بررسی دیدگاه‌های منتقدین وجود اسلام هراسی رسانه‌ای

پدیدآورنده (ها) : عیسی‌زاده، عباس؛شرف‌الدین، سیدحسین
علوم سیاسی :: مطالعات قدرت نرم :: پاییز و زمستان 1396، سال هفتم - شماره 17 (علمی-پژوهشی/ISC)
از 86 تا 114
آدرس ثابت : https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1319386

دانلود شده توسط : حسین شرف الدین
تاریخ دانلود : 02/03/1399

مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) جهت ارائهٔ مجلات عرضه شده در پایگاه،مجوز لازم را از صاحبان مجلات، دریافت نموده است، بر این اساس همه حقوق مادی برآمده از ورود اطلاعات مقالات، مجلات و تألیفات موجود در پایگاه، متعلق به "مرکز نور" می باشد. بنابر این، هرگونه نشر و عرضه مقالات در قالب نوشتار و تصویر به صورت کاغذی و مانند آن، یا به صورت دیجیتالی که حاصل و بر گرفته از این پایگاه باشد، نیازمند کسب مجوز لازم، از صاحبان مجلات و مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) می باشد و تخلف از آن موجب پیگرد قانونی است. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به صفحه قوانین و مقررات استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.

پایگاه مجلات تخصصی نور

www.noormags.ir

بررسی دیدگاه‌های منتقدین وجود اسلام هراسی رسانه‌ای

عباس عیسی زاده*[۱]
سید حسین شرف‌الدین[۲]

چکیده:

غالباً این‌گونه تصور می‌شود که در وجود جریانی به نام «اسلام هراسی رسانه‌ای» و یا «تزریق ترس، نفرت و تعصب علیه اسلام و مسلمانان در افکار عمومی غرب از طریق رسانه‌ها»، هیچ‌گونه تردیدی وجود ندارد و مخالف و منکری برای آن نمی‌توان یافت، لکن چنین نیست. با وجود اینکه بسیاری از پژوهشگران با ارائه دلایل و شواهد کافی، بر وجود این معضل در غالب جوامع غربی به‌ویژه در دو سه دهه اخیر تأکید دارند، برخی محققان پس از بررسی و تحلیل روشمند رسانه‌های گوناگون گفتاری، نوشتاری و تصویری، در وجود معضل و جریانی با عنوان «اسلام هراسی رسانه‌ای» مناقشه کرده، آن را ناشی از تئوری توطئه و ساخته ذهن وهم‌آلود برخی مسلمانان جهت مقابله با هرگونه نقد و خرده‌گیری از باورها و معتقدات مذهبی‌شان می‌دانند. در این نوشتار تلاش شده است تا با استناد به شش پژوهش مهم، دیدگاه‌های منتقدان اسلام هراسی مورد نقد، بررسی و واکاوی قرار گیرد و صحت و سقم ادعای آن‌ها ارزیابی و تحلیل شود. ازاین‌رو، سؤال اصلی مطالعه حاضر این است: منتقدان وجود اسلام هراسی رسانه‌ای در غرب، برای اثبات مدعای خود به چه شواهدی استناد جسته‌اند؟ روش مطالعه در مقام گردآوری، اسنادی و استنادی (بررسی منابع و گزارشات رسانه‌ای) و در مقام ارزیابی و داوری، تحلیلی و انتقادی است. نتیجه آنکه تقریباً هیچ یک از پژوهش‌ها به طور قطع وجود «اسلام هراسی رسانه‌ای» را رد نکرده‌اند، بلکه تنها بخش‌هایی از

[۱]. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم. (نویسنده مسئول).
a.isazadeh68@gmail.com
[۲]. دانشیار، گروه جامعه‌شناسی، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، قم، ایران
sharaf@qabas.net

www.noormags.ir

ادعای مذکور را مردود می‌دانند؛ بنابراین بیشتر تلاش‌ها معطوف به خدشه‌دار کردن این مدعا و شواهد آن معطوف بوده است و هیچ محققی به ضرس قاطع وجود جریان اسلام هراسی را رد نمی‌کند؛ چراکه تعصب گسترده ضد اسلامی در غرب به‌ویژه در وسایل ارتباط‌جمعی چنان عیان گشته که به هیچ عنوان قابل‌انکار و چشم‌پوشی نیست.

واژه‌های کلیدی: اسلام، اسلام هراسی، غرب، رسانه‌های غربی، منتقدین اسلام هراسی.

مقدمه

اصطلاح دوبخشی «اسلام هراسی» از پیوند کلمه اسلام و پسوند فوبیا تشکیل شده است. واژه (*Phobia*) در لغت‌نامه پیشرفته *آکسفورد* این‌گونه تعریف شده است: «ترس یا نفرت شدید و غیرمنطقی از چیزی»؛ بدین‌صورت تعریف (*Islamophobia*) می‌شود: «ترس یا نفرت شدید و غیرمنطقی از اسلام» (مجیدی و صادقی، ۱۳۹۳: ۲۰-۲۱). به‌طورکلی، اسلام هراسی مفهومی است که به ترس، پیش‌داوری و تبعیض غیرعقلانی در قبال اسلام و مسلمانان اشاره دارد (مرشدی زاد و غفاری، ۱۳۸۶).

وجود اسلام هراسی با شاخص‌های معین از دید قائلان، از جمله معضلات اجتماعی برخی جوامع غربی است که از سویی، زندگی اقلیت مسلمان مقیم غرب را شدیداً تحت تأثیر قرار داده، از طرف دیگر، هزینه‌ها و خسارت‌های قابل‌توجهی را متوجه این جوامع ساخته است. تلاش در جهت اجرای سیاست‌های عقلایی همچون اصالت دادن به تکثرگرایی و چندفرهنگ‌گرایی و یکپارچه‌سازی گروه‌های مختلف حول اصول مشترک مدنی، تا کنون در عمل به نتیجه درخوری منجر نشده است. متقابلاً اعمال فشارها و تبعیض‌های ظالمانه و غیرموجه بر گروه‌های اسلامی، طی دهه‌های اخیر به صورت واکنشی موجب بروز موج‌های کنترل ناپذیری از خشونت رفتاری توسط برخی گروه‌های مسلمان افراطی شده است. برخی از اندیشمندان توسل افراط‌گرایان مسلمان به اعمال خشونت و ترور علیه شهروندان غربی (آمریکایی و اروپایی) مهاجر در کشورهای اسلامی را نیز پیامد دیگر جریان اسلام هراسی و مظاهر آن در این کشورها ارزیابی می‌کنند.

جریان اسلام هراسی به‌رغم ریشه‌های تاریخی کهن در غرب، در چند دهه اخیر تحت تأثیر وقوع بعضی حوادث سیاسی-اجتماعی مجدداً شدت یافته و افکار عمومی و احساسات جمعی مردم این کشورها را با خود درگیر ساخته است. طرح برخی تحلیل‌های سوگیرانه و اظهارنظرهای مغرضانه و ناسنجیده از سوی تحلیل‌گران سیاسی و مقامات رسمی کشورهای غربی در مقام تبیین و تحلیل وقایعی همچون ۱۱ سپتامبر و از همه مهم‌تر هجمه سنگین رسانه‌های جمعی غرب به مسلمانان به‌عنوان مسببان اصلی این وقایع، موجی از فشار و تنش را در سطوح مختلف متوجه گروه‌های مسلمان مقیم این کشورها ساخته است.

