

آليات تشكيل الصورة الذهنية للمسلمين واستراتيجيات إصلاحها.

د. باية بوزة جامعة المدية

أ. يحي فارس جامعة المدية

الملخص:

من المؤكد أن حضارة الصورة أعلنت من شأن الوقائع البصرية حين منحتها القدرة على بناء وترسيخ الصور الذهنية للأفراد والأمم، مع التركيز على مقتضيات السياق وغايات القائم على الوسيلة، وإغفال معيار المصادقية.

حيث عمد الغرب إلى استخدام المتغير الإعلامي بفعالية في مجال الدعاية لتشويه صورة العرب والمسلمين والتفجير من عقيدتهم باعتماد آلية تغيير القناعات والاتجاهات. فكان من نتائج ذلك ضرر بالغ مس شخص المسلم ودينه، غدته قوة وهيمنة وسائل الإعلام، من خلال الترويج لصور عدة تحمل قيما سلبية ذات دلالة على أن العدو الأول للغرب هو الإسلام وحاملوه، لكونهم يرفضون قيم الحداثة الغربية ويتبنون الإرهاب والتطرف والأصولية.

بناء على ذلك اتجهت أنظار البشرية إلى العالمين العربي والإسلامي باعتبارهما المصدرين الرئيسيين للعنف الإرهاب، بعدما نجح الإعلام العالمي في ترسيخ صور ذهنية سلبية عنهما، فشل الإعلام العربي في التصدي لحرب التشويه كما أخفق في إصلاح الصور الذهنية المروجة نتيجة للقصور الثقافي والفكري لمعظم كوادره.

هذا ما يدفعنا للتساؤل حول الآليات المعتمدة في تشكيل وتداول الصور الذهنية للعرب والمسلمين، بالإضافة للبحث عن استراتيجيات لإعادة ترميم وإصلاح الصور الذهنية المشوهة.

الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية، المسلمين، استراتيجيات الإصلاح، وسائل الاعلام.

مقدمة

في عالم الصور الذهنية، تتحدد ردود الفعل بما يرتسم في الذهن لا بما تقره المعطيات أو تؤكد الوقائع، لذلك سعى قادة الغرب ومفكروه لهندسة الصور الذهنية للشعوب العربية والإسلامية بتوظيف مجموعة الاستراتيجيات الغرض منها بناء صور سلبية، ثم تسويقها بفعالة عبر وسائل الإعلام الجماهيرية والالكترونية، ليستهلكها الرأي العام العالمي دون تمحيص، لتكون النتيجة في الغالب ردود فعل غير مرغوبة تزري بقيمة الفرد العربي والمسلم وتبخسه حقه في الاحترام والمعاملة اللائقة.

لذا ينبغي تسليط الضوء على الاستراتيجيات المعتمدة في ترسيخ هذه الصور الذهنية السلبية نظرا للانعكاسات الخطيرة الناجمة عنها، بالإضافة إلى ضرورة البحث عن آليات فعالة تمكّن العرب والمسلمين من الدفاع عن دينهم ورد الاعتبار لأنفسهم، بتصحيح المفاهيم الزائفة المتداولة عنهم . وهو ما تسعى الباحثة للتطرق إليه في ثنايا هذه المداخلة.

إشكالية المداخلة

على مر التاريخ، عملت الدول الغربية على تلميع صورتها الذهنية وتشويه صورة خصومها من العرب والمسلمين، بانتهاج سلسلة من الخطوات الرامية لتشكيل اتجاهات وآراء عدائية تفتقر للموضوعية، الغاية منها التفتير من الإسلام ومعتقديه، وتوجيه سلوك الرأي العام العالمي عبر قولبة ردود فعله ليتعامل مع هذه الشريحة بجفاء وامتهان وهدر للكرامة وبخس في الاحترام . تحت تأثير التقديم العقلي السلبي الرامي لغرس صور ذهنية نمطية تؤسس لإدراك مشوه لحقيقة الموضوع المعالج.

ولم تكن الدول الغربية لتتمكن من تحقيق مسعاها دون الاستعانة بمجموعة من الآليات تنصدها التنشئة الاجتماعية ووسائل الإعلام التي أسهمت إسهاما بالغيا في تكوين وتتميط الصور الذهنية للشعوب الإسلامية والعربية، باستثمار الأحداث استثمار ذكيا يتم بمقتضاه تبني الهجوم كأفضل وسيلة للدفاع. عبر اللجوء لفبركة الأحداث وتزييف الصور حيناً وتعميم النماذج الفردية الخاطئة حيناً آخر بذريعة أن الغاية تبرر الوسيلة. من هذا المنطلق نطرح الإشكال التالي :

ما هي الآليات المعتمدة في ترسيخ الصور الذهنية الزائفة عن الإسلام والمسلمين؟

وما هي الاستراتيجيات التي يمكن إتباعها لتصحيح هذه الصور الذهنية المشوهة ؟

تحديد المصطلحات:

1. **الصورة الذهنية:** من السهل وضع تعريف للصورة الذهنية عندما نشير إلى التجارب اليومية والشخصية، لكن المشكلة تظهر عند وضع تعريف علمي محدد؛ ذلك لأن هذا التعريف يتطلب وسيلة قياس (بارومتر) لتحديد ماهية الصورة الذهنية تحديدا دقيقا¹.

فمفهوم كلمة "عصفور " يعني طائرا يطير بجناحيه، ولكن الصورة الذهنية للعصفور تعني تصورات مختلفة من حيث الحجم والشكل واللون. والعقل البشري كما ثبت علميا يفكر بالصور وليس بالكلمات لذلك تعد الصورة الذهنية بمثابة الخريطة التي يستطيع الإنسان من خلالها إدراك الأشياء وفهمها وتفسيرها والتعامل معها.

لذلك عرف علي عجوة الصورة الذهنية بأنها: " الناتج النهائي للانطباعات الذاتية للأفراد أو الجماعات إزاء منظمات وتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم"².

وللصورة الذهنية مصطلح مرادف آخر يتمثل في الصورة النمطية، التي تحمل دلالة على مجموعة من الأفكار الجامدة والثابتة نسبيا يتم تداولها في إطار سياق محدد كما تستخدم في إلقاء الضوء على عملية التفاعل الاجتماعي بين الجماعات المختلفة وكذا الشعوب والدول.

2. **الصورة النمطية:** يعرفها Huff man: "بأنها مجموعة من المعتقدات الصارمة الموجودة سلفا عن أعضاء جماعة معينة والتي تعتمد على معلومات محددة وغير صحيحة ولكنها تطبق على جميع أعضاء هذه الجماعة بغض النظر عن الاختلافات الفردية لهؤلاء الأفراد"³.

يتضح بجلاء من هذا التعريف أن الصورة الذهنية النمطية بعيدة عن الدقة الموضوعية، رغم ذلك تظل قابلة للتعميم رغم وجود فروق فردية واضحة داخل كل جماعة أو مجتمع بعينه، مما يؤدي إلى قولبة ردود فعل المتلقين حيال نفس الموضوع من دون إدراك لحقيقته. علما أن عملية ترسيخ الصور الذهنية تمر عبر مراحل متتالية.

أولاً: كيفية تكوين الصورة الذهنية

إن الكيفية التي يتعرف بها الإنسان على الأشياء تعتمد على الصورة الذهنية التي يمتلكها إزاء تلك الأشياء، وإن أي تغيير يصيب الصورة يتبع بالضرورة تغييراً في السلوك⁴

على هذا الأساس فإن عملية تكوين الصورة الذهنية عملية معقدة وتخضع عادة لمجموعة من المراحل حصرها العلماء في ثلاث:

1. **المعرفة:** فالتعرف على الشيء هو الخطوة الأولى لترسيخ صورته داخل العقل وكلما كانت المعرفة تفصيلية كلما تأكدت المعلومة وزاد رسوخها أكثر من المعرفة الإجمالية.

