

المسلمون يدفعون ثمن استئثار متشددين بالحديث باسمهم

طفرة إعلامية يمينية تربط بين الإسلام والإرهاب في أستراليا



صورة للنشر على فيسبوك

يمكن القول بأن الصورة التي تعطيها وسائل الإعلام العربية والإسلامية عن الغرب هي صورة منحازة. ويؤكد مراقبون أن المسلمين اليوم يحتاجون إلى بلورة خطاب إعلامي عصري نقدي وموضوعي، بغزو الأسواق الغربية، يقوم أساساً على التبرؤ من أقبليات إسلامية سمتها الهمجية والعنف وعدم القبول بالتحديث باسمها إضافة إلى ضرورة أن يبتعد هذا الخطاب عن الرقابة.

وطالب المراقبون بأن يعالج الخطاب الإعلامي الإسلامي الجديد على النزعة العاطفية ويؤسس رؤية معرفية إسلامية مستقلة وشاملة، ويتركز على الانفتاح النقدي.

بالموضوعية التي تفرضها الظروف، بحيث قالوا ما دام العالم الغربي ووسائل إعلامه يقدمان صورة منحازة، فمن حقنا أيضاً أن نكون منحازين لخلق توازن.

وأضاف الخبير الألماني أن "الإعلام من الطرفين يواصل تغطية الأحداث بطريقة تعكس صورة العداوة. ووسائل الإعلام الغربية تركز على قضايا تصف الإسلام ليس كدين، بل كأيديولوجيا سياسية، أصولية وإرهاب واضطهاد المرأة وتخلّف اجتماعي كبير".

ويضيف "ووسائل الإعلام العربية والإسلامية تقوم بنفس الشيء في ما يتعلق بالغرب. وإن لم توجد دراسة فعلية معمقة حول هذا الموضوع، فإنه

للإسلام والمسلمين، إيقاف هذه الحملات الإعلامية ضد الإسلام والمسلمين، لأنه لا يمكن التحكم في وسائل الإعلام، والتدخل في عملها، وفق القوانين المعمول بها هناك.

ويقول الخبير الألماني كاي حافظ إن "الموضوعية المهنية، هي إعطاء الجمهور فرصة التعرف على صورة متوازنة لأحداث العالم، ولكن المهنة الصحافية المتبعة اليوم تحدد الخبر الجيد على أنه الخبر السيء أو الخبر الخيف، وهذا يبدو في نظري تحريفاً للمفهوم الأصلي للموضوعية أو التعددية".

وفي نقده لوسائل الإعلام يرى كاي حافظ أن "القائمين على بعض وسائل الإعلام في العالم العربي قبلوا ما سمي

استغلال أحداث تورط فيها بعض الإسلاميين المتشددين من أجل إصاق تهمة الإرهاب بالإسلام والمسلمين. كما تستخدم وسائل الإعلام الأوروبية عدة وسائل لإبراز الصورة السلبية للإسلام والمسلمين، من قبيل العناوين المثيرة والتكرار المستمر خاصة في أحداث العنف والربط بين الإسلام والإرهاب، واستخدام صور وعبارات مؤثرة نفسياً للتأثير على المتابع مستغلة جهله بالإسلام واعتماده على ما تقدمه له من معلومات وأحكام جاهزة.

ولم تستطع احتجاجات قادة وزعماء الأقليات المسلمة المعتدلة في أوروبا، رداً على المعالجات الإعلامية الخاطئة

أغلب وسائل الإعلام الغربية تعتمد إلى تغطية أيديولوجية المجموعات الإسلامية المتشددة وإغفال رأي المعتدلين مما يعطي صورة مشوهة عن الإسلام والمسلمين عموماً.

وأكد "من الخطأ التقليدي ألا تجد وسائل الإعلام الأسترالية متحدّين يقدمون وجهات نظر إسلامية، أو عن الإسلام، خارج جماعة اليافطات!" وتتنجس أغلب وسائل الإعلام في أستراليا وغيرها نحو تغطية أيديولوجية المجموعات الإسلامية المتشددة مما يعطي صورة مشوهة عن الإسلام والمسلمين عموماً.

وأكد غسان حاج، أكاديمي أسترالي من أصل لبناني، في جامعة ملبورن الأسترالية أن "ما يتم نشره في وسائل الإعلام اليمينية يشيع ثقافة الإسلاموفوبيا، ما يجعل من السهل على المتطرفين التفكير في أن نزواتهم القاتلة شرعية".

