الصورة النمطية لواقع الإسلام والمسلمين

في الإعلام الغربي

الدكتور: إبراهيم خلف سليمان الخالدي

جامعة اليرموك / الأردن

كلية الشريعة والدراسات الإسلامية - قسم الدراسات الإسلامية

E-Mail: ikn١٩٨٢@yahoo.com

د. راقة علي العمري

جامعة اليرموك/ الأردن

محاضر غير متفرغ – كلية الشريعة والدراسات الإسلامية-قسم الدراسات الإسلامية

raeqa_٠٠@hotmail.com

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على الصورة النمطية لواقع الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وبينت نتائج الدراسة أن الإعلام الغربي يقدم صوراً نمطية لواقع الإسلام والمسلمين غير حقيقية في سبيل تشويه صورتهم، وقدم الإعلام الغربي العديد من الإعلانات والأفلام التي توضح عدائية للإسلام والمسلمين وتوضح سعي الإعلام الغربي لتقديم صورة نمطية سلبية للإسلام والمسلمين. وأن مسؤولية التخلص من حملات التشويه والتحريف للإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي تقع على عاتق جميع الدول الإسلامية، ورجال الدين، والعلماء والمفكرين، وعلى الإعلام العربي والإسلامي الذي لابد من أن ينشر رسالة الإسلام الحقيقية بلغات مختلفة لتصل لجميع دول العالم، كما ولا بد للتصدي من قبل المنظمات الإسلامية لكل ما ينشر عن الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي. وأوصى الباحثين بضرورة طرح برامج إعلامية هادفة وتوجيه دعوات للمسؤولين في الإعلام الغربي من شتى الدول، ومحاورتهم عن الإعلانات والأفلام التي يطرحونها والتي تسيء للإسلام والمسلمين.

ABSTRACT

The results of the study showed that the Western media provides stereotypical images of the reality of Islam and Muslims is not genuine in order to distort their image, and the Western media presented many ads and films that show hostility to Islam and Muslims And illustrates the pursuit of Western media to provide a negative stereotype of Islam and Muslims. And that the responsibility to eliminate the campaigns of distortion and distortion of Islam and Muslims in the Western media rests with all Islamic countries, clerics, scientists and intellectuals, and the Arab and Islamic media, which must spread the true message of Islam in different languages to reach all countries of the world, Islamic organizations for all that is published about Islam and Muslims in the Western media. The researchers recommended the need to put in place targeted information programs and invitations to Western media officials from various countries, and to discuss the advertisements and films they pose that harm Islam and Muslims

المقدمة

تكتسح وسائل الإعلام المعاصرة بما تشهده من تطورات تكنولوجية جميع مجالات الحياة، إذ عملت على فتح مجالات واسعة للإنسان بالتصفح والمشاهدة والاستماع، وقد تدخل الإعلام في مجالات الحياة الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والتربوية، وأثر وسائل الإعلام على سلوكيات الأفراد، وباتت معيار لقيس مدى تطور المجتمع وتوجهه نحو الحداثة ومواكبة مستجدات الحياة.

ويعد الإعلام شكلاً من أشكال التفاعل الإنساني كعملية اتصال مع الجمهور تهدف إلى نقل الأخبار، والآراء، والتعريف بها بغية إحداث تحول لدى المتلقي من أفراد وجماعات والترويج لفكرة ما باتجاه تعميمها وتحقيقها؛ فالإعلام قناة لنقل العلم، والمعرفة، والخبر، ووسيلة لنقل الحقيقة والأكذوبة على حد سواء، فهو بطبيعة الحال فكرة ونشاط ومشاركة (الموسوي، ٢٠١١).

وللإعلام تأثير كبير على الصورة الذهنية والنمطية للجمهور، فهو يقوم بنقل الأخبار والحقائق لهم بالصورة التي يختارها من يريد نقل هذه الأخبار والمعلومات، وجميعاً يعلم عدائية بعض وسائل الإعلام الغربي للإسلام والمسلمين، وهم بإعلامهم يكونون صوراً نمطية غير حقيقية عن المسلمين.

إن صنع الصورة النمطية المسيئة للإسلام والمسلمين وترسيخها في العقل الغربي ظاهرة قديمة ومتجددة، حيث تعرض الإسلام للإساءة والتشويه منذ القدم، ولا يزال أكثر الأديان تعرضاً للإساءة والتشويه والتجريح في المجتمعات الغربية، لما يمثله الإسلام من تحدياً حضارياً بالغ الخطورة بالنسبة للغرب، حيث عملوا على التشويه والتحريف والتضليل في أغلب وسائل الإعلام الغربية التي تروج صوراً نمطية عن الإسلام والمسلمين، مما يؤدي إلى إثارة الشك والريبة والخوف في نفوس الغرب، وتخلق أسباب النفور من كل ما له صلة بالدين الإسلامي، مما جعل الإسلام يقع تحت الكثير من التحديات التي تختلف عن كل الأشكال الأخرى من التحديات التي عرضت له في تاريخه، فانتشار ظاهرة التشويه الإعلامي لصورة الإسلام والمسلمين في العديد من وسائل الإعلام الغربية، أدى إلى تحريف الحقائق وتضليل الرأي العام الغربي

وتأليبه ضد المسلمين في كل مكان (سعيد، ٢٠١٣).

وقد بين البشاري (٢٠٠٤) أن وسائل الإعلام الغربية المختلفة، سواء مجلات أو صحف أو تلفزيون، أو إذاعة تسعى بشتى الطرق لنشر صورة سلبية ومشوهة عن الإسلام والمسلمين، عن طريق وصفهم بأوصاف همجية وبدائية، كما ربط الإعلام الغربي أحداث العنف والإرهاب بالإسلام والمسلمين، وتمّ الترويج لذلك عن طريق الضرب على وتر المشاعر والأحاسيس الإنسانية باستخدام صورٍ وعبارات تسعى للصول إلى هدفهم الذي هو تشويه صورة الإسلام، حيثً تمّ إظهار الدين الإسلامي على أنه دين التطرف والإرهاب والعنف، وأن الإسلام انتشر بالسيف، وأن الإسلام ضد حرية الاعتقاد، وأن الإسلام دين وحشيّ في تطبيقه للعقوبات والحدود، وغيرها الكثير من الأفكار التي حاولوا زرعها بعقول الغرب.

مشكلة الدراسة:

يتعرض الإسلام والمسلمين لهجمات شرسة من قبل بعض الإعلام الغربي الذي يحاول قلب صورة الإسلام وتشويهه، ويسعى الإعلام الغربي إلى جعل صفة التعصب والتخلف ومحاربة مظاهر التمدّن صفة المسلمين، وذلك بهدف رسم صورة سلبية عن المسلمين في أذهان الرأي العام الغربي، ومن ثم غرس روح الكراهية لديه إزاء الإسلام، كما تستهدف زرع بذور التشكيك لدى أطفال المسلمين إزاء دينهم، وجعلهم يشعرون بالنقص بسبب انتمائهم للإسلام.

كما وزادت حدة مشكلة تشويه الصورة النمطية للإسلام والمسلمين نتيجة ثورات الربيع العربي، والنزاعات الطائفيه، وتقاعس الأمة الإسلامية عن نشر الصورة الحقيقية للإسلام والمسلمين، كل هذا من شانه أن يغرس صوراً سلبية سيئة عن الإسلام والمسلمين في الدول الغربية. ويشير(Saifuddin & Matthes, ٢٠١٦) في دراسته التي عنيت بتحليل (٣٤٥) دراسة وضحت صور الإسلام والمسلمين في الإعلام، وتبين أن معظم الدراسات بينت أن الإسلام يهدد الغرب فهو الإسلاموفوبيا، وهو دين عنف وتطرف، وينسبون الإرهاب للمسلمين. لذلك جاءت هذه الدراسة للكشف عن الصورة النمطية لواقع الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي.

أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات الآتية:

١- ما واقع الصورة النمطية للإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي؟
٢- ما الطرق التي من شأنها الإطاحة بأهداف الإعلام الغربي في تشويهه للصورة النمطية للإسلام والمسلمين؟ ومن المسؤول عن ذلك؟

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة من خلال بعدان هما الأهمية العلمية والأهمية العملية، وفيما يلي عرضها:

أولاً: الأهمية العلمية وتتمثل في:

١) تساهم هذه الدراسة في تسليط الضوء على دور الإعلام الغربي في تشوية الصورة النمطية للمسلمين.
٢) الإسهام في إيجاد دراسات متخصصة في مجال الإعلام وأثره على الصورة النمطية للمسلمين حيث تعتبر هذه الدراسة من الدراسات القليلة على حد معرفة الباحثين التي تبحث الصورة النمطية للمسلمين في الإعلام الغربي.
٣) الوصول إلى نتائج وتوصيات دقيقة ومفصلة حول موضوع الدراسة تصبح جزءاً من المعرفة التي بتراكمها تساعدنا في التوصل إلى تعميمات أدق وأوسع.

ثانياً: الأهمية العملية وتتمثل في:

تحقق هذه الدراسة الفائدة لكل من المهتمين والباحثين في شؤون الإعلام والكشف عن عدائية الإعلام الغربي للإسلام والمسلمين. فالإعلام غير معالم الحياة، وأصبح القوة المسيطرة ، وبروز معالم ووسائل جديدة للإعلام غيرت من مفاهيم كثير في المجتمع، والاطلاع على هذه التغيرات يعتبر مرجعية للمسئولين وصناع القرار من خلال اطلاعهم عليها واستفادتهم منها بحيث يتكون لديهم صورة وافية عن واقع الصورة النمطية للمسلمين في الإعلام الغربي. وإيجاد الطرق والوسائل التي من شأنها القضاء والحد من هذه الصورة المشوهة التي يفرضها الغرب على أطفال المسلمين وعلى العالم بشكل أجمع.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على الصورة النمطية لواقع الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي.

الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الأدب النظري ذات الصلة بموضوع الدراسة، يلاحظ أن هناك عدد قليل من الدراسات التي تناولت الصورة النمطية لواقع الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي ومن هذه الدراسات:

دراسة (العرباوي، ٢٠١٦): هدفت الدراسة إلى التعرف على صورة الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي. وبينت الدراسة تعرض صورة الإسلام والمسلمين لكثير من التشويه والتحريف وخاصة في وسائل الإعلام الغربية التي تعمل على الترويج لصورة تخلق الخوف من كل شيء له صلة بالإسلام والمسلمين، حيث يواجه المسلمون اليوم جملة من الصعوبات والتحديات، تضعهم أمام خيارات عسيرة تمس هويتهم، دينهم، تصوراتهم وكذا مكانتهم في الساحة الدولية، الأمر الذي يهدد مستقبلهم ويعيق تحقيق أهدافهم، مما يحتم عليهم ضرورة العمل على وضع إستراتيجية واضحة المعالم لرد الاعتبار وتصحيح صورة الإسلام والمسلمين.

وقام (الحملي، ٢٠١٥) بدراسة هدفت إلى الكشف عن أسباب تشويه صورة الإسلام والمسلمين في وسائل الإعلام العالمية، وتحديد المرتكزات التي يستند إليها الخطاب الإعلامي المعادي للإسلام والمسلمين، ومن ثم تحديد أساليب الرد على تلك الوسائل، وقد توصل البحث إلى نتائج مهمة منها: أن أسباب تشويه صورة الإسلام والمسلمين في وسائل الإعلام العالمية تعود إلى جملة أسباب تاريخية ودينية ونفسية، كما أن الإعلام الغربي المعادي للإسلام والمسلمين يرتكز على جملة منطلقات لتشويه صورة الإسلام والمسلمين، وهناك بعض المرتكزات التي يمكن من خلالها مواجهة الإعلام الغربي المعادي للإسلام والمسلمين إذا ما اعتمدت كأساس في الرد على الشبهات التي تثيرها وسائل الإعلام العالمية ضد الإسلام والمسلمين.

وقامت (بلعربي، ٢٠١٤) دراسة هدفت إلى الكشف عن الصورة الذهنية التي يسوقها الخطاب الغربي عبر موقع اليوتيوب عن الإسلام، ومعرفة مدى ملائمة الصورة النمطية المطروحة من خلال موقع اليوتيوب مع الصورة الفعلية والحقيقية للإسلام. وبينت نتائج الدراسة إجماع الخطاب الغربي عموماً عبر موقع اليوتيوب على اعتبار الإسلام عامل تهديد لأنه يريد أن يفرض نفسه على الغرب، وأن الإسلام عامل تهديد للفكر والحضارة الغربية.

وأجرى (صجلي، ٢٠١٣) دراسة هدفت إلى التعرف على صورة الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي، وإبراز الصورة النمطية الإعلامية للإسلام والمسلمين بعد هجمات ١١ سبتمبر ٢٠٠١. وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الغربية عملت بكل إمكانياتها الفنية والبشرية والمعلوماتية والتكنولوجية عقب الهجمات على توجيه الاتهام للإسلام والمسلمين، وإعادة رسم صورة المسلم بأنه إرهابي ورافض للحضارة، وأن الدين الإسلامي هو دين عنف وتطرف.

وقام (الملا، ٢٠١٣) دراسة هدفت إلى التعرف على دور الإعلام في إيضاح الصورة الحقيقية للإسلام والمسلمين، والكشف عن الصورة الذهنية للإسلام والمسلمين في الغرب. وتوصلت الدراسة إلى ضرورة الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات في مجال علوم الاتصال، وتوحيد الرؤى والخطط وشحذ الهمم والاستفادة من الطاقات الإسلامية المشتتة لإظهار الصورة النمطية الحقيقية عن الإسلام والمسلمين.

وأجرى (بودهان، ٢٠٠٦) دراسة هدفت إلى التعرف على تشكيل الصور النمطية عن الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي. وبينت الدراسة أن تحسين الصورة الذهنية عن الإسلام لا تقع على عاتق شخص معين أو جهة معينة، بل هي منوطة بالجميع، من مؤسسات إعلامية ومؤسسات الدولة المختلفة ورجل الفكر والعلماء.

وقام (Brown, & Richards, ٢٠١٦) بدراسة تظهر تصورات الطلاب المسلمين عن تصوير وسائل الإعلام للإسلام. وقد تكونت عينة الدراسة من ١٨ طالب من الطلاب الدوليين وتم استخدام أسلوب المقابلة ؛ جاءوا من مجموعة من البلدان بحيث يمكن جمع تنوع في الرأي. وتكشف الورقة عن أن المشاركين ينظرون إلى تمثيل الإسلام في الإعلام البريطاني سلبية، ترتبط مع

المحافظة، التخلف الاقتصادي والإرهاب. وانتقد المشاركون اتجاه وسائل الإعلام نحو التجانس بين المسلمين والبلدان الإسلامية. ودعوا المؤسسات الإعلامية إلى تحقيق التوازن بين الصورة السلبية للإسلام وأن تكون أكثر مسؤولية في الإبلاغ عن الإرهاب.ومن المثير للاهتمام، يمكن ملاحظة أن استهلاكهم المباشر من المملكة المتحدة وسائل الإعلام محدودة، مشيرا إلى إمكانية أن آرائهم إما "بشكل استباقي"مفوعة أو كانت نتاج "استهلاك وسائل الإعلام السلبي .

وقدم (Saeed, ٢٠٠٧) دراسة تدرس تمثيل الإسلام والمسلمين في الصحافة البريطانية. وهو يشير إلى أن المسلمين البريطانيين يصورون على أنهم "أجنبيون آخرون" داخل وسائل الإعلام. كما ويشير إلى أن هذا التفسخ الخاطئ يمكن ربطه بتطور "العنصرية"، وهي الإسلام فوبيا التي لها جذورها في التمثيل الثقافي للآخر، من أجل تطوير هذه الحجة، فإن المادة تثبت نظرة عامة على كيفية تمثيل الأقليات الأثنية في الصحافة البريطانية.

