

الإرهاب الانتحاري بصفته ضوضاء اجتماعية: منظور تواصل

جوناثان ماتوسيتز

يحلل هذا الفصل الإرهاب الانتحاري من منظور تواصل خاص: الضوضاء الاجتماعية. مصطلح صاغه سمونسون (2001)، ويشير إلى الضوضاء الاجتماعية لقدرتها على خطف الانتباه، وهي طريقة لأن تكون ملحوظًا بشكل لا يصدق من خلال الضجيج، الرسم، والأعمال الاستفزازية أو المثيرة للجدل. الضوضاء الاجتماعية هي أداة تواصل يرسل من خلالها الإرهابيون الانتحاريون الرسائل، علاوة على أن الهجوم الانتحاري هو وسيلة في حد ذاته، ولا يتم نقله إلى الهدف المباشر فقط، وإنما إلى جماهير متعددة تتجاوز حدود الهدف المباشر، فضلًا عن أن هناك هدفًا آخر رئيسًا للإرهاب الانتحاري بصفته ضجيجًا اجتماعيًا هو إحداث تغيير في مواقف الجمهور أو في آرائهم. وبفضل وسائل الإعلام المعاصرة، مثل الصور التي تنقل من خلال الميديا الجماهيرية وأشرطة الفيديو المحملة على الشبكة (الإنترنت)، فوسائل اتصال الإرهاب لا حدود لها، وتسمح للجماعات الإرهابية بأن تكون أكثر قدرة على الإدلاء بالتصريحات والبيانات، وتوصيل جدول أعمالهم، أو بث مظالمهم إلى العالم بأسره، والنتيجة النهائية للإرهاب الانتحاري بصفته ضوضاء اجتماعية أنه يسبب الإخلال بالنظام العام، وينتشر إلى مسافات بعيدة.

يبدأ هذا الفصل بوصف الإرهاب بصفته عملية اتصال، وحتى يكون هناك فهم حاسم للكيفية التي تعمل بها الضوضاء الاجتماعية لصنع الإرهاب للجمهور، فقد وضع المؤلف نموذجًا لمفهوم محدد كشكل من أشكال الاتصال. وما سيأتي لاحقًا هو جوهر هذا التحليل: الإرهاب الانتحاري بوصفه نوعًا من الضوضاء الاجتماعية. وتم التأكيد أيضًا في هذا الفصل على الاستشهاد في الفكر الإسلامي المتطرف. وفي قطار الأفكار نفسه الذي يحمل أهمية خاصة

تجد تأثير الإرهاب الانتحاري في الجمهور، بالإضافة إلى تقديم وصف دقيق لما يعنيه مصطلح الجمهور، ويحلل المؤلف دراسة حالة الإرهاب الانتحاري: التفجير الانتحاري 1983 لحزب الله ضد مشاة البحرية الأمريكية في بيروت. في هذه الحالة بالذات، ثمانية أنواع من الجمهور تم تحديدها.

الإرهاب بوصفه عملية تواصلية

الإرهاب في الأساس عملية تواصل، ينتشر من خلال التواصل الجماهيري، ويعرض من خلال وسائل الاتصال العامة. الإرهاب هو (فعل) تواصل؛ لأنه يستهدف جمهوراً أكبر من الجمهور المباشر المستهدف. هدف الإرهاب هو إنتاج الخوف وعلامات الخوف. وبشكل عام، الهجمات الإرهابية تقتل الناس أقل مما كان مخططاً له، ولكن الهجمات تترك آثاراً، ورسائل، وصوراً في عقل الجمهور. هم يخلقون تدخلات وتلك هي الضوضاء الداخلية التي وصفها ديفيد بيرلو (1960) في نموذج الاتصالات. نموذج بيرلو يصف لنا كيف تكون الاتصالات عملية ديناميكية بين المرسل والمتلقي، وكيف ترتبط ببعضها من خلال الترميز، والتشفير، والتغذية الراجعة. الجمهور الإرهابي في تواصل مع بعضه على المستوى الفردي والجماعي وبصورة مباشرة وغير مباشرة؛ فالعملية التواصلية برمتها يتم تضمينها في حلقة أكبر، وهذه الحلقة تزود الإرهابيين بالمعلومات. على العموم، التفاعلات بين الجماهير كانت موجودة قبل أن يُنشئ الإرهابيون الحلقة الأكبر من خلال الرسائل المتبادلة. (ميلر، ماتيوستز وأوهير واكشتاين، 2008).

الإرهابيون لديهم رسالة يريدون إرسالها، والعنف هو وسيلة بحد ذاته، ويتم نقله إلى الهدف الفوري، ويكون عادةً بآثار مدمرة. من هذا المنظور، الإرهاب هو أقرب إلى التواصل بين الأشخاص؛ لأن المبدأ هو نفسه بإرسال لكلمة إلى وجه شخص ما أو توصيل رسالة إليه. بوصفه نوعاً من التواصل بين الأشخاص، يتطلب الإرهاب قتل أو تشويه الضحية من أجل أن يظهر فاعليته. ومع ذلك، فالهدف من الإرهاب ليس فقط مجرد القتل، وإنما يهدف إلى إجراء تغيير، في كثير من الأحيان، تغيير في مواقف الجمهور أو في الآراء؛ لذا فالإرهاب يهدف إلى تغيير المواقف أو آراء الجمهور. (ويليامز، 1998).

اتصالات الإرهاب: ضوضاء اجتماعية

بالنسبة إلى شميد ودي غراف (1982)، (أفضل فهم للإرهاب هو النظر إليه على أنه إستراتيجية التواصل العنيف؛ فهناك المرسل الإرهابي، ومولد الرسالة، والضحية، والمستلم، والعدو وعامة الناس). (ص. 15). تقليدياً كان الإرهاب ذا قوة مقيدة في نشر رسائله بطريقة تختلف كثيراً عن الطرق الحديثة. وقبل ظهور التلفاز والاتصالات المرئية، لم يظهر الإرهاب من خلال وسائل الإعلام التي كانت سائدة في تلك الأيام، ولهذا قليل من الأفراد الذين يشاهدون الهجمات الإرهابية، وهذا الوضع يماثل جمهورية أفلاطون، حيث اقتصر حضارته المثالية على عدد من المواطنين الذين يمكن التواصل معهم من خلال صوت بشري واحد فقط. في العصور الوسطى، كانت المنطقة المحيطة بالأبرشية الإنجليزية تحدها الضوضاء المنبعثة من أجراس الكنيسة، كما بنى المستوطنون في أمريكا الشمالية مزارعهم ضمن المدى الذي يسمع فيه صراخهم (شافر، 1994). وفي جميع الحالات، وكما هي الحال بالنسبة إلى معظم الهجمات الإرهابية، من السهل شرح الحقيقة: إن التواصل محدود بسبب أن القدرة على انتشار الرسائل كانت محدودة أيضاً.

