

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإنسانية ل ٥ د

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستير تخصص إتصال الصورة والمجتمع

الحملات الإعلامية التوعوية حول ظاهرة الإرهاب في الوطن

العربي

تحليل سيميوسياقي لمجموعة من الحملات

"قناة mbc نموذجا"

من إعداد الطالبين :

عبد الجبار وهيبة

سي يحيى مامة

تحية إشراف الأستاذ:

بغداد باي

السنة الجامعية: 2010-2011

بسم الله الرحمن الرحيم

اللهم من اعتر بك فلن يذل،

فلن يضل، ومن اهتدى بك

ومن استكثر بك فلن يقل،

ومن استقوى بك فلن يضعف،

فلن يفتقر، ومن استغنى بك

ومن استنصر بك فلن يخذل،

ومن استعان بك فلن يغلب،

عليك فلن يخيب، ومن توكل

ومن جعلك ملاذه فلن يضيع



كاد المعلم ان يكون رسولا

هم للمعلم وفيه التبجيلا

الحمد لله رب العالمين ، حمدا يوافي نعمه، ويكافئ مزيده ، والشكر لله على ما وهبنا من صبر وهدى ، وتوفيق تخطينا بها الصعاب لإنجاز هذا العمل ، والصلاة والسلام على الرسول القائل : " من لم يشكر القليل لم يشكر الكثير ومن لم يشكر الناس لم يشكر الله".

في البداية يسرنا أن نتقدم بوافر الشكر و التقدير والإمتنان إلى الأستاذ الفاضل " بغداد باي عبد القادر" ، المشرف على هذه الرسالة ، الذي جاد لنا بوقته وفكره وجهده ، وأضاء لنا الطريق للبحث بإرشاداته وتوجيهاته الصائبة .

كما نتقدم بالشكر والعرفان إلى الأستاذة " مناد سليمة " لتفضلها بمناقشة هذه الدراسة و إبداء آرائها السديدة و ملحوظاتها القيمة ، دون أن ننسى جميع الأساتذة بكلية العلوم الإجتماعية الذين قدموا لنا الدعم ويد المساعدة ليخرج هذا العمل إلى النور وإلى حيز الوجود .

إن الشكر لله شكرا عظيما، و الحمد لله حمدا كثيرا الذي أعاننا في انجاز هذا

البحث .

إهداء



{وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيْتَنِي صَغِيرًا} { الآية 24 سورة الإسراء

إلى سر وجودي وكياني إلى من كرس من اجلي سنين عمره....إلى الذي لن أوفي له كل ما قدمه لي...
إلى أغلى رجل علمني معنى الصمود وتخطي الصعاب بنفسني ،ساعدني بدعائه وأحاسيسه وكل ما
يملك أبي أطال الله في عمره إليك أبي وحدك أقول شكر!!!

وأنت يا من قال فيك أحد الشعراء:

فأعظم مجدي أنك لي أب وأكبر فخري كان قولك لي يا ابنتي

...أهديك عملي من كل أعماق قلبي ...أدامك الله لي.

" إن الله لم يخلق شيء أجمل من أمي و لا أعظم منها "

إلى الدفئ الحنون ومنبع الغبطة التي أضاءت لي في كل دمعة شمعة وفي كل خطوة رضي فإلى ضوء
عيني و ابتسامة الحياة أمي أهدي لكي كل حياتي ،ووحده أمي أقول لكي أحبك .

دمت لي وأطال الله عمرك.

إلى موعظتي...إلى من تلاشت معهم الكراهية والوحدة...إلى السند الذي إذا غابوا فلا معنى للوجود...

وعوضهم مستحيل ولا يقدر بثمن إليكم إخوتي "محمد" و"فؤاد"

وإلى زوجاتهم و أولادهم

إلى زهرات الحياة وشمعات الأمل ، "خيرة ، سعاد ، نجاه ، حميدة "

أخواتي الحبيبات و أزواجهن

إلى شقيقة روحي وقلبي " أختي فاطمة "

إلى التي قاسمتني لهو الطفولة وهموم الدراسة وتقاسمني اليوم المذكرة إلى رفيقة دربي ، الغالية على
قلبي...إليك صديقتي الحبيبة "مامة" وإلى عائلتها الكريمة.

إلى بسمات الربيع وأجنحة الوفاء الدائم صديقاتي اللواتي قاستموهن أسعد الأيام إلى : "زينب ،
مخطارية ، إيمان ، فضيلة، سمية ، خضرة ،رحمونة ، سعاد ..."

إلى كل من تعرفت عليهن في مشواري الدراسي وإلى كل من يحبونني أقول لهم

* وهيبة

... أحبكم

إهداء

"اللهم اجعل خير عمري آخره وخير عملي خواتمه وخير أيامي يوم ألقاك فيه "
أهدي ثمرة السنين إلى من كان لي السند المعين في رحلة البحث عن اليقين،
أب لا يخفي الشوق والحنين....

وأم تنتظرنني بين الحين والحين، حاملة معي الدنيا و الدين

عملا بقول الرسول الأمين ص: " اطلبوا العلم ولو في الصين"

إلى كل أفراد عائلتي الذين دعموني ماديا ومعنويا وكانوا لي مشجعين

إلى أعز ما املك " ميسوم"قادة"محمد وحسين"

والى الغالية" بخته"

والى بركة العائلة جدتي المصون " الحاجة زينب"

إلى جميع أفراد عائلة سي يحي كل باسمه

إلى من قاسمتني السكن والسكينة 'الرفيقة الأمينة'شريكة الروح والعمل

في رحلة البحث والترحال " وهيبة"

وجميع أفراد عائلتها الأفاضل

إلى رفقاء الدرب ومن انتهجوا منهاج العلم ونهلوا من بحره العميق

إلى أولئك الذين جعلوا العلم رفيق الدين...فراحوا له طالبين:

أم الجيلالي، زينب'مخطارية'إيمان ،فضيلة ، سعاد ، ،خضرة،رحمونة..

إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي .

مقدمة:

تختلف وجهات وآراء أفراد المجتمع ،حسب المصالح والغايات ،والتي تحدد وفق إستراتيجية تملئها ظروف الحياة السياسية الاقتصادية والاجتماعية ،والتي تعتبر ركائز أساسية للتغيير ،والدفع إلى تحقيق الغايات والمحافظة على المصالح العليا للوطن ،ووسائل الإعلام إحدى الأسس الرئيسية في إعطاء بعد إجتماعي لكشفها عن إشغالات الناس ،ومتابعة مشاكلهم ،وبعد ثقافي لأنها تبعث نوعا من التوجيه والتوعية ،فتنمي المشروع الثقافي ،وبعد سياسي وإقتصادي لأنها اليد الفاعلة في تحريك الإستراتيجية المرجوة لأية دولة ،وتشارك في إيصال القرارات للرعية ،و تهيبء الرأي العام في مختلف المناسبات .

وقد تناولت وسائل الإعلام ظواهر خطيرة ومختلفة في المجتمعات منها ظاهرة الإرهاب وهي ظاهرة مركبة لها أسبابها السياسية ،الإقتصادية و الإجتماعية والثقافية والنفسية ، وهي ظاهرة عامة تعرفها كل المجتمعات البشرية بدرجات متفاوتة بصور وأشكال متعددة ، حيث أصبحت كلمة " الإرهاب " على كل شفة ولسان خصوصا بعد تطبيقها على عدد من أعمال العنف التي لا يمكن وصفها بالإرهاب، فليس كل استخدام للقوة أو العنف يعد إرهابا حيث هناك من الجرائم ما يتضمن استخدام القوة أو العنف و لا يعد إرهابا، و إنما الإرهاب هو نوع خاص من العنف و استخدام القوة فيه يهدف إلى خلق جو من العنف و الرعب و الترويع و الذعر بين أكبر عدد من الأشخاص المدنيين، فالمقصود ليس فقط الضحايا لأنهم قد يكونون أبرياء، بل المقصود هو الوصول إلى خلق حالة من الهلع و الذعر و ليس بالضرورة تحقيق هدف معين .و يتضمن موضوع

الإرهاب تقتيل الأبرياء من الأطفال و النساء و الشيوخ و تدمير و تخريب الممتلكات عامة كانت أو خاصة، سواء كان ذلك بطريقة عشوائية دون تمييز أو بالنسبة لأشخاص معينين بغية بث الرعب و الفزع في نفوس طائفة من الناس أو الشعب كافة و الدول العربية مثلها مثل بعض الدول وجدت نفسها في وضع لا تحسد عليه لأنها واجهت - و لا تزال -عدوانا مجهول المصدر يضرب في أي وقت وأي مكان ويسدد ضربته إلى أي إنسان راميا إلى إشاعة الرعب و الذعر و الخوف داخل المجتمع العربي ، هذا الأخير الذي تكبد خسائر مادية وبشرية كبيرة جدا الأمر الذي جعل أخبار الوطن العربي تنصدر أخبار العالم لأكثر من عشرية من الزمن .

لقد أصبحت دراسة الإرهاب باعتباره واقعة اجتماعية في حياة الفرد و المجتمع ضرورة قصوى وهذا قصد معرفة الأسباب الحقيقية الدافعة لها حتى يمكن الوصول إلى السبل الملائمة لقمع الإرهاب و الوقاية منه إذ يستحيل العلاج قبل تفهم، أسباب العلة، حيث أن البحث في أسباب ظهور الإرهاب في الوطن العربي أصبح فعلا أمرا ملحا، لأن محاولة تجاهل الظاهرة سيؤدي لا محال إلى تناميها و تغلغلها في المجتمع بصورة تجعل من الصعب جدا مواجهتها حتى إذا جندت كافة الوسائل للقيام بذلك، فلا شك أن الحديث عن خيارات و احتمالات تجاوز المحنة الراهنة التي عصفت بالبلاد لا يكون له معنى إلا بعد محاولة تشخيص دقيق للوضع الحالية، و البحث في الأسباب الحقيقية لظهور الإرهاب في الوطن العربي .

والظروف التي نعيشها حاليا يجعل الواقعية تفرض علينا ألا نتجاهل ظاهرة الإرهاب و أن نتجنب التعنيم عليها،فوسائل الإعلام العربية عالجت ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي عن طريق الحملات الإعلامية التوعوية وقد كانت قناة الشرق الأوسط mbc أولى القنوات العربية التي أنتجت حملات التوعوية الخاصة بهذه الظاهرة ،وأمام هذا الوضع الخطير في ظل حملات التوعوية والتحسس،إرتأينا إلى البحث عن الوسيلة المناسبة وهي التحليل السيميوسياقي للحملات الإعلامية أنجح السبل وأهمها من خلال سعيها إلى تحقيق أهداف و غايات إنسانية عن طريق الإقناع واعتماده على الحملات

الإعلامية ،لهذا اعتمدنا على تحليل مجموعة حملات توعية الخاصة بظاهرة الإرهاب من إنتاج قناة mbc .

و تأسيسا على ما سبق كان اختيارنا لموضوعنا هذا و الذي تناولناه من خلال خطة البحث التي شملت مقدمة والجانب المنهجي ، الجانب النظري و كذا الجانب التطبيقي ،فقد جاءت المقدمة عبارة عن تقديم وإثارة للموضوع، أما الجانب المنهجي فقد أثرت فيه إشكالية الدراسة، وأهميتها، و أسباب اختيار الموضوع، و الهدف من الدراسة،والعينة ،والتساؤلات الفرعية ،والفرضيات ،والمنهج المتبع ، و أخيرا الدراسات السابقة ، و أما الجانب النظري تضمن ثلاثة فصول : كل فصل ينقسم إلى ثلاثة مباحث فالفصل الأول تناولنا فيه ماهية الإرهاب ، والثاني كان حول الحملات الإعلامية ثم الفصل الثالث تضمن ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي .

و أخيرا الجانب التطبيقي أين تطرقنا فيه للتحليل السيميوسياقي لمجموعة الحملات الإعلامية الخاصة بظاهرة الإرهاب ،ثم النتائج المتوصل إليها ثم الخاتمة .

تحديد الموضوع :

نظرا لما تعانيه المجتمعات الإنسانية من وطأ العديد من الظواهر الاجتماعية الإنسانية، السلبية كالتعصب بكل أشكاله والتطرف وكذا ظاهرة الإرهاب، وتعتبر هذه الأخيرة من الظواهر القديمة في الوجود وهي قديمة قدم الإنسان الذي ارتبط وما زال يرتبط بروابط اجتماعية مع الوسط الذي فيه يؤثر و به يتأثر، إلا أن مظاهره وأشكاله تطورت وتنوعت بأنواع جديدة، واحتلت ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي بؤرة اهتمام الكثير من العلماء وكذا وسائل الإعلام ونتج عن ذلك تعاظم معدلات الظاهرة وعمق تأثيرها وخطورتها على أمن واستقرار المجتمع الذي هو أمن واستقرار البلاد أوجب على هذه الأخيرة (وسائل الإعلام العربية) بكل أنواعها من صحافة مكتوبة، إذاعة، انترنت وتلفزيون ... للحد من هذه المشكلة الاجتماعية الخطيرة وذلك بمعرفة عوامل ظهورها وتطورها وأسباب انتشارها وكذا تحديد آثارها ونتائجها على المجتمع العربي. وتتم معالجة هذه الظاهرة عن طريق حملات إعلامية توعوية المقدمة إلى جمهور واسع والتأثير فيهم عن طريق ما تحمله من دلالات إيحائية والتي يختلف فهمها وتفسيرها من شخص إلى آخر وهذا ما أدى بنا إلى البحث في مستوى مضامين الحملات الإعلامية التوعوية وهذا عن طريق تطبيقنا منهج التحليل السيميوسياقي والذي يعتبر بحث في البعد الوظيفي والاجتماعي لتلك الرسائل الإعلامية.

2-تحديد المشكلة وطرح الإشكالية

تعتبر قضية الإرهاب في الوطن العربي من القضايا الحساسة التي جذبت انتباه المفكرين والباحثين نظرا لتأثيرها السلبي على الفرد والمجتمع، وهو يمثل مشكلة اجتماعية و سياسية وأمنية و اقتصادية لكثير من المجتمعات إن لم يكن في كل المجتمعات التي أصبح يوجد بها لون أو آخر من ألوان النشاط الإرهابي بدرجات و كثافة متباينة ، و تختلف معدلاتها في ذات المجتمع باختلاف العصور .

وفي الآونة الأخيرة لوحظت زيادة معدلات السلوك الإرهابي في المجتمعات العربية ويعد الإرهاب مشكلة خطيرة جدية بأن نوجه إليها الاهتمام و الدراسة لمكافحته و حماية المجتمع من أخطاره وزيادة انتشاره، وهذا ما دفع وسائل الإعلام بكل أنواعها لمكافحة ظاهرة الإرهاب وهذا عن طريق تقديم حملات إعلامية توعوية حول هذه الظاهرة من خلال محاولة تغيير سلوك الأفراد وذلك بتوعية الفرد وتذكيره بضرورة احترامه للقانون الداخلي للمجتمع وتبدو هنا عملية إقناع الأفراد ليس بالأمر السهل ، من أجل تحقيقها تعتمد علي الحملات الإعلامية، من خلال برامج إعلامية موجهة وفقا لخطة مسبقة توجه إلي فئة أو عدة فئات من الجمهور بقصد تغيير السلوك ، ومن بين القنوات العربية التي اهتمت بتقديم الحملات الإعلامية قنوات الشرق الأوسط mbc .

ونظرا لأهمية الحملات الإعلامية ودورها في توعية الأفراد،توجب الاهتمام بتحسين مضامين رسائلها الإعلامية من طرف المفكرين والباحثين.

وحتى نفهم خصوصيات الحملة الإعلامية الخاصة بظاهرة الإرهاب ونبين أشكال تمثيلاتها الدلالية والثقافية، رأينا أن نبور إشكالية بحثنا في الصيغة التساؤلية التالية:

ماهي القيم الاتصالية المبنية في الحملات الإعلامية التوعوية حول ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي عبر قناة mbc؟ وبهذا السؤال الجوهرى نكون قد ربطنا بين الحملات الإعلامية و ظاهرة الإرهاب محاولين تبيان القيم الاتصالية عبر التلفزيون.

3-التساؤلات الفرعية :

لإثراء الإشكالية السابقة ، رأينا ضرورة تعزيزها بجملة من التساؤلات ،نطرحها علي النحو الآتي:

1- علي أي أساس بنيت إستراتيجية الحملات الإعلامية التوعوية الخاصة بظاهرة الإرهاب ؟

2 - ما طبيعة السياقات التي تميز الحملات الإعلامية التوعوية في مجموعة الإرساليات؟

3- ما هو دور السياقات الموجودة في الحملات الإعلامية التوعوية الخاصة بظاهرة الإرهاب؟

4- ما هي الأساليب الدلالية التي تختص بها الحملات الإعلامية التوعوية في تمثيلها لقيم ثقافة الجمهور المتلقي ؟ وهل إستطاعت فعلا تمثيل هذه القيم أم أنها حادت عنها؟

4-الفرضيات:

تعتبر الفرضية فكرة مبدئية، تربط بين الظاهرة موضوع الدراسة و العوامل المرتبطة أو المسببة لها .كما أنها عبارة عن إجابة احتمالية لسؤال مطروح في إشكالية البحث، و يخضع للاختبار، سواء عن طريق الدراسة النظرية، أو عن طريق الدراسة الميدانية .و للفرضية علاقة مباشرة بنتيجة البحث، و لذلك و من اجل الوصول إلى نتيجة جيدة لهذه الدراسة، قمنا بصياغة فرضية عامة وثلاث فرضيات فرعية جاءت كما يلي :

تنصب دراستنا حول التساؤلات المطروحة في الإشكالية ولإنجاز هذا البحث ومحاولة

الإجابة علي هذه التساؤلات، قمنا بوضع فرضيات قابلة للتجريب:

- 1 - نفترض أن إستراتيجية الحملات الإعلامية التوعوية تتضمن مجموعة من السياقات .
- 2 نفترض أن للسياقات الموجودة في الحملات الإعلامية التوعوية الخاصة بظاهرة دور ووظيفة الإرهاب.
- 3 إن الأساليب الدلالية التي تختص بها الحملات الإعلامية التوعوية استطاعت فعلا تمثيل قيم تمثيل الجمهور المتلقي .

5-أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا إلي:

- 1 -الكشف عن أسباب ظاهرة الإرهاب من خلال تحليلنا السيميوسياقي لمجموعة الإرساليات الخاصة بالحملات الإعلامية التوعوية حول هذه الظاهرة
- 2 -البحث عن السياقات التي تميز نسق الحملات الإعلامية التوعوية.
- 3 -استنتاج القيم الاتصالية الموظفة في الحملات الإعلامية التوعوية .
- 4 -محاولة نشر ثقافة الحملات الإعلامية التوعوية التي نفتقد إليها كثيرا في مجتمعاتنا مقارنة بالمجتمعات المتطورة.

6-أهمية الدراسة:

ما من شك في أهمية موضوع التحليل السيميوسياقي للحملات الإعلامية التوعوية الذي أصبح لا غنى عنه سواء كانت هاته الحملات الإعلامية مرئية أو مسموعة ، تستهدف المتلقي بهدف التأثير علي سلوكه ونظرا لهذه الأهمية حاولنا معالجة ظاهرة الإرهاب من خلال هذه الزاوية .

7-مجتمع البحث وعينة الدراسة :

إن مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو : "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات " .

وهو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي عليها (1).

العينة :

عينة الدراسة تعتبر العينة هي مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية كما أنها جزء من الكل، بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لهذا المجتمع لتجري عليها الدراسة، فالعينة إذن هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله، ووحدات العينة قد تكون أشخاصا، كما قد تكون أحياء أو شوارع أو مدن أو غير ذلك، ويستخدم أسلوب البحث بالعينة عندما لا يمكن للباحث القيام بأسلوب المسح الاجتماعي(2)، أي عند استحالة دراسة جميع أفراد المجتمع لظرف من الظروف وقد وقفنا في بداية دراستنا موقف السائل، ما نوع العينة التي نختارها؟.

واعتمدنا على العينة القصدية لأننا تعمدنا اختيار حملات إعلامية توعوية عن ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي والتي تبث في قناة الشرق الأوسط mbc. وتشمل العينة أربع حملات توعوية.

1-موريس أنجرس ، تر(بوزيد صحراوي و آخرون) ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار القصة للنشر ، ط:2منقحة ، الجزائر ، 2008 ، ص 298

2-محمد سعيد فرح ؟ لماذا ؟ وكيف ؟ نكتب بحثا اجتماعيا ، منشأة المعارف ، ط:1 ، الإسكندرية ، 2002 ، ص ص 139-140.

8-أسباب اختيار الموضوع:

لقد تمحورت دراستنا حول الحملة الإعلامية التوعوية لظاهرة الإرهاب (دراسة تحليلية سيميوسياقية) ،ولم يكن اختيارنا لهذا الموضوع انطلاقا من العدم بل كانت له أسباب شخصية وموضوعية نذكرها :

أ-الأسباب الشخصية :

إن الدافع الشخصي الذي دفع بنا إلى اختيار هذا الموضوع هو إثراء الجانب المعرفي الخاص بنا ،بحيث من خلال معالجتنا المتواصلة والمكثفة في هذا المجال التمسنا ما لهذا الفن من أهمية على أصعدة متعددة،فحاولنا إثراء معرفتنا بتقنيات التحليل السيميوسياقي والياتة ،بل وحتى فنياته .

ب-الأسباب الموضوعية :

- حداثة الموضوع وتناوله للمواضيع الراهنة والشائكة
- الإحساس التام بهذه الظاهرة ومدى أهميتها ،حيث أن الحملات الإعلامية التوعوية انتشرت مؤخرا انتشارا كبيرا بالإضافة إلى إن ظاهرة الإرهاب ظاهرة تستحق الدراسة.

9-تحديد المفاهيم :

نظرا لما يتطلبه التصور المنهجي لهذا النوع من الإشكاليات البحثية من مفاهيم جديدة وأدوات معرفية غير معهودة رأينا ضرورة التفصيل في :

تعريف كل من :

- الحملة الإعلامية

- الإرهاب.

- القيم.

-الحملة الإعلامية :-

-اصطلاحاً :-

تعد الحملة الإعلامية من النشاطات الاتصالية المهمة ويعرفها "بيسلي" بأنها نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الآخرين عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية تؤثر في الجمهور، وان مفهوم إعادة تشكيل يعد من أهم السمات التي تميزها كنشاط اتصالي سواء كان ذلك على مستوى البناء الاجتماعي أو على مستوى أنماط الحياة الفردية .

ويعرفها أحمد زكي البدوي : " بأنها عبارة عن برامج إعلامية موجهة وفقاً خطة مسبقة تتناول موضوعاً ما ، وتوجه إلى فئة أو عدة فئات من الجمهور بقصد بتغيير السلوك وذلك بدراسة الوسائل الإعلامية المتاحة و الاختيار الأنسب وتحديد الشكل الذي تتخذه الحملة الإعلامية".⁽¹⁾

المفهوم الإجرائي :-

تختص هذه الحملات الإعلامية بالجانب التوعوي حول ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي عن طريق الرسائل الإعلامية التوعوية سواء كانت مرئية أو مسموعة بهدف التأثير على الجمهور المستهدف .

-الإرهاب :-

¹-أحمد زكي البدوي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الكتاب اللبناني ، بيروت، 1989 ، ص 13

المفهوم الإصطلاحي :

" عرفه الأستاذ الدكتور عبد العزيز سرحان الإرهاب بأنه " كل اعتداء على الأرواح والأموال و الممتلكات العامة و الخاصة ".

أما الأستاذ الدكتور إبراهيم العناني فيرى " إن هناك سمة أساسية تميز العمل الإرهابي وتدفع إلى تجريمه و معاقبة مرتكبيه، وهو التخويف و الترهيب و الترويع ، سواء عن طريق استخدام الوسائل المؤدية إلى ذلك بطبيعتها أو عن طريق التهديد باستخدامها أيا كان الغرض من وراء ذلك " (1).

-المفهوم الإجرائي :

ظاهرة الإرهاب من أهم الظواهر و المشكلات التي تهتم بها وسائل الإعلام "mbc" في حملاتها التوعوية و هذه الأخيرة يمكن أن تخضع للتحليل السيميوسياقي من أجل استخراج المعاني و القيم والتي تستهدف جمهور محدد .

القيم الإتصالية :

المفهوم الإصطلاحي :

يعتبر مفهوم القيمة الاتصالية من المفاهيم الحديثة و القيم الاتصالية كما يعرفها - Regis debray هي جملة العناصر التعبيرية والدلالية المشكلة لفكرة الاتصال في نسق ما هي أيضا مجموعة القيم التي نستدل من خلالها عن حضور الواقع في الرسالة الاتصالية وعن مدى تمثيل هذه الرسالة لفكرة " الصورة الافتراضية" (2)

المفهوم الإجرائي :

¹- عبد العزيز سرحان ، حول تعريف الإرهاب الدولي و تحديد مضمونه ، المجلة المصرية للقانون الدولي ، 1973 ، ص ص18-19.

²-فايزة يخلف، خصوصيات الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي-دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الإشهارية- مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه، 2004-2005، ص ص 12-13 .

الحملات الإعلامية التوعوية الخاصة بظاهرة الإرهاب المبثة في قناة الشرق الأوسط mbc هي في حد ذاتها تحمل في طياتها قيما اتصالية ذات معاني إيحائية والتي تستخرج من خلال التحليل السيميوسياقي لهاته الحملات .

10-نوعية الدراسة:

دراستنا تنتمي إلي الدراسات الكيفية الوصفية ، لأننا بصدد وصف مختلف المتغيرات التي تربط بين أجزاء الظاهرة إضافة إلى أنه لا يمكن قياس التأثير ، وإنما يكون عن طريق التحليل و التفسير وهذا ما توفره الدراسة الكيفية ، ولذلك استخدمنا تقنية التحليل السيميوسياقية وهذا ما يتناسب مع طبيعة موضوعنا .

11-الدراسات السابقة :

يعتمد كل بحث علمي على دراسات سابقة وآراء متنوعة بهدف دعم الجانب الفكري والعلمي للموضوع وكذا إبراز أهم الجوانب في الدراسات السابقة التي تخدم موضوع بحثنا وخاصة نتائج هذه الدراسات .

12-صعوبات الدراسة :لقد صادفنا مجموعة من الصعوبات نذكر منها :

-نقص المراجع والدراسات حول موضوع التحليل السيميوسياقي .

-

13 المقاربة المستخدمة:

اعتمدنا في بحثنا على التحليل السيميوسياقي والذي يساعد كأداة علمية على تحليل الصورة والتي تحتاج إلى تفكيك رموزها و دلالاتها ، والمقاربة السيميوسياقية تهتم

بدراسة المعنى وبتوظيف السياقات ، فهي تجمع بين المعنى والسياق ، وتستعمل هذه المقاربة لفهم الظاهرة الإتصالية و تأويلها وفق سياقات "أليكس ميشيلي لتأخذ معنى معين.

ونظرا لطبيعة موضوعنا ارتأينا أن نطبق و نتبع المقاربة السيميوسياقية و هذا تبعا للطريقة العلمية المعتمدة عند "أليكس ميشيلي"

الخلفية النظرية:

إنطلقنا في تحليلنا السيميوسياقي للصورة من الخلفية النظرية "لأليكس ميشيلي" Alex " mucchielli"، والتي تعتمد على منهجية النص الفائق (l'ypertexte) أين تفصل الصورة عن التعليقات ، وتستخرج الرسائل المباشرة المراد إيصالها ، ثم إستخراج السياقات من التعليقات وإبراز المعنى الخ.

