

دلالات العنف في أناشيد "داعش"

Denotations of Violence in ISIS Songs

تاريخ النشر: 2021/06/10

تاريخ القبول: 2021 /05/13

تاريخ الإرسال: 2021 /04/17

بتول السيد مصطفى

باحثة إعلامية (البحرين)، Email : a-a1963@hotmail.com

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى رصد دلالات العنف في أناشيد تنظيم "داعش" في إطار وحدتي الكلمة والشخصية. وخلصت إلى أن أكثر الألفاظ الواردة في عينة الأناشيد كانت تدل على الأسلحة بمعدل 20 لفظاً مختلفاً، ثم الإسلام بمعدل 14 لفظاً، ثم الموت بمعدل 12 لفظاً، يلي ذلك بالترتيب: الحيوانات بعشرة ألفاظ، الصراع بسبعة ألفاظ، الشخصيات بخمسة ألفاظ، وأخيراً الجسد بثلاثة ألفاظ فقط. أما من ناحية التكرار، فقد كانت الغلبة للألفاظ الدالة على الإسلام (37)، ثم الأسلحة (31)، بعدها الألفاظ الدالة على الآتي، وهي بالترتيب: الموت (24)، الصراع (20)، الحيوانات (16)، الجسد (11)، وأخيراً الشخصيات (10). ويعطي استخدام هذه الألفاظ والسياق الذي وردت فيه، وبما تحمله من دلالات ومعاني مؤشراً واضحاً على العنف الممنهج في الاستراتيجيات الدعائية والإعلامية لتنظيم "داعش"، والتي تُعد الأناشيد جزءاً مهماً منها، لاسيما بعدما حظيت بشعبية واسعة في أوساط أتباع التنظيم ومناصريه، مستغلاً مختلف وسائل الإعلام التقليدي والجديد في نشرها.

الكلمات المفتاحية: دلالات؛ العنف؛ أناشيد "داعش".

المؤلف المرسل: بتول السيد مصطفى، Email : a-a1963@hotmail.com

Abstract:

This study aims at monitoring the denotations of violence in the songs of ISIS (Islamic State of Iraq and Syria) in the context of unified words, ideas and characters.

The study concluded that most of the words in the ISIS songs sample referred to weapons with an average of 20 different words, followed by “Islam” with an average of 14 words, and “Death” with an average of 12 words. Those words were followed consecutively with denotations of “animals” (10 words), “conflict” (7 words), “characters” (5 words), and finally “Body” (3 words only).

Regarding repetition, most of the words referred to Islam (37), followed by weapons (31), death (24), conflict (20), animals (16), body (11) and last was characters (10). Using these words, in addition to their context, denotations and meanings are an explicit indicator of the systematic violence in ISIS strategies used in propaganda and media, of which songs are an integral constituent, especially after they spread widely among the its followers and supporters. It is noteworthy mentioning that ISIS made use of both traditional and new media to spread these songs.

Keywords: Connotations ; violence ; songs ; ISIS.

مقدمة:

يرجع تاريخ أناشيد الجهادية إلى نهايات السبعينيات، حيث تحولت إلى جزء مهم من الاستراتيجيات الإعلامية للتنظيمات الجهادية أو الإرهابية وأداة فعالة للتعبئة.



لاسيما في أوقات الصراعات والحروب، والتي من أبرزها ما عُرف بتنظيم الدولة الإسلامية "داعش"، وذلك على الرغم من الجدل الفقهي حول حُرمتها أو إباحتها، حيث للتنظيم مؤسسة إعلامية خاصة تتولى عملية إنتاج الأناشيد "أجناد". ويعود اعتماد تلك التنظيمات على الأناشيد عموماً إلى عدة أسباب، منها ميزة الحيوية التي تُتيحها المؤثرات الصوتية والموسيقية، والانتشار السريع لها، ما يُكسبها شعبية واسعة في زمن قصير، ناهيك عن تأثيرها الكبير على فئات الجمهور المستهدف عاطفياً وعقلياً وسلوكياً. وفي الغالب يتم استخدام الأناشيد كأداة دعائية لنشر أفكار التنظيم والتسويق لأهدافه، والترويج لرسائله في إطار الثقافة الجهادية، والتحفيز على المشاركة في القتال، وغير ذلك. وعليه، تهدف هذه الدراسة إلى رصد دلالات العنف في أناشيد "داعش" في إطار وحدتي الكلمة والشخصية، وذلك بالاستناد على نظرية "المزاج العدواني"، وعبر تحليل مضمون عينة مُتاحة من الأناشيد، بالارتكاز على المنهجين الوصفي والتحليلي.

2. موضوع الدراسة وأهميتها

تستند التنظيمات الإرهابية في استراتيجياتها الإعلامية والدعائية على مواد وأساليب متفرقة تسعى من خلالها إلى تحقيق أهدافها التي تتمثل غالباً في التحشيد والتعبئة، وإضفاء مزيد من الجاذبية على أفكارها، ومنها الأناشيد. والمُلاحظ أن ما عُرف بتنظيم الدولة الإسلامية "داعش" انتهج ذات النمط عبر تركيزه على أدوات دعائية بعينها كالأناشيد، والتي يعمل على تطعيمها دوماً بألفاظ تحمل دلالات فكرية ومعنوية يسعى إلى نشرها، كالعنف والجهاد، وغير ذلك. وقد اعتمد التنظيم في إيصال رسائله وتحقيق أهدافه على الإعلام عبر وسائله التقليدية، والجديدة ممثلة بمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وهي في العادة تركز على الشحن العاطفي للتأثير على المشاعر، ومخاطبة الغرائز لدى الفئات المستهدفة، فضلاً عن استغلال بعض المعتقدات والنصوص في الدين الإسلامي كغطاء فكري لها. وتكمن أهمية هذه الدراسة في سعيها إلى تحديد دلالات العنف في أناشيد "داعش"، في إطار وحدتي الكلمة والشخصية، وكيفية توظيفها لذلك في تحقيق أهدافها التي من أبرزها استقطاب العقول، ومن ثم التجنيد والتعبئة،



وذلك في إطار التحذير من مخاطرها، عبر بلورة استراتيجيات مجتمعية تُسهل عملية مواجهتها.

