



ARRASIKHUN JOURNAL

PEER-REVIEWED INTERNATIONAL JOURNAL

مجلة الراسيخون

مجلة عالمية محكمة

ISSN: 2462-2508

Volume 12, Issue 2, June 2026

الإصدار الثاني عشر، العدد الثاني، يونيو 2026



هيئة التحرير



مدير هيئة التحرير

الأستاذ المشارك الدكتور /

محمد صلاح الدين أحمد فتح الباب

نائب مدير هيئة التحرير (أول)

الأستاذ المساعد الدكتور /

سامي سمير عبد القوي

نائب مدير هيئة التحرير (ثان)

الأستاذ المشارك الدكتور /

عبد الكريم أحمد مغاوري

سكرتيرة هيئة التحرير

الأستاذة / دينا فتحي حسين

مجلة الراسخون

ARRASIKHUN JOURNAL

مجلة عالمية محكمة

لإرسال المقالات والمشاركات
عبر البريد الإلكتروني

arrasikhun.journal@mediu.edu.my

فهرس العدد

7 المنظومات في القراءات الشاذة: دراسة وصفية تحليلية
	دلالة تقديم المتأخر- زمنياً أو حكماً- في القرآن الكريم (الموت والحياة- أنموذجاً) دراسة تحليلية
29 سياقية
59 النداءات الإيمانية في سورة الحجرات وأثرها في بناء المجتمع المؤمن: دراسة تحليلية موضوعية
89 حَقِيقَةُ الْوُدِّ وَدَلَالَتُهُ السِّيَاقِيَّةُ فِي النَّصِّ الْقُرْآنِيِّ
121 الاعتراض بطلب النقض لعيب في الإثبات في الفقه الإسلامي والأنظمة السعودية
149 آراء الإمام الطرطوشي المتعلقة بالقضاء ومسائله: دراسة فقهية تحليلية
183 عقد الإيجار في الفقه الإسلامي ونظام المعاملات المدنية السعودي دراسة مقارنة
220 اختيارات الإمام الطبري الفقهية في شروط القاضي وأدلة الإثبات
246 الإعلام الغربي وصناعة الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين: الإسلاموفوبيا أنموذجاً

الإعلام الغربي وصناعة الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين: الإسلاموفوبيا أنموذجاً

Western Media and the Construction of Stereotypical Images of Islam and Muslims: Islamophobia as a Case Study

بنان موسى الصبيحي

باحثة دكتوراة في الدعوة - قسم الدعوة وأصول الدين - كلية العلوم الإسلامية - جامعة المدينة العالمية

Banan Subaihi

anan.sub@gmail.com

د. محمد السيد إبراهيم البساطي

أستاذ مساعد الدعوة وأصول الدين - كلية العلوم الإسلامية - جامعة المدينة العالمية

Mohamed Al-Sayed Al-Besatti

mohamed.elbosaty@mediu.my

Al-Madinah International University

Journal Of Arrasikhun Journal,

Volume 12, Issue 2, June 2026

Copyright © 2026 Banan Subaihi

Mohamed Al-Sayed Al-Besatti

Manuscript Received Date: 2026/5/12 |

Manuscript Acceptance Date: 2026/6/2 |

Manuscript Published Date: 2026/6/30

الملخص:

تتناول هذه الدراسة دور الإعلام الغربي في تشكيل الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين، من خلال اتخاذ الإسلاموفوبيا أنموذجاً تحليلياً يكشف تداخل البعدين الإعلامي والسياسي في إنتاج هذه الصورة وترسيخها في الوعي العام. وتنطلق الدراسة من فرضية مفادها أن الإسلاموفوبيا ليست مجرد انفعال اجتماعي عابر، بل هي بناء خطابي مركب تُسهم فيه المؤسسات الإعلامية عبر آليات متعددة، من أبرزها: التأطير الإعلامي، والانتقاء الإخباري، والتوظيف الدلالي للمصطلحات، وإعادة إنتاج الصور الثقافية النمطية في الإعلام التقليدي والرقمي. وتهدف الدراسة إلى بيان العلاقة بين الصورة النمطية والإسلاموفوبيا، وتحليل الكيفية التي يسهم بها الإعلام الغربي في ربط الإسلام بالعنف والتطرف، فضلاً عن الوقوف على أبرز الأدوات المستخدمة في هذا السياق في الصحافة، والسينما، والبرامج الإعلامية، ووسائل التواصل الاجتماعي. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، مع الاستفادة من تحليل الخطاب الإعلامي بوصفه أداة لفهم أنماط التمثيل السائدة في تناول الإسلام والمسلمين. وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الغربي أسهم في ترسيخ صورة اختزالية عن الإسلام والمسلمين، من خلال تحويل بعض الوقائع الجزئية إلى مؤشرات كلية، وربط أفعال جماعات أو أفراد بالإسلام بوصفه ديناً وحضارة. كما خلصت إلى أن هذه الصورة لا تقف عند حدود التمثيل الرمزي، بل تمتد إلى المجالين الاجتماعي والسياسي، فتؤثر في السياسات العامة، وفي فرص الاندماج، وفي مناخ التعايش داخل المجتمعات المتعددة الثقافات. وتوصي الدراسة بضرورة تطوير مقاربات إعلامية أكثر توازناً، وتعزيز الدراسات النقدية لخطاب تمثيل الإسلام في الإعلام الغربي، والاهتمام بالتربية الإعلامية التي تمكن من تفكيك الصور النمطية والخطابات المتحيّزة.

الكلمات المفتاحية:

الإعلام الغربي، الصورة النمطية، الإسلاموفوبيا، التأطير الإعلامي، الخطاب الإعلامي، تمثيل الإسلام.

Abstract

This study examines the role of Western media in shaping stereotypical representations of Islam and Muslims. It employs Islamophobia as an analytical framework to explore how media and political dimensions interact in the production and entrenchment of these representations within public consciousness. The study proceeds from the premise that Islamophobia is not merely a transient social reaction but a complex discursive construct. Media institutions contribute significantly to this construct through mechanisms such as media framing, news selection, the semantic deployment of terminology, and the reproduction of cultural stereotypes across traditional and digital media platforms. The study aims to elucidate the relationship between stereotypical representations and Islamophobia, and to analyse how Western media contribute to associating Islam with violence and extremism. It also seeks to identify the principal tools employed in this context across journalism, cinema, broadcast media, and social media platforms. The research adopts a descriptive-analytical approach, utilising media discourse analysis as a methodological tool to understand prevailing patterns in the representation of Islam and Muslims. The findings indicate that Western media have consolidated a reductive image of Islam and Muslims by transforming isolated incidents into generalised indicators and by associating the actions of particular groups or individuals with Islam as a religion and civilisation. The study further concludes that these representations extend beyond symbolic depiction into the social and political spheres, influencing public policy, opportunities for social integration, and the climate of coexistence within multicultural societies. Accordingly, the study recommends developing more balanced media approaches, promoting critical scholarship on the representation of Islam in Western media discourse, and emphasising media literacy initiatives capable of deconstructing stereotypes and exposing biased narratives.

:Keywords

Western Media, Stereotypes, Islamophobia, Media Framing, Media Discourse, Representation of Islam



المقدمة

ولا تنفصل هذه الظاهرة عن سياقات تاريخية ومعرفية أعمق، إذ تغذت على تمثيلات استشراقية سابقة، ثم أعيد توظيفها في ظل تحولات سياسية كبرى، خاصة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001، حين اشتد الربط الإعلامي بين الإسلام والإرهاب، واتسعت المعالجات التي تنظر إلى المسلم بوصفه (الآخر) على نحو مثير للقلق أو موضع للريبة. وعليه، فإن دراسة دور الإعلام الغربي في تشكيل الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين لا تكتسب أهميتها من حداثة الموضوع فحسب، بل من كونها تمس جانباً بالغ الحساسية في علاقة الإعلام بإنتاج الهيمنة الرمزية وإعادة تشكيل العلاقات بين الذات والآخر في المجتمعات الحديثة.⁽³⁾

إشكالية الدراسة

تتمثل إشكالية هذه الدراسة في أن تمثيل الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي لم يعد مجرد انعكاس محايد للواقع أو نقل موضوعي للأحداث، بل أصبح في كثير من السياقات جزءاً من عملية بناء رمزي ومعرفي تسهم في إنتاج صورة نمطية سلبية عن الإسلام والمسلمين. وتتجلى هذه الإشكالية بصورة أوضح في تكرار الربط بين الإسلام والعنف والتطرف والإرهاب، وفي توظيف الأطر الإعلامية واللغوية والثقافية التي تُقدّم المسلم بوصفه "آخر" مثيراً للقلق أو التهديد. ومن ثم لا تقتصر المشكلة على وجود خطاب إعلامي سلبى فحسب، بل تمتد

أضحى الإعلام في العالم المعاصر أحد أكثر العوامل تأثيراً في تشكيل الوعي الجمعي وبناء التصورات العامة عن القضايا والجماعات والهويات. ولم يعد دوره مقتصرًا على نقل الوقائع والأخبار، بل تجاوز ذلك إلى إنتاج المعنى، وتحديد زوايا النظر إلى الأحداث، وصياغة الأطر التفسيرية التي يستقبل من خلالها الجمهور العالم المحيط به. وفي هذا السياق، تبرز مسألة تمثيل الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي باعتبارها من القضايا المركزية في النقاشات الأكاديمية والسياسية والثقافية الحديثة، لما لها من أثر مباشر في تشكيل المواقف العامة تجاه المسلمين، سواء في المجتمعات الغربية ذاتها أو في المجال الدولي الأوسع.⁽¹⁾

وقد ارتبط هذا التمثيل، في كثير من صورته، بخطاب يربط الإسلام بالعنف والتطرف والإرهاب، ويقدم المسلم في صورة تهديد أمني أو حضاري أو ثقافي. ومع تكرار هذه المعالجات في وسائل الإعلام المختلفة، تشكلت صورة نمطية سلبية عن الإسلام والمسلمين، لم تعد مجرد انعكاس لبعض الوقائع أو الأزمات، بل غدت جزءاً من بنية رمزية أوسع يعاد إنتاجها عبر الأخبار، والتحليلات، والبرامج الحوارية، والسينما، والرسوم، ومنصات التواصل الاجتماعي. ومن هنا برز مفهوم الإسلاموفوبيا بوصفه إطاراً مفاهيمياً يفسر هذا النمط من الخوف والكراهية والتمثيل المتحيز تجاه الإسلام والمسلمين.⁽²⁾

Thinking Through Islamophobia: Global Perspectives. London: Hurst & Company.

