مجلة روافد
للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية
المجلد 09 (01) جوان 2025 ص ص 271-289

الظاهر والمضمر في رسائل الإعلام العسكري خلال معركة طوفان الأقصى

دراسة تحليلية لملصقات منشورة عبر حساب كتائب القسام في تطبيق تلجرام من 7 أكتوبر 2023 إلى 6 أكتوبر 2024

The apparent and the implicit in the messages of the military media during the Battle of the Flood of Al-Aqsa

An analytical study of posters published via Al-Qassam Brigades account on Telegram from October 7, 2023 to October 6, 2024

خالد لرارة*

كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر3 (الجزائر)

البريد الالكتروني المهني: larara.khaled@univ-alger3.dz

تاريخ الإيداع	تاريخ القبول	تاريخ النشر
2024/12/02	2025/05/15	2025/06/01

الملخص: يهدف هذا البحث إلى التعرف على الدلالات الظاهرة والمضمرة للرسائل النصية والبصرية للملصقات الدعائية المنشورة عبر حساب كتائب القسام في تلجرام خلال سنة من معركة طوفان الأقصى؛ وقد استخدم المنهج المسحي التحليلي وتطبيق أداة التحليل السيميولوجي وفق مقاربة رولان بارث لتحليل المستويات اللسانية والبصرية للملصقات. تم التركيز على العينة العشوائية المنتظمة واختيار 10 % من مجتمع البحث الكلي المقدر ب 67 ملصقا إعلاميا.

وقد تم التوصل إلى النتائج التالية: إن المستوى الألسني للملصقات أبان عن دلالات ذات قيم مختلفة، أبرزها القيم الدينية التي تعتبرها المقاومة قاعدة الكفاح والقتال ضد العدو. أما المستوى البصري للملصقات الدعائية تم التركيز فيه على أشكال وصور ذات بعد ترهيبي وتخويفي للعدو.

الكلمات المفتاحية: *الإعلام العسكري؛ طوفان الأقصى؛ التحليل السيميولوجي؛ تلجرام.*

Abstract: This research aims to identify the apparent and implicit connotations of the textual and visual messages of the propaganda posters published via the Al-Qassam Brigades account on Telegram during the year of the Battle of the Flood of Al-Aqsa; The analytical survey method and the application of the semiological analysis tool were used according to Roland Barthes' approach to analyze the linguistic and visual levels of the

* **المؤلف المرسل**

posters. The focus was on the regular random sample and the selection of 10% of the total research community estimated at 67 media posters.

The following results were reached: The linguistic level of the posters revealed connotations with different values, most notably the religious values that the resistance considers the basis of struggle and combat against the enemy. As for the visual level of the propaganda posters, the focus was on shapes and images with a terrifying and frightening dimension for the enemy.

Keywords: *Military media; Al-Aqsa flood; Semiological analysis; Telegram.*

مقدمة:

لا تكاد أية أزمة أو بؤرة حرب في العالم إلا وتكون وسائل الإعلام بمختلف أشكالها حاضرة لتغطية مجرياتها؛ وهذا بهدف إحاطة الجمهور بحيثياتها وتطوراتها بشكل دوري، وجعله يعيش المشاهد بكل تفاصيله. إننا نشاهد الصحافي يهرع مسرعا إلى حي سكني قصف وهو يرتدي أشياء تحاكي ما يرتديه الجندي (صدريات واقية من الرصاص، خوذة...) ويحمل معدات تصويرية لتوثيق الحدث؛ إنه يسعى إلى نقل الخبر وقت وقوعه. ولا يتوقف الإعلام العسكري عند توثيق المعارك فقط بل إنه يحلل ويستقرئ الأوضاع المحيطة بالحدث العسكري، لتعريف الجمهور أكثر بمسببات الصراع وأطرافه.

ولا يقتصر عمل الإعلام العسكري على توصيل رسائله عبر وسائل الاتصال الجماهيري فقط، بل إن نجاعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في نشر الرسالة الإعلامية على نطاق واسع وفي زمن قصير جدا دفعته لاستخدام وسائط الاتصال الجديدة وشبكة الانترنت، لمخاطبة الجماهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ الأمر الذي لوحظ بشكل لافت للانتباه خلال الحرب على غزة، أو كما تسمى معركة طوفان الأقصى منذ بدايتها في 7 أكتوبر 2023.

لقد أسست فصائل المقاومة الفلسطينية إلى جانب أذرعها العسكرية خلال معركة طوفان الأقصى منابر إعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي، أبرزها كتائب القسام التي اتخذت من تطبيق تلجرام منصة إعلامية توثق من خلالها العمليات العسكرية التي يقودها مقاتلوها في ميدان المعركة ضد العدو. فأصبحنا نشاهد الكاميرا تصاحب البندقية في

المعركة، في صورة توحي بأن الإعلام العسكري لا يقل شأنا عن القتال العسكري في الحروب، بل أضحى من مقتضيات قوام المعركة والفوز بها؛ فالرسالة الإعلامية تخترق العقول والأفئدة كما تخترق الرصاصة الجسد.