تعيّن على الإرهابيين تطوير الطرق التي يمكن من خلالها توصيل رسائلهم إلى أكبر عدد من الجماهير. وأفضل طريقة هي (خطف الانتباه)، التي أسماها سمونسون (2001) الضوضاء الاجتماعية؛ فالضوضاء الاجتماعية وسيلة لأن تكون في دائرة الضوء من خلال الأفعال الصاخبة أو المثيرة للجدل. عندما تسبب الضوضاء الاجتماعية إخلالاً بالنظام العام، فإنها تنتشر إلى مسافات بعيدة، ومن خلال التسبب بإثارة الكراهية أو الحساسية لدى الجمهور، فسوف تؤثر في الحياة الاجتماعية عاجلاً أو آجلاً. تبرز الضوضاء الاجتماعية أحد أهم جوانب الاتصالات العامة: لديها المقدرة على استيعاب أو ترويع الجمهور من خلال الشكل والمضمون على حد سواء. في هذا الوقت، الضوضاء الاجتماعية أشبه ما تكون بالصدمة الإعلانية لعالمنا المعاصر، وهي نوع من الدعاية التحريضية، والتشغيلية، والبيانية. (سوندرز، 1998).

الضوضاء الاجتماعية توحى بفكرة أن الإرهاب في جوهره إيماءة تواصلية. من خلال الضجيج الاجتماعي يبيث الإرهابيون التهديد، ويدخلون مشاعر القلق، حتى عندما يكون الجمهور بعيداً عن الموقع المستهدف لهذه المأساة. لتحقيق الضوضاء الاجتماعية، استخدم الإرهابيون

تكتيكات مختلفة؛ على سبيل المثال: من الناحية التاريخية، استغل الإرهابيون سلاحًا واحدًا بعينه لنشر رسائهم: الديناميت. بفضل اختراع ألفريد نوبل الديناميت في عام 1866، انتشر الإرهاب بسهولة أكثر في النصف الثاني من القرن التاسع عشر (ماتيوستز، 2012). وأصبح الديناميت اليوم السلاح الديموقراطي الفاعل، التوازن الكبير الذي مكن الثوار من التغلب على القوة الهائلة للدولة. وقد أطلق عليه الإرهابيون فلسفة القنبلة هذه الفلسفة التي تقول إن قتل الأعداء بالديناميت، هو النمط الممكن الوحيد من خلال الضوضاء الاجتماعية، وهو النمط الذي يمكن أن يحدث فيه التغيير الاجتماعي. (كارلسون، 1995).

ارتفعت أفعال الإرهابيين في العدد، كما رأينا في قتل الساسة وزعماء العالم؛ الرئيس الأمريكي وليام ماكينلي قتل في عام 1901. ليون كولغوش، الرجل الذي قتل الرئيس، كان مدفوعًا بمزايا خلق الضوضاء الاجتماعية (كاهم، 2002). إذا ما أصبح الضجيج الاجتماعي لدى المجموعة الإرهابية عملاً روتينياً، بمعنى إذا بقيت التكتيكات نفسها عند المجموعة فإن مثل هذا الضجيج الاجتماعي سيصبح السمة التي يعرفون بها. وبعبارة أخرى، فإن الضجيج الاجتماعي المتكرر للمجموعة الإرهابية يصبح مرتبطاً بشكل واضح بالأنشطة العملية لهذه المجموعة، ومن خلال هذا النوع من الضوضاء الاجتماعية، ومع مرور الوقت، تترك المجموعة الإرهابية علامة تتحدث عن فكر هذه المجموعة ومقصدها (مارتن، 2010). هذا التحليل يمكن إسقاطه على الهجمات الانتحارية التي شنها حزب الله في عام 1983 على مشاة البحرية الأمريكية في بيروت، فالإرهاب الانتحاري هو نوع الضجيج الاجتماعي الذي ينم عن الهدف الذي تسعى إليه المجموعة.

الإرهاب الانتحاري بصفته ضوضاء اجتماعية

الإرهاب الانتحاري نوع من الضوضاء الاجتماعية؛ فالإرهاب الانتحاري بالتعريف يشير إلى قتل الشخص لنفسه (لأغراض أيديولوجية أو سياسية) وغيره من الناس في هذه العملية. بالنسبة إلى الإرهابيين، الإرهاب الانتحاري وسيلة مفيدة لأنه يبدو أسهل، وبالتأكيد أرخص من معظم التكتيكات العسكرية التقليدية. لا يعد الإرهاب الانتحاري أقل كلفة على صعيد الأرواح فقط، ولكن أن يفجر أحدهم نفسه يبدو أنه عملي أكثر من استهداف الجنود (بيدهزور، 2004)؛ فالإرهابي يستخدم جسمه سلاحاً، ويحوّله إلى شظايا يقتل به الآخرين. موراى (2006) يدعو هذه

الظاهرة بالسياسة الحيوية، حيث تتحول أجزاء الجسم الممزقة للإرهابي إلى قذائف مدمرة. يلاحظ موراى (2006) أن جسم المهاجم يتحول إلى سلاح بحرفية الكلمة؛ كسر العظام تصبح شظايا بشرية (ص 207). هذا العمل العنيف، بدوره يتم بثه من خلال صور تلفازية، الوسيلة فعالة لخلق الضجيج الاجتماعي.

