مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية
Eissn :2602-5264 Issn : 2353-0499
المجلد 11 / العدد: 01 (2023)، ص: 46-54

الأبعاد الدلالية لإشهار "الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده" -دراسة سيميولوجية-

The semantic dimensions of advertising "terrorism, I am a Muslim and I am against it" - a semiological study -

ط.د أمال سعودي[1]، د.علي سردوك[2] ، د.محمد أمين عبادنة[3]

[1] مخبر SOPHILAB جامعة 8 ماي 1945 قالمة (الجزائر)،

saoudi.amal@univ-guelma.dz

[2] جامعة 8 ماي 1945 قالمة (الجزائر)، serdouk.ali@univ-guelma.dz

[3] جامعة 8 ماي 1945 قالمة (الجزائر)، abadna.mohamed_amine@univ-guelma.dz

تاريخ الاستلام: 2022/12/16 تاريخ القبول: 2023/02/01 تاريخ النشر: 2023/03/05

ملخص:

يسعى الإشهار الاجتماعي إلى نشر قيم أخلاقية وسلوكية تساهم في رقي الأفراد والمجتمع كقضايا المحافظة على البيئة والتنمية المستدامة، احترام القوانين من أجل الصالح العام كقوانين المرور، الأمن وحماية المواطن ومنه جاء اهتمامنا بدراسة إشهارات: "الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده" تحليلا سيميولوجيا من أجل الوصول للدلالات الضمنية من خلال العلامات الظاهرة في هذا الإشهار، وتم اختياره لتعدد حلقاته ومعالجته للقضية بتنوع المواضيع مع اقتراحه حلولا ونصائح لكل سبب من أسباب انتشار الإرهاب.

وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: أن إشهارات "الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده" في مختلف رسائلها تحمل معان لقيم ودلالات ضمنية كثيرة وظفتها في عناصرها التعبيرية من خطوط، لغة، ألوان (الأسود، الأحمر، الأبيض،...الخ)، شخصيات (شباب، نساء، رجال،...الخ)، ثياب،...إلخ، تهدف في أساسها إلى نبذ التطرف الديني، انطلاقا من فكرة أن الإسلام يقر بحقيقة الجهاد لكن في المقابل هو دين سلام وأمان وتعاون وانفتاح، وليس دين إرهاب وسفك دماء من غير وجه حق.

كلمات مفتاحية: الإشهار الاجتماعي، الإرهاب، السيميولوجيا.

Abstract:

Social advertising aims to spread ethical and behavioral values that contribute to the advancement of individuals and society, such as issues of preserving the environment and sustainable development, respecting laws for the public good such as traffic laws, security and citizen protection, and from this came our interest in studying advertisements: "Terrorism, I am a Muslim and I am against it" a semiological analysis for to reach the implied connotations through the signs appearing in this advertisement and it was chosen for the multiplicity of his episodes of the issue with a variety of topics, while proposing solutions, advices for each of the reasons for the spread of terrorism.

The study concluded several results: The advertisements of "terrorism, I am a Muslim, I am against it" in its various messages carry meanings of many implicit values and connotations that they employed in their expressive elements such as lines, language, colors (black, red, white,...etc), personalities (youth, women). , men,...etc), clothing,...etc., which basically aims at renouncing religious extremism, From the idea that Islam

acknowledges the reality of jihad, but on the other hand, it is a religion of peace, security, cooperation and openness, not a religion of terrorism and unjust bloodshed.
Keywords: *advertisingsocial, terrorism, Semiology.*