التعقيب على الدراسات السابقة

هدفت الدراسات السابقة إلى التعرف على صورة الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي مثل دراسة (العرباوي، ٢٠١٦)، و الكشف عن أسباب تشويه صورة الإسلام والمسلمين في وسائل الإعلام العالمية مثل دراسة (الحمامي، ٢٠١٥)، والكشف عن الصورة الذهنية التي يسوقها الخطاب الغربي عبر موقع اليوتيوب عن الإسلام مثل دراسة (بلعربي، ٢٠١٤)، والتعرف على صورة الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي، وإبراز الصورة النمطية الإعلامية للإسلام والمسلمين مثل دراسة (صجلي، ٢٠١٣)، والتعرف على دور الإعلام في إيضاح الصورة الحقيقية للإسلام والمسلمين مثل دراسة (الملا، ٢٠١٣)، والتعرف على تشكيل الصور النمطية عن الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي مثل دراسة (بودهان، ٢٠٠٦)، والكشف عن تصورات الطلاب المسلمين عن تصوير وسائل الإعلام للإسلام مثل دراسة Brown, & Richards, ٢٠١٦)، والتعرف على تمثيل الإسلام والمسلمين في الصحافة البريطانية مثل دراسة (Saeed, ٢٠٠٧).

وتميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بهدفها للتعرف على الصورة النمطية لواقع الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي.

الأدب النظري

تتعرض الصورة النمطية لواقع الإسلام والمسلمين لكثير من التشويه والتحريف في أغلب وسائل الإعلام الغربية، التي تقدم وتعرض صوراً نمطية عن الإسلام والمسلمين تخلق أسباب الخوف والريبة والنفور من كل من له علاقة بالإسلام والمسلمين. إن صنع الصورة النمطية المسيئة لواقع الإسلام والمسلمين وترسيخها في العقل الغربي ظاهرة قديمة ومتجددة، وإن الإسلام أكثر الأديان عرضة للإساءة من قبل الإعلام الغربي، كما أن المسلمين من أكثر الشعوب بالعالم عرضةً للتشويه والتجريح في الإعلام الغربي (بن سعيد، ٢٠١٠).

وللإعلام الغربي أهداف عديدة، فمنها ما هو موجه لبلاد المسلمين والعرب ويهدف إلى إفساد الأخلاق ونشر الرذيلة، وأكثر ما يستهدف هذا الإعلام الشباب، فهو يحرص على تأجيج شهواته والتمرد على الدين والأخلاق ومن أهم الأمثلة على هذا الهدف من الإعلام انتشار المواقع الإباحية، والمجلات والقنوات الفضائية الداعية لفساد الأخلاق. ويتمثل النوع الثاني من أهداف الإعلام الغربي الموجه للمسلمين والذي يملكه الغرب وعلى رأسهم اليهود في تجزئة الأمة الإسلامية عن طريق اذكاء روح الطائفية والقومية، وإرغام العالم الإسلامي على قبول وسماع وجهات النظر الغربية بقضايا تهم العالم الإسلامي دون إبداء الرأي والمناقشة في ذلك. كما ويهدف الإعلام الغربي إلى تشويه صورة الحركات الجهادية ونعتهم بأنهم إرهابيون وأصوليون تكفيريون (المكاوي، ٢٠١٦).

مزايا وخصائص الإعلام:

وصل الإعلام اليوم آفاقاً واسعة جعلت عصرنا هذا يحمل صفة الإعلام والاتصال، وعلى هذا يجب الاهتمام بدراسة الوسائل الإعلامية وطاقاتها وقدرتها الاتصالية وبهذا فالوسيلة الاتصالية هي الرسالة التي تهدف بها التأثرات المهمة التي تحدثها تقنية الوسيلة على الرسالة التي تقوم بنقلها، والإعلام هو مصطلح على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو

أخرى غير ربحية، عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر **الأخبار وفق المعلومات**، إلا أن الإعلام يتناول مهاما متنوعة أخرى، تعدت **موضوع نشر الأخبار إلى موضوع** الترفيه والتسلية خصوصاً بعد **الثورة** التلفزيونية وانتشارها الواسع. تطلق على التكنولوجيا التي تقوم بمهمة الإعلام والمؤسسات التي تديرها اسم وسائل الإعلام، كما يُطلق على الأخيرة تعبير **السلطة الرابعة** للإشارة إلى تأثيرها العميق والواسع (**الجبار، ٢٠٠٩**).

ومن أهم مزايا وخصائص الإعلام أنه نشاط اتصالي عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية وهي: **مصدر المعلومات، الرسالة** الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل، جمهور المتلقين والمستقبلين للمادة الإعلامية، وترجيح الأثر الإعلامي، كما وأن الإعلام **يتسم بالصدق والدقة** والصراحة دون تحري فليس بالضرورة أن تلتزم وسيلة إعلامية ما بهذه المعايير القياسية خصوصا في ظل الفضاءات الحرة المفتوحة اليوم وضعف الرقابة المهنية النزيهة وتوسع دائرة الإعلام الموجه الخاضع بالضرورة لسياسات وتوجهات ومصالح الجهة الممولة أو المنشئة وهنا يتحول المفهوم من الإعلام إلى الدعاية باعتباره البث المسموع أو المرئي أو المكتوب بالأحداث الواقعية، بالإضافة إلى أنه يستهدف الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق **والوقائع** (الدليمي، **٢٠١١**)

النظريات الإعلامية المفسرة:

إن التعرف على الصورة النمطية للإسلام والمسلمين من قبل الغرب يمكن أن تفسره نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. **إن قدرة وسائل الإعلام** على تحقيق قدر اكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي وسوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في **حالة عدم استقرار تواجد بنائي في المجتمع** بسبب الصراع والتغيير. بالإضافة إلى ذلك، فان تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الإعلام، وهذا هو المعنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع (مزاهرة، **٢٠١٢**).

واعتمد الباحث على نظرية الاعتماد في تفسير ما يحدث من رد الفعل لتشويه صورة الاسلام، حيث يتم الاعتماد من قبل الجمهور على وسائل الإعلام ليتسنى لهم فهم الأمور في محيطهم الثقافي والاجتماعي والبيئي، ومدى انتماء هذه الجماعات والحركات الإرهابية للإسلام والمسلمين، حيث أن العالم الغربي ليتعرف أكثر على الإسلام والمسلمين وخاصةً بعد الأحداث السياسية والصراعات الطائفية التي يشهدها العالم، وبعد ظهور حركات وجماعات تدعي أنها تمثل الإسلام، يلجأ إلى وسائل الإعلام لينظر ويكتشف الصورة النمطية للإسلام والمسلمين. وما يؤيد هذا الشرح قول(Defleur, Ball-Rokeach, ١٩٨٩) أن جماهير وسائل الإعلام تعتمد على وسائل الإعلام لتلبية احتياجاتهم من المعلومات والحاجات الاجتماعية اليومية، وقد عرفوا "**المعلومات**" على أنها "طريقة عامة للإشارة إلى الإنتاج والتوزيع لجميع **أنواع الرسائل**.

ويرى (**أبو إصبع، ٢٠٠٤**) أن نظرية اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام تقوم بناءاً على دعامتين رئيسيتين الأولى: إن هناك أهدافاً للجمهور يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية، والثانية: **تعتبر أن وسائل الإعلام** نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالجمهور، وتتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها مروراً بعملية الإعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات، ثم نشرها بصورة أخرى.

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على ثلاث فروض أولهما: **إن** اختلاف درجة استقرار وتوزان النظام الاجتماعي يعود إلى التغيرات المستمرة، وهذا يحتاج للمعلومات والأخبار التي تتزايد وتتناقص تبعاً للحاجة لها، حيث يكون الأفراد أكثر اعتماداً على الوسائل الإعلامية، وثانياً: حيوية الوسائل الإعلامية بالنسبة للأفراد مما يزيد من درجة اعتماد الجمهور عليها لإشباع حاجاتهم. **والفرض الثالث:** اختلاف حاجات الجمهور وأهدافهم الشخصية والنفسية التي تؤثر على درجة الاعتماد على وسائل الإعلام (Melvin & Sandra, ١٩٩٣).