في دوائر معينة من المجتمع الفلسطيني، اكتسب الإرهاب الانتحاري رمزية خاصة، وهو نوع من تحديد الهوية الاجتماعية؛ فقد أصبح الوسام الذي يفخر فيه، ويزيد من موقعه الاجتماعي (تشيرينغتون، 1994). وعدد قليل من الفلسطينيين المحظوظين الذين يشار إليهم بالشهداء (أي الانتحاريين) ويُحتفى بهم كأبطال؛ فالبنية الثقافية بمجملها والمؤلفة من الأقارب والأصدقاء، والمدارس، والمعلمين، والمنظمات الدينية، ووسائل الإعلام، والمؤسسات السياسية تسهم وتشر نظاماً إيمانياً شديداً حول الاستشهاد من أجل القضية (كركي، 2002). بوصفه نوعاً من الضوضاء الاجتماعية، يصبح الإرهاب الانتحاري نوعاً من ممارسة الطقوس لدى الفلسطينيين: عن طريق قتل الكافر الإسرائيلي مثلاً - يمارس الفلسطيني نوعاً من الطقوس التي يظهر من خلالها أنه قادر على فعل أي شيء لتحقيق هدفه، والكثير من الفلسطينيين من إخوة وأخوات يعرفون بهم من خلال هذا العمل الاستشهادي (هاريفين 1983).

لقد أصبح الإرهاب الانتحاري هو العمل المعياري خلال العقود الثلاثة الماضية؛ فقد تنامي معدل التفجيرات الانتحارية من متوسط 3/4 عمليات سنوياً في عقد الثمانينيات إلى 180 عملية سنوياً بين 2000 و2005، ومن 81 عملية في عام 2001 إلى 460 عملية في عام 2005، وقد تلقى الإرهاب الانتحاري مزيداً من الفضائح منذ هجمات 11 سبتمبر 2001 الإرهابية، أي أن يفجر أحد نفسه من خلال طائرات تصطدم بالمباني، التي أسفر عنها مقتل ما يقرب من 3000 شخص، وتفجيرات لندن الانتحارية في الحافلات ذات الطابقين في 7 يوليو 2005، ما أسفر عن مقتل 52 مدنياً (أتران، 2006). فقد أصبح الإرهابيون الانتحاريون قدوة لعدد من الشباب ذوي الجذور الإسلامية (سيغمان، 2008). في الواقع، خلال الانتفاضة الثانية التي انطلقت في سبتمبر 2000، كان هناك الكثير من المرشحين الذين تقدموا بطلباتهم ليكونوا شهداء، حتى إن المجندين والكشافة كانت لديهم حشود غير مسبوقة من المتقدمين. وقد اعترف أحد المجندين بأنهم تلقوا سيلاً من الطلبات. (شفايترز، 2007)

الهدف الرئيس من الإرهاب الانتحاري هو تحقيق النجاح من الضوضاء الاجتماعية، كما هو موضح في القول المأثور، (رجل واحد مستعد أن يضحي بحياته يكفي لترويع ألف)، وينسب هذا الاقتباس لـ نوو تشي؛ الفيلسوف العسكري الصيني، ويشبه العبارة (اقتل رجلاً واحداً، لترويع ألفاً) التي كان يرددتها ماو. إن الإرهابيين الانتحاريين يحبون محاكاة طريقة توقيع المجموعة الإرهابية للضوضاء الاجتماعية، من خلال توجيه هجماتهم نحو أهداف رمزية أو اقتصادية محددة، وهو نهج يدعو إليه أسامة بن لادن بشدة في خطبه المسجلة، وادعى بيب (2005)، وهو خبير في التفجيرات الانتحارية، أن 95 في المئة من الهجمات الانتحارية منذ فجر القرن الحادي والعشرين قد أرسلت الرسالة نفسها إلى الأمة (إلى المجتمع الإسلامي العالمي): إن الجيوش والقوى التي تحتل الأراضي المتنازع عليها يجب أن تفك الارتباط بها اليوم، والتفجيرات الانتحارية وقتئذ تهدف إلى خلق الضجيج الاجتماعي من أجل إضعاف المعنويات لمختلف الجماهير، لا سيما الأهداف المباشرة، وحكومة أعداء الإرهابيين.

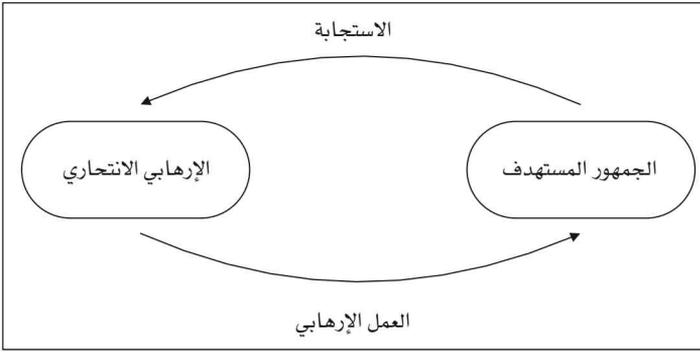
تواصل الإرهاب الانتحاري: نموذج

بناءً على دراسة الإرهاب من وجهة نظر تواصلية، طوّر دومان (2003) نموذجاً للإرهاب بوصفه عملية تواصلية: الإرهابي يبث رسالة للجمهور (الجمهور الكبير، الحكومة، منظمة، إلخ) من خلال ارتكاب فعل عنيف، وليست هذه هي الرسالة التي تشكل العنف، بل إن العنف يتم ترميزه داخل هذا النشاط الإرهابي نفسه، ويعمل الإرهاب الانتحاري أيضاً من خلال عملية الاتصال، وله ميزة بلاغية منفصلة عن القوة البسيطة (أو الترويع) المرتبطة بالعنف لذاتها. الإرهاب الانتحاري قد يعمل بشكل جيد لتوليد خطاب بين الجماهير المستهدفين، فعملية الترميز تعتمد على السياق: الطابع الرمزي للتفجيرات الانتحارية والقدرة على استغلال وسائل الإعلام المختلفة لإرسال مثل هذه الرسالة، وفي المقابل يترجم الجمهور المستهدف هذه الرسالة، ويعتمد أيضاً على السياق: الوسائل والأدوات التي يمتلكها الجمهور لفهم الوضع أو استيعابه، والذي أشار إليه دومان (2010) بأنه ((بناء إحساسه الخاص بالواقع)). (ص. 19).

الإرهابيون الانتحاريون ليسوا مجرد مرتكبي جرائم انتحار؛ فهم يستغلون الموت لأهدافهم (الخاصة بهم) بوصفه تواصلًا أو لفظة رمزية، ويصبح الموت أداة لنقل الأفكار والأيدولوجيات.