3. إشكالية الدراسة

تتمثل إشكالية الدراسة في كيفية استخدام "داعش" الأناشيد كأداة دعائية لنشر أفكار التنظيم والتسويق لأهدافه، والترويج لرسائله في إطار الثقافة الجهادية والقتال، من خلال رصد دلالات العنف في هذا الإطار من خلال تحديد أبرز الألفاظ الدالة على فئات عدة، مثل: الصراع، الأسلحة، الجسد، الحيوانات، الموت، الإسلام، والشخصيات. وذلك على اعتبار الأناشيد جزءاً من الاستراتيجية الدعائية والإعلامية للتنظيم. وبالتالي، فإن السؤال الرئيس الذي تركز عليه هذه الدراسة يتمثل في: ما هي دلالات العنف في أناشيد "داعش"؟

4. منهج الدراسة

استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي، "حيث جرى العرف على استخدامها معاً ليكمل كل منهما الآخر، لأن الوصف يعتمد على تجميع الحقائق وتبويبها في إطار أقرب إلى ما هو كائن، في حين ينحو التحليلي لتعميق الدلالات وتفسيرها وتحليلها وفق النماذج والعلاقات في إطار ما يجب أن يكون، وكلا المنهجين يستهدف الوصول للحقائق العلمية، واختبار صحتها وتنبؤاتها وصياغتها للانتفاع بها" (حمد المشوخي، 2002، ص 181). وبالتالي، فإن هذه الدراسة ووفقاً لهذين المنهجين تسعى لوصف وتحليل ما يتعرض إليه الجمهور من مضمون له دلالات عنفية لفظاً وسلوكاً لعينة من أناشيد "داعش"، وذلك من خلال أداة تحليل المضمون.

5. أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في رصد وتحديد الألفاظ الدالة على العنف في أناشيد "داعش"، ومنه تنبثق أهداف فرعية عدة كالتالي:

1- رصد الألفاظ الدالة على الصراع في أناشيد "داعش".



- 2- تحديد الألفاظ الخاصة بالأسلحة في أناشيد "داعش".
 - 3- تحديد الألفاظ الخاصة بالجسد في أناشيد "داعش".
 - 4- تحديد الألفاظ الخاصة بالحيوانات في أناشيد "داعش".
 - 5- رصد الألفاظ الدالة على الموت في أناشيد "داعش".
 - 6- رصد الألفاظ الدالة على الإسلام في أناشيد "داعش".
 - 7- تحديد الألفاظ الخاصة بالشخصيات في أناشيد "داعش".
6. أداة الدراسة

تحليل المضمون، والذي يعني وفق تعريف "واليزر وواينر" بأنه "أي إجراء منتظم منهجي يستخدم لفحص مضمون معلومات مسجلة"، فيما يعرفه "كيرلينجر" بأنه "منهاج لدراسة الاتصال وتحليله بطريقة منتظمة وموضوعية وكمية بغرض قياس المتغيرات" (روجر ويمر وجوزيف دومينيك، 2003، ص 279). وقد يُعد تحليل المضمون أحياناً بمثابة منهجية خاصة، ويعتبره البعض أسرع وسيلة متطورة خلال العشرين سنة الماضية لدراسة مختلف القوالب الفنية ووصف المضمون الظاهر (Jim Macnamara, 2005, P.1). فيما يرى آخرون أن التحليل لا ينطوي على اتجاه وصفي يصف المضمون الظاهر فحسب، بل يشمل اتجاهاً استدلالياً يكشف عن المعاني الكامنة، وقراءة ما بين السطور والاستدلال عن الأبعاد المختلفة لعملية الاتصال وتأثيراتها، وذلك لأن الاتصال ليس مجرد رسالة ثابتة، إنما تفاعل متدفق (محمد عبد الحميد، 2004، ص 216-217). وعليه، فإن هذه الدراسة تركز على تحليل مضمون عينة من أناشيد "داعش" وصفيًا واستدلالياً من خلال حصر الألفاظ والمعاني الدالة على العنف فيها.

7. مجتمع وعينة الدراسة

يُقصد بمجتمع الدراسة "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث"، أو "جميع الأفراد أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة الدراسة" (Jim Macnamara, 2005,



P.1). وعليه، يتمثل مجتمع هذه الدراسة في أناشيد "داعش". أما العينة فهي جزء من مجتمع الدراسة، تكون لها نفس خصائصه، وتساعد على تحقيق أهداف الدراسة. وهي هنا تتمثل في عينة مُتاحة من أبرز أناشيد "داعش" المتداولة عبر شبكة الإنترنت ومواقع الإعلام التفاعلي/الجديد، وعددها عشر أناشيد، مُددها جميعاً لا تتجاوز بضع دقائق، وهي (أمتي قد لاح فجر، رصوا الصفوف، القول قول الصوارم، حياة الذل لا أرتضيها، قريباً قريباً ترون العجيب، لنا المرهفات، صليل الصوارم، سرايا دولتي، آساد النزال، وأخي أبلغ هنا الأصحاب).

