث بأكفانها، و أخيراً لقطة لشارع النصر خاوياً و مليئاً بالحجارة المتناثرة. و قد بدأت موسيقا حزينة مع بداية الفيديو، تخلها صوت إطلاق رصاص في مشهد واحد، و لا توجد أي مؤثرات مرئية، أو تعليق صوتي.

تأسيساً على ما سبق، نصل للمعنى التضميني، و هو محاولة اكتساب تعاطف المتلقي عن طريق إظهار دخول الشرطة في لقطات كبيرة، ثم ركض المتظاهرين بمصابين في لقطات متوسطة كبيرة، ثم إظهار الجثث متراصة في لقطات متوسطة و قريبة، ثم إظهار امرأة تبكي في لقطة قريبة. بالإضافة إلى استخدام حركات الكاميرا يمناً و يسرة و هي توضح الجثث المتراصة، أو تتبع الدماء على الأرض، أو تدخل على مدرعة الشرطة لتظهرها بوضوح. لا يؤدي كل هذا إلى التعاطف مع المعتصمين و حسب، و لكن يؤدي أيضاً إلى الحنق على قوات الشرطة.

و في ذات السياق نجد الفيديو السادس تحت عنوان (Wounded and killed Protesters being Transferred – RABA'A Massacre) و الفيديو أثناء فض الاعتصام، و ركض المتظاهرين يحملون جرحى. بتحليل المعنى التعميني، نجد إن المدة الزمنية للفيديو قد بلغت ٤٤ ثانية، ٢٥ ثانية منها للفيديو والباقي للشعار، و يحوي لقطتين؛ الأولى بلغت ٥ ثوانٍ، و الثانية ٢٠ ثانية. ونوعان فقط من اللقطات هما اللقطة البعيدة Long Shot، و اللقطة المتوسطة البعيدة Medium Long Shot. و كانت زاوية التصوير مواجهة، و حركتان فقط للكاميرا هما حركة الكاميرا من اليمين لليساار Pan Left، و من اليسار لليمين Pan Right. و لا يوجد أي مؤثرات مرئية، و مكان التصوير خارجي في ميدان رابعة العدوية، و الشخصيات لمتظاهرين يركضون بجرحى أثناء فض الاعتصام، مع عدم وجود موسيقا، و لا تعليق و حوار، مع ظهور صوت أذان العصر. و بتحليل المعنى التضميني، نجد إنه تم استخدام حركات الكاميرا في ملاحقة ركض المعتصمين يمناً و يسرة، في حجمي اللقطتين المذكورتين؛ ليكون المشهد شاملاً و واضحاً؛ و لإثارة التعاطف مع المعتصمين، و الحزن من أجلهم.

أما الفيديو السابع فكان بعنوان (أثناء غسل الشهيد أحمد يسرى البدرى شهيد رابعة العدوية ٢٠١٣-٨-١٤)، و هو فيديو غير احترافي، تم تصويره بكاميرا موبايل، و لا يمكننا شرح معناه التعميني سوى في مدته الزمنية التي بلغت ٠٢:٣١ دقيقة، و يتحلق فيه مجموعة من الأفراد حول جثة محترقة ملفوفة في كفن، و يحاولون التعرف على هوية الجثة غير الواضحة تماماً، و تقول فتاة الوجه غير واضح و لكن هذه أطافر أحمد، و آخرون يشيرون إلى الجثة في محاولة التعرف عليها في لقطة قريبة Close Shot. و من الواضح إن المقصود بالمعنى التضميني إثبات إن قوات الجيش و الشرطة أحرقت المعتصمين؛ لإثارة غضب الشعب عليهم، و إثارة التعاطف مع المعتصمين.

و كان الفيديو الثامن بعنوان (Disturbing Reality Man almost Gets Shot During the Raba'a Massacre). و تم تصوير الفيديو أثناء فض الاعتصام، و هو لرجل يجلس في زاوية مبنى تحت الإنشاء، و يرتدي خوذة على رأسه، و الفيديو مصور بكاميرا غير احترافية تماماً و بشكل عشوائي. و بدراسة معناه التعميني، نجد إن مدته تبلغ ٣٨ ثانية فقط، ظهر الرجل في ١٩ ثانية فقط، و باقي الوقت كان للشعار، و يظهر فيه رجل واحد يجلس في زاوية في مبنى تحت الإنشاء يرتدي خوذة و يهتف الله أكبر، و في الخلفية

يظهر صوت بيان فض اعتصام رابعة الذي أذاعته قوات الشرطة قبل فض الاعتصام، مع صوت إطلاق قنابل الغاز والرصاص، ويظهر و كأن رصاصاً أطلقت فأصابت الحائط بجواره، فنام على بطنه في الأرض. وبدأت الموسيقى مع ظهور شعار الحملة. و بتحليل المعنى التضميني للفيديو السابق، نجد إن الجماعة كانت حريصة على استخدام كل المادة المتاحة لديها، سواءً كانت مصورة بطريقة احترافية أم لا، و يبدو من التصوير إن الحائط كان بجوار من يصور، و من غير الواضح من أطلق الرصاص التي أصابت الحائط بجوار الرجل؛ وبالتالي لا يمكننا اتهام قوات الشرطة خاصة مع سماع بيان فض الاعتصام الذي صاحبه صوت طلقات قريبة لا نعلم من أطلقها على وجه التحديد، و لكن الفيديو يحاول إيصال معنى إن قوات الشرطة هي من بدأت بإطلاق الرصاص لقتل المعتصمين، و استمروا في استخدام كلمة مذبح رابعة لوصف فض الاعتصام؛ لكسب تعاطف المتلقين.

أما الفيديو التاسع فكان لفعالية إحياء ذكرى فض اعتصام رابعة الثاني في سيائل في الولايات المتحدة الأمريكية، و الفيديو تحت عنوان (**From Seattle Remember Raba'a**) و هو فيديو مصور بطريقة غير احترافية لعرض الفعالية. و بدراسة معناه التعييني، نجد إن مدته الزمنية تبلغ ٥٤ ثانية، في لقطة Long Shot لإظهار الفعالية، و لقطة Extreme Close Shot لعرض دفتر التوقيعات الذي تم وضعه كجزء من نشاط الفعالية. بزوايا تصوير مواجهة، و حركة الكاميرا في اتجاهين من اليمين لليسار Pan Left و من اليسار لليمين Pan Right، مع حركة Zoom in على دفتر التوقيعات. بدون استخدام مؤثرات مرئية، في مكان مفتوح، و بظهور فردين شاب و فتاة لإدارة الفعالية، و مضمونه خيمة في مكان مفتوح تشكل معرضاً لصور فض اعتصام رابعة العدوية، و شعار رابعة، و شاشة صغيرة تعرض فض الاعتصام، و سيارة تقف إلى جانب الخيمة تحمل ملصقاً كبيراً للحملة، و دفتر توقيعات Guest Book؛ عبارة عن لوحة بيضاء كبيرة تحمل في زواياها ملصقات صغيرة للحملة، ملطخة ببقع حمراء متفرقة كأنها دماء، و مكتوب عليها هاشتاج #Remember Raba'a، مع دعوة للتوقيع نصها Send a Message to the World، و هناك بعض عبارات الدعم مكتوبة على اللوحة مثل Stop Killing We Support Raba'a، و هناك بعض طاقات الورد موزعة في الخيمة. كانت هناك أغنية تعمل في الخيمة لدعم قضية الاعتصام، و لا يوجد أي تعليق، أو مؤثرات صوتية. و بدراسة المعنى التضميني للفيديو، نجد إن الجماعة تظهر قوتها في الانتشار في جميع أنحاء العالم، و الحديث عن قضيتها، و طلب المساندة من الشعوب، كما طلبت المساندة من الحكومات والمنظمات الدولية؛ لخلق رأي عام عالمي ضد الدولة المصرية، و إيضاح مدى التفاعل الذي يحظون به.

و يسير الفيديو العاشر في نفس الاتجاه، حيث كان لفعاليات حملة قصة رابعة في كالجاري بكندا، و الفيديو بعنوان (**Raba'a Focus Group in Calgary**) و يوضح الفيديو كيف تم إجراء جماعة نقاش بؤرية مع الجمهور الكندي مستهدفين الفئة العمرية ما بين ١٧ و ١٨ عاماً من الشباب والفتيات، في مكتبة كالجاري العامة؛ لدعم حملة مؤسسة قصة رابعة التسويقية لاعتصام رابعة العدوية. و الفيديو باللغة الإنجليزية بدون ترجمة. و تبدأ بالمعنى التعييني للفيديو، فنجد مدته الزمنية ٩:٤١ دقيقة، و تتراوح مدد لقطاته ما بين

خمس ثوانٍ إلى ثانية واحدة، و توقف الفيديو عند ١:٤٦ دقيقة، و باقي الوقت كان لشعار مؤسسة قصة رابعة و هاشتاج الحملة. و تنوعت لقطات الفيديو ما بين اللقطة الكبيرة جداً Extreme Long Shot، و الكبيرة Long Shot، و المتوسطة Medium Shot، و القريبة Close Shot، و القريبة جداً Extreme Close Shot. و لم توجد أي زوايا للتصوير، و كانت حركة الكاميرا الوحيدة مواجهة، مع عدم وجود مؤثرات مرئية. و تنوعت أماكن التصوير ما بين خارجية في السماء من تحليق طائرة الخطوط الكندية، ثم هبوطها على أرض مطار كالجاري، ثم استقلال السيارة لمكتبة كالجاري العامة، و داخلية داخل المكتبة. و كانت الشخصيات المشاركة تنقسم بين المنظمين لجماعة النقاش و المشاركين فيها من الشباب و الفتيات اليافعين. و يتركز مضمون الصورة في التحضير للنقاش داخل المكتبة من وضع البانرات، و ترتيب الطاومات، و عرض فيديو فض الاعتصام على المشاركين، و توزيع كتيبات عليهم، و المناقشات التي جرت بينهم. كل ذلك مع صوت موسيقا في الخلفية، و بدون مؤثرات صوتية، مع تعليق صوتي نصه: سنقوم اليوم بإجراء جماعة نقاش بؤرية لمساعدة حملة مؤسسة قصة رابعة التسويقية، و قد أخذنا أسبوعين للتحضير لمجموعة النقاش هذه، مستهدفين الجمهور الكندي بين عمر ١٧ و ١٨ عاماً، و أعرف أن الشرقيين و الغربيين يفكرون بشكل مختلف و لكنني أمل في أن يؤدي رد الفعل إلى إحداث قبول دولي لقصتنا. و قد كان لدينا عدد كبير من المهتمين و المتحمسين للنقاش و المشاركة و الأخذ و العطاء معنا، و أمل أن يساعدنا ذلك في حملتنا التسويقية، و أن نحسن أدائنا مع الوقت.

هنا نصل للمعنى التضميني، فنجد إن أسلوب تنفيذ الفيديو اتبع شكلاً رسمياً في أحجام اللقطات، و مددها، و زوايا التصوير، و أماكن التصوير؛ و كل ذلك لتحقيق القبول الدولي و التسويق لاعتصام رابعة العدوية، خاصة و إن الفيديو باللغة الإنجليزية فقط. و قد قال أحد المشاركين: إن هذا النقاش أعطاه فرصة لفتح عينونه على المذبحة، و قال آخر أعتقد إن القضايا الإنسانية تحظى باهتمام كبير بين الجمهور العام على الأقل من وجهة نظري. و بذلك، نجد إنهم بنجاحهم مع مجموعة صغيرة من حديثي السن في الترويج للاعتصام، و نشر الفيديو باللغة الإنجليزية على صفحاتهم؛ قد يدفع آخرين للبحث عن معلومات عن الاعتصام من خلالهم؛ و بالتالي التسويق لوجهة نظرهم.

و يتحدث الفيديو الحادي عشر عن فعالية ثالثة في الأمم المتحدة، و هو بعنوان **(Raba'a Story Foundation Meeting in the United Nations)**. و تتحدث فيه فتاة من أمام مبنى الأمم المتحدة عن فعالية لمؤسسة قصة رابعة. و لا يتضمن المعنى التعييني للفيديو الكثير من العناصر، فتبلغ مدته الزمنية ٢٤ ثانية، و يتكون من مشهد واحد فقط هو كل مدته الزمنية، في لقطة متوسطة Medium Shot، و زاوية تصوير مواجهة، و بدون حركة للكاميرا، أو مؤثرات مرئية، و في مكان خارجي أمام مبنى الأمم المتحدة، و تظهر فتاة تتحدث عن الفعالية، بدون موسيقا، أو مؤثرات صوتية، و ألفت كلمة قصيرة باللغة الإنجليزية نصها: السلام عليكم، اسمي سما عطية، و أنا جزء من وفد مؤسسة قصة رابعة، و نحن هنا اليوم في الأمم المتحدة لمناقشة انتهاك حقوق الإنسان في رابعة، و أيضاً لمناقشة المذبحة، و لكي تشاركونا تابعونا على هاشتاج تذكروا رابعة، ابقوا متابعين. بناء على المعنى التعييني السابق، نجد إن المعنى التضميني للفيديو يقتصر على توضيح فعالية يقوم

بها الإخوان المسلمين لتدويل اعتصامهم، و إخراج الدولة المصرية، و الحصول على مكاسب. و قد تم تصوير الفيديو بشكل رسمي تماماً على هيئة تقرير.

و يركز الفيديو الثاني عشر على الاحتفال بالعيد في ميدان رابعة العدوية، و عنوانه **(Happiness before Massacre)**. و هو فيديو غير احترافي أيضاً. و بدراسة **معناه التعييني**، نجد إن مدته الزمنية قد بلغت ٣٩ ثانية؛ ٢١ ثانية منه تظهر الفرحة بالعيد، و بقية المدة لإظهار الشعار. و يقع الفيديو في مشهد واحد **بلقطة واحدة** Medium Long Shot، و **بزاوية مواجهة**، وبدون حركة للكاميرا، و لا مؤثرات مرئية، و الاحتفال في مكان خارجي في ساحة الميدان، و يظهر مجموعة من السيدات و الفتيات جالسات يستمعن لخطبة العيد، بلا تعليق سوى صوت الخطبة، وبدأت الموسيقى مع ظهور الشعار. و هنا نجد **المعنى التضميني**، هو الدلالة على سلمية المعتصمين، و الأجواء الروحانية في الميدان، و التركيز على فرحة العيد و البالونات، و تصوير قسم النساء؛ للإيحاء بمدى بشاعة فض الاعتصام الذي لم يرحم النساء و الأطفال، مع ذكر كلمة مذبحه في عنوان الفيديو و الشعار؛ باعتبارها التوصيف الذي اعتمده جماعة الإخوان المسلمين لذكرى فض الاعتصام الثانية.

أما ملفا الفيديو الثالث عشر و الرابع عشر فهما أغنية تحمل عنوان **(I am not with this)**، و حملت عنواناً آخر غير اسم الأغنية ينطبق على المحتوى المصور هو **(Raba'a Story 1000+ were Killed in RABA'A Massacre)**، و يحمل كلا الملفين ترجمة باللغة الإنجليزية. و يحوي مشاهد أحداث الحرس الجمهوري، و سقوط قتلى، و ما حدث داخل الميدان بعدها. نبدأ **بالمعنى التعييني** للأغنية، و نجد إن مدتها الزمنية تبلغ ٠٤:٠٩ دقيقة. و تنوعت **مدد اللقطات** حسب المحتوى المعروف، فبدأت بلقطات طويلة نسبياً بلغت ١٦ ثانية، و ١٠ ثواني، ثم تناقصت لتسارع اللقطات فبلغت مدتها ٦ ثوانٍ، و ٥ ثوانٍ، و أربع ثوانٍ، و ٣ ثوانٍ، و ثانيتين، و ثانية واحدة. و لم يظهر تنوع كبير في أنواع اللقطات، فأنحصرت في اللقطة الكبيرة Long Shot، و اللقطة المتوسطة الكبيرة Medium Long Shot، و اللقطة المتوسطة Medium Shot، و اللقطة القريبة Close Shot. و تم استخدام زاوية التصوير العالية High Angle مرتان، و المنخفضة Low Angle مرة واحدة، غير ذلك لا توجد زوايا تصوير. و بالنسبة لحركة الكاميرا، كانت في الغالب مواجهة، عدا مرتان كانت حركة الكاميرا متجهة من اليمين إلى اليسار Pan Left، و مرة من اليسار إلى اليمين Pan Right. و استخدم مؤثر الخروج من الصورة Fade out طوال الفيديو للانتقال بين اللقطات. و كان مكان التصوير خارجياً، في الميدان، و عند المنصة في شارع النصر، و عند الحرس الجمهوري، عدا بضع مشاهد لجثث القتلى داخل المسجد. و يركز مضمون الصور في الفيديو على أحداث الحرس الجمهوري؛ التي حاول المعتصمون فيها اقتحامه لإخراج محمد مرسي، و يظهر جنود الجيش في حراسة دار الحرس الجمهوري أمام الباب، و فوق أسواره، و خلف الأسوار الشائكة، و تظهر الجنازات التي أقامها الإخوان في الميدان للمعتصمين الذين حاولوا اقتحام الدار، و جثث القتلى في المسجد، و الدماء في الشوارع، و صراخ معتصمة بسبب إن فض الاعتصام أمام دار الحرس الجمهوري تم فجراً مع بدايته، و صراخ رجل يحمل طفلاً رضيعاً لذات السبب، و مسيرة لرجال الإخوان داخل الميدان بالأكفان، و رجال يركضون بمصابين في الميدان، و آخرون يحاولون إسعافهم، و بورتريهات مرسومة لقتلى فض الاعتصام رابعة. و خلا الفيديو من **المؤثرات الصوتية**، و

لأنها أغنية فكانت تصاحب الكلمات موسيقياً، و نصها: أنا مش مع، أنا مش إمعة، لكن عيوني بترتجل دموع بترفض موت بريء في المعمعة. راح أكون مغفل و اعترف الدم مفيهوش تصنيفات، أحمر مالوش لون مختلف و الجهلة لسه ببسألوا هو تبع مين اللي مات. بيتاجروا بالجة اللي بين إيد ربنا شوف كام قتيل من عندهم و كام قتيل من عندنا، إيه اللي وداهم هنا. دلوقتي عاملين العلم هو الكفن، كام قلب بيحب البلد مات و اندفن، جنازة بتقابل جنازة و ضربوا بعض، مش كل أنواع البشر بيعمروا في الأرض، بس إحنا برضه مكملين منجمعين في الإعلانات. و تنتهي الأغنية بالشعار.

نأتي للمعنى التضميني للأغنية، نجد إنها تعتمد على قصر المدد الزمنية للقطات بشكل كبير؛ لأنها تظهر الأحداث بطريقة متسارعة، عدا مشهدين في بداية الفيديو و قبل بداية الموسيقى و الأغنية، و هما دخول مدرعات الجيش و الجنود إلى الشارع، و وقوف جنود الجيش أمام باب دار الحرس الجمهوري. و مشهدين آخرين أقل قليلاً في المدة الزمنية لرجل يحمل طفلاً رضيعاً و يقول: دخلوا علينا من جميع الاتجاهات، و غاز مسيل محدش عارف ياخذ نفسه. و امرأة تصرخ و تبكي و تقول: بنصلي الفجر و دخلوا علينا مصبروش، و ضربوا علينا قنابل و رصاص حي، ثم تبدأ الموسيقى بعد ذلك. و بالطبع بداية الصراخ و دخول مدرعات الجيش توحى بقتل الأبرياء، و لكنهم لم يقولوا إنهم كانوا عاقدين العزم على تمديد اعتصامهم حتى دار الحرس الجمهوري و لكن تم منعهم من البداية. وكانت اللقطات الكبيرة كلها لقوات الجيش، أما المتوسطة و القريبة فكانت من نصيب جنث المعتصمين، و الجرحى، و الدماء المتناثرة أرضاً، و كانت حركات الكاميرا تذهب يمناً و يسرة لاستعراض جنث القتلى المتراسة المسجاة داخل المسجد. و ركزت كلمات الأغنية على المساواة بين القتلى؛ فيجب الحزن على المعتصم، و على من يلف بالعلم؛ و المقصود به شهيد الجيش و الشرطة؛ حتى يحزن المتلقي و يتأثر بمشاهد القتلى و الدماء. و بالفعل فإن كلمات الأغنية مع المشاهد المؤلمة الصادمة تثير في النفوس الألم و التعاطف مع المعتصمين. و كعادتهم، يتم ترجمة الكلمات للغة الإنجليزية ليوجهوا رسالة للعالم الخارجية و يثيروا غضبه على الدولة المصرية.

و يعرض الفيديو الخامس عشر احتفالاً داخل ميدان رابعة، و عنوانه (**Innocent Youth Chanting for Democracy and Freedom**)، و تم فيه تصوير قسم النساء في الاعتصام، و خاصة الفتيات اليافعات و هن يرفعن الأعلام و يغنين مع أغنية الجيش التي كانت نشيداً وطنياً لمصر في عهد الملكية و هي؛ اسلمي يا مصر إنني الفدا. و نبدأ بالمعنى التعميني للفيديو، و نجد إن مدته الزمنية تبلغ ٤١ ثانية، و مدة المشهد الوحيد فيه ٢٢ ثانية، و باقي المدة مخصصة للشعار. و لم يستخدم سوى نوع واحد للقطات و هي اللقطة المتوسطة **Medium Shot**، و زاوية واحدة للتصوير هي المواجهة، و حركة واحدة للكاميرا هي حركة الكاميرا من اليمين إلى اليسار **Pan Left**، و لم تستخدم أي مؤثرات مرئية، و كان مكان التصوير خارجياً في ميدان رابعة العدوية، و الشخصيات فتيات يافعات، و مضمون الصورة غنائهن لأغنية اسلمي يا مصر إنني الفدا مع التلويح بالأعلام، و هو نوع الموسيقى الوحيد في المشهد، تلاه موسيقيا الحملة مع ظهور الشعار، و بدون أي تعليق أحوار، أو مؤثرات صوتية. بناء على ما سبق، نصل للمعنى التضميني للفيديو، و هو

إظهار المعتصمات في ميدان رابعة العدوية بأنهن فتيات بريئات وطنيات يغنين للوطن؛ حتى يدحضوا أي ادعاءات بعنف شباب الإخوان و خاصة الفتيات، و إظهارهن في صورة الوطنيات المسالمات، وإبراز صورة إيجابية عن الاعتصام بأنه من أجل الوطن و تحقيق الحرية و الديمقراطية، و ليس اعتصاماً إرهابياً.

أما الفيديو السادس عشر فكان بعنوان (**Never before Seen Footage Security Forces Target Raba'a Makeshift Hospital with Live Ammunition**). ويظهر المعتصمين داخل المستشفى الميداني في المسجد بركضون يمنة و يسرة، و هناك قتلى تغطي دماءهم الأرض، و آخرون يستخدمون النقالات و أعمدة المسجد كدروع لحماية أنفسهم. يتضمن **المعنى التعييني** العناصر التالية: بلغت **المدة الزمنية** للفيديو ٠١:٤٨ دقيقة، و كانت مدة المشهد الأول حتى ٠١:٣٠ دقيقة، و بقية الفيديو للشعار، و تم استخدام نوع لقطة واحدة هي **long Shot**، و زاوية تصوير واحدة هي الزاوية المرتفعة **High Angle**؛ حيث كان المصور يصور المستشفى الميداني مع على سلم الدور الثاني. و تحركت الكاميرا حركة واحدة من اليمين إلى اليسار **Pan Left**، و لم تستخدم أي مؤثرات مرئية، و كان المكان المستشفى الميداني داخل المسجد، والشخصيات معتصمين محتمين بالمستشفى، و مضمون الصورة مجموعة من المعتصمين يحاولون الاحتماء بالمستشفى الميداني، مع وجود قتلى مخرجين في دمائهم، و لا توجد موسيقياً فقط أصوات المشهد الطبيعية، و هناك صوت لطلقات الرصاص، و صراخ المعتصمين، و لا يوجد أي تعليق أو حوار.

تأسيساً على ما سبق، نجد إن **المعنى التضميني** يوضح لنا إن الاقتصار على مشهد واحد تتحرك فيه الكاميرا من اليمين إلى اليسار من زاوية عالية، مع صوت الصراخ وطلقات الرصاص، و مشاهد الخوف و الجثث المخرجة في دمائها؛ يساعد على التركيز على معاناة المعتصمين يوم الفض، و عنف الشرطة تجاههم، و سقوط قتلى و جرحى نتيجة لذلك؛ مما يدعو المتلقي إلى التعاطف معهم و تبني قضيتهم، و الحنق على الدولة التي اتخذت قرار فض الاعتصام، و القوات التي نفذت.

و يحمل الفيديو السابع عشر عنوان (**Remember Raba'a a Humanitarian Tragedy**). و يتحدث بشكل رمزي عن أحداث فض اعتصام رابعة العدوية؛ عن طريق تصوير مجموعة من العناصر؛ مثل العلم، و ساعة يد، و رصاصات، و صور القتلى، و حقيبة، و ساعة يد، و كتاب، و قناع غاز، ملطخة جميعها بالدماء، و لعبة على هيئة مدرعة، و جرافة أمامها مجموعة من الحصى تجرفها. و بالنظر إلى **المعنى التعييني** للفيديو، نجده يتضمن **المدة الزمنية** التي تبلغ ٠١:٢٦ دقيقة، و مدد لقطاته تتراوح ما بين ٦ ثواني و حتى ثانيتين، و يحوي نوعين من اللقطات؛ لقطة قريبة **Close Shot**، و لقطة قريبة جداً **Extreme Close Shot**. كانت زاوية التصوير الوحيدة مواجهة، و تتحرك الكاميرا في اتجاهين؛ من اليمين إلى اليسار **Pan Left**، و من اليسار إلى اليمين **Pan Right**، مع عدم وجود مؤثرات مرئية، و مكان التصوير داخلي؛ بوضع مجموعة من الأشياء على طاولة بيضاء، و لا توجد أي شخصيات، و يعتمد مضمون الصورة على تحريك الكاميرا في لقطات قريبة على العناصر سالفة الذكر، مع صوت موسيقياً، و صوت سيارة شرطة، و دقائق ساعة، و بدون تعليق أو حوار.

و هنا، نصل إلى **المعنى التضميني**، فمن باب التنويع اختار مخرج الفيديو وضع عناصر للتصوير بدلاً من المشاهد الحقيقية، مع تقريب اللقطات عليها، و تحريك الكاميرا ذهاباً و إياباً، مازجاً اللقطات بصوت سيارات شرطة كما حدث عند فض الاعتصام تماماً، و لكن مع إضافة موسيقا مؤثرة. و قد أغرق جميع العناصر بقطرات من الدماء؛ لتوصيل معنى إن فض الاعتصام كان دموياً، و بأنه كان مذبحاً كما يحلو لجماعة الإخوان المسلمين وصفه. و أيضاً، كانت أطول مدة للقطعة في الفيديو بالتركيز على علم مصر؛ لتوصيل رسالة إن الاعتصام كان من أجل مصلحة الوطن؛ للحفاظ على هويته، و نتائج الانتخابات. كل ما سبق مفاده إيصال الهدف من الاعتصام، و إثارة التعاطف مع المعتصمين و أهدافهم النبيلة، و إثارة الغضب على قوات الشرطة.

و الفيديو الثامن عشر هو فيلم وثائقي بعنوان (**Raba'a Story's Documentation Methodology**)، و هو باللغة الإنجليزية بدون ترجمة، و يوضح الطريقة التي قام بها فريق مؤسسة قصة رابعة باحتساب عدد القتلى و الجرحى في فض اعتصام رابعة العدوية. و بدراسة **المعنى التعييني**، نجد إن المدة الزمنية للفيديو كانت ٠٤:٢٥ دقيقة، و تراوحت مدد اللقطات ما بين ٩ ثوانٍ و حتى ثانيتين. و تركزت أنواع اللقطات في اللقطة البعيدة Long Shot، و اللقطة المتوسطة البعيدة Medium Long Shot، و اللقطة المتوسطة القريبة Medium Close Shot، و اللقطة القريبة Close Shot، و اللقطة شديدة القرب Extreme Close Shot. و كانت زاوية التصوير المستخدمة المواجهة، و لم تتحرك الكاميرا إلا حركتين فقط؛ هما حركة الدخول على الموضوع Zoom in، و الحركة من اليمين إلى اليسار Pan Left. و كان المؤثر المرئي الوحيد المستخدم في بداية الفيديو هو المزج Dissolve، و أماكن التصوير كلها داخلية، عدا لقطتين في بداية الفيلم. و لم تتنوع الشخصيات كثيراً، فكانت غالبية اللقطات لعضو فريق مؤسسة رابعة المكلف بتوثيق عدد القتلى و الجرحى بعد فض الاعتصام، و يظهر في بعض اللقطات الأرشيفية متظاهرين، و جرحى، و قتلى في أكفان، و طبيب يحاول مداواة جريح في المستشفى الميداني. و كان مضمون الصورة عبارة عن شرح كيفية التوثيق؛ عن طريق شرح عضو الفريق في حديث مباشر، أو إظهار شاشة اللاب توب لما يقومون به من عمل؛ و تحوي صور القتلى و الجرحى، و أرقامهم القومية، و شهادات و وفاتهم، و قوائم بأسمائهم. أما اللقطات الأرشيفية فتتضمن جثث القتلى مسجاة في مسجد الإيمان بجوار بعضها بعضاً، و متظاهرين يركضون بجرحى أثناء فض الاعتصام، و طبيب يحاول تعليق محلول لمريض في المستشفى الميداني. يصاحب كل ذلك موسيقا مؤثرة، و لم تستخدم أي مؤثرات صوتية إلا مرة واحدة فقط في بداية الفيلم؛ و كان صوت إطلاق رصاص أثناء فض الاعتصام. و بالنسبة للتعليق، قال عضو الفريق الكلام التالي: كانت الخطوة الأولى عمل مشروع عن طريق إرسال مجموعة أفراد يتواصلون مع فردين على الأقل من كل محافظة مصرية، ثم نجتمع منهم معلومات عن الأفراد اللذين كانوا في الاعتصام من محافظاتهم، و نتواصل مع المنظمات و الهيئات ذات الخبرة و المتخصصة في حقوق الإنسان و ذات الصلة بمؤسسة قصة رابعة. كما قمنا بتجميع البيانات، و أعداد القتلى الذين سقطوا خلال مذبحة رابعة. و بالإضافة إلى مدير المشروع، كان لدينا محام متخصص في حقوق الإنسان. و لاحظنا إن القتلى اللذين تم توثيقهم و إعطائهم شهادات وفاة و تصاريح دفن، ذكروا في الوثائق القانونية،

و سجلات المستشفيات المحيطة، و وزارة الصحة، والمشرحة. فقمنا بإرسال رسائل هذه الجهات، و إلى نقابة الأطباء في القاهرة، و قام الموثقين بجمع الصور، و الفيديوهات، و قوائم بالأسماء من المستشفى الميداني في ميدان رابعة، و أيضاً مجموعة من صور الجثث و الأسماء من مسجد الإيمان، و قد تم إزالة الجثث بعد حرق المستشفى الميداني. وفي الأسبوع الأخير، جمعنا بيانات من منظمات حقوق الإنسان، و النشطاء، و المستقلين. و بعد مراجعة معايير التوثيق القومية المستخدمة في مثل هذه المواقف؛ وضعنا خطة عمل مرت بسبع مراحل.

المرحلة الأولى، جمعنا البيانات التي قامت بجمعها منظمة حقوق الإنسان، و النشطاء المستقلين، و النشطاء السياسيين. و في المرحلة الثانية، جمعنا بيانات عن الضحايا من وثائق الحكومة المصرية، و قمنا بالبحث في كل مراكز المحافظات و القطاعات؛ للتأكد من دقة البيانات التي قمنا بجمعها والوصول إلى رقم منطقي للضحايا. و كانت المرحلة الثالثة هي العرض و التقييم، و قمنا فيها بمقارنة البيانات و المؤشرات التي قمنا بجمعها من المصادر المذكورة آنفاً، و حفظنا المخرجات، و صنفناها جغرافياً. كانت المرحلة الرابعة للفحص و الاختبار؛ بعرض جميع البيانات من المحافظات المختلفة؛ و طبقاً لذلك يتم تحديد الأماكن الناقصة. المرحلة الخامسة هي مرحلة استكمال البيانات، حيث بذل الفريق مجهوداً لاستكمال بيانات الضحايا الناقصة، و تجميع أعلى أرقام ممكنة، و وثائق وأوراق قانونية ذات الصلة بالضحايا. و كانت المرحلة السادسة لإعادة مراجعة و عرض كل الأسماء؛ لنجد أي معلومات مذكورة أو أسماء إضافية، من النشطاء في كل المحافظات المصرية. و قمنا في المرحلة السابعة بإضافة الأسماء التي وصلنا لها عن طريق النشطاء، و نقابة الأطباء، و توثيق ضحايا مسجد الإيمان؛ عن طريق الوثائق القانونية لوزارة الصحة المصرية. و تعتبر هذه المتابعة و التوثيق أقل بيانات موثقة، و لا تظهر الأرقام الحقيقية للضحايا، و لكنها تعتبر قاعدة ونقطة انطلاق قوية لبنني عليها في المستقبل.

و من أهم العوائق التي قد تواجهنا في المستقبل، إن بعض الضحايا تم دفنهم بدون أوراق قانونية، ولم يتم إعلان وفاتهم، و رفض السلطات القانونية توثيق وفاتهم و إعطائهم شهادات وفاة. و عدد الضحايا لا علاقة له بأي كيان سياسي، أو نشطاء في القاهرة أو أي محافظات أخرى. و أخيراً، بعض أهالي الضحايا من البسطاء؛ من ذوي مستوى التعليم و الدخل المتواضع، و ليس لديهم وسائل اتصال تمكنهم من رفع صوتهم ليصلوا إلى منظمات حقوق الإنسان، و وسائل الإعلام.

بناءً على ما سبق نصل للمعنى التضميني للفيلم الوثائقي، فنجد إن تصويره تم بشكل رسمي جداً لشرح الخطوات التي اتبعوها في تقدير عدد القتلى من المعتصمين في ميدان رابعة العدوية و مسجد الإيمان، مع عرض بعض اللقطات الأرشيفية للجرحى و القتلى في أكفانهم، و باللغة الإنجليزية فقط، مع موسيقا مؤثرة؛ لإثبات مصداقية بياناتهم، و بأنهم اتبعوا أسلوباً منهجياً في تجميعها، و محاولة منهم لإقناع العالم الخارجي بأن ما حدث في فض الاعتصام مذبحة تستوجب محاسبة الدولة المصرية و إنزال العقوبات بها، و إن فض الاعتصام اعتداء على حقوق الإنسان. و لكن نلاحظ تناقضاً في الأسلوب المتبع، حيث أقروا

في البداية بجمع بيانات عن المعتصمين من جهات رسمية، ثم أنكروا هذا في النهاية، إضافة إلى أن حديثهم عن إن البيانات التي تم جمعها من جميع المحافظات المصرية يدعم فكرتهم بأن ما حدث كان انقلاباً عسكرياً يستوجب اتخاذ إجراءات ضد الدولة المصرية؛ كون ميدان رابعة العدوية يمثل المصريين من جميع المحافظات و الطبقات، و يتعرضون للظلم و القمع من النظام العسكري الدموي الغاشم.

