

## اتجاهات المواقع الالكترونية الإسلامية في مواجهة الإسلاموفوبيا

– دراسة تحليلية لموقعي "شبكة الألوكة" و "CCIF" –

د. كريمة عرامة.

جامعة عنابة.

k.arama@yahoo.com

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات المواقع الالكترونية الإسلامية إزاء ما تتعرض له صورة الإسلام والعالم الإسلامي من تشويه وتحريف وتضليل، في أغلب وسائل الإعلام الغربية، التي تروج صوراً نمطية عن الإسلام والمسلمين؛ تثير الشك والريبة والخوف، وتُوجد أسباب النفور من كل ما له صلة بالإسلام، كما بحثت فيما إذا كانت هذه المواقع في مستوى ما يواجهه الإسلام اليوم من تحديات تختلف عن كل الأشكال التي عرضت له في تاريخه؛ وهو ما تطلب استخدام المنهج التحليلي بتطبيق أداة تحليل المحتوى على عينة من المواقع تكونت من مفردتين موقع "الألوكة" وموقع "CCIF"، وانتهت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

– أن القائمين على هذه المواقع يدركون البعد السياسي الذي جنحت إليه ظاهرة الإسلاموفوبيا على الرغم من اتصاها الكبير بالجوانب الدينية والثقافية، وهو متطلب ضروري لترشيد المواجهة والانتقال بها من خندق الدفاع إلى التمتع في صفوف الأحيوية، و أن المواقع تدرك بأن أكثر العوامل المعززة للظاهرة الجهل بحقيقة الإسلام، وعي القائمين على المواقع بضرورة تناول الأحداث الأمنية من منظور فلسفتها، حتى لا يستفرد الإعلام الغربي بذلك فيقدمها بالصورة التي يريد دون أدنى مقاومة أو متابعة للتصحيح ودفع الشبهات.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات – المواقع الالكترونية – الإسلاموفوبيا

**Abstract:** This study aimed to identify trends in the Islamic websites at the image of Islam and the Islamic world of distortion and misinformation and misleading, in most of the western media, which promotes the stereotyped images of Islam and Muslims; raise suspicion and mistrust and fear, there are reasons for the aversion of all that is related to Islam, it also discussed whether these sites in the level of the challenges facing Islam today is different from all other forms of challenges presented in its history; a request for the use of the analytical approach to the application of content analysis tool on a sample of sites created from the adjoining singles website "Alukah.net" and the "CCIF", the study concluded to the following:

– based on these sites are aware of the political dimension of the phenomenon of ISLAMOPHOBIA ran aground in spite of great relevance to the The religious and cultural aspects, a requirement is necessary to rationalize the confrontation and their transition from a trench defense to position itself in the lines of righteousness, and that the sites were aware that most factors enhanced the phenomenon ignorance of the nature of Islam, the awareness based on the sites of the need to address the security events from the perspective of philosophy, so as not to single out the western media so herself as he wants without any resistance or the follow-up to the correction and suspicions.

**Keywords :** Trends – Websites – Islamophobia.

الإشكالية: تتعرض صورة الإسلام والعالم الإسلامي لكثيرٍ من التشويه والتحريف والتضليل، في أغلب وسائل الإعلام الغربية، التي تروج صوراً نمطية عن الإسلام والمسلمين؛ تثير الشك والريبة والخوف، وتُوجد أسباب النفور من كل ما له صلة بالإسلام. ويواجه الإسلام اليوم جملة من التحديات تختلف عن كل الأشكال الأخرى من التحديات التي عرضت له في تاريخه؛ فهي تضع المسلمين أمام اختيار عسير يمس هويتهم وصورهم ومكانتهم بين الأمم، ويهدد مستقبلهم ويعوق تحقيق أهداف رسالة دينهم ذات الأبعاد الكونية والحضارية. وتعد شبكة الانترنت التي تستغل حسب السياقات والأهداف والمذاهب الدينية والأيدولوجية التي تقف وراء التعامل معها، أخطر الوسائل الإعلامية التي ساعدت على تمرير صورة مشوهة عن الإسلام والمسلمين. ويرجع تفوق هذه الوسيلة الإعلامية على غيرها في التشويه ومناهضة الإسلام وحضارته إلى كونها تتمتع بقدرة فائقة على الانتشار وقوة الجذب والتأثير، مما يجعل مادتها التي تصنع بها الصورة المسيئة مادة جماهيرية يتعرض لها الملايين من الناس في مختلف بقاع العالم في وقت واحد تقريباً فيتأثرون بها ويتلقفونها بينهم وترسخ في عقولهم بيسر، وبذلك تصبح الصورة المشوهة عن الإسلام صورة جماهيرية دولية تعبر الحدود بلا رقيب وتدخل البيوت بلا استئذان أو سابق تحذير أو إنذار.

ومن خلال استعراض كثير من المواقع المناهضة للإسلام يتأكد أنه من السذاجة بمكان الاعتقاد بأن الترسانة الإعلامية الغربية تقف وحدها وراء ذلك، بل هناك تخطيط شامل وتضافر للجهود بين الإعلام الغربي بكل مكوناته وجهات ومؤسسات أخرى يعمل في ظلها خبراء أكاديميون ومستشرقون وإستراتيجيون وأساتذة جامعيون يتقنسون رداء البحث العلمي الأكاديمي وينضجون مقالات وأبحاثاً وتعليقات نقدية خطيرة تشوه صورة الإسلام وتعمل على تمييع حقائقه وتحريف تعاليمه ومبادئه؛ وليس المهم ما يفعله الغرب لتشويه صورة الإسلام والمسلمين، ولكن المهم هو ما سنفعله نحن لتغيير تلك الصورة، ولذلك تهدف هذه الورقة إلى التعرف على اتجاهات بعض المواقع الالكترونية الإسلامية في مواجهة موجات التشويه، انطلاقاً من التساؤل الرئيسي

التالي: ما هي اتجاهات المواقع الالكترونية الإسلامية في مواجهة الإسلاموفوبيا؟

التساؤلات الفرعية:

- ما هي الآليات التي تساعد المواقع الالكترونية الإسلامية في معالجة الصورة المسيئة إلى الإسلام ورموزه؟.
- إلى أي مدى تستطيع المواقع الالكترونية الإسلامية التصدي لظاهرة الإسلاموفوبيا؟
- ما هي القوالب الفنية التي ارتكزت عليها المواقع الالكترونية لتعزيز اتجاهات المواجهة الأكثر فاعلية؟
- ما طبيعة الموضوعات التي نالت الأولوية لترجمة فلسفة و سياسة المواقع في مواجهة الإسلاموفوبيا؟

## أسباب اختيار الموضوع:

- من أهم الأسباب التي دفعت إلى القيام بهذه الدراسة مأسسة التوجهات التي أصبحت تركز عليها الإسلاموفوبيا، وتبع ذلك أن ظاهرة الإعلاموفوبيا بدأت تأخذ اتجاها يقترب إلى المأسسة أيضا والارتكاز على المقومات العلمية.

- ومن الأسباب أيضا أن التشويه المتعمد لصورة الإسلام و المسلمين، وتعزيز الرهاب منه عبر الإنترنت، وجبت مجابهته بحزم و بطرق علمية مكافئة.

## أهداف الدراسة:

- التعرف على أهم الاتجاهات التي سلكتها المواقع الالكترونية الإسلامية لمواجهة ظاهرة الإسلاموفوبيا.  
- التأكد من أن المواقع الإسلامية بدأت تعي أن مواجهة ظاهرة الإسلاموفوبيا ينبغي أن تركز على عمل مؤسسي منظم تقوم به مؤسسات- ومن بينها المؤسسات الإعلامية المختلفة- ومراكز دراسات حتى يكون له الأثر المرجو في مستويات متعددة.