وللأسف تقوم وسائل الإعلام الغربية بتقديم معلومات غير موضوعية في بعض الوقت، وترجع الأعمال الإرهابية وما تفعله الحركات المتطرفة للإسلام والمسلمين، دون الرجوع إلى مرجعية واضحة وأساسية وصادقة في ذلك، مما يؤدي إلى تسويه صورة الإسلام والمسلمين عند الجمهور الغربي.

ومثل هذا يحتاج من الأمة الإسلامية إلى تكاتف الجهود، والعمل الجاد على إظهار الصورة الحقيقية عن الإسلام والمسلمين. ويرى الباحث أن هذا مرتبط بنظرية المسؤولية الاجتماعية التي لخص المفكر الإعلامي السويدي دينيس ماكويل مبادئها الأساسية في أن وسائل الإعلام والاتصال يجب أن تقبل وأن تنفذ التزامات معينة للجميع، ولتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم وسائل الإعلام نفسها بشكل ذاتي، وأن هذه الالتزامات يمكن تنفيذها بالالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوزان، وإن وسائل الإعلام يجب أن تتجنب تقديم ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية أو توجيه إهانة إلى الأقليات (الفلاحي، ٢٠١٤).

ويرى الباحث أن على الأمة الإسلامية وفقاً لهذه النظرية توضيح صورة الإسلام والمسلمين الحقيقية ومعاقبة ومحاسبة كل من يقوم بنقل ونشر معلومات وأخبار مغلوطة من شأنه الإساءة للصورة النمطية للإسلام والمسلمين، وأن تتخذ الأمة الإسلامية موقفاً حازمة بضرورة التزام وسائل الإعلام الغربية بالالتزام بالمهنية والحيادية بنقل المعلومات والأخبار والاعتماد على الحقائق والموضوعية في نقل الأخبار والمعلومات.

مفهوم الصورة النمطية:

وصف "ليبمان" الصورة النمطية بأنها: صورة ذهنية منظمة، وانطباعات مبسطة راسخة، وهي ليست دايماً محايدة، إلا أنها تصور حتمي إلى حد أن تصوير الفرد أو الجماعة يبدو وكأنه حقيقياً (Basyouni, ٢٠٠٠).

والصورة النمطية هي صورة في العقل لا تتطابق بالواقع الحقيقي، وتمثل ما يحمله الإنسان من تصورات، وأفكار، ومفاهيم تتحول إلى اتجاه يؤدي إلى تعصب، وقد يكون هذا الاتجاه سلبياً سواء اتجاه نحو أشخاص أو جماعات معينة، وتتحول مجموعة التصورات والصور النمطية والاتجاهات إلى التمييز على مستوى السلوك (حوسو، ٢٠٠٩).

ويرى صادق (١٩٧٩) أن الصورة النمطية هي الأفكار، والمعتقدات، والمشاعر، والأحاسيس التي تتكون في عقول ووجدان الجماهير تجاه قضية، أو منظمة، أو فكرة، أو شخص، وهي تتبادر إلى الأذهان عند ذكر اسمها؛ لتعطي فكرة معينة، أو مفهوما عاما عنها قد يكون طيبا، أو سيئا. وتتكون هذه الصورة مما يستقيه الفرد من وسائل الإعلام، وما اكتسبه من معلومات، ومعارف، وخبرات حول هذه القضايا، أو الأفكار، أو المنظمات، أو الانفراد.

ويشير (Botta, ٢٠٠٠) إلى أن للصورة النمطية منظور نفسي ينظر إليها على أنها صورة يختزنها الفرد من معلومات وأفكار وانطباعات عن شيء معين، وتتكون هذه الصورة النمطية من خلال ما تتمثل به من أساليب ومحتوى اتصال، فالرد كائن اجتماعي يتواصل مع الآخرين والمجتمع المحيط به ليتكون لديه صوراً نمطية معينة، وقد زادت وسائل الإعلام من نشر المعرفة والآراء والأحكام، وأصبحت عاملاً مهماً في تكوين الصورة النمطية للفرد.

أنواع الصورة النمطية:

هناك أنواع عديدة للصورة النمطية منها (جالو، ٢٠١٦):

١. **الصورة المرآة:** وهي الصورة التي ترى المنشأة نفسها من خلالها .
٢. الصورة الحالية: وهي التي يرى بها الآخرون المنشأة.
٣. **الصورة المرغوبة:** وهي التي تود المنشأة أن تكون لنفسها في أذهان الجماهير.
٤. **الصورة المثلى-الصورة المتوقعة:** وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى، وجهودها في التأثير على الجماهير.
٥. **الصورة المتعددة:** وتحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين للمنشأة يعطي كل منهم انطباعا مختلفا عنها، ومن الطبيعي أن لا يستمر هذا التعدد طويلا فإما أن يتحول إلى صورة ايجابية، أو إلى صورة سلبية، أو أن تجمع بين الجانبين صورة موحدة تظلها العناصر الإيجابية والسلبية؛ تبعا لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الأفراد.

نبذة لتاريخ الصورة النمطية الغربية لواقع الإسلام والمسلمين:

يرى مكسيم رودنسون أن الصورة النمطية الغربية لواقع الإسلام والمسلمين تمتد منذ تاريخ طويل يحكم علاقة الغرب بالمسلمين، وأولها مرحلة العصور الوسطى التي ساد بها الصراع بين العال المسيحي والعالم الإسلامي،

وذلك ما بين القرنين الثامن والثاني عشر الميلاديين، وبعدها في القرنيين الثالث والرابع عشر الميلاديين نمت وذبلت صورة الإسلام وبات أقل عداء عند الغربيين. وبالمرور للقرنيين السادس والسابع عشر الميلاديين يظهر أن هناك تعايش سلمي بين العالم الغربي والإسلامي، ثم بدأت نزعة التعلق بالغرائب والإمبريالية والتخصص وذلك في القرن التاسع عشر، وصولاً إلى القرن العشرين الذي شهد نزعة عرقية أوروبية ضد المسلمين (الخطيب، ٢٠٠٨).

خصائص الصورة النمطية:

للصورة الذهنية خصائص متميزة تتفق مع كونها ظاهرة إنسانية، ومن أهم هذه الخصائص (جالو، ٢٠١٦):

١. أنها خاصية واقعية من خصائص السيكولوجية البشرية وفقا لما يراه "ف. ارتيموف" وعليه؛ فهي تتصف بالقدم والشمولية: فهي قديمة قدم الوعي البشري ذاته، وشاملة بمعنى أن البشر كلهم يكونون صوراً ذهنية، وتكون باتجاهاتهم الصور، وهذه العملية "توافقية" : لا ترتبط بأشخاص معينين، أو بزمان معين؛ بل هي وظيفة بشرية، أو جزء من الطابع البشري.
٢. ميلها إلى التكرار دون تغير؛ مما يعني "اطراد صورة معينة" في أذهان مجموعة من الناس تجاه مجموعات، أو أشياء معينة.
٣. الصورة الذهنية عبارة عن تعميمات مؤسسة على آراء، وانطباعات لا تستند إلى براهين علمية تجريبية في الغالب؛ ولذلك فهي قد تبنى على شائعات قد تنطلق من أوهام، وترتبط هذه التعميمات بالمشاعر الذاتية، والعواطف الشخصية التي يصعب تفسيرها أحياناً.
٤. الصورة الذهنية لا يشترط أن تبنى على معلومات واقعية دقيقة عن واقع المتصورين؛ فإنها قد لا تتطابق مع هذا الواقع.
٥. ميلها إلى الثبات، من دون جمود، ويرى "دويتش" أن للأحداث قدرة كبيرة على إحداث بعض التأثيرات في الصورة القائمة إلى درجة تغييرها بما يفوق قدرة المعلومات التي تصل إلى الأفراد على إحداث التغيير.
٦. الصورة الصادقة يستغرق بناؤها وقتاً طويلاً وبمشاركة جهاز التفكير المنطقي، أما الصور الزائفة فلا تشمل إلا على أكثر الجوانب بروزا، وهذه الصور سهلة النشوء والتكوين.
٧. ترتبط طبيعة الصورة المكونة ارتباطٌ وثيقاً بالمفاهيم السائدة في المجتمع. فمعيار التفوق والتمييز يتغير عبر الأزمنة المختلفة.