و أخيراً، الفيديو التاسع عشر و الذي رفع تحت عنوان (**Raba'a Museum in the** **#rememberRABA'A Making**) و هو فيديو يعبر عن حلم من أحلام جماعة الإخوان المسلمين بتأسيس متحف يعرض ما حدث أثناء فض اعتصام رابعة العدوية من وجهة نظرهم، و يكون في قلب القاهرة. و تم وضع تصميم للمتحف باستخدام الجرافيك. و الفيلم باللغة الإنجليزية بدون ترجمة. بدراسة **المعنى التعييني** للفيديو، نجد إن مدته الزمنية قد بلغت ٢٤:٢٤ دقيقة، و تتراوح **مدد لقطاته** بين ٢١ ثانية و حتى ثانيتين. و يحتوي على **نوعين فقط من اللقطات** هما اللقطة المتوسطة **Medium Shot**، و اللقطة القريبة **Close Shot**. و كانت **زاوية التصوير** مواجهة، و لا توجد أي **حركات للكاميرا**، و لم تستخدم **مؤثرات مرئية** سوى مرة واحدة و كانت **Fade out**، و كان **مكان التصوير** داخلياً، و عرض الفيديو **شخصية** واحدة هو أحمد خليل عضو فريق مؤسسة قصة رابعة. وبتلخص **مضمون الصورة** في شرح للمتحف الذي تزمع الجماعة إقامته أو الترويج لفكرته منذ سنوات، مع وضع تصور له بالجرافيك. و ترافق مشاهد الفيلم **موسيقياً** مناسبة، مع عدم وجود **مؤثرات صوتية**، كما ترافق بعض اللقطات **الجرافيك شرحاً** من عضو فريق المؤسسة، و نص كلامه: نحن نصدق إنه في لحظة من اللحظات سيصبح ضحايا رابعة قرييون، و سوف يتم تكريمهم، و سيرى العالم إن هذا القتل جريمة ضد الإنسانية. من أجل التحضير لهذه اللحظة، قامت مؤسسة قصة رابعة بتصميم المتحف لتوثيق و عرض قضية **مذبحة رابعة**. استغرقت عملية التصميم ثلاث أشهر، و قام بها فريق من جنسيات متعددة يقودهم المهندس المصري يوسف فهمي. بدأ الفريق المتخصص في العمل بشكل مخطط لجمع العديد من الوثائق و الملفات – بقدر الإمكان – عن ضحايا رابعة، و جمعوا حتى الآن حوالي ١٢ ألف صورة، و حوالي ٦٠٠ فيديو، و نتوقع أن نحصل على المزيد. تم استلهام تصميم مبنى المتحف من **مذبحة رابعة**؛ خيمة رابعة هي أساس المبنى، و ترمز الأرضية المموجة في المقدمة إلى عملية العصف كزلال، و تم تصميم المتحف ليكون أعلى من مستوى الأرض بسلم مكون من سبع درجات؛ لتحضير الزائرين عاطفياً، و إضافة جو من الفن والمجد. و للمتحف أرضية زجاجية مكونة من ٥٥٠ من المرايا المربعة، و سيمشي الزائرون في المدخل عبر ممر طويل يتيح لهم أن يشاهدوا المتحف من الأسفل. و على الجانب الآخر، سيشاهدون مشاهد من **مذبحة رابعة**. و أول ما سيراه الزائرون عند دخول المبنى هو الاستقبال؛ حيث يمكنهم التسجيل، ثم يتم توجيههم إلى القاعات. واحدة من القاعات هي قاعة ٢٥ يناير، و التي تخلد ذكرى ثورة ٢٠١١، و كل ما حدث للدفاع عنها. و يتكون المتحف من عدة قاعات، أهمها قاعة البانوراما الرئيسية؛ و هي قاعة بانورامية تحتوي على المقتنيات الأساسية للمتحف. ادعمونا و دعونا نجعلها تحدث ثانية.

و بدراسة **المعنى التضميني**، نجد إن هناك تركيز كبير على أحلام الجماعة، و الإصرار على نشر وجهة نظرها حول فض اعتصام رابعة العدوية و ربطه بمشاركة أعضائها في مظاهرات ٢٥ يناير ٢٠١١؛ لتحويل فض الاعتصام إلى قضية حرية تعبير، و كفاح من أجل الديمقراطية، و تحقيق حياة أفضل، و تصوير الدولة على إنها دولة قمعية ديكتاتورية ترزح تحت حكم عسكري. و فكرة المتحف هي فكرة مستمدة من موسوعة الهولوكوست - و التي أشرنا إليها سابقاً - و تحوي صوراً تعبر عن اضطهاد النازي لليهود، و تُظهر بقاياهم؛ من ملابس المعتقل، و نظارات و قبعات كانوا يرتدونها، و قطع من متعلقاتهم، و الفرق مع متحف رابعة إنه سيحوي - حسب زعمهم - صوراً و فيديوهات لفض الاعتصام، و لـ ٢٥ يناير ٢٠١١؛ و بذلك نجدهم يحاولون جعل فض اعتصام رابعة هولوكوستاً جديداً؛ خاصة تركيزهم على كلمة **(مذبحة)** و القريبة من كلمة **(محرقة)**؛ للإيحاء بأن فض الاعتصام جريمة ضد الإنسانية. و نلاحظ أيضاً استخدام لقطات قريبة و متوسطة من باب التنوع؛ نظراً لتركيز الكاميرا على فرد واحد يتحدث عن تفاصيل المتحف المزمع إنشاؤه، و القمع بينه و بين التصميم الجرافيكى للمتحف، مصحوباً بموسيقا مناسبة، مع إطالة لقطات الجرافيك؛ لتوضيح عناصر التصميم. لذا، نجد إن الفيديو يفتقر إلى تنوع اللقطات و أي مؤثرات.

بناء على التحليل السابق، نجد تنوعاً في استخدام ملفات الفيديو؛ ما بين أفلام وثائقية، و فيديوهات غير احترافية صورت داخل المساجد، و في الشوارع، و في ميدان رابعة العدوية. و محورها جميعاً فوارغ رصاصات، و قنلى و جرحى يتساقطون، و جنث متراسة مضرجة في دمائها، أو محترقة، أو ملفوفة في أكفان، و أطفال و نساء يبكون و يصرخون، و تلهج ألسنتهم بالدعاء على الجيش و الدولة. كما تضمنت مادة الحملة ملفات فيديو تعبر عن أنشطتها على أرض الواقع؛ كالفعاليات في الشوارع، و جماعات النقاش المركز، هذا بالإضافة لاحتفالات عيد الفطر المبارك في ميدان رابعة العدوية. هنا، نجد إن الجماعة قد صممت محتوى مرثياً يدعم مظلوميتها و وجهة نظرها؛ لدفع الجمهور المستهدف للتعاطف مع المعتصمين، و الحزن على ما أصابهم، و تأجيج مشاعرهم ضد الدولة المصرية، و تأليب العام المحلي، و الإقليمي، و العالمي عليها؛ كونها ارتكبت جرائم ضد الإنسانية؛ و ذلك من خلال تكرار استخدام كلمة مذبحة Massacre، و استخدام اللغة الإنجليزية في عناوين ملفات الفيديو، و الشعار داخلها، و وضع ترجمة باللغة الإنجليزية للرواة و المعتصمين. إضافة لاستخدام الوسم (هاشتاج #) في شعار الحملة و عنوان الفيديو؛ حتى يستطيع الجمهور المستهدف الحصول على مزيد من المعلومات عن فض الاعتصام من وجهة نظر الجماعة.

من خلال النتائج السابقة، نلاحظ تركيزاً شديداً على ربط فض اعتصام رابعة العدوية بقضايا حقوق الإنسان، و هذا ما أكدته دراسة **رامي عزيز (٢٠٢١)** التي أشرنا إليها سابقاً، كأسلوب لاكتساب التعاطف. كما يظهر هنا جلياً التوظيف السياسي لقضايا حقوق الإنسان من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ كفيسبوك و تويتر، كما ذكرت **سوزي رشاد (٢٠١٣)** في دراستها. هذا بالإضافة إلى فاعلية استخدام هذه المواقع في التسويق السياسي، و قدرتها على تعبئة الجماهير، و التأثير على الرأي العام المحلي، و الإقليمي، و الدولي، و هو هدف الحملة، كما ذكرت دراستي **ستيليا زيدا (د.ت)** و **عبد الله الرعود (٢٠١٢)**. هذا بالإضافة إلى إن منظمات حقوق الإنسان تكيل بمكيالين عند تعاملها مع الدول؛ مثل منظمة

العمو الدولية كما أوضحت دراسة مايكل أليندويرفر (٢٠٠٩)، حيث شاركت المنظمة في الترويج لمظلومية جماعة الإخوان المسلمين في حملتها قصة رابعة. و لأن رد فعل الإخوان المسلمين بعد فض اعتصامي رابعة و النهضة الاستقواء بالخارج كما ذكرت دراسة عادل خضر (٢٠١٨)، و طلبوا من أمريكا والاتحاد الأوروبي التدخل لحمايتهم مما وصفوه باستهداف الأمن لهم كانت مواد الحملة باللغة الإنجليزية؛ مما يدل على صياغتها لتستهدف جمهوراً محدداً كما أكدت دراسة محرناز أليزاده، ومحمد سيد أبادي، و داتيس خاجيهيان (٢٠٢١). نضيف إلى ذلك، محاولة جماعة الإخوان المسلمين ربط اعتصامهم في ميدان رابعة العدوية بمشاركتهم في الاعتصام في ميدان التحرير في ٢٥ يناير ٢٠١١، و هو ما تناولته دراسات عدة أكدت على هذا الدور، و إنه سبب صعود الجماعة الذي تحاول إعادة توظيفه بشكل متكرر مثل دراسات كل من إليزابيث منير و أنيتي رانكو (٢٠١٣)، و هاني عبده (٢٠١٣)، و خليل العناني (٢٠١٥)، و بشرى شيبوط (٢٠١٨)، و سامح عباس (٢٠١٩). و أخيراً، أكدت الجماعة على تفاوت أعداد القتلى و الجرحى بين رواية نشطائهم و الرواية الرسمية للحكومة المصرية كما ذكرت دراسة ألبرت تشانج (٢٠٠٥) عن اعتصام تيانامين في الصين، و الذي تشبه الجماعة أحداث فضه بأحداث فض رابعة العدوية.

٤- التحليل السيموطيقي للإنفوجرافيك على صفحة فيسبوك Facebook (قصة رابعة):
تم رفع (٧) ملفات إنفوجرافيك متحركة على الصفحة، و (٤٤) ملفاً ثابتاً، من إنتاج مؤسسة قصة رابعة.

يحتوي الإنفوجرافيك الأول و الثاني على نفس المضمون، مع فارق إحتواء أحدهما على ترجمة باللغة العربية يحمل الملفان عنوان (Raba'a Massacre _ The Story in Brief _ #rememberRABA'A). بدراسة المعنى التعييني للإنفوجرافيك، نجد إن محتواه يتضمن معلومات عن أسلوب فض الاعتصام من حيث؛ عدد قوات الفض، و نوعها، و عدد القتلى، و نوعهم، و فئاتهم العمرية، و أسلوب التعامل معهم. كما تضمن معلومات مستقاة من تقرير لمنظمة العمو الدولية يحتوي على تفاصيل أسلوب فض الاعتصام. و أيضاً تضمن معلومات عن المعتقلين؛ من حيث أعدادهم، و نوعهم، و أسلوب التعامل معهم.

و بالنسبة لتصميم الإنفوجرافيك، كان نوعه جرافيك، و شكله بسيط، و سماته و نسبه إنه يحتوي على موسيقا و هي مقطوعة مصممة لمواد الحملة، و تعليق صوتي باللغة الإنجليزية، إضافة إلى مؤثرات صوتية؛ و هي أصوات الرصاص و سيارات الشرطة. أما تركيبه البصري النصي، فكان هناك توازن جيد بين المعلومات البصرية و النصية، و مدته الزمنية أكثر من دقيقتين. أما عن موقع الأشكال و النصوص المستخدمة، فنجد الشكل في مركز الصورة و النص في الأطراف، علماً بأن النص يتحرك من الطرف الأعلى أو الأسفل لينتصف الشاشة بعد ذلك، فيما عدا الإنفوجرافيك الذي يحتوي على ترجمة باللغة العربية؛ يظل النص أسفل الشاشة.

و بالنظر للنص المستخدم، نجد إن شكل الخط كان بسيطاً و مقروءاً، و بالنسبة لحجمه كان هناك تمييز بين أحجام الخطوط بين العناوين الرئيسية و الفرعية، و باللغة الإنجليزية، مع احتواء أحد ملفي الفيديو على ترجمة باللغة العربية، و نوع النص عبارات نصية تشرح

أسلوب فض الاعتصام، إضافة إلى أرقام بأعداد القتلى، و ينصب حول الدمج بين فكرتين؛ هما أحداث يوم الفض، و نقل المعتقلين في سيارة الترحيلات إلى سجن أبو زعبل. و بدراسة الألوان المستخدمة، نجد إن هناك نوعين منها، ألوان محايدة؛ هي الأسود، و الأبيض، و الرمادي، و لون دافئ يظهر على خلفية الخلفية شعار الحملة و هو الأصفر. و كان هناك استخدام فعال للألوان، حيث يوجد توازن جيد بينها. و أخيراً، نأتي للشعار المرئي أو اللوجو الخاص بالحملة، فنجد موقعه في منتصف الشاشة تماماً.

هنا، نصل للمعنى التضميني، فنجد إن هناك دقة في تصميم الإنفوجرافيك لإقناع الجمهور المستهدف بالمحتوى الذي يتضمنه، و استدرار العطف على المعتصمين، و إثارة الحنق على الدولة و التأثير على سمعتها بأنها ارتكبت جريمة ضد الإنسانية. حيث نجد مدة زمنية طويلة نسبياً لعرض وجهة نظر الجماعة في فض الاعتصام، مع التنوع في استخدام أحجام الخط، و استخدام الأرقام، و التركيز على فكرتين محددتين؛ حتى لا يشتت انتباه المتلقي. أيضاً، ساعد استخدام الألوان المحايدة في تعميق الانطباع المطلوب؛ حيث يوحي اللون الأسود بالجدية و الرسمية و هو مطلوب في الحديث عن فض الاعتصام، و يرمز اللون الأبيض للنقاء و الطيبة و المقصود بها المعتصمين، و يشير اللون الرمادي للحداثة و المسؤولية؛ إعطاء انطباع عن دقة المعلومات المذكورة. أما استخدام اللون الأصفر الذي يرمز للطاقة و جذب الانتباه؛ فمن أجل الحفاظ على هوية الحملة و شعارها، و الإيحاء باستمرار نضال الجماعة للترويج لقضيتها للحصول على مكاسب. و من الأهمية بمكان أن نؤكد إن التعليق الصوتي باللغة الإنجليزية، مع التنوع في نبرة صوت المعلق؛ يؤدي إلى إيصال رسالة تأثيرية للعالم الخارجي – على وجه الخصوص – بعنف الدولة المصرية، و تجاوزها للأعراف والقوانين الدولية. و وقوع اللوجو في المنتصف، كان لجذب الانتباه و ترسيخه في ذهن المتلقي.

كان الإنفوجرافيك الثالث بعنوان (1000 + Were Killed in RABA'A Massacre). و بدراسة معناه التعميني، نجد إن محتواه قد ركز على أسلوب فض الاعتصام من حيث عدد القتلى، و نوعهم، و وظائفهم، و فئاتهم العمرية. و كان نوع الإنفوجرافيك متحركاً، أما تصميمه فيتضمن في نوعه صوراً و جرافيك، و شكله بسيط، و موسيقياً مؤثرة و مميزة في سماته، و يمتاز تركيبه البصري و النصي بالتوازن الجيد بين المعلومات البصرية و النصية، و تتجاوز مدته الزمنية الدقيقة، أما موقع الأشكال و النصوص، فكان الغالب هو وجود الشكل في يسار الصورة و النص في يمينها. أما النص المستخدم، فكان شكل الخط فيه بسيطاً و مقروءاً، و هناك تمييز في حجم الخط بين الكلمات و الأرقام؛ حيث كانت الأرقام بخط أكبر، و باللغة الإنجليزية، و نوع النص عبارات و أرقام، و يركز على فكرة واحدة فقط. و تم استخدام نوعان من الألوان؛ الدافئة كالأحمر و الأصفر، و الألوان المحايدة كالأبيض و الأسود، و كان استخدامها فعالاً؛ حيث يوجد توازن جيد بينها. و تم وضع اللوجو في منتصف الشاشة تماماً.

و بدراسة المعنى التضميني، نجد إجابة لا تخطئها العين في تصميم الإنفوجرافيك، حيث تم الحرص على الربط بين التصميم البصري و الخطي؛ فعند الحديث عن عدد القتلى من

الأطفال نجد لعبة، و القتلى من الأطباء نجد معطفاً أبيض، و القتلى من المهندسين نجد خوذة، و القتلى من المعلمين نجد كتباً، و هكذا. و نجد خطوطاً بسيطة و مقروءة، و موسيقاً مؤثرة، و تميزاً في عرض فكرة محددة عن أعداد القتلى، و نوعهم، و مهنهم، مع التمييز في حجم الخط بين النوع و المهنة و بين العدد؛ بحيث يكون الرقم أكبر حجماً؛ لمزيد من لفت الانتباه للمعلومة. و كان استخدام الألوان مميزاً، حيث كانت الخلفية باللون الأسود و الكتابة باللون الأصفر؛ للإيحاء بالجدية و الرسمية و لفت الانتباه للمعلومة و الإيحاء بأنها معلومة رسمية؛ مما يساعد في التأثير النفسي على تصديقها. و تم تخصيص اللون الأبيض لملابس النساء، و معاطف الأطباء، و أوراق الطلاب و المعلمين؛ للإيحاء بطهر و نقاء من قتل أثناء فض الاعتصام. و أيضاً، لإيضاح بأن الاعتصام يضم جميع فئات الشعب المصري كما تروج الجماعة. و تم تلطيخ جميع الموضوعات المستخدمة لإيضاح مهن المعتصمين و نوعهم باللون الأحمر على هيئة بقع دماء؛ للإشارة إلى فقدان المعتصمين حياتهم على يد قوات الجيش و الشرطة مع إنهم مجرد مواطنين أبرياء يعبرون عن رأيهم بسلمية. أدى كل ذلك إلى مساعدة المتلقين على تبني انطباع الحزن و الأسى على مصير المعتصمين، و إثارة غضبهم على الدولة، و اتخاذ موقف مضاد لأسلوب فض الاعتصام. و يتكرر أسلوب استخدام اللوجو بخلفيته الصفراء التي ترمز للطاقة و جذب الانتباه؛ من أجل الحفاظ على هوية الحملة و شعارها، و الإيحاء باستمرار نضال الجماعة للترويج لقضيتها للحصول على مكاسب.

أما الانفوجرافيك الرابع فكان بعنوان (**Egyptian Detainees Gassed To Death**). و بالنظر لمعناه التعييني، نجد إن محتواه يركز على المعتقلين في سيارة الترحيلات المتجهة إلى سجن أبو زعبل يوم فض الاعتصام، و تم ذكر أعدادهم، و الأسلوب الذي تمت معاملتهم به. و كان نوع الانفوجرافيك تصميم متحرك، و تصميمه جرافيكياً، و شكله بسيط، و من سماته وجود موسيقاً مؤثرة، و يتمتع تركيبه البصري و النصي بوجود توازن جيد بين المعلومات البصرية و النصية، و تبلغ مدته الزمنية أكثر من دقيقة، و بالنسبة لموقع الأشكال و النصوص نجد النص تارة في يمين الصورة و الشكل في يسارها، و العكس. أما النص المستخدم، فشكل خطه بسيط و لكن حجمه أحياناً يكون صغيراً؛ مما يعسر قراءته، و باللغة الإنجليزية، و عبارة عن عبارات نصية، و يركز على فكرة واحدة فقط. و بالنسبة للألوان المستخدمة، نجد لدينا اعتماداً كاملاً على الألوان المحايدة الأسود و الرمادي، حتى في كتابة النص، عدا خلفية اللوجو باللون الأصفر الدافئ، و هناك استخدام فعال للألوان؛ حيث يوجد توازن و تباين جيد بينها. و كالعادة، يقع اللوجو في منتصف الشاشة تماماً.

أما بالنظر للمعنى التضميني، نجد إن مدة الانفوجرافيك قصيرة، و يركز على فكرة محددة؛ مما يساعد على عدم تشتيت انتباه المتلقي. كما إن تصميمه البسيط، و خطوطه البسيطة، و تركيبه المتوازن؛ يساعد على استيعاب المعلومات الواردة فيه، و لا يعيبه سوى إن بعض الجمل الواردة فيه كان حجم الخط فيها صغيراً و مكتوبة باللون الرمادي؛ مما يصعب قراءتها. و اعتماده على الألوان المحايدة يضيف سمات الجدية و الرسمية و الحيادية على محتواه؛ مما يساعد المتلقين على تصديق المعلومات الواردة فيه و الاقتناع بها؛ مما ينعكس على التعاطف مع المعتصمين، و الغضب من طريقة فض الاعتصام. هذا بالإضافة

إلى نفس وظيفة اللوجو و ألوانه كهوية للحملة. و كون الإنفوجرافيك باللغة الإنجليزية، فهو موجه للعالم الخارجي لاستعدائه على الدولة المصرية، والتشجيع على تبني قضية المعتصمين.

و يحمل الإنفوجرافيك الخامس عنوان **(Raba'a Massacre in Numbers)**. و بدراسة **معناه التعييني**، نجد إن محتواه ينصب على تاريخ تكوين اعتصامي رابعة العدوية و النهضة في ٢٨ يونيو ٢٠١٣، و أماكن تمركزهما على الخريطة، و تجمع المعتصمين من مختلف محافظات الجمهورية للمشاركة في الاعتصامين، ثم استعدادات الشرطة والجيش لفض الاعتصامين، و عدد الجنود، و الأسلحة المستخدمة، ثم عدد القتلى، و نوعهم، و مهتهم و الذين تم حصرهم بالأرقام بعض فض الاعتصامين. و كان نوع الإنفوجرافيك متحرك، و يتكون تصميمه من خرائط، و رسوم توضيحية، و مخططات بيانية، و رسومات جرافيكية. و شكله بسيط، و من سماته وجود موسيقا مؤثرة، و تعليق صوتي، و مؤثرات صوتية؛ كالصراخ و أصوات طلقات الرصاص. و تمتع تركيبه البصري و النصي بوجود توازن جيد بين المعلومات البصرية و النصية، و تبلغ مدته الزمنية أكثر من دقيقة، و تنوع فيه موقع الأشكال و النصوص المستخدمة؛ فتارة نجد الشكل في يسار الصورة والنص في يمينها، و تارة نجد الشكل في أعلى الصورة و النص في أسفلها و العكس. و كانت الخطوط بسيطة و مقروءة، و هناك تمييز في أحجام الخطوط بين العناوين الرئيسية و الفرعية، و باللغة الإنجليزية، و يتكون نوع النص من عبارات نصية و أرقام، و أفكاره متسلسلة. و تنوع استخدام الألوان، فبالنسبة لنوعها تم المزج بين استخدام الألوان الدافئة كالأصفر لخلفية اللوجو، و الأحمر لكتابة بعض النصوص، و الألوان الباردة كالأزرق لكتابة النص أو الرسومات التوضيحية، و الألوان المحايدة كالأسود و الأبيض للخلفيات و كتابة النصوص، و كان استخدامها فعالاً؛ حيث يوجد توازن جيد بين الألوان. و كان اللوجو في منتصف الشاشة تماماً.

و بدراسة **المعنى التضميني**، نجد توسعاً و تسلسلاً في شرح الأسباب الداعية لاعتصامي رابعة و النهضة، و كيفية تكوينهما، و كيفية فضهما؛ باستخدام الرسومات التوضيحية، و المخططات البيانية، و الخرائط، في تكثيف زمني قصير، و بطريقة سلسلة و بسيطة، و بخطوط واضحة، و خلفية موسيقية مؤثرة، و بصوت تعليق متنوع نبراته حسب المضمون، و بخطوط و أرقام واضحة؛ لإيصال المعلومات الخاصة بالاعتصامين من وجهة نظر جماعة الإخوان المسلمين؛ لإقناع الجمهور المستهدف بقضيتهم، و اكتساب تعاطفهم. هذا فضلاً عن الدور الذي أدته الألوان في عملية الإقناع والتأثير هذه، فاستخدام اللون الأحمر يشير إلى القوة، و استخدام اللونين الأزرق و الأسود يشير إلى الجدية، و استخدام اللون الأبيض يشير إلى المصادقية، و كلها ألوان استخدمت لكتابة البيانات وإظهار الرسوم، و خلفيات لها؛ مما يعني جدية و مصادقية و قوة هذه البيانات؛ و بالتالي اقتناع المتلقين بها و تعاطفهم مع المعتصمين. كما إن استخدام اللغة الإنجليزية مع عناصر القوة السابقة في تصميم الإنفوجرافيك؛ يعني توجيه رسالة قوية للعالم الخارجي بعنف الدولة المصرية، و خروجها عن حدود الديمقراطية المتبعة في الدول الأخرى. و يبقى اللوجو بخلفيته الصفراء معبراً عن

هوية الحملة و هدفها. و لا يمكننا التغاضي بعد كل ذلك عن ذكر كلمة (مذبحة) في عنوان الإنفوجرافيك، إمعاناً في تأكيد فكرتهم، ثم شرحها كما سبق.

و يأتي الإنفوجرافيك السادس تحت عنوان (Really Raba'a the whole World is Moving in order Commemorate the Century) و بالنظر لمعناه **التعيني**، نجد إن محتواه عبارة عن دعوة للأفراد من جميع دول العالم للانضمام للترويج للحملة؛ بهدف رفع الوعي بأكبر المذابح ضد الإنسانية ارتكبت ضد محتجين سلميين، و التي تبدأ من طوكيو في اليابان، ثم استراليا، ثم إيطاليا، ثم السويد، ثم ألمانيا، ثم فرنسا، ثم إنجلترا، ثم النمسا، و أخيراً مصر. أكمل الرحلة و انضم لحملتنا من بلدك، و تذكر رابعة أكبر مذبحة ارتكبت في مصر في التاريخ الحديث. ونوع الإنفوجرافيك متحرك، و يتكون تصميمه من خرائط و صور، و شكله بسيط، و من سماته وجود موسيقا و تعليق صوتي، و يتمتع تركيبه البصري و النصي بوجود توازن بين المعلومات البصرية و النصية، و تبلغ مدته الزمنية أقل من دقيقة، و يمتاز النص بأن الخط المستخدم فيه بسيط ومقروء، و باللغة الإنجليزية، و عبارة عن عبارات نصية، و يركز على فكرة واحدة. و تم استخدام ألوان متنوعة، فاستخدمت الألوان الدافئة كالأحمر و الأصفر، و المحايدة كالأبيض و الأسود، كما كان استخدامها فعالاً؛ حيث يوجد توازن و تباين جيد بين الألوان. و يقع اللوجو في منتصف الشاشة تماماً.

نأتي هنا للمعنى التضميني، فنجد إنفوجرافيك ذو فترة زمنية قصيرة جداً؛ لأنه عبارة عن دعوة للمشاركة في حملة التسويق السياسي لاعتصام رابعة العدوية؛ و حشد للمؤيدين من جميع أنحاء العالم. و كانت الدعوة واضحة على خريطة تُظهر عواصم العالم التي سيتم تنفيذ الفعاليات فيها و خط سيرها، مع ذكر العبارات العاطفية التشجيعية للمتطوعين؛ بأنهم يساهمون في استعادة حقوق المعتصمين الذين تم ذبحهم في جريمة ضد الإنسانية؛ و هو الفكر الذي سعت الجماعة لترويجه لوضع الدولة المصرية تحت طائلة العقوبات الدولية، و محاولة استعادة الحكم مرة أخرى، و تأليب الرأي العام الدولي ضد الدولة. و تم التأكيد على فكرتهم بإضافة مجموعة من الصور لفض الاعتصام، مع تلوين الخريطة باللون الأصفر لجذب انتباه المتابعين، و وضع علامات باللون الأحمر لتحديد العواصم التي ستتم فيها الفعاليات للتأكيد عليها، و كتابة العبارات النصية باللون الأسود للدلالة على قوة و جدية الحملة. بالنسبة لشعار الحملة، تم الاستغناء عن اللوجو المعتاد و استبداله بالشعار المقروء #Remember Raba'a باللون الأبيض على خلفية سوداء؛ للإيحاء بطهر و نبيل الهدف من الحملة، و كان في منتصف الشاشة ليسهل تذكره. و هنا، نجد إن منظمي الحملة تراجعوا عن إضافة هويتها المعتادة؛ لأنهم هنا تخطوا طور الإقناع و التأثير المكثف، و تعدوه إلى طلب متطوعين للمشاركة و نشر قضية الحملة في جميع أنحاء العالم، مع إضافة الموسيقى و العبارات التأثيرية بشكل سريع، فضلاً عن كون الدعوة باللغة الإنجليزية؛ كونها موجهة للعالم الخارجي؛ لتأليب مواطني الدول الأخرى على النظام المصري.

أما الإنفوجرافيك السابع و الأخير فكان بعنوان (**You are the Team how to Help**). ويتضمن خطوات لتجنيد الشباب من جميع أنحاء العالم للانضمام لحملة قصة رابعة؛ لتوسيع نطاقها. و بدراسة **المعنى التعييني** للإنفوجرافيك، نجد إن محتواه شرح لخطة التجنيد كالتالي: إذا كنت تشاهد هذا الفيديو فأنت من القلة القليلة من الناس اللتي تهتم بالمظلومين، و المضطهدين، و بالإنسانية. أنت تهتم بما حدث في القاهرة في مصر في ميدان يسمى رابعة، تجمع فيه عشرات الآلاف من الناس في اعتصام سلمي يطالبون بالديمقراطية، ويلحون بمصر حرة. في ١٤ أغسطس ٢٠١٣، حدثت في هذا اليوم **مذبحة**؛ تم قتل أكثر من ألف شخص في أقل من عشر ساعات، و جرح عشرة آلاف، و بينما تشاهد هذا الفيديو يكون أحد الأشخاص في مصر معتقلاً، و يتم تعذيبه، و الأسوأ من ذلك، يتم قتله في أقسام الشرطة. تم قتل المئات في مظاهرات يطالبون فيها بالديمقراطية، و بينما يحاول النظام المصري التعطيم على خطيبته، قررنا أن نُبقي قصة رابعة حية. نحن لا نطلب المال، أو اللجوء، أو المساعدة العسكرية، نحن نريد فقط الضغط على زر الإعجاب، نريد الملايين من علامات الإعجاب.

تهدف مؤسسة قصة رابعة إلى رفع الوعي بما حدث في ميدان رابعة. حصلت الحملة ها العام على الملايين من علامات الإعجاب على صفحتها على فيسبوك، و هذا هو هدفنا. و للوصول إلى هذا الهدف نريد من المجتمع الدولي اتخاذ فعل قانوني و سياسي، و ليحدث ذلك نريد من الناس أن تطالب بهذا، و ليحدث هذا نريد أن نرفع الوعي بما حدث في ميدان رابعة، و أنت يمكن أن تكون جزءاً من هذا. إليك ما يمكنك فعله، انضم إلى فريق في منطقتك المحلية؛ يمكنك أن تجدهم عن طريق الخريطة النشطة على موقع قصة رابعة. و إذا لم تجد الفريق كون فريقك الخاص. حمل مادة الحملة المتوفرة على الموقع الإلكتروني (قصة رابعة)، و اذهب إلى مكان عام مع فريقك و ابدأ في الحديث عن القضية، و لا تقف عند هذا الحد؛ سجل فيديوهات للحدث بجودة عالية و ارفعها و ارسلها إلى البريد الإلكتروني الخاص بالتواصل و سنقوم بنشرها على نطاق واسع. حدد الأفراد المؤثرين في منطقتك المحلية و أضف معلوماتهم إلى قاعدة البيانات، و تواصل معهم باستخدام المادة التي قمت بتحميلها، و أضفهم إلى صفحات قصة رابعة، و حثهم على الضغط على زر الإعجاب لهذه الصفحات. و يمكنك إجراء مقابلات معهم و تسجيل فيديو مبدع، أو أخذ صورة معهم لنضيفها للحملة. استعمل الرابط الإعلامي لمنطقتك المحلية، و ارسل لهم ما سجلته و اعرضه عليهم، لا تنتظر الآخرين أنت الفريق.

نوع الإنفوجرافيك متحرك، و يعتمد تصميمه على الجرافيك بشكل أساسي؛ من إظهار مجموعة من الأفراد في أماكن مختلفة بتقنية الجرافيك؛ مثل شاب يجلس إلى جهاز كومبيوتر ليشارك في الحملة، و مجموعة شباب في الشارع يتظاهرون، و شاب يُقتل على يد ضابط شرطة في قسم شرطة، و صور من صفحة قصة رابعة على فيسبوك. و شكل التصميم تبعاً لذلك بسيط، و من سماته وجود تعليق صوتي، و موسيقا تعبيرية، و صوت كليك فأرة جهاز الكمبيوتر، و يتمتع تركيبه البصري والنصي بالتوازن الجيد بين المعلومات البصرية و النصية، و تبلغ مدته الزمنية أكثر من دقيقتين. أما النص المستخدم فكان خطه بسيطاً

مقروءاً، و **حجمه** مناسب مع تكبير بعض الكلمات للفت الانتباه، و **باللغة** الإنجليزية، و **نوعه** عبارات نصية و أرقام، و **أفكاره** متسلسلة؛ تبدأ من تكوين اعتصام رابعة، ثم فضه، ثم خطوات لتجنيد متطوعين للحملة. تم استخدام ألوان متنوعة، فنجد الألوان الدافئة كالأحمر، و الباردة كالأزرق، و المحايدة كالرمادي، في الخلفيات. أما الكتابة فكانت باللألوان الأبيض، و الأسود، و الأصفر، و الأحمر. و يقع **اللوغو** في منتصف الشاشة تماماً، و هو شعار مؤسسة قصة رابعة و ليس شعار حملة التسويق السياسي.