## المفاهيم:

**1) الاتجاهات:** هي أساليب منظمة، منسقة في التفكير والشعور، وردود الفعل اتجاه الناس، والجماعات والقضايا الاجتماعية، أو أي أحداث في البيئة الاجتماعية المحيطة، والاتجاه حالة استعداد عقلي أو عصبي نظمت عن طريق الخبرات الشخصية تعمل على توجيه استجابات الفرد لكل تلك الأشياء، والمواقف التي تتعلق بهذا الاستعداد، ومكونات الاتجاه الرئيسية هي: الأفكار، المعتقدات، المشاعر، السلوك، النزوع إلى ردة الفعل. (السيد و بن عبد الرحمن، 1999، صص 250-251)

• إجرائيا: هي طبيعة الموضوعات أو تناول موضوعات ما، والأفكار والمعتقدات والمشاعر والسلوك والنزوع إلى رد فعل ما...

**2) الموقع الالكتروني:** هو عبارة عن مجموعة من الموضوعات والملفات الموجودة على خادم الويب، وهو أيضا عبارة عن مساحات الكترونية يتم شرائها من قبل الشركات المتخصصة في ذلك المجال، وهو يعد وسيله مملوكة للجهة التي تتولى الإنفاق عليه وبذلك يصبح وسيله لخدمه مصالح هذه الجهة التي تتولى الإشراف عليه.

ويطلق على المواقع الالكترونية بالانكليزية Web Sites، ويتم الوصول إليها عبر محدد موقع المصدر

Uniform Resource Locator URL أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مُستعرض الويب، Web browser

ولها أنواع وأشكال مختلفة ويستخدم الباحث تعبير المواقع الالكترونية للدلالة عليها .

والموقع الإلكتروني عبارة عن مجموعة من صفحات الويب المترابطة التي قد تحتوي على: نصوص، صور، أفلام فيديو، تسجيلات صوتية، كما أنه مستضاف في خادم (Server) واحد على الأقل، ويمكن استعراض هذا الموقع من خلال جهاز حاسب يتضمن متصفح للانترنت مثل internet explorer أو Mozilla Firefox أو غيرها من المتصفحات. و مع التطور الحديث أصبح بالإمكان تصفح المواقع من خلال أجهزة الهاتف النقال الحديثة . (شريم، 2007، صص 112-115)

- الإعلام الجديد: هو الذي يقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الانترنت والهاتف الجوال.

و يجدر التوضيح أن مصطلح الإعلام الجديد هو مصطلح حديث العهد، مثير للجدل، لم يجد تعريفاً واحداً بين منظري العلوم الانسانية نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، وعكس هذا المصطلح في بداياته التطور التقني الكبير الذي طرأ على استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة في الإعلام، ولاحقاً بعد ثورة الانترنت، أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على هذه الشبكة العنكبوتية العملاقة. ويقف هذا المصطلح أمام رؤيتين، الأولى هي الإعلام الجديد بوصفه بديلاً للإعلام التقليدي، والثانية هي الإعلام الجديد بوصفه تطوراً لنظيره التقليدي.

وحصر (نيكولاس نيغروبونتي) مؤسس معمل الإعلام الجديد في (ماساشوستس) الفارق بين الإعلام الجديد والتقليدي، في أن الإعلام الجديد قام على استبدال الوحدات المادية بالرقمية وهو ما أيده (فين كروسي) بأن الإعلام الجديد يضم مزايا الاتصال الشخصي والجماهيري، ويتجاوز سلبياهما، وذهب (ريتشارد ديفيز) و (ديانا أوبن) إلى تجاوز مدخلي (نيغروبونتي) و (كروسي)، بالتخفيض من التماهي بين الإعلام الجديد والتقليدي، وجاء هذا عبر توزيع صيغ الإعلام الجديد ضمن ثلاثة أنماط، النمط الأول يمارس فيه الإعلام الجديد بتقنية تقليدية، مثل برامج الحوار الحية (Talk Show)، والفقرات الصباحية من ( Good Morning America) على القنوات التلفزيونية، والتأثير الإعلامي الجديد بتقنية جديدة مثل الصحف الإلكترونية، والخدمات الإعلامية على النقال، والثالث تطبيق الإعلام الجديد بتقنية مختلطة، بما يذيب الفارق المفترض بين الإعلام الجديد والتقليدي، مثل النسخ الإلكترونية للصحف الورقية. ( حسونة، 2016)

ومن تعريفات الإعلام الجديد: "تعريف قاموس التكنولوجيا الرقمية: اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة" ( الشميمري، 2010، ص 182)

وعرفه (ليستر) بأنه: "مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو." كما عرّف بكونه: "العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر والشبكات والوسائل المتعددة." وأنه: "وسائل الإعلام التي تعتمد على

الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسر منخفض، وتصنف التفاعل المباشر، وتلتزم من المتلقي انتباها، وتدمج وسائط الإعلام التقليدية، أو هو كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي" أو هو: " الذي تولد من التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماءه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ويأخذ هذا الاسم باعتبار أنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات".

يتضح من خلال العرض السابق للتعريفات أن هناك حالتين تميزا الإعلام الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت مع بعضها البعض فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس التي تميزه وهي أهم سماته، كما أن فكرة الجودة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وهما تأتيان كنتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية.

**ومن جملة التعريفات السابقة يمكن القول أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization وهما تأتيان نتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية.** وتتعدد مرادفات الإعلام الجديد، حيث يطلق على الإعلام الجديد العديد من المسميات والمصطلحات ومنها: الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال (Online Media)، الإعلام السيبروني (Cyber Media)، والإعلام التشعبي (Hyper Media) (صادق، 2008، صص 7-22) وهناك من يرى أن هناك أخطاء إبيستومولوجية خطيرة تساق في هذا المجال... و من المخيف الخلط الفادح في الأدبيات المعربة بين المعرفة العامة public knowledge والمعرفة العلمية. لا يوجد إعلام جديد وإعلام قديم إلا في الثقافة الشعبية وأحيانا المهنية. هناك وسائل إعلام واتصال جديدة، وأخرى قديمة. هل الذين قالوا New Media ولم يقولوا New Information مخطئون؟ هل الذين ينتجون المعرفة والتقانة أخطأوا لما قالوا facebook في كلمة واحدة ولم يقولوا face book في كلمتين منفصلتين لهما معنيين مختلفين....؟ غريب أمرنا، نشوه في استهلاكنا لما ينتجه الآخرون على المستويات الشعبية والأكاديمية وحتى الرسمية

**3- الإسلاموفوبيا:** يشير مصطلح «فوبيا Phobia» إلى خوف لاشعوري وغير مبرر من مواقف أو أشخاص أو نشاطات أو أجسام معينة، وهو بذلك يصنف كمرض نفسي ينبغي علاجه. ومن أشكال هذا المرض: الخوف من الأماكن والمناطق المرتفعة (Acrophobia) الخوف من الأجانب (Xenophobia) الخوف من الأماكن المغلقة (Claustrophobia) وعند إضافة هذه الكلمة إلى الإسلام مشكلة «إسلاموفوبيا» يصبح المعنى: "خوف مرضي غير مبرر وعداء ورفض للإسلام والمسلمين" ( ISLAMOPHOBIA Advice for Schools and Colleges p:3)

ويشير هذا المصطلح كذلك إلى النتائج العملية المترتبة على هذا العداء سواء تجاه الأفراد أو المؤسسات. وهو تعريف قد يعتبر غير دقيق، لأن الأمر هنا لا يتعلق بمرض أصاب المجتمع الغربي، وإنما هو ظاهرة لها أسبابها السياسية والاجتماعية.. لكن يبقى أن هذا المصطلح يعبر عن المشاعر السلبية التي تحتاج المجتمع الغربي تجاه المسلمين، مشاعر تترجم سلوكيات مجحفة في حق الإسلام والمسلمين.

وإجرائياً: الإسلاموفوبيا تعني في أبسط معانيها، كل مظاهر الكراهية والخوف من الإسلام، لأنه دين عنف وأن المسلمين دعاة تعصب، وكراهية للآخر، وأن الحضارة الإسلامية، حضارة ترفض الحرية والعدل وقيم الحق والجمال، على النقيض تماماً مما دعا إليه هذا الدين وممارسه أتباعه من المسلمين، عبر تاريخهم الممتد وبنته حضارتهم من نماذج منيرة لأنبل القيم الإنسانية.