وفي حالة عدم وجود رسالة واضحة، يكون الفعل لكل ما هو قائم. وبالحاجة إلى تواصل مفيد أو ذي صلة يتكشف الحدث في حدثه الخاص به، ويصبح كما أشار إليه المحللون النفسيون التصرف بدافع. إن رسالة الإرهاب الانتحاري تتضمن في العمل نفسه في معظم الأحيان؛ فالموت هو منهجه ومغزاه (دوزيناس، 2008). بحكم التعريف السابق، التصرف بدافع هو آلية دفاعية؛ حيث يتواصل المرء بالصراعات العاطفية والمشاعر من خلال الأفعال وليس من خلال الكلمات. (ماسترسون، 1981).

كما هو مبين في الشكل 1.4، المقتبس من نموذج الإرهاب الأصلي لدومان (2003)، نجد أن الهجوم الإرهابي الانتحاري لا ينفذ من خلال عملية اتصال في اتجاه واحد، بدلاً من ذلك، رسالة الإرهاب الانتحاري هي رسالة باتجاهين ذات بعد تفاعلي؛ لأن الرسالة الأولى تخلق استجابة سوف تُنقل إلى الإرهابي إما بصورة مباشرة (أي من خلال الانتقام الحكومي، أو من خلال الخطاب العام، إلخ) أو بصورة غير مباشرة (أي من خلال تفسير وسائل الإعلام لتصرفات الحكومة، وما إلى ذلك).



الشكل 4.1

نموذج الإرهاب الانتحاري بصفته عملية تواصلية

المصدر: مقتبس من دومان (2003).

في بعض الأحيان، يحاول الإرهابيون الانتحاريون أن يزرعوا الخوف والذعر والفوضى، أو لفت الانتباه إلى القضايا التي أقصتها وتجاهلتها أو منحتها وسائل الإعلام والمؤسسات السياسية، أو المؤتمرات الأكاديمية قليلاً من الأهمية، وفي أحيان أخرى يحاول الإرهابيون

الانتحاريون أن يجعلوا الحكومة أو المؤسسة (التي ضربت لتوها أو تعرضت لعمل من أعمال العنف) تستسلم وتخضع للمطالب التي تقدمت بها مجموعات إرهابية محددة. (دومان، 2003). في ظل هذه الظروف، يكون الهدف هو إقناع الجماهير بأن الفوضى والخوف سيكونان نتيجة حتمية، وإقناعهم أن يأخذوا المسألة (التي طالما تم تجاهلها) على محمل الجد، أو إقناعهم بإصدار قرارات لم يتخذوها من قبل. (دومان، 2010).

الاستشهاد بصفته ضوفا اجتماعية

هناك مثال سيئ السمعة على الإرهاب الانتحاري وهو أن الاستشهاد نافذة كبيرة لفرصة لفت انتباه العالم؛ الاستشهاد يعني الموت أو المعاناة كبطل. وبالنسبة إلى الغرب، فالشهيد الانتحاري هو إرهابي، لكن بالنسبة إلى الجماعات الإرهابية (والمتعاطفين معهم) فهو بطل. (بيداهزور، 2004). بعد اتباع قيادة يوسف القرضاوي، لم تعد جماعة حماس الإرهابية التفجيرات الانتحارية (انتحارًا)، وبدلاً من ذلك أشارت إلى أولئك الذين ينفذون هذه الأعمال بالشهداء، وإلى التفجيرات الانتحارية بالعمليات الاستشهادية (حماس تمجد فضائل شهدائها، وتكافئهم بأشرف وأعظم طقوس دفن المسلمين).

توفر المجموعة الإرهابية أيضاً الاحتياجات المالية كلها لأسر الشهداء. (سعد، 2001)، وقد أجريت العديد من المقابلات الحصرية مع الفلسطينيين وزوجات الشهداء الأفغان اللواتي أشدن بأزواجهن الشهداء وبالقرارات التي اتخذوها ليصبحوا شهداء. هذا النوع من الضوفا الاجتماعية هو مهارة في حد ذاته؛ فهناك الكثير من الاستعدادات المطلوبة، وعادة ما يتم التخطيط له بنجاح. بعد أشهر من التدريب، يتم تعيين هدف لكل شهيد، ليفجر نفسه من أجله، يقتل (كثير) من المدنيين في هذه العملية، ويلفت اهتمام الرأي العام لقضيته. بالإضافة إلى ذلك، ولمنع جمهورهم من أن تصعقه كثير من المعلومات أو الخطاب السياسي والديني الروتيني، يعتمد المنظمون الإسلاميون إلى تبسيط رسائلهم من خلال الروايات العاطفية التي تبني صورة لا تنسى عن الشهيد البطل. (حافظ، 2007). على هذا النحو، يمكن تحقيق الضوفا الاجتماعية من خلال أشرطة الفيديو على الإنترنت، والسير الذاتية عن الشهداء، والتسجيلات الصوتية

والدوريات الشهرية، والصور المنشورة على الإنترنت. هذه القصص عن الأبطال توظف أساساً لإثارة موضوعات لها قدسية لديهم مثل التخلص من الإذلال، وتعزيز الولاء الروحي، والبحث عن الخلاص وتصوير خصومهم بأنهم سيئون، وتحفز جمهور المسلمين على التضحية بالنفس بوصفها عملاً بطولياً.

إن تصوير الشهداء في أشرطة الفيديو، وكتابة السير الذاتية هي أدوات دعائية بامتياز، وعادة لا ترمز إلى مجمل دوافعهم؛ فالمجموعات الإرهابية تحب أن تحقق درجة عالية من الضوضاء الاجتماعية عن طريق التلاعب بالقصص، عدا عن أن هذه الأساطير تصور الدوافع الحقيقية للشهداء. (حافظ، 2006، 2007).

فيديو استشهادي تجدر مشاهدته، وهو تسجيل لأحد المتشددين الإسلاميين يشجع على المشاركة في الهجمات الانتحارية والموت ك (بطل) خلال العملية، يحتوي الفيديو على كلمة من قبل الشهيد يدعو فيها إلى الاستعداد للموت شهيداً، وأن يموت بشرف من أجل قضيته. ومع أن أشرطة الفيديو من النوعية الرديئة، إلا أن بعض الأشرطة تتضمن النص، والموسيقى، ومقاطع عاطفية، حيث يجلس الشهيد أو يقف وخلفه علم إسلامي أسود.