***المؤلف المرسل:** ط.د أمال سعودي

1. مقدمة

في حياتنا اليومية تتسارع أحداث كثيرة، يتم تناقلها عبر الألسن ووسائل الإعلام بمختلف أنواعها مطبوعة، سمعية بصرية وإلكترونية أو يتم تخليدها في الأدبيات ورسائل البحث وغيرها من وسائل التأريخ عبر الأجيال، منها ما يبقى أثرها دائما كأحداث 11 سبتمبر 2001 والذي أصبح العالم بعدها مختلفا تماما لينقسم في صراع بما يعرف بالحرب ضد الإرهاب في ظاهره لينحصر في الحرب ضد الإرهاب المسلم نتيجة لمختلف الأخبار التي تم ترويجها، بعدما تم تسويق صورة نمطية للمسلمين أنهم إرهابيون ومتطرفون من خلال الرسائل المكثفة التي بثتها الأفلام والإشهارات الغربية، حتى وصل بالمسلمين في الكثير من الأحيان إلى إخفاء هويتهم وديانتهم ما استطاعوا خاصة في الدول الأجنبية مخافة التعرض للضغوطات والمضايقات، وساهمت إنتاجات إعلامية وتلفزيونية وحتى سينمائية عربية وإسلامية في نشر ودعم هذه الصورة النمطية من خلال حصص وأفلام ومسلسلات تصور واقعا عربيا مسلما مظلما يظهر فيه الانسان العربي المتدين متزمتا لا يتقبل آراء الآخرين ويفرض نمط معيشة معينة على من حوله ويقتل كل من يخالفه وهي صورة دعمت وجهة نظر الغربيين عن المجتمع الإسلامي.

في هذا الواقع كان ضروريا إنتاج محتوى اتصالي إعلامي لتخفيف وتصحيح هاته الصورة المظلمة عن المسلم برز الإشهار الاجتماعي الذي يهدف ترويج قيم أخلاقية سامية على مختلف وسائل الاتصال سواء التقليدية أو الإلكترونية، فقوة وتأثير الإشهار لم تقتصر فقط في المجال التجاري، ولكن تعدته إلى المجال السياسي والاجتماعي والاقتصادي من خلال إبراز أهمية القضايا والواقع الحقيقي بعيدا عن التزييف والنمطية، وهو ما سعت إليه السلسلة الإشهارية بعنوان **"الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده"** من خلال ترويج نصائح للشباب المسلم وللمجتمع ككل أن التطرف الديني يضر بالمسلمين وأن لادين له وأن طريقه لاعودة منه، وانطلاقا من الطرح السابق كان التساؤل الرئيس والذي تمثل في التالي:

ماهي الدلالات السيميولوجية الظاهرة والمتضمنة في إشهار "الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده"؟ وإلى ماذا تهدف؟

أهداف الدراسة:

من أهم أهداف الدراسة نذكر ما يلي:

- الكشف عن العناصر السردية والأبعاد الدلالية والمرجعية للرسالة في إشهار "الإرهاب أنا مسلم أنا ضده".

-الكشف عن دور النص الفيلمي من جهة وعن دور الصورة، والتعرف على دور اللفظ والصورة في تبليغ المعنى الضمني في الإشهار.

-التعرف على كيفية تكوين السياق المعرفي والدلالي للنص والصورة والصوت ضمن الإشهار.

- إبراز الدور الخاص الذي يلعبه الاشهار في ترسيخ القيم من خلال تحليل بنية المضمون الإشهاري.

منهجية الدراسة:

يمثل المنهج كما عرفه **عبد الرحمن بدوي** بأنه: "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة، تهيمن على سير العقل، وتحدد عمليات حتى يصل إلى نتيجة معلومة". (أحمد، 2003، صفحة 283)

فالمنهج عبارة عن إخضاع الباحث لنشاطه البحثي إلى تنظيم دقيق، في شكل خطوات معلومة يحدد مساره البحثي، من حيث نقطة الانطلاق وخط السير ونقطة الوصول. مما جعل العديد من الباحثين يشبهون المنهج بالطريق الواضح المحدد المراحل.

اعتمدنا المنهج الوصفي وهو "طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية أو سكان معينين" (جابر، 2007، صفحة 211) ، وبما أن دراستنا تهدف الوقوف على الدلالات الضمنية للرسالة الإشهارية استعنا إلى جانب المنهج الوصفي بمنهج التحليل السيمولوجي الذي يهتم أساسا بالكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر الخطاب وإعادة تشكيل نظام الدلالة بأسلوب يتيح فهما أفضل لوظيفة الرسالة داخل النسق الثقافي، وبين الباحث الدنماركي **لويس يامسلاف** " **louis hyemslev** " الغرض من التحليل السيميولوجي قائلا: "هو مجموعة التقنيات والخطوات المستخدمة لوصف وتحليل شيء باعتباره له دلالة في حد ذاته، وبإقامته علاقات مع أطراف أخرى من جهة أخرى". (LAZAR, 1991, p. 183)

