University of Benghazi
Faculty of Education Almarj

جامعة بنغازي
كلية التربية – المرج
ISSN 2518-5845

Global Libyan Journal

المجلة الليبية العالمية

العدد الخامس والخمسون / يناير / 2022

دور الإعلام الغربي في تشويه صورة الإسلام والمسلمين ...بحث في آليات التشويه واستراتيجيات التحسين

عــذراء علاوة عيــواج أستاذ مشارك، أستاذ محاضر أ

جامعة الملك عبد العزيز (المملكة العربية السعودية) ، جامعة أم البواقي (الجزائر)

دور الإعلام الغربي في تشويه صورة الإسلام والمسلمين ...بحث في آليات التشويه واستراتيجيات التحسين

الملخص :

يسعى هذا البحث للكشف عن دور الإعلام الغربي في تشويه صورة الإسلام والمسلمين في مختلف وسائل الإعلام الغربية(صحف، إذاعة، تلفزيون، سينما ... الخ)، وسيتحقق هذا الهدف من خلال معرفة طبيعة تمثلات المسلمين في المضامين الإعلامية والأساليب الإقناعية المستخدمة في تنميطهم بصورة سلبية غالبا.

فمع تزايد ظاهرة الإسلاموفوبيا أو الخوف من الإسلام، أصبحت صورة العالم الإسلامي عامة تتعرض لكثير من التشويه والتزييف في معظم وسائل الإعلام الغربية، التي اجتهدت في تسويق صور نمطية عن الإسلام والمسلمين تثير الشك والريبة والخوف، وتخلق أسباب النفور من كل ما له صلة بالدين الإسلامي والمسلمين. لنختم البحث بجملة من المقترحات العملية والعلمية لتحسين هذه الصورة المغلوطة بعيدا عن الأجندات الإعلامية المظللة للرأي العام الغربي.

الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية، الإعلام الغربي، الإسلام، المسلمين.

The role of the Western media in distorting the image of Islam and Muslims... Research into distortion mechanisms and improvement strategies

Adra Alloua Aiouadj

Abstract :

This article attempts to highlight the image of Islam and Muslims in various Western media (newspapers, radio, television, cinema) by knowing the topics addressed about them, the persuasive methods used to negatively stereotype them, and the values promoted.

With the increasing phenomenon of Islamophobia, the image of the Muslim world in general has become subject to much distortion and falsification in most Western media, which have worked hard to commercialize stereotypes of Islam and Muslims that arouse suspicion, suspicion and fear, and create reasons for aversion to everything related to Islam and Muslims.

Keywords: Mental Image,Western Media, Islam, Muslims.

مقدمـة

تحظى وسائل الإعلام في هذا العصر بمكانة مهمة وخطيرة في نفس الوقت، مما جعل منها توظف في شتى المجالات، والتي من بينها صناعة الصورة الذهنية للأفراد سواء بالشكل الإيجابي أو بالشكل السلبي. هذا الأخير الذي كان نقطة التفاف مختلف وسائل الإعلام الغربية على اختلاف تصنيفاتها وملكياتها من أجل تشويه وتحريف صورة الإسلام والمسلمين لدى المتلقي الغربي، وهذا في إطار الحملات الغربية الشرسة والمتنوعة على العالم الإسلامي، والتي وظفت فيها جميع الوسائل المتاحة، وذلك بصناعة صورة سلبية للإسلام والمسلمين في الذهن الجمعي الغربي، ولتكون هذه الصورة إطارا لتعامل الغرب، وموجها لسلوكيات أفراده تجاه الإسلام والمسلمين.

1/تحديد الإشكالية

قصد تقديم إجابة علمية حول حقيقة صورة الإسلام والمسلمين في المضامين الإعلامية الغربية وهذا من خلال قراءة متعمقة في الإرث العلمي والادبيات الفكرية حول هذا الموضوع، انطلقت الباحثة من التساؤلات الآتية:

- ما هو دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية؟
- ما هي أبرز مصادر الفرد الغربي في تشكيل صورة عن الإسلام والمسلمين؟
- ما هو الدور الذي تؤديه الوسائل الإعلامية في تشكيل صورة عن الإسلام والمسلمين؟
- ما هي خصائص صورة الإسلام والمسلمين في الخطاب الإعلامي الغربي؟
- ما هي آليات الإعلام الغربي في تشويه صورة الإسلام والمسلمين؟
- ما هي الاستراتيجيات التي يمكن الاعتماد عليها قصد تحسين صورة الإسلام والمسلمين في خطاب الإعلام الغربي؟

2/ الإطـار المفاهيمي

تمحور البحث حول المصطلحات الآتية:

2-1/ مفهوم الصورة الذهنية

* **لغة**: تتعدد المصطلحات المستخدمة للتعبير عن الصورة سواء في اللغة العربية أو اللغة الإنجليزية، ففي اللغة العربية نجد مصطلحات الصورة، الصورة الذهنية، الصورة النمطية، التعميمات النمطية، القوالب النمطية والجامدة وغيرها.

وفي اللغة الإنجليزية توجد مصطلحات عديدة أبرزها The Image,Seterotype Tabloid Thinking, وغيرها [01].

والصورة الذهنية في معجم ويبستر [02] جاءت لتعني " التصور العقلي الشائع بين أفراد جماعة معينة ليشير إلى اتجاه هذه الجماعة نحو شخص معين أو شيء بعينه"

* **اصطلاحا:** قدم العديد من الباحثين عدة تعريفات اصطلاحية للصورة الذهنية من بينهم:

– يعرف الباحث **علي عجوة** الصورة الذهنية أنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد والجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية معينة، يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان. وتتكون هذه الانطباعات في ضوء التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة، أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل لأصحابها واقعا صادقا ينظرون في ضوئه إلى ما حولهم، ويفهمون ويقدرون على أساسها [03].

– تعرف الصورة الذهنية على أنها التصورات التي يحملها أفراد المجتمع عن العالم من حولهم بمكوناته المختلفة، وتعد الصورة نتاجا طبيعيا لجماع خبرات الأفراد المباشرة وغير المباشرة التي يتلقونها عبر تفاعلاتهم الاتصالية المختلفة [04].

والصورة الذهنية تعني انطباع صورة الشيء في الذهن وهي تمثل أحد ابرز الدوافع الصادقة والمحرك القوي لألف ارد الذين ينظرون إلى الأشياء المحيطة بهم ويفهمونها على أساس الصورة المطبوعة في الذهن، على اعتبار إنها تمثل الناتج النهائي للتصورات والانطباعات الذاتية في أذهان هؤلاء الأفراد نحو شيء معين، وهذه الانطباعات الموجودة تتشكل من خلال التجربة المباشرة وغير المباشرة والتي ترتبط بالعواطف والاتجاهات والعقائد التي يحملها الأفراد نحو هذه الأشياء [05].

فبناء وتكوين الاتجاهات والانطباعات عن الآخرين لا ينبني على العواطف والمشاعر فقط، بل يضاف إلى ذلك أسس موضوعية أو إدراكات عقلية تتكون من مصادر مختلفة ومتنوعة من بينها وسائل الإعلام، التي تعمل على تشكيل اتجاهات معينة عن الآخرين وترسيخ لصور محددة، حيث من شأن هذه الأخيرة أن تكون مصدرا لتحديد طبيعة تعاملات المتلقين مع الغير.

" هذه الصورة الذهنية تتحول إلى صورة نمطية عندما تتكرر على نحو ثابت وجامد تتسم بالتبسيط المفرط والحكم التعميمي، فسمة الصورة النمطية أو المنمطة أنها توظف أساليب عدة لتترك أثرها ووقعها على إدراك المشاهد أو المتابع لمحتوى الوسيلة الإعلامية، كتبسيط المعلومات وديمومتها، وتقديمها في جرعات سهلة الهضم لعدم قدرة أي فرد على ملاحقة السير الجارف من المعلومات التي تقدم له، كما تعمل الوسائل الإعلامية على طرح وعرض المحتويات الإعلامية بصورة متكررة حتى تنطبع وتترسخ في الأذهان، ويظهر الشخص أو مجموعة الأشخاص الذين بنينا عنهم صورا نمطية مستقاة من وسائل الإعلام على أنهم أشخاص معروفون لدينا، كأننا نعرفهم حق المعرفة، بالرغم من أننا لم نقابلهم قط، فقد كونا صورا معنوية إدراكية عنهم، وحكمنا انفعالاتنا وعواطفنا لتصنيفهم أو إدراجهم في خانات معينة" [06].

