سمات الخطاب الإعلامي لكتائب عز الدين القسام

Features of the Media Discourse of the Izz al-Din al-Qassam Brigades

أ.د/ جواد راغب الدلو /أ. أحمد محمود القرا

[1]- أستاذ مشارك –كلية الإعلام والاتصال – جامعة الملك عبد العزيز – المملكة العربية السعودية

تاريخ الاستلام: 2022/09/03؛ تاريخ المراجعة: 2022/11/20؛ تاريخ القبول: 2022/12/18

ملخص:

تهدف هذه الدراسة التعرف على سمات الخطاب الإعلامي لكتائب الشهيد عز الدين القسام، وذلك من خلال الكشف عن أنواعه وأطروحاته ووظائفه وسياقاته المختلفة وحججه التي استند إليها، وهي تنتمي للبحوث الكيفية، واستخدمت منهجي تحليل الخطاب الإعلامي ودراسة الحالة، وأدوات التحليل البلاغي والأطروحات والسياق ومسار البرهنة، إضافة إلى المقابلة غير المقننة، واستندت إلى نظرية تحليل الإطار الإعلامي، وتمثل مجتمع الدراسة بجميع بيانات القسام حتى عام 2019، وعينتها ب (٣٠٦) بيانا بأسلوب الحصر الشامل.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: تقدم الخطاب الإعلامي السردي بنسبة (٧٩٪) والأطروحات العسكرية الرئيسة بنسبة (٨٤,٦٪) والوظيفة الإعلامية بنسبة (٣٣,٣٪) من مجموع بيانات القسام، وأوصت الدراسة بضرورة تنويع خطاب الإعلامي لكتائب القسام، وأطروحاته، ووظائفه، والموازنة بين خطاب البطولة والمظلومية.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الإعلامي، كتائب القسام.

الكلمات المفتاحية : سمات – الخطاب الإعلامي –كتائب

Abstract:

This study aims to identify the characteristics of the media discourse of the Izz al-Din al-Qassam Brigades, by revealing its types, propositions, functions, different contexts, and arguments on which this discourse was based. This qualitative research used the media discourse analysis and case study methods and depended on the rhetorical analysis tools, propositions, the context, and argumentation moves, in addition to the unstructured interview. The study relied on the Media Frame Analysis theory, and the study population included all statements issued by the al-Qassam Brigades until 2019, and the sample consisted of (306) statements, using the comprehensive survey method.

The study reached several results, most notably are the following: out of the total number of al-Qassam statements, the narrative media discourse ranked first at (79%), the main military propositions at (84.6%), and the media function at .(%33.3)

The study recommends the necessity of diversifying the discourse including its propositions and functions in addition to balancing between the discourse of heroism and the discourse of grievance.

Keywords: Features - Media Discourse, Al-Qassam Brigades

*المؤلف المرسل: الإيميل: abdallahjd@hotmail.com

1. مقدمة:

بدأ الفلسطينيون في مقاومة الاحتلال الاسرائيل مبكراً مع بداية الهجرة اليهودية إلى فلسطين في نهاية القرن التاسع عشر معتمدين على أنفسهم، مستخدمين كافة الأدوات والإمكانيات التي يمتلكونها لمقاومة هذا المحتل، وبرز دور المقاومة الفلسطينية التي انطوت تحت عدد من المسميات في محاربة الاحتلال (الإسرائيلي) من خارج فلسطين وداخله، وفي مطلع التسعينيات، برز دور كتائب الشهيد عز الدين القسام (المجاهدين الفلسطينيين سابقاً) الجناح المسلح لحركة المقاومة الإسلامية حماس في التصدي للاحتلال (الإسرائيلي) من خلال مقاومته لهذا الاحتلال.

ولم تقتصر الحرب بين كتائب القسام والعدو (الإسرائيلي) على الميدان العسكري، بل انتقلت المعركة لكافة الجوانب السياسية والأمنية والاستخبارية والإعلامية، لذلك اهتمت كتائب القسام بالجانب الإعلامي مبكراً وعملت على تطويره وتوفير كافة الإمكانيات اللازمة للخروج برسالة إعلامية قوية، تستطيع من خلالها إيصال رسائلها لكافة الجهات لتحقق الأهداف التي تسعى إليها (الدلو، 2004، 2).

واستخدم إعلام كتائب القسام العديد من الوسائل والأساليب الاتصالية، فبدأ بالأساليب البدائية مثل الكتابة على الجدران ومجلات الحائط ومكبرات الصوت والبيانات، وصولاً لاستخدام الفضاء الإلكتروني والتقنيات الحديثة في التصوير والمونتاج، إلا أن البيانات ظلت أحد أهم أداوتها التي تعبر من خلالها عن موقفها الرسمي، وهي تكتسب أهميتها من دورها في اطلاع جمهورها الداخلي والخارجي على مواقفها من الأحداث المحلية والدولية، ويتعاظم هذا الدور في أثناء الحروب والعمليات العسكرية، إذ تعتمد عليها كتائب القسام في توضيح تطوراتها، وسير العمليات الجارية في الميدان وتصدير مواقفها إلى وسائل الإعلام.

وتأتي هذه الدراسة لمعرفة سمات الخطاب الإعلامي لكتائب الشهيد عز الدين القسام وذلك من خلال الوقوف على أهم أطروحاته وأنواعه ووظائفه وسياقاته والحجج والأدلة والبراهين التي استند إليها، الأمر الذي يساعد على تقييمه والوقوف على مواطن القوة والضعف فيه.

2. الإجراءات المنهجية للدراسة:

1.2.مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على سمات الخطاب الإعلامي لكتائب الشهيد عز الدين القسام وذلك من خلال الكشف عن أطروحاته وأنواعه ووظائفه التي يؤديها، والسياقات المختلفة التي تؤثر في بنيته، والكشف عن الأدلة والحجج والبراهين التي يستند إليها.

ومن خلال متابعة الباحثان لمجريات الأحداث التي تجري على الساحة الفلسطينية، وتحديداً ما يجرى من اعتداءات

للاحتلال (الاسرائيلي) وما يقابله من استبسال من قبل المقاومة الفلسطينية وتحديداً كتائب القسام، لذلك قام الباحثان بعمل دراسة استطلاعية على عينة[1] من البيانات الصادرة عن كتائب القسام من خلال متابعة الموقع الإلكتروني للقسام على الانترنت، حيث وجد الباحثان أن أبرز أنواع خطاب كتائب القسام هو الخطاب السردي، وأهم أطروحاته هي العسكرية ثم البيانات التي تتناول أكثر من موضوع، مع عدم أغفاله للأطروحات الأخرى، ولكن بنسب قليلة مثل الاطروحات السياسية والأمنية، أما أهم الوظائف فلقد برزت الوظيفة الإعلامية، تلاها التفسيرية ثم الدعائية، ووظف خطاب القسام حججاً وبراهين ووقائع وأدلة مختلفة لدعم وجهة نظره، إذ جاء في مقدمتها الوقائع الميدانية، تلاها عرض وجهة نظر القسام، ثم الأرقام والإحصائيات. **وبالتالي ستكشف الدراسة الحالية تحاول التعرف على سمات الخطاب الإعلامي لدى كتائب عز الدين القسام الفلسطينية.**

2.2.تساؤلات الدراسة:

1. ما أنواع الخطاب الإعلامي لكتائب عز الدين القسام؟
2. ما الأطروحات الرئيسة للخطاب الإعلامي لكتائب عز الدين القسام؟ وما الخطابات الفرعية المكونة له؟
3. ما وظائف الخطاب الإعلامي لكتائب عز الدين القسام؟ وإلى أي مدى تصب في أجندة الأهداف المرجوة منه؟
4. ما السياقات السياسية والاجتماعية والحزبية التي تؤثر في الخطاب الإعلامي لكتائب الشهيد عز الدين القسام؟
5. ما الحجج والأدلة والبراهين التي استند إليها الخطاب الإعلامي لكتائب القسام؟ وكيف انعكست على مصداقيته؟

3.2.أهداف الدراسة:

- ✓ الكشف عن أنواع الخطاب الإعلامي لكتائب عز الدين القسام
- ✓ الكشف عن الأطروحات الرئيسة للخطاب الإعلامي لكتائب عز الدين القسام؟ وما الخطابات الفرعية المكونة له.
- ✓ معرفة وظائف الخطاب الإعلامي لكتائب عز الدين القسام؟ وإلى أي مدى تصب في أجندة الأهداف المرجوة منه
- ✓ التعرف على السياقات السياسية والاجتماعية والحزبية التي تؤثر في الخطاب الإعلامي لكتائب الشهيد

عز الدين القسام.

- ✓ الكشف عن الحجج والأدلة والبراهين التي استند إليها الخطاب الإعلامي لكتائب القسام؟ وكيف انعكست على مصداقيته

4.2.أهمية الدراسة:

يمكن تحديد أهمية الدراسة في النقاط الأتية:

- إن الكشف عن سمات الخطاب الإعلامي لكتائب الشهيد عز الدين القسام وخصائصه يفيد القائمين بالاتصال، ويسهم في تقييم عملهم، وتقديم خطاب أكثر فعالية وتأثيراً.
- أهمية الخطاب الإعلامي للمقاومة الفلسطينية بشكل عام، وكتائب القسام على وجه الخصوص؛ كونها أكبر فصيل مقاوم له تأثير على الجمهور وسلوكه.
- تساعد الدراسة الخطاب الإعلامي لكتائب القسام على الوقوف على الوظائف التي يؤديها وفهم سياقاته التاريخية واطروحاته، ومن ثم معرفة مدى انسجامه مع الأهداف المرجوة منه.

5.2. أهم الدراسات السابقة:

من خلال مسح التراث العلمي والدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع، وجد الباحثان عدد من الدراسات، وهي كالاتي:

1.5.2.دراسة (الأغا، 2021م): التي رصدت اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية الفلسطينية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لصفقة القرن من خلال التعرف على درجة اهتمام النخبة بهذا الخطاب من حيث السمات والخصائص والأدوار المناطة به، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها أن وسائل الإعلام الفلسطينية تابعت باهتمام صفقة القرن وأن أهم القضايا التي ركز عليها الخطاب الإعلامي هي صفة القرن تلاها مسيرات العودة.

2.5.2.دراسة (القاضي، 2020م): التي تعرفت على سمات ومرتكزات الخطاب الصحفي العربي نحو التطبيع مع (اسرائيل) في مواقع الفضائيات الإخبارية العربية، وذلك من خلال الكشف عن أبرز اطروحاته ومسارات برهنته وأطره المرجعية التي استند إليها، والقوى الفاعلة وطبيعة أدوارها، وتوصلت الدراسة إلى أن الأطروحات السياسية حظيت بالاهتمام الأكبر تلاها الأطروحات الإعلامية والاجتماعية، معتمدة بشكل كبير على عرض وجهة نظر واحدة في أطار مسارات البرهنة التي استخدمت، وجاءت معظم صفات القوى الفاعلة سلبية.

3.5.2.دراسة (هنية، 2019): التي تعرفت على ملامح وسمات الخطاب الإعلامي (الإسرائيلي) باللغة العربية على شبكات التواصل الاجتماعي تجاه القدس، وتحديداً قبل وبعد اعتراف الإدارة الأمريكية بها عاصمة لدولة (إسرائيل)،

وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها حظي الاستيطان في القدس بأولويات الخطاب (الإسرائيلي) في شبكات التواصل الاجتماعي، تلاه انتهاكات المسجد الأقصى والمقدسات، فيما جاءت شرعنه إعلان القدس عاصمة (إسرائيل) أهم أهداف الخطاب (الإسرائيلي) تجاه القدس تلاه حشد الرأي العام والتأييد الدولي.

4.5.2.دراسة (الهمص، 2018م): التي رصدت تحليل الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو انتفاضة القدس، والوقوف على أطروحاته ومسارات البرهنة التي يستند إليها منتجو الخطاب، ورصد الصفات والأدوار الإيجابية والسلبية المنسوبة للقوى الفاعلة وأوجه الاتفاق والاختلاف بين خطاب صحيفتي الدراسة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن أطروحة اعتداءات الاحتلال تصدرت صحيفتي الدراسة، تلاها أطروحة المقاومة المسلحة، فيما اعتمدت صحيفتا الدراسة على عرض وجهة نظر واحدة كأحد مسارات البرهنة تلاها مسار البرهنة التاريخية.

5.5.2.دراسة (نعيم، 2017م): حيث رصدت الخطاب الدعائي (الإسرائيلي) باللغة العربية نحو قضية المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والوقوف على أهم موضوعات المقاومة الفلسطينية وترتيب أولويات هذه الموضوعات، وأهم الأطروحات ومسارات البرهنة والأطر المرجعية، وأوجه الاتفاق والاختلاف بين خطاب صفحتي المنسق على الفيس بوك، وأفخاي أدرعي على تويتر. وتوصلت الدراسة إلى أن أطروحة (الإرهاب) التي وصفت بها المقاومة الفلسطينية على المرتبة الأولى تلاها أطروحة (التخريب والمخربين)، واعتمدت صحيفتا الدراسة على الاستشهاد بالأدلة والوقائع كأحد مسارات البرهنة فيما جاءت عرض وجهة نظر واحدة.

6.5.2.دراسة (أبو شنب، 2017م): التي تعرفت على الخطاب الدعائي (الإسرائيلي) خلال عدوان 2014م على قطاع غزة، وبيان دور الناطق باسم الجيش (الإسرائيلي) في الدعاية (الإسرائيلية) وإظهار المعاني الكامنة في الخطاب الدعائي (الإسرائيلي)، إضافة إلى التعرف على استخدام الصور في الخطاب الدعائي (الإسرائيلي) ودلالتها. وكشفت نتائجها أن الخطاب الدعائي (الإسرائيلي) برر استهداف المدنيين الفلسطينيين مع ادعائه الحرص على سلامتهم، والتركيز على تحميل حركة حماس المسؤولية وحدها عن القتل والدمار ونزع عنها صفة الإسلامية، فيما تعمد الخطاب الدعائي تجاهل إنجازات المقاومة، مقابل تضخيم إنجازات الجيش (الإسرائيلي) وترسيخ صورته كجيش لا يقهر، واستخدامه الإحصائيات بصورة كبيرة.