#### محددات الإسلاموفوبيا:

- قامت مؤسسة بريطانية تدعى (The Runnymede Trust) تعنى بأمور حقوق الإنسان والأقليات والعنقيات في المجتمع البريطاني، في تقرير لها بعنوان: «الإسلاموفوبيا: تحد لنا جميعاً» بوضع مجموعة من المحددات أو العناصر التي متى وجدت فتم ظاهرة «الإسلاموفوبيا».. وهذه المحددات هي: (شتوان والنايلسي)
- النظر إلى الإسلام على أنه كتلة متجانسة أحادية جامدة لا تستجيب للتغيير.
  - النظر إلى الإسلام على أنه كائن مستقل ليس له قيم مشتركة مع الثقافات الأخرى وهو لا يتأثر بها أو يؤثر.
  - النظر إلى الإسلام على أنه دوبي بالنسبة للغرب.. بربري وغير عقلائي، بدائي وجنسي النزعة.
  - اعتبار الإسلام عنيفا وعدوانيا ومصدر خطر مفطورا على الإرهاب والصدام بين الحضارات.
  - اعتبار الإسلام إيديولوجية سياسية لتحقيق مصالح سياسية وعسكرية.
  - الرفض التام لأي نقد يقدم من طرف إسلامي للغرب.
  - استعمال العداء تجاه الإسلام لتبرير ممارسات تمييزية تجاه المسلمين وإبعادهم عن المجتمع المهيم.
  - اعتبار العداء تجاه المسلمين أمراً عادياً وطبيعياً ومبرراً.

إن لائحة التهم هاته التي تستقي مدادها من محبرة الحقد والعداء، والتي تعمل جهات معينة على نشرها وتعميمها، ترسم صورة قائمة عن الإسلام والمسلمين في المجتمعات الغربية، وتسهم بالتالي في تفاقم ظاهرة الإسلاموفوبيا، وفي تغذية المشاعر السلبية المتزايدة ضد المسلمين، مشاعر تتجلى في مظاهر الرفض والكراهية لكل ما يمت للإسلام والمسلمين بصلة، حتى أضحى لا يمر أسبوع أو اثنان إلا وتتناقل وسائل الإعلام واقعة جديدة في مسلسل الاشتباك مع الإسلام، فمن اعتقالات عشوائية إلى منع للحجاب، ومن منع للمآذن وحديث عن هدم بعضها إلى الطعن في نبي الإسلام والسخرية منه والتشهير من بابا الفاتيكان..

### مظاهر الإسلاموفوبيا:

وفيما يلي بعض المشاهد التي تتجلى فيها مظاهر الخوف والتخويف من الإسلام.

- الهجمات اللفظية والجسدية على المسلمين في الأماكن العامة. ولاسيما ضد الشباب والنساء اللواتي يرتدين الحجاب.

- الاعتداء على المساجد وتدنيس مقابر المسلمين وذلك بالكتابة على الجدران وإلقاء القنابل الحارقة .
- انتشار صورة نمطية سلبية عن المسلمين على نطاق واسع في وسائل الإعلام، وترويج هذه الصورة النمطية والملاحظات السلبية والأحكام المسبقة في الخطب السياسية والدينية وفي المحادثات والكتابات بشكل لن يكون مقبولاً إذا كان الحديث عن اليهود أو السود على سبيل المثال.
- التمييز والإقصاء من الحصول على فرص العمل، وتوفير الخدمات.
- استبعاد المسلمين أفراداً وجماعات من مباشرة الشأن العام والحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.
- البيروقراطية والجمود في الرد على طلبات المسلمين في التعليم والرعاية الصحية والترخيص لطلبات الحصول على المساجد.

قوانين الحد من الحريات المدنية التي تؤثر بشكل غير مناسب على المسلمين.

سياسات الإعلام المواجه للإسلاموفوبيا: يحتاج المسلمون إلى آلة إعلامية تضارع الآلة الإعلامية الغربية، فلا يمكن مجاهدة ما ينشر في وسائل إعلامهم المجهضة، بالعاطفة والخروج في مسيرات ومظاهرات.. بل لابد من التركيز على إعلام محترف يعمل على التواصل المباشر مع المعنيين، وصياغة سياسة إعلامية تحول دون الاستمرار في إنتاج هذه الصورة، من خلال توضيح الأخطاء وكشف التحيزات.. وإن اقتضى الأمر اللجوء إلى القضاء لإيقاف هذه التغطيات المغرضة والمجتزأة.(إبراهيم،2016، ص4)

عينة الدراسة: استخدمت الدراسة العينة القصدية، وفي الشكل من العينات يقوم الباحث باختيار العينة اختياراً حراً على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها، ويقدر حاجته إلى المعلومات ، ويختار عينته بما يحقق له غرضه"

(عبيدات وآخرون ص100). وهذا يعني أنه سيتم اختيار المقالات المنشورة في موقعي "شبكة الألوكة" وموقع (CCIF (collectif contre l'islamophobie en FRANCE) والذي يتخذ شعار: الإسلاموفوبيا ليست رأي بل جريمة، في الفترة المرتبطة بشهر نوفمبر 2016، والمتزامنة مع الحراك السياسي في العالم و الخطاب السياسي العنصري والمستفز الذي يستهدف الإسلام والمسلمين.

وقد بلغ عدد المقالات التي جرى تحليلها في العينة ما مجموعه 140 نوعا إعلاميا، قامت الباحثتان باختيارها بطريقة العينة القصدية كتبها 70 كاتباً في موقع الألوكة و 70 آخر في موقع CCFI.

### الدراسة التحليلية:

جدول رقم (1) بين "المواقع" عينة الدراسة.

رقم الموقع	اسم الموقع	الموقع الالكتروني على شبكة الانترنت
1	شبكة الألوكة	www.alukah.net/
2	CCIF	www.islamophobie.net/

مصدر الجدول: الدراسة الحالية.

اتخذت الدراسة من موقعي - عينة الدراسة - أنموذجا للبحث، وذلك في ما تقدمه مضامينها الحاملة لرسالة الإعلام الإسلامي، خاصة التي تسعى إلى مواجهة ظاهرة الإسلاموفوبيا، فشبكة الألوكة الشرعية من أشهر الشبكات والمواقع الإسلامية ثراءً وتميزاً، ومعنى اسمها (أي كلمة ألوكة) من ألك: وهو تحمل الرسالة، وسميت الرسالة ألوكة لأنها تؤك في الفم، مشتق من قول العرب: الفرس يألك باللجام ويعلكه، والمعنى واضح وجلي هنا أن هذه الشبكة الالكترونية تحمل رسالة الإعلام الإسلامي الهادف وخدمة قضية التعليم والتنوير، ليس للمسلمين فقط بل للإنسان عامة، وقد أنشئت سنة 2010.

أما موقع CCIF فهو اختصار لعبارة collectif contre l'islamophobie en france، وهي جمعية ضد الإسلاموفوبيا في فرنسا.

## جدول رقم(2):

الرقم	المواضيع	موقع الألوكة (ت)	النسبة	موقع CCIF(ت)	النسبة	النسبة الإجمالية
1	السياسية	34	%48.57	39	%55.71	%52.14
2	الدينية	14	%20	12	%17.14	%18.57
3	الاجتماعية	13	%18.57	10	%14.28	%16.42
4	الثقافية	06	%8.57	09	%12.85	%10.71
5	مواضيع أخرى	03	4.28	0	%00	%2.14
	المجموع	70	%100	70	%100	

مصدر الجدول الدراسة الحالية.

أظهرت نتائج الجدول أعلاه، أن المواضيع السياسية التي تناولت قضايا الإسلاموفوبيا جاءت في المرتبة الأولى، من حيث التكرار والذي بلغت نسبته %48.57 في موقع شبكة الألوكة، و %55.71 في موقع CCIF، فيما جاءت في الرتبة الثانية المضامين الدينية في كلا الموقعين، بتقارب نسبي بينهما، فالمضامين الاجتماعية بنسبة %18.57 في موقع الألوكة و %14.28 في موقع CCIF.

