

إتجاهات الفضائيات الغربية نحو الصورة الذهنية للمسلمين

Attitudes of Western satellite channels towards the mental image of Muslims

أ. رايح شيباني

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة (الجزائر)

r.chibani@univ-dbkcm.dz

ملخص:	معلومات المقال
تهدف الدراسة التي بين أيدينا إلى إظهار إتجاهات الفضائيات الغربية نحو الصورة الذهنية للمسلمين وتبيان كيفية صناعة هذه الصورة في مخيال الجمهور وخاصة الغربي منه وما هي الطرق التي تتم بها وهل هي متعمدة أي تدخل في إطار الصراع الحضاري كما يقول هتغنتون أم أنها تنبع من الرؤية الحقيقية للغرب التي ترسخت عبر العصور عن صورة المسلمين، كما تهدف الدراسة إلى تبيان الكيفية التي تعالج بها هذه الفضائيات مختلف المواضيع التي تتعلق بالمسلمين من أخبار ومواضيع وحتى أفلام، وهل تحاول أن تتبنى الموضوعية في الطرح والمعالجة أم أنها تتأثر بالإيديولوجيا الغربية وبالمنطلقات والخلفيات السائدة عن الجمهور في الدول الغربية في نظرتها إلى صورة المسلمين.	تاريخ الإرسال: 10 نوفمبر 2017 تاريخ القبول: 23 ديسمبر 2017 الكلمات المفتاحية: ✓ الاتجاهات ✓ القنوات ✓ المسلمين
Abstract:	Article info
The study aims to show the trends of Western satellite channels towards the mental image of Muslims and to show how this image is made in the imagination of the public, especially the western ones, and what are the ways in which it is carried out? Which has been established over the ages about the image of Muslims, and the study also aims to show how these satellite channels deal with various topics related to Muslims, from news, topics and even movies, and are they trying to adopt objectivity in presentation and treatment, or they are they influenced by Western ideology and the prevailing perspectives and backgrounds of the audience in the countries In its view of the image of Musli	Received 10 November 2017 Accepted 23 December 2017 Keywords: ✓ Attitudes ✓ channels ✓ Muslims

مقدمة:

من اجل إدراك دلالات الصورة الذهنية سواء كانت سمعية أو بصرية وتأثيرها البالغ في الجمهور لابد من ربطها بسياق الحدث المتصلة به ضمن وسائل الاتصال الجماهيري. إن الفهم العلمي والموضوعي لظاهرة تشكيل صور نمطية عن المسلمين يفرض البحث الأسباب الظاهرة والخفية وكذا المصادر التي تسهم في تكوين تلك الصور وتغـ

وهنا يمكن القول بأن الإساءة للإسلام والمسلمين ومحاولة الترويج للصور النمطية الكريهة والمسيئة ليس أمراً جديداً في المجتمعات الغربية، فهي ظاهرة قديمة لكنها متجددة بتجدد المتغيرات المتعددة الأبعاد داخل المجتمعات الغربية (السياسية، الاجتماعية والاقتصادية). فالغرب المسيحي يستمد صورته الذهنية عن الإسلام والمسلمين من خلال المواجهة الفعلية بين الإسلام والنصرانية خلال القرون الوسطى وإلى نهاية الحروب الصليبية، وأنتجت بذلك استعادة ذاكرة الاحتكاك العنيف الذي طبع تاريخ العلاقة بين الإسلام والغرب، وتعتبر هذه الفترة التي درسها بشيء من التفصيل نورمان دانييل *Daniel Norman* في كتابه "الإسلام والغرب" حيث أكد أن الوعي الأوروبي - على وجه الخصوص - مشحون بالذاكرة التاريخية المرتبطة بمواجهة الغرب الكنيسي للإسلام، بيد أن النظرة إلى الإسلام وقتئذ كانت شعبية مفعمة بالحقد ومشبعة بالخيالات الغربية والتصورات الموغلة في التهويل والتشويه والتميع ومع تراجع الزحف الصليبي وبروز الخلافة العثمانية بزخمها وقوتها وتوسعها الكاسح، ظهر آنذاك نوع من التخوف من الإسلام والمسلمين دفع من عرفوا بالمستشرقين إلى إنحياز وإنضاج دراسات عن الإسلام والمسلمين بمختلف اللغات، شحنت بأفكار وصور نمطية سلبية مبال كثيراً في الازدراء والاستخفاف بالإسلام والمسلمين، وقد كانت الأوصاف التي استغلها المستشرقون وأطلقوها، كاشفة عن مدى التعصب والحقد الذي كان يهيمن ويسود في البلدان الغربية. أما إبان المرحلة الاستعمارية، يتضح أن واقع الاستعمار الأوروبي للبلدان الإسلامية كان منبعاً أصيلاً لكثير من الصور النمطية الزائفة التي صنعها الغرب عن الشرق، وهي الصور التي عادت فيما بعد لتزكي وتبرز نزعة الاستعمار والاستعلاء والاستغلال في الوعي والشعور الغربي. وخلال هذه المرحلة الاستعمارية، تبلور الخطاب الغربي حول الإسلام والمسلمين من خلال التركيز على أوصاف ونعوت واتهامات شكلت مجموعها ما اعتبر صوراً نمطية راسخة في المخيلة الغربية.

وفي العقود الأخيرة وابتداءً من نصف القرن العشرين، لجأت الحكومات الغربية إلى متخصصين وخبراء استراتيجيين في العلوم السياسية والاجتماعية والدراسات الإستراتيجية التي يشرف عليها في غالب الأحيان صناع القرار الغربيون من اجل جمع الصور النمطية عن الإسلام والمسلمين ووضعها في سياقات نظرية تربط في معظم الأحيان بالتحولات والمتغيرات السياسية التي تعرفها الساحة الدولية، وبذلك يسعون إلى تشكيل صور نمطية فعلية ومقولية للمسلمين بهدف تكوين وعي محدد يتلاءم ومصالح الغرب ومطامحه وبذلك يسهل تحقيق عملية الصنع والتصور وتحديد طبيعة المعرفة الواجب تشكيلها عن العالم الإسلامي وهي معرفة بالغة السلبية ومضخمة في انتهاج أسلوب التخويف والترويع والحذر وأخذ الحيلة لدى الشعوب الغربية.

