مجلة المعيار ISSN :1112-4377
مجلد: 24 عدد: 52 السنة: 2020

الإعلام الديني الإسلامي في مواجهة خطاب الكراهية والتنميط الغربي

Religious Islamic media against the Western Hate and Stereotyping speech

رحموني لبنى[1]
جامعة أم البواقي
Rahmouni.Loubna@univ-oeb.dz

تاريخ الوصول 2019/03/22 القبول 2020/07/12 النشر على الخط 2020/09/15
Received 22/03/2019 Accepted 12/07/2020 Published online15/09/2020

ملخص:

منذ هجومات الحادي عشر من سبتمبر عام 2011 التي استهدفت برجي التجارة العالميين في الولايات المتحدة الأمريكية تغيرت معالم العلاقات بين دول و ثقافات العالم، وأصبح هذا الهجوم بتداعياته المادة الدسمة لكثير من وسائل الإعلام العالمية، خاصة عند ربطه بالدين الذي صار الشغل الشاغل لدى الباحثين الاجتماعيين، ولدى وسائل الإعلام المختلفة، فبسبب هذه الإنفجارات صار المسلمون والإسلام أينما وجدوا محل تشكيك وتنميط لم يسبق أن تعرضا لهما سابقا.

ويأتي هذا المقال ليحاول التطرق إلى وضعية الإعلام الديني، كأحد أهم فروع الإعلام المتخصص في العالم الإسلامي، في تعامله مع الصور النمطية والأحكام الذاتية، التي يحملها الآخر الغربي عنه بسبب العلاقة التي تربطهما منذ القدم، وكيف يعمل من أجل تصحيح هذه الصور وإعادة بناء العلاقة مع هذا الآخر الغربي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الديني، الإعلام الإسلامي، خطاب الكراهية، التنميط، الآخر.

Abstract:

Since the attack of the Twin Towers in the United States of America in September 2001,the world has changed forever, this accident was most likely intended to maximum media coverage in this time, religion has became increasingly more important to western scientists and to mediaas a way of understanding and interpreting Islam and Muslims all over the world. In this article I examine the way the religious media in Arab World deals with this situation full of conflicts with the others, especially in the western countries, where people bias their media construct many stereotypes, prejudices, and ethnical portraits about Muslims and Islam, how can religious media in Islamic World corrects those false images about as.

Keywords: Religious media, islamic media,hate speech, stereotyping, The other.

[1]- المؤلّف المرسل: رحموني لبنى البريد الإلكتروني: Rahmouni.Loubna@univ-oeb.dz

1. مقدمة:

تعتبر علاقة العرب بالغرب من المواضيع الحساسة التي أثارت ولا تزال تثير النقاشات الأكاديمية، ليس على الصعيد المحلي والعربي فحسب، بل إن أكثرها فجرته الفرضيات والأطروحات العالمية في مجال العلاقات بين الدول والشعوب والديانات، على غرار أطروحتي صدام الحضارات ونهاية الكون وغيرهما، وهي النقاشات التي تعتمد بالأساس على وجهات النظر الغربية التي تسعى إلى تفسير علاقة الأنا بالآخر من منظور تحديد الهوية والتعرف على الذات، في مقابل الآخر المختلف الذي يوصف بأنه العدو بالدرجة الأولى.

هذا الوضع كثيرا ما أدى إلى تأجيج الصراع بين الغرب والمسلمين وساهم في مناسبات عديدة في تصاعد حدة الخطابات التي تدعوا إلى الكراهية وتعمل على تنميط الآخر وشيطنته، في مقابل السمو بصورة الذات إلى أعلى مراتبها، وهو ما ينجر عنه مزيد من التذبذب في العلاقات والتعاملات وقد يؤدي في النهاية إلى حروب ميدانية – وقد وقعت فعلا- يكون السبب البارز فيها هو غياب الأسس السليمة للحوار ما بين الشعوب والأديان، ومن بينها **الإعلام الديني** الذي يعمل في واحدة من أهم وظائفه على نشر روح التسامح والحوار بين الشعوب واحترام الآخر و حسن التعامل معه، والدعوة إلى الدين بلين ورفق.

ويأتي هذا المقال محاولا أن يبين كيف يمكن **للإعلام الديني** الإسلامي تحديدا أن يساهم في تعزيز خطابات الحوار والتسامح بين الشعوب والأديان والمجتمعات في مواجهة خطابات الكراهية و التنميط التي تدعوا إلى رفض الآخر ونبذه، وتصفه بأبشع الصفات وتنزله أسوأ المنازل.

2. الإشكالية:

يعيش العالم الإسلامي المعاصر حالة من الغليان سببها الرئيسي الهجمات الإعلامية الشرسة التي تشنها جهات غربية على مستوى عال من النفوذ والقوة العسكرية والمادية والاقتصادية على كل ما يمت بصلة للإسلام والمسلمين، دون تمييز بين الجيد والسيئ، ولا الحسن والقبيح، وما زاد الأمور سوءا وتعقيدا هو تصاعد حركات العنف وظهور الجماعات الإسلامية المسلحة التي ترتكب أفعالها غير الإنسانية بسم الدين الإسلامي، معززة بذلك النظرة الغربية للعرب والمسلمين، وهي نظرة لطالما تحكمت فيها عوامل تاريخية وحضارية معروفة بخمودها تارة وظهورها للعلن تارة أخرى، كلما دعت الضرورة العلائقية بين المسلمين والغرب إلى ذلك.

إن الدارس لتاريخ العلاقة بين الإسلام والغرب يجد أن العلاقة التي ربطت هذين الإثنين، احتكمت في غالبية محطاتها التاريخية والحضارية إلى الدين (الإسلام/ المسيحية)، الذي نشأت بسببه صراعات عديدة كانت سببا في مواجهات ميدانية وإعلامية، وحروب تستخدم فيها كل الوسائل المشروعة وغير المشروعة، بما في ذلك توظيف الدعاية وتجنيد الوسائل الإعلامية من أجل شيطنة الآخر، وتمجيد الذات.

وفي العصر الراهن يبدوا أن الإسلام يعيش أسوأ حالات الكراهية والتنميط المفروضة عليه من الآخر الغربي، وهو في عز قوته الأمر الذي توجب معه توظيف كل الإمكانيات من أجل التصدي لحملات التشويه والتزييف التي تطال مجتمعات إسلامية

وقوميات بأكملها، لاسيما بعد تصاعد حدة خطابات الكراهية والتنميط ، والتي باتت تشكل أحد المظاهر البارزة في الإعلام الغربي تجاه الإسلام والمسلمين، والعرب على وجه العموم، والأمر نفسه يمكن أن يقال عن الإعلام العربي تجاه الآخر الغربي في ظل الحروب الإعلامية التي لا تنتهي لسبب أو لآخر.

إن المتتبع للإعلام الغربي في تعاطيه مع قضايا المسلمين يلاحظ جليا تنامي العداء تجاه العرب والمسلمين تزامنا مع بروز التيارات اليمينية المتطرفة المعادية لكل ما هو غير مسيحي(المسلمين على وجه التحديد)، وهو ما ساهم في زيادة عدد العمليات الإرهابية ضدهم، منها ما حصل في المسجدين الواقعين بمنطقة **كرايست تشيرش** النيوزلاندية في شهر مارس من السنة الجارية والتي أدت إلى وفاة 49 من المصلين بالإضافة إلى القاتل الذي وثق عملية القتل ونشر تفاصيلها عبر صفحات التواصل الاجتماعي، في مشهد يستمد وحشيته من خطابات التعبئة والكراهية والإسلاموفوبيا المتفشية على الصعيد العالمي، إذ تعمل هذه الخطابات على شيطنة المسلمين أينما كانوا، وتجعل من استهدافهم والتخلص منهم أمرا مشروعا، في ظل صمت المسؤولين ورجال السياسة في الغرب، والتغاضي عن مثل هذه الجرائم في الغالب الأعم.

