

اسلام‌هراسی در رسانه‌های غربی؛ مطالعه موردی رسانه‌های بریتانیا

نوشته

جلال درخشه*

سید محمد مهدی حسینی‌فائق**

چکیده

اسلام‌هراسی معضلی است که در زمینه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در جریان است و رسانه‌ها به عنوان ابزاری در جهت گسترش امواج اسلام‌هراسی توسط قدرت‌های غربی به کار گرفته می‌شوند. باید توجه داشت این استفاده ابزاری از رسانه‌ها توسط صاحبان قدرت، مبتنی بر نظریه توهم توطئه نیست، به طوری که خود نظریه‌های غربی هم به این مطلب اذعان دارند. براساس تحقیقات به عمل آمده، رسانه‌های بریتانیا با هوشمندی خاصی در پی تقویت گرایش‌های اسلام‌هراسانه در جامعه خود هستند و در این راه، از ابزارهای مختلفی استفاده می‌کنند که با گذشت زمان حجم فعالیت آن‌ها ضد اسلام و مسلمانان افزایش یافته و حضور اندک و ضعیف مسلمانان در بخش رسانه‌ای بریتانیا در گسترش سریع و قدرتمند امواج اسلام‌ستیزانه کمک کرده است. مقاله حاضر بر آن است ضمن توضیح مقوله «اسلام‌هراسی» این موضوع را در رسانه‌های بریتانیا به طور خاص بررسی قرار دهد.

کلید واژه: اسلام‌هراسی، مسلمانان، رسانه‌های غربی، بریتانیا.

مقدمه

با گسترش و پیچیده شدن مناسبات اجتماعی و سیاسی در جهان معاصر و شکل‌گیری گونه‌های مختلف اعمال قدرت، ابزارهای آن نیز متنوع و پیچیده شده است. بر همین اساس، امروزه رسانه یکی از ابزارهای بسیار مؤثر به شمار می‌آید که به شکل آشکاری توانسته رفتار انسان و

* دانشیار علوم سیاسی دانشگاه امام صادق (ع) J.dorakhshah@yahoo.com

** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد معارف اسلامی و علوم سیاسی دانشگاه امام صادق (ع) faegh@isu.ac.ir

گروه‌های انسانی را کنترل و جهت‌دهی کند و از این طریق، سیاست‌مداران توانسته‌اند به‌نحو مؤثرتری اراده خود را بر رفتار دیگران تحمیل کنند. بهره‌گیری از رسانه برای اعمال قدرت و کنترل رفتارها و مناسبات اجتماعی امروزه به‌حدی گسترش یافته است که باید رسانه را مؤلفه‌ای از قدرت سیاسی جوامع مدرن تلقی کرد. مؤلفه‌ای که می‌تواند با تصویرسازی‌های متنوع خود، جریان قدرت را در جوامع تغییر دهد.

آلوین تافلر، نظریه‌پرداز سرشناس آمریکایی، درباره نقش رسانه‌ها در فرایند عملیات روانی در آینده معتقد است که وسایل ارتباطی عرصه نبرد آینده را می‌سازند که از گلوله‌های سلاح‌های جنگی بسیار مرگبارترند (شکرخواه، ۱۳۸۲: ۸۵). رسانه‌ها نه تنها در گسترش و انتقال اخبار و اطلاعات در جامعه نقش دارند، بلکه در شکل‌دهی و اثرگذاری بر افکار عمومی و ارائه واقعیت‌ها به اشکال خاص، نقش بسزایی ایفا می‌کنند (Gurevitch et al, 1995: 78).

با وجود تفاوت میان رسانه‌های مختلف (رسانه‌های سنتی و نوین) همگی در یک مطلب مشترک هستند و آن هم اثرگذاری روی افکار عمومی است و این اثرگذاری به‌حدی است که عموماً رسانه‌ها به عنوان یکی از منابع موثق برای کسب اطلاعات به شمار می‌آیند. در این میان رسانه‌ها به سبب جایگاه محوری خود در نزد افکار عمومی، این توانایی را دارند که مباحث مورد نظر خود را طرح و تعریف کنند.

از جمله مسائلی که در چند دهه اخیر و به‌ویژه پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران مورد توجه رسانه‌های جهانی و به‌صورت خاص، رسانه‌های غربی قرار گرفته و بحث اسلام‌هراسی و القای ترس و وحشت از اسلام در جهان امروز است. موضوعی که پس از یازده سپتامبر به یک گفتمان غالب رسانه‌ای تبدیل شده است. مقاله حاضر می‌کوشد ضمن توضیح مفهوم اسلام‌هراسی به عنوان یک پدیده در حال گسترش، این موضوع را در رسانه‌های بریتانیا کندوکاو کند.

۱. مباحث نظری

۱-۱. تعریف مفهوم اسلام‌هراسی

ابتدا در بیان ریشه این اصطلاح باید گفت که "Islamophobia" از دو کلمه اسلام "Islam"، حرف ما بعد کلاسیک O و کلمه فوبیا "Phobia" به معنای ترس یا بیزاری نامعقول از چیزی تشکیل یافته است. گفتنی است که کلمه «فوبیا» دو کاربرد کلی و متفاوت دارد. گاه در روانشناسی در مورد افراد به معنای نوعی بیماری به‌کار می‌رود و گاه در زمینه اجتماعی و در کنار اصطلاحات مربوط به ضدیت با اقوام و ملیت‌ها استفاده می‌شود. بدیهی است که مورد نخست فاقد دلالت سیاسی است ولی مورد دوم دلالتی سیاسی دارد (مرشدی‌زاد، ۱۳۸۸: ۱۴).

اگر بخواهیم بر اساس این کلمات به تعریف این مفهوم بپردازیم، دلالت این تعریف بسیار ناقص و محدود خواهد بود. شاید مفهوم تبعیض و ناشکیبایی ضداسلام و مسلمانان ساده‌ترین تعریف برای این مفهوم باشد. البته باید توجه داشت که هر چند کاربرد این واژه به چند دهه

اخیر باز می‌گردد^۱ اما بحث اسلام‌هراسی پیشینه‌ای تاریخی دارد و در پس زمینه آن علل مختلف تاریخی، فرهنگی، مذهبی، سیاسی و روان‌شناسی نمایان است.

در دایرةالمعارف مطالعات قومی نژادی آمده است که با وجود گسترش مسئله اسلام‌هراسی و تبدیل شدن آن به یکی از معضلات نگران‌کننده پس از ۱۱ سپتامبر، هنوز تعریف جامع و مانعی از آن وجود ندارد (Encyclopedia of Race ... 2003: 218).

در اصطلاح رایج اسلام‌هراسی، مسلمانان به عنوان افرادی تلقی می‌شوند که با ارزش‌های غربی در تقابل هستند و به عنوان دشمن و تهدید برای ارزش‌ها و انسجام ملی به شمار می‌آیند. این واژه به تبعیض و پیش‌داوری (غیر عقلانی) ضداسلام یا مسلمانان اشاره دارد (Fredman, 1992: 121).

مؤسسه (Runnymede Trust) اسلام‌هراسی را این‌طور تعریف کرده است:^۲ «ترس یا تنفر از اسلام، و در نتیجه، ترس و تنفر از همه مسلمانان»؛ این مؤسسه همچنین توضیح می‌دهد که واژه اسلام‌هراسی به تبعیض عملی علیه مسلمانان از طریق ایجاد محرومیت در زندگی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی اشاره دارد و در پی بیان این مطلب است که اسلام هیچ ارزش مشترکی با دیگر فرهنگ‌ها ندارد و جایگاه پایین‌تری نسبت به فرهنگ غربی دارد و بیشتر از اینکه یک مذهب باشد، یک ایدئولوژی سیاسی خشونت‌بار است و خصومت با آن امری عادی به شمار می‌آید (Islamophobia..., 1997: 60).