عينة الدراسة:

العينة "مجموعة جزئية من الأفراد والمشاهد أو الظواهر التي تشمل مجتمع الدراسة الأصلي" (بوحوش، 2000، صفحة 130) ، حيث أن مجتمع البحث هو جميع

مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث وبالتالي فإن مفردات البحث هي ذلك الجزء الأساسي المكون للمجتمع البحثي أي الأجزاء المكونة لمجتمع البحث وقد تكون أفرادا أو أشياء وفي دراستنا تتمثل في الومضات الإشهارية لإشهار "الإرهاب أنا مسلم أنا ضده"، ونظرا لأن موضوع دراستنا يكتسي الطابع التحليلي غير مرتبط زمنيا بأبعاد ومحاور محددة عمدنا إلى اختيار ومضة من إشهارات "الإرهاب أنا مسلم أنا ضده" وهي عينة قصدية وتعرف بالعينة العمدية أو الغرضية، وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، لإدراكه المسبق لمجتمع البحث وعناصره الهامة، التي تمثله تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة. (أحمد، 2003، الصفحات 197-198)، ويعرفها دوقان عبيدات، عبد الرحمن عدس وعابد عبد الحق: "على أنها عينة يختارها الباحث اختيارا حرا على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها". (القندليجي، 1993، صفحة 92)

وتم اختيار الإشهار الاجتماعي "الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده" الذي تبلغ عدد مفرداته 16 ومضة إشهارية عرضت كلها في فترة زمنية (2010-2016) على التلفزيون، ويمكن الوصول إليها عبر الشبكة العنكبوتية إما في الموقع الرسمي للإشهار أو اليوتيوب أو الصفحة الرسمية على الفيسبوك وتويتر.

الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى: (Tazartez, 2015) أطروحة دكتوراه لـ **Chloé Tazartez** بعنوان:

Après l'attentat : fictions de l'événement terroriste dans les littératures arabe et états-unienne contemporaines"

"بعد الهجوم: روايات الحدث الإرهابي في الأدب العربي والأمريكي المعاصر" في دراسته قام الباحث العمل بمقارنة تحليلية لما أحدثته هجومات 11 سبتمبر 2001 من اختلاف في المعاني والتعاطي مع الموضوع من وجهة نظر العرب والأمريكان، حيث انقسم العالم لمؤيد للحرب على الإرهاب المسلم و معارض لفكرة تسليط العقوبات على أفراد لم يكن لهم ذنب في الهجومات، فقام الباحث بتحليل الأدبيات التي تناولت ظاهرة الإرهاب حتى يصل لأسبابه وأثر هذا المصطلح على القارئ وكذلك متابعة أسباب قيام شخص ما بالقيام بعملية انتحارية وتفجير نفسه وقتل أشخاص لا يعرفهم فقط من أجل الوصول للجنة وكمية الصراع الأدبي الذي يعانيه الروائي لإيصال هاته الصورة في مخيال القارئ.

وهذا يفيدنا في دراستنا من أجل تتبع مفهوم الإرهاب والهجومات الإرهابية وتبعاتها على جميع الأطراف وما هي الأسباب التي تدفع شبابا وأطفالا للتضحية بأنفسهم واتباع منظمة غير معروف أطرافها والتخلي عن حياة مسالمة وناجحة والدخول في صراع غير واضحة معالمه، متخذين الجهاد وسيلة للدفاع عن صورة الإسلام ضد من يروجون عنه فكرة عدوانية مظلمة ليدخل العالم في دوامة مفرغة.

- الدراسة الثانية: لـ إيمان وأحمد علي بعنوان: **المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال حملة التوعية: الإرهاب.. أنا مسلم أنا ضده.. أنموذجا - دراسة تحليلية**، (إيمان و أحمد عبدلي، 2021) دراسة وصفية تحليلية للمعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب، قامت الباحثة من خلال هذه الدراسة

باعتماد منهج تحليل المضمون للتوصل إلى نتائج تبرز قوة الحملات الإعلامية في مواجهة خطر الإرهاب ومظاهره وانتشاره.