في هذا الإطار يبرز الإعلام الديني الإسلامي كأحد أبرز الوسائل التي يمكن من خلالها التصدي لحملات الكراهية والتشويه الغربية المساهمة في صناعة العداء والإرهاب ضد العرب والمسلمين، باعتباره يمتلك عددا ن المؤهلات، تسمح له بمواجهة الآخر الغربي والقضاء على مفرزات حملاته غير الشرعية تجاه الأنا، وهو ما نحاول تبيانه من خلال هذا المقال الذي يبحث في التساؤل الرئيسي التالي:

ماواقع الإعلام الديني الإسلامي؟ وكيف يمكن أن يواجه خطابات الكراهية والتنميط تجاه الإسلام والمسلمين؟

وتندرج تحته مجموعة من التساؤلات الفرعية:

_ كيف تبدو العلاقة بين العرب والآخر الغربي؟

_ ما هي حدود العلاقة بين الإعلام وثنائية العرب/ الغرب؟

_ ما دور الإعلام الديني الإسلامي في مواجهة خطاب الكراهية والتنميط الغربي؟

_ ما الأساليب التي يتبعها الإعلام الديني الإسلامي في مواجهة خطاب الكراهية والتنميط الغربي؟

_ ما هي مشكلات الإعلام الديني الإسلامي الراهن في علاقته مع الآخر الغربي؟

3. تحديد المفاهيم والمصطلحات: اعتمد هذا المقال على عدد من المفاهيم والمصطلحات وهي:

1.3 الإعلام الديني/ الإعلام الإسلامي: يعرِّف الدكتور محي الدين عبد الحليم الإعلام الديني الإسلامي بأنه تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال

وسيلة إعلامية دِينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال، لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بُغيةَ تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملات[1].

ويرى البعض بأن الإعلام الديني الإسلامي يستمد منهجه وأدواته وأساليبه وأشكاله وتطبيقاته من كتاب الله عز وجل، وسنة رسوله صلي الله عليه وسلم، وهما الحاكمان والمهيمنان عليه. كما حدد البعض ماهية الإعلام الديني بأنه التركيز على بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة وتكوين مجتمع إسلامي متماسك متكافل مبني على عقيدة الإسلام ومبادئه وقيمه، وترقية اهتمامات الناس والسمو بعقولهم ووجدانهم وسلوكهم، ونشر الثقافة الإسلامية بمبادئها السامية وقيمها الرفيعة، ومحو الأمية الحرفية والفكرية، والسعي لتوحيد الأمة الإسلامية وتضامنها فكرا ووجدانا وولاءا وتطبيقا، مع بث روح الألفة والمودة والتآلف والانسجام بين سائر المسلمين[2].

2.3 الآخر: إن مصطلح الآخر من الألفاظ الواضحة في اللغة العربية فهو كمفهوم واسع يتبع مدلوله لغويا لكل ماهو غير الذات، وغير الذات يشمل كل من له وجود باستثناء الذات المعنية، وهو لا يحمل قيمة دلالية تتعدى أو تتجاوز معنى لفظ " الغير"، دون أن يكون في ذلك دلالة على الموافقة أو المخالفة، فالآخر قد يكون منا و قد يكون من غيرنا، قال الله تعالى" و آخرون من دونهم لما يلحقوا بهم"(القرآن الكريم، سورة الجمعة، الآية3).

كما يشير مفهوم الآخر في اللغة العربية إلى أحد الشيئين ويكونان من جنس واحد، وهنا يقول المتنبي في إحدى قصائده:

ودع كل صوت غير صوتي فإنني *** أنا الصائح المحكي والآخر الصدى.

كما يستخدم للدلالة على معنى الغير، قال أمرؤ القيس:

إذا قلت هذا صاحب قدر رضيته *** وقرّت به العينان بدلت آخراً

فالآخر هنا مقابل الأول ويقال: جاؤوا عن آخرهم، وأيضاً من أسماء الله تعالى بعد فناء خلق.

أما فيما يخص قاموس المنجد، فالآخر هو مفرد آخرين، بمعنى غير ولكنّ مدلوله خاص بجنس ما تقدّمه، فتقول جاءني رجل آخر معه، فالآخر هنا من جنس (طبيعة) ما قبل[3].

وكما أنّنا ربطنا الذّات بالأنا، فإنّ مفهوم الآخر اصطلاحاً لا يمكن الاستدلال عليه إلاّ من خلال مفهوم الذّات والأنا، فهو في أبسط معانيه يشير إلى كل ما يقارب الأنا والأنت و النحن.

لكنّنا كلّ ما تعمقنا في البحث والاستدلال نجد أنّ الآخر في مختلف الثّقافات والحضارات، استخدم للدّلالة على كل ما هو مختلف عن الأنا، فآخر العرب هم العجم، وآخر الشرق هو الغرب.

1- محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، ط2، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1981، ص 71.

2- سمير عبد الرحمن الشميري، الإعلام الديني، الوسيلة والأسلوب والمنهج ومقومات النهوض، مجلة الدراسات الاجتماعية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، العدد 36، مارس 2013، ص 23.

3- لويس معلوف: المنجد في اللغة والأعلام، ط 19، الدار الكاثوليكية، بيروت، 2010. ص 5.

صورة الآخر هي أيضا بناء في المخيال وفي الخطاب، وهي اختراع ذاتي حيث أكد الباحث الفرنسي "جان فارّو" أن الأنا الذي لا يوجد الآخر بدونه هو اختراع تاريخي متأخر نسبيا لارتباطه باكتشاف الوعي بالذات، قبل ذلك كان هناك آخر "النحن"، و كان الإنسان ينظر إليه من داخل القبيلة التي كانت تمثل محيط وعيه[1].

3.3 خطاب الكراهية:لا يوجد تعريف محدد ومتفق عليه لخطاب الكراهية ، لكن يمكن اختصار معاني الكراهية في سياق واضح بكونها كل خطاب وني مبني على العنف اللفظي، يهدف إلى القتل المعنوي للآخر وإقصاؤه من خلال الدعوة للقتل، والعنف، وصولا إلى الشتم والسب والقذف والإهانة والتمييز والعنصرية والتعصب الفكري والاستعلاء، ويشكل خطاب الكراهية أداة مهمة لتحفيز المشاعر وإثارتها وتوجيهها في اتجاه معين، بما ينشأ عنه سلوك وثقافة مبنية على العنصرية والتمييز ضد من وجه الخطاب ضدهم، ومن هنا تكمن خطورة هذا الخطاب، خاصة إذا توفرت منصات إعلامية مهيأة لهذا النوع[2].

4.3 الصورة النمطية: يتزايد الحديث في الدراسات الإعلامية المعاصرة عن الصورة النمطية أكثر من غيرها من أنواع الصور الأخرى، ويعود السبب في ذلك إلى الظروف والمتغيرات التي يعيشها العالم، في ظل الصراعات والنزاعات الدولية المسلحة وغير المسلحة، والتي أصبح الإعلام شريكا فاعلا فيها، إذ تنسب إليه في كثير من الأحيان اتهامات بخصوص الأدوار المشبوهة التي يؤديها في تشويه صور المجتمعات والشعوب وبعض الجماعات الإثنية، والعرقية والثقافية، تمهيدا لاختراقها أو غزوها، فيما صعدت بعض الجهات من لهجة الاحتجاج ضد التنميط المتعسف التي تعاني منه نتيجة الاستراتيجيات التي تتبعها وسائل الإعلام في صناعة صورها.