الفصل الأول: ماهية الإرهاب .

تمهيد .

المبحث الأول: تعريف الإرهاب وخصائصه .

المبحث الثاني: أسباب الإرهاب وتقسيماته .

المبحث الثالث: أهداف الإرهاب وصور جرائمه .

المبحث الرابع: واقع الإرهاب في الوطن العربي.

خلاصة الفصل .

تمهيد :

يشكل الإرهاب أحد أخطر الظواهر الإجرامية التي عرفتھا المجتمعات الحديثة لما
يمثله من تهديد خطير للفكر والعقيدة والكيان السياسي للشعوب, وهو بآتساع مفهومه
أضحى من أبرز المهددات الأمنية لما له من تأثيرات بعيدة المدى والخطورة على
الإنسانية كافة.

-الفصل الأول : ماهية الإرهاب .-المبحث الأول :تعريف الإرهاب وخصائصه .مفهوم الإرهاب:

محاولة تحديد مفهوم الإرهاب:

يعتبر مصطلح الإرهاب من أكثر المصطلحات اختلافا حول تعريفه تعريفا جامعا مانعا، حيث تعددت بشأنه وجهات النظر, ولعل ذلك يعود إلى اختلاف الثقافات و الأيدلوجيات وتباينها من مجتمع لآخر ,بمعنى ما يعد فعل إرهابي في مجتمع و ثقافة معينة ليس بالضرورة ينظر إليه كفعل إرهابي في بلد له ثقافة وأيدلوجيا أخرى، وربما هذا مرتبط بدوافع هذه الظاهرة و تعقدها و نشأتها و ارتباطها بقوى اجتماعية و اقتصادية وسياسية و نفسية، فكثرت بذلك تعريفات لفظ الإرهاب و تعددت المفاهيم و الآراء تبعا لتعدد وجهات النظر التي تعبر عنها.

وعليه فسنحاول تحديد مفهوم الإرهاب، ولكن ليس قبل أن نستعرض ما تعنيه هذه الكلمة في اللغة العربية، ثم اللغة الإنجليزية، وأخيرا اللغة الفرنسية ,باعتبارها اللغات الأكثر استخداما و تداولا في العالم.

الإرهاب لغة :لفظ الإرهاب في اللغة العربية:

لقد أقر المجمع اللغوي كلمة الإرهاب ككلمة حديثة في اللغة العربية أساسها رهب بمعنى خاف. وإرهاب مصدر أرهب، ومعنى أرهب في اللغة العربية أخاف و أفزع⁽¹⁾،

¹-عبد الناصر حريز، النظام السياسي الإرهابي الإسرائيلي ، دراسة مقارنة، الموسوعة السياسية العالمية ، ط:1، بيروت: دار الجبل، ص17

كما يثير لفظ إرهاب منذ الوهلة الأولى معاني الخوف أو التخويف وقد أتت كلمة رهبة في اللغة العربية من رهبه رهبا ورهبة خافه، و أَرهَب فلانا فزعه و خوفه، و الرهبة هي الخوف الشديد أو الخوف الكثيف⁽¹⁾، و الإرهاب هو استخدام ذلك الخوف بغرض الوصول لأهداف معينة وهذا هو جوهر الإرهاب والأشخاص الذين يقومون بذلك يسمون إرهابيين⁽²⁾.

وقد جاء في قاموس لسان العرب معنى كلمة الإرهاب من الفعل رهب، بمعنى خاف، وأرهب، بمعنى خوف، والرهبه تعني الخوف والفرع⁽³⁾ ويجمع أغلب الكتاب ومن بينهم "تركي ظاهر" على أن اللغة العربية القديمة لم تذكر كلمة الإرهاب والإرهابي، إذ لم تكن معروفة في الأزمنة القديمة وبالتالي فهي حديثة الاستعمال⁽⁴⁾.

ب- لفظ الإرهاب في اللغة الإنجليزية :

ترجع كلمة **terror** في اللغة الإنجليزية في أصولها إلى الفعل اللاتيني **ters** و التي تعني الترويع أو الرعب و الهول، و مشتقاتها تدور معظمها حول هذه المعاني المحددة **terrorism** بالإنكليزية تدل على استعمال أساليب إرهابية من قبل أشخاص عاديين و ضعفاء، أي ليسوا في مركز سلطة، أما إذا استعملت هذه الأساليب من طرف أشخاص في السلطة أي أقوياء كأداة للسيطرة، فهنا تعني كلمة **terror**.

كما عرف " أوكسفورد " Oxford " كلمة إرهاب " **terrorism** " بأنها مجموع أعمال العنف الصادرة عن مجموعات سياسية لتحقيق أغراض و غايات سياسية، وكلمة

¹- محمد شحرور، تجفيف منابع الإرهاب، الأهل للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، ط: 1، 2008، ص: 24.

²- أحمد أبو الروس، الإرهاب الدولي و التطرف و العنف الدولي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ط: 1، 2001، ص: 24.

³- جمال الدين بن منظور، لسان العرب المحيط، دار بيروت، بيروت، 1968، ص: 336.

⁴- تركي ظاهر، الإرهاب العالمي، ط: 1، دار الحسام، بيروت، 1994، ص: 11.

إرهابي **terrorist** تشير إلى أي شخص يحاول أن يدعم آرائه بالإكراه أو التهديد والترويع (1).

ج- لفظ الإرهاب في اللغة الفرنسية :

بالانتقال إلى اللغة الفرنسية، نجد أن كلمة **terreur** أو **terrorisme** لها نفس المعاني السابقة التي وردت في اللغتين العربية والإنجليزية.

إن الإرهاب بمعنى **terrorisme** ككلمة ظهرت بعد تطور الثورة الفرنسية و بالتحديد بدءاً من سنة 1794 (2) وهي مشتقة من كلمة **terreur** ، وهذه الكلمة بدورها مشتقة من أصل لاتيني **ters** بمعنى جعله يرتعد و يرتجف .

و تعتبر **terrorisme** كلمة مشكلة من الكلمة اللاتينية **terror** مضافاً إليها المقطع **Isme** وأصله باللاتيني **Ismus** وهو من أصل يوناني قديم، و يستخدم مقطع **isme** في اللغات الحديثة للتعبير عن مفهوم عقلائي أو نظام ذهني ، ويعني على الخصوص مذهب أو نظام وهذا الاسم **Ismus** سابق في نشأته عن الصفة **Iste**.

وتعتبر كلمة **terrorisme** تجديد للكلمة اللاتينية السابقة الذكر (**terror**) بدليل عدم وجودها قبل الثورة الفرنسية ، فهي إذن تعني نظاماً من الرعب (3) **système de terreur**.

وفي موسوعة " لاروس " **Larousse** ورد أن كلمة إرهاب **terrorisme** تعني مجموع أعمال العنف (اعتداء، خطف الرهائن،.. إلخ) التي ترتكبها المنظمات لخلق جو من اللأمن ، والإرهابي **terroriste** هو ذلك الشخص الذي يمارس العنف (1).

⁵-محمد فتحي عيد ، واقع الإرهاب في الوطن العربي، مركز الدراسات و البحوث ،أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، 1999 ، ص 21 .

¹-تامر إبراهيم الجمهاني ، مفهوم الإرهاب في القانون الدولي ، الجزائر، دار الكتاب العربي، 2002 ، ص 18 .

²-عبد الرحمن زيدان قاسم، الإرهاب في ضوء القانون الدولي، دار الكتب القانونية، مصر، ط1، 2008، ص37.

وقاموس **Le robert quotidien** " يربط هذا الوصف بزعماء الثورة الفرنسية من " -اليعاقبة الذين أقاموا حكما مبنيا على الرعب والإرهاب في فرنسا، ويعرف الإرهاب بأنه: " الاستخدام المنظم لوسائل استثنائية للعنف من أجل تحقيق هدف سياسي كالاستيلاء أو المحافظة أو ممارسة السلطة، وعلى وجه الخصوص فهو مجموعة من أعمال عنف واعتداءات فردية أو جماعية أو تدمير تنفذها منظمة سياسية للتأثير على السكان"⁽²⁾.

وسنوضح ذلك عند استعراضنا للتعريف المقدم من طرف الأكاديمية الفرنسية عام

1694 تشرح فيه معنى كلمة رعب، وهذا ما سنقدمه في العنصر الموالي.

التعريف القاموسي و الموسوعي للإرهاب :

في المعاجم العربية نجد تعريفات عديدة للفظ الإرهاب و مشتقاته، ففي المعجم الوسيط نجد عدة تعريفات تصف كلمة الإرهابيين على أنهم أولئك الذين يسلكون سبيل العنف و الإرهاب لتحقيق أغراض سياسية، وجاء في المنجد أن الإرهابي هو من يلجأ إلي الإرهاب لإقامة سلطته، وقد كان القاسم المشترك بين قواميس اللغة - فيما يتعلق بمعظم مشتقات كلمة رعب - هو ذلك المعنى الآنف الذكر أي المتعلق بالخوف و التخويف .

³⁻Larousse, dictionnaire de français,larousse-bordas,1997,2001,p 420

⁴⁻وداد غزلاني ، العولمة و الإرهاب الدولي ، بين آلية التفكيك والتركيب، أطروحة دكتوراه ، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، 2009-2010 ، ص 209 .

أما منجد اللغة والإعلام⁽¹⁾ فيصف الإرهابي بأنه من يلجأ إلى الإرهاب لإقامة سلطته، والحكم الإرهابي هو نوع من الحكم يقوم على الإرهاب والعنف تعمد إليه حكومات أو جماعات ثورية.

في حين ترى "موسوعة السياسة" التي تضمنت شرحاً مفصلاً مدعوماً بأمثلة عن الإرهاب، حيث عرفته على أنه استخدام العنف غير القانوني (أو التهديد به) بأشكاله المختلفة بغية تحقيق هدف سياسي معين، أو هو استخدام الإكراه لإخضاع طرف مناوئ لمشئئة الجهة الإرهابية. كما تشير الموسوعة إلى أن الإرهاب ليس وسيلة متفقا على استخدامها، ولا تقره معظم الحركات السياسية، بحيث تنظر إليه على أنه كفاح شعبي ووسيلة مشروعة وسليمة لمقاومة العدوان وتحقيق مبدأ تقرير المصير الذي أقره القانون الدولي ونص عليه ميثاق الأمم المتحدة.

أما قاموس اللغة الإنجليزية الصادر عن مطابع أوكسفورد فإنه يعرف الإرهاب " بأنه استخدام الرعب خصوصا لتحقيق أغراض سياسية."⁽²⁾

وفي القاموس نفسه تعني كلمة **terrorism** سياسة أو أسلوب يعد الإرهاب و إفزاز المناوئين أو المعارضين لحكومة ما، بينما كلمة إرهابي **terrorist** فتستخدم للإشارة إلى الأسلوب الذي مارسه اليعاقبة و عملاؤهم إبان الثورة الفرنسية، كما أن هذه الكلمة تشير بوجه عام إلى أي شخص يحاول أن يدعم آراءه بالإكراه أو التهديد و الترويع.

وفيما يتعلق بقاموس الأكاديمية الفرنسية لعام 1694 فقد عرفت كلمة **terreur** كما يلي " رعب ، خوف شديد ، اضطراب عنيف"، ونجد شرحاً لمعنى كلمة رعب في نفس القاموس و يتضمن عنصرين:

-عنصر نفسي: و يعني الخوف أو الذعر- **épouvante** ، والفزع الشديد **crainte** -**grande** وكذلك الاضطراب العنيف للنفس **Agitation violente de l'âme** الناجم

¹-المنجد في اللغة والإعلام، ط20، دار المشرق، بيروت، 1969، ص282 .
²-عبد الرحمن محمد العيسوي ، سيكولوجية الإرهابي ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ط:1 ، 2005 ، ص 161 ، 162 .

عن انعكاس ما أو تصور ذهني معين لشر مائل أو خطرات.

-عنصر مادي: يصف طريقة أو أسلوب يتعامل مع المظاهر الخارجية للجسم، و يترتب هذا العنصر المادي الجسدي **corporel** على العنصر النفسي **terreur** وهو الرعب، و قد أثرت الثورة الفرنسية الكبرى هذه الكلمة بمفاهيم و معاني عميقة و دقيقة وصلت في نهاية تطورها إلى كلمة إرهاب **terrorisme**.

في حين نجد كلمة إرهاب في قاموس العلوم الاجتماعية يشير إلى نوع خاص من الاستبداد غير المقيد بقانون أو قاعدة ولا يعير اهتماما لمسألة أمن ضحاياه و هو يوجه ضرباته التي لا تأخذ نمطا محددًا - إلى أهداف مقصودة بهدف خلق جو من الرعب و الخوف وشل فاعلية و مقاومة الضحايا "

وعرفه الدكتور عبد الرحمن محمد العيسوي: "بأنه عملية إجرامية يقوم بها قلة من أفراد ليس لديهم أي مبدأ بهدف وضع البلاد في حالة توتر دائم" (1).

وعرفه الدكتور إحسان محمد الحسن: "الإرهاب هو عنف منظم ومدروس من اجل نيل أغراض سياسية تتناقض مع الأهداف السياسية والاجتماعية للنظام القائم" (2).

وعرفه الدكتور احمد رفعت انه" استخدام طرق عنيفة كوسيلة الهدف منها نشر الرعب للإجبار على اتخاذ موقف معين أو امتناع عن موقف معين " (3).

أما الأستاذ الدكتور محمد عزيز شكري فقد عرفه بأنه " عمل عنيف وراهه دافع سياسي، أيا كانت الوسيلة، وهو مخطط بحث يخلق حالة من الرعب و الهلع في قطاع معين من الناس لتحقيق هدف سياسي، أو لنشر دعاية مظلمة ، سواء كان الفاعل يعمل

1- عبد الرحمن محمد العيسوي، الجنون والجريمة و الإرهاب، دراسة ميدانية، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت 1994، ص71

1- إحسان محمد الحسن، العنف والإرهاب، دراسة تحليلية في الإرهاب والعنف السياسي و الاجتماعي، دار وائل

للنشر، ط:1 ، 2008 ، ص27

-عبد الرحمن محمد العيسوي، سيكولوجية الإرهابي، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت ، ط:1 ، 2005 ، ص 171³ .

لنفسه بنفسه، أو بالنيابة عن مجموعة تمثل شبه دولة، أو نيابة عن دولة منغمسة بصورة مباشرة أو غير مباشرة في العمل المرتكب شريطة أن يتعدى العمل الموصوف حدود دولة واحدة إلى دولة أخرى، و سواء ارتكب العمل الموصوف في زمن السلم أم في زمن النزاع المسلح".

الإرهاب شرعا :

في القرآن الكريم، وهو الكتاب المقدس لدى جميع المسلمين بغض النظر عن الطائفة أو مدرسة التفكير التي ينتمون إليها، جاء ذكر مصطلح الرهبة و مشتقاته ثماني مرات، وقد استعملت الكلمة مرة واحدة فحسب بمعنى إخافة عدو الله و عدو المؤمنين خلال الجهاد، قال تعالى: "و أعدوا لهم ما استطعتم من قوة ومن رباط الخيل ترهبون به عدو الله و عدوكم"⁽¹⁾، كما تعني هذه الكلمة في نفس الآية الردع المعروف في موازين القوى العسكرية في أيامنا هذه، حيث تتضمن الآية الكريمة بث الخوف و الرعب في قلوب الأعداء. بالإضافة إلى ما سبق فقد وردت كلمة الرهبة في القرآن الكريم بمعنى الخشية أيضا وتقوى الله سبحانه و تعالى: (يا بني إسرائيل اذكروا نعمتي التي أنعمت عليكم و أوفوا بعهدي أوف بعهدكم و إياي فارهبون) و قوله تعالى : (وقال الله لا تتخذوا إلهين اثنين إنما هو إله واحد إياي فارهبون)، ووردت كذلك لتعني الخوف و الرعب مثل قوله تعالى : (واضمم إليك جناحك من الرهب) , أي الرعب كذلك لا يمكن العثور في السنة النبوية الشريفة على أي دليل على التسامح إزاء الإرهاب مهما كان شكله أو مظهره، و سواء كان ذلك في زمن السلم أو في زمن الحرب فتوجيهات محمد صلى الله عليه وسلم إلى قاداته، وأوامر أبي بكر أول الخلفاء الراشدين تشكل عرضا وافيا للنزاعات الإنسانية لدى المحاربين الأوائل في الإسلام. كما لا يمكن أن يقال بأن النزعة الإرهابية

¹-سورة الأنفال، ص 60 .

التي وصف بها " الحشاشون " وهم فرع من الطائفة الإسماعيلية التي ظهرت فيما بعد في القرن الحادي عشر للميلاد وقد وضعت الشريعة الإسلامية منذ حوالي أربعة عشر قرناً أول تشريع قانوني متكامل، يصور الجرائم الإرهابية، حيث أشار إلى صورتين من صور الخروج على السلطة السياسية و النظام الاجتماعي في السلطة، هما جريمتي البغي و الحراية⁽¹⁾

لقد ورد النص على جريمة الحراية في القرآن الكريم في الآيتين 33 سورة المائدة حيث يقول تعالى: (إنما جزاء الذين يحاربون الله و رسوله و يسعون في الأرض فساداً أن يقتلوا أو يصلبوا أو تقطع أيديهم و أرجلهم من خلاف أن ينفوا من الأرض ذلك لهم خزي في الدنيا ولهم في الآخرة عذاب عظيم إلا الذين تابوا من قبل أن تقدروا عليهم فاعلموا أن الله غفور رحيم).

وهذا يعني أن الذين يرتكبون جريمة الحراية جزاؤهم أن يقتلوا أو يصلبوا أو تقطع أيديهم و أرجلهم من خلاف، أي أيديهم اليمنى و أرجلهم اليسرى، أو ينفوا من الأرض وذلك على الترتيب فالقتل، لمن قتل، والصلب لمن قتل وأخذ المال، والقتل لمن أخذ المال ولم يقتل، و النفي لمن أخاف فقط، لقد ارتكب الإرهابيون في عصرنا الحالي ما يطلق عليه في الشريعة الإسلامية قطع الطريق، " و قطاع الطريق هم الذين انقضوا على النظام يفسدون، و يفرقون ويقتلون، ويزعجون أمن الناس، ويسمون المحاربون، ويسمى عملهم حراية، لأنهم يحاربون النظام و يخرجون عليه من دون أي مسوغ يسوغ خروجهم إلا الفساد في الأرض، قال عليه الصلاة و السلام فيما رواه ابن عمر " من حمل علينا السلاح فليس منا "

حيث لم يرد في القرآن الكريم أية دعوة إلى الإرهاب، بل وكما سبق و أن أوردنا فإنه نهى عن كل تلك الأفعال التي لها علاقة بالإرهاب، فالدين الإسلامي إذن بريء مما يلصق

¹-سامية حميدي، أسباب ظاهرة الإرهاب في الجزائر، "سجن بسكرة نموذجاً"، مذكرة تخرج مكتملة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع والتنمية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية الآداب و العلوم الاجتماعية 2003-2004، ص

به من تهم، إن الإسلام دعا إلى اجتناب الإكراه ، حيث ترك للناس أن يهتدوا بإرادتهم الحرة دون إكراه أو قهر ، قال تعالى : (لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي)(¹)، وقال تعالى أيضا : (أفأنت تكره الناس حتى يكونوا مؤمنين)(²).

إن الإسلام مهاجم اليوم من جهتين، الأولى تلك التي يفتحها عليه المتطرفون الذين يقدمون فتاوى لا علاقة لها بالقرآن الكريم، أو السنة النبوية الشريفة وبالتالي يتسترون بالدين من أجل تنفيذ مآربهم . أما الثانية فهي تلك التي يفتحها عليه الغرب محاولا إصاق تهمة الإرهاب به، و اعتباره ديناً يدعو إلى الجهاد الذي يعتبرونه إرهاباً.

-خصائص الإرهاب :

أولاً : استخدام العنف أو التهديد به من أجل إحداث الرعب (³) .

إن استخدام القوة للإرغام الغير و إخافته وإرعابه أو الاعتداء على الأشياء والممتلكات بتدميرها أو إفسادها أو الاستيلاء عليها بشكل غير مشروع يعد جريمة يحاسب عليها، وبذلك يكون العنف لغة الإرهابيين لأنه من أهم الخصائص التي تميز العمل الإرهابي لإثارة جو من عدم الاستقرار النفسي والاجتماعي داخل الدولة وخارجها ولا بد هنا من الإشارة إلى أن العنف الذي يمارسه الإرهابيين هو وسيلة وليس غاية، فليس العنف هو المقصود بحد ذاته لأن أعمال القتل و الإغتيال ضد القادة السياسيين وممثلي السلطة والأشخاص الرمز بين إنما تهدف إلى إنشاء حالة الخوف من مجرد التخلص من بعض الأشياء الذين لا يكون في موتهم تحقيق لأي هدف (وعليه فإن الأثر النفسي) الذي تحدثه (الواقعة الإرهابية) هو الهدف وليس (ضحاياها) وبهذا يكون (العنف الحقيقي) هو (رسالة موجهة) إلى المجموعة السياسية المناهضة أو إلى المجتمع أو إلى متخذي القرار في الدولة والتي تتمثل في حالات القتل والخطف و الإحتجاز والتعذيب والتخريب

¹-البقرة ، آية 256 .

²-يونس، آية 99

³-عبد الرزاق محمد الدليمي :الدعاية والإرهاب ،دار جرير للنشر والتوزيع ،الأردن ،2010 ، ط 1 ، ص198 .

والحريق... حيث يحمل الضحايا معنى واضحا موجها إلى الآخرين بأن كل شخص وكل مكان معرض للعمل الإرهابي مستقبلا .

ثانيا :التنظيم المتصل بالعنف .(1)

إن العنف لا يمكن أن يحدث أثره في النشاط الإرهابي في خلق حالة التهديد كمصلحة للعنف الإرهابي إلا إذا كان ذلك العنف (منظما) من خلال حملة إرهاب (مستمرة) أي إحداث التأثير محليا أو إقليميا أو دوليا لا بد من تنفيذ مجموعة نشاطات متصلة منظمة منسقة تؤدي إلى خلق حالات متواصلة من الرعب وبالتالي يمكن أن تكون النتائج لصالح مخططي العمل الإرهابي .

ثالثا :الهدف السياسي للإرهاب .

إن الهدف الرئيسي للعمليات الإرهابية هو (سياسي) وليس (مادي) أي إرغام الدولة أو جماعة سياسية على اتخاذ قرار معين أو الامتناع عن اتخاذ قرار تراه في مصلحتها ما كانت تتخذه لولا الإرهاب وهذا ما يعطي قدرا من الأهمية والخطورة لأنه يشكل ضغطا على القرار السياسي(2).

المبحث الثاني : أسباب ظاهرة الإرهاب وتقسيماته

¹ محمود عبد الله محمد خوالدة :علم النفس الإرهاب ،دار الشروق للنشر والتوزيع ،الأردن ،2005 ، ط :1 ،ص156

² محمد فتحي عيد ، الإرهاب و المخدرات ، مركز الدراسات و البحوث ، جامعة النايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، ط :1 ، 2005 ، ص 148 .

*أسباب الإرهاب :

غدا الإرهاب سلوكا مهددا للبشرية يتصاعد بمعدل رهيب وهو ظاهرة اجتماعية تشهدها المجتمعات الم عاصرة كما شهدت ها من ق بل المجتمعات الأخرى، كما أنه - الإرهاب - يتسم بعدوانية بشعة تطول الأفراد و الجماعات على حد سواء و آثاره واضحة على فئات واسعة من البشر، بل وعلى المصير البشري برمته.

الأسباب السيكولوجية و الاجتماعية للإرهاب :

تلعب الجوانب السيكولوجية و ما يعترئها من تغييرات دورا هاما في اتجاه الفرد نحو الإرهاب و لا سيما عندما تتعرض تلك الجوانب لبعض الاضطرابات التي تأخذ صورة أمراض نفسية أو تقلبات نفسية حادة و هذه الأعراض قد تعود إلى أسباب وراثية أو ضغوط عصبية مفاجئة نتيجة لمواقف معينة يتعرض لها الفرد⁽¹⁾.

و يعتقد بعض علماء النفس أن شخصية الإرهابي هي شخصية مضادة للمجتمع ,حيث تعاني هذه الشخصية من انعدام الضمير الأخلاقي أو قلة الشعور بالذنب عندما تهدر أو تخرق القانون أو القيم ,كما أنها شخصية اندفاعية تعاني من العجز في القدرة على الإشباع و العجز عن الاستفادة من أخطائهم السابقة ,مع فقدان الروابط العاطفية التي تربطه بالناس الآخرين مع السعي و البحث عن مواقف الإثارة الجديدة ,حيث يشعرون بالملل بسرعة مع وجود القدرة لديهم على إعطائهم انطباع جيد عن أنفسهم أمام الآخرين.

-إحسان محمد الحسن ،العنف والإرهاب ،دراسة تحليلية في الإرهاب والعنف السياسي والاجتماعي ،دار وائل للنشر ،2008 ،ط :1 ،ص125 .

و يعتقد أنصار التفسير السيكولوجي لظاهرة العدوان أن جذور كل مظاهر العنف الملاحظة في الزمن الحاضر, لا يجب أن نبحث عنها في المجال الاقتصادي المادي و لا في ظروف الحياة الاجتماعية و لكن فقط في علم النفس الفردي, و في العالم الداخلي الذاتي للشخصية، و هكذا فإن مشكلة العدوان و العنف في الظروف المعاصرة تبدو لهم لا كمشكلة اجتماعية و لكن كمشكلة سيكولوجية.⁽¹⁾

لقد دلت بعض الدراسات التي عملت على تحليل سيكولوجية الإرهابي على أنه يعاني من حاجة قوية نحو الارتباط أو الإلتصاق بغيره، و تتبع هذه الحاجة من خبرات الحرمان التي عاشها الإرهابي و هو طفل، و لقد وجد أن بعضهم قد فقد أ حد الآباء و افتقر إلى الحب و العطف، و لذلك يلجأ إلى الارتباط ببعض الجماعات السياسية بحثاً عن الصداقة و الارتباط و الإلتصاق، كما تبين أن الإرهابي يخضع خضوعاً كبيراً للسلطة التي ينتمي إليها، فهو مستعد بش كل قوي لتنفيذ كل الأوامر و التكاليفات مهما كانت خطيرة، فهو يعتبرها مقدسة و يقوم بتطبيقها.⁽²⁾

و في الوقت ذاته يفتقد الإرهابي إلى الاعتراف بمشاعر الخوف أ و القلق، بينما كان تحليل شخصيته يكشف عن معاناته من الخوف و الرعب عندما يكون بصدد التخطيط لهجوم معين أو عندما يعمد إلى تنفيذه.

حيث يؤكد عدد كبير من الإرهابيين أنهم لا يقهرون أو لا يمكن هزيمتهم، و هم بهذا الشكل ينفون الشعور بالقلق حول ما يحدث لهم و هم يزرعون أو يغرسون المتفجرات و يخططون لخف الطائرات أو يتعرضون لرجال الحراسة بشكل خاص لأن هذه العملية الأخيرة تتطلب أن يكون الإرهابي أو أن يبدو أكثر ثقة بالنفس و عدم الظهور بمظهر

¹- عبد العزيز بن صقر الغامدي، مكافحة الإرهاب، مركز الدراسات و البحوث، أكاديمية الناف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999، ص 61 .