8. وحدات التحليل

هي وحدات المضمون التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطي وجودها أو غيابها وتكرارها أو إبرازها دلالات تفيد في تفسير النتائج الكمية، وهناك وحدات التسجيل، مثل الكلمة أو الجملة أو الفقرة. وكذلك وحدات السياق، وهي وحدات لغوية داخل المضمون تفيد في التحديد الدقيق لمعاني وحدات التسجيل التي يتم عليها العد والقياس، وهناك وحدات الفكرة التي تفيد في تحديد الاتجاهات والأحكام التي تقع على المضمون، ووحدات الشخصية التي يتم التطرق إليها في المضمون، ووحدات مفردات النشر التي تنطوي على الأشكال والقوالب الفنية المستخدمة في المضمون (محمد عبد الحميد، 2010، ص 135-147).

ووحدة الفكرة هي جملة أو أكثر تعبر عن معنى معين، أو تؤكد مفهوماً سياسياً أو اجتماعياً أو غيره، ويتم حساب تكرارها في العينة للخروج بنتائج ذات دلالات. أما الشخصية، فهي الهوية التي تُحدد ملامحها، سواء تعلقت بفرد من الناس أو فئة منهم أو مجتمع أو وسيط إعلامي أو شخصية اعتبارية، أو غير ذلك (مصطفى الطائي وخير ميلاد، 2007، ص 136-137). وفي هذه الدراسة تعد الأنشودة وحدة رئيسة للتحليل، وما دون ذلك من وحدات كالجملة والشخصية تعد وحدات للقياس.



9. فئات التحليل

هي الفئات التي يُصنف على أساسها المضمون، تُوضع قبل البدء في الترميز انطلاقاً من الإطار النظري والفكري الذي تعتمد عليه الدراسة (محمد عبد الحميد، 2010، ص 119-133). وبشكل عام فهي تعني "العناصر الرئيسية والفرعية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها" (محمد عبد الرؤوف، 2010، ص 21). وقد تضمنت هذه الدراسة سبع فئات رئيسة للتحليل انطوت على ما يرتبط بالصراع، الأسلحة، الجسد، الحيوانات، الموت، إضافة إلى الإسلام، والشخصيات. وذلك ضمن وحدة الكلمة التي تعني أي لفظ له دلالة عنفية ظاهرة وواضحة، ووحدة الشخصية التي تعني أي شخصيات حقيقية أو اعتبارية ترد ضمن إطار مكاني أو زمني معين.

10. صدق أداة الدراسة

صدق أداة الدراسة يعني "صلاحية فئات تحليل المضمون لقياس ما هو مراد قياسه، أو صلاحية الأداة في تحقيق أهداف الدراسة" (مصطفى أبو القاسم، 2002، ص 297). ويُعد الصدق الظاهري من أهم أنواع الصدق في معظم دراسات تحليل المضمون، وهو يتحقق من خلال وضع تعريفات واضحة ومحددة للفئات، فضلاً عن التنفيذ الدقيق لإجراءات وخطوات التحليل (شيماء زغيب، 2009، ص 164). وعليه، تم التحقق من صدق أداة الدراسة عبر عرضها على محكمين متخصصين في مجال الإعلام والسياسة، هما أستاذ الإعلام في جامعة الأقصى أ.د. ماجد تريان (فلسطين)، والباحثة في العلوم السياسية د. منى طواهرية (الجزائر)، وذلك بغرض التأكد من مدى ملائمتها للمجال الذي تقيسه، ومدى وضوح ودقة صياغة فئات التحليل، فضلاً عن التأكد من مدى قدرة الأداة بشكل عام على تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على أسئلتها، وذلك من أجل اعتماد الصيغة النهائية لها. وقد أجمع المحكمان على صلاحية أداة الدراسة، والتي هي عبارة عن جداول لتحليل مضمون عينة أناشيد "داعش".

11. ثبات أداة الدراسة



يعني ثبات أداة الدراسة اتساق أداة القياس أو إمكانية الاعتماد عليها وتكرار استخدامها في القياس. وفي تحليل المضمون يتحقق ذلك عبر تحديد الطرق المناسبة لجمع البيانات على ضوء الأهداف الرئيسية للدراسة، وتكرار القيام بتحليل نفس المضمون وتطبيق نفس الطريقة، ومقارنة النتائج لمعرفة مدى تطابقها، والقيام بالتحليل بعد مرور بعض الوقت، للتأكد من الحصول على نفس النتائج، إذ يعني أسلوب إعادة الاختبار ترميز نفس المادة مرتين، فإذا كانت المواضيع لا تتغير كانت هناك درجة أكبر من الثبات (محمد حجاب، 2003، ص 154-155).

ومن أجل تحقيق ذلك، تم إجراء اختبار قبلي على عينة المضمون محل الدراسة، وتبين على إثره الاتفاق على تصنيف معظم وحدات التحليل ووضعها في الفئات نفسها. وهذا ما يؤشر إلى ثبات الباحثة مع نفسها، إذ تم تحليل العينة مرتين في فترتين زمنيتين مختلفتين، الأولى نهاية أكتوبر/تشرين الأول 2020، والثانية مطلع نوفمبر/تشرين الثاني 2020، ثم تم احتساب معامل الثبات اعتماداً على نتائج هاتين المراتين، والذي قُدر بنحو 86 بالمائة، ما يعني تحقيق "الاتساق الزمني"، وقد تم التعامل مع النسبة المتبقية بالتصحيح.