7.5.2.دراسة (زيارة، 2016م): التي سعت إلى رصد وتحليل الخطاب الصحفي العربي إزاء العدوان (الإسرائيلي) على غزة عام 2014م، والوقوف على أطروحاته، ومسارات البرهنة التي يستند إليها منتجو الخطاب، والوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين خطاب صحف الراية القطرية والرأي الأردنية والأهرام المصرية، ومعرفة ترتيب أولويات صحف الدراسة إزاء قضايا العدوان على غزة، والتعرف على الاتجاه السائد لموضوعات العدوان. وكشفت نتائج الدراسة اهتمام

صحف الدراسة بعرض حجم المجازر والمذابح التي يرتكبها الاحتلال (الإسرائيلي)، واحتل مسار البرهنة "الاستشهاد بأدلة ووقائع" المرتبة الأولى فيما احتلت أطروحة "عرض وجه نظر واحدة" في صحف الدراسة.

8.5.2.دراسة (شاهين، 2016م): التي هدفت لمعرفة مواطن الخلل والقوة في الخطاب الإعلامي الفلسطيني قبل وأثناء، وبعد العدوان الأخير على غزة 2014، ودوره في التصدي للعدوان (الإسرائيلي)، وإظهار مدى التناقض في الخطاب الإعلامي بين وسائل إعلام الضفة الغربية التي تقودها حركة فتح والإعلام الذي يصدر من قطاع غزة الذي تديره حركة حماس. وبينت نتائج الدراسة أن الخطاب الإعلامي أدى دوراً جوهرياً في صمود أهل غزة رغم فاجعة العدوان وحافظ على تماسك أهلها، فيما كان لغياب الخطاب الإعلامي الموحد وقت الحرب تداعيات سلبية على الساحة السياسية الفلسطينية وعلى الرأي العام الفلسطيني، وأصبح الإعلام المقاوم لأول مرة مصدراً للمعلومة الميدانية لدى الإعلام (الإسرائيلي) وجمهوره.

9.5.2.دراسة (اليازوري، 2015م): التي هدفت تقييم مدى انسجام الخطاب الإعلامي للمقاومة الفلسطينية في قطاع غزة خلال الحرب، مع القانون الدولي الإنساني، وكذلك التعرف على مدى موضوعية التقارير الدولية التي أشار بعضها لوجود مخالفات لنصوص القانون الدولي الإنساني في خطاب المقاومة الفلسطينية خلال العدوان (الإسرائيلي) على قطاع غزة عام 2012م. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها التزم الخطاب الإعلامي للمقاومة الفلسطينية بنصوص القانون الدولي الإنساني من وجهة نظر العاملين في المؤسسات الإعلامية للمقاومة الفلسطينية، فيما بينت وجود توجه إيجابي لعموم المؤسسات الإعلامية للمقاومة الفلسطينية تجاه القانون الدولي الإنساني، وتفعيل الالتزام بمفرداته في الخطاب الإعلامي.

10.5.2.دراسة (خريس، 2015م): التي عملت على رصد وتحليل الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المقاومة الفلسطينية، والوقوف على أطروحاته، ورصد الصفات والأدوار المنسوبة إلى القوى الفاعلة، والحجج والبراهين والأطر المرجعية التي يستند إليها منتجو الخطاب، والوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين خطاب صحيفتي فلسطين والحياة الجديدة، والوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين القائمين بالاتصال في صحيفتي الدراسة . وتوصلت الدراسة إلى أن أطروحة "إجراءات الاحتلال" حظيت على النسبة الأكبر من بين الأطروحات التي تناولت قضية المقاومة في صحيفة فلسطين، تلتها أطروحة المقاومة المسلحة في صحيفة فلسطين، فيما أظهرت نتائج الدراسة أن منتجي الخطاب في صحيفتي الدراسة اعتمدوا على "عرض وجهة نظر واحدة" في دعم أطروحاتهم، فيما جاء مسار البرهنة "الاستلال بأحداث تاريخية ووقائع" بنسبة متساوية.

6.2.موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

باستعراض أهم الدراسات السابقة والنتائج التي توصلت إليها، يتضح أن هناك نقاط اتفاق ونقاط اختلاف، وهي كالتالي:

- تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في كونها تركز على سمات الخطاب الإعلامي لكتائب الشهيد عز الدين القسام، وهو موضوع لم تتناوله أي من الدراسات السابقة.
- اتفقت هذه الدراسة مع أغلب الدراسات في استخدام منهج تحليل الخطاب واختلفت معها في استخدام منهج دراسة العلاقات المتبادلة مثل: دراسة هنية (2019م)، دراسة الهمص (2018م)، دراسة خريس (2015م)، التي استخدمت في اطاره أسلوب لمقارنة المنهجية، في حين استخدمت هذه الدراسة أسلوب دراسة الحالة.
- اتفقت هذه الدراسة مع جميع الدراسات السابقة في استخدام اداة تحليل الخطاب، في حسن استخدم بعضها إلى جانب الأداة المذكورة استمارة تحليل المضمون مثل دراسة زيارة (2016) والعجلة (2015) وحسونة (2014) في حين استخدمت هذه الدراسة المقابلة غير المقننة.
- تختلف هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في تناولها للبيانات العسكرية، فيما غلب على كافة الدراسات السابقة تناولها الأشكال الصحفية "الخبر، التقرير، المقالات".
- تختلف هذه الدراسة مع جميع الدراسات السابقة من حيث مجتمع وعينة الدراسة، حيث أن مجتمع الدراسة هو جميع البيانات الصادرة عن كتائب الشهيد عز الدين القسام، وعينة الدراسة بين عامي 2003-2018، فيما جاء أغلب مجتمع وعينة الدراسات السابقة الصحف الفلسطينية والعربية والدولية خلال فترات زمنية مختلفة.

3.الإطار النظري للدراسة:

اعتمد الباحثان في دراستهما على نظرية تحليل الإطار الإعلامي، ويعد تحليل الإطار الإعلامي أحد الروافد النظرية الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية وتقديم تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات إزاء القضايا البارزة (عبد الحميد، 2004، 49).

وتفترض النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، إنما تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدرا من الاتساق بالتركيز على جوانب معينة من الموضوع وإغفال أخرى (مكاوي والسيد، 2009، 348)، مما يؤدي بدوره الى وجود معايير مختلفة يستخدمها أفراد الجمهور عندما يفكرون في القضية ويشكلون آراءهم بشأنها.

واستعان الباحثان بنظرية تحليل الإطار الإعلامي للكشف عن الأطر الإعلامية التي تضمنتها بيانات كتائب الشهيد عز الدين القسام في خطابها الإعلامي نحو الاحتلال (الإسرائيلي) وصدرتها لوسائل الإعلام والجمهور، للكشف عن أنواعه ووظائفه، والسياقات السياسية والاجتماعية والحزبية التي تؤثر فيه، والكشف عن الأدلة والحجج والبراهين التي يستند إليها للتدليل على صحة خطابه.

1.3.نوع الدراسة ومناهجها وأدواتها:

1.1.3.نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الكيفية، وهي نوع من البحوث التي تصل إلى النتائج بطرق غير احصائية أو كمية، وتسعى إلى التبصير والفهم، والتطبيق على المواقف المشابهة، ومن ثم ينتج عن التحليل الكيفي نوعاً من المعرفة تختلف عن البحث الكمي (أبو دقة، 2014، 1).

2.1.3.منهجا الدراسة:

– **منهج تحليل الخطاب:** وهو الرسالة من حيث موضوعاتها وعناصرها وكافة مكوناتها الظاهرة والمستترة بما تنطوي عليه من معانٍ ودلالات وأهداف في سياقها الزمني والمؤسسي والمجتمعي (عبد العزيز، 2011، 302).

– **دراسة الحالة:** يعني المفردة التي تخضع للدراسة، وقد تتمثل في أسرة، فرد، برنامج معين، صحيفة، مجلة، وحدة إدارية في مؤسسة إعلامية، إلخ، هذه الحالة تخضع للبحث المتعمق على مدار فترة زمنية كافية (عبد العزيز، 2011، 489)، وتم استخدامه لدراسة بيانات كتائب القسام كحالة من حالات العمل الفلسطيني المقاوم.

3.1.3.أدتا الدراسة:

استخدم الباحثان اداتان للإجابة على تساؤلات الدراسة وتفسير النتائج والوقوف على جوانب القوة والضعف في خطاب كتائب القسام، وذلك على النحو الآتي:

- **أداة تحليل الخطاب:** تم استخدام أدوات التحليل البلاغي وتحليل الأطروحات والسياق ومسارات البرهنة، وقام الباحثان بعرضها على مجموعة من الخبراء في الإعلام واللغة [1]، للتأكيد من سلامتها وقدرتها على تحقيق

[1] المحكمون هم: د. أحمد عرابي الترك، د. أيمن أبو نقيرة، أ.د. بلحسن اليحياوي، د. حسن أبو حشيش، أ. حيدر المصدر، أبو عبيدة (الناطق باسم كتائب القسام)، أ.د ماجد تربان، أ. مصطفى الصواف، أ.د يوسف رزقة.

أهداف الدراسة، وبناء على ملاحظاتهم تم تعديلها، ثم قام الباحثان بتجريبها على عينة محدودة من البيانات للتأكد من مناسبتها، وتضمنت استمارة تحليل الخطاب ما يأتي:

- **أداة التحيل البلاغي**: واستخدمت لمعرفة الطابع الذي أتسم به الخطاب وتم تقسمها إلى سردي، ووصفي وتعبيري والأمر.
- **أداة الأطروحات**: واشتملت على الأطروحات الأتية: العسكرية، والسياسية، والأمنية، والدينية والإنسانية، والاقتصادية وأكثر من موضوع، وظائف الخطاب: ويقصد بها الدور الذي يؤديه البيان وتم تقسيمها إلى إعلامية، وتفسيرية، ودعائية وتوجيه وارشاد، ونقدية، وإنسانية، والشكر وأخرى.
- **أداة السياق**: واستخدمت لفهم الإطار الزماني والمكاني لبنية الخطاب الإعلامي لكتائب القسام وتم تقسمها إلى: السياقات العسكرية، والسياسية، والتاريخية، والاجتماعية والدينية.
- **أداة تحليل مسار البرهنة**: واستخدمت للكشف عن الحجج والبراهين التي استخدمت لدعم أو نفي أفكار أو معلومات أو وقائع، وتم تقسيمها إلى: الوقائع الميدانية، وعرض وجهة نظر واحده، وعرض وجهتي نظر، الأرقام والاحصاءات، وشواهد تاريخية، وشواهد دينية، وتصوير وأخرى.
- **المقابلة غير المقننة**: لتفسير بعض نتائج الدراسة في الخطاب الإعلامي لكتائب القسام، حيث أجريت عدة مقابلات مع عدد من الخبراء والمختصين بالشئون العسكرية وناطقين باسم بعض الأجنحة العسكرية للمقاومة الفلسطينية.

4.1.3.مجتمع الدراسة وعينتها:

أ. **مجتمع الدراسة**: يتكون مجتمع الدراسة من البيان الأول الذي صدر باسم كتائب الشهيد عز الدين القسام في الأول من يناير 1991م وحتى نهاية عام 2019م.

ب. **عينة الدراسة**: اختار الباحثان البيانات الصادرة في الفترة الواقعة من بداية عام 2003م وحتى نهاية عام 2019م بأسلوب الحصر الشامل لكافة البيانات العسكرية الصادرة خلال هذه الفترة، ويرجع اختيار هذه الفترة لسببين، هما:

- بدء كتائب القسام في توثيق بياناتها ونشرها على موقعها الرسمي، وبالتالي سهولة الوصول لها، علماً أن جزءاً كبيراً من البيانات الصادرة قبل عام 2003م كان مفقوداً أو تحت مسميات أخرى.
- شهدت هذه الفترة بدء انتفاضة الأقصى وما تبعها من عمليات اجتياحات متكررة ووقوع عمليات كثيرة، بالإضافة إلى عملية أسر الجندي جلعاد شاليط وإبرام صفقة وفاء الأحرار، ومعركة الفرقان، وحجارة

السجيل، والعصف المأكول.

وقد تبين للباحثين أن عدد البيانات الصادرة عن كتائب الشهيد عز الدين القسام خلال الفترة المذكورة (1262) بياناً، وبعد الفرز تبين أن هناك (306) بيانات تحمل موقف رسمي بنسبة (24.25%)، و(956) بياناً نعي شهداء بنسبة (75.75%)، قام الباحثان بتحليل النوع الأول الذي يحمل موقف رسمي ويمثل وجهة نظر كتائب القسام، وعدده (306) بياناً، وهذا يعني استبعاد النوع الثاني كونه بيانات خبرية عن عمليات أو نعي للشهداء أو لغرفة العمليات المشتركة لفصائل المقاومة الفلسطينية.

2.3.إجراءات الصدق والثبات:

أجرى الباحثان مجموعة من اجراءات الصدق والثبات للوصول إلى نتائج دقيقة وصادقة أهمها: تعريف فئات التحليل بشكل يمنع التداخل بينها، وتحكيم استمارة تحليل الخطاب، ثم تجريبها على عينة قوامها (10) بيانات للتأكد من سلامتها وقدرتها على تحقيق أهداف الدراسة.

واستخدم الباحثان أسلوب إعادة الاختبار للتأكد من مدى صحة النتائج وثباتها، واختار الباحثان أن يقوما بنفسيهما بإعادة تحليل البيانات لعينة محددة من العينة الأصلية، بلغ قوامها (17) بياناً بنسبة (5.6%) من العينة الأصلية، وقد بلغت نسبة الثبات 92% وهي نسبة مرتفعة في البحوث الإعلامية.