الدراسات السابقة:

- دراسة هناء عكاشة بعنوان: "خطابات المؤثرين السياسيين العرب عبر وسائل التواصل الاجتماعي حول حرب طوفان الأقصى" (عكاشة، 2024، الصفحات 241-314).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على خطابات المؤثرين السياسيين العرب عبر وسائل التواصل الاجتماعي حول حرب طوفان الأقصى ومرتكزاتها، ومعرفة طبيعة الرموز ودلالتها المختلفة والآليات الخطابية المستخدمة. حيث تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، وقد استخدمت منهج المسح، واعتمدت على عينة قوامها أربع (4) من الشخصيات السياسية العربية المهتمة كثيرا بمعالجة حرب طوفان الأقصى وهم: (اللواء فايز الدويري، رحمة زين، مصطفى الجعفراوي وعبد الباري عطوان). خلال الفترة الزمنية الممتدة من بداية الحرب في 7 أكتوبر 2023 إلى 2 مارس 2024. واستندت الدراسة على استمارة تحليل الخطاب. ومن أهم نتائجها: اتفقت خطابات عينة الدراسة على الوقوف بجانب المقاومة الوطنية الفلسطينية ودعمها؛ اختلاف أساليب معالجة القضية، حيث نوعت رحمة زين في خطابها باستخدام الصور والفيديوهات، في حين أن البقية فضلوا أسلوب الحديث المباشر في عرض المعلومات والبيانات. واقتصر حسابي الدويري وعطوان على الأساليب العقلية في عرض المعلومات للجمهور، فيما مزج الجعفراوي وزين بين الاستمالات العقلانية والعاطفية.

- دراسة جمال العيفة بعنوان: "الاستراتيجية الإعلامية للمقاومة الفلسطينية في معركة طوفان الأقصى: توظيف لغة الصورة لتأكيد السردية الفلسطينية" (العيفة، 2024، الصفحات 397-409).

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل الاستراتيجية الإعلامية للمقاومة الفلسطينية خلال معركة طوفان الأقصى، وقد اعتمد الباحث على المنهج التحليلي، حيث أخضع من خلاله

الدعائم الإعلامية المستخدمة في الاستراتيجية الإعلامية للمقاومة للتحليل والشرح. وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: استغلال الكاميرا بشكل لافت لالتقاط مشاهد الالتحام في مختلف خطوط التماس مع الجنود والآليات الصهيونية المتوغلة في قطاع غزة؛ وكذا المزاوجة بين استخدام سلاح الكاميرا والسلاح الحربي بغرض توثيق المشاهد؛ وأهمها أن الاستراتيجية الإعلامية أكسبت خطاب المقاومة مصداقية لدى العدو قبل الصديق.

إشكالية الدراسة:

زاد اهتمام كتائب القسام باستخدام منصة تلجرام منذ بداية معركة طوفان الأقصى في 7 أكتوبر 2023، إذ يبرز توظيفه في نشر الأخبار والمعلومات المتعلقة بنشاط مقاتليها على أرض الميدان بشكل مستمر ويومي. ولم يرتكز النشاط الإعلامي العسكري للقسام في تصوير مشاهد الجنود وهم يهمون بقصف مدرعات العدو أو قنص جنوده فقط، بل إن هناك رسائل مضمرة يريد ايصالها إلى الرأي العام المحلي والعالمي؛ إنها رسائل تخفي بين ثناياها دلالات نصية وسيميولوجية توحي بعمق معركة طوفان الأقصى، والقضية الفلسطينية على العموم. بالإضافة إلى الفيديوهات والأخبار التي تبثها كتائب القسام عبر حسابها عبر تلجرام -وعلى مدار سنة كاملة من الحرب على غزة- تم نشر قرابة 67 ملصقا دعائيا، يتناول كل واحد منها محطة بارزة من محطات هذه الحرب؛ غير أنها توحي بدلالات سيميولوجية تدفعنا إلى تدارسها وتحليلها تحليلا علميا بغية استنطاق ما تضمره من معاني نصية بلاغية ودلالات بصرية؛ وعلى ضوء ما سبق ذكره تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على السؤال الرئيس الآتي:

ما هي دلالات الرسائل النصية والبصرية للملصقات الدعائية المنشورة عبر حساب كتائب القسام في تلجرام خلال سنة من معركة طوفان الأقصى؟

التساؤلات الفرعية:

- ماذا نقصد بالإعلام العسكري؟
- ما هي التضمينات النصية والبلاغية للمستوى اللساني للملصقات الدعائية؟
- فيما تكمن التضمينات البصرية والمورفولوجية للملصقات الدعائية؟

صياغة الفرضيات:

الفرضية الأولى: يعكس المستوى اللساني والنصي للملصقات الدعائية دلالات ذات قيم اجتماعية ودينية وسياسية.

الفرضية الثانية: يحمل المستوى البصري للملصقات الدعائية أشكالا وصورا ذات بعد ترهيبي وتخويفي للعدو.