²- عبد المحسن بدوي محمد أحمد، دور برامج الإعلام في تنمية الوعي الأمني ومكافحة الإرهاب(المعوقات والتحديات)، جامعة الرباط الوطني، الخرطوم، 2009، ص 25 .

الخوف و القلق لأن ذلك من شأنه أن يفشل عمليته، و يبدو أنهم يفقدون الوعي بحالة الرعب و الفزع التي تحتويهم. كذلك دل تحليل هؤلاء علي أن لديهم حاجة قوية نحو العنف و العدوان .

و يذهب البعض إلى أن الإرهابي يعمل في نطاق سيكولوجية تتمثل في دلائل مختلفة عن العلامات الدالة عن المرض الذهني التي يمكن تشخيصها بإتباع الوسائل العلاجية النفسية التقليدية. فالإرهابي يتميز بالذكاء و اللياقة، و عادة يكون مثقف من أصحاب الدوافع السامية عندما يتعلق الأمر باشتغاله من أجل القضية، و ما يفعله في المرحلة المبكرة من اجتماعات إرهابية هو عرض وجهات نظر مخالفة للمألوف و ليس مظاهر انغماس في مسالك نفسية مرضية.

و نادرا ما يتجه الشخص للإرهاب من تلقاء نفسه و الأغلب أن جذب الفرد إلى الجماعة الإرهابية يتم على مراحل، فقد يبدأ بدور مساعد صغير على الهامش في العمليات الإرهابية كتوزيع المنشورات ثم يقوم بدور المراسلة في مركز النشاط الإرهابي، و قد تقوم بعض الجماعات الإرهابية بمراسم معينة تلقنه تعليماتها و المطلوب منه أداءها و قد تكون هناك اختيارات لمعرفة مدى استعدادها و قدرته على المبادرة و الولاء⁽¹⁾ .

إذن وتأسيسا على ما سبق، فإنه يمكن تفسير ما يحدث الآن من عنف بشتى أنواعه- سواء على المستوى المحلي أو المستوى الدولي، فالفرد في المجتمعات المعاصرة أصبح فعلا أقل وعيا و مسؤولية بسبب حالة البذخ التي يعيشوها وهذا ما يفسر العنف لدى الأشخاص الذين يعيشون في رفاهية وكذا ارتفاع نسبة الجرائم في المجتمعات المتقدمة، بالإضافة إلى ذلك ففقدوا العالم وزعماءه أصبحوا يتميزون بحالة نفسية مرضية تقودهم في

-أحمد أبو الروس، الإرهاب و التطرف و العنف الدولي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001، ط:1، ص:24

غالب الأحيان لإعلان الحروب على الشعوب، ليس لأنهم يدافعون على قضية معينة، وإنما يقومون بذلك لإشباع غريزة ذاتية داخلية تحركهم لإبادة البشر.

و في اهتمام الآخرين يجد الإنسان راحة مزدوجة، من ناحية، تصريف العدوان بصبه عليهم الانتقاد، و من ناحية أخرى، إثبات البراءة الذاتية، نفي تهمة العدوان عن الذات، ذلك ما يحدث في التعصب الديني و الطائفي و السياسي،⁽¹⁾ حيث يعتمد المتطرفون إلى إلقاء اللائمة على أفراد المجتمع و اتهامهم بأنهم المتسببون فيما يحدث لهم و ما يتعرضون له من أشكال مختلفة من العنف، خاصة المتطرفون الدينيون الذين يكفرون الناس و يعتقدون أنهم يستحقون ما يحدث لهم و بالتالي يبررون ما يقومون به من أعمال

عنف و اعتداء على الآخرين.

و كثيرا ما يتعرض الشخص الذي من الممكن انضمامه إلى الجماعات الإرهابية للاستنكار - على نحو ما - من المجتمع، مما يؤدي به إلى الشعور بالوحشة الأمر الذي يخالف الطبيعة البشرية التي من أهم صفاتها الشعور بالانتماء إلى جماعة، و من ثم فإن الشخص الذي يشعر بالعزلة في المجتمع و يسيطر عليه الشعور بالفشل يكون من السهل انجذابه تلقائيا إلى هذه الجماعات التي لن تكتفي بقبوله فحسب بل ستزوده بالوسائل و السبل التي تساعد على الانتقام من المجتمع الذي نبذه .

وفي هذا الصدد نقول أن الطبيعة البشرية أو الإنسانية تتحمل كامل المسؤولية فيما يتعلق بوجود العنف في الحياة الاجتماعية، حيث أن الإنسان هو فاقد لشخصيته و منقسم بين طبيعتين، فمن أجل تحقيق أهدافه و آماله يستخدم الفرد الوسائل العنيفة و من أجل إحلال النظام تستخدم السلطة تدخلات رجال الأمن و العسكر أحيانا و من أجل تحقيق العدالة الاجتماعية تلجأ بعض الجماعات إلى الانقلابات الدامية، أو إلى الإرهاب الدموي، و هؤلاء الأفراد لديهم شعور بأن هم فوق القانون و أنهم نصبوا أنفسهم قضاة و يظهر هذا

¹سامية حميدي، أسباب ظاهرة الإرهاب في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2003-2004، ص 88.

المعتقد في تبرير الجرائم و الممارسات العدوانية البشعة استنادا إلى مبدأ القيام بممارسات عدوانية تجاه الآخرين.

و على هذا الأساس نقول بأن الإنسان المعاصر بقدر ما لديه الرغبة في تحقيق العدالة بقدر ما لديه القدرة على الظلم, و بقدر ما لديه الرغبة في الوصول إلى النظام في المجتمع بقدر ما يملك القدرة على التخريب و خلق حالة من اللاستقرار و التوتر في المجتمع.

يتعرض عدد غير قليل من الأفراد والجماعات إلى الأمراض النفسية و العصابية

و الأمراض الاجتماعية عندما تتعرض البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها الإنسان إلى

التحدي و الفقر و الاضطراب و الفوضى و الحرب والدمار ومثل هذه المعطيات الاجتماعية والحضارية السلبية التي تعيشها البيئة الاجتماعية تكون سببا من أسباب الأمراض النفسية و الاجتماعية التي يصاب بها عدد غير قليل من الأفراد نتيجة لسوء تكيف الإنسان إلى البيئة وتعرضه على الضغوط والمضيقات التي لا يستطيع أن يتحملها أو يواجهها (1).

ومن الجدير بالذكر أن بعض الأفراد الذين يعيشون في مثل هذه البيئة المضطربة غالبا ما يصابون بالأمراض النفسية العصابية ، فمن الأمراض النفسية العصابية التي يصاب بها الإنسان مرض الخوف و القلق و التوتر و النرفزة وسوء التكيف للمحيط والكآبة والوسواسبينما الأمراض الاجتماعية التي يصاب بها الفرد فهي الكذب و النميمة والنفاق و الإيذاء و الاحتيال و الإدمان الكحولي و الإدمان على تناول العقاقير و افتعال النزاعات و الأزمات مع الآخرين ...الخ.

-عبد الرحمن محمد العيسوي، الجنون والجريمة و الإرهاب، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، 1994
1، ص67

جميع هذه الأمراض النفسية و الاجتماعية التي يصاب بها الفرد قد تدفع إلى الولوج في عالم العنف و الإرهاب، ذلك أن هذه الأمراض قد تدفعه إلى تناول المخدرات و تقوده إلى عدم التكيف و تحدي القيم و الأخلاق و النظم الاجتماعية و الحضارية⁽¹⁾.

بيد أن هذه الأمراض التي يصاب بها الفرد تكون سببا مهما من أسباب اعتماده على أساليب العنف و الإرهاب التي يقوم بها كرد فعل للاضطرابات النفسية و السلوكية و الاجتماعية التي يعاني منها .

وهذه الاضطرابات التي يعاني منها ترجع إلى تقادم أوضاع البيئة الاجتماعية و تردي معالمها و كثرة تعقيداتها و اضطراباتها و كرد فعل للأمراض النفسية و الاجتماعية التي يعاني منها الفرد نراه يلجأ إلى أساليب العنف و الإرهاب في تعامله مع الآخرين ، ذلك أن هذه الأساليب التي يعتمد عليها في سلوكه المنحرف تعد متنفسا للضغوط و المضايقات الداخلية التي تنتابه من حيث أن ممارسات العنف و الإرهاب التي يقوم بها تخفف من حدة الآلام النفسية و الاجتماعية التي يتعرض لها في محيطه الاجتماعي.

- الأسباب الاقتصادية للإرهاب :

تدل الشواهد التاريخية على أن الأزمة الاقتصادية أول ما تصيب الطبقات الدنيا التي تعاني كثيرا و بشكل مؤسف من التدهور الفظيع في ظروفها المعيشية بفعل انتشار البطالة و تدهور الخدمات و ظهور طبقة من الأثرياء الذين يسلكون سلوكا استفزازيا بالنسبة للفقراء بثرائهم الفاحش و إسرافهم اللامتناهي، وهذا ما يمكن أن نسميه بالتطرف في الفقر ، هذا الأخير يقود إلى التطرف في الفكر نتيجة الإحباط الذي تعانيه هذه الفئة من المجتمع.

كما تدل الدراسات السوسولوجية التي أجريت على أعضاء الجماعات المتطرفة

¹-سامية حميدي ، نفس المرجع السابق، ص 89 .

الإرهابية على أن الغالبية العظمى منهم هي من الشباب ومن الطبقات الدنيا و المتوسطة ، ومن المناطق الأكثر حرمانا مثل الريف و الأحياء الشعبية الفقيرة الذين يعانون من البطالة أو انخفاض الدخل، و العجز عن توفير متطلبات الحياة الضرورية وكذلك عن العجز في إيجاد حلول لمشكلاتهم ورفضهم الانغماس في أنشطة مضادة لقيمهم الدينية كالفساد والرشوة والإدمان⁽¹⁾.

إن الحرمان الاجتماعي الذي يعني عدم مقدرة المجتمع على استيعاب بعض الفئات استيعابا كاملا يؤدي إلى نوع من العزلة المفروضة من المجتمع على فئات معينة هي تلك التي تتوقع في أماكن محددة و تشعر بالاغتراب⁽²⁾ وبعدها يحدث كل هذا، وبعدها يعي أفراد تلك الفئات أوضاعهم المتردية، يلجأ بعض هذه الفئات إلى تشكيل مجموعات إرهابية أو الانضمام لما هو قائم منها سعيا نحو تغيير تلك الأوضاع المتردية و التخلص منها.

ويحدث الإرهاب نتيجة حالة الإحباط التي تصيب بعض الأفراد في المجتمع و

النتيجة عن التفاوت الحاصل بين فئات هذا المجتمع، حيث توجد فئة تسعى إلى إقامة المساواة بين أفراد المجتمع وفئة أخرى تسعى إلى الاحتفاظ بالامتيازات و المكاسب التي تتمتع بها، وهنا لا بد أن تصطدم إرادة المساواة بإرادة دعاة التفاوت، فتلجأ الفئات التي تشعر بالحرمان إلى الأسلوب الإرهابي العنيف محاولة منها للحصول على حقوقها التي سلبت منها.

وهكذا يقوم التضامن بين الفئات التي تجمعها وحدة المصير و الهدف و تتحد فيما بينها لمواجهة الفئات المميزة و القوية و التي تراها مجسدة في النظام، فسوء استعمال موارد الدولة وخيراتها و التوزيع غير العادل لأموال الدولة على الفئات الشعبية كل ذلك

¹- عبد الرحمن محمد العيسوي، نفس المرجع السابق، ص 69 .

²- عبد المحسن بدوي محمد أحمد ، دور برامج الإعلام الأمني و مكافحة الإرهاب(المعوقات والتحديات) ، جامعة الرباط الوطني ، الخرطوم ، 2009 ، ص 56 .

يدفع إلى العنف الإرهابي وتؤدي الأزمة الاقتصادية إلى ازدياد معدل البطالة و التضخم و غلاء الأسعار وبالتالي تزداد حدة التفاوت الطبقي خاصة مع ظهور الطبقة الطفيلية التي أثريت ثراء فاحشا، وسريعا دون جهد أو إسهام في الإنتاج الوطني للدول، وبهذا تنعكس آثار هذا الخلل الخطير على الشباب وتنشأ تربة صالحة للتطرف تزود الجماعات المتطرفة بأعضاء يعانون من الإحباط وافتقاد الشعور بالأمان والأمل في المستقبل فيقعون بسهولة فريسة الانقلاب لأوهام الخلاص.

يمثل الفقر إذن و الحاجة المادية الملحة و عدم المساواة في توزيع الموارد و الثروة وانتشار الوعي بهذه السلبيات وبالفوارق الشاسعة الحاصلة في المجتمع، دافعا، قويا نحو ممارسة الإرهاب وتوسيع القائم منه بهدف التخلص من تلك الأوضاع فالإحباط الذي يشعر به هؤلاء الفقراء الذين أفرزتهم الأزمة الاقتصادية و التي انعكست بدورها على الواقع الاجتماعي للأفراد الفقراء، يرى العديد من الباحثين أنه الدافع إلى هذا السلوك الإرهابي، وأن شعور المستضعفين من أفراد المجتمع بالحرمان هو الذي يدفعهم إلى هذا السلوك.

وفي هذا الصدد نذكر بفكرة " سعد الدين إبراهيم " حيث يعتقد أنه ليس الفقر هو

الذي يقود الفرد إلى الانضمام إلى الجماعات الإرهابية، وإنما ما يقودهم إلى القيام بتلك الأعمال العنيفة هو ذلك الشعور الذي ينتابهم كفقراء، هذا الشعور هو حالة الحرمان التي يعيشونها و التي يكون وعيهم بها نتيجة للمقارنة بينهم وبين أفراد المجتمع الميسورين فهنا يشعرون أنهم محرمون من موارد وطنهم ويحسون بانعدام العدالة التي توزع بها هذه الموارد وبالتالي يعيشون حالة من الإحباط تجعلهم مهينين للانضمام إلى أي جماعة بإمكانها أن تسترد لهم حقوقهم، فيتحدون بهذا تحت شعارات موحدة تجعل مصيرهم واحدا.

الأسباب السياسية و الدينية للإرهاب :

تعد الصراعات السياسية والدينية التي تنتاب المجتمع أثناء وبعد الحرب والأزمات السياسية من أهم العوامل المسؤولة عن العنف والإرهاب، ذلك أن الصراعات هذه مع جهاتها المتصارعة بعضها مع بعض تكون أسبابا موضوعية للإرهاب، إذ أن كل جهة سياسية أو دينية متصارعة مع الجهات الأخرى تستعمل العنف والإرهاب لتجميد أنشطتها وإخراجها من ساحة الصراع لكي تستحوذ هي على مقدرات المجتمع وتستفيد فائدة كبيرة من ظاهرة العنف والإرهاب⁽¹⁾.

تكون الصراعات السياسية عادة بين الأحزاب والقوى والتيارات السياسية ذلك أن كل حزب أو تيار أو قوة سياسية تريد النزول في صراع محتدم مع الأحزاب والقوى والتيارات السياسية بغية إزالتها من حلبة الصراع ومن ثم الاستئثار بالقوة والنفوذ والسلطة والثروة لكي تستعملها في تثبيت أركان حكمها وزيادة قوتها ونفوذها الذي يمكنها من حكم المجتمع واتخاذ القرارات التي تحدد مسيرته الآنية والمستقبلية⁽²⁾.

أما الصراع الديني بين الفئات والجماعات الدينية فيرجع إلى أسباب وقوى دينية عقائدية

و، حيث أن كل قوة دينية تعتقد بأن أفكارها وسياسات عملها أفضل من القوة الدينية الأخرى، ولما كانت كذلك فلها الحق في الهيمنة عليها وحكمها وتوجيهها وفقا لمصالحها ونزواتها.

وتتجسد الصراعات الدينية بين الأديان والطوائف كالصراع بين المسلمين والمسيحيين والصراع بين المسلمين واليهود، كذلك الصراعات الطائفية بين السنة والشيعة.

¹- عبد العزيز بن صقر الغامدي، مكافحة الإرهاب، مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية الناييف العربية، الرياض، 1999، ص 63.

¹- إحسان محمد الحسن، العنف والإرهاب "دراسة تحليلية للإرهاب والعنف السياسي والإجتماعي"، دار وائل للنشر، ط:1، 2008، ص 140.

إن الصراعات الدينية في المجتمع تقود إلى العنف والإرهاب حيث أن إتباع كل دين أو طائفة دينية يستعملون العنف والإرهاب ضد الأديان والطوائف الأخرى لقتل وإبادة بعض أفرادها وتصفيتهم والتشهير بهم . علما بأن العنف والإرهاب الذي تستعمله الجماعات والطوائف الدينية يمكنها من الاستئثار بالقوة والسلطة والنفوذ والثروة والتي قد تضعها في سدة الحكم وتمكنها من السيطرة على عقول وضمائر الأفراد و الجماعات

إذن فقد يكون الدين سببا ملحوظا من أسباب العنف والإرهاب لا سيما إذا كان الفرد متعصبا ومتحيزا لدينه أو طائفته الدينية وضد الأديان والطوائف الأخرى . ذلك أنه يعتقد بأن دينه أفضل وأخير وأظهر وأنقى من الأديان الأخرى ، وكذلك طائفته .

علما أن هذا التعصب الديني والطائفي الذي يتسم به الفرد قد يدفعه إلى القيام بالممارسات العنيفة والإرهابية ضد أبناء الأديان والطوائف الأخرى .

وفي الأخير يمكن إجمال أسباب ظاهرة الإرهاب كالتالي :

-عدم الشعور بالانتماء للوطن ،التعصب الديني ،عدم انتشار الوعي الديني ،الجهل وانتشاره في القرى ،أسباب سياسية كعدم وجود ديمقراطية كاملة .

-الفوضى والغلاء والفقر ،انتشار البطالة وارتفاع الأسعار .عدم تمسك الشباب بتعاليم الدين وفهمهم الخاطئ ،قلة الدخل الاقتصادي للأسرة ،عدم التدين الكامل وعم استغلال

وقت الشباب ،الفقر والتخلف وأسباب ثقافية كعدم وجود الوعي الكافي بين الأفراد ،انتشار الجرائم العامة والعناصر المخربة ،عدم الإلمام بقيم الدين ،انتشار الجماعات المنحرفة التي تجذب الشباب ،الأوضاع الغير الصحية في المجتمع والبعد عن الدين الحنيف ،وأسباب اجتماعية كوجود فوارق كبيرة بين طبقات الشعب المختلفة ،كثرة الفوضى والانحراف بين الشباب ،عدم اهتمام الدولة بفئة الشباب وهم يمثلون الغالبية العظمى في المجتمع (1) .

¹-عبد الرحمن محمد العيسوي، سيكولوجية الإرهابي ، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط:1 ، 2005 ، ص ص 171-172 .

يمكننا القول أن الفرد أو الجماعة (الذي يرتكب سلوكا) إرهابيا يكون معرضا لمجموعة من الظروف المهيأة سواء كانت متصلة به شخصيا مثل الإحباط الناجم عن فشله في أداء مهام معينة، أو عجزه عن بلوغ أهداف يرغبها، وارتفاع مستوى الاستثارة الفسيولوجية لديه، والتعرض لمشاهد عدوانية بشكل مكثف، أو كانت تلك الظروف تنبع من السياق الثقافي، الاجتماعي، كما يتمثل في الحرمان من العائد الاجتماعي للتنمية، وتصادد حدة الصراعات الاجتماعية، كل تلك الظروف التي ذكرناها في هذا الفصل، تولد مجتمعة قدرا من التوتر لدى الفرد يتناسب مع شدتها، وفي حالة بلوغ هذا التوتر مستوى يفوق طاقة الفرد على الاحتمال فإنه يسعى سعيا حثيثا لتفريغ الشحنة الانفعالية بصورة ما، ومن هنا يبرز دور العوامل المفجرة للإرهاب، حيث يتحول التوتر في ظلها إلى سلوك عدواني موجه نحو الطرف الآخر إما بصورة مباشرة أو غير مباشرة⁽¹⁾، أو نحو أي موضوع بديل. إن الفرد يدرك ما يحدث له على أساس تلك العوامل التي سبق ذكرها في هذا الفصل، فالشخص الذي يدرك انه مظلوم، والإرهابي في الوطن العربي مثلا -الذي يعتقد أن المجتمع فاسد ويجب تغييره بشتى الطرق، يستلزم منا ذلك معرفة الظروف التي جعلته متطرفا في تفكيره. في الأخير نعتقد أن الإرهاب مرتبط إلى حد كبير بأفكار الفرد، وعليه فإننا بحاجة إلى كيفية تغيير هذه الأفكار خاصة إذا كانت أفكارا متطرفة من شأنها أن تشكل خطرا على المجتمعات وعلى البشر .

تقسيمات الإرهاب:

فالإرهاب قد يقوم به فرد، أو مجموعة، أو مجموعات منظمة من الأفراد، وقد تقوم به حكومة أو دولة ضد شعب، أو دولة أو دول أخرى.

فإذا كان الأفراد أو المجموعات، تلجأ للإرهاب وسيلة يائسة لجلب الاهتمام لقضيتهم،

¹-محمود عبد الله محمد خوالدة، علم النفس الإرهاب، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ط:1، 2005، ص75 .

فإن الحكومات تلجأ إليه لردع خصومها علما بأنه يتوافر لديها وسائل أخرى عوضا عن ذلك أهمها الحلول السياسية.

وبناء على ما تقدم فإنه يمكننا تقسيم الإرهاب إلى ما يلي: (1)

1. الإرهاب الفردي : وهو الذي يرتكبه الأفراد لأسباب متعددة.
2. الإرهاب الجماعي غير المنظم : وهو الإرهاب الذي ترتكبه جماعات غير منظمة من الناس تحقيقا لمآرب خاصة.
3. الإرهاب الجماعي المنظم: الذي يتمثل في جماعات الإرهاب التي تديرها وتشرف عليها دول غير ظاهرة أو مؤسسات أو هيئات مختلفة.
4. الإرهاب الدولي: وهو الإرهاب الذي تقوم به دولة واحدة أو أكثر. فهو إما أن يكون إرهابا دوليا أحاديا وهو الذي ترتكبه دولة واحدة، أو إرهابا ثنائيا وهو الذي ترتكبه دولتان، أو إرهابا جماعيا وهو الذي ترتكبه مجموعة من الدول أو يقع من دولة واحدة ولكن بدعم من دول أو حلف من الدول الأخرى، وله أنواع (2):

أولا: الإرهاب الجماعي المنظم :

وهو الذي تمارسه منظمة سعيا لتحقيق أهداف سياسية أو تقوم به دول دون أن تظهر

علانية، ولكن من خلال إنشائها لجماعات معينة تتولى تحقيق أغراضها، من ذلك مثلا

أعمال العنف الإرهابية التي تقوم بها بعض المنظمات، التي تشكل خرقا لقوانين الحرب الدولية، وخاصة اتفاقيات جنيف الأربع سنة 1949م، حيث تتحمل هذه المنظمات الجماعية ذات الأهداف السياسية مسؤولية أعمال الإرهاب هذه كما تلتزم بالتبعات

² -منتدى ستار تايمز، بحث حول الجريمة الإرهابية، "38: 21"، 2011/05/10 .
² -حناف بن سراج النجيبى الهزلي، الإتجاه نحو ظاهرة الإرهاب وعلاقته بالمسؤولية الإجتماعية وبعض المتغيرات الأخرى، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة أم القرى، 2009، ص67 .

المرتتبة عليها، شأنها في ذلك شأن الدول، وتستطيع الأمم المتحدة وأجهزتها المختلفة أن تدين هذه الأعمال وتلزم تلك المنظمات الجماعية بإزالة الآثار المترتبة عليها طبقاً لقواعد القانون الدولي، إلا أنه لا يجوز إسباغ صفة الإرهاب على هذه المنظمات إلا إذا استمرت في انتهاكاتها، وذلك لأن لها أهدافاً عامة وليست خاصة، أما إذا كانت هذه الجماعات المنظمة قد أنشأت خصيصاً لممارسة أعمال إرهابية لخدمة جهات أو دول غير ظاهرة فإنها عندئذ تكون منظمات إرهابية المنشأ، والهدف، والنتائج .

ثانياً: الإرهاب الدولي :

ويقصد بالإرهاب الدولي أعمال العنف التي تقوم بها الدول ضد الأفراد، أو الجماعات، وذلك بهدف الانتقام، ودون مبرر قانوني. وتفصيل ذلك:

1. الإرهاب الدولي ضد الأفراد:

هذا النوع من الإرهاب تقوم به بعض الدول ضد الأفراد، بسبب الاختلاف في الآراء السياسية، حيث تعتبرهم الدولة خارجين عن القانون، غير أن هذا المفهوم هو مفهوم خاطئ، وذلك لأن هناك خطوات وإجراءات يتعين على الدولة، القيام بها، قبل أن تقوم بأعمال إرهابية ضد كاتب مقال في دولة أخرى مثلاً، بل يتعين عليها أن تقوم بمحاورة هذا الكاتب بالطريقة نفسها وبالأسلوب نفسه .

وقد ازدادت حدة هذا النوع من الإرهاب الموجه ضد فئات معينة لسبب انتمائها العرقي أو الديني، وقد ظهر ذلك جلياً في كثير من الدول الأوروبية وفي الولايات المتحدة الأمريكية،

وخصوصا بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر عام 2001 في الولايات المتحدة الأمريكية، فأصبحت الأعمال الإرهابية تستهدف كثيرا من الأفراد والجمعيات والمؤسسات الإسلامية بما فيها المساجد، ومن قبيل هذا النوع من الإرهاب أيضا أعمال القمع التي كانت تمارسها حكومة جنوب إفريقيا ضد السكان الأفارقة السود .

2 الإرهاب الدولي ضد الجماعات المنظمة المشروعة:

ويتمثل ذلك بملاحقة دولة ما، جماعات سياسية، أو منظمات ثقافية، والاعتداء عليها بحجة أنها منظمات إرهابية.⁽¹⁾

ولا شك أن أعمال هذه الدولة ضد الجماعات والمنظمات المشروعة تعتبر عملا إرهابيا يتناقض وأحكام القانون الدولي، غير أن المجتمع الدولي يقف عاجزا عن عمل أي شيء ضد تلك الدولة، وذلك بسبب توازن القوى الدولية واستخدام حق النقض (الفيتو) في مجلس الأمن الدولي من قبل الأعضاء الدائمين في المجلس، مما يحول دون اتخاذ إجراءات رادعة ضد تلك الدولة.

المبحث الثالث: أهداف الإرهاب و صور جرائمه .

¹-نائف بن سراج النجيبى الهزلي، نفس المرجع السابق، ص69 .

