

## الصورة النمطية السلبية عن المسلمين في الإعلام الغربي

### *The negative stereotype of Muslims in Western media*

إدريس بولكعيبات، جامعة قسنطينة 3، الجزائر

DRISS BOULKAIBET, University of Constantine 3, Algeria

*Idris.bt@gmail.com*

ليلى بولكعيبات، جامعة قسنطينة 3، الجزائر

LEILA BOULLAIBET, University of Constantine 3, Algeria

تاريخ النشر: 2018/09/30

تاريخ القبول: 2018/09/29

تاريخ الإرسال: 2018/09/08

### ملخص

يتناول هذا المقال ما يروج من صور نمطية في الغرب حول العرب والمسلمين التي ما هي في الحقيقة سوى إعادة إنتاج لتلك الصور السلبية التي رسمت خلال العصور الوسطى. وتستخدم اليوم وسائل الإعلام الغربية التي تصنع الرأي العام هذا الوضع فتخلط بين الإسلام كدين وبين الوضع المتزدي للعالم العربي الإسلامي. إن وسائل الاعلام المعاصرة بفضل انتشارها وقوتها في الغرب تستخدم كأداة للهيمنة و التبرير للقيام بحروب استباقية مع تهيئة الرأي العام لتقبلها عبر تعزيز الصورة النمطية السلبية عن العرب والمسلمين. ولعل هذه الصورة النمطية ترسخت اليوم بعناصر جديدة من الكراهية ما أدى الى خلق فوبيا .

**الكلمات المفتاحية:** الصورة النمطية، الرأي العام، الفوبيا، وسائل الاعلام

### ABSTRACT

*This article deals with the stereotypes of the West about Arabs and Muslims, which are in reality only a reproduction of the negative images formed in the Middle Ages. The Western media are now using this situation to confuse Islam as a religion and the deterioration of the situation of the Arab-Muslim world. Contemporary media, thanks to their diffusion and power in the West, are used as a tool of domination and justification for conducting preventive wars and preparing public opinion to accept them by reinforcing negative stereotypes about Arabs and Muslims. Perhaps this stereotype is more entrenched today than ever with new elements of hate.*

**Keywords:** media, , phobia, public opinion, stereotype.

## مقدمة

يتسم المجتمع الاسلامي بالتنوع في كل المجالات: البيئة ، الوضع الاقتصادي ، درجة التخلف ، النظام السياسي السائد . وهو مجتمع انتقالي وفي حالة توتر بين قوى متناقضة ؛ حيث يشهد مظاهر الصراع بين الأوصال والحدثة، بين قوى التفتيت وقوى الوحدة ، بين الوطنية والتبعية، وهو أيضا في حالة من الصدام مع الغرب على الصعيد الخارجي .

وبمعايير التصنيف على سلم التنمية ، ينتمي المجتمع العربي الاسلامي الى فئة الدول المتخلفة ويسعى لتحقيق تنمية في المجالين البشري والاقتصادي . ولعل أهم مظاهر التخلف الواضحة في العالم العربي الاسلامي ما يلي : (1)

- أ- على الصعيد الاقتصادي : التبعية والاعتماد على تصدير المواد الأولية .
- ب- على الصعيد الاجتماعي : انتشار ظاهرة الفقر في الوقت الذي يملك العرب ثروات مهمة لاسيما الطاقة النفطية بالإضافة إلى تهميش المرأة وتفشي البطالة وسط الشباب .
- ج - سيطرة أنظمة سياسية غير ديمقراطية على الحكم : فالأنظمة والاتجاهات السائدة لا تشرك الشعب في إدارة الشأن العام .

وقد كتب الكثير في الغرب حول الاسلام والمسلمين رسمت خلالها صورة نمطية سلبية ، ولم يحرر الاستشراق نفسه من صورة العصور الوسطى عن الإسلام التي ظلت في جوهرها دون تغيير في نظر أغلب المستشرقين حتى اليوم . وتستخدم اليوم وسائل الإعلام الغربية هذا الوضع فتخلط بين الإسلام كدين و بين الوضع المتردي للعالم الإسلامي .

وتعد الكتابات لدى أغلب المثقفين الغربيين عند تناول الشرق وإسلام امتداداً للصورة الذهنية السلبية عن هذا العالم .