وكان السيناتور الأسترالي الفرازز أنينغ عن ولاية كوينزلاند المنتمي إلى حزب متطرف يدعى "أمة واحدة" قال إنه يجب وقف هجرة المسلمين إلى أستراليا ووصفهم بالإرهابيين.

وينظر الإعلام الغربي عموماً إلى المجتمعات الإسلامية باعتبارها مجتمعات همجية ومتاخرة ولا تعرف الحوار الحر.

ويقول خبير إن الإعلام الغربي يمتلك من القوة والسلطة ما يجعله قادراً على كتم الأصوات المدافعة عن الإسلام المعتدل وصرف الانتباه عنها، بينما يقوم بالتركيز على معلومات وأحداث مختارة ومصورة بطريقة مقصودة لتتسويه صورة المسلمين.

ويعرف العالم طفرة إعلامية يمينية متطرفة تعمل على تقديم صورة سلبية عن المسلمين، وادّعاء ما تربط بين المسلم والإرهاب، حتى أضحت صورة المسلم مرادفة للإرهاب.

وجاءت صورة الإسلام بصفة عامة في وسائل الإعلام الغربية المختلفة، صورة سلبية وسبئية ومشوهة في الغالب، فالصورة منفرقة، ولقد وصف المسلمون بأوصاف بدائية وهمجية، إلا في القليل جداً من المعالجات الإعلامية، والتي تبقى غير ذات تأثير مقارنة مع السائد.

ويربط الإعلام الأوروبي بشكل كبير بين الإسلام كدين وبين ممارسات بعض الحركات الإسلامية المتشددة، وقد تم

سبديني - أقرت الحكومة الأسترالية تدابير وقائية خاصة بمكافحة الإرهاب الإسلامي يدفع ثمنها باهظاً مسلمون بسبب أفعال إسلاميين استأثروا بالحديث باسمهم في وسائل الإعلام. وتعتمد الاستراتيجية الجديدة على "تحول" في التوازن بين الحرية والأمن. وتتشهد فعاليات يقفها في العادة إسلاميون يمتازون ببراءة متشددة في أستراليا وغيرها من البلدان الغربية بتغطية إعلامية مكثفة.

واعتبر الكاتب الصحافي عبدالخالق كيطان أنه "من التقليدي، والمعيب، أن تقع وسائل إعلام مرموقة في خطأ التمثيل، أي أن تتبنى هذه الوسائل جهة معينة لجرد أن هذه الجهة ترفع شعاراً جامعاً يدعي تمثيله لمجموعة دينية أو إثنية ضخمة، كما هو الحال مع الإسلام والمسلمين في أستراليا".

وأكد "المسلمون هنا ليسوا كتلة واحدة، كما أن مرجعيات هؤلاء الثقافية مختلفة باختلاف البلاد التي ينحدرون منها. هنالك إسلام متطرف، ينسقيه الشيعي والسني، وهذا الإسلام لا يمكن فهمه بالنسبة للإعلام الغربي، عموماً، دون البحث عن البيئة التي أنتجته، والأمر ينطبق على ما يسمى بالإسلام المتسامح، المدني، المعاصر، السلفي، الجهادي إلخ...".



عبدالخالق كيطان

من المعيب، أن تقع وسائل إعلام مرموقة في خطأ التمثيل

وأضاف الناشط الإعلامي المقيم في أستراليا "وسائل الإعلام هنا تبحث عن 'معلق' يمكن الوصول إليه، وفي الوقت ذاته يحمل يافطة ما، كان يكون: زعيم حزب الأمة الإسلامية، الأمين العام لاتحاد المسلمين... إلخ من تسميات راجعة هنا يستفيد أصحابها من تمويل متعدهم الحكومة المحلي من خلال المترجمين هنا، وأخيراً عابر للحدود من قبل دول وجهات تريد ممثلين عنها هنا لغايات مختلفة".

سعر مجلة فوغ يقفز 14 ضعفاً على الإنترنت

مع إدوارد إينينغول رئيس تحرير فوغ على عدد سبتمبر الذي أفرد على غلافه مساحة لخمس عشرة امرأة ترى دوقة ساسكس أنهن "قوى من أجل التغيير". وتضمن تصميم الغلاف مرتبعا عاكسا فارغا ليدع القراء يرون أنفسهم بين أولئك النساء المؤثرات.

