

صناعة الخوف في خطاب الصورة الدعائي لتنظيم "داعش" الإرهابي

عبر مواقع الانترنت

علاء الدين احمد عباس *

جامعة بغداد / كلية الإعلام

ملخص

تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل خطاب الصورة الدعائي لتنظيم "داعش" الإرهابي، ومعرفة كيفية تسويقه للتخويف بوساطة البناء العلاماتي، والكشف عن المعاني المباشرة والإيحاءات الخفية من ورائها، وما الأنساق الأيديولوجية التي تقدمها الصورة بوصفها خطاباً بصرياً.

الدراسة كيفية وصفية، استعمل الباحث منهج التحليل المسحي، فيما استعمل أداة تحليل المحتوى السيميائي لخطاب الصورة الدعائي، للكشف عن المحتوى الظاهر والضمني لمداول العلامات المستعملة فيه، بعد اختيار عينة للدراسة.

أشارت أهم نتائج الدراسة إلى: أن تنظيم "داعش" وظف الصورة في صناعة الخوف في جميع مكوناتها: رمز التوحش والجسد الإنساني والزي والألوان واللقطة الاحترافية، وكذلك أظهرت أن دلالة الخوف للتنظيم تقوم على "صناعة المقدس" بمعنى الحيز الممنوع مقاربتة، ولا يُسمح بالتجريح فيه، كما بينت أن التنظيم استعمل في خطابه الدعائي للصورة كل أساليب العنف لصناعة الخوف: العنف المباشر واللفظي والرمزي. الكلمات المفتاحية: الخوف، الصورة، الدعاية، داعش، ارهاب، انترنت.

Fear manufacture in the propaganda discourse image of terrorist ISIS
«Daesh» via websites

Aladdin Ahmed Abbas/master's degree /media

Abstract

This study aims to observe and analysis the propaganda discourse image

moc.oohay@ahsplaniddaala

مجلة الباحث الإعلامي

for Daesh, and know how it marketing the fear due to symbols structure, and discover the straight meanings and hidden inspiration, with the ideology that the image presented.

The study is descriptive and qualitative, and the method is analytic survey used semiotic approach.

The most important results of the study refer to:

- Daesh functioning the image in fear manufacture in all it components: the symbol of savageness, body language, color, clothes uniform and professionally shot.*
- The indicative meaning of fear promoted by Daesh based of the manufacturing «Holy», and that mean places non-touchable and non-insulted.*
- Daesh used in its propaganda image discourse all methods of violence for fear manufacture: direct, verbal and symbol violence.*

مقدمة

يرى المفكر الفرنسي "ريجيس دوبريه" - بحسب تقسيمه لبيئة التواصل الاعلامي - ان البشرية اليوم تعيش في عصرها الميديولوجي الرابع، ويسميه "المجال الانترنيتي-Internetsphere"، الذي يضم العصور السابقة كلها -العصر الكلامي، والعصر الخطي، والعصر التلفازي-، أهمية الميديولوجيا تكمن في انها تستعمل الايديولوجيا لتحقيق التغيير من دون خسائر تذكر، فهي تستغل أي قتيل، أو حدث لتصنع منه رمزية تؤجج به المشاعر والوجدانيات، فاصبح الانترنت بهذا المعنى يصنع الشعارات والثورات، ويحقق ما عجزت عنه ملايين الاوراق المكتوبة من حبر الفلاسفة وأصحاب الايديولوجيات. في هذا العصر أصبح للصورة المرئية سلطة وقوة لا يمكن إغفالها، بل المحرك الأساس للتحصيل المعرفي ومعرفة الحقيقة، وكما اشار الناقد والمحلل السيميائي «رولان بارت-Roland Barthes» بأننا نعيش «حضارة الصورة»، هنا يكون المواطن العالمي مستهلكاً للصور التي قد تزيّف الحقائق والواقع ولا تعكسه بالضرورة، وهذا ما أكدّه الفيلسوف "بول فيريليو": "أن زمن الصورة هو زمن التلفيق". ليس غريباً ان تعتمد الجماعات الارهابية لاسيما التي تسمى نفسها «جهادية» في نشاطها الاتصالي على الإنترنت، إذ هو أكثر وسائل الإعلام إثارة وتأثيراً؛ فهو يوفر لها مستوى غير مسبوق من السيطرة المباشرة على مضمون رسائلهم،

بل تمتد قدرته لتشكيل الطريقة التي ينظر بها الجمهور المستهدف لهم، والتلاعب بأفكارهم ليس فقط في صياغة صورتهم في ذهن المتلقين بل ايضا في صياغة صورة أعدائهم، لاسيما مع قلة القيود المفروضة على الإنترنت، وضمان انتشار رسائله الى الجمهور العالمي، فضلا عن الافادة من الخدمات الوفيرة التي تتيحها في تنوع الرسائل لاسيما البصرية وتسخيرها في الحرب النفسية والدعائية لتحقيق اهداف الجماعات الارهابية بخلق التخويف في قلوب أعدائها - «البؤرة السردية» التي يركز عليها على وصف «جيران جينت»- لاسيما أن هذه التنظيمات تدرك بأن الخسارة في الميدان قد تكون خسارة تكتيكية، لكن الخسارة على صعيد الإعلام الافتراضي تعد خسارة استراتيجية بالنسبة إليهم، أو مسألة حياة أو موت، فالرهان الرئيس لكل جماعة متطرفة هو انتشار أفكارها بالدرجة الأساس، أما نقطة الارتكاز على الأرض فيمكن أن تتغير بحسب لعبة تدافع القوى ميدانيا، استعمال هذه الجماعات لأدوات الاتصال الحديثة ولاسيما مواقع التواصل الاجتماعي يخلق ازدواجية في انهم يحاربون الحداثة في مفهومها الفكري -المعروف عن التيارات المتشددة أنها تحرم الصور-، في حين يستخدمون التقنية بصورة براغماتية خدمة لمصالحهم، تمكن تنظيم «داعش» الارهابي بوساطتها من تعدى مرحلة «مجتمع الاستعراض-Society of Spectacle» كما يسميه المنظر الفرنسي «غي ديبور» إلى مرحلة «صناعة الخوف-Fear manufacturing»، فهم لم يعد يبثوا صوراً استهلاكية لحرب دموية على أرض معركة، وإنما صوراً سينمائية احترافية بجودة عالية، وإخراج فني حرفي لتشكيل رعبا لم تره من قبل. انطلاقاً من ذلك تسعى هذه الدراسة إلى بيان أهمية الصورة وقوتها، وكيف وظفها تنظيم «داعش» الارهابي؟ وما الرسائل البصرية التي أراد التنظيم إيصالها الى المشاهد، التي تشكل صناعة الخوف محورها؟.

منهجية الدراسة

١. مشكلة الدراسة

أدركت «داعش» أننا في «عصر الصورة» وأن هناك تسيدا لها على الكلمة، فالصورة هي الوسيلة الإعلامية الأكثر بلاغة في زمن لا وقت فيه للمرء ليقراً -لاسيما لمجموعة معينة من الشرائح الاجتماعية-، من هنا فإن دراسة الصور الدعائية التي يروجها في غاية الأهمية، فالمعاني التي تطرحها هي جزء أصيل من رسالة التنظيم للآخرين، عليه يمكن صياغة المشكلة البحثية في التساؤل الآتي: ما خطاب الصورة الدعائي التي ينشرها تنظيم «داعش» الإرهابي عبر مواقع الانترنت، وكيف وظفها في صناعة الخوف؟، لاسيما وانها صدرت من قبل جهة واحدة هي الجهة المنتجة «داعش»، وما صاحب بعض الصور من تشكيك بعدم الواقعية، للوقوف على الرسائل البصرية والمعاني التي أراد إيصالها، وانساقها الايديولوجية.

2- أهمية الدراسة

تحدد أهمية الدراسة في الآتي:

- أ. تسعى لفهم استراتيجية تنظيم "داعش" الدعائية كمقدمة ضرورية قبل التصدي لها، إذ لا بد من تفكيك الهيكل الضخم لهذه الدعاية إلى مكوناتها الأساس.
- ب. انها تستعين بالمنهجية البصرية "Visual Methodology" لفهم خطاب "داعش"، وبيان دلالات الصورة بوصفها خطابا يتوازي مع الخطاب النصي، وتحديد سمات هذا الخطاب، لفتح الباب أمام الخطاب بشقية البصري واللغوي للدراسة.
- ت. محاولة لرصد ملامح وأبعاد خطاب الصورة، عن طريق تحديد السياق الذي أنتجت فيه، والجهات الموجه اليها هذا الخطاب.
- ث. ان منهج التحليل المستعمل يقدم المدلول الكامن فضلا عن الظاهر للصورة.

3- أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الى رصد وتحليل خطاب الصورة الدعائي لتنظيم "داعش" الإرهابي عبر مواقع الانترنت، ومعرفة كيفية تسويقه للتخويف بوساطة البناء العلاماتي، والكشف عن المعاني المباشرة والإيحاءات الخفية ورائها، وما الأنساق الأيديولوجية التي تقدمها الصور بوصفها خطابا بصريا، كما تسعى الدراسة الى تحديد الملامح المميزة لهذا الخطاب ممثلة في: الألوان، ولغة الجسد، وزوايا التقاط الصورة، بوصفه خطابا له ملامح وسمات مميزة عن الخطابي النصي، وكذلك كشف الاساليب الدعائية والاقناعية لخطاب الصورة عبر التلاعب بالرموز للخداع وسيلة للتخويف، لاسيما وان الصورة أصبحت غير بريئة في نقل الواقع بصدق وموضوعية، بل تركز إيديولوجية فكرية لتحقيق المنافع لجهة معينة.

4- نوع الدراسة وأداتها

الدراسة من البحوث الكيفية التي تسعى الى الوصف الدقيق والمتعمق للصورة، تستخدم المنهج المسحي، وأداة تحليل الخطاب السيميائي الذي يركز على استراتيجية صياغة المعنى بوساطة الأشكال التصويرية من ناحية، وإقامة العلاقة بين الأشكال التصويرية من ناحية أخرى. يقوم التحليل بتفكيك البنية إلى مستويين، الأول: يرتبط بإدراك الرسالة البصرية باستقلال عن منتجها، أما الثاني: فيرتبط بتأويل الصورة ورصد الدلالات الخفية التي تحتوي عليها متبينة: دراسة لغة الجسد، وزوايا التصوير، والالوان، وذلك عن طريق نسق من المقاربات.