وقد استعير مفهوم الصورة النمطية من الصحافة المكتوبة كمهنة، إذ يطلق مصطلح ***stereotype*** على لوحة الطباعة التي تسهل عملية التنضيد، فهي عبارة عن قالب جاهز يسمح بطباعة عدد غير محدود من النسخ بطريقة آلية[3].

ولمصطلح ال ***stereotype*** مصطلح آخر لصيق ومشابه، مأخوذ من اليونانية القديمة وهو ***Stigmatize*** ويعني التشويه والوصم، إذ أن ال ***Stigma*** معناها وشم كان العبيد يوشمون به للتدليل عليهم، و هو ما يشير إلى استخدام الصورة النمطية في غالب الأحيان من أجل التشويه[4].

ويمكن مقاربة الصورة النمطية من خلال هذا التعريف باستخداماتها في وسائل الإعلام من خلال:

– لقوالب الجاهزة: ويشبهه الصور الجاهزة في عقول وأذهان الأشخاص حول الآخرين.

– طباعة عدد غير محدود من النسخ: ويقابله انتقال الصورة بصفة غير محدودة عبر وسائل الإعلام.

1– الطاهر لبيب(محررا)، صورة الآخر العربي ناظرا و منظورا إليه، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، د س، ص 21.

2_ سكاي لاين الدولية، سكاي لاين الدولية ترصد خطاب الكراهية والتحريض في الإعلام العربي، ، منشورات المنظمة، السويد، أبريل 2019، ص 3

3 – Dante Rose;images that injures ;California ;Santa Barbara, 2011,p20.

4 – Op cit , p21.

– التعريف التكنولوجي يفترض أن تكون النسخ متطابقة مع النسخة الأصلية، وهو ما لا نجده في عملية التصوير النمطي عبر وسائل الإعلام.

ويعتبر الباحث الأمريكي والتر ليبمان من أوائل الذين استخدموا مصطلح الصورة النمطية وذلك عام 1922 وعرفها بأنها الشعور الذي يحمله أي شخص حول حدث لم يجربه، وهو شعور نابع من تصوره الذهني للحدث، في حين أن ما يقوم به لا يعتمد على معرفة معينة أو مباشرة بل على صور صنعها أو أعطيت له[1].

وقد أثار ليبمان في كتابه " الرأي العام" باستخدامه للمصطلح إعجاب الكثير من السوسيولوجيين ثم النفسانيين، والذين شاع استخدام المصطلح فيما بينهم بعد ذلك، و كان يعني بها ايضا تلك العملية ***المنتظمة Orderingprocess*** والمختزلة ***ShortCut*** التي نشير بها إلى العالم و نعبر من خلالها عن قيمنا ومعتقداتنا، و قد أشار داير إلى الملاحظات التي يمكن استخلاصها من التعريف السابق على النحو التالي[2]:

– الانتظام في عملية التنميط، ومعناه استخدام الناس للصور النمطية من أجل إعطاء معاني للأشياء المختلفة من خلال التعميم، الأنماط و التنميط (***Generalization, Patterning, Typification***).

– ***الاختزال ShortCut***: ومعناه سهولة تقديم المعلومات المعقدة من خلال تسطيح الواقع الإنساني المعقد وتزييفه.

– تساعد الصور النمطية الانسان على فهم العالم و تحديد اتجاهاته ومواقفه نحو هذا العالم.

– تعبر الصور النمطية عن القيم والآراء الجماعية التي تفكر بها جماعة معينة.

ويشير د /كرم شلبي في معجم المصطلحات الإعلامية إلى أن الصورة النمطية هي تلك الرموز المشتركة لدى الجماهير، مثل الحكم والأساطير والأغنيات الشعبية، أي أنها التصورات التي يمتلكها الناس حول أشياء معينة.

استنادا إلى التعاريف السابقة يمكن القول بأن الصور النمطية هي ما يرسمه الأفراد أو المجتمعات أو المؤسسات أو الآخرين على اختلافهم ، وسواء تعلق الأمر بالناس أو بالثقافات أو بالجماعات المختلفة،أو بالديانات، و ذلك وفق الموروثات الثقافية التي يحملها المصور وبعض المؤثرات الأخرى كالتعليم، والتنشئة الاجتماعية ووسائل الإعلام المختلفة، وكذا الدور الفاعل لقادة الرأي والفكر والزعماء.

4. الإعلام وعلاقة العرب بالآخر الغربي:

1.4 علاقة العرب بالغرب:

تعتبر علاقة العرب بالغرب من المواضيع التي أثارت ولازالت تثير نقاشات أكاديميّة كثيرة ليس على الصعيد المحلي أو العربي أو الإقليمي فحسب، بل وأكثرها فجّرته الفرضيات الدولية لاسيما في مجال العلاقات بين الحكومات والشعوب والدّول، وقد كانت هذه النقاشات تتغذى على الأطروحات، خاصة الغربية التي تسعى إلى تفسير علاقة الأنا بالآخرين من منظور تحديد الهوية

1– الدليمي، كامل، اتجاهات التغطية الاخبارية لصحيفتي الرأي و العرب اليوم إزاء الاحتلال الأمريكي للعراق، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008، ص 65.

2– صالح سليمان، وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية، مكتبة الفلاح، عمان، الأردن، 2005، ص 151.

والتعرف على الذّات في مقابل الآخر الذّي يوصف بأنه العدّو بالدرجة الأولى، ولعلّ أطروحات من قبيل صراع الحضارات كانت العنصر الفاعل في هذه النقاشات، خاصّة وأنها تقوم على تحديد طبيعة العلاقة التّي تربط الشرق بالغرب، والكيفية التي ينظر بها كل كيان إلى الآخرين، فالذّات لا يمكن لها أن تتحقق أو تتجسّد إن لم تعي من هو آخرها، في هذا الصدد يصرّح **بياردوكاسي** أننا لكي نعقل ذواتنا، فنحن مطالبون بأن نزيل التناقض، ولا يمكن إزالة هذا التناقض إلا بواسطة التركيب، أي أن نتعرّف على ما يناقضنا أو على من هم غير ذواتنا[1]، وهذا هو جوهر النظرة الهيجلية لمفهوم الذّات، الذّي يتحقق في وجود النقيض ووجوب التعرّف عليه وهكذا سعى كل شعب من شعوب العالم وكلّ حضارة من حضاراتها إلى خلق آخرها فالغرب خلق آخره وكذلك الشرق، وغيرهما من حضارات العالم من منطلق أنّ وجود الغير ضروري جدّا لوعي الذات لذاتها، وإدراكها لموضوعات العالم الخارجي.

لقد مرت الحضارة الإسلامية عبر التاريخ بعلاقات مستمرة مع الحضارات المجاورة، اليونان والروم غرباً وفارس والهند شرقاً، قبل الإسلام وبعده، وما إبداعات الحضارة الإسلامية إلى نتاج التفاعل بين الدّاخل والخارج، بين الموروث والوافد، بين النقل والعقل، بين علوم العرب وعلوم العجم، وبلغة العصر بين الأنا والآخر، وقد استمر هذا الوضع حتى العصر الوسيط، أثناء الاتصال الثقافي بين الغرب، حيث كان الصليبيون يرون أنفسهم في مرآة الحضارة الإسلامية، والتي مثلت بالنسبة إليهم حينها التقدم مقابل تخلّفهم، التسامح مقابل تعصّبهم، التحضر في مقابل توحشهم[2].