في هذا الصدد، يصبح الضجيج الاجتماعي نموذجاً للخطاب البصري، وفن الإقناع البصري، والاتصالات البيانية، والصور. الوضع الذي يجعل بصرية البيان للتأثير في الجمهور. (أولسون، فينيجان، والأمل، 2008). ولأسباب دعائية تنشر المجموعات الإرهابية أشرطة الفيديو الاستشهادية لتصل إلى الناس كلهم، وخاصة بعد الهجوم الانتحاري نفسه. والهدف من هذه الأشرطة أن يبقى الشهداء في ذاكرة الجمهور، وأن يشيدوا بأعمالهم. وقد أعدت أشرطة الفيديو أيضاً لتأكيد أن الشهداء ظلوا ملتزمين، وقاموا بأداء واجبهم المقدس على أكمل وجه؛ فالإرهابيون الانتحاريون يقدمون تعهداً لا يمكنهم التراجع عنه. (ديورودي، 2007).

عند النظر إلى أشرطة الفيديو الاستشهادية الجهادية، يبدو جلياً أن الصور، والمواقع الإلكترونية، والخطب تهدف إلى تشجيع الشباب على تبني أقصى أشكال الفكر الجهادي،

والمونتاج السينمائي الذي أعدَّ لقنَّاص بغداد على سبيل المثال، والذي أطلق عليه القنَّاص الإسلامي، ظهر في فيديوهات دعائية بأنه قد نفذ عمليات قنص لأكثر من 600 جندي أمريكي.

هذه الأشرطة كلها تهدف إلى التركيز الشديد على الروايات المثيرة للعواطف التي تزخر بالنداءات العاطفية، وغالبًا ما تكون مدعمة بالصور. في هذا السياق، ومن أجل زيادة حالة الاستياء داخل العالم الإسلامي، تقوم هذه الروايات العاطفية بتأطير المسلمين على أنهم ضحايا الإذلال وسوء المعاملة، وغالبًا ما تترافق هذه المناشدات العاطفية مع صور ثابتة لمسلمين يحاربون الجنود الأمريكيين في العراق وأفغانستان، أو مقاومة القوات الحكومية في الصراعات مثل تلك الموجودة في الشيشان وكشمير، ويبقى الهدف نفسه: التحريض على الردود العاطفية وتحويلها إلى أجندة سياسية. (رايت نيفيل وسميث، 2009).

القصص المنتشرة عن الاستشهاد في أشرطة الفيديو، والموسيقى التصويرية، والسير الذاتية، وما إلى ذلك تدور حول ثلاثة محاور، وغالبًا ما تظهر كثيرًا بشكل متسلسل (كأنها مسرحية من ثلاثة فصول). في الفصل الأول، يقوم الراوي بوصف الذل الشديد والمعاناة التي يعيشها المسلمون (على سبيل المثال، في العراق ودول أخرى). ويشير إلى المؤامرة (التي يقوم بها الصليبيون) الغربيون لتدمير المسلمين، وجعلهم مسؤولين عن المحن التي يتعرضون لها. في الفصل الثاني، يؤكد الراوي عجز الحكومات الإسلامية المعاصرة وتواطؤها مع الغرب، وهذا يشير إلى أن هذه الحكومات تضع العالم الإسلامي في خطر من خلال الرد على ساداتهم الغربيين.

في الفصل الثالث والأخير، يعد الراوي المسلمين بالنصر بفضل الشهداء الذين تدربوا جيدًا ليبعدوا الحزن والذل والهوان عن إخوتهم وأخواتهم، حيث يؤكد الراوي في هذه العملية أهمية الإيمان بالله، والتضحية في سبيل الجهاد، والمنزلة العالية التي أكرم الله فيها الشهداء. وفي بعض الأحيان، تأتي الروايات الثلاث بصورة منفصلة، وفي أحيان أخرى تقدم جميعها لفضح قضية كبرى، وجذور المشكلة، وما يمكن عمله لحل المشكلة. (حافظ، 2007). ومن خلال رفع الشهداء إلى منزلة الأرواح الأبدية الذين يضحون بحياتهم في سبيل الله والمجتمع المسلم، فإن الإرهابيين الجهاديين يولدون الضجيج الاجتماعي من خلال:

1. صرف النظر عن سيئات اقترفوها بأنفسهم.
2. تجاهل الضحايا التي وقعت بين أيديهم.

تأثيرات الإرهاب الانتحاري على الجمهور

يصف هذا القسم تأثير الإرهاب الانتحاري على الجمهور ككل، بالإضافة إلى تقديم لمحة شاملة عما تعنيه كلمة (الجمهور)، يرى المؤلف أهمية الإنعام في النظر إلى هذا المفهوم إلى أبعد حد، من خلال دراسة الحالة: التفجير الانتحاري لحزب الله ضد مشاة البحرية الأمريكية في بيروت عام 1983؛ في هذه الحالة بالذات، تم تحديد ثمانية أنواع من الجمهور.

الجمهور: تعريف

هناك مبدأ أساسي لأي مشروع تواصل هو فهم مفهوم الجمهور؛ فالجمهور على وجه العموم، يشير إلى مجموعة أفراد يشاركون في حدث معين، وهم إما يتفاعلون معه بشكل سلبي (من خلال حضورهم الحدث أو مشاهدتهم رسالة بعث بها مرسل)، أو بشكل إيجابي (من خلال المشاركة عمدًا في الحدث أو تقديم تغذية راجعة إلى مرسل الرسالة). في أي حال، الجمهور يمثل المجتمع التفسيري الذي يتفاعل أو يستجيب للرسالة (كومر وكيندال، 2007).

جاء السجال في الفصول السابقة بأن الإرهاب الانتحاري ضمناً رسالة تواصلية؛ فالإرهابيون الانتحاريون يتواصلون عن طريق الأفعال التي يقومون بها، والتواصل الذي يجري بين الإرهابيين وجمهورهم يشكل نوعاً من الحوار، وهذا الحوار يرسى الأساس لما يريد أن يقوم به الإرهابيون أو ما سيقولونه. الإرهابيون الانتحاريون يشاركون في الحوار مع جمهورهم على نحو يتجاوز أهدافهم المباشرة، سواء كان ذلك داخل المجموعة أو خارجها. (غريسانغ، 2001). وكما كشفت دراسة حالة التفجير الانتحاري لعام 1983 الذي قام به حزب الله أن رسالة الإرهابيين تنزع إلى التغيير حسب نوع الجمهور، حتى وإن نُفذ عمل إرهابي واحد.