عوامل بسیاری در ایجاد و گسترش اسلام‌هراسی مؤثر بوده‌اند که از جمله، می‌توان به مسائل زیر اشاره کرد:^۳

۱. رشد احساسات ضد مهاجرت در بیشتر کشورها.
۲. اقدامات تروریستی گروه‌های افراطی نظیر القاعده.
۳. خشونت و تبعیض سازمان‌یافته ضد مسلمانان (با حمایت دولت‌ها و احزاب غربی).
۴. گسترش ایدئولوژی‌های خیر و شرگونه (نظیر نظریه برخورد تمدن‌های هانتینگتون).
۵. هراس از گسترش ایدئولوژی اسلام سیاسی.
۶. مشروعیت‌بخشی هوشمندانه دولت‌های غربی به دشمنی ضداسلام و مسلمانان و نادیده گرفتن حقوق مسلمانان.
۷. هراس از گسترش اسلام و اسلامی شدن اروپا.
۸. ایجاد و گسترش موج رسانه‌ای ضداسلام و مسلمانان.

بعد از یازده سپتامبر گزارش‌ها و اخبار رسانه‌ها ضد مسلمانان و اعراب، چهره مسلمانان را نزد افکار عمومی به شدت مخدوش کردند. رسانه‌ها به جای توجه به واقعیات موجود در جهان اسلام، توجه خود را (عمده‌اً یا غیر عمدی) بر روی فضای آلوده ضداسلام متمرکز کرده‌اند و در راستای تقویت همین فضای ضد اسلامی حرکت می‌کنند و در پی تکرار گزینشی پیوند میان اسلام و خشونت هستند. برخی رسانه‌ها هم در تلاش‌اند تا نشان دهند که جنگ‌های صلیبی

میان اسلام و مسیحیت همچنان ادامه دارد و تقابل بین مسلمانان و مسیحیان، ادامه همان جنگ‌های صلیبی است. رسانه‌ها برای تخریب اسلام در نزد افکار عمومی، به طرح پرسش‌های کلیشه‌ای در مورد اسلام می‌پردازند و برای مثال، مباحثی مانند: تبعیض ضدزنان مسلمان، حجاب، و جهاد را مطرح می‌کنند.

۲-۱. نظریه‌های موجود در باب رسانه

امروزه رسانه یکی از منابع مهم قدرت نرم به شمار می‌آید و صاحبان قدرت در تلاش‌اند که بهره‌گیری خود را از رسانه‌ها افزایش دهند. در بحث اسلام‌هراسی در رسانه‌ها، یکی از مسائل مطرح، تسلط گروه‌ها و جریان‌هایی خاص بر رسانه‌های غربی است که این جریان‌ها می‌کوشند پیام‌های مورد نظر خود را (در جهت افزایش قدرت و اعمال نفوذ بیشتر) به مخاطبان انتقال دهند و از همه توان خود در جهت شکل‌دهی به افکار عمومی استفاده کنند. به نظر نمی‌رسد که این ادعاها بر اساس نظریه توهّم توطئه بنا شده باشد؛ زیرا هم اکنون سیطره برخی جریان‌های سیاسی و اقتصادی در قالب شرکت‌های فیلم‌سازی و یا خبری و... به‌طور صریح آشکار گشته و از سوی دیگر، برخی نظریه‌های غربی هم، بر این مسئله اذعان دارند که رسانه‌ها از استقلال کامل برخوردار نیستند و اغلب ابزار دست صاحبان قدرت هستند. برای آگاهی از برخی نظریه‌های موجود در باب رسانه‌ها در این بخش سه نظریه مارکسیستی، کارکردگرایی و انتقادی به اجمال بررسی می‌شود.

۱-۲-۱. نظریه مارکسیستی

در نظریه مارکسیستی، از تسلط طبقه حاکم بر رسانه‌ها و محصولات رسانه‌ای بحث می‌شود. به عبارت دیگر، بر اساس این نظریه، طبقه حاکم با تسلط سیاسی و اقتصادی بر رسانه‌ها، محتویات و پیام‌های آن‌ها را کنترل می‌کند و به‌وسیله قدرت ایدئولوژیک و قدرت شکل‌دهی افکار، توانایی نفوذ و هدایت افکار عمومی را به‌دست می‌آورد. این قدرت در اختیار کسانی است که رسانه‌ها را در اختیار و توانایی مالی اداره و کنترل آن‌ها را دارند (Fourie, 2001: 122). بر این اساس، به نظر می‌رسد گروه کوچکی از نخبگان اقتصادی، توانایی تسلط بر رسانه‌ها را دارند و بدین وسیله، افکار و اخبار مورد نظر خود را انتشار می‌دهند. تامپسون چهار نوع قدرت را از هم تفکیک می‌کند (Fourie, 2001: 123): اقتصادی، سیاسی، فیزیکی (نظامی- قهری) و نمادین؛ که قدرت نمادین به معنای قدرت بالقوه و بالفعلی است که در بخش‌های فرهنگی جامعه، مانند کلیساها، مؤسسات آموزشی و رسانه‌ها متمرکز است. رسانه‌ها این توانایی را دارند که رفتار و عقاید مردم را شکل دهند. آن‌ها اشکال و اصطلاحاتی را خلق می‌کنند تا مردم وادار شوند در مسیرهایی که رسانه‌ها برای آن‌ها در نظر گرفته‌اند، تفکر کنند.

جامعه سرمایه‌داری نوعی سلطه طبقاتی است و رسانه‌ها هم (هرچند تحت سلطه طبقه خاصی هستند) بخشی از عرصه ایدئولوژیک هستند که در آن دیدگاه‌های طبقاتی مختلف به مبارزه خود ادامه می‌دهند. از نظر مارکسیسم کلاسیک، رسانه‌های جمعی، بخشی از ابزار تولید هستند که در جوامع سرمایه‌داری ضمن تعلق به طبقه سلطه، صرفاً عقاید و دیدگاه‌های جهانی این طبقه را منتشر می‌سازند و با عقاید دیگر مخالفت می‌کنند یا آن‌ها را رد می‌کنند. البته این مسئله به دیدگاهی افراطی منجر می‌شود که تولید رسانه‌ای را بیانگر منسجمی از ارزش‌های طبقه حاکم می‌داند و هرگونه تنوع ارزش‌ها در طبقه مسلط و درون رسانه‌ها و نیز امکان برداشت‌های مخالف توسط مخاطبان رسانه‌ای را نادیده می‌گیرد.

۲-۲-۱. نظریه کارکردگرایی

بر اساس این نظریه، جامعه یک کل هماهنگ دیده می‌شود که در آن وظیفه همه اجزا برقراری تعادل و نظم اجتماعی است. علاوه بر این، جامعه به عنوان یک دستگاه مشاهده و تحلیل می‌شود که دارای اجزای مختلفی است که هرکدام کارکرد مجزا ولی هدف واحدی را دنبال می‌کنند. اگر یکی از اجزا دچار مشکل گردد، تأثیر آن بر کل دستگاه خواهد بود. رسانه‌ها به عنوان ابزاری که باید در جهت یکپارچه‌سازی و اتحاد بخشی جامعه فعالیت داشته باشند، دیده می‌شوند که به مثابه یک ابزار اجتماعی قدرتمند در شکل‌دهی به افکار عمومی از طریق آموزش، ارائه اطلاعات و یا سرگرمی نقش اساسی دارند. این نظریه، کنترل دولت و جریان حاکم را بر رسانه نادیده نمی‌انگارد و بر این مطلب اذعان دارد که رسانه می‌تواند دیدگاه دولت را نشان دهد و در طرف مقابل، مردم حق دارند نظر خود را در مورد مسائل جاری بیان کنند و لزومی به پذیرش دیدگاه دولت ندارند؛ هرچند که در عالم واقعیت، تحقق این بخش از نظریه، امری مشکل و بعید می‌نماید.