www.noormags.ir

در این میان، رسانه های جمعی خصوصاً بـه دلیـل نفـوذ و تـأثیر عمیـق بـر افکـار عمـومی، بـیش از همـه در التهاب‌آفرینی و تحریک اذهان و ترغیب دولتمردان و نهادهای مسئول به اعمال سیاست‌های تبعیض‌آمیـز و فشارهای مدنی، حقوقی و روانـی علیـه مسـلمانان اثرگـذار بـوده‌انـد. ازایـن‌رو، تردیـدی نیسـت کـه بخـش قابل‌توجهی از گفتمان و فضای اسلام هراسی موجود در این کشورها، ناشی از عملکرد احساسی رسانه‌های جمعی است. «به اعتقاد برخی تحلیل‌گران، نحوه بازنمایی اسلام در رسانه‌های غرب، خود همـواره یکـی از عوامل مؤثر در تشدید و گسترش موج اسلام هراسی و ایجاد تقابل و تعارض در سطوح فرهنگی-اجتمـاعی بوده است» (*Allen, 2001*). در هر صورت، نقش رسانه‌های جمعی در بسط و تعمیق جریان اسـلام هراسـی مورد تأیید و اتفاق‌نظر تحلیل‌گران این حوزه اسـت (مجیـدی و صـادقی، ۱۳۹۳: ۴۹). بـا وجـود ایـن، عـده معدودی از پژوهشگران با ذکر شواهدی، منکر وجود جریانی به نام اسلام هراسی در جوامع غربی شده‌انـد. در این نوشتار تلاش خواهیم کرد با استناد به شش پژوهش مهـم، دواعـی منتقـدان و منکـران در خصـوص اصل و ابعاد مختلف این پدیده و نیز نحوه بازنمایی اسلام و مسلمانان در رسانه‌های غرب را مورد بررسـی و تحلیل قرار دهیم. گفتنی است که در قالب بیانات منقول، دو واژه اسلام و مسـلمان همـواره در کنـار هـم و بیشتر اوقات نیز یکی به جای دیگری به کار رفته است. این پژوهش‌ها به ترتیب تاریخی عبارت‌اند از:

۱. محدودیت‌های سیاست یکپارچه‌سازی: بریتانیا و مسلمانان آن

کریستین جاپکه، استاد علوم سیاسی دانشگاه آمریکایی پـاریس (۲۰۰۹) معتقـد اسـت: معمـولاً رسـانه‌هـای جمعی به عنوان یکی از منابع اصلی اسلام هراسی معاصر مورد سرزنش و شـماتت قـرار مـی‌گیرنـد، بـا ایـن حال، شواهد چندانی به نفع این اتهام در دست نیست. عملکرد رسانه‌ها، حتی پس از حادثه ۱۱ سپتامبر، ابـداً دلالت‌گر رشد فزاینده نفرت و خصومت با اسلام و بازنمایی یکدست منفی مسـلمانان نیسـت، بلکـه کـاملاً برعکس، متعاقب این واقعه که قاعدتاً زمینه بسیار مناسبی برای تعرض عمومی به اسلام و تاختن به پیروانش بود، ما به دفعات شاهد تلاش‌های تعـدیل‌کننـده رسـانه‌هـا هسـتیم. تیترهـا و عنـاوینی از قبیـل «مسـلمانان را نکوهش نکنید»، «اسـلام دینـی شـیطانی نیسـت» و «رفقـای مسـلمانمان را دریـابیم»، حتـی در روزنامـه‌هـای عامه‌پسند بدنامی مانند سان و میرور که هر دو دائماً به سوگیری، جانـب‌داری و دیـدگاه‌هـای تعصـب‌آمیـز متهم‌اند؛ نشانه گویایی از تلاش رسانه‌ها برای کاهش التهابات محتمل اسـت. مؤسسـه رانیمدتراسـت نیـز در گزارش سال ۲۰۰۴ خود، اذعان کرد که پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، اغلب رسانه‌های بریتانیا، صادقانه بـه ایـن تشخیص مهم رسیدند که باید از انتشار مطالب تحریک‌آمیز و دمیدن در آتش اختلافـات میـان مسـلمانان و غیرمسلمانان اجتناب ورزند (*Joppke, 2009: 463*).

www.noormags.ir

علاوه‌بر این اکثر رسانه‌ها به صورت روشن و آشکار، مأموریت و رسالت خود را سودآوری و درآمدزایی تعریف کرده‌اند (و نه لزوماً ساختن جهانی بهتر!). ازاین‌رو، معقول به نظر نمی‌رسد که مثلاً سردبیران فلان روزنامه، مرتباً به گروه‌های اقلیتی که خود بخش مهمی از مشتریان بالقوه آنان هستند، توهین کنند؛ زیرا این کار نوعی خودزنی احمقانه است. به همین دلیل، امروزه غالب ژورنالیست‌ها از به کار بردن واژه «تروریست مسلمان» پرهیز می‌کنند. همچون سرویس جهانی بی‌بی‌سی که به خبرنگارانش اجازه نمی‌دهد از عباراتی نظیر «تندرو و تروریست» در کنار واژه‌های «اسلام و مسلمان» استفاده کنند. حتی در جولای ۲۰۰۵ که بمب‌گذاری‌های لندن به وقوع پیوست و مطابق ادعای موافقان وجود اسلام هراسی، رسانه‌های بریتانیایی در تهاجمی‌ترین آرایش خود نسبت به مسلمانان قرار داشتند، گزارش رسمی مرکز اروپایی نظارت بر نژادپرستی و دگرهراسی با اشاره به مستنداتی، پوشش مطبوعاتی این حوادث را منصفانه، متعادل و بی‌طرفانه خوانده است. نمونه بارز این مطبوعات، روزنامه ایندپندنت بود که تصویر یکی از قربانیان مسلمان فاجعه مذکور را به‌عنوان طرح صفحه نخست خود چاپ کرده بود (*Ibid: 463-64*).

۲. چارچوب سازی اسلام در شبکه‌های خبری پس از حملات ۱۱ سپتامبر (۲۰۰۱)

دینا ابراهیم، استادیار دانشگاه سانفرانسیسکو (۲۰۱۰) هدف خود از پژوهش مذکور را واکاوی نحوه چارچوب سازی شبکه‌های خبری از اسلام و مسلمانان متعاقب حادثه ۱۱ سپتامبر بیان کرده است. سؤالات مهم این تحقیق عبارت‌اند از: **الف)** چارچوب‌های کلامی و تصویری مورد استفاده در رسانه‌های امریکا برای توصیف اسلام، چه تفاوت‌هایی با قرینه‌های آن‌ها در رسانه‌های سایر کشورهای غربی داشته است؟ **ب)** بر چه ابعادی از اسلام به‌عنوان یک دین تأکید و از چه ابعاد و وجوهی غفلت و چشم‌پوشی شده است؟ **ج)** تا چه حد چارچوب‌های گزینش‌شده برای معرفی اسلام همسو با ایدئولوژی طبقه حاکم هستند؟ ابراهیم، همچنین برای تکمیل پژوهش خود، نمونه‌هایی از برنامه‌های خبری شبانه سه شبکه تلویزیونی سراسری آمریکا، (*ABC*)، (*CBS*) و (*NBC*) را در دو هفته ابتدایی پس از حادثه ۱۱ سپتامبر (یعنی از ۱۱ تا ۲۵ سپتامبر ۲۰۰۱) انتخاب کرده بود (*Ibrahim, 2010: 111 & 116*).

نتایج حاصل از این مطالعه یعنی چارچوب سازی شبکه‌های خبری ایالات‌متحده از اسلام (و مسلمانان) به دو شکل زیر گزارش شده است:

الف) چارچوب سازی اسلام داخلی؛ طرح اسلام به عنوان یک دین نسبتاً صلح‌طلب: در روزهای اولیه پس از حادثه، نگرانی اصلی شبکه‌های خبری و همچنین مقامات رسمی امریکا، احتمال بروز «حملات فیزیکی» و «جرائم نژادی» بود که منجر به اتخاذ رویکردهای مشفقانه و دلسوزانه در قبال مسلمانان

www.noormags.ir

شد. آمارها حاکی از آن است که میزان جرائم ناشی از خشم و نفرت علیه مسلمانان تا چند هفته اول بعد از ۱۱ سپتامبر سیر صعودی چشمگیری داشته است. قربانیان این حملات از قومیت‌های گوناگون عرب، آفریقایی-آمریکایی و حتی هندی (احتمالاً به دلیل بعضی مشابهت‌های ظاهری میان سیک‌ها با مسلمانان مانند پوشش عمامه) بودند. لذا دولت بوش در برابر این معضل رو به رشد موضع گرفت و این قبیل جنایات را شدیداً محکوم کرد. پس از آن، رسانه‌های آمریکایی نیز به تبع سیاست دولت و جهت جلوگیری از ادامه این روند، به بازنمایی مثبت مسلمانان این کشور پرداختند (*Ibid: 116*).