أهمية الدراسة:

تساعد هذه الدراسة على فهم الرسائل المضمرة في الدعائم الإعلامية البصرية، بفضل التحليل السميولوجي لها، والذي يقدم تفسيرات وشروحات للظاهرة الاتصالية المدروسة؛ كما تعكس أهمية هذه الدراسة الدور البالغة لجانب معين من البحوث الاتصالية والإعلامية المتعلقة بتحليل الصور البصرية الثابتة وفقا لمقاربات سيميولوجية ظلت لعقود من الزمن السبيل الصحيح لتفسير مكنونات الرسائل الإعلامية البصرية. كما أن هذه الدراسة تستمد أهميتها من ارتقاء قضية معركة طوفان الأقصى إلى مراتب متقدمة ضمن أجندات وسائل الإعلام العربية والعالمية.

أهداف الدراسة:

- تسليط الضوء على الإعلام العسكري كأحد أبرز أنواع الإعلام المتخصص أثناء الحروب؛
- إظهار الدلالات النصية والخطابية للملصقات الدعائية المنشورة في حساب كتائب القسام عبر تلجرام؛

- إظهار الدلالات المرئية لصور الملصقات الدعائية المنشورة في حساب كتائب القسام عبر تلجرام؛
- استنطاق الملصقات الدعائية من خلال التعرف على أهم القيم التي حملتها على مدار سنة من المعركة.

المنهج المستخدم وأدواته:

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات المسحية المتبعة بكثرة في بحوث العلوم الاجتماعية والإنسانية؛ وبما أن هذه الدراسة تسعى إلى تحديد مكنونات الرسائل الإعلامية والاتصالية للملصقات الدعائية المنشورة عبر حساب كتائب القسام في تلجرام، فإنها ستعتمد على أداة التحليل السيميولوجي والتي تعنى بدراسة الأنظمة الدلالية والرمزية التي تستخدم في دعائم الاتصال؛ حيث ستطبق في هذه الدراسة المقاربة السيميولوجية لدى رولان بارث، وهي تعد من أكثر الأساليب تأثيرا في دراسة وتحليل الرموز والصور والنصوص. ويعقد بارث في مقاربته العلاقة بين الدال (الشكل المادي للعلامة مثل الكلمة، الصورة...) والمدلول (المفهوم أو الفكرة المرتبطة بالدال) والمعنى (العلاقة بين الدال والمدلول). وستركز هذه الدراسة على مستويين اثنين من التحليل:

المستوى الأول: التحليل الدلالي **Denotative Analysis**: المعنى الحرفي للعلامة؛

المستوى الثاني: التحليل الإيحائي **Connotative Analysis** المعنى الضمني للعلامة؛

مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في كل الملصقات الدعائية التي نشرها الإعلام العسكري لكتائب القسام عبر حسابها في تلجرام منذ 7 أكتوبر 2023 إلى 6 أكتوبر 2024، وعددها 67 ملصقا إعلاميا؛ ونظرا لاستحالة تحليلها كلها سيتم العمل بنظام العينة العشوائية المنتظمة، من خلال اختيار المفردات بمسافة ثابتة مما يجعل لكل عنصر فرصة متساوية ليكون جزءا من العينة:

حجم مجتمع البحث الكلي للدراسة: 67 ملصقا دعائيا؛

حجم العينة المختارة: 10 من مجتمع البحث الكلي، وبالتالي عدد مفردات العينة في حدود 6 ملصقات داعائية هي محور التحليل السيميولوجي؛

تحديد المسافة الفاصلة بين مفردات العينة: D=p/p1، حيث أن p هو عدد مفردات مجتمع البحث الكلي؛ و p1 هو عدد مفردات العينة المختارة، وبالتالي:D=67/6 =11

إذن فالمسافة الفاصلة بين مفردة وأخرى هي: 11؛ وعليه فإن الملصقات الدعائية التي ستخضع للتحليل السيميولوجي هي: 6 ، 17 ، 28 ، 39 ، 50 ، 61.

الجدول رقم 01: الترتيب الزمني لكل الملصقات المنشورة عبر حساب كتائب القسام في تلجرام في الفترة ما بين 7 أكتوبر 2023 إلى غاية 6 أكتوبر 2024.