والسؤال المطروح هنا: ماذا يعرف الآخر عن الشعوب العربية والمسلمة وعن الإسلام؟ ومن أين استقى تلك المعرفة؟

الإجابة نستشفها من خلال القراءة التحليلية لمختلف نشرات العالم، حيث يتم التعريف بالشعوب العربية والمسلمة بطريقة انتقائية تبرز الكثير من المساوئ وتخفي العديد من المحاسن.

2. **الإدراك:** أي ربط المعرفة بالمفاهيم والثقافة الشخصية السابقة لتتحول إلى إدراك عقلي كامل يترجم عملياً بقناعة كاملة عن الجهة وعن القضية.

والسؤال المطروح هنا: كيف يدرك الغرب العرب والمسلمين وما هي الصور الذهنية التي ترتسم في مخيلتهم بمجرد ذكر الإسلام؟

الحب، التقدم، السلم، التراحم، أم العنف والإرهاب، التخلف والحروب، والغدر؟

3. **السلوك:** يتمثل في صيغة التفاعل مع الموضوع المدرك وأسلوب التعبير عنه إيجابياً أو سلبياً عملياً أو قولياً أو حتى ذهنياً.

ويحق لنا التساؤل هنا حول ردود الفعل الممارسة ضد المسلمين والعرب في مشارق الأرض ومغاربها؟ هل تترجم سلوكاً ينم عن الاحترام والإعجاب أم الازدراء لها والاحتقار والانتقاص. إن التمييز العنصري، البخس في الحقوق، وضع حدود لممارسة الشعائر الدينية، النيل من رموز الإسلام (الصور المسيئة لخاتم الأنبياء محمد (ص))، تشويه الإسلام كرسالة سماوية ما هي إلا جزء من ممارسات التشويه.

ثانياً: آليات ترسيخ الصور الذهنية الزائفة عن الإسلام ومعتقدوه

إن ردود الفعل البشرية محكومة بمحتوى الصورة الذهنية ؛ التي هي عملية معرفية نفسية نسبية ذات أصول ثقافية تقوم على ادراك الأفراد الانتقائي المباشر وغير المباشر لخصائص دين ما أو سمات شعب معين، وتكوين اتجاهات عاطفية نحوه ؛ قد تكون سلبية أو ايجابية، ينتج عنها توجهات سلوكية ظاهرة أو باطنة تتم في إطار مجتمع معين.

إن وعي الدول الغربية بأهمية هندسة الصور الذهنية استناداً لأسس علمية ليس وليد اليوم، فقد سعت لتوظيفها لصالحها في إطار علاقتها بالعالم العربي والإسلامي منذ أمد بعيد، وهي علاقة يشوبها في الأغلب الأعم صراع لا يهدأ أملتة المصلحة وحب الاستغلال والطمع والتوسع، ولم يدخر الغرب جهداً في استعمال كافة الوسائل لكسب المعركة. لذلك نالت الصورة الشخصية العربية والمسلمة حظها من التجريح والتشويه المجحف منذ مطلع القرن الثاني عشر للميلاد. حيث تم استخدام سبيل كافة الوسائل بغض النظر عن شرعيتها أو موضوعية محتوياتها، ومن ضمن الآليات نجد:

1. **التنشئة الاجتماعية:** بدأت المشاعر المضادة للإسلام تتشكل خلال القرنين 13 و 14 وقد تم اعتماد التنشئة الاجتماعية كأحد الآليات الفعالة لتقديم الشعوب العربية والمسلمة، كنموذج غير صالح للاقتداء به، من خلال إصاق العديد من التهم بالفرد العربي المسلم، وتصنيفه في أدنى المراتب ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد بل تجاوزه بجعل الفرد العربي موضع تنذر وطرفة واستخفاف في الحكايات الشعبية بالإضافة للقصص الموجهة للأطفال. مع تكرار المحتوى السلبي في الأحاديث الأسرية ومحاولة ترسيخه عبر السيناريوهات المفبركة، مثال ذلك في الأسر اليهودية عندما يلتئم شمل الأسرة على مائدة الغداء أو العشاء يترك كرسي شاغر، فإذا ما سأل الطفل والديه عن سر هذا الكرسي الشاغر تكون الإجابة صادمة : إنه كرسي أخاك الذي قتله محمد قبل ولادتك، مما يؤدي لغرس مشاعر العداء للشعوب الإسلامية في نفوس النشء اليهودي الصاعد. وتكوين صورة نمطية على أنهم أول من أساء.

2. **الكتب المطبوعة:** تمتد حملة التشويه المخطط لها، لتطال الكتب المدرسية والمناهج المقررة، دون أن تستثنى منها أقلام المفكرين، لتكون النتيجة تقديم صورة قاتمة عن الإسلام والمسلمين، تؤدي في نهاية المطاف إلى تكوين صور نمطية، تكون منطلقاً لدى الآخر لبناء تعميمات عن العرب والمسلمين ومعتقدهم، ثم ترسخ فتعامل على أنها حقائق يقينية لا يتسرب إليها الريب،

وبفعل عامل الزمن والتكرار إن لم تواجه وتحارب أو تحلل وتصحح، تتحول إلى صور متطرفة لا تقبل التغيير أو التعديل، بل تصير بمثابة اعتقاد راسخ. يحول دون تكوين متخيل سليم أو رؤية منصفة عن الإسلام ومعتقدوه.

فكثيرا من الكتاب الغربيين يستخدمون أقلامهم بتحيزٍ للتحذير من الخطر الذي تشكله العقيدة الأصولية على حد قولف وكو ياما في كتابه الموسوم "نهاية التاريخ والإنسان الآخر": "إن الصراع الأساسي الذي نواجهه اليوم أوسع بكثير من كونه حربا على الإرهاب أو كونها مسألة السياسة الخارجية في كل من العراق وفلسطين إنه صراع ضد العقيدة الأصولية، التي تقف ضد الحداثة الغربية وخاصة فيما يتعلق بالمبدأ الأساسي حول الدولة العلمانية وهذا هو التحدي الإيديولوجي الذي يمثل في بعض جوانبه تحديا أساسيا أكثر من الخطر الذي شكلته الشيوعية".⁵

ويقرّه ننتقتون S.HINTINGTUN: "أن الإسلام هو العدو الأول والصراعات المقبلة ستكون بين الغرب والحضارتين الإسلامية والكونفوشيوسية".⁶

"إن أقلية المتطرفين المسلمين تستحضر أو هام حملة صليبية مع توحيد كل العالم الإسلامي في جهاد، أو حرب مقدسة ضد اليهودية المسيحية، وعلى الجانب الآخر تطرح الفاشية في أوروبا الغربية مسألة أنها آخر المدافعين عن المسيحية ضد الإسلام القاتل".⁷

إن ما عرض سابقا هو قليل من كثير يتداول دون رقابة أو اعتراض، بهدف ترسيخ صور مخيفة عن الإسلام ومعتقدوه تتدرج في إطار ما يعرف بالدعاية السوداء، الرامية لتشويه الصورة. يشترك فيها المفكر وال كاتب، وحتى القسب دليل قول فراكلين جراهام: "إن الدين الإسلامي دين شيطاني وشرير".