أما إذا سلطنا الضوء على الدور الخطير لوسائل الإعلام الغربية المعاصرة، بكل أنواعها لوجدنا أخطر المؤسسات التي تسهم في تشكيل وتكوين صور نمطية عن الإسلام والمسلمين، هي ذاتها التي تركز على ما تفرزه جهات ومصادر أخرى مما سبق ذكره أعلاه، فتعيد صياغة وحبك تلك الصور الذهنية بما يجعلها أكثر إثارة وجاذبية. فهي بما تمتلكه من إمكانيات جبارة وقدرة هائلة على الانتشار وقوة الجذب والتأثير تعمل على جعل المادة الإعلامية التي تصنع بها الصور النمطية المسيئة مادة جماهيرية يتلقفها المشاهدون أو القراء فيتأثرون بها وتترسخ في أذهانهم بشكل طبيعي وتلقائي. فكم هي كثيرة تلك المشاهد المستفزة والموسومة بالاحتقار والتقزيم التي طالما تفتنت السينما الغربية عموماً والهوليوودية الأمريكية على الخصوص في إنتاجها يظهر المسلم في شكل رجل رث الهندام، قديم الحياة، بدائي في وسائله، يملك خيمة وجملًا وقرية ليس وكفى، متخلف، عنيف، ضعيف الهمة، لا يحسن الدفاع عن نفسه، مهزوم في كل معاركه!!

هذه الدراسة تسعى إلى تسليط الضوء على طبيعة ونمط انتاج وتسويق الصورة الذهنية للمسلمين في المجتمعات الغربية وما يمكن أن تخلفه من انطباعات وازاء ومواقف، والعوامل المساعدة في ذلك، سيما ما تعلق بوسائل الإعلام الجماهيرية البالغة التأثير، في سياق المتغير والثابت ضمن المستجدات الراهنة التي يعرفها العالم الغربي اليوم مثل الانتخابات وما أفرزته من صعود اليمين المتطرف الى سدة الحكم، او خروج بريطانيا العظمى من الاتحاد الأوروبي، تنامي ظاهرة الهجرة نحو أوروبا، ومما سبق، نطرح السؤال المحوري لهذه الورقة البحثية كالتالي: ما هو واقع والصورة الذهنية للمسلمين في وسائل الإعلام الغربية وهل كل ما ترصده من خلال ما يحدث في العالم العربي والإسلامي أو ما يصدر عن المسلمين هو تزييف للواقع أم أن هناك شيئاً من الحقيقة.

مصطلحات الدراسة:

الصورة الذهنية للمسلمين: نعني بها في هذه الدراسة، الصورة الذهنية المشوهة والمغرضة المشكلة لدى شعوب العلم الغربي عن المسلمين من خلال تعرضها لمضامين مختلف وسائل الإعلام الجماهيري. كما نقصد بها مجموع الانطباعات الذاتية للجماهير عن الفرد المسلم والتي تختلف من فرد إلى آخر وهي أيضاً المشاعر والآراء السلبية التي تخلقها وسائل الإعلام الغربية لدى مستخدميها بتأثير المعلومات المقدمة حول واقع وسلوك المسلمين اليوم.

الاعلام الغربي: يقصد به في هذا البحث، مختلف وسائل الاعلام الغربية التي تضطلع بمهمة صناعة وترويج الصورة المسيئة للمسلمين عبر شتى رسائلها بهدف تحقيق مطامع ومصالح الدول الغربية.

1-مدخل مفاهيمي للاتجاهات:

لقد اختلف العلماء والباحثون في تعريف الاتجاه فقد عرفه توماس وزناسكي بأنه الموقف النفسي للفرد حيال إحدى القيم والمعايير، كما عرفه بوجاردوس بأنه الميل الذي ينحوب السلوك قريباً من بعض عوامل البيئة أو بعيداً عنها، ويضفي عليها معايير موجبة أو سالبة تبعاً لإنجذابه لها أو نفوره منها، أي أنه بذلك يؤكد البيئة الخارجية 1.

ويعرفه عبد الرحمن المعاينة على أنه "تنظيم مكتسب له صفات الاستمرار النسبي للمعتقدات التي يعتقدها الفرد نحو موضوع، أو موقف وبهيمته للاستجابة باستجابة تكون لها الأفضلية عنده".

إزاء الناس الآخرين، أو موضوعات أورموز - ويعرفه أيضا على انه " الميل إلى الشعور، أو السلوك، أو التفكير بطريقة محددة".²

ويقول جوردن ألبورت عن الاتجاه أنه: " استعداد أو تحفز للاستجابة " والاتجاه استعداد كامن وأولي وليس سلوكاً ظاهراً بل هو الاستعداد للسلوك ويمكن للاتجاه أن يوجد في جميع مراحل الاستعداد للسلوك ابتداء من التفكير فيه إلى القيام به بالفعل، وأن الاتجاهات هي نتاج العاطفة، فهي في أساسها وجدانية وليس ذهنية، والاتجاهات هي البقايا العاطفية غير العقلية للتجارب السابقة، كما أن علماء النفس يجمعون على تصنيف من تصنيفات الاتجاهات وهو التصنيف الذي يقسمها إلى اتجاهات إيجابية وأخرى سلبية. ولقد كان هذا التصنيف (إيجابي وسلبي) أساس تعريف ثيرستون للاتجاه، فهو يعرفه بأنه: التعاطف مع أو ضد شيء سيكولوجي، وبسبب إصرار ثيرستون على هذا المحور للاتجاه وتطبيقه لهذا التعريف في مقاييس الاتجاهات التي قام ببنائها، ظل هذا المحور أساسياً في أعمال علماء النفس المهتمين بدراسة الاتجاهات في نصف القرن الأخير. ولكن كيف يتم التعبير عن رد الفعل العاطفي (الاتجاه) نحو شيء أو شخص أو موقف؟³