أهداف الإرهاب :

أهداف الإرهاب تتجسد في عدة نقاط لعل أهمها ما يأتي :

1- يهدف الإرهاب إلى إحراز القوة السياسية و الشرعية القانونية التي تمكنه من السيطرة على الدولة ومقوماتها لكي تسيروها وفقا لأهدافها الضيقة و نواياها المقيتة والشريرة . علما أن الإرهاب لا يستطيع إحراز القوة السياسية و الشرعية القانونية دون اعتماده على استعمال العنف و القوة والجبروت ضد الخصوم لإحراز الهيمنة السياسية و نيل الشرعية التي تمكن الإرهاب من الوصول إلي غاياته و أهدافه .⁽¹⁾

2- لا يتصدى الإرهاب دائما إلي المحتلين و قوات الاحتلال و الغزاة بل يتصدى لجموع الشعب إذ يهددهم و يقض مضاجعهم و يحول الحياة الطبيعية التي يعيشونها إلي حياة مستحيلة تلزم الآلاف من المواطنين إلى الهجرة و النزوح إلي الأماكن الآمنة وحتى لو كانت هذه خارج الحدود السياسية لإقليمهم السياسي .

3- يحاول الإرهاب التعرض لمعالم الحضارة المادية و غير المادية للمجتمع المحتل و المغلوب علي أمرهم و تدميرها وتفجيرها و تخريبها لكي لا يستعملها المواطنون الآمنون .

4- يستعمل الإرهابيون الأساليب الخبيثة و المخادعة و المضللة في إيقاع أكبر قدر ممكن من الخسائر المادية والبشرية بين صفوف الشعب وذلك عن طريق استعمال

أساليب الخطف و القتل و الوعيد و الابتزاز. فضلا عن استعمال السيارات المفخخة و العبوات الناسفة و التفجيرات في قتل المدنيين و إبادتهم بالجملة لغرض تخويفهم و ترويعهم و انزال الهلع في نفوسهم لكي يضغطوا علي حكومتهم للخضوع و الإستسلام و

الركوع للإرهاب ، و هنا يستطيع الإرهاب و الإرهابيون فرض إرادتهم اللاإنسانية والشريرة على الحكومة و حملها علي الاستقالة و التنازل لكي يتمكن الإرهابيون بعد

¹-إحسان محمد الحسن،العنف والإرهاب،"دراسة تحليلية في الإرهاب والعنف السياسي والإجتماعي،دار وائل للنشر والتوزيع،ط: 1، 2008، ص80 .

ذلك من السيطرة علي زمام الموقف و حكم المجتمع و الشعب حكما ديكتاتوريا و استبداديا و طائشا⁽¹⁾.

5- قد يعتمد الإرهابيون أساليب السرقة و قطع الطريق و تفجير الأبنية و الساحات و تدمير الشوارع لكي يوقفوا مسيرة الحياة في المجتمع و يحولوها إلي حياة لا تطاق .

6- يعتمد الإرهابيون إلي التصدي و اغتيال كل شخص يحتل موقفا سياسيا مهما أو يعمل في الحكومة أو يشارك في تنفيذ مشاريع البناء و إعادة البناء في الدولة و المجتمع، و مثل هذه الأساليب التي تعتمد عليها القوات الإرهابية تهدف إلي توقف الحياة و منع الحركة و النشاط لكي تسقط الدولة و لا تمضي قدما .

معينة.

صور الجرائم الإرهابية :

يعتبر خطف الطائرات و احتجازها و تغيير مسارها بالقوة من اخطر العمليات و لذلك فرضت معظم الدول قيود و إجراءات أمنية لمكافحة هذا الأسلوب الإرهابي، بالإضافة إلي صور أخرى من أعمال التخريب، و أعمال الاغتيالات و صور أخرى نصت عليها الاتفاقيات الدولية.

أ- **اختطاف الطائرات :** يقصد بها قيام شخص أو مجموعة من الأشخاص بصورة غير قانونية وهو على ظهر الطائرة في حالة الطيران بالاستيلاء عليها و تغيير مسارها بالقوة أو التهديد.

¹-إحسان محمد الحسن نفس المرجع السابق، ص85 .

ويخرج من نطاق هذه الصورة الإرهابية أفعال السرقة أو القتل أو التهديد لنظام على ظهر الطائرة أو تهديد سلامتها أو سلامة الأشخاص و الأموال ما لم ترق هذه الأفعال إلى درجة الاستيلاء على الطائرة (1) .

ب- **حجز الرهائن** : معظم الجرائم الخطف و الحجز تكون لإغراض سياسية و إما لإغراض إجرامية كجرائم السطو المسلح، الذي يحتجز فيها المجرمون بعض الرهائن كوسيلة لتسهيل عملية هروبهم من مسرح الجريمة، أما إذا كان الغرض من ارتكابها حوادث سياسية فغالبا ما يكون الضحايا من بين الشخصيات التي تتقلد مناصب سياسية هامة في الحكومة أو المؤسسات الدولية أو ممثلي الدول (2).

ج- **العمليات التخريبية** : تظهر في أعمال التخريبية التي تقوم بها الإرهابيون على المنشآت العامة و المؤسسات ذات الأهمية سواء من الناحية السياسية أو الاقتصادية و سواء كانت هذه المؤسسات داخل إقليم الدولة أو خارجها مثل السفارات، القنصليات، وتكمن خطورتها إن معظم الضحايا هم من الأبرياء.

و الهدف منها زرع الخوف و زعزعة الكيان الأساسي للدولة أو من أجل التأثير على الدولة من أجل تغيير قرارها في موضوع معين.

1- محمد فتحي عيد، واقع الإرهاب في الوطن العربي، مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية الناييف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999، ص 34 .

2- بشيري بهيجة وآخرون، الإرهاب السياسي في المجتمع المعاصر، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، 2003- 2004، ص 30 .

د- الاغتيالات : هو القتل لشخصيات هامة لها تأثير على الرأي العام داخل الدولة و تحدد هذه الشخصيات حسب الغرض الإرهابي، وقد يكون الاغتيال من اجل إحداث الفزع و الرعب⁽¹⁾.

ه- صور الإرهاب التي نصت عليها الاتفاقيات الدولية :

هذه الاتفاقيات نصت عليها اتفاقية جنيف عام 1937 في المادة الثانية التي اعتبرتها عمال إرهابية:

1 - أي فعل يتسبب في موتا أو إصابة جسدية أو فقدان الحرية أي من:

- ورؤساء الدول والقائمين بأعمالهم أو وراثتهم أو خلفهم.

- زوجات و أزواج أي من الفئات السابقة.

- الأشخاص ذو المناصب العامة.

2 - الأشخاص القائمون بمسؤوليات عامة أو من ذوي المناصب العامة إذا واجهت هذه الأفعال إليهم و بصفاتهم.

3- التخريب المتعمد أو إتلاف الممتلكات المخصصة لإغراض عامة و خاضعة لسلطة دولة معينة المعاقدة.

4- أي فعل يعرض الحياة العامة للخطر.

5- أي محاولة لارتكاب مخالفة تقع في نطاق الأفعال السابقة.

بن عبد الله عمر و آخرون ، التناول الإعلامي لظاهرة الإرهاب في الجزائر عن طريق الكاريكاتير (تحليل سيميولوجي لكاريكاتير جريدة الخبر) شهادة ليسانس في علوم الإعلام و الإتصال، كلية العلوم الإجتماعية ، مستغانم ، 2005-2006 ، ص 31 .

6- تصنيع، أو الحصول، أو الحيازة، أو إعداد الأسلحة و المؤن، و المتفجرات أو أي

مواد ضارة يقصد ارتكاب أفعال ضارة في دولة من الدول.

وتبعتها عدة اتفاقيات أوربية منها اتفاقية المجلس الأوربي في 27 جانفي 1988 وقسمت

هي الأخرى الجريمة الإرهابية إلى: ⁽¹⁾

- خطف الطائرات
- الأعمال التي وردت في اتفاقية مونتريال عام 1981
- الأعمال الموجهة ضد الأشخاص ذوي الحماية الخاصة و الدبلوماسيون
- استعمال القنابل و الجرانيت و القذائف و الصواريخ التي تهدد حياة الإنسان
- اخذ الرهائن و الاحتجاز الغير المشروع للأفراد والاشتراك في الجرائم السابقة
- اتفاقية الجرائم و الأفعال الأخرى التي ترتكب على متن الطائرات الوقعة في طوكيو في 14 سبتمبر 1963
- اتفاقية الجرائم الاعتداء على الطائرات الوقعة في لاهاي في 12 سبتمبر 1971⁽²⁾
- المبحث الرابع: واقع الإرهاب في الوطن العربي

يهدد الإرهاب أمن الدول العربية واستقرارها ، ويشكل خطرا على مصالحها الحيوية ، ويمثل إخلالا بالمبادئ الأخلاقية والدينية السامية ولاسيما أحكام الشريعة الإسلامية الغراء .

¹-بشيري بهيجة وآخرون ،نفس المرج السابق ،ص34 .

²-بشيري بهيجة وآخرون ،المرجع نفسه ،ص35 .

المبحث الرابع: واقع الإرهاب في الوطن العربي .

في عصر يزداد فيه إرتفاع نسبة الجريمة وتتنوع فيه أنماطها وأشكالها بإزدياد إنفلات الأفراد وإبتعادهم عن القيم الدينية والإنسانية والإجتماعية ،شهدت جرائم الإرهاب بعدا مقلقا في كافة مناطق العالم ومنها منطقتنا العربية .ومع أن المجتمعات الإنسانية عرفت هاته الجرائم منذ عصور سحيقة في القدم ،إلا أنها باتت تأخذ في عصرنا الراهن أبعادا أكثر خطورة ،إتساعا ،إنتشارا وعنفا مما كانت عليه قبل عقود قليلة .

شهدت عدة أجزاء من الوطن العربي خلال عام 1997 ،خاصة في البحرين ،السودان ،الصومال والمغرب صراعات داخلية لأسباب عرقية أو طائفية أو قبلية وحتى سياسية ،وفيما يلي عرض لحجم الإرهاب في عينة منتقاة من الدول العربية :⁽¹⁾

1-الإرهاب في الجزائر :كان هدف التنظيمات الإسلامية الجزائرية في بادئ الأمر إحياء الإسلام و التأكيد على الشخصية العربية الإسلامية لمواجهة التغريب و الفرنسة و التصدي للإحتلال الفرنسي ،و بعد حصول الجزائر على الإستقلال عام 1962، بدأ الصراع بين التنظيمات الدينية و السلطة ،ووصل هذا الصراع إلى الذروة إثر إلغاء إنتخابات 1992 و التي حقق فيها الجناح الإسلامي نجاحا كبيرا(الجهة الإسلامية للإنقاذ) ،و كانت بداية العنف عندما اضطرت التنظيمات الدينية إلى الدخول في سراديب العمل السري و التغلغل في المساجد و الجامعات،و توالى الإصطدام بالنظام مع إغتيال الرئيس بوضياف،و تقدر إدارة المباحث الجنائية الفيدرالية الأمريكية عدد القتلى في الفترة من 1992 إلى 1996 بحوالي 60 ألف شخص من المسلحين و المواطنين و قوات مكافحة الإرهاب،و لكن الرقم المعلن رسميا من جانب السلطات الجزائرية عن الفترة من (1992-1996) لا يتجاوز نصف هذا العدد"27000 شخصا" بينهم "189رضيعا" و

محمد فتحي عيد ،واقع الإرهاب في الوطن العربي ،مركز الدراسات والبحوث ،أكاديمية الناييف الربية للعلوم الأمنية¹،الرياض ،1999 ،ص107 .

"422 طفلاً" لاقوا مصرعهم في التفجيرات العشوائية على أيدي أفراد الجماعات المتطرفة المسلحة التي أجاز أمراؤها قتل الأطفال ، و قد أذاع تلفزيون الشرق الأوسط mbc يوم الثلاثاء 15 سبتمبر 1998 ، أن المركز الإعلامي لحقوق الإنسان بالجزائر نشر تقريره عن عام 1997 يبين أن حصيلة قتلى الحوادث الإرهابية من الأبرياء يزيد على 4600 شخصا ، خلافا للقتلى من رجال السلطة و الجماعات الإرهابية.

2-الإرهاب في اليمن:شهدت اليمن عمليات إرهابية بعضها تقوم بها جماعات متطرفة،و بعضها تقوم به القبائل لأغراض قبلية و البعض الآخر لأغراض إنفصالية.

شهدت اليمن خلال فترة من 1995-1998 عدة أعمال إرهابية و تفجيرات كان أسوأها الذي حدث عام 1997 ، ففي 27 -10-1997 هزت "عدن" عدة إنفجارات كما شهدت هاته الأخيرة في ذات الشهرعشرين إنفجارا إضافة إلى إلقاء قنبلة على منزل رئيس جامعة "عدن" في يناير 1997 ، و ساهم في تزايد العنف توافر السلاح في اليمن كما شهدت اليمن تصفيات جسدية بين المنظمات الإرهابية المتشددة (1).

3-الإرهاب في مصر: شهدت مصر في العقود الثلاثة الأخيرة أعنف موجة عنف دموي في تاريخها،سقط فيها قتلى و جرحى من الشرطة و الأهالي و السائحين و المتطرفين ،و قد بلغ التصعيد الإرهابي مداه في الفترة من (1992-1997) ،و هي فترة إتسمت بتعدد الحوادث الإرهابية و الطبيعة الإنتقائية للأهداف التي تم توجيه الهجمات إليها،و بروز دور المتطرفين الهاريين إلى بعض الدول العربية و زيادة عدد الضحايا.

و يمكن تصنيف الأعمال الإرهابية التي تمت على النحو التالي :

إغتيال الشخصيات السياسية و الأمنية الهامة :

¹-محمد عيد فتحي ،نفس المرجع السابق ،ص123 .

حيث تم إغتيال الشخصيات السياسية كما حدث عام 1981 مع الرئيس "أنور السادات" و عام 1990 مع رفعت المحجوب رئيس مجلس الشعب ، و جرت محاولة إغتيال الرئيس محمد حسني مبارك في إثيوبيا عام 1996.

زرع الخوف جهاز الأمن:

سعت الجماعات المتشددة إلى إغتيال أفراد الشرطة لزرع الخوف في قلوبهم حتى يفقدوا الأمن و الأمان ، و بالتالي لا يستطيعون أداء واجبهم في توفير الأمن ، و إستهدفت الجماعات في بادئ الأمر كبار الضباط.

العنف الطائفي: يتمثل في مواجهة بعض المجموعات لبعض المواطنين الأقباط ، إضافة إلى ممتلكاتهم الخاصة كمحلات الذهب و غيرها ، و كذلك الكنائس في عدد من المناطق و ذلك بحكم معتقداتها الخاصة تجاه الأقباط المصريين.

غدا الإرهاب سلوكا مهددا للبشرية يتصاعد بمعدل رهيب وهو ظاهرة اجتماعية تشهدها المجتمعات المعاصرة كما شهدتها من قبل المجتمعات الأخرى، كما أنه -الإرهاب - يتسم بعدوانية بشعة تطول الأفراد و الجماعات على حد سواء وأثاره واضحة على فئات واسعة من البشر، بل وعلى المصير البشري برمته.

الفصل الثاني : الحملات الإعلامية .

تمهيد .

المبحث الأول : تعريفها .

المبحث الثاني : العناصر الإتصالية للحملة الإعلامية .

المبحث الثالث : مراحل إعدادها .

خلاصة الفصل .

تمهيد

نظرا للعديد من الظواهر الخطيرة التي انتشرت في المجتمعات خاصة العربية منها كان لزاما على وسائل الإعلام معالجتها ، والتعرف على أسبابها للوصول إلى نتائج تساعد في الحد من تلك الظواهر المهددة لإستقرار المجتمع ، وذلك عن طريق حملات إعلامية توعوية التي تبث على الفضائيات العربية ويكون هدفها خدمة أفراد المجتمع وتوعيتهم ، كالحملات التوعوية التي تقدم على قناة MBC حول ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي .

الفصل الأول : الحملات الإعلامية .**المبحث الأول: تعريفها.**

تعرف الحملة الإعلامية من الناحية اللغوية على أنها عدة عمليات متصلة ببعضها البعض لتحقيق هدف مرغوب فيه ، وهذا عن طريق حث الرأي العام على تأييد هذا الهدف ، كالحملة الإعلامية التي توجه إلى فئة أو عدة فئات من الجمهور عن طريق برامج إعلامية ذات أهداف معينة .

أما من الناحية الاصطلاحية يعرفها "كرم شلبي" : "على أنها الجهود المكثفة والمستمرة بكافة الأساليب والوسائل لطرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين ، أو الجهود المستمرة لتحقيق هدف معين" .⁽¹⁾

أي أن الحملة الإعلامية هي خطة مكتوبة وشاملة وقصيرة الأمد ، حيث تحتوي على سلسلة من الرسائل الاتصالية المترابطة التي تظهر في وسائل الاتصال وتصمم لتحديد مشكلة وتحديد الجمهور .

وفي سياق آخر فإن الحملة الإعلامية هي عملية إعلامية ، مرتبطة بمبدأ الخدمة العمومية فهي إذن مجهود ، موقف ، تسعى من خلاله إلى تغيير ، تعديل ، تعزيز ، موقف أو فكرة معينة .

¹- بن صغير زكريا ، الحملات الانتخابيات مفهومها ، وسائلها وأساليبها ، الجزائر ، دار الخلدونية ، 2004 ، ص 25 .

فمن خلال هذا التعريف يتضح لنا أن الحملة الإعلامية مجموعة من الجهود المكثفة والمنظمة التي تهدف إلى ترويج فكرة أو سلعة أو خدمة باستخدام وسائل إعلامية معينة خلال فترة زمنية معينة .

وتعرف الحملات عموماً بأنها تصميم وتنفيذ وعمل برنامج محكم يستهدف زيادة نسبة تقبل فكرة اجتماعية أو اكتساب عادة أو سلوك معين لدى الجماهير المستهدفة آخذين بعين الاعتبار التخطيط والمنهج والترويج⁽¹⁾

وبمعنى آخر فإن الحملة الإعلامية تشير إلى دالتين:

- إما معالجة ظاهرة اجتماعية متفشية في المجتمع أو الاستعداد الى حدث معين ،حيث يعتبر الجمهور أهم ركيزة في الحملة الإعلامية ،وتختلف هذه الأخيرة حسب طبيعة الموضوع الذي تعالجه وهي تستند إلى عناصر اتصالية من اجل البلوغ إلى الجمهور .

وبتعبير آخر فإن الحملة الإعلامية تسعى إلى تغيير سلوك الفرد ،اتجاه موضوع معين، أو تعديله، أو تعزيزه أو تغييره من سلوك سلبي إلى ايجابي .

يعرفها الدكتور "إبراهيم أبو يعقوب " فيقول أنها : "عبارة عن خطة مكتوبة شاملة وقصيرة الأمد تحتوي على سلسلة من الرسائل الاتصالية المتصلة والمترابطة التي تظهر في وسائل الاتصال والإعلام في فترة زمنية محددة قد تمتد إلى سنة أو أقل من ذلك"⁽²⁾

¹-فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق الإجتماعي و تخطيط الحملات الإعلانية، ط: 1 ، القاهرة، عالم الكتب ، 2007 ، ص 62 .

²-بن صغير زكريا ،نفس المرجع السابق ،ص27 .

وترى الدكتورة "سامية محمد جابر" أن الحملة الإعلامية: " هي التي تشتمل على مجموعة تدابير واستعدادات تمثل الحملات السياسية والانتخابية والمعلومات العامة والإعلان وبعض أشكال التعليم واستخدام وسائل الاتصال الجماهيري في البلدان النامية أو في مجال نشر التجديدات، ويكون لها أهداف محددة تخطط من أجل إنجازها وتقوم بنشاطها في فترة زمنية محددة غالبا ما تكون وجيزة ومكثفة تستهدف جمهورا كبيرا، وغالبا ما على إطار عام من القيم المشتركة".⁽⁵⁶⁾

-ويرى جلال الدين الحماسي أنها: "مبنية على أساس الدراسات العميقة والمطولة التي يرمي كاتبها من ورائها أن ينبه إلى حالة ما قد تسئ إلى كيان المجتمع أو إلى وضع يجب أن يتغير من أساسه لأنه قائم ضد مصلحة الجمهور أو الرأي العام".

-ويشير الدكتور "فاروق أبو زيد": إلى أن الحملة الإعلامية هي فن استخدام فنون التحرير المختلفة في تحقيق الهدف الذي أعدت الحملة من أجله، أي أنها فن توظيف فنون التحرير لخدمة الموضوع".

-ويعرفها الدكتور "محمود أدهم": أسلوب صحفي فريد لما يمكن أن نسفر عنه من نتائج نتصل بالرأي العام، وتحاول أن تقدم الحلول للمشكلات التي تقلق المجتمع وتؤرق أفراده وتهاجم الأوضاع السيئة وتدعو إلى الإصلاح في ميادينها المختلفة والى دعم وتأييد الأفكار المضيفة التي تنشد الكمال وتقدم إلى كل ما يستحق"⁽⁵⁷⁾.
ويعرف "غوردان هذبرو": "الحملة الإعلامية بأنها النشاط المكثف الذي يمتد لفترة زمنية محددة ويتعامل مع موضوع محدد، ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل".

⁵⁶-فؤاد عبد المنعم ، نفس المرجع السابق ، ص 63 .
2-يوسف زحاف و آخرون، حملة إعلامية حول العنف الزوجي للمجتمع الجزائري ، "دراسة ميدانية مدينة مستغانم نموذجاً" شهادة ليسانس ، كلية العلوم الإجتماعية، مستغانم، 2009-2010 ، ص ص 14 ، 15 .

ويعرفها :جهود اتصالية وفنية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة ،بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا .

-ويعرف كتاب مفاهيم رئيسية في عملية الاتصال الحملة الإعلامية أنها:"عملية إقناع منظمة ومتناسقة تقوم بها عدة وسائل الإعلام الجماهيرية وتتوجه إلى الرأي العام والسلوك في محاولة لتحقيق مجموعة من الأهداف ويمكن أن تقوم بها طائفة واسعة من المؤسسات والمجموعات والأشخاص في سعيهم لتحقيق مصالحهم الخاصة" .

-أما "بيسلي"يعرفها أنها : "نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك

الآخرين ، عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية تؤثر في الجمهور ،وان مفهوم إعادة تشكيل يعد من أهم السمات التي تميزها كنشاط اتصالي سواء كان ذلك على مستوى البناء الاجتماعي أو على مستوى أنماط الحياة الفردية" .

ويعرف أحمد زكي الحملة الإعلامية : " بأنها عن برامج إعلامية موجهة وفقا لخطة مسبقة تتناول موضوعا ما وتوجه إلى فئة أو عدة فئات من الجمهور بقصد تغيير السلوك ، وذلك بدراسة الوسائل الإعلامية المتاحة و الإختيار الأنسب و تحديد الشكل الذي تتخذه الحملة الإعلامية"⁽⁵⁸⁾.

-ونجد تعريف"رافد حداد" للحملة الإعلامية تعريفا شاملا والذي يقول : "هي نشاط اتصالي مخطط ومنظم أو خاضع للمتابعة والتقويم ،تقوم به مؤسسات ومجموعات ،وأفراد ،ويمتد لفترة زمنية بهدف تحقيق أهداف معينة باستخدام وسائل الاتصال المختلفة وسلسلة من الرسائل الإعلامية ،وباعتماد أساليب استمالة مؤثرة ،بشأن موضوع محدد ."

⁵⁸-احمد زكي البدوي، معجم المصطلحات الإعلامية ، بيروت، دار الكتاب اللبناني، 1989، ص 13 .

يضيف ميشال لوني : " بأنها عمل فني تستعمل كل التقنيات الخاصة بالإتصال ووسائله وتستدعي إستعمال المنطق في كل مراحل إنجازها بالإضافة غلي ذلك الجدية والعمل المكثف ، وهي تقوم على خاصيتين⁽⁵⁹⁾ :

-العمل الطويل والمركز في إنجازه .

-وجود جمهور مستهدف

إن الهدف النهائي لأي حملة اتصالية تقوم بين طرفي اتصال في إطار أي بيئة اتصالية هو توصيل المعلومات إلى الأفراد التي تحكمهم ومتغير مستقل كما أن أشكال الاتصال تستغل الحملات الإعلامية للوصول إلى هذا الهدف باعتبار أن هدف أي حملة هو توصيل المعلومات ،إقناع المتلقي والتأثير عليه ،لدفعه إلى تبني ما يريده المرسل .

⁵⁹ -Michel le net :la communication publique .p 105 .

المبحث الثاني : العناصر الإتصالية للحملة الإعلامية .

تعتبر الحملة الإعلامية عملية إعلامية اتصالية، مرتبطة بمبدأ الخدمة العمومية، فالحملة هي وسيلة وتقنية اتصالية تهدف إلى فهم الطبيعة الاتصالية، حتى تستطيع إقناع أفراد المجتمع بفكرة معينة، أو خدمة، أو مجهود، من خلالها تحاول تغيير موقف، تعديله أو تعزيزه⁽⁶⁰⁾، كما أن النجاح في الحملة الإعلامية يرتبط بعدة جوانب وركائز (عناصر اتصالية) هي الركائز الأساسية التي تبنى عليها أي حملة مهما كانت طبيعتها أو موضوعها، لذلك وجب على معد الحملة الاهتمام بها، وتتمثل هذه الركائز أو العناصر في النقاط التالية:-
المرسل(القائم بالاتصال)، المتلقي(الجمهور المستهدف من الحملة)، الرسالة الإعلامية المراد توصيلها، الغاية والهدف، النظام الإعلامي، النظام الثقافي، التسويق، التأثير والإقناع، الإستراتيجية، الوسائل الإعلامية والغير الإعلامية .

1-المرسل (القائم بالاتصال) :يتمثل المرسل في العملية الاتصالية في الحملة الإعلامية، سواء جمعيات، هيئات، إعلاميين أو أفراد ومهما كان القائم بالاتصال يجب أن يكون مستوعبا ومقتنعا وملما بموضوع الحملة ويتعين بخبير في مجال الاتصال، حتى تتم العملية في أحسن الأحوال، تلعب مصداقية المرسل دورا أساسيا في التأثير القوي، فإذا كانت مثلا حملة صحية فإن المختص يعتبر مصدرا رئيسيا في مثل هذا النوع من الحملات إذ باستطاعته أن يقنع المتلقي، أما إذا كان المصدر جهازا حكوميا مسؤولا عسكريا فيكون الإقناع صعبا وذلك راجع لثقة الجمهور في المصدر وممارساته باعتباره مؤسسة من مؤسسات الدولة .

2-الرسالة الاتصالية: تتناول الرسالة الاتصالية في مجال الحملة الإعلامية المقصودة

⁶⁰-أشرف فهمي خوخة، استراتيجيات الدعاية والإعلان، الدار الجامعية، القاهرة، 2008، ص 20 .

الموضوع بعدة أشكال ،فتكون مكتوبة ،أو مرئية أو مسموعة أو مقروءة... الخ ،ويجب إعدادها وفق حجج وأدلة ومعطيات مقنعة ،مراعاة للمتلقي بكل خصوصياته ،بإمكان

الرسالة أن تؤثر إذا استطاعت أن تجلب إليها مجموعة كبيرة من الأفراد وذلك من خلال الأسلوب الإعلامي المستعمل ،والحجج والبراهين المرفقة مثل الأرقام والبيانات التفسيرية والاستشهادات ،يمكن للرسالة أن تستهدف العقل أو العاطفة أو حتى كليهما ،مع التركيز على أسبقية أحدهما على الآخر حيث يخضع ذلك إلى طبيعة الموضوع المعالج وطبيعة الجمهور المستهدف (61) وحتى الظرف الذي تأتي فيه الحملة ،من خلال مميزات الرسالة الإعلامية بما أنها موجهة إلى شرائح مختلفة ما يلي :

ا-لغة سهلة، بسيطة وواضحة.

