

الإعلام العربي والإسلامي وحوار الأديان

ا.م.د. عظيم كامل زريزب

ا.م.د. بدر ناصر حسين

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

موضوع البحث:

يدخل العالم اليوم، عولمة الإعلام والاتصال والرموز ولاسيما مؤسسات الإعلام والاتصالات وتقنيات ومحتويات السمعي - بصري ، إذ أن ترسل المعطيات ورقمنة النصوص، والصوت، والصورة والاتصالات، وثورة الهاتف وتصغير الحواسيب وربطها داخل شبكة كوكبية فقد مكنت هذه المعطيات جميعاً لخلق انقلاباً في عالم اليوم.

وأصبح العالم اليوم يمتاز بسرعة الرسائل الإعلامية سواء على مستوى إنتاجها، أو على مستوى إرسالها، وزيادة التفاعل بين المرسل والمستقبل عن طريق هذه التكنولوجيا وأصبحت دائرة الموضوعات المنتجة والمرحلة لحظياً متجاوزة كل حدود الجغرافية أو القوانين والأنظمة.

يظهر اليوم مفهوماً جديداً للإعلام، واللغة الإعلامية التي لازمت الخطاب الإعلامي الغربي، خاصة بعد أحداث ١١ سبتمبر لتتهال بعدها آلاف الصور والتعليقات والرسائل الإعلامية الجاهزة، التي وظفت مفاهيم (الإرهاب) وغيرها إلى داخل عمل وسائل الإعلام الغربية بمعظمها^(١).

وبمتابعة بسيطة، نجد أن وسائل الإعلام، أدخلت العالم لحظياً برشقات التوجه من حيث الأهمية والشكل والتأثير، وأصبحت التغطية الإعلامية التي تنتجها وسائل الإعلام الغربية، التي أصبحت فيما بعد (النموذج) الذي اصطبغت به وسائل الأعلام الغربية.

لقد أضحى التنافس الإعلامي واضحاً لدى مؤسسات الإعلام الغربي، على استخدام لغة ومفردات عنيفة في مخاطبة العالم.

في موضوع البحث، تم تناول صورة العرب والمسلمين في وسائل الإعلام الغربية، وأسباب تشكل هذه الصور، والعوامل التي أنتجت مختلف الصور الذهنية والنمطية التي وضعت العرب في قوالب ثابتة، وهذا ما جاء عبر بحث مستقل، وتناول موضوع البحث أسباب قصور الرسالة العربية العالمية، عبر وسائل الإعلام المختلفة.

أهمية البحث والحاجة إليه:

تمتد أهمية البحث إلى الأسباب الآتية:

- إن وسائل الإعلام اليوم تضطلع بمهام اتصالية، تركزت في صياغة وتكوين الصورة الإعلامية الغربية التي حاصرت (العرب والمسلمين) عبر آلاف الرسائل اليومية من خلال استخدام جميع وسائل الإعلام، لذا أصبح من الضروري التعرف على مخاطر تشكيل هذه الصور كعوائق في سبيل

التواصل والحوار بين الشعوب التي تعكس اهتمام العالم اليوم بمستقبل الأخر لشعب أو دولة ما.

- إن لوسائل الإعلام قدرة على إحداث تغيير في الصورة القائمة اليوم وبإمكانية استثمار مختلف الرسائل الاتصالية، لترميم ذاكرة الدول والشعوب والمؤسسات وأحداث تغييرات مهمة في الصور.

- محاولة رصد صورة العرب والمسلمين في الصورة النمطية والذهنية ، استناداً إلى الدراسات والبحوث السابقة، ونتائج الدراسات الميدانية، والتي تؤكد على أهمية الصورة الإعلامية وخصائصها ومستقبلات تغيير هذه الصورة.

مشكلة البحث:

ذهب الباحثان إلى وضع مشكلة البحث من خلال الاسئلة الآتية اعتماداً على الإطار النظري للبحث، ومسارات تطور الصورة الذهنية والنمطية التي تستثمرها وسائل الإعلام الغربية، فضلاً عن الصورة المقابلة المنتجة عبر وسائل الإعلام العربية وهي كالاتي:

- تشكل الصورة النمطية والذهنية للغرب حول العرب والمسلمين أحد اهم الآثار المحركة لعمل وسائل الأعلام الغربية تجاه العرب والمسلمين.

- التغييرات في الصورة النمطية والذهنية تحتاج إلى توافر شروط موضوعية تنطلق من تدعيم الخطاب الإعلامي العربي وإنتاجه الصور الجديدة، التي يمكن أن تفتح مجالات تواصل بين الرأي العام العربي، والرأي العام الغربي، من خلال العمل المؤسساتي المحترف، وتعديل وتطوير هذا التغيير الذي يواجه تحديات تتعلق بتراجع العمل المؤسساتي الإعلامي العربي.

- الشعور بالتنمية والتطور التكنولوجي، كقوى فاعلة تضعف التواصل بسبب الهيمنة واحتكار قوة وسائل العلام الغربية بيد قوى سياسية محددة بعينها.

أهداف البحث :

تواجه الصورة العربية الإسلامية أكثر واشد التحديات فيما يتعلق بالصور النمطية السلبية، والتي تلتصق يومياً وتتركز في الخطاب الغربي- الأوربي وهذا ما منع تطوير النظرة العربية عبر وسائل الإعلام ، لذا تتحدد أهداف البحث بالآتي:

- الكشف عن جذور الصور النمطية السلبية التي تواجهها المنطقة الإسلامية والعربية في وسائل الإعلام الغربية.
 - التعرف على مفاهيم الصورة الذهنية من خلال آلياتها الإعلامية وأساليب استخدامها عبر وسائل الاتصال المختلفة.
 - تحفيز المعرفة تجاه التعاطي مع العمل على إنتاج صورة أخرى مغايرة لما تطرحه وسائل الإعلام الغربية.
- منهج البحث:

اعتمد الباحثان المنهج الوصفي التحليلي للمواقف والصور والسمات التي اصطبغت بها وسائل الإعلام الغربية تجاه العرب والمسلمين من خلال الملاحظة النظرية لأدبيات الصورة النمطية والذهنية، ونتائج الدراسات الميدانية ورصد الخلل المعرفي في استخدامات وسائل الإعلام العربية لممكّنات تغيير وتحسين الصورة.