إن الكتاب من الأسلحة الفتاكة لقدرته على نقل الأفكار ورسم التوجهات وترسيخ الانطباعات، لذا استخدمه الغرب بكثافة في حربه غير المبررة على العالم الإسلامي عقيدة وشعبا. كما هو معروف: "فإن الأسلحة تكون ذكية فقط حسب كيفية استخدام الناس لها".⁸

3. وسائل الإعلام وهندسة الصور الذهنية: تحولت وسائل الإعلام بكافة

أنواعها إلى سوق كبيرة لبيع الأفكار والقيم والإعلاء من شأن الحياة الاستهلاكية. إلى جانب ذلك أثبتت هذه الوسائل قدرتها على التلاعب بالعقول من خلال هندسة الصور الذهنية وتسويقها لصالح القائم على الوسيلة الإعلامية في هذا السياق يؤكد "أركون" أن المتخيل الغربي المشكل

تجاه الإسلام يتغذى منذ الخمسينيات من كل قوة وهيمنة وسائل الإعلام التي لا يمر يوم إلا وتتحدث عن الموضوع . فكل المشاكل ذات الجوهر السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي أو الثقافي ألحقت جميعها بالإسلام. والسبب هو الصراع والهدف من الصراع هو السيطرة على الرأسمال الرمزي المرتبط بما تدعوه الديانات الثلاث بالوحي.⁹

وعادة ما يقترن الحديث عن الصورة الذهنية والنمطية للعرب والمسلمين بجهود تتدرج ضمن ما يعرف بعمليات التأثير الإعلامي، التي تبذل من جانب طرف ما لتكريس صورة ذهنية معينة أو تعديل صورة مشوهة أو غير ذلك. وهذه الجهود تفرز خبرات تراكمية وتشكل تصورات وانطباعات محددة في ذهن المتلقين عن موضوع أو أمر ما بحيث يكون هذا التصور بالنهاية اختزالاً لتفاصيل وأحداث كثيرة في مشهد واحد لتجسيد صورة نمطية . علماً أن وظيفة وسائل الإعلام كانت ولا تزال تتمثل في " مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم والعمل على دعم الوضع القائم ولهذا فهذه الوسائل مسؤولة عن انتشار نوع معين من الثقافة الجماهيرية ذات الطابع التجاري بدلاً من الثقافة الراقية¹⁰ . من خلال التأثير المعزز بالصورة الحية الناطقة .

أ. السنما: تتفوق في تشكيل النماذج، وبلورة الصور النمطية للآخر (المسلمين)، تحت وطأة التعصب غير العادل الذي يمتد بجذوره إلى الحروب الصليبية، حيث استخدمت فيه كافة حملات الدعاية المضادة للعرب والمسلمين بشكل سلبي سافر خصوصاً في الفترة الممتدة بين 1962 و1967 أين تم إنتاج 30 فيلماً. تبين من خلال تحليل محتوياتها أنها تصور المجتمعات العربية والمسلمة على أنها مجتمعات منغلقة ترفض تبني الأفكار الجديدة والمفيدة، في نفس المضمار أحصى الكاتب الأمريكي من أصل لبناني : يوسف شاهين 900 فيلم هوليوود يثبت خلال: 1896 إلى 2001. ظهر فيها العربي والمسلم بصورة مخالفة لحقيقته. فهو: شرير متوحش، غدار، محتال، لص، متآمر، مخرب ومسيء للمرأة. أما الشخصية العربية فاخترلت في العجز والجشع والجبن والانهازام والكبت.

حيث عرضت الأفلام السنمائية الأولى العرب كمهرجين يرتبط عملهم بالسحر والشعوذة والبارود ثم صورتهم كأشرار يواجهون الجنود الانجليز، والفرنسيين الشجعان، في حقبة العشرينات أما في الثلاثينات أسندت للعرب أدوار مختلفة ارتبط أغلبها بالسياسة والدين، مع التركيز على الإسلام في مواجهة مع المسيحية، أما أثناء الحرب العالمية الثانية فقدم العرب كجواسيس

لنازي، يبتزون ويختطفون وفي نهاية الأربعينيات قدموا على أنهم يشكلون تهديد الدولة اليهودية الوليدة.¹¹

أما على الساحة الأمريكية : فينظر للعرب بأنهم شعب غني وفي ذات الوقت متأخر، بدائي، غير متحضر، شعب ملبسه غريب ويسيء معاملة المرأة، ويبدو مولعا بالحروب متعطشا للدمار، غدار، مكر، قوي شديد، وبربري قاسي¹²

وأصل البلاء أن هذه الصور صارت تميل إلى الثبات، بحيث تتداعى إلى المخيلة بمجرد ذكر العرب والمسلمين أو الإسلام .

ب. التلفزيون: لم ينصف هو الآخر المسلمين ورسالتهم يوما، إنه جهاز قادر على قلب الوقائع وتزييفها لأن "الصور تؤدي دورا رئيسيا ووسائل الإعلام هي التي تخلقها وتوزعها"¹³. ولا ريب أن الصورة جعلت المعرفة في متناول القاصي والداني، لاسيما في مرحلة الزعامة الواسطية للعين في ظل تراجع سلطة اللسان، إلا أن الشخصية التلفزيونية الرديئة لازمت العرب والمسلمين ، رغم اختلاف الأدوار والسيناريوهات لتؤكد الافتراض الإيديولوجي الأساسي الذي تقوم عليه صناعة الفيلم الهوليودي وهو أن : "العربي إرهابي"

والغريب في الأمر أن هوليوود لم تتبنى عبر تاريخها الطويل موقفا يمثل هذه القسوة إزاء أية مجموعة عرقية كما فعلت مع المسلمين ورسالتهم. فمع مرور الوقت لم تتغير الصورة إلى مسلم إرهابي فحسب، بل أصبحت معيارا مقبولا، متداولاً، وراسخا في الأذهان أيضا لا يقبل الجدل.

وهو ما يؤكد محتوى نشرات الأخبار ومن ورائها وكالات الأنباء العالمية، حيث يقترن العنف دوما بالديانة الإسلامية، ليصبح المسلم في نظر العالم، متطرفا، متعطشا لسفك الدماء ميالا للفوضى، راغبا في القتل، محرضا على الشغب. ولترسيخ الصورة أكثر يتم تقديم العربي في الأخبار مرفقا بكلمات سلبية عديدة أهمها: مذبحة، أصولية، اغتيال، جهاد، قنبلة، الله، التحريض، التفجير ولا يتضمن التقديم أي مفردات إيجابية من قبيل: حب، أسرة، تقدم، فرح، سعادة، تعاون، سلم .

كما يحرص أرباب وسائل الإعلام في الغرب على تقديم العرب كأناس يتسببون في وقوع العنف لا كضحايا له، فلا تظهر الصور المعروضة مناظر تكسر فيها أذرع أو أرجل عربية أو تتسف فيها منازل على رؤوس المسلمين أو يطلق فيها رصاص على متظاهرين عرب، أو أم عربية تهدد طفلها، أو أب مسلم يلعب ابنته، أو أساتذة عرب يقومون بأبحاث في مختبرات متطورة.

على العكس تماما تحمل الصور المعروضة جرعة كبيرة من العنف، تجعل ذهن المتلقي يصنف في صمت العرب في أدنى مراتب التقدم وأعلى مراتب العنف الدموي، صور خائنة فيها الكثير من الزيف والانحياز . وحين نقول إن الصورة عنيفة فنحن نلمح إلى أنها قادرة على الفعل مباشرة في ذهن المتلقي وتحويل الرد العقلي إلى سلوكات واضحة. تجذر الإشارة في هذا المجال إلى أن الأثر السلبي الذي تخلفه الصورة العربية على صانع القرار الأمريكي، فهي من جهة تعرقل الوصول إلى سياسات مؤيدة للعرب والمسلمين ومن جهة أخرى تأليب الرأي العام العالمي ضدهم. في ظل واقع يؤكد أن المعرفة هي البديل المناسب للموارد الأخرى، لذا فإن الجنيرالات الأذكاء يفهمون كلهم بصورة جيدة جدا أن الحروب يمكن كسبها على شاشات التلفزيون العالمية تماما كما يتم كسبها على أرض المعركة¹⁴.