واقع المسلمين في دول الغرب:

ينتقل الأفراد من مكان إلى آخر لأسباب وأهداف عديدة، وهذا ما جعل البعض من المسلمين الانتقال إلى دول الغرب للعيش أو السياحة أو التعليم أو العمل، وقد جعل البعض من المسلمين الدول الغربية وجهة للانتقال والاستقرار فيها نظراً لما هو معروف عن الدول الغربية من احترامها لحقوق الإنسان وقوانين الديمقراطية، إلا أن هذه الدول وإن أعطت المسلمين حقوقهم إلا أنها تبقى مراقبة لهم ولتحركاتهم. وقد يحصل المسلمين في هذه الدول على الإقامة والجنسية بطرق عدة إما عن طريق اللجوء السياسي، أو عن طريق الزواج من أجنبيات، أو جمع الشمل وما شابه (أبو زكريا، ٢٠٠٤).

ويرى الباحثين أن لأحداث السياسية والصراعات الطائفية وما شهدته المنطقة العربية من ثورات شعبية أو ما يسمى بالربيع العربي لعبت دوراً كبيراً في هجرة وانتقال العديد من المسلمين إلى دول غربية إما للبحث عن الأمان، أو للتجارة والعمل، أو للتعليم وغيرها من الأهداف التي تدفع للانتقال من بلد إلى بلد آخر، وهذا ما يفرض على المسلمين المقيمين في الدول الغربية أن يعملوا جاهدين على أن لا يسيئوا لصورة الإسلام والمسلمين. حيث أظهر البعض سلوكيات خاطئة كالجشع في التجارة والغش والتلاعب، والطرف والانضمام لجماعات إرهابية تسيء للإسلام، والبعض قام بتصرفات غير أخلاقية وإدمان وغيرها من الأعمال التي تشوه الصورة الحقيقية للإسلام والمسلمين، والتي يعتقد سكان الدول الغربية أن هذا هو الإسلام وهاهم المسلمين، فبذلك نقلت هذه النوعية الصورة السلبية عن الإسلام والمسلمين وجعلت الغربيين يتخذون صوراً نمطية غير حقيقية للمسلمين بناءاً على ما شاهدونه من القلة من هذه النوعية التي أساءت لجميع المسلين.

الصورة النمطية لواقع المسلمين في الإعلام الغربي:

للإسلام والمسلمين واقع غريب في الغرب، فصورة الإسلام والمسلمين مشوهة أشد تشويه، سواء في مقدساته وتاريخه وعلومه، وهذا أوجد حساسيات تاريخية تجاه المسلمين بسبب شيوع فلسفة استكباره ومعتقداته في التسلط والهمجية، وهذا جعل العالم الغربي مشحون بالعواطف ضد المسلمين بفعل الأكاذيب الإعلامية. وبهذا الشأن قال فرنسيس فوكوياما: " بالرغم من القوة التي أبدها الإسلام في صحوته الحالية ، فبالإمكان القول: إن هذا الدين لا

يكون له جاذبيته خارج نطاق المناطق التي كانت في الأصل إسلامية الحضارة". وقد أدى هذا الوضع السيئ إلى وجود صورة نمطية سيئة في الإعلام الغربي وهو الجهل بحقيقة الإسلام، علماً بأن الإسلام قادر على نهضة العلم والعقل، وأرسى قواعده على منهج السلم والأمن (الزحيلي، ٢٠١٠).

تقوم المؤسسات الإعلامية الغربية بتقديم صورة عن المسلمين مبنية على قوالب غير منطقية ومناقضة للواقع والحقيقة، ولم تشكل هذه الصورة على أساس اتجربة الصحيحة، ولا على أساس المعرفة العلمية المجردة، وإنما تشكلت وترسخت عبر عملية معقدة متراكمة في التاريخ، وأصبحت ذات تأثير قوي على وسائل الإعلام (الخبتي، ٢٠٠٩).

ويرى خضور (٢٠٠٢) أن الصورة النمطية في الإعلام الغربي لواقع الإسلام والمسلمين تقوم على ثلاث دعائم: العداء للإسلام، وذلك بسبب عجز أوروبا عن فهم الدين الإسلامي، والمصالح الاقتصادية والسياسية، والقضية الفلسطينية وموقف الغرب منها. ويشير (Huntington, ٢٠٠٠) إلى أن أحد الدعامات التي تبني هذه الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين مقولة صراع الحضارات، وتصوير الحضارة الإسلامية على أنها عدوة للحضارة الغربية.

يقوم الإعلام الغربي بحملات تشويه لسمعة الإسلام والمسلمين، ويحط من قدرهم، ومن أهم الأدلة على ذلك مقولة الرئيس نيكسون في كتابه انتهاز الفرصة " ليس لأية أمة ولا حتى الصين صورة سلبية في الضمير الأمريكي مثل صورة العالم الإسلامي". وقد اعتبر بعض الإعلاميون والقائمون على الإعلانات الصورة السلبية للإسلام والمسلمين مادة ثقافية يمكن استثمارها في إعلاناتهم للترويج للمنتجات، ومن أبرز الأمثلة على ذلك عرض التلفزيون الأمريكي إعلاناً عن نوع من الصابون ظهر فيه رجل عربي قذر ولكنه ما إن اغتسل بذلك الصابون حتى زالت عنه القذارة، كما وتتضمن الإعلانات التي تبثها القنوات الفضائية الغربية نماذج ساخرة للمسلمين وهم يأكلون البيتزا بدهشة كبيرة، أو ينظرون إلى السيارات الحديثة بدهشة أكبر(الشريف، ٢٠١٤).

للمسلمين في أفلام السينما والرسوم الكاريكاتيرية الغربية صوراً نمطية متحيزة وتروج لحملات إعلانية يشاهدها الملايين من الناس فيتأثرون بها وتصبح لديهم صورة سيئة عن المسلمين وترسخ في عقولهم، وصنف الكاتب الأمريكي (Shaheen, ٢٠٠١) المسلمين في كتابة " المخادعون":

المسلمين في الإعلام الغربي إلى أربعة أصناف وهم شيوخ نفط مترفون، وإرهابيون قاذفو قنابل، وتجار جشعون، وأشرار.

وقد قام (Ahmed & Matthes, ٢٠١٧) بتحليل ٣٤٥ دراسات منشورة لفحص وسائل الإعلام ودورها في بناء الهوية الإسلامية . ويبرز التحليل الكمي والتركيز الجغرافي، والأساليب، والنظريات، والتأليف، وأنواع الوسائط، والأطر الزمنية للدراسات المنشورة. وقد أجرى هذا التحليل النوعي تحقيقا في أبرز الموضوعات التي تم بحثها. وتشير النتائج إلى أن أغلبية كبيرة من الدراسات غطت الدول الغربية في حين أهملت البلدان الإسلامية ووسائل الإعلام الإسلامية. كما وأن هناك نقص واضح في البحوث المقارنة، وإهمال المرئيات، ونقص البحوث على وسائل الإعلام على الانترنت. ووجد أن معظم الدراسات حققت في مواضيع "الهجرة" و "الإرهاب" و "الحرب". وعلاوة على ذلك، تبين الدراسات أن المسلمين يميلون إلى أن يكونوا مؤطرين سلبيا، في حين أن الإسلام يصور في الغالب على أنه دين عنيف.