وجاءت المواضيع الثقافية في الرتبة الرابعة وبنسبة قليلة نوعا ما مقارنة بالمضامين المحتملة للمرتبة الأولى وبفارق واضح كذلك.

فيما سجلت الدراسة بأن فئة "مواضيع أخرى" لم تحضر في موقع CCIF، وحضرت في موقع شبكة الألوكة بنسبة %4.28، وتُرجع الدراسة سبب هذا الحضور المتفاوت بين المضامين الإعلامية سواء سياسية أو دينية أو ثقافية إلى الظاهرة ذاتها أي "الإسلاموفوبيا" التي أخذت مؤخرا طابعا سياسيا محضاً بين الدول العظمى "الو.م.أ" وأوروبا خاصة، والتي أعلنت سياساتها الوطنية و العالمية على إشعال فتيل الثورات و تأجيج بؤر التوتر في العالم بأسره باسم مكافحة الإرهاب، وخلق تلك الصورة النمطية التي ارتب فيها الإرهابي بالمسلم سواء في اللباس، الاسم و المظهر الفزيولوجي.

## الفئات الفرعية للمضمون السياسي التي ركز عليها الإعلام.

جدول رقم (3): فئات المواضيع الخاصة بالمضمون السياسي في موقعي - عينة الدراسة -

النسبة الاجمالية	النسبة	CCFI	موقع (ت)	النسبة	الألوكة موقع (ت)	فئات المواضيع السياسية
%23.67	%38.46	15		%8.88	3	حوادث أمنية
%20.35	%23.07	9		%17.64	6	مشاريع مكافحة الإسلاموفوبيا
%18.17	%12.82	5		%23.52	8	مؤتمرات دولية
%11.19	%7.69	3		%14.70	5	احتجاجات
%9.35	%12.82	5		%5.88	2	قوانين
%8.44	%2.56	1		%5.88	2	مظاهرات /مسيرات
%7.35	%0	0		%14.70	5	منتديات تحالف الحضارات
%5.69	%2.56	1		%8.82	3	حوارات سياسية
%100	%100	39		%100	34	المجموع

مصدر الجدول الدراسة الحالية.

إن ما تظهره نتائج هذا الجدول تعكس حقيقة مضامين مواقع عينة الدراسة، فلقد حضرت الحوادث الأمنية في المضامين السياسية متصدرة لرأس الترتيب، لما لهذه الحوادث من أهمية في تأجيج وتعزيز الظاهرة وبالتالي ضرورة الاستعداد للمواجهة، مما يساعد في إخماد أي تصعيد وتصحيح الوضع والتأثير على الرأي العام، و جاءت مشاريع مكافحة الإسلاموفوبيا بترتيب متقدم أيضا في كلا الموقعين، ولعل أهم المشاريع الدولية التي طرحها كلا الموقعين، - مشاريع الشباب المعروفة باسم " أنا مسلم " لمواجهة الإسلاموفوبيا والتي تسعى لمعرفة كيف يفكر الفرنسيون، الكنديون، الأمريكيان.. الخ حيال المسلمين، و من المشاريع المهمة أيضا تلك التي أطلقها الناشطون والمدافعون ضد هذه الظاهرة (على سبيل المثال) الفيديو الذي يظهر مجموعة من الشباب يتحولون في شوارع مدينة "تورنتو الكندية و التي تعد أكبر مدن " كندا " ويطلبون من المارة أن يكتبوا رأيهم في المسلمين على لافتة بيضاء كبيرة، ويلاحظ في المقطع أن إجابات المواطنين الكنديين كانت مشجعة وملهمة لهؤلاء الشباب لاستكمال مواجهتهم للإسلاموفوبيا.

ثم تلتها المؤتمرات التي دلت مرتبتها على الأهمية التي توليها المواقع لهذا الشكل في تناول المواضيع السياسية، فعلى غرار المؤتمر الدولي الذي استضافته تركيا حول " مكافحة الإسلاموفوبيا " والذي تضمن مناقشة أفكار

الديمقراطية والتعددية والإسلاموفوبيا ودور الإعلام ومسؤوليته في ظاهرة الإسلاموفوبيا، شاركت المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو) في عقد مؤتمر دولي في باكو عاصمة أذربيجان عن الأشكال المختلفة للإسلاموفوبيا، والذي ناقش سبل مواجهة ظاهرة الخوف من الإسلام والتمييز الديني والعنفي، وغيرها من المؤتمرات التي أولتها مواقع - عينة الدراسة - أهمية كبرى من خلال تغطية كل مجرياتها وإيصالها للقارئ عبر شبكتها التفاعلية أكثر مع الحدث وابداء الرأي، فكان لحضورها وزن ملحوظ.

أما المنتديات فقد كانت حاضرة في موقع الألوكة وغائبة في موقع CCIF كمضمون إعلامي جاد وغاية في الأهمية والمعالجة، اهتمت شبكة الألوكة بتغطية فعاليات هذه المنتديات والتي اهتمت بمناقشة ممارسات العنف المدفوعة بالكراهية للإسلام والمسلمين، أين جمعت هذه المنتديات كذلك العديد من المشاركين الذين تكلموا عن تجارب بشعة تعرضوا لها، لتندرج غالبية المنتديات الحاضرة في الموقع في خانة المنتديات الراضية للعنصرية والعنف ضد الطوائف المختلفة والأقليات وتحالف الحضارات.

وما يجب تأكيده في تحليل نسب هذا الجدول أن موقع CCIF اهتم كثيرا برصد الحوادث الأمنية- مقارنة بالمنتديات الأخرى - والتي تعرض ويتعرض لها المسلمون خاصة فرنسا، كمضمون سياسي أكد كتاب مقالاته أن سبب زيادة هذه الحوادث ارتبط أكثر بسياسة فرنسا العدائية ضد المسلمين خاصة بعد أحداث "شارلي إيبدو"، وتسجل الدراسة أن موقع CCIF الذي يولي أهمية بالغة لتعريف المسلم بحقوقه، وكيف يستعلم، وكيف يتصل بالجمعية، وكيف يتجند في الجمعية (واجباته وحقوقه) سواء في التعليم أو التوظيف أو العلاج.. الخ، ويجب الإقرار والتأكيد بأنهما من المضامين الإعلامية الأكثر تفاعلا وفعالية خاصة في فرنسا وهو ما يحسب لصالح الموقع.

جدول رقم (4): المواضيع الخاصة بالمضمون الاجتماعي في موقعي عينة الدراسة

الفئات المواضيع الاجتماعية	موقع الألوكة (ت)	النسبة	موقع CCIF (ت)	النسبة	المجموع
حملات اعلامية	7	%53.84	6	%54.54	%54.19
مبادرات توعوية(جمعيات)	4	%30.76	5	%45.45	%38.10
مبادرات فردية	2	%15.38	0	%0	%7.69
المجموع	13	%100	11	%100	%100

مصدر الجدول الدراسة الحالية.

حظيت الحملات الإعلامية كمضمون اجتماعي فعال سواء في التوعية أو تغيير وجهات نظر الأفراد والدول بنسبة 54.19% وجاءت مضامينها متبينة للجهود المبذولة والمنظمة للعديد من الهيئات والمؤسسات الاجتماعية والسياسية لتفسير - ظاهرة الإسلاموفوبيا - على أنها جريمة وليست رأياً أو وجهة نظر كما يزعم العديد من قادة الدول المشوهة لصورة الإسلام وربطه بالإرهاب، حضور هذا المضمون الإعلامي في كلا الموقعين يعكس جهود الموقعين في حد ذاتهما لتوسيع نطاق الحملات، وشرح وعرض شعاراتها، أهدافها ورسائلها، وهو ما يحسب للموقعين كإعلام هادف مساند للقضية اتخذ من اتجاه تبرير العنف من الآخر وليس من المسلم، وعلى سبيل الذكر لا الحصر أعلن "علي هسنوف" مدير القسم السياسي والاجتماعي لرئاسة أذربيجان أن بلاده ستمنح إعانة مالية لحماية مصالح العالم الإسلامي، ونشر الأخلاق والثقافة الإسلامية ومكافحة الإسلاموفوبيا وجاءت حملة "أخلاقي إسلامي" وحملة "هادي" في أمريكا كذلك التي تساعد حقيقة في إبراز الرسالة الحقيقية للإسلام.