بدء الحوار مع الجمهور أو مع مختلف الجماهير هو إشارة إلى أن الإرهابيين -بشكل عام- يحاولون إحداث تغيير؛ على سبيل المثال، هم ربما يحاولون تغيير السياسات، أو الضغط على

عمل بعينه أو سلسلة من الأعمال، أو تأخير أو منع تشريع سياسات، أو لحشد الدعم أو التعاطف، أو إقناع الناس لكي يتصرفوا بطرق معينة، أو لوضع الجمهور في حالة من الجمود. تواصل الإرهابيين مع الجمهور له موقف وضعي *positivist attitude*، هم يتوقعون أن تصل رسالتهم وتُفهم ويتم العمل على أساسها، وحتى ينخرطوا بهذا النوع من الحوار، يعتمد الإرهابيون على التفاعل مع الجمهور. (غرسنانغ، 2001).

من هنا، يصبح الجمهور الشخصية العامة للإرهاب؛ فالإرهاب الانتحاري يأخذ سمة العمل العام المذهلة؛ لكي يؤثر في الحالة النفسية والعاطفية للجمهور الذي يراقب الهجوم، والهدف هو إثارة حالة من القلق أو الشعور بالرعب لدى الجمهور، حيث يصبح الجمهور الطرف الثاني (الهدف المباشر من الرسالة)، والطرف الثالث (الهدف الذي يتجاوز الهدف المباشر من الرسالة) للإرهاب، ويمكن أن تتفد الهجمات الانتحارية عمداً ضد الطرف الثالث الذي لا علاقة له بالمجموعات الإرهابية وأجنداتها؛ نقول مرة أخرى إن نوايا الجماعات الإرهابية هي الضغط على الحكومات أو غيرها من المؤسسات من أجل تلبية مطالب الجماعات الإرهابية. (فاسيلنغو، 2005).

دراسة حالة : تفجيرات حزب الله الانتحارية في ثكنات الولايات المتحدة في بيروت

في 23 أكتوبر 1983 خلال الحرب الأهلية اللبنانية، شن مفجرون انتحاريون من حزب الله، وهي جماعة إرهابية شيعية مقرها في لبنان، هجومين انتحاريين بالشاحنات المفخخة، انفجرت في مشاة البحرية الأمريكية في ثكنة تقع في بيروت، ما أسفر عن مقتل 241 جندياً من الولايات المتحدة و58 جندياً فرنسياً (جابر، 1997). عندما يحدث مثل هذا الضجيج الاجتماعي، يمكن للمتلقى أن يكون جمهوراً كبيراً، وفي كثير من الأحيان العديد من الجماهير الغفيرة.

هاجم الانتحاريون سرّاً الجنود الغربيين لخلق حالة عقلية مخيفة لدى جمهور تختلف عن الضحايا المباشرين، وكما تظهر دراسة هذه الحالة، الإرهاب الانتحاري بصفته ضوضاء اجتماعية يشكل تفاعل التقاط الأنفاس ذا الطابع الاجتماعي مع جماهير متعددة ذات مغزى.

التفجير الانتحاري لحزب الله في الثكنة الأمريكية في بيروت وُلد ثمانية أنواع من الجماهير؛ الجمهور الأول كان المتلقي الفوري لهذا الانتحار القاتل (هؤلاء الجنود الأمريكيون الـ 241 والفرنسيون الـ 58 الموجودون بشكل فعلي في ثكنات مشاة البحرية الأمريكية). (نورتون، 2009). الجمهور الثاني، كان الجمهور اللبناني، وهو الجمهور المحلي الذي شاهد المشهد، وصدّم بالصور المتواصلة التي شكلت رسائل يتلقونها بوساطة التلفاز، والإذاعة، والصحافة (أي الصحف والمجلات). كان الجمهور اللبناني يتألف من جمهور متفرجين؛ جمهور كبير في موقع الهجوم الإرهابي. شاهد هؤلاء المتفرجون ديناميات الحادث، وردود الفعل العامة على المأساة، والتقييمات السياسية والإعلامية التي بدأت تقييم هذه المأساة. (هامل، 1985). في الواقع، وفقاً لدياز ونيومان (2006)، استطاع الركاب في مطار بيروت الدولي مشاهدة سحابة الدخان المتصاعد من ركام الثكنة الذي يبعد أميالاً من الموقع المأساوي.

تألف الجمهور الثالث من ممثلين مهمين لحكومة الولايات المتحدة الذين شعروا أنهم مضطرين إلى الرد على الهجوم الانتحاري لحزب الله، عن طريق إرسال رسائل تدعو الشعب الأمريكي للهدوء ورباطة الجأش. يتألف الجمهور الثالث أيضاً من مختلف المسؤولين في وزارة الدفاع كاسبار واينبرغر والرئيس الأمريكي رونالد ريغان (يوشيهارا، 2010). الجمهور الرابع كان الأفق الكامل للمؤسسات الإعلامية. وشملت استجابة وسائل الإعلام تغطية وتقييم الرسالة التي يريد أن يبعث بها الإرهابيون، فضلاً عن الخطاب الداخلي حول الروايات عن التفجير الانتحاري، وكيف ينبغي أن تبث، وكيف يجب إيصالها إلى الجمهور. الوسائط الإعلامية كانت من النقاد والمحليلين الذين قدموا تفسيراتهم للهجوم الانتحاري، وكانوا لاعبين أساسيين؛ لأنهم عرضوا وجهات نظر مختلفة عن المأساة، وعرضوا شعارات تبين من هو اليوم (عدو الشيعة)، وحتى في سياق الإرهاب، تجد الصحفيين دائماً في حالة تفاعل مع جماهير متعددة. (ماتوسيتز، 2012). وبحسب ما روى دورتي (1992)، فإن حجم التقارير الإخبارية على قناة CBS و CNN حول الهجوم الانتحاري الذي نفذه حزب الله في عام 1983، كان عالياً جداً، بحيث إن 50 بالمئة من الأخبار اليومية المسائية خصصت لهذه المأساة، واستمرت لمدة أسبوع.