وخلاصة القول فإن هذه الصور التلفزيونية البشعة تنتشر بسرعة لتغذي ذهن الإنسان الغربي بأفكار السلبية، تنبض بالزيف وتحدث بالتضليل. فليست الصورة إلا دليلا أيقونيا يذكر بضرب من التشابه في بعض الخصائص الخارجية بين الدال والمرجع. لذلك تعد شريكا متواطئا في العنف المحاك . إن صورة واحدة قد تجعل البريء يؤخذ بذنب المتهم، كما قد تخلق مفارقات عديدة غير مبررة من ردود الفعل اللاواعية عبر نسخ الصور المضللة تباعا. في هذا المقام يؤكد رولان بارت أن الصورة خطيرة وخطرها يستمد من وظائفها المتمثلة في: الإعلام والتمثيل والمباغلة والإيحاء والترغيب¹⁵.

لذلك تبقى القدرة على الهيمنة الإعلامية هي مفتاح التحكم في إدارة العقول وفق الأجندة الأمريكية حيث يشير : " (د.ر. مانكيكان) خطورة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الأمريكية في السيطرة الثقافية العالمية قائلا : " وبفضل تحكمها في التقنية الحديثة والانجازات المذهلة التي حققتها الثورة الالكترونية، فقد نجحت الولايات المتحدة الأمريكية في تطوير ما أصبح يعرف باسم المعرفة والإعلام والتي نجحت صادراتها الثقافية البالغة القوة والتأثير في تحويل التدفق الحر للمعلومات إلى اتجاه واحد¹⁶."

من هذا المنطلق على الناس الذين يفكرون بشدة حول الحرب في المستقبل أن يعلموا أن أهم الميادين في قتال الغد سيكون وسائل الإعلام. إنها ساحة معركة لحصد العقول بزرع الصور الذهنية السالبة لشل حركة الخصم وزعزعة ثقته بنفسه.

ثالثاً: كيفية التأثير على الصور الذهنية للجماهير

تتم عملية التأثير من خلال توظيف الصورة الذهنية على النحو التالي:¹⁷

1. **التعريف :** ويتضمن تزويد المجتمعات الغربية كمستقبل للرسالة الإعلامية (بكافة وسائلها) بالمادة المعرفية عن الإسلام والمسلمين، وهنا نجد أن المعاجم الغربية عموماً عرفت العربي بأنه مستغل وأغدقت عليه لقب اليهودي البخيل شايلوك، كما أطلقت عليه اسم الخادم.

2. **الإقناع:** ويمثل هذا الدور مستوى عالياً من السيطرة على عقل المستقبل من خلال الحث والإثارة للوصول إلى مرحلة الإقناع الذهني وقد لا يحتاج الأمر في كثير من الأحيان للبراهين والأدلة، بقدر ما يحتاج لجرعة من التخويف والإثارة، تجعل الاقتناع سيد الموقف. الشاهد على ذلك قصة المواطن الأمريكي: جون ديفيس الذي بلغ به التصديق حد الرعب، فقد صدق ما يقوله الإعلام عن خطر صدام ؛ لذلك قرر الاختباء في أحد الكهوف جنوب كاليفورنيا مصطحباً معه زوجته وأولاده، حيث لبثوا في كهفهم عشر سنين في استغناء عن ضرورات الحياة الصحية والمعاشية، منقطعين عن العالم الخارجي فلا يراهم أحد ولا يرون أحد أبعد أن ضربوا سياجاً من الشجر حولهم لإخفاء فتحات الكهف. أما السبب وراء ردة الفعل العجيبة وقبولهم بنمط الحياة البدائية فيتمثل في خوف الرجل الشديد من صدام حسين وتصوره بأنه سيأتي يوماً ليفتك بسكان أمريكا، لقد رضيت العائلة بالبديل الذي اتخذته عن قناعة منذ عام 1991 إلى غاية 2001، حين كشف البوليس الأمر، وتم إنقاذ العائلة من ذلك الوضع المزري.

وهنا نكون على مشاهد من الفعل النسقي الثقافي، فيما يخص الخطاب الإعلامي ذاته ؛ إذ أنه يصنع خطاباً هدفه التأثير والإقناع ثم يسخر من رجل تأثر واقتنع، والإعلام هنا يتجه نحو فعل ذاتي ناسخ فهو يدفعك للتصديق ولكنه لا يريدك أن تصدق، لم يعد الإعلام مصدر أخبار وإبلاغ ولكنه وسيلة وفكرة تكتسب معناها عبر كونها صورة وبما أنها صورة فإن فعل الصورة ومفعوليها لا تكون عبر تصديقها أو تكذيبها وإنما عبر قدرتها على إحداث الأثر¹⁸.

3. **التكرار:** ويتمثل بإعادة إرسال الرسالة بوسائل مختلفة عبر الصوت والصورة وبصيغ متعددة وقوالب فنية متباينة لا يشعر المستقبل بها في كثير من الأحيان مما يعزز مستوى القناعة إن وجدت أو يغرسها إن لم تكن موجودة.

وكنتيجة للتكرار تتحول الصور الوافدة إلى صور ذهنية تكتسح حياتنا المعاصرة مما يؤدي إلى حدوث نمط من الاستسهال وعدم التحفيز والتسطيح

يطلق عليه نفسياً مصطلح "فائض العاطفة" لأن الصورة تمتلك بحكم ملموسيتها بعداً عاطفياً يتجاوز في تأثيره اللسان الذي يعتبر معطى تجريبياً. وهذا البعد يتضخم نتيجة تركيز وسائل الإعلام الحديثة على الأحداث الدرامية والمأساوية من حروب فيضانات، زلازل، حرائق، جرائم، وغيرها، وبالتالي تعمل الصورة على توحيد التجربة الاجتماعية العملية أو الرمزية على أسس عاطفية أمام انكماش سلطة العقل والمنطق.

رابعاً: ترسيخ الصور الذهنية وفق لنظرية الغرس الثقافي

كان دي سيرتو محقاً حين أكد أننا أصبحنا نعيش في زمن ثقافي يسمى بملحمة العين، أفراداً أشبه بمجتمع النمل، الرقم فيه هو العلامة البشرية الفاعلة، بعدماتراجعت العلامات النوعية أمام طغيان الأرقام الرياضية، لتجعل من المعلومة سلعة ومن الصورة بضاعة خاضعة لقانون العرض والطلب، في أعقاب ذلك تحول الاستقبال البشري إلى فعل سالب خضع بموجبه المسلمون لنوع من التتميط الثقافي والاجتماعي. وفق المنعكس الشرطي الذي ربط الإسلام بالإرهاب ليعمق الهوية بين المسلمين وغيرهم مختزلاً فعل العقل في ترجمة ما تراه العين وفعل المنطق في تصديق ما يبث مهما كانت حدة التزوير فيه والتلفيق، ما دام المتلقي لا يملك أي جهاز لكشف كذب الصورة وخداعها.

على هذا الأساس صار الإرهاب صورة غرست في أذهان الملايين عبر العالم، دون اختلاف في التوقيت، ليصبح الحادي عشر من سبتمبر علامة مميزة في تاريخ العلاقات بين المسلمين وغيرهم، لقد تم استغلال عنف الصورة لتكون أكثر قدرة على الرسوخ. وإذا استعنا بنظرية الغرس الثقافي سنتمكن من فهم ما يدور داخل ذهن البشري عند تعرضه للتأثير البصري.

نظرية الغرس الثقافي أو الاستنبات: وضعها الباحث الأمريكي جربنر Gerbner في سياق تحليله للعلاقة بين الحقيقة التي تقدمها وسائل الإعلام عامة والتلفزيون خاصة وبين ما يتفهمه المشاهدون على أنه حقيقة. ويرى أصحاب هذه النظرية أن الإعلام والتلفزيون خاصة يقدمان حقائق مشوهة عن الواقع.¹⁹ أي أنه يتم اختزال الحياة في صور غير واقعية.