لتأتي بعدها المبادرات التوعوية للجمعيات والتي كانت حاضرة هي الأخرى بنسبة 38.10% كمبادرة " شهر التوعية بممارسات الإسلاموفوبيا " المنظم من طرف المركز الإسلامي بلندن بالتعاون مع منظمة "إنجيدج" و" تحالف كفاية" و"المجلس الإسلامي البريطاني" وغيرها.

وتؤكد الدراسة أن اهتمام -مواقع الدراسة- بهذه المضامين وذكر تفاصيلها يحدد الاتجاه الإعلامي الاتصالي الذي تركز عليه سياسة المواقع في التعبير عن القيم والمثل السميحة في الإسلام في مواجهة الظاهرة.

أما على صعيد المبادرات الفردية فكان محورها ينحصر أعمال نشطاء في حقوق وحرية الأفراد، كمبادرة "عمران خان" المحامي الحقوقي، و"ليندسي جيرمان" عضو تحالف أوقفوا الحرب، و" لطف الرحمن" عمدة تاور هاملت، فأسماء مثل هذه و أسماء أخرى ارتبطت أنشطتهم ومبادراتهم بمساندة قضية تحسين وتغيير الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين كاتجاه تعريفي تقوم وظائفه و أدوار فاعليته على الحاجة لرؤية الأمور في نسق عقلاي يرحح العقل على العاطفة وهو ما جاءت به مضامين هذه الجداول بصورة عامة سواء في الحملات أو المبادرات الشخصية أو المبادرات الجماعية للمنظمات والجمعيات على حد سواء.

جدول رقم (5) المواضيع الخاصة بالمضمون الثقافي موقعي - عينة الدراسة -

فئة المواضيع الثقافية	موقع الألوكة(ت)	النسبة	موقع CCIF(ت)	النسبة	المجموع
إصدارات	3	50%	2	22.22%	36.11%
دراسات	2	33.33%	2	22.22%	27.77%
حوارات ثقافية	1	16.66%	3	33.33%	24.99%
فنون	0	0%	3	33.33%	16.66%
المجموع	6	100%	9	100%	100%

المصدر: الدراسة الحالية.

تظهر نتائج الجدول أعلاه أنّ مواقع الدراسة اهتمت بالمضمون الثقافي، حيث أظهر موقع CCIF مؤخرًا مثلاً قبوله وتعاونه الشفاف مع الباحثين الأكاديميين (الجامعيين) الذين يشتغلون في مجال البحث في ظاهرة الإسلاموفوبيا، بتمكينهم من أرشيفها وقاعدة بياناتها وجميع ما أصدرته هذه الجمعية من تقارير وكتب كذلك، فقد شكلت الإصدارات نسبة معتبرة مقارنة بالمضامين الأخرى حيث سُجِّلت نسبة (50%) في موقع الألوكة و(22.22%) في موقع CCIF، وهي نسب تعكس الاتجاه التعليمي التوعوي لكلا الموقعين، خاصة أنّ هذه الإصدارات متاحة على موقعيهما، وكمثال على ذلك "قاموس موضوعات الإسلاموفوبيا" للصحفي (كامل مزيتي) والذي يتضمن الألفاظ والتعابير التي يستخدمها السياسيون الفرنسيون والكتاب والفنانون في مجال موضوعات الإسلاموفوبيا.

ومن الأمثلة أيضا كتاب "ناشان ليان" المعنون بـ "صناعة الإسلاموفوبيا: كيف يصنع اليمين التخويف من المسلمين؟". وأكد - خاصة موقع الألوكة - أنّ على المسلمين والعرب قراءة بعض الكتب في هذا الشأن وخاصة هذا الكتاب المذكور الذي يذكر بيان أسباب دعم المسلمين للرئيس أوباما بنسبة 68% من أجل تولي الرئاسة لعهدته ثانية، وعلاقة ذلك بالمجتمع اليهودي الذي أيد أوباما كذلك بنسبة 70% وهو اتجاه تبريري يبرز أنّ للظاهرة أبعادا سياسية صنعها الكارهون والحاقدون على الدين لأغراض عسكرية بحتة.

وكان التقارب بين الدراسات كمضامين إعلامية ثقافية في كلا الموقعين مهمة كمضمون قيم وهادف خاصة أنّ هذه الدراسات تمحورت حول الإسلاموفوبيا، ولعلّ أهم الدراسات التي نحاول عرضها في دراستنا هذه دراسة صرح بها خبراء في علم النفس في ألمانيا أنّ المسلمين يواجهون في المجتمعات الناطقة بالألمانية وهي (ألمانيا- النمسا - سويسرا) العديد من صور كراهية الأجانب، وبجانب تلك الكراهية، وبجانب تلك الكراهية فهناك خوف منهم ناشئ عن توقع التعرض للعدوان مما يُعدُّ سمات مرّضية واضحة.

وصرح العديد من الدارسين أنّ الخوف يُعدّ دوما عرض نفسي خطير يستغله البعض لجعل المسلمين كبش فداء في العالم ككل، وحضرت الحوارات الثقافية بنسبة 16.66% في موقع الألوكة، وبنسبة 33.33% في موقع CCIF، أما فنون كمضمون إعلامي ثقافي مهم في موقع الألوكة حظيت بنسبة 0%، ويحضر في موقع CCIF بنسبة 33.33% حيث تم تسجيل بعض العروض المسرحية في فرنسا التي حملت رسائل مناهضة للإسلاموفوبيا وهي عروض جادة استهوت المهاجرين خاصة من أصول عربية مسلمة وكذا بعض المؤيدين للقضية.

جدول رقم (6): فئات المواضيع الخاصة بالمضمون الديني في موقعي - عينة الدراسة الأكاديمي/التعليمي.

الفئات	موقع شبكة الأولوكة (ت)	النسبة	موقع CCIF (ت)	النسبة	المجموع
محاضرات	8	%57.14	7	%58.33	%57.73
ندوات	3	%21.42	3	%25	%23.21
دروس	3	%21.42	2	%16.66	%19.04
المجموع	14	%100	12	%100	%100

مصدر الجدول الدراسة الحالية

شكلت المحاضرات الدينية كمضمون إعلامي - ديني-مادة خصبة لكلا الموقعين، حيث حضرت بنسبة (57.14%) في موقع شبكة الأولوكة، ونسبة (58.33%) في موقع CCIF، وجاءت جل المحاضرات المنشورة في الموقعين من إلقاء أساتذة في جامعات عالمية، كمحاضرة البروفيسور "بلند سنای" عن تعدد الثقافات في المجتمع، وظاهرة الإسلاموفوبيا، وتأثيرات الإعلام المشوه للصورة في جامعة "تيلبورخ" هولندا... الخ. ويعتبر نشر مثل هكذا محاضرات، بمحاورها وفعاليتها ومضامينها توجه إعلامي يوضح سياسة موقعي - عينة الدراسة - في الترويج وتوسيع نطاق الظاهرة باعتبارها ظاهرة تستدعي منابر عدة للطرح والنقاش سواء جامعات أو ندوات بجمعيات أو دروس في المساجد والمراكز الإسلامية المنتشرة، المدارس... الخ، لأنها ظاهرة ترتبط بالوعي والتربية والتنشئة الاجتماعية، النفسية، الدينية للأفراد. لذا جاء طرحها في هذه المنابر كضرورة تعليمية حملتها هذه المواقع في رسالتها الإعلامية وتوجهها المؤمن بالقضية وسبل مكافحتها بالتنوع.