ومع انتشار وسائل الاعلام المعاصرة تم توظيف تلك الصورة النمطية السلبية ما أدى الى تشكل ظاهرة الاسلامفوبيا ، أي الخوف من الاسلام والمسلمين واعتبارهم خطرا يجب التخلص منه . و كتاب " صدام الحضارات " لـ " هيغنتونغ " يلخص هذا الوقف . وهو موقف يزرع الكراهية ويدعو للصدام مع المسلمين باعتبارهم يحملون ايديولوجيا معادية للغرب وتسعى الى تدميره . أحداث الحادي عشر من سبتمبر توظف كحجة لترسيخ تلك الصورة .

فما المقصود بالصورة النمطية ؟ وكيف تتشكل ؟

### 1 - الصورة النمطية:

مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين استخدم مصطلح الصورة الذهنية *Image* كمصطلح له علاقة بالمؤسسات ، لكن ما لبث أن استخدم في الأنشطة السياسية والإعلامية . وتعتبر وسائل الإعلام أهم مؤثرات صنع الصورة الذهنية عن الآخر المختلف .

و يرادف الصورة الذهنية مصطلح مصطلح الصورة النمطية "Stereotype" التي يعرفها معجم المصطلحات الإعلامية الـ *Stereotype* بالرموز المشتركة للجماهير ، مثل الحكم والأمثلة والأساطير والأغنيات الشعبية ، أي أنها التصورات حول أشياء معينة لدى الناس. (2)

وتحدد الدراسات اختلاف الصورة الذهنية عن الصورة النمطية في نقطتين مهمتين هما :  
أ- أن الصورة الذهنية يمكن تغييرها، إذ أنها تتسم بالثبات النسبي، أما الصورة النمطية فهي تقاوم التغيير فمن الصعب تغييرها.

ب- غالباً ما تكون الصورة النمطية متحيزة ، فهي في الغالب سلبية عكس الصورة الذهنية التي تكون أحيانا إيجابية ، وفي ظروف أخرى سلبية .

وقد دخل مفهوم الصورة الذهنية إلى حقل دراسات السلوك الدولي خاصة بعد الحرب العالمية الثانية، من خلال الاهتمام بالصورة النمطية القومية التي توصف بأنها السمات الشائعة الثابتة التي تسري على شعب ما من طرف شعب آخر ، و التي تأخذ شكل عقيدة جماعية و التي تصاغ على أساس غير علمي أو موضوعي، متأثراً بأفكار متعصبة تتسم بالتبسيط في تصورهما للآخر . و كون الصورة النمطية جزءاً من الصورة الذهنية ، فإن ذلك لا يعني إن كل صورة ذهنية هي صورة نمطية ، إذ أن مفهوم الصورة الذهنية أوسع وأشمل .

ولا تقوم الصورة النمطية بوظيفة إخبارية بل بوظيفة توجيهية، إذ توجهنا إلى تصنيف الناس أو الأشياء أو الأحداث موضوع المناقشة عبر إفشاء غير مقصود لكي نشعراً و نتحرك بالطرق المقترحة عبر مصطلحات التصنيف و ما تحمله هذه المصطلحات من معان .

و ليست كل الصور التي يملكها الفرد عن عالمه قد تشكلت عن طريق الخبرات الشخصية . فهناك صور تحدد مواقف الأفراد و سلوكهم سابق على التجربة ، أي أنها تشكلت لديهم عن طريق التنشئة و الثقافة التي ينتمون إليها ، و هي ما يطلق عليه الصورة النمطية *stéréotype* . و في اللغة العربية هناك من يستخدم مفهوم " المستبقات " كمرادف للصورة النمطية ، و قد عرفها " أوتو كلينبورغ Otto Klineberg " على أنها " أحكام سابقة على التجربة ، أي أنها مجموعة من العواطف و من ردود الفعل تجاه شخص أو شيء ما ، بشكل سابق لكل تجربة حقيقية و بالتالي غير معتمد عليها . و قد تكون المستبقات إما إيجابية و إما سلبية ، كما تتصل بعدد كبير من الأشياء المختلفة " (3).

و ورد في معجم " *Lexique d'information communication* " و الذي ألفه مجموعة من الباحثين الفرنسيين المتخصصين في الاتصال ، أن الصورة النمطية هي " نوع من الأفكار الجاهزة أو الأحكام المسبقة ، أنها في الغالب جماعية متجذرة في عمق التصورات ، و هي مستمرة ، و هي تصور مبسط للآخر . و يعود ذلك في العموم لقلق يكون قد مر به الفرد إزاء ما يمكن أن يكون غريباً عنه أو صعب الوصول إليه " (4).