أسباب الصورة النمطية السيئة للإسلام والمسلمين:

صنف كل من Francesca, Elmi & Blasio (٢٠١٦) في دراستهم أسباب الصورة السلبية للإسلام والمسلمين عند الغرب إلى أربعة أسباب:

أولاً: تغيير علاقة القوة، حيث أن هناك تنافس بين العالم الإسلامي والعالم الغربي منذ تاريخ طويل وقسمها المؤرخون إلى أربعة مراحل: تتمثل المرحلة الأولى بسنة سقوط غرناطة عام ١٤٩٢م وأصبح بذلك العالم الإسلامي القوة المسيطرة، والمرحلة الثانية الحرب الدينية بين الصليبيين المسيحيين والمسلمين في عام ١٦٨٣م، والمرحلة الثالثة والرابعة بعد انتهاء الحروب الصليبية وأدى ذلك إلى هيمنة الغرب واستعمار العالم الإسلامي. وعملت هذه الحروب على خلق صورة سلبية عن المسلمين وثقافتهم، فصورها بالنزعة العرقية، والتفوق ودونية ثقافة الآخرين.

ثانياً: صراع الحضارات، وهذا يشير إلى الاختلافات بين الثقافتين الإسلامية والغربية، وفي الواقع نجدا أن كلاً من العلام الإسلامي والعالم الغربي مقتنع بأن إيديولوجيته تستطيع أن تفهم الجميع، وهذا خلق الاختلاف والصراع بينهم فالإسلام نظام ديني يوفر بديلاً كافياً لليبرالية الغربية والديمقراطية.

ثالثاً: الإسلام السياسي، يواجه الغرب أوقاتاً صعبة في التعامل مع العالم الإسلامي، وإن أحد أهم العوامل الرئيسية التي تؤثر على صورة الإسلام عند الغرب هو أعمال العنف التي تقوم بها الحركات التي تتدعي بانتمائها للإسلام، وعملت وسائل الإعلام على نقل هذه الأحداث وإعطاء صورة سلبية عن المسلمين بأنهم هم من ارتكبوا هذه الأفعال.

رابعاً: خدمة المعلومات غير المرصودة، حيث إن المعلومات التي نتصورها من وسائل الإعلام الغربية لواقع الإسلام والمسلمين هي في معظم الأحيان منحازة ومفرطة في التبسيط والسطحية، ولم نلاحظ أنها تنشر واقع الإسلام والمسلمين بالصورة الحقيقية وبالشكل الواضح المعالم والمفهوم.

أحداث ١١ سبتمبر والصور النمطية للإسلام والمسلمين:

إن التحيز ضد المسلمين في الدول الغربية سبق هجمات ١١ سبتمبر في الولايات المتحدة الأمريكية، ولكن تلك الأحداث وغيرها من أعمال العنف من قبل الإرهابيين منذ ذلك الوقت قد أوجدت مناخاً لزيادة المواقف المعادية للمسلين (Amnesty International, ٢٠١٢).

عملت وسائل الإعلام الغربية وخاصةً الأمريكية على تشويه صورة الإسلام والمسلمين بأبشع الصور والنعوت قبل هجمات ١١ سبتمبر واستخدمت في ذلك الجرائد والصحافة والمجلات المنتشرة في جل أنحاء العالم، كما وتم استخدام رسوم الكاريكاتير في تحقيق أهدافهم وتغير الصورة الحقيقية للإسلام لما له من أثر كبير في النفوس، ولقدرة هذا الفن على في مجال تكوين الصور عن الأمم الأخرى (صجلي، ٢٠١٣).

وقعت أحداث ١١ سبتمبر وسائل الإعلام الغربية إلى خلق صورة نمطية سلبية للمسلمين ليس فقط في الولايات المتحدة الأمريكية وإنما في جميع أنحاء العالم، وذهبت العديد من الرموز الإعلامية البارزة الغربية إلى تسمية القرآن بكتاب العنف (Varisco, ٢٠٠٥). وشملت الصور السلبية للمسلمين في الإعلام الغربي الأئمة الدينيين وصورتهم بالمجانيين، وعرضت وسائل الإعلام الغربية أفلاماً لاختطاف الطائرات، والانتحاريين مفجري ناطحات السحاب، ومقاطع فيديو مسيئة للمسلمين، ومن أبرز الأمثلة على ذلك فيلم يدعى " براءة المسلمين " وقد تم نشره في عام ٢٠١٢، على الإنترنت وهو يشوه صورة الإسلام ويصور النبي محمد صلى الله عليه وسلم بطريقة سلبية للغاية (el-Aswad, ٢٠١٣).

وبعد أحداث ١١ سبتمبر راجت فكرة ما يسمى بالإسلام فوبيا، أي الخوف من الإسلام، وجاءت هذه الفكرة نتيجة تراكمات عديدة يقف ورائها الصهاينة الإسرائيليين، حيث استثمر الإسرائيليين ماكينة الدعاية والإعلان التي لا تكاد تنفصل عن الدعاية الغربية نظراً لدعمهم للإعلاميين ولوجود قنوات ووسائل إعلام غربية تعمل لصالحهم، واستثمروا الدعايات في تشوية صورة الإسلام والمسلمين ووصفه بشتى الصفات التي جعلت منه أنموذجاً للشر في عالم متحضر يدعو للحرية والسلام (الحملي، ٢٠٠٩).

وتعرض المسلمون لاعتداءات متعددة تراوحت بين الشتم والسباب والاعتداء اليسير والضرب، وفي حالات نادرة القتل. أحياناً يتم التعرض لحجاب بعض المسلمات بالنزع أو بالإشارة السيئة باليد. "كير" رصدت ٦٢٥ اعتداء في الأسابيع الثلاثة الأولى بعد الانفجارات في أمريكا. الاعتداءات لم تكن قاصرة على الأشخاص، وإنما امتدت إلى بعض المؤسسات الإسلامية، وحتى المساجد، ففي ألمانيا مثلاً تم دهم أكثر من خمسين مسجداً، وغالباً بمبررات سخيفة ووشايات. في فرانكفورت أقتحم أكثر من خمسين عسكرياً مسجداً بزعم وجود "أسامة بن لادن" فيه، كما وصلتهم المعلومات (Ahmed & Matthes, ٢٠١٦).

وقد نشر مقال بعنوان " الجهاد ضد الإسلام " لروبرت شتاينباك (٢٠١١) صور كيف أن البلاد الأمريكية تجتاح موجة ثانية بعد ١٠ سنوات من أحداث سبتمبر من الكراهية للمسلمين. وقد انتشر هذا الغضب إلى حد كبير حتى عند السياسيين والذين يسعون إلى تخويف الأمريكيين من المسلمين، ومن الأمثلة على ذلك ردت فعل سياسيون جمهوريون أمريكيون على عدم السماح ببناء مسجد. وهذا يمثل تحولاً دراماتيكياً في موقف الحزب تجاه الإسلام (Smith & Haberman, ٢٠١٠).

ونشرت مجلة فرنسية " لوبوان" بعد أحداث ١١ سبتمر في الافتتاحية بعنوان " العقاب " ويتساءل فيه الكاتب: " كيف يمكننا أن نعاقب مجانين الله دون أن نبعث الجنون في الجموع المضطربة جراء تقديسها لله؟ إن الإسلام متحفظ على دور الفرد، ويبقى رافضاً للإنتاج الرأسمالي، وهو ما يؤدي إلى البؤس، وهذا يؤدي بدوره إلى الثورة، والثورة تنتج الإرهاب الذي ينشده المتعصبون طلباً للشهادة...فكروا في الغرابة المروعة التي تجري في ديارنا من الحاسوب الذي ينادي للصلاة وإلى تدريب الطيارين الانتحاريين وتحضيرهم لقتال الكفار تمجيداً لله" (المحجوب، ٢٠١٠).

سبل التخلص من الصورة النمطية السلبية للإسلام والمسلمين:

إن الصور النمطية المزيفة عن الإسلام والمسلمين دفعت المجتمع الغربي إلى التعصب الأعمى ضد الإسلام والمسلمين، وجعلهم يوجهون الاتهام إليهم بالإرهاب، ويضعونهم بالمركز الأول لأي قضية إرهابية. لذا على الدول الإسلامية محاربة هذه الصورة السلبية وتوجيه الإعلام إلى نشر الصورة النمطية الصحيحة عن الإسلام والمسلمين.

ومن أهم الطرق التي تساعد على إشاعة الصورة النمطية الواقعية للإسلام والمسلمين وأنه دين تسامح، وينبذ التعصب والفرقة، تكثيف الاتصالات مع المجتمع الدولي وخاصةً الدول الغربية من أجل إشاعة القيم الصحيحة للإسلام ونشر الرسالة الحقيقية للإسلام (أوغلو، ٢٠١٣).