* **إجرائيا:** نقصد بمصطلح الصورة الذهنية في هذا البحث مجموعة السمات والملامح التي تقدمها مختلف وسائل الإعلام الغربية عن الإسلام والمسلمين، عبر منظومة إعلامية متكاملة، يبني على أساسها الجمهور المتلقي مواقفه واتجاهاته نحو الدين الإسلامي والمسلمين.

2-2/ مفهوم الإعلام الغربي

نقصد بالإعلام الغربي مختلف الوسائل الإعلامية الغربية التي تشتغل وفق منظومة متكاملة لخدمة أهداف مجتمعاتها بالدرجة الأولى، وخدمة سياساتها، هذا على الرغم من اختلاف سياساتها الإعلامية، واختلاف تصنيفاتها، واختلاف اللغات الناطقة بها (تلفزيون، إذاعة، صحف، مجلات، سينما...الخ).

3/ خصائص الصورة الذهنية

للصورة الذهنية جملة من السمات والخصائص نذكر منها [07]:

- الصورة الذهنية لها إطارٌ زمني سابق؛ بمعنى أن الصورة الذهنية قديمة التكوين؛ أي أننا لا نطلق على معرفة حالية صورة ذهنية.
- أن لها إطارا ذاتيا حسيا؛ بمعنى أن الصورة الذهنية تنبع من مقدرة الإنسان الحسية؛ أي قدرة الإنسان على استيعاب المثير أو التعرض له.
- تباين الصورة الذهنية؛ بمعنى أن الصورة الذهنية تختلف من فرد إلى آخر، ومن جماعة إلى أخرى، ومن مجتمع إلى آخر، إلا أنها قد تتقارب في أذهان الأفراد مكونة صورة ذهنية متماثلة لجماعة أو مجتمع ما، وهذا التباين يرجع إلى القدرات الحسية المتباينة للأفراد.
- تتسم الصورة الذهنية بالعاطفة، على الرغم من أن ذلك لا يعد شرطا أساسيا فيها.
- الصورة الذهنية مكونة للاتجاه؛ بمعنى أنها أحد مصادر بناء وتكوين الاتجاه.
- الصورة الذهنية ديناميكية؛ بمعنى أنها متغيرة سواء أكان التغيير بطيئا أو سريعا.
- الصورة الذهنية أداة تحكم؛ بمعنى أنها بمثابة مقياس يحدد ويضبط السلوك والأحكام، أو ردود الأفعال إزاء المثير.
- الصورة الذهنية تفكير استدلالي؛ بمعنى الانتقال من الخاص إلى العام

(مثير ⟵ صورة ذهنية ⟵ حكم)، ويعد التفكير الاستدلالي أكثر أنواع التفكير شيوعا.

- أن الصورة عملية معرفية، نتيجة مرورها بالمراحل التي تمر بها العمليات المعرفية (إدراك، فهم، تذكر) وتخضع لذات المتغيرات والعوامل المؤثرة.
- أن الصورة تتكون وتتطور في إطار ثقافي معين، والثقافة هنا بمفهومها الشامل.
- أن للصورة ثلاثة مكونات هي: المكون الإدراكي، والذي يعني الجانب المعلوماتي في الصورة، المكون العاطفي الذي يتضمن تكوين اتجاهات عاطفية سلبية أو ايجابية موضوع الصورة، أما المكون الأخير فهو المكون السلوكي والذي يظهر في بعض السلوكيات المباشرة الظاهرة؛ مثل: التحيز ضد جماعة ما، القيام بأعمال عدوانية اتجاه الجماعة موضوع الصورة، كما يظهر في بعض السلوكيات الباطنة مثل التقييم السلبي، الاستعلاء والازدراء.

– أن مكونات الصورة الثلاثة تعمل في إطار مجتمعي معين، فموضوع الصورة قد يختلف من بيئة مجتمعية لأخرى، وقد تتباين الصورة بين الأطر المجتمعية الفرعية المكونة للإطار المجتمعي العام، فإذا كان الإطار المجتمعي هو منبع الصورة وأحد محددات تكوينها فهو أيضا المجال الذي تعمل فيه الصورة وتعيش، فالصورة تنبع من المجتمع وتوجد فيه.

– الصورة الذهنية ليست محددة الموضوع، فأي شيء قابل أن يكون موضوعا للصورة كالفرد، الجماعة، المنظمة، المنتوج، المجتمع....الخ.

– سمات وخصائص الشيء موضوع الصورة غير محددة، إذ يمكن أن تكون هذه الخصائص شكلية أو موضوعية، ظاهرة أو باطنة، نسبية أو مطلقة.... إلخ.

– تعمل الصورة حكما قيميا وتعكس خيارا وتعبر عن إدراك، لذا فدراسة مضمونها وعناصرها وخصائصها وحركاتها تظهر طبيعة الإرث الثقافي والبعد الإيديولوجي والزاد المعرفي [08].

– اكتشاف الصورة يمكن أن يساعد على الاقتراب منها والتعرف الأفضل على جوانبها وتحديد مسارات التعامل معها سواء باتجاه الترسيخ أو التغيير.

– يمكن أن تكون الصورة الذهنية بديلا عن الواقع أو مفتاحا لمقاربته.

4/ دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية

يوجد اتفاق كبير بين نتائج بحوث الصورة الذهنية حول أهمية دور وسائل الاتصال الجماهيري في عملية تشكيل التصور الذهني أي موضوع، لدرجة أن هناك الكثير من الباحثين من أكد على ضرورة وجود الوسيلة الإعلامية كركن أساسي من أركان الصورة الذهنية، وفي ضوء ذلك انصب اهتمام جل الدراسات على وصف صفات وملامح الصورة الذهنية من خلال تحليل مضمون مختلف الوسائل الإعلامية (التلفزيون، الإذاعة، الصحف، سينما...الخ).

والحديث عن تأثيرات وسائل الإعلام ليس حديث بدعا أو مستجدا، بل أجريت أبحاث ودراسات مع مطلع القرن الماضي للنظر والبحث في الآثار التي تنتج عن التعرض لمحتويات الإذاعة والسينما مثلا: فتوصل بعض الباحثين أمثال **لاسويل وكارل هوفلند** للتأكيد على التأثير القوي والمباشر للوسائل الإذاعية والسينمائية على الأفراد والجماعات على المستويات عدة المستوى المعرفي، المستوى الاتجاهاتي والمستوى السلوكي، وتم صياغة نظريات عدة كانت بمثابة البناء النظري لتأسيس علم جديد هو علم الاتصال، بعد أن كان مجرد اتجاهات نظرية أو إرهاصات فكرية مؤطرة في مجالات علمية أخرى كعلم الاجتماع وعلم النفس.

وأهم النظريات التي شغلت حيزا نظريا ممتدا زمانا واتساعا نظرية القذيفة السحرية أو نظرية الإبرة تحت الجلد، نظرية الأجندة...إلخ [09].

هذا التأثير للوسائل الإعلامية تزايد بصفة جد كبيرة بعد ظهور التلفزيون، الذي أخذ في الانتشار الواسع خاصة مع ارتباطه بالأقمار الصناعية، حيث أصبح يستقطب أكبر نسبة من المتلقين، إذ تشير نتائج الدراسات إلى أن معدل مشاهدة الفرد يوميا لبرامج التلفزيون تتجاوز 06 ساعات كونه أصبح وسيلة لتحقيق الإعلام والتثقيف، إضافة إلى كونه أداة لتحقيق المتعة الاجتماعية والتخفيف من الشعور بالوحدة.

وهو الأمر ذاته بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي والوسائط المتعددة نتيجة ما تحمله من مزايا تكنولوجية فائقة التطور كالرقمنة، التفاعلية والتزامنية والدمج بين الصورة والنص.

هذه الوسائل تزايدت أهميتها كمصدر للمعرفة، حتى أصبحت في العصر الحديث هي المصدر الرئيسي الذي يتلقى من خلاله الجمهور على المعلومات ويرى **ويلبرشرام** أن حوالي 70% من الصور التي يبنيها الإنسان مستمدة من وسائل الإعلام الجماهيرية، وبالتالي فقد ضاق المجال أمام نتائج الخبرة الشخصية لتصبح سمات الصورة الذهنية، كما تزايدت إمكانيات ثبات الصورة الذهنية، مع تزايد أهمية الدور الذي تؤديه هذه الصور في تشكيل اتجاهات المتلقين.

" على هذا الأساس يوجه اهتمام كبير لهذه الوسائل، وتنفق ملايين من الدولارات لامتلاكها بهدف بناء وتشكيل الصورة العقلية والذهنية للأفراد والتحكم في مواقفهم ومعتقداتهم، وكما يقول **إلفين توفلر** من يتحكم في المعلومات يتحكم في العالم، فهي بذلك مصدر وحكم وتوجيه ومن يملك السلطة على المتخيل حسب أفلاطون يتحكم في المجتمع والسياسة" [10].