۳-۲-۱. نظریه انتقادی

نظریه انتقادی در زمره نظریه‌هایی است که نگاه منفی و بدبینانه به رسانه و تأثیرهای آن دارد. شاید این نظریه را بتوان یکی از جامع‌ترین نظریه‌ها نسبت به تأثیرهای فرهنگی رسانه دانست. در گفتمان نظریه انتقادی رسانه‌ها به مثابه فراگیرترین کارگزار ایدئولوژیک در اواخر سده ۲۰ و اوایل سده ۲۱ محسوب می‌شوند (fourie, 2001: 241). متفکران انتقادی بر نقش خرفت‌کنندگی رسانه‌ها و صنعت فرهنگ تأکید دارند و معتقدند که صاحبان رسانه‌ها به وسیله تولیدات رسانه‌ای و نفوذ بر این تولیدات بر همه اقشار جامعه اثرگذار هستند. تلاش این نظریه، در جهت آگاهی‌بخشی به مخاطبان، نسبت به تأثیرات مخرب رسانه است و می‌کوشد تا به رسالت خود یعنی رهایی‌بخشی از اجبار و اضطراب خودخواست و نیز تحمیلی دست پیدا کند (نوذری،

۱۳۸۳: ۱۳۰). در این نظریه هم شاهد هستیم که تأکید بر این است که رسانه به مثابه ابزار دست طبقه حاکم، باعث از خودبیگانگی انسان‌ها می‌شود.

همان‌طور که گفته شد، با بررسی کلی و اجمالی این نظریه‌ها و دیدگاه‌های بیان شده در باب رسانه‌ها، نقاط مشترکی قابل مشاهده است: اول، نظریه‌ها به نقش محوری رسانه‌ها در جهان معاصر اذعان دارند و مطلب دوم اینکه در هر سه نظریه کنترل رسانه‌ها توسط جریان‌های خاص قدرت و نیز عدم استقلال کامل و بی‌طرفی رسانه‌ها پذیرفته شده است. در ادامه بحث با بررسی مسئله اسلام‌هراسی در رسانه‌های بریتانیا، شاهد اثبات این مطالب و نیز دشمنی روزافزون رسانه‌ها با اسلام و مسلمانان خواهیم بود؛ دشمنی که بدون در نظر گرفتن مسائل نظری و رسانه‌ای به‌طور آشکاری نمایان شده است.

۲. اسلام‌هراسی در رسانه‌های بریتانیا

در این مطلب که رسانه‌ها نقشی اساسی در معضل اسلام‌هراسی دارند، تردیدی وجود ندارد. در این بخش ابتدا به اجمال، نقش و ابزار رسانه‌ها در جهت گسترش اسلام‌هراسی و نظریه‌های موجود در این زمینه، معرفی می‌شوند و در ادامه به‌طور خاص، متمرکز بر بحث اسلام‌هراسی در رسانه‌های بریتانیا بررسی می‌شود.

گروه‌های قدرتمند با تسلط بر جریان اصلی رسانه‌ها (به عنوان یکی از منابع قدرت در دنیای جدید) به شکل هوشمندانه‌ای عمل می‌کنند و در این راستا، روش‌ها و ابزارهای جدیدی را در انتقال پیام و اقناع مخاطب به کار می‌برند. از این روست که در بحث اسلام‌هراسی و ضدیت با اسلام و مسلمانان، از مفاهیم قدیمی و عامیانه نژادپرستی (رنگ پوست، نوع نژاد، نژاد برتر، نژاد پست و...) و اختلافات آشکار مذهبی صحبتی به میان نمی‌آورند و در مقابل، با ابزارهای دیگری پیام خود را به شکل باورپذیر و توجیه‌پذیر به مخاطب ارائه می‌دهند؛ برای مثال، مسئله‌ای که امروزه در بحث اسلام‌هراسی در رسانه‌های غربی و به همین نحو، در رسانه‌های بریتانیایی مطرح می‌شود، تأکید بر تمایزها و تفاوت‌های مسلمانان با جامعه میزبان است که پس از روشن کردن تفاوت‌ها، تلاش می‌کنند که ارزش‌ها و ویژگی‌های فرهنگی - مذهبی خود را در جایگاهی برتر، و ارزش‌ها و ویژگی‌های فرهنگی - مذهبی مسلمانان را در مرتبه‌ای پایین‌تر قرار دهند. به عبارتی دیگر، پس از تمرکز بر روی اختلافات، در مرحله بعد، اقدام فرهنگ‌ها و ارزش‌های غربی به عنوان یک ایدئال معرفی می‌کنند. پیامد چنین گفت‌وابی، مخالفت و بیگانه‌انگاری سایر فرهنگ‌ها و ارزش‌هاست.

البته این تنها، یکی از جنبه‌های اقدامات اسلام‌ستیزانه رسانه‌های غربی به‌شمار می‌رود. نگرانی در مورد رسانه‌ها وقتی شدت می‌یابد که برای بیشتر مردم، تنها منبع کسب اطلاعات و اخبار (به‌ویژه آن‌هایی که با مسلمانان در ارتباط نیستند) این رسانه‌ها باشند.

در مجموع، رسانه‌ها نقش کلیدی در شکل‌گیری و گسترش اسلام‌هراسی ایفا می‌کنند، براساس تحقیقات الیزابت پول در دایرةالمعارف مطالعات قومی و نژادی، رسانه‌ها نقش مهمی را در ایجاد فضای ضد اسلامی و اسلام‌هراسی ایفا کرده‌اند. وی با مطالعه مقالات روزنامه‌های انگلیسی بین سال‌های ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۴ م. به این نتیجه رسیده است که رسانه‌ها اغلب در پی نمایش تصویری منفی از مسلمانان هستند که در نتیجه این تصاویر، مسلمانان یک تهدید و دشمن برای ارزش‌های غربی محسوب می‌شوند (Encyclopedia of Race ..., 2003: 217).

بن در کتاب *زنان مسلمان* در جامعه انگلیس معتقد است که دشمنی و خصومت ضداسلام در پیوند نزدیک با تصویری از مسلمانان است که در رسانه‌ها به نمایش در می‌آید و در آن مسلمانان وحشی، بدوی، غیرمتمدن و بی‌فرهنگ معرفی می‌شوند (Benn, and Jawad 2004: 165).

رسانه‌ها با استفاده از منابع مالی قابل ملاحظه و شبکه‌های متنوع در تلاش‌اند که تصویری نامناسب از اسلام به افکار عمومی ارائه دهند. در همین حال، هرچند مسلمانان تلاش می‌کنند که این تصویر نادرست را تصحیح کنند و به نوعی با این تصویر مقابله کنند، با توجه به سلطه جهانی رسانه‌های غربی، عموماً تلاش‌های آن‌ها بی‌فایده (و یا کم‌فایده) بوده است. غرب براساس تجربه‌های جنگ‌های جهانی و دوران جنگ سرد، دارای توان بسیار حرفه‌ای در راه تبلیغات و انتقال پیام‌های مورد نظرش شده است و این چیزی است که مسلمانان از آن بی‌بهره‌اند. بیشتر رسانه‌های غربی از حوادث پس از یازده سپتامبر در جهت بهره‌برداری از اهداف سیاسی خود استفاده می‌کنند این رسانه‌ها اسلام را در اشکال «رادیکالیسم»، «بنیادگرایی» و «افراط‌گرایی» نمایش می‌دهند و روشن است که در دنیای پست‌مدرن و در فضایی که رسانه‌ها نقش محوری دارند، تصاویر دارای واقعیتی فراتر از حقیقت می‌گردند. رسانه‌های بریتانیایی در تلاش‌اند که مسلمانان را تروریست و تهدید برای امنیت غرب معرفی کرده بدین طریق، هم از گسترش اسلام جلوگیری کنند و هم به نوعی جنگ افغانستان و عراق را توجیه کنند. همین تلاش‌ها و جریان‌ها در سال‌های اخیر منجر به شکل‌گیری بخشی از جریان اسلام‌ستیزی و اسلام‌هراسی در جامعه بریتانیا شده است.

