

المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال حملة التوعية:

الإرهاب.. أنا مسلم أنا ضده.. أنموذجا

- دراسة تحليلية -

Media treatment of the phenomenon of terrorism through an awareness campaign:

Terrorism .. I am a Muslim and I am against it .. as a model

-An analytical study-

حسناوي إيمان¹

طالبة دكتوراه جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

ihasnaoui6@gmail.com

أحمد عبدلي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

s_ahmedabd@yahoo.fr

تاريخ الوصول 2019/11/09 القبول 2020/09/01 النشر على الخط 2021/01/30

Received 09/11/2019 Accepted 01/09/2020.Published online 30/01/2021

ملخص:

تشكل حملات التوعية نوعا من أنواع الحملات الإعلانية الهادفة إلى تسويق القيم، فهي تتقيد بالقيود الأخلاقية المانعة لأي توظيف وابتدال لعروض السلعة، وتزايد اللجوء لهذه الحملات مع تطور وسائل الإعلام ذات الطابع التوعوي، لأنها تلبي حاجات جمهور نوعي تستجيب لخصائصه.

تسعى هذه الدراسة إلى إبراز دور حملات التوعية في معالجة ظاهرة الإرهاب، وقد تم اختيار حملة: الإرهاب أنا مسلم أنا ضده.. لكثرة حلقاتها، كما تحمل في رسائلها الإعلانية مختلف أشكال الإرهاب ومخاطره ودوافعه. كما اهتمت بوضع طرق لمحاربة هذه الظاهرة وتفادي خطرهما.

الكلمات المفتاحية: المعالجة، الإعلام، الإرهاب، الحملات.

Abstract:

Awareness campaigns are a kind of advertising aimed at marketing values, and adheres to the ethical constraints that prevent any exploitation of the product. Awareness campaigns have increased with media development and awareness emergence, it meets the needs and responds of a qualitative audience.

This study leads to show the role of awareness campaigns to process the phenomenon of terrorism. It has been chosen the campaign: the terrorism I am Muslim I am against it. That is carrying advertising messages explains terrorism's dangers, motives and types, as to eliminate this phenomenon and avoiding its dangers.

Keywords : Treatment, media, Terrorism, Campaigns.

¹ - المؤلف المرسل: إيمان حسناوي البريد الإلكتروني: ihasnaoui6@gmail.com

1 - الإطار المنهجي للدراسة:

1 4 مقدمة الدراسة وإشكالياتها:

تعتبر حملات التوعية نشاطا حديثا في مجال الإعلام، حيث تسعى إلى تبليغ رسائل تحمل القيم الإيجابية لتصل للمشاهد. وقد ظهرت هذه الحملات بصورة جديدة ومختلفة عن الحملات التجارية، بعد التساؤل الذي طرحه عالم الاجتماع "ويب" في دورية الرأي العام عام 1952 م عن إمكانية بيع الأخوة، بقوله "هل يمكن أن نبيع الأخوة كما نبيع قطعة صابون؟" فأحدثت هذه الفكرة نقلة نوعية في الإعلان من تسويق السلع إلى تسويق القيم والأفكار الإيجابية.

وسعت حملات التوعية إلى إحداث تغيير في العادات والسلوكيات غير الصحيحة للأفراد والمجتمعات ونشر سلوكيات أخرى سليمة، بالإضافة إلى أنها ركزت على القضايا والمشكلات الاجتماعية. ومن بين القضايا التي تطرقت لها حملات التوعية ظاهرة الإرهاب، التي انتشرت في العالم واهتمت بها كل الدول على حد سواء المتقدمة منها وحتى النامية، ويعود ظهور الإرهاب وانتشاره في كثير من المجتمعات نتيجة لتبني الأفراد أو الجماعات أسلوب العنف من أجل تحقيق أهدافهم وغاياتهم، مرتكزين في ذلك على التعبير عن رأيهم بطريقة سلبية تتضمن العنف الجسدي أكثر.

تم بثّ أولى إعلانات حملة التوعية الإرهاب... أنا مسلم أنا ضده. في القنوات التلفزيونية العربية سنة 2006، وتشكلت الحملة من سلسلة إعلانات عبارة عن حلقات ذات مواضيع فرعية متنوعة كلها في إطار التحذير من خطر الإرهاب كما أن أغلبها جاء مكملا لبعضها البعض، وتعرض هذه الحملات صور العنف وأشكال الإرهاب بشكل منتقى ولغايات مقصودة، بأسلوب جديد وبشكل درامي للتأثير على المشاهدين.

وإن المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب قد أخذت حيزا واسعا في البرامج السياسية والقنوات الإخبارية وحتى الصحف وغيرها من وسائل الإعلام المتاحة، إلا أن وجودها كإعلانات كان بطبعة جديدة استدعت دراستها ومعالجتها. وما تسعى له هذه الدراسة هو معرفة دراسة الإعلام لظاهرة الإرهاب من خلال حملة التوعية "الإرهاب... أنا مسلم أنا ضده." وكان التساؤل الرئيسي: كيف عالجت حملة التوعية "الإرهاب... أنا مسلم أنا ضده." ظاهرة الإرهاب؟

ويتفرع عنه التساؤلات التالية:

- ما هي مظاهر الإرهاب من خلال حملة الإرهاب أنا مسلم أنا ضده؟
- ما هي دوافع العمل الإرهابي من خلال الحملة؟
- ما هي مخاطر الإرهاب من خلال حملة التوعية؟
- ما هي أساليب الاقناع التي تم الاعتماد عليها في الحملة التوعوية لمواجهة الإرهاب؟
- ما هي القوالب الفنية لإعلانات حملة الإرهاب أنا مسلم أنا ضده؟
- ما هي اللغة المستخدمة في حملة التوعية؟

1 2 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في الموضوع في حد ذاته فهو يحاول الوصول إلى معرفة كيف عاجلت الحملة الإعلانية الدينية "الإرهاب أنا مسلم أنا ضده" ظاهرة الإرهاب. فحملات التوعية ظاهرة جديدة في الوسط الإعلامي، لم تقتصر على جانب التجارة وتسويق السلع، بل استخدمت في مجال معالجة قضايا متنوعة وتم التطرق إليها من جانب أحكام الشرع الإسلامي، وبيان حكمها وخطورها ومظاهرها من خلال سلسلة إعلانات توعية ذات طابع ديني تختتم بآيات قرآنية. كما أن ظاهرة الإرهاب موجودة منذ القدم إلى اليوم بين تزايد وتنوع، ويتم محاربتها بمختلف الوسائل والأساليب، فهي تهدد حياة الأفراد والشعوب.