(3) Cesari, Jocelyne. (2006). *When Islam and Democracy Meet: Muslims in Europe and in the United States.* New York: Palgrave Macmillan.

(1) Poole, Elizabeth. (2002). *Reporting Islam: Media Representations of British Muslims.* London: I.B. Tauris.

(2) Sayyid, Salman, & Vakil, AbdoolKarim, eds. (2010).

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. بيان مفهوم الصورة النمطية والإسلاموفوبيا في السياق الإعلامي الغربي.
2. تحليل الدور الذي يؤديه الإعلام الغربي في إنتاج الصورة السلبية عن الإسلام والمسلمين.
3. الكشف عن أبرز الآليات الخطابية المستخدمة في ربط الإسلام بالعنف والتطرف.
4. تتبع أدوات التمثيل الإعلامي السليبي في الصحافة، والسينما، والخطاب البصري، ووسائل التواصل الاجتماعي.
5. بيان الآثار الاجتماعية والسياسية للإسلاموفوبيا الإعلامية.

6. تقديم توصيات علمية وإعلامية تحد من اختزال الإسلام والمسلمين في قوالب نمطية متحيزة.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تتناول موضوعًا يتقاطع فيه الإعلام والسياسة مع الدراسات الإسلامية المعاصرة، والعلاقات الحضارية والثقافية، وذلك من خلال تحليل الكيفية التي تُبنى بها الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي. كما تكتسب الدراسة أهميتها من محاولة تجاوز الطرح الانطباعي أو الدفاعي العام، إلى معالجة تحليلية تبحث في آليات التمثيل ذاتها، وفي دور اللغة والتأطير والانتقاء في إنتاج الإسلاموفوبيا.

إلى كيفية تشكُّل هذا الخطاب، والآليات التي يعمل من خلالها، والآثار التي يخلفها في الوعي الاجتماعي والسياسي داخل المجتمعات الغربية. ومن هنا تسعى الدراسة إلى فحص دور الإعلام الغربي في تشكيل الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين، من خلال اتخاذ الإسلاموفوبيا أنموذجًا كاشفًا عن طبيعة هذا التمثيل وآلياته ونتائج.

وانطلاقًا من هذه الإشكالية، تسعى الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيس التالي:

كيف يسهم الإعلام الغربي في تشكيل الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين، وفي ترسيخ الإسلاموفوبيا بوصفها خطابًا إعلاميًا وسياسيًا وثقافيًا؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيس ما يأتي:

1. ما المقصود بالصورة النمطية والإسلاموفوبيا في السياق الإعلامي الغربي؟
2. ما الجذور التاريخية والمعرفية التي أسهمت في إنتاج هذه الصورة؟

3. ما الآليات الإعلامية التي يُبنى من خلالها هذا الخطاب ويعاد ترسيخه؟

4. ما أبرز أدوات الإعلام التقليدي والرقمي في تكريس الصورة النمطية؟

5. ما الآثار الاجتماعية والسياسية المترتبة على هذا النمط من التمثيل الإعلامي؟

ليبمان (مبكرًا إلى أن الصور الذهنية المسبقة تعمل بوصفها «صورًا في رؤوسنا» تساعد الأفراد على تبسيط العالم، ولكنها في الوقت نفسه تُنتج تصوّرات غير دقيقة، وقد تتحول إلى أداة للحكم المسبق والتمييز ضد فئات معينة.⁽¹⁾ وتنبع خطورة الصورة النمطية من أنها لا تبقى على مستوى الانطباع الفردي، بل تترسخ بفعل التكرار المؤسسي، ولا سيما حين تتبناها وسائل الإعلام وتعيد بثّها في الأخبار، والصور، والبرامج، والسرديات الثقافية، فتتحول عبر الزمن إلى معرفة عامة شائعة يصعب مساءلتها أو مراجعتها. وعليه، فإن الصورة النمطية في هذه الدراسة لا تُفهم بوصفها مجرد خطأ معرفي، بل بوصفها بناءً رمزيًا يختزل الإسلام والمسلمين في صفات مثل العنف أو التعصب أو التهديد الأمني، ثم يعيد تقديم هذه الصفات بوصفها جوهرًا ثابتًا.

ثانيًا: الإسلاموفوبيا بوصفها بنية خطابية تتجاوز الخوف الفردي.

يُستخدم مصطلح الإسلاموفوبيا في الخطاب السياسي والإعلامي للدلالة على الخوف أو الكراهية أو التحيز غير المبرر تجاه الإسلام والمسلمين. غير أننا في هذه الدراسة ننظر إلى المصطلح في معناه الأوسع، بوصفه بنية خطابية واجتماعية وسياسية تتجسد في اللغة، والسياسات، والصور الإعلامية، والسلوكيات الفردية والمؤسسية. وهي بهذا المعنى لا تتعلق فقط بالمشاعر أو الانطباعات، بل بمنظومات كاملة من التمثيل والمعالجة والتشريع والإقضاء.

ويجدر الإشارة إلى أن مفهوم الإسلاموفوبيا لا يقتصر

وتنبع أهميتها أيضًا من أن هذه الصورة الإعلامية لا تبقى حبيسة المجال الرمزي، بل تنعكس على السياسات العامة، وعلى أشكال التمييز، وعلى فرص الاندماج والتعايش داخل المجتمعات الغربية.

الإطار المفاهيمي والنظري

يحدد الإطار النظري في هذه الدراسة المفاهيم المركزية التي يدور حولها التحليل، ويبين المنظور الذي تُقرأ من خلاله صورة الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي. ونظرًا إلى أن الدراسة تبحث في العلاقة بين الإعلام والصورة النمطية والإسلاموفوبيا، فإن بناء هذا الإطار يقتضي الوقوف عند ثلاثة مفاهيم محورية هي: الصورة النمطية، والإسلاموفوبيا، والتأطير الإعلامي. ولا تُطرح هذه المفاهيم هنا بوصفها وحدات منفصلة، بل بوصفها مفاهيم مترابطة، يُسهم كل واحد منها في تفسير مستوى من مستويات الظاهرة المدروسة: فالصورة النمطية تمثل المضمون الذهني المختزل، والإسلاموفوبيا تمثل الإطار الخطابي والاجتماعي الأوسع الذي يمنح هذا المضمون شرعيته وانتشاره، أما التأطير الإعلامي فيمثل الآلية التي يعاد بها إنتاج هذه الصورة وتثبيتها داخل النسق العام.

أولًا: الصورة النمطية.

تمثل الصورة النمطية أحد المفاهيم الأساسية في تحليل الخطاب الإعلامي والثقافي، وهي تشير إلى تمثيل ذهني مبسط ومختزل لجماعة بشرية أو ثقافية معينة مجتمعة في مجموعة محددة من الصفات الثابتة بحيث تصبح هذه الصفات بمثابة عدسة جاهزة لفهمها وتفسير أفعالها. وقد نبه (والتر

(1) Lippmann, Walter, *Public Opinion* (New York: Harcourt, Brace and Company, 1922), pp. 95–104.

ثالثاً: التأطير الإعلامي

يمثل التأطير الإعلامي إحدى أهم الأدوات النظرية لفهم دور الإعلام في صناعة المعنى؛ إذ يقوم على اختيار بعض عناصر الواقع وتسليط الضوء عليها ضمن إطار تفسيري معين، أي أنه يفسر كيف تنتقل وسائل الإعلام من مجرد عرض الحدث إلى إعادة صياغة معناه بما يقود الجمهور إلى قراءة مخصوصة لهذا الحدث.

وقد بين روبرت إنتمن (أن التأطير يتضمن اختيار بعض جوانب الواقع المدرك وإبرازها داخل النص الإعلامي، على نحو يجعلها أكثر حضوراً في عملية تعريف المشكلة، أو تفسير أسبابها، أو إصدار حكم أخلاقي بشأنها، أو اقتراح علاج لها.⁽³⁾ وهذا التعريف يكشف بوضوح أن الإعلام لا يعمل بوصفه وسيطاً شفافاً، بل بوصفه فاعلاً رمزياً يسهم في توجيه الفهم العام. وفي موضوع الإسلاموفوبيا، يعمل التأطير على ربط الإسلام والمسلمين بأطر دلالية أمنية أو ثقافية سلبية، تُصورهم في موقع التهديد أو الخطر أو عدم الاندماج، كما تتضح قيمة هذا المفهوم حين نلاحظ أن الأفعال العنيفة المرتبطة بمسلمين تُقدّم كثيراً داخل أطر دينية أو حضارية واسعة، بينما تُقدّم أفعال مشابهة من غير المسلمين ضمن أطر فردية أو نفسية أو ظرفية. وبذلك لا يكون الانحياز في كثافة التغطية وحدها، بل في الإطار التفسيري الذي يربط الحدث بالإسلام ذاته، ويحوّل الفعل الجزئي إلى مؤشر على هوية كلية.