5- مجتمع الدراسة

نظرا لحصول وسائل الإعلام العالمية والعربية على مادتها الإعلامية الخاصة بصور تنظيم دولة «الخلافة» من التنظيم نفسه حصرا؛ فإن المصدر قد حدد المعلومات التي يجب أن تقدم لوسائل الإعلام وتلك التي يجب حجبها، ومن ثم فوسائل الإعلام قد حصلت علي نصيب متساو من المادة النصية أو المصورة، ونلمس ذلك من تشابه الصور في وسائل الإعلام، وعليه فإن تحديد موقع الكتروني معين بعينه لا يعد ذا قيمة، لذا فإن الباحث اعتمد على محرك «غوغل- صور» مجالا مكانيا للحصول على الصور المنشورة عبر الإنترنت، والتي يعود إنتاجها بين عامي ٢٠١٤-٢٠١٥ -إعلان التنظيم لدولته المزعومة وما بعدها من أحداث- المجال الزمني للدراسة، اختار الباحث عشوائيا (٣٠٠) صورة، بالتزام التكرار في الصور أو وجود شعار جهة الاصدار ان امكن، استخدام الباحث كلمات مفتاحيه في البحث داخل المحرك: (دولة الخلافة، تنظيم داعش، راية داعش، داعش تقيم الحدود الشرعية، اساليب اعدام داعش، نساء داعش، اطفال داعش،...).

6- مصطلحات الدراسة

- صناعة الخوف: ويقصد بها الباحث (عملية سيكولوجية مقصودة ومخططة تقوم بها سلطة سياسية ما، عن طريق وسائل الاعلام، وبالاعتماد على استمالة التخويف لتحقيق الاقتناع بأهدافها، التي تحدث بأساليبها توترا نفسيا عند المتلقي يدفعه لسلوك معين لتجنب الخطر، مقرون بالإذعان والاستسلام الى املاءات منتج الرسالة).
- خطاب الصورة الدعائي: يقصد به الباحث (تعبير مرئي عن فكرة أو عقيدة، مقصود ومخطط يصاغ بوساطة الصورة، توظف بها رموزا تثير الانفعال العاطفي لدى الجماعة المستهدفة؛ لتسهيل عملية الاقتناع بالفكرة، يهدف لخلق واقع غير حقيقي يدفع المشاهد للتصرف على أساس ما يعتقد أنه الموقف الحقيقي، يحمل رؤية زمان ومكان -سياق- ضمن ثقافة اجتماعية معينة)، تحليل خطاب الصورة الدعائي يشتمل على استكشاف مدلولات الآتي^(١): العلامات الإيقونية والتشكيلية، والألوان، والإضاءة والظل، وزاوية التقاط الصورة، ولغة الجسد، على وفق نظرة تفسيرية اجتماعية.

الإطار النظري

- صناعة الخوف: «استراتيجية الرعب-Terror strategy» من أقدم أساليب الدعاية، وقد أشار «أرسطو» الى أهمية إثارة الخوف في إحداث توتر عاطفي يدفع الجمهور للسير بالاتجاه المرسوم، فسياسة التخويف ترتبط بالحرب النفسية لترسيخ مفاهيم الهزيمة والاذعان، يقول الباحث الألماني «اوجين هادا أموفسكي»: «ليست الدعاية

والرعب بأمرين متضادين... بل العنف جزء مكمل للدعاية... ودوره يكون كضوء البرق مسترعياً الانتباه ومحولاً اياه بمهارة تبعاً لرغبة رجل الدعاية» (٢)، ويدعى هذا النوع من الدعاية بـ «دعاية الفعل - Propaganda in Deed» (٣)، تؤدي استمالة التخويف الى جعل المتلقي يستجيب للرسالة في حالتين (٤): شدة الإثارة العاطفية لمحتوى الرسالة، وتوقعات الفرد بإمكانه تجنب الأخطار والتقليل من التوتر العاطفي عند الاستجابة للرسالة، والتخويف من آليات الصراع لاسيما على السلطة، الخوف كثقافة بشكلها التقليدي لم تعد مجدية مع توسع رقعة الانفتاح والتعليم، لذلك سعت القوى السياسية الى استثمار قوالب للتخويف تجني من رواجها المكاسب، تتم بطريقة متعددة ومتكررة، تؤدي فيه وسائل الإعلام لاسيما البصرية دور المنتج والراوي في آن واحد، يقول عالم الاجتماع «باري جلاسner - B. Glassner» في كتابه (ثقافة الخوف): «ان هذا النوع من الثقافة عملت على تصنيعه في المجتمعات المعاصرة بطريقة مقصودة ومتأنية مؤسسات كثيرة أهمها المؤسسات الاعلامية كنوع من سياسة المتاجرة بالخوف والذعر»، إذ مع التكرار في وسائل الاعلام يصبح للخوف المصنع سلطة على المتلقي، يتحول فيها صانعو الخوف الى سائسي العقول (٥)، تؤدي الصورة في وسائل الاعلام لاسيما مع قوة المؤثرات المصاحبة دورا مهما في بث التخويف على وفق اشكال فنية متنوعة، تعد التنظيمات الارهابية التجسيد النهائي لصناعة الخوف ومعالمه، واقعا وإعلاما، فقطع الرؤوس ليس مجرد نزعة للانتقام، بل هي بالأساس لتخويف الأعداء لحد أن تتعطل كل ارادة أو مقاومة عندهم، يتوقف تحليل الكشف عن الخوف على أعمال الكثير من الادوات مثل: تحليل الخطاب النقدي، تحليل الملفوظ، السيميائية.

- الخطاب الدعائي: (تقنيق الواقع وتصويره على وفق إدراك مسبق لما يجب ان يكون، يتم تمثيله في نظام من المفاهيم والتصورات والمقترحات والمقولات التي تتميز بمنطق داخلي يحكمها، بغض النظر عن طبيعته، هدفه الإقناع والاستجابة السلوكية لما يقوله، يتم بطقوس معينة، وله خصائصه وأبعاده الأسطورية) (٦). يخلق الخطاب الدعائي معاني غير حقيقية عن طريق تصوير العالم تصويرا زائفا، وبذلك يدفع الجماهير للتصرف على أساس ما يعتقدون أنه الموقف الحقيقي، وليس على أساس ما يحدث فعلا في العالم الخارجي (٧)، يقسم الخطاب الدعائي إلى: الخطاب المباشر: وهو صريح في مضمونه، والخطاب الضمني (غير المباشر): يتميز بالقدرة على خلق مستويات من التأويل عن طريق رموز تأويلية لتحقيق أهداف معينة، والخطاب الإيحائي: يعتمد على المرجعية التي ينطلق منها الخطاب.
- خطاب الصورة: عصرنا هو «عصر الصورة - Image Age» ، هكذا وصفه «آبل

جونز“ عام ١٩٢٦ (٨)، والصورة كما يعرفها ”ريجيس دوبريه“ بانها: ”قناع يجعل ما هو غير مرئي مرئيا، وهي قوة محرّكة لا تدفع للحلم والخيال فقط، ولكنها تخلق الانفعالات أيضا“، وهي لغة عالمية يفهما الجميع، وهي وثيقة من وثائق الاثبات، لذلك ليس بعيدا ان تستعملها الحرب النفسية وسيلة تحمل الرسائل والمعاني للتأثير في الآخرين(٩)، فهي خطاب ومادة اتصال تقيم العلاقة بين مرسل ومتلقي، مرسل الصورة لا يقترح رؤية محايدة للأشياء، كذلك المتلقي يقرأها انطلاقا من تجربته الاجتماعية، ذلك أن الصورة لا تخاطب حاسة البصر لدى المتلقي فقط، بل تحرك حواسه وأحاسيسه وميراثه العاطفي والاجتماعي، تشكيل الصور أصبح صناعة محكمة لتوجيه الرأي العام، وجعله ينساق إلى تصديق أمور أو تكذيب أمور من دون روية أو فكر، فالصورة الحدث، أو الصورة العاطفية، أو الصورة ذات الاستمالات الدينية أو العقديّة أو الأيديولوجية، كلها تصب في تأكيد خلق الحالات الانطباعية المباشرة، والتي يترتب عليها خلق قرارات فردية أو جماعية تجاه أمر ما، أو حدث معين، هذا الإيحاء المنبعث من الصور يمكن أن يسمى - مجازا- (لغة)، مثلما نقول: لغة العيون، ولغة القلوب، والمقصود أن هذا التركيب البصري يؤدي الوظيفة التي تؤديها اللغة، وهي التوصيل والتواصل، بل إن الصورة قد تؤدي هذه الوظيفة بشكل أعمق من كثير من التعبيرات اللغوية(١٠)، فضلا عن عدها خطابا بقصد التعبير والتواصل، وقد عد ”ايريك بويسنس-Buysens“ الصورة لغة من اللغات التي يتواصل بها الإنسان مع الآخرين، من هنا نجد أن الصورة ولاسيما ”المزيفة-Faked Image“ يمكن أن تقدم لنا خداعا ممكنا باستخدام التقنيات الفنية، وهي في الوقت نفسه تمنح قيمة لما لا قيمة له، ولاشك أن التطور الرقمي خلق أثرا مبالغا فيه للصورة، لذا يصبح من الصعب على المشاهد التفريق بسهولة بين القيمة الحقيقية والقيمة المصطنعة(١١).