وتوجد كثير من العوامل التي تهيئ لوسائل الإعلام هذا الدور منها [11]:

– الانتشار الواسع لوسائل الإعلام وامتدادها الأفقي والرئيسي وقدرتها البالغة على الاستقطاب والإبهار.

– استيلاؤها على أوقات الأفراد ومنافستها الشديدة للمؤسسات الاجتماعية الأخرى في مجال التأثير الجماهيري.

– إيقاع العصر الحالي الذي يتسم بالسرعة من ناحية وبعزلة الأفراد عن بعضهم البعض، " حيث الزحام الذي فيه كل فرد وحيد" مما يجعل من وسائل الإعلام مصدرا للشعور بالمشاركة وعدم العزلة.

وتعتبر وسائل الإعلام مصدرا من مصادر تشكيل الصورة الذهنية من خلال المواد الإخبارية المقدمة، التي تعد إحدى أهم المضامين الإعلامية المشكلة للصورة والناقلة لها، إضافة إلى التركيز على التسلية نتيجة تزايد الطابع التجاري لوسائل الاتصال؛ إذ أن صناعة التسلية تقوم على التبسيط والتسطيح والتقليل من قدرة الأفراد على التفكير، ولقد أغرقت وسائل الاتصال الغربية وحتى العربية الجمهور في التسلية، وأدى ذلك إلى أن يصبح الإنسان ساذجا بشكل لا يقل عن سذاجة الإنسان في العصور الوسطى كما يقول **نيل بوستمان**، فقد أصبح يصدق كل ما يتلقاه دون تفكير.

وتشكل وسائل الإعلام الصورة الذهنية و/أو تقوم بتدعيمها من خلال ثلاث عمليات هي [12]:

– **التركيـز**: تستغل وسائل الإعلام حاجة الأفراد إلى التصنيف، وعدم قدرتهم على استيعاب الأحداث والمشكلات العالمية والاجتماعية المعقدة، وعدم قدرتهم على البحث عن المعلومات أو تحليلها أو تفسيرها للتركيز على زوايا معينة من الأحداث أو شخصيات معينة تدخل في عملية التصنيف.

– **التكرار**: تقوم وسائل الإعلام بتقوية الصور النمطية الموجودة، كما تقوم بتدعيمها عن طريق تكرار السمات والصفات، مع تكرار هذه الزوايا حتى تصبح هذه الصور جزءًا من الواقع.

ومن امثلة المواضيع المكررة موضوع المرأة المسلمة، الذي لقي صدى كبير في وسائل الإعلام الغربيّة، "حيث ترسخت في أذهان النّاس أنّها نموذج سيء للجهل والتّخلف والبدائيّة القديمة، كلّ هذا بسبب ارتدائها للحجاب والذّي –على حدّ تعبيرهم– يعيق حرّيتها وتقدّمها ورقيّها، فالمرأة المثاليّة حسب المنظور الغربي هي المرأة التي تكشف عن جمال جسدها، من خلال إباحيتها وتفسّخها والإكثار من الزّينة للفت الأنظار إليها.

والأكيد أنّ ظاهرة الإساءة للحجاب الإسلامي وعدّه رمزًا للتّخلف والجاهليّة والانحطاط يعود إلى تلك الصّورة القديمة التي تشكلت في عقول النّاس منذ عهد الاستعمار للبلاد الإسلاميّة، حيث سعى هذا الأخير إلى مقاومته ومحاربته. حيث أقرّ الاستعمار الأوروبي أنّ الأمّة لن ترتقي إذا كانت نساءَها يرتدين الحجاب ويمكن الإشارة هنا إلى ظاهرة الحجاب في فرنسا والتي أعدّت كشكلٍ من أشكال الإرهاب" [13].

– **الحذف**: تقوم وسائل الإعلام بحذف حقائق معينة، أو زوايا الأحداث التي تتناقض مع الصور المراد الترويج لها، والحذف من أهم العوامل التي تؤدي إلى تكريس الصورة النمطية.

5/ أساليب وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية

–انتقاء الأحداث والمعلومات: فوسائل الإعلام تختار المعلومات التي تناسب اهتمامات القائمين عليها وتخفي ما لا يريدون نشره.

– تلوين الحقائق وتحريفها: فهي تلجأ إلى إبراز وجه من الخبر وإخفاء الوجه الآخر ليفسر لمصلحة وضع ما.

– استخدام عبارات ومصطلحات خاصة: تختار الكلمات التي لها وقائع تقابلها في أذهان الجماهير.

– التركيز على أحداث معينة: تستخدم طرقا وأشكالا متنوعة للتركيز على أحداث معينة ليتذكرها المتلقي [14].

6/ مصادر صورة الإسلام والمسلمين لدى الفرد الغربي

لصورة الإسلام والمسلمين في الغرب جذور عميقة ضاربة في الأعماق ونابعة من عقيدة الغرب وثقافته التي شكلت منظوره للشرق العربي والإسلامي، وقد دُعمت عقيدة الغرب تجاه العرب والمسلمين بروافد أخرى عمقت ورسخت تصوره عن الشرق والشرقيين هذه المصادر تتمثل في:

6-1/ الرحالة

قام الكثير من الغربيين بالكثير من الرحلات للعالم الإسلامي، تنقلوا خلالها في كافة أرجاء هذا العالم وعاشوا بين مواطنيه واختلطوا بهم في كافة مجالات الحياة وعرفوا عاداتهم وتقاليدهم ووجهات نظرهم في الكثير من جوانب الحياة. حيث أن جزءًا كبيرا من صورة المسلمين في الإعلام الغربي بوسائله المختلفة وفي المناهج الدراسية، مأخوذة مما ورد في كتابات هؤلاء الرحالة وما شاهدوه أو افتروه قبل مئات السنين ومن خلال دراسة كتب بعض هؤلاء الرحالة ولما دونوه في مذكراتهم يمكن استخلاص الصورة التي رسمها هؤلاء للمسلمين والتي تظهرهم [15]على أنهم:

- منافقين متزلفين مرتشين كسالى واتكاليين بسبب عقيدة القضاء والقدر التي تجعل المسلم –كما يدّعون- لا إرادة له ولا يقوم بأي محاولة للتغيير بل يستسلم بسلبية لما يحدث له من مصائب وأمراض. كما أن اعتقاد المسلمين بأن القرآن الكريم يحتوي على الحقائق كلها جاهزة وكاملة يجعلهم يعطلون التفكير والإشغال الذهن بكل الظواهر الكونية والحقائق العلمية، لذلك تكثر على ألسنة المسلمين " الله أعلم"، "كل شيء بمكتوب".... إلخ.
- المسلمون متسولون قذرون ويلحون في السؤال أثناء التسول، ويستخدمون القرآن وسيلة لذلك، خاصة في المناسبات الدينية.
- أمة من البدو واللصوص مهمتهم الأساسية هي السلب والنهب ووسيلتهم لها هي الغزو الذي هو أسمى الغايات عندهم.
- بدائيون مخادعون غادرون ومتقلبون لا أمانة لهم ويؤمنون بالخرافات والأشباح، وبتأثير الحجب في معالجة بعض الأمراض كالعقم وفي الوقاية من الشرور.
- المسلمون متعصبون متوحشون ويكرهون غيرهم بل ويصفونهم بالكذب ويحرمون رد السلام ويحللون قتلهم فالإسلام كما يدعون دين السيف والقتل.
- الحط من قيمة المرأة ووصفها بأنها جارية تباع وتشترى وتستبدل بغيرها، حيث أن الزواج والطلاق سهل جدا، كما صور بعض الرحالة النساء العربيات بأنهن فاسقات وبائعات هوى.

6-2/ الاستشراق

الاستشراق هو الدراسات الأكاديمية التي يقوم بها علماء غربيون تخصصوا في دراسة عقائد وتاريخ وتراث الشرق العربي والإسلامي لدوافع متعددة منها: الدوافع الاستعمارية، الدوافع السياسية والدوافع التبشيرية.

ويعرف الاستشراق كذلك على أنه "علم يدرس الشرق من حيث الديانات واللغات والحضارات والشعوب وتاريخها. ومن هنا نجد أن المستشرق يقصد به شخص من الغرب أو أوروبا، عمل على تعلم العلوم الشرقية وديانات وحضارات أهل الشرق، وهذا الاتجاه ولد في الكنيسة، لذلك كان من الملاحظ أن جميع المستشرقين تبنوا الموقف الذي اتخذته الكنيسة من الإسلام، وكان عبارة عن إعلان العداوة له والوقوف ضده بكل الطرق".