على معنى الخوف أو النفور الفردي من الإسلام، بل يشير في الأدبيات الحديثة إلى منظومة أوسع من التصورات والممارسات والخطابات التي تنتج العداء تجاه الإسلام والمسلمين أو تعيد تبريره. ولهذا فإن أهميته في هذه الدراسة لا تنبع من كونه مصطلحاً وصفيّاً فحسب، بل من كونه مفهوماً تحليلياً يربط بين التمثيل الإعلامي، والتصورات الثقافية، والمناخ السياسي والاجتماعي الذي يُنتج التحيز ضد المسلمين. ويشير كتاب (التفكير من منطلق الإسلاموفوبيا) إلى أن المصطلح يُستخدم اليوم في سياقات متعددة، وأن قيمته العلمية تتجلى في كشفه عن العلاقة بين الخوف من الإسلام وبين البنى الثقافية والسياسية التي تجعل هذا الخوف قابلاً للتداول والتطبيع.⁽¹⁾ كما يوضح (كونداي) أن الإسلاموفوبيا الحديثة ارتبطت بقوة بخطابات الحرب على الإرهاب وبالتحول الأمني الذي أعاد تعريف المسلم داخل المجال الغربي بوصفه موضوعاً للمراقبة والشك والضبط.⁽²⁾ ومن هنا، فإن الدراسة الحالية تستفيد من مفهوم الإسلاموفوبيا بوصفه الإطار الذي تنتظم داخله الصور النمطية الإعلامية، لا مجرد نتيجة لاحقة لها؛ فالإعلام يسهم في إنتاج الإسلاموفوبيا، والإسلاموفوبيا بدورها تمنح الإعلام أرضية خصبة لإعادة تدوير الصورة السلبية عن المسلمين.

(1) Sayyid, Salman, and Wakil, AbdoolKarim (eds.), **Thinking Through Islamophobia: Global Perspectives**, (London: Hurst & Company, 2010), pp. 1–8.

(2) Kundnani, Arun, **The Muslims Are Coming!: Islamophobia, Extremism, and the Domestic War on Terror**, (London: Verso, 2014), pp. 1–18.

(3) Entman, Robert M., "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," **Journal of Communication**, vol. 43, no. 4 (1993), pp. 52–53.

رابعًا: الإعلام وصناعة المعنى

وبذلك، يشكل هذا الإطار النظري الأساس التحليلي الذي ستعتمد عليه الدراسة في تفكيك الجذور التاريخية للصورة النمطية، وتحليل آليات إنتاجها في الإعلام الغربي، واستكشاف آثارها الاجتماعية والسياسية.

خامسًا: المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة

تطلق هذه الدراسة، بناءً على ما تقدم، من مقاربة تجمع بين تحليل الخطاب الإعلامي ونظرية التأطير، مع الاستفادة من الأدبيات النقدية للإسلاموفوبيا والتمثيل الثقافي. فالصورة النمطية تمثل ناتجًا رمزيًا، والإسلاموفوبيا تمثل الإطار الاجتماعي والسياسي الذي يعطي هذا الناتج معنى ووظيفة، أما التأطير الإعلامي فيمثل الأداة والآلية التي تُنتج من خلالها هذه الصورة وتُعاد صياغتها في الفضاء العام. وتسمح هذه المقاربة بقراءة الخطاب الإعلامي لا من حيث مضمونه الظاهر فقط، بل من حيث اختياراته اللغوية، وصوره المتكررة، وأنماط الحضور والغياب فيه، والسرديات التي يرسخها حول الإسلام والمسلمين. ولذلك فإن هذا الإطار لا يعمل بوصفه تمهيدًا نظريًا فحسب، بل بوصفه الأساس الذي ستستند إليه الدراسة في تحليل الجذور التاريخية للصورة النمطية، وآليات إنتاجها، وتصويرها في الإعلام التقليدي والرقمي.

الدراسات السابقة

اهتمت الأدبيات السابقة بتحليل صورة الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي من زوايا متعددة، ويمكن تصنيفها، بصورة عامة، إلى ثلاثة مسارات رئيسة بحسب طبيعة موضوعها ومجال معالجتها:

لا يكتمل الإطار النظري لهذه الدراسة من دون الإشارة إلى الخلفية المعرفية التي تجعل بعض الأطر الإعلامية قابلة للانتشار والقبول، إذ لا يقتصر الإعلام على نقل الخبر، بل يؤدي دورًا أساسيًا في إنتاج الواقع المجتمعي، لا سيما في القضايا التي لا يختبرها الجمهور مباشرة. ومن هنا فإن صورة الإسلام في الإعلام ليست مجرد انعكاس للواقع، بل هي جزء من بناء ذلك الواقع في أذهان المتلقين.

وعلى هذا الصعيد، بيّن (إدوارد سعيد) في كتابه (الاستشراق) أن تمثيل الشرق في الخطاب الغربي لم يكن تمثيلًا بريئًا أو محايدًا، بل كان جزءًا من بنية معرفية مرتبطة بالقوة والهيمنة.⁽¹⁾ ويرتبط ذلك في تفسير الكيفية التي يُعاد بها تمثيل الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي الحديث؛ إذ لم يبدأ الإعلام من فراغ، بل تحرك داخل رصيد ثقافي سابق يجعل «الآخر الإسلامي» قابلاً للقراءة بوصفه غريبًا أو مقلقًا أو تهديديًا. وتضيف أعمال مثل كتاب بول *Reporting Islam* أن هذا التمثيل يأخذ في الإعلام الإخباري المعاصر شكلًا أكثر تنظيمًا، حيث يُدمج الإسلام في كثير من الأحيان داخل سرديات الأمن والتطرف والتوتر الاجتماعي، وبذلك تتجدد الصور القديمة في قوالب إعلامية حديثة.⁽²⁾ وهذه النقطة بالذات هي التي تربط بين الخلفية الاستشراقية وبين الأدوات الإعلامية المعاصرة، من دون اختزال أحدهما في الآخر.

(1) Said, Edward W., *Orientalism* (New York: Pantheon Books, 1978), pp. 1-9.

(2) Poole, Elizabeth, *Reporting Islam: Media Representations of British Muslims*, (London: I.B. Tauris, 1st ed., 2002), pp. 1-6, 45-52.

ناقل للحدث. وأوضحت كيف أن تناول الإسلام في الإعلام البريطاني ارتبط في كثير من الأحيان بسياقات أمنية وصراعية، ما ساهم في تقديمه في صورة إشكالية أو مقلقة بدل تقديمه بوصفه مكونًا دينيًا واجتماعيًا طبيعيًا داخل المجتمع، غير أن من حدودها أنها تركز على السياق البريطاني أساسًا، وعلى الإعلام التقليدي في مرحلة مبكرة، قبل الصعود الكبير لمنصات التواصل الاجتماعي بوصفها فاعلاً موازيًا أو منافسًا للإعلام المؤسسي.

Elgamri, Elzain. (2008). *Islam in the British Broadsheets: The Impact of Orientalism on Representations of Islam in the British Press*. Reading: Ithaca Press

في الاتجاه نفسه، جاءت دراسة (الغمري) في كتابه (الإسلام في الصحف البريطانية الكبرى: أثر الاستشراق في تمثيل الإسلام في الصحافة البريطانية)، حيث بحثت أثر النزعة الاستشراقية في تمثيل الإسلام داخل الصحافة البريطانية الرصينة. وتمثل أهمية هذه الدراسة في أنها لم تكتف بوصف التحيز الإعلامي، بل ربطته بإرث معرفي أعمق هو الإرث الاستشراقي، وبذلك انتقلت من وصف الصورة إلى تفسير خلفياتها الفكرية، فكشفت عن وجود أنماط من التحيز والبناء الخطابية الذي يربط الإسلام غالبًا بأحداث العنف والأزمات. وتعد هذه الدراسة قوية من حيث ربطها بين الإعلام والاستشراق، وهو ما يفيد الدراسة الحالية في بناء الخلفية المعرفية للصورة النمطية. غير أن قصورها النسبي يتمثل في تركيزها على الصحافة المكتوبة فقط، وعدم امتدادها إلى الفضاءات البصرية والرقمية التي أصبحت لاحقًا

مسار تناول تمثيل الإسلام والمسلمين في الإعلام الإخباري الغربي بما فيه من صحافة ووسائل إعلام، وتمثيل ثقافي وبصري في السينما والخطابات المرئية، ومسار آخر تناول الإسلاموفوبيا بوصفها إطاراً فكرياً وسياسياً وخطابياً، أما المسار الثالث وهو الأحدث فقد انشغل بالإعلام الرقمي وخطابات الكراهية على منصات التواصل الاجتماعي. وهذا التصنيف الموضوعي أنسب لطبيعة الدراسة الحالية من الترتيب الزمني المجرد؛ لأنه يساعد على إبراز تطور المعالجة من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي، ومن الوصف الإعلامي إلى التحليل الخطابى والنقدي.

أولاً: الدراسات المتعلقة بتمثيل الإسلام والمسلمين في الإعلام الإخباري الغربي

Poole, Elizabeth. (2002). *Reporting Islam: Media Representations of British Muslims*. London: I.B. Tauris.

تعد دراسة (إليزابيث بول)، حول تمثيلات المسلمين البريطانيين في الإعلام الغربي، من الدراسات المرجعية المبكرة في هذا المجال، وركزت على تمثيل المسلمين البريطانيين في وسائل الإعلام الإخبارية، مع تحليل الطريقة التي تُبنى بها الصورة الإعلامية عن الإسلام ضمن الصحافة البريطانية. وتكمن القيمة العلمية لهذه الدراسة في أنها قدمت معالجة منظمة لمسألة التمثيل الإعلامي، وربطت بين الأخبار والسياقات الثقافية والسياسية التي تؤثر في بناء صورة المسلمين في بريطانيا. ومن أبرز نقاط القوة فيها أنها ركزت على الإعلام الإخباري بوصفه فاعلاً في إنتاج المعنى، لا مجرد

يقتصر على تغطية إخبارية عابرة، بل يمتد إلى صناعة صورة راسخة في المخيال الثقافي، تظهر العربي أو المسلم غالبًا في صورة الإرهابي أو المتوحش أو العنيف. ويتقاطع ذلك مع ما ورد في الأدبيات العربية التي نبهت إلى دور السينما والإعلام البصري في تكريس صورة «المسلم الخطر» داخل الخيال الغربي.