ب) چارچوب سازی اسلام خارجی؛ طرح اسلام به عنوان دین مروج خشونت و جهاد:

شبکه‌های تلویزیونی امریکا، بر خلاف نمایش و تصویرسازی مثبت و صلح‌جویانه از مسلمانان داخلی یا آمریکایی، به ارائه تصویری خشونت‌آمیز و جنگ‌طلبانه از مسلمانان خارجی، پرداختند و بدین وسیله این دو گروه را از هم متمایز کردند. بنابراین، بازنمایی منفی رسانه‌ای صرفاً مختص مسلمانانی بود که در خارج از این کشور زندگی می‌کردند و هیچ‌گونه سرسپردگی نسبت به پرچم امریکا نداشتند. به بیان دیگر، در این تصویرسازی، مسلمانان داخلی در حال تکان دادن پرچم امریکا به تصویر کشیده می‌شدند و مسلمانان خارجی در حال آتش زدن آن (*Ibid: 118*).

تردیدی نیست که رسانه‌ها در این زمینه دنباله‌رو دولت و سیاست‌های اتخاذی آن بودند و در حقیقت، این کاخ سفید بود که چارچوب عمل آن‌ها را تعیین می‌کرد. دولتمردان از یک سو، چارچوب «اسلام به‌مثابه یک دین صلح‌طلب» را تبلیغ می‌کردند و از طرفی دیگر، با اعمال حساسیت و تأکید بر نقش تهدیدی مسلمانان رادیکال، تصویری غیرواقعی از اسلام تحت عنوان «اسلام خشن» را ترویج می‌نمودند؛ با این تفاوت که اولی در قالبی تماتیک و دومی در چارچوبی اپیزودیک عرضه می‌شد. لذا به محض اینکه شکار تروریست‌های مسلمان آغاز شد، رسانه‌ها از نمایش سنجیده، زمینه‌ای و عمیق اسلام دست کشیده، به ارائه تصویری سخیف و سطحی از آن روی آوردند (*Ibid: 118*).

در مجموع، مسلمانان داخلی به‌منزله بخشی جدایی‌ناپذیر از جامعه امریکا و سایر مسلمانان به‌عنوان گروه‌هایی اجنبی بازنمایی می‌شدند؛ اسلام داخلی مشروع و مقبول و اسلام خارجی غیر مشروع و غیرقابل قبول تلقی می‌شد؛ اسلام داخلی، دین صلح و دوستی و اسلام خارجی دین خشونت، جهاد و شهادت‌طلبی تصویر می‌گردید. مسلمان آمریکایی هرچند مشکوک، اما غالباً صلح‌آمیز و خودی بود، برخلاف مسلمان خارجی که مطلقاً خشونت‌گرا و غیرقابل اعتماد به نظر می‌رسید. نمونه بارز مسلمانان خارجی از دید ایشان، مسلمانان ساکن در ایران، پاکستان، افغانستان و کشورهای عربی بودند. در جدول شماره یک چارچوب سازی شبکه‌های خبری از اسلام، در قالب «زبان دوگانه» ترسیم شده است:

www.noormags.ir

اسلام خارجی	اسلام داخلی
آیینی ذاتاً خشن	دینی اصالتاً صلح‌آمیز
خودکشی (شهادت‌طلبی) و جهاد	میهن‌پرستی آمریکایی
نفرت و انزجار از امریکا	وحدت و یکدلی اسلام با سایر ادیان

جدول شماره ۱ => اسلام داخلی و خارجی (*Ibid: 121-22*)

بنابراین، در تصاویر تلویزیونی، مسلمانانی که در امریکا زندگی می‌کردند، گروهی «وطن‌پرست و قربانی خشونت‌های بی‌منطق» معرفی می‌شدند. همانگونه که اشاره شد، این سیاست دوگانه با هدف مهار رشد فزاینده جرائم علیه مسلمانان در امریکا و حمایت کاخ سفید از آنان اتخاذ شد و رسانه‌ها نیز به ناگزیر و در راستای همسویی با سیاست‌های دولت به تصویرسازی توأمان مثبت و منفی از اسلام و مسلمانان داخلی و خارجی دست زدند؛ سیاستی که قبلاً در کشور سابقه نداشت. با وجود این، مسلمانان سایر نقاط جهان همچنان با قالب‌های کلیشه‌ای منفی نظیر «متعصب، بی‌خرد، متنفر از ایالات‌متحده به‌مثابه شیطان بزرگ و قائل به تبعیض جنسیتی علیه زنان» بازنمایی می‌شدند (*Ibid: 122*).

پژوهش دینا ابراهیم، همچنین اثبات می‌کند که در پوشش خبری اسلام در تلویزیون امریکا نمی‌توان یک چارچوب غالب یافت و شیوه نمایش اسلام تابع داخلی یا خارجی بودن جمعیت مسلمان هدف است. این تحقیق در تقابل با بسیاری از پژوهش‌های پیشین قرار می‌گیرد که بازنمایی اسلام و مسلمانان را یکسره منفی و در قالب بحران و خشونت می‌دانستند. مطابق یافته‌های ابراهیم، دست‌کم در بازه زمانی کوتاه‌مدت پس از ۱۱ سپتامبر، بازنمایی اسلام و مسلمان داخلی در تلویزیون امریکا، به دلایل خاص (جلوگیری از جرائم نژادی)، غالباً مثبت بوده است و اسلام به‌مثابه آیین میلیون‌ها آمریکایی وطن‌پرست و صلح‌طلبی به نمایش درمی‌آمد که در کنار هم‌میهنان مسیحی و یهودی خود به این کشور و آرمان‌های آن وفادار و پایبندند (*Ibid: 122-23*).

۳. احساسات ضد اسلامی و چارچوب سازی رسانه‌ای در دهه پس از ۱۱ سپتامبر

کریستوفر اسمیت (۲۰۱۳) استاد دانشگاه کلرمونت معتقد است که خصومت با اسلام، از ۱۱ سپتامبر به این سو، اساساً تحت تأثیر ترس از تروریسم نبوده است؛ چراکه علی‌رغم احساس خطر از ناحیه بنیادگرایی اسلامی، بلافاصله پس از حملات ۱۱ سپتامبر، در کمال شگفتی، میزان نگرش مثبت عامه مردم نسبت به اسلام و مسلمانان امریکا در بالاترین حد خود طی سال‌های اخیر بوده است. مشابه همین وضعیت، یعنی افزایش احساسات مثبت در قبال اسلام پس از بمب‌گذاری ۷/۷ لندن، در افکار عمومی بریتانیا نیز رخ داد. بنابراین واکنش اغلب آمریکایی‌ها بعد از حادثه ۹/۱۱ به‌رغم ترس و واهمه کم‌سابقه، رفتارهای تعصب‌آمیز

www.noormags.ir

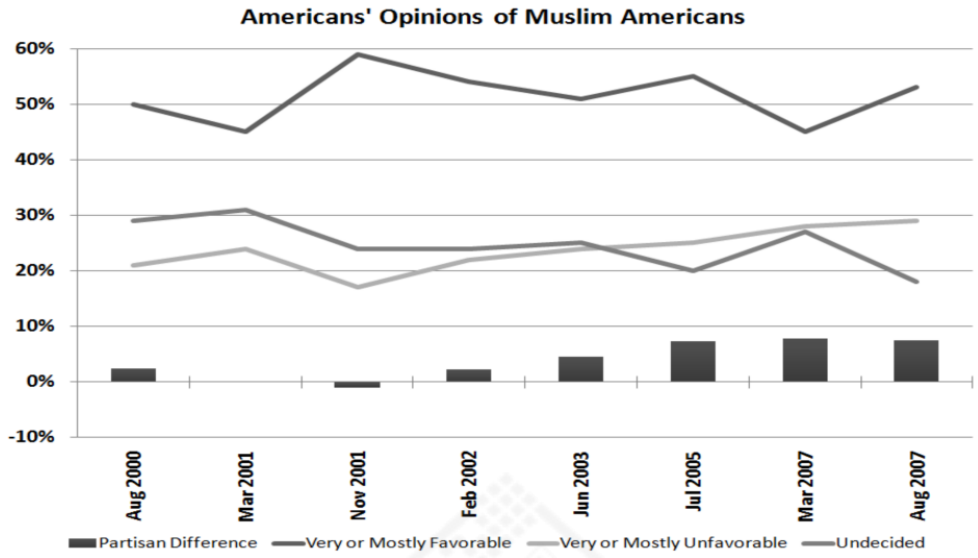
نبود، بلکه آن‌ها عمدتاً به ابراز همدردی با مسلمانان بی‌گناهی پرداختند که به‌واسطه اعمال عده‌ای از هم‌کیشان تندرو خویش، بدنام شده و هدف حملات انتقام‌جویانه قرار گرفته بودند. ولی به تدریج، هنگامی‌که ترس آمریکایی‌ها از تروریسم فروکش کرد، ارزیابی مجدد اسلام و به تبع آن بروز احساسات منفی علیه مسلمانان در افکار عمومی آغاز شد. در تحلیل این وضعیت خاص، چنین به نظر می‌رسد که ترس با تعصب رابطه‌ای معکوس داشته است، لکن چه چیزی می‌تواند این نتیجه غیرقابل انتظار (جهت‌گیری مثبت افکار عمومی نسبت به اسلام در بازه زمانی کوتاه‌مدت پس از واقعه ۱۱ سپتامبر و شروع احساسات و قضاوت منفی بعد از فرو کاهش ترس و واهمه ناشی از آن) را توضیح دهد؟ بدون شک، پاسخ صحیح در «نحوه چارچوب سازی رسانه‌ها» نهفته است (Smith, 2013: 1-2).