ومن هذه المنطلقات سعى الكثير من المستبشرين إلى تشويه العقيدة الإسلامية، وتشويه صورة المسلمين، ومثال ذلك نجده في مقولة المفكر الفرنسي **رينان** عام 1892 " إن الإسلام هو التعصب، والإسلام هو احتقار العلم، والإسلام يمحو المجتمع المتمدن.... والإسلام هو البساطة المفزعة للفكر السامي الذي يحجب عن الفكر الإسلامي كل فكرة طيبة وكل مشاعر رقيقة وكل بحث عقلاني [17] ".ومن أبرز المستشرقين: مرجريت سيميث، وفيليبي، صمويل زويمر، وباليرودرودج، آرثر جفري، جورج رنس...إلخ.

6-3/ الموروث والأدب الغربي

كان للأدب الغربي بكل مكوناته (شعر، نثر، قصة، مسرحية، رواية) دورا كبيرا في تشكيل عقل الإنسان الغربي ونظرته إلى الشرق العربي والمسلم، حيث يوظف هذا الموروث في خدمة صناعة الصورة النمطية السلبية للإسلام والمسلمين قصد تجسيدها في أدهان الغربيين.

6-4/ وسائل الإعلام

لوسائل الإعلام قاطبة التأثير الكبير في السيطرة على العقول، والقدرة الهائلة على التوجيه، وقد وظفها الغرب في صناعة الصورة النمطية السلبية للإسلام والمسلمين خدمة لأغراض وتوجهات سياسية ودينية وحتى مصلحيه. ولذلك أجمعت معظم الدراسات الإعلامية التي تناولت صورة المسلمين في الوسائل الإعلامية الغربية أنها صورة سلبية في اغلب الأحيان مع وجود بعض التغطيات غير المتحيزة أحيانا، ولكنها قليلة مقارنة بالصورة غير الصحيحة عن المسلمين السائدة في الإعلام الغربي نتيجة المعالجات المغرضة.

ومن أهم الوسائل المستعملة لهذا الغرض نجد:

* **الصحف والمجلات**: أدت الصحف والمجلات دورا كبيرا في تشويه صورة الإسلام والمسلمين لدى الفرد الغربي، من خلال اعتمادها في صياغة الأخبار وطريقة عرضها على مفاهيم وتصورات سلبية منظمة، وغالبيتها يحمل حقدا على الإسلام والمسلمين مثل: نيويورك تايمز، لايف، دولاستريت جورنال، دايلي نيوز، دي كريستيان هيرالد، ذي ناشيونال ريجستر.

أما الصحافة الفرنسية فقد وضعت على عاتق المسلمين الأزمة الاقتصادية برمتها والبطالة واختلال الأمن والعمليات الإرهابية، وأصبح الناخبون الفرنسيون في مواقع عدة يصوتون لأكثر المرشحين عدوانية ضد الإسلام، كما أن المجلات التي تخصص أعدادا تدور محاورها حول الإسلام ترتفع معدلات مبيعاتها إلى 15%، ومن بين هذه المجلات Le Nouvel Observateur, L'Express، ولفرنسا كذلك مجلات خاصة بالإستشراق من بينها صحيفة العلماء، المجلة الأسبوعية، المجلة التاريخية، مجلة العلوم الدينية...إلخ.

لكن يبقى العداء للعرب والمسلمين سمة بارزة لتلك الجرائد والمجلات، ومن ذلك ما جاء في صحيفة **لوموند** Le Monde الفرنسية، بصورة تحليل سياسي كتبه مراسلها جان هوجو وفي هذا المقال يؤكد الكاتب أن الذين يشكلون الخطر الحقيقي على النظام في مصر هم المتشددون المسلمون [18]. أما رئيس تحرير **مجلة لوبوان** الفرنسية فيقول في مقالة افتتاحية له بعد أحداث سبتمبر أنه من ضمن الملاحظات العديدة التي نخرج بها من هذا الحدث هو أن الإرهاب المستشري أكثر في العالم اليوم يتعلق بالتطرف الإسلامي.

مضيفا أن الغرب يجهل القوة الصامتة للحركات الإسلامية وللمسلمين كافة لان هناك مليارا منهم في العالم وانه حتى لو كان هذا المليار لا يساند الإرهاب فإنهم لا يعارضون الانخراط في أعمال الجهاد والحرب المقدسة

كما تظهر الكثير من الصحف البريطانية المسلمين على أنهم أثرياء مبذرين، ويكفي أن تظهر بعض الصحف البريطانية بهذه العناوين:

– العثور على سيارة من نوع بذلي تعود إلى ثري عربي في كراج في لندن كان قد اشتراها قبل عام ونسيها.

– سيارة ثري خليجي من الذهب الأبيض.

– الحجز على سيارة لامبورجيني مملوكة لشيخ قطري في لندن...إلخ.

– وفي ذلك نشرت صحيفة صنداي تايمز مقالا لكاتب يدعى **بيير جرين دورتون** بعنوان الوجه القبيح للإسلام قال فيه أن الاسلام الذي كان حضارة عظيمة تستحق الحوار معها قد انحط وأصبح عدوا بدائيا لا يستحق إلا الإخضاع. ويقدم المؤلف في هذا الجزء عرضا للعناوين فقط والتي تستصرخ بداخل القارئ الفزع من الإسلام مثل: المسلمون قادمون، الحروب الصليبية مستمرة، سيف الاسلام يعود من جديد، العالم يتحكم فيه بدو الصحراء وشيوخ البترول، وما زالت هذه الحملات الاعلامية تظهر بين الفينة والاخرى مما يساهم بطبيعة الحال في تنميط صور مغلوطة تماما عن الاسلام بوصفه دينا للكراهية والتعصب والعنف[19].

وقد أثار قيام **رومان ابراموفيتش** مالك نادي تشلسي البريطاني بالإعلان باللغة العربية عن بيع سيارة اللامبورجيني في لندن استفزازات البعض هناك، حيث جاء في صحيفة الدايلي ميل تعليقا عن ذلك (هل يعتقد مالك نادي تشيلسي أن من يقرؤون العربية هم فقط الذين يستطيعون دفع ثمن السيارة [20].

*** التلفزيون**

تم استغلال التلفزيون ببرامجه المختلفة في الغرب في تشويه صورة الإسلام والمسلمين وتنميطها، وفي ترسيخ هذه الصورة في الأذهان هناك.

وعموما فإن هذه الصورة تركز على تصوير المسلمين على أنهم مضاربون يسخرون ثرواتهم لشراء العقارات في أمريكا ويتسببون في ارتفاع الأسعار وهم غير متحضرون وبرابرة، وتجار للرقيق الأبيض، وهم أثرياء جمعوا ثروتهم من بيع النفط.

وإمعانا في الإساءة للإسلام والمسلمين فإنه لا يتم إظهار صورتهم إلا بلباسهم التقليدي وملتحين ويحملون في معظم الأحيان الخناجر، كما لا يتم إظهار المرأة المسلمة إلا وهي بالنقاب، ولا تؤدي إلا دور راقصة مأجورة للترفيه عن الرجال.

وقد ساهمت الدعاية التجارية التي تصمم للترويج للمنتجات والسلع في تشويه صورة المسلمين وزيادتها سوداوية وقباحة، ففي إشهار لشركة "كوكا كولا" تظهر صورة عربي بدوي وسط الصحراء يلمح من بعيد زجاجة، إضافة إلى مجموعة من الراقصات يقدن باصا ومجموعة من راكبي الدراجات يتجهون نحو الزجاجة، وبالطبع تصل جميع المجموعات إلى الزجاجة قبل العربي الذي يجر جماله خلفه [21]. كما عرضت شركة كنسليديتد إديسون إعلانا تلفزيونيا لشتى شخصيات منظمة الأوبك كاليمني، القذافي، الخميني، عرفات، وحافظ الأسد، حيث لم تذكرهم بالاسم غير أنها تصورهم على نحو ينذر بالتشاؤم بأن هؤلاء الرجال يتحكمون بمصادر النفط الأمريكية [22].

والأمر لم يتوقف على البرامج الموجهة للكبار فقط بل حتى برامج الرسوم الكرتونية الموجهة للصغار، حيث يتم التنميط في شيطنة العرب والانتقاص من كرامتهم والسخرية منهم وحصرهم في إطار صورة سلبية مهينة، فقد وجد منتجو أفلام الكارتون كتاب ألف ليلة وليلة مادة دسمة غنية لإنتاج وتوظيف أفلام للأطفال التي تؤكد على الصورة الشنيعة للمسلمين وترسيخها في ذهن الفرد الغربي، ومثال ذاك فيلم علاء الدين والمصباح السحري (الذي تقول مقدمته الغنائية " آه.. أنا قادم من أرض .. ومن مكان بعيد... حيث تكثر قوافل الجمال، وحيث يقطعون أذنيك إذا لم يعجبهم وجهك، إنه عمل بربري، ولكن إنه وطني)، مسلسل طرزان، مسلسل السريع The Speed، ومسلسل سوبرمان.