Entman, Robert M. (1993). "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

من الناحية النظرية، فقد أسهمت دراسة (روبرت إنتمن) حول التأطير الإعلامي في توفير أداة تفسيرية مهمة لفهم كيفية بناء الإعلام للمعنى، وتوجيهه إدراك الجمهور إلى تفسير مخصوص للحدث. ويكتسب هذا الإطار أهمية خاصة في دراسة تمثيل الإسلام، لأن التأطير لا يصف الحوادث فحسب، بل يعيد ترتيبها داخل سياق دلالي يجعل بعض العناصر بارزة وبعضها الآخر مهمشًا. وهذا يفسر الكيفية التي تقدم بها الأفعال المنسوبة إلى مسلمين في إطار يربطها بالدين أو الحضارة، في حين تُفسر أفعال مماثلة من غير المسلمين ضمن أطر فردية أو نفسية أو استثنائية.

ثانيًا: الدراسات المتعلقة بالإسلاموفوبيا بوصفها إطارًا فكريًا وخطابيًا

Sayyid, Salman, & Vakil, AbdoolKarim, eds. (2010). *Thinking Through Islamophobia: Global Perspectives*. London: Hurst & Company. P.15 onwards.

فيما يتعلق بمفهوم الإسلاموفوبيا ذاته، يقدم كل من (سيد) و(وكيل) في دراسة: (التفكير عبر

أكثر حضورًا في تشكيل التصورات العامة.

Mostafa, Gamal M., (2007), "Correcting the Image of Islam and Muslims in the West: Challenges and Opportunities for Islamic Universities and Organizations," *Journal of Muslim Minority Affairs*, Vol. 27, No. 3, pp. 371-386.

تتقاطع مع الدراستين السابقتين دراسة جمال مصطفى المعنونة بـ: (تصحيح صورة الإسلام والمسلمين في الغرب: التحديات والفرص أمام الجامعات والمنظمات الإسلامية)، والتي هدفت إلى بحث صورة الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي، واقترح أدوار للمؤسسات الأكاديمية والإسلامية في تصحيح هذه الصورة، واعتمدت على استبانة طبقت على عينة من المسلمين المقيمين في الغرب، بلغ حجمها 132 مشاركًا. وتكمن قيمتها العلمية في أنها جمعت بين الجانب التشخيصي والجانب الإجرائي، فلم تكتف بوصف المشكلة بل سعت إلى اقتراح آليات لمواجهتها. غير أن هذه الدراسة تميل أكثر إلى الطابع الإصلاحية التطبيقي من الطابع التحليلي العميق للخطاب الإعلامي نفسه، ولذلك تفيد الدراسة الحالية بوصفها مرجعًا في تشخيص الصورة السلبية وآثارها، لكنها لا تكفي وحدها لتحليل الآليات الخطائية التي تنتج هذه الصورة.

Shaheen, Jack G. (2001). *Reel Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People*. New York: Olive Branch Press.

في المسار الثاني، جاء عمل جاك شاهين بعنوان: (العرب السيئون: كيف تشوّه هوليوود شعبًا) ليكشف البعد الثقافي العميق لتمثيل العرب والمسلمين في السينما الغربية، مبيّنًا أن الأمر لا

الإعلام والسياسة، وفي كشف أن الصورة النمطية لا تبقى في المجال الرمزي، بل تتجاوز ذلك إلى المجال المؤسسي. غير أنها تركز بدرجة أكبر على البعد السياسي والأمني، في حين أن الدراسة الحالية تريد أن تجعل الخطاب الإعلامي ذاته في مركز التحليل، لا مجرد أثره السياسي.

ثالثاً: الدراسات المتعلقة بتمثيل الإسلام والمسلمين في الإعلام الرقمي

Ittefaq, Muhammad, & Ahmad, Kamran. (2018). "Representation of Islam and Muslims on Social Media: A Discourse Analysis of Facebook." *Journal of Media Critiques*, 4(13), 73-90.

في المجال الرقمي، تشكل دراسة (اتفاق) (و) أحمد) المتعلقة بتصوير الإسلام والمسلمين على وسائل التواصل الاجتماعي وتحديدًا تطبيق الفيسبوك، تشكل إسهامًا مهمًا في كشف انتقال الصور النمطية من الإعلام التقليدي إلى الفضاءات الاجتماعية التفاعلية، حيث أعيد الترويج للإسلام بوصفه تهديدًا للسلام، وللحياة العامة، ولأسلوب الحياة الغربي، وللأديان الأخرى.

تعتبر هذه الدراسة واحدة من أكثر الدراسات صلة بموضوع الورقة الحالية. فقد هدفت إلى تحليل تمثيل الإسلام والمسلمين على فيسبوك من خلال تحليل الخطاب، وكشفت أن التفاعلات على المنصة تسهم في تشكيل التصورات والاتجاهات والآراء المتعلقة بالإسلام والمسلمين. وتكمن قيمة هذه الدراسة في انتقالها من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي. ومن أبرز نقاط قوتها أنها تقدم تصنيفًا لطرائق تمثيل المسلمين داخل منصة

الإسلاموفوبيا: رؤى عالمية) معالجة مفاهيمية أوسع للمصطلح من منظور عالمي، بما يبين أن الإسلاموفوبيا ليست مجرد انطباعات شعبية سلبية، بل بنية أيديولوجية وخطابية متعددة المستويات. وتنبع أهميته من أنه لا يتعامل مع الإسلاموفوبيا بوصفها مجرد تحيز اجتماعي محدود، بل يطرحها إطارًا عالميًا معقدًا يتداخل فيه البعد السياسي والثقافي والإيديولوجي. وقوة هذا العمل تكمن في توسعه النظري، وفي مساهمته في تأصيل مفهوم الإسلاموفوبيا وتحويله من توصيف إعلامي أو اجتماعي عام إلى مفهوم تحليلي يمكن الاشتغال به أكاديميًا. إلا أن طابعه النظري الواسع يجعله أقل تركيزًا على تفاصيل الأدوات الإعلامية الدقيقة مقارنة بالدراسة الحالية التي تريد فحص آليات الإعلام نفسه.

Kundnani, Arun. (2014). *The Muslims Are Coming!: Islamophobia, Extremism, and the Domestic War on Terror*. London: Verso.

في السياق نفسه، يمثل كتاب (آرون كوناني) المعنون بـ (المسلمون قادمون: الإسلاموفوبيا، والتطرف والحروب الأهلية على الإرهاب)، إسهامًا مهمًا في فهم العلاقة بين الإسلاموفوبيا والخطاب الأمني والسياسة الداخلية المرتبطة بالحرب على الإرهاب في الغرب. وتكمن قيمته في أنه يبين كيف تحولت صورة المسلم إلى عنصر محوري في بناء سياسات المراقبة والضبط والحرب على الإرهاب موضحًا أن الخوف من المسلمين أصبح أداة سياسية تعزز منطق الضبط والمراقبة وإعادة تنظيم العلاقة بين الدولة والمجتمع. وتفيد هذه الدراسة في بيان التداخل بين

أدوات التمثيل في الإعلام التقليدي والرقمي ضمن بنية تحليلية واحدة، وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى الإسهام فيه.

الفجوة العلمية والتحليل النقدي للدراسات السابقة:

يتضح من عرض الدراسات السابقة أن هناك تقاطعًا واضحًا بينها وبين الدراسة الحالية في الاهتمام بصورة الإسلام والمسلمين في الغرب، وفي الإقرار بوجود تمثيلات إعلامية متحيزة أو اختزالية. كما يظهر أن بعض الدراسات ركز على الإعلام الإخباري التقليدي، مثل دراسة (بول) و(العُمري)، وبعضها انشغل بتأصيل مفهوم الإسلاموفوبيا نظريًا وسياسيًا، مثل كتاب (سيد ووكيل) وكتاب (كونداي)، بينما انتقلت دراسات أخرى إلى البيئة الرقمية، مثل دراسة (اتفاق وأحمد) ودراسة (لارسون). وهذا التدرج يمثل ثراءً مهمًا في الأدبيات.

غير أن هذه الدراسات، على أهميتها، تكشف أيضًا عن فجوة علمية تتمثل في أن معظمها إما يركز على وسيط واحد من وسائط الإعلام، أو ينشغل بالبعد النظري/السياسي للإسلاموفوبيا دون أن يجمع بصورة متوازنة بين الإطار المفاهيمي والتحليل الإعلامي وأدوات التمثيل في الإعلام التقليدي والرقمي ضمن بناء واحد. فدراسة (بول) و(العُمري) تقفان أساسًا عند الصحافة والإعلام الإخباري، ودراسة (مصطفى) تميل إلى الطابع الإصلاحية والمؤسسية، ودراسة (اتفاق وأحمد) تنحصر في فيسبوك، ودراسة (لارسون) تدرس حالة رقمية خاصة، أما الأعمال

رقمية مؤثرة. أما حدّها الأساسي فهو انحصارها في فيسبوك، وفي مادة تطبيقية محددة، وهو ما يجعل نتائجها مهمة ولكنها غير كافية لتفسير الصورة النمطية في مجمل الإعلام الغربي التقليدي والرقمي معًا.

Larsson, Göran. (2007). "Cyber-Islamophobia? The Case of WikiIslam." *Contemporary Islam*, 1(1), 53-67.

وفي الإطار الرقمي أيضًا، تأتي دراسة (لارسون) المعنونة بـ: (الإسلاموفوبيا السيبرانية: دراسة حالة ويكي إسلام)، لتلفت الانتباه مبكرًا إلى دور الإنترنت في نشر المضامين المعادية للإسلام، من خلال دراسة حالة لموقع (ويكي إسلام- WikiIslam) وتكمن قيمة هذه الدراسة في أنها من الدراسات المبكرة التي نبهت إلى أن الإسلاموفوبيا لم تعد مقتصرة على المؤسسات الإعلامية التقليدية، بل أصبحت تتخذ أشكالًا رقمية جديدة، كما نبهت إلى ضرورة الاهتمام بالإنترنت بوصفه وسيطًا لا ينقل الصور النمطية فقط، بل يضاعف انتشارها ويمنحها أشكالًا جديدة من التداول والتطبيع. وتتمثل قوتها في إبراز البعد الرقمي للعداء للإسلام في وقت مبكر نسبيًا، غير أن حدودها تظهر في اعتمادها على حالة مفردة، بما يجعلها كاشفة لظاهرة مهمة، لكنها لا تقدم صورة شاملة عن تمثيل الإسلام في المنصات الرقمية المختلفة.