1 3 - أهداف الدراسة: تصبو هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، وهي:

- معرفة مظاهر الإرهاب من خلال حملة الإرهاب أنا مسلم أنا ضده.
- معرفة دوافع العمل الإرهابي من خلال الحملة.
- معرفة مخاطر الإرهاب التي تعرضها الحملة.
- معرفة أساليب الإقناع التي اعتمدها الحملة التوعية لمواجهة الإرهاب.
- معرفة القوالب الفنية لإعلانات حملة الإرهاب أنا مسلم أنا ضده.
- معرفة اللغة المستخدمة في حملة التوعية.

1 4 -الدراسات المشابهة:

الدراسة الأولى: المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة دراسة تحليلية مقارنة بين قناة الجزيرة القطرية وقناة العربية السعودية.¹

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف تحليل وتقييم ظاهرة الإرهاب، وكيفية معالجتها من خلال البرامج الحوارية في قناتي الجزيرة والعربية، وسعت الدراسة إلى تحديد ورصد الأطر الخيرية التي توظفها القناتين في معالجتهما لقضايا الإرهاب البارزة بعد أحداث 11 سبتمبر التي مثلت مرحلة جديدة في تاريخ الإرهاب الدولي. والكشف عن درجة الاتفاق والتباين بين الأطر الخيرية المستخدمة في القناتين محل الدراسة. ونظرا لطبيعة الدراسة تم الاعتماد على المنهج المسح الإعلامي الذي يندرج في إطار البحوث الوصفية مدعما بأداة تحليل المحتوى. وكان اختيار عينة الدراسة قصدياً. وقد تم تقسيم العينة إلى قسمين: عينة القنوات وتم اختيار قناتي الجزيرة والعربية، وعينة البرامج الحوارية وتم اختيار البرامج المقدمة من قبل القناتين خلال الفترة الزمنية الممتدة من 11 سبتمبر 2001م إلى غاية ديسمبر 2007م، ووقع الاختيار على أربعة برامج حوارية رئيسية في كل قناة. كما توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الأساسية، أهمها:

- عدم وجود توافق في موقف القناتين من الإرهاب، فموقف قناة الجزيرة كان مؤيد للإرهاب والإرهابيين ومعادي لسياسة الغرب. فتكون القناة قد تحولت لمنبر دعائي لتمير أهداف الإرهابيين والدعاية لأعمالهم من خلال المساهمة في النشر والتعريف

¹ نصيرة تامي: المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة دراسة تحليلية مقارنة بين قناة الجزيرة القطرية وقناة العربية السعودية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم السياسية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2012.

بأفكارهم وإعطائها الصدى الإعلامي. بينما جاء موقف قناة العربية معارضا للإرهاب والإرهابيين والذي تم حصره في تنظيم القاعدة مؤيدا لسياسة الغرب بعد أحداث 11 سبتمبر.

- تم التوصل إلى عدم جدوى فاعلية البرامج الحوارية بقناتي الجزيرة والعربية في مواجهة الإرهاب والتصدي له. فكل البرامج لا تعطي حلولاً في نهايتها وتبقي النقاش مفتوحاً.
- إنّ الممول لكل من القناتين فرض نفسه وفكره وسياسته على مضامين البرامج الحوارية، ومن ثم على ملف الإرهاب وقضاياها.

الدراسة الثانية: أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري.¹

سعت الدراسة إلى التعرف على أطر ومحددات التغطية الإخبارية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري بعد ثورة 25 يناير، ومدى قدرتها على الإسهام في تكوين رأي عام نحو قضايا الإرهاب.

وتم الاعتماد على المنهج الوصفي من خلال مسح عينة من الأخبار والتقارير الإخبارية، مدعماً بأداة تحليل المحتوى. كما استخدمت الدراسة المنهج المقارن للمقارنة بين أطر التغطية، ثم الوسائل التي تختلف من حيث طبيعتها وملكيته. وتمثل مجتمع الدراسة في الأخبار والتقارير الإخبارية التي بثها التلفزيون المصري بقنواته الحكومية والخاصة إضافة إلى الأخبار على موقع الهيئة العامة للاستعلامات www.sis.gov. وتم اختيار عينة الدراسة عشوائياً من مجموع الأخبار والتقارير التي بلغ عددها 242 خبراً وتقريراً. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الأساسية، أهمها:

- رغم أهمية قضايا الإرهاب فإن هذه القضايا لم تحظ بالتغطية الإخبارية المهنية الضرورية، حيث تنطلق هذه التغطية من أطر محدودة.
- لا يظهر أثر واضح للاختلاف بين الوسائل أو لنمط الملكية في التأثير في إستراتيجية القائم بالاتصال في بناء الرسالة الإعلامية.
- هناك تجاوز للقواعد المهنية للتغطية الإخبارية بين كل الوسائل موضع الدراسة، مما يعكس حالة محدودة من المهنية الإعلامية ومن الصعب تكوين رأي عام نوعي واع في ظل تغطية إخبارية ناقصة، وهذا يفسر حالة من الغموض والإدراك والإرباك المعرفي لدى الجمهور.

*تساعد الدراسات المشابهة الباحث في معرفة توجه بحثه مبدئياً في خطة قابلة للتغير سواء في عناصرها أو نتائجها، وقد استفادت الباحثة من الدراستين المشابهتين في الجانب المنهجي، خاصة في الجزء المتعلق بالمعالجة الإعلامية لموضوع الإرهاب من خلال برامج القنوات، فكل من الدراسات تسعى للمعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب. كما تم الاستفادة من نتائج الدراسة الأولى في توجه الجهة المعنية للبرنامج ضد الإرهاب أو معه، حتى يتم مقارنتها مع نتائج الدراسة، والإجابة على تساؤلات الدراسة.