- الدراسة الثالثة: لـ رضوان بلخيري بعنوان: **العرب والمسلمون في السينما الأمريكية (بعد 11 سبتمبر 2001) بين التشويه والتنميط -دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الأفلام السينمائية**- (رضوان، 2016) دراسة وصفية تحليلية قام فيها الباحث بتحليل لفيلمي "الخائن" و"المملكة" كعينة قصدية ليتوصل بعد التحليل السيميولوجي للفيلمين إلى نتائج عدة منها اعتبار المسلم خائنا وشخصية يتم بناؤها منذ الصغر على العنف والقتل والانتقام، هاته الدراسة قام فيها الباحث بتحليل الصورة النمطية التي روجت عن الإسلام والمسلمين بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 وهي الصورة التي سعى إشهار محل دراستنا: "الإرهاب أنا مسلم أنا ضده" العمل على إبراز أسباب سقوط أفراد من المجتمع في فخ القائمين على انتشار الإرهاب في المجتمعات المسلمة.
- الدراسة الرابعة: لـ رحاب بعنوان: **دلالات التغطية المصورة لأنشطة التنظيمات الإرهابية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية -دراسة تحليلية سيميولوجية على موقعي صحيفتي الأهرام المصرية والشرق الأوسط السعودية**- (رحاب، 2017)، ركز الباحث على المحتوى الضمني، بإجراء تحليل كمي وتحويل الرموز والمعاني لمضمون الصورة إلى وحدات قابلة للعد والقياس، وتصنيفها إلى فئات وتحديد وحدات للوصول إلى المغزى أو القيمة الحقيقية من الصورة، وعلى المحتوى الرمزي من خلال التحليل السيميولوجي.

2. مفاهيم الدراسة

1.2 الإرهاب

لغة: بمعنى الأخذ بالعسف والتهديد والحكم الإرهابي هو الحكم القائم على أعمال العنف، يلجؤ إليه الإرهابي لإقامة سلطته". (إبراهيم، 1997، صفحة 212)

اصطلاحا: عرفه صلاح الدين عامر بأنه" الاستخدام المنظم للعنف لتحقيق هدف سياسي وبصفة عامة جميع أعمال العنف التي تقوم منظمة سياسية بممارستها على المواطنين وخلق جو من عدم الأمن". (صلاح الدين، 1976، صفحة 486)

2.2 الإشهار الاجتماعي:

متخصص بالقضايا ذات الصلة الاجتماعية والاستفادة من العلاقات والشبكات الاجتماعية لنشر وترويج السلعة أو الخدمة، والوصول للجمهور المستهدف، يتم إنشاء الاشهار الاجتماعي من أجل المصلحة العامة، على سبيل المثال حملة للسلامة على الطرق، "لا للمفرقعات" لإثارة الوعي البيئي، والفكرة هي خلق الوعي وإحداث الفرق، باعتماد تغييرات في نمط الحياة لبناء مستقبل أفضل. (الإعلان الاجتماعي)

التعريف الإجرائي: الإشهار الاجتماعي "الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده" هو مجموعة الومضات التي تابعت أسباب انتشار الإرهاب من خلال إظهار آثاره السلبية على الفرد والمجتمع وتقديم حلول سلمية بعيدا عن العنف وخسارة الأفراد.

3.2 مفهوم السيميولوجيا

لغةً: ذكر العمري أن السيمياء في معاجم اللغة هي: "العلامة، أو الرمز الدال على معنى مقصود لربط تواصلٍ ما. والخيل المسوّمة هي التي عليها السّمة أو العلامة المميزة". (بيير، 2003، صفحة 53)

اصطلاحا: يعرف **بنكراد** السيميولوجيا بأنها: "دراسة العلامات داخل الحياة الاجتماعية، وهي في حقيقتها كشف واكتشاف لعلاقات دلالية غير مرئية من خلال التجلي المباشر للواقع، وتدريب العين على الالتقاط الضمني والمتوازي والمتمعن، لا مجرد الاكتفاء بتسمية المناطق أو التعبير عن مكونات المتن". (سعدية، 2010، صفحة 53)

التعريف الإجرائي: السيميولوجيا وسيلة لاستقصاء أنماط متنوعة من عمليات الاتصال والتبليغ، وأداة تحليل لمختلف الظواهر الاجتماعية والإنسانية، منها الإشهار التلفزيوني من خلال تجزئته وإعادة تركيبة (تعيينيا وتضمينيا) وقراءة ما هو ظاهر من علامات وصولا إلى خبايا الرسالة الإشهارية واستنتاج أبعادها الضمنية، وتختلف الرؤية ونتائج التحليل بتدخل عوامل عدة منها: الثقافة، الحالة الاجتماعية،...إلخ، للمتلقي.