وتعد من النظريات التي تقيس تأثيرات الرسالة الإعلامية على الجمهور وأكد الباحثون من خلالها أن الغرس يحدث عبر النقل المكثف للصور الرمزية للأحداث وما ينتج عنه من تشكيل الثقافة التي هي عبارة عن وعاء من الرموز والصور الذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية والمواقف.

وتهدف نظرية الغرس لقياس نتيجة تعرض المشاهدين للمحتوى المتلفز والسينمائي ومدى تأثير عمليات التكرار في المشاهدة والتشابه في المضامين

المعروضة على إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي الحقيقي والواقع الصوري الذي يقدمه الأعلام بوسائله المختلفة.

كيف تتم عملية الغرس؟ قام جربنر وزملاءه بتطوير نظرية الغرس من خلال إدخال مصطلحين :

الأول هو عملية الاتجاه السائد: حيث يتم الغرس التلفزيوني من خلال الاتجاه السائد أو الشائع لأن عملية الغرس تتم عبر المفاهيم الراسخة والاتجاهات الغالبة بكثافة بين المشاهدين، لأن التعرض المستمر للمشاهد نفسها ينمي عند المتلقين وجهات نظر متشابهة، وهكذا يعمل الغرس على جعل الجمهور التلفزيوني متجانسا، لأنه يتقاسم نفس الصور ويتعرض بكثافة لنفس المناظر والأخبار والأفلام والمسلسلات، التي تصوّر الإسلام وحاملوه دوما بصورة سلبية، منفرة ومشوهة، مما ينجر عنها تبني نفس وجهة النظر حيالهم. وقد فسر جربنر الاتجاه السائد في إطار ما يسمى $3B_s$ أي الثلاث كلمات التي تبدأ بحرف $20B$:

Blurring: التلاشي وتعني أن التعرض المكثف للتلفزيون يؤدي إلى تلاشي أو اختفاء الاختلافات الاجتماعية التقليدية في وجهات النظر وجعلها غير واضحة.

Blending: الاندماج: يمزج التلفزيون بين آراء المجموعات المختلفة والمتباعدة في الاتجاه الثقافي السائد.

Bending: التحول: وهو تشكيل وتحويل الاتجاه السائد في اتجاه اهتمامات وسياسات القائمين على المؤسسات الإعلامية، أي تحويل المضامين الإعلامية وما تحمله من معاني مختلفة لكي تعبر عن سياسات القائمين بالاتصال .

إذن فمفهوم الاتجاه السائد يعني أن وسائل الإعلام تخلق وجهة نظر مشتركة بين المشاهدين، فالمشاهدة الكثيفة تؤدي إلى إذابة الفوارق في إدراك الواقع الاجتماعي التي تسببها العوامل الديموغرافية والاجتماعية.

ثانيا: عملية التضخيم: حيث أنه من المعلوم أن الغرس التلفزيوني يؤثر في بعض القضايا البارزة وهذا يسمى التضخيم من خلال عرض مشاهد العنف والدمار والتخريب، مما يدفع المشاهدين لتبني الخوف وعدم الأمان وهذا كفيل بأن يدفع المتلقي للشعور بأن العالم مكان غير آمن ومخيف .

وإذا تبيننا هذه النظرية كمطلق لتحليل دور الثقافة البصرية في بناء الصور الذهنية فسيوضح أنه في مرحلة الاتجاه السائد : تم العمل على غرس

صور نمطية عن المسلمين والإسلام باستثمار أحداث 11 ديسمبر وما جاء بعده من تداعيات لدعم أمريكا في حربها ضد الإرهاب والرد على ذلك العنف بعنف أقوى، كما تم ترسيخ هذه المشاهد من خلال التكرار الانتقائي؛ فالتعرض المستمر للمشاهد نفسها جعل المتلقين يتقاسمون نفس وجهات النظر، وهكذا بدا الغرب حكومة وشعبا ملتقا حول القرارات الأمريكية وداعما لها في حربها ضد الإرهاب قولا وفعلا، بدليل أن ردود الفعل صارت متجانسة مما يؤكد أن نجاح عملية الغرس كانت ناجحة وسر نجاحها، هو القدرة التعبيرية للصور السلبية الملتقطة للعرب والمسلمين، فالغرب يتعرض بكثافة لوسائل الإعلام التي تعرض نفس المناظر المنفرة والصور السلبية عن العالم العربي والإسلامي يوميا عبر الأخبار والأفلام والمسلسلات، مما ينجر عنها تقاسم نفس وجهة النظر من طرف الجمهور المتلقي.

ويتم تنميط الصور الذهنية عن المسلمين عبر ثلاث عمليات أساسية:

فأثناء عملية التلاشي يؤدي التعرض المكثف للبحث التلفزيوني السلبي عن الإسلام ومعتقدوه إلى تلاشي أو اختفاء كافة الاختلافات التقليدية في وجهات النظر، مما يؤدي إلى نمو اتجاهات عدائية موحدة نحو الفئة المستهدفة كموضوع.(المسلمين)

العملية السالفة تقود إلى عملية أخرى هي الاندماج: الناجم أساسا عن المزج بين آراء المجموعات المختلفة والمتباعدة في الاتجاه الثقافي السائد حيث نلاحظ هنا زيادة التحالف من طرف الغرب مع أمريكا لضرب المسلمين والإسلام تحت غطاء محاربة الإرهاب والأصولية والدفاع عن الأمن العالمي.

وفي خضم عملية التحول، ينجح القائمون على المؤسسات الإعلامية في تشكيل وتحويل الاتجاه السائد ليقدم اهتمامات أرباب هذه المؤسسات، بمعنى أن المضامين الإعلامية يتم تحويلها بما تحمله من معاني مختلفة تمس الإسلام والمسلمين حتى تعبّر عن سياسات القائمين بالاتصال وتكون الصورة أكثر وضوحا إذا عرفنا أن أغلب المسيطرين على وسائل الإعلام هم من اليهود.

إذن وفق مفهوم الاتجاه السائد فوسائل الإعلام الغربية تعمل على خلق وجهة نظر مشتركة بين المشاهدين، ثم تعتمد إلى تعزيزها وترسيخها عبر المشاهدة الكثيفة التي تؤدي بدورها إلى إذابة الفوارق الناجمة عن تباين العوامل الديموغرافية والاجتماعية، لتكون النتيجة هي ترسيخ الانطباع السلبي والتأكيد على دور المسلمين وحاملوه في إشاعة العنف والإرهاب والتخلف .

العنصر المهم الثاني في نظرية غرس الصورة السلبية هو الالتكاء على عنصر الإثارة والتضخيم حيث يتم التركيز على النقاط السوداء في مسيرة العالم العربي والإسلامي ولا يلتفت مطلقاً للإيجابيات، فكل ما يداع في التلفزيونات الغربية عن الإسلام وحاملوه يتمحور حول عرض مشاهد العنف والدمار والتخريب والقتل والإرهاب والتفجير ونسبتها للتنظيمات الإسلامية على غرار: حركة داعش، حركة النصرة، مما يدفع بالمشاهدين لتبني الخوف والتوجس من المسلمين وعدم الإحساس بالأمن من المسلمين المقيمين في ربوع أوربا، وكل هذا كفيلاً بأن يدفع المتلقي للشعور بأن العالم الإسلامي متخلف وغير آمن، كما يشكل المسلمون في الوقت ذاته تهديداً للسلم والأمن العالمي. وهذا الغرس السلبي سيؤدي بلا شك إلى صور ذهنية منفرة تنمي مشاعر العداء والكراهية تجاههم. بدليل زيادة حدة التشويه للشخصية المسلمة من خلال مختلف الوسائل الإعلامية عقب أحداث 11 ديسمبر، في غياب خطة عربية إعلامية واضحة، سواء للرد على افتراءات الغير أو التعامل معها بموضوعية لتفنيدها.