ففي الفترة الأولى كان الآخر (اليونان، الرومان، فارس، والهند) معلّما وكانت الأنا (الحاضرة الإسلامية الناشئة) متعلّما، وأما في الفترة الثانية فقد كانت الأنا (الحضارة الإسلامية في عصرها الذهبي) متعلّما وكان الآخر (الغرب في العصر الوسيط) متعلّما، ثم جاءت العصور الثالثة، أين أصبحت الأنا فيها متعلّما، والآخر معلّما، مثلما كان يحدث في الفترة الأولى[3] ، ويرى حسن حنفي أنّ الوضعية التي آل إليها العرب في العصور الثالثة مردّها إلى الانفتاح على الغرب، الذي تحول لدى الكثيرين إلى استلاب أعمى وتقليد كبير وقد نتج عنه مايلي:

- اعتبار الغرب النمط الأوحد لكل تقدم حضاري؛
- النظر إلى الغرب كمثال للإنسانية جمعاء، بحيث تكون أوربا الحلقة المركزية فيه؛
- اعتبار الغرب المعلم الأبدي، وباقي أطراف العالم في موقع الهامش إزائه؛
- رد كل إبداع ذاتي لدى الشّعوب غير الأوربية إلى الغرب؛
- تحويل ثقافتنا إلى وكالات حضارية وامتداد للمذاهب الغربية؛
- إحساس الآخرين بالنقص أمام الغرب[4].

1- يعقوب ولد القاسم ، الحداثة في فلسفة هيجل، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2003، ص 97.

2- الطاهر لبيب وأخرون، م س ذ، ص 283.

3- المرجع السابق، ص 284.

4- أحمد عبد الحليم عطية ، جدل الأنا والآخر، قراءات نقدية في فكر حسن حنفي ، سلسلة رواد الفكر العربي، مكتبة مدبولي الصغير، القاهرة، 1997، ص – ص 26، 27.

وان كانت هذه النظرة تجاه الآخر الغربي شائعة لدى دعاة الاستغراب ومؤيديه فإننا لا ننكر وجود نظرة أخرى سوداوية للآخر الغربي، فالسمة الغالبة في التناول العربي للاستشراق التي تقوم على رفض الصورة التي يحملها الغربيون عن العرب المسلمين والبحث لها عن سياقات ودوافع، غير أن هذا الرّفض لا يوازيه تساؤل عن الصّورة التي يبنيها العربي عن الغرب، وعن علاقتها بواقع الغرب لصورته، يبدو غير منتبه إلى أن صورة الغرب لديه ليست أقل تشويها من خياله وخطابه[1]

2.4 الآخر العربي في الفكر الغربي: سبق وأن أشرنا إلى أن حدود معرفة العربي بالغربي، ومعرفة هذا الغربي بالعربي مردّها إلى حقيقتين أساسيّتين مرّ بها تاريخ العلاقات بين الحضارتين، الأولى في العصر الوسيط، أين فرض العرب أنفسهم على الغرب المسيحي، أمّا الثانية فهي المرحلة الكولونيالية وما بعدها، أين توسّعت الإمبراطورية الغربية لتمتد إلى عمق الوطن العربي، وبالنسبة لنظرة الغرب للعرب في هاتين المرحلتين، فيمكننا القول أنه خلال المرحلة الأولى لم يحتفظ الغرب إلا بالقدر الضئيل من الإعجاب بالعرب الذي انحصر في آثار غرناطة التي تدعو إلى الإعجاب، أو بعض مشاهير العلماء المتبحرين، إذ تفنن الغرب في طمس الإسهام الثري الذي نال التفكير الغربي بفضل احتكاكه بالوطن العربي والإسلامي[2].

وخلال اللقاء الثاني(الفترة الكولونيالية)، فقد منح الغرب فرصة إعادة اكتشاف الثاني ولكن من موقع الغالب هذه المرة، فبعد الانحطاط الذي آل إليه الوطن العربي، أوجد الغرب صورة كولونيالية للعرب، مهّدت لصناعة سلسلة أخرى من الصّور السلبية المتباينة: العامل المهاجر، أمراء النفط الإرهابي الفلسطيني، الفلاّق الجزائري أثناء حرب التحرير، السياسي الإسلامي.

لقد تشكلت الصورة النمطية عن الإسلام لدى الغرب المسيحي تدريجياً بفضل الأدبيات التي وضعها رجال الكنيسة والمؤرخين والدعاة، بسبب امتلاكهم للمعرفة في العصر الوسيط وفي عصر النهضة ، ويشير وات (watt) عام 1981 إلى أنّ الغرب يحمل صورة مركبة من أحكام مسبقة، وأصلها قديم يعود إلى الحروب الصليبية خلال القرنين الثاني عشر والثالث عشر، إذ اجتهد فيهما علماء الغرب في التعريف بالدين الإسلامي، ولكن من خلال تقديم صورة مشوهة عن المجتمع الإسلامي، وهي الصوّر التي يستقي منها الغرب تمثله للإسلام منذ عدة قرون ولم يستطع البحث العلمي منذ عشرات السنوات تصحيح هذه الصورة[3].

ففي فرنسا مثلا لا يختلف الموقف من العرب والإسلام عن بقية الدّول الغربيّة التّي ترى العرب شعوباً بدائية، أما الرأي العام فهو مشوه ومقلوب ضد العرب والمسلمين، وهي الحال في أوروبا بشكل عام ، والدعامة الأساسية لنقل الصور النمطية عن الآخر العربي في محيلة الشعب الفرنسي، تتمثل في وسائل الإعلام المطبوعة والمرئية، إذ تشير الدراسات إلى أن 70% من الفرنسيين يعتمدون في معلوماتهم على التلفزيون، وهو لا يختلف في تعامله مع العرب والمسلمين عن حال الصحافة، أما في عقول الأمريكيين، فالعرب مختلفون، وغير متطورين جشعون، متكبرون، برابرة[4].

1- الطاهر لبيب/ م س ذ ، ص ص 192، 193.

2- الطاهر لبيب، م س ذ،ص 499.

3- نفسه، ص 512.

4-ميخائيل سليمان، صورة العرب في عقول الأمريكيين، ترجمة عطا عبد الوهاب، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1987، ص-ص 121، 122.

أما في سينما هوليود، فصورة العربي هي صورة لذلك البدوي، الجاهل، الذي يعشق النساء اللّواتي لا يمتلكن أدنى الحقوق، وهو غير ديمقراطي، فاسد يعيش تحت طغيان الجماعة أو خاضعاً لقبليته التي لا يمكنه الخروج عن أحكامها[1] ، وتعود أسباب هذه الصوّرة القاتمة والبشعة للعرب والمسلمين في مخيلة الجماعية الأمريكيّة إلى مايلي:

- الثقة شبه العمياء التي يبديها الأمريكيون تجاه وسائل إعلامهم؛
- الجهل والتحيّز الثقافي الذي يعود لأسباب تاريخية وسياسية ودينية؛
- وسائل الإعلام الأمريكية التي تركز على الحدث المثير والبارز في دول العالم الثالث دون إعطاء خلفية تاريخية لهذا الصّراع؛
- القوى الموالية لإسرائيل، والمتغلغلة في الإعلام الأمريكي على أعلى المستويات، وهي تتسّم بالتنظيم وشدة التصميم؛
- فشل العرب في فهم وسائل الإعلام الأمريكية وكيفية التعامل معها؛
- الخلافات المستمرة بين الدول العربية والتي تعطي انطباعاً سيئا عن الوطن العربي[2]

وتتأكد نظرة الآخر الغربي الاستغلالية نحو العرب والمسلمين مدعومة بنظرية المركز والأطراف، التي أصبحت تختزل المركز في الغرب وتصنع العرب والمسلمين على الهامش مهينة لهم ومستغلة لثرواتهم، وهي تعاملهم بمنطق الاستعلاء والاعتقاد بأفضلية الحضارة الغربية على الحضارة العربية الإسلامية .