3. العلاقة بين السيميولوجيا والاشهار

يفترض التحليل السيميولجي أن معاني الإشهارات مصممة لتخرج من على الصفحة أو الشاشة حيث يجري عرضها، وتعيد تشكيل خبرتنا بالواقع. وفي هذا السياق، ترى **جوديث وليامسون** Judith Williamson (بينغل، 2011، صفحة 53)في دراستها الكلاسيكية حول سيمياء الإشهارات أن هذه الأخيرة لها وظيفة محددة، وهي بيعنا الأشياء المعروضة، إلا أن لها وظيفة أخرى أيضا وهي تخلق تركيبا جديدا للمعاني، ففي اللحظة التي تحثنا الإشهارات على شراء شيء ما، فهي تدعونا وبرأي **وليامسون** للإنخراط في طريقة ايديلوجية معينة في رؤية أنفسنا والعالم من خلال استخدام العلامات والشيفرات الاجتماعية الشائعة، وفي

اللحظة التي ننخرط فيها في قراءة الإشـــهار وشـــيفراته نشـــترك بدون أن ندري في تركيب المعنى الذي يستخدمه في تمثيله لأنفسنا وللمجتمع ككل.

تحليل إشـهار ما سـيميولوجيا يبدأ بملاحظة العلامات المتعددة الموجودة فيه، والتي يمكن أن تكون لغوية (كلمات) وأيقونية (صور الحسية) وغير حسية (مثل الجداول والبيـانـات). للوهلة الأولى، تبـدو معظم هـذه العلامـات، وكـأنهـا لاتتضـــمن أكثر من الدلالة ببسـاطة إلى الأشـياء أو الناس الذين تمثلهم الصـور، أو إلى مراجع العلامات اللغويـة، لكن لو دققنـا أكثر لاكتشـــفنـا أنـه يندر أن تكتفي العلامـات في الإشـــهـار بمجرد الدلالة إلى الأشياء فحسـب، إذ لها مضامينها الخاصة أيضا، وهي متأتية من ثقافتنا، نميز وندرك بعضـها بوعي منا، بينما يتصـل بعضـها الآخر باللاوعي عندنا، وهي لا تكون واضحة إلا إذا أمعنا النظر فيها.

4. الإطار التطبيقي للدراسة

الإشـهار الاجتماعي "الإرهاب، أنا مسـلم أنا ضـده"، مليئ بالمعاني الضـمنية المرتبطة بالحياة اليومية، وبالرســالة التي يريد بها الإشــهار تغيير هذا الواقع، يهدف حماية الأفراد من التضـليل خاصـة الشـباب منهم الذين يمثلون فريسـة لعناصـر التطرف يسـتغلونهم للقيام بأعمالهم ويصلون إليهم بشتى الوسائل: سواء المساجد، الشارع، وحتى في منازلهم عن طريق وسـائل الإعلام وأهمها الأنترنت،...إلخ، ومن خلال شـعار "الإرهاب، أنا مسـلم أنا ضـده" أنتجت سـلسـلة من 16 ومضـة إشـهارية بالترتيب كالتالي:

لاحياة حيث الارهاب، الزكاة، أنا بريء مما تجرمون، المهرجون، الصـــديق، جحيم عـائلة، عين ترقب خير من عين تدمع، عـدونا من الداخل، صـــفحات من تاريخنا، الصـرخة، إفتح عينيك، شـهادات موثقة، يقظة ضـمير، صـدقة حسـنة.صـدقة

سـيئة، طرق اللاعودة، إعرف عدوك، عرض على عدة قنوات فضـائية منها قناة mbc، Lbc، Retana،...إلخ بين سـنوات 2010-2016، ويمكن الوصـول إليه على الشـبكة العنكبوتية من خلال مواقع التواصـل الإجتماعي فيسـبوك وتويتر وهي الصفحات الرسمية للإشهار محل الدراسة والقناة الرسمية على اليوتيوب. تراوح توقيت الومضات من 30ث إلى 90ثا.