المبحث الثاني :

مفهوم الصورة الذهنية النمطية:

ينظر كيلمان (Kelman) إلى الصورة الذهنية بأنها تمثيل منظم لموضع ما في النظام المعرفي للفرد، وبنسبة تراكمية من السمات التي تميل نحو التجانس، وتتسأ من تلقي الفرد رسائل عن طريق الاتصال المباشر وغير المباشر، وتتميز بأنها تشكل واقعاً صادقاً لأصحابها ينظرون من خلاله ويتصرفون^(٢).

ويرى كل من (روبينسون وبارول) أنها الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن الأفراد والجماعات والشعوب والمؤسسات المختلفة، وتكون من التجربة المباشرة أو غير المباشرة، وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة

والحقائق والوثائق أو على الشائعات والأقوال غير الموثوقة ولكنها في نهاية الأمر تمثل واقعاً صادقاً لن يمحي من رؤوسهم^(٣).

ويعرفها د. علي عجوة بأنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية والتي تتكون عند الأفراد أو الجامعات إزاء شخص معين أو نظام أو شعب أو أي شيء آخر، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وترتبط بعواطف الأفراد واتجاهاتهم بعض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها تلك التجارب^(٤).

ونرى أن الصورة الذهنية هي عملية اختزال مكونات البيئة الداخلية والخارجية وما له علاقة بها بتمثيلات ذهنية تتسم بالعقلانية أو العاطفة أو كلاهما، مع ترجيح غلبة الذاتية على العقلانية، وتتكون عن طريق الاتصال المباشر أو غير المباشر، وتمثل الخبرات السابقة (الإطار الدلالي) التي تتحكم بآراء وردود أفعال وسلوكيات الفرد أو الجماعات أو الجماهير تجاه موضوعاً ما.

وبذلك يمكن أن نحدد سمات مفهوم الصورة الذهنية بما يأتي:

- تصور منظم لموضوع ما في البيئة الداخلية أو الخارجية للفرد أو الجماعة أو الجماهير.

- هذا التصور قد يتسم بالعقلانية أو قد يكون غير عقلائي.

- لا يتسم دائماً بالصدق أو الواقعية.

- يتكون من التجربة المباشرة أو غير المباشرة بوسائل الاتصال والأعلام .

- يمثل للأفراد أو الجماعات أو الجماهير واقعاً صادقاً ولكنه قابل للتغيير.

ويرتبط مصطلح الصورة الذهنية بمصطلح الصورة النمطية، فالصورة الذهنية تعني مطلق الصورة الذهنية عن الحياة أو الأشخاص، وهي أعم وأشمل من الصورة النمطية، فضلاً عن أنها تتغير وتتبدل من وقت لآخر في حين الصورة النمطية أكثر خصوصية في دلالاتها عن الصورة الذهنية لأنها تتسم بالثبات والجمود، وتعد مرحلة لاحقة لمراحل تكوين الصورة الذهنية^(٥)، وبذلك فإن اختلاف الصورة الذهنية عن النمطية في نقطتين أساسيتين^(٦):

-ان الصورة الذهنية يمكن تغييرها حيث أنها تتسم بالثبات النسبي، أما الصورة النمطية فهي تقاوم التغيير فمن الصعب تغييرها.

- غالباً ما تكون الصورة النمطية متحيزة، فهي في الغالب سلبية عكس الصورة الذهنية التي تكون أحياناً إيجابية ، وفي ظروف أخرى تكون سلبية. وتكمن أهمية الصورة الذهنية في انها تتصل اتصالاً وثيقاً بالاتجاهات وأنواع السلوك التي يتعامل بها الفرد أو الجماعة، مع الموضوعات والقضايا والآخرين في الحياة، وهذه الصورة ليست هي جامدة لكنها تتغذى بما يقدمه التكرار الاتصالي وتكرار الرسائل في اتجاه معين، وهي عملية نمطية مقولبة ومنمذجة جاهزة الصنع، وأيضاً جاهزة في ردود أفعالها دون النظر إلى التغير الفعلي تجاه الموضوع أو الشخصية أو الجماعة التي تكونت عنها هذه الصورة المترسخة (٧) .

المبحث الثالث:

صورة العرب والمسلمين في الغرب

إن صورة العرب والمسلمين في الغرب هي صورة سلبية شارك في صناعتها عوامل عدة: المواجهة بين الإسلام والغرب، الاستشراق، الرحالة الغربيون إلى الشرق، التأليف الأدبي، رغبة الغرب في السيطرة وبسط النفوذ، الواقع المعاصر للدولة الإسلامية (٨)، المواجهة مع الكيان الصهيوني، والأعمال الإرهابية لجماعات متطرفة محسوبة على الإسلام، وطبيعة صناعة الأعلام الغربي للصورة عن العرب وإسلام في وسائل الاتصال والأعلام الغربي.