وما يلاحظ على هذا التعريف ، هو أن الصورة النمطية ، لها خلفية جماعية . وعلى هذا الأساس يذهب "أوتو كلينبورغ" إلى أنه في عالم غير متجانس ، تظل الصورة النمطية موجودة دائما ، أي أنها توجد حينما يكون هناك الغريب أو المختلف .

وقد طور "أمبري Embrée" ورويتير Reuter " هذه الفكرة إلى ما أسماه "كراهية المختلف" (5). وقد ذهب بعض الباحثين إلى أن كراهية المختلف تنشأ عن الفروق الثقافية ، حيث أن الفرق في العادات و القيم قد ينشئ صورا من سوء التفاهم يساعد على خلق التعادي المتبادل .

وتلعب وسائل الإعلام دورا في عملية تعلم المواقف السائدة ، وتؤكد ذلك الدراسة التحليلية التي قام بها "بيرلسون Berlsion" و سالتير Salter " للمبتكرات الخيالية المنشورة في المجلات الأمريكية ، " فقد قام هذان الباحثان بتحليل كمي لمحتوى 198 قصة نشرت عام 1937 و عام 1943 في ثماني مجلات هي المقروءة أكثر من غيرها في الولايات المتحدة ، و دللت النتائج على أن الطريقة التي يتصور بها الأمريكي مختلفة جدا عن الطريقة التي يعرف بها أحد أفراد جماعة الأقليات ، أو الجماعات الأجنبية ، وعلى الجملة كان هؤلاء الأخيرين يوصفون على طريقة المحنطات السائدة عنهم ، بحيث أن الإيطالي كان دوما شقيا كبيرا ، والأسود كان دوما جاهلا مضحكا في جهله ، واليهودي خبيثا محتالا ، والاييرلندي سريع الهيجان. وبحسب هذين الباحثين أن هذا النوع من الأدب من شأنه أن ينمي ميل القراء إلى أن يعزو للجماعات الأجنبية والأقليات صورا ، محنطة ويجعلهم يشعرون كما لو أنهم اكتشفوا البرهان على وجود هذه السمات المحنطة " (6). من خلال هذا يتبين أن هناك استخدام لمصطلحين في مجال الصورة ، وهما الصورة الذهنية والصورة النمطية .

فالصورة النمطية هي "تعميم" ، فعادة ما تكون رديئة وغير كاملة وغير متوازنة ومتحيزة ، وتمنع تكوين صورة صادقة أو واقعية . فعملية التفكير نفسها تنطوي على التجريد والاختيار والتركيز على خصائص معينة سائدة أو جوانب معينة تلائم أفكار الفرد المسبقة ، أي أن عملية التفكير نفسها تنطوي على بناء أو تكوين صور نمطية . (7)

فالصور النمطية ليست مؤشرات صحيحة عن الواقع ، وإنما هي بمثابة أحكام وتقييم لما نراه على ضوء تحيزنا وقيمنا ومبادئنا .

## 2- تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الصورة :

لا بد أن نعترف أن لوسائل الإعلام تأثيرا هاما ، سواء أكانت معلومات الفرد عميقة أو ضحلة ، واسعة أو ضيقة ؛ حيث أننا نحصل على المعلومات عن الناس والمشاكل والأحداث أساسا من وسائل الإعلام ، إذ أن التعرض لها يزيد حتما من معلومات الفرد .

ومن المعروف أن الأفراد يخصصون في المتوسط ما لا يقل عن 6 ساعات يوميا لوسائل الإعلام ، ومن المؤكد أن تعرض الفرد يوميا لهذه الوسائل خلال الانتخابات ، يجعله يأخذ قدرا كبيرا من المعلومات منها ويحتفظ بها . (8)