ب-أسلوب واضح.

ج-أن تحمل مبدأ المعرفة.

د-رسالة موضوعية ومفهومة للجميع .

3- المتلقي (الجمهور المستهدف) : هو المتلقي للرسالة الاتصالية التنموية والذي يجب معرفة معالمه بدقة وتحديد أبعاده واتجاهاته وانتماياته ،ومستواه الثقافي وموقعه الجغرافي ،وهذا لصياغة الرسالة الاتصالية للحملة وفقا للأهداف المسطرة ،فمثلا في الجزائر يجب معرفة الجمهور المستهدف إن كان من الريف أو المدينة ،من منطقة صحراوية أو ساحلية هل غالبيته من المتعلمين أو من الأميين ،وهذا لمعرفة كيفية إعداد وتوجيه له الرسالة المناسبة التي يفهمها ،وان كان المستقبل يتمثل في الجهات الحكومية في إطار ما يعرف بالاتصال الصاعد ،فيجب تحديد مهام ومجال اختصاص كل جهة ومسؤول في قطاع معين لمخاطبته وفق اختصاصه .

61-عبد السلام أبو قحف، هندسة الإعلان والعلاقات العامة، مطبعة الإشعاع، القاهرة ، ص 22 .

إن نأخذ بعين الاعتبار في هذا المتغير جانبه الديمغرافي (السن، الجنس، الإقامة) وجانبه الاجتماعي (المستوى التعليمي، الفئة الاجتماعية المهنة، الدخل الشهري والسنوي) وجانبه السيكولوجي (الحاجات، الرغبات، والدوافع...)

كما نستطيع أن ندرس الجانب الثقافي الاجتماعي مثل نمط معيشة المجتمعات والعادات، التقاليد، القيم، الأعراف .

4-الغرض والغاية من الحملة :

كل وسيلة إعلامية لديها أهداف خاصة بها تريد تحقيقها، سواء على المدى القريب، المتوسط أو البعيد وذلك حسب طبيعة الظاهرة أو القضية التي نتناولها. أهداف الحملة الإعلامية هي توعية الجماهير⁽⁶²⁾ ونشر ثقافة متداولة بين الناس ونشر التربية، بينما أهداف الحملة الاشهارية الرفع من رقم الأعمال وعدد المبيعات ولكل حملة هدفها الخاص يتحدد مسبقا قبل تصميم الحملة في صورتها النهائية .

5-النظام الإعلامي :

النظام الإعلامي هو طبيعة السياسة المتبعة من طرف الوسيلة الإعلامية(الخط السياسي الإعلامي) ،كما إن النظام السياسي والإعلامي مستمد من النظام الاجتماعي العام للمجتمع الذي هو الثقافة والإيديولوجية التي ينتجها مجتمع ما، والعلاقة بينهما علاقة متكاملة ومتداخلة .

6-النظام الثقافي:

⁶²محمد فريد غرة، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، جدة، 1989، ص86 .

يشير مفهوم النظام الثقافي الى التراث والتراكم المعرفي والموروث الثقافي في مجتمع ما ،فهو يتكون أساسا من العادات والتقاليد والمعتقدات والشعائر الدينية المتوارثة من جيل إلى آخر .

7-التسويق :

تتناول هذه النقطة التي في خصائص الحملة الإعلامية من حيث دراسة الجمهور وتجزئته وذلك ما يمثل دراسة السوق في التسويق التجاري ،أما التسويق الاجتماعي فهدفه معرفة خصائص الجمهور المتعامل معه ودرجة استفحال المشكل لديه .

8-التأثير والإقناع :

تنتهج الحملة الإعلامية منهجا تأثيريا اقناعيا لترسيخ الأفكار والمعلومات التي تحملها من اجل الوصول إلى الأهداف المسطرة ،حيث تكون المنهجية المتبعة في ذلك في ابسط تصور لها كما يلي :

تبنى السلوك	إثارة الرغبة	تحصيل الاهتمام	جلب الانتباه
-------------	--------------	----------------	--------------

9-الجمهور :

الجمهور هو مجموعة الأفراد الذين تستهدفهم الحملة ،فهم الذين يتابعون المضامين التي تقدمهما الحملات الإعلامية والتي تكون طبعا في صالحهم ،لذلك ينبغي على معد الحملة أن الجمهور الذي يتعامل معه حتى يعرف طريقة المرور إلى أفكاره وإقناعه بالأفكار الجديدة .

10-الاستراتيجية :

لابد للقائم على الحملة مهما كانت طبيعتها الوقوف على إعداد مجموعة من الخطط الأولية التي يعتمدها في استهداف الجمهور ليرجح في الأخير الإستراتيجية النهائية في التعامل مع الأفراد المستهدفين .

إن وضع الإستراتيجية يأتي في مرحلة متقدمة من إعداد الحملة، فهي التي تظهر قدرة معد الحملة على الوصول إلى أهدافه ومعالجة القضية من عدمها، كما تؤثر على الجانب التنظيمي الذي لا يمكن إغفال دوره في عملة الإقناع .

11-الوسائل الإعلامية :

إن الحملة تسعى إلى استهداف أكبر جمهور ممكن من الجمهور المستهدف، ولتحقيق هذا الهدف لابد الاستعانة بالوسائل الإعلامية لما لها من شعبية كبيرة في أوساط الجماهير، كما يمكن الاعتماد على وسائل غير إعلامية، لتدعيم عمل الوسائل الإعلامية، فمثلا في الوقت الذي تبث فيه الحملة على مختلف الحوامل الإعلامية يقوم معد الحملة بتسطير أيام دراسية وملتقيات وحتى أبواب مفتوحة ومعارض وهي كلها جزء من وسائل غير إعلامية .

12-رجع الصدى :إن التغذية العكسية هي دليل على وصول الرسالة إلى المتلقي وردود أفعاله في تبني سلوكيات معينة وإيجاد مواقف حيال المشاريع، هي من الأهداف التي يرمي إليها المرسل أو القائم بالاتصال في الحملة، لذا من المفروض فتح مجال استقبالها عن طريق فتح خطوط هاتف مجانية على المنظمات الحكومية أو المستثمرين لاستقبال مكالمات المواطنين للاستفسار أو إبداء رأي، وبفتح مواقع الكترونية بمجال الحملة لتلقي الرسائل وفقا للقدرات التفاعلية التي توفرها هذه الوسيلة، وهذا لخلق الشعور بالمشاركة في التجاوب للموضوع، ولأن الوسيلة الاتصالية تقوم بدور أساسي في نجاح العملية الاتصالية .

المبحث الثالث : مراحل إعداد الحملة الإعلامية .

الحملات الإعلامية ليست عملية عشوائية وإنما تكون ضمن الاستراتيجيات الخاصة بالمؤسسة التي تتبناها، فهي محاولة مدروسة ومنظمة لتحقيق هدف ما يعزز من قدرات المؤسسة و يساهم في نجاح برامجها المستقبلية، فعندما تشرع وزارة الصحة مثلا بتبني حملة إعلامية للمباعدة بين الولادات فان ذلك يخدم إستراتيجية الوزارة بتقليل الجهود والميزانية الخاصة بمعالجة الأمراض الزراعية فان ذلك يقع ضمن إستراتيجية حماية المنتج المحلي وتقليل الأعباء المالية اللازمة لمكافحة هذه الآفات. وتتم الحملات الإعلامية بمجموعة من الخطوات أو المراحل تساهم جميعا في نجاح الحملة تتمثل في :1-التحليل الأولي .2-تحديد الأهداف .3-تحديد الجمهور المستهدف .تحديد العوامل المؤثرة في نجاح /فشل الحملة .1-تحديد الرسائل الإعلامية .2-تحديد قنوات الاتصال المستخدمة .3-تحديد الإستراتيجية الإدارية والتنظيمية .4-تحديد الموارد المتاحة.5-وضع جدول زمني لتنفيذ الحملة وتصميم واختبار الرسائل .7-التنفيذ والمتابعة.8-المراجعة وإعادة التخطيط.

أولا :التحليل الأولي :

التعرف على المشكل والإحساس به، وتحديد كفيلا بتحديد الأسباب ، ومنه سهولة معالجته ووضع الحلول و النصائح وبناء الرسالة كفيلا بالإقناع وتغيير السلوكيات المناسبة للمشكل ، وتحديد المشكل أمر جوهري ويعتبر أول الخطوات لبناء الحملة بناءا صحيحا.(63)

تسمي بعض المصادر هذه المرحلة بمرحلة تحديد الاحتياجات، ولا تقتصر تحديد الاحتياجات على رؤية المؤسسة التي تتبنى التخطيط للحملة وإنما ينبغي أن تشمل أيضا احتياجات الجمهور المستهدف في هذه الحملة .

ويعود السبب في ذلك إلى أن احتياجات المؤسسة من تنفيذ حملات إعلامية قد لا تكون بالضرورة هي نفسها عند الجمهور رغم أفاق على وجود احتياجات ينبغي

إشباعها.

⁶³-Denis Lindon : le marketing politiques et social , dallez .gestion marketing ,paris ,p 87.

إن مرحلة تحديد الاحتياجات ضرورية لأنها تمثل حجراً لزاوية ونقطة الانطلاق للتخطيط، فهي بمثابة تحديد مشكلة الحملة الإعلامية والتي تهتم بتوضيح جانبين مهمين: 1- معرفة المشكلة أو القضية المراد معالجتها .

2- إجراء بحوث مسحية لمعرفة حجم المشكلة والاتجاهات والممارسات السائدة .

ولهذا ينبغي على الجهة التي تخطط للحملات التوعوية ألا تقتصر على حدود معرفتها الخاصة بالمشكلة بل تمتد إلى محاولة الكشف من خلال البحوث والدراسات عن حجم هذه المشكلة أو الاحتياجات والممارسات السائدة عنها في المجتمع . فقد تتفاجأ المؤسسة من خلال هذه الدراسات والبحوث أن الجمهور المقصود يعرف الكثير عن المشكلة أو يعي بحقوقه كمستهلك ولكنه لا يتخذ مواقف ايجابية لحلها أو يقوم بممارسة تلك الحقوق ربما لخوفه من الإقدام على ذلك . وهنا يتحول هدف الحملة من مرحلة التوعية بالمشكلة أو الاحتياجات إلى مرحلة إقناع المستهلك بأخذ التدابير اللازمة حيال هذه المشكلة أو ممارسة حقوقه المشروعة . كما أن الدراسات الأولية تساعد على معرفة انتشار المشكلة في المجتمع .

ثانياً :تحديد الأهداف

عندما تتبلور المشكلة وتوضح الاحتياجات الخاصة بالمؤسسة والجمهور ،يصبح من السهل تحديد هدف الحملة .وبصورة عامة تسعى الحملات الإعلامية إلى تحقيق هدف أو أكثر من الأهداف الثلاثة التالية :

1-زيادة الوعي (بعد معرفي)

2-تغييرا تجاه (بعد اتجاهي)

3-تغيير في سلوك (بعد سلوكي) .

وكما ذكر سابقا فان الدراسات الأولية تحدد فيما إذا كان الجمهور على دراية بموضوع الحملة كحقوق حماية المستهلك أو المباعده بين الولادات على سبيل المثال ،وهذا يمثل البعد المعرفي .أما الهدف الآخر هو السعي نحو تغيير اتجاهات المبحوثين .وتنقسم الاتجاهات إلى ثلاثة أنواع :مؤيد ومحايد ومعارض .وتقوم الحملات التوعوية بدور كبير في محاولة تغيير اتجاهات المعارضين الى محايدين في أضعف الحالات والى مؤيدين لموضوع الحملة في أفضل الحالات .أما تغيير السلوك فيمثل أقصى درجات النجاح التي يمكن أن تحققها الحملة عند الجمهور المستهدف .وبالطبع تسعى الحملة الى أن تكون استجابة الجمهور فيها بنفس المسار الذي تنادي به .

وفي ضوء ما ذكر ،فانه ينبغي أن نسال عن هدف الحملة التي تتعلق بحقوق حماية المستهلك ؟هل الهدف هو تعريف الجمهور بجملة الحقوق والقوانين والمؤسسات التي تعنى بحماية المستهلك؟ أم الهدف زيادة وعيه وتنقيفه حول صحة وسلامة السلع وجودة الخدمات حتى يتمكن من اتخاذ قرار صائب .أم الهدف هو إقناع المستهلك باتخاذ موقف ايجابي لدعم مؤسسات حماية المستهلك ؟ أم الهدف هو إقناع المستهلك بممارسة حقوقه المشروعة بشكل قانوني حماية له من الاستغلال ؟إن الإجابة الواضحة على هذه التساؤلات تحدد طبيعة العمل الإعلامي اللازم في بناء الحملة الإعلامية وتحدد ماذا تريد الحملة من الجمهور أن يفعل أو يعتقد .

ثالثا :تحديد الجمهور المستهدف :

ان اكبر خطأ يؤدي إلى فشل كثير من الحملات الإعلامية باختلاف أنواعها هو أن تخطط الحملة إلى جمهور يختلف عن الجمهور المستهدف ،إن تحديد الجمهور مهم جدا في صياغة وتحديد نوعية الرسائل التي يمكن أن تؤثر فيه والوقت والوسيلة المناسبة لبث ونشر مثل تلك الرسائل .وبصورة عامة الجمهور يقسم إلى نوعين رئيسيين :

1-الجمهور الأولي :وهو الجمهور الرئيسي الذي تسعى الحملة إلى التأثير فيه، أي الأشخاص المقصودين من الحملة .

2-الجمهور الثانوي:وهو الجمهور الذي يمكن أن يساعد في نجاح الحملة بسبب اتصاله المباشر وغير مباشر بالجمهور الأولي.ويمثل قادة الرأي في المجتمع مثل خطيب المسجد ،وكذلك يشمل الأفراد الذين يتلقون الحملة الإعلامية لكنهم غير مقصودين ، ويكون تلقيهم للرسالة مختلفا عن الجمهور الأولي(64) .

رابعا :تحديد العوامل المؤثرة في نجاح الحملة .

يرتبط نجاح الحملة بمدى تقبل الجمهور للرسالة الإعلامية .ولضمان نجاح الحملة في تحقيق ذلك فانه من الضروري مراعاة الجوانب التالية: 1-مستوى فهم الجمهور لموضوع الحملة والأفكار السائدة عنه :

فالحملات التي تطرح أفكارا جديدة ينبغي أن تركز في البداية على زيادة الجرعات المعرفية عند الجمهور بموضوع الحملة وما يرتبط بها من أفكار.فالحملة المتعلقة بحماية حقوق المستهلك قد تعني للجمهور أنها ترويجا لشركات القطاع الخاص، خاصة وأن الجمهور لم يعهد بمثل هذه الأفكار من قبل.وقد تتناسب هذه الرؤية عكسيا مع المستوى التعليمي أي كلما قل المستوى التعليمي زاد إيمان الجمهور بارتباط هذه الحملة بعملية الترويج للشركات.

2-حساسية الموضوع وملائمته للدين والعادات :

يتوقف تقبل الجمهور لأفكار الحملة على درجة استعداده لتقبلها .ومن بين الأسباب التي قد تحول دون ذلك هو تعارض بعض الأفكار التي تنادي بها الحملة التوعوية مع الدين والعادات والتقاليد وفي هذه الحالة قد تأخذ الحملة فترة أطول في إقناع الجمهور .

3-درجة توفر الأجهزة والمقومات اللازمة إعلاميا وتنمويا:

-مدني سمية وآخرون، فعالية الحملة الإعلامية للحد من ظاهرة الإنتحار، شهادة ليسانس ، كلية العلوم الإجتماعية ، 2009-2010 ،ص 17 .

يمكن أن تكون خيارا جيدا في مجتمع تسوده ويقصد بتوفر الأجهزة الإعلامية، الوسائل التي تمكن من نشر وبت الرسالة الإعلامية، إذ ينبغي استخدام الوسيلة الإعلامية التي تتوفر بأكبر قدر ممكن لدى الجمهور المستهدف. كما ينبغي التركيز أيضا على الوسيلة التي تحظى بشعبية أكبر. فكثير من الحملات تخفق في تحقيق هدفها لان الرسالة تنقل إلى الجمهور عبر وسيلة غير متوفرة أو لا تحظى بشعبية. وينبغي أيضا مراعاة نسبة الأمية في اختيار الوسيلة.

أما توفر الأجهزة التنموية، فيقصد به الأجهزة التي تدعو الحملة الإعلامية إلى تبنيها واستخدامها. فمثلا لا يمكن لحملة إعلامية تدعو المزارعين إلى الاقتصاد في استهلاك مياه الري من خلال استخدام طرق الري بالتنقيط أو بالرش وفي نفس الوقت لا يمكن الحصول على هذه الأجهزة، وقس على ذلك كل الأفكار التي تنادي بها الحملات. فالحملة التي تسعى إلى توعية المستهلك بحقوقه، لا يمكن أن تحقق نجاحا ما لم توجد تشريعات وقوانين تكفل ذلك ومؤسسات تحمي حقوقه

خامسا: تحديد الرسائل الإعلامية.

ترتبط الرسائل الإعلامية للحملة مباشرة بالهدف الذي تسعى إلى تحقيقه. وتنقسم الأهداف كما ذكر سابقا إلى التغيير المعرفي أو الأتجاهي أو السلوكي عند الجمهور أو خليط من هذه الأهداف، وفي ضوء هذه الأهداف يمكن تحديد الرسائل الإعلامية التي توجه

للجمهور والتي مهما تعددت، ينبغي ألا تخرج عن الهدف العام للحملة. وتعتمد كثير من الحملات على تجزئة الرسائل بدلا من تقديم رسالة إعلامية واحدة طوال فترة الحملة.

سادسا: تحديد قنوات الاتصال.

يمكن تقسيم وسائل الاتصال حسب مستويات الجمهور الذي يمكن أن تصل إليه إلى ثلاثة أنواع رئيسية على النحو التالي:

-وسائل اتصال جماهيرية.وتتميز هذه الوسائل بقدرتها على توصيل الرسالة إلى جماهير كبيرة في أكثر من حيز جغرافي .وتشمل بصورة أساسية الراديو والتلفزيون والصحافة الانترنت والهاتف النقال.

وسائل الاتصال الجمعي :وتتميز بمحدودية الجمهور الذي يمكن أن تصل اليه وضيق الحيز الجغرافي الذي تغطيه ،وتشمل هذه الوسائل المسرح ،والخطب والمهرجانات والاحتفالات ،والمسابقات والمباريات والمعارض .

وسائل الاتصال الشخصي :وتتميز بمحدودية كبيرة للجمهور والمكان الذي تغطيه ولكنها تتفوق على بقية الوسائل في زيادة نسبة التفاعل بين المصدر والمتلقي والعكس ،وتشمل هذه الوسائل الاتصال المواجهي الذي يتم بين شخص وآخر مثل المقابلات من قبل المختصين وقادة الرأي ،واتصال شخصي عبر الهاتف الثابت .

إضافة إلى هذه التقسيمات للوسائل التي تعتمد على مستوى الاتصال،توجد هناك الوسائل

التعليمية والإيضاحية .وتستخدم هذه الوسائل لتوضيح الرسالة وزيادة القدرة الإقناعية عند المرسل وتشمل الملصقات والمطويات والمجسمات والأشرطة السمعية والبصرية.

ويبقى على القائمين على الحملات الإعلامية التوعية تحديد الوسيلة أو الوسائل المناسبة لنقل رسائلهم للجمهور المستهدف .وبصورة عامة يفضل استخدام مجموعة من الوسائل من كافة مستويات الاتصال لتحقيق هدف الحملة .

سابعاً:تحديد الإستراتيجية الإدارية والتنظيمية :

وفي هذه المرحلة ينبغي وضع الحملة في إطار مشروع محدد تشرف عليه مؤسسات معينه وتتبنى خطة واضحة لتنفيذ هذه الحملة.ومن بين أهم العناصر التي ينبغي مراعاتها في هذه المرحلة هو التأكيد على دور المؤسسات المساهمة في هذه الحملة وتنسيق الجهود فيما بينها.وتشمل هذه المؤسسات ما يلي:

-مؤسسات القيادة السياسية مثل مجلس الوزراء والوزارات كوزارة الاقتصاد الوطني .

-مؤسسات تقدم الخبرات الفنية مثل مراكز البحوث والدراسات، الجامعات.

-مؤسسات النشر والتعبئة والترويج مثل وزارة الإعلام، وزارة التربية.

وينبغي في هذه المرحلة التأكيد على مستوى أو نطاق الحملة قطاعية أو وطنية.

ثامنا :تحديد الموارد المتاحة :الحملة الإعلامية ليست عملا تطوعيا بحتا ولذلك ينبغي حساب التكلفة الإجمالية والتفصيلية وتحديد المصادر التي ستتكفل بتوفير تلك الموارد .وينبغي ألا تشرع أية مؤسسة بتنفيذ أي حملة إعلامية إلا بعد التأكد من ضمان التمويل ،وذلك لان توقف الحملة في منتصف الطريق بسبب ضيق الموارد يعني فشلها.

تاسعا:إعداد وتصميم واختبار الرسائل:

تمثل هذه المرحلة بداية الإنتاج الفعلي لرسائل الحملة وفقا لطبيعة الجمهور ونوعية الوسيلة أو الوسائل المستخدمة.وتشمل هذه المرحلة ما يلي تنفيذ التصور النظري لأفكار الرسائل الإعلامية في شكل برنامج معين أو قالب صحفي معين،حيث يتم وضع الأفكار الجزئية في شكل برنامج تلفزيوني حوارى أو درامى أو تقريرى.

ويتطلب ذلك معرفة كل مراحل الإنتاج الإذاعي والتلفزيونى.وقد تستعين الجهة المسؤولة عن الحملة بمؤسسات إنتاج إذاعية أو تلفزيونية لإعداد وتصميم الرسائل .

2- وضع شعار مرسوم ومكتوب للحملة :

يجسد الشعار للموضوع العام للحملة وهو بمثابة الشارة الخاصة ببرامج الحملة المختلفة ويحقق الشعار فائدتين رئيسيتين هما التعريف بهدف الحملة وموضوعها في كلمات

موجزة أو رسوم قليلة، والفائدة الأخرى هي ترسيخ موضوع الحملة في ذهن الجمهور خاصة عن طريق الشعار المرسوم.فنحن كثيرا ما نتذكر الشيء من خلال الصورة المرتبطة به ،فبرنامج سلامتك مثلا يثير في ذاكرة المشاهدين تلك الأغنية التي تأتي في مقدمة البرنامج وصورة الأفعى الملتفة على الكأس .

1-اختبار ملائمة التصميم للرسائل قبل البدء في البث أو النشر الفعلي لها .

لا يعني الانتهاء من إعداد وتصميم رسائل الحملة جاهزيتها للبث أو النشر حتى ولو تم معرفة الجمهور والخلفيات المتعلقة به وبالمجتمع عموماً ، وذلك لأنه لا يمكن اتخاذ قرار ملائمة الرسائل لطبيعة الجمهور نيابة عنهم ، أي بدون معرفة آرائهم . ولذلك ينبغي أن

تمر الرسالة باختبارات لضمان ملائمتها للجمهور المستهدف . ولا تقتصر هذه الاختبارات على الرسائل الرئيسية وإنما تشمل أيضاً الشعار اللفظي والمرسوم . وتتضمن مرحلة الاختبارات ما يلي :

1-اختبارات قبلية أي قبل البث أو النشر ويتم ذلك عن طريق اختبار عينة تجريبية ممثلة للجمهور المستهدف لتقييم الرسائل بعد تصميمها ، ويشمل التقييم في الرسالة التلفزيونية مثلاً سلامة اللغة ووضوحها ووضوح هدف الرسالة ، ملائمة الشخصيات ، ملائمة الشكل البرامجي أو الصحفي والمدة الزمنية التي تستغرقها الرسالة .

2-تعديل ما يلزم وفقاً لردود الأفعال المستقاة من الاختبارات قبلية .

3-إعادة الاختبار بعد التعديل (الاختبار البعدي) . ويفضل أن يتم إعادة تقييم الرسائل من قبل نفس المجموعة التي شاركت في الاختبار القبلي لمقارنة ردود أفعالها أو تقييمها السابق باللاحق . وبعد اجتياز الرسالة مرحلة الاختبارات تصبح جاهزة للبث أو النشر .

عاشراً :وضع جدول زمني لتنفيذ الحملة .

الحملات الإعلامية تسير وفق خطة مرسومة لتحقيق هدف معين ، ومساءلة الزمن تعد أحد

أساسيات الحملات ، والزمّن يشمل مرحلة الإعداد والتحضير للحملة ، والفترة التي تستغرقها الحملة وتوقيت البث أو النشر .

1-مرحلة التحضير :ويقصد بها الفترة الزمنية المتوقعة للإعداد أو التحضير للحملة وتشكل بالتالي كل مراحل الإعداد السابقة الذكر ،بحيث لا يمكن أن تترك فترة الإعداد مفتوحة خوفا من تقاعس القائمين عليها من انجاز أية تقدم يذكر مع مرور الوقت .

2-مدة الحملة :وهي الفترة التي تم فيها بث أو نشر الرسائل الإعلامية المتعلقة بالحملة ،حيث لا يمكن أن تمتد الحملات الى ما لا نهاية ،وتتوقف مدة الحملة على مدى تحقيقها للأهداف التي وضعت لها ،فقد تستغرق الحملة مدة ثلاثة اشهر وقد تستغرق صف سنة أو أكثر من ذلك وقد تكون الحملة مكثفة ومتواصلة وقد تقتضي الظروف إلى تجزئتها على فترتين خلال العام .

3-التوقيت :

ويقصد به توقيت بث أو نشر الرسائل المتعلقة بالحملة خلال فترات اليوم الواحد ،وتتوقف مسألة التوقيت على نوعية الجمهور المستهدف والموضوع .

ويتصل بمسألة التوقيت تكرار بث رسائل الحملات الإعلامية أو عدد المرات التي تبث فيها الرسائل في اليوم الواحد ويساعد التكرار على الأغلب على فرص عدم تعرض الجمهور للرسالة في المرة الأولى كما أنه يساعد على زياد فهمه واستيعابه لها والتأثير عليه .

حادي عشر:التنفيذ والمتابعة .

البدء الفعلي في تنفيذ الحملة الإعلامية وفقا للجدول الزمني المقترح مع متابعة ما يستجد من أحداث التي قد تؤثر سلبا على سير الحملة ،فقد يضطر منظمو الحملة إلى التخلي عن الجدول الزمني المقترح في بدا بث الرسائل الإعلامية بسبب تغير في الأحداث ،فمثلا

استحوذت الحرب على العراق اهتمام الجمهور إلى متابعة أخبار هذه الحرب عبر القنوات الإخبارية أكثر من أي موضوع آخر ،فلو تم بث رسائل إعلامية في تلك الظروف غير المواتية لتقبل أفكار الحملة ،كما قد تتعرض رسائل الحملة نفسها إلى انتقادات أثناء عملية

التنفيذ الأمر الذي قد يستدعي إيقاف الحملة، أو تغيير بعض الرسائل أو تغيير توقيت البث أو تكرار بث الرسائل .

ثاني عشر: المراجعة وإعادة التخطيط .