برخی اختلاف میان مسلمانان و جریان‌های اصلی رسانه‌ای را امری عادی تلقی می‌کنند، اما واضح است که این چالش فراتر از یک اختلاف نظر است؛ زیرا ضمن اینکه به‌طور روزافزون افزایش می‌یابد، تأثیرات عمیقی هم، بر زندگی مسلمان داشته است. مسلمانان معتقدند که رسانه‌ها تصویری نادرست از آن‌ها ارائه می‌دهند و تمرکز رسانه‌ها، بیشتر بر جنبه‌ها و اخبار منفی است و توجهی به نکات مثبت نمی‌شود. با یک نگاه کلی به بحث اسلام‌هراسی در رسانه‌های بریتانیا می‌توان سه محور اصلی را شناسایی کرد که عموماً اغلب اخبار و گزارش‌ها و مقاله‌های مربوط به مسلمانان، براساس این نقاط محوری سازمان‌دهی و بیان می‌شوند. در اینجا به اجمال این محورها بررسی می‌شود:

۱-۲. طرح مباحث تاریخی

سرشار بودن تاریخ از درگیری‌های میان اسلام و غرب^۴ در زمان فتوحات اسلامی و گسترش اسلام تا آندلس و نیز جنگ‌های صلیبی میان مسلمانان و مسیحیان، تجربه‌های ناخوشایندی برای اروپاییان بر جای گذاشته و همین وقایع، سبب هراس از اسلام در اذهان مردم اروپایی شده است. این هراس در دهه‌های اخیر، حتی با وجود تعامل مستقیم مردم غرب با مسلمانان تصحیح نشده است؛ زیرا دیدگاه جانبدارانه برخی مستشرقان و نظریه‌پردازان در مورد اسلام و مسلمانان باعث تقویت فضایی ضداسلامی شده است و متأسفانه همین دیدگاه است که امروزه مبنای قضاوت است.

در غرب، اطلاعاتی سطحی نسبت به اسلام وجود دارد که از منابعی نامطمئن و بدون احاطه علمی به اسلام گرفته شده است. در مواد درسی دانشگاهی غرب، هنوز هم اطلاعات غلط و گمراه‌کننده‌ای از اسلام وجود دارد که در مکتب شرق‌شناسی ریشه دارد؛ مکتبی که بهانه‌ساز اصلی برای استعمارگران غربی بوده است.

عموماً تصاویری که رسانه‌ها از مسلمانان نمایش می‌دهند بر مبنای نظریه‌های شرق‌شناسان است (با رویکردی تاریخی مبتنی بر اصل تحریف و انکار و نادیده گرفتن حقایق). در این میان تصاویری منتشر می‌شود که مبتنی بر حکومت‌های استبدادی، آشوب‌طلب، زنان تحت‌سلطه و ستم و تصاویر کلیشه‌ای و کاریکاتورگونه است و این تصاویر به‌طور گسترده در معرض افکار عمومی قرار می‌گیرند (Ahmed, 1992: 9).

هرچند بحث‌های مربوط به اسلام و مسلمانان در چارچوب مباحث مختلف اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مطرح می‌گردد، با یک نگاه دقیق و تحلیلی روشن می‌شود که یک نگاه تاریخی ایستا، ضداسلام شکل گرفته و در فرصت‌های مختلف به‌طور آشکار و پنهان، از مباحث تاریخی برای تقویت و گسترش جریان اسلام‌هراسی استفاده می‌کنند؛ برای مثال، با طرح مباحث مربوط به مستعمرات، مهاجرت، نژاد و... (Abbas, 2000: 65)، هرچند که رسانه‌های غربی می‌کوشند چهره‌ی موجهی از خود نمایش دهند، در پشت این ظواهر متجدد، متمدن و بی‌طرف، هنوز مفاهیم و انگاره‌های قرون وسطایی بر آن‌ها حاکم است و تلاش بسیاری دارند که با ابزارهای جدید این وضعیت را پنهان سازند. در مجموع، به نظر می‌رسد که سابقه تاریخی برخورد اسلام و غرب و هراس از شوکت مجدد اسلام و تمدن اسلامی، یکی از عوامل بسیار مهم در گسترش بحث اسلام‌هراسی است؛ از این‌روست که اقدامات اقلیتی از مسلمانان افراطی را به حساب کل اسلام و مسلمانان می‌گذارند و میان این عده و مسلمانان راستین تمایزی قائل نمی‌شوند. البته هدایت این ترس واهی از اسلام بر عهده متفکران و دانشمندان غربی گذاشته شده است تا با منحرف کردن افکار عمومی به سمت مسائل دیگر، این ترس تاریخی خود را پنهان سازند و آن را به عوامل دیگری نظیر حوادث تروریستی و... نسبت دهند.

۲-۲. تأکید بر تمایزات فرهنگی مذهبی

بر اساس گفته پيچ گفتمان نژادپرستی انگلیسی در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ م. از رنگ به نژاد و از دهه‌های ۱۹۶۰، ۱۹۷۰ و ۹۸۰ م. به بعد تا دهه ۱۹۹۰ م. از نژاد به مذهب تغییر یافت (Abbas, 2007: 288). نگاه منفی رسانه‌ها علاوه بر ایجاد تداوم جریان اسلام هراسی و نگاه منفی ضدمسلمانان، سبب شده است که مسلمانان یک حس دوگانه نسبت به هویت خود به عنوان یک بریتانیایی یا یک مسلمان داشته باشند. بیگانه‌انگاری (otherness) یکی از گفتمان‌های غالبی است که در همین راستا در جریان است. رسانه‌ها، با درایت، مباحث نژادی را به‌طور مستقیم مطرح نمی‌کنند (زیرا به خوبی آگاه هستند که در این صورت متهم به نژادپرستی می‌شوند و نژادپرستی به هیچ‌وجه جایگاهی در میان افکار عمومی ندارد) بلکه با طرح مفاهیمی مانند فرهنگ و تفاوت‌های فرهنگی شکل نوینی از نژادپرستی را ترویج می‌دهند که این شکل هوشمندانه نژادپرستی بر مبنای نمادها عمل می‌کند. به کار بردن عنوانی مانند «ستون پنجم»، «دشمن داخلی» و... اصطلاحاتی است که به فراوانی در حال گسترش است. البته باید توجه داشت که (برخلاف آنچه نظریه‌های مارکسیستی کلاسیک معتقدند) رسانه‌ها قادر مطلق در جهت‌دهی افکار عمومی نیستند و گاهی فعالیت‌های افراطی‌های مسلمان و برخی از گروه‌های تروریستی منتسب به مسلمانان در گسترش این تفکرات و برجسته‌تر شدن این تمایزات نقش دارند. به عبارت دیگر، اقدامات برخی از مسلمانان سبب می‌شود که این تفکر که اسلام ارزش مشترک با دیگر عقاید و سنت‌ها ندارد و نیز اینکه مسلمانان اعتقادی به مردم‌سالاری، حقوق بشر و پلوراسیم ندارند، گسترش یابد و همین مطلب برای ایجاد ترس و نفرت از مسلمانان در جامعه بریتانیا کافی است. از سوی دیگر، دولتمردان و فعالان سیاسی از ادبیاتی استفاده می‌کنند که مولد ترس، بی‌زاری، و تهدید ضدمسلمانان بریتانیایی است (Ansari, 2002: 24).

بریتانیا در برخورد با مسائل فرهنگی مسلمانان و جامعه میزبان در وضعیت پیچیده به سر می‌برد. از یک سو، وضع قوانین ضد مهاجرت، ضد تبعیض و پیگیری سیاست‌های همگرایی و یکپارچه‌سازی در جریان است و از سوی دیگر، به‌ویژه متمرکز بر مسئله چند فرهنگ‌گرایی (multiculturalism) شده‌اند. اما در این میان مشکلی که دیده می‌شود، این است که همگون‌سازی گروه‌های مسلمان و جامعه بریتانیا امری مشکل است. در اینجا برخی از دلایل این مسئله بیان می‌شود:

۱. میان مسلمانان بریتانیا تنوع قومی و مذهبی وجود دارد و به‌صورت یکپارچه نیستند (مسلمانان انگلستان به‌طور عمده از کشورهای جنوب آسیا، هند، پاکستان و بنگلادش هستند).

۲. برخی از مسلمانان نگاه منفی ضدغرب و فرهنگ غربی و بریتانیایی دارند و به‌هیچ‌وجه تمایلی برای ادغام در جامعه بریتانیا ندارند.

۳. خصوصت‌های نژادی به وجود آمده در جامعه انگلستان، مانع از این می‌گردد که گروه‌ها و جریان‌های اسلامی به‌طور فعالانه در این فرایند مشارکت کنند. این خصوصت‌ها به صورت سازمان یافته، توسط برخی احزاب راست افراطی تقویت می‌شود.