3.3.المفاهيم الأساسية للدراسة:

1.3.3.الخطاب الإعلامي: هو الرسالة من حيث موضوعاتها وعناصرها وكافة مكوناتها الظاهرة والمستترة بما تنطوي عليها من معان ودلالات وأهداف في سياقها الزمني والمؤسسي والمجتمعي، فالخطاب يشمل اللغة سواء أكانت مكتوبة أو منطوقة، والتعبيرات غير اللفظية (لغة الجسم)، كما يشمل المادة المائية والألوان، وكافة المؤثرات وعناصر الإبراز والإخفاء في التعامل مع الموضوعات وكل ما له علاقة مباشرة وغير مباشرة بهذا الموضوع في سياقه الشامل (عبد العزيز، 2011، 301).

2.3.3.الخطاب الإعلامي لكتائب القسام: هو الرسالة المكتوبة (البيانات العسكرية) التي تعبر من خلالها كتائب الشهيد عز الدين القسام، وهي الجناح العسكري لحركة المقاومة الإسلامية "حماس" عن مواقفها واتجاهاتها من الأحداث والقضايا السياسية والعسكرية والاجتماعية المحلية والدولية.

4.نتائج الدراسة التحليلية ومناقشتها:

1.4.أنواع الخطاب الإعلامي لكتائب القسام:

يوضح الجدول رقم (1) تكرارات ونسب أنواع الخطاب الإعلامي لكتائب الشهيد عز الدين القسام خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (1): يوضح أنواع الخطاب الإعلامي لكتائب القسام

التوزيع الكمي الأنواع	التكرار	النسبة المئوية %
سردي	242	79
وصفي	43	14
تعبيري	12	4
أمر	9	3
المجموع	**306**	**100**

بدراسة بيانات الجدول السابق يتبين الاتي:

-حصل الخطاب السردي على نسبة (79%)، وهذا يعني أن الطابع السردي هو النوع الغالب على بيانات القسام من خلال سرد التفاصيل والأحداث والمواقف التي يتناولها، ومثال على ذلك: "ولقد أقدم على الكثير من عمليات الاغتيال بحق أبناء وقيادات المقاومة الفلسطينية، والاستهداف المستمر للمدنيين سواءً على الحدود الشرقية للقطاع أو في البحر من خلال ترهيب واعتقال الصيادين وملاحقتهم في لقمة عيشهم" (كتائب القسام، 1206-06)،

واستخدمت كتائب القسام أسلوب السرد المفصل الذي من خلاله تقوم بوضع كافة التفاصيل دون اختصار، والسرد المجمل الذي من خلاله يكون التركيز على الأحداث الأساسية الهامة التي في الغالب تكون بهدف تجاهل تفاصيل لا ترغب أن تطلع الجمهور عليها أو لعدم أهميتها في الخطاب.

ويرى الباحثان أن اهتمام القسام بالطابع السردي في بياناته بهدف سرد الأحداث والوقائع والمواقف من خلال سلسلة من الأحداث المرتبة بشكل زمني متعاقب ومنطقي، سواء لحدث واحد أو أكثر من حدث، وسرد الظروف المكانية والزمانية للأحداث، وهو ما يزيد من جاذبيتها ومقروئيتها.

-جاء الخطاب الوصفي بنسبة (14%)، حيث ركزت البيانات على وصف العمليات التي تقوم بها كتائب القسام، وإظهار بسالة مقاتليها أثناء قيامهم بالمهام القتالية التي يقومون بها، ومثال ذلك: "تنفيذ عملية إنزالٍ خلف خطوط العدو، وهاجموا برجاً عسكرياً محصناً ضخماً تابعاً لكتيبة "ناحل عوز" به عددٌ كبيرٌ من جنود الاحتلال وأجهزوا على جميع من فيه" (كتائب القسام، 1206-06).

-ويرجع اهتمام القسام بالطابع الوصفي بهدف منح قارئه إمكانية تمثيل حدث معين، فهي تنقل له ما يحدث في الميدان من خلال وصف المشاهد التي تجري فيه، فيصبح القارئ كأنه يشاهدها، وذلك من خلال نقل المشهد فعلياً بكل أحداثه ووقائعه، ودمج السرد معه، وإبراز الواصف لصفات الموصوف (الحيارى، 2017، موقع إلكتروني)، وتستخدمه كتائب القسام لنقل مشاهد المعارك والعمليات التي تقوم بتنفيذها.

وتركز البيانات الوصفية على تحفيز خيال القارئ على تخيل شكل الموصوف، وصفاته، وطريقة حركته، وكلامه، ولونه، وحجمه، وكل تفاصيله (سطور، 2019، موقع إلكتروني).

-حظي الخطاب التعبيري على نسبة (4%)، ركز فيه القسام على استخدام اللغة العربية والجمل القصيرة المعبرة بوضوح لتوصيل خطابه للجمهور، خصوصا في المناسبات الوطنية، ومثال ذلك: "إن التاريخ الذي كتب بالدم على أرض غزة في معركة الفرقان هو تاريخ سطرته أشلاء ودماء مئات الشهداء من المدنيين والأطفال والنساء والشيوخ، لكن الذي يريد أن يؤرخ لمعركة الفرقان لا يمكن أن يختزل القضية في المعاناة والألم، إنما هي تؤرّخ لجيل النصر القادم عن بطولاتٍ عظيمةٍ ونماذج" (كتائب القسام، 1112-06).

-ويرى حامد أن تناسق الفقرة وانسجامها مع الفكرة التي تعالجها والانضباط داخل سياق محدد خالٍ من الاستطراد والتشعب والترابط بين الألفاظ ومعانيها، والخلو من التعقيد وتصنع المحسنات البديعية، وبناء الجملة بناء صحيحًا خاليًا من أهم ما يميز الخطاب التعبيري (حامد، 2016، 46).

-ويرى الباحثان أن هذه النتيجة طبيعية، فإن الخطاب الإعلامي لكتائب القسام يركز على وصول بياناته بشكل سليم إلى الجمهور المستهدف وهو غالباً جمهور عام، وبالتالي فإن الخطاب يجب أن يراعي كافة المستويات العلمية والثقافية بعيد عن الأساليب المعقدة والتي لا تتناسب مع أطاره الدلالي.

-حصل خطاب الأمر على نسبة (3%)، حيث ركز على إعطاء الأوامر للمجاهدين أو المواطنين في التعامل مع بعض القضايا الأمنية أو العسكرية، مثال ذلك: " وعليه فإن وسائل الإعلام هذه مدعوة للتحلي بروح الوطنية والارتقاء إلى مستوى الحدث، والتصرف بمسئولية ووعي للرسالة الإعلامية" (كتائب القسام، 1503-02).

-ويرى الباحثان أن لخطابات الأمر دور مهم في الحفاظ على المجتمع الفلسطيني بشكل عام والمجاهدين بشكل خاص، وتحذيرهم من الأخطار المحدقة بهم، وكيفية التعامل معها بشكل صحيح، وتجنبها والتقليل من آثارها السلبية، علماً بأن خطابات الأمر استخدمها القسام لإعطاء أوامر للمجاهدين والمواطنين لتعريفهم بطريقة التعامل مع القضايا والأحداث التي تجري وطلب مساعدتهم أحيانا (إتمام هذه المهام) وذلك باستخدام جمل بسيطة وواضحة ومباشرة.

2.4.الأطروحات الرئيسة والفرعية للخطاب الإعلامي لكتائب القسام:

يتناول الأطروحات الرئيسية للخطاب الإعلامي لكتائب الشهيد عز الدين القسام، والأطروحات الفرعية لكل أطروحة رئيسية، وذلك على النحو الآتي:

1.2.4. الأطروحات الرئيسية للخطاب الإعلامي لكتائب القسام:

جدول (2) يوضح الأطروحات الرئيسة لخطاب كتائب القسام

الأطروحات الرئيسية / التوزيع الكمي	التكرار	النسبة المئوية %
العسكري	257	84
أكثر من موضوع	28	9.2
السياسي	10	3.3
الأمني	7	2.3
الإنساني	2	0.6
الديني	1	0.3
الاقتصادي	1	0.3
المجموع	**306**	**100**

بدراسة بيانات الجدول السابق يتبين اهتمام كتائب القسام بالأطروحة العسكرية بالدرجة الأولى بنسبة (84%)، ويرجع ذلك كون الجهة التي تصدر البيانات هي الجناح العسكري لحركة حماس، ومن أمثلة ذلك: " كتائب القسام تقتحم منزلًا يحتله الجنود الصهاينة شمال القطاع ومصرع ثمانية جنود فيه (كتائب القسام، 153-0901)، فيما حظيت الخطابات التي تتناول أكثر من موضوع على نسبة (9.2%)، وهي التي تصدرها كتائب القسام في المناسبات السنوية أو في ذكرى الأحداث الهامة أو انتهاء جولة تصعيد كبيرة، وجاءت الأطروحات السياسية بنسبة (3.3%)، ركزت خلالها على العلاقات الفلسطينية الداخلية والتهدئة مع العدو، وحصلت الأطروحات الأمنية على نسبة (2.3%)، وهي نسبة ضعيفة، نظراً لارتباط الأطروحات الأمنية بالعسكرية، ومثالها عملية حد السيف شرق خان يونس: "بفضل الله تعالى تمكنت كتائب القسام من الوصول إلى مراحل متقدمة في كشف خيوط العملية الخاصة والخطيرة التي باشرت قوةٌ صهيونيةٌ خاصة بتنفيذها وتم اكتشافها(كتائب القسام، 1811-06) وحصلت الأطروحات الإنسانية والأطروحات الدينية على نسبة منخفضة.

-وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (خريس، 2014، 113) إذ لم تتجاوز نسبة المقاومة المسلحة فيها (17.3%)، ودراسة (الهمص، 2018، 166) بلغت نسبتها (22.9%)، ودراسة (الكتري، 2018، 97) بنسبة (20.3%) وهي تقترب من دراسة (أبو شملة، 2017، 91) إذ بلغت نسبتها فيها (52.2%).

-وأوضح الناطق باسم كتائب الشهيد عز الدين القسام أبو عبيدة أن خطاب القسام يختص بالجانب العسكري، ويتعلق بجانب تخصصي لكل جناح من أجنحة الحركة، وهو غالباً ما يكون خلال جولات التصعيد والعدوان الصهيوني لتوضيح كيفية التعامل مع الأحداث (أبو عبيدة، مقابلة).

-وبين أبو عبيدة أن الجوانب الأمنية في خطاب القسام الإعلامي كثيراً ما تأتي ضمن الأعمال العسكرية، لأن العمليات الأمنية تأخذ الطابع السري وتتم في الخفاء، وهي عمليات تحتاج لنفس طويل، وطبيعة العمل الأمني تتطلب منا عدم تصديرها إلى الإعلام إلا للضرورة (أبو عبيدة، مقابلة).

-أما أبو عامر فيرى أن حركة حماس لديها عدد من الأجنحة التخصصية، وأن العمليات الأمنية تبقى بعيدة عن الخطاب الإعلامي ولا تصل إلى الجمهور وتبقى قيد الكتمان، إلا في بعض العمليات التي تم الكشف عنها مثل عملية حد السيف، أو التحذير من اختراقات أمنية قام بها الاحتلال، وبالتالي يعالج القسام قضاياه الأمنية بعيداً عن الإعلام (أبو عامر، مقابلة).

-ويرى الباحثان أن خطاب كتائب القسام هو خطاب عسكري صرف، وأن كل ما يتناوله القسام في خطابه ينطلق من سياق عسكري، فالخطاب السياسي والأمني والديني وهو من اختصاص مكونات حركة حماس المختلفة، أما الخطابات العسكرية فهي من مسؤولية الجناح العسكري للحركة.

-ومن جهة أخرى يرى الباحثان أن الخطاب – البيان- الذي يتناول أكثر من موضوع، غالباً ما يكون في المناسبات الوطنية أو بعد انتهاء معركة عسكرية أو في ذكراها، ويحرص القسام من خلالها على إيصال رسائل مختلفة ومتنوعة لكافة الأطراف.

-ولعل انخفاض نسبة الخطاب الإنساني ترجع إلى رغبة كتائب القسام ألا يبدو عليه الضعف والاستجداء، لأن الإفراط في هذا النوع يحول خطابها إلى بكائي حزين، وبالتالي يفقد أهميته وأهدافه التي انطلق من أجلها (الربيعي، 2015، 190)، علماً أن المرتين التي استخدم فيها كان مع الأسرى وحصار غزة وهي اطروحات ذات طابع أنساني.

-أما الأطروحات الدينية والاقتصادية، فيرجع ندرة الأولى لكونها ترد في سياق مختلف الأطروحات وذلك من خلال استخدام الآيات القرآنية والأحاديث الشريفة التي تحث على الجهاد والاستشهاد ومقاتلة العدو مع مختلف أنواع الاطروحات. أما ندرة الثانية فيفسره أبو عبيدة الناطق العسكري باسم كتائب القسام، إذ يقول أنه يترك للمحللين شرح

تأثير المعارك والعمليات على اقتصاد العدو الصهيوني، ويتم الإشارة لذلك عند الضرورة (أبو عبيدة، مقابلة).

3.4. الأطروحات الفرعية للخطاب الإعلامي لكتائب القسام

1.4.3. الأطروحات العسكرية الفرعية:

يوضح الجدول رقم (3) تكرارات ونسب الأطروحات العسكرية الفرعية للبيانات العسكرية في خطاب كتائب القسام خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (**3**) يوضح الأطروحات العسكرية الفرعية لخطاب كتائب القسام

التوزيع الكمي الأطروحات العسكرية	التكرار	النسبة المئوية %
عمليات المقاومة	241	23
نتائج المقاومة	197	18.8
صمود المقاومة	126	12
ردود فعل المقاومة	121	11.5
اعتداءات الاحتلال	117	11.1
فشل الاحتلال	109	10.4
اغتيال قادة	50	4.8
استعدادات المقاومة	30	2.8
أخرى	57	5.4
المجموع[1*]	**1048**	**100**

بدراسة بيانات الجدول السابق يتبين الآتي:

-حصلت أطروحة عمليات المقاومة على النسبة الأعلى (23%)، ومثال ذلك تبني القسام عملية عسكرية نحو: "بطل عملية بركان التي قتل فيها صهيونيان وأصيب آخر بجراحٍ الذي دوخ قوات الاحتلال وأجهزتها الأمنية على مدار شهرين من المطارد (كتائب القسام، 1812-01)، ويرجع تصدر هذه الأطروحات لأن بيانات القسام غالباً تصدر بعد معركة أو عملية عسكرية أو انجاز عسكري أو تعرض مجاهدو القسام لأذى، إضافة الى اهتمام الجمهور بهذا النوع من الخطاب وهو ما أكدته دراسة أبو عبيد، حيث اشارت إلى اهتمام الشباب بإطلاق الصواريخ والعمليات الاستشهادية و

[1] **المجموع الكلي للأطروحات العسكرية الفرعية أكبر من عدد البيانات، لوجود أكثر من أطروحة في البيان الواحد.**

الاشتباكات المسلحة ، بنسب تتراوح ما بين (59.3%-31.7%) (أبو عبيد، 178،2019).