• تنظيم دولة الخلافة ”داعش“: تنظيم إرهابي مسلح، يؤمن بالعنف لتحقيق أهدافه، يتخذ من الاسلام شعارا له لتحقيق غايته، ويدعي العودة الى منهج النبوة، وتطبيق الشريعة الاسلامية -على وفق رؤيته-، يحارب التنظيم كل من يخالف آراءه وتفسيراته الشاذة من المدنيين والعسكريين ويصفهم بالردة ويستحل دماءهم، ينتشر افراده في العراق وسوريا تحديدا كدولة، مع بيعات للتنظيم من مجموعات منتشرة في أكثر من عشرين دولة، مر هذا التنظيم بستة مراحل: مرحلة التوحيد والجهاد، مرحلة القاعدة في بلاد الرافدين، مرحلة مجلس شورى المجاهدين، مرحلة الدولة الإسلامية، مرحلة الدولة الإسلامية في العراق والشام، والمرحلة الأخيرة هي دولة الخلافة الإسلامية، المفكر الأمريكي ”نعوم تشومسكي“ يرى أن ”داعش“ مجرد ”مسخ“، يعود بشكل كبير لغزو الولايات المتحدة للعراق -الغزو الذي دمر البلاد، وقتل مئات الآلاف

من الناس، وأوجد مليوني لاجئ، وحرّض على الصراع الطائفي-، كذلك الى الفشل الامريكي في التعامل مع التنظيمات الارهابية بالاعتماد على العنف فقط، الذي عادةً ما ينتهي به المطاف إلى شيء أكثر سوءاً^(١١). تكمن قوة التنظيم في الآتي:

* القوة العسكرية^(١٢): ورثها من الخبرات المتراكمة لأعضائه المحليين من التاريخ الطويل في مقارعة الامريكان ثم قوى الامن العراقي، فضلا عن التحاق مقاتلين مؤهلين من تنظيمات ارهابية دولية، تقوم استراتيجية «داعش» على تجنب المواجهات الكبيرة لتجنب سقوط عدد كبير من القتلى في صفوفها، وبما يسمى «حرب العصابات» الخاطفة بأسلوب «استراتيجية الرعب»، والاعتماد على الشاحنات المفخخة، والانتحاريين بالأحزمة الناسفة للانغماس في العدو واقتحام صفوفه، فضلا عن تأمين مناطقه بأنواع من التفخيخ والالغام الارضية والعبوات الناسفة، كذلك الانسحاب والفرار بدلا من الانغماس في قتال دفاعي، أبرز التغييرات في تكتيكات «داعش» جاءت بعد استيلائه على مخازن أسلحة وعجلات ومعدات ومصادر طاقة ومصارف مالية غنمها بعد انهيار القطعات العسكرية في مناطق من العراق وسوريا.

* قوة التمويل^(١٤): يعد من أغنى التنظيمات المسلحة الارهابية في العالم، مصادر تمويله تأتي من مصادر متنوعة: عائدات بيع النفط والغاز في السوق السوداء، ومن استحصال الضرائب والاتاوات، وكذلك بيع الاسمنت والصادرات الزراعية، وبيع الآثار، وهدايا الرهائن.

* قوة الهيكلية: يقوم على اساس تنظيمي صلب ومغلق، فهناك حلقة مغلقة داخل قيادة التنظيم لا تتعدى اصابع اليد، توزع المهام والمسؤوليات، فضلا عن خبرات استخبارية وامنية ورثها من انتماءات متعددة الجنسيات.

* مسك المعابر الحدودية: وفرت له السيطرة على تدفق المقاتلين، والمناورة العسكرية، فضلا عن مورد مالي من جباية المواد الداخلة والخارجة.

* قوة الاعلام^(١٥): تنوع الوسائل بين مواقع انترنت «منابر الكترونية»، وإذاعة محلية، ومجلة مقروءة عالمية، وسعة نشر لرسائل باللغات العالمية، ما يثير العجب هنا السؤال الآتي: كيف كون «داعش» جهازا إعلاميا ضخما -سبع مؤسسات إعلامية متخصصة رسمية، وخمس مؤسسات أخرى غير رسمية-؟، أم أن إعلام «داعش» هو جزء يكتنفه الغموض، كما يكتنف قيادته وبروزه؟.

• تصنيف الخطاب الدعائي لتنظيم «داعش»: صنف الباحث «شارلي وينتر-Charlie Winter»-من مؤسسة «كويليام» البريطانية لمكافحة التطرف- جميع انواع الدعاية

الترويجية لـ «داعش» ترجع الى خمس ثنائيات من المتناقضات على وفق إطار الكاتب الفرنسي «جاك أيلول»، وهي كالاتي^(١٦):

- * **الثنائية الأولى.** الدعاية السياسية مقابل الاجتماعية: من حيث المضمون الدعاية السياسية تمثل الرسالة الفكرية الرسمية، سواء أكانت موجهة إلى الجمهور الصديق أم المعادي، أما الدعاية الاجتماعية تكون ناتجة عن الاختراق طويل الأمد والتكيف التدريجي، يتم إنتاجها من أنصار التنظيم وليس إعلامها الرسمي.
- * **الثنائية الثانية.** الدعاية التكتيكية مقابل الاستراتيجية: من حيث الهدف الدعاية التكتيكية تهدف إلى تحقيق استجابة ملموسة على المدى القصير، كموضوعات الهجرة أو تنفيذ الهجمات في دول المستقطبين، بينما تركز الدعاية الاستراتيجية على الأهداف طويلة الأمد، إذ تسعى لإنشاء بيئة مستقرة للحفاظ على «الخلافة» المزعومة.
- * **الثنائية الثالثة.** الدعاية العمودية مقابل الأفقية: من حيث المصدر تركز مهمة الفئة الأولى على دعم شعار التنظيم وتحسين صورته، وغالبا ما تكون ذات طابع رسمي، أما الثانية تكون لهجتها أقل رسمية، إذ تقوم بنشر أصوات جمهور التنظيم المؤيد له.
- * **الثنائية الرابعة** الدعاية التحريضية مقابل اندماجية: من حيث الوظيفة ترتبط الأولى بتعبئة افراد الدولة وتحفيزها ضد العدوان العالمي عليهم، بينما ترتبط دعاية التكامل بهدف خلق كتلة أيديولوجية من جمهور منصهر المواقف والسلوك تحت ما يسمى «الخلافة» المزعومة.
- * **الثنائية الخامسة.** الدعاية العقلانية مقابل اللاعقلانية: من حيث الاقناع، يستخدم تنظيم «داعش» كلا النوعين، لتحريف وتزييف الحقائق من أجل إثبات العقلانية وتفوق نظامها، والواقعية المزعومة لمدينتها الفاضلة.

الدراسة التحليلية

يقوم التحليل على تفكيك خطاب الصورة إلى مكونات (بنى) أساسية وهي كالاتي:

١. سيمياء دولة الخلافة:

- أعلن تنظيم «داعش» الإرهابي بتاريخ ٢٩ كانون الثاني ٢٠١٤، عن دولة «الخلافة» المزعومة، على اطلال المناطق التي احتلها من العراق وسوريا، ومبايعة «أبي بكر البغدادي» خليفة المسلمين، انتقدت العديد من المؤسسات والمجموعات الإسلامية اختيار هذا الاسم، ورفضت استخدامه، لذلك يشاع الآن إطلاق اسم «داعش»^(١٧) على التنظيم - دلالة على جمع الحروف الأولى للاسم السابق للتنظيم «الدولة الإسلامية في العراق والشام»، لاسيما وان مصطلح «الدولة الإسلامية» هو أحد أهم أشكال الدعاية،



عبر وسائل إعلامه، أنها بيئة مستقرة تتمتع بكل ما تتمتع به الدول المحيطة بل تتفوق عليها أحيانا، يتوافق هذا مع الدستور الذي أصدره التنظيم الذي يقدم صورة ذهنية متكاملة بعض الشيء عن تصور التنظيم لدولته؟، وكيف يُخطط لإدارتها؟، البند الثاني من «دستور داعش» يتحدث عن أن الناس في ظل حكمهم آمنون مطمئنون وعلى التنظيم توفير الحياة الكريمة للرعية، نشر التنظيم صوراً ومقاطع فيديو تظهر الأسواق التجارية المكتظة، والمطاعم المفتوحة، ودوام

الطلاب في المدارس، والمحاكم الشرعية، والمناطق الطبيعية، وصوراً لـ«انسنة» مقاتلي «داعش» بتصويرهم وهم يوزعون الحلوى أو يقيمون ألعاب المسابقات مع الأطفال، وتوزيع المساعدات المالية والعينية على المحتاجين، يخاطب فيها جميع الأذواق والاهتمامات، الخدمات البلدية التي تقدمها «الدولة» لسكانها لها نصيب من الصور التي تظهر فتح وتبليط الشوارع، وصيانة الكهرباء والماء، يريد التنظيم أن يقول عبر وسائل إعلامه: «نحن دولة»، ولم نعد تنظيمًا مسلحًا فقط، ولدينا ما للدول من مقومات، فعندنا الأرض والشعب والسلطة، الاهتمام الدعائي بتصوير الأمور المحلية أسلوب دعائي يدعى «الناس البسطاء» تظهر أفعالهم بأنها لصالح الجمهور بهدف



كسبهم، كما يوهم الناس بإظهار التنظيم بدور «المخلص» من عذابات قمع الانظمة الديكتاتورية الكافرة والطائفية، كذلك احتواء أي محاولة داخلية للثورة ضده من مواطنيه، فضلا عن إقناع السكان الراضين تحت سيطرته وزرع الثقة في نفوسهم بأنهم في ظل حكم «إسلامي» ينصف الناس ويساوي بينهم من دون تمييز، كما يسعى للحض على الهجرة إلى دولته «اللاحق بالركب» التي تعد صك الغفران والفوز بالأخرة، صور الشوارع توضح

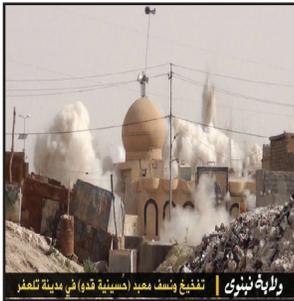


استتباب الأمن، وأنها تخضع لسيطرة التنظيم تحت سلطة «ديوان الحسبة»، الذي يشكل أعضاؤه «الحاكمون بأمر الله» جماعات تمشي في الأسواق تتأكد من التزام النساء بالزي المفروض، وتجمع الزكاة وتطبق «ميثاق المدينة» والدستور الذي تسير عليه المدن الخاضعة للتنظيم، واستكمالاً لتثبيت أركان «الدولة» المزعومة أعلن التنظيم عن ما يسمى «ديوان بيت المال» عن سك عملة نقدية تسمى الدينار، من معادن الذهب والفضة والنحاس للتعامل الشرائي.

اظهرت دلالة سيميائية الصور الاستعراضية لأرتال من السيارات، أو صور معسكرات تدريب مقاتلي «داعش» توحى بالقوة والضخامة، لكن القراءة العميقة تدل على إن خداعا ما تم عبر الصورة الاحترافية، لاسيما عنصر العمق الذي اعطاها هذه القيمة، فالسيارات مثلا غير مصفحة ولا مسلحة، ولا القوى المقاتلة عددها كبير، تضخيم قوة «داعش» دعاية مارستها اكثر من جهة مستفيدة لاسيما الولايات المتحدة الامريكية لتبرر تحالفها العالمي، لكن البرهان على العدد الحقيقي لمقاتلي «داعش» تراه جليا من صور القتلى، على الرغم من اجتهاد المصورين لتجميع الجثث مع ذلك لا ترى سوى آحاد الجثث هلكوا بقصف الطائرات.