ويبرز غلاف المجلة شخصيات مثل الناشطة الشابة في مجال تغير المناخ جريتا تونبرغ ورئيسة وزراء نيوزيلندا جاسيندا أربدين والملاكمة رملا علي والممثلة والمدافعة عن حقوق المرأة سلمى حايك.

ويتضمن العدد أيضاً "حوارا صريحا" بين ميغان وسيدة الولايات المتحدة الأولى سابقا ميشيل أوباما، ومقابلة أجراها زوجها الأمير هاري مع جين جودل العالمية المخضمرمة في مجال سلوك الرئيسيات والتي ناقش خلالها ما وصفه "بالتحيز غير الواعي" للعنصرية. ومن بين الأسماء الأخرى التي تم إبرازها الكاتبة شيماماندا نجوزي أدبشي والراقصة الأولى في فرقة الباليه الملكية البريطانية فرانشيسكا هايوارد والعارضة واللاجئة السابقة أدوت أكبش.

للحصول على إصدار "فوغ" في المملكة المتحدة، وأشار بعض القراء البريطانيين إلى أنهم لا يجدوا طبعات متاحة في المتاجر.

وكان أحد المعلنين يبيع المجلة نظير 28.99 جنيهها إسترلينا (34 دولارا) أي بدمج يزيد على سعرها الذي يمكن للمشتري دفعه في المتاجر بـ 14 ضعفاً. وفي الوقت نفسه، تزعم تفاصيل إعلان آخر أنه باع 63 مجلة تبلغ سعر الواحدة منها 16.95 جنيهها إسترلينا (20 دولارا)، ما حقق للبائع ربحاً يزيد على 389 جنيهها إسترلينا (483 دولارا).

وقد بدأ نشر تلك الإعلانات بعد أيام من إصدار الطبعة لأول مرة في المملكة المتحدة.

وظلت ميغان، التي وضعت مولودها الأول آرثني في مايو، تعمل سبعة أشهر

لندن - يحاول معجبو الأسرة الملكية الحصول باستماتة على طبعاتهم الخاصة من مجلة "فوغ" بعد تولي دوقة ساسكس ميغان ماركل، البالغة من العمر 38 عاماً، منصب رئيسة التحرير الشرفية لإصدار شهر سبتمبر من المجلة، التي نشرت بعنوان "قوة من أجل التغيير".

وعلى الرغم من أن الجمهور بالمملكة المتحدة بإمكانه شراء المجلة بسعر 2.4 جنيهه إسترليني (ما يعادل نحو 2.4 دولار)، كان يبدو أن بعض معجبي الأسرة الملكية حريصون على الاستفادة من الضجة التي أحدثتها هذه الطبعة، حيث نشرها البعض على موقع إيباي eBay للتسوق الإلكتروني بسعر يفوق سعرها الأصلي بنحو 10 أضعاف.

وقال العديد من معجبي الأسرة الملكية حول العالم إنهم كانوا يتوقون



إصدار شهر سبتمبر صنع الحدث

وقالت ميغان الممثلة السابقة في بيان إنها سعت لتوجيه تركيز عدد سبتمبر، الذي يكون عادة أكثر أعداد السنة قراءة، إلى "القيم والقضايا والشخصيات التي تؤثر في العالم اليوم".

وقالت ميغان في بيان "أتمنى أن تشعروا من خلال هذا المنظور بقوة العمل الجماعي في الاختيار المتنوع للنساء اللاتي تم اختيارهن للغلاف بالإضافة إلى الفريق المعاون الذي استعنت به في هذا العدد للمساعدة في خروج ذلك إلى النور".

صحافة وشاشات ما بعد الظهر

بسبب سهولة الحصول عليها من مواقع الإنترنت. لكن الصحافة وهي تعيد ترتيب أوراها في وضع ملتبس كهذا لا تبدو سعيدة وهي تقدم خلاصة عمل طواقم محرريها ومراسليها وفنييها مجاناً. من هنا وجدنا أن صحفاً عالمية عريقة أدركت حجم خساراتها في عدد النسخ المبيعة وعدد المشتركين بتناقص الأعداد ولهذا كان البديل هو محاولة تسويق المحتوى الإلكتروني بطريقة ما من خلال تقديم باقة اشترائك رقمي مصحوب بمحفزات. ومع أن ذلك واحد من الحلول إلا أن انصراف الجمهور عن مثل تلك الاشتراكات الرمزية كان إشكالية أخرى يعود سببها إلى وفرة الأخبار المجانية على الإنترنت فلماذا يتجه القارئ نحو الاشتراك في صحيفة رقمية تتوفر أخبارها وتقاريرها مجاناً على الشبكة العالمية؟