وتشمل هذه المرحلة قياس التأثير وإعادة التخطيط وفقا للنتائج المترتبة على الحملة

،فالحملات هي عملية اتصالية بهدف فيها المرسل إلى توصيل رسالة عبر وسيط أو وسيلة إلى جمهور معين ،ولكن لا تقف حدود الاتصال الناجح عند توصيل رسالة وإنما تتعداها إلى محاولة معرفة التأثير الذي أحدثه ،وأحد الطرق المستخدمة للتحقق من ذلك وهي رجوع الصدى بحيث تتاح للجمهور فرصة التعبير عن رأيه حول الأفكار التي تدعو إليها الحملة ،ويمكن قياس هذا التأثير أيضا من خلال تقصي رأي الجمهور بواسطة بحوث الرأي العام ،كما يمكن قياس مدى نجاح حملة المباحة بين الولادات المتكررة في سنوات ما بعد الحملة ، وبصورة عامة ،فانه في هذه المرحلة يتم طرح الأسئلة التالية :ما هو التقييم النهائي للجمهور المستهدف لهذه الحملة ؟

ماهي سلبيات وايجابيات الحملة ؟

ماهي المعوقات التي صادفتها الحملة؟

هل حققت الحملة النتائج المرجوة ؟

كيف ستخطط للحملة القادم؟

خلاصة الفصل :

الحملة الإعلامية التوعوية هي برامج لها الجهود المكثفة والمستمرة بكافة الأساليب والوسائل لطرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين ، أو الجهود المستمرة لتحقيق هدف معين . لها عناصر أساسية تركز عليها ، وكذا تبني وفق خطة علمية مسطرة لها لتكون حملة توعوية ناجحة .

الفصل الثالث :الحملة الإعلامية التوعوية على قناة mbc .

تمهيد

المبحث الأول : بدايات الحملة الإعلامية التوعوية على الفضائيات العربية.

المبحث الثاني :تطور بث الحملة الإعلامية على الفضائيات العربية .

المبحث الثالث :أهم الحملة الإعلامية التوعوية على قنوات **Mbc** .

خلاصة الفصل.

تمهيد:

إهتمت وسائل الإعلام العربية بمعالجة الظواهر الخطيرة المتفشية في المجتمعات العربية خاصة قناة الشرق الأوسط mbc وهذا عن طريق بث برامج إعلامية توعوية حول تلك الظواهر وسنتناول في المباحث التالية بدايات الحملات الإعلامية التوعوية على هاته القناة وكذا أهم الحملات المعروضة وتطورها.

- المبحث الأول : بدايات الحملات الإعلامية التوعوية على الفضائيات العربية

شهدت القنوات الفضائية العربية مع بدايات القرن الواحد والعشرين دخول نوع خاص من الحملات الإعلامية التوعوية والتي لا تهدف إلى أي ربح تجاري، حيث تصب اتجاهها نحو تغيير عادات أو سلوكيات معينة في المجتمع، أو توجيهه لتبني أفكار بناءة، من شأنها دعم مسيرة التنمية والتطور في المجتمعات بأهدافه و عملياته وخططه لاعتناق مبدأ و لتبني فكرة ما، فالهدف دائما من التسويق الاجتماعي هو نشر المبادئ الإيجابية و القيم في المجتمع . ولأن البث الفضائي العربي ، استطاع أن يواكب نوعا ما كل تطورات الإعلام الحاصلة عند الغرب، فقد حاولت هي أيضا استغلال وسائل الإعلام في بث رسائل التسويق الاجتماعي وذلك لمحاولة إعادة التوازن و الاستقرار على كل الأصدقاء(اجتماعيا، ثقافيا ،دينيا...الخ) للمجتمع العربي، فكانت هذه فرصة جيدة لكل من يريد توصيل رسائل للجماهير بأن يحاول توصيلها من خلال دقائق إعلانية على الفضائيات .وبذلك بدأت التمهيدات لظهور الحملات الإعلامية التوعوية التي تتميز عن كل أنواع الحملات في رسالتها.

بينما mbc فكانت أولى القنوات التي فتحت أبوابها عام 2001 لهذا النوع من الحملات الإعلامية و ترددت القنوات الأخرى في البداية، ⁽⁶⁵⁾ فظهرت بذلك أول حملة إعلامية دينية توعوية ، تعود إلى عام 1999 وهي " حملة أقم صلاتك "، أين طبقت كل أساليب وتصاميم

¹-www.awsat.com/article، ناهد الأنديجاني السعودية، الزيارة يوم 2011/02/05، الساعة 14:25 .

الإعلانات التجارية، والمختلف فيها فقط هو الأسلوب الدرامي الواضح الذي جعلها محط أنظار المشاهدين في كل الأقطار العربية .

ولقد كانت أول حملة ظهرت عام 2001 هي حملة " أقم صلاتك قبل مماتك" والتي كانت صدمة قوية للمشاهد، أين أحدثت تغييرا فعليا في نوعية الخطاب و أسلوب اللغة التي يتبعها الدعاة لتغيير ما هو خطأ ، أو لتوصيل الرسالة و تحقيق المقصود من الحملة التوعوية الدينية أو الاجتماعية⁽⁶⁶⁾ .

أما في الحملة الإعلامية الثانية نشاهد شابا في العشرين، وهو يجلس أمام جهاز الحاسوب، فيما كان صوت الموسيقى الصاخبة يملأ المكان، قبل أن ينحسر هذا الصخب لصالح صوت المؤذن وهو ينادي لإقامة الصلاة، ثم يأتي والد الشاب و يطلب من ولده المنهمك في ممارسة الألعاب الإلكترونية لأداء فريضة الصلاة، لكن الشاب يواصل اللهو دون أن يلتفت إلى الأذان أو نصائح والده ويستمر الإعلان الحافل بالمؤثرات ليصور الشاب في غمرة هذا المشهد بينما ينتابه الشعور بالألم في يده اليسرى و إعياء شديد، في إشارة إلى إصابته بجلطة دموية بالقلب، ثم يبدأ بالتهايوي على المكتب الذي يجلس عليه، ويمر به شريط الذكريات بسرعة خاطفة منذ طفولته ويبدأ بعده مشهد آخر ، إذ يظهر الشاب متوفى في كنفه الأبيض، وهو مكشوف الوجه، يتجمع أهله حوله باكين ثم يتم تغطية وجهه قبل أن يحمل على الأكتاف استعدادا لصلاة الجنازة، وبسرعة يتم التوجه به إلى قبره، فيتم إنزال مصباح

² www.themedia not.com/node-2 مقال حسن حيدر ،الزيارة يوم 2011/02/12 ،الساعة 10:15 .

إلى حفرة القبر قبل أن يدفن فيها ويهال عليه التراب، وعندها ينتهي المشهد المؤلم بشاشة
سوداء تغليها العبارة " أقم صلاتك قبل مماتك". (67)

وهي حملة مدة عرضها 45 ثانية، تحمل رسالة بليغة تخالغ أعماق الوعي وتعيد رسالة
الإعلان إلى وعي الجمهور بأن الموت يأتي فجأة على الإنسان، وأن الشبان ممن هم في
سن مبكرة ليسوا بعيدين في الحقيقة عن تعرضهم لنهاية سريعة لحياتهم .

ولقد تحفظت القنوات العربية لعرض هذا النوع من الحملات التوعوية ، إلا أن قناة تلفزيون
الشرق الأوسط وافقت على عرضها لتكون من أجراً للإعلانات على الإطلاق .بينما رفضت
قناة المستقبل وقناة LBC اللبنايتين عرضها في البداية ثم عرضتها بعد شهر من
عرض mbc .

وبدا بثها بتحفظ على القنوات العربية، فكانت قناة الجزيرة آخر القنوات التي عرضتها .وفي
أهداف مصممه تذكير المشاهدين بإقامة الصلاة التي هي الركن الثاني من أركان الإسلام
الخمسة، والتي تعتبر من أهم الفرائض المطلوب من المسلم أن يؤديها، وذلك خمس مرات
في اليوم واللييلة، وتعتبر الصلاة في الإسلام بمثابة عماد الدين ومن أهم الفضائل التي يركى
مؤديها، ومن أهم عوامل مساعدة المسلم على الالتزام بالفضائل و الابتعاد عن المحرمات،
وهو الإعلان الذي سعى رجال أعمال عرب كثيرين لإيقافه، فبدأت تمارس ضغوطا على
القنوات الفضائية العربية التي تعرض الحملة ، بحجة أنها تنتشر الرعب في نفوس الشباب .

67-حسن حيدر ،نفس الموقع السابق .

المبحث الثاني: تطور بث الحملات الإعلامية على الفضائيات العربية

مع الصعوبات الكثيرة التي واجهت حملة " أقم صلاتك قبل مماتك"، واصلت جهات أخرى رفع شعار التسويق الاجتماعي الديني "لمحاولة تعديل السلوكيات السلبية في المجتمع الإسلامي.ومن بين هذه الحملات التي بثت على بعض الفضائيات العربية حملة " الغيبة " والتي تهاجم سلوك اغتياب الناس في أسلوب درامي يستهدف بالخصوص فئة النساء".

تلتها بعد ذلك حملة " الحجاب"، ثم حملة" مين قال الشغل عيب "وبعدها ظهرت حملة "البركة بالشباب "التي بقيت تعرض لأكثر من سنتين في أجزاء متفرقة، كل حملة تحاول معالجة سلوك سلبي في الشباب العربي، تلتها حملة" هذا هو ديني " و حملة" أباليسو " وحملة " الرحمة "التي تعتبر من أطول الحملات بثا و أكثرها انتشارا في القنوات العربية في هذه السنوات القليلة الأخيرة، والتي مازالت تعرض إلى حد الآن .(68)

كما تبنت الكثير من القنوات حملات عديدة، منها ما هو ديني توعوي، ومنها ما هو اجتماعي توعوي وذلك مثل" حملة ركاز "التي تبنتها دولة الكويت، حملة "حياتي ديني" والتي بثت على العديد من الفضائيات ،" بدل سيئاتك حسنات"،وكذا حملة " الإرهاب لا دين له".

¹- الزيارة يوم 2011/04/09 ، الساعة 13:30 ، www.mbc.net .

مصدرها :

لقد كانت من أكثر القضايا اهتماما هو مصدر هذه الحملات في بدايات انطلاقها على الفضائيات العربية، بحيث لم يتم التعرف على مصدرها -خاصة حملة " أقم صلاتك قبل مماتك" في البداية، نظرا للتخوف من التجربة الأولى وبعد ذلك ظهرت الفرقة التي تبنت حملة " أقم صلاتك" وهم من الشباب السعوديين يحترفون فن الإعلان وبذلك انطلقت كل الحملات لتعرف بمصدر التمويل ما دامت إعلانات تهتم بالخدمة والمسؤولية الاجتماعية فكانت أكثر الحملات تعريفا بمصدرها: "حملة الرحمة"، "حملة مين قال الشغل عيب"، "حملة بدل سيئاتك حسنة"، "حملة ركاز" و "حملة أباليسو" وبذلك قطعت الحملات الإعلامية التوعوية شوطا كبيرا في القنوات العربية بعدما استهجنتم في بداياتها⁽⁶⁹⁾، كما تطورت هذه الحملات من ناحية المضامين و التصميم و أساليب الإقناع، فبعدها انطلقت حملة " أقم صلاتك قبل مماتك" بنوع من أسلوب التخويف والترهيب ، عمدت الحملات التي جاءت من بعدها إلى أساليب التشويق، التحفيز، الإثارة و الكوميديا...الخ.

⁶⁹ - نفس الموقع السابق.

المبحث الثالث : أهم الحملات الإعلامية التوعوية على قنوات mbc .

سنحاول في هذا الجزء عرض أهم الحملات الإعلامية الدينية التوعوية التي قدمتها شبكة "mbc".

و ذلك لعدة اعتبارات:

1- تعتبر من أكبر الشبكات العربية مشاهدة وذلك حسب دراسات كثيرة.

2- تعتبر أول شبكة كسرت حاجز التخوف من الحملات التوعوية الدينية.

وتتمثل هذه الحملات في:

1- حملة أقم صلاتك :وهي أول حملة إعلامية دينية بثتها الفضائيات العربية على مدار 5سنوات،وبإعلانات مختلفة .تعود الفكرة في تصميم حملات توعوية دينية إلى عام 1999 ،فمن خلال شعار فريق حملة أقم صلاتك الذي يعرفون به أنفسهم ...)) :كل الإعلانات تعمل كيف تقنعك وتؤثر فيك لتصلي فهي حملة مهمة وجهت أساسا لأداء هذه الفريضة في وقتها وفي مكانها وبالطريقة المشروعة والأفضل .وهي حملة تتكون من 15 إعلان بدايتها كانت عام 2001 بأكثر الإعلانات تأثيرا وهو " إعلان أقم صلاتك قبل ممانتك".

وتعتبر فكرة رائدة في الدعوة الإسلامية وتشجيع الفضيلة و التمسك بالدين، وذلك بطريقة تسمح باقتباس وفهم الفكرة بدون مشاهدة مطولة .كما أن لها شعار واحد لصيق

بعبارة "أقم صلاتك" لكن تختلف من إعلان لآخر.

حملة أقم صلاتك قبل مماتك : ظهرت عام 2001 وهو حملة تحكي عن تفريط شباب في الصلاة ووفاته بشكل فجائي .وهي حملة جاءت في أسلوب درامي .

2-حملة أقم صلاتك تنعم بحياتك: عرضت عام 2002 وهي تحكي قصة شاب يركض بقلق بين الناس، ولا يرتاح إلا بعد إقامة الأذان وأدائه للصلاة.

3-حملة أقم صلاتك تصفو حياتك :عرضت عام2004 .

4-حملة أقم صلاتك...غفلة الموت :وهي حملة عرضت على قنوات **mbc1** ،

Mbc 2 ، mbc max ، mbc4 ، عام2000 تحكي قصة ثلاث شباب فبينما هم راكبين في سيارة فخمة ، ويسوقون بسرعة ويتحدثون تصدمهم سيارة أخرى بسرعة فائقة ...تمر لحظات وتظهر جماعة الناس يلتفون حولهم، توفي اثنان وبقي واحد منهم، ينتهي الإعلان وتظهر عبارة أقم صلاتك.....يتبع .

5-حملة أقم صلاتك صلاة العروس :وهي حملة بثت على العديد من الفضائيات العربية ، تحكي قصة فتاة تقوم إلى الصلاة في يوم عرسها، وهي حملة درامية تأتي لتحفيز الناس على الصلاة مهما كانت ظروفهم، وهي حملة وجهت خصوصا إلى فئة الشباب.

6- حملة أباليسو :وهي سلسلة إعلانية عرضت في 21 حلقة إعلانية ، تحتوي كل حملة توعوية على هدف،يلعب فيها أباليسو دور البطولة ، و شخصية أباليسو هي شخصية تمثل

الشیطان فی أفكاره ووسوسته، تعرض فی مدة 30 دقيقة تحكي فیها كيف يتواجد إبليس فی حياتنا اليومية.وتعتبر من أجراً الحملات الإعلامية الدينية و التي تبنت قناة الرسالة إنتاجها أين بلغت تكلفته المليون للإعلانات، وهم من مصممي visualizit ونصف المليون ريال سعودي .أخرجها فريق عمل بمؤسسة حملة أقم صلاتك ومن أهم إعلانات حملة أباليسو ما يأتي :تعرض هذه الحملة الصداقة التي يعقدها الشباب 1- **abaleesoyour love** : إعلان أباليسو حبيبك مع الشيطان من خلال إتباع ما يملیه من أفكار سيئة، وتصور هذه الحملة شخصية الشيطان ، كيف يعمل على عرقلة الفتى وهو يراجع دروسه، وكيف يهوي وجهه لفعل الأشياء الأخرى من أجل تلهيته عن الدراسة.

2- حملة أباليسو الانترنت وتصور هذه الحملة الأفكار السلبية التي يسوسها الشيطان لشاب وهو يبحث في الانترنت ، أين يحفره على دخول المواقع الإباحية.

3- حملة أباليسو الصلاة خير من النوم وهي حملة تصور شخصية إبليس ، وهو يحفز شاب على النوم بدل الصلاة.

4- حملة أباليسو والأكل وهي حملة تصور كيف يتناول شخص إبليس الطعام مع شاب لا يسم بسم الله عند تناول الطعام.

5- حملة أباليسو ودخول دورة المياه : وهي حملة تصور تواجد الشيطان في دورة المياه.

6- حملة أباليسو ودخول البيت وتصور هذه الحملة كيفية دخول الشيطان للبيت مع الأشخاص في حالة عدم ذكر الله أثناء الدخول.

7- حملة أباليسو التدخين تصور كيفية تحفيز الشيطان الشباب تناول السجائر.

8- حملة أباليسو ومعاملة الخدم هذه الحملة تظهر كيفية وسوسة الشيطان وذلك للقسوة على الخدم و الإساءة في معاملتهم.

9- حملة أباليسو و الطلاق وهي حملة تعرض قصة زوجين يتوسطهما الشيطان

فيحفز كلاهما على الزيادة من حدة الشجار ، سعيا منه إلى أحداث الطلاق بينهما.

10- أباليسو و السهر وهي حملة تصور شابا يشاهد التلفاز بجانبه الشيطان

الذي بدوره يحفزه على السهر طوال الليل ، وهي حملة تدعو إلى التخلي عن هذا السلوك.

11- أباليسو وثالثتهما الشيطان : وهي حملة تصور سلبيات الاختلاط بين الذكور والإناث ، وهو ما ينجر عن ذلك من سلبيات.

12- أباليسو وأحدث أساليب المعاكسة : و تصور كيفية معاكسة الشباب للفتيات ، وهو سلوك سلبي لا يعبر عن الأخلاق الإسلامية.

13- أباليسو و غض البصر : وهي حملة تدعو إلى التحلي بالأخلاق الإسلامية ، وذلك تقاديا لما ينجر منه من فساد في المجتمع.

14- أباليسو و الخمر وهي حملة تصور كيف يوسوس الشيطان للشباب، وذلك بالولوج في عالم الخمر، فهي تدعو إلى قمع هذا السلوك السلبي الدخيل على المجتمع الإسلامي.

ولقد رفضت العديد من الفضائيات العربية عرضها إلا أنها بثت على بعض القنوات ، فمنها من واصلت بثها مثل قناة الرسالة ، ومنها التي انقطعت عن ذلك مثل شبكة mbc ومن بين الانتقادات التي وجهت لهذه الحملة ، أنها تصور شخصية إبليس بالهيئة التي نعرفها في أفلام الكرتون ، مما قد يفقد هذه الشخصية المصدقية .

15- حملة البركة بالشباب : وهي حملة إعلامية توعوية تتناول أكثر من موقف ايجابي يصب في إعادة التوعية بالأخلاق، التي هي من أساس ما تخص عليها الأديان السماوية والإسلام خاصة .

ولقد قدمت الحملة مجموعة من الشباب العربي ضمن مجتمعهم مع إضافة بعض المشاعر الإنسانية داخل قالب درامي و إخراج يستهدف زرع الفضيلة داخل الشباب العربي لمواجهة بعض السلوكيات الخاطئة في المجتمع و المنتشرة بين الشباب بشكل خاص .

ولقد بثت هذه الحملة ولا تزال تبث على العديد من القنوات العربية مثل مجموعة، mbc قنوات روتانا قنوات **ibc** وغيرها . كما تعكس الحملة حياة شباب عرب ، في كل حملة يعالجون فيها سلوكا سلبيا.

وتعتبر حملة " من لا يرحم لا يرحم " هي الحملة الأولى و الأكثر شهرة من حملات الرحمة لما تحمله من دلالات حول الواقع المعيشي في المجتمع .

أما في الفترة الأخيرة فتحول شعارها إلى " حملة غصون الرحمة للرفق بالإنسان والحيوان."

16- حملة هذا هو ديني : وهي حملة إعلامية ، تدعو الشباب إلى تبني السلوكيات الايجابية بالأخلاق الحميدة ، وهي حملة عكس حملة البركة بالشباب والتي تصور

سلوكا سلبيا و تعطي له البديل بل تقدم حملة هذا هو ديني كل ما هو ايجابي من السلوكيات لتبين بأنه " هذا هو الدين الإسلامي"، ولقد تعددت حملة هذا هو ديني بين: الصلاة ، والصدقة والتبرع والحكمة...الخ .

17- حملات "لا للإرهاب": وهي حملة إعلامية توعوية تتناول أكثر من موقف ايجابي ، وتصب في قالب واحد وهو توعية المجتمعات العربية للحد من ظاهرة الإرهاب .

وشملت هذه الحملات كل من:

-حملة عين ترقب خير من عين تدمع:

توضح هذه الحملة الشاب وهو جالس أمام جهاز الكمبيوتر يتصل بالجماعات الإرهابية عن طريق الشبكة الإلكترونية، وذلك في غياب مراقبة أمه له حتى فوات الأوان، وعندها لا ينفذ الندم. وبذلك توجه للرسالة للآباء بمراقبة أبنائهم، قبل دخولهم في الجماعات الإرهابية و ارتكابهم الجرائم في حق الأبرياء.

-حملة الصدقات التي تجمع للجماعات الإرهابية:

تصور هذه الحملة جمع الصدقات من مختلف الأماكن في المجتمع، وكذا الطبقات المختلفة، دون علمهم بأن هذه الصدقات مأخوذة لتمويل الجماعات الإرهابية. إذن تتمحور فكرة هذه الحملة حول التأكد عند التبرع بالصدقات، لأن صدقاتنا يمكن أن تأخذ إلى حيث لا نريد.

-حملة حول استهداف الإرهاب للأطفال:

تصور هذه الحملة أن العمليات الإرهابية قد تستهدف الأطفال في كل الأماكن: في الحديقة، في الشارع، في المنزل..... و كل عام آلاف الأبرياء يقضون ضحايا الإرهاب. -حملة لا للإرهاب: والتي تحمل شعار: " وتعاونوا على البر والتقوى و لا تعاونوا على الإثم والعدوان " ، توضح هذه الحملة منع العائلة لإبنتها المقدم على العملية الانتحارية من تنفيذها و إنقاذ الأبرياء.

خلاصة الفصل :

إتضح لنا مما سبق الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام العربية في تنمية الوعي لدى الجماهير وكذا تجسيد ومحاكاة واقع المجتمعات العربية ومعالجة الظواهر والمشكلات الخطيرة وإيجاد الحلول لها وهذا عبر القنوات الفضائية العربية .

توطئة عن النظرية السيميوسياقية :

كل الدراسات في علوم الإعلام والاتصال لها علاقة بالسياق السوسيوثقافي الذي ساهم بالضرورة في البحوث الخاصة بعلوم الإعلام والاتصال خاصة لما برزت أدوات التحليل والمفاهيم الأساسية الخاصة بهذا الميدان ،وتوظيف الدراسات الخاصة بالسياق في نسق الاتصال ،والخطاب وتوظيف السياقات الخاصة "بأليكس ميشيللي" ،من أجل فهم وتأسيس المعنى ،هذه السياقات جد مهمة لا سيما أنها تركز على شحنة إنفعالية ،عاطفية ،سياسية ،يكفي تنشيط ذاكرة الفاعلين من أجل تأسيس المعنى (70).

جل المفاهيم التي تؤسس المقاربة السيميوسياقية كمؤسسة لبناء المعنى تندرج ضمن دراسة مفاهيمية التي تفترض أن كل نشاط إنساني يضع المعنى في أولوياته ،يستلزم أن كل نشاط إنساني بوجود إلا عن طريق المعنى الذي يعطيه الفاعلين ،هذا ما يجعل فعل الرؤية النسقية تضيف أن نشاط الإنسان ليس بعزلة عن باقي الأنشطة ،ومنه يقول "أليكس ميشيللي" : "أن الاتصال هو استعمال مجموعة من الوسائل المسماة بوسائل الاتصال ،التحدث ،نبرات الصوت ،طريقة الجلوس ،الحركات ،السلوكات ،الوضعيات ،الأفعال المتجانسة أو التأثير على عناصر لها علاقة بالمحيط من أجل وضع حد لمشكل خاص بالاتصال لحالة موجودة .

نظرية "أليكس ميشيللي" تهتم بدراسة وفهم الظاهرة الاتصالية التي تستمد من حالة معينة فيقوم الباحث بتأويلها وفق السياقات الخاصة بأليكس لتأخذ معنى معين ،وهذه النظرية السيميوسياقية تجمع بين المعنى والسياق (le sens et le contexte)وهي مقسمة إلى ثلاثة مراحل :

1-منهجية النص الفائق :méthode de l’hypertexte.

2-سياقات الدراسة : les contexte de l’étude .

3-الإستنتاجات.

1-منهجية النص الفائق :

يتكون النص الفائق من مجموعة الرسائل وكذا مختلف التعليقات فالتعليق هو الصفة التي تتجسد في الرسالة (تجسد النص الزائد)،أي ما يزيد أو إضافة عن الرسالة هذه التعليقات

¹-Alex Mucchielli, Jeannine Guivarch, Nouvelles méthodes d’étude des communication Armand colin, Février 1998,p 46 .

تمد السياقات ،والنص يضم تعليق وتفسير الجمهور الذي يعطي دقة في المعنى ،فالتعليق هو كل إضافة عن الرسالة المراد إيصالها (71).

-وفي النص الفائق يتم الفصل بين الرسالة والتعليق (الصورة هي التي تعبر عن التعليق)

،إذن منهجية النص الفائق تكون بتحديد :1- الرسالة المراد إيصالها

2-التعليق :أي استخراج كل ما هو إضافة عن الرسالة .(72)

-السياق: هو جوهر المعنى المقصود في أي بناء نصي أو كلامي فهو لا يلقي الضوء على الكلمة أو الجملة فقط وإنما على النص المكتوب والكلام المجمل من خلال علاقة المفردات ببعضها البعض في أي سياق من السياقات المختلفة.

نظرية "أليكس ميشللي" أو النظرية السيميوسياقية هي نظرية تجمع بين المعنى والسياق وهي نظرية تتطلب 3 شروط :-إتصال معمم communication généralisé .

-الفاعلين les acteurs de la communication.

- حالة الإتصال la situation de la communication .

-يشترط وجود إتصال معمم بين الفاعلين ولهذا الإتصال أحداث زمنية متسلسلة ،وكل حدث له بداية ونهاية والنهاية تختلف عن البداية.(73)

ويتم تقسيم أو تحديد الفاعلين مثل :فاعل 1 وماذا يعني (البطل مثلا).

يستدل أليكس ميشللي "Alex mucchielli" في تحليله على سبع سياقات بحيث يقول أنها متعددة ومختلفة يذكر منها (74)

1-السياق المكاني أو الفضائي:contexte spacial.

يجسد المكان، الفضاء، وضعية الفاعلين وتأثيرهم في الفضاء.

2-السياق الزمني : le contexte temporel .

يكون فيه تسلسل زمني للأحداث بحيث إذا غيرنا السياق يتغير المعنى ،وكل إتصال معمم أو عام يندرج ضمن سياق تاريخي وديناميكي من أجل أن يستمد معناه وفق سياق زمني.

⁷¹ -Alex Mucchielli, même ouvrage 41.

⁷² -Alex Mucchielli, douze cas et exercices sur la communication, armand colin, 1998, p55.

⁷³ -ALEX Mucchielli et les autres ,théorie des processus de la communication ,armand colin ,janvier ,1998,p13.

⁷⁴ -Alex Mucchielli , , Nouvelles méthodes d'étude des communication Armand colin , Février 1998,PP148-149.

3- السياق الفيزيولوجي الجسماني الحسي : contexte physique et sensoriel .