و بدراسة **المعنى التضميني**، نجد أنفسنا أمام خطوات عملية مدروسة بعناية لتحقيق مؤسسة قصة رابعة و حملتها التي تحمل نفس الاسم أهدافها و على نطاق دولي أيضاً؛ لتحرج الدولة المصرية، وتسهم في فرض عقوبات عليها، بعد فشل تحرك الجماعة المنفرد في محكمة العدل الدولية في السنة الأولى لفض الاعتصام؛ فقررت الجماعة الإرهابية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لخلق رأي عام عالمي ضد الدولة المصرية، و استخدام تقنيات التسويق ممزوجة بأساليب الدبلوماسية الشعبية للضغط على الحكومات و المؤسسات الدولية و إحراجها؛ للتحرك ضد الدولة المصرية. و لتنفيذ تلك الخطة، تم تصميم إنفوجرافيك باللغة الإنجليزية ذو مدة زمنية طويلة تكفي لشرح خطوات تفصيلية لتجنيد الشباب حول العالم و خلق فريق منهم للترويج لما أسموه قضية اعتصام رابعة العدوية السلمية، و وصفوه **بالمذبحة** كعادتهم، و إن هدفه كان المطالبة بالحرية و الديمقراطية، و إن المعتصمين تم ذبحهم، و تعذيبهم، و اعتقالهم؛ بسبب تعبيرهم عن رأيهم. و تم استخدام أساليب الضغط النفسي، و استثارة مشاعر معينة لدى المتلقين؛ مثل إن القلة فقط من ستنتصر للمظلومين و المعذبين، و إن نصرهم يتم بخطوات بسيطة تبدأ من علامة إعجاب على صفحة فيسبوك، مع إيضاح الهدف من هذا الفعل بشكل صريح. و تم كل ذلك بأقل عدد من الكلمات، مع رسومات جرافيكية تعبر عن الهدف، و كتابة بعض الأفعال و الجمل بعبارات ذات حجم متفاوت و ألوان متفاوتة؛ للتأكيد على الهدف، و بشكل بسيط و واضح. كما تم توظيف الألوان لاستثارة المشاعر؛ فالخلفية الحمراء للإيحاء بقوة الفعل، و استخدمت أثناء شرح الخطوات، و الخلفية الزرقاء؛ للحث على تحمل المسؤولية، و استخدمت أثناء كتابة العبارات القليلة على الإنفوجرافيك، و الخلفية الرمادية؛ و استخدمت في لقطات للمظاهرات، أو العمل على الكومبيوتر؛ للإيحاء بالجدية. أما ألوان الكتابة، فتم التركيز على الخط الأصفر في كتابة كلمة رابعة؛ لجذب الانتباه للحملة، و اللون الأحمر في كتابة ضمائر مثل أنت؛ للإشارة لأهمية الفرد و قوته، و اللون الأسود لكتابة المهام المطلوبة؛ ليرمز لجديتها، و اللون الأبيض لكتابة أرقام القتلى و الجرحى؛ ليرمز لمصداقيتها. و تم استخدام لوغو مؤسسة قصة رابعة؛ للدلالة على مصدر الحملة، و إنها جزء من أهداف المؤسسة و نشاطها.

و بالنسبة للـ (٤٤) إنفوجرافيك المتبقين، فيختصون بما أسموه **(فاجعة أبو زعبل)**، نصفهم باللغة العربية، و النصف الآخر باللغة الإنجليزية لذات المحتوى. و سوف يتم تحليلهم مجتمعين؛ لأنهم يحملون نفس التصميم حرفياً، مع عرض جزء من القصة في كل إنفوجرافيك.



شكل رقم (٣٦) يبين إنفوجرافيك فاجعة أبو زعبل باللغة العربية
شكل رقم (٣٧) يبين إنفوجرافيك فاجعة أبو زعبل باللغة الإنجليزية

بالنظر إلى المعنى التعييني لصور الإنفوجرافيك، نجد إن محتواه عبارة عن قصة وفاة ٣٧ معتقلاً من المعتصمين أثناء ترحيلهم من قسم مصر الجديدة إلى سجن أبو زعبل داخل عربة الترحيلات، و أسلوب التعامل معهم، و عددهم. و يحكي كل إنفوجرافيك جزءاً من القصة على النحو التالي:

- ١- اعتقال ٤٥ متظاهراً وسط الآلاف داخل و حول اعتصام رابعة العدوية.
- ٢- تم تكديس المحتجزين في عربة ترحيلات صغيرة للشرطة، و توقفت بهم بساحة سجن أبو زعبل.
- ٣- كانت السعة القصوى للعربية هي ٢٤ محتجزاً، في حين تم احتجاز ٤٥ شخصاً بداخلها.
- ٤- ظل المحتجون داخل العربة لأكثر من ٦ ساعات، وصلت درجة الحرارة بالخارج ٤٠ درجة مئوية.
- ٥- تكس المحتجزون داخل العربة فلا مساحة للوقوف، و لم يشربوا في هذه الحرارة.
- ٦- اضطر بعضهم أن يعصروا قمصانهم المبتلة ليشربوا قطرات العرق، و فقد الكثير منهم الوعي.
- ٧- قال أحد الناجين بأن الأوكسجين بدأ ينفد داخل العربة، و بدأ المحتجزون في الصباح طلباً للمساعدة، و بدأوا بإحداث الضجيج على جدران العربة، و تعالت أصواتهم بالصراخ.
- ٨- بدأ المحتجزون بإحداث ضجيج أعلى، بينما تجاهلهم رجال الأمن مستمرين في الضحك و سب مرسي.
- ٩- أكد ناج إنهم صرخوا لمن في الخارج إن أحدهم مات، فكان الرد إنهم يريدونهم جميعهم أموات.
- ١٠- أمر الأمن المحتجزين أن يسموا أنفسهم أسماء نساء، فكان الرد بأنهم لا يتحدثون إلى نساء.
- ١١- طلب أحد رجال الأمن مراراً الإذن لفتح أبواب العربة لإعطاء المحتجزين ماءً ليشربوه.
- ١٢- وصل المحتجزون داخل العربة إلى لحظة الانهيار و السقوط مع حرارة منتصف النهار.

- ١٣- تبادل المحتجزون الرسائل مع ذويهم آملين أن ينجو أحدهم.
 - ١٤- سكنت العربية في النهاية في حالة صمت؛ حيث انهار معظم من بداخلها.
 - ١٥- أطلق الشرطي قنبلة غاز عبر نافذة العربية بدعوى المحتجزين المنهكين حاولوا خطف رجل أمن.
 - ١٦- الناجي: صعق الشرطي بالمنظر حينما نظر من شبك العربية فوجدهم مكسدين بعضهم فوق البعض.
 - ١٧- بعدها مات ٣٧ محتجزاً و نجا فقط ٨ أشخاص من هذه الكارثة.
 - ١٨- كانت معظم الأجساد منتفخة و وجوههم حمراء أو سمرء.
 - ١٩- صرح ناطق باسم المشرحة بأن نقص الأوكسجين أسرع من الموت جراء الغاز المسيل للدموع.
 - ٢٠- بعد الغضب العالمي تجاه الفاجعة، حوكم ٥ من ١٥ ضابطاً كانوا مرافقين للعربية بتهمة الإهمال.
 - ٢١- قامت المحكمة بمعاقبة ضابط بالسجن ٥ سنوات، و ما زال الحكم قابلاً للاستئناف حتى الآن. و حكمت بمعاقبة ٣ آخرين بالسجن لمدة سنة.
 - ٢٢- لا يزال العدل غائباً عن هذه الحادثة كما هو الحال في كل الأحداث التي شهدتها مصر منذ ثورة ٢٥ يناير.
- و نوع الانفوجرافيك ثابت بشكل أفقي، و يتكون **تصميمه** من العناصر التالية: من حيث نوع التصميم هو عبارة عن رسوم توضيحية، و شكله بسيط، و مميز في و سماته و نسبه؛ من حيث نسبة الطول إلى العرض، و مميز أيضاً في تركيبه البصري و النصي؛ حيث يوجد توازن جيد بين المعلومات البصرية و النصية، أما موقع الأشكال و النصوص المستخدمة؛ فنجد النص في أعلى الصورة و الشكل في أسفلها، و شكل الخط بسيط و مقروء، و باللغتين العربية و الإنجليزية، و تنوع نوع النص؛ فجمع بين أكثر من نص؛ فنجد عبارات نصية، و أرقام، و موقع إلكتروني هو Rabaa StoryNet، و وسمان (هاشتاج #)؛ الأول شعار الحملة المقروء و هو #remember RABAA، و الثاني خاص بما حدث في سيارة الترحيلات #GassedToDeath، و اهتم النص بفكرة واحدة؛ هي شرح ما حدث في سيارة الترحيلات، و بدون أي عناوين. بالنسبة للألوان المستخدمة، تم استخدام ألوان دافئة كالأحمر و البرتقالي، و ألوان محايدة كاللون البني، و كان هناك استخدام فعال للألوان؛ حيث يوجد توازن و تباين جيد بين الألوان. أما اللوجو فكان يقع في أقصى يمين الانفوجرافيك في الأسفل، و هو اللوجو المستخدم في كل مواد الحملة للحفاظ على هويتها. كما تم استخدام الشعار المقروء للحملة أيضاً على هيئة هاشتاج يقع في يمين الانفوجرافيك قريب من منتصفه الأعلى.
- بالنظر للمعنى التضميني لصور الانفوجرافيك السابقة، نجد إصراراً من الجماعة الإرهابية على إبراز أحداث بعينها على جانب فض اعتصامهم؛ للتأكيد على اضطهادهم و قمعهم، و عنف الدولة تجاههم؛ خاصة و قد أسماؤهم بالمعارضين، و لم يغفلوا عن التأكيد على علاقتهم بأحداث ٢٥ يناير، و بأن الدولة لم تتجه اتجاهاً ديمقراطياً بعد؛ لتأليب الرأي العام ضد المؤسسات الأمنية؛ الجيش و الشرطة. و لأن الحدث استغرق ساعات قليلة على أرض الواقع، و تناوله على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عادي لن يستهلك سوى بضعة أسطر، و ثوانٍ معدودة من وقت القاريء؛ فقررُوا أفراد (٢٢) انفوجرافيك لرواية

الحدث بشكل مجزأ، و خط واضح، و بتصميم معين؛ يساعد على الشحن العاطفي للجمهور المستهدف. نلاحظ استخداماً خاصاً للألوان الدافئة الأحمر و البرتقالي؛ ليرمزوا إلى النار، و اللهب، و الحرارة، و الاختناق؛ مما ينقل المتلقي لأجواء الحدث، و تلمس نفس الإحساس الذي شعر به المعتقلون في سيارة الترحيلات؛ فقد ثبت علمياً إن استخدام مثل هذه الألوان يؤدي إلى رفع معدلات ضغط الدم و التنفس. أما اللون البني؛ فهو مرتبط بلون الحجر الذي يدل على الصمود؛ مما يوحي للمتلقي بصمود الجماعة رغم ما مرت به من أحداث. و أيضاً استخدام الهاشتاجات؛ لتوسيع نطاق نشر الحادثة، و سهولة العثور على ما يخصها، و ربطها بفض الاعتصام، و الإيحاء بقسوة الحدث؛ فعندما يتم قول إن المعتقلين في عربة الترحيلات تم خنقهم بالغاز حتى الموت #GassedToDeath تتجه مشاعر المتلقين للتعاطف معهم، و البحث عن تفاصيل حكايتهم، و الغضب من الدولة و أجهزتها الأمنية. و يساعد الهاشتاج الآخر #remember RABAA على الوصول لبقية مادة الحملة؛ لتأجيج مشاعر الغضب ضد الدولة، و استدرار العطف على المعتصمين. و لا ننس استمرار الحفاظ على هوية الحملة باستخدام لوجو موحد لذكرى فض الاعتصام الثانية، في موقع من السهل أن تقع عليه عين المتلقي؛ و بالتالي يسهل تذكره. و كعادتهم، فإن استخدام اللغة الإنجليزية كان لخدمة هدف مؤسسة قصة رابعة في تدويل قضية الاعتصام، و استعداد الرأي العام العالمي حكومات و شعوباً على الدولة المصرية؛ خاصة مع استخدام كلمة **فاجعة** أو **كبة Catastrophe** لترادف كلمة مذبحه التي اعتادوا على استخدامها.

بناءً على التحليل السابق، نجد إجابة في تصميم الإنفوجرافيك الثابت و المتحرك؛ حيث كان هناك توازن بين المعلومات البصرية و النصية، و استخدام للألوان المحايدة؛ لتوحي بالجدية و الرسمية للمعلومات المذكورة، و التركيز على ذكر أعداد القتلى، و الجرحى، و المفقودين، و أعداد المشاركين في الاعتصام، و تكرار استخدام كلمة مذبحه **Massacre**، مع استخدام اللغة الإنجليزية لتحرير النصوص المكتوبة في الإنفوجرافيك الثابت، أو التعليق في الإنفوجرافيك المتحرك؛ لتحقيق هدف الحملة و هو؛ دفع الجمهور المستهدف للتعاطف مع المعتصمين، و الحزن على ما أصابهم، و تأجيج مشاعرهم ضد الدولة المصرية، و تأليب العام المحلي، و الإقليمي، و العالمي عليها؛ كونها ارتكبت جرائم ضد الإنسانية.

يتفق التحليل السابق مع ما توصلت له دراسة **جون هاموند (٢٠١٣)** عن حركة (احتلوا وول ستريت Occupy Wall Street) في أمريكا، حيث إن ذكر أرقام المعتقلين و قتلى فض الاعتصام يجعل الاعتصام مرئياً و مسموعاً و في بؤرة الاهتمام؛ و هو ما تسعى الجماعة إليه في الحملة. و يتفق أيضاً مع دراستي **ألبرت تشانج (٢٠٠٥)** عن اعتصام تيانانمين في الصين، و **مكتب المؤسسات الديمقراطية و حقوق الإنسان (٢٠٠٥)** عن اعتصام أنديجان في أوزبكستان، من حيث ذكر أعداد القتلى، و الجرحى، و المفقودين؛ ليشكل فض الاعتصام جرائم ضد الإنسانية؛ و هو ما تسعى حملة (قصة رابعة) لإثباته و تكوين رأي عام عالمي بشأنه. و يترتب عليه الفعل الذي توصلت له دراسة **عادل خضر (٢٠١٨)**، حيث طلبت الجماعة من أمريكا و الاتحاد الأوروبي التدخل لحمايتهم مما وصفوه باستهداف الأمن لهم. و يعزز هذه النتائج ما توصلت له دراسة **عبد الله الرعود (٢٠١٢)** من

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام المحلي، و الإقليمي، والدولي. و هذا ما يفسر استخدام اللغة الإنجليزية في مواد الحملة. و أكدت دراسة أسامة سلام (٢٠٢١) على إن نجاح حملة التسويق السياسي يكون في حالة استخدام اللافتات، و الملصقات، و المطبوعات، يليها مواقع التواصل الاجتماعي، و هو ما استخدمته الحملة بدقة متناهية.

و من الجدير بالذكر، قيام جماعة الإخوان المسلمين بتنفيذ ٢٢ فاعلية على مستوى العالم لإحياء الذكرى الثانية لفض اعتصام رابعة تحت هاشتاج (#remember_raba'a)، و لإظهار تضامن جنسيات أخرى مع الجماعة. و كانت هذه الفعاليات في دبلن - أيرلندا، و أمستردام - هولندا، و شيكاغو - أمريكا، و سياتل - أمريكا، و واشنطن - أمريكا، و اسطنبول - تركيا، و كردستان - العراق، و ضنية - لبنان، و حيفا - فلسطين، و القدس - فلسطين، و بيرن - سويسرا، و ميلانو - إيطاليا، و لندن - بريطانيا، و تورنتو - كندا، و كالجري - كندا، و فانكوفر - كندا. و تتضمن الفعاليات إضاءة الشموع، أو ارتداء ملابس عليها لون أحمر كأنها ملطخة بالدماء مع عرض صور من فض الاعتصام، و أو مسيرة بالسيارات بدعم من منظمتي مراقبة حقوق الإنسان، و العفو الدولية، أو مسيرات بملصقات و هاشتاج فض رابعة، أو توزيع مطويات و كتيبات عن فض الاعتصام في تلك الدول، أو عقد ندوات لعرض قضيتهم في الولايات المتحدة الأمريكية بالاتفاق مع مؤسسات مختلفة؛ مثل ندوة كنيسة The United Methodist Building، و كنيسة The Simpson Memorial Chapple، و إجراء صلاة خاصة لتأبين قتلى رابعة في كنيسة المسيح بنيويورك، و عقد مؤتمر في مقر منظمة مراقبة حقوق الإنسان تحت عنوان International Religious Freedom، و مؤتمر في الأمم المتحدة عن حقوق الإنسان أيضاً، تم بث جلسته بشكل مباشر على صفحة مؤسسة قصة رابعة. كما تم عقد ورشة عمل في كالجري بكندا؛ لشرح قضية الاعتصام للشباب. هذا فضلاً عن تمثيلهم لفض الاعتصام في ميدان Trafalgar في لندن؛ بالاستلقاء أرضاً وكأنهم جثث مع رفع شعار رابعة بأيديهم.



شكل رقم (٣٩) يبين صورة من فعاليات حملة قصة رابعة في شيكاغو - أمريكا

شكل رقم (٣٨) يبين صورة من فعاليات حملة قصة رابعة في أمستردام - هولندا



شكل رقم (٤١) يبين صورة من فعاليات حملة قصة رابعة في لندن – بريطانيا

شكل رقم (٤٠) يبين صورة من الصلاة في كنيسة المسيح في نيويورك لتأبين قتلى اعتصام رابعة العدوية



شكل رقم (٤٣) يبين صورة من مؤتمر حقوق الإنسان لدعم قضية اعتصام رابعة بالأمم المتحدة

شكل رقم (٤٢) يبين صورة من فعاليات حملة قصة رابعة في كنيسة The Simpson Memorial Chapel

هذا فضلاً عن الفعاليات الإلكترونية الدولية لرفع نفس الشعار، بمناشدة الجنسيات المختلفة حول العالم بدعم ما أسموه القضية العادلة برفع هاشتاغ (#i_remmember_raba'a) أنا أتذكر رابعة؛ ليسمعوا العالم ذكرياتهم، و يقومون بنشر الصور عبر حسابات الحملة على مواقع التواصل الاجتماعي.



شكل رقم (٤٥) يبين رفع شعار أنا أتذكر رابعة

شكل رقم (٤٤) يبين رفع شعار أنا أتذكر رابعة



شكل رقم (٤٧) يبين رفع شعار أنا أتذكر
رابعة

شكل رقم (٤٦) يبين رفع شعار أنا أتذكر
رابعة

و من الأهمية بمكان، أن نذكر إن صفحة (قصة رابعة) على فيسبوك قد تضمنت ثماني **ألبومات**، يتراوح عدد الصور فيها من صورتين و حتى (٣٠) صورة، تتعلق بأحداث الاعتصام، و الفعاليات التي تمت لإحياء ذكراه، و كانت عناوينها على النحو التالي: (جنازة محمود عبد الله قتيل المنصة)، و(رابعة تستضيف وزير التموين باسم عودة و المحكوم عليه بالإعدام حالياً)، و (احتفالات ليلة عيد الفطر برابعة قبل الفضة)، و (العيد في رابعة ٨-٨-٢٠١٣)، و (مسجد الإيمان)، و (مذبحة المنصة ٢٧ يوليو ٢٠١٣)، و (ضرب منزل فلسطيني في دوما و مقارنته برابعة)، و (المتحف التذكاري لرابعة)، (إحياء ذكرى رابعة من ميدان ترافلجار بلندن)، و (مؤتمر حقوق الإنسان)، و (مؤتمر الحرية الدينية)، و (صلاة في كنيسة المسيح بنيويورك)، و (الحدث التذكاري لكنيسة سيمبسون).

من خلال العرض السابق، و بالإضافة لفاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، و استخدام المطبوعات التي أشارت لها نتائج الدراسات السابقة الأنف عرضها، نجد إن الحملة تستمر للسنة الثانية على التوالي في إدماج التسويق السياسي مع أنشطة العلاقات العامة كما أشارت دراسة **دارين ليليكير (٢٠١١)**؛ و هذا ما نلاحظه في الفعاليات المتنوعة التي نظمتها جماعة الإخوان المسلمين في مختلف أنحاء العالم لدعم قضية الاعتصام. هذا بالإضافة إلى استخدامهم الاتصال الشخصي في حملتهم و استغلالهم لقدرته الإقناعية كما أشار **جمال العيفة (٢٠٠٧)** في دراسته. و يبرز هذا الاستخدام في مؤتمر الحرية الدينية، و الصلاة في كنيسة المسيح في نيويورك لتأبين قتلى اعتصام رابعة العدوية، و فعاليات حملة قصة رابعة في كنيسة The Simpson Memorial Chaple، و مؤتمر حقوق الإنسان لدعم قضية اعتصام رابعة بالأمم المتحدة. و تثبت لنا هذه الفعاليات والأنشطة المتنوعة في دول العالم المختلفة، ما أكدته دراستي **سامح عباس (٢٠١٩)**، و **فيصل النقبي (٢٠٢٠)** من امتلاك الجماعة للعديد من الأذرع الإعلامية في أوروبا؛ التي تسهل لها التأثير في الرأي العام الدولي بما يخدم مشروعها السياسي.

ب- تحليل المواد الدعائية للحملة على صفحة شبكة رصد Rassd على موقع فيسبوك :Facebook

تضمنت مواد الحملة على صفحة شبكة رصد و قناتها على يوتيوب، ثلاثة صور، و ثلاثة عشر ملف فيديو، و (٢٣) إنفوجرافيك، نقوم بتحليلها على النحو التالي:

١- التحليل السيموطيقي للصور على صفحة شبكة رصد Rassd على موقع فيسبوك :Facebook

رفعت شبكة رصد ثلاثة صور تخص الحملة على صفحتها على موقع فيسبوك؛ صورة منهم هي صورة صفحة شخصية، و صورتان غلاف للصفحة، و لكن كان لونهم باللون الأزرق بدلاً من الأصفر؛ ليتماهوا مع لون الشعار المرئي للشبكة، نحلها على النحو التالي:

بالبحث في المعنى التعييني لصورة الصفحة الشخصية، نجد إنها تكرر لنفس صورة الصفحة الشخصية لصفحة فيسبوك، مع اختلاف الألوان المستخدمة، فجد الألوان الباردة كالأزرق، و الألوان المحايدة كالأسود، و الأبيض، و غيرت الصفحة الخلفية الصفراء بخلفية زرقاء تتوافق ولون شعار الصفحة؛ و يوحي اللون الأزرق بالثقة و المسؤولية؛ و هو ما تحاول صفحة شبكة رصد الإخبارية ترويجه عن محتواها. و هي بذلك تحمل نفس المعنى التضميني، مع فارق دلالات اللون.

بدراسة المعنى التعييني لصورة الغلاف الأولى، نجد إنه تكرر لنفس صورة الصفحة الشخصية، و بذات المعنى التضميني.

بتحليل المعنى التعييني لصورة الغلاف الثانية، نجدها تتعلق بما أسموه مجزرة سيارة الترحيلات أو (فاجعة أبو زعبل)، و لا يظهر في الصورة أي شخصيات، أو أشكال، و يقع النص في أسفل الصورة و الشكل في أعلاها، و هو باللغة العربية، و على هيئة عبارة نصية فحواها: الذكرى الثانية لمجزرة سيارة الترحيلات، و التي راح ضحيتها ٣٧ معتقلاً. و يلف الصورة بجميع تفاصيلها لون بارد هو الأزرق، و الخلفية وقوف سيارات الترحيلات في الشارع. و بتحليل المعنى التضميني للصورة، نجد إن تصميمها كان بسيطاً، و تحتوي على عبارة تقريرية للواقعة، و لا يلفت الانتباه فيها سوى كلمة مجزرة، و عدد القتلى؛ و الهدف إثارة تعاطف الجمهور المستهدف مع المعتصمين، و تأجيج مشاعر الغضب ضد الشرطة المصرية، و تصويرها بالجهاز الأمني الذي يرتكب المذابح؛ و هو تحريض واضح، خاصة مع ربط الجماعة أنشطتها بأحداث ٢٥ يناير. و يشير اللون الأزرق إلى الثقة و المسؤولية؛ و هو ما تحاول صفحة شبكة رصد الإخبارية ترويجه عن محتواها؛ حتى يثق المتلقي بالمعلومة المذكورة.

من خلال تحليل الصور السابقة، نجد إن تصميمها يعد تكراراً لما تم رفعه على صفحة الحملة على فيسبوك، و تحمل نفس الهدف من إثارة تعاطف الجمهور المستهدف، و إثارة الغضب على الدولة. و بالطبع، تم استخدام الوسم (هاشتاج #)؛ ليحصل الجمهور المستهدف على مزيد من المعلومات من وجهة نظر الجماعة.

٢- التحليل السيموطيقي لملفات الفيديو على صفحة شبكة رصد Rassd على موقع فيسبوك Facebook:

رفعت شبكة رصد على صفحتها على فيسبوك (٥) ملفات فيديو في ذكرى فض الاعتصام الثانية. الأول تحت عنوان (رصد - تظاهرات رافضة لحكم العسكر في بعض محافظات مصر)، ويهدف لإظهار التظاهرات التي نظمتها جماعة الإخوان المسلمين عقب فض اعتصام رابعة العدوية في محافظتي بني سويف والغربية. نجد في المعنى التعييني للفيديو إن مدته الزمنية تبلغ ١:٣٧ دقيقة، ويأتي في ثلاثة لقطات مدة كل منها الزمنية ٣٠ ثانية، والباقي شعار شبكة رصد، في نوعين فقط من اللقطات هما اللقطة الكبيرة Long Shot، و اللقطة المتوسطة Medium Shot، و بزواوية تصوير مواجهة، و بحركة كاميرا في لقطة واحدة فقط كانت حركة من اليمين إلى اليسار Pan Left، وبدون مؤثرات مرئية، و في أماكن خارجية ليلاً و نهاراً، يظهر فيها متظاهرون من الرجال و النساء، ومضمون ما يفعلونه هو رفع شعار رابعة؛ سواءً أثناء السير في مسيرات، أو أثناء وقفة على هيئة سلسلة بشرية على الطريق الزراعي، و بدون موسيقاً، و لا نسمع أي تعليق أو حوار سوى صوت أغنية صنعتها الجماعة الإرهابية على لحن أغنية (تسلم الأيادي) و لكن للقدح في الجيش المصري؛ لتذاع أثناء المسيرات، و هتاف أحد المتظاهرين: يسقط حكم العسكر، ياللي بتهتف سيسي رئيسي قوللي عمك إيه السيسي، الكهرياء أهى لسه بتقطع، و المياة معدتش بتجي، و هتافات السلسلة البشرية يسقط حكم العسكر، يسقط كل كلاب العسكر، و بدون استخدام مؤثرات صوتية.

و هنا نصل للمعنى التضميني، و هو إظهار إن الشعب المصري بكافة أطيافه في أكثر من محافظة مصرية رافض لما أسمته الجماعة الإرهابية بالانقلاب العسكري، اعتماداً على الأصوات الطبيعية للمظاهرات؛ لإظهار المصادقية، مع استخدام لقطات كبيرة لإظهار المسيرات كاملة بقدر الإمكان، و اللقطات المتوسطة لتقريب وجوه المتظاهرين و إظهار غضبهم، مع التصوير ليلاً و نهاراً؛ لإظهار الظلمة و نقص الخدمات، و إظهار الطريق بحركة كاميرا تستعرض السلسلة البشرية؛ إمعاناً في إظهار رفض فض الاعتصام، و عزل محمد مرسي و سجنه.

و يسير الفيديو الثاني في ذات الاتجاه، فكان بعنوان (رصد - أولتراس نهضايو يشعل جزيرة محمد بالشماريخ و هتافاته ضد العسكر)، و يستعرض مسيرة للمنتمين للجماعة الإرهابية يهتفون للاعتصام و ضد الدولة في جزيرة محمد. و بدراسة معناه التعييني، نجد إن مدته الزمنية قد بلغت ١:١٠ دقيقة، في لقطة واحدة هي كل مدة الفيديو الزمنية، حجمها لقطة كبيرة Long Shot، و بزواوية تصوير مواجهة، مع عدم وجود حركة للكاميرا، أو مؤثرات مرئية، في مكان خارجي ليلاً، حيث يتظاهر رجال، و نساء، و أطفال، و مضمون مسيرتهم الهتاف لفض الاعتصام، و إشعال الشماريخ، و دق الطبول أثناء الهتاف، حاملين لافتات مكتوب عليها اغضب، و نهب روحنا للنضال، بدون موسيقاً، و بدون تعليق أو حوار سوى كلمة رابعة مع التصفيق، و بدون مؤثرات صوتية عدا صوت الطبل و إشعال الشماريخ.

و بذلك، نصل للمعنى التضميني للفيديو، فنجده يصور غضب ما تراه الجماعة الإرهابية جميع طبقات الشعب المصري من مختلف الفئات و الأعمار من ما أسموه الانقلاب العسكري، و رفض الديمقراطية، و إهمال أصوات المصريين الانتخابية؛ في محاولة للتحريض على عزل محمد مرسي و إنهاء حكم الجماعة، خاصة من خلال مضمون اللافتات التي يحملها المتظاهرون، في تركيز واضح على المسيرة بلقطة زمنية طويلة، و بأصوات المسيرة الطبيعية، و بدون تحريك الكاميرا، وحتى تغيير حجم اللقطة.

ثم يتجه الفيديو الثالث إلى محتوى صادم يسير في اتجاه ارتكاب المذابح المزعومة، و هو بعنوان (رصد - جثث شهداء مجزرة ابو زعل المحترقة من داخل مشرحة زينهم +1٨)، و الذي يظهر مجموعة من الجثث لذكور تم خياطتها بعد تشريحها، و ترتدي سراويلها في حالتها الأصلية بدون احتراق، مع وجود كدمات زرقاء في الجسم، و انتفاخ في الوجه لجثة واحدة، و وجود دماء على الأرض؛ مما يدل على عدم احتراق تلك الجثث. و بالنظر للمعنى التعييني للفيديو، نجد إن مدته الزمنية قد بلغت ١:٠٢ دقيقة، في لقطة واحدة طويلة بلغت كل مدة الفيديو الزمنية، في لقطات متوسطة Medium Shot، و قريبة Close Shot، و بزوايا تصوير عالية High Angle، مع تحريك الكاميرا يمنة و يسرة Pan Right، و Pan Left، بدون مؤثرات مرئية، داخل مشرحة زينهم، و لا تظهر أي شخصيات سوى الجثث، و مضمون اللقطة إظهار جثث قتلى المعتصمين بعد فض اعتصام رابعة العويبة بعد تشريحها، و بدون موسيقا، و بدون تعليق أو حوار سوى أصوات الواقفين حول الجثث بدون الظهور في اللقطة مرددين حسبنا الله و نعم الوكيل، و بدون أي مؤثرات صوتية.

أما بالنظر للمعنى التضميني، نجد إن الهدف الأساسي له هو إثارة تعاطف الجمهور المستهدف مع المعتصمين، و إثارة غضبهم و حنقهم ضد الدولة؛ باستخدام لقطة مروعة مؤلمة لجثث ما أسموه مجزرة أبو زعل؛ و يعنون بها وفاة المعتصمين الذين تم إلقاء القبض عليهم بعد فض الاعتصام داخل سيارة الترحيلات المتوجهة إلى سجن أبو زعل للرجال. و نلاحظ تكرار استخدامهم لكلمة مجزرة؛ حتى يثبتوا فكرتهم عن أن ما حدث بعد ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣ كان انقلاباً عسكرياً دموياً، يقتل المصريين بلا رحمة باستخدام أسلحته و سلطته. لذا، نجد إنهم ركزوا على استخدام لقطات متوسطة و قريبة لتستعرض الجثث و ملامحها، و بحركة كاميرا تبين أدق تفاصيلها ذهاباً و عودة، في زاوية عالية تساعد على وضوح الرؤية، متزامنة مع تفويض المحيطين بالجثث أمرهم لله تعالى؛ دلالة على وجود اعتداء غاشم على الشعب المصري معدوم الحيلة؛ للإمعان في استثارة التعاطف و تأجيج مشاعر الغضب لدى الجمهور المستهدف.

و ينحى الفيديو الرابع نحواً آخر، و هو بعنوان (رصد - لقاء مع أسرة الشهيد عاطف محمد عبداللطيف شهيد فض رابعة)، و هو عبارة عن لقاء مع زوجة أحد قتلى فض اعتصام رابعة العدوية في منزلها في القرية التي تنتمي إليها بإحدى المحافظات المصرية. بدراسة المعنى التعييني للفيديو، نجد إن مدته الزمنية قد بلغت ٢:٥٧ دقيقة، و كان لقطة واحدة استغرقت كل مدته الزمنية، و كان نوعها لقطة متوسطة Medium Shot، بزوايا تصوير مواجهة، و بدون حركة للكاميرا، أو مؤثرات مرئية، و في مكان داخلي هو منزل زوجة

القتيل، و كانت هي الشخصية الوحيدة في الفيديو، ومضمونه حديثها عن زوجها الراحل و هي تجلس بجوار صورته، وبدون أي موسيقا، أو مؤثرات صوتية، فقط تعليق الزوجة على زوجها، حيث قالت: بحمد ربنا إنه رزقني زوجاً صالحاً مثلك، يكفيني إنك حجتلي مكان في الجنة، يكفيننا إننا بنحس إننا أعلى قدراً إن شاء الله دنيا و آخرة، أتمنى إن ربنا يبلغك رسالتي إن أنا ببوس راسك و إيديك و رجلك، و لولا إن الله سبحانه و تعالى يمنع السجود لغير الله عز وجل كان الواحد سجد شكر لله عز وجل إن أنت زوجي، إن أنت ليك فضل عظيم علينا و على بلدنا، و بكره الناس تفتخر، و إن شاء الله القرية تسمى ببلدة الشهيد، إن أنت شرفتنا، إن أنت كنت صادقاً، إن أنت كنت ذو منزلة عظيمة عند الله سبحانه وتعالى، و إحنا الحمد لله برضه ربنا بيرفع قدرنا بسببك، و بنكرم لأجلك، يعني إحنا إن شاء الله حنعيش في خيرك من قبل وفاتك و من بعد وفاتك. الحمد لله عمرنا من بعد ما فقدنا الشهيد تراجعنا ولا قلنا خلاص كفاية كده عملنا اللي علينا، إطلاقاً إحنا عندنا هدف هو تحقيق هدف الشهيد؛ و كان بيتمنى إن ربنا سبحانه وتعالى يجعل مصر بلد آمنة مطمئنة يكون فيها الدين و شعائر الله عز وجل، يكون فيها عدل، يكون فيها مساواة، يكون فيها عدالة اجتماعية، و حرية في الرأي، و حرية في المعيشة، و حرية في مجال العبادات، كان بيحلم بوطن من أيام النبي صل الله عليه و سلم، و أيام الخلفاء الراشدين، فكان عنده الأمة الإسلامية و الخلافة الراشدة، فكانت أقوله امتي يقولي إن شاء الله عن قريب إحنا حنكون سبب، إحنا ثابتين على مبدأ الحمد لله و مكملين إن شاء الله، و بناخد كل السبل المشروعة؛ إن كان في حضور المسيرات أو المظاهرات، الحمد لله بنحضر أنا و أولادي الخمسة بينهم اثنين بنات، رغم إننا بناقاي هجوم جامد من أهلي و إخواني، خلاص بقى يعني هي حترجع عاطف، قلناهم كفاية إنها ترجع حقه، و يكفي إن ربنا يحقق هدفه و أمانيه اللي مات عشانها، الحمد لله إحنا ثابتين، و مكملين، و صامدين، و صابرين، و محتسبين، و بندعي لأهالي الشهداء بالصبر و الثبات، و بندعي لأهالي المعتقلين بإن ربنا يربط على قلوبهم، و ينزل عليهم السكينة، و يجعل محبس إخوانا المعتقلين برداً و سلاماً عليهم، و يهون عليهم في هذا الحر، و كل هذه الأوقات خالصة لله عز وجل و يأجرهم بها إن شاء الله. إحنا إن شاء الله مصممين إننا ناخذ حقه، مش الحق إننا ناخذ فدية و لا الكلام ده، إن أنا أشوف إن ربنا يشفي صدري و غليلي من اللي قتله.