رقم الملصق	تاريخ نشره	رقم الملصق	تاريخ نشره	رقم الملصق	تاريخ نشره	رقم الملصق	تاريخ نشره
1	2023/10/8	18	2023/12/16	35	2024/4/24	52	2024/8/4
2	2023/10/9	19	2023/12/16	36	2024/4/25	53	2024/8/6
3	2023/10/10	20	2023/12/18	37	2024/4/29	54	2024/8/11
4	2023/10/12	21	2023/12/24	38	2024/5/4	55	2024/8/12
5	2023/10/14	22	2023/12/27	39	2024/5/10	56	2024/8/15
6	2023/10/15	23	2024/1/6	40	2024/5/24	57	2024/8/19
7	2023/10/31	24	2024/1/8	41	2024/5/25	58	2024/8/20
8	2023/10/31	25	2024/1/26	42	2024/5/26	59	2024/8/21
9	2023/11/6	26	2024/2/7	43	2024/6/1	60	2024/9/2
10	2023/11/13	27	2024/2/14	44	2024/6/15	61	2024/9/4
11	2023/11/14	28	2024/2/24	45	2024/7/2	62	2024/9/5
12	2023/11/18	29	2024/3/10	46	2024/7/10	63	2024/9/7
13	2023/12/4	30	2023/4/7	47	2024/7/19	64	2024/9/16
14	2023/12/12	31	2024/4/12	48	2024/7/19	65	2024/9/21
15	2023/12/14	32	2024/4/18	49	2024/7/24	66	2024/9/22
16	2023/12/16	33	2024/4/22	50	2024/7/26	67	2024/9/25
17	2023/12/16	34	2024/4/23	51	2024/7/26		

المصدر: صممه الباحث بالاعتماد على تصفحه اليومي لحساب كتائب القسام في تلجرام

يبين الجدول السابق التسلسل الزمني لكل الملصقات المنشورة عبر تلجرام خلال عام من معركة طوفان الأقصى، وهي المجتمع الكلي للدراسة، وتظهر خانات مضللة باللون الرمادي وهي مفردات العينة المختارة عبر نظام العينة العشوائية المنظمة، والتي ستخضع للتحليل السيميولوجي وفق مقاربة رولان بارث.

1.مفاهيم نظرية

1.1 الإعلام العسكري:

يصاحب مفهوم الإعلام العسكري في العديد من الأدبيات العربية مفهوم الإعلام الحربي كمترادفين ومتلازمين، وعليه فإن الإعلام العسكري يمكن أن يشير إلى الإعلام الحربي والعكس صحيح. يعرف بأنه الإعلام الذي يمثل أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور الداخلي والخارجي بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القوات المسلحة، من أجل تكوين رأي عام لدى الجمهور حول مستويات كفاءة وقدرات هذه القوات، وفي نفس الوقت مواجهة الإعلام العسكري المعادي (عبد الفتاح، دون سنة، صفحة 17).

2.1 المقاومة الفلسطينية:

تُقَدم المقاومة الفلسطينية في إطار المواجهة العربية للغزو الصهيوني على أرض فلسطين، فقد بدأت هذه المقاومة منذ أكثر من خمسة وسبعين (75) عاما. وتبرز المقاومة الفلسطينية وفقا لمعيارين: الأول المعيار الزمني الذي يشير إلى المراحل التاريخية للمقاومة (مرحلة ما بين 1948 و1956 أو بين حربي 1956 و1967، أوبين حربي 1967 و1973 ... وصولا إلى يومنا هذا)؛ أما المعيار الثاني فيقتصر على المعيار المكاني الذي يشير إلى الرقعة الجغرافية للأراضي الفلسطينية: كالمقاومة في الضفة أو الجليل المحتل أو قطاع غزة أو في كامل فلسطين بصفة عامة منذ عام 1948 (الأزعر، 1991، الصفحات 7-8).

3.1 طوفان الأقصى:

يقصد به العملية العسكرية التي نفذتها المقاومة الفلسطينية في قطاع غزة بقيادة حركة المقاومة الإسلامية "حماس" في السابع من أكتوبر عام 2023، والتي هاجمت فيها مقرات للجيش الصهيوني مرفقة بقصف صاروخي ومدفعي لعدد من المستوطنات والمدن الصهيونية في غلاف غزة، وداخل عمق فلسطين المحتلة (محمود، 2024، صفحة 1).

4.1 الملصق الإعلامي:

يعرف الملصق على أنه عبارة عن وسيلة فكرية تعبر عن فكرة أو موضوع معين بالصور والرسوم وكتابة الكلمات المناسبة، وهي وسائل فعالة للاتصال بالجماهير والتأثير فيها (بدوي، 1985). كما أنه مطبوع يصمم من أجل أن يفهم من نظرة سريعة، وهو يجمع بين مؤثرات بصرية مباشرة ذات مقدرة على منافسة المحيط المشوش بصريا (العزاوي، 1974، صفحة 4).

5.1 تلجرام:

يقصد به تطبيق مراسلة قائم على السحابة، أسسه رجلي الأعمال الروسيين بافيل ونيكولاي دوروف سنة 2013؛ إذ يمكن لمستخدمي تلجرام تبادل الرسائل النصية وإجراء مكالمات صوتية ومشاركة الملفات والانضمام إلى مجموعات تضم ما يصل إلى 200000 عضو، والاشتراك في قنوات البث العامة (Meg, 2024).