وقد أصبحت وسائل الإعلام الوسيلة الأساسية التي تقدم التفسيرات إلى الناس خصوصا أنهم يبنون أفكارهم عن واقع لم يشاهدوه فعلا. وبالتالي فإنهم يبنون المعاني أو الصور عن الحقائق الاجتماعية أو المادية من خلال التعرض لوسائل الإعلام. فالفرد يحصل على المعلومات والآراء والمواقف من وسائل الإعلام التي تساعد في تكوين تصور للعالم الذي يعيش فيه. فهو يعتمد عليها في التعرف على الواقع المحيط به. ويرى " ويلبور شرام " أن حوالي 70% من الصور التي يبنها الإنسان عن عالمه مصدرها وسائل الإعلام الجماهيري، حيث تعد احتمالات تأثر الفرد بما يتعرض له من هذه الوسائل كبيرة، وتلعب المعلومات التي تتناقلها وسائل الإعلام وخاصة تلك التي تتصف بالاستمرارية، دورا في تكوين معارف الجمهور وانطباعاته وتؤدي في النهاية - ربما بعد مناقشتنا - مع الذات والغير إلى تشكيل الصور الذهنية التي تؤثر في تصرفات الناس. (9)

وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في مجال صنع الصور لدى الجماهير إلى الحد الذي يشعر فيه المتلقي أنه التقى فعلا بالشخصيات التي تتناولها هذه الوسائل. وهذه الأخيرة لم تعد أدوات لنقل المعلومات فحسب وإنما أصبحت أدوات لتوجيه الأفراد والجماعات وتكوين مواقفهم الفكرية. وتسهم وسائل الإعلام بشكل أساسي في خلق وتكوين ما يسمى " بيئة الرأي العام ". (10)

إن وسائل الإعلام تقوم بتبسيط المعارف الجديدة وتقديمها للجمهور في جرعات سهلة الهضم لعدم قدرة أي فرد على ملاحقة السيل الجارف من المعلومات التي تصله عبر وسائل الاتصال.

ويرى " والتر ليبمان " في كتابه " الرأي العام " أن " وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل بيانات زائفة في عقول الجماهير وتعمل على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع ". (11)

وفي دراسة أخرى ركز " والتر ليبمان " على التأثير المتراكم للمعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام في رسم الصور السياسية لعامة الناس في فترة الانتخابات. وزعم " أن وسائل الإعلام هي التي تبني القضايا وتحدد الشخصيات، وتقوم بتلك الوظيفة على فترة طويلة، وبالتالي يكون من الصعب إدراك هذا التأثير ورؤيته على الطبيعة. وغالبا ما يتم هذا التأثير بشكل غير مباشر من خلال تهيئة المناخ السياسي ورسم الصور الذهنية للأحزاب والمرشحين، وبالتالي تؤثر وسائل الإعلام في النهاية على أصوات الناخبين " (12).

ولعل هذا ما يفسر التساؤلات التي ظهرت حول قيام وسائل الإعلام بهذا الدور منها: هل يحدث التباين بين الواقع والصور التي ترسمها وسائل الإعلام بتأثير تقنيات العمل، أم يحدث بتأثير ضغوط تحدد سياسة النشر؟ ومن هم المستفيدون من وجود هذا التباين بين الواقع والصور التي ترسمها وسائل الإعلام؟

ويرى " دنيس ماكويل " خلال مناقشته لهذه الأفكار أنها تحريف وتجاهل للحقائق، وهو بذلك يؤكد على أن لها أدوارا هادفة أو مقصودة، تجد لها صدى في النظرية الوظيفية. (13)

وتوجد الكثير من العوامل التي تهيئ وسائل الإعلام لهذا الدور منها:

1- الانتشار الواسع ، وقدرتها البالغة على الاستقطاب والإبهار ، حيث أسهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مد واتساع نطاق تغطية وسائل الإعلام بمختلف أشكالها ، كما أسهمت في تغيير شكل وأسلوب عملها عموماً والتلفزيون خصوصاً .

2- السيطرة على أوقات الأفراد ، ومنافستها الشديدة للمؤسسات الاجتماعية الأخرى في مجال التأثير الجماهيري .

3- إيقاع العصر الحالي الذي يتسم بالسرعة من ناحية ، وبعزلة الأفراد عن بعضهم البعض ، مما يجعلها مصدر للشعور بالمشاركة وعدم العزلة . (14)

وقد أشارت عدة دراسات إلى أن وسائل الإعلام تنجح في تكوين انطباعات وصور ذهنية إيجابية أو سلبية و بشكل نمطي في ظروف محددة ، ولاسيما حينما تكون لدينا معلومات مسبقة عن الموضوع ، وحينما تجمع كل الوسائل على تقديم صور معينة نمطية لا تتغير . وترى " جهان الرشتي " أنه من الأسر على وسائل الإعلام تقديم الصور النمطية ، بينما يصعب عليها تعديل أو تغيير هذه الصور .