و بدراسة المعنى التضميني، نجد إن تصويره تم بشكل رسمي بدون أي إضافات تأثيرية، و يُظهر مضمون حديث أرملة المتوفي قناعات المعتصمين التي اهتمت الجماعة بترسيخها في عقولهم؛ من اقتناعهم بأنهم يحمون الدين الإسلامي، و يساعدون في تطبيق شرع الله، و العودة إلى عصر الرسالة و الصحابة، و بأن المعتصمين نتيجة لذلك أعلى قدراً من بقية الشعب المصري. و أيضاً هناك حث على الوقوف ضد الدولة، و الاستمرار في التظاهر لتحقيق الأهداف، رفضاً من الجماعة الاعتراف بانتهاء حكمها، و ما زرعه في عقول المنتمين إليها بأن الهدف هو تطبيق شرع الله.

و يسير الفيديو الخامس في نفس الاتجاه، حيث كان بعنوان (الدقهلية - كاميرا رصد تزور بيت الشهيد محمد حسن البنا شهيد سيارة الترحيلات)، و فيه تم إجراء لقاء مع والده و شقيقه في منزلهم أثناء تلقي العزاء. بدراسة المعنى التعييني للفيديو، نجد إن مدته الزمنية

قد بلغت ٣:٥٠ دقيقة، و مدة لقطاته تتراوح بين ١:٢٢ دقيقة و حتى ٢٢ ثانية، مروراً بمدد ١:٠٢ دقيقة، و ٣٣ ثانية، في نوعين من اللقطات فقط؛ اللقطة المتوسطة Medium Shot، و اللقطة القريبة Close Shot. و كانت زوايا التصوير مواجهة، و لم تتحرك الكاميرا سوى في لقطتين يمنة و يسرة Pan Right و Pan Left، وبدون أي مؤثرات مرئية، في منزل المتوفي، و انحصرت الشخصيات الظاهرة في الفيديو على والده، و شقيقه، و المعزين، و مضمونه لقاء مباشر مع الوالد و الشقيق أثناء تلقي العزاء، مع صورة للمتوفي مكتوب تحتها شهيد الحرية، و بدون موسيقا، و لا مؤثرات صوتية، و كان التعليق المصاحب للفيديو هو حديث الوالد و الشقيق. قال الأب: محمد حسن جه في رمضان و قال أنا رايح رابعة، يا بني انت في الجيش متروحش قال أنا رايح أصلي العيد، و فعلاً فطر معايا و قام شابل هدمه و ماشي فجاء خبر استشهاده. هو في القصة دي اتقبض عليه و راح اتصل عليا ثاني يوم و قالي أنا في الاستاد، قبضوا عليا في الاستاد، شوية و قالوا إحنا في مصر الجديدة، و في الآخر سمعنا اسمه في قناة الجزيرة إنه استشهد في عربية الترحيلات. و الله هو بالنسبة لنا كان إيدنا ورجلنا، كان هو كل حياتنا، أي حاجه نطلبها منه، كان هو كل حاجه، مبيقولش لأ؛ في الدار، في الغيط، في السرجة، أنا محصل كهرباء، ادخل يا محمد حصل مكاني أنا النهاردة تعبان يطلع يحصل، كل الناس بتحيه؛ لأنه كان بشوش و حلو و مبيزلش حد منه، فرق كبير حتى على العائلة كلها، كله قاعد محدش عيد على حد، العيد مالوش طعم من غير محمد. اللي قتله بنقله القصاص يوم القصاص إن شاء الله في الآخرة عند الله سبحانه و تعالى، أنا لما سمعت الخبر قمت اتوضيت و صليت و احتسبته عند الله سبحانه و تعالى شهيداً، قلت ربنا يتقبله في الشهداء، و يجعل نيته خالصة لله سبحانه و تعالى، و قعدت أصلي و أقول إنا لله و إنا إليه راجعون، اللهم أجرني في مصيبي و اخلف لي خيراً منها، اثبت يا محمد على اللي أنت فيه ؛ لأنه راجل عارف ربنا، و بيصلي، و بيصوم، و بيحفظ قرآن، أقوله خليك زي ما أنت يا محمد اثبت. أنا بقول لكل أب له ابن استشهد احتسب عند الله الشهيد، و دي آخر حاجه أقولها. و قال الأخ: محمد كان بالنسبة لي و بالنسبة للعائلة كلها كل حاجه، كان عامل للعائلة كلها صيت، بفرقه الحياة مبقاش ليها طعم خالص، الحمد لله. بوجه رسالة لكل الناس خاصة الشباب إنهم يثبتوا في الموقف اللي هم فيه، ميتراجعوش، ميتراجعوش، ميتراجعوش.

و بدراسة المعنى التضميني للفيديو، نجد إنه يتشابه في مضمونه و هدفه مع الفيديو السابق، فنجد إن تصويره تم بشكل رسمي أيضاً و بلقطات قريبة و متوسطة، و بزوايا كاميرا مواجهة، على وجه الأب و الأخ؛ لإظهار حزنهما، و استدرار عطف الجمهور المستهدف. و كانت حركة الكاميرا يمنة و يسرة مع لقطة متوسطة؛ للتركيز على حزن المعزين و أسفهم لتحقيق ذات الهدف. كما نلاحظ تكرار الأب لعبارات تدل على تدين الابن، و طلبه الثبات له؛ للإيحاء بأن من قتل في فض اعتصام رابعة كان من المؤمنين الأطهار، و إن هدفهم هو الحفاظ على الدين و هوية الأمة. و كانت عبارات الأخ تحريضية؛ بدعوة الشباب للثبات و عدم التراجع لتحقيق الأهداف، و إثارة الشغب ضد الدولة، و تبرير دوافع الجماعة فيما تفعله. و خلا الفيديو من الموسيقا و المؤثرات، مكتفياً بالصوت الطبيعي؛ لإضفاء المصداقية، و زيادة جراحة التأثير العاطفية.

تأسيساً على التحليل السابق، نجد اهتماماً بالتأكيد على أفكار الجماعة؛ من حيث إظهار إن كل طبقات الشعب المصري تسانداهم بمسيرات، و بأنهم تعرضوا لمذابح؛ سواءً بإظهار

جثث القتلى في المشرحة، أو إجراء لقاءات مع ذويهم. و من اللافت للانتباه، ظهور أيديولوجية الجماعة بشكل واضح في اللقاءات مع ذوي القتلى، و أحلامهم بإقامة دولة الخلافة الإسلامية. و كل ذلك بالطبع لتحقيق هدف الحملة؛ بإثارة التعاطف مع المعتصمين، و الحزن على ما مروا به، و تأجيج مشاعر الغضب على الدولة. و تتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسات السابقة، فقد أكدت دراسة **عادل خضر (٢٠١٨)** على إن الجماعة تنكر الواقع بسقوط حكم مرسي، و تدعو أنصارها للنزول للشارع، و هو ما قام به من تم إجراء اللقاءات معهم في الفيديوهات، و يدعون غيرهم للاستمرار في النزول، معتقدين بأنهم ينصرون دين الله؛ حيث ذكرت الدراسة بعضاً من هتافاتهم، و هي: قادم قادم يا إسلام، و بالروح بالدم نفديك يا إسلام. و بالمثل، ذكرت دراسة **فيروز عبد العزيز (٢٠١٤)** قناعة الإخوان بأن من خرجوا في (٣٠ يونيو) لا يمثلون الشعب المصري، و إنهم أعداد قليلة مقارنة بأعداد الإسلاميين و المتعاطفين معهم. و إنهم يدافعون عن الإسلام، و يدعون إلى دين الحق؛ و يتصدون لإقامة الدولة الإسلامية. و قد أكدت دراسة **محمد مصطفى (٢٠١٤)** إن هناك إبرازاً للهوية الأيديولوجية لمحمد مرسي، و تكرار وصفه (بالإسلامي)، و (المسلم)؛ مما يشكل تأكيداً متعمداً على انتمائه لجماعة إسلامية تشكل أجندته السياسية.

٣- التحليل السميولوجي لملفات الفيديو على قناة شبكة رصد على يوتيوب:

تم رفع ثماني ملفات فيديو على قناة الشبكة على يوتيوب، تم تحليل خمس منها على صفحة الشبكة على فيسبوك، كانت عناوينها كالتالي: (الدقهلية كاميرا رصد تزور بيت الشهيد محمد حسن البنا شهيد سيارة الترحيلات)، و (رصد - لقاء مع أسرة الشهيد عاطف محمد عبداللطيف شهيد فض رابعة)، و (رصد - أولتراس نهضاي يشعل جزيرة محمد بالشماريخ و هتافاته ضد العسكر)، (رصد - تظاهرات رافضة لحكم العسكر في بعض محافظات مصر)، (رصد - جثث شهداء مجزرة أبو زعبل المحترقة من داخل مشرحة زينهم + ١٨).

و تتضمن القناة ثلاث ملفات فيديو إضافية، نبدأ في تحليلها. كان الأول تحت عنوان (رصد - شاهد الجثث المتفحمة بمسجد الإيمان في اليوم التالي لفض ميدان رابعة). بدراسة معناه التعييني، نجد إن مدته الزمنية قد بلغت ٠٥:٢٥ دقيقة، و تراوحت مدد اللقطات ما بين ٦ ثوانٍ و حتى ٤ ثوانٍ فقط، و تم استخدام ثلاث أحجام للقطات هي اللقطة الكبيرة Long Shot، و اللقطة المتوسطة Medium Shot، و اللقطة القريبة Close Shot، و كانت زاوية التصوير مواجهة، كما تم استخدام ثلاثة حركات للكاميرا هي: حركة الكاميرا من اليمين إلى اليسار Pan Left، و دخول الكاميرا على الموضوع Zoom in، و استعراض الكاميرا للموضوع من الأعلى للأسفل Tilt down، و تم استخدام مؤثر مرئي واحد هو الدمج بين اللقطات Dissolve، و كان مكان التصوير داخل مسجد الإيمان، و الشخصيات من الذكور و الإناث أقارب المتوفين و زملائهم في الاعتصام، و تركز مضمون الصورة في عرض جثامين المتوفين جراء فض الاعتصام، و التركيز على وجوههم عن طريق فتح أكفانهم، أو عرض الوجوه في حالة عدم تغطيتها، و بكاء النساء على أقاربهم المتوفين، و جلوسهم بجوار جثامينهم. صاحبت موسيقا حزينة مشاهد الفيديو، بدون أي تعليق أو حوار، و بدون مؤثرات صوتية، عدا صوت لغط طبيعي داخل المسجد؛ نظراً لكثرة عدد من كان هناك.

و بدراسة **المعنى التضميني** للفيديو، نجد إن مدد اللقطات متساوية تقريباً، و قريبة - من حيث الحجم - في معظم الوقت، و يتم التنقل بينها باستخدام المزج؛ و ذلك للتركيز على ملامح وجوه الجثامين، سواءً المحترقة، أو المغطاة بالدماء، مكشوفة الوجه، أو التي يتم كشف الكفن عن وجهها خصيصاً للتصوير، مع التركيز على بكاء ذويهم؛ إثارة للحن و الفزع من هيئة القتلى، و استدراراً للعطف على المعتصمين، و تأجيجاً للغضب و الحنق على الأجهزة الأمنية. و كذلك، كان استخدام اللقطات المتوسطة و الكبيرة؛ لإظهار عدد الجثامين، ممزوجاً بحركة الكاميرا من اليمين إلى اليسار لاستعراضها، و من الأعلى للأسفل لمتابعة رد فعل ذوي القتلى، و حزنهم، و النظرات الأخيرة التي يلقونها على الجثامين؛ مما يؤدي إلى مزيد من مشاعر الحزن على المعتصمين، و الغضب على الدولة. و مما يضاعف التأثير، مصاحبة موسيقا حزينة لكل هذه المشاهد المؤلمة؛ فتعززت مشاعر المتلقين، و تم تكثيفها بصورة كبيرة، و تم رسم صورة ذهنية عن أسلوب فض الاعتصام الذي روجت له الجماعة، و عن الدولة المصرية.

و الفيديو الثاني بعنوان (رصد - خروج جثث شهداء رابعة من مسجد الإيمان في اليوم التالي للفض). و بالبحث في **معناه التعيني**، نجد إن مدته الزمنية قد بلغت ٠٥:٠٩ دقيقة، و تراوحت مدد اللقطات ما بين ١٤ ثانية إلى ١٩ ثانية، و تم استخدام ثلاث أنواع من اللقطات هي: اللقطة الكبيرة Long Shot، ثم المتوسطة الكبيرة Medium Long Shot، ثم اللقطة المتوسطة Medium Shot. و كانت زاوية التصوير الغالبة هي الزاوية العالية High Angle، تليها الزاوية المواجهة. ولم تتحرك الكاميرا سوى في لقطة واحدة تمثل الدخول على الموضوع Zoom in، يتبعه الخروج عن الموضوع Zoom out، بدون استخدام مؤثرات مرئية، و جميع اللقطات في مكان خارجي؛ هو الشارع أمام مسجد الإيمان، و الشخصيات رجال و نساء من المشيعين للجثامين، و أقربائهم، و مضمون الصورة هو خروج عدد كبير من الجثامين في صناديق تباعاً، و كان في انتظارهم عربات نقل موتى خارج المسجد، و تم وضع أكياس من الثلج فوق الجثامين، كما قام المشيعين برشهم بالماء أثناء خروجهم؛ كون النعوش كانت مفتوحة من الأعلى. و الفيديو بدون موسيقا، و بدون مؤثرات صوتية سوى أصوات اللغط الطبيعية أمام المسجد؛ نظراً لوجود تجمعات كبيرة من الناس، و أصوات سيارات الإسعاف، و أصوات زغاريد النساء. و لا يوجد أي تعليق أو حوار سوى ما يصدره المشيعون أثناء الخروج بالجثمان، فتنوعت العبارات التي يرددونها؛ فبعضهم كان يردد الأذان، و البعض يردد لا إله إلا الله، و البعض يقول حسبنا الله و نعم الوكيل، و البعض يقول إسلامية إسلامية، و البعض الآخر يدعو على السيسي.

نصل للمعنى التضميني للفيديو فنجد اهتماماً بتوسيع أحجام اللقطات حيث كانت في معظمها كبيرة، و من زاوية عالية؛ لإظهار حجم التجمعات حول المسجد، و إظهار أعداد من يصاحبون الجثامين عند خروجها، و لم يتم استخدام اللقطات المتوسطة الكبيرة إلا عند مواجهة الكاميرا للجثمان لحظة الخروج من باب المسجد؛ ليظهر الحزن البادي على الوجوه، كما تم استخدام اللقطة المتوسطة مرة واحدة؛ لتقريب الجنازة و هي تسير في الشارع نحو سيارة نقل الموتى. و الهدف من استخدام اللقطات و الزوايا في هذه الفئات المتقاربة؛ هو نقل

الإحساس بألم المعتصمين بعد فض اعتصامهم، و وفاة جزء منهم جراء هذا الحدث. و تم تعمد إطالة زمن اللقطات؛ ليأخذ كل جثمان حقه من رد الفعل ممن حوله؛ حتى يتوحد الجمهور المستهدف معهم. فكانت الهتافات بلا إله إلا الله، و الله أكبر تعبيراً عن تعظيم انتقال الإنسان للدار الآخرة، و بعض الجنائمين شيعت بالزغاريد؛ كناية عن أنهم شهداء ذاهبون للجنة، و إن يوم وفاتهم كيوم عرسهم، و البعض شيع بعبارة إسلامية إسلامية؛ للدلالة على استمرارهم في دعم القضية التي يؤمنون بها على الرغم من فض اعتصامهم و وفاة جزء منهم، و البعض الآخر شيع بالدعوات على من فض الاعتصام و تسبب في قتلهم، و على الفريق أول عبد الفتاح السيسي وزير الدفاع – حينذاك – كونه من تلا بيان عزل الرئيس الإخواني محمد مرسي؛ مما دفع الجماعة لتمديد اعتصامها. و الهدف من الفيديو، إظهار عنف الدولة تجاه المعتصمين، و محاولة إثارة التعاطف معهم و مع ما أصابهم، و إثارة الحنق على قوات الجيش و الشرطة بصفة خاصة، و الدولة و قياداتها بصفة عامة.

أما الفيديو الثالث فكان بعنوان (فيلم عمارة المنايفة... وثائقي الجزيرة في ذكرى فض اعتصام رابعة الثانية ١٤-٨-٢٠١٥). بتحليل معناه التعييني، نجد إن مدته الزمنية قد بلغت ٢٨:٢٤ دقيقة، وتراوحت مدد اللقطات ما بين ٤ ثواني و حتى ١٨ ثانية، كما تنوعت أنواعها؛ فنجد اللقطة الكبيرة جداً Exteem Long Shot، و اللقطة الكبيرة Long Shot، و اللقطة المتوسطة الكبيرة Medium Long Shot، و اللقطة المتوسطة Medium Long Shot، و اللقطة القريبة Close Shot. و كانت زوايا التصوير إما عالية High Angle، أو مواجهة، و لا يوجد حركة للكاميرا، مع استخدام الإظلام التدريجي Fade out كمؤثر مرئي، و تنوعت أماكن التصوير بين خارجية للاعتصام و جنازات القتلى، و داخلية لشهود العيان الذين يروون الأحداث، و تركزت الشخصيات على مجموعة من المعتصمين يروون حكاياتهم عن فض الاعتصام و ما صاحبه من أحداث، مع وجود لقطات لأطفال و نساء من فض الاعتصام. يصاحب الروايات موسيقياً مؤثرة، و تعليق صوتي بالإضافة للروايات، و تنوعت المؤثرات الصوتية ما بين صوت طلقات رصاص، و زغاريد نساء عند خروج الجنازات، و صراخ أطفال عند جنائمين ذويهم. أما بالنسبة للمضمون، فباعباره فيلماً وثائقياً، فقد صاحبه تعليق صوتي كان مضمونه كالتالي:

في جنوب دلتا النيل في مصر، و إلى شمال العاصمة القاهرة، تقع محافظة المنوفية التي اعتاد المصريون أن يطلقوا على أبنائها لقب المنايفة. أثناء اعتصام ميدان رابعة العدوية الذي نظمه مؤيدو الرئيس المصري محمد مرسي عقب الانقلاب عليه في الثالث من تموز/يوليو من العام ٢٠١٣، يجتمع عدد من أبناء تلك المحافظة في مبنى سكني قيد الإنشاء تعارف المعتصمون على تسميته بعمارة المنايفة. في الرابع عشر من آب/أغسطس من العام ٢٠١٣ و بعد اعتصام دام لأكثر من ستة أسابيع، تم فض اعتصام ميدان رابعة العدوية بالقوة؛ حيث سقط المئات ما بين قتيل و جريح، و اعتقل الآلاف من المعتصمين. في ذلك اليوم، كان لعمارة المنايفة و ساكنيها قصة تستحق أن تروى.

مضت أيام رمضان على المعتصمين سريعة و لكنها كانت مؤلمة، ليس بسبب النوم في العراء، و الأكل في الطرقات كما اعتاد المعتصمون؛ بل لأن يد القتل المنظم طالتهم مرتين؛ الأولى عند دار الحرس الجمهوري، و بالتحديد في صلاة فجر الثامن من تموز/يوليو و مع اللحظات الأولى لشهر رمضان؛ حيث قتل وفق تقديرات حكومية ٥٣ معتصماً، و أصيب ٤٨٠، و اعتقل ٦٥٠. و الثانية عند النصب التذكاري للشهداء بشارع النصر، حيث سقط ٩٥ معتصماً، و جرح ٤٠٠، في السابع عشر و الثامن عشر من رمضان. ابتلع المعتصمون الآمهم، و لملموا جراحهم، و استمروا في الميدان حتى هل عليهم عيد الفطر.

أما باقي المضمون فكان شهادات متنوعة للمعتصمين، و الذين تنوعوا ما بين مهندسين، و طلاب، و مدرس، و شهود عيان تم إخفاء هويتهم. و كانت شهاداتهم على النحو التالي: معتصم (مهندس ١): كنا في العمارة سمعنا البيان كلنا واقفين كده حوالين راديو واحد مشغل الموبايل سبيكر، و بعد ما طلع البيان و قال نعين رئيس المحكمة الدستورية العليا و عزل الرئيس، حالة بقى من الغضب رهيبية، محدش عارف يسيطر على نفسه، طبعاً قرارات عشوائية؛ كله حيقوم يلبس و حنخرج، و حنروح فين، و حنكسر مبنى مش عارف إيه، فاحنا كمجموعة بدأنا نسيطر على نفسنا، الفرق الناس اللي كانت جاهزة للحراسة كله بدأ يسيطر على نفسه، ميخرجش، ميتحركش، ميجرش؛ عشان ميقاش للتصرفات بتاعتنا عواقب سيئة علينا.

معتصم (مهندس ٢): فيه بقى استعدادات لو حصل هجوم، ازاى نتحرك، ازاى نتجمع على صفارة، ازاى يقولونا انتشروا في الأماكن دي فننتشر. معتصم (مدرس): تم تكليف فريقين اثنين ليلة المذبحة أن يحضروا مولوتوف، و كنا طالبين رقم كبير جداً، طالبين في الليلة دي إنه نغرق الميدان مولوتوف، ليه؟ هو وسيلتك الوحيدة البعيدة للدفاع. معتصم (طالب ١): قسمنا نفسنا إن احنا بيبقى فيه طوب يطلع للعمارة، شباب يطلع مولوتوف، شباب يعمل مولوتوف. كنا بنحيب قزاي بيبي فاضيه من السوبرماركات اللي موجودة في الميدان، و كان فيه برضه قزاي موجودة فاضيه كنا مخزنيها، ابتدينا نعبها بنزين من تنكات العربيات. ابتدى المولوتوف يطلع للأدوار اللي فوق، و أنا أخذت واحد زميلي و طلعنا بصندوق مولوتوف في الدور الرابع.

معتصم (مهندس ١): بدأنا نطلع فوق، بدأ نور الشمس من المساقط ينور السلم شويه، فأنا طلعت للدور السابع أول مرة، فبقيت أول أما أخش من باب الأوضة أولعها و ارميها من بعيد، أنا مش شايف برمي فين، مجرد برمي على الشارع بحيث يبقى قطع طريق ليهم. معتصم (مهندس ٢): الميدان ساعتها كان انقسم كده ذاتياً لبعض المجموعات، مجموعة مهمتها إن هي تأمن الدور الأرضي، و دي المجموعة اللي أنا كنت فيها، و مجموعة كانت بتجيب الطوب من مكان بتحطه للناس عشان تبدأ تحدف. و المجموعة الثانية بدأت تعمل قزاي مولوتوف. معتصم (طالب ٢): ابتديت ارمي المولوتوف، ابص عليهم من البلكونة و ارمي بسرعة، الأقي الضرب في المكان بتاع البلكونة بشكل هستيري جداً، الرد على طوبة مولوتوف أي حابه بتترمي كان بيبقى بشكل هستيري. معتصم (مدرس): تم التفكير في أمرين اثنين، إن السقالات تنزل عليه لو وصل المكان، و تنزل مرة واحدة متنزلش قطع؛ بحيث تعمل عملية خوف. معتصم (مهندس ١): كل دور يقعد يحرك السقالة من عنده عشان

الدور اللي فوق يفهم، لحد ما كله فك السقالات و اطمنا إن كلها بتتحرك معانا، وفكيناها كلها فوقت قدام المدرعات.

معتصم (مهندس ٢): مع بداية التجمع الناس خرجت مع بعض بعد صلاة الظهر و خلاص المسيرة ماشيه عادي بعدد كبير جداً، بدأت قوات الشرطة تضرب غاز و خرطوش، هو شارع بمنزل كده فكتر التدافع، فهم دخلوا شارع جانبي يوديهم على مستشفى التأمين الصحي، الشباب بيجري فرحان طبعاً إنه ردع الشرطة بقى و خلاص، و داخل الميدان و هو مش واخد باله إن فيه قوات جيش و مدرعات جيش واقفة ساده الشارع خالص، الضابط شاور بإيده محدش يقرب، ففي البداية يعني أنت حتشاور بإيدك حنقف يعني أكيد لأ، ففي التدافع بدأ يضرب ضغط على زناد الجرینوف طلاقات صوتها عالي جداً، رصاص متتالي محدش عارف طبعاً إحنا بنشوف اللي جنبى بيوقع، و اللي قدامى بيوقع، و اللي ورايا بيوقع.

معتصم (مهندس ٣): كل ما قوات تتقدم الحداشر دور مطر مولوتوف على المدرعة تقوم ترجع، فضلنا كده لحد الساعة واحدة فترة الهدنة. معتصم (طالب ٤): حسينا إن هو كده خلاص زي بالضبط مجزرة الحرس الجمهوري أو مجزرة المنصة، خلاص الموضوع بيتفك و حفضل إحنا نرجع للاعتصام تاني و هم خلاص، حتبندى القوات تتحرك و تمشي على قد الجثث اللي وقعت دي. معتصم (مهندس ١): أظن تبع تفسيرى إن هو خفف الضرب جوه عشان يركز بره، خصوصاً إن الشرطة فعلاً كانت مضغوطة جداً، و إنه لو مكنتش قوات الجيش موجودة مكنتش عرفت تفض. كان ضغط المسيرات على الميدان من كل حته، و مسيرات أحجامها كبيرة جداً، و أعدادها كبيرة جداً. كانت مسيرة رمسيس على كوبري ٦ أكتوبر ضخمة جداً، ضربها هو بالطيارات، و مسيرة ميدان الساعة في مدينة نصر ناحية شارع النصر، و مسيرة نوري خطاب اللي كنت فيها دي.

معتصم (طالب ١): فيه لمحة تفاؤل إن هو خلاص إحنا كده أبطال، إحنا صديناهم حوالي أربع ساعات خمس ساعات صد واقفين قدام نار فيه ناس بنموت حواليك، فقلنا خلاص دي النهاية إن هم خلاص كده حيتراجعوا مش عارفين يخشوا. معتصم (طالب ٢): معظم اللي كانوا في رابعة كانوا صايمين الأيام البيض بتاعت ٦ من شوال، كذا واحد يطلع يقول يا ابني افطروا، مكنش فيه حد راضي يفطر خالص، كل واحد كان متخيل إنه خلاص حيموت شهيد و نفسه يقابل ربنا و هو صايم. معتصم (مهندس ٢): بدؤا يضربوا علينا قنابل مسيلة للدموع في العمارة من تحت بكمية غريبة جداً، و الغاز المستخدم كان أول مره نشمه، إحنا شميننا غاز قبل كده بس ده كان مختلف تماماً عن الغاز اللي إحنا شمينناه قبل كده، كان بيخش بيعمل اختناق على طول.

معتصم (مهندس ٣): سامع صوت طيارات بتحوم فوق، و شايف شباب بيحذفوا ملوتوف من فوق، أنا مش شايف الأدوار العالية إنما شايف الولعة قنابل بتنزّل تشتعل، مدرعات الشرطة والكساحة اللي بتيجي تخش ١٠ متر بتترجع عشرين متر من الخوف. شايف عمارة المنايفة الدور الأرضي فيه مصابين كثير جداً، و فيه جرحى كثير جداً، و كان فيه ناس بتعالج؛ يعني الحالة كده عشوائية. معتصم (طالب ٤): حتى في الهجوم الثاني برضه مفيش دخول، برضه فضلت القوات متبهلة من ناحية العمارة بتاعت المنايفة بأقل حاجة الطوب. معتصم (مهندس ١): الجنود نزلوا بيأمنهم الطيارة و القناصة، و اقتحموا العمارة من تحت على رجليهم. معتصم (مهندس ٢): كان فيه حل جه بقى قصادنا، إن عمارة المنايفة دي

ليها ثلاثة أوجه كل وجه فيه سقالة خشب، فلقينا إن بعض الشباب ابتدوا ينزلوا من على السقالة دي، السقالة دي في الواجهة الأخرى؛ يعني الواجهة البعيدة عن الضرب شويه، مكانوش هم لسه دخلوا شارع المنايفة لحد آخره.

شاهد عيان (١): في الوقت ده كانت القوات طلعت، فجه ضابط و رفع السلاح و قال **اوعى حد يتحرك كله يرفع إيد، قاتله على فكره** إحنا مش معانا حاجه، **قال اتفضلوا انزلوا تحت مش حنعمل فيكم حاجه**، قاتله مش حتعمل فينا حاجه خلاص سيب الناس تنط بقي، قال لأ إحنا عندنا أوامر اللي حينط حنضريه بالنار. **معتصم (مهندس ٣):** معظم الشباب بقي اتربطوا، المشهد ده بقي قدامي، نايمين على بطنهم كده، و الضابط بقي ماشي يتمشى على ظهرهم، شويه بقي رجله تخبط في راس واحد فيكسر سنته، معظمهم مكسور سنته الأولانية عشان الحركة دي. **معتصم (مهندس ١):** ده المشهد تقريباً بقي اللي هو استمر لمدة ساعتين أو ثلاثة، المعتقلين استنوا على نفس وضعهم، **بدأ بقي يمشي في الستات واحدة واحدة**، و بدأ يمشي في المعتقلين اللي ملهمش مكان يركبوا. **معتصم (طالب ١):** فضلت في مكاني مفيش مياة خالص، بنزف كثير جداً، ابتديت أحس إنني عطشان عايز أشرب مياة، فلمحت واحد من أفراد الأمن اللي واقفين ماسك قزازة و بيغسل بيها يديه، قاتله بعد إندك مياة أشرب عشان خاطرنا خلاص الواحد نفسه بيضيع، فلقبته جاي عليا و واقف فوقي و بينقط المياة فنزلت على مناخيري فلقبت المياة ريحتها خل، فرجعت وشي تاني في الأرض، وطبعاً هو بعلو صوته ما تشرب، اشرب يا ابن كذا، مش عايزين تشربوا مياة أهية و لا انتم مش عاجبكم ومش عارف إيه يا ولاد كذا.

معتصم (مدرس): ركينا أي عربية من العربيات اللي ممكن تودينا رمسيس، كان فيها ثلاثة كل ملابسهم دم كنت أنا واحد منهم، و بقية العربية نساء منتقبات و أطفال خارجين من رابعة في حالة هستيريا، كله ساكت و عمال يبص للسماء، حنعدني في الطريق على أربع أو خمس لجان السواق راح مشغل تسلم الأيدي، **مش مشغلها عشان يخضع للجان مشغلها عشان مقتنع بيها**، أنا بقوله بطلها، **قالي هو انت منهم**، قاتله أبوه، **قالي بس حشغلها عنداً فيك**.

و بتحليل المعنى التضميني للفيديو، نجده يتكون من مشاهد حقيقية لفض اعتصام رابعة العذوية، إضافة لمشاهد تمثيلية قامت بها الجماعة لشرح الفض من وجهة نظرها، و مشاهد بالجرافيك، و مشاهد تعتمد على روايات المعتصمين. اقتصرت اللقطات الكبيرة جداً و اللقطات الكبيرة على مشاهد عامة للقاهرة، و مشاهد فض الاعتصام؛ لإدخال المتلقين في أجواء يوم الفض و ما حدث فيه. أما اللقطات المتوسطة الكبيرة، و المتوسطة، و القريبة، فكانت في المشاهد التي يروي فيها المعتصمون شهاداتهم، و نلاحظ تنوعاً في أنواع اللقطات، و لكنها كانت على الرغم من ذلك متقاربة في الحجم؛ و ذلك دفعاً للملل مع تكرار الشخصيات التي يحكي كل واحد منها جزءاً من القصة. كما تم الاعتماد على موسيقا مؤثرة؛ لإحداث الأثر النفسي المطلوب و هو التعاطف مع المعتصمين، وأدى مزجها بالمؤثرات الصوتية و المرئية إلى تدعيم تأثيرها. و لكن ما يلفت الانتباه و يقطع التعاطف و التأثير هو الشهادات التي أدلى بها المعتصمون؛ حيث أقرروا بمقاومتهم لقوات الشرطة والجيش، و رفضهم لفض اعتصامهم، و استخدام المولوتوف و الحجارة لصد المدرعات؛ مما يدل على عدم سلميتهم كما يدعون؛ حيث يقرون بوضع خطط تعوق عمل قوات الجيش و الشرطة.

ادعت جماعة الإخوان في حملتها اعتداء قوات الشرطة و الجيش على النساء و الأطفال، وتعاملهم السيء مع المعتصمين فيما يرقى لدرجة المذبحة، و في شهاداتهم ما يدل على قيام قوات الشرطة و الجيش بإنفاذ القانون بالشكل المتعارف عليه. أيضاً، ادعت الجماعة بأن اعتصامها هو تعبير عن رأي كل الشعب المصري الذي يرفضه العسكريون و يسعون لدحض العملية الديمقراطية برمتها، و لكن اتضح من خلال شهادتهم الموقف المضاد الذي اتخذه الشعب المصري منهم و من اعتصامهم.

تحمل بعض الأحداث التي يقوم المعتصمون بسردها تناقضاً و عدم معقولية؛ مثل سير الضابط على ظهور المعتصمين و كسر أسنانهم، و رفض أحد الجنود إعطاء ماء لمعتصم و جعل بعض النقاط تتسرب على وجهه لتعذيبه، في حين أقر أحد المعتصمين بأن الضابط تعامل معهم بشكل حسن. كما يتضح سيطرة أيديولوجية الجماعة بشكل كبير على تفكير المعتصمين؛ حيث رفضوا الإفطار في صيام التطوع رغبة في الشهادة و ملاقاته الله تعالى على صيام و كأنهم يحاربون جيش العدو؛ و قد أدت تلك الفتاعات للتعامل العنيف مع قوات الفض و إنهاكها لساعات طويلة. هذا بالإضافة لاستخدامهم كلمات مثل **مذبحة** و **مجزرة** لتوصيف فض الاعتصام و ما سبقه من أحداث؛ لتثبيت صورة ذهنية عن معاناة الجماعة، و اضهادها، و مظلوميتها، و التي تشاركتها معهم قناة الجزيرة في تعليقها على الفيديو، فضلاً عن وصفها ثورة ٣٠ يونيو بالانقلاب. و بذلك، أدت كثرة التناقضات في شهادات المعتصمين، و اعترافهم بعدم سلميتهم و مقاومتهم لقوات إنفاذ القانون؛ إلى إضعاف تأثير كل ما حشدوه من مشاهد و مؤثرات سمعية و بصرية لإثارة تعاطف الجمهور المستهدف، أو تأجيج مشاعر الغضب ضد الجيش و الشرطة. و لم يتم استخدام أي ترجمة باللغة الإنجليزية؛ مما يدل على عدم توجيه هذا الطرح للعالم الخارجي، خاصة مع اعترافهم باستخدام العنف.

من خلال التحليل السابق لملفات الفيديو، نجدتها تحتوي على مشاهد مؤلمة لجنث المعتصمين، و جنازاتهم، و بكاء ذويهم؛ مما يؤدي بالطبع للتعاطف معهم، و الغضب على الدولة، و هو الهدف الأساسي من الحملة. و لكن تضع الجماعة فيلماً وثنائياً ينسف ادعاءاتها بسلمية المعتصمين؛ عن طريق اعترافهم بمقاومة قوات فض الاعتصام بالموتوف. و لكن مبررهم في ذلك الرغبة في قيام الدولة الإسلامية، و لكون الفيديو موجه باللغة العربية، فلا ضير من الاعتراف بالحقيقة.