2. التحليل السيميولوجي للملصقات الدعائية

1.2 تحليل الملصق رقم 6



الشكل رقم (01): *الملصق رقم 6*

المصدر: نشر عبر حساب كتائب القسام في تلجرام بتاريخ: 2023/10/15

1.1.2 المستوى الأول: التحليل الدلالي

نشر هذا الملصق بتاريخ: 2023/10/15، وهو يظهر رئيس وزراء الكيان الإسرائيلي يرتدي زيا رسميا وسط بركة من الدماء تتوسط جسمه داخل غرفة ويداه تلامسان الدماء وقميصه مخضب بالأحمر، ورأسه منحني إلى الأسفل قليلا وعيناه مغمضتان، وخلفه أفراد من حكومته أو شعبه يلبسون أزياء رسمية مخضبة بالأحمر هي كذلك. كما أن الصورة مرفقة بنص مكتوب باللغة العربية ببنط غليظ أبيض، محتواه "مجرم حرب"، وترجمة للنص باللغة الإنجليزية واللغة العبرية.

2.1.2 المستوى الثاني: التحليل الإيحائي

تشير حالة نتانياهو وهو وسط بركة من اللون الأحمر إلى ضلوعه في قتل الناس العزل دون وجه حق، وأنه ملطخ بدماء الأبرياء هو وحكومته التي تقود حربا شعواء على سكان قطاع غزة منذ بداية العدوان في 7 أكتوبر 2023، إذ بلغ عدد الضحايا لليوم 360

من العدوان أكثر من 42000 شهيدا وقرابة 100000 مصابا؛ كما أن وضعية رأسه وعينيه المغمضتين تشيران إلى حالة من التفكير المستمر والعميق في الكيفيات اللازمة لإبادة شعب بأكمله. كما نلاحظ أن المضمون الخفي والمعلن أراد الإعلام العسكري للمقاومة أن يوصله بثلاث لغات حتى يتسنى للجميع فهمه بكل وضوح.

2.2 **تحليل الملصق رقم** 17



الشكل رقم (02): الملصق رقم 17

المصدر: نشر عبر حساب كتائب القسام في تلجرام بتاريخ: 2023/12/16

1.2.2 المستوى الأول: التحليل الدلالي

نشر الإعلام العسكري لكتائب القسام هذا الملصق عبر تلجرام بتاريخ 2023/12/16، حيث ينقسم إلى شقين: القسم العلوي يحتوي على صورة جندي مقاتل بزي عسكري يحمل العلم الفلسطيني، منبطحا على الأرض وهو ينظر من خلف كاميرا. أما القسم الثاني وهو الأكبر في الصورة يظهر آلة كاميرا في شكل سلاح رشاش وأظرفة الطلقات النارية متناثرة كلها على خلفية تمزج بين رموز مختلفة على سبيل المثال: آثار عجلات المركبات القتالية، دخان الانفجارات، شكل مثلث... وهناك عباراتان إحداهما باللون الأبيض "جهز الكاميرا.." والعبارة الثانية ببنط كبير وبلون يماثل لون اللباس العسكري "ثم قاتل".

2.2.2 المستوى الثاني: التحليل الإيحائي

يمزج هذا الملصق بين عنصرين مهمين في هذه الحرب، "السلاح والكاميرا"؛ في دلالة ضمنية تشير إلى الأهمية البالغة لاستخدام الكاميرا في توثيق وتصوير أحداث الحرب، إلى درجة أصبحت شريكة السلاح الرشاش في إدارة المعركة. كما أن مقاتلي القسام يجهزون إلى جانب معداتهم الحربية للقيام بعملية عسكرية ضد جنود وآليات العدو الإسرائيلي، آلات الكاميرا لتصوير المشاهد من أرض الميدان. وهذا ما نلاحظه من خلال الفيديوهات التي تنشر عبر تلجرام، كيف يتم تصوير مقاطع بالصوت والصورة لمقاتلي القسام وهم ينصبون الكمائن أو يفجرون المدرعات أو يقنصون جنود العدو، أو حتى توثيق الرشقات الصاروخية باتجاه غلاف غزة أو المدن المحتلة.

3.2 تحليل الملصق رقم (28)



المصدر: نشر عبر حساب كتائب القسام في تلجرام بتاريخ: 2024/2/24

1.3.2 المستوى الأول: التحليل الدلالي

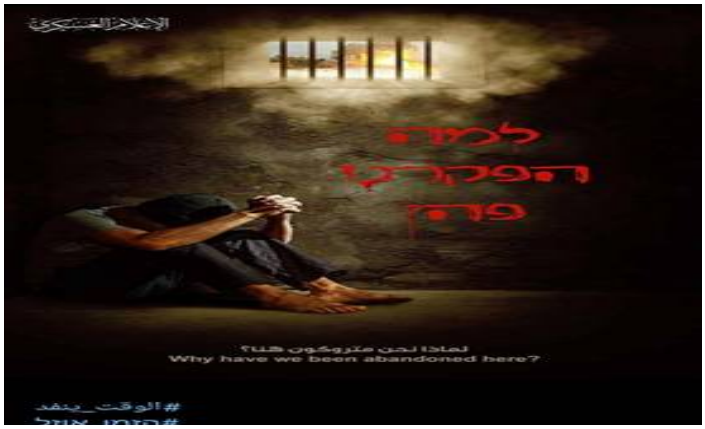
تم نشر هذا الملصق على تلجرام يوم 2024/2/24، يظهر من خلاله جندي مقاتل من كتائب القسام وهو منبطح على أرض ذات عشب مخضر بزيه العسكري المموه، ينظر من خلال عدسة سلاح قنص موجه نحو الهدف، وهو بين أرقام العدد 57 مكتوب وسط الصورة بحجم كبير جدا وبشكل حجر الرخام، وخلفه وميض انفجار أصفر ودخان أسود يعلو