ويرى البعض أن دور وسائل الإعلام في تقديم الصورة النمطية ، يتوافق و ميل الأفراد إلى التصنيف النمطي للأشخاص والأشياء من حولهم ، لما لهذا التصنيف من وظائف نفسية :

1- يحقق هذا التصنيف للفرد ، قدراً كبيراً من اقتصاد الجهد بما يقدمه من أطر عامة جاهزة ، تكفل له التعامل مع الآخرين و التنبؤ بسلوكهم دون إمعان النظر في خصائصهم الفردية .

2- يضيق من نطاق الجهل في التعامل مع الآخرين ، و ذلك لما يقدمه من معرفة مسبقة بما يمكن أن تكون عليه صورة الآخرين خلال تعاملهم معه .

3- عملية التصنيف بما تتضمنه من تعميم و اختزال ، إنما تحقق هدفاً أساسياً من الأهداف التوافقية للمعرفة الإنسانية بوجه عام . (15)

و عموماً ، فإن عمل وسائل الإعلام في رسم الصورة لدى الأفراد ، لا يكون بمنأى عن العوامل الاجتماعية الأخرى . فالفرد المتابع لوسائل الإعلام يتموضع في بيئة اجتماعية معينة ، بمختلف مكوناتها التي من شأنها التأثير عليه بما في ذلك طبيعة التنشئة التي تلقاها ، دور الاتصال الشخصي في حياته ، طبيعة المكون الثقافي و أثره في شخصيته و بالتالي في سلوكه ، إلى غير ذلك من العوامل التي تلعب دوراً أساسياً في حياة الفرد . و من هنا ، فإن تكوين الصورة لديه لا يمكن أن يكون بأي حال من الأحوال ناجماً عن وسائل الإعلام فحسب ، رغم الأهمية البالغة لهذه الوسائل في الوقت الحالي ، كما أن طبيعة الصورة المكونة تحكمها هي الأخرى عوامل متعددة . فهي ليست دائماً سلبية كما أنها ليست دائماً إيجابية وهي ليست دائماً نمطية ؛ و إنما يتوقف هذا على الكم المعرفي الذي يمتلكه الشخص حول موضوع ما ( سواء كان إيجابياً أو سلبياً ) . و في حالات أخرى ، حيث لا يكون لدى الفرد معلومات عن موضوع أو شخصية أو شيء ما تصبح وسائل الإعلام المصدر الأساسي لتكوين الصورة لديه .

وهنا يجب أن نميز بين عمل وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة ، حيث يزعم " ديفيد ميرمان سكوت " ، أن " الدعايات في الوسائل السمعية والمكتوبة لا تعمل كما يجب في الوقت الحاضر . فقد كانت صالحة عندما لم يكن الإنترنت موجودا " (16) .

ويختلف دور وسائل الإعلام ، بغض النظر عن كونها تقليدية أو حديثة ، حسب نمط الحياة الاجتماعية التي تتواجد بها ، فهي في المجتمعات المتخلفة ينتظر منها أن تعمل على تقديم صورة مرغوبة لسياسات التنمية حتى ينخرط فيها الناس وبالتالي فهي تحث على التغيير ، بينما في المجتمعات المتقدمة تركز أكثر على الضبط الاجتماعي من أجل إعادة إنتاج المجتمع ، أي أنها تحث على الاستقرار . (17)

أما الأساليب التي تستعملها وسائل الإعلام في صنع الصورة الذهنية فهي: توجيه القارئ على وسائل الإعلام للمعلومات وهي إحدى الطرق المؤثرة في تكوين الصور في عقول الآخرين ، وهؤلاء القارئون هم الحكومة والنخب الحاكمة في وسائل الإعلام الذين يختارون من المعلومات ما يناسب اهتماماتهم ويخفون ما لا يريدون نشره وتوزيعه .

ولا تكتفي المؤسسات الإعلامية بانتقاء الأخبار التي تصب في مصلحتها وتتجاهل حقائق أخرى ، بل تلجأ إلى تلوين الحدث نفسه وتحريفه من أجل أن يعرض ويفسر لمصلحة الوضع القائم وتلوين الخبر هو تعمد إبراز وجه خاص منه وإخفاء وجه آخر. ويؤدي هذا التلوين بدوره إلى تكوين صور ذهنية خاطئة عن الأحداث في أذهان المتلقين .