مميزات الاتجاه: تتميز الاتجاهات من حيث عدة عناصر: الوجهة، الشدة، الانتشار، الاستقرار والبروز⁴

1-الوجهة: تشير وجهة الاتجاه، إلى شعور الفرد نحو مجموعة من الموضوعات وفيما إذا كانت محبوبة لديه، فالطالب الذي له إتجاهة نحو الجامعة يعني أن وجهته إيجابية نحو كل أو بعض الجوانب في الجامعة كنظام المنح ونظام الدراسة ومحتوى المواد وسلوك الأساتذة وغير ذلك، أما الطالب الذي يتجنب الجامعة أو نشاطها فإن اتجاهه سلبي.

2- الشدة: تختلف الاتجاهات من حيث الشدة، إذ نجد لشخص معين اتجاهها ضعيفا نحو موضوع ما، بينما نجد اتجاهها قويا نحو نفس الموضوع أو موضوع آخر، ولفهم الاتجاه ينبغي أن يعكس هذا الأخير مدى قوة شعور الفرد.

3- الانتشار: ويطلق عليه أيضا المدى حيث نجد تلميذا لا يحب أو يكره بشدة جانبا واحدا من جوانب المدرسة بينما قد نجد تلميذا آخر لا يحب أي شيء يتعلق بالتعليم الخاص أو العام.

4- الاستقرار: من الملاحظ أن بعض الأفراد يستجيبون لسلم الإتجاه بأسلوب مستقر بينما نجد آخرين يعطون إجابات مرضية وغير مرضية لنفس الموضوع، فقد يقول فرد بأنه يعتقد أن كل القضاة محايدون وفي نفس الوقت يجادل بأن قاضيا معينا ليس محايدا.

5- البروز: ويقصد به التلقائية أو التهيؤ للتعبير عن الاتجاه، إن الاتجاهات البارزة التي يكون للفرد معرفة كبيرة ويعطي لها أهمية كبيرة، وذلك لتضمن غالبية سلايم الاتجاهات لقضايا تتطلب الإجابة عنها بعبارة مثلا موافق أو غير موافق فإنها لا تستطيع أن تقيس البروز، وعلى كل يمكن قياس البروز بواسطة المقابلات وبالملاحظات التي توفر الفرص للتعبير عن الاتجاهات.

2-تعريف الصورة الذهنية

يقول الدكتور علي عجوة أن: " الصورة الذهنية هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس

بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم (1).

اما الدكتور السيد احمد كردي، فيقول: "الصورة الذهنية تعني صورة الشيء في الذهن" او بتعبير أدق "حضور صورة الشيء في الذهن". ويعود مصطلح الصورة الذهنية في اصله اللاتيني إلى كلمة (image) المتصلة بالفعل (imitari)، "يحاكي" أو "يمثل".

وعلى الرغم من ان المعنى اللغوي للصورة الذهنية يدل على المحاكاة والتمثيل إلا أن معناها الفيزيائي الانعكاس (2).

3 - أنواع الصورة الذهنية

- عد (جيف كينز) خمسة أنواع للصورة الذهنية، كما يلي:
- الصورة المرآة: وهي التي تعكس صورة المؤسسة لنفسها.
 - الصورة الحالية: وهي صورة المؤسسة في ذهن المجتمع.
 - الصورة المرغوبة: وهي التي تود المؤسسة أن تكونها لنفسها في أذهان الجماهير.
 - الصورة المثلى: وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق.
 - الصورة المتعددة: وتحدث عندما يعطي كل مسؤول انطباعات مختلفة عن المؤسسة.
- وتركز غالبية المؤسسات وكذلك الأفراد على تفعيل الصورة المرغوبة وترسيخها بين جمهورها أو في المجتمع.

4 - أهمية الصورة الذهنية

قام مركز بحوث الرأي العام في برنستون بالولايات المتحدة الأمريكية بدراسة عن الصورة المؤسسة واحتمالات تطورها أو التغيرات التي تطرأ عليها، وفي عام 1959م كتب (كلود روبنسون) و(والتز بارلو) عن هذه الدراسة

قائلين: "إن صورة المنشأة **corporate image**" مفهوم جديد يفيدنا كثيراً في دراسة اتصالات أي منشأة وأن هذا المفهوم سوف ينمو ويتطور، وسوف يصبح شائعاً في لغة الاتصال، وإذا كانت الكلمة بصفة عامة وسيلة لنقل المعنى أو التعبير عن العواطف، وإذا كان هذا المعنى الذي تحمله الكلمة عرضة للتغير أو التطور، فإن مقياس نجاح الكلمة في نقل المعنى يتمثل في مدى قدرتها على تصوير ما تشير إليه من هذا العالم في داخل العقل البشري. وبمعنى شديد الإيجاز فإن نجاح الكلمة يتوقف على قدرتها على تصور العالم ذهنياً".

ويؤكد (بولدنج) أن الكيفية التي يتصرف بها الإنسان تعتمد على الصورة الذهنية وأن أي تغيير يصيب الصورة يستتبع بالضرورة تغييراً في السلوك ولذلك يرى (بولدنج) أن طبيعة هذه الصورة وكيفية تشكيلها والتغيير الذي يطرأ عليها يعتبر من الأمور الهامة التي يجب أن يهتم بها هؤلاء الذين مهمتهم التأثير في الرأي العام أو قياس اتجاهات الجماهير.