في السماء. في أعلى الصورة عبارتين، الأولى مكتوبة باللون الأصفر "مقبل لم يتردد"، والعبارة الثانية مكتوبة ببنط بارز باللون الأبيض "كبر الله وسدد". أما في أسفل الملصق وعلى خلفية سوداء إدرجت إحصائيات تتمثل في "57 مهمة نفذها سلاح القنص، 34 ببندقية الغول القسامية"؛ وأسفل يسار الملصق يظهر شعار معركة طوفان الأقصى، تحته عبارة الإعلام العسكري.

2.3.2 المستوى الثاني: التحليل الإيحائي

يبدو أن المغزى العام لهذا الملصق يدور حول إبراز عمليات قنص جنود الاحتلال الإسرائيلي والتي بلغت 57 مهمة ناجحة، منها 34 عملية منفذة بقناصة "الغول" التي طورها مهندسو كتائب القسام. إنه ورغم حالة الدمار واللاتكافؤ في قوام المعركة بين المقاومة الفلسطينية والعدو الإسرائيلي إلا أن جنود المقاومة استطاعوا تنفيذ عديد عمليات القنص في حق جنود العدو وأصابوهم إصابات بالغة وقاتلة، وبأسلحة طورها مقاتلوا القسام. كما أن هذه العمليات قادها المقاتلون بكل حزم وجدية ودون تردد، متوكلين على الله، ودعواتهم إليه بسداد رميهم في إصابة أفراد العدو.

4.2 تحليل الملصق رقم (39)



الشكل رقم (04): الملصق رقم 39

المصدر: نشر عبر حساب كتائب القسام في تلجرام بتاريخ: 2024/5/10

1.4.2 المستوى الأول: التحليل الدلالي

نشر الإعلام العسكري لكتائب القسام هذا الملصق في تلجرام بتاريخ 2024/5/10. ويظهر أسير جالس على الأرض داخل زنزانة مظلمة، مطأطأ الرأس بين ذراعيه، ويداه متشابكة الأصابع، حافي القدمين. في أعلى جدار الزنزانة نافذة صغيرة مفتوحة بها قضبان حديدية، يدخل من خلالها دخان الانفجارات التي تعلو نيرانها في الفضاء. أما فيما يخص الجانب اللساني فيحتوي على أربع نصوص: في أعلى اليسار عبارة "الإعلام العسكري"؛ في أعلى اليمين بالقرب من وسط الصورة عبارة مكتوبة باللغة العبرية بشكل بارز عن النصوص الأخرى وباللون الأحمر يبدو أنها ترجمة للنص المكتوب في متوسط الصورة باللغة العربية والانجليزية ويحمل عبارة "لماذا نحن متروكون هنا؟"؛ أما في أسفل يسار الصورة مكتوب باللون الأزرق عبارات "هاشتاغ الوقت بنفذ، وهاشتاغ حكومتكم تكذب" وكلتا العبارتان مترجمتان باللغة العبرية.

2.4.2 المستوى الثاني: التحليل الإيحائي

إن الفكرة العامة لهذا الملصق تشير إلى ملف أسرى جنود قوات العدو لدى المقاومة، ففي هذه الفترة كثر الكلام حول تبادل الأسرى بين الطرفين وفقا لشروط معينة؛ كما شهدت مقتل عديد الأسرى الإسرائيليين جراء قصف المباني التي كانوا محتجزين بداخلها، وتملص حكومة العدو من ارتكاب عمليات قتل في حق جنودها المأسورين لدى كتائب المقاومة. توحي صورة الملصق بأن الحكومة الاسرائيلية تركت جنودها الأسرى حبيسي زنزانات الأسر، وأنها لا تولي أهمية في استرجاعهم أو فتح طريق التفاهم لتبادلهم بأسرى المقاومة لديهم. وهذا الأمر دفع بأسر أولئك الجنود إلى الاحتجاج في المدن ضد الحكومة. وأن هذا الملصق يخاطب أهالي الجنود الإسرائيليين أسرى المعارك بلغتهم العبرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تصل من خلالها الرسائل إلى جماهير كبيرة. وبالتالي مخاطبة الرأي العام

داخل الكيان الإسرائيلي وخارجه. فهم يتساءلون عن نية حكومتهم في إيلاء الأهمية لوضعيتهم وفتح ملف تبادلهم مع أسرى المقاومة الفلسطينية في السجون الإسرائيلية.