12. نظرية الدراسة

تستند هذه الدراسة على نظرية المزاج العدواني، والتي تُسمى أيضاً بنظرية الاستثارة "الحافز"، وقد وضع الإطار العام لها أحد علماء النفس الاجتماعيين "ليونارد بيركو ويتز"، وهي تقوم على فرضية أن التعرض لحافز أو مثير عدواني من شأنه أن يزيد من الإثارة السيكلوجية عند الفرد، ما قد يتبعه بسلوك أو تصرف عدواني. وبحسب النظرية فإن الرسائل أو المواد الإعلامية العنيفة يمكن أن تثير درجات مختلفة من الانفعالات أو الميول العدوانية. كما أنها تحدد العلاقة بين الحافز والاستجابة عبر عاملين، هما الإحباط الذي قد يعيشه الفرد وقت تعرضه للمادة الإعلامية، ومدى التشابه بين ما تقدمه تلك المادة من عنف، وبين الظروف المثيرة للغضب والعنف التي يحاول الفرد التغلب عليها وقت التعرض (أمنة قجالي، 2015، ص 99).



وعليه، فإن النظرية تتناسب مع موضوع هذه الدراسة، حيث أن ما تنطوي عليه أناشيد "داعش" من دلالات عنيفة، من شأنها إثارة الجمهور نفسياً وعاطفياً، فضلاً عن احتمالية تحفيزها للميول والمشاعر العدوانية لديهم، أو تهيئتها لهم للقيام بسلوكيات ذات طابع عنيف، أخذاً في الاعتبار إستراتيجياتها القائمة على استخدام الإعلام في نشر فكرها وتحقيق غايات خاصة، كالتجنيد والتشيد والتعبئة، لمواجهة أعدائها في المعارك والحروب التي تخوضها في بعض البقاع من جهة. ومن جهة أخرى تقديمها للعنف في إطار ينطوي على مبررات، مثل الجهاد والقصاص، أو الدفاع عن النفس تحت شعارات دينية في الغالب، كحماية شرع الله وعودة الخلافة الإسلامية، وما إلى ذلك.

13. مصطلحات الدراسة

- **العنف:** هو فعل أو أفعال قاسية وعدوانية تسبب الألم، وتحدث اضطراباً في الراحة النفسية والجسدية والاجتماعية للأشخاص والمجموعات، وقد يكون العنف علنياً أو مستتراً، كما أنه قد ينطوي على التهديد باستخدام مثل هذه الأفعال (نصر الدين لعياضي، 2004، ص 32). والعنف في هذه الدراسة يعني كل ما يؤثر إلى دلالات قائمة على الغلظة والتوحش والقسوة، لفظاً كان أو سلوكاً، ظاهرة كانت بالكلمة أو كامنة بالفكرة والمعنى، ويترتب عليها أضرار نفسية أو جسدية.

- **أناشيد:** تعني الأناشيد في اللغة العربية رفع الصوت بالشعر مع تحسين وترقيق، والأناشيد الإسلامية هي رفع الصوت بالشعر الحسن والكلام المباح بصوت رجل أو مجموعة رجال. أما اصطلاحاً، فالأناشيد هي أغاني إسلامية التوجه تُغنى في أغلب الأحيان بدون موسيقى، معتمدة على الصوت البشري فقط، وبعض المؤثرات الصوتية إن وجدت (<https://bit.ly/2HstC8M>). والأناشيد في هذه الدراسة تعني الألفاظ المنتظمة في سياق مكتوب، على أن يكون موزوناً وقابلاً للتلحين والغناء بموسيقى ومؤثرات صوتية خاصة.

- **داعش:** هي تسمية مختصرة للدولة الإسلامية في العراق والشام (ISIS)، وقد تأسست كمنظمة رسمياً في العام 2010، بينما يعود تاريخ نشأتها ابتداءً إلى القاعدة وبداية



الألفية الجديدة، وسيطرت على مساحات شاسعة من العراق وسوريا (لوريتا نابليون، 2015، ص 158-159). و"داعش" في هذه الدراسة تعني الدولة الافتراضية، أو التنظيم الذي يركز على العنف والإرهاب في كافة استراتيجياته، سواء الهادفة إلى التوسع، أو التجنيد والتعبئة.

14. الدراسات السابقة

1.14 الدراسات العربية

1- مرصد التكفير التابع لدار الإفتاء المصرية، مدى اعتماد التنظيمات الإرهابية والجماعات التكفيرية على أناشيد العنف، مصر، 2015.

بحثت الدراسة محتوى أكثر من مائة نشيد في مواقع الجماعات التكفيرية والتنظيمات الإرهابية، وخلصت إلى أنها عادة ما تستخدم مفردات دالة على العنف، كالذبح والحرق وقطع الرقاب والنحر والتفجير وغيرها، وذلك بهدف التعبئة المعنوية لمناصريها. وحول التأثير النفسي لهذه الأناشيد، أكدت الدراسة أنها ترفع من مستوى الأدرنالين في جسد الإنسان، وتكون حافزاً له في الدفاع عن التنظيم، وتنفيذ أهدافه وطموحاته. وبينت أن أكثر فئة تؤثر فيهم الأناشيد، هم الأطفال الذين لا تتخطى أعمارهم الـ 15 عاماً، وتهدف التنظيمات من الأناشيد إلى رفع الحالة المعنوية لأتباعها ومؤيديها، فضلاً عن بث حالة من الرعب لدى أعدائها، وإضعاف معنوياتهم من خلال عنف المفردات والإيقاع، إضافة إلى عملية "غسيل الدماغ"، في محاولة للتأثير على العقول، وما تنطوي عليه من مفاهيم وأفكار ومعتقدات (مرصد التكفير التابع لدار الإفتاء المصرية، 2015).