ومن هنا وردت الكثير من الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام، ومن هذه التأثيرات ما يختص بقدرتها على تشكيل الصورة الذهنية وتعديلها، وهذه الدراسات لن تتوقف عند هذا الحد، بل هي عملية مستمرة تواكب التطورات المتلاحقة لوسائل الإعلام والمتغيرات المستمرة التي تطرأ على المجتمعات.

لا شك أن وسائل الاعلام أصبحت تتسيّد الأدوار الخاصة بنشر المعلومات أو توزيع المعرفة وتعظيم دورها وسيادتها في مجال عرض الحقائق، لذا فإن الأفراد في المجتمع يعتمدون عليها في رسم الصور الذهنية لهذه الحقائق، ومع تأثير التراكم في النشر والإذاعة ومرور الوقت، فإن هذه الحقائق التي تنشرها وسائل الإعلام تتحول إلى حقائق اجتماعية يجتمع حولها الأفراد في المجتمع ويتفقون على رموزها ومعانيها.

5- مصادر تكوين الصورة الذهنية

• الخبرة المباشرة: (experience direct) إن احتكاك الفرد اليومي بغيره من الأفراد والمؤسسات والأنظمة والقوانين يعد مصدراً مباشراً ومؤثراً لتكوين الانطباعات الذاتية عن شخص أو منظمة أو فكرة أو دولة، وهذه الخبرة المباشرة أقوى في تأثيرها على عقلية الفرد وعواطفه إذا أحسن توظيفها وهذه مهمة وسائل الإعلام الجماهيري في أداء وظائفها حيث يؤدي القائم بالاتصال فيها دوراً مهماً في تقديم المعلومات التاريخية عن الثورة وشرح مبادئها وأسباب نجاحها لتكوين هذه الانطباعات التي تشكل الصورة الذهنية للثورة التحريرية الطيبة لدى الجمهور المتلقي.

• الخبرة غير المباشرة: (mediated experience)

إن ما يتعرض له الفرد من رسائل شخصية يسمعها من أصدقاء أو عبر وسائل الإعلام عن مؤسسات وأحداث وأشخاص ودول لم يرههم ولم يسمع منهم مباشرة تعد خبرة منقولة وفي هذا النوع من الخبرة تلعب وسائل الإعلام المسموعة دوراً أساسياً في تكوين الانطباعات التي يشكل الناتج النهائي لها الصورة الذهنية.

6- وظائف الإعلام المؤثرة في بناء الصورة الذهنية:

• وظيفة التوجيه والتأثير:

إن الإعلام يلعب دوراً مؤثراً في بناء فكر وثقافة الأمة وإرشادها وحمايتها من أي تيار قد يمزق تماسكها وتكافلها ويزعزع استقرارها أو يشكك في قداسة الثورة التحريرية المقدسة. ومن هنا عليها أن تمد وسائل الإعلام بالمعلومات لمقاومة نشر بعض الأكاذيب والتهم والسخرية وتعرض بعض الناس للاحتقار أو شائعات أو دعايات مضادة للدولة.

- وظيفة دعم القيم والمبادئ الدينية:

لابد من معرفة أن كل جهاز إعلامي يضع أهدافه بحيث يخدم النظام العام في المجتمع ونشر قيمه وتعاليمه وحث المجتمع على الالتزام بتعاليمه وقيمه الدينية السمحاء ليعم الرضا والأمن والاستقرار.

- السياسة:

كما أن وسائل الإعلام مسؤولة عن غرس الشعور بالولاء للوطن والدفاع عنه واحترام النظام والتعاون لما يخدم مصلحة المجتمع وأمنه واستقلاله وقوته

- وظيفة عرض المنجزات الحضارية:

إن عرض الإعلام لمنجزات الدولة في مجال البناء والحضارة وشرح الجهود المادية والفنية التي أوجدت هذه المنجزات وتهيئتها لخدمة المجتمع وحثهم على الرقي والتحضر لمواكبة التطور الذي يعيشه المجتمع العالمي مع المحافظة على العقيدة والقيم والعادات والتراث والتقاليد، هي أمور ضرورية لابد من فهمها وكيفية إدارتها لأنها مهمة في تكوين الصورة الذهنية عن تقدم المجتمع حضارياً.

- المراقبة وعرض الأحداث المختلفة بموضوعية:

كما أن وسائل الإعلام تقوم بدور الوسيط بين المجتمع والعالم الخارجي وما يدور فيه من أحداث وتجارب فهي تقوم بنقلها ومحاولة شرحها والاستفادة منها في حماية المجتمع أوحث المجتمع على نهجها وتعلمها وأخذ العبر والدروس المستفادة منها.

7- مجالات التأثير الإعلامي لبناء الصورة الذهنية:

إذا كانت الصورة الذهنية مفهوم متعدد فإن بناءها يتطلب العمل في عدة أبعاد هي:

أ- البعد الفكري:

ويكون التأثير فيه بإقناع المجتمع الدولي والتأثير عليه لتقبل القضايا التي يتبناها الإعلام عن طريق رصد وتحليل هذه القضايا وإبراز الجوانب الإيجابية فيها وتبرير الجوانب السلبية لكي يتقبلها المجتمع ويقبل أي قرار يصدر لصالحها.

ب- البعد العاطفي:

ويكون التأثير من خلال البرامج التي تؤثر على عواطف وسلوك ومشاعر أفراد المجتمع المحلي ومخاطبته من خلال مصالحه ومنافعه التي يحصل عليها من علاقاته القوية بالمملكة.

ج- البعد السلوكي:

ويكون التأثير بعرض البرامج التوعوية والتثقيفية التي تتصل بالتعارف الحضاري والثقافي مع الشعوب الأخرى لمعرفة طبيعة الحياة في المجتمع السعودي على الوجه الصحيح. وحث المواطن على سلوك النهج الصحيح المعبر عن مجتمعه وثقافته.