¹ أشرف جلال: أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري، مركز الجزيرة للدراسات، يناير 2015. الموقع <http://studies.aljazeera.net> تاريخ الزيارة: 20-12-2018م.

1 5 - ضبط المفاهيم:

تضمنت الدراسة مجموعة من المفاهيم، وهي:

1-5-1- تعريف المعالجة:

لغة: مصدر من الفعل عالج، وعالج الشيء معالجة وعلاجاً: زاوله¹.

اصطلاحاً: ممارسة أمر ما والتجريب عليه والانشغال به عن قرب وكثب ومزاولته بالطرق المباشرة بغية الوصول إلى نتائج الممارسة وإظهارها حسب متطلبات التجريب.²

1-5-2- تعريف الإعلام:

• يطلق مفهوم الإعلام على البيانات والحقائق التي تحصل عليها عن طريق الملاحظة والتجربة أو التعليل والتي تتميز عن الأفكار والآراء وتندفق هذه البيانات أو تناسب عن طريق قنوات أو مسالك الاتصال المختلفة.³

• نقل المعلومات أو المعرفة إلى الجماهير عن طريق العمل الاتصالي عبر وسائل الاتصال الجماهيرية من صحافة وإذاعة وتلفزيون من حيث هي أدوات اتصال.⁴

1 5 3 - الإرهاب:

*لغة: لكلمة الإرهاب معانٍ متقاربة في قواميس اللغة العربية، فالإرهاب مصدر مأخوذ من رهب كعلم يرهب رهبا رهبة بالفتح والكسر وأرهبه واسترهبه: أخافه.⁵

والراهب واحد رهبان في الديانة المسيحية. وهو اسم فاعل من رهب: إذا خاف، أي الخوف من الله سبحانه وتعالى. والإرهاب هو الإفزع والإخافة، يقال: أرهبه ورهبه أي أخافه.⁶

*اصطلاحاً: لم يتم الوصول إلى تعريف محدد للإرهاب من قبل العلماء، ويعود ذلك لاختلاف المفاهيم فيما يخص الإرهاب وخصائصه، نذكر منها:

عرفت جمعيات الأمم المتحدة الإرهاب بأنه: تلك الأعمال التي تعرض للخطر أرواحاً بشرية بريئة أو تهدد الحريات الأساسية، أو تنتهك كرامة الإنسان.⁷

وعرفه المجمع الفقهي الإسلامي بأنه: عدوان يمارسه أفراد أو جماعات أو دول بغياً على الإنسان (دينه، ودمه، وعقله، وماله، وعرضه) ويشمل صنوف التخويف والأذى، والتهديد والقتل بغير حق، وما يتصل بصور الحراة وإخافة السبل وقطع الطريق وكل فعل من

¹ - ابن منظور: لسان العرب، المجلد الأول، بيروت، دار صادر، 1968م، ص 327.

² - الطيب البار: المعالجة الإعلامية لظاهرة التنصير في الصحافة الجزائرية المكتوبة دراسة وصفية تحليلية، قسنطينة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري، 2010، ص 11.

³ - أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، 1990، ص 218.

⁴ - محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 416.

⁵ - مجد الدين محمد الفيروز ابادي: القاموس المحيط، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1996، ص 118.

⁶ - ابن منظور: لسان العرب، بيروت، دار بيروت للطباعة، 1955، ص 436.

⁷ - هيثم الكيلاني: الارهاب يؤسس دولة نموذج اسرائيل، مصر، دار الشروق، 1997، ص 17.

أفعال العنف أو التهديد، يقع تنفيذاً لمشروع إجرامي فردي أو جماعي، يهدف إلى إلقاء الرعب بين الناس، أو ترويعهم بإيذائهم، أو تعريض حياتهم أو حريتهم، أو أمنهم أو أحوالهم للخطر، ومن صنوفه إلحاق الضرر بالبيئة، أو بأحد المرافق والأماكن العامة أو الخاصة، أو تعريض أحد الموارد الوطنية، أو الطبيعية للخطر، فكل هذا من صور الفساد في الأرض التي نهي الله سبحانه وتعالى عنها.¹

وتم تعريفه من قبل المفكرين ونجد عبد الناصر حريز عرفه بأنه: استخدام عنف منظم بقصد إيجاد حالة من التهديد الموجه ضد الدولة أو الجماعة؛ لتحقيق أغراض سياسية.²

"رعبٌ تنشره جماعة منظمة (عامة أو خاصة) على نطاقٍ واسع، أو محدود عن طريق استخدام وسائل العنف، أو التهديد بها؛ لتحقيق أهدافٍ غير مشروعة في الإسلام".³

1 5 4 - حملات:

- لغة: من حملة وتعني ما يحمل دفعة واحدة.⁴
- اصطلاحاً: هي الجهود المكثفة والمستمرة لفترة من الوقت للنشر المستمر وبكافة أساليب والوسائل لطرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين.⁵

والحملة الإعلانية: عملية لغزو السوق ببرامج إعلامية موجهة وفقاً لخطة مسبقة، موضوعها خدمة أو فكرة، توجه إلى فئة أو عدة فئات من الجمهور بقصد تمكين الأشياء المعلن عنها من أخذ مكانها في السوق، وذلك بدراسة الوسائل الإعلانية المتاحة.⁶ وتعني أيضاً: "سلسلة من الإعلانات تتمتع بخاصية التشابه والتطابق من حيث الرسالة التي تحملها وترافقها، والتي تبث أو تنشر في وسيلة من وسائل الإعلان على مدى زمني محدد."⁷

- التعريف الإجرائي المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال حملات التوعية: هي المتابعة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال سلسلة من إعلانات تعرض الوقائع والأحداث للكشف عن أبعاد الظاهرة ومخاطرها وأشكالها وكيف يتم مواجهتها.

1 6 - المنهج المستخدم في الدراسة: تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، التي تستهدف "تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف يغلب عليه صفة التحرير، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف، أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث والأوضاع."⁸

¹ - رابطة العالم الإسلامي المجمع الفقهي الإسلامي: قرارات المجمع الفقهي الإسلامي، مكة المكرمة، دط، ص 357.