٢. سيمياء عقيدة الدولة:



يبين تحليل خطاب الصورة أن «داعش» تروج في انها تقف اليوم المدافع عن جناب التوحيد والعقيدة السننية الصحيحة، تتحدى بذلك الحكومات العربية والاسلامية وتكفرها جميعا لعدم تطبيقها شرع الله، توجب ازالة مظاهر الشرك، بالركون إلى سرديات مذهبية تمنحه شرعية العمل، والذي تجسد حسب رؤيتها في طاغوتين: تعظيم القبور والتمثيل، ظهر ذلك واضحا في خطابها النصي بحسب فهمهم التأولي لأدلة الشريعة وآيات القرآن

بالاستناد على حديث النبي -صلى الله عليه وسلم- لعلي -رضي الله عنه-: "لا تدع صورة إلا طمستها ولا قبراً مشرفاً إلا سويته"، فهدمت مرقد النبي "يونس" والنبي "شيت" -عليهم السلام- بحجة اجتماع قبر مع مسجد، فضلا عن هدم عدد كبير من المراقد الدينية والمساجد التي يرتادها أتباع



مختلف الطوائف والكنائس المسيحية لأسباب طائفية وعقدية.

واكتمالا لنفس الاسباب قامت بتحطيم الآثار التاريخية للأمم السابقة التي تحوي على تماثيل، كما فعلت في الآثار الآشورية والكلدانية الموجودة في متحف الموصل التاريخي، وقامت أيضاً بتجريف مدينة النمرود الأثرية ومدينة الحضر. يبدو ان مشروع تجريد العراق عن ارضه الحضاري وتاريخه الانساني مستمر،



استكمالاً للمشروع الأمريكي في نهب الآثار العراقية التي



تهرب اليوم الى الاسواق العالمية لتمثل احد مصادر التمويل المهمة لدولة «داعش»، ولا ننسى الجيش الأمريكي عند اقتحامه المتحف الوطني في بغداد، قام بالاستيلاء على لوحة السبي البابلي لليهود، بعدها ظهرت اللوحة في «إسرائيل».

يخطيء من يظن ان لهذه الجماعة منهجا متشددا، ففي الوقت الذي يتشدد فيه التنظيم على الضعفاء، تراهم يتعاملون مع الاقوياء بالمصالح، على سبيل المثال دخل الجيش التركي لنقل ضريح السلطان «سليمان شاه» - جد مؤسس الدولة العثمانية- الموجود في حلب، ونفذ عملية النقل من دون

أن تبدي «داعش» أي مقاومة أو اعتراض، مع أنه يقع ضمن أراضي دولتها المزعومة، ما الذي دفع «داعش» لعدم الاعتراض؟، أليس سوى البراغماتية والمصلحة؟!، اليس من المصلحة كان تأليف قلوب عامة المسلمين، لاسيما وهم يدعون السير على منهج النبوة؟، الم يصبر النبي - ﷺ - (٨) سنوات حتى حطم الاوثان في الكعبة؟.

التردد في شأن الحكم على «داعش» عند بعض الناس ينشأ من اللبس في شعارهم «تحكيم شرع الله»، واستعمال الشعارات الاسلامية البراقة:

«الجهاد، والبيعة، والخلافة، والامر بالمعروف والنهي عن المنكر، والحجاب، وصلاة الجماعة، واقامة الحدود»، فهي حيل لمغازلة مشاعر الناس ودغدغة عواطفهم، وكما رد علي -رضي الله عنه- على «الخوارج» قديما: «كلمة حق اريد بها باطل»، فالحقيقة ان هؤلاء القوم ضالون مفتونون بالشبهات والشهوات، يدفعهم الهوى الى الملك والسلطان، ليس لهم دين سوى السياسة، ان هذه الشرذمة فارقت جماعة المسلمين واستحلت دماءهم وأموالهم، وفعالهم واضحة لا تخفى عن عاقل،



قتلهم واجرامهم ومفخخاتهم واستهانتهم بدماء المسلمين، بل وصل اجرامهم الى درجة تذكرنا بأفعال الحشاشين، بل الاعجب حتى قادة «السلفية الجهادية» من تنظيم «القاعدة» وغيرها تبرؤوا من افعالهم الوحشية كالظواهري والمقدسي والفلسطيني.

٣. سيمياء الخليفة (رئيس الدولة)



كنيته (أبو بكر البغدادي) ظهر للعلن مرة واحدة في خطبة الجمعة بجامع النوري الكبير في الموصل بتاريخ ٤ تموز ٢٠١٤، اسمه الحقيقي هو «إبراهيم عواد إبراهيم علي البدري»، (البغدادي) كنية مختلقة؛ فهو لا ينحدر من بغداد، بل من مواليد سامراء لعام ١٩٧١، ويدعي صلة نسبه بالإمام «الحسن بن علي»، وهذا ما يجعله يعلن دائما انتسابه إلى «قريش» للإيحاء بأنه يستحق الإمارة لاسيما وان جماهير أهل

العلم توجب ان خليفة المسلمين يكون من قريش. تولى قيادة تنظيم «الدولة الإسلامية» - تشكل عام ٢٠٠٦ - بعد مقتل أميرها «ابو عمر البغدادي» في نيسان ٢٠١٠.

سيمياء صورة «البغدادي» في خطبة الجمعة، تكشف انها أخرجت برؤية بصرية احترافية، فزاوية الصورة المتجهة الى الاعلى ساعدت في تجسد كاريزما الخليفة ولتضيف دلالات الهيبة والرفعة، أما الدلائل السيمائية لملابس «البغدادي» الذي ظهر متشحا بالسواد، يلبس العمامة

والعباءة السوداء، فالعمامة السوداء ارتداها النبي -صلى الله عليه وسلم- يوم فتح مكة، واللون الأسود علامة مميزة على السلطة والقوة والهيبة والجرأة والدهاء، ويستدعي صوراً تكشف عن قداسته، فكساء الكعبة أسود، والحجر الأسود يقبله المتعبدون، والاسود لون الأرض

الخصبة، والغيوم المثقلة بالغيث النافع، مظهره هذا هو أقرب ما يكون لما ترويه السير عن خلفاء دولة بني العباس الذين كانوا يلبسون السواد، لغة جسد «البغدادي» تظهره بطريقة تقارب ما ذكر عن الرسول -صلى الله عليه وسلم- في ببطء حركته عند صعوده المنبر، واستعماله السواك أثناء إلقائه الخطاب، تلك الرموز توجي إلى الجماهير الإسلامية باتباعه السنة، كما ظهر ثابتا يستخدم إصبع السبابة في الارشاد والتنبيه والتحذير، ويقف فاردا كاتفيه وذقته الى أعلى واثقا بنفسه، أراد «البغدادي» في خطابه تقديم صورة تعود إلي القرن السابع الميلادي ولكن في الألفية الثالثة، مستعينا بلغة عربية قوية ومظاهر وحركات تعيد إلى الذاكرة مشاهد من العصور الإسلامية القديمة، خلا ساعة اليد بسبب شذوذها عن بقية المشهد مع ان لها دلالاتها الحداثية، وتطويعها سنيا في لبسها باليد اليمنى^(١٨).

٤. سيمياء علم الدولة:



الرايات كانت معروفة عند العرب منذ أيام "قصي بن كلاب" واستمرت في العهد الاسلامي، العلم كعلامة رمزية كان حاضرا في أغلب صور "داعش" الدعائية، اتخذ التنظيم راية مميزة لمحاربة ما يدعوه "أعلام الاستعمار"، سيمياء العلم تظهر اللون الأسود الذي تجده في اغلب رايات التنظيمات الإسلامية، يرجع إلى علامة تشير الى محاولة كل تنظيم في ان يكون الفرقة التي اخبر النبي - صلى الله عليه وسلم - أنهم أنصار الإمام المهدي الذي يؤيد كما أخبر: "بناس من أهل المشرق

ينصرونه ويقىمون سلطانه ويشيدون أركانه وتكون راياتهم سوداء"، كما ورد في الأثر أن النبي محمد - صلى الله عليه وسلم - كان له لواء أبيض وآخر أسود وآخر أعبر، وكان له راية سوداء وأخرى صفراء-الراية: تكون مع أمراء الأجناد ويقاقل عليها وإليها تميل المقاتلة، لذلك تتعدد في المعركة، أما اللّواء: فهو علامة الأمير الذي يقود الجيش كله، وتدور معه حيث دار، وهو واحد فقط يشد إلى الرّمح-



والغالب على رايات النبي - صلى الله عليه وسلم-السواد في الحرب ولا يوجد فيها أي كتابة وتسمى "العقاب"، وكان - صلى الله عليه وسلم- كذلك يعقد اللّواء لقادة السرايا والجيش حين يرسلهم، وسار من بعده على ذلك الخلفاء الراشدون، يعلو علم التنظيم عبارة منقوشة بالأبيض على الخلفية السوداء هي الشق الأول من الشهادتين في الدين الإسلامي "لا إله إلا الله"، مكتوبة بنفس الخط القديم الذي كان يستخدمه النبي

وخلفائه في مراسلاتهم وهو ما يُظهر رغبة التنظيم في التشبه بالعصر النبوي، اسفل العبارة ويتوسط السواد دائرة بيضاء، تتبدل فيها مواضع الألوان بشكل مقصود، فيستخدم اللون الأسود هذه المرة في نقش كلمات لا تعطي معنى مفهوما إن قُرئت من الأعلى نحو الأسفل (الله، رسول، محمد)، حتى يصبح لها معنى يجب ان تقرأ الكلمات من الأسفل نحو الأعلى، لتشكل استكمالاً للشق الأول من الشهادة، البقعة البيضاء تمثل إيقونة لختم الرسول - صلى الله عليه وسلم- كان محفورا في خاتمه، يختم به مراسلاته لسلطين العالم، بمثابة التوقيع النبوي على تلك الوثائق، ثم استخدمه الخلفاء الراشدون بعد وفاة النبي محمد ، يحتفظ متحف "توب كابي" في "اسطنبول" بنسخة من الخاتم.