8- واقع صورة المسلمين لدى الغرب: الحقيقة والتزييف

إن واقع صورة المسلمين في وسائل الإعلام الغربية يؤكد أنه سوداوي بصفة كبيرة وسليبي في غالبية المضامين إلى تبثها هذه الوسائل بمختلف أنواعها، والأسباب معروفة تنقسم بين سيطرة الغرب وعلى رأسه أمريكا على صناعة الرسالة الإعلامية وبالأخص الاهتمام بخطابات العديد من السياسيين المعادية للمسلمين خلال الحملات الانتخابية، ودور بعض النخب الغربية في نشر صورة مشوهة عن الإسلام والمسلمين مثل فرانسيس فوكوياما وهانتغتون وبرنارد لويس وغيرهم، إلى جانب بروز فرضية أخرى

ترى أن أصحاب المصالح هم الذين يتعمدون الإبقاء على الصورة السلبية للعرب لدى الغرب ويربطون ذلك بحرصهم على إقامة الحروب على الدول العربية من أجل إنعاش الصناعة الحربية التي تتحكم فيها لوبيات ذات نفوذ كبير وخاصة في أمريكا.

وتميل أغلب التحاليل والدراسات التي تتناول صورة المسلمين لدى الغرب وخاصة العربية والإسلامية منها إلى تفسير النظرة السلبية الموجودة في العلاقة بين الطرفين هذه الدراسات والتحليل نحو تبني ما يسمى بنظرية المؤامرة أي أن الغرب كله يكره العرب والمسلمين وليس بينهم من يريد الخير لهم، إلا أن هناك من يعتبر بأن الواقع الموجود سببه الرئيس العلاقة غير التكافؤية في امتلاك وسائل التواصل ومنها وسائل الإعلام، فأكثر وسائل الإعلام وأكثرها تأثيراً موجودة لدى الغرب وبالأخص لدى الولايات المتحدة الأمريكية، كما أن الصراع الإيديولوجي والمصالح يدفع الغرب نحو التخوف والتوجس من المبادئ والأفكار الإسلامية وبالأخص في التربية والثقافة والاقتصاد والموجودة في الدين الإسلامي يهدد المنظومة الغربية عموماً والمصالح التي تتحكم مثلما أشرنا إليه سابقاً، فاللوبيات الضخمة والقوية التي تتحكم في العالم بكافة مجالاته بما فيها قطاع الإعلام المهم.

ووفقاً لما سبق وباعتبار أن مجال هذه الورقة البحثية هو الصورة الذهنية في الإعلام في نرى أن فهم الرسالة الإعلامية يمر عبر فهم الواقع المتعلق بصناعة الإعلام من الناحية الاقتصادية والمالية والسياسية باعتباره يشكل مصالح غاية في الأهمية من حيث حجم الاستثمارات في هذا المجال.

إن فهم وسائل الإعلام لا يجب أن ينصب فقط على المضامين الإعلامية فقط، بل يجب أن يتعداه إلى فهم العلاقة الترابطية بين: الإيصاد والمال، السياسة والإعلام، إذ "يشكل مدخلاً أساسياً لفهم الكيفية التي تعمل بها وسائل الإعلام في مجتمعاتنا المعاصرة، وتحديداً في المجتمع الغربي. ولذا بات من الضروري أن نمنع النظر في كل ما تعرضه وسائل الإعلام ونعيد قراءة كل ما تقدمه ابتداءً بالصور والكلمات والأفلام السينمائية وانتهاءً بالمعلومات والأخبار والحقائق العلمية المجردة !.

ولزيد من فهم طبيعة هذه العلاقة المركبة يكفي أن نشير، مثلاً، إلى حجم الإنفاق المالي الهائل الذي يوجه سنوياً في الإنتاج الإعلامي علي المستوى العالمي. "إن لك أن تعلم أن دخل فيلم مثل "جوراسك بارك" أو "تيتانك" قد بلغ أكثر من مليار دولار. وأن جريدة مثل "نيويورك تايمز" توزع أكثر من ثلاثة ملايين نسخة يومياً، في حين توزع مجلة "تايم" أكثر من 7 ملايين

نسخة أسبوعياً. وأن عدد مشاهدي "السور بول" على محطات ABC أو CBS أو NBC يزيد على 15 مليون شخص. إننا نتحدث إذن عن صناعة تتكلف مليارات الدولارات وتجلب أضعافها كل عام. (3)

إن لدى هؤلاء مصلحة أكيدة وكبيرة في تشويه صورة المسلمين، وتضخيم الخوف منهم، وتصويرهم كعدو خطير في أعين الشعوب الغربية المسيحية؛ وأخطر أصحاب المصالح هم السياسيون والعسكريون؛ فبعد انهيار الشيوعية وتفكك الاتحاد السوفيتي لم تعد هناك ضرورة لوجود حلف الناتو (الأطلنطي)، وبالتالي وجب حله، والاستغناء عن الأسلحة الكثيرة، وتوقف عجلة الإنتاج في المصانع العسكرية الغربية، وبالتالي تسريح عشرات الآلاف من العمال، وخسارة مئات أو آلاف المليارات من الدولارات، وهذا ما قاله مسئول فرنسي كبير في التسعينيات هو جاك بومل؛ لذا عمد أصحاب المصالح إلى تضخيم قوة المسلمين مع تصويرهم كعدو مخيف من أجل إبقاء الحلف، وبالتالي لزم اصطناع حروب تستهلك الأسلحة، وتفتح الباب للأموال القادمة من خزائن الدول الأخرى ثمناً للسلاح، وثنياً لمساعدة الغرب العسكرية لها.