بناءً على التحليلات السابقة، نضيف بعداً جديداً، و هو اتسام الجماعة بالعنف، على عكس السلمية التي يدعونها في اعتصامهم؛ حيث ذكرت ردود الفعل العنيفة للمرة الأولى. و يتفق هذا الطرح مع ما توصلت له دراسة **عبد الجواد يسن (٢٠٢٠)** بأن العنف كامن في صلب البنية الاعتقادية للجماعة كما ورثتها ليعبر عن نفسه بشكل سافر عند انسداد الأفق السياسي. و أشارت دراسة **عادل خضر (٢٠١٨)** إلى صدور تعليمات من قيادات الإخوان لأعضاء الجماعة و أنصارهم من الجماعات الإسلامية بعد فض اعتصامي رابعة و النهضة بتنفيذ خطة (حرق مصر)؛ و جزء منها تنظيم المسيرات اليومية بالقاهرة و المحافظات. كما بينت دراسة **ستيفين بروك (٢٠١٥)** إن ما حدث بعد ٣ يوليو ٢٠١٣ شكل ضربة هائلة لجماعة الإخوان المسلمين؛ و نتيجة لذلك لجأوا لاستخدام العنف. وأكدت دراسة **فيروز عبد**

العزیز (٢٠١٤) على إن المعتصمين في رابعة يؤمنون بأن عليهم حمل السلاح في وجه الدولة الكافرة حتى ينتصروا أو ينالوا الشهادة، و بأن الاعتصام كان يحوي أسلحة متنوعة؛ كالخرطوش، و الكلاشينكوف، و الأسلحة البيضاء، كما كانت الخيام تحوي أدوات للتعذيب. و أشارت دراسة أندريا جوزمان (٢٠١٢) بأن للجماعة تاريخ يتسم بالعنف، كما توصلت دراسة بشار حسن يوسف و وجيه عفتو علي (٢٠١١) إلى أن جماعة الإخوان المسلمين قائمة على تكريس مبدأ العنف السياسي في إطار الجماعة الإسلامية المعاصرة، بل و إعطائها شكلاً تنظيمياً أو مؤسسياً من خلال النظام الخاص.

٤- التحليل السيموطيقي للإنفوجرافيك على صفحة شبكة رصد Rassd على موقع فيسبوك Facebook:

تم استخدم نفس الإنفوجرافيك الثابت الخاص بعربة ترحيلات أبو زعل التي سبق تحليلها في صفحة فيسبوك، و لكن مع استبدال كلمة فاجعة بمذبحة، و تم تسميتها (مذبحة أبو زعل). و كانت الـ (٢٣) إنفوجرافيك باللغة العربية فقط.

ج- تحليل المواد الدعائية للحملة على صفحة تويتر Twiteer (قصة رابعة):

تحتوي الصفحة على (٥١٧) تغريدة، و (٢١) صورة، و ثماني ملفات فيديو، و أربعة ملفات إنفوجرافيك متحركة، نقوم بتحليلها على النحو التالي:

١- تحليل مضمون تغريدات صفحة تويتر Twiteer (قصة رابعة):

تتضمن صفحة قصة رابعة على تويتر (٥١٧) تغريدة، و تنوعت الموضوعات التي تمت مناقشتها في التغريدات، و كان على رأسها دعوة العالم الخارجي للتعاطف مع المعتصمين بنسبة ١٠,٨٢%، يليه إظهار شعار الحملة المرئي و المكتوب بنسبة ١٠,٥٣%، ثم إبراز أحداث فض الاعتصام بنسبة ١٠,٠٢%، ثم إظهار قوات الشرطة و الجيش بمظهر مرتكبي المذابح الدموية بنسبة ٩,٦٥%، يلي ذلك إظهار تضامن أفراد من جنسيات متعددة مع الاعتصام و موقف المعتصمين بنسبة ٨,٢٠%، يليه وصف فض الاعتصام بالمذبحة بنسبة ٧,٨٤%، يليه حث الجمهور على المشاركة في فعاليات حملة دعم الاعتصام إلكترونياً و على الأرض بنسبة ٥,٧٣%، ثم عرض عمليات عنف ضد المعتصمين بنسبة ٥,٢٢%، يليه التركيز على المساجين من أعضاء الجماعة و وصفهم بالمعتقلين بنسبة ٤,٢١%، يليه عرض فعاليات دعم الاعتصام و شرح أحداث فضه في دول العالم المختلفة بنسبة ٣,٨٤%، ثم التذكير المستمر بذكرى فض الاعتصام بنسبة ٣,٥٥%، ثم عرض كلمات لمسؤولين منظمات المجتمع المدني الأجنبية لدعم الاعتصام بنسبة ٢,٣٩%، يلي ذلك الاستقواء بمنظمات المجتمع المدني الدولية بنسبة ١,٨١%، يليه عرض بيانات عن المعتصمين (نوعهم، أعمارهم، مؤهلاتهم الدراسية، مهنتهم) بنسبة ١,٦٧%، ثم عرض يوميات الاعتصام و فعالياته بنسبة ١,٥٩%، ثم حث الجمهور على الإيمان و دعم أفكار حملة (قصة رابعة) بنسبة ١,٤٥%، يلي ذلك إظهار المعتصمين بصورة سلمية بنسبة ١,٢٣%، يليه عرض كلمات و شهادات المعتصمين عن أحداث فض الاعتصام، و استخدام كلمات الدبلوماسيين الأجانب لدعم الاعتصام، و توجيه الجمهور لمتابعة الحملة عبر وسائل التواصل الاجتماعي و المنصات المختلفة بنسبة ١,٠٨%، ثم عرض عمليات عنف ضد الأطفال على وجه الخصوص بنسبة ٠,٩٤%، ثم إظهار تضامن الشعب المصري مع المعتصمين بنسبة ٠,٦٥%، يلي ذلك توجيه الشكر لداعمي قضية الاعتصام بنسبة ٠,٥٠%،

يليه إظهار انتشار وسم (هاشتاج #) الحملة على مستوى العالم بنسبة ٤٣,٠%، ثم لقاء مع مجموعة مؤسسة قصة رابعة في الأمم المتحدة بنسبة ٣٦,٠%، ثم كلمة Rabbii Cohen عضو المجمع الديني الإسرائيلي في واشنطن و الذي يصلي لقتلى رابعة طبقاً للديانة اليهودية بنسبة ٢٩,٠%، يلي ذلك إظهار المعتصمين أنفسهم بمظهر المدافعين عن الديمقراطية و عملياتها الانتخابية، و اعتبار مناهضة الاعتصام و تأييد فضه ضد الديمقراطية، و وصف الأحداث التي سبقت فض الاعتصام بالمذابح (كمذبحة الساجدين... الخ)، و عرض لأعداد قتلى الاعتصام و نوعهم، و أعمارهم، و مؤهلاتهم الدراسية، و مهتهم، و وصف قتلى الاعتصام بالشهداء، و إعلام الجمهور بأن مؤسسة قصة رابعة أنشأت أرشيفاً لملفات فيديو فض الاعتصام متاح على موقع المؤسسة، و صلاة في إحدى كنائس واشنطن لقتلى رابعة بنسبة ٢١,٠%، يليه اعتبار الاعتصام أحد أشكال التعبير عن الرأي، و الاستقواء بمواقف بعض رؤساء الدول (مثل التركي رجب طيب أردوغان)، و إظهار العمل على توثيق أحداث فض اعتصامي رابعة و النهضة، و إبراز سجن صحافي قناة الجزيرة، و مهاجمة نظام الرئيس السيسي باعتباره نظاماً دموياً، و عرض صورة لنافورة في المعادي تتدفق منها المياه حمراء اللون؛ نتيجة تدخل بعض النشطاء لإحياء ذكرى فض الاعتصام بنسبة ١٤,٠%، و أخيراً مقارنة أحداث فض الاعتصام بأحداث فض اعتصامات أخرى على مستوى العالم، و الإعلان عن رغبة مؤسسة قصة رابعة في توظيف رسامين لرسم بورتريهات قتلى الاعتصام، و إظهار كيف نجحت مؤسسة قصة رابعة في إحياء ذكرى الاعتصام، و عرض آليات توثيق أحداث فض الاعتصام التي اتبعتها مؤسسة قصة رابعة، و محاولة إنشاء متحف قصة رابعة، و الاعتراض على تأييد رؤساء دول العالم للرئيس السيسي؛ مثل الرئيس الفرنسي هولاند، و رئيسة وزراء ألمانيا ميركل، و مهاجمة الإعلام المصري و وصفه بأنه إعلام دعائي ضد المذبحة، و إدعاء قتل الصحافيين لإسكات الحقيقة، و تشبيه الرئيس السيسي ببشار الأسد بسبب وجود وفيات ناتجة عن فض الاعتصام، و التأكيد على إن الاعتصام كان من أجل الكرامة، و الحرية، و العيش الكريم، و عرض جرافيك لمتحف قصة رابعة، و يتم إخبار المتابعين بأنه يتم بنائه، و صورة لمبنى متحف قصة رابعة المزعوم، و دعوة للمتابعين لإضافة تعليق ليربح المعلق ألبوم عن المتحف، و دعوة لشراء ألبوم عن الاعتصام إلكترونياً من خلال رابط، و نشطاء يطالبون بالعدالة لقتلى رابعة، و يرى كينيث روث المدير التنفيذي لمراقبة حقوق الإنسان بأن تغيير اسم ميدان رابعة لن يمحي أثر من قتل فيه، و توجه سارة ويلسون كلامها للرئيس الفرنسي هولاند و تلومه على تأييد الرئيس السيسي و إن معنى ذلك التغاضي عن قتلوا في رابعة و منهم نشطاء مراقبة حقوق الإنسان، و تطالب مؤسسة قصة رابعة بمحاسبة من قتل ١٠٠٠ مصري في ١٠ ساعات، و نشطاء مصريون يطالبون بالعدالة من أجل قتلى رابعة، كل ذلك كان بنسبة ٠,٧%.

و قد تنوع **كتاب التغريدات**، فكانوا في الغالب شخصية غير معرفة بنسبة ٧٨,٩١%، بالإضافة إلى تنوع النسب الباقية في نوع الكاتب، و نوع الشخصية؛ فنجد لدينا كتاب من الذكور بنسبة ٥٦,١٧%، و من الإناث بنسبة ٤٣,٨٢%، فضلاً عن تنوع نوع الشخصية؛ فنجدها شخصية عادية بنسبة ١١,٦٠%، تليها شخصية اعتبارية (مؤسسات مجتمع مدني) بنسبة ٣,٤٨%، ثم نجد نشطاء سياسيون و شخصيات سياسية معروفة بنسبة ٣٨,٠%، يلي

ذلك أعضاء بارزون في جماعة الإخوان المسلمين بنسبة ٠,١٩%. كما نجد لدينا شخصيات شخصيات استشهادية أيضاً؛ وكانت غالباً شخصيات سياسية بنسبة ٣,٨٦%، تليها الشخصيات الإعلامية بنسبة ٠,٩٦%، وأخيراً الشخصيات الطبية بنسبة ٠,١٩%.

و كانت التغريدات تخاطب **جمهوراً** عاماً غير محدد بنسبة ١٠٠%، تنوعت جنسياته، ف جاء الجمهور من الدول الأجنبية في المرتبة الأولى بنسبة ٦٧,٥٦%، يليه الجمهور المصري، و الجمهور من الدول العربية بنسبة ١٣,١٠%، ثم الجمع بين الجمهور المصري و الجمهور من دول أخرى بنسبة ٦,٢١%.

أما بالنسبة **لفئة كيف قيل**، فسنجد إن غالبية لغة التغريدات كانت باللغة الإنجليزية فقط بنسبة ٧٧,٧%، ثم باللغة العربية فقط بنسبة ١٥,٠٨%، يلي ذلك التغريدات التي تجمع ما بين اللغتين العربية والإنجليزية بنسبة ٦,١٨%، وأخيراً التغريدات بلغات أجنبية أخرى؛ و كانت الإيطالية والتركية بنسبة ٠,٩٦%. و كان أسلوب كتابة تغريدات اللغة العربية هو اللغة العربية الفصحى بنسبة ٨٤,٦١%، تليها اللغة العربية العامية بنسبة ١٥,٣٨% و تنوع شكل محتوى التغريدات، فكان على رأس محتوى التغريدات نص و صورة و وسم (هاشتاج #) بنسبة ١٦,٦٣%، يليها التغريدة المحتوية على نص و رابط و وسم (هاشتاج #) بنسبة ١٠,٠٥%، يلي ذلك التغريدة المكونة من نص و رابط بنسبة ٥,٩٩%، يليها التغريدة المحتوية على صورة و وسم (هاشتاج #) بنسبة ٣,٨٦%، ثم التغريدة المكونة من نص فقط بنسبة ٣,٠٩%، ثم التغريدة المحتوية على نص و صورة و وسم (هاشتاج #) و رابط بنسبة ٢,٩٠%، يليها التغريدة المكونة من نص و وسم (هاشتاج #) و Mention و صورة بنسبة ٢,٥١%، يلي ذلك التغريدة المحتوية على صورة و وسم (هاشتاج #) و رابط بنسبة ١,٥٤%، يليها التغريدة المحتوية على نص و وسم (هاشتاج #) و Mention بنسبة ١,١٦%، ثم التغريدة المكونة من وسم (هاشتاج #) و رابط بنسبة ٠,٩٦%، ثم التغريدة المكونة من نص و رابط و صورة، و المكونة من نص و وسم (هاشتاج #) و رابط و فيديو بنسبة ٠,٧٧%، يلي ذلك التغريدة المحتوية على نص و Mention و وسم (هاشتاج #) و فيديو و رابط، و التغريدة المحتوية على نص و فيديو و وسم (هاشتاج #) بنسبة ٠,٥٨%، ثم التغريدة المكونة من نص و Mention بنسبة ٠,٣٨%، وأخيراً التغريدة المكونة من نص و صور بنسبة ٠,١٩%. و كانت أهم أدوات تويتر المستخدمة في التغريدات، ال وسم (هاشتاج #) بنسبة ٦٥,٨٦%، يليه الرابط Link بنسبة ١٧,٤%، يلي ذلك RT (المغردون الذين تعاد تغريداتهم) بنسبة ١٢,٨٠%، ثم Mention لشخصيات محددة (تغريدة موجهة) بنسبة ٢,٨%، و أخيراً Mention لمؤسسات محددة (تغريدة موجهة) بنسبة ١,١٣%. و بالنظر إلى الاستمالات المستخدمة في التغريدات، نجد إن أغلبها استمالات عاطفية بنسبة ٦٢,٨٦%، يليها الجمع بين الاستمالات العقلانية و العاطفية بنسبة ٢٨,٢٣%، ثم الاستمالات العقلانية بنسبة ٨,٨٩%. و بالنسبة للنطاق الجغرافي الموجهة له التغريدات، كانت التغريدات موجهة للدول الأجنبية في المقام الأول بنسبة ٦٧,٥٦%، تليها مصر و الدول العربية بنسبة ١٣,١٠%، ثم الجمع بين مصر و دول عربية و أجنبية بنسبة ٦,٢١%.

و بمتابعة أهداف الاتصال المتوخاة من التغريدات، نجد إن على رأسها إثارة رغبة المواطنين في تبني قضية الاعتصام و أهدافه بنسبة ٣٥,٨٩%، يلي ذلك إثارة التعاطف مع اعتصام رابعة العدوية بنسبة ٣١,٢٩%، ثم إثارة غضب المواطنين و مشاعرهم السلبية تجاه الدولة بنسبة ١٦,٨٢%، يليه إثارة حزن المواطنين على ما تعرض له المعتصمون أثناء فض الاعتصام بنسبة ٨,٧٠%، و أخيراً إثارة حماسة المواطنين للمشاركة في فعاليات الاعتصام إلكترونياً و على الأرض بنسبة ٧,٢٨%.

من خلال ما سبق، نجد إن أهم موضوع تمت مناقشته في التغريدات هو دعوة العالم الخارجي للتعاطف مع المعتصمين. و كان معظم كتاب التغريدات شخصية غير معرفة، كما خاطبت تلك التغريدات جمهوراً عاماً غير محدد، خاصة من الدول الأجنبية، باللغة الإنجليزية، أما التغريدات باللغة العربية فكانت في الغالب باللغة العربية الفصحى. كما كانت غالبية التغريدات مكونة من نص و صورة و وسم (هاشتاج #)، و يعتبر الوسم (هاشتاج #) أهم أدوات تويتر المستخدمة فيها، كما إن غالبية استمالاتها كانت عاطفية، و أيضاً كانت التغريدات موجهة للدول الأجنبية في المقام الأول. و نجد إن على رأس أهداف الاتصال المتوخاة من التغريدات، إثارة رغبة المواطنين في تبني قضية الاعتصام. و تتفق هذه النتيجة مع ما ذكرته دراسة عبد الله الرعود (٢٠١٢) من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام المحلي، و الإقليمي، و الدولي. و هذا ما يفسر استخدام اللغة الإنجليزية في مواد الحملة.

٢- التحليل السيموطيقي للصور على صفحة تويتر Twitter (قصة رابعة):

تم رفع (٢١) صورة على الصفحة؛ عبارة عن صورة صفحة شخصية، و صورة غلاف، و (١٩) ملصقات Posters. بالنسبة لصورة الصفحة الشخصية، و الملصقات، فهي ذاتها المرفوعة على صفحة فيسبوك و تم تحليلها سابقاً. أما صورة الغلاف، فتحمل اختلافاً طفيفاً جداً عن صورة الصفحة الشخصية؛ و هو وجود عبارات نصية على يسار الصورة باللغة الإنجليزية هي:

(14-08-13 Raba'a Massacre in Egypt. "The World's Largest Killings of Demonstrators in a Single Day in Recent History" Human Rights Watch. #rememberRABAA. www.rabaastory.net).

و هنا نجد إن المعنى التعييني لصورة الغلاف قد تضمن إضافة للمحتوى، أما بقية العناصر فسيكون لها نفس التحليل الخاص بصورة الصفحة الشخصية. و سوف نضيف إلى المعنى التضميني، إن الاستعانة بعبارة لمنظمة مجتمع مدني أجنبية، و باللغة الإنجليزية؛ يعني الإمعان في استعداد العالم الخارجي على الدولة المصرية، و إثارة غضبه، و لفت انتباهه لما تم تسميته بالمذبحة؛ لاستدرار المزيد من الحزن و العطف على مآل الجماعة و أعضائها، و اعتبار ما حدث مخالف للديمقراطية و حقوق الإنسان. كما أن إضافة الموقع

الإلكتروني للنص يساعد على الدخول على موقع قصة رابعة و مشاهدة المزيد من الصور و ملفات الفيديو؛ لتعميق الأفكار والمشاعر السابقة.

٣- **التحليل السيموطيقي لملفات الفيديو على صفحة تويتر Twiteer (قصة رابعة):** تضمنت صفحة قصة رابعة على تويتر ثماني ملفات فيديو، و هي تكرار للملفات التي سبق تحليلها على صفحة فيسبوك، عدا ملف واحد فقط. و عناوين الملفات المكررة هي: (#rememberRABA'A- A Humanitarian Tragedy), (A Young Girl Seeing her Brother for the Last Time), (Happiness before the MASSACRE!), (Innocent Youth Chanting for Democracy and Freedom), (Raba'a Museum in the Making - #rememberRABA'A), (Raba'a Story& Documentation Methodology), (Wounded and Killed Protesters being Transferred – RABA'A Massacre).

و يتبقى فيديو واحد فقط بعنوان (شاهد مياة نافورة كورنيش المعادي تتحول للون الأحمر). وبالنظر للمعنى التعييني للفيديو، نجد إن مدته الزمنية تبلغ ٨ ثوانٍ فقط، و يتكون من لقطة واحدة هي ذات المدة الزمنية، و نوعها Medium Long، بزواية تصوير مواجهة، مع عدم وجود حركة للكاميرا، و لا مؤثرات مرئية، و كان مكان التصوير خارجياً على كورنيش المعادي، و لم تظهر أية شخصيات، و مضمون الصورة إظهار نافورة مياة تتدفق منها المياة باللون الأحمر، و لا توجد أي موسيقا أو تعليق و حوار، و المؤثرات الصوتية الوحيدة كانت صوت الشارع الطبيعي، و صوت تدفق المياة. و بالنظر إلى المعنى التضميني للفيديو، نجده لقطة قصيرة تظهر تدفق المياة باللون الأحمر من النافورة؛ حزناً على ضحايا فض اعتصام رابعة العدوية في ذكراه الثانية؛ لذا فالمياة بلون دمائهم. وهو أسلوب لتذكير الجمهور بفض الاعتصام، و محاولة استثارة غضبهم على الدولة واستردار عطفهم على المعتصمين.

٤- **التحليل السيموطيقي لإنفوجرافيك صفحة تويتر Twiteer (قصة رابعة):** تحتوي الصفحة على أربعة ملفات إنفوجرافيك متحركة، و هي نفسها السابق تحليلها على صفحة فيسبوك، و كانت تحت العناوين التالية:

(1000+ were Killed in RABA'A Massacre), (Raba'a Massacre - The Story in Brief - #rememberRABA'A), (Raba'a Massacre- in Numbers - #rememberRABA'A), (You are the TEAM! How to Help).

د- **تحليل مواد الحملة على صفحة إنستجرام Instagram (قصة رابعة):** تحتوي الصفحة على (٢٤٢) منشوراً، و (٣٣) ملصقاً، و صورة صفحة شخصية واحدة، و (٦) ملفات فيديو، و (١٢) صورة إنفوجرافيك، سنقوم بتحليلها على النحو التالي:
١- تحليل مضمون منشورات صفحة إنستجرام Instagram (قصة رابعة):

تتضمن صفحة قصة رابعة على انستجرام عدد (٢٤٢) منشوراً، و كان على رأس **الموضوعات** التي ناقشتها المنشورات إظهار شعار الحملة المرئي و المكتوب بنسبة ٢٤,٨٩%، يليه وصف فض الاعتصام بالمذبحة بنسبة ٢٠,١٢%، يلي ذلك دعوة العالم الخارجي للتعاطف مع المعتصمين بنسبة ٩,٩٥%، ثم إظهار تضامن أفراد من جنسيات متعددة مع الاعتصام و موقف المعتصمين بنسبة ٩,٥٢%، ثم حث الجمهور على المشاركة في فعاليات حملة دعم الاعتصام إلكترونياً و على الأرض بنسبة ٨,٧٦%، يليه عرض فعاليات دعم الاعتصام و شرح أحداث فضه في دول العالم المختلفة بنسبة ٧,٠٣%، يلي ذلك إبراز أحداث فض الاعتصام بنسبة ٤,٣٢%، ثم حث الجمهور على الإيمان و دعم أفكار حملة (قصة رابعة) بنسبة ٢,٣٨%، ثم إظهار قوات الشرطة و الجيش بمظهر مرتكبي المذابح الدموية بنسبة ٢,٢٧%، يلي ذلك عرض بيانات عن المعتصمين (نوعهم، أعمارهم، مؤهلاتهم الدراسية، مهنتهم) بنسبة ٢,١٦%، يليه التذكير المستمر بذكرى فض الاعتصام بنسبة ٢,٠٥%، ثم عرض عمليات عنف ضد المعتصمين بنسبة ١,١٩%، ثم عرض يوميات الاعتصام وفعالياته بنسبة ٠,٨٦%، يلي ذلك التركيز على المساجين من أعضاء الجماعة و وصفهم بالمعتقلين بنسبة ٠,٦٤%، يليه الاستقواء بمنظمات المجتمع المدني الدولية بنسبة ٠,٥٤%، يلي ذلك إظهار المعتصمين بصورة سلمية، و عرض لأعداد قتلى الاعتصام و نوعهم، و أعمارهم، و مؤهلاتهم الدراسية، و مهنتهم بنسبة ٠,٣٢%، ثم وصف قتلى الاعتصام بالشهداء، و إظهار انتشار وسم (هاشتاج #) الحملة على مستوى العالم، و توجيه الشكر لداعمي قضية الاعتصام، عرض لموقع اعتصامي رابعة و النهضة، و عرض صور جرافيك لمتحف رابعة التذكاري بنسبة ٠,٢١%، و أخيراً اعتبار مناهضة الاعتصام و تأييد فضه ضد الديمقراطية، و اعتبار الاعتصام وسيلة لحماية هوية مصر الإسلامية، و وصف الأحداث التي سبقت فض الاعتصام بالمذابح (كمذبحة الساجدين... الخ)، و عرض كلمات و شهادات المعتصمين عن أحداث فض الاعتصام، و عرض كلمات لمسؤولين منظمات المجتمع المدني الأجنبية لدعم الاعتصام، و إظهار المعتصمين أنفسهم بمظهر المضطهدين في بلادهم، و توجيه الجمهور لمتابعة الحملة عبر وسائل التواصل الاجتماعي و المنصات المختلفة، و واقعة غرق الطفل السوري إيلان كردي، و إنه كان يبحث في أوروبا عن الحرية و الأمان، و إنه أغرق معه العالم الصامت عن الديكتاتوريات المستبدة التي تقتل شعوبها بدم بارد، و طلب مؤسسة قصة رابعة التعاون معها عن طريق الإدلاء بالشهادة، أو بمواد فيلمية مصورة؛ لتوثيق فض الاعتصام، و عرض للقوات و الأسلحة المستخدمة في فض الاعتصام، و عرض للتوزيع الجغرافي لقتلى اعتصامي رابعة و النهضة، و عرض لأعداد القتلى في الاعتصام، و Suzan Johnson Cook السفيرة السابقة لمجلس حقوق الإنسان في الأمم المتحدة تصلي صلاة تأبين في كنيسة المسيح في نيويورك من أجل قتلى الاعتصام، و اجتماع مع مسؤولي حقوق الإنسان بالأمم المتحدة لعرض قضية الاعتصام، و وضع رابط لايف و طلب دعم وسم الحملة #Remember Rabaa بنسبة ١٠%.

و كان غالبية **كاتبى المنشورات** شخصيات غير معرفة بنسبة ٩٧,٩٣%، أما النسبة الباقية فتراوحت من حيث **النوع** بين ٨٠% من الذكور، و ٢٠% من الإناث. و من حيث **نوع الشخصية**، نجد إنه بخلاف الشخصيات غير المعرفة، هناك شخصيات عادية و نشطاء

سياسيين بنسبة ٨٢٪، ثم شخصيات سياسية بنسبة ٤١٪. أما الجمهور الموجهة له المنشورات، فكان جمهوراً عاماً غير محدد بنسبة ١٠٠٪، و بالنسبة لجنسيته، كان جمهور من الدول الأجنبية بنسبة ٦٠,٧٪، ثم الجمهور المصري و الجمهور من دول أخرى بنسبة ٣٩,٢٪. و بالنظر إلى فئة كيف قيل، نجد إن غالبية لغة المنشورات تجمع ما بين اللغتين العربية والإنجليزية بنسبة ٦٠,٧٪، ثم المنشورات باللغة الإنجليزية فقط بنسبة ٣٩,٢٪. أما بالنسبة لأسلوب كتابة المنشورات، كان المنشور الذي يحتوي على نص و صورة و وسم (هاشتاج #) متصداً بنسبة ٦٠,٣٪، يليه المنشور المكون من صورة و وسم (هاشتاج #) بنسبة ٣٩,٢٪، ثم المنشور المحتوي على نص و فيديو و وسم (هاشتاج #) و Mention بنسبة ٤١٪. و كان على رأس أدوات الانستجرام المستخدمة في المنشورات، استخدام الوسم (هاشتاج #) بنسبة ٧٩,٦٪، يليه المشاركة Send بنسبة ١٩,٧٪، ثم Mention لشخصيات محددة (منشور موجه) بنسبة ٦٥٪. و فيما يتعلق بالاستمالات التي تتضمنها المنشورات، كانت غالبيتها استمالات عاطفية بنسبة ٧٦,٨٪، يليه الجمع بين الاستمالات العقلانية و العاطفية بنسبة ٢٠,٦٪، ثم الاستمالات عقلانية بنسبة ٢,٤٪. و فيما يتعلق بالنطاق الجغرافي الموجهة له المنشورات، كانت غالبيتها موجهة لدول أجنبية بنسبة ٦٠,٧٪، ثم الجمع بين مصر و دول عربية و أجنبية بنسبة ٣٩,٢٪.

و بالنسبة لأهداف الاتصال المتوخاة من المنشورات، جاء إثارة رغبة المواطنين في تبني قضية الاعتصام و أهدافه في صدارة الأهداف بنسبة ٣٩,٦٪، يليه إثارة التعاطف مع اعتصام رابعة العدوية بنسبة ٣٨,٣٪، يلي ذلك إثارة حماسة المواطنين للمشاركة في فعاليات الاعتصام إلكترونياً و على الأرض بنسبة ١٢,٦٪، ثم إثارة غضب المواطنين و مشاعرهم السلبية تجاه الدولة بنسبة ٦,٨٪، و أخيراً إثارة حزن المواطنين على ما تعرض له المعتصمون أثناء فض الاعتصام بنسبة ٢,٤٪.

تأسيساً على ما سبق، كان أهم موضوع ناقشته المنشورات إظهار شعار الحملة المرئي و المكتوب، و كان غالبية كاتب المنشورات شخصيات غير معرفة، يليهم شخصيات عادية و نشطاء سياسيين، غالبيتهم من الذكور. و خاطبت المنشورات جمهوراً عاماً غير محدد، خاصة من الدول الأجنبية. و جمعت المنشورات ما بين اللغتين العربية و الإنجليزية، و احتوت على نص و صورة و وسم (هاشتاج #)، كما إن غالبية استمالاتها كانت عاطفية، و أيضاً كانت التغريدات موجهة للدول الأجنبية في المقام الأول. و نجد إن على رأس أهداف الاتصال المتوخاة من المنشورات إثارة رغبة المواطنين في تبني قضية الاعتصام و أهدافه. و تتفق هذه النتيجة مع ما ذكرته دراسة عبد الله الرعود (٢٠١٢) من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام المحلي، و الإقليمي، و الدولي. و هذا ما يفسر استخدام اللغة الإنجليزية في مواد الحملة.

٢- التحليل السيمويطي للصور على صفحة انستجرام Instagram (قصة رابعة):

تم رفع صورة صفحة شخصية واحدة، و (٣٣) ملصقاً. صورة الصفحة الشخصية هي ذاتها السابق تحليلها على صفحة فيسبوك، أما الملصقات فهي ذاتها السابق تحليلها على

صفحة فيسبوك أيضاً، مع زيادة (٦) ملصقات لصور قتلى الاعتصام؛ مما يجعلها تدخل في نطاق نفس التحليل؛ لأنها تحمل نفس التصميم، مع اختلاف الأسماء.

٣- التحليل السيموطيقي لملفات الفيديو على صفحة انستجرام Instagram (قصة رابعة):
تم رفع (٦) ملفات فيديو للحملة على الصفحة، أربعة منها جزء من مجموعة الفيديوهات القصيرة السابق تحليلها على صفحة فيسبوك تحت العناوين التالية:

(Ultimate Shock a Mother Witnessing the Massacre Screaming he must be Bashaar رابعة في مذبحه رابعة (Disturbing Reality Man almost Gets Shot During the Raba'a Massacre)؛ (A Young Girl Seeing her Brother for the Last Time!)؛ (Wounded and Killed Protesters being Transferred – RABA'A Massacre).

أما ملفا الفيديو المتبقيان كانا تحت عنوان واحد متكرر هو (مذبحه رابعة Raba'a Massacre)، عن أحداث فض الاعتصام. وبالنظر للمعنى التعييني للفيديو الأول، نجد إن مدته الزمنية قد بلغت ١٤:٠٠ ثانية، مدة اللقطة الأولى ٣ ثواني، و الثانية ٩ ثوانٍ، و الباقي للشعار. و تم استخدام نوع اللقطة المتوسطة Medium Shot، و زاوية تصوير مواجهة، مع عدم وجود حركة للكاميرا، أو مؤثرات مرئية، و المكان داخل مسجد، و الشخصيات لامرأتين كانتا تبكيان قائلتين حسبنا الله و نعم الوكيل، بدون موسيقا، أو مؤثرات مرئية. و بذلك، نصل للمعنى التضميني للفيديو، والذي يتركزه في لقطات متوسطة على ألم، و بكاء، و دعاء النساء؛ يثير الشعور بالألم، و التعاطف مع موقفهما، و الإيمان بتضحياتهما، ثم الحنق على الدولة التي قامت بفض الاعتصام، أو الحنق على طريقة فضه.

و يسير الفيديو الثاني في نفس الاتجاه، فبدراسة معناه التعييني، نجد إن مدته الزمنية قد بلغت ١٤:٠٠ ثانية أيضاً، و يتكون من ثلاثة لقطات تبلغ المدة الزمنية لكل منها ٣ ثوانٍ و باقي المدة للشعار، و جميعها من نوع اللقطات المتوسطة Medium Shot، بزاوية تصوير مواجهة، و بدون حركة للكاميرا، أو مؤثرات مرئية، في مكان خارجي هو ميدان رابعة العدوية، و الشخصيات لرجال يحملون جرحى من الرجال و يركضون بهم، و بدون موسيقا، أو تعليق أو حوار، أو مؤثرات مرئية. و بدراسة معناه التضميني، نجده يحمل نفس هدف الفيديو السابق، فبالتركيز على اللقطات المتوسطة للجرحى أثناء فض الاعتصام، بدون أي موسيقا أو مؤثرات؛ يضيف على الفيديو مصداقية و واقعية للحدث، و يثير التعاطف مع المعتصمين، و الحنق على الدولة التي فضت الاعتصام بقوة و عنف. و هنا، نجد تكراراً لنفس أسلوب إثارة التعاطف مع المعتصمين، و الحنق على الدولة؛ ببكاء النساء، و الركض بالجرحى أثناء فض الاعتصام.

٤- التحليل السيموطيقي للإنفوجرافيك على صفحة إنستجرام Instagram (قصة رابعة):

تم رفع (١٢) صورة إنفوجرافيك على صفحة الحملة على إنستجرام، (٧) منها (لفاعجة أبو زعل) و التي سبق تحليلها على صفحة فيسبوك، بالإضافة إلى (٥) صور إنفوجرافيك جديدة، من إنتاج مؤسسة قصة رابعة.