² - عبد الناصر حريز: الإرهاب السياسي. القاهرة، مكتبة مدبولي، 1992م، ص 34-36

³ - مطيع الله الحري: حقيقة الإرهاب المفاهيم والجذور، المؤتمر العالمي عن موقف الإسلام من الإرهاب، 2004م، ص 13.

⁴ - لويس معلوف: المنجد في اللغة. بيروت، المطبعة الكاثوليكية، دت، ص 156.

⁵ - طة أحمد الزبيدي: معجم مصطلحات الدعوة والاعلام الإسلامي، العراق، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010، ص 110.

⁶ - المرجع نفسه، ص 110.

⁷ - بشير عباس العلق: الترويج والاعلان التجاري، الاردن، دار الباروزي للنشر، 2007، ص 215.

⁸ - سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الاعلام، القاهرة، عالم الكتاب، 2007، ص 11.

ويعرفها محمد عبد الحميد بأنها: " الدراسات التي تهتم بدراسة الظاهرة الإعلامية في وضعها الراهن ولا تقف عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز إلى وصف العلاقات السببية لغرض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها".¹

وهذه الدراسة تسعى إلى وصف وتحديد مظاهر الإرهاب وأشكاله من خلال حملة التوعية "الإرهاب أنا مسلم أنا ضده" وبما أن نوع الدراسة وطبيعة المشكلة المطروحة تحدد المنهج المتبع، فقد اعتمدت على منهج المسح الوصفي، الذي يعتبر من أنسب المناهج ملائمة لهذه الدراسة حيث أنه يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة الكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها.²

مجتمع وعينة الدراسة: يشكل مجتمع الدراسة مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائجه، ويتمثل في جميع حملات التوعية التي تم عرضها في القنوات التلفزيونية وتهتم بمواضيع الإرهاب. ولصعوبة الوصول إلى المجتمع المستهدف كـله لضخامته واتساعه من جهة وصعوبة تحليله بالدقة والسرعة المطلوبة. تم الاعتماد على عينة قصدية حيث تمثل العينة صورة مصغرة عن مجتمع الدراسة. فهي "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي يتعامل معها منهجياً"³

وتم اختيار الحملة الإعلانية الإرهاب أنا مسلم أنا ضده، وأخذت جميع حلقات الحملة من موقعها على اليوتيوب <https://www.youtube.com/user/saynototerror>

1 7 - تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات:

تعدد الأدوات التي عادة ما يتم استخدامها ضمن الدراسات الوصفية في عملية جمع البيانات، وقد اعتمدت هذه الدراسة على أداة " تحليل المحتوى" أو كما تعرف أيضا بـ " تحليل المضمون".

ويعرف تحليل المحتوى بأنه أسلوب منظم لتحليل مضمون الرسالة معينة إنه أداة لملاحظة وتحليل السلوك الظاهر للاتصال بين مجموعة منتقاة من الأفراد القائمين بالاتصال".⁴ في حين يرى "برلسون" أن " تحليل المضمون" هو: "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا وكمياً"⁵. وتقدر الإشارة إلى أن نجاح تحليل المحتوى يعتمد على عدة عوامل من أهمها:

أولاً- تحديد فئات التحليل: ويقصد بفئات التحليل: العناصر الرئيسية أو الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها (كلمة أو موضوع أو قيمة....) والتي يمكن وضع كل صفة من صفات المحتوى فيها و تصنف على أساسها.⁶ ويمكن تقسيم فئات تحليل المحتوى إلى نوعين: فئات المضمون (ماذا قيل؟)، فئات الشكل (ماذا قيل؟).

1 - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، دار عالم الكتاب، 2000، ص 153.

2 - محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة. القاهرة: عالم الكتاب، 1992م، ص 93.

3 - المرجع نفسه، ص 131-133.

4 - رشدي طعيمة. تحليل المحتوى في العلوم الانسانية. القاهرة: دارا لفكر العربي، د ت، ص ص 21-22

5 - عدلي العبد عاطف و احمد زكي رامي: الأسلوب الاحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والاعلام، القاهرة، دار الفكر، 1993م، ص 208.

6 -رشدي طعيمة، مرجع نفسه، ص 62.

وحسب الدراسات العلمية فإن كل بحث يتطلب الفئات والوحدات الخاصة به، ومن خلال دراستنا هذه فقد تم تحديد فئات التحليل حسب تساؤلات الدراسة. لذا سنحلل على أساس الفئات التالية:

I. فئات المضمون (ماذا قيل؟).

ويدور هذا النوع من الفئات حول مضمون مادة الاتصال أو المعاني التي تنقلها ويسمّيها "بيرلسون" فئات محتوى الاتصال.¹ ومن خلال موضوع دراستنا قمنا باختيار الفئات التالية:

- أ - فئة مظاهر الإرهاب: وتتمثل مظاهره من خلال حملة التوعية الدينية في:
- تفجيرات باستعمال القنابل، قتل الأفراد، أخذ الأموال، الاختطاف واخذ الرهائن. خطف الحافلات، تفجير المجمعات السكنية.
- ب - فئة الدوافع: والمقصود بها دوافع التي أدت إلى ظهور الإرهاب من خلال الحملة محل الدراسة، وتمثلت الأهداف في:
- التعصب للجماعة والطائفة، الفراغ الفكري والفهم الخاطئ للدين، الشعور بالظلم بسبب انعدام العدل، عجز الشعوب عن تحقيق استقلالها وحققها في تقرير المصير، الأوضاع الدولية غير العادلة، الفقر والجوع.
- ت - فئة مخاطر الإرهاب:

نشر الخوف والرعب في قلوب الأمنين، العصيان والتمرد على ولي الأمر، انتشار الفوضى في البلاد، التفرقة الطائفية، الفضاضة والغلظة، إزهاق الأرواح دون ذنب، هدر الأموال وإتلاف الممتلكات.