كما يُستخدم ذلك الأمر في خدمة أهداف سياسية؛ فتضخيم صورة حركة حماس -مثلاً- وإعطائها صورة إعلامية أكبر من قدراتها العسكرية الفعلية، يهدف إلى تخويف المواطن الغربي بما يسمح للحكومات لتبسط يدها بالمنح والمساعدات المادية والعسكرية للكيان الصهيوني، التي يراها المواطن الغربي حامية له من العدو المسلم الممثل في حركة حماس الإرهابية، كما صوّروها له. (4)

وإذا اعتبرنا أن وسائل الإعلام في أغلب دول العالم ولا سيما في الدول الغربية أصبحت تسير وفق منظومة واحدة تسير في فلك النظرية الليبرالية بعد انهيار المعسكر الشرقي، فإن المضامين التي تنشرها أو تبثها تكون وفق رغبات الجمهور، طمعا في الحصول على أكبر حجم من الإعلانات وما تجني من ورائها من أموال طائلة، وهذا ما دفع الدكتور عزى عبد الرحمن إلى انتقاد المضامين الإعلامية واعتبرها تساهم في انتشار الثقافة الجماهيرية الهابطة، ونحى كل من ديفلر ميلفين وسندرا بول روكايتش نفس المنحى حيث في كتابهما "نظريات وسائل الإعلام، أن مضامين وسائل الإعلام ولا سيما منها المسموعة والمرئية يغلب عليها طابع الثقافة الجماهيرية التي تمس بالذوق العام وتحل بالمنظومات الاجتماعية الأخرى ومنها المنظومة القيمية وأكد أنه: قد يكون المضمون الهابط هو محتوى اعلامي تم توزيعه على نطاق واسع وشاهدته الجماهير العريضة، وقد يكون مثيرا لاستياء النقاد بشكل مستمر مثل برامج العنف والجنس التي تصل إلى حد الدعارة والتي يعرضها التلفزيون أو أي محتوى آخر يسهم في خفض الذوق العام وافساد الاخلاق والقيم أو الإثارة للقيام بسلوك غير مقبول اجتماعيا. (5)

إن الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام الغربية عن المسلمين ليست كلها نابعة من نية مبيتة لهذه الوسائل هدفها تشويه المسلم وتسويقه لدى الجمهور بأنه مرادف للبديوي والمتخلف والإرهابي بل أن المسلمين يساهمون بقدر ما في نشر هذه الصورة من حيث لا يشعرون أو أنهم عاجزون عن مواجهة الظواهر السلبية التي يسوقها المسلمون من خلال كثير من الأفعال والتصرفات، فمثلا عندما يحدث انفجار في دولة غربية، أصبحت الصورة الذهنية النمطية لدى القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام الغربية جاهزة، مثلما هي جاهزة أيضا لدى مخيال الجمهور في الدول الغربية، وقبل أن يتم تحديد الجهة التي تقف وراء هذا العمل

الإجرامي، تعمل وسائل الإعلام وخاصة المرئية منها على محاولة محاكاة هذه الصورة الذهنية الراسخة لدى الجمهور، رغبة منها في الوصول لفت انتباهه وشده إلى ما تبثه من أخبار وتحليلات حول الحادث، والأكثر من ذلك تهرع هذه القنوات التلفزيونية إلى استدعاء محللين إلى بلاتوهاتها، يشرعون مباشرة في توجيه التهمة إلى المسلمين من دون أن بشيء تحفظ.

وإضافة إلى ذلك نجد أن ما يحدث في العديد من الدول العربية والإسلامية من صراع طائفي وما صاحبه من عنف، مثل ما يحدث في العراق وسوريا وليبيا وبرز تنظيمات إرهابية كتنظيم الدولة الإسلامية، والقاعدة، وغيرها، كل هذا يساهم في رسم صورة سوداوية عن المسلمين في وسائل الإعلام، "لقد صدرنا بأفعالنا تلك إسلاماً مخيفاً للغرب، إسلام مستعل لا يسع الآخر، ويضيق لمجرد الاختلاف مع الآخر في الرأي فما بالناس بالاختلاف معه في العقيدة؟!، إسلام سهل معه إخراج الآخر (الديني، المختلف في الرأي) من الملة ويصعب إدخاله فيه مرة أخرى حال توبته، وذلك علي الرغم من علمنا اليقيني بأنه: "لا إكراه في الدين"، وبأنه: "من شاء فليؤمن ومن شاء فليكفر"، وبأنه: "ولو شاء ربك لآمن من في الأرض كلهم جميعاً، أفأنت تكره الناس حتي يكونوا مؤمنين"، وبأنه: "لكم دينكم ولي دين"، وبأنه: "وإننا أو إياكم لعلي هدي أو في ضلال مبين"، وبأنه: "الله ربنا وربكم لنا أعمالنا ولكم أعمالكم، لا حجة بيننا وبينكم، الله يجمع بيننا وإليه المصير"، وبأنه: "إن الذين آمنوا والذين هادوا والصابئين والنصارى والمجوس والذين أشركوا إن الله يفصل بينهم يوم القيامة"، وبأنه وبأنه !.

لقد تحولت تلك المسلمات التي أقرها ربنا تبارك وتعالى في الإسلام الأول الحق إلى مقولات نظرية نردها ونذرف الدمع فقط حال تلاوتها، دون أن تتحول إلى ممارسات عملية في حياتنا اليومية(6).

ويؤكد الباحث الفرنسي فرانسوا بورغا *Francois Burgat* على أن الإعلام الغربي يبرز وجهها سيئاً للإسلام من خلال تصرفات بعض المسلمين المتطرفة، ولا يبرز الوجه الإيجابي، كما أنه يتم التركيز على العناصر والحركات غير المنضبطة، والتي لا تعبر إطلاقاً عن مجمل الظاهرة الإسلامية، فعمليات خطف الرهائن والتفجير وأعمال العنف الناشئة عن سوء الفهم لحقيقة الإسلام في مبادئه وتعاليمه وقيمه، كلها تدفع الإعلام إلى استغلالها والتركيز عليها وبالتالي يتم الربط بينها وبين الإسلام (7).