وتشير نتائج الدراسات والبحوث الإعلامية إلى أن الرسائل التي تتكرر يتذكرها الفرد أكثر من غيرها. ولكي لا يمل الناس من هذا التكرار، فإنها تلجأ إلى تنوع المضمون نفسه بأشكال مختلفة. و يواجه المسلمون حملات منظمة تقف وراءها دوافع سياسية .

### 3- الصورة النمطية عن المسلمين في الإعلام الغربي:

تعد السينما والتلفزيون من وسائل الإعلام الرئيسية التي تساهم في تكوين الرأي العام . فالسينما ، منذ بدايتها في أوائل هذا القرن ، أثرت تأثيرا كبيرا في صورة العرب في الغرب ، وذلك بنشر صورة جديدة أو تثبيت أو ترويح الصورة والقوالب الذهنية القائمة أصلا . و الصورة الرئيسية التي حاولت السينما ترويحها شعبيا في العشرينات عن العرب ، هي رقص هز البطن والسرقة والقرصنة و الصورة الرومانسية ، كان هز البطن صورة لصيقة مقترنة بالعرب ، لاسيما في مصر ، في عدد من الأفلام مثل " مصر الصغيرة " (1920) ، " الراقصة المصرية " (1920) ، " رقصة النيل " (1923) (18) .

غير أن أكثر الأفلام رواجاً وأكثرها تأثيراً على العموم ، والتي ساعدت على جعل صورة العرب رومانسية الطابع ، فيلم " الشيخ " (1921). يقول لويس جاكوبز عن نجاح هذا الفيلم: " في فترة خيبة الأمل والحيرة التي سادت بعد الحرب العالمية الأولى ، طلب أكثر الناس الهروب من الواقع . فسارعت الأفلام إلى تقديم بدائل للحياة وذلك على شكل روايات متطرفة وكلها تقدم قناعة بديلة وروعة بصرية باهرة .

في الثلاثينات و الأربعينات ، شهدت الفترة ظهور موضوع جديد يصور العرب أوغادا غامضين يقاتلون " الأبطال " الفرنسيين و البريطانيين .

كذلك شهدت المواضيع السياسية و السياسية - الدينية اهتماما ، فقد غدت الحرب الدينية و المغامرات التي تزج بالمسيحية و الاسلام موضوعا مركزيا لأفلام عديدة . و أشهر فيلم في هذه الفترة ، هو فيلم " الصليبيون " (1935) ، الذي يصور العرب المسلمين و هم يقاتلون المسيحيين في القدس ، و يظهر الفيلم كذلك ريكاردو قلب الأسد ، ملك إنجلترا ، و هو يقاتل صلاح الدين في فترة " حارب فيها المسيحية كلها ضد الاسلام كله " ، (19) و جرى في هذا الفيلم تصوير صلاح الدين بصورة حسنة بصفته سلطان الاسلام العظيم . و ظهرت صورة العرب كأوغاد و تجار رقيق و غادرين و متعصبين و متعاطشين للدماء في فيلم " الريشات الأربع " (1939) ، و الذي اقتبست قصته من حملة كتشنر (Kitchener) المصرية في السودان .

بيد أن صورة النزوات عن العرب هي التي سادت سينما الأربعينات . فكانت أفلام " لص بغداد " (1941) ، و " علي بابا و الأربعين حرامي " ( 1944 ) ، و " الليالي العربية ) (1942) ، و " ألف ليلة و ليلة " (1945) ، و " السندباد البحري " (1947) ، من بين أفلام النزوات التي صورت العرب في إطار من المكائد و المطاردات في الصحراء و المعارك و البساط الطائر و الجن و الخيول المجنحة ، و هي تضاهي ، بطريقة خيالية ، تقليد المستشرقين البريطانيين في القرن الماضي . (20)