يحمل الإنفوجرافيك الأول عنوان (أعداد ضحايا مذبحتي رابعة العدوية و النهضة)، و بدراسة معناه التعييني، نجد إن محتواه عبارة عن توضيح لأسلوب الفض من حيث أعداد القتلى؛ لذا يتكون الإنفوجرافيك من مجموعة من الأرقام، مفادها: يزيد عدد الضحايا عن ١١٠٤ ضحية؛ ٨٦٨ تم توثيقهم داخل ميداني رابعة العدوية و النهضة، ١٩٩ تم توثيقهم خارج ميداني رابعة العدوية و النهضة في نفس اليوم، ٣٧ مازالوا مفقودين، و عدد غير معروف تم نقلهم إلى المستشفيات و دفنوا دون توثيق. و نوعه ثابت رأسي. بالنسبة لتصميمه، نجد إن نوع التصميم جدول، و شكله بسيط، وسماته إن نسبة الطول إلى العرض متناسبة، و موقع النص فيه في منتصف الإنفوجرافيك. أما النص المستخدم فيه، فخطه كان بسيطاً و مقروءاً، أما حجمه فكان هناك تمييز في أحجام الخطوط بين العناوين الرئيسية و الفرعية، و بين العناوين الرئيسية و المحتوى، و لغته العربية، و يجمع النص بين العبارات النصية و الأرقام، و يركز على فكرة واحدة، بعنوان مميز. و تم استخدام لونان محايدان هما الأسود و الرمادي، و هناك توازن و تباين جيد بين الألوان. أما اللوجو فكان لمؤسسة قصة رابعة و يقع في أقصى يمين الإنفوجرافيك في الأسفل.

بدراسة المعنى التضميني، نجد إن الإنفوجرافيك يعتمد على الأرقام، و قد تم استخدام اللون الأسود في الكتابة ليبدل على الرسمية، و الرمادي في الخلفية ليبدل على الحيادية؛ حتى يصل للمتلقي إحساس الثقة في الأرقام المذكورة عند تعرضه للإنفوجرافيك؛ مما يثير حزنه على المعتصمين، وحنقه على الدولة، و يتبنى وجهة نظر الجماعة في أن الدولة ارتكبت مذبة، و فضت الاعتصام بشكل عنيف. و لم تنس الجماعة ذكر كلمة مذبة كعادتها عند عرض معلومات عن اعتصامها في رابعة و النهضة؛ لما تثيره من أفكار و صور ذهنية لدى المتلقي، تدعم وجهة نظر الجماعة. و على الرغم من صغر خط العبارات النصية، إلا أن كبر حجم الأرقام كان لافتاً للانتباه؛ لأن المطلوب التركيز عليها. و يقع لوجو المؤسسة في مكان يلتقي و عين المتلقي بسهولة؛ مما قد يدفعه للبحث عن المزيد من المعلومات على موقعها.

و يأتي الإنفوجرافيك الثاني ليستكمل البيانات في الإنفوجرافيك الأول بشكل أكثر تفصيلاً، و تم رفعه تحت عنوان (Victims of Raba'a & Al-Nahda Massacre According to their Careers)، و معناه (ضحايا مذبحتي رابعة العدوية و النهضة طبقاً لمهنتهم). و لدراسة معناه التعييني نبدأ بمحتواه، فنجد أنه ينصب على أسلوب الفض أيضاً، و يذكر أعداد القتلى من كل مهنة على النحو التالي: ١١٥ طالباً، ٢٦ طبيباً، ٧ أساتذة جامعيين، ١٠ خطباء، ٤٤ موظفاً حكومياً، ٥٩ مدرساً، ٦٥ مهندساً، ٢٤ محاسباً، ١١

محامياً، ٦ مزارعين، اثنان من العسكريين المتقاعدين، ٥٢ حرفياً، ٣٧ رجل أعمال، و ٨ صحافيين. **نوع الإنفوجرافيك** ثابت رأسي، و **تصميمه** مخطط بياني، و **شكله** بسيط، و **سماته** مميزة؛ حيث نسبة الطول إلى العرض متناسبة، و يتمتع بتركيب بصري نصي؛ حيث يوجد توازن بين المعلومات البصرية و النصية. أما بالنسبة **للنص المستخدم**، فشكل الخط بسيط و مقروء، و هناك تمييز في **أحجام الخطوط** بين العناوين الرئيسية و المحتوى، و بين العنوان الرئيس و الفرعي، و **لغته** الإنجليزية، و يجمع في **نوع النص** بين العبارات النصية، و الأرقام، و يركز على **فكرة** واحدة، و **عنوانه** مميز هو Victims by Career، أو تصنيف الضحايا حسب مهنتهم. تم المزج بين مجموعة من **الألوان**، فتم استخدام الألوان الدافئة كالأصفر والأحمر، و المحايدة؛ كالأسود، و الأبيض، و الرمادي، و بتقييم **الاستخدام الفعال للألوان**، نجد توازناً جيداً بين الألوان. أما الوجود فكان لمؤسسة قصة رابعة في أقصى يسار الإنفوجرافيك في الأسفل.

و بدراسة **المعنى التضميني**، نجد أنفسنا مجدداً أمام مجموعة من الأرقام تصحبها أيقونات ورسومات بيانية. حيث نجد خطأً بيانياً لكل مهنة، بجانبه أيقونة تدل على المهنة، و فوقه اسم المهنة و بجانبها العدد. و قد تنوعت الألوان في هذا التصميم لإضفاء دلالات مختلفة، فالخلفية باللون الرمادي للإيحاء بالحيادية في عرض البيانات، و الخطوط البيانية باللون الأبيض، و كذلك العنوان الرئيس و الفرعي؛ ليرمز لمصداقية البيانات و العبارات المستخدمة، و الأيقونات الدالة على نوع المهنة باللون الأصفر لجذب الانتباه لتنوع المهن، و اسم المهنة باللون الأسود للإيحاء بالرسمية؛ مما يتناسب مع نوع المهن، و أعداد القتلى باللون الأحمر للإيحاء بقوة البيانات. و لم تنس الجماعة أن تؤكد على كلمة **المذبحة** في حملتها كعادتها، فالربط بين مهن المعتصمين، و أعداد القتلى من كل مهنة مع كلمة مذبحة؛ يثير حفيظة المتلقيين، و يوحي لهم بعنف الدولة، و يؤدي إلى تصديق ادعاءات الجماعة بأن الاعتصام مكون من جميع طبقات الشعب المصري المعترض على عزل محمد مرسي أول رئيس مدني منتخب – على حد زعمهم – و بأنهم على قدر كبير من التعليم يؤهلهم للتمييز بين الحقائق و لديهم وعي بمعنى الديمقراطية، و بأنهم من جميع أطياف الشعب؛ و طبقاً لذلك فإنهم سلميون تماماً و تم ذبحهم للانقلاب على الديمقراطية و الحكم الإسلامي، و الرغبة الجامحة في عسكرة الدولة و تحويلها إلى نظام ديكتاتوري علماني يفقدها هويتها الإسلامية. و يؤدي إلى ذلك اللي الجنوح إلى تصديق مزاعم الجماعة، و التعاطف مع المعتصمين، و الغضب من طريقة فض الاعتصام. و لأن الإنفوجرافيك باللغة الإنجليزية؛ فإنه يسعى لإيصال الإيحاءات السابقة إلى العالم الخارجي؛ لخلق رأي عام عالمي موالٍ لمزاعم الجماعة، و مضاد للدولة المصرية. نضيف على ذلك، موقع لوجو مؤسسة قصة رابعة في أقصى يسار الإنفوجرافيك في الأسفل، و هو موقع الحركة المثالية لعين المتلقي؛ التي تنزلق من أقصى يمين أعلى الإنفوجرافيك إلى أقصى يسار أسفله؛ مما يعني وقوعه في دائرة الوعي و التأكيد للمتلقي؛ و يحثه ذلك على البحث عن المزيد من المعلومات على موقع المؤسسة.

و يسير الإنفوجرافيك الثالث في نفس المسار، بإضافة معلومات جديدة عن المناطق الجغرافية أو المحافظات التي ينتمي إليها المعتصمون، و هو بعنوان (**Victims of Raba'a & Al-Nahda Massacre According to their Geographical Location**). و بالنظر لمعناه التعييني نجد محتواه يهتم بأسلوب الفض أيضاً، و يركز على أعداد المعتصمين من كل محافظة على النحو التالي: الوادي الجديد ١، مطروح ١، أسوان ٣، البحر الأحمر ٢، الأقصر ٢، قنا ٧، سوهاج ٣، أسيوط ١، بني سويف ٢٣، المنيا ٥، الفيوم ٣٦، الجيزة ٦٨، شمال سيناء ٣، السويس ١، الاسماعيلية ١٠، بورسعيد ٩، الدقهلية ٥٩، الإسكندرية ٣٢، كفر الشيخ ٣، دمياط ١٩، البحيرة ٣٠، الغربية ٣٣، المنوفية ٦٢، القليوبية ٦٢. **نوع الإنفوجرافيك** ثابت رأسي، و **تصميمه** على هيئة خريطة مصر، و شكله بسيط، وسماته مميزة؛ حيث تتناسب نسبة الطول إلى العرض، و تركيبه البصري و النصي مميز؛ حيث توازن بين المعلومات البصرية و النصية. و بالنسبة للنص المستخدم، شكل الخط فيه بسيط ومقروء، و يميز الإنفوجرافيك في أحجام الخطوط بين العناوين الرئيسية و المحتوى، و لغته الإنجليزية، و يجمع نوع النص بين العبارات النصية و الأرقام، و يعتمد على فكرة واحدة، و عنوانه مميز. و بالنسبة للألوان، فتتوزع بين الألوان الدافئة كالأحمر، و الألوان الباردة كالأخضر، و الألوان المحايدة كالأسود و الأبيض. أما الاستخدام الفعال للألوان فكان جيداً؛ حيث توازن و تباين جيد بين الألوان. و تم استخدام لوجو مؤسسة قصة رابعة، و يقع في أقصى يسار الإنفوجرافيك في الأسفل.

بالنظر إلى المعنى التضميني، نلاحظ الدور الذي تؤديه الألوان في تصميم الإنفوجرافيك، فكانت أرضية خريطة مصر خضراء للدلالة على الأمل و التجدد و الوفرة؛ و هو رمز لوفرة المؤيدين للجماعة، و استمرارهم في دعم القضية، على الرغم من وفاة جزء منهم. و تم عمل رسم بياني على هيئة دوائر حمراء تصغر و تكبر حسب عدد المعتصمين من كل محافظة؛ للدلالة على قوة المعتصمين الذين شدوا الرحال لميدان الاعتصام، و لإيضاح موطنهم الأصلي. و تمت كتابة أسماء المحافظات و الأرقام باللون الأسود الذي يرمز للرسمية و الجدية؛ لإضفاء المعنى الرسمي على أعداد المعتصمين من مختلف المحافظات. أما العنوان فكتب باللون الأبيض؛ للدلالة على مصداقية القضية؛ خاصة مع ذكر كلمة **مذبحة** و التي تلفت الانتباه و تثير الشجون، خاصة مع إضافة الأعداد المنتمية للمحافظات المختلفة لتدعيم فكرة الجماعة بأن الاعتصام ضم الشعب المصري من جميع المحافظات، و لكن الدولة العسكرية تريد الانقلاب على الديمقراطية و ترفض الاعتراف بذلك؛ مما جعلها ترتكب المذابح؛ و النتيجة بالطبع إثارة شفقة المتلقين، و اقتناعهم بالفكرة، و غضبهم على الدولة. و لأن النص باللغة الإنجليزية، فهو موجه للعالم الخارجي لتكوين رأي عام عالمي معادٍ للدولة المصرية و من الممكن أن يدفع لفرض عقوبات عليها كما تأمل الجماعة. و يعتبر موقع لوجو مؤسسة قصة رابعة في أقصى يسار الإنفوجرافيك في الأسفل، موقعاً مثالياً تقع عليه عين المتلقي، و تحفزه على الدخول على موقع المؤسسة للحصول على مزيد من المعلومات عن فض الاعتصام.

يضيف الإنفوجرافيك الرابع المزيد من المعلومات الكمية حول فض اعتصامي رابعة و النهضة، و هو بعنوان (**Forces and Weapons Used During the Raba'a & Al-Nahda Massacre**). و بدراسة **معناه التعييني**، نجد إن محتواه عبارة عن توضيح لأسلوب فض الاعتصام من حيث؛ قوات الفض، و أنواع الأسلحة التي تم استخدامها لفض الاعتصامين. و كانت قوات الفض هي: القوات المسلحة، و الأمن المركزي، و البلطجية المأجورين. أما أنواع الأسلحة فكانت: الكلاشينكوف، و مسدسات الـ ٩ ملم، و مسدسات الـ ٦,٣٥ ملم، و بنادق الجرينوف، و قنابل الغاز المسيل للدموع، و عبوات الدخان، و مدرعات، و دبابات، و طائرات هليكوبتر. **نوع الإنفوجرافيك** ثابت رأسي، و **تصميمه** عبارة عن رسوم توضيحية و علاقات، و **شكله** بسيط، و **سماته** مميزة؛ حيث إن نسبة الطول إلى العرض متناسبة، و **تركيبه البصري النصي** جيد؛ حيث يوجد توازن جيد بين المعلومات البصرية و النصية، و **شكل الخط** بسيط و مقروء، و يميز الإنفوجرافيك في **أحجام الخطوط** بين العناوين الرئيسية و المحتوى، و **لغته** الإنجليزية، و **نوع النص** يتضمن عبارات نصية و أرقام، و يركز على **فكرة** واحدة، مستخدماً **عنواناً** مميزاً. أما **الألوان**، فتم استخدام ألوان محايدة؛ كالأبيض، و الرمادي. إضافة للألوان المعتادة لملابس الجيش و الشرطة الرسمية، و لأحد من يسمونهم بالبلطجية أيضاً، و كان استخدام **الألوان فعالاً**؛ حيث يوجد توازن و تباين جيد بين الألوان. و تم استخدام **لوجو** مؤسسة قصة رابعة، و يقع في أقصى يسار الإنفوجرافيك في الأسفل.

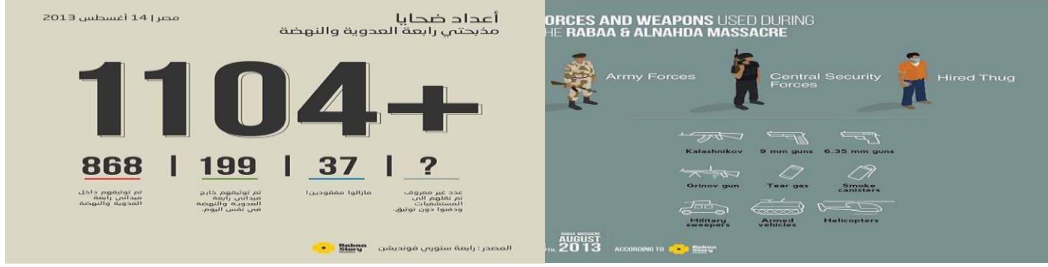
بدراسة **المعنى التضميني** يتضح لنا إن الجماعة تحاول بشتى الطرق إثبات عنف الدولة، و التأكيد على وجهة نظرها بأن فض الاعتصامين كان عبارة عن مذبة تهيأت لها الأسباب، و بأن الدولة لا تكتفي بقواتها النظامية، بل تتصرف بشكل انتقامي عن طريق استخدام المأجورين. و نجد ذكراً لأنواع كثيرة من الأسلحة؛ للتأكيد على النية المبيتة لذبح المعتصمين السلميين رفضاً لرأيهم، و اعتداءً على الديمقراطية، و ترسيخاً لمبدأ ما أسموه بالانقلاب الدموي. و كانت الألوان المستخدمة في الإنفوجرافيك وسيلة لإحداث التأثير النفسي، و الوصول للهدف، فتم استخدام ألوان محايدة؛ الرمادي للخلفية؛ لأنه يوحي بالرسمية، و الأبيض للكتابة؛ لأنه يوحي بالمصداقية، بالإضافة إلى وضع صور توضيحية لقوات الفض بألوان ملابسهم الطبيعية؛ المموه لقوات الجيش، و الأسود لقوات الشرطة، و الألوان العادية للبلطجية المأجورين؛ لإضفاء المصداقية و الوضوح على فكرتهم. و كما ذكرنا سابقاً، تصدرت كلمة **مذبة** عنوان الإنفوجرافيك، و هي كلمة كفيفة بإثارة التعاطف مع المعتصمين، و الغضب على الدولة من طريقة فض الاعتصام. و تم وضع لوجو مؤسسة قصة رابعة في الموقع المعتاد في أقصى يسار الإنفوجرافيك في الأسفل؛ لتقع عليه عين المتلقي؛ مما قد يدفعه للدخول على موقع المؤسسة للحصول على مزيد من المعلومات حول فض الاعتصام. و لا يمكننا إغفال إن لغة الإنفوجرافيك هي اللغة الإنجليزية؛ لتوجيه رسالة حول ما أسموه قضية فض اعتصام رابعة للعالم الخارجي؛ لاستعداءه على الدولة المصرية، و الدفع بتطبيق عقوبات عليها.

يعرض الإنفوجرافيك الخامس بيانات كمية أيضاً عن فض الاعتصامين و لكن من زاوية أخرى، و تم رفعه تحت عنوان (**Raba'a & Al-Nahda Location**). بالنظر **لمعناه**

التعييني، نجد إن محتواه يقع تحت فئة أسلوب الفض، ككل صور الإنفوجرافيك السابقة، حيث يذكر عدد القتلى ونوعهم على النحو التالي: ٨٦٨ ضحية موثقة في ميداني رابعة و النهضة؛ ٨٢٧ من الذكور، ١٢ من الإناث، ٣٠ طفلاً. **نوع الإنفوجرافيك** ثابت رأسي، و تصميمه يتكون من خرائط و مخطط بياني، وشكل التصميم بسيط، و سماته مميزة؛ حيث إن نسبة الطول إلى العرض متناسبة، و تركيبة البصري و النصي مميز؛ حيث يوجد توازن جيد بين المعلومات البصرية و النصية، و يقع الشكل في أعلى الصورة و النص في أسفلها. أما **النص المستخدم** فشكل الخط فيه بسيط و مقروء، و يميز الإنفوجرافيك في أحجام الخطوط بين العناوين الرئيسية و المحتوى، و لغته الإنجليزية، و نوع النص متنوع يجمع بين عبارات نصية و أرقام، و ينصب على فكرة واحدة هي أعداد القتلى في الاعتصامين، و عنوانه عادي. بالنسبة للألوان المستخدمة، تم استخدام الألوان الدافئة كالأحمر والأصفر، و الباردة كالأزرق، و المحايدة كالأبيض، و الأسود، و الرمادي، و التي تم استخدامها بشكل فعال؛ حيث يوجد توازن جيد بينها. و تم استخدام لوجو مؤسسة قصة رابعة، و يقع في أقصى يسار الإنفوجرافيك في الأسفل كما هو معتاد.

و بالنظر للمعنى التضميني، نجد إن الألوان المستخدمة قد أدت دور البطولة في عرض البيانات، و إعطاء إيحاءات تأثيرية معينة، و كذلك حجم الخط، مع تراجع دور العنوان هذه المرة و خلوه من كلمة مذبح التي تم الإفراط في استخدامها في جميع مواد الحملة. فنجد خلفية الإنفوجرافيك باللون الرمادي الذي يرمز للحيادية؛ مما يعكس على الإيحاء بحيادية البيانات المعروضة. و يتكون المخطط البياني الدائري من ثلاث ألوان تقسم حسب عدد القتلى المشار إليهم و نوعهم، فتم استخدام اللون الأزرق للوفيات من الذكور، و هم أكثر عدداً، و يرمز للقوة و الأمان. و تم استخدام اللون الأصفر للإشارة لأعداد وفيات الأطفال، و يرمز لجذب الانتباه و البهجة. كما تم استخدام اللون الأحمر للإشارة إلى الوفيات من الإناث، و هن الأقل عدداً، و يشير إلى الجلال. و مجمل معنى المخطط البياني هو الإيحاء بإجرام قوات الجيش و الشرطة و عنفهم في فض الاعتصامين؛ مما أسفر عن فقد الأسر لرجالها الذين يمثلون مصدر القوة و الأمان لهم. و فقد الأطفال مصدر البهجة، و جذب الانتباه لعدم تحلي قوات الفض بالأخلاق و قتلهم للأطفال العزل. و فقد النساء؛ مما يشير لجلال الموقف؛ كون النساء مصونات لا يجب المساس بهن. و تم استخدام الألوان أيضاً في الخطوط التي كتبت بها العبارات النصية، فكانت أرقام وفيات النساء و الأطفال باللون الأصفر؛ لجذب الانتباه لها، و أرقام وفيات الرجال باللون الأبيض، دليل المصادقية. و أيضاً كُتب العنوان و المحتوى باللون الأبيض؛ للتأكيد على مصادقية البيانات. بالنسبة لحجم الخط، كان كبيراً في العنوان؛ لتمييزه عن باقي المحتوى؛ لذا كتب المحتوى بخط أصغر. و كُتب الرقم الإجمالي لعدد القتلى بخط كبير جداً؛ للفت الانتباه. و كانت هناك خريطتان لميداني رابعة و النهضة في أعلى الإنفوجرافيك، تم رسمهما باللون الأبيض، مع تلوين منطقة الاعتصام و الشوارع التي امتد إليها باللون الأحمر؛ للإشارة إلى قوة الاعتصامين و امتدادهما على مساحات واسعة؛ مما يؤكد على فكرة الجماعة باعتراض جميع فئات الشعب المصري على عزل محمد مرسي، و تمسكها بالشرعية، و تجمعها في هاذين الميدانين. و استخدام اللغة الإنجليزية؛ لإيصال رسالة الحملة للعالم الخارجي، و إقناعهم بها، و استعدادهم على الدولة

المصرية، و إظهارها بمظهر الدولة القمعية الدموية التي تقتل مواطنيها حتى لو كانوا نساءً وأطفالاً. و يستمر وضع لوجو مؤسسة قصة رابعة في أقصى يسار الإنفوجرافيك في الأسفل؛ لدفع المتلقي نتيجة لهذا الموقع المميز للدخول على موقع المؤسسة للحصول على مزيد من المعلومات حول فض الاعتصام.



شكل رقم (٤٩) يبين إنفوجرافيك لحملة قصة رابعة على انتحرام

شكل رقم (٤٨) يبين إنفوجرافيك لحملة قصة رابعة على انتحرام

و من الجدير بالذكر، إنه تم رفع صور الفعالية الإلكترونية التي تعتمد على رفع هاشتاغ [#i_remmember_raba'a](#) أنا أتذكر رابعة على صفحة الإنستجرام، كما تم رفعها سابقاً على صفحة فيسبوك.

بناءً على العرض السابق، نجد تركيزاً على استخدام الأرقام، و ذكر تفاصيل المعتصمين من حيث نوعهم، و أعمارهم، و مهنهم، و المحافظات التي ينتمون إليها، و أيضاً موقع ميداني رابعة والنهضة، و الأسلحة المستخدمة في فض الاعتصامين، و عدد القتلى، و الجرحى، و المفقودين، و المعتقلين. و لإضفاء المصدقية على الأرقام، تم استخدام الألوان المحايدة. كل ذلك من أجل تحقيق هدف الحملة في التعاطف مع المعتصمين و تأجيج الغضب على الدولة؛ خاصة مع تكرار استخدام كلمة مذبحه Massacre، و استخدام اللغة الإنجليزية؛ لتداول قضية الاعتصام؛ و حث الدول والمنظمات الدولية على التحرك ضد الدولة المصرية. و يتفق التحليل السابق مع ما توصلت له دراسة جون هاموند (٢٠١٣) عن حركة (احتلوا وول ستريت Occupy Wall Street) في أمريكا، حيث إن ذكر أرقام المعتقلين و قتلى فض الاعتصام يجعل الاعتصام مرئياً و مسموعاً و في بؤرة الاهتمام؛ و هو ما تسعى الجماعة إليه في الحملة. و يتفق أيضاً مع دراستي ألبرت تشانج (٢٠٠٥) عن اعتصام تيانانمين في الصين، و مكتب المؤسسات الديمقراطية و حقوق الإنسان (٢٠٠٥) عن اعتصام أنديجان في أوزبكستان، من حيث ذكر أعداد القتلى، و الجرحى، و المفقودين؛ ليشكل فض الاعتصامين جرائم ضد الإنسانية؛ و هو ما تسعى حملة (قصة رابعة) لإثباته و تكوين رأي عام عالمي بشأنه. و يترتب عليه الفعل الذي توصلت له دراسة عادل خضر (٢٠١٨)، حيث طالبت الجماعة من أمريكا و الاتحاد الأوروبي التدخل لحمايتهم مما وصفوه باستهداف الأمن لهم. و يعزز هذه النتائج ما توصلت له دراسة عبد الله الرعود (٢٠١٢) من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام المحلي، و الإقليمي، و الدولي. و

هذا ما يفسر استخدام اللغة الإنجليزية في مواد الحملة. و أكدت دراسة أسامة سلام (٢٠٢١) على إن نجاح حملة التسويق السياسي يكون في حالة استخدام اللافتات، و الملصقات، و المطبوعات، يليها مواقع التواصل الاجتماعي، و هو ما استخدمته الحملة بدقة متناهية.

هـ- تحليل المواد الدعائية للحملة على قناة قصة رابعة على موقع يوتيوب:

تضمنت قناة قصة رابعة ثماني ملفات فيديو تم تحليلها مسبقاً، منها ما تم تحليله في الذكرى الأولى لفض اعتصام رابعة العدوية، و منها ما تم تحليله في الذكرى الثانية، و عناوينها كالتالي:

(Rabaa is a Humanitarian Tragedy), (Remember Raba'a a Humanitarian Tragedy), (A Young Girl seeing her Brother for the Last Time!), (Happiness before Massacre), (Innocent Youth Chanting for Democracy and Freedom), (Raba'a Museum in the Making _ #rememberRABAA), (Raba'a Story's Documentation Methodology), (Wounded and Killed Protesters being Transferred – RABA'A Massacre).

و - تحليل المواد الدعائية للحملة على موقع قصة رابعة:

يحتوي الموقع على ثلاث ملفات فيديو، و (٣٨) ملصقاً، و (٩) ملفات إنفوجرافيك، و مطوية واحدة، نقوم بتحليلها على النحو التالي:

١- التحليل السيمبوتيقي لملفات الفيديو على موقع قصة رابعة:

تضمن الموقع ثلاث ملفات فيديو سبق و تم رفعها على موقع فيسبوك، و تم تحليلها مسبقاً أيضاً. و تحمل العناوين التالية: (A Humanitarian Tragedy)، و (Raba'a) (Focus Group in Calgary)، و (Raba'a Museum in Making).

و من الجدير بالذكر، إن أرشيف الموقع تضمن ٢٥ ملفاً، يجمع كل ملف منها ما يتراوح بين ملفان إلى ١٦ ملف فيديو عن أحداث فض الاعتصام، و تبلغ المدة الزمنية لكل فيديو بضعة ثوانٍ، ولكن لكونها لا تتضمن شعار الحملة؛ تم استبعادها من عينة التحليل، و اعتبارها مجرد مادة أرشيفية إضافية، و كانت عناوينها باللغة الإنجليزية كالتالي:

(Mounfian's Building Targeted), (Protesters Deffinding themselves), (Stage and Square), (Stage S.O.S), (Targeting Protestors

from Helicopters), (Teiba Mall Entrance), (The Safe Corridors Lie), (Women Targeted), (Al Mansa Entrance), (Al Tayaran KFC Entrance), (Al-Eman Mosque), (Attacks on the Entrances), (Best Hits), (Buldozers Breaking-in), (Burning Raba'a), (Burning Tents), (Children Targeted), (Faith Mosque Arrests), (Martyrs), (Martyrs at the Field Hospital), (Media Centre), (Ministry of Defense).

٢- التحليل السيموطيقي للصور على موقع قصة رابعة: تضمن الموقع (٣٨) ملصقاً للحملة؛ (١٩) منها باللغة العربية، و مثلها باللغة الإنجليزية. و هي نفس الملصقات على صفحة فيسبوك السابق تحليلها.

٣- التحليل السيموطيقي للإنفوجرافيك على موقع قصة رابعة:

تضمن الموقع (٩) ملفات إنفوجرافيك؛ أربعة منها متحركة، و خمسة ثابتة. المتحركة هي ملفات فيديو سبق تحليلها على صفحة فيسبوك، و تحمل العناوين التالية:

(Rabaa Massacre in Numbers), (Rabaa Massacre - The Story in Brief - #rememberRABAA), (+ ١٠٠0 were Killed in Rabaa Massacre), (+ ١٠٠0 Rabaa Katliam Oldurudu).

و من الملاحظ إن الفيديو الأخير باللغة التركية، و هو تكرر للفيديو السابق عليه باللغة الإنجليزية. كما تم تكرر صور الإنفوجرافيك التي تم تحليلها على صفحة قصة رابعة على موقعي فيسبوك و انستجرام، مع وجود صورة إنفوجرافيك إضافية على موقع قصة رابعة.

يحمل الإنفوجرافيك الإضافي عنوان (أبرز ١٠ عقوبات تصل إلى الإعدام في قانون الإرهاب الجديد)، و هو من إنتاج شبكة رصد الإخبارية، و لكن تم عرضه على موقع قصة رابعة. و بتحليل معناه التعييني، نجد إن محتواه مختلف عن صور الإنفوجرافيك التي تم تحليلها سابقاً، و التي كانت تركز في محتواها على أسلوب فض الاعتصام، و لكن هذه المرة يركز محتوى الإنفوجرافيك على قانون محاكمة حكومي يخص الشأن الداخلي المصري؛ و هو قانون الإرهاب الجديد. و قد ذكر الإنفوجرافيك أبرز عقوباته على النحو التالي:

- ١- تنظيم و إدارة جماعة إرهابية.
- ٢- إكراه شخص على الانضمام لجماعة إرهابية و وفاته.
- ٣- تمويل جماعة إرهابية أو عمل إرهابي.
- ٤- التخابر لدى دولة أجنبية، أو جمعية، أو منظمة.
- ٥- وفاة شخص نتيجة اختطافه لإجبار الدولة على فعل أو طلب.
- ٦- ارتكاب عمل إرهابي نتج عنه وفاة شخص.

- ٧- وفاة شخص نتيجة الإتلاف العمد و منع وصول المختصين.
 - ٨- الاستيلاء على وسائل النقل و المواصلات.
 - ٩- وفاة شخص نتيجة تصنيع سلاح و متفجرات.
 - ١٠- استخدام القوة ضد القائمين على تنفيذ القانون إذا أدى إلى وفاة أحدهم.
- و تم كتابة عبارة (معارض سياسي) على شخص يرتدي بدلة الإعدام الحمراء و يلتف الحبل حول عنقه. **نوع الانفوجرافيك** ثابت رأسي، و **تصميمه** على هيئة قائمة، و **شكل التصميم** بسيط، وسماته مميزة؛ حيث نسبة الطول إلى العرض متناسبة، و تركيبه البصري و **النصي** مميز؛ حيث يوجد توازن جيد بين المعلومات البصرية و النصية، أما عن **موقع الأشكال و النصوص**؛ فنجد الشكل في منتصف الصورة و النص في الأطراف. أما **النص المستخدم**، فكان **شكل الخط** بسيطاً و مقروءاً، و يميز الانفوجرافيك في **أحجام الخطوط** بين العناوين الرئيسة و المحتوى، و **لغته العربية**، و **نوع النص** عبارات نصية، و يعتمد على **فكرة واحدة**، و **عنوانه** مميز. و تم الاعتماد على أربعة ألوان هي؛ الألوان الدافئة كالأحمر، و الألوان المحايدة كالأبيض، و الأسود، و الرمادي. و كان هناك استخدام فعال للألوان؛ حيث يوجد توازن جيد بينها. و يقع **اللوجو** الخاص بشبكة رصد الإخبارية في أقصى يمين الانفوجرافيك من الأسفل، و في الجهة المقابلة يقع الموقع الإلكتروني لها.

و بتحليل **المعنى التضميني**، نجد إن النص المستخدم في الانفوجرافيك و الذي يتضمن عناصر من قانون الإرهاب الجديد، يعتبر رد فعل من جماعة الإخوان المسلمين بعد الحكم بكونها جماعة إرهابية، و نشر ذلك في الجريدة الرسمية – كما سبق و أشرنا – مما جعلها تحاول – كعادتها – السخرية و التسيه من القوانين و الأحكام القضائية؛ خاصة بعد إلقاء القبض على عدد كبير من قيادات الجماعة و المنتمين إليها عقب فض اعتصامي رابعة و النهضة الإرهابيين، و عقب تنفيذهم للعديد من الأعمال الإرهابية، و استهداف الشخصيات العامة، و إثارة الذعر في أنحاء البلاد؛ نتيجة لإزاحتهم عن سدة الحكم، و محاكمة الرئيس المعزول محمد مرسي المنتمي للجماعة بتهم التخابر مع دول و منظمات أجنبية. و يحاول الانفوجرافيك الإشارة إلى الجماعة بأنها جماعة معارضة سياسية، و إن هذا القانون تتخذه الدولة العسكرية القمعية ذريعة لاعتقال معارضيها و إعدامهم، كما يشيرون دائماً في مادة حملة قصة رابعة. و للتأكيد على معاني النص، تم استخدام ألوان ذات دلالات تخدمه، فنجد اللون الأحمر الذي يرمز إلى الهيبة و الحياة، و قد ظهر في بدلة الإعدام الحمراء التي يرتديها معارض سياسي ملتج؛ أي متدين متمسك بإسلامه و إيمانه – على حد زعمهم – للدلالة على إنه شهيد سيعيش حياة أخرى إذا سلبت منه روحه في الدنيا، و إن له هيبه؛ لأن الجماعة ترى إن أعضاءها أقوى من جلاديه. و تم استخدام اللون الرمادي في الخلفية للدلالة على الحيادية؛ بمعنى إن نص القانون تم عرضه بدون تحريف و بمنتهى الموضوعية. كما تم استخدام اللون الأبيض لكتابة النص ليرمز للمصداقية في عرض بعض بنود القانون. و أخيراً، تم استخدام اللون الأسود ليكون خلفية لكلمة **معارض سياسي**؛ ليرمز لقوة المعارض رغم إعدامه، و بأنه بريء من تهمة الإرهاب. و تم وضع الصورة في منتصف الانفوجرافيك لتلفت الانتباه، و الاكتفاء باللغة العربية؛ لكون القانون محلياً، و لوجود قوانين أقوى منه في دول أخرى – خاصة الأجنبية – مما ينفي الحاجة لاستخدام لغة أجنبية، و

توجيه رسالة للعالم الخارجي. و يبقى لوجو شبكة رصد الذي يتخذ جانباً واضحاً في الإنفوجرافيك، و لكن اسم الموقع يتخذ الجانب الأهم الذي تقع عليه عين المتلقي؛ لحنة على متابعة الشبكة، و التعرض لأخبارها الملونة سياسياً، و إقناعه بوجهة نظر الجماعة الإرهابية.