جدول رقم (7) فئات المواضيع الأخرى المنشورة على موقعي -عينة -الدراسة

الفئات	موقع شبكة الأولوكة ت	النسبة	موقع CCIF ت	النسبة	المجموع
تاريخ	2	%66.66	0	%0	%66.66
علاقات العرب بالغرب	1	%33.33	0	%0	%33.33
المجموع	3	%100	0	/	100

مصدر الجدول الدراسة الحالية

يتضح من الجدول أعلاه الخاص بالموضوعات الأخرى المختلفة في مواقع-عينة الدراسة-أن المجموع العام لفئة هذه المواضيع بلغ نسبة (66.66%) في موقع شبكة الأولوكة، وغاب تماما في موقع CCIF ولقد جاءت مضامين هذه الفئة تحتوي المضمون التاريخي خاصة-الوثائق التاريخية-التي تحتوي تاريخ الإسلام والمسلمين في

العالم بأسره، حيث أبرزها الموقع للمها من أهمية في، معاينة التاريخ وقت حدوثه، وتأكيد أو نفي وقائع تاريخية كانت تعد من المسلمات، وكذا بعض المغالطات التاريخية التي تم تصحيحها وتوثيقها في الموقع (مخطوطات مزورة...) وتشير الدراسة الحالية أن المادة التاريخية مهمة في الإعلام الإسلامي خاصة وهذا لجعل القارئ أو الشاهد يبني أفكاره على قاعدة ومرجعية تاريخية مؤسسة للفكر وليس مخاطبات إعلامية/سياسية - هكذا يروج ويسوق لها الإعلام الغربي - أما فئة مضمون علاقات العرب بالغرب وان حضرت بنسبة محتشمة قليلا وهي (33.33%) وان اتخذت سياق العلاقات الدبلوماسية لا غير، لكنه مضمون يقال فيه الكثير ويجوي اتجاهات الدول العربية ومسايرتها للغرب في بعض القرارات.

#### جدول رقم (8) الفنون الصحفية المدرجة في مضامين موقعي - عينة الدراسة .

الفئات	موقع شبكة الأولوكة	النسبة	موقع CCIF ت	النسبة	المجموع
خبر	33	47.14%	35	50%	48.57%
مقال	27	38.57%	22	31.42%	34.99%
حوار	7	10%	8	11.42%	10.71%
فديوهات (روبورتاجات)	3	4.28%	5	7.14%	11.42%
المجموع	70	100%	70	100%	100%

#### مصدر الجدول الدراسة الحالية

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه، أن كلا موقعي الدراسة نوعاً في الفنون الصحفية المدرجة، في المضامين الإعلامية - عينة التحليل -

فلقد حضر الخبر بأكبر نسبة مقارنة بالفنون الصحفية الأخرى فموقع الأولوكة اعتمد على الأخبار بنسبة (47.14%) وموقع CCIF بنسبة (50%) في نقل جميع المستجدات الآتية والمستحدثة، وفي هذا التوجه في نقل الأخبار تغطية كاملة وشاملة لكل ما يقع للعالم الإسلامي، فشبكة الأولوكة أدرجت أيقونة قابلة للنشر تحوي أخبار "المسلمون في العالم"، وموقع CCIF موفر أيقونة Espace Presse يحوي كل الأخبار والتغطيات الإعلامية الخاصة بالجمالية المسلمة في فرنسا، ويحضر بعد الخبر **المقال الصحفي** الذي يولي اهتماما كبيرا لتحليل الحدث، فموقع الأولوكة استخدمه بنسبة (38.57%) بينما موقع CCIF بنسبة (31.42%)، ليأتي الحوار الذي كان حاضرا كذلك كفن صحفي متقارب في استخدامه في كلا الموقعين بنسبة (10%) للموقع الأول ونسبة

(11.42%) للموقع الثاني وجاء تخصيصه لفئة من الناشطين والأئمة والدعاة وكذا المسلمون باختلاف أجناسهم، للحد من تحديث عن الإسلام ومعايشتهم لضغوطات ومشاكل وانتهاكات كبيرة من طرف دعاة تجريم الدين الإسلامي.

وتذيل الترتيب الروبورتاج كفن صحفي يعتمد على الصورة السمعية البصرية لإقناع أكثر بالاحتوى الإعلامي خاصة وأنه يحتوي قضية الإعلام الهادف، القيم والمصلح للعقيدة الإسلامية السمحاء ووجوب إقناع الآخر المتطرف أن الدين الإسلامي دين تسامح وسلام وليس إرهاب وعنف كما يروجه الإعلام الغربي الهدام.

#### جدول رقم (9) الأساليب الإقناعية الضمنية في المضامين المدروسة .

المجموع	النسبة	موقع CCIF ت	النسبة	موقع شبكة الأولوكة ت	الفئات
39.11%	40%	28	38.23%	26	أساليب منطقية
36.18%	37.14%	26	35.23%	24	أساليب دينية
24.66%	22.85%	16	26.47%	18	أساليب عاطفية
100%	100%	70	100%	68	المجموع

#### مصدر الجدول الدراسة الحالية

يتضح من الجدول أعلاه أن الأساليب الإقناعية المتنوعة في المضامين الإعلامية حضرت وبقوة، وهذا ارتباطا بفتاحية والرسالة الإعلامية التي تحملها مواقع-عينة الدراسة-

فلقد جاءت الأساليب المنطقية متصدرة الترتيب بنسبة (38.23%) في موقع الأولوكة ونسبة (40%) في موقع CCIF ، فالأساليب الإقناعية الدينية بنسب متقاربة في الموقعين بـ (35.23%) في الموقع الأول و(37.14%) للموقع الثاني؛ لتأتي في مؤخرة الترتيب الأساليب العاطفية بنسبة (26.47%) لموقع الأولوكة و(22.85%) لموقع CCIF.

وتجدر الإشارة هنا أن الأساليب الإقناعية دائما ما تشير في الذهن إلى تلك اللغة الجبلى بالمشاعر والإثارة ودلالات الاستمالة العاطفية والعقلانية والتي تدفع بنا نحن المتلقين إلى تعديل مواقفنا وتغيير اتجاهاتنا بدرجة أو بأخرى، لذا اعتمدت الدراسة الحالية على تحليل هذه الأساليب الإقناعية ارتباطا بموضوع دراستنا الذي يحوي قضية حساسة وظاهرة لا يمكن للإعلام السكوت عنها بل الكتابة والنشر فيها ليقبى الإقناع أهم معطى للتأثير على الآخر وإحداث الاستجابة لديه لمكافحة ظاهرة الإسلاموفوبيا وهذا ما تبنته مواقع-عينة الدراسة-وأثبتته نسب هذا الجدول.

جدول رقم (10) الأساليب الإقناعية المنطقية الضمنية في مواقع-عينة الدراسة-لمواجهة الإسلاموفوبيا .

الفئات	موقع شبكة الأولوكة ت	النسبة	موقع CCIF ت	النسبة	المجموع
أرقام وإحصائيات	14	%53.84	16	%57.14	%55.49
الحجة	7	%26.92	5	%17.85	%22.38
إعطاء نماذج	3	%11.53	4	%14.28	%12.90
الأقوال	2	%7.69	1	%3.57	%5.63
المجموع	26	%100	28	%100	%100

مصدر الجدول الدراسة الحالية

تبين نتائج الجدول أعلاه أن كلا الموقعين اعتمدا على الأساليب المنطقية "العقلانية" في المضامين المنشورة على موقعهما، باعتبار القارئ عالمي غير متجانس في المستوى العلمي، والحالة الاجتماعية، والتدين... الخ لمخاطبة وتأكيد فهم الظاهرة فقد جاءت الأرقام والإحصاءات كأدلة عقلانية أكدّ من خلالها كتاب الخبر والمقال استفحال ظاهرة الإسلاموفوبيا.

ففي اسبانيا مثلا زادت حالات الإسلاموفوبيا إلى 500% خلال عام 2015 تلتها حوادث مؤسفة يتعرض لها المسلمون الأبرياء.