الفاعل في الإتصال عبر حواسه وأعضائه الكلام ،النظر ،السمع ،الشم ،اللمس ،كل هاته العناصر تتدخل في هذا العالم الجسماني الحسي لتساهم في معنى التبادل الإتصالي ،تأثير الحواس متعدد يكون حواس بصري ،سمعي ،مع توافقه مع السياق المكاني ،يستطيع تحويل آلية الإدراك والفهم في أي إتصال .

4-سياق التوضع المتبادل للفاعلين : contexte des positions respectives des acteurs .

كل سياق له إضافة في المعنى ،"أليكس ميشيلي" يقول في خطابه (درجة إحترامه مع الآخر)وفي لغته (طريقة لبسه)كل إنسان يقترح نظرتة وتموضعه بالنسبة للفاعل الآخر في أي حالة التبادل والتموقع يعتبر صراع دائم للإنسان الذي يبحث على تقييم ذاتي وتموضعه .

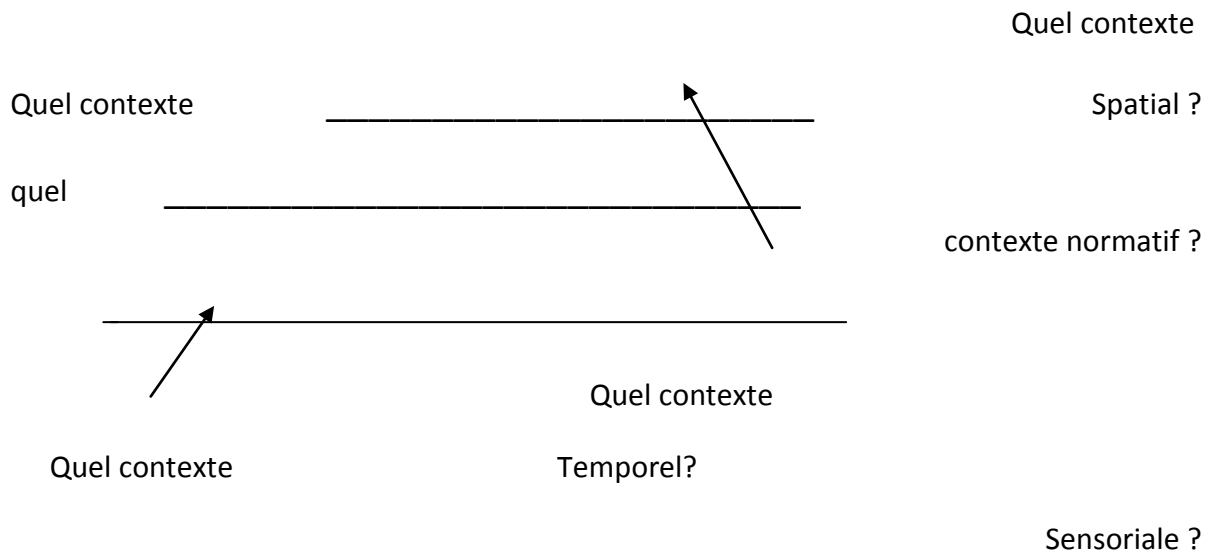
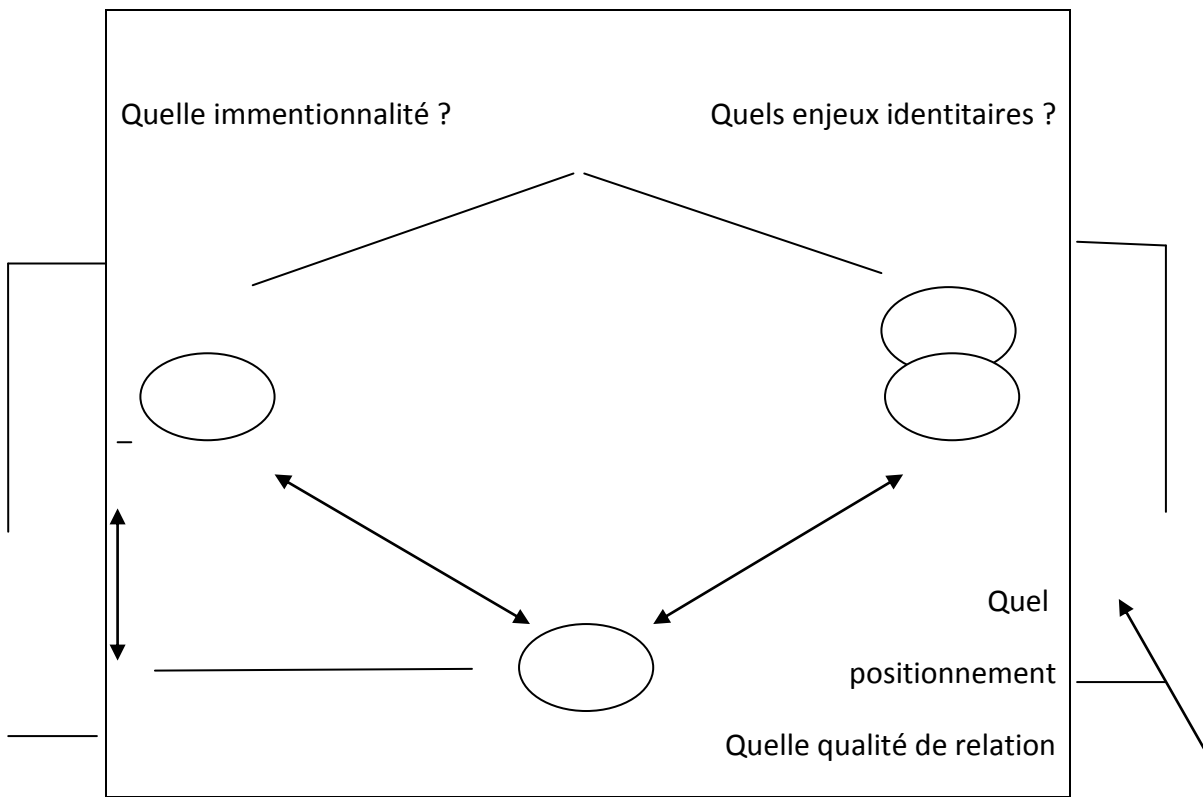
القيم هي مبادئ متفق عليها في مجتمع معين ،أي إتصال يكون وفق معايير وكل إتصال يكون وفق سياق قيم والقيم متعددة ومختلفة ثقافية ،إجتماعية في حياة ما أو سلوكات فهي تحدد معنى القيم الذي يجب أن يكون من طرف مجموعات أو أفراد .

6-السياق العلاقتي الآني: le contexte relationnelle immédiat .

في أي إتصال كان الفاعلين يقيمون علاقات حميمية ،كل فرد يستعمل الإتصال اللفظي والغير اللفظي من أجل الإغراء أو التأثير على الآخر وحتى يكون لهذا الفرد معنى يجب تبيان النقاط القيمة والغير القيمة والتي يكون مصدرها مصدر قوة .

7-السياق المعبر لهوية الفاعلين: le contexte exprésif des acteurs .

كل فرد في نظرتة للمجتمع يأخذ معنى إتصاليه صبغة خاصة تدعو إلى هويته وإنتماءاته ،فالهوية تعتبر مرجعية ذات معنى في أي إتصال معين .



Le modèle situationnel⁽⁷⁵⁾

⁷⁵- Alex mucchielli, Jeannine Guivarch, nouvelles méthodes d'étude des communication, Armand Colin ,Février ,1998,p41.

تحديد الفاعلين: الحملة الإعلامية رقم 01 " الإرهاب ضد الأطفال "

الفاعلين : دمي الأطفال الذين كانوا ضحايا الإرهاب.

إسم الجدول :جدول رقم 01 خاص بإستخلاص الرسالة من النص الفائق المتعلق بالحملة الإعلامية التوعوية (الإرهاب ضد الأطفال) مدته :46 ثا .

جدول رقم 02 الخاص بالتعليق المستخلصة من منهجية النص الفائق للحملة الإعلامية 01 .

الصورة	المدة	التعليق
	ثا 1 - 2	-نشاهد مدخل الحديقة،مجموعة أشجار ،الأوراق متساقطة ،مقعد فارغ ،كل هذا دلالة على غياب الأطفال .

<p>صورة أرجوحة تتوسط الشجرتين لحظة غروب الشمس</p>	<p>ثا 3-5</p>	
<p>صورة سلاسل الأرجوحة تدل على التقييد وكبح الحرية وسلبها، حيث كانت السلاسل بارزة في الصورة وبالتدرج تظهر لنا صورة الدمية تبكي كخلفية .</p>	<p>ثا 5-7</p>	
<p>لعبة الطفل وهي حزينة (علامة الحزن "h") نلاحظ أيضا خياطة الفم، اللعبة موجودة في خرابة .</p>	<p>ثا 14-16</p>	

<p>16 ثا - صورة سيارة، حيث نرى الجهة الأمامية منها محطمة وكذا الجانبية اليمنى، الدخان يتصاعد وزجاج النافذة محطم تماما ووتد متساقط على الأرض بعد تعرضها للعملية الإرهابية .</p>	<p>18 ثا</p>	
<p>19 ثا - نرى بأن زجاج النافذة مكسر 21 ثا متساقط داخل السيارة، ولعبة الطفل داخلها، مع تصاعد الدخان.</p>	<p>21 ثا</p>	
<p>22 ثا - دب بيكي داخل السيارة. 23 ثا</p>	<p>23 ثا</p>	
<p>24 ثا - صورة خراب فيها الحجر الكبير 26 ثا والصغير، وصورة الدمية متساقطة على الأرض.</p>	<p>26 ثا</p>	

دمية تبكي وسط الخراب.	ثا 26 - ثا 29	
صورة دمية متحجة تبكي بجانب غرفة الطوارئ (مستشفى).	ثا 30 - ثا 32	

الصورة:

الصوت: تجسدت في الموسيقى التي كانت متوافقة مع الصور، موسيقى هادئة تخدم الموضوع.

الألوان: عدم وجود و إبراز الألوان، ولكن كان اللون الأسود هو الغالب والذي له دلالات على الخراب والحرب و كذلك غياب عنصر الحياة، و في نهاية الحملة استخدام اللون الأحمر والذي يدل على الدم و الخطر.

إيماءات الوجه: تم التركيز على ملامح الوجه و تعابيره ، و تجسدت في البكاء والتي كانت دلالاته على الحزن و الإضطهاد.

تحليل الحملة " تعاونوا على البر والتقوى "

تحديد الفاعلين الخاص بالحملة الإعلامية رقم 02 " تعاونوا على البر و التقوى ولا تعاونوا على الإثم و العدوان".

الفاعل رقم 01 : الشاب المقدم على العملية الإنتحارية الإرهابية .

الفاعل رقم 02 : أخو الشاب

الفاعل رقم 03 : الأب

الفاعل 04 : الأم

الفاعل 05 : الأخت

الفاعل 06 : الجارة (المرأة المسنة)

الفاعل 07 : الأطفال الصغار

الفاعل 08 : الشيوخ

الفاعل 09 : المرأة و أطفالها

الفاعل 10 : بائع الخضار

-إسم الجدول :جدول رقم 03 خاص بإستخلاص الرسالة من منهجية النص الفائق المتعلق بالحملة الإعلامية رقم 02(وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم و العدوان) مدته :53 ثا .

الصورة	المدة	الرسالة
--------	-------	---------

<p>نلاحظ خلفية سوداء، كتبت عليها كلمة الإرهاب بالبند العريض مرشوش عليها باللون الأحمر (دم) وهذا دلالة على خطورة هذه الظاهرة (الإرهاب) وكذا يوجد أسفلها شعار: أنا مسلم، أنا ضده وشعار بالإنجليزية say no to terror .me، وهذا معناه: قل لا للإرهاب وهذه الشعارات تمثل حملة إعلامية توعوية حول هذه الظاهرة .</p>	<p>ثا 46 - ثا 50</p>	
<p>نلاحظ صورة الشاب (الفاعل 01) مع عائلته . عائلة الشاب المقدم على العملية الإنتحارية منعه من تنفيذ هذه العملية التي كانت تستهدف الأبرياء ،وتدل الآية على أن القرآن الكريم يحث على البر والتقوى والإبتعاد عن كل هذه الأفعال الدنيئة .</p>	<p>ثا 43- ثا 46 .</p>	

-جدول رقم 04 خاص بإستخلاص التعاليق من منهجية النص الفائق الخاصة بالحملة 02 .

الصورة	المدة	التعليق
--------	-------	---------

<p>صورة توضح لنا صورة الحي الشعبي الذي يقع فيه منزل الشاب المقدم على العملية الانتحارية (الفاعل01) وكل هذا يبين لنا أن الجماعات الإرهابية يكونون من الأحياء الشعبية الفقيرة .</p>	<p>ثا 1 -ثا 2</p>	
<p>صورة توضح لنا جدار الحي الشعبي و حالته الهشة ، و خيال الفاعل(2) أخو الشاب وهو يجري .</p>	<p>ثا 3</p>	
<p>صورة توضح لنا(الفاعل2) أخو الشاب وملامح وجهه تظهر عليها دلالات القلق و التعب من أثر الجري ، والخوف .</p>	<p>ثا 3 -ثا 4</p>	

<p>يتضح لنا من خلال الصورة ، إحدى الجارات(الفاعل6) وهي تنشر الفراش (الغطاء) أمام منزلها في الشارع. (الجاراة امرأة مسنة ،متحجبة)</p>	<p>ثا 4</p>	
<p>المرأة (الفاعل 6) وهي مبتسمة مع أخو الشاب (الفاعل 02)والذي كان مارا بجانبها.</p>	<p>ثا 5</p>	
<p>تغير ملامح الجارة(الفاعل 6) ، وإحساسها بالقلق عند رؤيتها للشاب(الفاعل2) وهو في تلك الحالة (الجري ولامح القلق البادية على وجهه)</p>	<p>ثا 5 - 6</p>	

<p>نظرات الرجل (الفاعل 2) الرجل إلى الجارة (الفاعل6) وما كانت تحمل من دلالات و ايحاءات القلق.</p>	<p>ثا 6 - 7</p>	
<p>صورة الفاعل (10)بائع الخضار والطفل المشتري والرجل (الفاعل 2)يجري بجانبهم .</p>	<p>ثا 7</p>	
<p>تظهر لنا الصورة مجموعة أطفال الفاعل (7) وهم يلعبون أمام المنزل .</p>	<p>ثا 8</p>	

<p>صورة الرجل (الفاعل 2) وهو يجري في الشارع وأمامه امرأة متحجبة ، ووجود غلاف بلاستيكي يغطي الشارع .</p>	<p>ثا 10 - ثا 11</p>	
<p>نظرات الرجل (الفاعل 2) إلى المرأة (الفاعل9) هي وأولادها .</p>	<p>ثا 11</p>	
<p>صورة المرأة (الفاعل 9) وهي تمشي مع أولادها في الشارع .</p>	<p>ثا 12</p>	

<p>تغير ملامح المرأة (الفاعل 9) عند رؤيتها للرجل (الفاعل 2) وهو يجري، وهذا من خلال ضمها لولدها بقوة ومحاولة حمايته عند إحساسها بالخطر .</p>	<p>ثا 12 - ثا 13</p>	
<p>صورة تظهر لنا رجال مسنين (الفاعل 08) جالسين في مقهى، ولباس التقليدي للشيخ (القبعة، الطاقية، والعباءة).</p>	<p>ثا 14</p>	
<p>صورة (الفاعل 2) وهو يجري في شارع بجانب الميكانيكي (مصلح السيارات).</p>	<p>ثا 15 - ثا 16</p>	

<p>صورة الفاعل 2 وهو مار في زقاق ضيق .</p>	<p>ثا 16</p>	
<p>خروج الفاعل 2 إلى الشارع الرئيسي .</p>	<p>ثا 17</p>	
<p>الرجل (الفاعل 2) وهو يندق الباب .</p>	<p>ثا 18 ثا 19</p>	

<p>صورة تظهر لنا (الفاعل 3) الأب وهو مبتسم لرؤية ابنه(الفاعل 2) .</p>	<p>ثا 19</p>	
<p>صورة تظهر لنا الأب (الفاعل 3) وملامحه متغيرة حين رؤيته لابنه(الفاعل 2) وهو في حالة القلق والذعر ،ومرور الإبن بسرعة إلى المنزل بحثا على أخيه .</p>	<p>ثا 19</p>	
<p>صورة غرفة الضيوف ،والأثاث الموجود فيها بسيط ومتواضع ،والعائلة مجتمعة حول المائدة ،الأخت(الفاعل 05)،والمصحف موضوع على المائدة الجانبية .</p>	<p>ثا 20</p>	

<p>صورة المرأة (الفاعل 4) وهي مبتسمة مع ولدها .</p>	<p>ثا 21</p>	
<p>تغير ملامح الفاعل 4 وصورتها وهي مكشرة وعلامات القلق على وجهها ، وإحساسها بالخطر والخوف عند رؤيتها لإبنها(الفاعل 2) وهو في تلك الوضعية .</p>	<p>ثا 22</p>	
<p>صورة الرجل (الفاعل 2) وهو في غرفة أخيه(الفاعل 1) للبحث عنه .</p>	<p>ثا 22 - ثا 23</p>	

<p>صعود الفاعل 2 إلى سلالم البيت للبحث عن أخيه (الفاعل 1).</p>	<p>ثا 24</p>	
<p>دخول الفاعل 2 على أخيه المقدم على العملية الإنتحارية(الفاعل 1).</p>	<p>ثا 26 - ثا 29</p>	
<p>صورة الشاب المقدم على العملية الإنتحارية (الفاعل 1). ملامح الوجه التي تدل على القلق ، واللحية التي تدل على الإسلام.</p>	<p>ثا 30 - ثا 32</p>	

<p>صورة الأخت (الفاعل 5) وهي مندهشة عند رؤيتها لأخيها الذي يحمل القنابل (الفاعل 1) .</p>	<p>ثا 33</p>	
<p>دهشة الأم (الفاعل 4) وهي مندهشة على ابنها الذي يضع القنابل في صدره (الفاعل 1) .</p>	<p>ثا 34</p>	
<p>صورة تظهر لنا الشاب المقدم على العملية الإنتحارية(الفاعل 1) وهو يغلق معطفه وأسفله قنابل .</p>	<p>ثا 35</p>	

<p>تظهر لنا الصورة الأب(الفاعل) 38 - 39 (3) وهو ينظر بدهشة وحيرة إلى ابنه المسلح(الفاعل 1) .</p>	<p>ثا 38 - ثا 39</p>	
<p>غلق الأب (الفاعل 3)الباب بإحكام لمنع الإبن(الفاعل 1) من الخروج إلى الشارع وقتل الأبرياء .</p>	<p>ثا 40</p>	

الصورة :

الصوت: تم توظيف الموسيقى الهادئة مع تغيير الطبقات الموسيقية إلى موسيقى صاخبة والتي تتناسب مع الأحداث .

الألوان: ظهر اللون الأسود في الغرفة التي يوجد فيها الفاعل (01) ، والذي يوحي بالخطر. و في نهاية الحملة استخدام اللون الأحمر والذي يدل على الدم و الخطر .

إيماءات الوجه: تم التركيز على إيماءات وتعابير وجه الفاعلين والتي لها دور في تبليغ الرسالة وتعطي دلالات على الخوف والقلق والخطر.

تحليل حملة " تحقق قبل أن تتصدق ":

تحديد الفاعلين الخاص بالحملة رقم 03 " تحقق قبل أن تتصدق "

الفاعل رقم 01 :الجماعة الإرهابية

الفاعل رقم02 : الشاب الذي يجمع الصدقات

الفاعل رقم 03 : الرجل

الفاعل رقم 04 : الشابة (الجامعة)

الفاعل رقم05 : الشيخ المغربي .

الفاعل رقم 06 : الشاب.

الفاعل رقم 07 : المرأة وصديقتها و ابنتها.

الفاعل رقم 08 : الطفل

الفاعل رقم 09 : الرجل مع ابنه.

الفاعل رقم 10 : العجوز

الفاعل رقم11 : المرأة

الفاعل 12 : الطالبة

الفاعل 13 : الشيخ اليمني

إسم الجدول :جدول رقم 05 خاص بإستخلاص الرسالة من منهجية النص الفائق المتعلق بالحملة الإعلامية 03 (تتحقق قبل أن تتصدق) . مدته :49 ثا

الصورة	المدة	الرسالة
--------	-------	---------

<p>ثا 41 - نشاهد صورة جماعة إرهابية في مكان فيه أسلحة كخلفية كتب عليها "تحقق قبل أن تتصدق" وتدل على أنه يجب علينا معرفة المكان الذي تأخذ إليه صدقاتنا لكي لا نكون مساهمين في العملية الإرهابية بطريقة غير مباشرة .</p>	<p>ثا 43 -</p>	
<p>ثا 43 - نلاحظ خلفية سوداء كتبت عليها كلمة الإرهاب بالبند العريض مرشوش عليها باللون الأحمر (الدم) وهذا دلالة على خطورة هذه الظاهرة (الإرهاب)</p> <p>وكذا يوجد أسفلها شعار: أنا مسلم أنا ضده، وشعار بالإنجليزية معناه قل لا للإرهاب، هذه الشعارات تمثل حملة إعلامية توعوية حول هذه الظاهرة</p>	<p>ثا 46 -</p>	

-جدول رقم 06 الخاص بإستخلاص التعليقات من منهجية النص الفائت المتعلقة بالحملة التوعوية 03 .

الصورة	المدة	التعليق
--------	-------	---------

<p>الشباب صورة (الفاعل 2) في السوق</p>	<p>ثا 1 ثا 2</p>	
<p>صورة الشيخ (الفاعل 5) يرتدي عباءة مع عمامة (لباس مغربي) يتبرع بصدقة للشباب (الفاعل 2) الذي يرتدي قميص .</p>	<p>ثا 2 ثا 3</p>	
<p>الشباب صورة (الفاعل 2) مع الفاعل 6 الذي يرتدي قميص وهو يعطيه صدقة .</p>	<p>ثا 4 ثا 5</p>	


<p>صورة المرأة محجبة تعطي الصدقة لإبنها (الفاعل 8) ليضع الصدقة في الصندوق ، وصوره الرجل وراءها وهو يلبس الزي السعودي التقليدي .</p>	<p>ثا 6 - 7</p>	
<p>صورة الطفل يتصدق (الفاعل 8) يتبرع بالنقود في صندوق الصدقات .</p>	<p>ثا 7 - 8</p>	
<p>صورة الرجل (الفاعل 9) مع ابنه يضعان الصدقة في الصندوق .</p>	<p>ثا 9 - 11</p>	

<p>صورة العجوز (الفاعل 10) تضع الصدقة في الصندوق .</p>	<p>ثا 11 - ثا 13</p>	
<p>صورة امرأة (الفاعل 11) وهي متحجبة تتبرع بالصدقة</p>	<p>ثا 13 - ثا 16</p>	
<p>صورة الشابة (الفاعل 12) تتبرع بالصدقة في الجامعة .</p>	<p>ثا 17 - ثا 18</p>	

<p>المراة صورة (الفاعل 7) وإبنتها وصديقتها وهم في المركز سلام التجاري .</p>	<p>ثا 19 - ثا 20</p>	
<p>صورة (الفاعل 7)المراة وهي تتصدق مع صديقتها</p>	<p>ثا 21 - ثا 22</p>	
<p>صورة الشيخ(الفاعل 13) يرتدي لباس يمني وهو يقدم الصدقة إلى الرجل</p>	<p>ثا 22 - ثا 23</p>	

<p>الرجل صورة (الفاعل 1 وهو يحمل صندوق الصدقات</p>	<p>ثا 24 - ثا 26</p>	
<p>صورة الفاعل 1 يغلق صندوق الصدقات</p>	<p>ثا 26 ثا 28</p>	
<p>صورة صندوق الصدقة مأخوذ في السيارة .</p>	<p>ثا 28 - ثا 30</p>	

<p>الرجلان صورة الإرهابيان ملثمين (الفاعل 1).</p>	<p>ثا 34 - ثا 35</p>	
<p>الأسلحة صورة المختلفة في الصندوق .</p>	<p>ثا 35 - ثا 36</p>	
<p>الجماعة صورة الإرهابية(الفاعل 1) وهم يحملون السلاح.</p>	<p>ثا 38 - ثا 39</p>	

<p>نلاحظ خلفية سوداء كتب عليها بالأبيض "بعض صدقاتنا تذهب إلى حيث لا نريد" معناه أن بعض صدقاتنا توجه إلى تمويل الجماعات الإرهابية من طرف أشخاص مجهولين .</p>	<p>ثا 31 - ثا 33</p>	
---	--------------------------	--

الصورة :

الصوت :تم توظيف الموسيقى الهادئة مع تغيير الطبقات الموسيقية إلى موسيقى صاخبة والتي تتناسب مع الأحداث .

الألوان :ظهر اللون الأسود في الغرفة التي يوجد فيها الفاعل (01) ، والذي يوحي بالخطر. و في نهاية الحملة استخدام اللون الأحمر وكذا استخدامه للصندوق الخاص بالصدقات والذي يدل على الدم و الخطر .

إيماءات الوجه :تم التركيز على إيماءات وتعابير وجه الفاعلين والتي لها دور في تبليغ الرسالة وتعطي دلالات على الخوف والقلق والخطر.

إطار التطبيقي

تحليل الحملة " عين ترقب خير من عين تدمع":

تحديد الفاعلين الخاص بالحملة الإعلامية رقم 04 "عين ترقب خير من عين تدمع":

الفاعل رقم 01 : الشاب المستخدم للإنترنت (الفاعل الرئيسي).


الفاعل رقم 02 : الأم .

الفاعل رقم 03 : الجماعة الإرهابية.



جدول

رقم 07 الخاص بالرسالة المستخلصة من منهجية النص الفائق المتعلق بالحملة الإعلامية 4 (عين ترقب خير من عين تدمع) :مدته :37 ثا

الصورة	المدة	الرسالة
	ثا 28 ثا 31	الرسالة المستخرجة الموجهة هي إلزام مراقبة الآباء للأبناء هم في إستعمالهم للكمبيوتر والإنترنت وهذا قبل وقوع الفأس في الرأس .
	ثا 23 ثا 25	إصرار الإرهاب على جلب أبنائنا وتضليل أفكارهم نحو الإنحراف وإرتكاب الجرائم على الأبرياء .

<p>خلفية سوداء ،كتبت عليها كلمة- إرهاب -بالبند العريض مرشوش عليها باللون الأحمر (الدم)وهذا دلالة على خطورة هذه الظاهرة (الإرهاب) وكذا يوجد أسفلها شعار :أنا مسلم ،أنا ضده وشعار بالإنجليزية وهذا معناه قل لا للإرهاب وهذه الشعارات تمثل حملة إعلامية توعوية حول هذه الظاهرة .</p>	<p>ثا 32 - ثا 36</p>	
---	------------------------------	--

-جدول رقم 08 خاص بالتعليق المستخرجة من منهجية النص الفائق المتعلق بالحملة التوعوية 04) عين ترقب خير من عين تدمع).