ولقد أثبتت الدراسات السابقة طبيعة الصورة الذهنية في الأعلام الغربي جملة

معطيات:

- إن صانعي القرار الغربيين لديهم صورة مشوهة ومزيفة ومتخلفة عن العرب والمسلمين على السواء، وتأثير المعتقدات الذهنية لدى القائمين على الأعلام الغربي في نقل صورة العرب وتشكيل رأي عام عالمي بالنسبة للموضوعات المتعلقة بالعرب والمسلمين^(٩)
- إن الصحافة الغربية في معالجتها للصراع العربي الإسرائيلي قد اهتمت بالمصالح الغربية ، إذ أظهرت إسرائيل بمظهر المتعاون مع الغرب، في حين أظهرت أن العرب وهم يهددون المصالح البريطانية والغربية في الشرق الأوسط^(١٠) .
- ان الصحافة الغربية اعتمدت في مصادرها عن العرب على المصادر البريطانية والفرنسية واليهودية في حين كانت تلك المصادر في مواجهة واختلاف دائم مع العرب.
- إن الصحافة الغربية قدمت صورة سلبية للعرب خلال حرب ١٩٦٧، بينما قدمت صورة إعلامية لإسرائيل تتسم بالشجاعة والتفوق والتحضر، والتفكير العلمي، بينما اتسمت صورة العرب بالسلبية والتعصب والنظرة الدونية للمرأة ونظم الحكم السلطوية، وقد حدث تحول تلك الصورة السلبية للعرب بعد حرب ١٩٧٣ ، حيث اتصف العرب بالشجاعة والتنظيم والتدين^(١١).
- صورة العرب في الصحافة الغربية اتسمت بقدر كبير من التخريب والتشويه، حيث وصف العرب بأنهم متأخرون وغير متطورين، كما وصفوا بالجن والعدو والإرهاب، في حين جاءت صورة إسرائيل إيجابية ، فظهرت الدولة الشجاعة المدافعة عن وجودها ضد التهديد العربي، والصورة تغيرت بعد رحب أكتوبر وأشارت الصحف الألمانية بالأداء العسكري العربي والروح القتالية للجندي العربي.
- تم النظر إلى العرب والمسلمين في الصحافة الغربية بأنهم شيء واحد، والعرب والصحراء وجهان لعملة واحدة، والعربي أما غني فاخش أو فقير مدقع، والعربي قذر ولا أخلاق له^(١٢)، وقد تم ربط الاسلام بالاصولية والمتطرفة .

- إن الصورة الذهنية تأثيرات بالمصالح الإسرائيلية، إذ أن صورة القادة العرب في الصحف الغربية ، فقد وصف مثلا (جمال عبد الناصر) بأنه فاسد ومولع بالقتال وأنه يهدد العنف الاجتماعي، في حين وصفت (السادات) بأنه معتدل وماهر ومتعقل ومحب للسلام (١٣) .
- على الرغم من ان حرب ١٩٧٣ قد غيرت بعض الشيء في صورة العرب والمسلمين في الصحافة الغربية، إلا أن الإعلام الغربي استمر في تقديم الصورة السلبية، فقد بينت إحدى الدراسات زيادة الصورة السلبية وغير الواقعية عن العرب في الرسوم الكاركاتورية في الصحافة الغربية في المدة من ١٩٧٣ - ١٩٩٠ (١٤).
- أكدت الدراسات صورة العرب في وسال الأعلام الغربية تعتمد على الصورة السلبية المشوهة التي ترى العربي في ذاته يجمع كل الصفات المكونة للعداء على الصعيد الاقتصادي والسياسي والاجتماعي ، وأثبتت سلبية العربي كمواطن ، وكذلك صورة بعض القادة العرب (١٥).
- تغيرت طبيعة المضامين المثارة عن الدول الإسلامية في الصحف الغربية بعد أحداث ١١ سبتمبر، ولم يعد التركيز على المشكلات الداخلية في الدول الإسلامية وحلفائها بالعالم الخارجي بل تركز الاهتمام على رعاية ودعم الدول الإسلامية للإرهاب ، العنف، وقتل وترويع الأبرياء والأمينين ، إذ جرى التركيز على خطر الإسلام على الدول الديمقراطية وضرورة مواجهة خطر المد الأصولي الإسلامي الذي أصبح أكثر خطراً من المد الشيوعي السابق، إن الخطاب المثار عن الدول الإسلامية في الصحف الغربية، وجعل الى حد المطالبة بمحاربة جميع الدول الإسلامية لضمان عدم تهديدهم للسلام والأمن الدولي في المستقبل ، كما اتهمت الإسلام (كديانة وكعقيدة) أنها ضد الحضارة الإنسانية، وقدمت انتقادات حادة للدول الإسلامية وعلى مقرراتها التعليمية ومورثها الديني والثقافي، وإرثها الاجتماعي، وأنها وراء دعم الحركات الإرهابية والأصولية (١٦).

المبحث الرابع:

اهمية الاعلام فى حوار الأديان

يشير (Baron) إلى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى المواطنين، وفي أحيان كثيرة ترسم تلك الوسائل، بيئات زائفة في أذهان المواطنين، كما تعمل على تشكيل الرأي العام، وتتزايد استجابات المواطنين للصورة الذهنية التي تقدمها تلك الوسائل، وهذا يعني أن تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية، تبرز قدرة وسائل الإعلام على وضع الأطر المرجعية التي يستند إليها الجمهور في تقييمه، وأن هناك تأثيرات مباشرة لوسائل الإعلام تجاه الجمهور وتعد اليوم وسائل الإعلام بمختلف أقيمتها وأنواعها من أهم المصادر التي تسهم في تكوين الصورة الذهنية لدى الناس نظرا لانتشارها الواسع، وقدرتها البالغة على جذب الجمهور نحوها، وبذلك يحصل الفرد على المعلومات والآراء والمواقف منها لتساعده في تكوين تصور للعالم المحيط به، لاسيما وان لوسائل الأعلام وما تمتلكه من تأثير

في بناء تصورات الجمهور عن العالم، ولأن ما تبثه وسائل الإعلام يعد كنافذة يطل منها على العالم، وما يحدث فيه.