- ث- فئة أساليب الإقناع: وهي الأساليب الإقناعية المعتمد عليها في الرسالة الإعلانية في حملة التوعية لمواجهة الإرهاب، وتشمل:
- شهادات حية، عرض صور من الواقع، تعميق الازع الديني السليم وتعزيزها في النفس، الحرص على توطيد مفاهيم الوسطية والاعتدال، تنشئة الأجيال تنشئة سليمة، الحصول على الفتاوى من أهل الاختصاص.
- ج- فئة الجمهور المستهدف: وهي الفئة التي تستهدفها حملات التوعية في حلقاتها المتنوعة، وتمثل في: أطفال، شباب، نساء، شيوخ، كلهم.
- د- فئة طبيعة الأفراد الفاعلة: والمقصود بها الأفراد الذين أخذوا دور الإرهابيين في الحملة وتمثل في: شباب، كهول، أطفال، شيوخ، نساء.

II. فئة الشكل (كيف قيل؟): وهي الفئات التي تجيب على السؤال " كيف قيل؟" وتهتم بالقوالب والأنماط التي

قدمت من خلالها المادة الإعلامية، وتتضمن:

- أ - فئة اللغة: وتعني مستوى اللغة التي قدم بها الإعلانات في الحملة: العربية الفصحى، اللغة الأجنبية.
- ب - فئة القوالب المستخدمة: هي القوالب التي تتخذها الإعلانات من الحملة محل الدراسة لتقديم محتواها. وكانت كالاتي
- قالب الغناء، قالب حديث مباشر، قالب الحوار، قالب الدرامي،
- ثانيا- تحديد وحدات التحليل: ويقصد بها الكيفية التي يلجأ إليها الباحث لتحويل الخصائص الوصفية إلى خصائص كمية ورقمية يمكن قياسها ومقارنتها بغيرها.¹ وهي نفسها وحدة العد والقياس وتم الاعتماد على وحدة الفكرة وتعتبر هذه الوحدة من

¹ - المرجع نفسه، ص 63.

أكثر وحدات تحليل المحتوى استخداما في مادة الاتصال والموضوع في صورته المختصرة عبارة عن جملة بسيطة أو فكرة تدور حول مسألة معينة.²

2 - نتائج الدراسة التحليلية.

2 1 تحليل فئات المضمون (ماذا قيل؟)

1 - فئة مظاهر الإرهاب:

جدول رقم 1 يبين مظاهر الإرهاب التي عرضتها حملة التوعية.

عينة الدراسة		مظاهر الإرهاب
النسبة المئوية	التكرار	
23,3%	07	تفجيرات باستعمال القنابل
30,0%	09	قتل الأفراد
10,0%	03	أخذ الأموال
20,0%	06	الاختطاف واخذ الرهائن
16,7%	05	الهجمات المسلحة على الأحياء السكنية والتجمعات
100,0%	30	المجموع

يبين الجدول مظاهر الإرهاب التي عرضتها حملة التوعية الدينية الإرهاب أنا مسلم... أنا ضده، وقد تعددت مظاهر الإرهاب وأشكاله التي ينتهجها من يرتكب مختلف الأعمال الإرهابية في تنفيذ عملياتهم من الاعتداء على الأشخاص أو الاعتداء على الأموال والاستيلاء عليها، وإلقاء القنابل والمتفجرات والهجمات المسلحة على الأحياء السكنية والتجمعات، وسفك للدماء واختطاف الرهائن... وأشارت نتائج التحليل إلى أكثر مظهر تكرر هو قتل الأفراد بنسبة 30%، يليها تفجيرات الإرهابيين بنسبة 23.3%، ما لاشك فيه أن أسلوب زرع المتفجرات وإلقاء القنابل للإرهابيين يحقق درجة من الأمان حيث يتمكن الإرهابيون من النجاة بأنفسهم والهروب من مسرح العمليات ومكان تفجيرات أسلحتهم³. يليها اختطاف الرهائن بنسبة 20%، يليها الهجمات المسلحة بنسبة 16.6%، ويليهما في الأخير أخذ الأموال بنسبة 10%.

¹ - رشدي طعيمة، مرجع نفسه، ص 102.

² - عدلي العبد عاطف و احمد زكي رامي: المرجع السابق، ص 208.

³ - محمد الحسيني مصيلحي. الإرهاب: مظاهره وأشكاله. المؤتمر العالمي عن موقف الاسلام من الارهاب، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، السعودية، 2004م،

2 - فئة الدوافع:

جدول 2 يبين دوافع التي أدت إلى ظهور الإرهاب من خلال الحملة

عينة الدراسة		دوافع الإرهاب
النسبة	التكرار	
12,9%	04	التعصب للجماعة والطائفة
38,7%	12	الفراغ الفكري والفهم الخاطئ للدين
16,1%	05	الشعور بالظلم بسبب انعدام العدل
3,2%	01	عجز الشعوب عن تحقيق استقلالها وحققها في تقرير المصير
6,5%	02	الأوضاع الدولية غير العادلة
12,9%	04	الفقر والجوع
9,7%	03	استعمال السليبي لوسائل الإعلام
100,0%	31	المجموع

يبين الجدول الدوافع التي أدت إلى ممارسة العمل الإرهابي في عينة الدراسة، وقد أشارت النتائج إلى مجموعة من الدوافع المتنوعة، وكان الفهم الخاطئ للدين والفراغ الفكري بأعلى نسبة وقد قدرت بـ 38.7%، ويجعل هذا إلى اتخاذهم لقضية معينة مرجعية وأرضية للدفاع عنها. يليها الشعور بالظلم بسبب انعدام العدل بنسبة 16.1%، ويعود ذلك إلى شعور الآخرين بالإهانة والظلم، وكما قال ابن خلدون فالظلم مؤذن بالخراب. يليها التعصب للجماعة والطائفة وكذلك الفقر والجوع بنسب متساوية لكل دافع وقد قدرت بـ 12.9%، ومن أجل الخروج من حالة الفقر يسعى الإرهابي إلى إحداث تغيير بشتى الطرق. ويليهما الأوضاع الدولية غير العادلة بنسبة 6.5%، وأخيراً عجز الشعوب عن تحقيق استقلالها وحققها في تقرير المصير بنسبة 3.2%، وكانت الأخيرة تعرض ما يحدث في العراق.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن للإرهاب دوافع عدة فهو نتيجة لمجموعة من الدوافع، الدينية والسياسية والاجتماعية.. ومحاولة حصر الإرهاب في نطاق واحد مغالطة، قد يراد بها تحقيق غايات فكرية وحتى سياسية.¹