-جاءت أطروحة نتائج المقاومة في المرتبة الثانية بنسبة (18.8%)، ومن ذلك: "كتائب القسام تكشف تفاصيل عمليات قتل فيها أكثر من 30 جندياً شرق الشجاعية") كتائب القسام، 1408-20).

-وبين أبو عبيدة أن نتائج المقاومة تمثلت في أمور عديدة أبرزها تهجير آلاف المستوطنين (الإسرائيليين) من بيوتهم، واضطرار ستة ملايين إسرائيلي للاختباء في الملاجئ، كما عطلت منظومة (إسرائيل) الجوية والبرية والبحرية، وأضاف أن تبيان نتائج عمليات المقاومة والتأكيد عليها سواء المادية أو المعنوية هو لسحق كبرياء (إسرائيل) المصنوع لعقود على شاشات الإعلام العالمي، وأن غزة بمقاومتها قهرت نظرية الجيش الذي لا يقهر (أبو عبيدة، مقابلة).

-حلت في المرتبة الثالثة أطروحة صمود المقاومة بنسبة (12%)، ومثال ذلك: " فقد رفعت حركتنا شعارها الخالد "الله غايتنا" فانطلقت في طريقها لا تخشى إلا الله وثبتت ثبات الجبال الراسيات وصمدت صمود الأبطال وقاومت كل قوى الشر والظلم والإرهاب (كتائب القسام، 0912-03)،

-ويرى مرهج أن صمود المقاومة في غزة في مواجهة الحرب (الإسرائيلية)، يعد انتصاراً، بالنظر إلى حالة الحصار الطويلة التي يعيشها القطاع (مهرج، موقع إلكتروني)، وبين البسوس أن المقاومة الفلسطينية استطاعت تصنيع السلاح بتقنيات عالية الجودة تغلبت فيها على القبة الحديدية (الإسرائيلية) التي تتغنى بها دولة الاحتلال وتعتبرها من إنجازات العصر الحديث (البسوس، موقع إلكتروني)

-جاءت ردود فعل المقاومة بنسبة (11.5%)، ومثال على ذلك: " وكما عاهدت كتائب الشهيد عز الدين القسام ربها ووعدت شعبها وأمتها بأن عملية الخليل التي نفذها صناديد القسام بالأمس هي حلقة ضمن سلسلة ردودنا على عنجهية الاحتلال (كتائب القسام، 1009-01).

-ويرى الباحثان أن هذه النتيجة، جاءت كنتيجة طبيعية للرد على اعتداءات الاحتلال (الإسرائيلي) على شعبنا الفلسطيني ومقدساته ومقاومته ودفع الضرر الذي يلحق بشعبنا جراء اعتداءات الاحتلال.

-جاءت أطروحة اعتداءات الاحتلال بنسبة (11.1%)، ومثال ذلك: "وأننا لن نقبل باستسهال العدو الصهيوني سفك دماء أطفالنا أمام مرأى ومسمع العالم، وليعلم العدو بأن صبر كتائب القسام وفصائل المقاومة له حدود وتؤكد عدم صمتها على جرائم العدو تجاه المواطنين العزل" (كتائب القسام، بيان رقم 03-1603).

-وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (خريس، 2014، 113) في تناول صحف الدراسة لقضايا المقاومة الفلسطينية، إذ حصلت إجراءات الاحتلال واعتداءاته على الفلسطينيين على نسبة (19.1%).

-وركز الخطاب الإعلامي للقسام على اعتداءات الاحتلال (الإسرائيلي) سواء على المقاومة الفلسطينية ومقدراتها

وكوادرها، أو المدنيين الفلسطينيين ومنازلهم ومزارعهم ومصانعهم، أو الاعتداء على المقدسات الإسلامية، وهو يهدف فضح عدوانيته وكشف حجم جرائمه التي يرتكبها بحق الشعب الفلسطيني.

-حازت أطروحة فشل الاحتلال على نسبة (10.4%) ومن أمثلتها: "وقد أفشلت كتائب القسام – بفضل الله تعالى ثم بيقظة مجاهديها- هذا التوغل الصهيوني، وأصابت القوةَ الصهيونية المتوغلة حالةٌ من الإرباك والتخبط وإطلاق النار العشوائي والقصف المدفعي تجاه المواطنين في كل المنطقة" (كتائب القسام، بيان رقم 05-1003).

-ويرى الباحثان أن فشل الاحتلال في تحقيق أهدافه بوأد المقاومة سواء في الحروب التي أطلقها ضد قطاع غزة أو الضفة الغربية، يرجع إلى تمسك الشعب الفلسطيني بمقاومته وإيمانه العميق بقدرتها على كسر الاحتلال ودحره من الأرض وتحرير المقدسات والأسرى من سجون الاحتلال مهما طال الزمن أو قصر.

-وتمثل عجز الاحتلال وفشله في الحصول على معلومات حول المقاومة الفلسطينية وعتادها وتسليحها والوصول إلى قياداتها، بالإضافة إلى عجزه عن الوصول إلى جنوده الأسرى في غزة ومعرفة مصيرهم، وكذلك فشله في تحقيق الأهداف التي أعلنها في كافة حروبه على قطاع غزة.

-حصلت أطروحة اغتيال قادة المقاومة على نسبة (4.8%)، ومثال ذلك تبني كتائب القسام لقادتها: " تؤكد كتائب القسام على أن عملية اغتيال القائد الشهيد مُحَمَّد الزواري في تونس هي اعتداء على المقاومة الفلسطينية وكتائب القسام" (كتائب القسام، بيان رقم 05-1612).

-ويعقب أبو نصيرة على هذه النتيجة قائلاً: أن سياسة الاغتيالات واستهداف قادة المقاومة ليست سياسة جديدة تقوم بها (إسرائيل)، فقد عملت بكل إمكاناتها التكنولوجية على اغتيال القادة العسكريين ولا سيما العاملين في مجال تطوير قدرات المقاومة المسلحة (أبو نصيرة، 2017م، 114).

-جاءت أطروحة استعدادات المقاومة بنسبة (2.8%) ومثال على ذلك: "إن المقاومة التي تحمل على كاهلها هم تحرير الأرض والإنسان والمقدسات تواصل عملها ليل نهار، جهاداً وإعداداً واستعدادا في ظل عدو متربص لا يرقب في شعبنا وأمتناً إلاّ ولا ذمة." (كتائب القسام، بيان رقم 05-1803).

-ويرى الباحثان أن البيانات التي تحمل استعدادات المقاومة تأتي في سياق تهديد العدو أو بعد إطلاق العدو لتهديداته ضد المقاومة الفلسطينية، وبالتالي ترد عليه المقاومة انها جاهز لصد العدوان والوقوف في وجه الاحتلال، حفاظاً على الروح المعنوية للشعب الفلسطيني.

-أطروحات أخرى، وتشمل موضوعات عسكرية مثل: مناورات تدريبية، واكتشاف أنفاق المقاومة، وتصنيع الأسلحة وتحرير الأسرى.

4.4.الأطروحات السياسية الفرعية:

يوضح الجدول رقم (4) تكرارات ونسب الأطروحات السياسية الفرعية في خطاب كتائب القسام خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4): يوضح الأطروحات السياسية الفرعية لخطاب كتائب القسام

التوزيع الكمي الأطروحات السياسية	التكرار	النسبة المئوية %
حصار غزة	80	38.5
التهدئة	64	30.7
العلاقات الفلسطينية	52	25
التفاهمات	10	4.8
المقاومة الشعبية	2	1
المجموع	**208**	**100%**

بدراسة بيانات الجدول السابق يتبين الآتي:

-اهتم الخطاب الإعلامي لكتائب القسام بموضوع حصار غزة وتداعياته بنسبة (38.5%)، إذ أكدت بيانات القسام أن قضية حصار غزة يجب ان تنتهي وأن يكسر هذا الحصار الظالم بكل الطرق الممكنة، ومن ذلك: " إن صبرنا لن يطول على الحصار الظالم والحاقد على شعبنا، وليتوقع العدو الصهيوني وغيره ما لا يتوقعه إذا استمر هذا الحصار" (كتائب القسام، 1311-06)

-ويرى أبو ظريفة أن الحاضنة الشعبية تشكل السياج الحامي للمقاومة، حاول الاحتلال إضعاف هذه الحاضنة الشعبية، وبالتالي اهتمام القسام برفع الحصار عن قطاع غزة يندرج في إطار تعزيز صمود الحاضنة الشعبية التي حاول الاحتلال استهدافها خلال حروبه على قطاع غزة، لذا ربط القسام أي محاولة للتهدئة برفع الحصار عن قطاع غزة، في إطار المواءمة بين الفعل المقاوم وتأثيراته ورفع الحصار وتداعياته عن قطاع غزة (أبو ظريفة، مقابلة).

-جاءت أطروحة التهدئة بنسبة (30%)، حيث أوضحت كتائب القسام موقفها من التهدئة ومدى التزامها بها ما التزم الاحتلال بشروطها: "حيث إن اتفاق التهدئة – الذي رعته جمهورية مصر العربية بين فصائل المقاومة الفلسطينية من جهة وبين العدو الصهيوني من جهة أخرى (كتائب القسام، 0812-11).

-ويرى الباحثان أن حديث كتائب القسام حول التهدئة يتضح فيه شروطها وما الذي تريده من كافة الأطراف التي تتفاوض معها، ووضع الجميع أمام مسؤولياته في حال خالف العدو شروط التهدئة، وهذا يشير إلى وجود نوع من المكاشفة بين كتائب القسام والشعب، مما يعزز مكانتها وثقة الشعب بها.

-جاءت في المرتبة الثالثة العلاقات الفلسطينية بنسبة (25%) حيث أوردت كتائب القسام مطالباتها لحركة فتح والفصائل الفلسطينية بالاستعداد لمواجهة الاحتلال والوقوف في وجهه: "ومن هنا فإننا نهيب بإخواننا في كافة الفصائل ونخص الأخوة في حركة فتح وأجنحتها العسكرية خاصة في الضفة الغربية أن يستعدوا ويتجهزوا للمعركة القادمة" (كتائب القسام، 1311-06).

-ويشير القرا إلى أن كتائب القسام سعت خلال السنوات الماضية إلى الوحدة الفلسطينية من خلال تعميق علاقاتها مع الفصائل الفلسطينية، وتشكيلها لغرفة عمليات مشتركة، ضمت كافة فصائل العمل المقاوم، ودعمت أي تحرك مقاوم ضد الاحتلال (الإسرائيلي) (القرا، مقابلة).

-ويرى الباحثان أنه يجب على الخطاب الإعلامي لكتائب القسام نشر وبث كل ما من شأنه أن يعزز الوحدة الوطنية ونبذ الخلافات وصولًا إلى تعزيز التماسك الداخلي الفلسطيني والإجماع حول المقاومة الفلسطينية وتوحيدها لمواجهة الاحتلال "(الإسرائيلي)".

-أما أطروحتي التفاهمات والمقاومة الشعبية، فقد حصلت على نسب منخفضة في الخطاب الإعلامي لكتائب القسام، ويرجع ذلك كون القسام لم يعطِ المقاومة السلمية اهتماماً في خطابه، لإدراكه أن هناك فرقاً بينها وبين المقاومة المسلحة، وأن الأخيرة هي التي تؤلم العدو وستجبره على الرحيل، علماً أن كتائب القسام شكلت درعاً حامياً للمشاركين في مسيرات العودة على حدود قطاع غزة (أبو ظريفة، مقابلة).

5.4. الأطروحات الأمنية الفرعية:

يوضح الجدول رقم (5) تكرارات ونسب الأطروحات الأمنية الفرعية في خطاب كتائب القسام خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (5): يوضح الأطروحات الأمنية الفرعية لخطاب كتائب القسام

التوزيع الكمي الأطروحات الأمنية	التكرار	النسبة المئوية %
تحقيق إنجازات أمنية	8	33.5
إحباط عمليات أمنية	7	29
تفكيك منظومة الاحتلال	7	29
ضربات استباقية	2	8.5
المجموع	**24**	**100**

بدراسة بيانات الجدول السابق يتبين الآتي:

-حظيت أطروحة تحقيق إنجازات أمنية على نسبة (33.5%)، ومن ذلك ما جاء في أحد بياناتها: "تمكنت كتائب القسام من الوصول إلى مراحل متقدمة في كشف خيوط العملية الخاصة والخطيرة التي باشرت قوةٌ صهيونيةٌ خاصة بتنفيذها وتم اكتشافها مساء يوم الأحد"(كتائب القسام، 1811-06).

-وأكد أبو عليان أن جزءاً هاماً من نشاط العدو الأمني بات مكشوفاً لدى كتائب القسام وتحت سيطرتها، وأن ما يكشف هو جزء من هذا الجهد الأمني المستمر المتعاظم، وهذا يعني أن القسام أصبح على اطلاع واسع على كيفية تفكير العدو وقيادته الأمنية والاستخباراتية، وملاحقة مصادره وأدواته، ومن ثم قطع شريان المعلومات التي تصل إليه (أبو عليان، مقابلة).

-جاءت أطروحة إحباط عمليات أمنية بنسبة (29%)، حيث بينت إحباط كتائب القسام للعديد من العمليات الأمنية، ومن ذلك: " إننا في كتائب الشهيد عز الدين القسام إذ نعلن عن إفشال مخططٍ صهيونيٍ عدوانيٍ كبير استهدف خلط الأوراق ومباغتة المقاومة وتسجيل إنجازٍ نوعي "(كتائب القسام، 1811-03)، ويأتي ذلك في إطار الحفاظ على مقدرات المقاومة الفلسطينية، وأمن استقرار المجتمع الفلسطيني.