خامساً: إستراتيجيات إصلاح الصور الذهنية للإسلام والمسلمين

إن نجاح المؤسسات في العصر الحاضر مرتبط بقدرتها على الاتصال بال جماهير وتشكيل صورة ذهنية إيجابية لنفسها وتحسين سمعتها والتأثير على الرأي العام.²¹

غير أن هذا القول لا يصدق فقط على المؤسسات بل يتعداها ليشمل الشعوب والدول في علاقتها بالآخر. لأن الصور الذهنية كثيراً ما تتضرر بفعل الدعاية والتزيف أو نتيجة لأزمة من الأزمات، مما يستلزم وضع استراتيجيات عملية وفعالة لإصلاحها.

في هذا السياق يمكن الاستعانة بنظرية إصلاح الصورة الذهنية، وتوظيفها عملياً من أجل كسب المعركة باسترجاع المكانة اللائقة للإسلام ومعتقديه. من دون قتال فعلى حد قول صن تسو الشهير: "إن الفوز بمائة انتصار في مائة معركة ليس ذروة المهارة، إن هزيمة العدو بدون قتال هو قمة المهارة"²²

1- نظرية إصلاح الصورة: Image repair Theory: في عام 1995 اقترح

ويليام بينويت (William Benoit) نظرية إصلاح الصورة الذهنية (Image restoration, Image Repair) التي توظف في مجال العلاقات العامة المتعلقة بالأفراد والمؤسسات على حد سواء. وهي في الحقيقة تطورا لمصطلح إدارة السمعة (Reputation Management).

ووفقا لوضعها فإن إصلاح الصورة يكون ضرورة عندما يكون هناك حدث يراه الجمهور مستحق للتوبيخ أو اللوم، مثال ذلك ما حدث من تفجيرات ذهب ضحيتها أبرياء وتتهم فيه مؤسسة أو شخص ما بالمسؤولية عن هذا الحدث، مما ينجر عنه إلحاق ضرر بسمعة المتهم، لأنها تعطي للجمهور المتلقي الفرصة والمبرر لإعادة التفكير في الموضوع (الإسلام والمسلمين) بشكل سيء.

وقد تكون التهم التي تواجه الإسلام والمسلمين غير حقيقية أي متوهمة ولكنها تصور للجمهور على أنها حقيقية، مما يعرض سمعة العرب والمسلمين وحتى الإسلام للخطر .

2-فرضيات النظرية:تنطلق نظرية إصلاح الصورة الذهنية من فرضيتين أساسيتين هما:

- أن الحفاظ على الصورة الذهنية الايجابية يتطلب دائما مضمونا اتصاليا هادفا.
- أن أحد الأهداف الرئيسية للاتصال هو الحفاظ على الصورة الذهنية الايجابية المدركة.

3- إستراتيجيات وتكتيكات إصلاح الصورة الذهنية: وضع بينويت نموذجا يتضمن سلسلة من الاستراتيجيات الخطابية التي يمكن للفرد أن يعتمد عليها لإصلاح أو تحقيق أفضل صورة ذهنية عن موضوع ما والذي قد يتضمن المساس بسمعة شعب أو عقيدة، وأطلق على هذه الاستراتيجيات "طرق إصلاح الصورة الذهنية" وتتمثل في:

أ/ إستراتيجية الإنكار تتم وفق تكتيكين أساسيين هما:

- **الإنكار البسيط:** Semple Denial: يتم بالتأكيد على أن الشخص المتهم لم يقم بالأمر، أو أن الأمر لم يحدث إطلاقا أو التسليم بأن الأمر حدث فعلا، لكن دون أن يخلف أثارا ضارة.
- **تحويل اللوم إلى الطرف المهاجم:** Shifting Blame هو التكتيك الثاني في الإنكار، حيث يقوم فيه الشخص المتهم، بتصدير الأزيمة إلى طرف آخر. وهذا التكتيك إذا ما استخدم بشكل خاطئ قد تترتب عليه آثار سلبية على صورة الفرد أو المجتمع لاسيما في مجال العمل السياسي، لأنه إذا ما ثبت دليل دقيق يكذب تحويل اللوم، فإن ذلك سيؤدي ليس فقط لتشويه الصورة بل القضاء على مصداقية المؤسسة (الموضوع : الشخص أو المجتمع..)، وكذلك مستقبلها السياسي.²³

ب/ إستراتيجية التهرب من المسؤولية (Evasion of Responsibility):

وهذه الإستراتيجية تشمل على أربع تكتيكات هي:

- **التبرير:** وفيها يكون المتهم في حالة رد على فعل قد ارتكب من طرف آخر، وفي بعض الحالات يبدو هذا التكتيك كمبرر لأفعال تبدو عدائية تجاهه.
- **الضعف:** Defeasibility: وهذا التكتيك يشير إلى نقص المعلومات عن موقف الأزمة وأدق مصطلح أو عبارة تعبر عن مضمون هذا التكتيك عبارة الجهل نعمة: Ignorance is Bliss ويمكن أن يستخدم هذا التكتيك كنوع من التبرير للأزمة .
- **الحادثة:** Accidents، تتم بالدفاع عن الموقف بأنه مجرد حادث مؤسف، وخارج عن السيطرة.
- **النوايا الحسنة:** Good Intention ويعتمد هذا التكتيك على أن الشخص المتهم أو المنظمة كانت في سياق هذا التصرف وهي حسنة النية وأن النتيجة التي حدثت جاءت عكس المتوقع.

4- التقليل من شأن الحدث: تسعى هذه الإستراتيجية للتقليل من حجم الحدث

أو الأزمة التي أدت إلى وقوع الحدث بهدف تعزيز المشاعر الإيجابية تجاه المسؤولين عن الحدث والحد من إدراك الرأي العام للخسائر التي سببها الحدث وهو ما يساهم في خلق سياق إيجابي يساعد على تحسين صورة المتسبب في الحدث.²⁴

وتوظف في هذه الإستراتيجية ست تكتيكات هي:

- ❖ **التدعيم:** Bolstering: وفيها يتم إظهار الصفات الإيجابية للمسئول عن الأزمة، أو عن طريق سرد وقائع إيجابية، قامت بها المؤسسة أو الفرد في الماضي أو أثناء الأزمة.
- ❖ **التهوين:** Minimization: وفيها تسعى المنظمة أو الشخص إلى التقليل من شأن الأضرار التي سببها الحدث وأنها أقل مما تبدو للعامّة.
- ❖ **المقارنة:** Comparison: تتم من خلال مقارنة الحدث محل الأزمة بأحداث مشابهة أشد خطورة وجسامة وإظهاره على أنه الأقل ضرراً من الأحداث الأخرى.
- ❖ **التسامي:** Transcendence: يعتمد على تبرير الحدث بوضعه في سياق مقبول ومرغوب من طرف الجماهير، عن طريق الإشارة إلى أن هناك ما هو أسمى وأهم من النظر للأزمة الحالية.

❖ **الهجوم AttackAccuser:** وفي هذا التكتيك تسعى المنظمة أو المتهم بالحدث إلى مهاجمة موجه الاتهام وتدمير مصداقيته والتي ستقضي معها التبعية المسؤولة عن الحدث.

❖ **التعويض: Compensation:** حيث يقوم الشخص أو المتهم بتعويض ضحايا الحدث أو الأزمة وذلك عندما يتأكد للجميع أن الخطأ هو خطؤه.