ومن هذا المنطلق يفترض علينا كمسلمين وقبل أن نقدم أنفسنا كضحايا لغزو إعلامي وفضائي غربي، وقبل أن نتهم هذا الغرب بأنه هو سبب المصائب التي تحدث لنا ولا سيما من الناحية الثقافية والقيمية، يجب أن نفهم أولاً كيف تسير وسائل الإعلام الغربية من كافة النواحي وعلاقتها بالمال والسياسة، ثم نقوم بتشريح أوضاعنا وواقعنا الإعلامي وتقويمه تقويماً صحيحاً ليس للمطالبة بمواجهة التدفق الأحادي الأتي من الشمال، وإنما بضرورة إصلاح أوضاعنا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، حتى نقدم صورة جيدة للغير ويكون الإعلام مجبراً على تقديمها بحكم .

09 - صورة المسلمين مستقبلا بين التفاؤل والتشاؤم

وبعيدا عن الصورة التي ترتسم لدينا عن الموقف السلبي للإعلام الغربي من الإسلام ومن المسلمين إلا أن هناك من العديد من المؤشرات التي تدل عن وجود تغير في رؤية الغرب إلى الإسلام والمسلمين، والسبب يرجعه بعض من الكتاب والخبراء إلى تأثير التغيرات التي أحدثها الإعلام الجديد وخاصة منه وسائل التواصل الاجتماعي التي بدأت شيئا فشيئا تهز كيان الإعلام التقليدي الذي تتحكم فيه اللوبيات المعروفة ولا سيما سيطرة اليهود على أكبر هذه الوسائل التقليدية من وكالات للأخبار والصحف الكبرى وكذا القنوات التلفزيونية الكبرى، وهناك من يرى في انخراط كلينتون في سباقها نحو البيت الأبيض هو عدم بقاء الإعلام التقليدي يتحكم في الرأي العام في الولايات المتحدة كما أن مراكز سير الآراء التي كانت تبني إحصائياتها على العناصر التقليدية في تحكم الجمهور ستغير منهجها والأکید أنها ستأخذ بعين الاعتبار دور وسائل التواصل الاجتماعي في تغير النمط التقليدي لتشكيل الرأي العام.

وهناك من الخبراء من يرى مستقبلا إيجابيا عن نظرة الغرب إلى المسلمين والسلام وهذا رغم وجود منحى سياسي في الغرب يميل نحو التطرف، فالتخوفات ازدادت منذ صعود ترامب إلى البيت الأبيض وصعود اليمين في عدد من الدول الغربية ومنها في فرنسا، إلا أن هذه التخوفات تقابلها مؤشرات على بداية تفهم الغرب بأن الإسلام ليس مرتبطا بما تقوم به التنظيمات الإرهابية، ففي حوار لقناة الجزيرة مع البروفيسور اسبوزيتو أستاذ الأديان والعلاقات الدولية والدراسات الإسلامية، ويعمل في نفس الوقت مستشاراً لوزارة الخارجية الأميركية، قال فيه: "أعتقد أن الصورة في هذه الأيام أكثر توازناً وأكثر تعقيداً مما كانت، حين بدأت في عملي في الستينات. يعتبر الإسلام اليوم موضوعاً في المدارس وفي الجاليات، وهناك مسلمون في أوروبا وأميركا كمواطنين، ولكن في الوقت ذاته - كما تعلم - هناك صور سلبية ضد الإسلام. تعكس في وسائل الإعلام، وهناك صور سلبية تتسبب فيها أحداث في العالم الإسلامي وفي الغرب، ولذلك هذه قضية معقدة. (8)

وأضاف: "أعتقد أننا في القرن الواحد والعشرين، وهذا هو الوقت الذي يجب على المسلم أن يظهر فيه، أنا تربيت كأمركي إيطالي وعندما كنت شاباً.. كانت الصورة عن العرب والمسلمين سيئة وكانت الصورة عن الإيطاليين والمافيا كانوا هكذا ينظرون إلينا، عندما كنت شاباً وعندما كانت هناك أفلام فيها إيطاليون سيئون كنا نذهب إلى مركز الشرطة ونخالف، ولكن اليوم يجب على العرب والمسلمين أن يظهرُوا، لأنهم الآن أقلية كبيرة، وفي كثير من هذه البلدان التي ذكرتها.. فإنهم أصبحوا بأعداد كبيرة، ولهم حق في هذه الديمقراطيات أن يطالبوا بحقوقهم حتى ولو كانوا أقلية قليلة، يجب أن يفعلوا ذلك، يجب أن يكون لديهم التزام أكبر بالنسبة.. من السهل للعربي والمسلم أن يدخل في المجتمع الغربي ويجد عمل، بصراحة هناك المسلمون والعرب كثيرون مثل الشعوب الأخرى يتحدثون عن مشكلاتهم، ولكنهم لا يفعلون شيئاً، يجتمعون على الغداء، ويتحمسون في قضية فلسطين، وعن الصحافة الصهيونية، ونتجادل ونعرق، وبعد أن تنتهي المأدبة كل واحد يذهب إلى بيته ولا نفعل شيئاً، نعتقد أن حديثنا كان يكفي، هناك يجب عملان يجب أن تفعله: الحديث، ثم توفير العمل

والمال والتنظيم حتى يكون هناك نافذة". (9)

كما أن من المؤشرات على تحسن صورة الإسلام والمسلمين في الغرب بداية الانتشار الكبير للإسلام في الدول الغربية وخاصة في أمريكا واعتناق المئات وربما الآلاف سنويا للدين الإسلامي، حيث "توقعت دراسة أعدها مركز أبحاث في الولايات المتحدة الأميركية تزايد عدد المسلمين في العالم بشكل أسرع من أتباع الديانات الأخرى، ليقارب عددهم بحلول عام 2050 عدد المسيحيين في العالم.

وقال مركز بيو للأبحاث المختص بمتابعة نمو الديانات في العالم إنه خلال العقود الأربعة المقبلة ستبقى المسيحية الديانة الأكبر في العالم، لكن عدد المسلمين سيزداد زيادة أسرع من أي ديانة أخرى.