إن المجتمع المعاصر اليوم ، يتعرض إلى عمليات ومعلومات مختلفة في كافة نواحي الحياة ، بسبب تعرض الفرد لوسائل الإعلام بصورة تختلف عن السابق، لاسيما بعد التطور التكنولوجي وثورة الاتصالات والمعلومات، ويات من الواضح أن الإعلام واستخداماته واستنفار جميع أوعية الأنشطة الاتصالية التي استخدمت في الحرب النفسية والدعائية، والذي كانت تقود وسائله دولا ومؤسسات قد أصبح بفضل التكنولوجيا المتقدمة، متاحاً للأفراد والجماعات وأصبحت وسائل الإعلام تربط الأفراد بعلاقات وآراء وأفكار بعيداً عن تسلط وسائل الإعلام إلى أدوات تحرير الأفكار والتواصل والإعلام اليوم بات يواجه لغة الصمت، أو سياسات الإقصاء أو التحريض أو ندرة المعلومات.

إن لكل عالم لغته وثقافته ودينه، ونمط تفكيره وسلوكيته وهو بهذا متميز، لا بل مختلف عن الآخر، وهذه ظاهرة طبيعية متأصلة في التركيبة البشرية ، هي جزء من حالة التنوع، وهي مصدر غنى وجمال وتكامل بين سكان العالمين الأرثوذكسي والإسلامي، وسكان هذا الكوكب ، فكما يشير فريق البحث الإسلامي المسيحي في العالم العربي، (أن الله خلقنا مختلفين ودعانا إلى التعاون والحوار لكي نعمار هذه الدنيا والسلام)^(١٧).

إن الجانب الحضاري أو الثقافي هو الدافع الذي يقف خلف حماس كثير من الدول الأوروبية لفرض لغاتها القومية وقيمها الثقافية، ولاشك أن ثقافة أي بلد هي هويته الوطنية والتي لا يجوز لأى كان أن يقوم بتشويهها أو تطعيمها بثقافات أخرى.

لذا لا يمكننا أن نغفل أهمية البعد الثقافي والحضاري الذي ينبغي أن تسلكه البرامج الوطنية للمؤسسات الصحافية والإعلامية، لاسيما وان الإعلام بات اليوم قضية معقدة فضلاً عن تنوعه، والاتهامات الموجهة إليها بقلب الحقائق بنظر الجمهور مهما كانت مستويات صدقيته.

الإعلام اليوم وبجميع وسائله وبشقيها التقليدي والجديد يمثل مفصلاً محورياً في صياغة عالم اليوم، ويمكن له أن يلعب دوراً أساسياً في الحوار بين الأديان ، لاسيما وأن الإعلام اليوم يسيطر على مسارات المعلومات وتداولها.

ويتساءل الباحثان هل يمكن أن تؤدي وسائل الإعلام دوراً في ظهور تواصل ثقافي كوني، سواء كان ذلك الآن أم في المستقبل، ولعل انبثاق ثقافة كونية تساهم فيها وسائل الإعلام لتقليل الفوارق الثقافية من خلال تبادل التجارب المشتركة ثقافياً، وتخفيف شدة التدفقات الثقافية المعاصرة، من خلال ما نشاهده من ثقافة كونية عولمية، لتأكيد سيطرتها على الآخر من خلال الخيال أو التطور ويبدو أن الحديث عن ذاكرة ثقافية موحدة يدخل من باب الخيال.

بينما يذهب الكثير من الباحثين إلى أن التدفقات الكونية بوصفها مؤشرات ضعف الفضاء القومي، كما ينظرون إلى العولمة بوصفها تمهد الطريق أمام مفهوم أكثر انفتاحاً للسكان والثقافة يتحدى الفضاءات المحدودة للدول - الأممية وهو ما يتحقق عبر الشبكات المعقدة للميديا الإلكترونية الكونية، والتدفقات الثقافية التي تمكن مساحات جديدة من الفضاء الافتراضي بما تسمح بتطور مجتمعات وثقافات افتراضية قليلة الصلة بالمكان أو المنطقة القومية^(١٨).

لقد عد البعض مقولة (الإعلام الدولي) بأنها تعني أن وسائل الإعلام الحديثة ذات اتصال قوي فعال، ربط بين أرجاء الدول من خلال الأقمار الصناعية والتي استثمرتها الصحافة الجديدة بإرسال طبعاتها الدولية، عبر تقنيات متطورة ومحطات إذاعة مباشرة ذات قدرة فائقة في توصيل بثها الأثيري، وموجاتها الرقمية، واختراق شبكاتها الحدود الإقليمية للدول ليرى الناس ويسجلوا كل ما يحدث في العالم من أحداث وأخبار وأنشطة، ويذهب البعض إلى وصف الإعلام بـ (الدعاية الدولية) في نشر المواقف والاتجاهات ، إذ تتحول هذه الدعاية إلى وسيلة سياسة خارجية^(١٩).

أما ما يشهده العالم اليوم في قطاع الاتصالات وتقنيات المعلومات ليتحول من خلال ملايين الناس، إلى صنع بيئة إلكترونية للحصول على المعلومات التي قد تكون متوفرة في أفنية تقليدية، وهذا ما جعل (الإنترنت) أن يحمل قدرات وسائل الاتصال جميعها من صحافة وتلفاز وإذاعة في وسيلة واحدة.

يذهب (خافير بيريز) إلى أن الثقافة بالنسبة للمجتمعات والشعوب هي الطاقة والروح والإمكانية والمعرفة والاعتراف بالتنوع والتعددية، وإذا كانت العولمة هي مساحة صراع بين من يريد هيمنة الاقتصاد والتسلط عليها، ومن يريد أن يعطيها منحى ديمقراطياً، وهو ما يذهب إليه (جاك شيراك) رئيس فرنسي إلى أن التنوع الثقافي المرتكز على الإقناع بأن كل شعب يملك رسالة فريدة من نوعها كي يعلمها للعالم، وأن كل شعب يستطيع أن يغني العالم بنقل حصته من الجمال و يمكن أن يكون التنوع مصدراً للخلق (٢٠).