۴. مسلمانان منابع کافی اقتصادی و اجتماعی ندارند که با تکیه بر آن، بتوانند به این جریان‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی مشارکت کنند.

با توجه به دلایل بالا مجالی برای مسلمانان در مشارکت در جریان‌های فرهنگی باقی نمی‌ماند و در طرف مقابل، رسانه‌ها با الهام گرفتن از ایده‌هایی نظیر «برخورد تمدن‌های» هانتینگتون فضای ضد مسلمانان را ایجاد و تقویت می‌کنند.

۳-۲. طرح مسائل مربوط به خشونت، منازعه و تروریسم

امروزه مسلمانان در صدر اخبار مربوط به خشونت، ترور، منازعه و... هستند. تمرکز رسانه‌ها بر مسلمانان بریتانیا بعد از حوادث تروریستی یازده سپتامبر و هفتم جولای ۲۰۰۵م. رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است و عمده مباحث مربوط به حوادث تروریستی و افراط‌گرایان مسلمان بوده است. در مورد حضور مسلمانان و اسلام در کانون توجهات رسانه‌ای بریتانیا چند مقطع حساس به مثابه نقاط عطف محسوب وجود دارند که آن‌ها بیان می‌شود.

۱-۳-۲. مسئله سلمان رشدی

در ژانویه ۱۹۸۹ م. تظاهرات گسترده‌ای در شهر برادفورد در اعتراض به سلمان رشدی و انتشار کتاب *آیات شیطانی* در بریتانیا برگزار گردید و در این تظاهرات نسخه‌هایی از این کتاب به آتش کشیده شد که این وقایع به‌طور گسترده مورد توجه رسانه‌ها قرار گرفت. این تظاهرات در حالتی صورت می‌گرفت که کمیته امور اسلامی (یکی از تشکلهای اسلامی) در ماه‌های قبل، از مسئولان خواسته بود تا از انتشار این کتاب جلوگیری کنند. در این میان فتوای امام خمینی (ره) و درخواست مسلمانان بریتانیا برای اخراج سلمان رشدی و حوادث پس از آن به تنش میان مسلمانان و مسیحیان در سرتاسر بریتانیا دامن زد (Lewis, 1994: 150).

رسانه‌ها از این واقعه حداکثر استفاده را برای گسترش ترس و نفرت از مسلمانان کردند. توجه رسانه‌ها بیشتر بر دو موضوع متمرکز گردید: اول، سوزاندن کتاب *آیات شیطانی*، که تلاش رسانه‌ها در این مورد، بیان مشابهت میان این ماجرا و کتاب‌سوزی نازی‌ها در دهه ۱۹۳۰ م. بود. دوم، تمرکز بر مرتد اعلام شدن سلمان رشدی و حکم اسلام درباره ارتداد، که از این موضوع هم در جهت بیان این مطلب استفاده شد که اسلام با حقوق بشر، آزادی بیان و سایر مؤلفه‌های فرهنگ لیبرالی غرب مخالف است.

۲-۳-۲. حوادث سال ۲۰۰۱ م.

دوازده سال بعد از مسئله سلمان رشدی، تنش‌های مذهبی در جامعهٔ بریتانیا دوباره شعله‌ور شد. این بار علت درگیری میان عده‌ای از جوانان جنوب آسیا و سفیدپوستان نژادپرست بریتانیایی ضدیکدیگر و ضدپلیس بود. این درگیری‌ها در بین ماه‌های آوریل و جولای ۲۰۰۱ م. در چندین شهر شمالی انگلستان اتفاق افتاد. خشونت‌بارترین درگیری (که شدیدترین درگیری و شورش در اروپای غربی در دو دههٔ اخیر بود)، در هفتم ژولای ۲۰۰۱ م. در شهر برادفورد رخ داد که سه روز طول کشید و در نتیجهٔ آن ۱۶۴ نفر زخمی و ۵۵ نفر توسط پلیس دستگیر شدند. علت شروع درگیری، زخمی شدن یک جوان مسلمان توسط یکی از اعضای حزب راست افراطی ملی بریتانیا بود که منجر به شعله‌ور شدن درگیری‌ها به مدت ۲/۵ ماه گردید که به تدریج دامنه خشونت‌ها به شهرهای اولدهام و برنلی گسترش یافت (Pauly, 2004: 95). مسئله سلمان رشدی و ناآرامی‌های سال ۲۰۰۱ م.، از ظرفیت اختلاف و بی‌ثباتی میان جریان اصلی اجتماعی و مسلمانان بریتانیا پرده برداشت.

۳-۳-۲. حادثه یازده سپتامبر و پیامدهای آن

همزمان با حادثه یازدهم سپتامبر، اسلام و مسلمانان، به‌ویژه، مورد توجه رسانه‌ها قرار گرفتند و این مسئله به طرق مختلفی باعث مشکلاتی برای مسلمانان در سرتاسر بریتانیا گردید. به دنبال این حادثه، پیوند و رابطهٔ جدایی‌ناپذیری میان اسلام و تروریسم در جامعهٔ بریتانیا تصویر گردید و رسانه‌ها در این میان نقش کلیدی را ایفا کردند؛ برای مثال، در این میان پخش و تکرار تصاویر مربوط به عدهٔ اندکی فلسطینی که بعد از این حادثه شادی کرده شیرینی پخش می‌کردند، اثر عمیقی بر افکار عمومی گذاشت و پیوند میان تروریسم و اسلام را تقویت کرد. هرچند که تردیدهایی جدی در مورد واقعیت این فیلم وجود داشت (Fauzia, 2006: 962)، به‌خوبی در القای این مطلب که مسلمانان از تروریسم حمایت می‌کنند، موفق عمل کرد.

حوادث یازده سپتامبر و پیامدهای آن سبب شد گفتمانی غلط ضداسلام توسط روزنامه‌نگاران و فعالان سیاسی شکل بگیرد؛ برای مثال؛ پخش گزارشی جانبدارانه در مورد یک تازه مسلمان با نام جان مک کلینتوک (John Mc Clintock) سبب گردید گزارش‌های مبالغه‌آمیزی در مورد کمک مسلمانان بریتانیا به گروه طالبان منتشر شود که گویا همهٔ مسلمانان بریتانیا طرفدار گروه‌های تروریستی القاعده و طالبان هستند. در همین فضا از واژه‌های چون ستون پنجم (fifth column) یا دشمن نفوذی (enemy within) ضدمسلمانان استفاده شد. حوادث پس از یازده سپتامبر، مانند بمب‌گذاری هفتم جولای لندن، موضوع مناقشه‌برانگیز لباس دختران در مدرسه و ارتباط مسلمانان بریتانیایی با گروه‌های تروریستی و... مسائلی از این قبیل، فرصت را در اختیار رسانه‌های بریتانیایی قرار داد تا بیش‌ازپیش دست به فضاسازی ضداسلام بزنند و از هر حادثهٔ خبری یک جنجال رسانه‌ای بزرگ ایجاد کنند. یکی از این جنجال‌های رسانه‌ای، جنجال مربوط

به ابوحمره المصری، امام جماعت مسجدی در شمال لندن در پارک فینسبری (Finsbury Park) بود. چندین مظنون به تروریسم در این مسجد رفت و آمد داشتند که مهم‌ترین آن‌ها المصری بود که حتی بعد از برکناری از امامت این مسجد، بازهم اقدام به برگزاری نماز در پیاده‌روی مقابل مسجد می‌کرد که در نهایت به دستگیری و محکومیت وی به اتهام تحریک تروریست‌ها منجر شد. این مطالب به همراه ظاهر خاص المصری (دو دست مصنوعی و تنها یک چشم) به این مطلب کمک کرد که این مسجد در کانون توجهات رسانه‌ها قرار گیرد و تبدیل به داستان روز شود. نکته قابل توجه در این ماجرا این بود که جریان‌سازی رسانه‌ها فقط بر مخاطبان عامه اثرگذار نبود بلکه دارای پیامدهای سیاسی هم بود. بعد از پوشش گسترده این مسئله توسط رسانه‌ها، دولت در سال ۲۰۰۵ م. پیشنهادی داد که بر اساس آن دادگاه‌ها اجازه یافتند که مکان‌های نمازگزاری را تعطیل کنند.^۵ در اینجا است که نظریه گلوله تافلر تا حدودی به واقعیت نزدیک می‌گردد: «پیام‌های ارتباط جمعی بر همه مخاطبانی که در معرض آن‌ها قرار می‌گیرند، اثرات قوی و کمابیش یکسانی دارند».