إن الصورة الرومانسية المبالغ فيها عن النزوات و التي كانت في الأربعينات قد تضاءلت ، ولكنها لم تختف أبدا ، بل أفسحت المجال إلى صورة جديدة سيئة و غير متعاطفة في الخمسينات و الستينات مثل : " البداية " و القسوة ضد اليهود . إن فيلم " سيف في الصحراء " (1949) ، و فيلم " الخروج " (Exodus) (1960) ، هما نموذجيان في هذا الصدد ، و يصوران العرب " كمتخلفين " و " إرهابيين " و تهديد لدولة اسرائيل . يظهر فيلم " الخروج " العرب بصفهم أعداء اليهود . و يظهر شخصيات يهودية و هي " تقاتل " من أجل القضية اليهودية و ضد " الإرهابيين " العرب . يحاول الفيلم كذلك أن يشين العرب " المتخلفين " " الإرهابيين " الذين يظهرون بعباءاتهم المهفهفة كعلامة على تأخرهم . كما يشير الفيلم إلى أن العرب كانوا بقيادة " عربي نازي " . (21)

و مع أن عدد الأفلام الخاصة بالعرب كان أقل في الستينات ، و لكن فيلم " الخروج " مع فيلمين رائجين آخرين هما " لورنس العرب " (1962) ، و " الخرطوم " (1966) ، أسهمت كثيرا في رسم صورة العرب في تلك الحقبة . ففي فيلم " الخرطوم " يظهر العرب " كمتعصبين " بقيادة زعيم ديني متعصب هو المهدي و هم يقاتلون الجيش البريطاني . فضلا عن ذلك حاول الفيلم أن يبين " إنسانية " الانجليز و " قسوة " و " عدم إنسانية " العرب الذين أظهروا كتجار رقيق و حملة رماح متوحشين .

و يبدو أن فيلم " لونس العرب " كان من أكثر الأفلام رواجاً و منه استمد كثير من الناس في الغرب ما يحملونه من صورة عن العرب . و الصورة الأساسية التي أراد الفيلم أن يظهرها و يروجها هي " نمط الحياة البدوية " ، و " تفوق " الانجليز من خلال لونس الذي لولاه لما استطاع " البدو " أن يتحدوا أو يكسبوا المعركة

ضد الأتراك ، ويظهرون كمحاربين شرسي القسما و ذوي أنساق غريبة من القيم تختلف عن نسق الإنجليز . أما الموضوع الذي يتراءى في الفيلم فهو عن الحكام العرب الذين يسعون وراء المنفعة ويفتقرون إلى المبدأ . وثمة تطور حديث مثير للاهتمام في التغطية التلفزيونية ألا وهو العودة إلى صورة الاسلام القديمة كدين بربري و خطير على الديمقراطية الغربية و مصالح الغرب و يجري ابراز هذا الهلع و هذه الفوبيا من الاسلام (Islamophobia) و تسويغه من خلال ( الممارسة ) الخمينية لشريعة العقوبات الاسلامية .

وقد أظهر ادوارد سعيد في كتابه المعنون " تغطية الاسلام " ، ( 22 ) كيف عززت وسائل الاعلام الحالية صورة الهلع و الفوبيا من الاسلام عن طريق تغطيتها للرهائن الأمريكيين و للخميني . و هو يجادل كذلك كيف جعلت وسائل الاعلام الإسلام مسؤولاً عن سعر النفط و أزمة الطاقة ، و ما رافقها من آثار ضارة على المجتمعات الغربية. إن " القسوة " العربية " و " عدم إنسانية " العرب هما في الواقع من المواضيع المتكررة في التلفزيون البريطاني . و كان أحد الأفلام الذي قدم تقويماً مقارناً للإرهاب يثير الاهتمام هو " غارة على إينتبي " ( Raid on Entebbe ) ( قناة أي.تي. في ، 18 أكتوبر ، 1981 ) ، كان الجمهور يشاهد طيلة الفيلم " البطولة " الاسرائيلية في الغارة على مطار " إينتبي " في أوغندا ، حيث كان الفلسطينيون يحتجزون رهائن مدنيين لافتدائهم ببعض الفلسطينيين المسجونين في سجون اسرائيل . كان الفيلم دعائياً ، إذ أنه عرض الفلسطينيين " كإرهابيين " لا يرحمون ، و " قتلة " و قساة و غير إنسانيين من ناحية ، و عرض الإسرائيليين كإنسانيين و ديمقراطيين و بطوليين من ناحية أخرى . ( 23 )

و من الواضح أن العالم العربي يواجه تحدياً ثقافياً حقيقياً لقلب صورة العربي التي هي صناعة استشراقية خالصة ، وعليه ضبط استراتيجية ثقافية تقوم كما يقول " السيد يسين " على بلورة مبادرة حضارية عربية تكون هي أساس اسهام العرب المعاصرين في حوار الحضارات الذي سيأخذ أحياناً شكل صراع الحضارات . و يضيف أن غياب هذه الرؤية هو أحد أسباب تشويه صورة العرب و المسلمين في وسائل الاعلام العالمية . فنحن نقنع برد الفعل على تشويه صورتنا لأننا لانملك الفعل " . ( 24 )