ويرى (العرباوي، ٢٠١٦) أن تحسين صورة الإسلام والمسلمين يقتضي وجود تحرك عربي إسلامي منظم داخل المجتمعات الغربية ودعم المنظمات الإسلامية داخل هذه البلدان للتأثير على مجتمعاتها بدلا من الاكتفاء باقتناء سياساتها، كما يجب على الدول الإسلامية مواجهة ما يعرف بصدام الحضارات، مما يعني إبدال التصادم مع الغرب بما يعرف حوار الحضارات، مما يعني عدم المواجهة والتصادم وإنما التحاور مع الآخر وقبول خصوصياته الثقافية والدينية ومحاولة إقناعه بقبول خصوصيات وثقافات الآخرين.

الخاتمة

بعد الرجوع إلى الكتب والدراسات التي تناولت واقع الإسلام والمسلمين وصورتهم النمطية في الإعلام الغربي، يمكن الوصول إلى أن الإعلام الغربي يقدم صوراً نمطية لواقع الإسلام والمسلمين غير حقيقية في سبيل تشويه صورتهم، وقدم الإعلام الغربي العديد من الإعلانات والأفلام التي توضح عدائيته للإسلام والمسلمين وتوضح سعي الإعلام الغربي لتقديم صورة نمطية سلبية للإسلام والمسلمين.

كما وأن هناك العديد من الأسباب التي دفعت الإعلام الغربي للتعامل مع الإسلام والمسلمين بهذه الصورة ومن أبرزها صراع الحضارات والاختلافات بين الثقافتين، والحروب التاريخية بين العالم الإسلامي والعالم الغربي منذ القدم، والنظرة الدونية للمسلمين من قبل الغرب، وأيضاً أحداث **١١ سبتمبر** التي أثرت بوضوح على نظرة العالم الغربي إلى الإسلام والمسلمين.

إن الأمة الإسلامية تعيش في حالة وهن وضعف يمكن أن نلحظه في أوضاعها السياسية أو الاجتماعية أو الأخلاقية، حيث أن الأمة الإسلامية لم تعد ذات شوكة يخشى من بأسها العالم الغربي. بالإضافة إلى أن الأمة الإسلامية تقاعست في نشر الدعوة الإسلامية وتوجه التصور الحقيقي ونشره في وسائل الإعلام المختلفة وخاصةً العالمية ليصار إلى فهم تعاليم الإسلام بالصورة الموضوعية والحقيقية.

ويرى الباحثين أن مسؤولية التخلص من حملات التشويه والتحريف للإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي تقع على عاتق جميع الدول الإسلامية، والعلماء والمفكرين، وعلى الإعلام العربي والإسلامي الذي لابد من أن ينشر رسالة الإسلام الحقيقية بلغات مختلفة لتصل لجميع دول العالم، كما ولا بد للتصدي من قبل المنظمات الإسلامية لكل ما ينشر عن الإسلام والمسلمين في **الإعلام الغربي.**

كما ولا بد من نصرة الإسلام والمسلمين والعمل على محاسبة كل من يقوم بتشويه الصورة الحقيقية للإسلام ومعاقبته قضائياً، وفقاً لمبادئ حقوق الإنسان والديمقراطية السائدة في الدول الغربية، كما ويقع على عاتق السفارات العربية في الدول الغربية مسؤولية كبيرة جداً، على متابعة رعاياها وعقد ندوات واجتماعات لهم لإبراز أهمية أن يقدموا الصورة الصحيحة للإسلام والمسلمين من خلال تواجدهم في الدول الغربية، وأنهم وبدون قصد قد يقومون

بأعمال يراها الغربيون ويعتقدون أن جميع المسلمين يسيرون وفقاً لهذا النهج الخاطئ.

رجال الدين من الأشخاص المعنيون بالدفاع عن الإسلام والمسلمين، وعليهم أن يضعوا خططاً واضحة ذات استراتيجية وأبعاد دينية وسياسية واجتماعية من أجل الدفاع عن الإسلام والمسلمين، والتصدي للصورة النمطية التي يحاول أن يشوهها الإعلام الغربي، ومن أهم الإجراءات التي من الممكن أن يقوموا بها، القيام بزيارات إلى الدول الغربية وتقديم ندوات بعناوين تجذب أكبر عدد ممكن من الأشخاص كالإسلام وعلاقته الحميمة مع الغرب، أو المسلمين وأخوتهم الغرب، عناوين تمكن من يسمعها بحب الاستماع لهذه الندوات، ليتم نشر الصورة الحقيقية للإسلام خارج بلاد المسلمين، كما ويمكن أن تنظم الجمعيات الإسلامية والمنظمات الإسلامية حملات توعيه في الدول الغربية عن الحركات والجماعات المتطرفة التي تدعي الإسلام.

والإعلام العربي الإسلامي هو أيضاً مسؤول عن التصدي لحملات تشويه الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي، ليس المعاملة بالمثل هو الطريق الصحيح، فالمسلمين لا يردون السيئة بمثلها وإنما بالنقاش والحوار العقلاني، هذا هو الحل الأمثل لنزع هذه العدائية التي يكنها الإعلام الغربي للإسلام والمسلمين.

النتائج:

مما سبق يمكن للباحث الخروج بالعديد من النتائج، أبرزها:

١. أن الإعلام الغربي يقدم صوراً نمطية لواقع الإسلام والمسلمين غير حقيقية في سبيل تشويه صورتهم.
٢. قدرة وسائل الإعلام الغربية على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، نتيجة اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام كمصدر للمعلومات عن المحيط الاجتماعي والثقافي الذي يعيشون فيه، ويتفق هذا مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
٣. قدم الإعلام الغربي العديد من الإعلانات والأفلام التي توضح عدائية للإسلام والمسلمين وتوضح سعي الإعلام الغربي لتقديم صورة نمطية سلبية للإسلام والمسلمين.
٤. أن مسؤولية التخلص من حملات التشويه والتحريف للإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي تقع على عاتق جميع الدول الإسلامية وعلى عاتق جميع المسلمين، وتتفق هذه النتيجة مع نظرية المسؤولية الاجتماعية.
٥. أن الأمة الإسلامية تقاعست في نشر الدعوة الإسلامية وتوجه التصور الحقيقي ونشره في وسائل الإعلام المختلفة وخاصةً العالمية.
٦. أثرت الأحداث السياسية والصراعات الطائفية وما شهدته المنطقة العربية من ثورات شعبية أو ما يسمى بالربيع العربي على الصورة النمطية للإسلام والمسلمين عند الغرب.
٧. الإعلام العربي الإسلامي مسؤول عن التصدي لحملات تشويه صورة الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي والحل ليس المعاملة بالمثل وإنما الحوار العقلاني الهادف.
٨. تعود الصورة النمطية السلبية التي يقدمها الإعلام الغربي عن الإسلام والمسلمين للعديد من الأسباب أهمها صراع الحضارات، وخدمة المعلومات غير المرصودة، والعداء للإسلام، والمصالح الاقتصادية والسياسية، والقضية الفلسطينية وموقف الغرب منها

التوصيات:

بناءاً على نتائج الدراسة، يوصي الباحث بما يأتي:

١. إن على المدارس والجامعات أن تعد الطلبة، وتوضح لهم أهمية نشر الصورة الحقيقية للإسلام والمسلمين، وأن تقدم لهم صوراً من الإعلام الغربي لواقع الإسلام والمسلمين.
٢. ضرورة استخدام أسلوب الحوار العقلاني الهادف، للقضاء على الصورة السلبية عن الإسلام والمسلمين في الدول الغربية.
٣. طرح برامج إعلامية هادفة وتوجيه دعوات للمسؤولين في الإعلام الغربي من شتى الدول، ومحاورتهم عن الإعلانات والأفلام التي يطرحونها والتي تسيء للإسلام والمسلمين.
٤. على المنظمات الإسلامية والأحزاب والجماعات الإسلامية أيضاً نشر حملات توعية خارج البلاد الإسلامية للتعريف بالصورة الحقيقية والواقعية للإسلام والمسلمين.
٥. إنشاء قناة إعلامية بروح الشباب تهدف لإيصال رسالة الإسلام السمحة وتبين الصورة الحقيقية لأنبياء الله رضي الله عنهم، وأن يكون تردد هذه القناة الإعلامية على أقمار الدول الغربية، وأن تطرح بلغات أجنبية.
٦. ضرورة توحيد صف البلاد الإسلامية، وتوحيد كلمتها، واسترجاع قوتها أمام الدول الغربية.
٧. العمل على حل النزاعات السياسية، والصراعات الأهلية التي تعاني منها الدول العربية والإسلامية دون الحاجة للتدخل الخارجي.