3.4 وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية للعرب والغرب:

يشير الباحث ***Berger Asa Arthur*** في كتابه القيّم " ***MediaandSociety***"، و الذي تحدث فيه عن مكانة و تأثيرات الوسائل الإعلامية المختلفة لا سيما التلفزيون منها، إلى حقيقة أن الوسيلة الإعلامية اليوم مؤسسة طويلة الأمد تقوم بالوظائف ذاتها التي تضطلع بها المؤسسات الأخرى المخول لها مسئولية التنشئة الاجتماعية و التعليم و التربية، و قد تتفوق عليها في كثير من الأحيان لا سيما مع التوجه العام للجماهير نحو استبدال مؤسسات التنشئة التقليدية بالمؤسسات الإعلامية التي صارت من مركز قوة تمتلك القدرة الأكبر على تشكيل هوياتنا و مواقفنا تجاه الأقليات العرقية و الإثنية، فهي – أي وسائل الإعلام– وبصفة خاصة التلفزيون والسينما صارت تغمرنا، بحيث يفقد العامة قدراتهم على التفكير النقدي والعقلاني تجاه ما تبثه من مضامين، ويتقبلون ما يتم عرضه على أنه واقع و حقيقة على ما فيه من تشويه للواقع الفعلي، رغم أن الواقع المعروض على وسائل الإعلام هو واقع غير مباشر و يتم تحريره داخل قاعات التحرير أو في غرف المونتاج بشكل متقن، لكنه في الأخير يقدم لنا صورا مشوهة عن الحقيقة، و هي صور مثقلة بتوجهات

[1] – السيد ياسين، الشخصية العربية بين صور الذات ومفهوم الآخر ، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1981.

[2] – إياد عماوي، الأنا والآخر ودورها في رسم وتحديد العلاقة بين الوطن العربي والغرب، متاح على الرابط
www.qou.edu/home/sciResearch/.../iyadAmawi/r7_iyadAmawi.pdf، تاريخ الزيارة 21 مارس 2019، 18:00

المحررين و المخرجين و القائمين على الوسيلة، ولا تمثل في كثير من الأحيان سوى رؤاهم الشخصية التي لا يمكن أن تتطابق مع الحقيقة[1].

وفي هذا الإطار يؤكد العديد من الباحثين في حقل الاتصال إلى أن وسائل الإعلام خاصة السمعية البصرية منها لها دور رئيسي في صناعة الصور الذهنية والنمطية وتسويقها و زيادة انتشارها، حيث تعمل من خلال ما تقدّمه من مواد وموضوعات تتصل بأنماط الحياة في المجتمعات المختلفة على نقل الأفراد من عالمهم إلى عوالم أوسع و أرحب، و هو ما يسهم في نمو نوع من التقمص الوجداني لديهم[2].

وما يسهم أكثر في قوة هذا التأثير هو الانتشار المتسارع للوسائل الإعلامية و الذي أدّى إلى خلق أعباء كثيرة على كاهل الإنسان المعاصر الذي تتسم حياته اليومية بإيقاع سريع، و هو ما مكّن الوسائل الإعلامية إلى الاستحواذ على قدر كبير من اهتمامه، فصارت تنقل له الأحداث و الوقائع دون أن يشاهدها و يلمسها أو يعيش تفاصيلها، و هو ما أدّى إلى تكوينه لصور مختزلة عن العوالم و الحضارات و البيئات الأخرى[3].

ولا يقوم الصحفيون بما يقومون به من تقزيم للحقائق و تشويه لها وللفئات والمجتمعات الخاصة بها إلا بإيعاز من الحكومات والدول التي تسعى بجد من أجل السيطرة على شعوبها من جهة و من أجل خلق رأي عام عالمي يمكّنها من تحقيق أهدافها على مستوى السياسة الخارجية، ، وفي هذا الصدد يذكر جوزيف كلابر أن هناك منطقة أخرى يمارس فيها الاتصال الجماهيري تأثيره البالغ الفعالية، وتتمثل هذه المنطقية في خلق رأي عام فيما يتعلق بالقضايا الجديدة و هي تلك القضايا التي لا يملك الفرد حولها رأيا محددا ومعلومات كافية، لا هو ولا أصدقاؤه، أو احد من المقربين منه.

5. الإعلام الديني (الإسلامي) ومواجهة خطاب الكراهية والتنميط الغربي:

1.5 أهمية ودور الإعلام الديني الإسلامي: بالنظر إلى المتغيرات الدولية التي تعيشها المجتمعات الإنسانية المعاصرة والظروف والتحولات التي جعلت من العالم يعيش على صفيح من نار بسبب الحروب والغليان والأزمات الأمنية والعسكرية والاقتصادية التي تنتشر في الكثير من المناطق عبر العالم، وهي أزمات تكاد الأسباب المهيمنة عليها تكون دينية حضارية بالدرجة الأولي، تتزايد أهمية الإعلام الديني الإسلامي في مواجهة الإمبريالية والماسونية ومختلف الأخطار المحدقة بالعالم الإسلامي لا سيما بعد انتشار الحركات الإسلامية المتطرفة وتزايد مد الجماعات التي تدعي الإسلام وتمارس باسمه العديد من الأفعال العنيفة التي لا

1-أرثر آسا بيرغر: وسائل الإعلام و المجتمع، رؤية نقدية، ترجمة صالح خليل أبو اصبع ، سلسلة كتب عالم المعرفة، الكويت، 2001، ص-ص 100، 102.

2- سلافة فاروق الزعبي، صورة العرب في الإعلام الأمريكي، دار ورد للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 43.

3- سلافة فاروق الزعبي، م س ذ، ص 43.

تمت بصلة للدين الإسلامي (القاعدة، داعش، بوكو حرام...)، وهنا تبرز أهمية الخطاب الديني الإسلامي والإعلام الإسلامي بصفة عامة إذ يمكن له أن يؤدي العديد من الأدوار في هذا المجال[1]:

ـ إبراز قضايا العرب والمسلمين وتبنيها وإيصالها للعالم بصورة حسنة صحيحة.

ـ نشر القيم والمبادئ الإسلامية وبث روح الدعوة لغير المسلمين للإسلام.

ـ كشف الحقائق ورد الدعايات والأفكار المغلوطة والتي لا تتناسب مع الفكر الإسلامي والقيم الدينية التي نشأت عليها المجتمعات العربية الإسلامية.

ـ ملء فراغ الإعلام النافع ببث برامج هادفة سواء كانت تربوية أو اجتماعية إسلامية.

ويشير العديد من الدارسين إلى أن الإعلام الإسلامي يمكن أن يؤدي مجموعة من الوظائف والأدوار، وهي إما أن تكون أدوارا **ثقافية** أو **دفاعية** أو **هجومية**، فبالنسبة **للأدوارالثقافية** فإن الإعلام الإسلامي تقع على عاتقه مسؤولية خدمة الحق والواجب والفضيلة، بتزيين ذلك للناشئة وشدهم إليه، وتشويقهم إل قبوله والعمل به، بالإضافة إلى تثبيت الكبار عليه في مختلف المجالات، أما **الأدوارالدفاعية**، وهي في صميم هذه الورقة البحثية، فيتم من خلالها الرد على ما يثيره الأعداء من شائعات وما يطلقونه من محاولات للتشويش وتنميط صورة الإسلام والمسلمين، وتزييف حقيقة العقيدة الإسلامية وأخلاقها وقيمها وسلوكياتها، في حين أن **الأدوارالهجومية** فينبغي أن تبنى على سياسة الحق والإعلان عنها وبيان وجهها الصحيح ومنهجها الواضح والسليم.