إن أي إعلام (حديث شخصي- إذاعة- تلفاز - مسرح- مدرسة - الخ) هو عملية في الذاكرة والعقل، وربما في السلوك بطريق غير مباشر ، وهذا الإعلام قد يمارس، وقد لا يمارس تأثيراً وقد يمارس تأثيراً عكسياً، وكل شيء يتوقف على هيبته من يتحدث وعلى المواقف المتكونة على من يسمع.

لعل ملاحظة دقيقة لما يحدث اليوم، نجد مطالعات وسائل الإعلام اليوم، تذهب إلى نشر مدى انتشار النزاعات الفئوية في العالم، وحتى في البلدان التي تعتبر متجانسة لكون العصر الحديث يذهب باتجاه (العصرنة) التي هي أصبحت آلية تجانسية تضع الجميع في قالب واحد.

ولأن ثمة صراع دائم بين فكرة الصدام وفكرة اللقاء، من حيث الطرح فإنه تتوالد النماذج والتصورات والأفكار والنصوص، وفيه تنشأ تجربة النزاع أو التعايش المشترك وفي كلاهما يوجد نوعان أساسيان من العلاقة والتناقض بين الحضارات (٢١):

١- نوع عدائي/ يهدف للقضاء على الثقافة الأصلية، عبر وسائل متنوعة لأجل ثقافة محل أخرى.

٢- نوع ودّي/ يقوم على التواصل والتقارب القائم على الفهم واحترام الآخر. ويرى الباحثون في مجال الدراسات الإعلامية، ان عملية التأثير التي تنشدها وسائل الإعلام تحدث نتيجة قصد لتخطيط القائم بالاتصال أو عن غير قصد نتيجة للتراكم المعرفي والمتغيرات الاجتماعية.

ومن أهم أساليب التأثير في الرأي العام: (٢٢)

- ١- أسلوب الإثارة.
- ٢- أسلوب التحريض.
- ٣- أسلوب تحويل الانتباه.
- ٤- أسلوب التكرار.
- ٥- طرح الحقائق.

ان القرية العالمية كما كتب (باكر) : ليست ذلك المجتمع الطوباوي الذي وعد به دعاة العولمة، وإنما هي مكان ضيق حافل بالشكوك والشائعات والسخط وإنصاف الحقائق، وإذا كان العالم هذه الأيام يبدو أكثر شراً فقد يعود الأمر إلى الصور التي نحملها في أذهاننا^(٢٣) وفي السياق نفسه يذهب توماس فريدمان (Tommas friedman) قد تكون الإنترنت والألياف البصرية والفضائيات كلها بمثابة (برج بابل) ذي التقنية العالية، يبدو الأمر كأن الله منحنا فجأة كل أدوات التواصل دون أن يمنحها أدوات الفهم^(٢٤).

ولم تنتج الحكومات ولاسيما تلك الدول التي تحمي حرية التعبير في التعامل مع ظاهرة استخدام وسائل الاتصال الجماهير لأغراض غير نزيهة، فقد أوصت المفوضية الأوروبية سنة ٢٠٠٥ ، بان تصوغ وسائل الإعلام مدونة سلوك تضمن عدم تحولها دون قصد إلى منابر دعاية للإرهابيين .

المبحث الخامس : دور الاعلام العربي والاسلامي في حوار الاديان

حوار الأديان، قضية يشكل الاتصال والإعلام فيها الطرف الفاعل والمؤثر في تقارب وجهات النظر. وحتى يكون الإسلام العربي مساهم ومؤثر في الحوار، لابد له من تغيير الصورة الذهنية والنمطية المترسخة في المجتمعات الغربية فكراً واتصالاً وثقافة وتعليماً وسلوكاً.

فالصورة الذهنية عن العرب والمسلمين باتت بحاجة إلى مزيد من الجهود الاتصالية والإعلامية والفكرية، وهذا التغيير يتطلب إستراتيجية عربية إسلامية شاملة مشتركة تتخذ من تغيير واقع المجتمعات العربية والإسلامية منطلقاً لتغيير صورتهم في الخارج.

فالصورة السلبية للعرب والمسلمين مستمدة بعض عناصرها من الواقع، ذلك لأن العالم العربي والإسلامي يشكو من مجموعة علل مختلفة ، كالدكتاتورية والفقر والحرمان والحقوق الإنسانية والسياسية، فضلاً عن هدر الموارد والثروات والمواهب، كما أنه العرب أنفسهم في طليعة الذين يشخصون المشاكل الخطيرة التي تواجه المنطقة ويشير هؤلاء إلى أنه إذا كانت صورة العربي سيئة في الغرب فهي أسوأ في العالم العربي (٢٥) .

فالشخصية العربية حسب ما أثبتته الدراسات بحاجة إلى تغيير وتعديل ، فهي تتصف بالازدواجية ،ومتأثرة بقيم البداوة ومتسلطة ومتعالية ونمطية وتقليدية وثقافتها سمعية شفاهية تردد ما تعرفه دون تفكير^(٢٦)، وهكذا فان تحسين صورة العرب والمسلمين عبر إجراء تغييرات سياسية واجتماعية هي إحدى الركائز التي تتسم في تغيير صورة العرب والمسلمين عند الآخرين.

فالتغيير في العامل العربي والإسلامي لن يحدث أساساً من أجل تحسين الصورة العربية والإسلامية فحسب، بل من أجل تحقيق أهداف سامية كزيادة رفاهية المواطن العربي والمسلم ومنحهم حقوقهم وتعزيز المجتمع المدني ، وتحقيق المساواة الاجتماعية والازدهار^(٢٧).