وللألعاب دور كبير في تشكيل إدراكات الطفل بما ترسخه في ذهنه من قيم ومفاهيم إيجابية أو سلبية، وقد صمم **دغاركيون** لعبة فيديو باسم **رزديت إيفل** ومعناها **الشيطان المقيم**، وتقوم اللعبة على الاستهزاء برموز الدين الإسلامي وتشويهها كالقرآن الكريم، السنة المطهرة، الكعبة... إلخ، كما تكرس صورة المسلم كمتطرف وإرهابي لا يجيد إلا القتال والغزو وبث الرعب في نفوس الآخرين.

***الإذاعة**

هناك محطات إذاعية كثيرة مهينة للإسلام والمسلمين في العالم الغربي، وهناك محطات دولية دينية مسيحية تذيع برامجها بعدد من اللغات الحية، مثال ذلك محطة الإذاعة الدولية "كيجل".

*** السينما**

في مجال الأفلام السينمائية نجد أن السينما الغربية وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وعلى رأسها هوليوود، التي أسهمت عبر أكثر من قرن من الزمان في تجسيد الأحقاد والكراهية الغربية للإسلام والمسلمين بما تبثه من أفلام تحوي الكثير من الأكاذيب والتزييف، وهذا ما أشار إليه البروفيسور **جاك شاهين** في كتبه: العرب الأشرار في السينما الأمريكية: كيف شوهت

هوليوود صورة الناس؟، الصورة الغربية للعرب والمسلمين في الثقافة الشعبية الأمريكية، أفلام الحروب النووية وعرب التلفزيون. حيث أكد البروفيسور في هذه الكتب على أن واشنطن وهوليوود خلقتا من نفس الجينات الوراثية وأن سياسة واشنطن تؤثر على الصورة الأسطورية الخرافية للعرب في الأفلام، بينما تقوم هوليوود بتأكيد سياسة واشنطن بتجسيد هذه الصورة، فالسياسة إذن أدت دورا كبيرا في مراحل صياغة صورة العربي الشرير على الشاشة الأمريكية، ويحدد المفكر أهم ثلاث مراحل وهي: الصراع العربي الإسرائيلي الذي اندلع أعقاب الحرب العالمية، ارتفاع أسعار البترول في أعقاب حرب أكتوبر 1973، ونجاح الثورة الإسلامية في إيران عام 1979، لتصبح هذه الصورة الشريرة أزلية أبدية على شاشة هوليود في أعقاب أحداث الحادي عشر من سبتمبر عام 2001 [23]. وكعينة من هذه الأفلام المسيئة للإسلام والمسلمين نذكر فيلم بروتكول الذي عرض عام 1984، جوهرة النيل، الشبكة، قواعد الاشتباك، أكاذيب حقيقية، المنقذ... إلخ.

***المسرح**

يعتبر المسرح صدى للحالة التي يعيشها الغربيون، وبالتالي فهناك من كتاب المسرح كسارتر مثلا من يقف من القدر والدين موقف الرفض التام، ويؤكد على حرية الإنسان في تشكيل مصيره، وصنع قدره، كما أنه من الملاحظ أن كثيرا من المسرحيات الغربية من تجعل من المسلمين والإسلام أداة للسخرية والنقد اللاذع [24].

وعلى قدر تنوع وسال الإعلام الغربية إلا ان عنوان الدين الإسلامي والمسلمين لا يتجاوز غالبا الخيارات الآتية [25]:

- الإسلام دين العنف والإرهاب.
- الإسلام يضطهد المرأة (وهنا يم التركيز كثيرا على قضية الولاية والزواج والعصمة والقوامة...).

المسلمين يعبدون إلها مختلفا.

- الإسلام انتشر بالسيف.
- المسلمين هم العرب.
- الأمة الإسلامية هي جماعة المسلمين.
- المسلمين يتزوجون بأربع نساء.
- المسلمين أناس مختلفون بربريون.
- محمدا (صلى الله وعيه وسلم) { والعياذ بالله } هو مخترع الإسلام وأن المسلمين يعبدونه.
- الإسلام دين ضد السامية (من خلال تحريف الآيات القرآنية التي تتحدث عن قضية اليهود.
- المسلمين لا يؤمنون بعيسى عليه السلام.
- الإسلام ضد حرية الاعتقاد.
- لم تكن الفتوحات الإسلامية سوى توسعات استعمارية ذات طابع اقتصادي للحصول على الغنائم وفرض الجزية.

- الإسلام يظلم المرأة في الميراث.
- الإسلام دين وحشي في تطبيقه للحدود والعقوبات.
- الإسلام ضد الديمقراطية وحقوق الإنسان.
- الإسلام يحرم الفنون (الموسيقى . الرسم . النحت..)
- ليس القرآن سوى تأليف بشري وليس وحيا ربانيا.
- الإسلام يعادي الحضارات الأخرى.
- الإسلام دين رجعي.
- كان محمدا (صلى الله عليه وسلم) {والعياذ بالله} رجلا شهوانيا.
- الإسلام ضد العمل، فهو بالتالي دين تواكلي.
- الصيام يقلل حركة الإنتاج.
- الزكاة تقلل من الأموال.

6-5/ المهاجرون العرب

في العالم الغربي هناك اختزال كبير وظالم لصورة العرب والمسلمين في عدد من المغتربين العرب، وما يقومون به من تصرفات تسيء إلى الأمة العربية والإسلامية (تبذير المال، إزعاج الآخرين، قلة المبالاة، الاعتداء على حريات الآخرين...) يتم التركيز على هذه الفئة، في مقابل تجاهل الآلاف من طلبة العلم والعلماء والأدمغة الذين يساهمون من خلال أبحاثهم ودراساتهم في اكتشافات علمية أفادت الغرب أولا وأخيرا.

6-6/ المناهج الدراسية: كشفت الدراسات التي اهتمت بتحليل مضمون المناهج الدراسية في العالم الغربي أنها تعرض الإسلام على أنه دين العنف والقتل والتطرف، وهذا من خلال أسلوب منفر وغير علمي، يرسخ في أذهان الغربيين الصورة المظلمة والسوداوية للمسلمين، ومن بين هذه الافتراءات التي تزخر بها الكتب الدراسية [26]:

- الإسلام دين تشدد وهذا أحد خصائصه ويظهر هذا الإدعاء من خلال كره المسلمين للغربيين، كثرة الحديث عن الجهاد، التركيز على الروح القتالية في الإسلام، وصف المسلمين بالغزاة والقسوة والاستبداد، الحديث عن وجود قسوة في بعض الحدود مثل حد السرقة، الزنا، الخمر....إلخ، الحديث عن انتشار الإسلام بحد السيف.
- الإدعاء بأن تمسك المسلمين الحرفي بنصوص القرآن الكريم هو سبب تعطيل العقل المسلم، وتجميده عن التفكير والإبداع والتجديد.
- التقليل من الحضارة الإسلامية ودورها في النهضة الأوروبية.
- الادعاء بدونية المرأة في المجتمع الإسلامي.

- إنكار سماوية الدين الإسلامي، ونسب القرآن الكريم إلى الرسول (ص).
- الادعاء بدور إسرائيل في تطوير ونهضة البلاد العربية مع الحديث عن عداء العرب لها.
- الحط من قيمة العرب وإلصاق صفات وتهم مكذوبة وغير صحيحة أو مبالغ فيها بهم.

هذا وقد امتد الدس والافتراء والتشويه لصورة الإسلام والمسلمين لتشمل القواميس والمعاجم، ففي معجم ويبستر للمترادفات ورد في تعريف كلمة عربي المعاني الآتية: المتشرد (Vagabond) المتسول (Clochard) منحرف طائش (Drifter) متسكع (floater) بائع مضارب (Vendor).

6-7/ أحداث 11 سبتمبر 2001

أدت أحداث تدمير طائرتين ببرجي مركز التجارة العالمي في نيويورك واصطدام طائرة ثالثة بمبنى وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاغون) في واشنطن إلى زيادة تشويه صورة الإسلام والمسلمين، خاصة بعد توجيه التهمة لتنظيم القاعدة بقيادة أسامة بن لادن بتدبير وتنفيذ هذه الأحداث وما تبعها من نشر المزيد من الكراهية ضد المسلمين في الغرب عامة وفي الولايات المتحدة الأمريكية خاصة، مما ظهر أثره جليا في الكثير من المضايقات والاعتقالات التي طالت المسلمين في دور العبادة وفي أماكن العمل وحتى في الشوارع.