المراجع العربية:

- أبو إصبع، صالح خليل (٢٠٠٤). **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للدراسات والنشر** والتوزيع، عمان، الأردن.
- أبو زكريا، يحيى (٢٠٠٤). **الإسلام والغرب، دار نلشري للنشر** الإلكتروني، مكتبة الكويت الوطنية.
- **أحمد، جمال (٢٠٠٩).** أطر إنتاج الخطاب الخبري في المواقع الالكترونية في الأزمات الدولية: **دراسة حالة لموقعي (BBC والعالم)، المجلة** المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع والثلاثون، جامعة القاهرة، مصر.
- أوغلو، أكمل الدين إحسان (٢٠١٣). العالم الإسلامي وتحديات القرن الجديد: **منظمة التعاون الإسلامي، دار الشروق، عمان، الأردن.**
- **البشاري، محمد (٢٠٠٤). صورة الإسلام في الإعلام الغربي،ط١، دار الفكر للنشر والتوزيع**، عمّان، الأردن.

- بلعربي، سميرة (٢٠١٤). **صورة الإسلام من خلال الخطاب الغربي عبر** موقع اليوتيوب تحميل مضمون لعينة من مقاطع الفيديو، المجلة العلمية الجزائرية، العدد١٨، **المجلد ٣٥، الجزائر.**
- بن سعيد، المحجوب (٢٠١٠). الإسلام والإعلاممو فوبيا: **الإعلام الغربي** والإسلام تشويه وتخويف، دار الفكر، دمشق.
- بودهان، يامين (٢٠٠٦). تشكيل الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي، مجلة الوسيط للدراسات الإعلامية، العدد ١٢، **الجزائر.**
- جالو، جيرنو أحمد (٢٠١٦). الفضائيات المتخصصة والصورة الذهنية، **الطبعة الأولى، دار أ**سامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الجبار، حسين عبد (٢٠٠٩): اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر.ط١، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الحمامي، هاشم أحمد (٢٠١٥). تشويه صورة الإسلام والمسلمين في وسائل الإعلام العالمية وسبل مواجهتها، مجلة التراث، العدد ١٨، **الجزائر.**
- **حوسو، عصمت محمد (٢٠٠٩). الجندر:** الأبعاد الاجتماعية والثقافية، **ط١، دار الشروق ، عمان، الأردن.**
- **الخبتي، علي بن صالح (٢٠٠٩).** صورة العرب والمسلمين في مدارس إسرائيل: تحليل المناهج الدراسية في التعليم العام، مكتبة العبيكان، الرياض، السعودية.
- **خضور، أديب (٢٠٠٢). صورة العرب في الإعلام الغربي، المكتبة** الإعلامية، دمشق، سوريا.
- الخطيب، معتز (٢٠٠٨). ظاهرة كراهية الإسلام: **الجذور والحلول، مجلة** ثقافتنا للدراسات والبحوث، المجلد٥، العدد ١٧، إيران.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد (٢٠١١): الإعلام والتنمية.ط١، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الشريف، عبد العزيز خالد (٢٠١٤). أخلاقيات الإعلام، الطبعة الأولى، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- صادق، صلاح الدين محمد كامل أحمد (١٩٧٩). **العلاقات العامة والصورة** الذهنية لأجهزة المخابرات، رسالة ماجستير، كلية إعلام جامعة القاهرة، **مصر.**
- صبطي، عبيدة (٢٠١٣). صورة الإسلام و المسلمين في الإعلام الغربي، مجلة الدراسات الإسلامية، العدد١٨، جامعة عمار ثليجي، بسكرة، الجزائر.
- الفلاحي، حسين علي إبراهيم (٢٠١٤). الديمقراطية والإعلام والاتصال، دراسة في العلاقة بين الديمقراطية والإعلام وطبيعة الإعلام الديمقراطي

ووظائفه، الجامعة العراقية، بغداد، العراق.
- لعرباوي، نصير (٢٠١٦). صورة الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد٢٢، الكويت.
- المحجوب، سعيد (٢٠١٣). الإسلام والإعلاموفوبيا: **الإعلام الغربي والإسلام** "تشويه وتخويف"،ط١، دار المنهل للنشر والتوزيع، عمّان، الأردن.
- المزاهرة، منال هلال (٢٠١٢). **بحوث الإعلام**: نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- المكاوي، سمية إبراهيم (٢٠١٦). **الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي في** حاضر اليوم، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
- **الملا، فتحي عوض(٢٠١٣)**. دور الإعلام في إيضاح الصورة الحقيقية للإسلام والمسلمين، ورقة علمية مقدمة للندوة العلمية " **الأمن ودور** الجامعات في تعزيزه"، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، السعودية.
- **الموسوي، موسى جواد (٢٠١١)**. الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط١، **بغداد، العراق**.

المراجع الأجنبية:

- **Ahmed, Saifuddin, & Matthes, Jorg (٢٠١٦). Media representation of Muslims and Islam from ٢٠٠٠ to ٢٠١٥: A meta-analysis, the International Communication Gazette ٠(٠) ١–٢٦.**
- **Amnesty International (٢٠١٢). Choice and Prejudice: Discrimination against Muslims in Europe. Amnesty International, London.**
- **Basyouni, Hamada (٢٠٠٠). Arab image in the minds of western image- makers, Egyption journal of public opinion research, Vol ١, No٣, Egypt.**
- **Botta, Renee A. (٢٠٠٠). Television image and adolescent girls, body image disturbance. Journal of Communication, ٤٩(٢). ٢٢-٤١**
- **Brown, L., & Richards, B. (٢٠١٦). Media Representations of Islam in Britain: A Sojourner Perspective. Journal of Muslim Minority Affairs, ٣٦(٣), ٣٥٠-٣٦٣.**
- **el-Aswad, el-Sayed (٢٠١٣). Images of Muslims in Western Scholarship and Media after ٩/١١, Digest of Middle East Studies, Volume ٢٢, Number ١.**
- **Francesca, Elmi, Giulia & DeBlasio, Emiliana (٢٠١٦). The Representation Of Islam And Muslims In Western Society And Media, ANNO ACCADEMICO.**
- **HUNTINGTON, Henry (٢٠٠٠). Using traditional ecological knowledge in science methods and applications, Ecological Applications, Vol. ١٠, No. ٥, USA**

- **Melvin, Deviler, Sandra, and Paul Rockic (١٩٩٣). Media theories, Translation, Kamal Abdel Raouf,**

Dar International Publishing and Distribution, Cairo.

- Rokeach, S.Ball-,M. Defleur (١٩٧٦). A dependency Model or Mass Media Effects. Communication Research.
- Saeed, A. (٢٠٠٧). Media, racism and Islamophobia: The representation of Islam and Muslims in the media. Sociology Compass, ١(٢), ٤٤٣-٤٦٢
- Shaheen Jack G (٢٠٠١). Reel bad Arabs. How Hollywood vilifies a people, New York .
- Smith, B., & Haberman, M. (٢٠١٠). GOP takes harsher stance toward Islam. Politico. Retrieved August ١٥, ٢٠١٠ from http://www.politico.com/news/stories/٠٨١٠/٤١٠٧٦.html.
- Varisco, D. M. (٢٠٠٥). Islam obscured: The rhetoric of anthropological representation. Palgrave Macmillan, New York.