كما ان الواقع الاتصالي والإعلامي العربي والإسلامي يعاني من إشكالات عدة، فواقع الفضائيات العربية والإسلامية يشير إلى غياب المضمون في برامجها وتكريس الترفيه^(٢٨)، فتبث برامج ومسابقات ومسلسلات ترفيهية تشكل ٩٠ % مما تبثه ، حتى أن بعض الفضائيات تكون نسخة معربة من بعض المحطات الأمريكية ، مما انتج غربة الشاب العربي والمسلم عن واقعه وعجزه عن معرفة خصائص حاضره ووقائع ماضي العالم العربي والإسلامي^(٢٩).

وتشير الدراسات (أرابيا أون لاين) ان الأغلبية العظمى من المستخدمين العرب هم من الأعمار (١٤ -) ٤٢ عاماً، واهتمامهم تنحصر في استخدام البريد الإلكتروني والدرشة، الاستماع إلى الأغاني العربية على الشبكة^(٣٠)، فضلاً عن الواقع الذي فرضته التغييرات بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ في الربيع العربي جعلت الأولوية في الإعلام العربي والإسلامي لإحداث الصراع والتظاهرات والاعتصامات وأعمال العنف والإرهاب والمشاهد الدموية في الفضائيات العربية والإسلامية والمواقع الإلكترونية ، مما أعطى أيضاً انطباعاً سلبياً سيئاً في الإعلام العربي وأكد الصورة السلبية عن العرب والمسلمين في الخارج .

كما أن مصداقية القنوات الفضائية بالنسبة للمتلقي العربي والإسلامي مقارنة بالإعلام الغربي ووفقاً للدراسات الآسيوية والأفريقية مازالت تحبو وتحتاج إلى وقت طويل من الجدية في العمل وتحري عناصر المصداقية وحسن الأداء، وأهم العوامل

الاستقلالية للحكومات وتأثير المنظمات والمؤسسات الممولة أو المؤثرة في الإعلام العربي^(٣١)، كما أن قوانين الاتصال في العالم العربي تذبذبت بين الحرية وبين تقييد هذه الحرية وتحول الإعلام العربي والإسلامي إلى إعلام تعددي على مستوى الملكية فقط وبقي حال الإعلام العربي الإسلامي غير ديمقراطي^(٣٢).

ومن أجل تنظيم دور الإعلام العربي والإسلامي في حوار الأديان، فلا بد من بناء إستراتيجية اتصالية إعلامية عربية إسلامية مشتركة، تأخذ باعتبارها ان الاتصال عملية معقدة، ولها مستويات عدة وعناصر التركيز على السياق الذي سيتم فيه الاتصال، فدرجات التأثير الطويلة والمعتدلة والمحدودة ترتبط بدرجة التخطيط للعملية الاتصالية التي تدرك كل المتغيرات ذات العلاقة^(٣٣).

الاستنتاجات:

إن أحساس الباحثان بان ما تتعرض له صورة العرب والمسلمين اليوم، في وسائل الإعلام الغربية يتطلب البحث عن أدوات وآليات تغير وتحسين الصورة بالعمل على الآتي:

- إن الواقع العربي اليوم، وما نقصده تحديداً المنظومة السياحية العربية بحاجة إلى إجراء تغييرات جذرية، على مستوى تمويل البنى لسياسة الحاكمة، إلى اعتماد المنهج الديمقراطي ولبي بروز الاتجاهات المتطرفة، مما يتيح واقعاً يتطلب العمل لتحسينه من خلال الأداء والممارسة، ليكون التغيير الذي نبتغيه داخلياً قيل أن يكون خارجياً.
- استشعار الأهمية المتواصلة لوسائل الأعلام، في خلق صورة إيجابية عن العرب والمسلمين اليوم وهذا لا يتم إلا باستيعاب المتناقضات وإحياء المشاركة مع الآخر الإنساني .
- ان هناك من وسائل الاتصال، قادرة على غرس أعارف وتقاليد حول صورة العرب، وهذت المحور يتعلق بمستويات الإنتاج الفضائي المبتوث.
- إن وسائل الأعلام اليوم، هي المحرك الأساس لصناعة الرأي العام، وتلعب دوراً في تعليم الجماهير وفي صناعة التطورات والاتجاهات والمعتقدات، وان

الأفراد لديهم وجهات نظر مترسخة ومقبولة حول الموضوعات والأشخاص والأفكار وهذه الصورة الذهنية مترسخة ومقبولة، وهي ستساعدهم على تفسير ما يدور حولهم وما يتقبلونه من معلومات.

- إن الصور الذهنية في الإعلام الغربي يغلب عليها التحيز والهجوم المستمر على الاسم كديانة وحضارة وعقيدة.
- إن ضعف الإعلام العربي وفر فرصة لتكرس الصورة الذهنية والنمطية على العرب والمسلمين واستغلال هذا الضعف من قبل أجهزة الإعلام الغربية مما يسيء إلى صورة العرب والمسلمين.

التوصيات:

استراتيجية تطوير منظومة الاعلام العربي والاسلامى

ومن أجل تنظيم دور الإعلام العربي والإسلامي في حوار الأديان، فلا بد من بناء إستراتيجية اتصالية إعلامية عربية إسلامية مشتركة، تأخذ باعتبارها ان الاتصال عملية معقدة، ولها مستويات عدة وعناصر التركيز على السياق الذي سيتم فيه الاتصال، فدرجات التأثير الطويلة والمعتدلة والمحدودة ترتبط بدرجة التخطيط للعملية الاتصالية التي تدرك كل المتغيرات ذات العلاقة (٣٤).

وتقتضي هذه الإستراتيجية :

- تطوير شامل لكل الأجهزة الإعلامية والثقافية والمؤسسات التعليمية والتربوية والاجتماعية في المجتمع العربي والإسلامي.
- إبراز الدور الثقافي والحضاري للعرب والمسلمين سواء بما تنتجه من مواد ثقافية وما تعرضه من إنتاج ثقافي لأجهزة الثقافة في الأفلام والمسرحيات والأوبريتات وعروض الفن الشعبي وغيرها.
- إنشاء قنوات ثقافية عربية متخصصة تجعل الثقافة وبكل أنواعها وبكل أشكالها الفنية المحور الأساسي لحركتها حتى تكون أشبه بالمنابر الثقافية العربية التي تستند إلى تراث ثقافي عربي إسلامي.