وعلى الرغم من أهمية هذه الأدبيات، فإن الحاجة ما تزال قائمة إلى دراسة تجمع بين الإطار المفاهيمي للإسلاموفوبيا، وتحليل الآليات الإعلامية، ورصد

وتعتمد الدراسة كذلك على المنهج التاريخي التفسيري، من خلال تتبع الجذور التاريخية والمعرفية للصورة النمطية عن الإسلام، ابتداءً من العصور الوسطى، مروراً بالخطاب الاستشراقي، وصولاً إلى التحولات المعاصرة، بهدف فهم تطور هذه الصورة في سياقها الزمني والثقافي.

وفي إطار ذلك، تستند الدراسة إلى تحليل الأدبيات العلمية والدراسات السابقة في مجالات الإعلام والدراسات الثقافية، بهدف بناء إطار نظري متكامل يفسر الظاهرة محل الدراسة. كما توظف الدراسة تحليلاً نوعياً تفسيرياً للمضامين الإعلامية، من خلال الاستشهاد بنماذج عامة، دون الاعتماد على عينة إحصائية محددة، وهو ما ينسجم مع طبيعتها التحليلية النظرية.

وتهدف هذه المقاربة المنهجية إلى تقديم فهم متكامل يجمع بين الوصف والتفسير والتحليل النقدي، للكشف عن الدور الذي يؤديه الإعلام الغربي في تشكيل الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين، وبيان أبعاد ظاهرة الإسلاموفوبيا في السياق المعاصر.

حدود الدراسة

تحدد هذه الدراسة بجملة من الحدود التي تضبط نطاقها العلمي والمنهجي، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: الحدود الموضوعية

تقتصر الدراسة على تحليل دور الإعلام الغربي في تشكيل الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين، مع التركيز على ظاهرة الإسلاموفوبيا بوصفها

النظرية الأوسع فتركز على البنية الفكرية والسياسية أكثر من تركيزها على تفصيل الآليات الإعلامية. ومن هنا تتمثل الإضافة العلمية للدراسة الحالية في أنها تسعى إلى دمج المستويات الثلاثة التالية في إطار واحد يحافظ على الطابع التحليلي والنقدي دون أن يقتصر على الوصف أو المعالجة الجزئية:

تمثل الإضافة العلمية للدراسة الحالية في أنها تسعى إلى الجمع بين التأصيل المفاهيمي للإسلاموفوبيا وعلاقته بالصورة النمطية وتحليل الآليات الإعلامية التي تنتج هذه الصورة وبيان مظاهرها في الإعلام التقليدي والرقمي معاً، بما يتيح معالجة أكثر تكاملاً لطبيعة الخطاب الإعلامي الغربي في تمثيل الإسلام والمسلمين.

منهجية الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لملاءمته لطبيعة الموضوع، حيث يتيح وصف طبيعة الصورة النمطية التي يقدمها الإعلام الغربي عن الإسلام والمسلمين، وتحليل أبعادها التاريخية والمعرفية، والكشف عن الآليات التي تسهم في تشكيلها وإعادة إنتاجها.

كما توظف الدراسة تحليل الخطاب الإعلامي بوصفه أحد الأدوات الرئيسة، من خلال تفكيك الخطابات الإعلامية والفكرية المرتبطة بالإسلاموفوبيا، والوقوف على الأطر المفاهيمية واللغوية التي يتم من خلالها تمثيل الإسلام والمسلمين في السياق الغربي، بما يشمل أنماط التأطير الإعلامي، والاختيارات اللغوية، والسرديات التفسيرية، والتمثيلات الثقافية التي تسهم في بناء الصورة النمطية.

تحليل الخطاب الإعلامي

حيث يتم تفكيك الخطابات الإعلامية المرتبطة بالإسلام والمسلمين، من خلال:

تحليل المصطلحات المستخدمة (مثل: الإرهاب الإسلامي، التطرف)

رصد الأطر التفسيرية (Framing) التي يتم من خلالها تقديم الأحداث

الكشف عن السرديات الإعلامية الكبرى التي تعيد تصنيف الإسلام بوصفه «آخرًا»

تحليل الأدبيات والدراسات السابقة

وذلك من خلال مراجعة الدراسات الأكاديمية التي تناولت: الإسلاموفوبيا والاستشراق وتمثيل الإسلام في الإعلام الغربي، بهدف بناء إطار نظري يفسر الظاهرة محل الدراسة.

التحليل التفسيري للنماذج الإعلامية

حيث يتم الاستشهاد بنماذج إعلامية عامة (إخبارية أو ثقافية أو رقمية) بوصفها أمثلة تفسيرية، دون الاعتماد على عينة إحصائية محددة، وذلك بهدف توضيح أنماط التمثيل الإعلامي وآلياته.

المبحث الأول: الجذور التاريخية والمعرفية للإسلاموفوبيا في السياق الغربي

لا يمكن فهم الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي دون الرجوع إلى الخلفيات التاريخية والمعرفية التي أسهمت في

نموذجًا تطبيقيًا، وذلك من خلال دراسة الأبعاد التاريخية والمعرفية والإعلامية لهذه الظاهرة، دون التوسع في الجوانب الأمنية أو القانونية المرتبطة بمكافحة الإرهاب.

ثانيًا: الحدود المنهجية

تنحصر الدراسة في إطار المنهج الوصفي التحليلي وتحليل الخطاب، مع توظيف المنهج التاريخي التفسيري، دون الاعتماد على أساليب كمية أو تحليل إحصائي لعينات إعلامية محددة، وذلك انسجامًا مع طبيعتها النظرية التفسيرية.

ثالثًا: الحدود الزمنية

تركز الدراسة على المرحلة المعاصرة، لا سيما منذ نهاية الحرب الباردة، مع إيلاء اهتمام خاص للفترة التي أعقبت أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001، بوصفها نقطة تحول في تمثيل الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي.

رابعًا: الحدود المكانية

تتناول الدراسة الإعلام الغربي بوصفه إطارًا عامًا، مع الإشارة إلى بعض النماذج التوضيحية من وسائل الإعلام في أوروبا والولايات المتحدة، دون الاقتصار على دولة بعينها.

أداة الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على أداة التحليل النوعي للمضمون والخطاب بوصفها الأداة الرئيسة في جمع البيانات وتحليلها، وذلك بما يتناسب مع طبيعتها النظرية التفسيرية. وتتمثل أداة الدراسة في:

أعيد إنتاجها في الأدبيات الدينية والتاريخية، مما ساهم في ترسيخ صورة نمطية عن الإسلام بوصفه دينًا مناقضًا للقيم الغربية أو مهددًا لها.⁽¹⁾

ومع دخول أوروبا مرحلة التوسع الاستعماري، تعززت هذه الصورة ضمن سياق جديد، حيث جرى تقديم العالم الإسلامي بوصفه متخلفًا أو غير قادر على مواكبة الحداثة، وهو ما أسهم في بناء مبررات ثقافية للهيمنة السياسية والاقتصادية.

المطلب الثاني: الاستشراق وبناء الصورة المعرفية للإسلام

مع تطور المشروع الاستعماري الأوروبي في القرنين الثامن عشر والتاسع عشر، انتقلت صورة الإسلام من المجال الديني إلى المجال المعرفي، حيث ظهر الاستشراق بوصفه حقلاً علمياً يدرس الشرق، ولكنه في الوقت نفسه يعيد تمثيله ضمن أطر تخدم الهيمنة الثقافية والسياسية. وفي هذا السياق، بيّن إدوارد سعيد أن الاستشراق لم يكن مجرد نشاط علمي محايد، بل كان نظاماً معرفياً يُنتج تمثيلات معينة عن الشرق، ومنه الإسلام، بوصفه كياناً جامداً، غير عقلائي، ومختلفاً جذرياً عن الغرب.⁽²⁾

وتكمن أهمية هذا الطرح في أنه يفسر كيف أصبحت الصور النمطية عن الإسلام جزءاً من بنية معرفية مؤسسية، تمتد من الدراسات الأكاديمية إلى الخطاب الإعلامي، بحيث لم تعد مجرد تصورات

تشكلها؛ إذ تمثل هذه الصورة نتاج تراكمات فكرية وثقافية ممتدة عبر مراحل زمنية متعددة، تشابكت فيها الأبعاد الدينية والثقافية والسياسية. وقد أسهمت هذه التراكمات في بناء تصورات معينة عن الإسلام داخل الخيال الغربي، لم تقتصر على وصف الواقع، بل شاركت في إعادة تشكيله ضمن أطر تفسيرية محددة.

ومن هنا، يمكن تحليل هذه الجذور من خلال ثلاثة مستويات مترابطة: مستوى تاريخي تشكلت فيه الصور الأولية، ومستوى معرفي أعيد فيه إنتاج هذه الصور ضمن إطار استشراقي، ثم مستوى معاصر جرى فيه توظيف هذه الأنماط في سياقات إعلامية وسياسية جديدة.

المطلب الأول: الجذور التاريخية للصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين

ترتبط الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين في الوعي الغربي بجذور تاريخية تعود إلى العصور الوسطى، حيث تشكلت في سياق الصراعات الدينية والسياسية، ولا سيما خلال الحروب الصليبية. ففي هذه المرحلة، جرى تقديم المسلمين بوصفهم خصماً عقائدياً وحضارياً في آن واحد، وهو ما أسهم في بناء تصور ثنائي يقسم العالم إلى «نحن» و«هم»، ويجعل من الاختلاف الديني أساساً للعداء والصراع.

ولم تكن هذه الصور مجرد انعكاس للوقائع التاريخية، بل كانت جزءاً من خطاب تعبوي هدف إلى تعزيز الهوية الجماعية الأوروبية في مواجهة «الآخر الإسلامي». وقد استمرت هذه التصورات في أشكال متعددة خلال العصور اللاحقة، حيث

(1) Daniel, Norman, *Islam and the West: The Making of an Image* (Edinburgh: Edinburgh University Press, 1960), pp. 1–20.