2- رانيا عبد الله، تحليل محتوى الحملات الإعلامية الدعائية لتنظيم الدولة الإسلامية "داعش": "تويتر" أنموذجاً، معهد الإعلام الأردني، الأردن، 2016.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مضمون الحملات الإعلامية الدعائية لتنظيم "داعش"، والوسائط التي تحمل رسائلها، وموضوعات الخطاب الدعائي والأطر المرجعية



لها، والقوى الفاعلة فيها، وخصائص الجمهور المستهدف. وحللت الدراسة عينة شملت 37 حملة إعلامية على صفحات مؤسستي "الفرقان" و"الحياة" عبر موقع "تويتر"، إضافة إلى ثلاثة أعداد من مجلة "دابق" مترجمة إلى العربية. وخلصت إلى أن التنظيم اعتمد على المرجعية القرآنية لعناوين الحملات الإعلامية الدعائية بالدرجة الأولى، وخاصة الآيات والعبارات التي لها تأثير بالنفس البشرية، وركز في مضامينها على الدعاية الفكرية السياسية، ثم الدينية. كما أكدت الدراسة أن التنظيم ركز على مخاطبة الجمهور العالمي العام، وجمهور المناطق الخاضعة لسيطرته، فيما كانت بعض الرسائل موجهة لجمهور الدول العربية والإسلامية، ومنها ما يستهدف الدول الغربية (رانيا عبد الله، 2016).

3- تريم منصور، إعلام "داعش" .. الوسائل والخطاب الدعائي والتقنيات، الجامعة اللبنانية، لبنان، 2017.

ارتكزت الدراسة على إشكالية التناقض بين أهداف تنظيم الدولة الإسلامية "داعش" والمغالاة في استخدام وسائل الإعلام المختلفة، حيث تهدف لمعالجة ذلك. وبينت أن التنظيم يستخدم وسائل إعلام تقليدية والإلكترونية، منها وسائل التواصل الاجتماعي، مثل "الفيس بوك" و"التويتر"، وكذلك شركات الإنتاج السينمائي. وأشارت الدراسة إلى أن أسس خطاب التنظيم تتلخص في التغيير الجذري لإقامة دولة الخلافة، القوة والسلطة، الترهيب وإثارة الرعب، الحقد والكراهية، التغيير والعدالة والرفق واللين والتسامح، وهو الخطاب الموجه للغرب عادة، والهادف إلى إظهار صورة مختلفة عنه. كما أكدت الدراسة أن "داعش" هدف عبر كل الوسائل الإعلامية التي يستخدمها إلى نشر أفكار التنظيم، وذلك من خلال أحدث أساليب الدعاية المعاصرة إقناعاً، وأحدث التقنيات ابتكاراً كالصور، الرموز، والموسيقى التصويرية التي غالباً ما تحوي أصوات واقعية من ميدان القتال، كأصوات الرصاص والقذائف، لكن الأهم هو الأناشيد التي تختلف باختلاف المضمون، والفيديوهات القصيرة التي ترصد معالم تحركاته اليومية (تريم منصور، 2017).



4- محمود عبد القادر، مكانة التطرف في البنية الأيدلوجية لتنظيم داعش خلال الفترة 2010-2016، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2017.

هدفت الدراسة إلى معرفة معنى التطرف والإرهاب ومكانتهما في البنية الفكرية لتنظيم "داعش"، وبيان مظاهر التطرف على مستوى العقيدة الدينية والسياسية للتنظيم. وخلصت إلى أن ما يدعيه التنظيم من قيامه على مفاهيم إسلامية ونصوص قرآنية وأحاديث نبوية أدى إلى تشويه وتزييف الحقيقة الموضوعية للغاية التي جاء بها الدين الإسلامي، مما خلق تياراً فكرياً عالمياً مناهضاً للإسلام، وخلق مصطلحات ومسميات عديدة، كالإسلام السياسي، أو الإرهابي "الإسلام فوبيا". وعمدت الدراسة إلى استخدام عدة مناهج تحليلية أظهرت نتائج، مفادها أن التنظيم يشجع على العنف باسم الدين، ويعتبر الذين يخالفونه في معتقداته وتفسيراته للإسلام كفاراً ومرتدين، ويهدف في بنيته الأيدلوجية إلى إدخال المنطقة العربية في صراعات دينية مذهبية، وأخرى عرفية تقوم على التفتت والتشظي (محمود عبد القادر، 2017).

14. 2 الدراسات الأجنبية

1- Mohamed Satti, Framing the Islamic State on Al Jazeera English and the BBC websites, American University of Kuwait, Kuwait, 2015.

بحثت هذه الدراسة التغطية الإعلامية للدولة الإسلامية (IS) التي تتنافس لإقامة دولة الخلافة في الشرق الأوسط في مواقع الجزيرة الانجليزية وهيئة الإذاعة البريطانية (BBC)، وذلك بغرض تحديد كيفية تأطير الدولة. وقد اقترحت الدراسة ثمانية أطر للتغطية الإعلامية: الإسلام الأصولي، الاختلافات الدينية، جرائم ضد الإنسانية، الطبيعة العدوانية لداعش، الطبيعة العدوانية لتحالف القوات، الرغبة في السلام، التسامح الديني، والإنسانية. وخلصت النتائج إلى أن كلاً من الجزيرة والهيئة أطرتا "داعش" ككيان عدواني تركز أجنדתه الرئيسة على القتال ضد أولئك الذين يقفون في طريقه. كما بينت الدراسة كيف يتم تشكيل قوات التحالف بشكل مماثل لمن لديهم طبيعة عدوانية، على الرغم من أن هذه العدوانية مبررة، باعتبارها "قوى القتال الجيد ضد

الشر". وأكدت نتائج الدراسة أيضاً أن "داعش" مؤطرة كمنظمة متطرفة تظهر عدم التسامح الديني بشكل كبير، وأن التغطية بشأنها تميل إلى إنسانية الضحايا (Mohamed Satti, 2015).