و يتضح للمواطن العربي من خلال تعرضه للقنوات التلفزيونية الفضائية الوافدة حقائق كثيرة عن القوى التي تحرك الأحداث ، أو تلك التي تلعب دوراً مهماً في القرارات السياسية ، و منها يكتشف أن الدور السياسي للأمة العربية في السياسة الدولية هو دور عابر ... كما أن الوطن العربي يظهر في الغالب في أعمال التخريب و الإزهاق و الحروب و المصادمات ... و يغيب العرب عن أخبار التقدم و عن أخبار الانجازات ... إذ يرى العرب أنفسهم عبر هذه القنوات في مواقف غير مرغوب فيها " ( 25 )

## والخلاصة

إن وسائل الاعلام المعاصرة بفضل انتشارها وتطورها في الغرب تستخدم كأداة من أدوات الهيمنة و التبرير للقيام بحروب استباقية ؛ حيث تعمل على تهيئة الرأي العام عبر تعزيز الصورة النمطية السلبية عن السلام والمسلمين والتي شكلها المستشرقون قبل مائتي سنة خلال رحلاتهم الى الشرق. ولعل هذه الصورة النمطية أضيفت اليها اليوم عناصر جديدة من الكراهية .

## قائمة المصادر والمراجع

- 1- حليم بركات ، المجتمع العربي المعاصر ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت 1984 ص 21
- 2- محمد فريد محمود عزت ، قاموس المصطلحات الإعلامية ، دار ومكتبة الهلال ، بيروت 2010 ، ص 318 .
- 3- أوتو كليبرغ ، علم النفس الاجتماعي ، ترجمة /حافظ الجمالي ، الجزء الثاني الطبعة العمومية بدمشق ، 1964 ، ص 229 .
- 4- *Lexique d'information communication , Dalloz , Paris , 2006, P 423.*
- 5- أوتو كليبرغ، مرجع سابق ، ص 230 .
- 6- المرجع نفسه ، ص 233 .
- 7- عاطف عدلي ، صورة المعلم في وسائل الإعلام ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2001، ص 25
- 8- حسن عماد مكاي ، ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2003 ، ص 28 .
- 9- المرجع نفسه ، ص 289.290 .
- 10 - *Sehudson ( Michael) , , Le pouvoir des medias , traduction/ Manique Berry nouveaux horizons , Paris 2001, p 254 .*
- 11- *Ibidem , 256*
- 12- *Ibid; p 263 .*
- 13- محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، القاهرة ، ص 252-253
- 14- أيمن منصور ندا ، الصورة الذهنية والإعلامية ، المدينة برس ، القاهرة ، 2004 ، ص 11-112 .
- 15- سحر محمد وهي ، بحوث في الاتصال ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 1996 ، ص 179-180 .
- 16- ديفيد ميرمان سكوت ، القواعد الجديدة للتسويق والعلاقات العامة ، ترجمة / ديب القيس ، دار الكتاب العربي ، بيروت ، 2009 ، ص 59
- 17 - إدريس بولكعبيبات ، وسائل الإعلام و التغيير الثقافي ، ( مقال ضمن مؤلف جماعي) بعنوان : العولمة و الهوية الثقافية ، مخبر علم الاتصال للبحث و الترجمة ، 2010- قسنطينة ، ص 136-139 .
- 18 - حلبي خضر ، صورة العرب في الصحافة البريطانية ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت 1988 ، ص 120 .
- 19- المرجع السابق ، ص 121 .
- 20- المرجع السابق ، ص 122 .
- 21- المرجع السابق ، ص 122 .
- 22- المرجع السابق ، ص 128 .
- 23- المرجع السابق ، ص 129 .
- 24- السيد يسين ، الفكر العربي و الزمن ، ( مقال ) ، مجلة عالم الفكر تصدر عن المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، دولة الكويت ، المجلد السادس والعشرون 1998 ، ص 434 .
- 25 - مي العيد الله ، الشباب و برامج الفضائيات الغربية ، مقال منشور في مجلة "الإذاعات العربية" ، العدد 4 السنة 2006 ، ص 18 .