¹ - نصر الدين نواري: الارهاب حسب الصحافة العربية المطبوعة بلندن دراسة سوسيو تحليلية لتفجير مانشستر اربنا. مجلة العلوم الاجتماعية ، العدد 2، ديسمبر 2017م،

3 - فئة مخاطر الإرهاب

جدول 3 يبين مخاطر الإرهاب التي عرضتها حملة التوعية

عينة الدراسة		مخاطر الإرهاب
النسبة	التكرار	
15,6%	07	نشر الخوف والرعب في قلوب الآمنين
8,9%	04	انتشار الفوضى في البلاد
11,1%	05	تضليل الناس عن الحق
22,2%	10	الفضاضة والغلظة
24,4%	11	إزهاق الأرواح دون ذنب
17,8%	08	هدر الأموال وإتلاف الممتلكات
100,0%	45	المجموع

يبين الجدول مخاطر الإرهاب التي عرضتها حملة التوعية "الإرهاب أنا مسلم أنا ضده..." وأشارت النتائج إلى أن أكبر خطر من الإرهاب هو إزهاق الأرواح وقتل الناس وكان ذلك بنسبة 24.4%، ويرجع هذا للهجمات الإرهابية ضد الأبرياء وعمليات اختطاف الأفراد وأخذهم رهائن على وجه الخصوص، وتؤدي هذه الأفعال إلى موت الأشخاص، وهذا ما تؤكدته نتائج الجدول الأول.¹

يليهما الفضاضة والغلظة الناتجة عن سوء المعاملة وسوء الفهم للإرهابيين وكانت بنسبة 22.4%، يليها هدر الأموال وإتلاف الممتلكات بنسبة 17.8% وهذا ناتج عن العمليات التفجيرية التي يقوم بها الإرهابيين لغاياتهم المحددة، يليها نشر الخوف والرعب في قلوب الناس بنسبة 15.6%، وهذا بسبب الأخطار السابقة، فهذه الظاهرة الخطيرة على حياة الأشخاص الذين يتم اختطافهم أو قتلهم وسوء معاملتهم تؤدي إلى نشر الرعب والهلع بين الناس. يليها تضليل الناس عن الحق بنسبة 11.1%، وإن الجماعات الإرهابية تحاول نشر أفكارها المتطرفة والمغلوطة وبث السموم في عقول الطلاب والشباب والرجال وغيرهم من الفئات والأجناس البشرية، في محاولة منهم لتضليلهم، وكثيرة هي معتقداتهم المغلوطة للإرهابي لا يردعه الموت ظنا منه أن الموت شهادة والحياة هي إقامة دولة شرعية انطلاقا من منظور "إما النصر أو الشهادة". يليها نشر الفوضى في البلاد بنسبة 9.9%، بسبب الهجمات المتكررة للإرهاب.

¹ - انظر جدول رقم 1، ص 10.

4 - فئة أساليب الإقناع:

جدول 4 يبين الأساليب الإقناعية المعتمد عليها في الرسالة الإعلانية لحملة التوعية لمواجهة الإرهاب

عينة الدراسة		أساليب الإقناع لمواجهة الإرهاب
النسبة	التكرار	
8,9%	04	شهادات حية
17,8%	08	عرض صور من الواقع
15,6%	07	تعميق الوازع الديني السليم وتعزيزها في النفس والفهم الصحيح للدين
20,0%	09	الحرص على توطيد مفاهيم الوسطية والاعتدال
15,6%	07	تنشئة الأجيال تنشئة سليمة
22,2%	10	استعمال الآيات القرآنية والأحاديث النبوية
100,0%	45	المجموع

يبين الجدول أعلاه الأساليب الإقناعية المعتمد عليها في تقديم الحملة لمواجهة الإرهاب، وقد بينت النتائج أن الأسلوب المعتمد هو توظيف الآيات القرآنية والأحاديث النبوية بأعلى نسبة وقد قدرت بـ 22.2%، ويرجع هذا إلى طبيعة الحملة فهي حملة توعية دينية. يليها الحرص على توطيد مفاهيم الوسطية والاعتدال كانت بنسبة 20%، يليها عرض صور من الواقع بنسبة 17.8% وهذه الصور تعرض الواقع البشع الذي خلفه الإرهاب من دمار وقتل وعنف من خلال الهجمات المسلحة أو التفجيرات وخطف الرهائن وقتل الأفراد، يليها تعميق الوازع الديني السليم وتعزيزها في النفس والفهم الصحيح للدين و تنشئة الأجيال تنشئة سليمة وبنسب متساوية وقدرت النسبة 15.6%، وهذا من اجل تصحيح المفاهيم المغلوطة لدى الإرهابيين. يليها عرض شهادات حقيقية من أشخاص عرفوا الإرهاب والمنظمات الإرهابية عن قرب بنسبة 8.9% .

وحلقات الحملة قد نجحت بالجمع بين الأسلوبين العقلي والعاطفي لدى المبحوثين، وهذا من اجل تكوين اتجاهات رافضة للإرهاب.¹

¹ - هويدا مصطفى: دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الارهاب، تونس، اتحاد اذاعات الؤل العربية، 2008م، ص 81.

5 - فئة الجمهور المستهدف:

جدول رقم 5 يبين الفئة التي تستهدفها الهجمات الإرهابية من خلال حملة التوعية.

عينة الدراسة		فئة الجمهور المستهدف في الحملة
النسبة المئوية	التكرار	
27,6%	08	أطفال
41,4%	12	شباب
20,7%	06	نساء
10,3%	03	شيوخ
100,0%	29	المجموع

يبين الجدول الفئات التي يستهدفها الإرهاب من خلال إعلانات الحملة عينة الدراسة، وأظهرت النتائج أن العمليات الإرهابية تستهدف كل الفئات، إلا أن الفئة الأكثر استهدافا هي فئة الشباب بنسبة 41.4%، يليها فئة الأطفال بنسبة 27.6%. يليها فئة النساء بنسبة 20.7%، يليها في الأخير فئة الشيوخ بنسبة 10.3%.