پوشش خبری رسانه‌های ایالات‌متحده در روزهای ابتدایی پس از وقوع این حادثه هولناک، عمیقاً متمرکز بر نقد کلیشه‌سازی‌ها و تجاوز به حقوق مدنی مسلمانان بود. با علم به اینکه، بی‌تردید وجود ترس، منجر به تعصب خواهد شد، شکل‌دهندگان به افکار عمومی امریکا، آگاهانه به مقابله با گرایش مذکور پرداختند و تا حدودی نیز در این امر موفق عمل کردند، اما به موازات فروکش کردن ترس و احساس خطر ناشی از تروریسم، رسانه‌های دست راستی تغییر مسیر دادند و به سنت همیشگی خود یعنی خصومت ورزی و نفرت پراکنی علیه اسلام بازگشتند. در نتیجه، از سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۰ میلادی، دشمنی و خصومت با مسلمانان رشدی تدریجی و ثابت داشته است (*Ibid: 2*). چرایی این موضوع را در ادامه با تفصیل بیشتر مورد بحث و بررسی قرار خواهیم داد.

سنجش احساسات عمومی نسبت به اسلام و مسلمانان امریکا پس از ۹/۱۱

تئوری «مدیریت ترس» بر این نکته تأکید دارد که نمایش مستمر اخبار تروریسم به دلیل اینکه مخاطب را در فکر مسائل هراس‌انگیزی از جمله احتمال مرگ خود فرو می‌برد، به‌طور طبیعی، منجر به افزایش تعصب در قبال اعضای گروه‌های اقلیت مظنون می‌گردد. این نظریه از تأیید تجربی قابل ملاحظه‌ای برخوردار است، لیکن اسمیت دقیقاً عکس این مدعا را اثبات می‌کند. نظرسنجی پیو در سال ۲۰۰۷ نشان می‌دهد که نگاه مثبت به مسلمانان امریکا، در ماه‌های اولیه پس از ۱۱ سپتامبر با رشدی چشمگیر در قیاس با پیش از این واقعه، به بالاترین میزان خود در سال‌های اخیر رسیده بود (*Ibid: 4*). در شکل شماره یک، نوع دیدگاه شهروندان ایالات‌متحده در قبال مسلمانان این کشور در بازه زمانی آگوست ۲۰۰۰ تا آگوست ۲۰۰۷ میلادی مشخص شده است:

www.noormags.ir



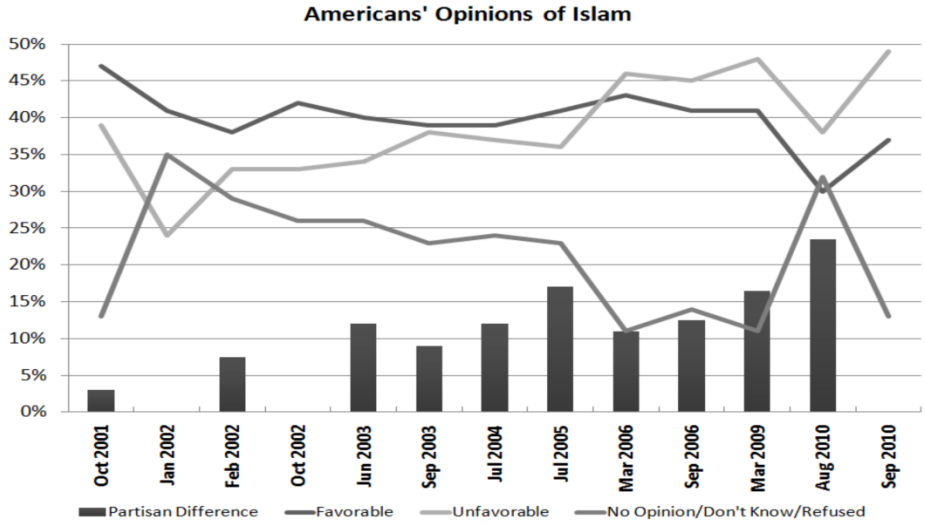
شکل شماره ۱ => دیدگاه آمریکایی‌ها در رابطه با مسلمانان این کشور[1]

لذا، یافته‌های پژوهش پیو بر خلاف نظریه مدیریت ترس، اثبات می‌کند که عکس‌العمل و واکنش آمریکایی‌ها به ترس خود، پس از ۹/۱۱، نه با تعصب، بلکه با همدردی [با مسلمانان محروم از حقوق مدنی] همراه بوده است. این مقطع، ظاهراً تنها برهه‌ای است که جمهوری‌خواهان در ابراز دیدگاه‌های مثبت نسبت به مسلمانان از دموکرات‌ها پیشی می‌گیرند، با اینکه همواره در مخالفت با مسلمانان پیشتاز بوده‌اند (*Ibid: 4-5*).

نظرسنجی شبکه خبری (*ABC*) در رابطه با نحوه نگرش آمریکایی‌ها نسبت به «اسلام»، آنگونه‌که در نمودار زیر مشاهده می‌شود، نتایج مورد ادعا را تأیید می‌کند:

[1]. متغیرهای اصلی نمودارش ۱ => ۱- بدون نظر (*Undecided*) ۲- احساسات عمدتاً یا شدیداً منفی (*Very or Mostly Unfavorable*) ۳- احساسات عمدتاً یا شدیداً مثبت (*Very or Mostly Favorable*) ۴- گرایش سیاسی (*Partisan Difference*): تقابل دو دیدگاه غالب سیاسی امریکا؛ درصد مثبت نشان می‌دهد که در آن مقطع دموکرات‌ها نگاه خوش‌بینانه‌تری از جمهوری‌خواهان به اسلام یا مسلمانان داشته‌اند و درصد منفی، بر عکس این نسبت دلالت دارد که البته به ندرت رخ داده است.

www.noormags.ir



شکل شماره ۲ => دیدگاه آمریکایی‌ها در رابطه با دین اسلام

اما طرز تلقی عموم مردم امریکا در مورد اسلام، پس از آنکه احساس خطر و تهدید ناشی از تروریسم فروکش کرد، به روند سابق خود بازگشت و مجدداً سیری نزولی یافت. به‌طور مشخص، از فوریه ۲۰۰۲ رشد نگرش‌های منفی در قبال مسلمانان امریکا و همچنین اسلام آغاز گشت. برای مثال، از ژانویه ۲۰۰۲ تا سپتامبر ۲۰۰۳، درصد افرادی که معتقد بودند اسلام خشونت را ترویج می‌کند، از ۱۴٪ به ۳۴٪ افزایش یافت. همچنین نگاه منفی افراد به اسلام از ۲۴٪ به ۳۸٪ افراد رسید. به علاوه، آمریکایی‌ها در مجموع، با مسلمانان در قیاس با دین اسلام، مهربانانه‌تر برخورد کرده‌اند (*Ibid: 5*).