التعليق	المدة	الصورة
<p>صورة الشاب (الفاعل 1) يتمعن أو ينتبه وهو يستعمل جهاز الكمبيوتر.</p>	<p>ثا 1</p>	
<p>صورة الشاب (الفاعل 1) وهو أمام جهاز الكمبيوتر وهو منتبه ومركز فيه ،الشاب في غرفته .</p>	<p>ثا 1 - ثا 2</p>	

<p>صورة الشاب (الفاعل 1) أمام الحاسوب، يشاهد الجماعة الإرهابية (الفاعل رقم 03).</p>	<p>ثا 4 ثا 6</p>	
<p>عدم مراقبة الأم (الفاعل 2) لابنها (الفاعل 1) أثناء إستعماله لجهاز الكمبيوتر .</p>	<p>ثا 9- ثا 10</p>	
<p>متابعة ومشاهدة (الفاعل 1) الجماعة الإرهابية (الفاعل 03) أثناء تنفيذهم لعملية إرهابية .</p>	<p>ثا 11 ثا 12</p>	

<p>ملاحم الشاب (العينين) (الفاعل 01)تؤكد لنا أنه يريد الإنضمام إلى الجماعة الإرهابية .</p>	<p>ثا 12 ثا 14</p>	
<p>تفقد الأم (الفاعل 2)لمكان إبنها (الفاعل 1)أمام جهاز الكمبيوتر .</p>	<p>ثا 18 ثا 19</p>	
<p>بكاء الأم (الفاعل 2)لمكان إبنها (الفاعل 1)عند مشاهدتها له داخل الجماعة الإرهابية .</p>	<p>ثا 19 ثا 20</p>	
<p>إلتحاق الشاب (الفاعل 1)بالجماعة الإرهابية(الفاعل 03) وتبين لنا الصورة إقدام الشباب على قتل أحد الرهائن .</p>	<p>ثا 21 ثا 22</p>	

الصورة :

الصوت : تم استخدام موسيقى هادئة ثم تغير الإيقاع إلى موسيقى صاخبة .

الألوان : تم التعمد على عدم إبراز الألوان ، حيث غلب اللون الأسود الذي يوحي بالخطر وخاصة داخل غرفة الفاعل 1 (الشاب). و في نهاية الحملة استخدام اللون الأحمر والذي يدل على الدم و الخطر .

إيماءات الوجه : تم التركيز على تعابير الوجه الخاصة بالفاعلين الموجودين في هذه الحملة والتي لها دلالة على الإنتباه والتركيز وكذا الخطر .

اللحية دلالة على الإنتماء إلى الإسلام وإستخدامها في هذه الحملة يدل على أن المسلمين ينتمون إلى الجماعات الإرهابية.

استخراج السياقات:

الحملة الإعلامية التوعوية رقم 01 :

-السياق المكاني:

برز لنا في هذه الحملة تعدد السياقات المكانية من الحديقة المهجورة والتي تدل على غياب الأطفال ، الشارع الذي تميز بالخراب ، المنزل ، غرفة النوم ، وكذا أمام المنزل ، السيارة... وهذا التعدد دلالة على أن كل الأماكن قد تكون مستهدفة من طرف الإرهاب، وخاصة استهداف الأطفال الأبرياء.

-السياق الزمني:

تنوع وتعدد السياقات الزمانية والتي تعطي دلالات ومعاني مختلفة في هذه الحملة والمتمثلة في استخدام غروب الشمس والذي يدل على أن الإرهاب والليل يوحي بالخوف والذعر وتلاشي الأمن والاستقرار والظلام يدل على إختفاء الأمل وسلب الحرية، والتي تدل أيضا على أن الإرهاب ممكن أن يستهدف الأطفال ليلا ونهارا وفي أي زمان .

-السياق العلاقتي :

تعتبر ظاهرة الإرهاب من أخطر الظواهر المتفشية في المجتمعات العربية، والتي تهدد أمن و استقرار أفرادها وجميع شرائحهم خاصة فئة الأطفال منهم ، وقد برزت لنا من خلال هذه الحملة التوعوية العلاقة القائمة بين ظاهرة الإرهاب والأطفال و الخراب ، أي أن العمليات الإرهابية قد تستهدف الأبرياء و بالتالي تدمر حياتهم ومستقبلهم .

-السياق المعبر لهوية الفاعلين :

الهوية هي انتماء الفرد إلى مجتمع و حفاظه على قيمه ومبادئه العقائدية و الدينية ، وقد وظفت في هذه الحملة التوعوية عدة دلالات تعكس هوية الفاعلين التي تدل على الهوية العربية الإسلامية وكذا عبارة المكتوبة باللغة العربية " عاما بعد عام ، آلاف الأطفال المسلمين يقضون ضحايا الإرهاب" تدل على نفس المعنى .

الحملة التوعوية رقم 02 :

السياق المكاني:

تعدد وتنوع السياقات المكانية في هذه الحملة والتي تمثلت في زقاق الأحياء الشعبية القديمة ، من الشارع القديم ، ومحل بائع الخضار وكذا ابراز ديكور المنزل ، كل تلك الأماكن تدل على المستوى الإجتماعي للفاعلين والتي تبين أن أغلب الشباب الذين ينتمون إلى الطبقات الفقيرة تؤدي بهم أوضاعهم المزرية إلى الإلتحاق بالجماعات الإرهابية .

السياق العلاقتي :

تجسدت لنا علاقة الشباب الفقراء الذين ينتمون إلى الطبقات الوسطى وظاهرة الإرهاب ، هذه العلاقة القائمة بين الظروف المعيشية المزرية للشباب هي التي تدفعهم إلى الولوج في عالم الجريمة و الإرهاب .

السياق الفيزيولوجي الحسي:

كل العناصر المجسدة للعالم الجسماني الحسي تساهم في معنى التبادل الإتصالي ، و تأثير الحواس متعدد يكون حواس بصري ،سمعي ،سمعي بصري ومدى توافقه مع السياق المكاني ،ونظرا لأهمية هذه العناصر في الاتصال فقد ركزت هذه الحملة على تعبير الوجه وإيماءات الفاعلين التي كان لها دور كبير في ابراز إشارات الخوف ودلالات على الخطر .

السياق الثقافي المرجعي للقيم :

القيم هي مجموعة مبادئ ومعايير متفق عليها في مجتمع معين ، تجلت لنا من خلال هذه الحملة عدة قيم منها :

-قيمة دينية : تجلت من خلال الحجاب والمصحف الشريف الموجود في غرف الضيوف وكذلك برزت بصفة واضحة من خلال التصرف الذي قامت به عائلة الشاب المقدم على العملية الإرهابية والتي منعت من ارتكاب هذا السلوك، هنا تجلى أهم مبدأ من مبادئ الإسلام " التعاون على البر والتقوى".

-قيمة إنسانية : قيام العائلة بالموقف الإنساني والذي توضح من خلال إنقاذ الأبرياء من العملية الإرهابية وتبين لنا هذا من خلال إصرار الأب وعائلته على منع ابنه من تفجير نفسه. وهذا دلالة على أن الأولياء العرب لهم ميزة منع الأبناء من ارتكاب السلوكات الخاطئة خاصة عندما يتعلق بقتل الأرواح.

-قيمة ثقافية إجتماعية :كل ما شاهدناه من الأحياء الشعبية وكذا ديكور المنزل ،والذي يعكس الثقافة العربية ،وأیضا من خلال الغطاء وطريقة زخرفته والذي عكس عادات وتقاليد المجتمعات العربية .

-السياق المعبر لهوية الفاعلين :

الهوية هي إنتماء الفرد أو الأشخاص إلى المجتمع وحفاظه على هويته ومبادئه وقيمه العقائدية والدينية. والهوية هي المرجعية ذات معنى في أي إتصال معين، واللباس هو طريقة من طرق الإتصال التي تعكس هوية الفاعلين، كلباس الرجال المسنين (العباءة والطاقيّة)، ولباس الأم المحتشم، هذه الألبسة دلالة على اللباس العربي والإنتماء إلى الهوية العربية .

الحملة الإعلامية رقم 03 :

السياق المكاني :

هذا السياق يمثل الفضاء الذي يتواجد فيه الفاعلين ومدى تأثرهم به و تأثيرهم فيه ، والدور الكبير لهذا الفضاء في بناء المعنى الخاص بالحملة، وفي هذه الحملة التوعوية اختلفت الفضاءات ،من الشارع أين يوجد السوق الشعبي ، المكتبة ، حي من الأحياء القديمة، سوق الخضار، الجامعة ، المركز التجاري ، ...تعدد هذه الفضاءات

والسياقات المكانية لها دلالتها الموحية إلى المستوى الإجتماعي وكذا المستوى الثقافي للفاعلين .ففي هذه الحملة تمثلت دلالة تلك السياقات على أن كل أفراد المجتمع بكل طبقاته قاموا بالتبرع بالصدقات رغم جهلهم بمصيرها ، والتي كانت موجهة للجماعات الإرهابية .

-السياق الفيزيولوجي الحسي :

كل العناصر المجسدة للعالم الجسماني الحسي تساهم في معنى التبادل الإتصالي ،و تأثير الحواس متعدد يكون حواس بصري ،سمعي ،سمعي بصري ومدى توافقه مع السياق المكاني، وقد تم التركيز في هذه الحملة على الإيماءات وملامح الوجه للفاعلين والتي تكررت كثيرا وتجسدت في الإبتسامة والخاصة بالمتبرعين بالصدقات وذلك دلالة على فرحتهم لقيامهم بعمل خيري ،وكذلك النظرات القاطعة والمليئة بالكره والحقد الخاصة بالجماعات الإرهابية .

-السياق العلاقتي الأنّي :

تجسدت العلاقة بين المتبرعين بالصدقات الذين كان أملهم واعتقادهم مساعدة المحتاجين، لكن صدقاتهم استغلّت لتمويل الجماعات الإرهابية ، وذلك لقتل الأبرياء و لأغراض لا يحمد عقباها .

-السياق الثقافي المرجعي للقيم :

القيم هي مجموعة من المبادئ و المعايير المتفق عليها في مجتمع معين ، ومن أهم القيم الموجودة في هذه الحملة :

-قيمة دينية : والتي تتجلى من خلال الحجاب و القيام بعمل خيري (التبرع بالصدقة) ، هذا العمل يحث عليه الإسلام ويعتبر مبدأ ذو قيمة دينية .

-قيمة اجتماعية:تتمثل في التعاون ومساعدة المحتاجين وكذا التضامن الموجود بين العرب والمسلمين ، كلها دلالات على شهامة المجتمعات العربية .

-السياق المعبر لهوية الفاعلين : الهوية تعبر عن انتماء الفرد إلى مجتمع معين وحفاظه على قيمه ومبادئه العقائدية والدينية، فقد وظفت هذه الحملة مجموعة عناصر تعكس هوية الفاعلين (الحجاب ، اللباس التقليدي المغربي ، اللباس اليمني ، العباءة ، الطاقية ، وكذا الكتابات باللغة العربية...) ، كل العناصر دلالة على انتماء الفاعلين للهوية العربية الإسلامية، و(اللثام الذي يضعه الفاعلين) دلالة على انتسابهم للجماعات الإرهابية.

الحملة الإعلامية رقم 04 :

-السياق المكاني :إن الفضاء له دور كبير في إضفاء المعنى في الحملة الإعلامية بين الفاعلين ،وفي هاته الحملة نجد مكان واحد وهو الغرفة وإستخدام الفاعل للإنترنت بعزلة وهذا دلالة على أن إنعزال الأبناء في غرفهم مع إستعمالهم الخاطيء للإنترنت قد يؤدي بهم إلى الإنخراط في الجماعات الإرهابية .

-السياق الزماني :

إستخدام الظلام في وضح النهار دلالة على أمر خطير سيحدث ، والظلام يوحي بالخوف والذعر والخطر .

-السياق الفيزيولوجي الحسي :

تم التركيز في هذه الحملة على النظرات المتبادلة بين الفاعلين ،والتي كانت تحمل معاني ودلالات متعددة من مجرد نظرة إلى نظرة تركيز إلى نظرات الإقتناع بالولوج في عالم الإرهاب ،وكذا توظيف ملامح الوجه والإيماءات الفاعلين للتأثير على المتلقي .

-السياق العلاقتي الآني :

يتم الإتصال بين الفاعلين عن طريق الإتصال اللفظي والغير اللفظي الذي تنتج عنه علاقات حميمية ،ولقد توضح لنا من خلال هذه الحملة العلاقة بين الشباب المستخدم للإنترنت واللامبالاة الوالدين وإرتباطهم بظاهرة الإرهاب .

-السياق الثقافي المرجعي للقيم :

القيم هي مجموعة من المبادئ والمعايير المتفق عليها في مجتمع معين ، وتبرز لنا في هذه الحملة عدة قيم منها :

-قيمة ثقافية :تهدف هذه الحملة لغرس ثقافة الوعي لدى الشباب بصفة خاصة حول ظاهرة الإرهاب ، وكذا توعية الآباء بضرورة مراقبة أبنائهم وتوجيههم.

-قيمة إنسانية :تهدف الحملة لتوجيه دعوة لمكافحة ظاهرة الإرهاب لحماية المجتمعات الإنسانية و الأبرياء من جرائم القتل .

-قيمة دينية :تؤكد هذه الحملة على أن الدين الإسلامي ضد ظاهرة الإرهاب.

-السياق المعبر لهوية الفاعلين :

توظف الحملات التوعوية عدة دلالاتوالتي يكون لها دور في ابراز هوية الفاعلين ، فكل الدلالات المستخدمة في هذه الحملة تدل على الهوية العربية الإسلامية للفاعلين (الحجاب، الصومعة الخاصة بالمسجد ، الكتابات باللغة العربية على شاشة الكمبيوتر ...).

النتائج العامة :

تعتبر الحملات الإعلامية التوعوية حول ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي من أهم الحملات التي تستقطب المشاهد العربي، وتمحورت جميع هذه الحملات في فكرة واحدة والتي تتجسد في "توعية المجتمعات العربية بخطورة هذه الظاهرة وتبرئة الدين الإسلامي من الأعمال الإجرامية للإرهاب"، وتحمل هذه الحملات شعار "الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده".

فقد اشتركت تلك الحملات التوعوية الأربعة في مجموعة خصائص تتمثل في :

الشخصيات الممثلة قريبة من الواقع، يسهل لها توصيل أفكار الحملة إلى الفئات المستهدفة، ركزت على إبراز الجرائم وكذا السلوكيات الخاصة بالإرهاب، وكذا طرح البديل الإيجابي للسلوك السلبي، تميزت هذه الحملات بتصوير مؤثر وجذاب متميز بسرعة الإيقاع وهي حملات إعلامية توعوية تعرض في وقت قصير جدا .

تتميز هذه الحملات بجودة عالية التصميم، وهي تهتم بالخدمة والمسؤولية الاجتماعية بعيدا عن الأسلوب الخطابي الذي يحدث نوعا من الملل والتنفير وسط الشباب .

نستخلص من هاته الحملات الإعلامية التوعوية أهمية الخطاب الإعلامي التوعوي الممزوج بتقنيات الصورة التي أصبحت من أكبر وسائل نقل الخطاب الفكري والثقافي والقيمي، فهو يعتبر علامة ثقافية بالنظر إلى تأثيره في القيم والسلوك، فقد أصبح هذا الخطاب التوعوي ركنا مؤثرا في ثقافة المجتمع وبالتالي فإن استغلال الحملة الإعلامية للهدف التوعوي يعتبر خطوة لإيصال الكثير من الأفكار التي تدعو إلى الحفاظ على التوازن الاجتماعي والاستقرار الثقافي للمجتمعات العربية والإسلامية .

ومن خلال التحليل السيميوسياقي الذي إستخدمناه لتحليل الحملات الإعلامية التوعوية الخاصة بظاهرة الإرهاب في الوطن توضحت لنا عدة نقاط أهمها :

-توظيف السياقات التي يتبعها "أليكس ميشيلي" وأهمها: السياق المكاني، الزماني، العلاقاتي، الأنثي، الفيزيولوجي الحسي، وكذا السياق الثقافي المرجعي للقيم والسياق المعبر لهوية الفاعلين، وكل هذه السياقات لها دلالات موحية في هذه الحملات لما كانت تحمله من قيم وأفكار إيجابية لتوعية الجمهور المتلقي، ومن بين السياقات الأكثر توظيفها السياق العلاقاتي والسياق المكاني حيث استنتجنا منه أن الأعمال الإجرامية للإرهاب تتعدد أشكالها فقد تكون على شكل اغتيالات وقتل الأبرياء في كل مكان وفي كل زمان و ، قد تستهدف الأطفال في الشارع، في أماكن اللهو الخاصة بهم كالحديقة، في منازلهم وحتى في غرف نومهم وقد تكون عن طريق استغلال شباب أبرياء ضاقت بهم أحوال الدنيا من أوضاع

معيشية مزرية وكذا أسباب أخرى والذين وجدوا أنفسهم مجبرين على تنفيذ خططهم الإرهابية ، وقد تكون باستغلال أموال وصدقات المسلمين وسرقتها لتمويل الجماعات الإرهابية، وقد تكون بتضليل أفكار الشباب عن طريق المواقع الإلكترونية وتستحوذ على عقولهم لإقناعهم بالالتحاق بالإرهاب وكل هذا يحدث في غياب مراقبة الآباء لأبنائهم، ، وكذا لاحظنا تكرار استخدام السياق الفيزيولوجي الحسي الذي كان له دور كبير في إبراز المعنى وتوصيل الرسالة، أما السياق الثقافي المرجعي فقد عكس لنا ما تحمله هذه الحملات التوعوية من قيم متعددة إجتماعية، دينية، ثقافية، إنسانية والتي تعكس لنا ثقافة المجتمعات العربية... بهدف التأثير على المتلقين، إذن تلك القيم هي من أهم القيم الإتصالية المبثثة في الحملات التوعوية لقناة mbc .

من خلال النتائج المتحصل عليها في الدراسة وبعد مقارنتها بالفرضيات المقدمة سابقا وجدنا أن هنالك تطابقا بين نتائج البحث والفرضيات ،حيث نجد الفرضية 1 من خلال التحليل السيميوسياقي إستخرجنا مجموعة سياقات " لأليكس ميشيلي " ،وفي الفرضية 2 طبيعة السياقات تخدم الموضوع ،وكل سياق يختلف عن الآخر على حسب الدلالة الموظفة ،ثم من خلال الدراسة ثبت لنا أن للسياقات دور ووظيفة في ابراز المعنى المراد توصيله.

الخاتمة :

تناولنا في دراستنا هذه ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي من خلال التحليل السيميوسياقي لمجموعة حملات إعلامية توعوية والتي تبث عبر قناة أم بي سي ،حيث أن هذا الموضوع من المواضيع المهمة فهو موضوع الساعة والشغل الشاغل لكثير من الدول .

ولقد كشفت لنا الدراسة التي قمنا بها أن العمليات الإرهابية في الوطن العربي قد تستهدف الناس في أي مكان وفي أي زمان ،ومهما كانت أعمارهم سواء أطفالا، شبابا ...

وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود هدف الحملات الإعلامية التوعوية التي تقدم حول ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي وهذا لتوعية المجتمعات العربية بخطورة هذه الظاهرة وتبرئة الدين الإسلامي من الأعمال الإجرامية والتي تقوم بها الجماعات الإرهابية

الملاحق:

الصفحة	عنوان الجدول	الجدول
99-96	الإرهاب ضد الأطفال	1
111-100	تحقق قبل أن تتصدق	2
120-113	وتعاونوا على البر والتقوى	3
124-121	عين ترقب خير من عين تدمع	4

قائمة المراجع والمصادر :

المراجع باللغة العربية :

-القرآن الكريم.

المعاجم :

- أحمد زكي بدوي .معجم المصطلحات الإعلامية. بيروت:دار الكتاب اللبناني، 1989 .
- محمد فريد غرة .معجم المصطلحات الإعلامية .جدة :دار الشروق ،1989 .

الكتب والمذكرات :

- أحمد أبو الروس .الإرهاب الدولي والتطرف والعنف الدولي . ط:1 الإسكندرية :المكتب الجامعي الحديث،2001 .
- إحسان محمد الحسن .العنف والإرهاب .دراسة تحليلية في الإرهاب والعنف السياسي والإجتماعي ، ط:1، دار وائل للنشر ، ، 2008 .
- أشرف فهمي خوخة .استراتيجيات الدعاية والإعلان . القاهرة:الدار الجامعية ،2008 .
- بن عبد الله عمر وآخرون .التناول الإعلامي لظاهرة الإرهاب في الجزائر"تحليل سيميولوجي لكاريكاتور جريدة الخبر".شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال ،كلية العلوم الإجتماعية ،مستغانم ،2005-2006 .
- بشيري بهيجة وآخرون .الإرهاب السياسي في المجتمع المعاصر. مذكرة لنيل شهادة الليسانس في الحقوق ،جامعة أبو بكر بلقايد ،2003-2004 .
- بن صغير زكريا .الحملات الإنتخابات ،مفهومها وسائلها وأساليبها .الجزائر :دار الخلدونية ،2004 .

- تامر إبراهيم الجمهاني . مفهوم الإرهاب في القانون الدولي.ط:1 مصر :دار الكتب القانونية، 2008 .
- جمال الدين بن منظور .لسان العرب المحيط.بيروت ،1968 .
- محمد فتحي عيد . واقع الإرهاب في الوطن العربي .مركز الدراسات والبحوث ،الرياض :أكاديمية النايف العربية للعلوم الأمنية ،1999 .
- محمد سعيد فرح، لماذا؟ وكيف؟ تكتب بحثا اجتماعيا.ط:1 الإسكندرية :منشأة المعارف ،2002 .
- محمد شحرور .تجفيف منابع الإرهاب .ط:1 بيروت :الأهلي للطباعة والنشر والتوزيع ،2008 .
- محمود عبد الله خوالدة . علم النفس الإرهاب.ط:1 الأردن :دار الشروق للنشر والتوزيع ،2005 .مدني سمية وآخرون .فعالية الحملة الإعلامية للحد من ظاهرة الانتحار .شهادة الليسانس ،كلية العلوم الإجتماعية ،2009-2010 .
- موريس انجرس ،تر(بوزيد صحراوي وآخرون).منهجية البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ،ط:2 الجزائر :دار القصبه للنشر ،2008 .
- نائف بن سراج النجيبى الهزلي .الإتجاه نحو ظاهرة الإرهاب وعلاقته بالمسؤولية الإجتماعية وبعض المتغيرات الأخرى.رسالة ماجستير ،كلية التربية ،جامعة أم القرى ،2009 .
- عبد الرحمن زيدان قاسم .الإرهاب في ضوء القانون الدولي .ط:1 مصر :دار الكتب القانونية، 2008 .
- عبد الرحمن محمد العيسوي .سيكولوجية الإرهابي .ط:1 بيروت :منشورات الحلبي الحقوقية ،2005 .

-عبد الرزاق محمد الدليمي .الدعاية والإرهاب .ط:1 الأردن :دار جرير للنشر والتوزيع
، 2010 .

-عبد الناصر حريز .النظام السياسي الإرهابي الإسرائيلي .دراسة مقارنة ،الموسوعة
السياسية العالمية .ط:1 بيروت :دار الجبل.

-عبد العزيز سرحان .حول تعريف الإرهاب الدولي وتحديد مضمونه .المجلة المصرية
للقانون الدولي ،1973.

-عبد العزيز بن صقر الغامدي .مكافحة الإرهاب .مركز الدراسات والبحوث ،أكاديمية
النايف العربية للعلوم الأمنية ،الرياض ،1999 .

-عبد المحسن بدوي محمد أحمد .دور برنامج الإعلام في تنمية الوعي الأمني ومكافحة
الإرهاب "المعوقات والتحديات" ،جامعة الرباط الوطني ،الخرطوم ،2009 .

-فؤاد عبد المنعم البكري .التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الاعلانية.ط:1 القاهرة:عالم
الكتب :2007

-فايزة يخلف .خصوصيات الاشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي.
"دراسة تحليلية سمبولوجية لبنية الرسالة الاشهارية" ،مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه،
2004،2005.

-سامية حميدي .أسباب ظاهرة الإرهاب في الجزائر "سجن بسكرة نموذجا"مذكرة تخرج
مكملة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع والتنمية ،جامعة محمد خيضر ،بسكرة ،كلية
الآداب والعلوم الإجتماعية،2003-2004 .

-وداد غزلاني .العولمة والإرهاب الدولي ،بين الية التفكيك والتركيب،أطروحة
دكتوراه،جامعة الحاج لخضر،باتنة،2009-2010 .

-يوسف زحاف وآخرون . حملة إعلامية حول العنف الزوجي للمجتمع الجزائري،"دراسة ميدانية مدينة مستغانم نموذجا ،شهادة الليسانس ، كلية العلوم الإجتماعية ، 2009- 2010 .

المراجع باللغة الفرنسية :

-Alex Mucchielli,jeannine guivarch,Nouvelles méthodes d'étude des communication ,Armand colin ,février.1998.

-Alex Mucchielli ,douze cas et exercices sur la communication ,armand colin .1998.

-Alex Mucchielli et autres, théorie de processus de la communication ,armand colin,janviert.1998.

-Denis Lindon ,le marketing politiques et social ,dallez gestion marketing ,paris.

-Michel le net ,la communication publique.

-المواقع الإلكترونية :

- www.mbc.net الزيارة يوم 2011/02/09 ،الساعة 25 :13.

. الساعة 10:15 ،الزيارة يوم2011/02/12 مقال حسن حيدر، www.the-media-not.com/node not.com/node

<u>الصفحة</u>	<u>العنوان</u>
4	الإطار المنهجي.....
5	تحديد الموضوع.....
6	تحديد المشكلة وطرح الإشكالية.....
7	التساؤلات.....
7	الفرضيات.....
8	أهداف الدراسة.....
8	أهمية الدراسة.....
9	مجتمع البحث وعينته.....
9	أسباب اختيار الموضوع.....
11-10	تحديد المفاهيم
12	نوعية الدراسة.....
13	الدراسة السابقة.....
13	صعوبات الدراسة.....
14-13	المقاربة المستخدمة.....
15	الجانب النظري.....
16	الفصل الأول: ماهية الإرهاب.....
18	تمهيد.....

27-19المبحث الأول: تعريف الإرهاب وخصائصه
40-28المبحث الثاني: أسباب الإرهاب وتقسيماته
45-41المبحث الثالث: أهداف الإرهاب وصور جرائمه
48-46المبحث الرابع: واقع الإرهاب في الوطن العربي
49خلاصة الفصل
50الفصل الثاني: الحملات الإعلامية
51تمهيد
56-52المبحث الأول: تعريفها
61-57المبحث الثاني: العناصر الإتصالية للحملة
72-62المبحث الثالث: مراحل اعدادها
73خلاصة الفصل
74الفصل الثالث: الحملات الإعلامية التوعوية على قناة أم بي سي
75تمهيد
78-76المبحث الأول: بدايات الحملات الإعلامية التوعوية على الفضائيات العربية
80-79المبحث الثاني: تطور بث الحملات الإعلامية على الفضائيات العربية
87-81المبحث الثالث: أهم الحملات التوعوية على قناة الشرق الأوسط
88خلاصة الفصل
89الجانب التطبيقي
92-90توطئة حول النظرية السيميوسياقية
97-93تحليل الحملة الإعلامية التوعوية "الإرهاب ضد الأطفال

98-تحليل الحملة الإعلامية التوعوية "وتعاونوا على البر والتقوى"
109	
110-تحليل الحملة الإعلامية التوعوية "تحقق قبل أن تتصدق"
117	
118-تحليل الحملة الإعلامية التوعوية "عين ترقب خير من عين تدمع"
121	
123-النتائج العامة
125	
الخاتمة
126قائمة المصادر والمراجع
127الفهرس