أما الجمهور الخامس فقد تألف من حلفاء الولايات المتحدة (على سبيل المثال، فرنسا والمملكة المتحدة) أو البلدان التي قد تكون محايدة في موضوع الإرهاب (على سبيل المثال، السويد). بعد العمل الإرهابي الانتحاري، شنت فرنسا غارة جوية على وادي البقاع شرق لبنان. (موتلي، 1986).

الجمهور السادس كان من أعضاء حزب الله نفسه، فقد عزز الهجوم مكانة ونمو حزب الله، واليوم ينظر كثير من الناس إلى الجماعة الإرهابية الشيعية على أنها (رأس الحربة في الجهاد الإسلامي المقدس ضد الاحتلال الأجنبي). (رانستورب 1997، ص. 38).

أما الجمهور السابع فهو مجموعة من المنظمات الإرهابية المتنافسة؛ حيث إن التخطيط الذي يقوم به الإرهابيون لتنفيذ مؤامرة متعددة الجمهور، يأخذ أيضاً في الحسبان المنافسة بين المجموعات؛ فالمنظمات الإرهابية تميل للمنافسة في تحقيق أهداف ذات صلة، والتنافس على الأموال والدعم، ومحاولة كسب الاهتمام، والائتمان، والمكانة، وكسب أعضاء جدد؛ فالمهمة الكبيرة كتلك التي نفذها حزب الله في عام 1983 ستصبح بكل تأكيد تكتيكاً إرهابياً يُحتذى به من قبل جماعات إرهابية أخرى. أصبح حزب الله -في العالم الإسلامي المعاصر- المبتكر في مجال الإرهاب الانتحاري، وبعد سنوات قليلة، أرسل تنظيم القاعدة بعض أعضائه إلى حزب الله لتلقي التدريب الكافي هناك؛ فالتعاون بين القاعدة وحزب الله هو اليوم نقطة تحول خطيرة في نشر الهجمات الانتحارية في جميع أنحاء العالم. (هورويتز، 2010).

الجمهور الثامن هو المجتمع المسلم في جميع أنحاء العالم؛ حزب الله ينظر إلى نجاح هجومه الانتحاري بوصفه منصة لإيصال أجندته الإسلامية العالمية، وعن طريق تحويل الهجوم الانتحاري إلى الضوضاء الاجتماعية، أرسل حزب الله رسالة قوية لـ (الامة)؛ هذا المصطلح الذي يعني في اللغة العربية (الامة الإسلامية). (برشمان، 2008). كانت الرسالة دعوة إلى وضع حد للهيمنة الغربية في جميع أنحاء العالم، والاستعاضة عنها في نهاية المطاف بالخلافة العالمية. (بول، 2011). وبحسب ما يرى فيسك (2002)، كان الدافع الرئيس وراء الهجوم الانتحاري هو الغضب الذي عبّر عنه المسلمون اللبنانيون، وخاصة الشيعة الذين يعيشون في الأحياء الفقيرة في بيروت الغربية وحول المطار، حيث اتخذت قوات المارينز من المكان مقراً

لها، فرأوا أن وجود مشاة البحرية الأمريكية محاولة لتجاوز الطائفة الكاثوليكية (الموارنة) لكي يسيطروا على لبنان، وهذا بحد ذاته انتهاك لأراضي المسلمين المقدسة.

الخلاصة

ما أثبتته هذا التحليل هو أنه، من خلال مفهوم الضوضاء الاجتماعية، من المفيد أن ننظر إلى الإرهاب الانتحاري من منظور تواصلتي بحت. إن كان بعض المقالات تقوم بتحليل تواصل الإرهاب الانتحاري على أساس البلاغة والرموز، فإن بعضها الآخر يميل إلى التركيز فقط على الإرهاب وتأطير الجماهير. هذا جيد، لكنه يفشل في النظر إلى جوهر الاتصالات؛ على سبيل المثال، دراسة الحالة الأنفة الذكر، كشفت أن هذا الإرهاب الانتحاري لحزب الله أصبح رسالة تواصلية مهمة، وعلى مدى السنوات الـ 30 الماضية أو نحو ذلك، الإرهاب الانتحاري بصفته ضوضاء اجتماعية كان (السمة) التي عُرف بها حزب الله، لدرجة أنه أثر في مجموعات إرهابية أخرى مثل تنظيم القاعدة.

الإرهابيون الانتحاريون يتواصلون من خلال الأفعال التي يقومون بها. بفضل النموذج الذي قاموا بتطويره في هذا التحليل، وأصبح لدى القراء اليوم فهم أفضل حول عمل الإرهابيين الانتحاريين في إرسال رسالة جماعية (على سبيل المثال، لقد اضطهدنا الغرب)، وكيف أصبح الجمهور المستهدف، والجماهير المتعددة اللاحقة أجهزة استقبال جماعي لرسائل الإرهابيين- الجماهير يفسرون الحادث عندئذ على أنه هجوم إرهابي. وكما مرّ معنا، وبوصفه نوعاً من الإرهاب الانتحاري، يلخص الاستشهاد مفهوم الضوضاء الاجتماعية. ولأغراض دعائية فإن أشرطة الفيديو التي تحتوي على عمليات استشهادية يتم توزيعها بأعداد كبيرة من قبل الجماعات الإرهابية مثل حماس، وخاصة بعد تنفيذ الهجوم الانتحاري، فالاستشهاد هو فعل تواصلتي يهدف إلى إحداث استجابة. هدفان اثنان رئيسان يثيران العالم الإسلامي، ويرسلان رسالة تهديد أو تحذير للكافرين، وطالما أن التواصل عملية تفاعلية بين المرسل والمتلقي، فإن الانتحاري الإرهابي هو الذي يخلق الضوضاء الاجتماعية، والجمهور المستهدف هو المستقبل للفوضى

العامة، فأشكال مختلفة من الاتصال يمكن أن تعمل كما الناقل لدوافع انتحار الإرهابيين، ومن الأمثلة على ذلك الصور، وأشرطة الفيديو التي تُحمَّل على الإنترنت وغيرها.