٥. سيمياء الملابس والالوان



اللباس هو لغة وقيمة دلالية وثقافية يعبر عن شخصية الإنسان، كما يشكل واحدة من وسائل الاتصال بين الناس؛ إذ تدل على الهوية والوضع الاجتماعي والحالة النفسية للأفراد، ولألوان الملابس دلالات خاصة في بعض المجتمعات؛ فاللون لغة عالمية تفهمها كل الشعوب، ولا يغيب عن البال في هذا الصدد اللون الأحمر الذي بات رمزاً "شيعوياً"، وبات وحده كافياً للإفصاح عن تلك العقيدة التي آمن بها كثير من الناس في جميع البلدان، بين تحليل خطاب الصور هناك أنواعاً من الأزياء الرسمية لـ "داعش" لها فلسفتها الخاصة، تختلف حسب ما يعطى من تسميات لعناصرها ومكوناتها، لها دلالة سيميائية ضمنية فحواها التأكيد على المضمون بالشكل، القوانين صارمة فيما يخص الملابس، وقائمة الممنوعات طويلة، ارتداء الثياب الملونة إحداها، فالألوان الزاهية عدو "داعش" في عالم الأزياء، هي بالتأكيد رد فعل رافض للألوان الزاهية التي يتحلّى بها أعدائهم، كشفت سيمياء الصور أن غطاء الوجه هو الجامع بين كل الفئات، فيما تصنف الأزياء على وفق الآتي:



- المقاتلون: أظهرت سيمياء الصورة أكثر من زي لهم، الأول هو الزي الأفغاني: وهو الزي الغالب الذي ترتديه القيادات والانتحاريون والمجنودون الأجانب، ويغلب عليه لون السواد أو اللون العسكري الذي يشير إلى القوة.

والاستعداد للتحدي لاسيما تحدي الصعوبات، وكذلك إلى السلطة، والغموض، والشر، والجدية، تتمسك به بهدف إيصال رسالة إلى المجتمع الغربي أن "داعش" هي أيقونة تعود إلى الوراء في "الزمن التخيلي-Flash Back" لامتداد الغزوات الإسلامية في التاريخ، فهي تحاكي ملابس المسلمين الأوائل في ملاحم الحروب والفتوحات الإسلامية، الذي صار "رمزاً جمعياً" إسلامياً ظل الأفغان يرتدونه لحد الآن، اللباس الموحد هو للدلالة على وحدة الانتماء والهدف والرابطة ولو من حيث الشكل على الأقل.



الزي الثاني هو العسكري الرسمي: يوحي بأنهم أفراد قوات مسلحة نظامية، لإضفاء الشرعية وتغذية فكرة "داعش" دولة حقيقية تمتلك جيشاً نظامياً حقيقياً، ويؤكد بأنهم محاربون مستعدون لا يهابون الحرب، كما يستعرض القوة وتعزيز الطاعة للقيادة، ويمارس في نفس الوقت استراتيجية "الحرب النفسية" على أعدائه، الزي

العسكري المفضل لـ "داعش" هو ملابس المغاوير، علما ان اغلب الخروقات الامنية التي حقوقها سواء في الجبهات أم في عمق المناطق المدنية كانت عن طريق ارتداء هذا الزي.

الزي الثالث هي ملابس عادية متنوعة: مقاتلون يرتدون ملابس متنوعة ومتنافرة، ولكنهم يحملون ايضا راية "داعش"،

قد وجدوا أن شهرتها طبقت

فانتسبوا إليها ولو برفع علمها،

الأوراق وإرباك العدو، ربما هؤلاء

أو بأي تسمية اخرى، الذين

مشروعهم السلمي في تحقيق

يقول المفكر الأمريكي "نعوم

تشموسكي": "تأسست "داعش" التي ربما يكرهونها، لكنهم أيضا يرون أنها حامية لهم، ففي

الصراع الطائفي المُرَوَّع الذي تم التحريض عليه في العراق وسوريا، يرونها كحامية نوعا ما

بوصفها مصدرا للاستقرار، بالطريقة ذاتها فكر العديد من الناس في أفغانستان؛ إذ اعتقدوا

أن طالبان كانت تحميهم من المجهدين المتطرفين الذين كانت الولايات المتحدة تدعمهم".



الآفاق وأن اسمها يثير الرعب،

أو فعلوا ذلك من أجل خلط

من يسمون "ثوار العشائر"

استوعبتهم "داعش" بعد فشل

مطالبهم امام الحكومة العراقية،

• الذباحون والجلادون: يرتدون الملابس السوداء والقناع الاسود على وجوههم وهم

يقومون بجز رقاب ضحاياهم، الذي يشير الى القوة والشر، يعتمد هؤلاء اخفاء

امام الناس وفي وسائل

قلوب الخصوم، فيما ربما

خشية ملاحظتهم فيما بعد،

"داعش" لقداسته لدى

ايهام الناس بارتباطها بالتاريخ

في التاريخ العربي أحد أبرز



وجوههم لكي لا يظهروا

الاعلام؛ لبث الرعب في

يكن سبب آخر هو

هذا اللون استثمرته

المسلمين، في سعيها الى

والدين؛ فاللون الأسود

اشكال التعبير، دالاً على الانتصارات والأمن والازدهار، مثلما حمل معاني الحزن

والتبجيل، وفتح المسلمون تحت ظلال الرايات السوداء والخضراء والبيضاء، الامصار،

ناشرين بين الشعوب، الرحمة والتسامح والتعايش المشترك، وليس الذبح والقتل.

• المذنبون أو الضحايا: تلبسهم "داعش" اللون البرتقالي، المعروف من الالوان الحارة،

فهو أحد الألوان الأساسية المحفزة للنشاط العقلي لاستقبال المعلومات، ويمنحه الطاقة

والدفء ليكون في حالة جيدة وقت استقبالها، استخدم هذا اللون سابقا زعيم القاعدة

في العراق "الزرقاوي" الذي كان يلبس ضحاياه الاميركيين هذا اللباس، دلالة هذا اللون

هو رمزية تحاكي بدلات المعتقلين في السجون الأميركية، بهدف توصيل رسالة إلى

الولايات المتحدة الأمريكية تحمل فكرة الانتقام والثأر منهم بإحياء نفس أساليب التعذيب

الذي كان المسلمون -المتهمون بالإرهاب- يتعرضون له في سجن "غوانتانامو"، الذي شهد اشد أنواع العدوانية والتعذيب والسادية، كما توحى بتعاطف وتضامن "داعش" مع معتقلي افراد تنظيم "القاعدة"، اللون الاسود بات ضحية تحوّل الى رمز للدماء تنظيم "داعش" صوراً أجانب وعرب، وتنفيذ ارتدى أغلبهم الزي البرتقالي، ما دفع العاصمة الأردنية -عمان-، الى استبدال الزي البرتقالي الذي طالما ارتداه عمال النظافة في المملكة، الى اللون "التركواز"، بعد حرق التنظيم للطيار الأردني "معاذ الكساسبة". فلسفة لون ملابس الإعدام التي يرتديها ضحايا تنظيم "داعش" لا تمثل بالضرورة شرطا أو عاقبا لارتديها ضحايا تنظيم "داعش" لتحيق جرائمهم، فقد أبدل من الالوان الباردة وهو اللون الأزرق في عملية إعدام لعشر أشخاص في العراق، يرمز والصفاء، وفي الوقت نفسه اللون الذي كان يستخدمه قد يكون السبب في استبدال اللون اسلوب دعائي لإعادة توجيه الانظار الى التنظيم على ساحة الإعلام.



- النساء : المرأة عند "داعش" لا حقوق لها بالمطلق، لا يتعامل معها كإنسان، بل يسعى بكل الطرق إلى انتزاع إنسانيتها وسلبها حريتها وتطويرها فقط لخدمة مصالحه، أصدر تنظيم "داعش" (وثيقة الحسبة) لتحديد الحجاب الشرعي الذي ترتديه النساء، سيمياء الصور اظهرت ان المرأة تستر كل جسدها، مع غطاء على العيون وقفازات وجوارب، جميع الملابس سوداء ومن دون أي زينة، كما شكلت "داعش" محكمة خاصة بالنساء، ومنعت صالونات الحلاقة ومحال بيع الملابس النسائية، وفرضت اوقاتاً محددة لخروج النساء، ومن بين القرارات التي وضعها "داعش" هو ان النساء لا بد أن يخرجن مع محرم، وبعكسه كانت المرأة ومحرمها تحت طائلة المساءلة ومعرضا للعقوبة التعزيرية المغلظة بتهمة عدم الالتزام بالفريضة والدعوة للفتنة والسفور .
- الأطفال والشبيبة: يعدون الثروة الحقيقية في أي مجتمع من المجتمعات؛ لأنهم قادته في المستقبل، ولذلك تبذل الحكومات كل ما في وسعها لتوفير الاجواء الامنة والجيدة



لتربيتهم، في دولة "داعش" الوضع مختلف، فقد اغلقت المدارس ابوابها واستولت عليها المسلحون، سوى المدارس الدينية يتلقون فيها دروسا في التطرف الديني، حدد التنظيم اللباس الشرعي الخاص بالمدارس للذكور ثوب افغاني رمادي اللون، وبالنسبة للباس الإناث جلباب مع حجاب، (السياسة الشرعية، والإعداد البدني، والتربية الجهادية) هذه عناوين لبعض الكتب الدراسية التي وضعها التنظيم للطلاب في المناطق التي يسيطر عليها، هذه المناهج وضعت من أجل تربية الأطفال على حمل السلاح والعنف وإراقة دماء المخالفين لأيدولوجية التنظيم، لبت التنظيم اكتفى بالزبي وتغير المناهج بل الأخطر هو السعي لترسيخ عقيدة التنظيم وأفكاره المتطرفة في عقول الأطفال، ليستطيع عندها تغيير مواقفهم ومن ثم سلوكهم^(١١)، سيمياء الصور أظهرت الأطفال وهم يرتدون زيا موحدًا ويقفون وقفة التحدي والملامح الصارمة، للتأكيد على أن التشابه في الزي هو متطابق مع الولاء



للتنظيم، أي أن هؤلاء الشباب هم ذخيرة التنظيم وجيشه الاحتياط للدفاع عن "الدولة" المزعومة، هناك أكثر من دافع يقف وراء تكثيف تنظيم "داعش" لاعتماد الأطفال في دعايته الترويجية، وتتعمد الأشرطة الدعائية إظهار صور الأطفال وهم في فصول الدراسة، أو في مراكز التدريب، أو حتى في الجبهة مع المقاتلين: يسعى التنظيم عند إظهار الأطفال وهم ينفذون عمليات إعدام إلى تعميم الخوف، كذلك لإيصال رسالة مفادها أن الحرب ستكون حرب أجيال وهي بذلك تعد الخلف لحمل رايتها، كذلك استخدام الأطفال يمكن الإفادة منه في جلب انتباه وسائل الإعلام

للتنظيم ليبقى بذلك داخل دائرة الضوء، ما يوفر له أرضية لنشر أيديولوجيته، كما تسعى لخلق مثالا يحتذى به لدى بقية الأطفال أي نسخة تعليمية نموذج لـ "شبل الخلافة"، كما يهدف إلى التجنيد في المجال المحلي ونشر مذهبهم.