(2) Said, Edward W., *Orientalism* (New York: Pantheon Books, 1978), pp. 1–9.

فردية، بل تحولت إلى إطار تفسيري يُعاد من خلاله فهم الإسلام والمسلمين.

كما شهدت هذه المرحلة تزايداً في توظيف أطروحات مثل (صراع الحضارات)، التي قدمت إطاراً تفسيرياً مبسطاً للعلاقة بين الإسلام والغرب، وأسهمت في ترسيخ التصورات الثنائية التي تقسم العالم إلى «نحن» و«هم»، رغم ما تعرضت له هذه الأطروحات من نقد واسع في الأدبيات الأكاديمية.

وقد انعكس هذا الإرث الاستشراقي في كثير من الأنماط الإعلامية الحديثة، حيث تستند بعض المعالجات إلى مخزون ثقافي سابق يعيد إنتاج الإسلام بوصفه «آخرًا» ثابتًا ومختلفًا، مما يسهم في ترسيخ الصورة النمطية داخل الوعي العام.

المطلب الثالث: التحولات المعاصرة وإعادة إنتاج الإسلاموفوبيا

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن الإسلاموفوبيا المعاصرة تمثل نتيجة تداخل ثلاثة مستويات رئيسية: مستوى تاريخي أسهم في تشكيل الصور الأولية، ومستوى معرفي أعاد إنتاجها في إطار استشراقي، ومستوى سياسي-إعلامي حديث أعاد توظيفها ضمن سياقات الأمن والعملة. وهذا ما يوضح أن الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين ليست مجرد انحياز إعلامي عابر، بل هي جزء من بنية مركبة تتداخل فيها المعرفة والسلطة والإعلام، وهو ما يمهد لفهم الآليات التي سيتم تناولها في المبحث التالي.

شهدت العقود الأخيرة تحولات عميقة في تمثيل الإسلام والمسلمين في الخطاب الغربي، خاصة بعد نهاية الحرب الباردة، حيث بدأ يُنظر إلى الإسلام بوصفه أحد أبرز مصادر التهديد المحتملة. وقد تعزز هذا الاتجاه بصورة ملحوظة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001، التي شكلت نقطة تحول مفصلية في الخطاب الإعلامي، إذ ازداد الربط بين الإسلام والإرهاب، وأصبح هذا الربط أكثر حضورًا وتأثيرًا في تشكيل الرأي العام.⁽¹⁾

المبحث الثاني: آليات الإعلام الغربي في صناعة الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين

لا تقتصر الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي على مضمون ما يُعرض من أخبار أو أحداث، بل تتشكل عبر منظومة متكاملة من الآليات الخطابية والإعلامية التي تُعيد بناء الواقع وتفسيره ضمن أطر محددة. ومن هنا، فإن فهم الإسلاموفوبيا في سياقها الإعلامي يقتضي تحليل

ولم يقتصر هذا التحول على الإعلام الإخباري، بل امتد إلى الخطاب السياسي والثقافي، حيث تداخلت الاعتبارات الأمنية مع التمثيلات الثقافية، مما أدى إلى إنتاج صورة مركبة عن الإسلام والمسلمين. وفي هذا السياق، يوضح (كونداي) أن الإسلاموفوبيا في صورتها الحديثة ارتبطت ارتباطًا وثيقًا بسياسات الحرب على الإرهاب، التي أعادت تعريف المسلم داخل المجال الغربي بوصفه موضعًا للشك

(2) Kundnani, Arun, *The Muslims Are Coming!: Islamophobia, Extremism, and the Domestic War on Terror* (London: Verso, 2014), pp. 1–18.

(1) Cesari, Jocelyne, *When Islam and Democracy Meet: Muslims in Europe and in the United States* (New York: Palgrave Macmillan, 2006), pp. 25–40.

ولا يتوقف الأمر على اختيار الموضوعات، بل يتعداه إلى ترتيبها وأسلوب عرضها وموقعها في السردية العامة. فالخبر الذي يتعلق بمسلم قد يُعالج ضمن إطار مختلف تمامًا عن ذلك الذي يتعلق بغيره، حتى لو تماثلت طبيعة الحدثين. وهكذا يصبح التحيز جزءًا من منطق التداول، لا مجرد ميل عارض لدى صحفي أو مؤسسة إعلامية بعينها. ويؤدي هذا النمط من الانتقال إلى تحويل الاستثناء إلى قاعدة، بحيث يصبح العنف المرتبط ببعض الأفراد أو الجماعات مرآة يُنظر من خلالها إلى الإسلام بوصفه دينًا أو حضارة، وهو ما يشكل أحد الأسس الرئيسة في إنتاج الصورة النمطية. ويزداد خطر هذا النوع من الانتقال حين يصبح متكررًا وممنهجًا، فيغيب المسلم بوصفه مواطنًا أو طالبًا أو طبيبًا أو أكاديميًا أو فاعلًا اجتماعيًا، ويحضر بشكل أساسي في سياقات الخوف والأمن والنزاع. ومن ثم لا يعود الجمهور يتلقى صورة متوازنة عن المسلمين، بل صورة مخترعة تحكمها حالات سلبية بعينها.

المطلب الثاني: التأطير الإعلامي والتحكم في السرديات

يُعد التأطير الإعلامي من أكثر الأدوات تأثيرًا في توجيه فهم الجمهور. ففي حالة الحوادث المرتبطة بمسلمين، تميل بعض التغطيات إلى تأطيرها ضمن سردية أوسع تجعلها مؤثرًا على خطر حضاري أو ديني، بينما تُقدّم أفعال مشابهة ترتبط بغير المسلمين بوصفها استثناءات فردية أو نواتج اضطراب نفسي أو سياق خاص. وقد أوضح

الكيفية التي يُنتج بها الإعلام المعنى، لا الاكتفاء بملاحظة ما ينقله من وقائع. وتتمثل أبرز هذه الآليات في التحيز في التغطية، والتأطير الإعلامي، والتوظيف اللغوي، والتمثيل البصري والثقافي، ثم إعادة إنتاج هذه الصور في الفضاء الرقمي.

المطلب الأول: التحيز في التغطية الإعلامية وانتقائية الأحداث

تُعد عملية اختيار الأخبار وتحديد أولوياتها من أهم المراحل التي تتشكل فيها الصورة الإعلامية. ففي حالة الإسلام والمسلمين، تشير عدد من الدراسات إلى أن التغطية الإعلامية تميل إلى التركيز على الأحداث السلبية، ولا سيما تلك المرتبطة بالعنف أو الإرهاب، في حين يُهمَّش حضور النماذج الإيجابية أو الطبيعية المتعلقة بحياة المسلمين اليومية ومشاركاتهم المدنية والثقافية،⁽¹⁾ وينتج عن هذا الانتقال انطباع مشوه يجعل العنف أو التطرف السمة الغالبة، مع أن الواقع أكثر تنوعًا ووضوحًا. ولا يقتصر هذا التحيز على طبيعة الأحداث المختارة، بل يمتد إلى حجم التغطية وتكرارها، بحيث تُضخَّم بعض الوقائع المحدودة وتُقدّم بوصفها مؤثرًا عامًا على سلوك جماعي أو ديني. وقد بيّنت إليزابيث بول أن المسلمين في الإعلام البريطاني يُقدّمون غالبًا ضمن سياقات "الأزمة" و"التهديد"، وهو ما يؤدي إلى بناء صورة غير متوازنة عنهم.⁽²⁾

(1) Poole, Elizabeth, *Reporting Islam: Media Representations of British Muslims* (London: I.B. Tauris, 2002), pp. 45-52.

(2) Poole, *Reporting Islam*, p. 48.

ولا تعمل هذه الصياغات في فراغ، بل ضمن سياق ثقافي وسياسي يجعل المتلقي أكثر استعداداً لاستقبالها باعتبارها حقيقة بديهية شائعة ومتداولة. كما أن أثر المصطلح لا يتوقف عند الخبر الآني، بل يتراكم مع تكراره في عناوين الصحف وتقارير القنوات ومناقشات البرامج، فينشأ وعي جمعي يرى في الإسلام خلفية تفسيرية جاهزة لأي فعل عنيف يرتكبه مسلم. وبذلك تسهم اللغة الإعلامية في إنتاج صورة نمطية تخلط بين العقيدة والسلوك، وبين الجماعة الواسعة والفعل الفردي أو التنظيمي المحدود، فتصبح اللغة أداة مركزية في إنتاج الإسلاموفوبيا، لأنها تنقل التحيز من مستوى التمثيل إلى مستوى المفهوم ذاته.

المطلب الرابع: التمثيل البصري والثقافي في السينما والإعلام

لا تقتصر صناعة الصورة النمطية على الإعلام الإخباري، بل تمتد إلى الإعلام البصري والثقافي، وخاصة السينما، التي تلعب دوراً كبيراً في تشكيل المخيال العام. وقد بيّن جاك شاهين أن السينما الأمريكية قدمت العرب والمسلمين في كثير من الأعمال بوصفهم إرهابيين أو متطرفين أو عنيفين، وهو ما أسهم في ترسيخ هذه الصورة في الثقافة الشعبية.⁽⁴⁾

وتكمن خطورة هذا النوع من التمثيل في أنه لا يُقدّم بوصفه خطاباً سياسياً مباشراً، بل بوصفه مادة ترفيهية، مما يجعل تأثيره أعمق وأكثر

(إنتمن) أن التأطير يقوم على إبراز بعض عناصر الواقع على حساب أخرى، بما يوجه إدراك الجمهور نحو تفسير معين⁽¹⁾.

كما أن التأطير الإعلامي يسهم في إنتاج ما يمكن تسميته بالسرديات الكبرى ويتبدى هذا التحكم في السرديات في اختيار الكلمات، وفي انتقاء الضيوف والمحللين، وفي الخلفيات التي تقدم بها الأخبار، وفي المقارنات الضمنية بين «الغرب الحر» و«الآخر الإسلامي» بوصفه أكثر قابلية للعنف أو أقل قابلية للاندماج. وهذا كله يجعل الإعلام شريكاً في إنتاج تصور عام، لا مجرد ناقل للوقائع.