5.2 تحليل الملصق رقم (50)



الشكل رقم (05): الملصق رقم 50

المصدر: نشر عبر حساب كتائب القسام في تلجرام بتاريخ: 2024/7/26

1.5.2 المستوى الأول: التحليل الدلالي

نشر هذا الملصق بتاريخ 2024/7/26، وهو يبرز جندي العدو الإسرائيلي يضع رشاشه وراء ظهره وهو واقف وسط مركز كماشة كبيرة ذات أسنان شوكية مخضبة باللون الأحمر تكاد تنقض عليه. وفوق رأسه مثلث أحمر موجه إليه. كما يبدو أن وسط الكماشة هو عبارة عن ساعة طقم لباس كلاسيكي متصلة بسلسلة، وسط أرض مسيجة بسياج مفتوح في جزء منه، وينتشر وسطها غبار التراب وخلفية قاتمة. يعلو الملصق على اليسار عبارة "الإعلام العسكري"، ونص آخر من أربعة أسطر مكتوب ببنط بارز مقطع من كلمة الناطق العسكري باسم كتائب القسام أبو عبيدة ألقاها بتاريخ 7 جويلية 2024.

2.5.2 المستوى الثاني: التحليل الإيحائي

يرسل هذا الملصق رسالة تضمينية توحي بأن أرض قطاع غزة هي بمثابة كماشة قاتلة لجنود العدو، في كل الأوقات وفي كل الظروف، ومتى وطأت أقدامهم هذه الأرض،

فمآلهم إلى فم هذه الكماشة التي تعكس القنابل المزروعة على جنبات الطرق والتي ستنفجر من تحت أقدام جنود العدو فترديهم قتلى أو مبتوري الأعضاء. ومن جانب آخر يوحي المثلث الأحمر بأن جنود العدو هم في مرمى نيران قناصي المقاومة، وبالتالي فهم غير آمنين لا من رصاص القناصين ولا من القنابل المزروعة تحت أرجلهم. فرغم الدمار والخراب الذي ألحقته قوات العدو بالقطاع إلا أن مقاتلي المقاومة جعلوا من أرض غزة مقبرة للغزاة، وهذا ردا على الجرائم الممنهجة التي قام بها العدو في مناطق متفرقة من الأراضي الفلسطينية. كما تشير خلفية الصورة إلى حالة متردية من الدمار والخراب الذي طال قطاع غزة.

6.2 تحليل الملصق رقم (61)



الشكل رقم (06): الملصق رقم 61

المصدر: نشر عبر حساب كتائب القسام في تلجرام بتاريخ: 2024/9/4

1.6.2 المستوى الأول: التحليل الدلالي

نشر الإعلام العسكري لكتائب القسام هذا الملصق عبر حسابها في تلجرام بتاريخ 2024/9/4؛ يظهر الملصق بخلفية قاتمة، بشكل يشبه ساعة حائطية، أرقامها عبارة عن رصاص وقذائف صاروخية موجهة نحو جثة مكفنة بغطاء أسود وملفوفة بحبل، وسط بقعة

كبيرة حمراء اللون. تعلو الملصق بقعة حمراء داكنة تسيل إلى الأسفل، وعبارة مكتوبة باللغة العربية بخط بارز أبيض اللون "الوقت ينفذ"، تحتها مباشرة ترجمة لها باللغة الإنجليزية، وبجانبي الجثة ترجمة للعبارة باللغة العبرية مكتوبة بخط بارز أحمر اللون. وفي أعلى اليسار عبارة الإعلام العسكري.

2.6.2 المستوى الثاني: التحليل الإيحائي

يرسل هذا الملصق إلى الرأي العام انطباعا بحالة من الخوف والرعب، وبأن الوقت عامل مهم في الرد على مجازر العدو بحق سكان قطاع غزة. وأن جنود العدو هم في مرمى نيران جنود المقاومة طيلة اليوم، وأنهم يسقطون قتلى أو جرحى في كل ساعة وحين. وتحمل عبارة "الوقت ينفذ" إيحاء بأهمية عامل الزمن في إدارة المعركة لاسيما إسقاط جنود العدو قتلى أو حتى عمليات تفجير عربات ودبابات الكيان الصهيوني، ففي الكثير من الأحيان نشاهد فيديوهات توثق اتخاذ أفراد المقاومة عامل الزمن في الحسبان لتنفيذ هجماتهم على دبابات الميركافا سواء عن طريق قذائف الياسين أو العبوات الناسفة من المسافة صفر، أو باستخدام قنابل مضادة للدروع يتم زرعها في الطرق وتفجيرها عن بعد.

3. خاتمة:

لقد تناولت هذه الدراسة موضوع الدلالات السيميولوجية للرسائل الإعلامية للإعلام العسكري لكتائب القسام، من خلال التحليل السيميولوجي للملصقات الدعائية المنشورة على حسابها في تلجرام، على مدار سنة من معركة طوفان الأقصى، والتي بلغ عددها 67 ملصقا؛ حيث تم استخدام مقاربة الباحث الفرنسي رولان بارث مع التركيز على ثلاث مستويات: المستوى الدلالي، المستوى الإيحائي والمستوى الأسطوري.