٦. سيمياء القصص وتطبيق الحدود:

من الأفكار الرئيسية التي تقوم عليها فلسفة "داعش" أنها تعد المناطق التي تسيطر عليها هي دار إسلام، وما عداها دار حرب، فالعبرة عندهم في الحكم على الدار تكون



بالغلبة وما يجري فيها من الأحكام، لذلك فأنهم يقيمون الحدود الشرعية على وفق اجتهاداتهم في مناطقهم، فأعطوا لنفسهم سلطة الإفتاء والقضاء والتنفيذ، أي أن التنظيم اصبح مفتيا وقاضيا وشرطيا في نفس الوقت، إصرار التنظيم على اقامة الحدود لتكون علامة ومؤشرا على ان التنظيم يحكم بشرع الله، دلت سيمياء الصور على قيام التنظيم بالغوص في غياهب النص القرآني لمحاكاة ذهنية المتلقي وربطه بـ "الدولة الفاضلة":

{ الزانية والزانية فاجلدوا كل واحد منهما مائة جلدة ولا تأخذكم بهما رأفة في دين الله إن كنتم تؤمنون بالله واليوم الآخر وإبشروا عباد الله بما نطق به من المؤمنين }، فعملت على ما يدعى «مسرحة الحدود»، أي: طرحها على "المسرح - On Stage"،

تلك الصور والرموز قد تتصل بالواقع ولكنها ليست الحقيقة بحدافيرها، فالصورة هنا من خصائصها تضخيم الأحداث فضلا عن الخداع والإيهام في بعض الأحيان، وكما يسميه عالم الاجتماع الفرنسي "جان ليوتار" -أبرز منظري ما بعد الحداثة- ابتداء الحيل لتحقيق



انتصار تواصل معكوس بالتركيز على جوانب العرض وجماليات الفرجة، للتغاضي عن بشاعة الحكاية. مسرح الرواية يؤدي فيها الأدوار ممثلين -المذنب وسلطة القانون- وجمهور من المشاهدين، كما اراد ان يرسم للجلاد رغم فجاجة صورته كرمز للرحمة التي تظهر المذنبين من رجس المعصية، وتظهر المجتمع من

العصاة، ليحول التنظيم تكرار سيناريوهات "إقامة الحدود" إلى ممارسة طقوس أو شعائر مقدسة تفاعلية تشبع حاجات رمزية جماعية، دلت الصور أن النظام فوق كل أحد، وعن طريق مقارنة عدد أفراد "الحسبة" مع مذنب واحد، تدل على السيطرة الكاملة لأفراد "الحسبة" وأنهم لا يتسامحون مع الخارجين عن القانون والنظام والسلطة، تنوع عقوبات الحدود التي تقيمها المحاكم الشرعية لـ "داعش" يعود لتنوع الجرم: من رجم الزاني، وقطع يد السارق، وحد الحراية -السطو المسلح-، وحد المخنث -الذي يعمل عمل قوم لوط-، وحد الساحر، وحد الردة، اصرار التنظيم على تطبيق الحدود هو امتداد لعمل الحكومات الدينية المتجبرة عبر التاريخ؛ وذلك لاستغلالها في شرعنة اجرامها وفتكها بالمخالف بحجة الخروج عن "شريعة الله"، وهذه الحجة شرعة فرعونية قديمة وليست ربانية: لوقال فرعون:



ذروني اقتل موسى وليدع ربه اني أخاف أن يبديل دينكم أو ان يظهر في الارض الفساد، لاسيما وان الشريعة الإسلامية الصحيحة تتشوف لدرء الحدود بالشبهات، فهي تصبو نحو رحمة العباد وليس عذابهم، ولا تقيمها إلا بتوفر الشروط وانتفاء الموانع، لذلك أمرت الإنسان المذنب بالستر على نفسه؛ فقال

النبي - ﷺ - لأصحابه لما جاءوه بأحد المذنبين ليظهره من الزنا: “هلا تركتموه لعله يتوب فيتوب الله عليه”، ولقوله كذلك عليه الصلاة والسلام: “من ابتلي بشيء من هذه القاذورات فليستتر”، وكذلك الخليفة عمر بن الخطاب - رضي الله عنه - أسقط الحدّ عام الرمادة - مجاعة-، واعتبر أنّ شدة الفقر والجوع سبباً لإسقاط الحد عن السارق، وكذلك يتكلم الفقهاء عن إسقاط الحدود في القضايا التي فيها خلاف فقهي مسوغ.

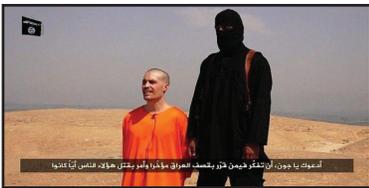
٧. سيمياء قتل الاسير والحربي:

دلّت سيميائية صور تنظيم “داعش” اعتماده بصورة رئيسة على أسلوب “إستراتيجية الرعب” بممارسة التوحش بشكل ممنهج؛ لبث التخويف وترهيب المخالفين لهم. الإسلام جاء بتشريعات واضحة توجب التعامل مع الأسرى بالعدل والإحسان وبما يتناسب مع إنسانيتهم واحترام آدميتهم، قال تعالى: {ويطعمون الطعام على حبه مسكينا ويتيما وأسيرا}، ومن هديه - ﷺ -



المقاتل المسلم تأبى أن يسجل بطولية زائفة على إنسان في حالة ضعف، فضلا عن ان هذا الفعل لا يقوم به إلا من يعاني ضعفا في الشخصية وشعورا بالنقص والدونية، إذ إن الشخصية المكتملة الواثقة لا تجنح إلى التعذيب والإهانة والإذلال، بل الشخصية الناقصة الضعيفة تحاول ملء هذه الفراغات بالتعويض في ظهور الألم لدى الآخرين الذين هم في وضع ضعيف تحت أيديهم، فالسلاح الذي بأيدي جلادي “داعش” أمام العزل ليس علامة قوة، إنما أكسبهم سلطة جسدية حسية وقتية، تنوعت صور “داعش” الوحشية التي تروج فيها للقتل، لقوم انتزعت من قلوبهم الرحمة ودفعتهم قسوتهم إلى اختيار أبشع الطرق لتطبيقها، جاء من أشهرها:

- الإعدام رميا بالرصاص: الطريقة الأكثر شيوعاً من طرق تنفيذ عقوبة الإعدام، وذلك بإطلاق الرصاص على المحكومين لقتلهم، وهي طريقة قديمة ظهرت مع صنع البنادق، نفذت “داعش” الكثير من اعداماتها بهذه الطريقة، كان أكثرها وحشية مجزرة جرت بعد أسر مئات المجندين من قاعدة “سبايكر”



الجوية يوم ١٢ حزيران ٢٠١٤، بعد سيطرة التنظيم على تكريت، تدعى غزوة «ابي عبد الرحمن البيلاوي»، قادوا الاسرى إلى منطقة القصور الرئاسية وقاموا بقتلهم هناك رمياً بالرصاص، على الرغم من نجاح الكثير منهم في الهروب والنجاة من المجزرة.

• الإعدام بالذبح: امتدادا لسنة «الزرقاوي» زعيم تنظيم «القاعدة» في العراق في ذبح الرهائن اعتمد تنظيم «داعش» سلسلة من عمليات الذبح وكانت الطريقة الأكثر شيوعا في قتلهم، والتي تبرز أبشع صور الرعب لمن يراها، هذه الطرق الدموية هي للتأكيد على قوتهم، وعدم اكتراثهم لأي شيء، ولبث الرعب في نفوس المواطنين في الدول الأجنبية والعربية، الشريعة الاسلامية بريئة من هذا الظاهرة، فالنبي - ﷺ - فرق بين القتل للإنسان والذبح للبهائم في وصيته: «ان الله كتب الاحسان على كل شيء، فاذا قتلتم فاحسنوا القتلة، واذا ذبحتم فاحسنوا الذبح، وليحد احدكم شفرتة وليرح ذبيحته»، ومسألة حَزَّ الرأس وقطعه بعد الموت هي من المثلة المنهي عنها شرعاً في الاسلام، كما قال - ﷺ - «اغزوا باسم الله، في سبيل الله، لا تغلوا، ولا تغدروا، ولا تمثلوا، ولا تقتلوا وليداً»، فكيف بما شاهدناه من لعب بالرؤوس ونصبها في طرق الناس وساحاتهم؟ مع التلذذ بسفك الدماء بجرائم تشمئز منها النفوس السوية، هناك شكوك في حقيقة مقاطع الفيديو من اخضاعها للتحليل السيميائي، في ظهور علامات الفبركة والترريف، تم تنفيذها باستعمال خدع الكاميرا وتقنيات المونتاج، نفذ التنظيم نحو تسع عمليات إعدام بوساطة الذبح، إذ كلف مجند بريطاني يدعى «جون» بذبح الرهائن، وكانت أول عملية ذبح نفذها «داعش» ضد الصحفي الأمريكي «جيمس فوللي» الذي ذبح أمام الكاميرات لبث الرعب في نفوس الدول الغربية؛ لكي يتراجعو عن المشاركة في التحالف الدولي، التحليل السيميائي للفيديو يثير العديد من الملاحظات^(٢٠):



أول ما يلفت النظر أن «فوللي» كان يؤدي دور البطولة وليس الضحية، إذ يتلو بيانا مطولا وبأداء مسرحي منقطع النظر، ويبدو من تتبع حركة عينيه أنه كان يقرأ نصا من شاشة العرض الآلي التي يستخدمها مذيعو نشرات الأخبار، عدم رؤية دماء على رقبة «فوللي» على الرغم من أن القاتل وضع السكين على عنقه وحركها ٦ مرات على الأقل، ولا على يد القاتل وسكينه كذلك، وعدم وجود جرح في الرقبة ولاسيما أن يد القاتل حجبت المشهد، لغة الجسد وسلبية المقاومة وعدم الخوف أو الانهيار لا تتناسب مع الحالة الطبيعية لشخص يقطع رأسه، فقد بقي جالسا على ركبتيه في وضع مستقيم، ومن العجيب أن تتكرر معظم الملاحظات السابقة



في شريط الذبح المزعوم للصحفي الأميركي «ستيفن سوتلوف» إذ لم يُظهر أيضا أي من ملامح الخوف سواء أثناء قراءة البيان أم عندما شرع المقتنع بالذبح.