التحليل السيميولوجي الإشهار: "صدقة حسنة. صدقة سيئة"

مدة الإشهار: 47 ثانية.

عدد اللقطات: 53 لقطة.

ملاحظة: ترتيب الأيقونات من اليمين لليسار.

المصدر:http://www.youtube.com/user/saynototerror

حيث تم تصوير اللقطات في عدة أماكن: في حارات وأسواق شعبية، جامعة،...إلخ وصولا إلى مقر الجماعات المتطرفة. رافق شريط الصورة أصوات كثيرة مثل ضحكات وكلام الشخصيات، ومؤثرات صوتية أخرى مثل أصوات السيارات المارة

ومحرك الدراجة النارية والمركبة وأسلحة...إلخ، مع استخدام موسيقى ضمنية والتي كانت في البداية هادئة تدل على مشاعر الإستحسان، لكن تغيرت مع تأزم الأحداث لتبرز مشاعر الخوف والمجهول.

ويمكن تلخيص قصة الومضة: **صدقة حسنة. صدقة سيّئة** في قيام الشخصيات الخيرة بتقديم تبرعات وصدقات عن طيب خاطر لتصل لمن يحتاجها. إلا أن الإرهابيين المضللين يستغلون إحسانهم ويأخذون تلك الصدقات ليستخدموها في تمويل إجرامهم وأعمالهم الإرهابية. لذلك وجب التحقق قبل التصدّق وهي القيمة البارزة في هذه الومضة.

نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- سلسلة إشهار "الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده" تحمل دلالات ضمنية كثيرة خاصة أنها عبارة عن فيلم سينمائي بدون جنيريك، يروي قصة في ديكور معين ومن إنجاز شخصيات وباستخدام مؤثرات تصويرية (ألوان، زوايا تصوير، إضاءة،...)، كلها تشترك في رسالة لها هدف وغاية تصل للمتلقي في شكلها النهائي، ودور السيميولوجيا هو تحليل المضامين للوصول إلى المعنى الحقيقي.
- يسعى إشهار "الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده" في ترسيخ قيم مفيدة وخلق أو تعزيز سلوك مرغوب لأنه يتبنى قضية تهم المجتمع، لذا كان زاخرا بالمعاني، من خلال توظيف عناصر: الديكور، الشخصيات، الألوان، الإضاءة، البنية الخطية،...إلخ، بطريقة تجعل المتلقي يركز على مضمون الرسالة والانتباه للآثار السلبية للتطرف والإرهاب الذي يتخذ الإسلام ذريعة للقيام بأعماله اللاإنسانية.

- تعتبر سلسلة "الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده" من الإشهارات التي ترمز لقيمة الإسلام المعتدل من خلال الحجاب، المظهر العام، الأسرة، التكافل والتعاون،...إلخ، وفي المقابل كان المتطرفون ملثمين بملامح مجهولة وتحمل قسوة، هدفهم تحقيق مصالحهم باسم الدين وتضليل الشباب لاستخدامهم وسيلة في ذلك تحت ذريعة الجهاد في سبيل الإسلام، فأفكارهم وأهدافهم غير واضحة لا تخدم أحدا غيرهم.
- دلت الألوان في إشهارات "الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده" مثل: الأسود، الأحمر،... إلى الظلام والمصير المجهول وكذا انتشار سفك الدماء والضحايا، وتم ربطه بالتطرف الذي يعتبر طريق الإرهاب من خلال تلطيخ كلمة الإرهاب بالدم، استخدمت فيه الألوان التي ترمز إلى الظلام والتطرف والخوف والحيرة....
- تم توظيف الصورة والموسيقى في الإشهار أكثر من الحوار في تبليغ مضمون الإشهار، لأنها تساهم في التعبير وإيصال المعنى المراد.
- عبارة "الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده"، تمثل التوقيع الذي يظهر في المشهد الأخير في كل السلسلة، أدت الوظيفة الترسيخية وفي كل ومضة يعود المعنى على القصة والرسالة التي بثت، فمثلا في ومضة "الصديق" تدل على أن كل مسلم يجب أن يقف ضد الإرهاب الذي يرى العنف والتفجير وسيلة لخدمة الدين الإسلامي.
- اعتماد الغموض في قصص إشهارات "الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده"، فلابد من متابعة الإشهار كاملا لتنكتشف جميع العناصر ويفهم المشاهد موضوع الرسالة ويكتشف معها المشاهد الأساليب الملتوية التي ينتهجها القائمون على تنظيم الجماعات الإرهابية للوصول إلى غاياتهم التي في الأخير تخدم مصالحهم.