2- Abeer Alsaadi, Media Strategies of Islamic States (IS), Master Thesis, University of Westminster, UK, 2015.

هدفت الدراسة إلى محاولة فهم تنظيم "داعش" من خلال ممارساته وإدارته للإعلام، وركزت على مقاطع الفيديو التي بثها منذ احتلال الموصل وإعلان الخلافة، حيث تم تحليل جميع المقاطع، بما فيها حملات الإعدام التي نفذها التنظيم ضد الصحفيين ومتطوعي وكالات الإغاثة، وحتى ذبح العمال المصريين في ليبيا. واستخدمت الدراسة نظرية "جبل الثلج" التي تشرح كيفية عمل التنظيم وتحليل خطابه، حيث أنه يعتمد على ممارسة العنف بارتكاب فظائع تترك المتلقي، ولا تجعله يستوعب ما يرى أو ما يتعرض إليه بشكل منطقي، ومن ثم يستهدف وسائل الإعلام التي وقعت في هذا الفخ، بسبب نقلها مواد الإعدام والخطف. وقارنت الدراسة بين تنظيم "داعش" والحزب النازي والتتار، وأكدت أن العامل المشترك بينها يتمثل في الترويج بالنواحي الدعائية. كما أكدت أن الأمر الجديد الذي قام به تنظيم "داعش" هو الإدارة، ما يجعل عناصره يبررون لأيديولوجيتهم (Abeer Alsaadi, 2015).

3- Ahmed Alhelali, The strategy of terrorism televised by international television channels and its impact on the fear of adolescents, PhD thesis, Mansoura University and Columbia University, 2017.

خلصت هذه الدراسة التي تناولت إستراتيجية الإرهاب المتلفز في قنوات التلفزيون الدولية، وتأثيرها على الخوف لدى المراهقين إلى أن 95 بالمائة من الفيديوهات التي يبثها تنظيم "داعش" تركز على العنف الجسدي، وبأن تأثر الذكور منها أكثر من الإناث، لتعرضهم للبث بصورة كبيرة. كما أكدت أن التنظيم يستهدف بدرجة رئيسة قوات الأمن الرسمية بنسبة 35 بالمائة، وذلك بغرض بث الخوف في نفوس الشباب والمراهقين.



وأوصت الدراسة التي أجرت استبياناً على 390 طالباً من جامعات مختلفة بين سن 18 و22 سنة بوضع حد للممارسات غير المسؤولة من قبل بعض وسائل الإعلام التي تخدم الإرهاب وتروج للعنف، ووضع آلية لتقنين تداول المواد الإعلامية التي تبثها التنظيمات الإرهابية. كما شددت على أهمية توسيع مهام المجلس الأعلى لمكافحة الإرهاب لتشمل مكافحة الإرهاب المعتمد على التكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي، وضرورة توعية المواطنين بالحرب النفسية والطرق الاحترافية لدى الإرهابيين في التصوير والبت (Ahmed Alhelali, 2017).

14. 3 التعليق على الدراسات السابقة

قامت الدراسات السابقة بتحليل مواد إعلامية متفرقة لتنظيم "داعش"، مثل مقاطع الفيديو والأناشيد، إضافة إلى الاستراتيجيات والحملات الدعائية، والخطاب، والتغطيات الإعلامية للتنظيم، وفي المجمل اتفقت على ارتكاز كل ذلك على العنف والتطرف. وتسعى هذه الدراسة إلى تحليل مضمون عينة من أناشيد "داعش"، بغرض التعرف على دلالات العنف فيها في إطار وحدتي الكلمة والشخصية، وهذا ما يميزها عن الدراسات السابقة العربية والأجنبية، والتي تمت الاستفادة منها بشكل عام في الإطارين النظري والتطبيقي على السواء.

15. نتائج تحليل مضمون الأناشيد

تم تحليل مضمون عينة أناشيد "داعش" في إطار وحدتي الكلمة، والشخصية. وعليه، تم تصنيف دلالات العنف فيها، وفقاً لخمس فئات للتحليل، إضافة إلى فئتين أخريين حول الإسلام والشخصيات، وهي مُبينة على النحو الآتي بحسب الألفاظ والمعاني الدالة عليها:

1- فئة الصراع:

الجدول 1: الألفاظ الدالة على الصراع في أناشيد "داعش" وتكرارها



اللفظ	التكرار
نزال	3
حرب	7
معارك	1
جبهات	1
ثكنة	1
النصر	6
الغنائم	1
المجموع 7	20

يتبين من الجدول 1 أن مجموع الألفاظ الدالة على الصراع في أناشيد "داعش" سبعة ألفاظ، بتكرار بلغ مجموعه 20، وأكثرها تكراراً هو لفظ الحرب بمعدل سبع مرات، يليه لفظ النصر بمعدل ست مرات، ثم النزال بتكرار ثلاث مرات، والبقية بمعدل مرة واحدة، وهي المعارك، الجبهات، ثكنة، والغنائم. وتدل هذه الألفاظ على استناد إستراتيجية عمل "داعش" بشكل رئيس على الصراعات، وما تنطوي عليها من معارك وحروب، وبالتالي فهي تهدف من وراء ذلك إلى التعبئة والتجنيد وحشد الجمهور المستهدف للقتال إلى جانبها.