وتجسد الأثر الأكبر لهذه الأحداث – المشكوك فيها- إلى ظهور ما أصبح يعرف بالإسلاموفوبيا أي الخوف من الإسلام، وكأنه مرضا معديا يجب تجنب الإصابة به، وهذا ما تجسد في العديد من التصريحات لشخصيات دينية وسياسية من بينها [27].

- صرح **روبرت باتسون**" أن المسلمين أسوأ من النازيين".
- صرح المعلق الصحفي **دون فيدر** بأن الإسلام كرس نفسه خلال تاريخه الممتد أكثر من 1400 عاما للتعصب والإرهاب والقتل الجماعي وإرغام الناس على إتباعه بحد السيف.
- صرح **غيانكارلو جتيليتي** مؤسس رابطة الشمال وإيطاليا لقناة فرانس 24 " نريد تحرير شوارعنا من المهاجرين غير الشرعيين لا أريد مساجد في البلاد"كما ظهرت الكثير من الملصقات الحاملة لعبارات مسيئة للإسلام مثل" لا للمسلمين لا للإرهاب".
- نشرت جريدة لومند في 2004/08/12 مقالا للكاتب الفرنسي **باتريك ويكليرك** يحمل عنوان" إني أكره الإسلام " يقول فيه: إن الإسلام دين يجلب الجنون لأنه يقيم فصلا بين الجنسين، ويمارس القمع والإرهاب على المرأة، وهو نسق فكري يقوم على الحرب المقدسة، ومن ثم الترويع وقطع الرؤوس ظاهرتان تندرجان في قلب الإسلام ذاته.
- صرحت الصحفية الأمريكية الشهيرة **آن كولتر** "ليس المسلمون جميعهم إرهابيون، لكن كل الإرهابيين مسلمون، ويفترض بنا اجتياح دولهم وقتل قادتهم وهدايتهم إلى المسيحية".

إن ما أضافته أحداث 11 سبتمبر إلى صورة الإسلام والمسلمين هو ازديادها قتامة وسلبية عبر اتهام الإسلام والمسلمين كافة بالإرهاب والعنف، فكثر استعمال مصطلحات "التطرف الإسلامي" "الإرهاب الإسلامي" الشبكات الإرهابية والإسلام المحارب، والأصولية الإسلامية، الفاشية الإسلامية.

7/ خصائص صورة الإسلام في الإعلام الغربي:

إن صورة الإسلام والمسلمين تعرضت ولا زالت تتعرض لحد كبير من التزييف والتحريف، وهذا من خلال تساند وظيفي جد كبير بين المصادر المشار إليها سابقا، مع استئثار الوسائل الإعلامية في هذا العصر بالدور الأكبر، حيث تحولت إلى آلية لتوجيه وعي الغربيين في إطار منظومة إعلامية متكاملة لا تترك مساحة لحرية الفكر والتدبر، وإنما تركز بأساليبها العلمية والفنية والتقنية في نشر قوالب إدراكية تحوي على فيض من المعلومات والبيانات والاتجاهات حول الإسلام والمسلمين في ذهن المتلقي الغربي وهذا خدمة لمخططات سياسية وفكرية واجتماعية وثقافية وحتى عقائدية.

"لقد استطاع الإعلام الغربي في العقد الأخير من القرن 20 أن يكون العامل الرئيسي في تكوين الصورة الذهنية في المتخيل الجماعي عن الإسلام والمسلمين في أميركا وأوروبا. فنجح هذا الإعلام في تضليل المواطن الغربي العادي، لأنه لا يعرف عن الإسلام إلا ما تنقله وسائل الإعلام إليه من صور وأخبار وتحليلات وتعليقات موجهة توجيها يهدف إلى أن تكون في ذهنية هذا المواطن العادي صورة مشوهة عن الإسلام، ونتيجة لذلك أصبح الرأي العام الغربي يخلط في تصوراته بين الإسلام الصحيح، وبين بعض الاتجاهات التي تلجأ إلى العنف واستخدام القوة، كما أصبح ينعت الإسلام بالإرهاب والتخلف انطلاقا من تصريحات مشينة لبعض أتباعه في العالم الإسلامي وداخل المجتمعات الغربية نفسها [28].

إن الصورة التي تقدمها الترسانة الإعلامية الغربية بمختلف وسائلها حول الإسلام هو الدين الذي يتسم بالخصائص الآتية [29]:

- ينظر إلى الإسلام في الغرب باعتباره جلمودا متحجرا مقاوما للتغيير.
- الإسلام تكتل لا علاقة له بالآخرين حيث له قيمة خاصة به التي يرفض مشاركة الآخرين بها.
- الإسلام متخلف عن الركب وبربريا لا يحكم العقل وبدائي وجنسي الميول.
- الإسلام دين عنف وعدواني ومصدر تهديد وراع للإرهاب، وشغوف بالصراع مع الحضارات.
- الإسلام أيديولوجية في المقام الأول، ويكرس موارده لتحقيق مكاسب سياسية وعسكرية بحتة.
- تعتبر معاداة الإسلام ممارسة عادية وطبيعية.

ومن مجالات اهتمام الإعلام الغربي كذلك نجد موضوع المرأة المسلمة، حيث اتخذ منه مطية للطعن في أحكام الدين الإسلامي من خلال تصويره للمرأة على أنها مضطهدة ومظلومة، حيث انطلق من مجموعة من المعايير مستندة حسب الدكتورة نورة بنت عبد الله بن عدوان إلى ما يأتي [30]:

– الدعوة لرفع الوصاية الدين عن المرأة في العالم الإسلامي، لأنه يمثل حجر عثرة في طريق تقدمها، ويفرض عليها قيودا تحد من حريتها كالحجاب والسفر بدون إذن زوجها.

– عدم الموضوعية في عرض قضايا المرأة المسلمة، ومن الأمثلة على ذلك كيفية تناول الإعلام الأمريكي لقضية المرأة في أفغانستان، إذ كان محور اهتمامه إعتاق المرأة من حكم طالبان، دون الإشارة إلى ما أفرزته معاناة ملايين النساء في السكن والمأكل والعلاج الطبي.

– استعمال أسلوب الاحتقار والنظرة الدونية للمرأة المسلمة في شكل صورة ساخرة نصفها آلة الإنجاب، والشبح الأسود ومهضومة الحقوق، وغيرها من الأوصاف المشحونة بالاستخفاف بثقافة الآخر واحتقار قيمه واتهامه بالانغلاق والجمود.

– السعي إلى ترسيخ النموذج الغربي للمرأة من خلال إبراز محاسنه ومميزاته، وتجسيده للحرية والمساواة واحترام حقوق الإنسان ومسايرته لتطور العصر.

– اعتماد أفكار الحركة النسوية الغربية ومبادئها الداعية إلى تغيير قوانين الأحوال الشخصية للأسرة المسلمة، والدعوة إلى الصراع بين الرجل والمرأة والنضال من أجل تحقيق المساواة.

– ازدواجية المعايير في التعامل مع قضايا المرأة المسلمة، ومن أمثلة ذلك اعتبار المرأة المسلمة متخلفة عندما تضع الحجاب وتلتزم به، في حين تعد المرأة الغربية الراهبة محترمة مطيعة لأمر ربها.

هذا وقد أورد الدكتور **محمد بشاري** في خلاصته حول صورة الإسلام في الغرب عددا من الصور المغلوطة عن الإسلام التي دأب الإعلام الغربي على تضمينها في رسائله وهي [31]:

– الإسلام دين عنف وإرهاب انتشر بالسيف.

– الإسلام يضطهد المرأة ويظلمها في الميراث، والمسلمون يتزوجون بأربع نساء.

– المسلمون يعبدون إلها مختلفا، ولا يؤمنون بعيسى عليه السلام.

– الفتوحات الإسلامية مجرد حملات استعمارية ذات طابع اقتصادي.

– الإسلام ضد حرية الاعتقاد وضد الديمقراطية وحقوق الإنسان.

– الإسلام دين وحشي في تطبيقه للحدود والعقوبات.

– الإسلام يعادي الحضارات الأخرى وضد السامية.

– الإسلام يحرم الفنون من الموسيقى ورسم ونحت، وهو دين رجعي.

– محمد رجل شهواني ومقاتل ومؤلف للقرآن.

كانت هذه عينة من جوانب تركيز الإعلام الغربي في معظم وسائله قصد ترسيخ الصورة النمطية المشوهة للإسلام لدى الفرد الغربي من خلال تلك الجوانب في عناوين مثيرة، وذلك في إطار حملة دعائية مجندة بكل التقنيات الحديثة وبتمويل مالي ضخم.