وقد أظهرت عملية التحليل السيميولوجي للملصقات عينة الدراسة عدة نتائج، إما على المستوى الدلالي أو المستوى الإيحائي والمستوى الأسطوري، للسياق النصي والبصري،

وباعتبار أن هذه الدراسة صاغت فرضيات كان الهدف الوصول إلى إثباتها أو نفيها، فإنه قد تبين ما يلي:

بخصوص الفرضية الأولى لهذه الدراسة، فإن المستوى اللساني والنصي للملصقات أبان عن دلالات ذات قيم مختلفة، أبرزها القيم الدينية التي تعتبرها المقاومة قاعدة الكفاح والقتال ضد العدو. وأن القضية هي قضية عقائدية قبل أن تكون سياسية أو حربية. كما يحمل السياق النصي دلالات ذات قيم سياسية تظهر من خلال الرسائل الموجهة إلى الرأي العام الداخلي في الكيان الإسرائيلي حكومة وشعبا، ومن جهة أخرى رسائل موجهة إلى الداخل الفلسطيني والرأي العام العربي والعالمي، وبلغات يفهمها الجميع، بهدف إيصال صورة حقيقية عن إدارة المعارك في ميدان قطاع غزة رغم عدم التطافؤ في موازين القوى.

فيما يتعلق **بالفرضية الثانية**، فإن المستوى البصري للملصقات الدعائية تم التركيز فيه على أشكال وصور ذات بعد ترهيبي وتخويفي للعدو؛ ويظهر هذا جليا من خلال استخدام الألوان الداكنة في الخلفيات (أسود قاتم، رمادي كثيف، أحمر فاقع...) في دلالة عن المشهد السودوي والقاتم الذي يعم أرجاء قطاع غزة نتيجة المعارك المستمرة وآثار القصف الذي تتعرض له المباني. كما أنه تم استخدام صور بشكل حاد ومخيف (صورة نتانياهو وسط بركة من الدماء، أو صورة الجندي وسط كماشة ذات أسنان حادة وحمراء، وجثة ملفوفة بغطاء أسود وسط بقعة كبيرة من الدماء...) فهي كلها مشاهد تبعث في نفوس أفراد العدو الخوف والفزع، وتربك صفوف جنوده، وتبعث الشك في أوساط جماهيره.

وإضافة إلى النتائج المرتبطة بالفرضيات السابقة، فإنه يمكن ذكر استنتاجات أخرى جاءت في خضم عملية التحليل السيميولوجي أهمها:

– استخدام مستوى لساني مقتضب ومعبر عن الفكرة الجوهرية للملصق، يتميز بقصر جمله وقوة معانيها؛

– تعمد الإعلام العسكري لكتائب القسام على مخاطبة الرأي العام العربي والإسرائيلي والعالمي، وإيصال الفكرة العامة للملصقات على نحو يفهمه الجميع، ويظهر ذلك من خلال تقديم النص في ثلاث لغات (العربية، الإنجليزية والعبرية)؛

– استخدام الدلالات الرمزية والاستعارات والتشبيهات على سبيل المثال: تشبيه الكاميرا بالسلاح الحربي؛ في إشارة ضمنية إلى أهمية الإعلام في إدارة المعركة، كونه سلاح ناعم لكنه يصيب أهدافه بدقة، ويخلف آثارا بالغة في أذهان الجماهير؛

– استخدام ألوان تحاكي ألوان الصورة الحقيقية عن الأوضاع التي يمر بها قطاع غزة (تخريب للمباني، دخان التفجيرات، دماء الشهداء والجرحى، تجريف للأرض والطرقات، غبار حركة الدبابات...)؛

– التوقيع على الملصقات بعبارة "الإعلام العسكري"، والذي يوحي بوجود جنود يقاتلون بالقلم والكاميرا يصاحبون تماما جنود العمليات العسكرية للمقاومة.

4. قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

أحمد زكي بدوي. (1985). معجم مصطلحات الإعلام. مصر: دار الكتاب المصري.

جمال العيفة. (2024). الاستراتيجية الإعلامية للمقاومة الفلسطينية في معركة طوفان الأقصى: توظيف لغة الصورة لتأكيد السردية الفلسطينية. مجلة المعيار، 28(3)، 397-409.

ضياء العزاوي. (1974). فن الملصقات في العراق. العراق: وزارة الإعلام.

طه محمود. (2024). طوفان الأقصى دراسة تحليلية في المعطيات والنتائج.

علي عبد الفتاح. (دون سنة). الإعلام الحربي والعسكري. الأردن: دار اليازوري.

محمد خالد الأزعر. (1991). المقاومة الفلسطينية بين غزو لبنان والانتفاضة (الإصدار 1). لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.

هناء عكاشة. (2024). خطابات المؤثرين السياسيين العرب عبر وسائل التواصل الاجتمعي حول حرب طوفان الأقصى. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية(27)، 241-314.

المراجع باللغة الأجنبية:

Meg, M. (2024, November 21). Britannica. Retrieved november 22, 2024, from Britannica: https://www.britannica.com/topic/Telegram-software