2.5 الإعلام الديني الإسلامي ومواجهة خطاب الكراهية والتنميط الغربي: سبق وأن أشرنا في مكان آخر من هذا المقال كيف يعمل الغرب على بث خطاب الكراهية وتسويق الصور النمطية السوداوية عن العرب والمسلمين بهدف تحقيق أهداف دعائية، وذلك بنشر الأكاذيب وتزييف الحقائق وتجنيد الوسائل الإعلامية المختلفة في سبيل تحقيق أهدافه غير المشروعة، ويجب التأكيد على أن الإعلام الإسلامي تقع عليه المسؤولية الأكبر في مواجهة كل هذا الزيف وإعادة بناء صورة مشرقة عن الإسلام بمنهجه الرباني والمسلمين كافة في مختلف أرجاء المعمورة.

وحول سؤال إصلاح صورة الإسلام النمطية لدى الغرب، يعاد طرح الإشكال بشقيه مع تغليب كفة إصلاح الصورة في ذهن الآخر الغربي على كفة إصلاح الذات، وفي سبيل ذلك، بادرت المملكة العربية السعودية إلى عقد دعوة لحوار الأديان عام 2013، وقد كان اجتمع قبلها وزراء الإعلام في الدول الإسلامية عام 2009 بالرباط وتدارسوا أشكال تصحيح صورة الإسلام في الإعلام العربي وإنشاء لجنة إسلامية للتصدي للحملات المنظمة عبر وسائل الإعلام الخارجية ضد الإسلام والمسلمين، كما أنشأت الهيئة العالمية للإعلام ورشة لـ" تصحيح صورة الإسلام في وسائل الإعلام العالمية"، خلصت فيها إلى كون المعركة مع الغرب معركة غير متكافئة إعلاميا نظرا لقوة الإعلام الغربي من جهة ولوفاء الرأي العام له وفاء يكاد يصل حد الإيمان والعقيدة،

1- مجموعة من المؤلفين، الإعلام الإسلامي، الواقع والطموح، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص 35.

كما وضعت الهيئة العالمية للإعلام يدها على مكمن الخلل الذي طرأ على صورة الإسلام، وفي الأخير، تطلعت لرؤية علمية لتصحيح الصورة المغلوطة من خلال اقتراح إستراتيجية علمية وملموسة[1].

ففي تقرير أمريكي صدر في منتصف العشرية الأولى للقرن الواحد والعشرين، تصدرت قناة" الجزيرة "القطرية الصدارة بما نسبة 52% من المشاهدين العرب لمجموع القنوات العربية فيما جاء المنافس الثاني وهو قناة" العربية "السعودية بما نسبته 8%، أما قناة "الحرة "المحسوبة على الولايات المتحدة فكان نصيبها بما نسبته 5% من المشاهدين العرب وربما هذا ما عجل بانطفائها لاحقا.

فالمتتبع لباقة قنوات "الجزيرة" منذ إطلاق قناة "الجزيرة" العامة عام 1996 حتى 2006، يعرف بأن إستراتيجية "الجزيرة" كانت تقوم على[2]:

ـ تعريف الداخل العربي للداخل العربي من خلال نقل أخبار المغرب والمشرق العربيين وإطلاق برامج سجالية وحوارية تدور في فلك الشأن الداخلي .

ـ تعريف الخارج للداخل العربي من خلال إرسال مراسلين في أكثر من ثمين دولة على ربوع المعمور وتخصيص برامج وثائقية أو حية) كبرنامج "من واشنطن ("لقريب الخارج من الداخل).

لكن" الجزيرة "لم تنتقل للحلقة الثالثة، حلقة" **تقديم الداخل العربي للخارج الغربي** "إلا مع إطلاق قناة" الجزيرة "باللغة الانجليزية مؤخرا. ونظرا، لخطورة المهمة ولصعوبة المنافسة مع القنوات الغربية العملاقة، لم تلجأ القناة إلى توظيف" الإعلاميين الموظفين "وإنما لجأ إلى سلاح فعال يبطل دفاعات المشاهد الغربي المتشبع بروح العداء للعرب والمسلمين وهذا السلاح هو "الإعلاميون النجوم "الذين يعرفهم المشاهدون الغربيون حد الألفة والحب. والفرق بين" الإعلامي الموظف "و" الإعلامي النجم " هو أن" الإعلامي الموظف "ليست له" كاريزما "ويمكن للمشاهد انتقاده أو التشكيك في عطاءاته، أما" الإعلامي النجم " فمجرد ظهوره على الشاشة يبطل دفاعات المشاهد الذي يبقى كل تطلعه هو أن يقول هذا" الإعلامي النجم "شيئا في هذا اليوم[3].

1.6 أساليب الإعلام الديني الإسلامي في مواجهة الآخر الغربي وصوره المنمطة عن المسلمين:وهي

كثيرة يمكن إيجازها فيمايلي:

- الدعوة لاعتماد أفضل الأساليب في القول والأداء في ممارسة الإعلام ودعوة الآخر إليه، وتتمثل هذه الأساليب أساسا في:
- **القول الحسن:** مصداقا لقوله عز وجل " وقولوا للناس حسنا".

1- محمد سعيد الريحاني، دور الإعلام والصحافة في حوار الثقافات والحضارات وتحسين الصورة النمطية للإسلام، رابط الموضوعhttps://www.alukah.net/culture/0/64974/#ixzz5iipexyIZ : تاريخ الزيارة 2019/03/20.

2- المرجع السابق.

3- نفسه.

- **اللين في القول والخطاب:** "فقولا له قولا لينا لعله يتذكر أو يخشى"،" ولو كنت فضا غليظ القلب لانفضوا من حولك".
- **البصيرة في الأداء والتوصيل:**" قل هذه سبيلي أدعوا إلى الله على بصيرة أنا ومن اتبعني".
- **الحكمة في العرض،** واختيار الموعظة الحسنة في الموضوع والجدال الشريف العفيف التمثل بغاية الوصف الحسن:" ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن".
- **اللفتة المثيرة للانتباه،** فقد كان رسول الله صلى الله عليه وسلم كثيرا ما يفعلها، ومن ذلك ما ورد في حجة الوداع حين خطب الناس فقال: أي يوم هذا؟ وأي بلد هذا؟أي شهر هذا؟ والناس لا يردون عليه إلا بقولهم الله ورسوله أعلم، ثم يقول بعد ذلك " إن دماءكم وأموالكم وأعراضكم حرام عليكم كحرمة يومكم هذا في بلدكم هذا في شهركم هذا..."، فأهم الأساليب التي يمكن أن يستخدمها الإعلامي الإسلامي كما علمنا الرسول الكريم تتمثل في التلقي والأخذ[1].

وهناك عدد من المنطلقات الإعلامية الإسلامية التي تشكل أسس المواجهة ووضع المفاهيم البديلة وتصحيح صورة الإسلام والمسلمين في الداخل والخارج[2]:

•منطلق العقيدة التي تقوم على فطرة الإنسانية؛ لأن هدفها أخروي ودنيوي معًا ولا تخضع إلا لله.

•ومنطلق العلم الذي هو طريق المعرفة الحقة.فالرسالة الإعلامية الإسلامية تؤتي ثمارها بقدر ما يتوافر لها من زاد علمي صحيح.