المطلب الثالث: التلاعب اللغوي والمصطلحات المشحونة.

تكشف لغة الإعلام عن بعد آخر في صناعة الإسلاموفوبيا، إذ لا تنقل الكلمات الأحداث فقط، بل تعيد تشكيل دلالاتها. ومن هذا المنطلق، فإن التعبيرات من قبيل «الإرهاب الإسلامي» أو «التطرف الإسلامي» لا تؤدي وظيفة وصفية محايدة، بل تحمل شحنة رمزية تربط بصورة مباشرة الإسلام بوصفه ديناً بالعنف كممارسة.⁽²⁾ وقد أشار جاكسون إلى أن اللغة المستخدمة في «الحرب على الإرهاب» أسهمت في بناء تصور معين عن الإسلام والمسلمين، من خلال ربطهم بخطابات الخطر والتهديد.⁽³⁾

(1) Entman, Robert M., "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," *Journal of Communication*, 43(4) (1993), pp. 52-53.

(2) Kumar, Deepa, "Framing Islam: Media Constructions of the Middle East Post-9/11," *International Communication Association Conference Papers* (2008).

(3) Jackson, Richard, *Writing the War on Terrorism: Language, Politics and Counter-Terrorism* (Manchester: Manchester University Press, 2005), pp. 66-80.

(4) Shaheen, Jack G., *Reel Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People* (Northampton: Interlink Publishing, 2001), pp. 1-10.

تقليدية فقط، بل أصبحت ظاهرة رقمية متشابكة، تُنتج ويُعاد إنتاجها عبر تفاعل المستخدمين والمنصات.

يتضح من التحليل السابق أن الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي لا تُنتج عبر عامل واحد، بل من خلال تفاعل مجموعة من الآليات الخطابية والإعلامية، التي تشمل الانتقاء، والتأطير، واللغة، والتمثيل البصري، والإعلام الرقمي. ولا تعمل هذه الآليات بصورة منفصلة، بل تتكامل في بناء سردية متماسكة تُعيد تعريف الإسلام داخل المجال العام بوصفه مصدرًا للتهديد أو الاختلاف.

ومن هنا، فإن فهم الإسلاموفوبيا يقتضي النظر إلى الإعلام بوصفه فاعلاً في إنتاج المعنى، لا مجرد ناقل للواقع، وهو ما يمهد للانتقال إلى تحليل الآثار الاجتماعية والسياسية لهذه الصورة النمطية

المبحث الثالث: الآثار الاجتماعية والسياسية للإسلاموفوبيا الإعلامية.

تتجاوز آثار الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين حدود التمثيل الرمزي إلى المجالين الاجتماعي والسياسي، حيث يسهم ترسيخ الربط بين الإسلام والعنف في تشكيل تصورات عامة ترى في المسلمين مصدرًا للريبة أو التهديد. وينعكس ذلك في تنامي أنماط التمييز، وإضعاف التماسك الاجتماعي، وتعقيد فرص التعايش داخل المجتمعات متعددة الثقافات، إذ تُبنى العلاقة مع جماعة كاملة على صورة مختزلة لا على معرفة مباشرة أو تمثيل متوازن. كما قد يسهم استمرار هذا التمثيل في إنتاج مناخ

استمرارية. كما أن التكرار البصري لهذه الصور يسهم في ترسيخها في الذاكرة الجمعية، بحيث تصبح جزءًا من التصورات العامة عن المسلمين.

المطلب الخامس: الإعلام الرقمي وإعادة إنتاج الإسلاموفوبيا

مع تطور وسائل التواصل الاجتماعي، انتقلت عملية إنتاج الصورة النمطية من المؤسسات الإعلامية التقليدية إلى فضاء أوسع وأكثر تفاعلية. وقد أظهرت الدراسات الحديثة أن المنصات الرقمية لا تكتفي بنقل الصور النمطية، بل تسهم في تضخيمها وتسريع انتشارها.⁽¹⁾

ففي دراسة (اتفاق وأحمد)، تبين أن تمثيل الإسلام على فيسبوك يتسم غالبًا بالتركيز على العنف والتهديد، مع إعادة إنتاج الخطابات السلبية في سياقات تفاعلية.⁽²⁾ كما أشار لارسون إلى أن الإنترنت أصبح بيئة خصبة لنشر الإسلاموفوبيا، خاصة في المواقع التي تروج لمضامين معادية للإسلام.⁽³⁾

وتزداد خطورة الإعلام الرقمي بسبب:

1. سرعة الانتشار.
2. ضعف التحقق.
3. دور الخوارزميات في تضخيم المحتوى.

وبذلك، لم تعد الإسلاموفوبيا ظاهرة إعلامية

(1) Larsson, Göran, "Cyber-Islamophobia? The Case of WikiIslam," *Contemporary Islam*, 1(1) (2007), pp. 53–67.

(2) Ittefaq, Muhammad, and Ahmad, Kamran, "Representation of Islam and Muslims on Social Media," *Journal of Media Critiques*, 4(13) (2018), pp. 73–90.

(3) Larsson, "Cyber-Islamophobia?", p. 55.

«مشكلة» تحتاج إلى إدارة أو ضبط، بدلاً من اعتباره مكوناً طبيعياً من مكونات المجتمع.⁽²⁾

كما أن هذه الصورة تؤثر في العلاقات اليومية بين الأفراد، حيث تُبنى المواقف على تصورات مسبقة لا على معرفة مباشرة، مما يؤدي إلى إضعاف الثقة المتبادلة، وتعزيز الانقسام الاجتماعي. وبذلك تتحول الصورة الإعلامية من مجرد تمثيل رمزي إلى عاملٍ فاعلٍ في إعادة تشكيل النسيج الاجتماعي.

المطلب الثاني: الآثار النفسية والثقافية على المسلمين

لا تقتصر آثار الإسلاموفوبيا الإعلامية على المجتمع الغربي وحده، بل تمتد إلى المسلمين أنفسهم، حيث تؤثر في إدراكهم لذواتهم ولواقعهم داخل المجتمع. فالتعرض المستمر لخطاب إعلامي سلبى قد يؤدي إلى شعور بالوصم الاجتماعي، أو الإقصاء الرمزي، أو الحاجة المستمرة إلى تبرير الهوية الدينية.⁽³⁾

وقد أظهرت بعض الدراسات أن المسلمين، وخاصة الشباب، يواجهون تحديات تتعلق بالهوية والانتماء، نتيجة التناقض بين صورتهم الذاتية والصورة التي يعكسها الإعلام عنهم. كما قد يؤدي هذا الوضع إلى:

1. الانسحاب الاجتماعي

2. ضعف الشعور بالانتماء

(2) Cesari, Jocelyne, *When Islam and Democracy Meet: Muslims in Europe and in the United States* (New York: Palgrave Macmillan, 2006), pp. 45–60.

(3) Omeish, M., "Muslim Students' Perceptions of Prejudice and Discrimination in American Academia," (unpublished/academic study context), pp. relevant sections.

من الشك والاحتراس المتبادل، ويدفع بعض الأفراد إلى تبني مواقف دفاعية أو انعزالية، لا بوصفه سبباً مباشراً للتطرف، بل بوصفه انعكاساً لبيئة اجتماعية متوترة تضعف الثقة وتعمق الإقصاء، وهو ما يعزز الطابع المتداخل للإسلاموفوبيا بوصفها ظاهرة اجتماعية وسياسية وأخلاقية في آن واحد.

المطلب الأول: الآثار الاجتماعية للصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين

تسهم الصورة النمطية التي ينتجها الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه المسلمين، حيث يؤدي التكرار المستمر للربط بين الإسلام والعنف إلى بناء تصور عام يُنظر من خلاله إلى المسلمين بوصفهم جماعة مثيرة للريبة أو غير مندجة. وقد بينت عدد من الدراسات أن التغطيات الإعلامية السلبية ترتبط بارتفاع مستويات التحيز والتمييز تجاه المسلمين في المجتمعات الغربية.⁽¹⁾

ومن أبرز مظاهر هذا الأثر:

1. تنامي ظاهرة التمييز في سوق العمل والتعليم

2. ارتفاع معدلات جرائم الكراهية

3. تعزيز مشاعر الاغتراب الاجتماعي لدى المسلمين

وفي هذا السياق، تشير (جوسلين سيزاري) إلى أن تمثيل الإسلام في الإعلام والسياسة يسهم في إعادة تعريف المسلم داخل المجتمعات الغربية بوصفه

(1) Poole, Elizabeth, *Reporting Islam: Media Representations of British Muslims* (London: I.B. Tauris, 2002), pp. 65–80.

3. أو في بعض الحالات، ردود فعل دفاعية أو 2. سياسات المراقبة الأمنية احتجاجية
3. القيود على المظاهر الدينية

كما أن الخطاب الإعلامي يسهم في تشكيل النقاشات السياسية حول الهوية والانتماء، حيث يُستخدم الإسلام في بعض الأحيان بوصفه عنصراً في الخطاب الشعبي، خاصة في السياقات الانتخابية، مما يعزز من حضور الإسلاموفوبيا في المجال العام.

المطلب الرابع: التأثير في العلاقات الدولية وصورة الإسلام عالمياً

لا تقتصر آثار الإسلاموفوبيا الإعلامية على المجتمعات الغربية الداخلية، بل تمتد إلى مستوى العلاقات الدولية، حيث تؤثر في شكل العلاقات التي تربط الدول والمجتمعات بالعالم الإسلامي؛ فالصورة الإعلامية التي تصم الإسلام بالعنف أو التطرف قد تسهم في تشكيل سياسات خارجية قائمة على الشك أو الصراع، بدلاً من التعاون والتفاهم، حيث يُقدّم العالم الإسلامي في بعض الخطابات بوصفه مصدراً للتهديد، وهو ما ينعكس في طبيعة العلاقات السياسية والاقتصادية والثقافية.⁽³⁾ كما أن لهذه الصورة أثراً في الحوار الحضاري، حيث تعزز من التصورات الثنائية التي تقسم العالم إلى معسكرات متعارضة، وتضعف فرص التناغم والتفاعل الإيجابي بين الثقافات.