مراحل سه گانه بازنمایی اسلام در رسانه‌ها

همانگونه که قبلاً به نقل از اسمیت اشاره کردیم، آنچه تغییرات و نوسانات افکار عمومی امریکا نسبت به اسلام و مسلمانان را توضیح می‌دهد، «نحوه چارچوب‌سازی اسلام در رسانه‌هاست». در همین راستا، شیوه بازنمایی اسلام پس از حادثه ۱۱ سپتامبر را می‌توان به سه مرحله دسته‌بندی کرد:

مرحله اول: بازنمایی مثبت مسلمانان معتدل و بازنمایی منفی بنیادگرایان تندرو (بازنمایی دوگانه جرج بوش)

در این مرحله که ماه‌های اولیه پس از ۹/۱۱ را شامل می‌شود، همزمان با تبعیض و خشونت‌های گسترده علیه مسلمانان امریکا، سیاست‌مداران و رسانه‌های خبری تلاش کردند تا با ارائه تصویری انسانی و صلح‌طلبانه از اعراب و مسلمانان آمریکایی با تعصب موجود مقابله کنند. پژوهش ناکوس و تورس‌رینا نشان می‌دهد که در آن ایام، متداول‌ترین موضوعات مورد اشاره در رسانه‌های ایالات‌متحده (چه دست راستی و چه دست چپی) حقوق و آزادی‌های مدنی و نقض آن؛ از جمله حملات فیزیکی به برخی اقلیت‌ها

www.noormags.ir

خصوصاً مسلمانان و همچنین تأکید بر وطن‌پرستی و وفاداری مسلمانان به امریکا به جای کلیشه‌هایی همچون حمایت آنان از تروریسم بود (*Ibid: 7*).

درمقابل این بازنمایی مثبت از مسلمانان میانه‌رو، تصویری منفی و خشن از بنیادگرایان رادیکال (نظیر تروریست‌هایی که مسبب فاجعه ۹/۱۱ بودند) نیز ترویج می‌شد. رویکرد بازنمایی دوگانه فرایندی بود که رسانه‌ها به پیروی از سیاست‌های دولت ایالات‌متحده دنبال می‌کردند و عملاً پس از اولین سخنرانی بوش بعد از حملات ۱۱ سپتامبر مبنای عمل قرار گرفت: «ترور چهره واقعی دین اسلام نیست. اسلام آیین صلح است، لکن تروریست‌ها پیام‌آور صلح نیستند، بلکه آنان مظهر جنگ و شیطان هستند» و چنین بود که دسته‌بندی ساده‌انگارانه مسلمانان به «مسلمان خوب» و «مسلمان بد» آغاز شد و به ورد زبان رسانه‌ها بدل گشت (*Ibid: 7-8*).

مرحله دوم: تغییر رویه رسانه‌های دست راستی (محافظه‌کار)

پس از فروکش کردن احساس خطر و تهدید ناشی از ناحیه تروریسم و نیز کاهش خشونت‌های ضد اسلامی متعاقب آن، بسیاری در مقام نقد چارچوب سازی رئیس‌جمهور بوش برآمدند. برخی از شخصیت‌های برجسته و رسانه‌های محافظه‌کار شدیداً در مقابل این ادعا که «اسلام دینی صلح‌آمیز است»، موضع گرفتند و اصل اسلام و آموزه‌های آن را زیر سؤال بردند. برای مثال، آن‌ها اصل آموزه جهاد اسلامی را منشأ تروریسم و افراطی‌گری معرفی می‌کردند. در عین حال، گفتمان ضد اسلامی مزبور همچنان بر مرزبندی میان مسلمانان تکیه داشت، با این تفاوت که مسلمانان میانه‌رو را اقلیتی غربی (آمریکایی شده) و منحرف (از مرام و اعتقاد سایر مسلمین) معرفی می‌کرد؛ جماعتی که از آموزه‌های حقیقی حضرت محمد (ص) دور افتاده‌اند و به همین دلیل قابل اعتماد شده‌اند. این مرحله از سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ - چنان‌که در نمودارها عیان است- به طول انجامید (*Ibid: 8*).

مرحله سوم: تأکید بر ناسازگاری اسلام با ارزش‌های دموکراتیک غربی و نیز اسلام به مثابه تهدیدی برای فرهنگ امریکا

چارچوب سازی جدید رسانه‌ها از سال ۲۰۰۶ و در پی انتشار کاریکاتورهای موهن دانمارکی و حوادث خشونت‌بار پس از آن آغاز شد. تحول اساسی این مرحله در نحوه بازنمایی اسلام در رسانه‌های دست راستی، تأکید بر ناسازگاری اسلام با ارزش‌های دموکراتیک غربی همچون آزادی بیان و در نتیجه معرفی آن به مثابه خطر و تهدیدی فرهنگی برای غرب بود. در همین زمینه، در سال ۲۰۰۶ چند کتاب برجسته در رابطه با خطر جمعیتی مسلمانان و تهدید فرهنگی ناشی از آن منتشر شد. از جمله این آثار می‌توان به: «وقتی اروپا خواب بود» اثر *بروس باور*؛ «لاندستان» (ترکیب دو کلمه لندن و پاکستان) نوشته *ملانی فیلیپ* و «امریکای تنها» اثر *مارک آستین* اشاره کرد. علاوه بر این، مسلمانان و احزاب لیبرال (دست چپی) به مثابه

www.noormags.ir

توطئه‌گرانی به تصویر کشیده می‌شدند که قصد دارند امریکا را اسلامی کرده، شریعت (احکام و قوانین مجازات اسلامی از جمله سنگسار، قطع اعضای بدن، شلاق و...) را در آن به اجرا در بیاورند. این فضای وحشت‌زای ناشی از تهدید فرهنگی اسلام حتی در انتخابات ریاست‌جمهوری امریکا در سال ۲۰۰۸ نیز انعکاس یافت؛ به‌گونه‌ای‌که پس از اعلام کاندیداتوری باراک اوباما، این شایعه در همه جا پیچید که وی یک مسلمان و اجنبی زاده است و نباید به او رأی داد (*Ibid: 8-9*).

خلاصه آنکه، کریستوفر اسمیت در مورد ادعای بازنمایی مطلقاً منفی مسلمانان در رسانه‌های ایالات‌متحده تردید می‌کند. به نظر او حتی رسانه‌های محافظه‌کار نیز که به خصومت با مسلمانان مشهورند، دست‌کم در مرحله اول یعنی «روزها و ماه‌های ابتدایی پس از واقعه یازده سپتامبر ۲۰۰۱» چهره مثبت و مطلوبی از اسلام نشان می‌دادند.

٤. تصویر اقلیت‌ها در رسانه‌ها: مسلمانان در سرتیتر مطبوعات بریتانیا (۲۰۰۱-۲۰۱۲)

اریک بلیک استاد علوم سیاسی دانشگاه میدلبری و همکارانش (۲۰۱۵) نخست به نقاط ضعف موجود در تحقیقات پیشین اسلام هراسی رسانه‌ای و سپس به نقاط قوت پژوهش خود اشاره می‌کنند. از دید ایشان، نقاط ضعف این پژوهش‌ها را می‌توان در موارد ذیل دسته‌بندی نمود:

- اکثر تحقیقات انجام شده کیفی است و به سادگی می‌توان در یافته‌هایشان تشکیک کرد. برای نمونه، پژوهش ریچاردسون (۲۰۰۴) و سعید (۲۰۰۷).
- برخی از پژوهش‌های کمی شناخته شده، فقط از یک کدگذار استفاده کرده‌اند که غالباً به نتایج چندان معتبر و قابل اعتمادی منتج نمی‌شود. مانند پژوهش پول (۲۰۰۲) و پول و ریچاردسون (۲۰۰۶).
- هیچ یک از پژوهش‌های انجام شده حتی دقیق‌ترین و روشمندترین آن‌ها -از جمله پژوهش بیکر و همکاران (۲۰۱۳)؛ مور و همکاران (۲۰۰۸)- به مقایسه نحوه بازنمایی مسلمانان با سایر گروه‌های هویتیِ مشابه نظیر یهودیان و مسیحیان نپرداخته‌اند؛ حال‌آنکه این مسئله از اهمیت به سزایی برخوردار است؛ زیرا، اگر نحوه بازنمایی یهودیان و مسیحیان (هرچند نه به اندازه مسلمانان)، نیز منفی باشد، می‌توان «اسلام هراسی» را به‌عنوان تئوری توطئه و امثال آن مورد تردید جدی قرار داد و همه این عملکردها تنها در قالب یک امر ساده یعنی «میل و گرایش ذاتی رسانه‌ها به نمایش تعارضات، کشمکش‌ها و معضلات» قابل توجیه خواهد بود (Bleich et al., 2015: 943).