ولهذا أكدّت الأساليب الإقناعية المنطقية على الأرقام، وحضورها كأعلى نسبة في كلاً الموقعين، باعتبار القضية قضية أرقام وحوادث وانتهاكات وجرائم واستفزازات لا يمكن السكوت عنها مطلقاً. فيما حضرت الحجة كأسلوب عقلاي احتل المرتبة الثانية في الموقعين بتفاوت طفيف، بنسبة (26.92%) في الموقع الأول ونسبة (17.85) في الموقع الثاني، حضرت في الحجج المادية الملموسة لضحايا الظاهرة في صور وحضور شخصي في العديد من الملتقيات المعالجة لظاهرة الرهاب من الإسلام والمسلمين.

جدول رقم (11) الأساليب الإقناعية العاطفية الضمنية في مواقع-عينة الدراسة-لمواجهة الإسلاموفوبيا.

الفئات	موقع شبكة الأولوكة ت	النسبة	موقع CCIF ت	النسبة	المجموع
ترغيب	5	%27.77	2	%12.5	%20.13
الاستدلال	4	%22.22	4	%25	%23.61
الاستهجان	4	%22.22	6	%37.5	%29.86
التكذيب	2	%11.11	3	%18.75	%14.93
الافتخار والإشادة	1	%5.55	0	%0	%2.77
التفاؤل	0	%0	1	%6.25	%3.12
المجموع	18	%100	16	%100	%100

مصدر الجدول الدراسة الحالية

لعلّ جوانب تحليل ظاهرة الإسلاموفوبيا من منطلق ديني تعريفي، يرجع أساسا لرسالة الدين الإسلامي المسالم فقد جاءت الأساليب العاطفية في المضامين الإعلامية-عينة الدراسة-رسائل ترغيب بألسنة دعاة وباحثين وناشطين ومسلمين بسطاء كذلك، حجلوا من أنفسهم ومعاملتهم رسائل وصور ترغيب وجذب للأخر عكس ما يروج له الإعلام الغربي على أنهم عدائين.

وعلى هذا الأساس حملت مواقع الدراسة-هذه المضامين-بالأسلوب ذاته في التناول الإعلامي لها وهي ترغيب القارئ بمحتواها القيم بأسلوب جذاب وعبارات راقية تترك فينا مشاعر الولاء لهذا الدين وضرورة الدفاع عنه لا النظر هكذا بدون جراك ولا الإيمان بقضية نصرته وهو يتعرض للتشويه والجدير بالإشارة أن موقع شبكة الأولوكة اعتمد بنسبة كبيرة على هذا الأسلوب الإقناعي نسبة(27.77%) مقارنة بموقع CCIF الذي ارتكز أكثر على أسلوب الاستهجان خاصة وأن هذا الموقع يحمل رسالة قوية للأعداء الإسلام الذين يعتبرون الإسلاموفونيا مجرد رأي يجب احترامه وجاء الاستهجان من شعار الموقع ذاته وهو "الإسلاموفوبيا ليس مجرد رأي، بل جريمة"

جدول رقم (12) الأساليب الإقناعية الدينية الضمنية في مواقع-عينة الدراسة-لمواجهة الإسلاموفوبيا.

الفئات	موقع شبكة الأولوكة ت	النسبة	موقع CCIF ت	النسبة	المجموع
آيات قرآنية	16	%66.66	13	%50	%58.33
أحاديث نبوية	5	%20.83	4	%15.38	%18.10
قواعد شرعية	3	%12.5	9	%34.61	%23.55
المجموع	24	%100	26	%100	%100

مصدر الجدول الدراسة الحالية

توضح نتائج الجدول أعلاه، أن مواقع الدراسة-اعتمدت في أساليبها الإقناعية الدينية على أساليب مختلفة فقد جاءت الآيات القرآنية دليل قطعي على أن هذا الدين دين تسامح وسلام لا يدعو إلى الجهاد وقتل الأبرياء كما يروج له الإعلام المضاء. فقد حضرت هذه الأساليب متصدرة الترتيب بنسبة (66.66%) لموقع الألوكة ونسبة (50%) لموقع CCIF. باعتبار الحجة لدى المسلمين مرجعية الفتاوى والقرارات هي الشريعة الإسلامية، لتليها الأحاديث النبوية بأسلوب إقناعي ديني يعتبر مرجعية "السنة" عند غالبية المسلمين في جميع أقطار العالم بأسره.

وتذيل الترتيب الأساليب الإقناعية في فئة القواعد الشرعية لعل أهمها الفتاوى الشرعية الوضعية خاصة التي اعتمد عليها موقع CCIF في تحليل ظاهرة الإسلاموفوبيا بالرجوع إلى القوانين الوضعية خاصة التي يعيشها المسلمون في فرنسا والذين يعيشون تحت طائلة فرنسا وقوانينها، مما أتاح للموقع المذكور، إمكانية الوضعية والتعايش ببعض الممارسات كقضية حقوق المسلم في الأعياد الدينية له ولباسه في بعض المناسبات وأماكن العمل والمؤسسات التعليمية ورؤيتها الشرعية.

### النتائج:

1) إن الدلالة العادية التي ينطوي عليها مصطلح الإسلاموفوبيا هي الخوف من الإسلام- كدين - و تأثيراته الخطيرة و المحتملة على بنية المجتمع الغربي وقد تمكن قسم عظيم من الإعلام الغربي المعادي للإسلام من تسويق هذا المفهوم لدى مختلف شرائح المجتمع الغربي وهو يبرر خطر الإسلام على الثقافة الغربية، ومع ذلك جاءت النتائج مؤكدة على تقدم المواضيع السياسية وهو ما يدل على أن القائمين على المواقع يدركون البعد السياسي الذي جنحت إليه هذه الظاهرة على الرغم من اتصالها الكبير بالجوانب الدينية والثقافية، وهو متطلب ضروري لترشيد المواجهة والانتقال بها من خندق الدفاع إلى التموقع في صفوف الأحقية.

2) من النتائج التي انتهت إليها الدراسة أن الحديث عن الأحداث الأمنية تصدر قائمة المواضيع السياسية.. وهو ما يفسر وعي القائمين على المواقع بضرورة تناول الأحداث الأمنية من منظور فلسفتها، حتى لا يستفرد الإعلام الغربي بذلك فيقدمها بالصورة التي يريد دون أدنى مقاومة أو متابعة للتصحيح ودفع الشبهات، كما تبين أن المشاريع أخذت ترتيبا متقدما وخاصة المشاريع التعريفية (بحقيقة الإسلام والمسلمين) وهو ما يبرهن على أن المواقع تدرك بأن أكثر العوامل المعززة للظاهرة الجهل بحقيقة الإسلام، وتم الاهتمام بالمؤتمرات الدولية كذلك لبيان أن تحصيل الخلفية النظرية للظاهرة تشكل منطلقا رئيسا في المواجهة، خاصة وأن هذه المؤتمرات كان يوظفها أكاديميون معترف بكفاءتهم دوليا.

3) حظيت الحملات الإعلامية بمرتبة متقدمة بين الفئات الأخرى، لما لها من أهمية وفعالية كمضمون اجتماعي يفيد في التوعية وتغيير وجهات النظر إزاء الظاهرة، وهو ما يؤكد الاتجاه الإعلامي - الاتصالي الذي ارتكزت عليه سياسة المواقع، سواء في التعريف بالإسلام أو بدفع الشبهات عنه، باعتبار أن غايات الحملات الإعلامية تنصب أكثر في مجموع الجهود المبذولة في التوعية والإعلام.

4) أولت مواقع الدراسة اهتماما واضحا بالمضمون الثقافي، أين شكلت الإصدارات نسبة معتبرة مقارنة بالمضامين الأخرى، وهي نسب تعكس الاتجاه التعليمي - التوعوي لكلا الموقعين، وتجدر الإشارة إلى توفر هذه الإصدارات على شكل ملفات يسهل تحميلها وقراءة محتوياتها المفيدة، كقوانين حماية حقوق الموظف المسلم في الأعياد الدينية خاصة، و"قاموس موضوعات الإسلاموفوبيا" .. وغيرها.