شكل رقم (٥٠) يبين إنفوجرافيك منشور على موقع قصة رابعة

٤- التحليل السيموطيقي لمطوية على موقع قصة رابعة:

أصدرت الجماعة في إطار حملتها للتسويق السياسي لاعتصام رابعة العدوية مطوية واحدة فقط Brochure للترويج لقضية الاعتصام، مكونة من ١٠ صفحات بصيغة PDF رفعتها على موقع قصة رابعة. و بدراسة محتواها، نجد أنها تضم صفحة غلاف تحتوي على ملصق قمنا بتحليله سابقاً، بالإضافة للوجو مؤسسة قصة رابعة، و شعار الحملة المقروء في الذكرى الثانية لفض اعتصام رابعة العدوية. و تحتوي الصفحة الثانية على شعاري حملة قصة رابعة في ذكراها الثانية المقروء والمرئي، و المستخدم في كل مواد الحملة و يشكل هويتها. كما تتضمن المطوية صفحة لشرح قصة فض اعتصام رابعة تحت عنوان (Raba'a Massacre) أو (مذبحة رابعة)؛ تم فيها شرح الأسباب الداعية للاعتصام و أسلوب فضه من وجهة نظر الجماعة الإرهابية، بشكل موجز، و على هيئة فقرات. يلي ذلك، صفحة عن مؤسسة قصة رابعة ذاتها تحت عنوان (Who we are)، تتضمن معلومات عن المؤسسة، و رؤيتها، و رسالتها، و أهدافها، في فقرات محددة موجزة. أما بقية الصفحات فتتضمن صور الإنفوجرافيك التي قمنا بتحليلها مسبقاً، و التي يركز محتواها على أسلوب فض الاعتصام، و بياناته من حيث، مكانه، و عدد القتلى، و نوعهم، و أعمارهم، و مهنتهم، و المحافظات التي ينتمون إليها. و تتضمن الصفحة الأخيرة شعار الحملة، مضافاً إليه الموقع الإلكتروني للمؤسسة؛ لمساعدة الجمهور المستهدف على الدخول للموقع، و التعرض لمادة الحملة بشكل كامل. و المطوية باللغة الإنجليزية؛ كونها موجهة للعالم الخارجي؛ لتحقيق أهداف الحملة.

و يتفق إصدار المطوية و تضمينها بين مواد الحملة، مع ما ذكرته دراسة أسامة سلام (٢٠٢١) على فاعلية استخدام اللافتات، و الملصقات، و المطبوعات.

و في النهاية، يتبقى لنا معرفة بقية محتويات موقع (مؤسسة قصة رابعة)، التي تم وضعها لمساندة مادة الحملة و تعزيز تأثيرها على الجمهور المستهدف. أتاحت مؤسسة قصة رابعة كتالوج خاص بصور الاعتصام اسمه (Raba'a Catalog)، وأعلنت عنه على موقعها، و لكنها لم توفر منه نسخة إلكترونية يمكن تحميلها، و الاطلاع عليها. و ضم أرشيف الموقع (٢٥) ملفاً يحتوي على ملفات فيديو، يتراوح عدد الفيديوهات في كل ملف ما بين الواحد إلى (٣٧) ملف فيديو تغطي أحداث فض الاعتصام بشكل كامل، و كانت عناوينها باللغة الإنجليزية، و هي كالتالي:

(Al-Mansa Entrance), (Al-Tayaran KFC Entrance), (Al-Eman Mosque), (Attacks on the Entrances), (Bulldozers Breaking-in), (Burning Raba'a), (Burning Tents), (Children Targeted), (Faith Mosque Arrests), (Martyrs), (Martyrs at the Field Hospital), (Media Centre), (Ministry of Defense), (Monufians's Building), (Mounfian's Building Targeted), (Mounfians's Building Targeted-2), (Protesters Defending themselves), (Stage and Square), (Stage S.O.S), (Targeting Protestors from Helicopters), (Teiba Mall Entrance), (The Safe Corridors Lie), (Women Targeted), (Women Targeted-2), (Best Hits).

كما ضم الأرشيف أيضاً ثلاثون ملفاً للصور، يتراوح عدد الصور في كل ملف منها ما بين ثلاثة صور إلى ١٠٢ صورة، و تمت عنايتها بعناوين و تواريخ مختلفة؛ لتغطي بداية تكوين الاعتصام، و ما حدث يوم فضه، و كانت عناوين الملفات باللغة الإنجليزية، و هي كالتالي:

(2-7-2013), (5-7-2013), (6-7-2013), (18-7-2013), (22-7-2013), (24-7-2013), (27-7-2013), (28-7-2013), (29-7-2013), (30-7-2013), (1-8-2013), (2-8-2013), (9-8-2013), (10-8-2013), (11-8-2013), (12-8-2013), (Last Night in Ramadan), (Eid Al-Fitr), (Al-Eman Mosque), (Al-Haras Al-Gomhory Massacre), (Al-Manasa Massacre), (Raba'a Massacre's Martyrs), (Burned Bodies), (Photos of Burning Ladies), (Raba'a Sit-in Dispersal).

خامساً – تأثير الأساليب الدعائية المستخدمة في الترويج لاعتصام رابعة العدوية على مزاج الجمهور المستهدف:

بداية، و قبل أن نبدأ في معرفة تأثير الأساليب الدعائية المستخدمة في الترويج لاعتصام رابعة العدوية على مزاج الجمهور المستهدف، و لأن حملة التسويق السياسي كانت على شبكة الإنترنت؛ فمن

الأهمية بمكان معرفة مدى تواجد الجمهور عينة البحث على مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، و مدى تفاعله معها. و يتضح هذا من الجداول التالية:

جدول رقم (٩) يبين مدى وجود حساب للجمهور المستهدف على مواقع التواصل الاجتماعي

مدى وجود حساب للجمهور المستهدف على مواقع التواصل الاجتماعي		ك	%
١	نعم	٣٥٥	٨٨,٨
٢	لا	٤٥	١١,٢
المجموع		٤٠٠	١٠٠

من خلال الجدول السابق، نجد إن نسبة ٨٨,٨% من الجمهور المستهدف يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما لا تمتلكها نسبة ١١,٢% منهم.

جدول رقم (١٠) يبين ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي التي يملك الجمهور المستهدف حسابات عليها

ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي التي يملك الجمهور المستهدف حسابات عليها		ك	%
١	Facebook فيس بوك	٣٣٧	٩٤,٩٢
٢	Youtube يوتيوب	١٢	٣,٣٨
٣	Twitter تويتر	٤	١,٢٦
٤	Instagram انستجرام	٢	٠,٥
المجموع		٣٥٥	١٠٠

يتضح لنا إن موقع فيس بوك هو أهم موقع يمتلك الجمهور حسابات عليه بنسبة ٩٤,٩٢%، يليه يوتيوب بنسبة ٣,٣٨%، ثم تويتر بنسبة ١,٢٦%، و أخيراً انستجرام بنسبة ٠,٥%.

إذن، فعينة البحث من الجمهور العام مرشحة بقوة لمتابعة حملة مساندة اعتصام رابعة العديوية على شبكة الإنترنت بناءً على النسب السابقة. لذا، يمكننا التعرف على متابعتهم لتلك الحملة بدقة من خلال الجداول التالية:

جدول رقم (١١) يبين مدى متابعة الجمهور المستهدف لصفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي وموقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت

مدى متابعة الجمهور المستهدف لصفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي و موقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت		ك	%
١	نعم	٢٨٩	٨١,٤٠
٢	لا	٦٦	١٨,٥٩
المجموع		٣٥٥	١٠٠

بالنظر إلى النسب السابقة، نرى إن ٨١,٤٠% من عينة البحث يتابع صفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي و موقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت، بينما لا يتابعها نسبة ١٨,٥٩%.

جدول رقم (١٢) يبين كيفية معرفة الجمهور المستهدف بوجود صفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي و موقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت

ك	%	كيفية معرفة الجمهور المستهدف بوجود صفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي و موقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت
١	٢٦	علمت بالحملة عن طريق الصدفة
٢	٤٩	علمت بالحملة عن طريق الأصدقاء في الحياة الواقعية و على مواقع التواصل الاجتماعي
٣	٣٩	سمعت عن الحملة من زملائي في العمل و جيراني
٤	٤٨	اهتمامي بالموضوع و بحثي المستمر فيه على شبكة الإنترنت
٥	٣٧	قرأت عن الحملة في المواقع الإخبارية
٦	٢٦	قرأت عن الحملة في الصحف
٧	٦٢	علمت بالحملة عن طريق مشاهدة القنوات الفضائية
٨	١	أخرى تذكر
	١	من المواقع الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدية إجمالاً
	٢٨٩	المجموع
	١٠٠	

من خلال الجدول السابق، يتضح لنا إن الجمهور عرف عن حملة (قصة رابعة) عن طريق مشاهدة القنوات الفضائية بنسبة ٢١,٤٥%، يلي ذلك المعرفة عن طريق الأصدقاء في الحياة الواقعية و على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١٦,٩٥%، ثم و بفارق ضئيل اهتمام الجمهور بالموضوع و بحثه المستمر فيه على شبكة الإنترنت بنسبة ١٦,٦٠%، يلي ذلك سماعه عن الحملة من زملاء العمل و الجيران بنسبة ١٣,٤٩%، ثم و بفارق ضئيل القراءة عنها في المواقع الإخبارية بنسبة ١٢,٨٠%، ثم معرفته عن الحملة عن طريق الصدفة، و القراءة عنها في الصحف بنسبة ٨,٩٩%، وأخيراً المعرفة بالحملة عن طريق الضحايا، و المواقع الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدية إجمالاً بنسبة ٠,٣٤%.

بناء على ما سبق، يتضح لنا إن إن غالبية الجمهور المستهدف يتابعون صفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي، و كان على رأس أساليب معرفتهم بالحملة؛ مشاهدة القنوات الفضائية (و من المرجح إنها في الغالب القنوات التابعة للجماعة)؛ و التي تعتبر بذلك أهم الأساليب الترويجية المتبعة في الترويج لاعتصام رابعة العدوية.

جدول رقم (١٣) يبين مدى تذكر الجمهور المستهدف لشعار الحملة في ذكرى الاعتصام الأولى و الثانية

ك	%	مدى تذكر الجمهور المستهدف لشعار الحملة في ذكرى الاعتصام الأولى و الثانية
١	١٨١	نعم
٢	١٠٨	لا

١٠٠	٢٨٩	المجموع
-----	-----	---------

و بالنسبة لتذكر الجمهور لشعار الحملة، نجد إن غالبيتهم يتذكره بنسبة ٦٢,٦٢%، أما من لم يتذكروه فكانت نسبتهم ٣٧,٧٣%.

جدول رقم (١٤) يبين شعار حملة (قصة رابعة) كما يتذكره الجمهور المستهدف

شعار حملة (قصة رابعة) كما يتذكره الجمهور المستهدف	ك	%
١ علامة النصر	٣٠	١٦,٥٧
٢ علامة رابعة الأربع أصابع	٣٨	٢٠,٩٩
٣ أربعة أصابع باللون الأسود في غلاف باللون الأصفر	٥٠	٢٧,٦٢
٤ رابعة في القلب	٢٢	١٢,١٥
٥ كلنا رابعة	٢١	١١,٦٠
٦ علامة النصر	١٢	٦,٦٢
٧ الشرعية	٨	٤,٤١
المجموع	١٨١	١٠٠

و كان الشعار الذي تذكره الجمهور المستهدف لحملة (قصة رابعة) هو أربعة أصابع باللون الأسود في غلاف باللون الأصفر بنسبة ٢٧,٦٢%، يليه نفس الشعار بشكل أقل تفصيلاً و هو علامة رابعة الأربع أصابع بنسبة ٢٠,٩٩%، ثم علامة النصر بنسبة ١٦,٥٧%، ثم رابعة في القلب بنسبة ١٢,١٥%، فكاننا رابعة بنسبة ١١,٦٠%، فعلاصة النصر بنسبة ٦,٦٢%، و أخيراً الشرعية بنسبة ٤,٤١%.

جدول رقم (١٥) يبين أهم العناصر الترويجية التي لفتت انتباه الجمهور المستهدف في الحملة

أهم العناصر الترويجية التي لفتت انتباه الجمهور المستهدف في الحملة	ك	%
١ المطبوعات؛ كالكتاب الإلكتروني (مذبحة رابعة)، و المطويات، و الفلاير، و البوسترات، و الكتيب.	٦٤	٢١,٦٩
٢ الإعلانات الترويجية	٥٣	١٧,٩٦
٣ الفيديوهات الخاصة بيوميات الاعتصام و أحداث فضه	٧٧	٢٦,١٠
٤ الصور المختلفة ليوميات الاعتصام و أحداث فضه	٢٥	٨,٤٧
٥ التي قام بها الموالين للاعتصام في مصر و العالم Events الأحداث الخاصة	١٤	٤,٧٤
٦ البوستات، و التويتات، و الصور، و الفيديوهات، على موقع (قصة رابعة) و مواقع التواصل الاجتماعي.	٦٢	٢١,٠١
المجموع	٢٩٥	١٠٠

طبقاً للجدول السابق، نجد إن أكثر العناصر الترويجية التي لفتت انتباه الجمهور المستهدف في حملة (قصة رابعة) كانت الفيديوهات الخاصة بيوميات الاعتصام و أحداث فضه بنسبة ٢٦,١٠%، يليها المطبوعات؛ كالكتاب الإلكتروني (مذبحة رابعة)، و

المطويات، و الفلاير، والبوسترات، والكتيب بنسبة ٢١,٦٩%، ثم البوستات، و التويتات، و الصور، و الفيديوهات، على موقع (قصة رابعة) و مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٢١,٠١%، يلي ذلك الإعلانات الترويجية بنسبة ١٧,٩٦%، فالصور المختلفة ليوميات الاعتصام و أحداث فضه بنسبة ٨,٤٧%، و أخيراً الأحداث الخاصة Events التي قام بها الموالين للاعتصام في مصر و العالم بنسبة ٤,٧٤%.

جدول رقم (١٦) يبين مدى تفاعل الجمهور المستهدف مع العناصر الترويجية للحملة

ك	%	مدى تفاعل الجمهور المستهدف مع العناصر الترويجية للحملة
١٣٤	٤٦,٣٦	١ تفاعل باستمرار
١٢٨	٤٤,٢٩	٢ تفاعل أحياناً
٢٧	٩,٣٤	٣ لا تفاعل
٢٨٩	١٠٠	المجموع

هنا، نجد إن الجمهور المستهدف تفاعل بنسب متفاوتة مع العناصر الترويجية للحملة، حيث تفاعل معها باستمرار نسبة ٤٦,٣٦% من الجمهور المستهدف، يليهم المتفاعلين أحياناً بنسبة ٤٤,٢٩%، و أخيراً غير المتفاعلين مع عناصر الحملة بنسبة ٩,٣٤%.

جدول رقم (١٧) يبين أهم أشكال تفاعل الجمهور المستهدف مع الحملة

ك	%	أهم أشكال تفاعل الجمهور المستهدف مع الحملة
٩٠	٣٢,٤٩	١ تغيير صورة البروفايل و التايم لاين ب صور الحملة
١٥٠	٥٤,١٥	٢ التفاعل مع البوستات و التويتات على فيسبوك و تويتر، و التعليق و الإعجاب على يوتيوب و إنستجرام
١٧	٦,١٣	٣ إخبار أصدقائك و معارفك عن الحملة
٢٠	٧,٢٢	٤ مشاركة مواد الحملة مع أصدقائك و معارفك
٢٧٧	١٠٠	المجموع

طبقاً للجدول السابق، اتخذ تفاعل الجمهور مع العناصر الترويجية للحملة أشكالاً مختلفة، تمثلت في التفاعل مع البوستات و التويتات على فيسبوك و تويتر، و التعليق و الإعجاب على يوتيوب و إنستجرام بنسبة ٥٤,١٥%، يلي ذلك تغيير صورة البروفايل و التايم لاين ب صور الحملة بنسبة ٣٢,٤٩%، ثم مشاركة مواد الحملة مع أصدقائهم و معارفهم بنسبة ٧,٢٢%، و أخيراً إخبار أصدقائهم و معارفهم عن الحملة بنسبة ٦,١٣%.

جدول رقم (١٨) يبين أسباب عدم متابعة الجمهور المستهدف لصفحات و موقع (قصة رابعة)

ك	%	أسباب عدم متابعة الجمهور المستهدف لصفحات و موقع (قصة رابعة)
٤٥	٣٦,٥٨	١ لم تصادفني تلك الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، أو الموقع على شبكة الإنترنت
٣٤	٢٧,٦٤	٢ يصيبني الحديث عن اعتصام رابعة العدوية بالسأم
٣١	٢٥,٢٠	٣ لا أهتم بالمتابعة
١	٠,٨١	٤ لا أريد أن أرى أو أسمع أكثر من القصص المخترعة في صفحات التواصل الاجتماعي؛ لأن هناك الحقيقية وهناك المكذوبة.
١	٠,٨١	لأن شبكات التواصل الاجتماعي ما هي إلا مضيعة للوقتو سبب للخراب.

٠,٨١	١	مشغول بهموم أخرى		
٠,٨١	١	ليس لدي وقت، و ليس لدى حساب		
٠,٨١	١	لأني أعلم عدم المصادقية		
٠,٨١	١	تلك الصفحات والمواقع الغرض منها تفتيت الدولة المصرية، والقضاء عليها، واستغلال جهل المصريين، وتشجيع الخونة والمأجورين.		
٠,٨١	١	لا أعلم الصواب؛ هل صح أم خطأ		
٠,٨١	١	لأنها مضللة ولا تمت للواقع بصلة		
٠,٨١	١	ليس لدي إنترنت		
٠,٨١	١	اهتمامي أو عدمه لن يغير أي شيء		
٠,٨١	١	لأنه حدث وانتهى		
٠,٨١	١	أنا كنت ضد هذا الاعتصام قلباً وقالياً		
٠,٨١	١	لأن صورة ضحايا رابعة كانت مؤثرة		
١٠٠	١٢٣	المجموع		

و على عكس ما سبق، من متابعة الجمهور للحملة، و تفاعله مع عناصرها الترويجية، و تذكره لشعارها، نجد بالرجوع إلى الجدول السابق، إن هناك جزءاً من الجمهور لم يتابع الحملة لعدة أسباب؛ جاء في مقدمتها إن صفحات الحملة على مواقع التواصل الاجتماعي أو الموقع على شبكة الإنترنت لم تصادفه بنسبة ٣٦,٥٨%، يلي ذلك إن الحديث عن اعتصام رابعة العدوية بصيهم بالسأم بنسبة ٢٧,٦٤%، ثم عدم الاهتمام بالمتابعة بنسبة ٢٥,٢٠%. و هناك مجموعة أسباب أخرى متفرقة، يتعلق بعضها بالوقوف ضد الاعتصام و التشكيك في مصداقية الحديث عنه؛ حيث أفاد الجمهور بأنه يعلم عدم المصادقية، و لأن تلك الصفحات مضللة و لا تمت للواقع بصلة، و لأنهم ضد هذا الاعتصام قلباً وقالياً، و ذلك بنسبة ٠,٨١%. كما إن هناك أسباب تتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي ذاتها؛ حيث قال الجمهور بأنه لا يريد أن يرى أو يسمع أكثر من القصص المخترعة في صفحات التواصل الاجتماعي؛ لأن هناك الحقيقية و هناك المكذوبة، و لأن الغرض من تلك الصفحات و المواقع تفتيت الدولة المصرية، والقضاء عليها، واستغلال جهل المصريين، وتشجيع الخونة والمأجورين، و لأن شبكات التواصل الاجتماعي ما هي إلا مضيفة للوقت و سبب للخراب، و ذلك بنسبة ٠,٨١%. و أيضاً هناك جزء من الجمهور يرى إنه لا جدوى من المتابعة بقوله؛ لا أعلم الصواب؛ هل صح أم خطأ، و اهتمامي أو عدمه لن يغير أي شيء، و لأنه حدث وانتهى، و ذلك بنسبة ٠,٨١%. و هناك الجمهور المتعاطف بشدة؛ لذا لا يتابع الحملة لأن صورة ضحايا رابعة كانت مؤثرة، و ذلك بنسبة ٠,٨١%. و أخيراً، أفاد جزء من الجمهور بأنه مشغول بهموم أخرى، و ليس لديه وقت، و ليس لدى حساب على مواقع التواصل الاجتماعي، و ليس لديه إنترنت، و ذلك بنسبة ٠,٨١%.

جدول رقم (١٩) يبين المشاعر التي أثارها صفحات و موقع (قصة رابعة) في نفس الجمهور المستهدف

المشاعر التي أثارها صفحات و موقع (قصة رابعة) في نفس الجمهور المستهدف	ك	%
١ الشعور بالتعاطف مع المعتصمين	٤٨	١٥,٣٨
٢ الشعور بالحنق على الشرطة؛ نتيجة أسلوب فض الاعتصام	٣٠	٩,٦١
٣ الشعور بالحزن على ضحايا فض الاعتصام	٧٥	٢٤,٠٣

٤	الشعور بمبالغة المعتصمين في الحديث عن الاعتصام	٢٨	٨,٩٧
٥	الشعور بالسخط على الدولة التي سمحت للمعتصمين بالتمادي	١٥	٤,٨٠
٦	الشعور بعدم منطقية المعتصمين في الحديث عن الاعتصام و أسبابه	٣٦	١١,٥٣
٧	الرغبة في الدفاع عن حرية التعبير عن الرأي	٣٤	١٠,٨٩
٨	الشعور بسوء موقف مصر دولياً؛ نتيجة طول مدة الاعتصام و أسلوب فضه.	٤٥	١٤,٤٢
٩	أخرى تذكر	١	٠,٣٢
	المجموع	٣١٢	١٠٠

طبقاً للجدول السابق، نستطيع استيضاح المشاعر التي أثارها صفحات و موقع (قصة رابعة) في نفس الجمهور المستهدف. فكان هناك شعور بالحزن على ضحايا فض الاعتصام بنسبة ٢٤,٠٣%، يليه الشعور بالتعاطف مع المعتصمين بنسبة ١٥,٣٨%، يلي ذلك الشعور بسوء موقف مصر دولياً؛ نتيجة طول مدة الاعتصام و أسلوب فضه بنسبة ١٤,٤٢%، ثم الشعور بعدم منطقية المعتصمين في الحديث عن الاعتصام و أسبابه بنسبة ١١,٥٣%، ثم الرغبة في الدفاع عن حرية التعبير عن الرأي بنسبة ١٠,٨٩%، يلي ذلك الشعور بالحزن على الشرطة؛ نتيجة أسلوب فض الاعتصام بنسبة ٩,٦١%، يليه الشعور بمبالغة المعتصمين في الحديث عن الاعتصام بنسبة ٨,٩٧%، يليه الشعور بالسخط على الدولة التي سمحت للمعتصمين بالتمادي بنسبة ٤,٨٠%، و أخيراً الشعور بالسخط على أولئك الذين تسببوا في هذا الاعتصام دون أن يتذكروا أن تلك التي قامت ثورة و يجب الخضوع لإرادة الشعب المصري بنسبة ٠,٣٢%.

من خلال ما سبق، نجد إن الجمهور المستهدف ادعى تذكره لشعار الحملة – و المقصود هنا الشعارين المقروء و المرئي – و لكن اتضح إن كل ما تذكره من شعارات لا علاقة له بشعارات الحملة؛ و لكن مجرد العلامة الشهيرة للاعتصام لا لحملة التسويق السياسي، و مضمون الشعار المقروء كان مجرد الأقاويل التي يرددتها أنصار الجماعة على مواقع التواصل الاجتماعي. و من اللافت للانتباه إن فيديوهات يوميات الاعتصام كانت أكثر عناصر الحملة لفتاً لانتباه الجمهور المستهدف؛ ربما لواقعتها، و عدم احترافيتها؛ مما انعكس على مصداقيتها لديهم. يليها الملصقات، والتي تستخدم صوراً واقعية فيها أيضاً، و أرقام تم تصميمها في الإنفوجرافيك بطريقة توحى بواقعتها و جدتها، و أخيراً بوستات و تغريدات مواقع التواصل الاجتماعي؛ و التي تتضمن الفيديوهات و الصور السابقة. إذن، تفوقت الواقعية كأهم عنصر لافتن انتباه الجمهور المستهدف لقضية الحملة؛ و بالتالي أدت لشعور الجمهور المستهدف بالحزن على ضحايا فض الاعتصام. أما النسبة التي لم تتابع الحملة؛ فلعدم مصادفتها للصفحات التي تروج للحملة؛ مما يعني عدم بحثهم عن معلومات تخص قضية الحملة بشكل خاص، و عدم وقوع قضية الاعتصام في بؤرة اهتماماتهم.

و تتفق تلك النتائج مع نتائج الدراسات السابقة، حيث أكدت دراسة أسامة سلام (٢٠٢١) على إن نجاح حملة التسويق السياسي يكون في حالة استخدام اللافتات، و الملصقات، و المطبوعات، يليها مواقع التواصل الاجتماعي. و ذكرت دراسة ربيعة مصطفى و عبد الرحمن درويش (٢٠١٦) أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي؛ و ذلك لسهولة الاطلاع و معرفة محتوى المواد المنشورة المكتوبة، و الصور الفوتوغرافية، و مقاطع الفيديو المتعلقة بالقضايا السياسية، و توفيرها مساحة واسعة لحرية

النشر و التعبير، و هو ما طبقته الجماعة، و تفاعل معه الجمهور المستهدف. و أضافت دراسة عبد الله الرعود (٢٠١٢) إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على الرأي العام المحلي، و الإقليمي، و الدولي؛ و هو ما حدث للجمهور المتفاعل.

جدول رقم (٢٠) يبين معاملات الارتباط بين درجة متابعة الجمهور عينة البحث لصفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي وموقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت ودرجة تأييدهم للاعتصام

درجة تأييدهم للاعتصام			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة بيرسون	درجة متابعة الجمهور عينة البحث لصفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي، وموقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت
دال إحصائياً	٠,٠١	**٠,٥٧	

من خلال الجدول السابق، و بإيجاد العلاقة بين درجة متابعة الجمهور عينة البحث لصفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي، وموقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت، ودرجة تأييدهم للاعتصام، اتضح إن هناك علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة المتابعة و درجة التأييد للاعتصام؛ بمعنى إنه كلما زاد معدل متابعة الجمهور؛ كلما زاد معدل تأييدهم للاعتصام وفكرته.

جدول رقم (٢١) يبين معاملات الارتباط بين درجة تأييد الجمهور عينة البحث لاعتصام رابعة العدوية ومعدل تفاعلهم مع العناصر الدعائية للحملة

معدل تفاعلهم مع العناصر الترويجية للحملة			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة بيرسون	درجة تأييد الجمهور عينة البحث لاعتصام رابعة العدوية ومعدل تفاعلهم مع العناصر الدعائية للحملة
دال إحصائياً	٠,٠١	**٠,٢٠	

بالرجوع إلى الجدول السابق، و بإيجاد العلاقة بين درجة تأييد الجمهور عينة البحث لاعتصام رابعة العدوية ومعدل تفاعلهم مع العناصر الدعائية للحملة، اتضح وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة التأييد للاعتصام ومعدل التفاعل مع العناصر الدعائية للحملة؛ بمعنى إنه كلما زاد تأييد الجمهور المستهدف للاعتصام؛ كلما زاد تفاعله مع العناصر الترويجية للحملة.

جدول رقم (٢٢) يبين معاملات الارتباط بين معدل تفاعل الجمهور عينة البحث مع العناصر الدعائية للحملة التي تقوم بها الصفحات على شبكة الإنترنت ومشاعرهم نحو الاعتصام

مشاعرهم نحو الاعتصام			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة بيرسون	معدل تفاعل الجمهور عينة البحث مع العناصر الدعائية للحملة التي تقوم بها الصفحات على شبكة الإنترنت ومشاعرهم نحو الاعتصام
دال إحصائياً	٠,٣٤	٠,٠٧	

بناءً على الجدول السابق، و بإيجاد العلاقة بين معدل تفاعل الجمهور عينة البحث مع العناصر الدعائية للحملة التي تقوم بها الصفحات على شبكة الإنترنت ومشاعرهم نحو الاعتصام، اتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التفاعل الجمهور عينة البحث مع العناصر الدعائية للحملة ومشاعرهم نحو الاعتصام؛ بمعنى إن تفاعل الجمهور مع العناصر الترويجية للحملة لم يدفعه للتعاطف مع الاعتصام.

جدول رقم (٢٣) يبين معاملات الارتباط بين معدل متابعة الجمهور عينة البحث لصفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي وموقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت وعدم تأييدهم للطريقة التي تم بها فض اعتصام رابعة العدوية

المتغيرات			عدم تأييدهم للطريقة التي تم بها فض اعتصام رابعة العدوية
معدل متابعة الجمهور عينة البحث لصفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي، وموقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت	قيمة بيرسون	مستوى الدلالة	نوع الدلالة
	٠,١٧**	٠,٠١	دال إحصائياً

من خلال الجدول السابق، و بإيجاد العلاقة بين معدل متابعة الجمهور عينة البحث لصفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي، وموقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت، وعدم تأييدهم للطريقة التي تم بها فض اعتصام رابعة العدوية، اتضح وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الجمهور عينة البحث لصفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي، وموقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت، وعدم تأييدهم للطريقة التي تم بها فض اعتصام رابعة العدوية؛ بمعنى إنه كلما زادت متابعة الجمهور المستهدف للحملة الترويجية للاعتصام؛ كلما رفضوا طريقة فضه.

بناءً على ما سبق، يتضح لنا إن متابعة الجمهور المستهدف لحملة (قصة رابعة) و الخاصة بالتسويق السياسي لفض اعتصام رابعة العدوية على شبكة الإنترنت؛ أدى لتأييدهم للاعتصام و قضيته و التي ربطها جماعة الإخوان المسلمين بحقوق الإنسان، و التعبير عن الرأي، و رفضهم لفضه، و نتيجة لهذا التأيد زادت نسبة التفاعل مع الحملة، و الذي لا علاقة له بالتعاطف مع المعتصمين.

خاتمة: النتائج العامة للبحث و دلالاتها النظرية و العملية:

أولاً- النتائج العامة للبحث:

تم التوصل إلى مجموعة من النتائج من خلال تحليل الأساليب الدعائية لحملة (قصة رابعة)، وإجراء دراسة ميدانية على الجمهور المستهدف، و كانت كالتالي:

- ١- تعددت أساليب العلاقات العامة **PR Techniques** التي تم تطبيقها في حملة (قصة رابعة)، حيث تضمنت مطبوعات (مطويات - ملصقات - إنفوجرافيك - كتب إلكترونية - كتالوجات)، وملفات فيديو (إعلانات تسويق سياسي - أفلام وثائقية - أغاني - ملفات فيديو غير احترافية)، و مواقع إلكترونية (موقع قصة رابعة)، و صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك - تويتر - انستجرام - يوتيوب)، وفعاليات على الأرض (مسيرات - وقفات - قوافل بالسيارات)، و فعاليات إلكترونية (طلب التصوير بوسم الحملة (هاشتاج #) و إرسال الصور للموقع الرسمي و صفحات التواصل الاجتماعي)، و مؤتمرات صحافية،

- وندوات، و ورش عمل. و تساعد كل هذه الأساليب في تحقيق أحد أهداف مؤسسة قصة رابعة و هو تعليم الجمهور عن ماذا حدث في ميدان رابعة.
- ٢- حرصت جماعة الإخوان المسلمين على تضمين حملة (قصة رابعة) - و الخاصة بالتسويق السياسي لما أسموه قضية الاعتصام - مجموعة من **الادعاءات**؛ هي: الاعتصام من أجل الحرية، و الديمقراطية، و التعبير عن الرأي - الاعتصام من أجل الحفاظ على هوية الدولة الإسلامية - المعتصمون سلميين - اعتصام جميع طبقات الشعب المصري رفضاً لما أسموه الانقلاب العسكري - عدم إذاعة تحذير عند بداية فض الاعتصام، و إذاعته بعد انتهاء فضه لأغراض التصوير - عدم وجود ممرات آمنة و إنها مجرد أكذوبة لحصار المعتصمين وقتلهم - ارتكاب مجموعة من المذابح بحق المعتصمين - حرق جثثهم - قنصهم عن طريق قناصة محترفين يركبون طائرات هليكوبتر تطلق فوق الميدان - الدولة كافرة و يجب حمل السلاح ضدها - تعرض جماعة الإخوان المسلمين و من يواليهم للظلم و هضم الحقوق. كل هذه الادعاءات لتحقيق الهدف العام لمؤسسة قصة رابعة؛ و هو استعادة حقوق المصريين الأبرياء الذين فقدوا حياتهم، و جرحوا، و رفعوا دعاوى قضائية، خلال مجزرة رابعة.
- ٣- تم التركيز على استخدام اللغة الإنجليزية في صياغة مضمون الحملة في المقام الأول، يلي ذلك الجمع بين اللغتين العربية و الإنجليزية، لتحقيق هدف من أهداف مؤسسة قصة رابعة و هو؛ دفع الحكومات المدافعة عن حقوق الإنسان إلى استدعاء أفعال دولية، و أيضاً استدعاء الجمهور العام (المواطنين) الذين يجب أن يتخذوا هذا الفعل من حكوماتهم.
- ٤- التركيز على استخدام الاستمالات العاطفية في غالبية الأحيان؛ لتحقيق ذات الهدف السابق للمؤسسة؛ و هو أسلوب أساسي من أساليب الدعاية التي تعتمد على تنحية المنطق و الاستمالات العقلانية لصالح من يستخدمها.
- ٥- أجاد صانع محتوى الحملة استخدام كلمة **مذبحة Massacre**؛ للإيحاء بارتكاب جرائم ضد الإنسانية عند فض اعتصامي رابعة العدوية و النهضة؛ تحقيقاً لرسالة مؤسسة قصة رابعة؛ وهي رفع الوعي بمجزرة رابعة، و الجرائم التي تم ارتكابها ضد الإنسانية، و الجرائم التي مازال يتم ارتكابها ضد المصريين الأبرياء على حد زعمهم. و نجد هنا توظيفاً سياسياً واضحاً لحقوق الإنسان، و هو هدف أساسي من أهداف الدعاية.
- ٦- تم استخدام كل أساليب التأثير الممكنة في صياغة محتوى الحملة؛ من موسيقا مؤثرة، و لقطات حية، و صور مؤلمة، و شهادات شهود عيان، و شهادات مسؤولين في منظمات حقوقية، و تصميم جذاب للمطبوعات، و حسن استخدام للألوان و النصوص، و إجادة توزيع المحتوى الذي تتضمنه؛ للمبالغة في تعظيم مظلومية الجماعة و إثارة التعاطف معها، و تحقيق أهدافها الدعائية المعتمدة على إبراز جزء ضئيل من المشهد لصالحها.
- ٧- تمت العناية بإبراز شعار الحملة المقروء **Slogan** و المرئي **Logo**، و تكراره بشكل مستمر في الإعلانات، و وضعه في مكان بارز في المطبوعات؛ حتى يرسخ في ذهن الجمهور المستهدف، و يصبح جزءاً من ذاكرته. و كانت كلمة مذبحة **Massacre** جزءاً من شعار الحملة المقروء؛ تحقيقاً لرسالة مؤسسة قصة رابعة سألفة الذكر،

- بالإضافة إلى تحقيق رؤيتها؛ و التي نصت على التأكيد على إن العالم يتذكر ما حدث في ميدان رابعة، و إن ذكرى الضحايا ستعيش للأبد.
- ٨- تم التركيز على استخدام الـ (هاشتاج #) في شعار الحملة المقروء، و فاعلياتها الإلكترونية، حيث إن استخدامه يساعد على "العثور على محتوى و الاطلاع عليه" (٧٦)، لإتاحة الفرصة للجمهور المستهدف للحصول على مزيد من المعلومات عن الحملة من وجهة نظر الجماعة.
- ٩- أيدت غالبية عينة البحث الاعتصامات بصفة عامة كوسيلة احتجاجيه، و لكنه تأييد مشروط بعدالة القضية التي تم الاعتصام لأجلها.
- ١٠- أيدت غالبية عينة البحث اعتصام رابعة العدوية؛ لأنهم يرون إن من حق المعتصمين التعبير عن رأيهم. أما النسبة الأقل التي لا تؤيد الاعتصام؛ فيرون إن الشعب المصري معترض على وجهة نظرهم و خرج ضدها في ٣٠ يونيو.
- ١١- غالبية الجمهور المستهدف غير مؤيد لفض اعتصام رابعة العدوية، و كان من أهم أسبابهم إن الفض تم بطريقة عنيفة من قبل الشرطة المصرية. أما النسبة الأقل المؤيدة لفض الاعتصام، فترى إن طول مدة الاعتصام أظهر الدولة بمظهر سيء و أثر على هيتها.
- ١٢- يتابع غالبية الجمهور المستهدف صفحات حملة (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي، و كان على رأس أساليب معرفتهم بالحملة؛ مشاهدة القنوات الفضائية (و من المرجح إنها في الغالب القنوات التابعة للجماعة)؛ و التي تعتبر بذلك أهم الأساليب الترويجية المتبعة في الترويج لاعتصام رابعة العدوية.
- ١٣- كانت أكثر العناصر الدعائية التي لفتت انتباه الجمهور المستهدف في حملة (قصة رابعة) الفيديوهات الخاصة بيوميات الاعتصام و أحداث فضه، يليها المطبوعات؛ كالكتاب الإلكتروني (مذبحة رابعة)، و المطويات، و الفلاير، و البوسترات، و الكتيب، ثم البوستات، و التويتات، و الصور، و الفيديوهات، على موقع (قصة رابعة) و مواقع التواصل الاجتماعي، يلي ذلك الإعلانات الترويجية، فالصور المختلفة ليوميات الاعتصام و أحداث فضه، و أخيراً الأحداث الخاصة Events التي قام بها الموالين للاعتصام في مصر و العالم. مما يدل على نجاح أسلوب الحشد العاطفي باللقطات الواقعية غير الاحترافية الخاصة بفض الاعتصام، و التأكيد على المظلومية بالأسلوب الدعائي الذي اعتمد على إظهار الصورة من جانب واحد فقط يرتبط بمصالح الجماعة و أهدافها.
- ١٤- تذكر غالبية الجمهور المستهدف شعار اعتصام رابعة العدوية؛ و هو أربعة أصابع باللون الأسود في غلاف باللون الأصفر، و لم يذكروا أيّاً من الشعارات المقروءة و المرئية للحملة. و تعتبر هذه النتيجة رد فعل على تأكيد الجماعة على الهوية البصرية لاعتصامهم و قضيتهم المزعومة برفع الأصابع الأربعة على صور مواقع التواصل الاجتماعي، و أثناء جلسات محاكمتهم، و في الأحداث المختلفة.
- ١٥- تفاعل غالبية الجمهور المستهدف مع العناصر الترويجية للحملة باستمرار. و تمثل التفاعل في التفاعل مع المنشورات و التويتات على فيسبوك و تويتر، و التعليق و الإعجاب على يوتيوب و إنستجرام، يلي ذلك تغيير صورة البروفايل و التايم لاين بصور

الحملة، ثم مشاركة مواد الحملة مع أصدقائهم و معارفهم ، و أخيراً إخبار أصدقائهم و معارفهم عن الحملة. و تدل هذه النتيجة على قوة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للأغراض السياسية، و الدعائية، و توجيه الرأي العام.