ایشان همچنین وجوه قوت پژوهش خود را در موارد ذیل فهرست کرده‌اند:

- تمرکز بر سرتیترها به جای متن مقالات؛ چون بسیاری از خوانندگان مطبوعات، فقط تیترها را مطالعه می‌کنند. ضمن اینکه بر اساس تحقیقات، تیتر از متن کامل مقاله اثرگذارتر است.

www.noormags.ir

- استفاده از نمونه‌های متنوع (احزاب چپ و راست - مطبوعات نخبه‌گرا و عامه‌پسند)
- مقایسه تصویر اسلام با سایر ادیان بزرگ
- به‌کارگیری چند کدگذار جهت بالا بردن دقت عمل و اعتبار یافته‌ها (Ibid: 943).

نمونه پژوهش

در این پژوهش چهار روزنامه بزرگ بریتانیایی که هر یک نماینده بخشی از صنعت مطبوعات این کشور محسوب می‌شوند، مورد تحلیل قرار گرفتند:

۱) روزنامه برادشیت (نخبه‌گرا) دست چپی => گاردین
۲) روزنامه برادشیت دست راستی => دیلی‌تلگراف
۳) روزنامه تبلوید (عامه‌پسند) دست چپی => دیلی‌میرور
۴) روزنامه تبلوید دست راستی => دیلی‌میل

این روزنامه‌ها تقریباً به ۸۲٪ بزرگسالان بریتانیا (۱۵ سال به بالا) دسترسی دارند (*Ibid: 947*).

طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۲ میلادی تعداد تیترهایی که در رابطه با مسلمانان، یهودیان و مسیحیان شناسایی شدند، به ترتیب عبارت‌اند از: ۵۵۰۱، ۱۵۹۹ و ۱۸۱۳؛ که از میان آن‌ها ۶۸۵ تیتر مربوط به مسلمانان، ۱۹۸ مورد راجع به یهودیان و ۲۲۵ تیتر مرتبط با مسیحیان به‌عنوان نمونه‌های نهایی انتخاب شدند. سپس دو کدگذار، با بهره‌جویی از شیوه کدگذاری «بنسون»، نمونه‌ها را در یکی از پنج دسته زیر قرار دادند:

- **قربانی (Victim)**
- **سودمند یا مفید (Beneficial)**
- **مشکل یا معضل (Problem)**
- **سایر موارد (Other)**
- **مبهم یا دوپهلو (Ambiguous)**

از میان این پنج دسته، سه دسته اول دارای لحنی مثبت و یا منفی هستند: ۲ مورد اول (قربانی و سودمند) => مثبت و مورد سوم (معضل) => حاوی لحن منفی. مثال‌هایی از هر یک از دسته‌های مذکور در عبارات ذیل ذکر شده است: (موارد ۴ و ۵ نیز فاقد لحن مثبت و یا منفی یعنی خنثی هستند)

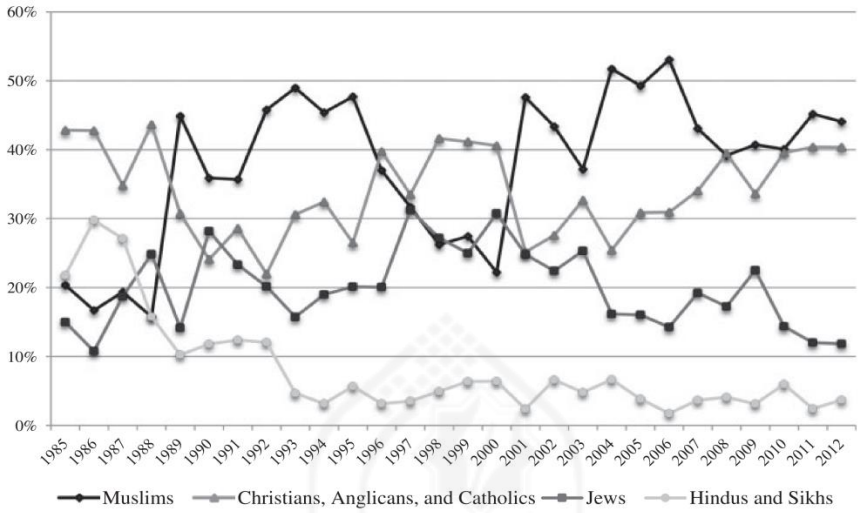
قربانی => ***مسلمانان معتدل در مواجهه با کمپین نفرت؛***

سودمند => ***کشورهای اسلامی قوانینی جهت مقابله با افراط‌گرایی و تضییع حقوق زنان وضع می‌کنند؛***

معضل => ***جامعه اسلامی ایالات‌متحده، مظنون اصلی ترور سردبیر روزنامه*** (*Ibid: 947-48*).

www.noormags.ir

پیش از تحلیل دقیق نمونه‌ها، خالی از فایده نیست اگر نگاهی گذرا به میزان توجه رسانه‌ای بـه مسـلمانان در قیاس با گروه‌های مشابه در بازه زمانی بلندمدت داشته باشیم. بدین منظور ضمن بررسی ۸۴۸۶ تیتر روزنامـه گاردین در سال‌های ۱۹۸۵ تا ۲۰۱۲، پوشش خبـری چهـارگـروه: **۱.** مسـلمانان **۲.** مسـیحیان، انگلیکـان‌هـا و کاتولیک‌ها **۳.** یهودیان **٤.** هندوها و سیک‌ها در قالب شکل شماره سه با هم مقایسه شده است:



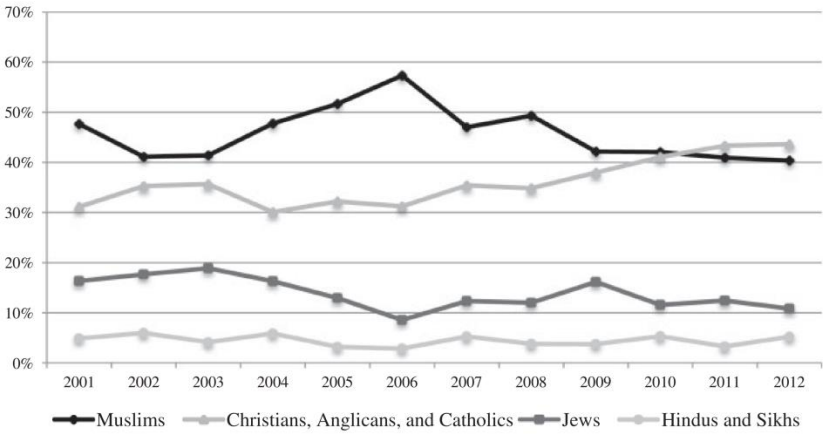
شکل شماره ۳ => درصد سالانه سرتیترهای مرتبط با ادیان بزرگ (نمونه = ۸۴۸۶؛ گاردین)

گاردین در ۳۳۰۶ تیتر خود از مسلمانان نام برده است، یعنی چیزی بیش دو برابر عناوین مرتبط بـا یهودیـان (۱۶۴۴) و حتی بیش از مجموع موارد مربوط به مسیحیان، انگلیکان‌ها و کاتولیـک‌هـا (۲۸۸۳) (*Ibid: 949-50*).