4. خاتمة

في الأخير يمكن القول أن سلسلة إشهار "الإرهاب أنا مسلم أنا ضده" تميزت بقوة توظيف المعاني من أجل تحقيق الهدف الاجتماعي الذي وظفت له وهو نشر قيم التسامح، التكافل، ونبذ العنف ونشر فكرة الإسلام دين سلام ووسطية وتسامح بعيد عن العنف وترسيخها في أذهان الجمهور المتلقي من خلال توظيف معان تنبذ التطرف الديني الذي يحمل معه الظلام والقتل والضياع وأهم من ذلك يؤدي بصاحبه إلى مصير مجهول يعود بالضرر عليه وعلى أسرته وعلى المجتمع ككل.

5. قائمة المراجع:

الإعلان الاجتماعي. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 15 جوان, 2022، من ميم للأعمال: https://www.meemapps.com/term/social-advertising

الداخلي محمد رحاب. (2017). دلالات التغطية المصورة لأنشطة التنظيمات الإرهابية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية -دراسة تحليلية سيميولوجية على موقعي صحيفتي الأهرام المصرية والشرق الأوسط السعودية-. *مجلة البحوث الإعلامية*(47)، الصفحات 147-192.

الفضلي سعدية. (2010). ثقافة الصورة ودورها في إثراء التذوق الفني لدى المتلقي. قسم التربية الفنية، المملكة العربية السعودية، دراسة لنيل شهادة الماجيستير في التربية الفنية.

القيلاني إبراهيم. (1997). *قاموس الهدى* (الإصدار ط.1). عين مليلة، الجزائر: دار الهدى.

بلخيري رضوان. (2016). العرب والمسلمون في السينما الأمريكية (بعد 11 سبتمبر 2001) بين التشويه والتنميط -دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من

الأفلام السينمائية-. *مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، 43*(5)، الصفحات 2033-2048.

بن مرسلي أحمد. (2003). *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال* (الإصدار ط.1). الجزائر، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

جوناثان بينغل. (2011). *مدخل إلى سيمياء الإعلام* (الإصدار ط.1). بيروت، لبنان: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

حامد إبراهيم القندليجي. (1993). *البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات* (الإصدار ط.1). بغداد، العراق: دار الشؤون الثقافية العامة.

حسناوي إيمان، و أحمد عبدلي. (2021). المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال حملة التوعية: الإرهاب.. أنا مسلم أنا ضده.. أنموذجا-دراسة تحليلية. *مجلة المعيار، 25*(54)، الصفحات 83-99.

سامية محمد جابر. (2007). *منهجية البحث في علوم الاجتماع* (الإصدار ط.1). القاهرة، مصر: دار المعرفة الجامعية.

سيبر زسني بيير. (2003). *جماليات التصوير في السينما والتلفزيون* (الإصدار ط.2). (فيصل الياسري، المترجمون) القاهرة، مصر: مركز الحضارة العربية.

عامر صلاح الدين. (1976). المقاومة الشعبية المسلحة في القانون الدولي العام. مصر: كلية الحقوق، جامعة القاهرة، رسالة دكتوراه منشورة، دار الفكر العربي.

عمار بوحوش. (2000). *منهج البحث العلمي* (الإصدار ط.1). الحزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

LAZAR, J. (1991). *Sociologie de la communication de masse* (éd. ed.1). Paris, France: acolin.

Tazartez, C. (2015, décembre 17). Après l’attentat : fictions de l’événement terroriste dans les littératures arabe et états-unienne contemporaines. Ecole doctorale arts lettres langues, léttératures comparées, Thèse sous le sceau de l'Université européenne de Bretagne pour obtenir le titre de Docteur de l'Univerité de RENNES2, France.