4- **إستراتيجية الاعتذار: Mortification:** تعتمد على الاعتذار عن العمل المسيء، ويرى بينويت أن تلك الإستراتيجية قد تجدي نفعا مع المنظمات العامة أو الشركات وكذلك الشخصيات المشهورة أو السياسيين إلا أن تكرار استخدام تلك الإستراتيجية مع السياسيين قد يأتي بردود فعل سلبية على صورتهم ومن ثم يجب على السياسيين عدم اللجوء لتلك الإستراتيجية قدر الإمكان، نظرا لطبيعة العمل السياسي وارتباطه بالحياة اليومية للأفراد والتي قد لا يجدي معها الاعتذار في حينه.

خامسا: كيفية وضع إستراتيجيات وتكتيكات لإصلاح الصورة الذهنية للإسلام ومعتقيه

هناك حقيقة نقول من السهل تشويه الصور ومن الصعب إصلاحها، لذلك تعتمد الجيوش الذكية اليوم لغزو العقول عبر توزيع معلومات مثبتة وبلاغات كاذبة ودعاية وحقائق، وتخيل إعلامي قوي ومعلومات مع معلومات مضادة في آن واحد، لكسب رهان حرب المعرفة للقرن الواحد والعشرين.

من هذا المنطلق تشكل المعرفة بخطط الآخر نقطة الارتكاز في إصلاح الصورة الذهنية أو تلميعها.

ويؤكد البعض أن الدول لن تستطيع النجاح في العالم الجديد من دون تحسين صورتها الايجابية، فصورة الدولة تؤثر في جذب الاستثمارات والسياحة ؛ وتحريك عجلة الاقتصاد لذلك بذلت الدول المتقدمة اقتصاديا وعسكريا جهودا مميزة في إنتاج المعلومات والأفكار بأساليب ووسائل متقدمة، في كل تفاصيل العمل الاتصالي؛ من حيث التطور التقني لتلك الأساليب والوسائل وكخبرات بشرية لها تأثيرها الفعال في الإقناع، ما أدى إلى تحقيق نجاحات واضحة في تغيير سلوكيات واتجاهات الرأي العام عموما ورأي الجمهور المستهدف بالعمل الاتصالي على وجه الخصوص²⁵.

ففي البداية ينبغي معرفة كافة الصور الذهنية التي تروج عن الشعوب العربية، ومصادر ها ليتم بعدها تبني

1- إستراتيجيات تحسين الصورة كإستراتيجية الإنكار: ففي الإنكار البسيط:

يؤكد فيه ساسة الأمة العربية والإسلامية أن الإسلام بريء من تهمة الإرهاب وقتل الأبرياء بغير وجه حق، وأن الإسلام دين سماحة يتعايش فيه الناس على اختلاف مشاربهم وأجناسهم ومعتقداتهم .

التكنيك الثاني في الإنكار الذي يمكن اعتماده تحويل اللوم إلى الطرف المهاجم، من خلال تصدير الأزمة إلى طرف آخر لإبعاد التهمة عن الأمة الإسلامية والعربية.

أو إستراتيجية التهرب من المسؤولية (Evasion of Responsibility):

يمكن استعمالها بفعالية من خلال الارتكاز على الدبلوماسية الشعبية مع تحديد الشعوب المستهدفة بدقة وفق ما يخدم مصالح الدولة حيث قد تلجأ الحكومات العربية والإسلامية :

للتبرير: من خلال الجزم بأن مرتكبي الأفعال الإرهابية ربما لديهم دوافع نفسية أو يعيشون واقعا اجتماعيا صعبا أو يعانون من التهميش، وهي كلها مبررات قد تؤدي لتخفيف وطأة الفعل المرتكب وتحد من تداعياته. أو **الضعف:** وفي هذا التكتيك يمكن الاعتراف بالجهل بالقضية من أجل رفع الحرج والتوصل من تبعياتها.

2- الاستعانة بالدبلوماسية الشعبية من خلال: تجنيد متطوعين عرب

ومسلمين حول العالم يجيدون اللغات الأجنبية ليكونوا سفراء عن البلدان المسلمة وتنظيم اتصالات لهم مع أجهزة الإعلام للظهور في الأحداث والمناسبات والأمور الطارئة.

■ التعريف بالإسلام ورموزه والحضارة الإسلامية وتاريخها والشخصية العربية ومناقبتها من خلال توظيف أصحاب الكفاءات الخطابية والبلاغية إلى جانب خبراء في التعامل مع الإعلام الرقمي لوضع صور جديدة وصحيحة عن الدين الإسلامي ومعتقدوه والترويج لها عبر مواقع إلكترونية عديدة .

■ القيام باستطلاعات الرأي على شبكة الأنترنت للتعرف على وجهات نظر العالم الغربي إلى العرب والمسلمين والأسباب التي أسهمت في بنائها، ثم استخدامها كمنطلقات لبناء رسائل تغيير مقنعة ومؤثرة، لمجابهة الأنشطة المعادية.

■ الضغط لتغيير المناهج التعليمية في المدارس إذا كانت معادية للإسلام والمسلمين، أو استدعاء الباحثين والعلماء المسلمين

المنتشرين عبر مراكز البحث في العالم من أجل التعاون معهم لتوضيح الصورة الحقيقية للإسلام من دون مغالاة أو تطرف.

3- **تلميع صورة الإسلام والمسلمين:** من خلال التخلص من اللغة السلبية (لغة التبرير أو لغة الصمت) واستبدالها بلغة الشفافية الرامية لغرس الصور الايجابية. مع تخصيص ميزانية معتبرة لتسويق صور مقبولة عن العالم الإسلامي بالاعتماد على نماذج وطرق جديدة وناجعة.

حث العالم على التعرف على القيم الإسلامية والهوية العربية من خلال تكثيف النشاط الإعلامي حول قدرة الإسلام على معالجة كافة المشاكل المطروحة لأنه صالح لكل زمان ومكان، بالإضافة للتركيز على أنه لا يحارب الآخر بل يتعايش معه في إطار من الاحترام المتبادل، مصداقا لقوله تعالى: (لكم دينكم ولي ديني) (لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي). **صدق الله العظيم**

4- **استخدام الأسلحة المعلوماتية بكفاءة:** يجب على القيادات الإعلامية العربية أن تنهض بعبء المواجهة المعلوماتية، فمن سوء حظ العرب أنهم وجدوا أنفسهم في بؤرة الهدف، بعد الحادي عشر من سبتمبر. وكان على الإعلام العربي حينها أن ينهض بعبء المواجهات في حرب الصور، التي باتت ساحة صراع ساخنة، فالعالم العربي مطالب اليوم بخوض معركة فكرية على عدة جبهات أهمها الجبهة الداخلية التي يتوجه إليها الإعلام المضاد لتدمير المنظومة الفكرية والثقافية للشعوب العربية والمسلمة وهي في الوطن العربي وفي العالم الإسلامي لب المنظومتين القومية والدينية رغم ما بينهما من فوارق واختلافات، لأنهما تشكلان الوجدان الجمعي للأمة.

ولئن بدا الإسلام مرشحا للعب العدو الأكبر في مسرحية صراع الحضارات والثقافات، إلا أن العروبة واللغة العربية باتت العدو الثاني وبدأت تتعرض لاستهداف مركز كونها الحامل التاريخي للإسلام مثلما يشكل لها الإسلام وعاءها الثقافي والحضاري²⁶.

لذلك فالحاجة ماسة إلى حوار عالمي حر وصريح يتبنى اللغة التي يفهمها الشرق والغرب ويكون قادرا على التصدي لحملات التشويه التي طالت الأمة العربية والإسلامية ولا تزال متواصلة.