وجمع الباحثون لهذه الدراسة أكثر من 2500 إحصاء واستمارة رسمية من سكان أكثر من 175 بلدا يشكلون 95% من سكان العالم.

واعتمدت الدراسة على معدلات الولادة لدى أتباع الديانات المختلفة، واتجاهات التحول الديني لديهم. وتتوقع الدراسة -في حال استمرار الاتجاهات الديمغرافية الحالية- أن يبلغ عدد سكان العالم 9.3 مليارات نسمة عام 2050، يشكل المسلمون نحو 2.8 مليار نسمة، والمسيحيون 2.92 مليار نسمة، وهو ما يعني أن المسلمين سيشكلون 30% من سكان العالم، في حين ستبقى نسبة المسيحيين كما هي في حدود 31.4%." (8)

خاتمة:

لا شك أن العالم الإسلامي يمر بظروف عصيبة خلال العقود الأخيرة وخاصة منذ انخيار الاتحاد السوفياتي وما تبعه من صعود الولايات المتحدة كقوة وحيدة في العالم وما نتج عن ذلك من نزاعات وحروب، كما أن صورة الإسلام والمسلمين اهتزت كثيرا بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001، وما تبعه من تداعيات في الشرق الأوسط وفي الدول العربية بالخصوص، كما أن إعلان الولايات المتحدة الحرب على الإرهاب ساهم بشكل كبير في بروز جماعات متطرفة منظمة ومنها القاعدة وداعش، وبناء على كل هذه العوامل وسائل الإعلام العالمية والغربية منه الإسلام والمسلمين إلى مادة دسمة تفنت فيها في إظهار عدائها لكل ما هو متعلق بالدين الإسلامي، واتفق العديد من الكتاب والخبراء أن وسائل الإعلام لعبت دورا كبيرا في رسم صورة ذهنية سلبية عن المسلمين لدى الرأي العام الأوروبي وهي الصورة التي ساهمت في انتشار ظاهرة الإسلاموفوبيا أي الخوف من الإسلام بفعل العمليات الإرهابية التي حدثت في أوروبا والاعتداءات التي حدثت في الولايات المتحدة الأمريكية، وإذا كانت العالم الإسلامي عاجز عن مواجهة هذه الصورة السلبية المرسومة عن الإسلام والمسلمين لدى الرأي العام الغربي، فإنها تتحمل جزءا من المسؤولية في عدم وضوح الرؤية لديها في كيفية مواجهة هذا الواقع، كما أن العرب الذين يمتلكون أموالا طائلة لم يتمكنوا إلى حد الآن من حشد كل طاقاتهم من أجل تصحيح هذه الصورة السلبية لدى الرأي العام الغربي وخاصة على مستوى الإعلام، فرغم الآلاف من القنوات والباقات التلفزيونية العالمية مثل باقة أم بي سي وقناتي الجزيرة والعربية البارزة إلا أن مفعولها كان محدودا في التأثير في الرأي العام الغربي لتغيير رؤيتهم للإسلام والمسلمين، ومنه فالمسؤولية ملقاة على كل العرب والمسلمين من نخب وكوادر وأصحاب المال ومن أنظمة سياسية وما يتوفر لها من تنظيمات إقليمية كالجامعة العربية ومنظمة المؤتمر الإسلامي، للتأثير إيجابا في هذا العالم المعقد من جميع النواحي.

قائمة المراجع

- 1- جلال عبد الوهاب، (1984)، العلاقات الإنسانية والإعلام، دار السلاسل، الكويت.
- 2- خليل عبد الرحمن المعاينة (2000)، علم النفس الاجتماعي، دار الفكر، ط 1، عمان
- 3- المشوط، محمود عليان (1987) علم النفس الإعلامي، دمشق، مطبعة الداودي،
- 4- مقدم عبد الحفيظ، (2003)، الإحصاء والقياس النفسي والتربوي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر
- 5- علي عوجة، (2003)، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط2، القاهرة، عالم الكتاب.
- احمد كردي، العلاقات العامة وتكرس الصورة الذهنية للمنظمة،
- عبر الرابط الالكتروني: <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/264288>. تاريخ التصفح: 2016/10/15
- 7- http://omerhago.blogspot.com/2013/06/blog-post_8908.html تاريخ الزيارة: 2016/10/11
- 8- <http://www.jadeedmedia.com/2012-04-22-10-44-52/44-2012-04-18-14-53-45/109-2012-04-19-15-08-13.html?showall=1> تاريخ التصفح: 2016/10/11
- 9- ديفلر ملفينوسندرا بول روكايتش (1999)، "نظريات وسائل الإعلام" ترجمة كمال عبد الرؤوف، الطبعة الثالثة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 5- http://omerhago.blogspot.com/2013/06/blog-post_8908.html
- François Burgat (2011)., L'islamisme à l'heure d'al-Qaida. Paris, La Découverte/Poche, 2010, 218 p. Archives de sciences sociales des religions,
- 10- أحمد منصور، الصورة المشوهة للعرب والمسلمين لدى الغربيين
- <http://www.aljazeera.net/programs/withoutbounds/2004/6/4/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D9%88%D9%87%D8%A9->
- 2- تاريخ التصفح: 2016/10/15
- 3- 11- الجزيرة نت، أوغلو: الإسلام دين أساسي في أوروبا
- <https://www.aljazeera.net/news/international/2015/1/24/%D8%A3%D9%88%D8%BA%D9%84%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B3%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%AF%D9%8A%D9%86-%D8%A3%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A3%D9%88%D8%B1%D9%88%D8%A8%D8%A7>
- 12- الجزيرة نت، دراسة أميركية: الإسلام الأسرع انتشارا بالعالم
- <http://www.aljazeera.net/news/international/2015/4/3/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D9%8A%D8%B1%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B3%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%B9-%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%B4%D8%A7%D8%B1%D8%A7-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85>
- تاريخ التصفح: 2016/10/17