-ويرى حبيب أن العمل الأمني له وظيفتان، الأولى دفاعية والثانية هجومية، وأن نتائج التحليل الخاصة بالدراسة منطقية، وهي تأتي في إطار كشف القسام لخلايا العدو الأمنية، وإحباط مخطط ضد المقاومة (حبيب، مقابلة).

-حصلت أطروحة تفكيك منظومات الاحتلال على نسبة (29%)، وأوضح الخطاب الإعلامي للقسام في أكثر من مكان قدرته على تفكيك منظومات الاحتلال الأمنية، وآخرها التي زرعها في المنطقة الوسطى، إذ جاء في أحد بياناته: "لقد حققنا إنجازاتٍ مهمةً في حماية مشروع المقاومة، كان آخرها وأخطرها حدث الأمس الذي قضوا فيه شهداء" (كتائب القسام، 1805-02). بالإضافة لكشف تفكيك منظومة طائرات الاستطلاع الصغيرة واستخدامها.

-ويرى الباحثان إن تركيز كتائب القسام في خطابها على هذا الجانب يهدف إلى رفع الروح المعنوية للشعب الفلسطيني ومنحه مزيداً من الأمل والثقة بمقاومته الباسلة، وفي نفس الوقت يزعزع الجبهة الداخلية للاحتلال (الإسرائيلي) ويزرع في نفوس جنوده ومواطنيه الخوف والذعر.

-حصلت أطروحة ضربات استباقية على نسبة (8.5%)، ومن ذلك كشف كتائب القسام ضربة استباقية للعدو، ومنعهم من الحصول على معلومات حساسة: "حيث نجح شهداؤنا الأبرار بعد عملٍ وجهدٍ دؤوب في الوصول إلى تلك المنظومة الخطيرة، وتمكنوا من حماية شعبنا ومقاومته من مخاطر غايةٍ في الصعوبة، وأفشلوا هذا المخطط الاستخباري التجسسي الكبير الذي كان يعول عليه العدو الصهيوني وأجهزة مخابراته" (كتائب القسام، بيان رقم (1805-02).

-ويرجع انخفاض هذه النسبة إلى أسباب عدة، أولها: قدرات المقاومة الفلسطينية وعلى وجه الخصوص كتائب القسام ما زالت محدودة جدا مقارنة بما يملكه الاحتلال (الإسرائيلي) من إمكانيات، ثانياً: العمليات الأمنية تبقى قيد الكتمان الشديد، وتوجيه ضربة استباقية للعدو يتطلب من المقاومة إخفاء المعلومات عن العدو وتحييد وصولها إليه لمفاجأته في أي مواجهة.

6.4.الأطروحات الدينية الفرعية:

يوضح الجدول رقم (6) تكرارات ونسب الأطروحات الدينية الفرعية في خطاب كتائب القسام خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (6): يوضح الأطروحات الدينية الفرعية لخطاب كتائب القسام

التوزيع الكمي الأطروحات الدينية	التكرار	النسبة المئوية
الترغيب والترهيب	28	57
التوجيه والإرشاد	21	43
المجموع	**49**	**100%**

بدراسة بيانات الجدول السابق يتبين الآتي:

-جاءت أطروحة الترغيب والترهيب بنسبة (57%)، ومثال ذلك في وصف مجاهديها بحبهم للجهاد والاستشهاد طمعاً بالجنة: "فأنتم تقاتلون اليوم جنوداً ربانيين يعشقون الموت في سبيل الله كما تعشقون الحياة، ويتسابقون إلى الشهادة كما تفرون من الموت أو القتل، وقد توحدت جميع قوى وفصائل شعبنا على مقاومة العدوان" (الضيف، موقع إلكتروني).

-فمن الواضح أن الخطاب الإعلامي لكتائب القسام يعمل على ترغيب المجاهدين وحثهم على البذل والتضحية والفداء ونصرة وطنهم ودينهم، وترغيبهم بالشهادة وما أعده الله لهم من نصر وتمكين في الدنيا، ومن ألوان النعيم في الآخرة.

-حصلت أطروحة التوجيه والإرشاد على نسبة (43%)، ومثال ذلك: " وليعلم العالم أجمع أن شعبنا قد أعلن ثورة عارمة في القدس والضفة والداخل المحتل وقطاع غزة، وشعاره" سأحمل روحي على راحتي وألقي بها في مهاوي الردى، فإما حياة تسر الصديق وإما ممات يغيظ العدى" (كتائب القسام، بيان رقم (1407-65).

-ويستخدم التوجيه والإرشاد لمساعدة المواطنين والمجاهدين، وإعطائهم النصائح والتوجيهات التي تساعدهم على التغلب على الإشكاليات التي تواجههم، وتشحذ هممهم وتقوي إيمانهم بالله عز وجل وأن النصر حليفهم، وإرشادهم للمطلوب

منهم وتوجيههم على الطريق الصحيح، ومع ذلك حصلت هذه الوظيفة على اهتمام ضعيف في خطاب القسام (انظر جدول رقم 9).

-ولاحظ الباحثان أن الخطاب الديني أضفى على الخطاب الإعلامي لكتائب القسام القدسية والرمزية الدينية وأنه أمر إلهي وليس خطاب عادي أو معركة بين طرفين، ونسب الأمر لله عز وجل، وهو ما يزيد من فاعليته وتأثيره.

7.4.الأطروحات الاقتصادية الفرعية:

يوضح الجدول رقم (7) تكرارات ونسب الأطروحات الاقتصادية الفرعية في خطاب كتائب القسام خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (7): يوضح الأطروحات الاقتصادية الفرعية لخطاب كتائب القسام

التوزيع الكمي الأطروحات الاقتصادية	التكرار	النسبة المئوية
تهديد اقتصاد الاحتلال	7	54
دعم صمود المواطن	6	46
المجموع	**13**	**100**

بدراسة بيانات الجدول السابق يتبين الآتي:

-حصلت أطروحة تهديد اقتصاد الاحتلال على نسبة (54%)، حيث هددت كتائب القسام العدو في الدخول في حرب استنزاف ترهقه اقتصاديا، ومن ذلك ما جاء في أحد بياناتها: "ندخله في حرب استنزافٍ طويلةٍ نشل فيها الحياة في مدنه الكبرى، ونعطل فيها الحركة في مطار بن غوريون على مدار أشهر طويلة، ونكبده دماراً كبيراً في اقتصاده" (كتائب القسام، خطاب القسام في اليوم 32 لمعركة العصف المأكول).

-واتفقت هذه النتيجة مع دراسة الدلو (2015م) التي بينت انخفاض نسبة تناول الموضوعات الاقتصادية (تخسير الاقتصاد الإسرائيلي) في صحيفتي فلسطين والأيام بنسبة (1.9%).

-وهي نسبة ضعيفة، لا تتناسب مع حجم الخسائر التي تكبدها العدو في مختلف قطاعاته المجتمعية، لقد أكد د. أبو عامر أن الاقتصاد (الإسرائيلي) تأثر بشكل كبير خلال معركة العصف المأكول، إذ توقف النمو في بعض القطاعات الاقتصادية، فقد انخفض عدد السياح، وتراجعت حجوزات الطيران، وأغلقت المصانع والمحلات التجارية، وانخفض عدد (الإسرائيليين) الذين يتجهون إلى شبكات التسوق الكبيرة وحتى المجال الزراعي تضرر (أبو عامر، مقابلة)، وهذا يتطلب من القسام تسليط الضوء بشكل أكبر على هذه الانجازات.

-جاءت أطروحة دعم صمود المواطن بنسبة (46%)، حيث ربطت كتائب القسام إنهاء الحرب بإنهاء الحصار المفروض على غزة: "إننا لن نقبل أن تنتهي هذه المعركة دون وقف حقيقي للعدوان بكل أشكاله، وإنهاء حقيقي للحصار، والتعبير الأوضح لذلك هو إنشاء الميناء، وكل ما سوى ذلك هو خداع" (كتائب القسام، نص خطاب القسام في اليوم 32 لمعركة العصف المأكول) .

-وبشكل عام يتضح ضعف اهتمام خطاب القسام بالأطروحات الاقتصادية، ورغم أهميتها في تعزيز صمود الجبهة الداخلية، وتحقيق الأمن والسلم الاجتماعي، الأمر الذي من شأنه أن يساهم في الالتفاف حول المقامة، ويدعم خياراتها، ويعزز صمودها، ويزيد من شعبيتها.

8.4. الأطروحات الإنسانية الفرعية:

يوضح الجدول (8) تكرارات ونسب الأطروحات الإنسانية الفرعية في خطاب كتائب القسام خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (8) يوضح الأطروحات الإنسانية الفرعية في خطاب كتائب القسام

التوزيع الكمي الأطروحات الإنسانية	التكرار	النسبة المئوية %
المظلومية	19	54
احترام القوانين الإنسانية	16	46
المجموع	**35**	**100**

بدراسة بيانات الجدول السابق يتبين الآتي:

-حظيت أطروحة المظلومية على الاهتمام الأكبر إذ بلغت نسبتها (54%)، إذ أوضحت الظلم الواقع على الشعب الفلسطيني بسبب الحصار المفروض على قطاع غزة، وبينت ما يتعرض له المعتقلين في سجون الاحتلال من اضطهاد، لذ ورد في بيانتها: "تخوض معركة كسر الحصار الظالم المجرم، إلى جبهة السجون التي يتمرس من خلف قضبانها أسرانا الأبطال الذين يخوضون معركة الحرية بلحومهم وصدورهم وإرادتهم الصلبة (كتائب القسام، 1705-01). ويبين أبو عبيدة الناطق باسم القسام أن خطاب المظلومية لدى كتائب القسام يركز على جرائم العدو المحتل، من قتل وتدمير وتخريب، واستثمار الجوانب المأساوية في فضح العدو وأهدافه، وجلب تعاطف الرأي العام الدولي، مستدركا يجب التركيز على الجمع بين نموذج البطولة ونموذج المظلومية، فلا إفراط في سرد المظلومية وإظهار الضعف، ولا تفريط في منطق الندية والقوة، فالتوازن أمر مطلوب (أبو عبيدة، مقابلة).

-وبين أبو عامر أن الفلسطينيين يميلون إلى تغليب خطاب البطولة والقوة على خطاب المظلومية، وبالتالي هناك ضعف

واضح في خطاب المظلومية رغم أهمية هذا الجانب. (أبو عامر، مقابلة).

-حصلت أطروحة احترام القوانين الإنسانية على نسبة (46%)، حيث بينت انتهاك العدو (الإسرائيلي) لحقوق شعبنا الأساسية التي كفلها القانون الدولي والإنساني، ومن ذلك: "فهي حقوق إنسانية أساسية تكفلها كل قوانين وأعراف الكون، لذلك نهيب بالوفد الفلسطيني المفاوض ألا يمدد وقف إطلاق النار إلا بعد الموافقة المبدئية على مطالب شعبنا" (كتائب القسام، خطاب القسام في اليوم 32 لمعركة العصف المأكول)

-ويرى رأفت حمدونة أنه يجب وضع استراتيجية للتصدي للخطاب (الإسرائيلي) من خلال تدعيم الخطاب الإعلامي الفلسطيني بالمواثيق الدولية واتفاقيات جنيف الأربعة ومواد حقوق الإنسان واتفاقيات مناهضة التعذيب وحقوق الأطفال والمرأة والتأكيد على حقوق الإنسان (حمدونة، موقع الكرتوني).

-وأشار أبو عامر أنه بدأ التطرق إلى هذا الموضوع حديثاً، من خلال التركيز على معاملة الجنود (الإسرائيليين) للأسرى والتطلع إلى إطلاق سراحهم، أو القوانين التي تبرر وتشرع المقاومة المسلحة تجاه الاحتلال الإسرائيلي وغيرها (أبو عامر، مقابلة).

-ويؤكد الباحثان وجود تقصير واضح في خطاب القسام في هذا المجال، فهو يميل إلى البطولة والشجاعة أكثر من المظلومية والأنسنة، التي يربح فيها الإعلام (الاسرائيلي) رغم جرائمه المتكررة والمدانه من المنظمات الدولية، كما يلاحظ خطاب القسام ايضاً ضعف اسناده بالمواثيق الدولية والانسانية، وهي ما يقتضي اعادة النظر فيه، وتصويب لغته وأسلوبه.

9.4.وظائف الخطاب الإعلامي لكتاب القسام:

يوضح الجدول رقم (9) تكرارات ونسب وظائف الخطاب التي يقوم بها الخطاب الإعلامي لكتائب القسام خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (9): يوضح وظائف الخطاب الإعلامي لكتائب القسام

التوزيع الكمي وظائف الخطاب	التكرار	النسبة المئوية%
الإعلامية	237	33.5
الدعائية والحرب النفسية	203	28.7
التفسيرية	80	11.3
الإنسانية	80	11.3
النقدية	53	7.5
التوجيه والإرشاد	42	6
شكر	12	1.7
المجموع*	**707**	**100**

بدراسة بيانات الجدول السابق يتبين الآتي:

-برزت الوظيفة الإعلامية في المرتبة الأولى بنسبة (33.5%)، حيث حرصت كتائب القسام على اطلاع جمهورها على تفاصيل ما يدور من أحداث أو تصدير موقفها، ومثالاً على ذلك تحذير الاحتلال (الإسرائيلي) من مغبة التغول على المواطنين في مسيرات العودة، فيما أعلن القسام عن فشل العدو في الوصول لاتصالاته والتنصت عليها: "نعلن عن إفشال مخططٍ صهيونيٍ عدوانيٍ كبير استهدف خلط الأوراق ومباغتة المقاومة وتسجيل إنجازٍ نوعي"(كتائب القسام، 03-1811).