در مطالعه تطبیقی بلیک و همکارانش میان گروه‌های دینی مـذکور، در چهـار روزنامـه بـزرگ بریتانیـایی، نتایج مشابهی به دست آمد. چنان‌که در شکل زیر می‌بینید، از مجمـوع ۱۱۸۳۸ تیتـر، ترتیـب میـزان پوشـش ادیان مختلف بدین شرح بود:

- اسلام: ۵۵۰۱ تیتر معادل (٪۴۶)
- مسیحیت: ۱۸۰۸ تیتر یعنی (٪۱۵) و با اضـافه کـردن کاتولیـک‌هـا و انگلیکـان در مجمـوع ۴۲۱۶ تیتـر معادل (٪۳۶)
- یهودیت: ۱۵۹۹ تیتر یعنی (٪۱۴)

www.noormags.ir



شکل شماره ۴ => درصد سالانه سرتیترهای مرتبط با ادیان بزرگ (نمونه = ۱۱۸۳۸؛ چهار روزنامه بریتانیایی)

با توجه به اینکه مسلمانان تنها ۴٫۸٪ جمعیت بریتانیا (۲۰۱۱) را تشکیل می‌دهند، داده‌های فوق حاکی از توجه ویژه رسانه‌های بریتانیا به مسلمانان در قیاس با سایر گروه‌های دینی این کشور است. با این حال، صرف کمیت و حجم بالای مطالب مربوط به اسلام، بیانگر نگاه منفی به آن نیست. برای قضاوت دقیق‌تر باید در کنار کمیت به کیفیت و لحن مطالب نیز توجه کرد (*Ibid: 950*). جهت تأمین این هدف، به نمونه نهایی گزینش‌شده (۶۸۵ تیتر مرتبط با اسلام، مذکور در جدول شماره دو) باز می‌گردیم و به بررسی و دسته‌بندی لحن آن‌ها می‌پردازیم.

چارچوب‌ها	تعداد	٪
۱. قربانی	**۱۲۳**	**۱۸**
۲. سودمند	**۹۲**	**۱۳**
جمع قربانی + سودمند (بازنمایی مثبت)	**۲۱۵**	**۳۱**
۳. معضل (بازنمایی منفی)	**۲۱۵**	**۳۱**
٤. سایر موارد	**۵۳**	**۸**
۵. مبهم (نامشخص، دوپهلو)	**۲۰۲**	**۲۹**
جمع کل	**٦٨٥**	**۱۰۰**

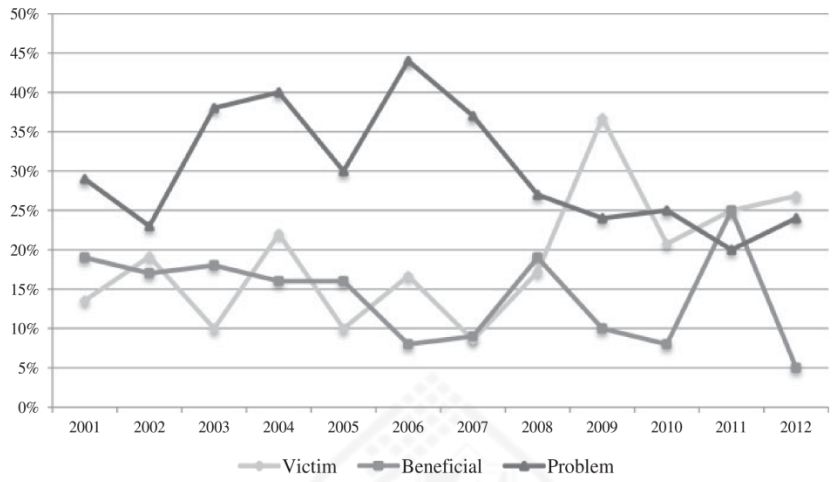
جدول شماره ۲ => دسته‌بندی چارچوب‌ها ۲۰۰۱-۲۰۱۲ (مسلمانان)

در مجموع، تعداد تیترهای حاوی لحن مثبت و منفی یکسان بوده است (هرکدام ۲۱۵ مورد معادل ۳۱٪) (*Ibid: 951*).

www.noormags.ir

مقایسه سه دسته اصلی مطالب مرتبط با اسلام (به تفکیک سال)

در نمودار زیر درصد سالانه سه چارچوب اصلی (**قربانی، سودمند، معضل**) از ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۲ ذکر شده است:



شکل شماره ۵ => درصد سالانه سرتیترهای مربوط به سه چارچوب اصلی بازنمایی مسلمانان «قربانی، سودمند، معضل»

(نمونه = ۶۸۵؛ مسلمانان)

بدین ترتیب چارچوب «معضل» از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۸ و نیز در سال ۲۰۱۰ بالاترین درصد تیترها را به خود اختصاص داده است؛ یعنی در سال‌های مذکور، مخاطبین مطبوعات بیشتر مایل بودند تیترهای منفی همچون «آشوب‌گران اسلامی، سوق‌دهنده جوانان به دامن گروه‌های تروریستی» را از نظر بگذرانند تا عناوین مثبت نظیر «چیزهای بسیاری که می‌توان از اسلام آموخت». اما در سال‌های ۲۰۰۹، ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲ بالاترین درصد از آنِ چارچوب «قربانی» بوده است (*Ibid: 951-52*).

ارزیابی کیفیت و لحن مطالب: نسبت مطالب مثبت و منفی (شاخص نت‌تون)

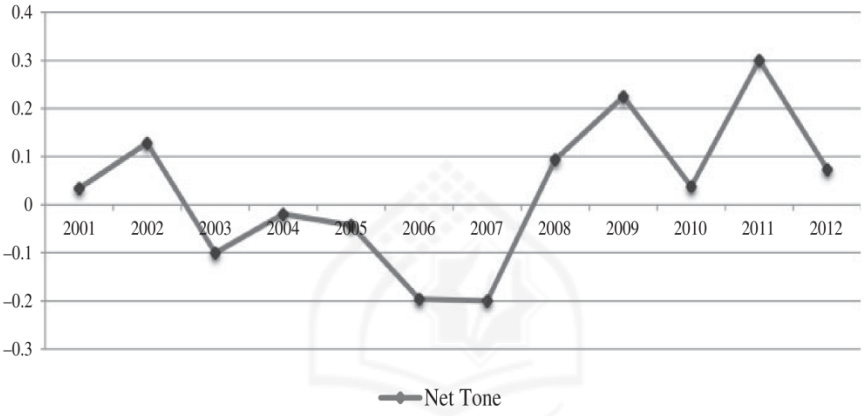
بر اساس این شاخص، میزان مطالب مثبت و منفی در هر سال جداگانه محاسبه می‌شود؛ اگر تعداد تیترهای مثبت نسبت به تیترها و عناوین منفی در یک سال بیشتر باشد، «نت‌تون» (*Net Tone*) بالاتر از صفر و در نتیجه تون یعنی لحن کلی آن سال مثبت خواهد بود و اگر به‌عکس، تعداد تیترهای منفی بیشتر باشد، عدد نت‌تون زیر صفر و لحن کلی منفی تلقی می‌گردد. به‌طور خلاصه، فرمول محاسبه نت‌تون که متغیر وابسته اصلی پژوهش‌های بلیک است، بین دو عدد ۱+ و ۱- متغیر است.

www.noormags.ir

فرمول نت‌تون:

تعداد تیترهای دارای لحن مثبت- تعداد تیترهای دارای لحن منفی
کل تیترهای کدگذاری شده کل تیترهای کدگذاری شده

به عنوان مثال، در شکل شماره شش نت‌تون سالانه مطالب مرتبط با اسلام در نمونه‌های برگزیده چهار روزنامه مورد بررسی پژوهش بلیک ذکر شده است:



شکل شماره ۶ => نت‌تون سالانه تیترهای منتخب (نمونه = ۶۸۵؛ مسلمانان)

مطابق داده‌های این نمودار، در پنج سال از ۱۲ سال بررسی شده، تصویر منفی مسلمانان غلبه داشته است و در هفت سال باقی مانده، بازنمایی مثبت اسلام غالب بوده است. در مجموع، یافته‌های بلیک و همکاران او به هیچ عنوان نمایش یکدست و یا حتی غالباً منفی اسلام و مسلمانان در رسانه‌های مکتوب بریتانیا را مورد تأیید قرار نمی‌دهد. به عقیده ایشان، الگوهای پوشش رسانه‌ای بسیار غامض‌تر از این‌هاست و باید سال به سال به صورت جداگانه و دقیق مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد. لکن به‌طور خلاصه، می‌توان مدعی شد که برخلاف تصور رایج، میان بازنمایی منفی و مثبت اسلام توازن و تعادل وجود دارد و هیچ یک از کفه‌های ترازو سنگین‌تر از دیگری نیست (*Ibid: 952-53*).