البته اثر منفی دیگری هم، در این فرایند قابل مشاهده است. در نتیجه اقدامات جانبدارانه رسانه‌ها، گرایش‌ها و توجهات مسلمانان به رسانه‌ها، با رویکردی منفی خواهد بود و از همین رو ضمن بی‌اعتمادی به رسانه‌ها، تمایل مشارکت در امور رسانه‌ها را از دست خواهند داد و این مسئله هنگامی اثرات منفی خود را بیش از پیش بروز می‌دهد که مسلمانان برای تغییر برنامه تلویزیونی و مقالات روزنامه‌ها و سایر رسانه‌ها هیچ تلاشی نخواهند کرد (Masood, 2006: 50).

۴-۲. اسلام‌هراسی در مطبوعات بریتانیا؛ مطالعه موردی: رسانه‌های چاپی

وسایل ارتباط جمعی در انگلیس، به‌ویژه خدمات مربوط به ماهواره و تلویزیون‌های دیجیتالی، رادیوهای دیجیتالی بازرگانی و کابلی از ۱۹۹۸ م. مرتباً در حال توسعه بوده‌اند. اگرچه تعداد شمارگان برخی از روزنامه‌ها در این کشور کاهش یافته و شبکه ارتباطی، سرگرمی و اطلاع‌رسانی اینترنت متقابلاً گسترش یافته، روزنامه‌ها در این کشور همچنان مهم‌ترین نقش اطلاع‌رسانی را به‌ویژه برای افراد تحصیل‌کرده برعهده دارند. در این قسمت تمرکز بحث بر رسانه‌های چاپی (مطبوعات) است؛ زیرا بررسی نقش همه ابعاد رسانه‌ای در اسلام‌هراسی در این مجال نمی‌گنجد. در بررسی که توسط دانشگاه کاردیف (Cardiff) درباره بازنمایی تصویر مسلمانان بریتانیا در رسانه‌های چاپی بریتانیا (۲۰۰۰ تا ۲۰۰۸) انجام شده است، نتایج قابل توجهی به‌دست آمده است که می‌تواند تصویری کلی از وضعیت مسلمانان در رسانه‌های بریتانیا و گسترش روزافزون اسلام‌هراسی ارائه دهد.^۶ (Moore et al., 2008: 9-39).

بر اساس شواهد این تحقیق، پوشش اخبار مربوط به مسلمانان در این سال‌ها به میزان قابل توجهی افزایش یافته است. روند افزایشی از سال ۲۰۰۰ م. به بعد آغاز می‌شود و در سال ۲۰۰۶ م. به اوج خود می‌رسد و در سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ م. در همین حد اوج باقی می‌ماند.

جدول ۱ میزان پوشش اخبار مسلمانان در رسانه‌های انگلستان پس از یازده سپتامبر

سال	میزان پوشش اخبار مسلمانان در رسانه‌های انگلستان
۲۰۰۰	۳۵۲
۲۰۰۱	۲۱۸۵
۲۰۰۲	۱۶۷۳
۲۰۰۳	۱۹۱۷
۲۰۰۴	۲۳۹۹
۲۰۰۵	۳۸۱۲
۲۰۰۶	۴۱۹۶
۲۰۰۷	۳۲۱۳
۲۰۰۸	۳۴۶۶

(Moore et al., 2008: 9)

چند علت اصلی برای افزایش اخبار مربوط به مسلمانان نشان می‌دهد: اول، در این بازه زمانی شاهد روز افزون حوادث تروریستی هستیم که ارتباط افراط‌گرایان مسلمان با این حوادث تروریستی، منجر به افزایش مطالب مرتبط با مسلمان شده است دوم، این اخبار اصالتاً دارای ارزش خبری هستند و به‌طور خواسته یا ناخواسته در مورد مسلمانان صحبت به میان می‌آید. دلیل سوم، به نظر می‌رسد جریان‌هایی به صورت هدفمند و از پیش تعیین‌شده با پشتوانه ایدئولوژیک برخورد تمدن‌های هانتینگتون، تلاش برای گسترش اسلام‌هراسی به صورت سازمان یافته دارند (Marranci, 2004: 197).

عموم مقالات و مطالبی که در نشریات بریتانیایی، راجع به مسلمانان است حول محور دو موضوع ذیل تمرکز یافته‌اند:

۱. تروریسم و جنگ علیه تروریسم؛
۲. تفاوت‌های فرهنگی و مذهبی با جامعه بریتانیا و سایر ادیان.

نکته قابل ذکر در اینجا، این است که با گذشت زمان، شاهد تغییر لحن آشکار و هوشمندانه‌ای در رسانه‌ها هستیم؛ بدین‌صورت که در ظرف زمانی ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۵م. که در آن حملات تروریستی و پس از آن شروع جنگ در عراق و افغانستان (به بهانه مبارزه با تروریسم) رخ می‌دهد، تمرکز رسانه‌ها بر موضوع حوادث تروریستی و تروریسم است و حدود ۳۶ درصد از مقالات و مطالب مرتبط با دادگاه‌های محاکمه تروریست‌ها و اخبار جنگ یا ترور در عراق-افغانستان و... است.^۷ اما پس از گذشت چند سال از جنگ افغانستان و عراق و آشکار شدن برخی زوایای پنهان این جنگ‌ها، شاهد یک تغییر رویه در رسانه‌ها هستیم، موج جدید

اسلام‌هراسی با تمرکز بر تفاوت‌های فرهنگی و مذهبی میان اسلام و جامعه بریتانیا (و به‌طور کلی غرب) شکل می‌گیرد. طرح مباحثی مانند قوانین شریعت، حجاب، نوع لباس و پوشش، حقوق زن، کاریکاتورهای دانمارکی و...، قبل از سال ۲۰۰۵ م. این موضوع ۲۲ درصد از مقالات و موضوعات را در بر می‌گرفت، اما در سال ۲۰۰۸ م. شاهد هستیم که برای اولین بار این بخش با افزایش نسبی به ۳۲ درصد می‌رسد و آمار بخش اول با کاهش نسبی، به ۲۷ درصد می‌رسد. نکته قابل تأمل در این بررسی، کاهش هر ساله پوشش اخبار مرتبط با مشکلات مسلمانان است.

جدول ۲ موضوعات اسلام‌هراسی در نشریات انگلستان بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۸ م.

۲۰۰۸	۲۰۰۶	۲۰۰۴	۲۰۰۲	۲۰۰۰	
۲۷	۳۴	۳۴	۵۱	۲۸	تروریسم
۳۲	۲۷	۱۲	۸	۲۰	موضوعات مذهبی
					فرهنگی
۱۰	۱۱	۱۴	۸	۳	افراط‌گران مسلمان
۸	۱۰	۸	۸	۱۰	سیاست و مسائل
					عمومی
۲	۱	۱	۳	۰	مهاجرت و پناهندگی
۱	۳	۹	۵	۱۰	خشونت و حمله
					ضد مسلمانان
۱	۱	۴	۱	۰	اسلام‌هراسی
۲	۷	۷	۶	۱۳	بی‌ثباتی‌های
					اجتماعی
۱۶	۷	۱۲	۱۰	۱۸	سایر
%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	مجموع

(Moore et al., 2008: 11)

هدف رسانه‌ها از مقایسه اسلام با سایر ادیان، پررنگ کردن اختلاف مذهبی میان مسلمانان و مردم بریتانیاست و بیشتر مطالب حاوی نکات منفی و قضاوت‌های غلط درباره اسلام است؛ به‌علاوه، برخلاف ادعای رسانه‌ها مبنی بر بی‌طرفی، رویه‌ای که در مورد مسلمانان به کار گرفته می‌شود درست خلاف رویه‌ای می‌باشد که رسانه‌ها در مسئله اختلاف با ایرلند شمالی در پیش گرفته‌اند.^۸

- به‌طور کلی گفتمان غالب در مورد مسلمانان حول محور پنج موضوع است:
۱. پیوندهای مسلمانان با تروریسم (الفاظی که برای خطاب قرار دادن مسلمانان به کار می‌رود: تروریست، شبه‌نظامی، بمب‌گذار انتحاری، افراطی رادیکال، بنیادگرا)؛
 ۲. اسلام دینی عقب‌مانده، خطرناک و غیرعقلانی است؛
 ۳. اسلام بخشی از چند فرهنگ است؛
 ۴. برخورد و تقابل میان تمدن‌های اسلامی و غربی امری محتمل است؛
 ۵. اسلام تهدیدی برای شیوه زندگی بریتانیایی است (Moore et al., 2008: 14).