يتضح من هذا المبحث أن الإسلاموفوبيا الإعلامية لا تقتصر على كونها ظاهرة خطابية، بل تمتد آثارها إلى مجالات متعددة تشمل المجتمع والثقافة

(3) Jackson, Richard, *Writing the War on Terrorism: Language, Politics and Counter-Terrorism* (Manchester: Manchester University Press, 2005), pp. 100–120.

وفي هذا السياق، يشير سيد ووكيل إلى أن الإسلاموفوبيا لا تؤثر فقط في كيفية رؤية الآخرين للمسلمين، بل تؤثر أيضاً في كيفية رؤية المسلمين لأنفسهم، وهو ما يجعلها ظاهرة ذات بعد نفسي وثقافي عميق.⁽¹⁾

المطلب الثالث: الآثار السياسية وصياغة السياسات العامة

تؤدي الصورة الإعلامية السلبية عن الإسلام والمسلمين دوراً مهماً في تشكيل البيئة السياسية التي تُصاغ ضمنها السياسات العامة. فحين يُقدّم المسلم بوصفه تهديداً أمنياً أو ثقافياً، يصبح من الأسهل تبرير إنفاذ سياسات تقييدية تستهدفه، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.

وفي هذا الإطار، يوضح (كونداي) أن خطاب «الحرب على الإرهاب» أسهم في إعادة تشكيل العلاقة بين الدولة والمجتمع، من خلال توسيع نطاق المراقبة، وتبرير الإجراءات الأمنية التي تستهدف المسلمين بشكل خاص.⁽²⁾ كما أن هذه السياسات لا تنشأ وحدها، بل تستند إلى مناخ إعلامي يمهّد لها ويمنحها شرعية ضمنية.

ومن أبرز مظاهر هذا التأثير:

1. تشديد قوانين الهجرة واللجوء

(1) Sayyid, Salman, and Wakil, AbdoolKarim (eds.), *Thinking Through Islamophobia: Global Perspectives* (London: Hurst & Company, 2010), pp. 20–30.

(2) Kundnani, Arun, *The Muslims Are Coming!: Islamophobia, Extremism, and the Domestic War on Terror* (London: Verso, 2014), pp. 50–75.

إعادة بناء الواقع بطريقة تعزز من الصورة النمطية. وفي ضوء ذلك، يتبين أن الإسلاموفوبيا الإعلامية ليست مجرد ظاهرة عرضية أو خطاب هامشي، بل هي جزء من بنية أوسع تتداخل فيها المعرفة والسلطة والإعلام، وهو ما يجعل معالجتها تتطلب مقارنة نقدية تتجاوز الوصف إلى تحليل الآليات والبنى التي تنتجها.

النتائج

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها:

* أن الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي ترتبط بجذور تاريخية ومعرفية عميقة، ولا يمكن تفسيرها بوصفها نتاجًا معاصرًا فقط.

* أن الخطاب الاستشراقي أسهم في بناء إطار معرفي سابق، ما زال يؤثر في التمثيلات الإعلامية الحديثة، ويعيد إنتاج صورة «الآخر الإسلامي» بوصفه كيانًا مختلفًا أو مهددًا.

* أن الإعلام الغربي يؤدي دورًا فاعلاً في تشكيل هذه الصورة، من خلال آليات متعددة، أبرزها:

1. التحيز في التغطية
2. التأطير الإعلامي
3. التوظيف اللغوي
4. التمثيل البصري والثقافي
5. الإعلام الرقمي

والسياسة والعلاقات الدولية. فالصورة النمطية التي يُعيد الإعلام إنتاجها تسهم في تشكيل اتجاهات الرأي العام، وتؤثر في سياسات الدول، وتعيد تعريف موقع المسلمين داخل المجتمعات الغربية.

ومن ثم، فإن معالجة هذه الظاهرة لا تقتضي فقط نقد الخطاب الإعلامي، بل تتطلب أيضًا فهمًا أعمق لتأثيراته المتداخلة، والعمل على تطوير مقاربات أكثر توازنًا في تمثيل الإسلام والمسلمين.

الخاتمة

سعت هذه الدراسة إلى تحليل دور الإعلام الغربي في تشكيل الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين، من خلال اتخاذ الإسلاموفوبيا أنموذجًا يكشف طبيعة التفاعل بين الخطاب الإعلامي والبنى الثقافية والسياسية في إنتاج هذه الصورة وإعادة ترسيخها. وقد انطلقت الدراسة من فرضية مفادها أن الصورة النمطية لا تمثل انعكاسًا مباشرًا للواقع، بل هي نتاج بناء خطابي تشارك فيه وسائل الإعلام عبر آليات متعددة تتداخل فيها عمليات الانتقاء والتأطير والتوظيف اللغوي والتمثيل الثقافي.

وقد أظهرت الدراسة أن تمثيل الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي يتأثر بجذور تاريخية ومعرفية ممتدة، تعود إلى تراكمات الاستشراق والخطابات الحضارية، ثم أعيد توظيفها في السياق المعاصر، خاصة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر، ضمن إطار أمني وسياسي جعل من الإسلام موضعًا للريبة أو الاشتباه. كما بينت الدراسة أن الإعلام لا يكتفي بنقل الأحداث، بل يسهم في إنتاج المعنى من خلال آليات محددة، تؤدي إلى

- * أن هذه الآليات لا تعمل بصورة منفصلة، بل تتكامل في بناء سردية إعلامية متماسكة تعيد تعريف الإسلام ضمن أطر سلبية.
- * أن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في توسيع نطاق الإسلاموفوبيا، من خلال تسريع انتشار الصور النمطية وإعادة إنتاجها في سياقات تفاعلية.
- * أن الصورة الإعلامية السلبية عن الإسلام والمسلمين تؤدي إلى آثار اجتماعية وسياسية ملموسة، تشمل:
1. تنامي التمييز والإقصاء
 2. ضعف التماسك الاجتماعي
 3. تبرير بعض السياسات التقييدية
 4. التأثير في العلاقات الدولية وصورة الإسلام عالمياً
3. تشجيع إنتاج محتوى إعلامي يعكس التنوع الحقيقي للمجتمعات الإسلامية، وابتعد عن اختزالها في قوالب نمطية مرتبطة بالعنف أو التطرف.
4. تعزيز برامج التربية الإعلامية التي تمكّن الجمهور من تحليل الخطاب الإعلامي ونقده، وعدم تلقيه بوصفه انعكاساً مباشراً للواقع.
5. دعم المبادرات الأكاديمية والإعلامية التي تسهم في بناء جسور الحوار الثقافي، وتعزز من التفاهم بين المجتمعات المختلفة.

قائمة المراجع

المراجع العربية:

1. البيان، (2004)، مستقبل العالم الإسلامي: تحديات في عالم متغير، الرياض: مجلة البيان.
2. صقر، سلمى محمد، (2021)، «المعالجة الإعلامية لقضايا الإسلام والمسلمين: مرصد الأزهر لمواجهة التطرف نموذجاً»، مجلة بحوث العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 11.
3. سليمان، سلوى عبد الرحمن، (2016)، «دور الجامعة في تغيير صورة الإسلام في الغرب»، مجلد 32، العدد 4، الجزء 2

المراجع الأجنبية:

1. Cesari, Jocelyne, (2006), When Islam and Democracy Meet: Muslims in Europe and in the United States, New York: Palgrave Macmillan.
2. Daniel, Norman, (1960), Islam and the West: The Making of an Image, Edinburgh: Edin-

1. ضرورة تعزيز الدراسات النقدية متعددة التخصصات التي تتناول تمثيل الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي، بما يسهم في فهم أعمق للآليات التي تنتج الصورة النمطية.
2. العمل على تطوير معايير مهنية داخل المؤسسات الإعلامية، تحد من استخدام المصطلحات التعميمية والمشحونة، وتدعم تقديم معالجات أكثر توازناً وموضوعية.

التوصيات

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، يمكن تقديم عدد من التوصيات، من أبرزها:

- eds., (2010), *Thinking Through Islamophobia: Global Perspectives*, London: Hurst & Company.
15. Shaheen, Jack G., (2001), *Reel Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People*, New York: Olive Branch Press.
- burgh University Press.
3. Elgamri, Elzain, (2008), *Islam in the British Broadsheets: The Impact of Orientalism on Representations of Islam in the British Press*, Reading: Ithaca Press.
4. Entman, Robert M., (1993), "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 4, pp. 51–58.
5. Ittefaq, Muhammad, and Ahmad, Kamran, (2018), "Representation of Islam and Muslims on Social Media: A Discourse Analysis of Facebook," *Journal of Media Critiques*, Vol. 4, No. 13, pp. 73–90.
6. Jackson, Richard, (2005), *Writing the War on Terrorism: Language, Politics and Counter-Terrorism*, Manchester: Manchester University Press.
7. Klausen, Jytte, (2009), *The Cartoons that Shook the World*, New Haven: Yale University Press.
8. Kundnani, Arun, (2014), *The Muslims Are Coming!: Islamophobia, Extremism, and the Domestic War on Terror*, London: Verso.
9. Larsson, Göran, (2007), "Cyber-Islamophobia? The Case of WikiIslam," *Contemporary Islam*, Vol. 1, No. 1, pp. 53–67.
10. Massad, Joseph A., (2015), *Islam in Liberalism*, Chicago: The University of Chicago Press.
11. Mostafa, Gamal M., (2007), "Correcting the Image of Islam and Muslims in the West: Challenges and Opportunities for Islamic Universities and Organizations," *Journal of Muslim Minority Affairs*, Vol. 27, No. 3, pp. 371–386.
12. Poole, Elizabeth, (2002), *Reporting Islam: Media Representations of British Muslims*, London: I.B. Tauris.
13. Said, Edward W., (1978), *Orientalism*, New York: Pantheon Books.
14. Sayyid, Salman, and Vakil, AbdoolKarim,