-إن قيام كتائب القسام بإمداد الجماهير بالمعلومات والبيانات حول الأحداث والوقائع الميدانية والسياسة التي تحدث، يساهم في توعيتها وبيان وجهة نظرها نحوها، ويساعد في تكوين معلوماتها وتصوراتها عنها، وبالتالي تكون أكثر وعياً بما يجري ويدور حولها، خاصة أوقات الحروب والأزمات، علماً أن قطاع غزة تعرض في السنوات الأخيرة لأربعة حروب، اضافة للاعتداءات(الاسرائيلية)المتكررة والازمات التي يمر بها، وهو ما يعزز من أهمية هذه الوظيفة.

-ويقول المصدر إنه من الطبيعي أن تتصدر الوظيفة الإعلامية بيانات القسام، فهي تقدم معلومات جديدة وحصرية حول قضايا وموضوعات معينة، تسعى الكتائب إلى إعلام الجمهور بها، ووضعه في أخر مستجداتها، تفادياً للشائعات والتفسيرات الخاطئة (المصدر، مقابلة).

-ويؤكد امام أن الإعلام هو تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة والمعلومات والحقائق الثابتة والسليمة التي تساعدهم في تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم (امام، 1985، 14).

-اهتم القسام في خطابه بالوظيفة الدعائية والحرب النفسية بنسبة (28.7%)، ومثال ممارسة الدعاية والحرب النفسية ما ورد في بيانها: "إن المقاومة لقنت الليلة العدو درساً قاسياً وجعلت منظومته الاستخبارية أضحوكةً للعالم، فرغم حشد كل هذه القوى للعملية الفاشلة فإن المقاومة استطاعت دحره وأجبرته على الفرار وهو يجر أذيال الخيبة والفشل.

-وأكد أبو عبيدة أن كتائب القسام مارست الحرب النفسية من خلال التحريض على قيادة الاحتلال (الإسرائيلي)، بغية إثبات أن جيش الاحتلال يجر شعبه لعمليات غير مضمونة النتائج من خلال إرسال آلاف الرسائل النصية إلى هواتف (الإسرائيليين) واختراق بث القنوات الفضائية (الإسرائيلية) وغيرها من الوسائل المتنوعة، إضافة إلى تفنيد الدعاية (الإسرائيلية) وتعريتها وفضحها للرأي العام الفلسطيني والدولي (أبو عبيدة، مقابلة).

-وهذا يعني أن النشاط الدعائي هو نشاط اتصالي، يمثل سلسلة من العمليات والأحداث المتحركة، يستوجب التأثير في سلوك المتلقي، وإحداث الموقف المراد منه حتى لو كان على حساب الحقيقة (امام، 2011، 14)، ويؤكد الربيعي أنه

يجب العمل باتجاه العدو بهدف هز صورته الذهنية، من خلال تكثيف الرسائل الاتصالية التي تتحدث عن حجم خسائره في المواجهات، ومن ثم التأثير على معنوياته بشكل مباشر (الربيعي، 2015، 188).

-ويري الدكتور ربيع أن الوظيفة القتالية لا بد أن تقودنا في أحد أبعادها إلى الحرب النفسية التي تخلق بدورها الترابط مع الوظيفة الاتصالية في أكثر من بعد من أبعادها المتعددة، إذ تعد الحرب النفسية نوعاً من القتال الذي يخضع لجميع القواعد التي تسيطر على مفهوم الصراع القومي (ربيع، 1981، 271).

-ويرى الباحثان أن الوظيفة الدعائية والحرب النفسية لكتائب القسام يجب أن تكون مرتبطة بشكل أساسي بأفعال ووقائع تعمل على تقويتها وزيادة فعاليتها، فالخطاب الإعلامي القوي يحتاج عمل ميداني أو سياسي قوي يعضده، وإلا فقد قيمته وفشل في تحيق أهدافه.

-حصلت الوظيفة التفسيرية على نسبة (11.3%)، حيث أدت دوراً هاماً في تفسير ما يدور من أحداث ميدانية وعسكرية وتقديم تفصيلات وشروحات لما يدور في الميدان، ومن ذلك: "خطط العدو وبدأ تنفيذ عملية من العيار الثقيل كانت تهدف إلى توجيه ضربةٍ قاسيةٍ للمقاومة داخل قطاع غزة".

-ويعد التفسير جزء من العملية الإخبارية المتكاملة، وهو المستوى المعلوماتي الثاني الذي يتبع الأخبار المجردة غير التفصيلية. وليس من الغريب مهنياً أن يلتزم القسام بالوظيفة التفسيرية إلى جانب الإخبارية، فهو لا يكتفي بالقشور بل يهتم أيضاً بتوضيح خبايا الأمور منعاً لأي تفسيرات خاطئة، لا تخدم جهده المعلوماتي العام، كما أن التفسير يخدم الوظيفة الدعائية التي حلت ثانياً، إذ أن تجاوز التفسير قد يفتح الباب أمام الخصوم لطرح تفسيرات ترتد بالسلب على القسام، لذلك كان من الضروري قطع الطريق عبر الوظيفة التفسيرية. (المصدر، مقابلة)

-وتؤكد طلعت على أهمية هذه الوظيفة في الأحداث ووضعها في سياقها العام وتوقع نتائجها، إذ أن التفسير المختار يؤثر على النتائج السياسية التي تستخدمها وسائل الإعلام، خاصة الصحافة لإيضاح نقطة هامة أو تشخيصها أو وصف الفاعل السياسي في تشكيل الآراء وتطوراتها (طلعت، 2003، 74-75).

-ويؤكد أيضاً أبو السعيد أن الظروف المحيطة بالقسام تتطلب الحذر وتوضيح كثير من الأحداث التي تمر بها القضية الفلسطينية وخصوصاً الأحداث الميدانية، التي تحتاج لشرح وتبيان وليس مجرد الإعلام بها، وأن تفسير الموضوعات بالأدلة والبراهين أفضل، لأنه إذا تركت بدون توضيح تزداد التكهنات (أبو السعيد، مقابلة).

-ويرى الباحثان أن كتائب القسام تستخدم الوظيفة التفسيرية لتفسير الأحداث الميدانية أو السياسية التي تجري سواء في الميدان العسكري أو السياسي أو موقفها من بعض القضايا الطارئة، وتقوم من خلاله بشرح موقفها ورؤيتها بصورة كافية ووافية عنها، مدعمة ذلك بالأدلة والحجج والبراهين التي تؤكد صواب رؤيتها.

-جاءت الوظيفة الإنسانية بنسبة (11.3%)، ومثال على ذلك وقوفها مع أبناء شعبها وموقفها تجاه حصار قطاع غزة

والتضييق عليه: " نحن نعتقد جازمين بأن مطالبنا لا تحتاج إلى مفاوضات، فهي حقوق إنسانية أساسية تكفلها كل قوانين وأعراف الكون، لذلك نهيب بالوفد الفلسطيني المفاوض ألا يمدد وقف إطلاق النار إلا بعد الموافقة المبدئية على مطالب شعبنا" (كتائب القسام، نص خطاب القسام في اليوم 32 لمعركة العصف المأكول)

-وتركز هذه الأطروحة بشكل أساسي على الجانب الإنساني والمعاناة الإنسانية التي يعيشها الشعب الفلسطيني وخصوصاً في قطاع غزة، وإبراز هذا الدور من خلال خطاب القسام الإعلامي.

-ويرى الباحثان أنه يجب على القسام الاهتمام بالوظيفة الإنسانية في خطابه الإعلامي، سيما ونحن شعب يقبع تحت الحصار ويتعرض لظلم كبير منذ سنوات طويلة، وبالتالي يجب التركيز على الخطاب الإنساني وبيان الظلم الذي نتعرض له، وأن مقاومتنا هي بمثابة رد على العدوان (الإسرائيلي) على الشعب الفلسطيني، وهو ما تكفل به القانون الدولي والإنساني.

-حظيت الوظيفة النقدية بنسبة (7.5%)، ومثال ذلك انتقادها لكل من يطالبها بضبط النفس في حين يرتكب العدو جرائمه: "لن نسمح ولن نقبل من أحدٍ أن يطالبنا بضبط النفس وضبط قطاع غزة، فنحن لا نعمل عند أحد، وليس لنا دورٌ سوى حماية شعبنا ومقاومة المحتل والدفاع عن أرضنا ومقدساتنا، وإذا كان العدو يبحث عن التنسيق الأمني فليبحث عنه عند غيرنا، فليس له عندنا سوى ما يعرف من مقاومة ".

-ومن المعلوم أن الوظيفة النقدية تتركز في نقد الأعمال والسياسات والسلوكيات لتمييز جيدها من رديئها، وذلك لتحقيق النفع العام وخدمة المصلحة العامة، ويشمل النقد نقد عام للأحداث السياسية والميدانية العسكرية دون المساس بالأشخاص أو التشهير بهم (الفلاحي، 2014، 84)

-ويرى الباحثان أنه ينبغي زيادة الاهتمام بهذه الوظيفة كونها وسيلة للإصلاح وتقويم الأعمال، ولقد استخدمت بشكل أساسي لنقد النظام السياسي الفلسطيني وخصوصاً التنسيق الأمني والمسار التفاوضي للسلطة الفلسطينية مع الاحتلال (الإسرائيلي)، وممارسات السلطة الفلسطينية بحق المجاهدين بالضفة الغربية.

-حصلت وظيفة التوجيه والإرشاد على نسبة (5.9%)، ومثال ذلك: مطالبتها لجماهير شعبنا المساعدة في الإدلاء بمعلومات حول عملية أمنية: " كما ندعو جميع أبناء شعبنا في كل أماكن تواجده إلى التواصل لتقديم أية معلوماتٍ بخصوص هذه الصور، من خلال التواصل المباشر مع أقرب قيادة ميدانية للقسام، أو عبر البريد الإلكتروني لموقع كتائب القسام (كتائب القسام، 1811-06).

-ومن ذلك أيضاً توعية الجمهور في كيفية التعامل مع المناشير التي يقوم الاحتلال بإلقائها والطلب من المواطنين تقديم معلومات حول المقاومة الفلسطينية: " ندعو أبناء شعبنا إلى الحذر من أساليب العدو وعدم الاستهتار بنواياه الخبيثة، وإظهار القوة والصلابة والإيمان التي طالما لازمت شعبنا في كافة الميادين" (كتائب القسام، 1001-01)، وتستخدم القسام التوجيه والإرشاد لتحشيد الجمهور وتوجيهها وجهة معينة، لتعزيز الإجراءات الوقائية وتحصين الجبهة الداخلية للمجتمع الفلسطيني والعمل على تماسكه وترابطه، خصوصاً وقت الأزمات والحروب.

-وفي المرتبة الأخيرة حلت وظيفة الشكر والتقدير بنسبة (1.69%)، ومثلاً على ذلك تقديمها الشكر لكل من

ساعدها بعد انهيار أحد الأنفاق واستشهاد ستة من مجاهديها: "نتوجه بالتحية والشكر والامتنان لشعبنا العظيم، بدءاً بذوي الشهداء الكرام، وجموع شعبنا في فلسطين وفي منافي الشتات واللجوء، وفصائله المقاومة التي تتخندق معنا في ذات الطريق، وكل قوى أمتنا الحية، نشكرهم جميعاً على دعمهم لنا ووقوفهم صفاً واحداً في هذه المعركة العظيمة" (كتائب القسام، 1601-07).، وأيضا شكرها لدولة إيران التي زودتها بالسلاح والمال وكان لها الفضل بعد الله في تحقيق النصر: "فلا بد لنا من كلمة شكرٍ لمن سخره الله ليساهم في هذا التطور، مَنْ دعَمَ المقاومة وأدرك شرف مساندتها ونصرِها بالسلاح والعدة، شكراً لكل أولئك من أفرادٍ وجماعات ودول، وعلى رأسهم جمهوريةُ إيرانَ الإسلامية، التي لم تبخل علينا بالمال وبالسلاح وبأمور أخرى (كتائب القسام، 1412-01).

-وتعد وظيفة الشكر والتقدير من أبرز أنشطة العلاقات العامة لتوطيد علاقتها مع جماهيرها الداخلية والخارجية، ولقد استخدمها خطاب القسام لتعزيز جبهته الداخلية التي احتضنت المقاومة، وزيادة التماسك بين فصائل المقاومة، وحث الجهات الخارجية الداعمة على الاستمرار في تقديم المساعدات المادية والعينة، وتشجيع أخرين على تقديم الدعم والمساعدة.

10.4.سياقات أطروحات الخطاب الإعلامي لكتائب القسام:

يوضح الجدول رقم (10) تكرارات ونسب السياقات التي استخدمها الخطاب الإعلامي لكتائب القسام خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (10) يوضح تحليل السياق لخطاب كتائب القسام

التوزع الكمي تحليل السياق	التكرار	النسبة المئوية %
السياقات العسكرية	203	66.3
السياقات السياسية	52	17
السياقات الإنسانية	26	8.5
السياقات التاريخية	13	4.2
السياقات الدينية	10	3.3
السياقات الاجتماعية	2	0.7
المجموع	**306**	**100**

بدراسة بيانات الجدول السابق يتبين الآتي:

-تصدرت السياقات العسكرية الخطاب الإعلامي للقسام بنسبة (66.3%)، إذ صدرت هذه البيانات في ظل أحداث

ووقائع ومواجهات عسكرية بين كتائب القسام وجيش الاحتلال (الإسرائيلي) مثل: الانتفاضة الفلسطينية الثانية وما تبعها من مواجهات مستمرة مع قوات الاحتلال (الإسرائيلي) على حدود قطاع غزة، وتوغل قوات الاحتلال (الإسرائيلي) داخل قطاع غزة والتصدي له، وعمليات القنص والاشتباكات المسلحة ، وعمليات إطلاق الصواريخ وقذائف الهاون، وعمليات تفجير الآليات العسكرية واستهدافها، والعمليات الخاصة من خلال الأنفاق والتسلل خلف خطوط العدو، إضافة إلى الحروب الثلاث التي شنها الاحتلال (الإسرائيلي) على قطاع غزة وهي معركة الفرقان، وحجارة السجيل، والعصف المأكول، بالإضافة إلى العديد من العمليات العسكرية التي قامت بها قوات الاحتلال (الإسرائيلي) ضد قطاع غزة خصوصاً بعد أسر الجندي (الإسرائيلي) جلعاد شاليط.

-وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التحليلية التي أجراها الباحثان (انظر جدول 1) الذي يوضح أن نسبة (84.6%) من خطاب كتائب القسام الإعلامي هو أطروحات عسكرية بالدرجة الأولى.

-ويرى بسناسي أن الخطاب الإعلامي يتأثر بالسياق الاجتماعي ومعطيات الواقع ويستلهم مفرداته وتعبيراته مما هو سائد من أحداث ووقائع، حيث أن الخطاب العسكري يستخدم مفردات تتسم بانتمائها إلى حقل الحرب والصراع، حيث يشد ذلك المتلقي ويؤثر به (بسناسي، 2017، 131).

-وتذهب عمليات التأطير أبعد من ذلك من خلال عمليات أكثر خطورة وتركيزًا، تكمن في وضع المعلومات والأخبار وتقديمها في سياقات محددة، وربطها بقضايا أخرى، وتوظيفها في وجهات معينة تخدم أهداف القائم بالاتصال وتحقق أهدافاً وتأثيرات خاصة لدى المتلقي (عوض الله، 2014، 57).

-جاءت السياقات السياسية في المرتبة الثانية بنسبة (17%)، وهي تتصل بقضيتين لهما تأثير على المجتمع الفلسطيني، وهما حصار غزة والتضييق عليها والتهدئة مع العدو ومدى التزامه بها وتطبيق شروطها.

-وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التحليلية التي أجراها الباحثان (انظر جدول 2) التي بينت انخفاض نسبة الأطروحات السياسية في خطاب كتائب القسام الإعلامي بنسبة (3.2%).

-ويمكن القول إن تحليل الخطاب الإعلامي لا ينفصل عن البنية المجتمعية التي ينتج فيها، وهو يتأثر بالأبعاد السياسية والاجتماعية والأيديولوجية، ويعتمد على بعض هذه الأبعاد بغية التأثير في الأبعاد الأخرى، أو استغلالها في توجيه خيارات الجمهور تجاه أحداث ومواقف يرغب الخطاب في تعميمها وتشكيل رأي عام حولها (أبو الرب، موقع إلكتروني)

-حصلت السياقات الإنسانية على نسبة (8.5%)، وركز الخطاب الإعلامي لكتائب القسام على أهم قضية إنسانية تعرض لها قطاع غزة، حيث فرضت (إسرائيل) الحصار الشامل عليه وتدهور المستوى المعيشي للسكان وتدنت الخدمات الصحية والتعليمية والجوانب الحياتية الأخرى، وكذلك الخروقات التي يتعرض لها المواطنين والتضييق عليهم دون وجه

حق، وما يتعرض له الأسرى من قمع وتجويع وإرهاب يمارس في حقهم، كل هذه المعطيات أثرت على بنية الخطاب الإعلامي لكتائب القسام.

-وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التحليلية التي أجراها الباحثان (انظر جدول 2) التي بينت انخفاض نسبة الأطروحات الإنسانية في خطاب كتائب القسام الإعلامي، إذ لم تتجاوز نسبتها (0.6%)، وكذلك انخفاض الوظيفة الإنسانية (انظر جدول 8) بنسبة (11.4%).

-جاءت البيانات التي صدرت في سياقات تاريخية بنسبة (4.2%)، وهي نسبة قليلة صدرت في المناسبات الوطنية وانطلاق حركة المقاومة الإسلامية حماس والمعاني التي تحملها هذه الذكرى وتاريخ الحركة وما قدمت من تضحيات وواجهت من صعوبات في مشوارها الجهادي، والجهد الذي بذله المجاهدين من أجل التحرير، وسرد جزء من تاريخ المقاومة الفلسطينية والمحطات التي مرت بها خلال صراعها مع الاحتلال، ويعد هذا النوع والسياقات هام نظراً لأنه يربط بين الماضي والحاضر.

-حصلت البيانات التي صدرت في سياقات دينية على نسبة (3.3%)، وهي نسبة قليلة، صدرت في المناسبات الدينية مثل شهر رمضان المبارك، أو في ذكرى انتصارات المسلمين مثل معركة بدر، والتركيز على قضية التحرر الفلسطيني بالمفهوم الديني والحقوق التاريخية، وقدسية عدم التخلي عن فلسطين من النهر إلى البحر بوصفها أرض وقف إسلامي.

-وترى كتائب القسام أن أهم منطلقاتها الشرعية هي استنفاذ الجهد واستفراغ الطاقة في الجهاد ضد العدو واجب يفرضه الإسلام، والأخذ بالأسباب أمر شرعي وترك الأخذ بها معصية والركون إليها شرك، وأن معركتنا مع الصهاينة لأنهم احتلوا فلسطين وليس ليهوديتهم، فلسطين أرض إسلامية، ولا يجوز الإقرار للمعتدي بأي حق فيها، ولا التنازل عنها، ورصّ الصفوف لمواجهة العدو أمر شرعي، لا يجوز التفريط فيه بحال من الأحوال (كتائب القسام، من نحن، موقع إلكتروني).

-جاءت السياقات الاجتماعية بنسبة (0.7%)، وهي نسبة منخفضة جداً، ركزت من خلالها على العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع الفلسطيني وترابطه، والتصدي للظواهر الاجتماعية التي تهدد المجتمع وخصوصا ظاهرة التعاون مع الاحتلال (الإسرائيلي)، والإشادة بدور الحكومة الفلسطينية ضد التصدي لهذه الظاهرة والإجراءات التي تقوم بها.

-وينبغي الاهتمام بهذا النوع من السياقات عند اعداد بيانات القسام، لأنه يتصل بالفترة الزمنية للحدث، ومكانه، والظروف المجتمعية المحيطة به، والقوى المؤثرة فيه، والتحديات التي تحيط به، وغيرها من العوامل التي إذا احاط بها البيان أصبحت أكثر وضوحاً وفهماً لدى الجمهور.

11.4.مسارات برهنة الخطاب الإعلامي لكتائب القسام:

يوضح الجدول رقم (11) تكرارات ونسب مسارات البرهنة والحجج والبراهين التي استخدمها الخطاب الإعلامي لكتائب القسام خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وذلك على النحو الآتي:

جدول (11) يوضح مسارات البرهنة لخطاب كتائب القسام

التوزيع الكمي / مسارات البرهنة	التكرار	النسبة المئوية%
الوقائع الميدانية	303	23
شواهد دينية	294	22.2
عرض وجهة نظر واحدة	290	22
الأرقام والإحصائيات	190	14.4
عرض وجهتي نظر	166	12.5
شواهد تاريخية	56	4.2
تصوير	23	1.7
المجموع	**1322**[1]	**100%**

بدراسة بيانات الجدول السابق يتبين الآتي:

-استشهدت كتائب القسام في بياناتها للتأكيد على صدقية روايتها تجاه ما يدور في الميدان، بالوقائع الميدانية بنسبة (23%)، سواء من خلال روايات المجاهدين في الميدان أو مراسليها، ومثالاً على ذلك: "عملية الإنزال التي نفذتها وحدة من نخبة القسام خلف خطوط العدو في موقع أبو مطيبق العسكري شرق المحافظة الوسطى صباح السبت الموافق 19يوليو، والتي أبادت فيها وحدة القسام دورية عسكرية كاملة، فقتل مجاهدونا بأيديهم ستة من جنود الدورية وغنموا قطعتي سلاح من نوع أم16 وعاد أحد عشر مجاهداً إلى قواعدهم بسلام فيما استشهد مجاهد قسامي في العملية" (كتائب القسام، 1407-303).، وبين أبو عبيدة أننا ننقل إفادة المجاهدين من قلب الميدان ونركز عليها لتعزيز رواية القسام والتأكيد عليها، ونعتمد على رواية مجاهدينا من أجل إعطاء مصداقية وتوثيق أكبر لروايتنا (أبو عبيدة، مقابلة).

-ويرى الباحثان أن الوقائع الميدانية التي تعتمد عليها كتائب القسام في خطابها الإعلامي تسمح لها التحكم في

[1] جاء عدد مسارات البرهنة أكبر من عدد البيانات نظراً لوجود أكثر من مسار في البيان الواحد.

المعلومات التي تريد تصديرها للجمهور، وتعزيز روايتها وجعلها أكثر جاذبية.

-استشهدت كتائب القسام بالآيات القرآنية والأحاديث الشريفة بنسبة (22.2%)، للتأكيد على صدقية الخطاب الذي يتم تقديمه وتدعيمه بالشواهد الدينية بما يتناسب مع الخطاب الذي يتم إنتاجه مثل: "أُذِنَ لِلَّذِينَ يُقَاتَلُونَ بِأَنَّهُمْ ظُلِمُوا وَإِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ نَصْرِهِمْ لَقَدِير (سورة الحج، 39)

-ويرى الباحثان أن استخدام الشواهد القرآنية والأحاديث الشريفة في خطاب القسام، يجعلها أكثر أقناعاً، وهي غالباً تتماهى مع مضمون ومحتوى البيان، وتأتي في بدايته، بما ينسجم مع التوجهات والانتماءات الفكرية لكتائب القسام، التي تؤكد أن الصراع مع العدو الصهيوني صراع عقدي وجودي.

-أكدت كتائب القسام خلال تصديرها لخطابها الإعلامي على تصدير روايتها للأحداث وبيان موقفها ووجهة نظرها والتأكيد عليها بنسبة (22%)، ومثالا على ذلك: "وبعد الاستيلاء على الطائرة تم إجراء الفحوصات الأمنية والفنية اللازمة، وتم تفكيكها ودراسة النظم والتقنيات التي تعمل بموجبها، ثم قامت الوحدة الخاصة بإعادة تركيبها وإدخالها للخدمة لدى كتائب القسام" (كتائب القسام، 1508-02)، وذلك للتأكيد على قدرة مقاتليها على التعامل مع التقنيات الحديثة وتطور قدراتهم المعلوماتية والاستخبارية.

-ويرى عبد المقصود أن "القائم بالاتصال قد يستخدم البرهنة لإثبات صحة القضايا التي يطرحها، وذلك من خلال وجود طرح رئيس يدعمه، ويؤكد صحته عبر تكرار مقولات فرعية" (عبد المقصود، 2012، 19).

-ويؤكد محسن " أن منتج الخطاب يقدم الحقائق والأحكام ووجهة نظره في موضوع يطرحه، وهو بذلك يضفي المعنى على الحدث داخل المقال من خلال أسلوب معين في عرض المعلومات، وتنظيمها، ودعمها بالحجج والبراهين" (محسن، 2009، 312).

-استخدمت كتائب القسام في خطابها الإعلامي الأرقام والإحصاءات للتدليل على قوة رواياتها بنسبة (14.4%)، فحملت بياناتها أرقام واحصاءات عن العمليات التي تقوم بها أو الأحداث الميدانية التي تجري، ومن ذلك: "أما بخصوص المقذوفات فقد بلغ مجمل عدد الصواريخ وقذائف الهاون منذ عام 2000م (لم يكن قبل عام 2000 استخدام لهذا النوع من السلاح) 3506 (ثلاثةَ آلافٍ وخمسَمائةٍ وستةَ) صواريخ و 7475 (وسبعةَ آلاف وأربعَمائةٍ وخمساً وسبعين) قذيفة هاون، أي بمجموع قدره 10981 (عشرةُ آلافٍ وتسعُمائةٍ وواحدٌ وثمانون) صاروخاً وقذيفةً" (كتائب القسام، 1012-03). وذلك لبيان أعداد المقذوفات التي أطلقتها تجاه الاحتلال (الإسرائيلي).

-ويرى الغانمي أن الخطاب الإعلامي لا يقف الهدف عند حدود إثارة الاهتمام بالمحتوى ولكنه يهدف إلى الإقناع والتأثير بالدرجة الأولى (الغانمي، 2018، 116) وبالتالي يجب استخدام الأرقام والإحصائيات لزيادة صدقية خطابه.

-ويرى الباحثان أن استخدام كتائب القسام للأرقام والإحصاءات في خطابها الإعلامي يحقق عدد من الأهداف أهمها: زيادة مصداقية هذا الخطاب وتقديم معلومات مفصلة بشكل بسيط حول الموضوع الذي تتناوله، بالإضافة إلى ترتيب المعلومات التي تريد إيصالها للجمهور وفهمها بسهولة ويسر؛ خاصة أنها تخاطب العقل.

-اقتصرت كتائب القسام في خطابها الإعلامي على عرض وجهتي النظر بنسبة (12.5%)، مثل اعتراف العدو بالقتلى او تحقيق إنجازات ميدانية أو أمنية والرد عليها، ومن ذلك: "فقبل ساعات من قصف تل الربيع كان العدو يحتفل بتدمير معظم القوة الصاروخية للمقاومة بحسب زعمه. ولم يقف الأمر عند هذا الحد، إذ وجهت كتائب القسام المفاجأة الثانية للعدو بقصف مواقع في القدس المحتلة ومحيطها بصواريخها، في رسالة بالغة الشدة ومتسعة المضامين" (كتائب القسام، 1211-37).

-وبين أبو عبيدة إن كتائب القسام لا تعتمد على رواية الاحتلال مطلقاً إلا في حدود ضيقة جداً مثل اعترافه بعدد من القتلى والحرجي في العمليات التي تقوم بها كتائب القسام أو تأكيد وقوع العملية أو الرد عليه، أو لدحض ادعاءاته (أبو عبيدة، مقابلة).

-ويتفق الباحثان مع رأي أبو عبيدة، إذ أن الإعلام (الإسرائيلي) الناطق بالعربية إعلام موجه، ويخضع للرقابة العسكرية بشكل مباشر، وبالتالي كل ما يصدر عنه يمر عبر مقص الرقيب العسكري، لذا من الضروري معرفة ما يمكن نقله وأن يكون في أضيق نطاق.

-دعمت كتائب القسام اطروحاتها بالشواهد التاريخية بنسبة قليلة، بلغت (4.2%) ومن أمثلة ذلك: "وتدرجت كتائب القسام في اختيار الأهداف والمواقع، على دائرة النار الممتدة من حدود قطاع غزة بطول أكثر من ثمانين كيلو متراً، وقد كان قصف مغتصبة "ريشيون لتسيون" أول مغتصبة صهيونية تقام على أرض فلسطين، كان قصفها في نهاية المعركة لنقول للعدو الصهيوني بأننا سنبدأ معركة التحرير القادمة من حيث بدأ المشروع الصهيوني" (كتائب القسام، 1211-37). وذلك لتأكيد الحق التاريخي للفلسطينيين على في هذه الأرض.