۳. ظرفیت‌های مسلمانان بریتانیا در مقابله با اسلام‌هراسی

رسانه‌های مسلمانان نقش اساسی در بازسازی هویت و چهره مسلمانان نزد افکار عمومی مردم بریتانیا دارند و نیز این توانایی را دارند که به نسل دوم و سوم مسلمانان آموزش دهند تا نحوه تعامل مثبت و سازنده با جامعه میزبان و نیز توسعه فرهنگ و هویت خویش را به روش صحیح بیاموزند. فضای باز جهانی‌سازی و گسترش ابزارهای ارتباطی این قابلیت را برای مسلمانان فراهم می‌کند تا مسلمانان تنها به هویت خود به عنوان یک مسلمان بریتانیایی نگاه نکنند بلکه بتوانند خود را به عنوان جزئی از امت جهانی اسلام قلمداد کنند.

۱-۳. رسانه‌های چابی (مطبوعات)

پدیده رسانه‌های مسلمان، تقریباً جدید به شمار می‌آید و دارای تاریخ کوتاهی است و فقط تعداد بسیار اندکی از نشریات، قدمتی ۳۰ یا ۴۰ ساله دارند.^۹ حوادث ۱۹۸۹ م. بریتانیا، به بعد، مسلمانان را در کانون توجهات قرار داد (مسئله سلمان رشدی - جنگ خلیج فارس و...) همین عوامل سبب شد رسانه‌های مسلمانان به تدریج شکل بگیرند و همزمان با افزایش تعداد مسلمانان، رسانه‌های آنان هم افزایش یافت. عموم رسانه‌های قدیمی به زبان مادری منتشر می‌شد و فقط با معدودی از نسل اول ارتباط برقرار کرد^{۱۰} و با نسل‌های بعدی ارتباطی برقرار نمی‌کرد. با گذشت زمان و روشن شدن اهمیت رسانه‌ها و لزوم حفظ و گسترش عقاید در نظام چندفرهنگی بریتانیا، مسلمانان به فکر تأسیس رسانه برای حفظ هویت، هدایت و انتشار افکار و عقاید خود برآمدند. به‌طور کلی با بررسی رسانه‌های مسلمانان زمینه‌های مشترکی در تمام آن‌ها وجود دارد که عبارت‌اند از:

- زمینه ایدئولوژیک و سیاسی؛
- اطلاع رسانی در مورد اخبار کشورهای مسلمان به‌ویژه کشور مبدأ؛
- بررسی موضوعات اجتماعی - سیاسی و فرهنگی؛
- تفضای کمک (خیریه - صدقه و...)

- تأسیس و یا تبلیغ گروه یا سازمان.

در مجموع، رسانه‌های مسلمانان عمر کوتاهی دارند که حتی بعضی از آن‌ها به ۱۵ سال هم نمی‌رسد و اغلب رسانه‌ها (به جز نشریات تخصصی) به موضوعات جاری و موضوعات اجتماعی و فرهنگی می‌پردازند.

در تحقیقی که احمد انجام داده است (Ahmed, 2002)، دلایلی که مسلمانان بریتانیا به مطبوعات مراجعه می‌کنند (به ترتیب) عبارت‌اند از:

۱. مسائل روز مسلمانان (ملی و بین‌المللی)

۲. اطلاعات مذهبی؛

۳. مقالات و اخبار مورد علاقه؛

۴. حمایت از رسانه‌های مسلمانان؛

۵. نگاه به اخبار از دیدگاه دیگر؛

۶. وجدان اجتماعی؛

۷. ناامیدی از رسانه‌های جریان اصلی؛

۸. مطالعه دانشگاهی.

۲-۳. حضور مسلمانان در فضای مجازی

مسلمانان به تدریج در حال آشنایی و بهره‌گیری از فناوری‌های جدید ارتباطی هستند که یکی از آن‌ها فضای مجازی اینترنت است. امروزه شاهد وبسایت‌های فراوانی درباره اسلام هستیم. به علت ارزانی و دسترسی آسان به اینترنت، این پدیده در حال گسترش و پیشی گرفتن از سایر رسانه‌های مسلمانان است؛ برای مثال هم اکنون بیشتر گروه‌ها و سازمان‌های اسلامی در بریتانیا وبسایت رسمی دارند که در آن اخبار، مواضع و دیدگاه‌ها، مقالات و تحلیل‌های خود را ارائه می‌دهند. با یک نگاه کلی و براساس جست‌وجوهای معمول انجام شده در وبسایت‌های اسلام و مسلمان این نتایج به دست آمده است:

۱. بسیاری از سایت‌ها در کشورهای غربی و به زبان انگلیسی هستند؛

۲. در فرقه و ایدئولوژی سایت‌ها تنوع فراوان وجود دارد؛

۳. انواع مختلف سایت‌های مربوط به سازمان‌ها، اشخاص، دانشگاهی و اتاق‌های گفت‌وگو وجود دارد؛

۴. محتویات سایت عموماً عبارت‌اند از: دعوت، موضوعات آموزشی و اطلاع‌رسانی سیاسی، مسائل جاری، گفت‌وگوهایی میان عقیده‌ای و مقالات (Bunt, 2000: 35).

به‌طور کلی موضوعات متنوعی در صفحات مربوط به اسلام و مسلمانان بحث می‌شود: قرآن و حدیث، فرقه‌های اسلامی (شیعه - سنی و صوفیه و...) دیدگاه‌های فلاسفه اسلامی، اختلافات

شیعه و سنی، مسائل سیاسی مربوط به کشورهای اسلامی نظیر افغانستان- پاکستان، کشمیر، مالزی، سنگاپور، سودان، عربستان، اسلام سیاسی (به‌ویژه مرتبط با حماس و حزب‌الله). در مطالعه باکتیاری (Baktiari, 2000) سایت‌های مرتبط با موضوع اسلام و مسلمانان بررسی شده‌اند که در آن سه نتیجه کلی به دست آمده است:

۱. حذف محدودیت‌های جغرافیایی؛
۲. به چالش کشیدن نظام‌های سنتی آموزشی؛
۳. تلاش برای سرعت‌بخشی به فرایند پلورالیسم سیاسی.

دنایای مجازی و وب‌سایت‌ها، فضای مفیدی برای گفت‌وگو در مورد اسلام ایجاد کرده‌اند. این فضا به کاربران این اجازه را می‌دهد تا علاقه‌مندان و کسانی که در مورد اسلام (و عموماً تصویر رسانه‌ای منفی آن) کنجکاو هستند، بتوانند اطلاعات مفیدی کسب کنند. در تحقیقی که توسط وینتر (Winter, 1999) انجام شده است (در مورد جزییات گرایش ۱۰۰ نفر به دین اسلام)، وی تأکید می‌کند که اینترنت نقش مهمی را در فعالیت‌های مذهبی ایفا می‌کند (نقشی مانند یک میسیونر مذهبی). البته همانطور که در اینترنت جنبه‌های مثبت وجود دارد، از جنبه‌های منفی آن نباید غافل شد. یکی از این نکات، گسترش روزافزون سایت‌های انحرافی است که اطلاعات غلط از اسلام منتشر می‌کنند و این یک تهدید به شمار می‌رود.