الواضح من نتائج الجدول أن العنصر الذكوري أكثر استهدافا من قبل حملات التوعية، وهذا من اجل توعيتهم، لان الأكثر توجهها للإرهاب هم من فئة الذكور. لذا نجد أن الحملات أظهرت مخاطر الإرهاب ودوافعه حتى يتم تجنب هذا الفعل الإجرامي المغطى باسم المطالبة بالحقوق ونصرة الدين وغيرها من شعارات التظليل.

2 2 تحليل فئات الشكل كيف قيل

1 - فئة المستوى اللغوي المستخدم في الحملة:

جدول رقم 6 يبين توزيع عينة الدراسة حسب النوع اللغوي المستخدم في الحملة.

عينة الدراسة		فئة طبيعة الأفراد الفاعلة في الحملة
النسبة المئوية	التكرار	
16,7%	03	العربية الفصحى
22,2%	04	اللهجة الدارجة
61,1%	11	أخرى
100,0%	18	المجموع

يظهر الجدول أعلاه اللغة المستخدمة في حلقات الحملة وقد كانت اللهجة العامية في الترتيب الأول بنسبة 22.2%، وكانت اللهجة خليجية وهذا يتوافق مع الدولة المروجة للحملة، وبعدها اللغة العربية الفصحى بنسبة 16.7%. واستخدام اللغة العربية الفصحى واللهجة الخليجية من قبل منتجي الحملة لأن الرسائل الإعلانية موجهة للشعب العربي. كما نجد ما نسبته 61.1% وهي حلقات الحملة التي لم يوظف فيها الحديث فقد تم الاعتماد على عرض المشاهد والصور فقط.

2 - فئة طبيعة الأفراد الفاعلة.

جدول رقم 7 يبين طبيعة الأفراد الذين أخذوا دور الإرهابيين في الحملة.

عينة الدراسة		فئة طبيعة الأفراد الفاعلة في الحملة
النسبة المئوية	التكرار	
80%	16	رجال
15%	03	شيوخ
05%	01	أطفال
100%	20	المجموع

يظهر الجدول أعلاه طبيعة الأشخاص الفاعلين في إعلانات الحملة عينة الدراسة، فنجد أن الرجال هم الفئة التي أخذت دور الإرهابيين بصفة سائدة وجاءت بنسبة 80%، ويرجع ذلك إلى طبيعة الموضوع فالرجال هم الفئة المناسبة للتجنيد وحمل السلاح وتحمل صعوبة الحياة. يليها فئة الشيوخ بنسبة 15% وقد كان الشيوخ بصفة تقدم مواعظ وخطب لتشجيع على الفعل الإرهابي تحت مسمى الجهاد، يليها الأطفال بنسبة ضعيفة جدا تمثلت في 5%، ويرجع ذلك إلى طبيعة الفئة، فالأطفال ليس لهم القدرة على تحمل ظروف الحياة التي يعيشها الإرهابي، وكذلك صغر السن يؤثر في اتخاذ القرارات لان الوارد أن الأطفال موجهين من قبل ذويهم، وتحت رقابة الوالدين.

3 - فئة القوالب المستخدمة.

جدول رقم 8 يبين توزيع عينة الدراسة حسب القوالب الفنية التي تستخدمها حملة التوعية لتقديم محتواها.

عينة الدراسة		قالب عرض إعلانات الحملة
النسبة المئوية	التكرار	
22,2%	04	القالب الموسيقي
16,7%	03	إعلان الشهادة
44,4%	08	القالب الدرامي
11,1%	02	إعلان التسجيل الوثائقي
5,6%	01	إعلان الرول
100%	18	المجموع

بينت نتائج الجدول قوالب عرض الإعلانات للحملة: القالب الدرامي كان بأعلى نسبة وهي 44.44%، وجاء بعدها قالب الموسيقى بنسبة 22.2%، وبعدها قالب إعلان الشهادة بنسبة 16.7%، وإعلان التسجيل الوثائقي بنسبة 11.1%، وأخيرا إعلان الرول بنسبة 5.6%.

إن استخدام القالب الدرامي في إعلان التوعية وتقوم الشخصيات الموجودة بالحملة بأداء ادوار معينة لتحقيق هدف الحملة، ويستخدم هذا القالب من اجل إثارة الاهتمام وإحداث الأثر المطلوب للعقل والعاطفة معا.¹ كما أن استخدام القالب الموسيقي كان من اجل إقناع المشاهدين بمضمون الرسالة الإعلانية في الحملة، لأن الموسيقى تقوم بتهيئة ذهن المشاهد لمتابعة الإعلان وزيادة الانفعال به كما أنها تساعد على تأكيد الفعل مثل حالة الحزن أو الفرح فهي تعطي عمقا للصورة.² وهذا لا يعني انه تم إغفال القوالب الأخرى فنجد أن القائم على سلسلة الإعلانات في الحملة نوع بين القوالب ولكل إعلان القالب المناسب له وحسب موضوع الإعلان.

3 - نتائج الدراسة:

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى:

- تعددت مظاهر الإرهاب وأشكاله التي ينتهجها من يرتكب مختلف الأعمال الإرهابية في تنفيذ عملياتهم من الاعتداء على الأشخاص أو الاعتداء على الأموال والاستيلاء عليها، وإلقاء القنابل والمتفجرات والهجمات المسلحة على الأحياء السكنية والتجمعات، وسفك الدماء واختطاف الرهائن... إلا أن الإحاطة بجميع أشكال الإرهاب أمر يصعب قليلا وهذا يعود إلى حلقات الحملة المحدودة.
- لم يتكون الإرهاب كفكرة جزافا بل كانت له دوافع وأسباب مختلفة، دينية وسياسية واجتماعية وحتى اقتصادية... ومحاوله حصر الإرهاب في نطاق واحد مغالطة. ومن بين الدوافع التي أشارت لها الحملة في حلقاتها المتعدد الفهم الخاطئ للدين والفراغ الفكري والشعور بالظلم بسبب انعدام العدل و التعصب للجماعة والطائفة وكذلك الفقر والجوع والأوضاع الدولية غير العادلة وعجز الشعوب عن تحقيق استقلالها وحقها في تقرير المصير .
- تزداد مخاطر الإرهاب، باتساع انتشاره، وبكثرة مظاهره، فيتسع بذلك صوره من إزهاق الأرواح وقتل الناس والفضاضة والغلظة و هدر الأموال وإتلاف الممتلكات ونشر الخوف والرعب في قلوب الآمنين وتضليل الناس عن الحق و نشر الفوضى ..
- لا يمكن مواجهة الإرهاب وأفكاره إلا من خلال أساليب متعددة وهذا ما نلمسه في حلقات الحملة الدينية فقد جمعت بين الأسلوب العقلي والعاطفي من اجل ذلك، وقد وظفت الآيات القرآنية والأحاديث النبوية التي تردع الفكر الإرهابي وتنبذه بالإضافة إلى الحرص على توطيد مفاهيم الوسطية والاعتدال وسط أفراد المجتمع، وعرض صور من الواقع التي تعرض الواقع البشع الذي خلفه الإرهاب من دمار وقتل وعنف من خلال الهجمات المسلحة أو التفجيرات وخطف الرهائن وقتل الأفراد، وتعميق الوازع الديني السليم وتعزيزها في النفس والفهم الصحيح للدين وتنشئة الأجيال تنشئة سليمة من اجل تصحيح المفاهيم المغلوطة لدى الإرهابيين. وعرض شهادات حقيقية من أشخاص عرفوا الإرهاب والمنظمات الإرهابية عن قرب.
- كما يستهدف الإرهاب في هجماته من خلال إعلانات الحملة عينة الدراسة كل الفئات الرجال والأطفال والنساء و الشيوخ المجتمع دون تمييز.