2- الأسلحة:

الجدول 2: الألفاظ الدالة على الأسلحة في أناشيد "داعش" وتكرارها

التكرار	اللفظ
1	سلاح
6	الصوارم
1	السوط
1	سهام
2	حسام
1	سكين
2	رصاص
2	تفجير
1	حراب
3	سيف
1	حرق
1	مفخخ
1	عبوات

1	هاونات
1	مدفع
1	قنابل
1	قذيفة
1	الأسنة
2	نار
1	دخان
31	المجموع 20

يتبين من الجدول 2 أن مجموع الألفاظ الدالة على الأسلحة في أناشيد "داعش" 20 لفظاً، بتكرار بلغ مجموعه 31، وأكثرها تكراراً هو لفظ الصوارم بمعدل ست مرات، وهو من أسماء السيف، يليه لفظ السيف بمعدل ثلاث مرات، ثم بقية الألفاظ بمعدل مرتين ومرة واحدة فقط. وترتبط هذه الفئة بالسابقة الخاصة بالصراع، حيث تُستخدم الأسلحة عادة في مواقع الصراع. وتُعبّر عن التعاطي العنيف مع الخصوم أو الأعداء.

3- الجسد:

الجدول 3: الألفاظ الدالة على الجسد في أناشيد "داعش" وتكرارها

التكرار	اللفظ
6	دم

4	رأس
1	رقاب
11	المجموع 3

يتبين من الجدول 3 أن مجموع الألفاظ الدالة على الجسد في أناشيد "داعش" ثلاثة ألفاظ، بتكرار بلغ مجموعه 11، وأكثرها تكراراً هو لفظ الدم بمعدل ست مرات، يليه لفظ الرأس بمعدل أربع مرات، ثم الرقاب بمعدل مرة واحدة فقط. وترتبط هذه الفئة بالفئتين السابقتين، وهما الصراع والأسلحة، حيث تشير بعض مواضع الجسد، لاسيما الدم، إلى عنف ناتج عنهما في الغالب.

4- الحيوانات:

الجدول 4: الألفاظ الدالة على الحيوانات في أناشيد "داعش" وتكرارها

التكرار	اللفظ
1	ضراغم
1	قشاعم
5	أسد
2	ضياغم
1	القرد
1	البغل

1	المهائم
2	الخييل
1	السوائيم
1	كلاب
16	المجموع 10

يتبين من الجدول 4 أن مجموع الألفاظ الدالة على الحيوانات في أناشيد "داعش" عشرة ألفاظ، بتكرار بلغ مجموعه 16، وأكثرها تكراراً هو لفظ الأسد بمعدل خمس مرات، يليه لفظا الخيل، والضياغم، وهو من أسماء الأسد أيضاً، بمعدل مرتين لكل منهما، ثم بقية الألفاظ بمعدل مرة واحدة فقط. وتشير هذه الألفاظ، لاسيما الأسد بمختلف تسمياته، إلى استعراض القوة والنفوذ، في مواجهة الخصم أو العدو، وذلك في مقابل التقليل من شأنه عبر بعض النعوت والأوصاف المرتبطة بالحيوانات، مثل الكلاب، والمهائم، والسوائيم، وغيرها.

5- الموت:

الجدول 5: الألفاظ الدالة على الموت في أناشيد "داعش" وتكرارها

التكرار	اللفظ
2	الروح
1	الشهداء
2	الخلود

2	جمجمة
7	موت
2	منايا
2	قصاص
3	قتال
1	ذبح
1	جز
1	نحر
2	حتف
24	المجموع 12

يتبين من الجدول 5 أن مجموع الألفاظ الدالة على الموت في أناشيد "داعش" 12 لفظاً، بتكرار بلغ مجموعه 24، وأكثرها تكراراً هو لفظ الموت بمعدل سبع مرات، يليه لفظ القتال بثلاث مرات، ثم بقية الألفاظ بمعدل مرتين ومرة واحدة فقط. وتدل هذه الألفاظ على القسوة والوحشية المفرطة في الغالب، إلى جانب العنف في المواجهة أو التعاطي.

الجدول 6: الألفاظ الدالة على الإسلام في أناشيد "داعش" وتكرارها

التكرار	اللفظ
4	جهاد
4	الدين
1	شرع
3	الإسلام
1	الإيمان
3	الرماة
1	المسلمين
1	الأنبياء
1	توحيد
1	جنان
13	الله
2	الإله
1	رب العالمين
1	ذو الجلال
37	المجموع 14

يتبين من الجدول 6 أن مجموع الألفاظ الدالة على الإسلام في أناشيد "داعش" 14 لفظاً، بتكرار بلغ مجموعه 37، وأكثرها تكراراً هو لفظ الله بمعدل 13 مرة، يليه لفظا الجهاد والدين بأربع مرات، ثم لفظا الإسلام والرماة بمعدل ثلاث مرات، ثم بقية الألفاظ بمعدل مرتين ومرة واحدة فقط. ويعطي استخدام هذه الألفاظ بكثرة مؤشراً واضحاً على توظيف تنظيم "داعش" لبعض مفاهيم وقيم الدين الإسلامي لتحقيق أهدافه ونشر ثقافته الجهادية، تحت غطاء الإسلام والتكليف الشرعي.