8/ آليات الإعلام الغربي في تشويه صورة الإسلام والمسلمين

لقد تبين لنا في العناصر السابقة إن الإعلام الغربي يعمل على تكوين صور مسيئة للإسلام والمسلمين، وذلك من خلال تنميطهم في صورة سلوكيات إرهابية ومتطرفة وسلبية من الناحية الإنسانية، وقد عمد لتحقيق هذا الهدف على تقنيات واليات عدة أبرزها [32]:

8-1/ آلية الإغراق

تتمثل بتقديم معلومات كثيفة ومنتقاة بعناية، تقدم من جهات متعددة ومصادر متنوعة، تظهر المسلم على أنه إرهابي يمثل الشر المحض أو مصدر التهديم القادم. فتكرار بث المعلومة دون كلل على مدار الساعة في الفضائيات المتخصصة بالأخبار، يؤدي إلى حالة التشبع العصبي بها ويحولها مع الوقت إلى ما يشبه الواقع المفروغ منه، وكمثال ذلك المبالغة في تكرار الإعلام الغربي بث صور أطفال المخيمات الفلسطينية وهم يعبرون عن فرحتهم بأحداث 11 سبتمبر 2001 دون أي تدقيق، فيما تبين فيما بعد أنها مأخوذة من شريط قديم يصور ردود الفعل الفلسطينية بعد سقوط الصواريخ العراقية على تل أبيب في حرب الخليج.

8-2/ آلية الحصار

وهي تعتمد على تطويق الإدراك من خلال فرض وجبة إعلامية واحدة في كل مصادر الأخبار (القنوات، الصحف، الوكالات) تروى وجهة النظر المستهدفة مع تنويعات شكلية، فحيثما توجهت تجد الرواية الإرهابية تصيب الفلسطينيين من خلال فيض من التحليلات والمقارنات، حيث تظهر أنها حيادية وموضوعية ظاهريا إلا أن التمحيص فيها يكشف أنها من الشيء نفسه وأنها قطعة موسيقية تعزف لحنا واحدا يحاصر الوعي والإدراك، كما يخلق هذا الحصار تأييدا جماهيريا للقضايا المدعو لها" ففي أعقاب حرب أكتوبر 1973 أجرت صحيفة Le Figaro الفرنسية استفتاء للرأي العام الفرنسي فأسفر عن أن 45% مؤيدون لإسرائيل، و17%يؤيدون العرب، و8% مع الطرفين، و30% لا رأي لهم. وأجرى المعهد الوطني استفتاء للرأي العام في لندن فأسفر عن أن 47.5% من البريطانيين الذي شملهم الاستفتاء يؤيدون إسرائيل في مقابل 5% يؤيدون الدول العربية، وأجرى معهد جالوب الأمريكي استفتاء للرأي عن النزاع في الشرق الأوسط يوم 6أكتوبر فأسفر عن أن 47% من الأمريكيين يؤيدون إسرائيل، في مقابل 6% فقط يؤيدون الدول العربية [33].

8-3/ آلية الاختزال

وذلك من خلال اختزال الأمور المعقدة في كلمات سهلت الإدراك البشري؛ مثل كلمة الإرهاب أصبحت أكثر ارتباطا بالإسلام والمسلمين التي أصبحت تختزل الشر المطلق، وهي أكثر مقبولية للذهن البشري الذي ينحو عفويا إلى التبسيط.

8-4/ آلية الشحن الانفعالي

وهي التي تفجر مشاعر الخوف، وتحرك بالتالي الانفعالات الناتجة عن الشعور بالتهديد، وهو ما يؤدي عمليا إلى تعطيل عمليات النقد والمقارنة والتحليل، ويشوه بالتالي الصورة الواقعية.

8-5/ آلية الإبهار

هي التي تكمل حصار الإدراك والمواقف من خلال بلاغة الصورة ومؤثرات الصوت، وتقنيات التكبير والتركيز والترميز والمزج والتسلسل والسرعة في نقل الخبر، وطريقة تقديمه، ومدى الثقة والمصداقية التي يسوغونها على موضوعاتهم.

وهذه الآلية تتسم بدقة أسلوب الإعلام الغربي الذي لا تهمه عدالة القضية وأحقيتها أو موضوعيتها، بقدر ما يهمه الاستجابة إلى مطلق السوق بحيث أصبح من الصعب رفض الغولية الرأسمالية، التي ترى أن الجمهور وهو بالدرجة الأولى سوق ينبغي استثماره وقولبته وتوجيهه، وإعادة تشكيل خياراته وتفضيلاته.

إضافة إلى هذه الآليات تمت صناعة الصورة المشوهة للإسلام والمسلمين عبر عدة خطوات ساهمت كلها في إخراج هذه الصورة وجعلها راسخة في الأذهان من بينها:

- استدعاء صورة الإسلام والمسلمين في الموروث العقدي والتراثي في الغرب، وهي صورة مشوهة تكونت من موروثات الحروب الصليبية وأبحاث ودراسات المستشرقين.
- تضخيم هذه الصفات السلبية المشوهة وتعميمها، وتكرار ذكرها بصورة وبأساليب مختلفة.
- البحث عن مواقف وأحداث واستغلالها بعرضها بطريقة مخالفة للواقع والحقيقة، مثل أحداث 11 سبتمبر 2001.
- ازدواجية المعايير في تعامل الغرب مع المسلمين الذين ألصقت بهم المصطلحات الآتية: القنبلة النووية الإسلامية، الإرهاب الإسلامي....الخ، في حين أننا لم نسمع بمصطلح القنبلة النووية اليهودية، بل الأكثر من ذلك أن إسرائيل قامت في قلب الوطن العربي بدعم وتآمر غربي، وقد لعبت إسرائيل والصهيونية بنفوذها الواسع في الغرب دورا خطيرا في تشويه صورة الإسلام والمسلمين.

9/ استراتيجيات تغيير صورة الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي

تغيير صورة الإسلام والمسلمين متوقف على تطبيق بعض الاستراتيجيات نذكر منها [34]:

- لا يمكن تحسين صورة المسلمين لدى الغرب ما لم يتحسن الواقع الذي يعكس هذه الصورة، إذ من الصعب تكوين أو رسم صورة جميلة لواقع غير جميل.

– الصورة متعددة الأبعاد والمجالات، لذا لابد من محاولة التوازي والتزامن في تصحيح كل الأبعاد والمجالات.

– تغيير الصورة يحتاج إلى سياسة النفس الطويل، وإلى العمل المتعاقب المتصل لا العمل المنقطع المنفصل.

– الحاجة إلى التخطيط وإلى أسلوب التقديم المقنع للصورة المرغوب نقلها.

– الاعتماد على أنشطة غير مباشرة، فإدراك الآخرين أنك تفعل هذا النشاط بغرض تحسين صورتك قد يكون مردوده سلبيا.

– الاعتماد على الجهود المنسقة والمنسجمة، البعيدة عن السياسات القطرية المجزأة.

– هذا وقد قدمت عدة مشاريع للجامعة العربية من بينها إنشاء مؤسسة عربية للعلاقات الدولية تعمل كوكالة اجتماعية وثقافية وإعلامية مستقلة، يكون هدفها الرئيسي تنمية صداقة وتفاهم أفضل بين العرب وبقية العالم، هذه المؤسسة التي يكون مركزها الولايات المتحدة الأمريكية أو فروعها في أوروبا تعمل على مصرفا للبيانات الأولية ولخزن المعلومات عن الوطن العربي وإنتاجها ونشرها على نطاق واسع [35].

– تغيير صورة المسلمين يحتاج إلى تكاثف جهود جميع المؤسسات خاصة الموجودة في الغرب، مع ضرورة تسويق المغتربين لصور مشرفة وإيجابية بحسن سلوكياتهم.

– لا بد أن نحسن صورتنا عن أنفسنا أولا قبل أن نحاول تغيير صورتنا لدى الآخرين، فسيطرة الشعور بالدونية والعجز قد تكون أقوى العوائق.

– إن إزالة الصورة المشوهة عن الإسلام والمسلمين التي استقرت في أذهان الرأي العام العالمي يحتاج إلى توظيف كافة الوسائل الإعلامية وإظهار الإسلام بصورته الحقيقية المشرفة، مع الأخذ بالحسبان المنطلقات الدعائية المعادية للإسلام ، وذلك من خلال الرد عليها بالحجج والآليات المناسبة [36].

– إن الصورة الجيدة هي مخرج من مخرجات القوة الذاتية للأمة فلا صورة جيدة لأمة متمزقة وضعيفة، ومن ثم فلا بد أن يكون ميزان القوة في صالحنا حتى تكون صورتنا جيدة أو على الأقل ليست سلبية.

– تطبيق وترجمة الحد الأدنى من توصيات الندوات والمحاضرات العربية والإسلامية التي تناقش وتتعرض لصورة الإسلام في الغرب وفي الإعلام الغربي من خلال عمل مؤسسي منظّم.