-ويرى الباحثان أنه ينبغي زيادة الاهتمام بهذا النوع من الأدلة في الخطاب الإعلامي لكتائب القسام، لما له من تأثير كبير في زيادة مصداقية الخطاب وربطه بالماضي والحاضر وبيان والجهد والتضحيات الذي بذل في سبيل تحرير فلسطين، فالتاريخ يمثل الهوية والموروث الذي يجب الحفاظ عليه لتأكيد الحق الفلسطيني.

-وفي المرتبة الأخيرة جاءت أطروحة التصوير المرئي بنسبة (1.7%)، مثال ذلك: "العملية مصورة وسيتم إرسال التصوير إلى وسائل الإعلام لاحقاً (كتائب القسام، 0901-220) وهو أسلوب تستخدمه القسام لتأكيد روايتها، وإجبار العدو على الاعتراف بها أو للتأكيد على أنها هي من قامت بهذه العمليات، نظراً لتنازع بعض فصائل المقاومة أحياناً

عليها.

-ويرى الباحثان أن للصورة دور كبير في اعتراف العدو بعمليات المقاومة التي غالباً ما يحاول إنكارها أو التقليل منها، ومثال ذلك عملية الإنزال بموقع "زكيم العسكري" في حرب العصف المأكول التي أعلن جيش الاحتلال قتله المجاهدين على الشاطئ، بينما أثبت تصوير العملية قوة الاشتباكات التي خاضها المجاهدون ضد قوات الاحتلال قبل استشهادهم، وهو ما يدلل على زيادة اهتمام القسام بتصوير كل عملياته في الفترة الأخيرة لتعزيز روايته.

5. نتائج الدراسة التحليلية:

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

1. جاء الخطاب الإعلامي السردي في مقدمة أنواع الخطاب الإعلامي لكتائب القسام بنسبة (79%)، تلاها البيانات الوصفية بنسبة (14%)، تم البيانات التعبيرية بنسبة (4%)، وبيانات الأمر بنسبة (3%).
2. ركزت كتائب القسام في خطابها الإعلامي على الموضوعات العسكرية، حيث حصلت الأطروحة الرئيسة العسكرية على نسبة (84.6%) من بيانات كتائب القسام، فيما حصلت البيانات التي تتضمن أكثر من موضوع على نسبة (8.5%)، والأطروحات السياسة بنسبة (3.4%).
3. تنوعت الأطروحات العسكرية الفرعية التي تناولها خطاب القسام الإعلامي، فحصلت أطروحة عمليات المقاومة على أعلى نسبة (23%)، تم جاءت أطروحة نتائج المقاومة بنسبة (18.8%)، تلاها صمود المقاومة بنسبة (12%)، ثم ردود فعل المقاومة بنسبة (11.5%)، واعتداءات الاحتلال بنسبة (11.5%).
4. جاءت قضية حصار غزة في مقدمة الاطروحات السياسية الفرعية بنسبة (38.4%)، والتهدئة بنسبة (30%)، ثم جاءت العلاقات الفلسطينية بنسبة (25%).
5. حظيت أطروحة تحقيق إنجازات أمنية على المرتبة الأولى في الأطروحات الأمنية الفرعية بنسبة (33.5%)، فيما تساوت بالمرتبة الثانية أطروحتي إحباط عمليات أمنية وتفكيك منظومات الاحتلال، إذ حصلت كل واحدة منهما على نسبة (29%).
6. اهتمت الأطروحات الدينية الفرعية بأطروحة الترغيب والترهيب بنسبة (57%)، تلاها في المرتبة الثانية أطروحة التوجيه والإرشاد بنسبة (43%).
7. جاءت أطروحة تهديد اقتصاد الاحتلال في مقدمة الأطروحات الاقتصادية الفرعية بنسبة (54%)، أما في المرتبة الثانية دعم صمود المواطن بنسبة (46%).
8. حازت أطروحة المظلومية على نسبة (54%) في الأطروحات الإنسانية الفرعية، ثم أطروحة احترام القوانين الإنسانية بنسبة (46%).
9. حظيت الوظيفة الإعلامية على أكبر نصيب في خطاب القسام بنسبة (33.5%)، تلاها في المرتبة الثانية

الوظيفة الدعائية والحرب النفسية بنسبة (28.7%)، وجاءت الوظيفتين الإنسانية والتفسيرية بنسبة متساوية (11.3%)، ثم الوظيفة النقدية بنسبة (7.5%).

10. تصدرت السياقات العسكرية مختلف السياقات التي استخدمها الخطاب الإعلامي للقسام بنسبة (66.3%)، تلاها السياقات السياسية بنسبة (17%)، ثم السياقات الإنسانية بنسبة (8.5%).
11. تصدرت الوقائع الميدانية مسارات البرهنة في الخطاب الإعلامي لكتائب القسام بنسبة (23%)، ثم الشواهد الدينية بنسبة (22.2%) فيما جاء عرض وجهة نظر واحدة بنسبة (22%)، واستخدام الأرقام والإحصائيات بنسبة (14.4%)، وأخيراً عرض وجهتي نظر (12.5%).

6. توصيات الدراسة:

بناء على نتائج الدراسه التحليلية الخاصة بالخطاب الإعلامي لكتائب الشهيد عز الدين القسام، يقدم الباحثان مجموعة من التوصيات، هي:

1. ينبغي الحرص على تنويع الخطاب الإعلامي لكتائب القسام بما يتناسب مع طبيعة كل رسالة، ونوعية الجمهور الذي تستهدفه ورغباته.
2. الاهتمام بشكل خاص بالأطروحات الدينية والإنسانية، نظراً لقدرتهما على التأثير في الجمهور، فالأول ينطلق من منطلقات عقائدية، والثاني يخاطب العاطفة والوجدان، وهو ما يزيد من تأثيرهما، وكذلك الاهتمام بالأطروحات الأمنية والسياسية والاقتصادية؛ نظراً لتكاملهما مع الأطروحات العسكرية في تحقيق الأمن والاستقرار والرخاء بالمجتمع.
3. الموازنة بين خطاب البطولة وخطاب المظلومية، نظراً لما للأخير من تأثير على الرأي العام الدولي.
4. الحرص على التنوع في وظائف الخطاب الإعلامي، وعدم التركيز على وظيفة معينة وإغفال أخرى، والاهتمام أكثر بالوظيفة الدعائية والحرب النفسية خاصة في الخطاب الموجه للاحتلال (الإسرائيلي).
5. ينبغي أن يحرص خطاب القسام على تنوع مسارات البرهنة التي يستخدمها لزيادة مصداقيته وتأثيره وإقناع الجمهور به، خاصة استخدام الشواهد التاريخية، وعرض وجهات النظر المختلفة.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر: بيانات كتائب الشهيد عز الدين القسام وعددها (306) بياننا خضعت للدراسة والتحليل.

ثانياً: الرسائل والكتب والأبحاث:

- أبو الرب، مُحَمَّد. (2008م). كيف يتشكل الواقع في المرئي؟ ثنائية الجزيرة وقطر أنموذجاً. تاريخ الاطلاع: 30مارس 2020م. الموقع: صحيفة الأيام (https://cutt.us/K2ZWS).
- أبو شنب، حمزة. (2017). الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال العدوان على غزة عام 4102 م عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- أبو نصيرة، مُحَمَّد. (2017م). المقاومة الفلسطينية المسلحة وأثرها على نظرية الردع الإسرائيلية، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
- أبو دقة، سناء (2014): البحوث الكمية والنوعية والمزيج المختلطة (pdf). تاريخ الطلاع 2020/10/20، الموقع https://2u.pw/yairh
- أبو عبيد، هبة. (2019م). دور المواقع الإلكترونية العسكرية الفلسطينية في تعزيز ثقافة المقاومة لدى الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- الأغا، عصام. (2021م). اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الخطاب الإعلامي الفلسطيني لقضية صفة القرن، رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- الغانمي، مثنى. (2018م). التلفزيون والحرب: دراسة في اتجاهات الأخبار وتأثيراتها وانعكاساتها. د. ط. دار أمجد للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- امام، إبراهيم. (1985م). أصول الإعلام الإسلامي. د. ط. دار الفكر العربي. القاهرة. مصر.
- بركات، عبد العزيز. (2011). مناهج البحث الإعلامي. ط1. دار الكتاب الحديث. القاهرة. مصر.
- بسناسي، مُحَمَّد. (2017م). الوظيفة التأثيرية في الخطاب الصحفي. مجلة الخطاب (25).
- البسوس، هاني. (2014م). حقيقة صمود المقاومة في غزة. تاريخ الاطلاع: 30مارس 2020م. الموقع: فلسطين أون لاين (https://cutt.us/4Wdnt).
- حامد، مُحَمَّد. (2016م). الكتابة الابداعية من الفكرة الى النشر. د. ط. دار AG للنشر والتوزيع. القاهرة. مصر.

- حسين، سمير. (2006م). بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي. ط2. عالم الكتب. القاهرة. مصر.
- حمدونة، رأفت. (2019م). الهجمة الإسرائيلية على المعتقلين تحتاج لمساندة فلسطينية ودولية. تاريخ الاطلاع: 30مارس 2020م. الموقع: وكالة الصحافة الفلسطينية "صفا" (https://cutt.us/8xEKL).
- الحيارى، ايمان. (2017م). خصائص النص الوصفي. تاريخ الاطلاع: 30مارس 2020م. الموقع: موضوع (https://cutt.us/ym6gi).
- خريس، رامي. (2014م). الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المقاومة الفلسطينية رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- الدلو، جواد. (2005م). اتجاهات الجمهور نحو وسائل الاتصال وأساليبه المختلفة في انتفاضة الأقصى: دراسة ميدانية على عينة من محافظات غزة. مجلة الجامعة الإسلامية، 14(1).
- ربيع، حامد. (1981م). مقدمة في العلوم السلوكية. د. ط. دار الجليل. دمشق. سوريا.
- الربيعي، صلاح. (2015م). استراتيجية حروب التحرير الوطنية. د. ط. مركز الكتاب الأكاديمي. عمان. الأردن.
- زيارة، أمينة. (2016م). الخطاب الصحفي العربي إزاء العوان الإسرائيلي على غزة عام 2014- دراسة تحليلية مقارنة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية-غزة، فلسطين.
- سطور. (2019م). وظائف الوصف في اللغة العربية. تاريخ الاطلاع: 30مارس 2020م. الموقع: سطور (https://cutt.us/9vu2X).
- شاهين، سعيد. (2016). تطور الخطاب الإعلامي الفلسطيني من مرحلة المهادنة إلى مرحلة المواجهة مع الاحتلال الإسرائيلي" قبل وبعد العدوان على غزة 2014". مجلة العلوم الإسلامية. (12).
- طلعت، شاهيناز. (2003م). وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية. ط 1. مكتبة الأنجلو المصرية. مصر.
- عبد الحميد، مُحَمَّد. (2004م). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط2. عالم الكتب. القاهرة. مصر.
- عبد المقصود، هاشم. (2012م). دراسات في تحليل الخطاب. ط 1. دار العالم العربي. القاهرة. مصر.
- عوض الله، أحمد. (2014م). الاطر الخبرية للعدوان على غزة عام 2012م في مواقع الفضائيات الاجنبية الإلكترونية باللغة العربية، رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- الفلاحي، حسين. (2014م). الإعلام التقليدي والإعلام الجديد: دراسات وصور في مظاهر من الإعلام.

ط 1. دار غيداء للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.

- القاضي، باسل. (2020م). الخطاب الصحفي العربي نحو التطبيع مع (اسرائيل) في مواقع الفضائيات الإخبارية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- مكاوي، حسن والسيد، ليلى. (2009م). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط 6. الدار المصرية اللبنانية. القاهرة. مصر.
- محسن، ماهيناز. (2009م). علاقة أساليب توظيف اللغة بأطر تقديم الأحداث داخل التقارير الإخبارية: دراسة تطبيقية على الحرب الإسرائيلية على غزة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. جامعة القاهرة. العدد (33).
- نعيم، هدى (2017م). الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- الهمص، مُحَمَّد. (2018م). الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو انتفاضة القدس، رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- هنية، معاذ. (2019م). الخطاب الإعلامي الإسرائيلي في شبكات التواصل الاجتماعي باللغة العربية تجاه قضية القدس، رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- اليازوري، انس. (2015م). الخطاب الإعلامي للمقاومة الفلسطينية في قطاع غزة خلال عدوان 2012 في ميزان القانون الدولي الإنساني، رسالة ماجستير غير منشورة. أكاديمية الإدارة والسياسية، غزة، فلسطين.

ثالثاً: المقابلات:

- إبراهيم حبيب – المختص في الشئون الأمنية، قابله: أحمد القرا (5 مارس 2020م).
- أبو عبيدة، الناطق باسم كتائب الشهيد عز الدين القسام الذراع العسكري لحركة المقاومة الإسلامية حماس، قابله: أحمد القرا (20 يوليو 2019م).
- أحمد أبو السعيد – أستاذ مشارك بكلية الإعلام بجامعة الأقصى، قابله: أحمد القرا (8 مارس 2020).
- أياد القرا– كاتب ومحلل سياسي فلسطيني قابله: أحمد القرا (10 مارس 2020م).
- حيدر المصدر – كاتب وباحث في الدعاية الإعلامية، قابله: أحمد القرا (13 مارس 2020م).
- طلال أبو ظريفة – عضو المكتب السياسي للجبهة الديمقراطية، قابله: أحمد القرا (1 مارس 2020م).
- عبد العزيز أبو عليان – المختص بالقضايا الأمنية، قابله: أحمد القرا (5 مارس 2020م).
- عدنان أبو عامر، أستاذ العلوم السياسية والإعلام في جامعة الأمة للتعليم المفتوح. قابله: أحمد القرا (2 مارس 2020م).