7- الشخصيات:

الجدول 7: الألفاظ الدالة على الشخصيات في أناشيد "داعش" وتكرارها

اللفظ	التكرار
البغدادي	4
خالدنا	1
رسولنا	3
نبينا	1
كسرى	1
المجموع 5	10

يتبين من الجدول 7 أن مجموع الألفاظ الدالة على الشخصيات في أناشيد "داعش" خمسة ألفاظ، بتكرار بلغ مجموعه عشر مرات، وأكثرها تكراراً هو لفظ



البغدادي بمعدل أربع مرات، يليه لفظ الرسول بثلاث مرات، ثم خالدنا (خالد بن الوليد) ونبينا (النبي محمد) وكسرى (ملك الفرس) بمعدل مرة واحدة فقط. وبذلك، يظهر استغلال تنظيم "داعش" لأبرز الشخصيات الإسلامية في نهجه وفكره، بغرض التسويق له تحت هذا الغطاء، أما البغدادي فهو الاسم الذي كان متداولاً لاسم زعيم التنظيم "أبو بكر البغدادي".

16. مقترحات الدراسة

1- تعزيز التوازن الروحي والنفسي حال التعرض لأي مواد إعلامية تستهدف الإثارة العاطفية والسلوكية على نحو سلمي.

2- العمل على تدعيم القيم والمعتقدات الإسلامية في المجتمع بشكل سليم، وبعيداً عن العنف والتطرف أياً كان شكله.

3- السعي إلى تغيير الصورة الذهنية أو النمطية السلبية للمسلمين أو الدين الإسلامي، عبر تنقيتها من كل ما علق بها من تشويه متعمد لتحقيق مآرب خاصة.

4- تكثيف دور وسائل الإعلام في تعزيز السلم الأهلي في المجتمعات، عبر الرقابة الذاتية، والتحلي بالمسؤولية الاجتماعية.

17. خاتمة:

ارتكز تنظيم "داعش" في استراتيجياته ومواده الإعلامية على عناصر مختلفة تستند على العنف والإرهاب والتطرف، ومنها الأناشيد التي تتميز بالحيوية والمؤثرات الصوتية القوية، فضلاً عن قوة اللغة والمفردات المستخدمة فيها، والتي تحمل في غالبيتها دلالات على العنف، وهو الأمر الذي تجلّى بوضوح في هذه الدراسة من خلال تحليل مضمون عينة من أناشيد التنظيم، والتي كانت تهدف في العادة إلى التعبئة والتشديد والتحريض على القتال أو الجهاد، تحت مظلة الدين، وتحت غطاء الإسلام غالباً. أما الأسلوب المستخدم فكان ينطوي على الترهيب تارة، والترغيب تارة أخرى، ومن أجل ذلك تم



التركيز على عناصر القوة والإثارة والجاذبية والشحن العاطفي في النص والسياق، بغرض تعزيز الرسائل الاقناعية، والترويج لفكر التنظيم وقيمه، وضمان التأثير المنشود على الجمهور المستهدف، والمتمثل بشكل رئيس في اختراق العقول والسيطرة عليها.

✚ قائمة المراجع :

1. أبو القاسم، مصطفى، (2002)، مناهج وأساليب البحث السياسي، ليبيا: دار الكتب الوطنية.
2. حجاب، محمد، (2003)، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، الطبعة الثانية، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع،
3. زغيب، شيماء، (2009)، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
4. الطائي، مصطفى وميلاد، خير، (2007)، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، مصر: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
5. عبد الله، رانيا، (2016)، تحليل محتوى الحملات الإعلامية الدعائية لتنظيم الدولة الإسلامية "داعش": "تويتر" أنموذجاً، الأردن: معهد الإعلام الأردني.
6. عبد الحميد، محمد، (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة الثانية، مصر: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة.
7. عبد الحميد، محمد، (2010)، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مصر: عالم الكتب.
8. عبد الرؤوف، محمد، (2010)، تحليل المضمون بين النظرية والتطبيق، مصر: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
9. عبد القادر، محمود، (2017)، مكانة التطرف في البنية الأيدلوجية لتنظيم داعش خلال الفترة 2010-2016، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.

10. قجالي، أمنة، (2015). الإعلام والعنف السياسي، الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي.
11. لعياضي، نصر الدين، (2004)، وسائل الإعلام والمجتمع .. ظلال وأضواء، الطبعة الأولى، دولة الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
12. مرصد التكفير التابع لدار الإفتاء المصرية، (2017)، مدى اعتماد التنظيمات الإرهابية والجماعات التكفيرية على أناشيد العنف، مصر.
13. المشوخي، حمد، (2002)، تقنيات ومناهج البحث العلمي، مصر: دار الفكر العربي.
14. منصور، تريمز، (2017)، إعلام "داعش" .. الوسائل والخطاب الدعائي والتقنيات، لبنان: الجامعة اللبنانية،
15. نابليون، لوريتا، (2015)، الدولة الإسلامية "داعش" وإعادة ترسيم حدود الشرق الأوسط، تعريب: سامر كروم، لبنان: دار الوراق للنشر.
16. ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، نشيد، الرابط الإلكتروني:
<https://bit.ly/2HstC8M>
17. ويمر، روجر ودومينيك، جوزيف، (2003)، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، تعريب: صالح أبو إصبع وفاروق منصور، لبنان: المنظمة العربية للترجمة.
18. Alhelali, Ahmed, (2017), **The strategy of terrorism televised by international television channels and its impact on the fear of adolescents**, PhD thesis, *Mansoura University and Columbia University*.
19. Alsaadi, Abeer, (2015), **Media Strategies of Islamic States (IS)**, Master Thesis, University of Westminster, UK.

20. Macnamara, Jim, (2005), Media Content Analysis: Its Users, Benefits and Best Practice Methodology, **Asia Public Relations Journal**, Vol. 6, No. 1, Canberra University, Sydney.
21. Satti, Mohamed, (2015), **Framing the Islamic State on Al Jazeera English and the BBC websites**, American University of Kuwait, Kuwait.