- إنشاء قنوات فضائية ومواقع إلكترونية عربية إسلامية باللغات الأجنبية المختلفة موجهة إلى الدول والشعوب التي يهمننا التواصل معها لإعطاء صورة صحيحة عن عالمنا العربي والإسلامي وعن حضارتنا.
- الحرص على إنتاج برامج وثائقية ثقافية عن العالم العربي والإسلامي وحضارته العربية وإسهاماته عبر العصور في الحضارات الإنسانية الأخرى وعن معالمه وأدبه وفنونه وعلمائه .
- إيقاف بث القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية التي تدعي الإسلام وتتبني أفكاراً هدامة وتمارس وتتبني أعمال إرهابية.
- استثمار البيئة الاتصالية للإنترنت في إنشاء مواقع إلكترونية وصحف تبرز الدور الحضاري والثقافي للعرب والمسلمين ، وتدعو للحوار والتسامح والتقارب من الأديان السماوية، سيما وأن عدد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي يصل إلى ملياري مستخدم (وتشير التوقعات أن عدد سكان العالم سيبلغ في عام ٢٠٢٦ حوالي ٨ مليارات نسمة من بينهم ٣ مليارات سيكونون من مستخدمي شبكة الإنترنت)^(٣٥) .
- إن الإسلام ثاني أكبر دين في العالم يبلغ عدد أتباعه (١,٥ مليار - ١,٨ مليار) ، والمسيحية يبلغ عدد أتباعها (٢,١ مليار - ٢,٢ مليار) ، والبوذية يبلغ عدد أتباعها من (٥٠٠ مليون - ١,٩ مليار)، والهندوسية ب(١ مليار - ١,١ مليار)^(٣٦) ، والمسلمين لهم نسبة تواجد في كل قارات العالم لذا يقتضي تأهيل قادة الرأي من المسلمين المقيمين في الخارج وأصدقائهم الغربيين لتغيير صورة العرب والمسلمين والتقارب مع الأديان الأخرى عبر كل مستويات الاتصال وأشكاله ، كإقامة اللقاءات المستمرة والحوارات والندوات والمؤتمرات الدولية وعد ذلك من أولويات تغيير الصورة ومستلزمات نجاح الحوار مع الأديان الأخرى.
- دعم الجمعيات والمنظمات الدولية كالجمعية الأمريكية العربية ضد التمييز في الولايات المتحدة الأمريكية وجمعية تعزيز التفاهم العربي البريطاني في لندن وجمعيات الأنجلو عربية وجمعيات الخريجين الجامعيين الأمريكيين

- العرب ، والجمعيات الوطنية الأمريكية للعرب ، ومنظمات ذات صلة بالشرق الأوسط في واشنطن بما في ذلك معهد بروكنغز الذي يمثل برامج شرق أوسطية من أجل تفعيل الحوار مع الأديان الأخرى^(٣٧) .
- إنشاء مراكز ثقافية إسلامية في كافة دول العالم متخصصة بشأن الحوار الإسلامي مع الأديان الأخرى ودعم مشاريع الأبحاث والكتب عن الحضارة العربية والإسلامية ونشرها في لغات مختلفة في العالم.
 - قيام روابط عضوية تجمع الاتصاليين الإسلاميين والعرب، وتصل بينهم وبين المؤسسات فوق الوطنية، وذات الطابع الجمعي مثل مؤسستي الاليسكو التابعة لجامعة الدول العربية، والاليسيسكو التابعة لمنظمة المؤتمر الإسلامي بما يحقق تلك التنظيمات فرص الإسهام في وضع الخطط والمناهج واستقطاب العلماء والمختصين في إصدار المؤلفات والمراجع ذات الصدقة والالتزام القيمي في الواقع والبيئة العربية الإسلامية^(٣٨).
 - استثمار صناعة السياحة في العالم العربي والإسلامي إعلامياً واتصالياً لإبراز الحضارة العربية الإسلامية وعلمائها وعلومها وآثارها في الحضارة الإنسانية.

هوامش البحث

- (١) د. رحيمة الطيب : العولمة الإعلامية ، ط ١ ، عالم الكتب الحديث ، عمان ، ٢٠١٠ ، ص ٥٨.
- (٢) ينظر : اشرف عبد المغيث، دور الاعلام في تكوين الصورة الذهنية للعالم الثالث لدى الشباب المصري، دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ص ٩١.
- (٣) ينظر : د. ماجد احمد عامر، د. أمال سعد المتولي، صورة العرب في مقابل صورة الغرب في الصحافة الحزبية المصرية، دراسة تحليلية مطبقة على أهداف الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ وتداعياتها (١١/٩/٢٠٠١-٣١/١٢/٢٠٠١) ، المركز العلمي السنوي الثامن (الاعلام وصورة العرب والمسلمين) ،مجلة كلية الاعلام، مصر، الجزء الأول ، مايو، ٢٠٠٢ ، ص ٢٧٦.
- (٤) د. علي عوجة . العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة ، عالم الكتب ، ٢٠٠٣ ، ص ١٠.
- (٥) ينظر : اياد الفزاز ، صورة الوطن العربي في المدارس الثانوية الأمريكية ، بيروت ، مجلة المستقبل العربي، العدد (٢٦) ، ١٩٨١ ، ص ٢٥-٢٩.

(٦) ينظر : د. عزة مصطفى الكحكي، بعد أحداث الحادي عشر من ديسمبر ٢٠٠١، دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب الجامعي العربي، مجلة كلية الإعلام (القاهرة) ، الجزء الأول ، مايو ، ٢٠٠٢، ص٣٣٥.