١٦- أثرت حملة (قصة رابعة) على مشاعر الجمهور المستهدف و تحكمت في مزاجه عن طريق عناصرها الدعائية؛ حيث أثارت في نفس الجمهور الشعور بالحزن على ضحايا فض الاعتصام، يليه الشعور بالتعاطف مع المعتصمين، ثم الشعور بسوء موقف مصر دولياً؛ نتيجة طول مدة الاعتصام و أسلوب فضه، يلي ذلك الشعور بعدم منطقية المعتصمين في الحديث عن الاعتصام و أسبابه، ثم الرغبة في الدفاع عن حرية التعبير عن الرأي، يلي ذلك الشعور بالحنق على الشرطة؛ نتيجة أسلوب فض الاعتصام، يليه الشعور بمبالغة المعتصمين في الحديث عن الاعتصام، يليها الشعور بالسخط على الدولة التي سمحت للمعتصمين بالتمادي، و أخيراً الشعور بالسخط على أولئك الذين تسببوا في هذا الاعتصام دون أن يتذكروا إن تلك التي قامت ثورة و يجب الخضوع لإرادة الشعب المصري.

١٧- هناك علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة الجمهور عينة البحث لصفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي، و موقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت ودرجة تأييدهم للاعتصام؛ بمعنى إنه كلما زاد معدل متابعة الجمهور؛ كلما زاد معدل تأييدهم للاعتصام وفكرته؛ مما يعني قوة و جاذبية الحملة، و قوة و انتشار و تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، و هو دلالة كذلك على فهم و وعي مصمم الحملة بعناصر قوة تلك المواقع.

١٨- هناك علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة تأييد الجمهور عينة البحث لاعتصام رابعة العدوية و معدل تفاعلهم مع العناصر الدعائية للحملة؛ بمعنى إنه كلما زاد تأييد الجمهور المستهدف للاعتصام؛ كلما زاد تفاعله مع العناصر الدعائية للحملة.

١٩- و على عكس المتوقع، اتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تفاعل الجمهور عينة البحث مع العناصر الدعائية للحملة التي تقوم بها الصفحات على شبكة الإنترنت و مشاعرهم نحو الاعتصام؛ بمعنى إن تفاعل الجمهور مع العناصر الدعائية للحملة لم يدفعه للتعاطف مع الاعتصام. و يعني هذا، إن التأثير و التعاطف يتطلب المتابعة و ليس التفاعل و اتخاذ موقف فعلي سواء كان إلكترونياً أو على أرض الواقع؛ بمعنى إن نجاح الحملة اعتمد على محتواها و استمالاتها في المقام الأول بغض النظر عن تفاعل الجمهور المستهدف مع هذا المحتوى من عدمه.

٢٠- هناك علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الجمهور عينة البحث لصفحات (قصة رابعة) على مواقع التواصل الاجتماعي، و موقع (قصة رابعة) على شبكة الإنترنت، و عدم تأييدهم للطريقة التي تم بها فض اعتصام رابعة العدوية؛ بمعنى إنه كلما زادت متابعة الجمهور المستهدف للحملة الدعائية للاعتصام؛ كلما رفضوا طريقة فضه؛ مما يعني التأثير القوي للحملة على مشاعر المتابعين و درجة تضامنهم مع المعتصمين. و تؤيد هذه النتيجة الاستنتاج في النتيجة السابقة.

ثانياً- الدلالات النظرية و العملية لنتائج البحث:

أ- الدلالات النظرية للنتائج:

١- تطبق نظرية إدارة المزاج العام Mood Management Theory على اختيار أي نمط أو نوع من الاتصال (على سبيل المثال؛ الأخبار، و الأفلام الوثائقية، و الكوميديا، و الدراما، و التراجيديا، و الأداء الموسيقي، و الرياضة)، و أيضاً على الاختيارات داخل هذه الأنماط والأنواع (على سبيل المثال؛ أشكال محددة من الموسيقى، أو الدراما). و هذا ما قامت الجماعة بتحقيقه؛ من استخدام أساليب متنوعة للعلاقات العامة في حملة (قصة رابعة).

٢- تنص النظرية على إن الأفراد يحتاجون لإدراك أسباب خياراتهم، حيث إن إدراك الظروف السببية غير قابل للتحكم به. ربما يشعر الأفراد عندما يكونون في مزاج معين بأنهم يحتاجون إلى فعل تصرف أو آخر؛ ربما يشعرون بأنهم يريدون مشاهدة عمل كوميدي، بدون أن يعرفوا لماذا يفعلون هذا. و هنا نرى إن الجمهور تابع الحملة نتيجة معرفته بوجودها من القنوات الفضائية، و نتيجة للزخم المصاحب للحدث محل اهتمام الحملة محلياً، و عربياً، ودولياً، وبدون قصد للوصول لمزاج معين من الشعور بالحزن أو السعادة، و لكن لمتابعة آخر التطورات، و هي الفرصة التي استغلتها الجماعة عن طريق حملتها الدعائية لإحداث التأثير الذي ترغب به.

٣- تفترض النظرية بأنه يتم معالجة الأمزجة التي ترتبط بمستويات عالية من إثارة التعاطف بشكل أفضل عن طريق التدخل بمثير يتسم بمستوى عال من القدرة على التنبيه أو الإثارة، و سيتم في الغالب تعطيلهم بشكل فعال عن طريق منبه أو مثير يتسم بمستوى منخفض من القدرة على التنبيه أو الإثارة. و يعني ذلك، إنه قد لا يحقق صناع محتوى حملة (قصة رابعة) أهدافهم بإدارة مزاج الجمهور المستهدف لصالح المعتمدين عن طريق المحتوى الذي قاموا بصناعته؛ لذلك نوعوا في استخدام أساليب العلاقات العامة، و أضافوا للحملة ملفات فيديو غير احترافية تحوي مضموناً تأثيرياً مكثفاً؛ فحققوا هدفهم بإثارة مشاعر الحزن، و التعاطف مع المعتمدين، و الغضب على الدولة.

٤- تؤكد النظرية على إن تأثير نمط محدد من الرسائل على نمط محدد من المزاج يعتبر ثابتاً، وهذا ما استغلته الجماعة في حملتها (قصة رابعة) من تكرار الصور و ملفات الفيديو التي تحوي مشاهد الجثث، و الدماء، و الأكفان، و الحزن، و الصراخ، و الوجوم؛ و هي ذات تأثير مضمون على مزاج المتلقي؛ مما ساعدها على نقل حالة الحزن و كسب التعاطف للجمهور المستهدف، اعتماداً على الاستمالات العاطفية المصاحبة لصياغة هذا النوع من المحتوى الدعائي.

ب- الدلالات العملية للنتائج:

تأسيساً على مناقشتنا السابقة لنتائج الدراسة، نقترح التوصيات التالية:

١- على الجهات المعنية بإنتاج المواد الإعلامية المختلفة في الدولة، و جهات الإنتاج الخاصة، الاهتمام بإنتاج المزيد من الأعمال الدرامية الوطنية المعنية برفع وعي المواطن؛ لتجنيبه التعرض لمحتوى مضلل، و تزييف الحقائق من قبل جهات لا يعينها أمن و سلامة الوطن، و لمواجهة حالة الاستنفار الشديدة للجماعة لتكذيب المحتوى الدرامي الذي يكشف حقيقتها و حقيقة اعتصامها.

- ٢- ضرورة اهتمام القنوات التليفزيونية الحكومية و الخاصة بإنتاج برامج خاصة بكشف أساليب تزييف المواد الإعلامية المختلفة على غرار برنامج (كمين) للمخرج تامر خشاب، مع إضافة نشر الوعي بطرق التحقق من المعلومات المنشورة.
- ٣- ضرورة تدعيم وسائل الإعلام التي تنقل للمجتمع الداخلي و الخارجي الصورة الحقيقية للدولة المصرية و قراراتها دون تزييف أو ادعاءات في هذه الفترة الحرجة من تاريخ الوطن؛ حرصاً على عدم التلاعب بمشاعر الجماهير الداخلية و الخارجية عن طريق مشاهد العنف و الدماء التي تجيد الجماعة استخدامها.
- ٤- اهتمام الدولة بتفسير قراراتها و أسباب اتخاذها عبر وسائل الإعلام التقليدية و الجديدة؛ منعاً لاستغلال الجماعات المعادية للوطن و أوقافهم الإعلامية لقرارات الدولة لتضليل الرأي العام و التلاعب بوعيه وأفكاره لصالحها.
- ٥- اهتمام المنصات الإلكترونية الرسمية برفع مادة إعلامية داعمة للدولة، و رافعة لوعي المواطن ضد محاولات تشويهه و التلاعب به.
- ٦- استمرار المؤثرين الجادين في دعم الدولة، و رفع الوعي بقضاياها الهامة، و تفسير مواقفها بوضوح؛ قطعاً لطريق أعداء الوطن الذين يتلاعبون بوعي المواطنين.
- ٧- تضمين الهيئة العامة للاستعلامات - باعتبارها مؤسسة إعلامية تابعة لرئاسة الجمهورية بشكل مباشر - في خططها السنوية لموضوع رفع وعي المواطنين و التحقق من المعلومات و الأخبار الزائفة؛ عن طريق أنشطة مراكز النيل و مراكز الإعلام الداخلي، على غرار تنويه رئيس الجمهورية في فعاليات مننديات الشباب، و اللقاءات النصف سنوية للمناسبات المختلفة، على صحة الوقائع المعروضة في دراما الوعي الوطني التي قامت الشؤون المعنية بالقوات المسلحة المصرية بالإشراف عليها و تدقيق وقائعها كما حدثت بالفعل.
- ٨- اهتمام وزارتي التربية و التعليم و التعليم الفني، و التعليم العالي و البحث العلمي، بإدراج مادة (التربية الإعلامية) ضمن برامجها الدراسية؛ لتنمية وعي النشء و الشباب بكيفية التعاطي مع المواد الإعلامية المختلفة، و منعاً لتشويه أعداء الوطن لأفكاره، و التأثير على قيمه الأصيلة، و نمط تفكيره و حكمه على الأمور.

مراجع الدراسة:

- (١) رجب عيد أبو زيد. "التسويق السياسي: دراسة في النشأة، و المدارس، و مجالات التطبيق". في: *المجلة العلمية لكلية الدراسات الاقتصادية و العلوم السياسية*. الجزء ٥، العدد ١٠، ٢٠٢٠. ص ص ٥٧ - ٨٤.
- (٢) الهيئة العامة للاستعلامات. *دستور جمهورية مصر العربية ٢٠١٤*. (القاهرة: الهيئة، ٢٠١٤). ص ص ٢٢ - ٢٩.
- (٣) "المرصد المصري للحقوق: مذنبحة رابعة جريمة بحق الإنسانية كلها". ١٤ أغسطس ٢٠١٤. <<http://rassd.com/1-107759.htm>>.
- (٤) جامعة مينسوتا - مكتبة حقوق الإنسان. "المحكمة الجنائية الدولية". ٢٠ سبتمبر ٢٠١٥. <<http://www1.umn.edu/humanrts/arab/iccelelements.html>>.
- (٥) "الاتحاد الإفريقي يعلق عضوية مصر بعد عزل مرسي". ٥ يوليو ٢٠١٣.
- <<https://www.dw.com/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%AD%D8%A7D8%AF%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%81%D8%B1%D9%8A%D9%82%D9%8A%D9%8A%D8%B9%D9%84%D9%82%D8%B9%D8%B6%D9%88%D9%8A%D8%A9%D9%85%D8%B5%D8%B1%D8%A8%D8%B9%D8%AF%D8%B9%D8%B2%D9%84-%D9%85%D8%B1%D8%B3%D9%8A/a-16931648>>.
- (٦) "المحكمة الجنائية الدولية ترد شكوى الإخوان بالتحقيق في جرائم بمصر". ١ مايو ٢٠١٤. <<https://arabic.cnn.com/middleeast/2014/05/01/egypt-icc-ikhwan>>
- (7) The European Independent Film Award (THE EIFA). 10 March 2020. <<http://www.theifa.com/winners.html>>.
- (٨) "شعار رابعة في جلسة أداء اليمين في البرلمان". ١٣ نوفمبر ٢٠١٩. <<https://www.mosaiquefm.net/ar/%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A9%D8%AA%D9%88%D9%86%D8%B3/638544/%D8%B4%D8%B9%D8%A7%D8%B1%D8%B1%D8%A7%D8%A8%D8%B9%D8%A9%D9%81%D9%8A%D8%AC%D9%84%D8%B3%D8%A9%D8%A2%D8%AF%D8%A7%D8%A1%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%85%D9%8A%D9%86%D9%81%D9%8A%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B1%D9%84%D9%85%D8%A7%D9%86>>.
- (٩) "ضجة إعلامية واستقطاب الشباب للتظاهر.. اعترافات المتهمين في حركة حسم". ٢٢ يناير ٢٠٢٠. <https://www.extraneews.tv/extra/category/topic/%D8%B6%D8%AC%D8%A9_%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9_%D9%88%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%B7%D8%A7%D8%A8_%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D8%A7%D8%A8_%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%B8%D8%A7%D9%87%D8%B1_%D8%A7%D8%B9%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%81%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D9%87%D9%85%D9%8A%D9%86_%D9%81%D9%8A_%D8%AD%D8%B1%D9%83%D8%A9_%D8%AD%D8%B3%D9%85_Extra>.
- (١٠) "فيديو... مسؤول إنتاج أفلام الإخوان المفبركة باخذ على الفيديو ٣ آلاف دولار". ٢٢ مايو ٢٠٢٠. <<https://www.youm7.com/story/2020/5/22/%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88%D9%85%D8%B3%D8%A6%D9%88%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%A7%D8%AC%D8%A3%D9%81%D9%84%D8%A7%D9%85%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A9%D8%AE%D9%88%D8%A7%D9%86%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%81%D8%A8%D8%B1%D9%83%D8%A9%D8%A8%D8%A7%D8%AE%D8%AF%D8%B9%D9%84%D9%89%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88-3/4788260>>.
- (١١) "في الذكرى السنوية الأولى لوفاته: إطلاق مؤسسة مرسي للديمقراطية". ١٧ يونيو ٢٠٢٠.

- <https://www.echoroukonline.com/%D8%A5%D8%B7%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D8%A9%D9%85%D8%B1%D8%B3%D9%8A%D9%84%D9%84%D8%AF%D9%8A%D9%85%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B7%D9%8A%D8%A9/>.
- (١٢) الجهاز المركزي للتعينة العامة و الإحصاء. مصر في أرقام ٢٠١٦. (القاهرة: الجهاز، مارس ٢٠١٦) ص ٧٩.
- (١٣) وزارة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات. التقرير السنوي لمؤشرات قطاع الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات (القاهرة: الوزارة، ٢٠١٨ - ٢٠١٤) ص ٦.
- (14) Menshawy, Mustafa. "The Ideology Factor and Individual Disengagements from the Muslim Brotherhood". **In: Religions**. Vol. 12. No. 198, March 2021. pp 15 – 25.
- (١٥) باربارا زولنر. "البقاء رغم القمع: كيف استطاعت جماعة الإخوان المسلمين المصرية الصمود و الاستمرار؟". ١٨ مارس ٢٠١٩.
- <https://carnegie-mec.org/2019/03/18/ar-pub-78605>.
- (16) Vannetzel, Marie. "The Muslim Brotherhood's (Virtuous society) and State Developmentalism in Egypt: the Politics of (Goodness)". 2017, 12 June 2021. <https://doi.org/10.4000/poldev.2327>.
- (17) Al-Anani, Khalil. "Upended Path: The Rise and fall of Egypt's Muslim Brotherhood". **In: Middle East Journal**. Vol. 69. No. 4, Autumn 2015. pp 258 – 542.
- (18) Brooke, Steven. "The Muslim Brotherhood's social outreach after the Egyptian Coup". **In: Rethinking Political Islam Series**. No. 10, August 2015. pp 13 – 13.
- (19) Moustafa, Mohammed Abdel Mohsen. "Morsi and Muslim Brotherhood in Western Eyes: A critical discourse analysis of Western media coverage of the 2012 presidential elections Campaign". **In: Middle East Research Journal**. Vol. 44. No. 2, January 2018. pp 23 – 39.
- (20) Ashraf El-Sherif. **The Muslim Brotherhood and the Future of Political Islam in Egypt**. (Washington, DC: Carnegie Endowment for International Peace, 2014) pp 2 – 27.
- (21) Pioppi, Daniela. "Playing with Fire: The Muslim Brotherhood and the Egyptian Leviathan". **In: The International Spectator**. Vol. 48. No. 4, December 2013. pp 51–68
- (22) Monier, Elizabeth, Ranko, Annette. "The Fall of the Muslim Brotherhood: Implications for Egypt". **In: Middle East Policy**. Vol.2. No. 4, Winter 2013. pp 111 – 123.
- (23) Özdemir, Ahmet Yusuf. "From Hasan Al-Banna to Mohammad Morsi; The Political Experience of Muslim Brotherhood in Egypt". **Master Degree Dissertation**. (Turkey: The Graduate School of Social Sciences Middle East Technical University, 2013).
- (24) Weber, Maria Dolores Algora. "The Muslim Brotherhood Following the (25 January Revolution): From the Ideals of the Past to the Political Challenges of the Present". **In: Journal of the Higher School of National Defense Studies**. No. 0, 2012. pp 181 – 212.
- (٢٥) أمغار، سمير. الإخوان المسلمون في أوروبا: دراسة تحليلية لتنظيم إسلامي. ترجمة: دينا محمد. (الإسكندرية: وحدة الدراسات المستقبلية بمكتبة الإسكندرية، ٢٠١٢).
- (26) Guzman, Andrea. "US Media Frames of Egyptian Revolution Participants". Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication – Chicago, 9 Aug 9 2012.
- (٢٧) عبد الجواد بيسن. في تحولات الإسلام السياسي: نموذج الإخوان المسلمين. (دبي: مركز المسبار للدراسات والبحوث، ٢٠٢٠) ص ص ٢٥ – ٣٢.

- (٢٨) فيصل عبد الله النقبي. استراتيجية تغفل الإخوان المسلمين في الغرب: قراءة في وثائق التنظيم الدولي للجماعة. (أبوظبي: مركز تريندز للبحوث والاستشارات، ٢٠٢٠) ص ص ١٠ - ٣٠.
- (٢٩) بشرى شبيوط. "إشكالية الدولة و الإسلام السياسي في الوطن العربي: التحديات و الأفاق". في: إشكالية الدولة والإسلام السياسي قبل و بعد ثورات الربيع العربي: دول المغرب العربي نموذجاً. تحرير: عائشة عياش. (برلين: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية و السياسية و الاقتصادية، ٢٠١٨) ص ص ٣١٧ - ٣٣٦.
- (٣٠) خليل العناني. "جماعة الإخوان المسلمين في مرحلة ما بعد مرسي". في: سياسات عربية. ع ٤، سبتمبر ٢٠١٣، ص ص ١٧ - ٢٣.
- (٣١) بشار حسن يوسف، وجيه عقود علي. "مفهوم العنف عند الحركات الإسلامية: جماعة الإخوان المسلمين في مصر أنموذجاً". في: مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية. المجلد ١١، ع ١، يونيو ٢٠١١، ص ص ٥٤٦ - ٥٦٦.
- (٣٢) سامح عباس. الإخوان و إسرائيل حلم لم يكتمل. (القاهرة: المجمع الثقافي المصري، ٢٠١٩) ص ص ١١ - ٢١٧.
- (٣٣) عادل كمال خضر. ثورة ٣٠ يونيو و دلالاتها النفسية. (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠١٨) ص ص ١٠١ - ٢٥٦.
- (٣٤) ياسين محمود محمد جمال الدين محمود عبد الهادي. "دور الحركات الاحتجاجية في مصر : الفترة من يناير ٢٠١١ - ٢٠١٧". ٢٠١٧، ١٥ أبريل ٢٠٢٢.
- <<https://democraticac.de/?p=51283>>
- (٣٥) حنان كيلاني. "الصورة الذهنية لتنظيم الإخوان المسلمين لدى المصريين قبل و بعد ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣". في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام. ع ٥٠، يناير - مارس ٢٠١٥، ص ص ٤٠١ - ٤٨٣.
- (٣٦) فيروز عبد العزيز. رابعة العدوية: معركة بين دولة و ميدان. (القاهرة: كنوز للنشر و التوزيع، ٢٠١٤) ص ص ٥٤ - ١٧٦.
- (٣٧) هاني خميس أحمد عبده. "الدين و الثورات السياسية: الحالة المصرية نموذجاً". في: روى استراتيجية. المجلد الأول، ع ٤، سبتمبر ٢٠١٣، ص ص ٣٦ - ٥٧.
- (38) Alizadeh, Mehrnaz Tajaddod, Saeidabadi, Mohammad Reza, Khajeheian, Datis. "How to Compose a Media Mix to Win an Electoral Campaign? Proposing a Framework for Political Marketing". In: AD-Minister. No. 39, July - December 2021. pp. 163 - 194.
- (39) Stilin, Žarko, Banožić, Mario, Ružić, Ivan. "Impact of Political Electronic Marketing on Voters Regarding Level of Education". In: Journal of Business Paradigms. Vol 2. No 1, 2020. pp 4 - 20.
- (40) Ton, Thao. "Political Marketing in the Digital Era: Millennials' Use of Social Media for Political Information and its Effect on Voting Decisions". Master Degree Dissertation. (Chicago, DePaul University, 2016).
- (41) Lilleker, Darren. "Political Public Relations and Political Marketing". The Annual Meeting of the International Communication Association - Boston, 25 - 30 May 2011.
- (42) Xyda, Stella-Archontoula. "Social Network Sites and Political Participation: The political behavior on Social network sites and the mediating role of internal online political efficacy and political expression". Master Degree Dissertation. (Greece: Faculty of Business Administration Radboud University, N.D).
- (٤٣) حيدر فالح زايد، ياسين علوان الطيف. "التسويق السياسي في البرامج الحوارية و علاقتها بالقيم الخيرية لصناعة المحتوى الإعلامي". في: مجلة آداب الفراهيدي. المجلد ١٢. العدد ٤٣، سبتمبر ٢٠٢٠. ص ص ٣٥٦ - ٢٧٦.
- (٤٤) سعد بن سعود بن محمد آل سعود. "تأثير البيئة الاتصالية الخارجية على القرار السياسي للناخبين: دراسة مقارنة للناخبين المصريين المقيمين بالسعودية في الانتخابات الرئاسية المصرية في فترة ٢٠١٢ و ٢٠١٤". في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام. المجلد ٢٠١٧. العدد ٦١، أكتوبر ٢٠١٧. ص ص ٣٩٩ - ٤٣١.
- (٤٥) ريبية ركوران مصطفى، عبد الرحمن كريم درويش. "التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي". في: المجلة العربية للإعلام و الاتصال. العدد ١٦، نوفمبر ٢٠١٦. ص ص ١١ - ٤٦.
- (٤٦) عبد الله ممدوح مبارك الرعود. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس و مصر من وجهة نظر الصحافيين الأردنيين". رسالة ماجستير. (عمان: جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٢).

- (٤٧) جمال العيفة. "الاتصال الشخصي و دوره في العمل السياسي: دراسة ميدانية حول استفتاء ميثاق السلم والمصالحة الوطنية بالجزائر ٢٩ سبتمبر ٢٠٠٥". رسالة دكتوراة. (الجزائر: كلية العلوم السياسية و الإعلام جامعة الجزائر "بن يوسف بن خدة"، ٢٠٠٧).
- (٤٨) أسامة محمد محمد سلام. "التسويق السياسي كأداة حديثة لإدارة الحملات الانتخابية: دراسة تطبيقية أثناء انتخابات مجلس الشيوخ في جمهورية مصر العربية ٢٠٢٠". في: *المجلة العلمية للتجارة و التمويل*. الجزء ٤٠. العدد ٣، ٢٠٢١. ص ص ٤١ – ٧٠.
- (٤٩) نسرين حسام الدين، عادة سيف ثابت. "أساليب توظيف الإعلان السياسي في الصحافة المصرية خلال الانتخابات الرئاسية ٢٠١٤". في: *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*. المجلد ٢٠١٥، العدد ٤، ٢٠١٥. ص ص ١٢٧ – ١٧٧.
- (50) Hammond, John L. "The Segnificance of Space in Occupy Wall Street". In: **Inference: A Journal for and about Social Movement**. Volume 5, November 2013. pp 499 – 524.
- (51) Snow, David. and Moss, Dana. "Protest on the Fly: Resuscitating & Rethorizing Spontaniety in the Dynamics of Collective Action". The American Sociological Association Annual Meeting, Hilton New York and Sheraton New York, New York, NY, Aug 10, 2013.
- (52) Chang, Albert. "Revisiting the Tiananmen Square Incident: A Distorted Image from Both Sides of the Lens". In: **Stanford Journal of East Asian Affairs**. Vol. 5, No. 1, Winter 2005. pp 9 – 25.
- (53) Office for Democratic Institutions and Human Rights. **Preliminary Findings on the Events in Andijan, Uzbekistan, 13 May 2005**. (Warsaw: ODIHR, 2005). pp 22 – 24.
- (54) Ballas, Irit. "Palestinians in Israeli Human Rights Organizations: Politics and Identity in Human Rights Discourse". The Annual Meeting of the ISPP 36th Annual Scientific Meeting, Lauder School of Government, Diplomacy and Strategy, IDC–Herzliya - Israel, Jul 04, 2013.
- (55) Allendoerfer, Michelle Giacobbe. "When do human rights matter?An analysis of OECD foreign aid". International Studies Association Annual Convention -New York City - NY, February 2009.
- (٥٦) رامي عزيز. "الإخوان المسلمون و الغرب: لعبة الديمقراطية و حقوق الإنسان". تريندز للبحوث والاستشارات، ٧ ديسمبر ٢٠٢١. <https://trendsresearch.org/ar/insight/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%AE%D9%88%D8%A7%D9%86%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D9%84%D9%85%D9%88%D9%86%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%BA%D8%B1%D8%A8%D9%84%D8%B9%D8%A8%D8%A9%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%8A%D9%85%D9%82%D8%B1/>.
- (٥٧) عمر عبدالله محمد الكروش. " التوظيف السياسي لمبادئ حقوق الإنسان (١٩٩١ – ٢٠٠٣): الولايات المتحدة الأمريكية دراسة حالة". رسالة ماجستير. (عمان – الأردن: كلية الآداب و العلوم جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٨).
- (٥٨) سوزي محمد رشاد. "التوظيف السياسي لقضايا حقوق الإنسان و الثورات العربية". ٢٠١٣، ١٥ أبريل ٢٠٢٢. <http://erepository.cu.edu.eg>.
- (٥٩) هشام عطية عبد المقصود محمد. "التوظيف السياسي لقضايا حقوق الإنسان في الصحافة المصرية: دراسة لبنية و أطر الخطاب المقدم في سياق مدخل التحليل الثقافي". في: *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. المجلد الثامن، ع ٣، يوليو – سبتمبر ٢٠٠٧، ص ص ٤٧ – ١٠٦.
- (60) Zillmann, Dolf . "Mood Management Theory". In: **American Behavioral Scientist**. Vol. 31. No. 3, January/February1988. pp 327 – 340.
- (٦١) منال هلال مزاهرة. *الدعاية: أساليبها و مدارسها*. (عمان – الأردن: دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، ٢٠١١) ص ٣٠.
- (٦٢) المرجع السابق، ص ٣١.

- (٦٣) عبد الوهاب الكيالي و آخرون. موسوعة السياسة. الجزء الأول (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات و النشر، د.ت) ص ٦٨١.
- (٦٤) طارق سيد أحمد الخلفي. معجم مصطلحات الإعلام. (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٨) ص ص ٢٩، ٣٠.
- (٦٥) راسم محمد الجمال، خيرت معوض عياد. التسويق السياسي و الإعلام: الإصلاح السياسي في مصر. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥) ص ص ٢١ - ٢٣.
- (٦٦) عبد الوهاب الكيالي و آخرون. مرجع سابق. ص ص ٢١٣، ٢١٤.
- (٦٧) الخبراء هم:
- ١- أ.د حنان جنييد
 - ٢- أ.د علي جليبي
 - ٣- أ.د نجوى خليل
 - ٤- أ.د هويدا مصطفى
 - ٥- أ.م.د رجاء الغمراوي
 - ٦- د. سامح حسنين
- أستاذ العلاقات العامة و الإعلان و القائم بأعمال عميد كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- أستاذ علم الاجتماع - كلية الآداب جامعة الإسكندرية.
- مستشار بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية و الجنائية.
- أستاذ الإذاعة و التلفزيون و عميد كلية الإعلام و فنون الاتصال - جامعة فاروس.
- أستاذ الإذاعة و التلفزيون المساعد - كلية اللغة و الإعلام - الأكاديمية العربية للعلوم و التكنولوجيا و النقل البحري.
- مدرس الصحافة - المعهد الدولي للعالي للإعلام - أكاديمية الشروق.
- (٦٨) الخبراء هم:
- ١- أ.د أماني ألبرت
 - ٢- أ.د داليا عبد الله
 - ٣- أ.د علي جليبي
 - ٤- د. غادة النشار
 - ٥- د. محمود مهني
- أستاذ العلاقات العامة و الإعلان - كلية الإعلام جامعة بني سويف.
- أستاذ العلاقات العامة و الإعلان و رئيس قسم العلاقات العامة و الإعلان - كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أستاذ علم الاجتماع - كلية الآداب جامعة الإسكندرية.
- مدرس الإعلام السياسي - كلية الاقتصاد و العلوم السياسية - جامعة المستقبل.
- مدرس العلاقات العامة و الإعلان - المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث.
- (٦٩) المجلس القومي لحقوق الإنسان. تقرير لجنة تقصي الحقائق حول أحداث فض اعتصام رابعة العدوية. (القاهرة: المجلس، ٢٠١٤) ص ص ١٢ - ١٥.
- (٧٠) "رسمياً إطلاق اسم الشهيد هشام بركات على ميدان رابعة العدوية". ٨ أغسطس ٢٠١٥.
- <<http://www.el-balad.com/1603549>>.
- (٧١) "معنى اسم رابعة". ٢٥ فبراير ٢٠١٤.
- <<http://names.mrkzy.com/girls/raa/meanings-2670/>>.
- (٧٢) رئاسة الجمهورية. "الوقائع المصرية: ملحق للجريدة الرسمية". العدد ١٤ مكرر (د)، السنة ٥٧، ٩ أبريل ٢٠١٤. ص ص ٢، ٣.
- (٧٣) رئاسة الجمهورية. "الوقائع المصرية: ملحق للجريدة الرسمية". العدد ٩٦ تابع (أ)، السنة ١٩٥، ٢٤ أبريل ٢٠٢٢. ص ص ٢، ٣.
- (٧٤) شبكة رصد. "حملة عالمية للتعريف بقصة رابعة". ١٣ أغسطس ٢٠١٤.
- <<https://www.facebook.com/RNN.NEWS/photos/a.280183138725469.58204.103622369714881/859150694162041/?type=1&ref=nf>>.
- (٧٥) موقع قصة رابعة. "رؤية و رسالة و أهداف و أقسام موقع قصة رابعة". ١٤ أغسطس ٢٠١٤.
- <<http://www.rabaastory.net/>>.
- (٧٦) "دليل سوشيالجي لاستخدام الهاشتاج". ٢٩ أغسطس ٢٠٢٢.
- <<https://io.hsoub.com/tech/77003pdf%D8%AF%D9%84%D9%8A%D9%84%D8%B3D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%8A%D9%84%D8%A7D8%B3D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85%D8%A7%D9%84%D9%87D8%A7%D8%B4%D8%AA%D8%A7%D8%AC>>.