5- **تطوير إستراتيجيات الاتصال المتعدد الأبعاد:** من خلال آليات التنسيق والاتصال اليومي بالإضافة إلى الاستخدام الأمثل للإعلام الحديث وزيادة كثافة التواجد على الشبكات الاجتماعية بغرض تلميع وتحسين

صورة العرب والمسلمين من جهة وفي الوقت ذاته مواجهة حملات التشويه المناهضة للإسلام وحامله من جهة أخرى، عبر استثمار مزايا الإعلام الرقمي الذي يجمع بين الصورة والصوت والكلمة ويعطي فرصاً متساوية للجميع من أجل الرد والتعليق والتفاعل على الشبكة العنكبوتية والتصدي لأي محاولة تهدف لتشويه صورة الإسلام ومعتقداته. خصوصاً عقب التحول من ثقافة المنطق إلى ثقافة الصورة ومن ثقافة القياس الذهني إلى الثقافة البصرية، ومن ثقافة العقل والأذن إلى ثقافة العين والصورة، وهذه الأخيرة قد تفتقر للمصداقية .

الخاتمة:

إن الحديث عن إصلاح الصور الذهنية للإسلام والمسلمين حديث طويل ومتشعب ولا بد من معرفة أن القيام بعملية التغيير أو الإصلاح ليس سهلاً ميسوراً، يمكن تحقيقه بمجرد تغيير شعار أو علامة بل يستلزم الأمر وضع مجموعة من الخطوات العملية للتصدي للحملة الشرسة المعادية للفكر والمعتقدات العربية والإسلامية، وتسليط الضوء على التشويه الحاصل للخطاب الديني والقومي، وتنوير الرأي العام العربي والإسلامي حول المؤامرات التي تحاك ضد الإسلام ونستشفها في تغذية الصراعات الطائفية وإشعال الفتنة الداخلية بين أبناء الأمة الواحدة في أكثر من بلد عربي، لتشتيت الانتباه عن القضايا الرئيسية والعراقيل الحقيقية التي تحول دون استعادة الأمة العربية والإسلامية لموقعها الريادي.

فلا أحد ينكر أن انحياز الإعلام الدولي ساهم في ربط الإرهاب بالعالم الإسلامي ثم عولمته مما يتطلب مزيداً من الدراسة والتحليل، لفك الارتباط بين المنظمات الإرهابية والدين الإسلامي البريء منها.

إن المهمة شاقة وصعبة لكنها ليست مستحيلة متى كان هناك وعي كاف وإرادة قوية لقلب الموازين الدعائية، بغية إظهار الحق وتسليط الضوء على الباطل بعيداً عن التحيز والمغالاة، وكشف السيناريوهات المفبركة على غرار : السيناريو الذي تروج له وسائل الإعلام العالمية والهادف للتشكيك ليس فقط في الصورة الذهنية للأمة العربية والمسلمة بل أيضاً في قدرتها على التقدم ومواكبة التطور الحضاري وهذا القول على خطورته في تثبيط الروح المعنوية رغم أنه يفتقر لأي دليل علمي يسنده . تماماً كمفهوم الإرهاب الذي لا يوجد دليل يؤكد نسبته للأمة الإسلامية، ومع ذلك تحول إلى مفهوم صوري غير منطقي في سياق اللعبة الثقافية الجديدة، التي تؤسس لزمان

ثقافي مختلف يتعذر تفسيره وفق المعاجم الفلسفية والأخلاقية وتستحيل مقاومته من خلال التبرير أو الصمت. بل يستلزم التصدي له إشهار نفس السلاح، لأن الصورة لا تحارب إلا بالصورة، فأمريكا لم تمنع الكتب ولا الصحف المناوئة لسياستها، ولكنها منعت المحطات التلفزيونية، لعلمها أن الصورة هي التي تتحكم في الذهن البشري اليوم، بإنشاء صور ذهنية تتوسل لخلق ردود الأفعال يتم التحكم فيها عن بعد، لذا فإن حرب الإرهاب هي حرب صور تحمل معنى سينمائيا يغرس في الذهن حسب شروط الإخراج والمونتاج . لذلك لا بد من التكافؤ بين وسائل الهجوم ووسائل الدفاع لضمان النجاح المتمثل في تلميع الصورة الذهنية للأمة العربية والإسلامية وتبرئة الإسلام من التهم المنسوبة إليه.

الهوامش:

- ¹ - يسرا حسني: العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ط1، 2015، ص112
- ² - علي عوجة: زكريا فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة، القاهرة، عالم الكتب، 2008، ص129.
- ³ - يسرا حسني: مرجع سبق ذكره، ص115.
- ⁴ - حسين محمود هيثمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، نبلاء، ناشرون وموزعون، الأردن، عمان، ط1، 2015، ص44.
- ⁵ - محمد عمارة: الإسلام في عيون غربية بين افتراء الجهلاء وإنصاف العلماء، دار الشروق، الطبعة الأولى، القاهرة، 2005، ص49.
- ⁶ - صمويل هنتنغتون: صدام الحضارات وإعادة بناء النظام العالمي الجديد، ترجمة مالك عبيد أبو شهيو، محمد خلف، دار الجماهير للنشر والتوزيع الطبعة الأولى، 1999، ص: 15
- ⁷ - ألفين وهايدي توفلر: الحرب وضد الحرب، ترجمة وتقديم وتعليق: محمد عبد الحليم أبو غزالة، دار المعارف، ص: 277-278.
- ⁸ - المرجع نفسه، ص117.
- ⁹ - محمد أركون: الفكر الإسلامي، نقد واجتهاد، ترجمة هشام صالح، المؤسسة الوطنية للكتاب، لا فوميك، الجزائر، 1982، ص38.
- ¹⁰ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، 1997، ص145.
- ¹¹ - أ.د عصام سليمان موسى: صورة العربي في الإعلام الغربي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 2، 2002، ص49.
- ¹² - المرجع نفسه، ص16.
- ¹³ - محمد حسام الدين إسماعيل: الصورة والجسد، دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2001، ص59.
- ¹⁴ - ألفين وهايدي توفلر، ص195.
- ¹⁵ - Roland Barthes: *La chambre claire, note sur la photographie*, Cahiers du cinéma, Gallimard, seuil, 1980, p: 138.
- ¹⁶ - تيسير أبو عرجة: الإعلام والثقافة العربية، الموقف والرسالة، عمل، دار مجدلوي، 2003، ص: 115.
- ¹⁷ - قطب، ميسون وعتريس، فاتن: الصورة الذهنية للعلامات التجارية بين العولمة وتحديات العصر، بحث مقدم إلى مؤتمر فيلاديفيا الدولي الثاني عشر (ثقافة الصورة)، جامعة حلوان، كلية الآداب والفنون، 24-26 أبريل، نيسان، 2007.
- ¹⁸ - الغدامي عبد الله: الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الطبعة الثانية، الدار البيضاء، المغرب، 2005، ص35، نقلا عن: جريدة لوص انجليس تايمز 2001/06/11 والشرق الأوسط، 2001/06/12.
- ¹⁹ - عبد الله الغدامي: مرجع سبق ذكره، ص16.
- ²⁰ - إبراهيم يوسف العوامة: الصورة الذهنية للبطل في المسلسلات التركية المدبلجة للعربية، دراسة حالة: الجزء الرابع من مسلسل وادي الذئاب، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، كانون الثاني، 2013، ص19.
- ²¹ - كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، الطبعة الأولى، دار المسيرة للتوزيع والنشر والطباعة، 2011، ص387.
- ²² - ألفين وهايدي توفلر: مرجع سبق ذكره، ص173.
- ²³ - د. يسرا حسني: مرجع سبق ذكره، ص147.
- ²⁴ - يسرا حسني: مرجع سبق ذكره، ص149.
- ²⁵ - نزهة محمود نفل: طبيعة العلاقة بين الخطاب الدعائي والخطاب السياسي، مجلة الباحث العلمي، العدد43، ص: 1.
- ²⁶ - صلاح عبد الحميد، يمنى عاطف: الإعلام بين المعلوماتية والدبلوماسية، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الطبعة الأولى 2015، ص188.