(7) Jack G-shaheen " Arab and Muslim stereotyping in American popular culture " (Washington : Georgetown University Center for Muslim-Christian Understanding 1997,p23.

(٨) مرعي مذكور، الاتجاهات الحديثة في بحوث الصورة لذهنية للعالم الإسلامي عند الغربيين، محلة البحوث الإسلامية ، القاهرة ، جامعة الأزهر ، عدد ٩ ، يوليو ، ١٩٩٨ .

(٩) بيسوني حمادة، صورة العرب في أذهان صناع الصورة في الإعلام الغربي.

(١٠) حلمي خضر ، صورة العربي في الصحافة البريطانية، سلسلة أطروحات الدكتوراه ، ط١ ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ١٩٨٨ .

(١١) نادبة سالم، صورة العرب والإسرائيليين في الولايات المتحدة الأمريكية، القاهرة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، ١٩٧٨ .

(12) Michae w-sakaman .The Effects of American perstection of Arab on Middle east Issus in found chareeb (Ed) split vision .

(13)Moint belkeoni : Emage of Arab and Israeli im the prestinge press,1960-1974, Journaism Quarterly .No. winter 1979.pp. 732-738.

(14) Maher All halli jack Nelson American.

(١٥) روبا شارفان ، الآخر في فرنسا ، العرب كبش فداء ، في كتاب " الطاهر ، لبيب (محور) صورة الآخر ، العرب ناظر ومنطور إليه ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٠ ، ص٥٨٧-٥٩٧ .

(١٦) ، د. مرفت محمد كامل الطرابيش ، د. مها محمد كامل الطرابيش ، صورة الدول الإسلامية في الصحف اليومية الأمريكية قبل وبعد أحداث ١١ سبتمبر ، مجلة كلية الاعلام (القاهرة)، مايو، الجزء الأول ، ص٢١٣ . ٢٠٠٢ .

(١٧) سهيل فرج و د. الينغ كولويوف : حوار الحضارات - المعنى - الأفكار - التقنيات ، ط٢ ، منشورات دار علاء الدين ، سوريا ، ٢٠١٠ ، ص١٦ .

(١٨) بول هرير : نحو فهم العولمة الثقافية ، ترجمة طلعت الشايب، ط١ ، المركز القومي للترجمة، القاهرة ، ٢٠١١ ، ص١٢ .

(١٩) خليل صايات : الصحافة مهنة ورسالة ، ط١ ، القاهرة ، دار المعارف، ١٩٧٧ ، ص٣ .

(٢٠) د. سهيل فرج : زد. البغ قولويون . مصدر سابق ، ص١٦٢ .

(٢١) المصدر نفسه، ص٤١٢ .

(٢٢) حسينة يوشيوخ : برامج الرأي في قناة الجزيرة ، ط١ ، دار الورام، لبنان ، ٢٠١١ ، ص٩٦ .

(٢٣) فيليب سيب : تأثير الجزيرة ، ترجمة عز الدين عبد المولى، ط١ ، الدار العربية للعلوم ، بيروت ، ٢٠١١ ، ص١٤ .

(٢٤) المصدر نفسه ، ص١٤ .

- (٢٥) د. مختار مفتاح السنوسي ، الأعلام الدولي الأسس والمفاهيم ، عمان : دار زهران للنشر والتوزيع ، ٢٠١١ ، ص ٨٥ .
- (٢٦) د. ستار نوري العبودي ، أستاذ في التاريخ الاجتماعي ، مقابلة شخصية ، ١٠/٣/٢٠١٣ ، في جامعة بابل ، مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية .
- (٢٧) المصدر نفسه ، ص ٩٧ .
- (٢٨) د. تيسير ابو عرجه ، الأعلام العربي وسائله ورسائله وقضاياها ، ط ١ ، ٢٠١٠ ، عمان ، دار مجدلاوي ، ص ٨٣ .
- (٢٩) د. محمود محمد قلندر ، د. محمد بابكر عوض اتجاهات البحث في علم الاتصال نظرة تأصيلية ، دمشق ، دار الفكر ، ٢٠٠٩ ، ص ١٨ .
- (٣٠) د. فيصل أبو عيشة ، الإعلام الإلكتروني ، عمان ، دار أسامة ، ط ١ ، ٢٠١٠ ، ص ٢٤٣ .
- (٣١) د. خالد فاروق ، الإعلام الدولي والعولمة الجديدة ، عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١١ ، ص ٢٣٥-٢٣٩ .
- (٣٢) د. جمال الزرن ، تدويل الإعلام العربي : الوعاء ووعي الهوية ، سوريا: دار صفحات للدراسات والنشر ، ٢٠٠٧ ، ص ٢٥١ .
- (٣٣) د. مي العبدالله ، نظريات الاتصال ، بيروت ، دار النهضة ، ٢٠٠٦ ، ص ٣٠٤-٣٠٥ .
- (٣٤) د. مي العبدالله ، نظريات الاتصال ، بيروت ، دار النهضة ، ٢٠٠٦ ، ص ٣٠٤-٣٠٥ .
- (٣٥) د. فضيل دليو ، التكنولوجيا الجديدى للإعلام والاتصال ، (NTIC/ NICT) المفهوم - الاستعمالات الأفاق ، القاهرة ، ٢٠١٠ ، ص ١٧٥ .
- (٣٦) ينظر أعداد العرب والمسلمين في كل بلد من بلدان العالم:
- <http://ar.wikipedia.org>.
- (٣٧) ينظر : د. مختار مفتاح السنوسي ، مصدر سابق ، ص ٨٩ ، ١٠١ ، ١٠٣ ، ١١٨ .
- (٣٨) د. محمود محمد قلندر ، د. محمد بابكر عوض ، مصدر سابق ، ص ٢١ .