كما جاء الشك في تحليل السيميائي للصورة لفيديو إعدام «داعش» لـ (٢١) قبطيا مصريا يعملون في ليبيا ذبحا، جاء الفيديو تحت مسمى: «رسالة موقعة بالدماء لأمة الصليب»، يمكن الإشارة الى بعض الملاحظات على الفيديو في المضمون منها: ارتداء متحدث «داعش» الساعة باليد اليسار في الوقت الذي ترتديها التيارات الجهادية في اليد اليمنى تجنباً لتقليد الكفار، والبنية الجسمية العظيمة لمقاتلي «داعش» وطول القامة الذين يظهرون بأحجام متقاربة تشبه فرقة مدربة جيدا، وتعد تشويه الإسلام بعبارة: «النبي بعث بالسيف رحمة للناس»، وهي على عكس ما يقوله القرآن الكريم: { وما أنزلناك إلا رحمة للعالمين }، والحديث باللغة الانجليزية وبطلاقة شديدة -الهدف هنا ليس المشاهدين العرب وإنما الغرب-، أما من حيث التحليل



السيميائي للصورة يمكن الإشارة الى أن جزءا كبيرا من الفيديو لم يتم تصويره على البحر وإنما في «استوديو شاشة خضراء» كروما-، وهي تقنية تلفزيونية وسينمائية معروفة يتم بوساطتها وضع الخلفية المناسبة بعد تصوير الموضوع الأساسي للصورة (٢١)، لاسيما مع ظهور علامات كاختفاء ظل الممثلين بالرغم من ان التصوير في رابعة النهار، وعدم وجود آثار في الرمال التي يستندون اليها. لكن السؤال هنا لماذا يفكر التنظيم في فبركة الفيديو، على الرغم انه يستطيع تنفيذ إعداماته الوحشية من غير اللجوء إلى هذه الخدع، هل من أجل التخويف والرعب فقط؟، أم أن هناك أهدافا أو أسبابا أكبر من ذلك؟.

• الاعدام بالحرق: فلم فيديو يحمل عنوان "شفاء الصدور"، اقدم التنظيم فيه على اعدام



الطيار الاردني "معاذ الكساسبة" حرقا، التنظيم برر فعلته في الخطاب النصي بأن "الكساسبة" كان يحرق أطفالهم ونساءهم بنيران قاذفات طائراته، مدعين أن الجزء من جنس عمله، بالاستناد لحديث ضعيف عن النبي -صلى الله عليه وسلم-: "من غرض غرضناه، ومن حرق حرقناه، ومن غرق غرقناه"،

واستدلوا بجوازه في حال القصاص لقوله تعالى: {وإن عاقبتم فعاقبوا بمثل ما عوقبتم به}،

لاسيما مع معاملته كمرتد عن الاسلام (٢٢)، هذا التبرير غير مجدٍ مع التحذير النبوي الصريح إذ يقول -صلى الله عليه وسلم-: "لا ينبغي لأحد أن يعدب بالنار إلا الله". التحليل السيميائي للفلم وتدقيق حركات الجسد تبين انه فيلم سينمائي بحث خليط بين الواقع والخدع، استعمال مؤثرات الجرافيكس والمؤثرات البصرية





التي تمت عبر الحاسوب في إنتاج الفلم، فالقفص الحديدي كان خدعة مضافة الى الفلم وليس اصليا، كما ظهرت اخطاء في التتابع الزمني للقطات تقلل من مصداقية عملية الحرق، بل ترجح حرق دمية مكانه، فضلا عن رؤيا درامية واضحة لزيادة التأثير في المتلقي^(٢٣)، تؤكد ان وراء انتاج هذا الفلم

مؤسسة ضخمة لا تملكها «داعش»، مع انها لا تنفي قتل الكساسبة، على ان الإعدام بالحرق استخدمه التنظيم في اكثر من فلم تنوعت فيها الاساليب لكن الرسالة المراد ارسالها واحدة، سقطة أخرى لفديو اعدام نشره التنظيم تظهر علامات الفبركة واضحة، سيارة من نوع «أوبل» يقوم أحد الملتئمين بقصفها بقذيفة VGBR لتطبيق حكم الاعدام على من بداخلها حرقا، فنلاحظ أن جسم السيارة الخارجي لم يتأثر من القذيفة، فقط احرق من بداخلها من الضحايا، مع العلم أن هذا الصاروخ يمكن به تدمير دبابة أو مبنى.

الاعدام بالغرق: بث لتنظيم «داعش» فيديو تحت عنوان «إن عدتم عدنا» أظهر فيه إعدام مجموعة وصفوهم بـ «الجواسيس»، يعملون مع الحكومة العراقية لرصد مواقع



«داعش» وقياداته في الموصل، أعدم التنظيم المجموعة بعدما ألبسهم لبس الإعدام «الاحمر»، وادخلهم في قفص حديدي وأغلقه عليهم بالأقفال، ثم أنزلهم في الماء لفترة، وجهاز القفص بكاميرتين صورتنا معاناة الافراد الخمسة تحت الماء، قبل ان يرفع مجددا وتبدو فيه خمس جثث، مفاجأة

مذهلة ظهرت في مقطع الفيديو هذا، رجل مسن بلحية غرق مع الآخرين داخل القفص وظهرت جثته بعد أن تم رفع القفص الحديدي فوق الماء، العجيب أن نفس الرجل المسن صاحب اللحية ظهر في طريقة إعدام أخرى وهي لف حبل متفجرات حول سبع أشخاص كان منهم هذا الرجل المسن، مما يظهر فبركة في هذا الفيديو ومشاهد الاعدام. اعادت «داعش» فكرة استخدام القفص الحديدي لإغراق المدنيين لا تختلف عن مضمون استخدامه لحرق الطيار «الكساسبة»، فالفكرة التي يريد توصيلها يتمثل في إدخال المعارضين في حالة من الفرع لانهارهم وتسليمهم للتنظيم بشكل سريع، وأيضا لعمل حالة من الفرع لدى الحكومات المختلفة وإصابتها بالشلل الفكري ومن ثم عدم مواجهتهم.

الاعدام بالصلب: هذه الطريقة في القتل مخصصة للجاسوس في المناطق التي يسيطر عليها التنظيم، أو من ينتمي لجهة مسلحة معادية، يعلق على الجثة لافتة تشرح الجرم المنسوب إليه، وتعلق الجثة في وضعية الصلب في الشوارع العامة أو الساحات تصل إلى ٣ أيام، لتكون تحذيرا للسكان للمحليين.

خاتمة واستنتاجات:

- وظف تنظيم "داعش" الصورة في صناعة الخوف في جميع مكوناتها وكما يأتي:
- رمز التوحش: ظهر جليا في تقديم مشاهد طقوسية متقنة بانواع الاعدامات الدموية استطاعت الصورة أن تضخم وتؤكد فظاعته كالذبح والحرق والغرق.
- الجسد الإنساني: حرصت "داعش" على تصوير مقاتليها كأبطال قويي الجسد، وإظهارهم بشكل ضخم وطويل، كما ان الوجه لا يظهر غالبا زيادة في الرعب والإيحاء بصورة "الجلاد"، يرتدي الأسود ويديه سكين الاعدام.
- - الرزي: مقاتلو "داعش" يغلب على ملابسهم الرزي الأفغاني، وباللون الاسود او العسكري، الذي يظهر التنظيم كقوة منظمة مقاتلة متوحشة، تنتمي اسطوريا لفتوحات المسلمين الاوائل، كما نمطت من زي ضحاياها في بدلات الاعدام.
- - الالوان: تركزت في اللون الأسود لون ملابس المقاتلين، من الألوان المحايدة ويشير إلى الجمود والشر، واللون البرتقالي ملابس الضحايا من الالوان الحارة.
- - احترافية اللقطة: تخضع الصورة الفوتوغرافية وتصوير المشهد السينمائي الى اساسيات تدعى قواعد تكوين الصورة مثل: قاعدة التثليث، والخطوط القيادية، والتأطير، ... ، هذه القواعد توفر جوا نفسيا يسلب عقل المشاهد ويخضعه بالكامل لسلطة الصورة، فعلى الرغم من بشاعة المناظر الدموية إلا ان الانبهار بسحر التصوير ولذة المشاهدة تدعوه للمتابعة.
- بينت الدراسة ان دلالة التخويف لتنظيم "داعش" في خطاب الصورة الدعائي يقوم على "صناعة المقدس"، بمعنى لزوم الإيمان به، والحيز الممنوع مقاربتة، ولا يُسمح بالتجريح فيه أو التحديث، مغلف بمنظومة حدائية، لذلك وظف التنظيم خطابا مليئا بالرموز الدعائية الاسلامية، وكما يسميها عالم الاتصال "هارولد لاسويل" بـ "الرموز الجماعية"، التي تكون عادة ذات ارتباط مع مشاعر قوية، وتمتلك القدرة على تحفيز العمل الجماعي، كالترويج لأساطير نهاية العالم وموعد "دابق" النهاية الملحمية للقضاء على الروم -التي يرى فيها التنظيم بانه قدر الله الذي سيقضي عليهم-، ليمارس عن طريقها سلطة تصنع هالة من العصمة تقهر المتلقي للاذعان الى الخطاب المختوم بختم النبي، ودائرة رقابة تحاسب وتطبق حدود الله على المذنبين لتطهرهم من المعاصي، وتكبل سلوكيات الفرد الخصوصية، كذلك تثير الانفعالات والعواطف لتخلق تعصبا وحقدا على الأعداء، كما يبرر بها التنظيم إيديولوجيا العنف والوحشية ضد أعدائه كمهمة مقدسة يقوم بها أعضاؤه^(٢٤).