– التفعيل العالمي للإعلام الإسلامي والتركيز على الدور المنوط بالأقليات المسلمة في الغرب [37].

– كما يرى الكثير من الباحثين المهتمين بالموضوع أن الرد على حملات التشويه الإعلامي، يجب أن يرتكز على بعدين متكاملين [38].

– تفنيد الشبهات والافتراءات والآراء الكاذبة عن الإسلام والمسلمين من خلال رصد ما يقال عن الإسلام في وسائل الإعلام الغربية.

– بناء صورة بديلة من خلال تقديم الإسلام وحضارته للآخر وفق أنها صورة التشويق والإقناع والتأثير التي يؤمل أن تحل محل صور التشويه والتضليل الإعلامي.

هذا وقد رأت الدكتورة **مي العبد الله** والدكتور **محمد الخولي**، أنه يجب التفكير بدور الإعلام العربي وبنية هذا الخطاب الموجه للمتلقي الغربي، وتغييره جذريا مع ضرورة عصرنته وتحريره من دائرة المكان الذي تمت فيه كتابته، وهذا من خلال تقديم الاقتراحات الآتية [39].(مي العبد الله، محمد الخولي،2002،ص107).

– التفكير بخلق خطاب إعلامي جديد.
– إنشاء مرصد عربي مركزي لوسائل الإعلام الغربية.
– إنشاء مركز عربي للأبحاث حول أساليب الإقناع.
– استعمال وسائل الإعلام الجديدة.
– إنشاء بنك معلومات إلكتروني خاص بالقضايا المسلمين والإسلام.
– إنشاء مركز استشراف إعلامي عربي.

خاتمـــة:

لقد تبين لنا أن خطاب الإعلام الغربي لم يتوانى في إظهار الإسلام والمسلمين بصورة نمطية سلبية، نتيجة لعوامل نفسية تاريخية (العداء للإسلام، الشعور الغربي بالتفوق) أو سياسية (الرغبة في الهيمنة وبسط النفوذ، الأحداث السياسية المعاصرة، هجرة المسلمين إلى الغرب) أو العوامل الذاتية للعرب والمسلمين (ضمور الفاعلية الحضارية للمسلمين، غياب إعلام عربي قوي) أو غيرها من العوامل، حيث تساندت وظيفيا جل الوسائل الإعلامية على اختلاف مشاربها وتوجهاتها لتقديم صورة فيها الكثير من التزييف عن حقيقة الدين الإسلامي أولا، وعن الشخصية الإسلامية ثانيا.

هذا على الرغم من تزايد أعداد المسلمين المهاجرين إلى أوروبا وأمريكا، خاصة النوابغ منهم، واعتماد هذه الدول عليهم في مجالات العلوم، والطب والهندسة وحتى القطاعات الحساسة، غير أن هذه الصورة لم تقدم في الوسائل الإعلامية الجماهيرية، بل عكس ذلك تماما، حسب ما بيناه في هذا البحث.

قائمة المراجع

[01] أيمن منصور ندا(2004)،**الصورة الذهنية والإعلامية (عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير)**، مصر، المدينة برس، ص19.

[02] Webster's New Collegiate Dictionary(1977), Spring Field, mass: G& Cimmerian co,.P, 571.

[03] علي عجوة(د.س)**العلاقات العامة والصور الذهنية**، عالم الكتب، القاهرة، ص06.

[04] مصطفى يوسف كافي(2016)، **العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ص59.

[05] Synder, Beth (2015)."Amaster Yard Upends Elite Image in Advertising Age, (Electronic), Midwest Region Edition, USA Vol. 7, No, p97.

[06] يامن بودهان(2013)،**تحولات الإعلام المعاصر**، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، ص43.

[07] باقر موسى(2014)،**الصورة الذهنية في العلاقات العامة**، عمان، نبلاء ناشرون وموزعون، دار أسامة للنشر والتوزيع ،ص56.

[08] أديب خضور(2002)،**صورة العرب في الإعلام الغربي (عوامل تكوين الصورة... وسائل ترويج الصورة... إمكانيات التغيير)**، دمشق، عالم المعرفة،ص 14.

[09] يامن بودهان(2013)،**تحولات الإعلام المعاصر**، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،ص40.

[10] يامن بودهان(2013)،**تحولات الإعلام المعاصر**، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ص42.

[11] أيمن منصور ندا(2004)،**الصورة الذهنية والإعلامية (عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير)**، مصر، المدينة برس، ص111.

[12] سليمان صالح(2005)،**وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية**، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ص191-194.

[13]سامية غشير(2017) الصورة الذهنية للإسلام في وسائل الإعلام الغربية متاح على الرابط https://www.aljazeera.net/blogs/2017/4/30.

[14] أفنان قطب، آلاء بكر الشيخ(2021). **نظريات الإعلام الجديد والعلاقات العامة: الممارسات والتطبيق**، المملكة العربية السعودية ،ص198.

[15] علي خليل شقرة(2015)،**الإعلام والصورة النمطية (صورة العرب والمسلمين نموذجا)**، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون ،ص36-37.

[16] صلاح روان(2020)، الإستشراق، متاح على الرابط: https://www.almrsal.com/post/.

[17] السيد عليوة(2002)،**تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة**، مصر، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ص43.

[18] محمد غياث مكتبي(2010)،**الإعلام الإسلامي بين الأصالة والمعاصرة**، دمشق، دار المكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ص798.

[19] محمد بشاري (2004)، **صورة الإسلام في الإعلام الغربي، ط1، دار الفكر،– دمشق.**

[20] علي خليل شقرة(2015)،**الإعلام والصورة النمطية (صورة العرب والمسلمين نموذجا)**، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون ،ص91.

[21] علي خليل شقرة(2015)،**الإعلام والصورة النمطية (صورة العرب والمسلمين نموذجا)**، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون ،ص85-86.

[22] إدوارد سعيد(2011)، **تغطيـة الإســلام**، ترجمة محمد كرزون، دمشق، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، ص37.

[23] عبد الجبار ناصر(2011)، **ثقافة الصورة في وسائل الإعلام**، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص243. [24] محمد غياث مكتبي(2010)،**الإعلام الإسلامي بين الأصالة والمعاصرة**، دمشق، دار المكتب للطباعة والنشر والتوزيع،ص800.

[25] محمد بشاري (2004)، **صورة الإسلام في الإعلام الغربي، ط1، دار الفكر،– دمشق.**

[26] علي خليل شقرة(2015)، **الإعلام والصورة النمطية (صورة العرب والمسلمين نموذجا)**، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، ص93.

[27] علي خليل شقرة(2015)، **الإعلام والصورة النمطية (صورة العرب والمسلمين نموذجا)**، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، ص103-104.

[28] محجوب بن سعيد(2010)، **الإسلام والإعلاموفوبيا (الإعلام الغربي والإسلام: تشويه وتخويف)**، دمشق، دار الفكر،ص89-90.

[29] عبد الحي زلوم(2009)، **أمريكا، إسرائيل الكبرى**، عمان، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ص93.

[30] نورة بنت عبد الله بن عدوان(2005)، **صورة المرأة المسلمة في الإعلام الغربي**، متاح على الرابط: https://www.lahaonline.com/.

[31] محجوب بن سعيد(2010)، **الإسلام والإعلاموفوبيا (الإعلام الغربي والإسلام: تشويه وتخويف)**، دمشق، دار الفكر، ص97.

[32] عبد الغني عمار(2019)، **صورة العربي والمسلم في الإعلام الأميركي المعولم**، متاح على الرابط: www.alukah.net.

[33] محمد يسري إبراهيم (2014)، **صورة الإسلام في الفكر الغربي بين القديم والحديث**، متاح على الرابط: www.alukah.net.

[34] أيمن منصور ندا(2004)،**الصورة الذهنية والإعلامية (عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير)**، مصر، المدينة برس، ص255-256.

[35] ميخائيل سليمان(2000)،**صورة العرب في عقول الأمريكيين**، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ص216.

[36] هاشم نغميش الزوبعي(2016)،**الإعلام الإسلامي التلفزيوني**، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع،ص41.

[37] سماح ضيف الله المزين(2019)، كيف يضور إعلام الغرب الإسلام؟ متاح على الرابط: https://basaer-online.com/2019.

[38] محجوب بن سعيد(2010)،**الإسلام والإعلاموفوبيا (الإعلام الغربي والإسلام: تشويه وتخويف)**، دمشق، دار الفكر، ص 100.

[39] مي العبد الله، محمد الخولي(2002)،**الإعلام والقضايا العربية بعد 11 أيلول 2001**، بيروت، دار النهضة العربي،ص107.