والصحافة من جانبها تطور أدواتها وتحاول أن تجعل من طريقة تعاملها مع جمهورها مختلفة وبذلك صارت تتيح صفحات تفاعلية تقرب خلالها من الجمهور الواسع وتجعل من تغطيتها علامة فارقة لا تتوفر في محطات التلفزيون والفضائيات. في كل الأحوال تجد الصحافة نفسها مجبرة على المضي في السباق بأقصى ما تستطيع وبجميع الأدوات المتاحة وذلك تحسباً لما هو أت، وحيث القفزات الهائلة في وسائل الإعلام والاتصال تجعل المهمة أكثر صعوبة مما يوجب على الصحافة أن تسعى لتغيير الأفكار والتوجهات وأساليب العمل لكي تبقى في ميدان المنافسة.

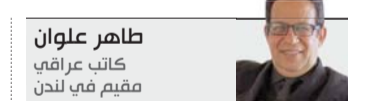
وراح يتساءل في ما يتعلق بما يسمى "صحافة ما بعد الظهر"، عندما يعود المرء من العمل، بماذا يبدأ: بجهاز التحكم بشاشة التلفزيون أم بقراءة الصحيفة؟

يجيب الباحث أن الأغلبية يلتقطون جهاز التحكم ويتربون بالمسلسلات التي يفصلونها صارفين النظر عن قراءة الصحيفة الورقية.

لكن الباحث نفسه يؤكد أن القصة لا تمحو مكابدة الصحافة واستمراريتها، لاسيما وهي تجد نفسها في غابة متشعبة من البث "السمعي" وتكاثر المحطات الفضائية بشكل متسارع، نعم إن التلفزيون والفضائيات تطورا سريعا وفي سياق غير متكافئ مع الصحافة إلا أن هذه الأخيرة كيفت نفسها للمتغيرات ولم تستسلم قط.

وإذا كانت الشاشات التلفزيونية والفضائيات تقدم سيلاً من الأفلام والبرامج والمسلسلات فإن ميزة الصحافة بحسب الباحث روجرز تكمن في تفوقها في الغوص في عمق الظواهر والأخبار والمتغيرات. ولم يكن التحول الذي طرأ على حياة المجتمعات ابتداء من تسعينيات القرن الماضي بدخول عصر الإنترنت كافياً للإجهاد على الصحافة من خلال توظيف الأخبار وهي عنصر قوة الصحيفة الرئيس، بل إن الصحافة أعدت نفسها جيداً ودخلت هي الأخرى عصر الإنترنت من خلال نسخها الرقمية.

لكن في ظل هذا الواقع التنافسي وجدت الصحافة نفسها مضطرة إلى تقديم سلة الأخبار بكل أشكالها مجاناً



طاهر علوان

كاتب عراقي مقيم في لندن

تثار بين الحين والآخر قضية مستقبل الصحافة في مقابل شبكات التلفزيون والفضائيات، لمن البقاء والاستمرار؟

ولعل القفزات الهائلة في حقل الإعلام ودخول الإعلام الرقمي بقوة هما اللذان صاروا عاملين إضافيين في رسم صورة مستقبلية لعصر الصحافة.

منذ ظهورها المبكر في حوالي العام 1600 وحتى الساعة مرت الصحافة بتحويلات وواجهت تحديات وفي كل مرة كان هنالك من ينعي عصر الصحافة وخاصة عندما ظهر الراديو ثم بدأ البث التلفزيوني وصولاً إلى عصر الفضائيات والإنترنت.

بقيت الصحافة في الميدان مع أنها دخلت في مجال منافسة صعبة. فمن جهة بقيت حاجة الصحافة قائمة إلى استمرار التمويل، ولا شك أن روح الصحافة الغربية وقلبيها النابض هو الإعلان ومن دونها لا تستطيع أن تعيش فكيف والإعلانات صارت تنتقل تباعاً نحو شاشات التلفزيون والفضائيات؟

لا شك أن هنالك العديد من الصحف وصلت إلى مرحلة الإغلاق مضطرة بسبب مشكلة تناقص الإعلانات وبالتالي تراجع في العائدات يؤدي بالصحيفة إلى غلق أبوابها.

مؤخراً عاد الباحث توني روجرز إلى إعادة استقراء تلك العلاقة الإشكالية بين الصحافة والتلفزيون