•ومنطلق الأخلاق التي هي سمْت الإنسانية الفاضلة ودستور التعامل بين البشر؛ إذ أن الإعلام الإسلامي يصدر عن نفسية تؤمن بالصدق والأمانة والطهارة.

•ومنطلق الإنسانية بما تحمله من معاني الرحمة والتكافل والأخوة بين البشر، فهذا المنطلق الإنساني يجعل الإعلام الإسلامي أقدر من غيره على التأثير والتجاوب.

•ومنطلق الجمال شكلًا ومضمومًا، فقد دعا الإسلام إلى جمال الملبس والمسكن والتعامل الإنساني.

•منطلق المصلحة العامة للأمة والحرص على أمن المجتمع واستقراره بعيدًا عن الإشاعات المغرضة ووسائل التحريض على الهدم ضدّ فئات المجتمع وقادته.

6. ظروف ومشكلات وتحديات الإعلام الديني الإسلامي الراهن:

إن التحديات التي تواجه الإعلام الإسلامي يمكن حصرها في أربعة أمور كبرى، تحتاج إلى جهود كبيرة لمواجهتها، وإضعاف أثارها محليا؛ تمهيدا للتغلب عليها، وتحقيق التفوق في المستقبل القريب تتمثل في:

– قوة الاتصال الغربي، والسيطرة التي يتفوق من خلالها على العالم كله.

1– عبد القاسم الوشلي ، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط2، صنعاء، دار البشير للثقافة والعلوم الإسلامية، 19933،ص 54.

2– عبد الحليم عويس، الإعلام الإسلامي بديل للإعلام الغربي، متاح على الرابط: رابط الموضوعhttps://www.alukah.net/culture/0/113771/#ixzz5iit1lXLR :، تاريخ الزيارة 2019/03/20، 15:43

-الدعاية الصهيونية التي تستفيد من دعاية الإعلام الغربي، وتتحكم فيه؛ لتحقيق أهدافها الخاصة .
- ما تسهِم به أوضاعنا في إضعاف الإعلام وإتاحة فرص التفوق للدعاية المضادة .
-الإرساليات التنصيرية وما يدعمها من قوى سياسية واقتصادية[1].

ومع ذلك فإن التحدي الأكبر الذي يواجه الإعلام الإسلامي المعاصر هو محاولة تصحيح صورة الإسلام التي يشوهها الإعلام الغربي، فبعد أن انتهت الحروب الإيديولوجية (رأسمالية وشيوعية) رأى الغرب أن الحروب القادمة هي حروب دينية أو بالحرى حروب بين الحضارة الغربية والإسلام[2]، وهو الأمر الذي دفع للواجهة صراعات كبر ى تديرها وسائل إعلامية كبرى ذات سلطة وانتشار واسعين، اتخذت من التسويق السلبي والتصوير النمطي للإسلام والمسلمين محطة اهتمام في كل ما تبثه وتنشره من مضامين، والنتيجة الطبيعية لهذا الوضع، تمثلت في تفاقم العدائية والكراهية تجاه المسلمين عبر العالم، فأصبح استهدافهم من قبل المتطرفين في الغرب مباحا تحميه الكثير من القوانين وتدافع عنه شخصيات لها وزنها في المجتمعات الغربية.

ولعل المسؤولية الكبرى التي تقع على عاتق القائمين على وسائل الإعلام في العالم العربي تحديدا تتمثل أساسا في توظيف الإعلام الديني عبر كل الوسائل المتاحة، البرامج الدينية عبر التلفزيون، البرامج الدينية عبر الراديو، إذاعات القرآن الكريم، الصحف الدينية المتخصصة، الصفحات الدينية في الصحف اليومية العامة[3]، بالإضافة إلى توظيف منصات وتطبيقات الإعلام الجديد في تحسين صورة الإسلام في الداخل والخارج، والتصدي للحملات المتكررة لتشويهه، كلما برزت إلى السطح قضايا وحوادث لها علاقة بالإرهاب والتطرف.

غير أن المطلع على واقع الإعلام الديني في الدول العربية والإسلامية يجد أنها تواجه عددا من المعوقات والمشكلات التي تحول دون تحقيق الاستفادة القصوى منها في مجال تحسين صورة الإسلام لدى الآخر أو في مجالات أخرى، خاصة منها ما تعلق بالدفاع عن الدين الإسلامي، وتصحيح الصور والأفكار المغلوطة عنه، وترتبط أغلب هذه المشكلات بالسياقات السياسية والثقافية في المجتمعات العربية والإسلامية، يضاف إليها نمط ملكية هذه الوسائل (أغلبها مرتبط بهيمنة الدولة)، وتتمثل أبرز هذه المشكلات في[4]:

- عدم توافر المناخين السياسي والثقافي الحر لهذه الوسائل في كثير من الدول العربية والإسلامية.
- الرقابة الصارمة على وسائل الإعلام الديني المتخصص، بدءا من الصحف والإذاعات، انتهاءا بالمنابر والمساجد، في ظل خضوع وسائل الإعلام لسيطرة الدولة، في غالبية الدول العربية.
- الاختلال وانعدام التوازن في تدفق المعلومات وتبادلها بين الدول الكبرى غير الإسلامية والدول الإسلامية، ما جعل هذه الأخيرة مجرد بلدان مستهلكة للمعلومات التي تصدر إليها.

1- مبارك، أحمد سالم مبارك، الإعلام الإسلامي والمرحلة الراهنة، متاح على شبكة الألوكة عبر الرابط التالي: http://www.alukah.net/publications_competitions/0/6290/1 تاريخ الزيارة 18 مارس 2018.

2- حردان هادي الجنابي، الإعلام الإسلامي الإليكتروني، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص 5.

3- سهى فوزي أحمد، العلاقة بين اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لديهم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012، ص –ص 82،83.

4- حردان هادي الجنابي، م س ذ، ص23.

- محدودية انتشار وسائل الإعلام الديني الإسلامية المتخصصة، فهي تقتصر على اللغة العربية في غالبية الأحيان، ومن ثم ابتعادها برسالتها عن الجمهور العالمي، الذي مازال يحمل صورا نمطية عن المجتمعات الإسلامية، وهي صور سوداوية شديدة السلبية والتعقيد، مفرطة العدائية والتطرف.

ويرى صباح ياسين أن الإعلام الإسلامي يعاني من الإنقسام بين خطابين منعزلين، خطاب رسمي نمطي مثقل بهاجس الخوف من الرأي الآخر وخطاب إعلامي معارض متواضع الإمكانيات المادية والتقنية، ولكنه متخم بالضجيج والصراخ دون أن يعرض برنامجا بديلا أو يكسب تأثير وقوة جماعات الضغط الصالحة، في حين أن هناك خللا واضحا في الإعلام الديني الموجه نحو الآخر الغربي، فمنذ أحداث 11 سبتمبر 2001 تراجع أداء الإعلام العربي الموجه للغرب، وتفاقم منطق التخلي عن فكرة التصدي والمواجهة للعدوانية الأمريكية والصهيونية، وأضحى الحديث عن وحدة الأمة العربية في مواجهة الأطماع وكذا حق العرب في المقاومة ورفض الاحتلال حديثا شبه محرم، خوفا من تهمة تشجيع الارهاب، ويبدو ذلك جليا في تقليد الفضائيات العربية وصف المقاومين والمجاهدين الفلسطينيين بأنهم مجرد مسلحين أو حتى قتلة وإرهابيين[1].