¹ - محمد عبد الفتاح الصيرفي: الاعلان انواعه مبادؤه طرق اعداداه، الاردن، دار المنهاج للنشر والتوزيع، 2013م، ص ص 221-222.

² - رانيا محمود صادق: الاعلان التلفزيوني التصميم والانتاج، الاردن، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2012، ص ص 300-301.

- لا تعتمد إعلانات الحملة في معظمها على اللغة فقد اكتفت بعرض صور تصف حالات الإرهاب من باب الصورة ابلغ ولكن هذا لا ينفي وجود بعض الحلقات التي تحوي اللغة.
- استخدمت إعلانات الحملة الشخصيات العادية في حلقاتها حتى تكون أكثر واقعية في مضمونها .
- تنوعت القوالب الفنية في إخراج الإعلانات، وقد تم استخدام القلب الدرامي، والقلب الموسيقي من اجل التأثير في المتابعين.

4 - خاتمة:

لقد ظهرت حملات التوعية منذ القرن التاسع عشر عبر وسائل الإعلام، فهي تسعى إلى إحداث تغيير في العادات والسلوكيات للأفراد والمجتمعات، وقد ركزت على القضايا والمشكلات الاجتماعية. وكانت شعاراتها في الأغلب تحمل آيات قرآنية وأحاديث نبوية، تسعى من خلالها لتذكير الناس بالقيم الإسلامية والأحكام الشرعية.

ومن بين القضايا التي تطرقت لها حملات التوعية ظاهرة الإرهاب، التي انتشرت في العالم، وعينت الدراسة بحملة الإرهاب أنا مسلم أنا ضده، ومن خلالها نستخلص أن أشكال الإرهاب كثيرة ومتنوعة. والإرهاب لم يكن جزافاً بل كان نتيجة الفهم الخاطئ للدين والفراغ الفكري الموجود بين الناس. ومواجهة هذه الظاهرة وأخطارها يكون من خلال أساليب متعددة وهذا ما أشارت له إعلانات الحملة التوعوية.

5- قائمة المراجع

1. ابن منظور: لسان العرب، بيروت، دار بيروت للطباعة، 1955.
2. ابن منظور: لسان العرب، المجلد مجلد ، بيروت، دار صادر، 1968.
3. أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، 1990.
4. البار الطيب: المعالجة الإعلامية لظاهرة التنصير في الصحافة الجزائرية المكتوبة دراسة وصفية تحليلية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010.
5. بشير عباس العلق: الترويج والاعلان التجاري، الاردن، دار اليازوري للنشر، 2007.
6. رانيا محمود صادق: الاعلان التلفزيوني التصميم والانتاج، الاردن، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2012.
7. رشدي طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، القاهرة، دارا لفكر العربي، دت.
8. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الاعلام، القاهرة، عالم الكتاب، 2007.
9. طة أحمد الزبيدي: معجم مصطلحات الدعوة والاعلام الاسلامي، العراق، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010.
10. عبد الناصر حريز: الإرهاب السياسي، القاهرة، مكتبة مدبولي، 1992.
11. عدلي العبد، عاطف و احمد زكي رامي: الأسلوب الاحصائي واستخداماته في بحوث الراي العام والاعلام، القاهرة، دار الفكر، 1993.

12. رابطة العالم الاسلامي المجمع الفقهي الاسلامي: قرارات المجمع الفقهي الإسلامي. مكة المكرمة، رابطة العالم الاسلامي المجمع الفقهي الاسلامي للنشر والتوزيع، د ت.
13. لويس معلوف: المنجد في اللغة، بيروت، المطبعة الكاثوليكية، دت.
14. مجد الدين محمد الفيروز ابادي: القاموس المحيط، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1996.
15. محمد الحسيني مصيلحي: الإرهاب مظاهره وأشكاله، المؤتمر العالمي عن موقف الاسلام من الارهاب، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، السعودية، دت .
16. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، القاهرة، دار عالم الكتاب، 2000.
17. محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، القاهرة، عالم الكتاب، 1992.
18. محمد عبد الفتاح الصيرفي: الاعلان انواعه مبادئه طرق اعداده، الاردن، دار المنهاج للنشر والتوزيع، 2013.
19. محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
20. مطيع الله الحربي: حقيقة الارهاب المفاهيم والجذور، المؤتمر العالمي عن موقف الاسلام من الارهاب، 2004.
21. نصر الدين نواري: الارهاب حسب الصحافة العربية المطبوعة بلندن دراسة سوسيو تحليلية لتفجير مانسستر اربنا، مجلة العلوم الاجتماعية ، العدد 2، ديسمبر 2017.
22. هويدا مصطفى: دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الارهاب، تونس، اتحاد اذاعات الول العربية، 2008.
23. هيثم الكيلاني: الارهاب يؤسس دولة نموذج اسرائيل، مصر، دار الشروق، 1997.