5) تصدرت فئة " المحاضرات " التي تناولت المضمون الديني القائمة في فئات المواضيع الدينية، وجاءت جل المحاضرات المنشورة في الموقعين من إلقاء أساتذة من جامعات عالمية، وهو ما يعكس الاتجاه الأكاديمي المؤسس على نتائج بحوث علمية ساهمت في مواجهة ظاهرة الإسلاموفوبيا.

6) من النتائج المتوصل إليها كذلك أن المادة التاريخية مهمة في الإعلام الإسلامي خاصة، وهذا لجعل القارئ أو المشاهد يبني أفكاره على قاعدة ومرجعية تاريخية مؤسسة للفكر وليس مخاطبات إعلامية/سياسية كما يحلو للإعلام الغربي أن يسوق لها، أمّا فئة مضمون علاقات العرب بالغرب فقد حضرت بنسبة محتشمة قليلا اتخذت سياق العلاقات الدبلوماسية لا غير لكنه مضمون يقال فيه الكثير ويجوي اتجاهات الدول العربية ومسايرتها للغرب، في بعض القرارات.

7) توصلت الدراسة إلى أن أكثر القوالب استخداما في تقديم المحتوى هو قالب الأخبار، ثم المقال، ثم الحوار وفي الأخير الفيديوهات المصورة أو الروبرتاج، وهذا ربما يدل على أن المواقع الإسلامية لم تهتد بعد إلى مواكبة عصر الصورة، وان أكثر ما تمكن الإعلام الغربي من استخدامه للتشويه هو الصورة وخاصة الصورة المتحركة.

8) أما فيما يخص الأساليب الإقناعية فقد أعطيت الأولوية إلى الأساليب المنطقية ثم الأساليب الدينية، وأخيرا الأساليب العاطفية، وهي نتيجة لا تفسر كثيرا اتجاه المواقع في استخدام المواقع للأساليب الإقناعية، خاصة وان مبررات الإسلاموفوبيا تؤكد أنها لم تعد تركز إلى منطق.

9) وانتهت النتائج إلى أن كلا الموقعين اعتمدا على الأساليب المنطقية "العقلانية" في المضامين المنشورة على موقعهما، باعتبار القارئ عالمي غير متجانس في المستوى العلمي، والحالة الاجتماعية، والتدين... الخ لمخاطبة وتأکید فهم الظاهرة فقد جاءت الأرقام والإحصاءات كأدلة عقلانية أكدّ من خلالها كتاب الخير و المقال

استفحال ظاهرة الإسلاموفوبيا، فيما حضرت الحجة كأسلوب عقلاي في المرتبة الثانية، ولم يهمل استخدام الحجج المادية المموسة لضحايا الظاهرة في صور وحضور شخصي للضحايا.

**10** أثبتت الدراسة أن الترغيب كان أكثر استخداما في الموقع الإسلامي المحرر بالعربية، وهذا تماشيا مع طبيعة الإسلام الذي يعتمد على الترغيب في المقام الأول أما الموقع المحرر باللغة الفرنسية فاعتمد أكثر على أسلوب الاستهجان خاصة وأن هذا الموقع يحمل رسالة قوية للأعداء الإسلام الذين يعتبرون الإسلاموفونيا مجرد رأي يجب احترامه وبرز الاستهجان أكثر في شعار الموقع ذاته وهو "الإسلاموفونيا ليس مجرد رأي، بل جريمة"، ولم تُهمل الصور الأخرى في مواجهة الإسلاموفونيا مثل الاستدلال والاعتزاز والإشادة والتفاؤل.

**11** وضحت النتائج أن مواقع الدراسة-اعتمدت في أساليبها الإقناعية الدينية على أساليب مختلفة فقد جاءت الآيات القرآنية المتصدرة للترتيب دليل قطعي على أن الإسلام دين تسامح وسلام لا يدعو إلى قتل الأبرياء كما يروج له الإعلام المضاد، وذلك باعتبار أن الحجة لدى المسلمين ومرجعية الفتاوى والقرارات هي الشريعة الإسلامية السمحاء ممثلة في المقام الأول في القرآن الكريم، لتليها الأحاديث النبوية وتذييل الترتيب الأساليب الإقناعية في فئة القواعد الشرعية.

#### قائمة المراجع:

(1) إبراهيم، احمد. (2016) "الإسلاموفوبيا: خارطة طريق نحو المواجهة، المعهد المصري للدراسات السياسية والإستراتيجية" المعهد المصري للدراسات السياسية والإستراتيجية. متاح على الرابط <http://www.eipss-eg.org> / تاريخ الدخول: 2016/11/15.

(2) أحمد محمد الرحي، محمود. (2012) "اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط الأردن.

(3) البهي السيد، فؤاد و بن عبد الرحمن، سعد. (1999) "علم النفس الاجتماعي: رؤية معاصرة"، دار الفكر العربي: القاهرة.

(4) الشميمري، فهد بن عبد الرحمن. "التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع وسائل الإعلام"، النسخة الإلكترونية، متاحة على الرابط التالي:

[http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=77&catid=40:2010-10-19-13-51-04&Itemid=77](http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com_content&view=article&id=77&catid=40:2010-10-19-13-51-04&Itemid=77)، تم الدخول في: 2016/11/19.

(5) النابلسي، محمد احمد. (2015) "الإسلاموفوبيا كمظهر لجنون العظمة الغربي"، إصدارات المؤسسة العلوم النفسية العربية، نسخة إلكترونية، متاحة على الرابط:

<http://arabpsynet.com/apneBooks/eB38/eB38MN2015-Content.pdf>

(6) الدعي، محمد. (2008) "الاستشراق: الاستجابة الثقافية الغربية للتاريخ العربي الإسلامية"، مركز دراسات الوحدة العربية، ط. 2.

7) الزاوي، محمد الطيب. (2003) "الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر مع دراسة وصفية لثلاثة وأربعين موقعا إسلاميا على شبكة الإنترنت"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر.

8) العدد (16)، مجلة المعلوماتية، شريم، رامي. (جوان 2007) "كيف نقيم موقعا إلكترونياً".

9) بن سعيد، المحجوب. (2013) "الإسلام والإعلاموفوبيا.. تشويه وتخويف، شباب لعصر المعرفة"، دار الفكر دمشق، ط1.

10) حبنكة الميداني، عبد الرحمن. (2000) " أجنحة المكر الثلاثة وخوافيها: التبشير - الاستشراق - الاستعمار"، دار القلم، دمشق، ط8.

11) حسونة، نسرين. "الإعلام الجديد.. المفهوم و الوسائل والخصائص والوظائف"، مدونة الصحافية نسرين حسونة. متاح على الرابط التالي:

<http://blog.amin.org/nisreenhassouna/2014/04/07/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85->

[.2016/11/23](http://blog.amin.org/nisreenhassouna/2014/04/07/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-2016/11/23) تاريخ الدخول %D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF/

11) سعيد، ادوارد. الإستشراق، مجلة ديوان العرب، نسخة الكترونية، متاح على الرابط <http://www.alarabimag.com/books/13325>

<http://www.alarabimag.com/books/13325%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B4%D8%B1%D8%A7%D9%82.html>

صادق، عباس. (2008)، "الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"،

12) مجلة الوعي الإسلامي، شتوان، محمد. "الاسلاموفوبيا أسباب البروز وإمكانات التجاوز"، متاح على الرابط [www.alwaei.com/site/index.php/569/naby/6587/](http://www.alwaei.com/site/index.php/569/naby/6587/). تاريخ الدخول: 2016/11/22.

13) TACKLING ISLAMOPHOBIA Advice for Schools and Colleges p:3 HYPERLINK «<http://www.nasuwat.org.uk>» HYPERLINK «<http://www.plunder.com/Islamophobia-and-its-Consequences-on-Young-People-pdf->» <http://www.plunder.com/Islamophobia-and-its-Consequences-on-Young-People-pdf-> p:6.