نتیجه‌گیری

امروزه در مورد اهمیت رسانه‌ها و اثرگذاری آن‌ها تردیدی وجود ندارد. بر اساس تحقیقات انجام شده روشن شده است که رسانه‌ها نقش اساسی در طرح اسلام‌هراسی ایفا می‌کنند. البته باید توجه داشت که رسانه‌ها علت همه مشکلات نیستند اما بخشی از آن هستند؛ پس می‌توانند بخشی از راه‌حل هم باشند. به‌طور کلی تمام تحقیقاتی که در مورد مسلمانان و اسلام در رسانه‌های بریتانیا انجام شده است، حاکی از نگاه منفی و بدبینانه رسانه‌هاست و تصویری کلیشه‌ای از مسلمانان شکل گرفته است که آن‌ها را متعصب، خشن، غریبه (متفاوت)، مخالف زنان، (Whitaker, 2002: 55) نمایش می‌دهد. در این میان مسلمانان هم به علت این تصاویر منفی و جانبدارانه تمایلی به رسانه‌ها نشان نمی‌دهند و از سوی دیگر، به علت مسائل داخلی خود (نظیر اختلافات فرهنگی، مذهبی، تنوع قومی) و نیز نداشتن منابع مالی و پشتیبان رسانه‌ای نیرومند، مشارکت فعالی در امور مربوط به رسانه ندارند که همین امر به خودی خود در گسترش موج منفی ضد آنان، اثرگذار است. در این شرایط مسلمانان باید از محدود فرصت‌هایی که برای آن‌ها در رسانه‌های فعلی بریتانیا مهیاست، کمال استفاده را ببرند؛ برای مثال وجود شخصیت‌های رسانه‌ای معروف مسلمان نظیر «اسد احمد»، «زینب بداوی» در بی‌بی‌سی و «سمیرا احمد» در شبکه چهار و «آنیلا بیگ» در مطبوعات، فرصت را برای نمایش برخی

برنامه‌های بی طرف در مورد مسلمانان مهیا ساخته است. از سوی دیگر مسلمانان باید به تقویت منابع رسانه‌ای خود دست بزنند و ضمن ارائه تصویر صحیح از اسلام، با پوشش‌های جانبدارانه رسانه‌ها مقابله کنند.

پی‌نوشت‌ها

۱. خصوصاً پس از حادثه ۱۱ سپتامبر که کاربرد این واژه به میزان چشمگیری افزایش یافته است.
 ۲. این تعریف در گزارشی به نام: (۱۹۹۷) Islamophobia: A Challenge for Us All آمده است که در آن هشت برداشت را درباره اسلام‌هراسی شناسایی کرده است.
 ۳. برای آگاهی بیشتر رجوع شود به:
- OIC OBSERVATORY REPORT ON ISLAMOPHOBIA(2009: 8- 27)
http://www.oic-un.org/document_report/Islamophobia_rep_May_23_25_2009.pdf
۴. در اینجا منظور از اسلام همان تمدن اسلامی است؛ زیرا روشن است که مقایسه دین اسلام با تمدن غربی، مقایسه صحیحی نیست.
 ۵. هرچند که این پیشنهاد با اتحاد میان گروه‌های کلیسا و مسلمانان و پلیس فوراً به تعویق افتاد، این مسئله و مسائل بعدی به‌خوبی نشان داد که چگونه توجهات دائم و پررنگ رسانه به‌طور بالقوه می‌تواند سبب شکل‌گیری و جهت‌دهی به سیاست‌های عمومی دولت گردد.
 ۶. در تحقیق مورد نظر ۹۷۴ مقاله و مطلب در نشریه‌های بریتانیایی که راجع به مسلمانان بوده، بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۸ م. بررسی شده است که در آن تصاویر و اشکال و کلیدواژه و سایر موارد خاص مربوط به مسلمانان تحلیل و بررسی شده‌اند.
 ۷. عموماً بیشتر در مورد تروریسم صحبت می‌شده است به جای تمرکز بر حادثه خاصی — استفاده از روش کلی‌بافی)
 ۸. در مسئله ایرلند شمالی از تفاوت‌های مذهبی صحبتی نمی‌شود بلکه سعی می‌کند اختلافات را فرقه‌ای نشان دهند (نه مذهبی).
 ۹. برای مثال، نشریه Impact International که اوایل دهه ۱۹۷۰ راه‌اندازی شد.
 ۱۰. (The Jang and Awaz)

منابع

Islamophobia, Oxford English Dictionary, Oxford University Press, 2006

شکرخواه، یونس. «جنگ روانی رسانه‌ای»، فصلنامه عملیات روانی، سال اول، شماره ۱، تابستان ۱۳۸۲.
 نوذری، حسینعلی. نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت در علوم اجتماعی و انسانی، نشر آگه، ۱۳۸۳.
 مرشدی‌زاد، علی. تبعیض و ناشکیبایی علیه مسلمانان در اتحادیه اروپا بعد از یازده سپتامبر، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۸

Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J. & Woollacott, J, (1995) *Culture, Commerce, Society and the Media*, London: Routledge.
Encyclopedia of Race and Ethnic studies, Routledge 2003

- Fredman Sandra, *Discrimination and Human Rights*, Oxford University Press, 1992.
- Islamophobia: A Challenge for Us All*, Runnymede Trust 1997, p. 1, Cited in Quraishi, Muzammil. *Muslims and Crime: A Comparative Study*, Ashgate Publishing Ltd, 2005
- Benn, T. and Jawad, H., *Muslim Women in the United Kingdom and Beyond: Experiences and Images*. Brill Academic Publishers, 2004.
- Fourie, P.J. (Ed), *Media Studies. Volume One: Institutions, Theories and Issues*. Landsdowne: Juta Education, 2001.
- Ahmed, A. F. *Post Modernism and Islam: Predicament and Promise*, New York, Routledge, 1992.
- Abbas, T. "Images of Islam", *Index on Censorship*, Vol. 29 (5), September/October 2000.
- Abbas, Tahir. *Muslim Minorities in Britain: Integration, Multiculturalism and Radicalism in the Post_ 7/7 Period*, *Journal of Intercultural Studies*, Vol. 28, No. 3, August 2007, pp. 287 -300.
- Ansari, K. H. *Muslims in Britain*, Minority Rights Group International, 2002.
- Lewis, Philip, *Islamic Britain: Religion, Politics and Identity among British Muslims_ Bradford in the 1990s*, London: I.B. Tauris, 1994.
- pauly, Robert j., jr. ,*Islam in Europe Integration or marginalization?* ASHGATE. 2004.
- Fauzia, Ahmad , *British Muslim Perceptions and Opinions on News Coverage of September 11*, *Journal of Ethnic and Migration Studies* , Vol. 32, No. 6, August 2006
- Masood , Ehsan , *British Muslims, Media Guide*, British Council, 2006.
- Kerry Moore , Paul Mason and Justin Lewis, *Image of Islam in the UK, the Representation of British Muslims in the National Print News Media 2000 _2008*, Cardiff School of Journalism, Media and Cultural Studies.
- Marranci, Gabriele, *Multiculturalism, Islam and the Clash of Civilisation! the ory:ethinking Isamophophobia*, *Culture and Religion* Vol. 5, No 1, 2004.
- Ahmed, Young British Muslims: *Social Space and Active Identity*, Leicester University, 2002, in www.lse.ac.uk/collections/EMTEL/Conference/papers/Ahm ed.doc
- Bunt, Gary. *Virtually Islamic, Computer- Mediated Communication and Cyber Islamic Environments*, Cardiff: University of Wales Press, 2000.
- Oxford English Dictionary*, Oxford University Press. 2006.
- Baktiari, Bahman. *Cybermuslim and the Internet: Searching for Spiritual Harmony in a Digital World*, 2000. in Bahmanpour, m. s. and Bashir, H (eds). *Muslim Identity in the 21st Century*. Institute of Islamic Studies, London: BookExtra.
- Winter, T. J, *Profiling the Cyberconvert*, Paper presented at AMSS First Annual Conference, 30 -31 October 1999, LSE.
- Whitaker, B. "Islam and the British Press After September 11" .([http://www.al-bab.com/media/ articles/bw 02620 .htm](http://www.al-bab.com/media/articles/bw 02620 .htm))