يأمل المؤلف أن يكون هذا الفصل قد أطلع القراء على هذا المنظور الجديد لبحث الإرهاب الانتحاري. ما لم نعتزف ونفهم أولوية الاتصالات ضمن الإرهاب الانتحاري، فلن نعي بشكل كامل تأثير هذا التواصل في وجودنا.

المراجع

REFERENCES

- Atran, S. (2006). The moral logic and growth of suicide terrorism. *The Washington Quarterly*, 29(2), 127–147.
- Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Brachman, J. M. (2008). *Global jihadism: Theory and practice*. New York: Routledge.
- Cahm, C. (2002). *Kropotkin: And the rise of revolutionary anarchism, 1872–1886*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Caracci, G. (2002). Cultural and contextual aspects of terrorism. In C. E. Stout (Ed.), *The psychology of terrorism: Theoretical underpinnings and perspectives* (pp. 57–83). London: Praeger.
- Carlson, J. R. (1995). The future terrorists in America. *American Journal of Police*, 14(3), 71–91.
- Cherrington, D. J. (1994). *Organizational behavior*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Comer, J. S., & Kendall, P. C. (2007). Terrorism: The psychological impact on youth. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 14(3), 179–212.

- Diaz, T., & Newman, B. (2006). *Lightning out of Lebanon: Hezbollah terrorists on American soil*. New York: Presidio Press.
- Dougherty, B. J. (1992). *Media handling of sensitive military information*. Washington, DC: National Defense University.
- Douzinis, C. (2008). July 2, July 7 and metaphysics. In A. Closs Stephens & N. Vaughan–Williams (Eds.), *Terrorism and the politics of response* (pp. 190–210). Abingdon, Oxfordshire: Routledge.
- Durodi, B. (2007). Fear and terror in a post–political age. *Government & Opposition*, 42(3), 427–450.
- Fisk, R. (2002). *Pity the nation: The abduction of Lebanon*. New York: Nation Books.
- Gressang, D. S. (2001). Audience and message: Assessing terrorist WMD potential. *Terrorism and Political Violence*, 13(3), 83–106.
- Hafez, M. M. (2006). Suicide terrorism in Iraq: A preliminary assessment of the quantitative data and documentary evidence. *Studies in Conflict and Terrorism*, 29(6), 591–619.
- Hafez, M. M. (2007). Martyrdom mythology in Iraq: How jihadists frame suicide terrorism in videos and biographies. *Terrorism and Political Violence*, 19(1), 95–115.
- Hammel, E. (1985). *The root: The marines in Beirut, August 1982– February 1984*. New York: Harcourt.
- Hareven, A. (1983). Victimization: Some comments by an Israeli. *Political Psychology*, 4(1), 145–155.
- Horowitz, M. C. (2010). Nonstate actors and the diffusion of innovations: The case of suicide terrorism. *International Organization*, 64(1), 33–64.
- Jaber, H. (1997). *Hezbollah: Born with a vengeance*. New York: Columbia University Press.

- Martin, G. (2010). *Understanding terrorism: Challenges, perspectives, and issues*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Masterson, J. F. (1981). *The narcissistic and borderline disorders: An integrated developmental approach*. New York: Routledge.
- Matusitz, J. (2012). *Terrorism & communication: A critical introduction*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Miller, C., Matusitz, J., O'Hair, D., & Eckstein, J. (2008). The role of communication and the media in terrorism. In D. O'Hair, R. Heath, K. Ayotte, & G. R. Ledlow (Eds.), *Terrorism: Communication and rhetorical perspectives* (pp. 43–66). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Motley, J. B. (1986). International terrorism: A challenge for U.S. intelligence. *International Journal of Intelligence and Counter Intelligence*, 1(1), 83–96.
- Murray, S. (2006). Thanatopolitics: On the use of death for mobilizing political life. *Polygraph: An International Journal of Politics and Culture*, 18, 191–215.
- SUICIDE TERRORISM AS SOCIAL NOISE 75 Norton, A. R. (2009). *Hezbollah: A short history*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Olson, L. C., Finnegan, C. A., & Hope, D. S. (2008). *Visual rhetoric: A reader in communication and American culture*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Pape, R. A. (2005). *Dying to win*. New York: Random House.
- Pedahzur, A. (2004). *Suicide terrorism*. New York: Polity.
- Poole, J. J. (2011). *Global warrior: Averting WWII*. Chevy Chase, MD: Posterty Press.
- Ranstorpe, M. (1997). *Hizb'allah in Lebanon: The politics of the western hostage crisis*. New York: Palgrave Macmillan.

- Saad, R. (2001, December 13). Weapons of the weak. *Al-Ahram Weekly*, Issue No. 564, p. A1. Retrieved from <http://www./weekly.ahram.org.eg/2001/564/index.htm>
- Sageman, M. (2008). A strategy for fighting international Islamist terrorists. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 618(1), 223–231.
- Saunders, D. (1998). *Shock in advertising*. London: B.T. Batsford.
- Schafer, R. M. (1994). *The soundscape: Our sonic environment and the tuning of the world*. Rochester, VT: Destiny Books.
- Schmid, A. P., & de Graaf, J. (1982). *Violence as communication: Insurgent terrorism and the Western news media*. Beverly Hills: SAGE.
- Schweitzer, Y. (2007). Palestinian Istishhadia: A developing instrument. *Studies in Conflict & Terrorism*, 30(8), 683–685.
- Simonson, P. (2001). Social noise and segmented rhythms: News, entertainment, and celebrity in the crusade for animal rights. *The Communication Review*, 4(3), 399–420.
- Tuman, J. S. (2003). *Communicating terror: The rhetorical dimensions of terrorism*, 1st ed. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Tuman, J. S. (2010). *Communicating terror: The rhetorical dimensions of terrorism*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Vasilenko, V. I. (2005). The concept and typology of terrorism. *Statutes and Decisions*, 40(5), 46–56.
- Williams, J. J. (1998). The failure of terrorism as mass communication. *Turkish Journal of Police Studies*, 1(4), 37–52.
- Wright–Neville, D., & Smith, D. (2009). Political rage: Terrorism and the politics of emotion. *Global Change, Peace & Security*, 21(1), 85–98.
- Yoshihara, S. (2010). *Waging war to make peace: U.S. intervention in global conflicts*. Westport, CT: Praeger