ويعاني هذا الخطاب خصوصا من التعصب، إذ يتجلى ذلك في رفض الحوار مع الحضارة الغربية، في كثير من الأمور التي يمكن أن تكون في صالح المجتمعات العربية المسلمة، مثل فتح التواصل الحضاري مع دول العالم، تفعيل دور المنظمات الإسلامية في كل دول العالم، تفعيل دور المنظمات الإسلامية في كل دول العالم مع برمجة المضامين التي تعرض العقيدة الاسلامية بأساليب واضحة وبسيطة وبكل اللغات العالمية حتى يقبل الآخر على فهم الدين الإسلامي[2].

ويرى**د/علي عجوة** أنَّ مواجهة تلك التحدِّيات تستلزم قيام الإعلام الإسلامي على دعائم مهمة، كالمصداقية، والواقعية، والتركيز على الأحداث الحقيقية ذات الأهمية بالنسبة للمجتمع المسلم، ويشدد من جانب آخر **فاروق أبو زيد** "عميد كليةالإعلام الأسبق بجامعة القاهرة" على حتمية وجود جهاز إعلامي إسلامي، يهدف إلى وضع أسس إصلاح المجتمعات الإسلامية، طبقًا لتعاليم الدين الإسلامي، كما أكد أنَّ الإعلام الإسلامي اليومَ بمختلف قنواته التي تمثله قد أهمل الدعوة والتعريف بالإسلام حتَّى بين المسلمين، وأنه لا بد أن يفهم العاملون بجهاز الإعلام الإسلامي أنَّ المسؤوليَّة هنا مسؤولية شرعية، وليس عملاً هامشيًّا؛ بل هو من صميم الدعوة وركيزة أساسية لمن يركِّز، أو يعارض مبادئ الدين، فالمسؤولية خطيرة؛ لأنها دعوة لأمة مثالية تُضاهي الدول الكُبرى في ظل تطوُّرات العصر، فلا بد من مترجم يعرِّف حقائق الإسلام للغير،كما يؤكد على ضرورة التخطيط الجيد للإعلام الإسلامي[3].

7. خاتمة:

1- أيوب دخل الله، التربية ومشكلات المجتمع في عصر العولمة، دار الكتاب العلمية، بيروت، 2015، ص 142.

2- محمد الفاتح حمدي، قراءة نقدية لمحتويات القنوات الفضائية الدينية، مجلة العلوم الاسلامية والحضارة، مركز البحث في العلوم الاسلامية والحضارة، الأغواط، الجزائر، العدد4، ديسمبر 2016، ص 191.

3- مبارك، أحمد سالم مبارك، م س ذ.

أثبتت التجارب ومعطيات التاريخ وأحداثه المختلفة أن التعامل الغربي مع قضايا العالم الإسلامي لم يكن أبدا محايدا، بل كانت الصورة النمطية المشوهة لحقيقة العرب والمسلمين تطغى على الساحة كلما تزايدت حدة الصراع بين العرب والغرب، وقد كان من الضروري جدا الاعتماد على الإعلام الديني الإسلامي من أجل التصدي للهجمات الغربية الإعلامية، وإمعان هذا الآخر في تشويه الإسلام دينا وقيما وسلوكا وحضارة.

فالإعلام الديني القادر على استنباط تعاليم الدين الإسلامي وتضمينها في رسائله المختلفة والتعامل من خلالها مع الآخر الغربي، ردا على افتراءاته وتصديا لهجماته بأسلوب رزين من شأنه أن يصحح الصور النمطية المسوقة عن المسلمين عبر العالم.

8. قائمة المراجع:

1. محي الدين عبد الحليم، **الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية**، ط2، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1981.
2. سمير عبد الرحمن الشميري، **الإعلام الديني، الوسيلة والأسلوب والمنهج ومقومات النهوض**، مجلة الدراسات الاجتماعية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، العدد 36، مارس 2013.
3. لويس معلوف: **المنجد في اللغة والأعلام**، ط 19، الدار الكاثوليكية، بيروت، 2010.
4. *Julia Krestiva, **Strangers to Ourselves**, Translated by, leon.S, Raudiez, Columbia University Press, New York, 1991.*
5. الطاهر لبيب(محررا)، **صورة الآخر العربي ناظرا و منظورا إليه**، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، د س.
6. ميجان الرويلي، سعد البازعي، **دليل الناقد الأدبي**، المركز الثقافي العربي، ط3، بيروت، 2002.
7. *Dante Rose;**images that injures** ;California ;Santa Barbara, 2011,p20.*
8. الدليمي، كامل، **اتجاهات التغطية الاخبارية لصحيفتي الرأي و العرب اليوم إزاء الاحتلال الأمريكي للعراق**، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008.
9. صالح سليمان، **وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية**، مكتبة الفلاح، عمان، الأردن، 2005.
10. يعقوب ولد القاسم ، **الحداثة في فلسفة هيجل**، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2003، ص 97.
11. أحمد عبد الحليم عطية ، **جدل الأنا والآخر**، قراءات نقدية في فكر حسن حنفي ، سلسلة رواد الفكر العربي، مكتبة مدبولي الصغير، القاهرة، 1997.
12. ميخائيل سليمان، **صورة العرب في عقول الأمريكيين**، ترجمة عطا عبد الوهاب، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1987.
13. السيد ياسين، **الشخصية العربية بين صور الذات ومفهوم الآخر** ، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1981.

14. إياد عماوي، **الأنا والآخر ودورها في رسم وتحديد العلاقة بين الوطن العربي والغرب**، متاح على
15. الرابط *www.qou.edu/home/sciResearch/.../iyadAmawi/r7_iyadAmawi.pdf*، تاريخ الزيارة 21 مارس 2019، 18:00

16. أرثر آسا بيرغر: **وسائل الإعلام و المجتمع، رؤية نقدية**، ترجمة صالح خليل أبو اصبع ، سلسلة كتب عالم المعرفة، الكويت، 2001.
17. سلافة فاروق الزعبي، **صورة العرب في الإعلام الأمريكي**، دار ورد للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 43.
18. اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة، دار كتب عربية للنشر و التوزيع، القاهرة، د س.
19. مجموعة من المؤلفين، **الإعلام الإسلامي، الواقع والطموح**، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007
20. محمد سعيد الريحاني، **دور الإعلام والصحافة في حوار الثقافات والحضارات وتحسين الصورة النمطية للإسلام**، رابط الموضوع*https://www.alukah.net/culture/0/64974/#ixzz5iipexyIZ* : تاريخ الزيارة 2019/03/20.
21. عبد القاسم الوشلي ، **الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة**، ط2، صنعاء، دار البشير للثقافة والعلوم الإسلامية، 19933،ص 54.
22. عبد الحليم عويس، **الإعلام الإسلامي بديل للإعلام الغربي**، متاح على الرابط: **رابط الموضوع***https://www.alukah.net/culture/0/113771/#ixzz5iit1lXLR* :، تاريخ الزيارة **20**/2019/03، 15:43
23. مبارك، أحمد سالم مبارك،**الإعلام الإسلامي والمرحلة الراهنة**، متاح على شبكة الألوكة عبر الرابط التالي: http://www.alukah.net/publications_competitions/0/629*0/1*/تاريخ الزيارة 18 مارس 2018.
24. حردان هادي الجنابي، **الإعلام الإسلامي الإليكتروني**، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
25. سهى فوزي أحمد، **العلاقة بين اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لديهم**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012.
26. أيوب دخل الله، **التربية ومشكلات المجتمع في عصر العولمة**، دار الكتاب العلمية، بيروت، 2015
27. محمد الفاتح حمدي، **قراءة نقدية لمحتويات القنوات الفضائية الدينية**، مجلة العلوم الاسلامية والحضارة، مركز البحث في العلوم الاسلامية والحضارة، الأغواط، الجزائر، العدد4، ديسمبر 2016.