- أظهرت الدراسة أن التنظيم استعمل في خطاب الصورة الدعائي كل اساليب العنف لصناعة الخوف: العنف المباشر: في استعمال انواع اساليب القتل الوحشي لحد التمثيل في الجثث، والعنف اللفظي: عن طريق التهديد والوعيد للعدو والمخالف بالحق الاذى والدمار، والعنف الرمزي: في الخطاب الديني وتقسيم الناس بين فسطاطين: مؤمنون (نحن)، وكفار (هم).
- ينطلق التنظيم من دوافع معينة لصناعة الخوف وهي: كسب رضا مؤيديه، وترهيب الاعداء، وتحذير السكان المحليين من العقاب المترتب على التجسس او الانشقاق، وإثارة غضب الرأي العام العالمي لكسب استسلام أو اذعان صناع السياسات.
- كشفت الدراسة نهاية اسطورة "الصورة لا تكذب"، بل صارت الصورة سلعة قيمتها يتحدد بعدد الأشخاص الذين تثير اهتمامهم، ولا علاقة لها البتة مع الحقيقة والمصادقية، فضلا عن لا وجود لصورة بريئة أو محايدة، فكل صورة تشابكها الإيديولوجيا لتحيل الى معنى معين لاسيما في الحرب النفسية، اذ اصبحت جزء لا يتجزأ من الاستراتيجية العسكرية، فهي من المؤشرات القوية على النصر أو الهزيمة.
- اظهرت الدراسة ان "داعش" يصوغ استراتيجيته الاتصالية ليخاطب ثلاثة مستويات مختلفة: فهناك خطاب للأتباع والمتعاطفين والمؤيدين، وهناك خطاب يستهدف الذين يقفون على الحياد، أما الخطاب الثالث فيستهدف الأعداء.
- كشفت الدراسة تنوع الاعدامات الوحشية، وتبديل لون بدلات الاعداء، هي علامات تسعى "داعش" عن طريقها المحافظة على حصر انتباه المتلقي، وكسر "تبلد الاحساس" الناتج من نمطية العرض وتكرار المشاهدة وإدمانها.
- بينت الدراسة ان "داعش" خلقت عالما اسلاميا يوافق هواها حتى في الالوان، وإلا فاللون الابيض هو لون لباس المسلمين ولونهم المفضل لون الصفاء والطهارة، فكان النبي -صلى الله عليه وسلم- يحب الأبيض من الثياب، ويحث على لبسه.
- تطور صناعة الصورة عند تنظيم "داعش" من الفلم الوثائقي الى الفلم السينمائي بعد اعلان دولتهم المزعومة، المتميز بالمعالجة الدرامية بعيدا عن الاستخدام النمطي للصورة، يثير هذا تساؤلات حول قدرات التنظيم الحقيقة لمثل هذا التحول الكبير، ولا نعرف ان كان يتم فعلا لاستفزاز القوى العظمى وحلفائها في الحرب، أم ان "داعش" كانت لاعبا سوريا يخفي العناصر الفاعلة الرئيسية، أو ربما دولا؟.
- أظهرت الدراسة وجود تباين في خطاب الصورة الدعائي، ففي حال توجهه الى الجمهور العربي يعمد التنظيم إلى إظهار المشاهد المقرزة، للوصول بهم إلى التخويف وضمان

اذعانهم، أما في حال توجهه إلى الأجنب فيعمد إلى الابتعاد عن المشهد المقرز -كتجنب إظهار مرحلة فصل الرأس عن الجسد-، لضمان وصول الرسالة المتوحشة، التي ستدفع المواطن في هذه الدول إلى الضغط على حكوماتهم لوقف عمليات التحالف.

- كشفت الدراسة استخدام تنظيم "داعش" لأكثر من أسلوب دعائي لتحقيق التخويف: أسلوب إستراتيجية الرعب، التهديد بالقوة، القولية والتنميط، فرق تسد، استغلال العامل الديني، التضخيم والمبالغة، إثارة العواطف والانفعالات، إطلاق التسميات، التشويه.
- خطاب الصورة الدعائي لتنظيم "داعش" الموجه إلى الغرب هو إعادة إنتاج لمعاني خطاب هوليوود الأمريكي -كما حلله الباحث "جاك شاهين" في كتابه: (العرب الأشرار في السينما الأمريكية)- ولكن بنسخة واقعية وبأيادي عربية، الذي يلخص أرض العرب كمكان أسطوري ينتمي إلى الصحراء دائما، إذ لا حضارة خلا الخرائب، وصورة العربي المسلم المتوحش والعدواني الذي يمثل مصدرا لتهديد الإنسانية، الذي يستحق القتل بلا رحمة.

الهوامش والمصادر:

(Endnotes)

١. (١) حلمي محاسب: خطاب الصورة، منشور على موقع ويكيبيديا: <https://ar.wikipedia.org/wiki>.
- ٢ (٢) محمد عبد القادر حاتم: الاعلام والدعاية، القاهرة، الشركة المتحدة، ١٩٧٢، ص ١٥١.
- ٣ (٣) حميدة سميسم: الحرب النفسية - مدخل، بغداد، دار الكتب للطباعة، ٢٠٠٠، ص ٢١٦.
- ٤ (٤) حسن عماد مكاي و وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط ٤، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٤، ص ١٩١.
- ٥ (٥) مركز الرافدين للدراسات والبحوث الاستراتيجية: إستراتيجية صناعة الخوف في المؤسسة الإعلامية العربية، بحث منشور: www.alrafedein.com/news.php?action=view&id=7864
- ٦ (٦) حميدة سميسم: مدخل في مفهوم الخطاب الدعائي، بغداد، مجلة افاق عربية، العدد ١٩، بغداد، دار الشؤون الثقافية، أيار، ١٩٩٤، ص ١٨.
- ٧ (٧) ساندرا بول، ملفين ل.ديفيلر: نظريات وسائل الاتصال، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للطباعة، ١٩٩٩، ص ٣٦٢.
- ٨ (٨) شاكور عبد الحميد: عصر الصورة، سلسلة عالم المعرفة، يناير، عدد ٣١١، ٢٠٠٥.
- ٩ (٩) محمد منير حجاب: الحرب النفسية، القاهرة، دار الفجر للنشر، ٢٠٠٥، ص ٢٧١.
- ١٠ (١٠) حمادة صلاح صالح: لغة الصورة، منشور على الموقع www.kenanaonline.com/users/consulthamadass/posts كنانة أونلاين، وعلى الرابط: <http://www.kenanaonline.com/users/consulthamadass/posts>.
- ١١ (١١) بين الاستمالات العاطفية وخلق الدافعية لاتخاذ المواقف، الصورة تتفاعل مع العقل الباطن لخلق التأثير، وتمارس الخداع الممكن ضد المتلقي، منشور على جريدة الاقتصادية، السعودية، ١٠ نوفمبر ٢٠٠٧، العدد ٥١٤٣، وعلى الرابط: www.aleqt.com/article/10/11/2007/.

- ١٢ () نعوم تشومسكي داعياً إلى فهم «داعش»: من أين أتى ذلك المسخ؟ منشور على منتديات تونسيا سات على الرابط: www.tunisia-sat.com/forums/threads/3354714/.
- ١٣ () تكتيكات داعش العسكرية: منشور على المنتدى العربي للدفاع والتسليح، ١٣ تشرين الأول ٢٠١٥، على الرابط: <http://defense-arab.com/vb/threads/98156/>.
- ١٤ () مصادر تمويل «داعش» غير النفطية في الفايينشال تايمز: منشور على موقع بي بي سي عربي، ٢٥ كانون الأول ٢٠١٥، على الرابط: http://www.bbc.com/arabic/press_uk_tuesday_151214/12/2015/inthepress.
- ١٥ () زهراء مجدي: امبراطورية داعش: ٥ منافذ إعلامية للتنظيم آخرها قناة الخلافة، منشور على موقع ساسة بوست، ٢٢ كانون الثاني ٢٠١٥، وعلى الرابط: <http://www.sasapost.com/isis-new-channel/>.
- ١٦ () ريم حنوش: الخلافة الافتراضية يشرح كيف ينجح داعش بنقل المساجد المتطرفة الى شبكة الانترنت، جريدة الشرق الاوسط، العدد ١٣٤١٥، ٢٤ اب ٢٠١٥، منشور على الرابط: <http://aawsat.com/home/article/436691/>.
- ١٧ () أول شخص أطلق اسم «داعش» على تنظيم الدولة الإسلامية هو ناشط سياسي سوري مقيم في هولندا، يدعى (خالد الحاج صالح)، في ٢٧ أيار ٢٠١٣، يحمل دلالات «الرفض والازدراء» للتنظيم، وتستخدم بعض وسائل الإعلام الغربية اللفظ ذاته بقلب الحروف العربية إلى إنجليزية «Daesh»، وعلى غرار استخدام تعبير «ISIS».
- ١٨ () يسعي «البغدادي» لانتشال التاريخ من قعره في استيهام أبوية دينية تاريخية متمثلة في «الخلافة»، لفرس السلطة عبر النهل من «المخيال الاجتماعي» العربي، الذي يختزن كما هائلاً من رموز التضحية التي ارتفعت فوقها أمجاد التاريخ الإسلامي، والمتمثلة في فترة الحكم الرشيد للخلفاء الأربعة، والمخيل الاجتماعي نشاط يحمل معنى يشدّ الفاعلين الاجتماعيين فينظّمون سلوكهم على أساسه، فكل مجتمع ينشئ لنفسه مجموعة منظّمة من التصوّرات هي عبارة مخابيل، ليعيد إنتاج نفسه. ودور المخيال الاجتماعي هو جعل الجماعة تتعرّف إلى نفسها بوساطته، ويعبر عن الأهداف المنشودة. انظر: محمد عابد الجابري: العقل السياسي العربي، محدّداته وتجلياته، مركز دراسات الوحدة العربية، ص ٣٤.
- ١٩ () علي رزق: نظريات في أساليب الإقناع دراسة مقارنة، بيروت، دار الصفاة، ١٩٩٤، ص ١١.
- ٢٠ () أنظر: خدعة إعدام الصحفي الأميركي جيمس فولي مترجم للعربية، فلم فيديو فرنسي منشور على موقع يوتيوب على الرابط: https://www.youtube.com/watch?v=kIT_WCew5wU.
- ٢١ () أنظر: «فوكس نيوز» تكشف بالأدلة فيرقة «داعش» لفيديو إعدام المصريين، منشور على موقع بوابة القاهرة وعلى الرابط: <http://www.cairoportal.com/story/153764/>.
- ٢٢ () أبو خطاب اليماني: لماذا أحرقتنا معاذ، منشور على مدونة أبو خطاب اليماني وعلى الرابط: http://aboukhatab-alyemeni.blogspot.com/html_45_blog-post/04/2015/.
- ٢٣ () أنظر: مصمم خدع بصرية يكشف حقيقة حرق داعش للطيار الأردني معاذ الكساسبه، منشور على موقع يوتيوب وعلى الرابط: <https://www.youtube.com/watch?v=F1oY39HkoaM>.
- ٢٤ () يدعى هذا الأسلوب بـ «الخداع»، ويعني تحميل العدو أخطائك، يحمل التنظيم العنف الذي يرتكبه ضد أعدائه كموقف شرعي وعرفي وقانوني بتبرير علف العدو من الطائفين الشيعة في العراق وسوريا.