نتایج تفصیلی

در ادامه این بخش، به بازخوانی نتایج بدست آمده به بیان مفصل‌تر پرداخته‌ایم:

الف) تفکیک بین انواع روزنامه‌های منتخب: ۱. جناح چپ و راست **۲.** برادشیت (نخبه‌گرا) و تبلوید (عامه‌پسند)

www.noormags.ir

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که چهار نوع مذکور از روزنامه‌های منتخب، شیوه‌های کاملاً متفاوتی در بازنمایی اسلام دارند؛ ضمن اینکه درکل، روزنامه‌های نخبه‌گرای دست چپی (از قبیل گاردین) حاوی بیشترین میزان تیترهای مثبت در رابطه با مسلمانان و در مقابل، مطبوعات عامه‌پسند دست راستی (همچون دیلی‌میل) دارای تندترین و منفی‌ترین نگاه به اسلام هستند (*Ibid: 953*). جدول شماره سه، تفاوت رویکرد مطبوعات گوناگون در قبال اسلام و مسلمانان را نشان می‌دهد:

	براد شیت (چپ) تعداد	٪	تبلوید (چپ) تعداد	٪	براد شیت (راست) تعداد	٪	تبلوید (راست) تعداد	٪
لحن مثبت	۱۲۲	٤٠	۳۰	۳۹	۴۰	۲۲	۲۱	۱۸
قربانی	۶۸	۲۲	۱۹	۲۵	۲۶	۱٤	۱۰	۹
سودمند	۵۴	۱۸	۱۱	۱٤	۱۶	۹	۱۱	۹
لحن منفی (مشکل)	۶۷	۲۲	۲۳	۳۰	۷۴	٤٠	۵۱	٤٤
نت تون	+.۱۸		+.۰۹		-.۱۸		-.۲٦	
سایر	۳۳	۱۱	۲	۳	۱۲	٦	۶	۵
مبهم	۸۳	۲۷	۲۱	۲۸	۵۹	۳۲	۳۹	۳۳
جمع کل	۳۰۵		۷٦		۱۸۷		۱۱۷	

جدول شماره ۳ => مقایسه چارچوب‌های مختلف و نت‌تون تیترها به تفکیک انواع مطبوعات
(نمونه = ۶۸۵؛ مسلمانان)

ب) تفکیک بین سه دین بزرگ: ۱. اسلام **۲.** مسیحیت **۳.** یهودیت

جهت وصول به درکی دقیق از بازنمایی رسانه‌ای اسلام، بررسی جداگانه آن کافی نیست، بلکه باید جایگاه اسلام در سلسله‌مراتب قومیتی-نژادی یا قومیتی-مذهبی نیز به دقت تعیین شود. ازاین‌رو، ضروری است مقایسه‌ای جامع میان تصویر ارائه‌شده از اسلام در رسانه‌ها با تصویر ارائه‌شده از سایر گروه‌های مشابه نظیر مسیحیت و یهودیت صورت گیرد. اگر نمونه‌های مورد مطالعه (تیترهای مطبوعات) برخوردی همانند اسلام را با سایر ادیان نشان دهد، مدعای اسلام هراسی رسانه‌ای زیر سؤال می‌رود، ولی اگر مسلمانان به شکلی ساختمند، منفی‌تر از گروه‌های مشابه به تصویر کشیده شده باشند، دلیل قاطعی بر مدعای مذکور (اسلام هراسی) خواهد بود؛ چراکه مقایسه میان ادیان بزرگ و اختلاف معنادار در نحوه چارچوب سازی آنان،

www.noormags.ir

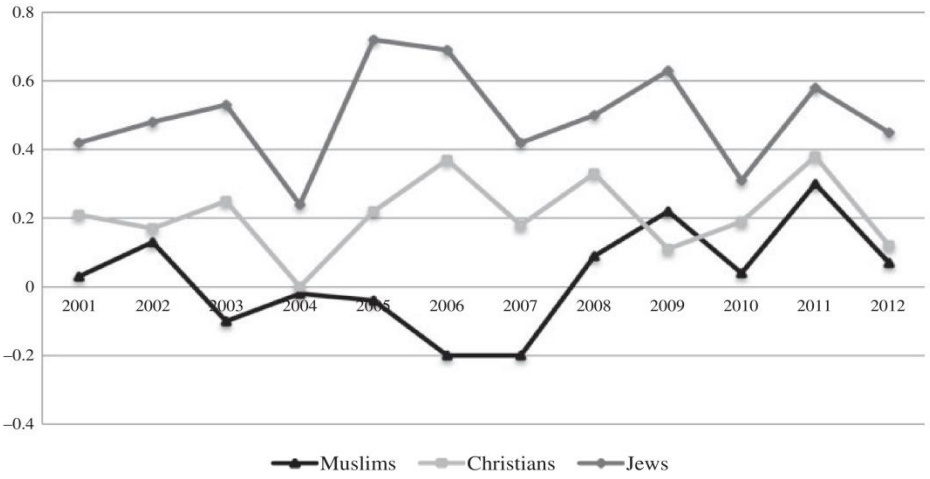
شاهد و دلیل دیگری است برای اثبات این مدعا که اسلام در رسانه‌های غربی به صورت نظام‌مند و گسترده‌ای مورد بازنمایی منفی و موضوع برخورد خصمانه و تبعیض‌آمیز قرار گرفته است. در جدول شماره چهار مقایسه‌ای جامع میان این سه دین در پنج دسته اصلی چارچوب‌ها صورت گرفته است:

	یهودیان		مسیحیان		مسلمانان	
	تعداد	٪	تعداد	٪	تعداد	٪
لحن مثبت	۱۰۲	۵۲	۸۱	۳۶	۲۱۵	۳۱
قربانی	۷۵	۳۸	۵۳	۲۴	۱۲۳	۱۸
سودمند	۲۷	۱۴	۲۸	۱۲	۹۲	۱۳
لحن منفی (مشکل)	۴	۲	۳۰	۱۳	۲۱۵	۳۱
نت تون	+.۵۰		+.۲۳		۰	
سایر	۱۱	۶	۱۳	۶	۵۳	۸
مبهم	۸۱	۴۱	۱۰۱	۴۵	۲۰۲	۲۹
جمع کل	۱۹۸		۲۲۵		۶۸۵	

جدول شماره ۴ => مقایسه چارچوب‌های مختلف و نت‌تون تیترها به تفکیک سه دین بزرگ (نمونه = ۱۱۰۸)

همانگونه که ملاحظه می‌کنید اختلاف فاحشی بین نحوه بازنمایی اسلام و دو دین دیگر وجود دارد و درصد چارچوب‌های مثبت و منفی (قربانی و معضل) کاملاً متفاوت است. برای مثال، یهودیان ندرتاً به‌عنوان معضلی اجتماعی نمایش داده می‌شوند، درحالی‌که بسیاری از مطالب مسلمانان در این قالب جای می‌گیرد. از سوی دیگر، درصد بالایی از تیترها و عناوین، یهودیان را در نقش قربانی و مظلوم به تصویر می‌کشند؛ چیزی بیش از دو برابر مسلمانان (*Ibid: 955-56*). این تبعیض به وضوح در میانگین نت‌تون دوازده ساله سه دین (یهودیت ۵۰.+، مسیحیت ۲۳.+ و اسلام ۰) و همچنین در نت‌تون سالانه آن‌ها در نمودار زیر مشهود است:

www.noormags.ir



شکل شماره ۷ => میزان نت‌تون سالانه تیترها به تفکیک سه دین بزرگ (نمونه = ۱۱۰۸)

از ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۲، در هیچ سالی اسلام تصویری مثبت‌تر از یهودیت نداشته است. ضمن اینکه یهودیت و مسیحیت همواره در سمت مثبت این نمودار قرار داشته‌اند و درحالی‌که نت‌تون سالانه اسلام میان دو عدد ۰.۲۰- و ۰.۳۰+ متغیر بوده، این عدد برای مسیحیت بین ۰ و ۰.۳۸+ و همچنین برای یهودیت به طرز شگفت‌آوری بین دو عدد ۰.۲۴+ و ۰.۷۲+ ثبت شده است (*Ibid: 956-57*).

در مجموع، هرچند بلیک و همکارانش بازنمایی منفی اسلام را به دلایل فوق زیر سؤال برده و از عملکرد رسانه‌های غربی دفاع کرده‌اند؛ نتایج مورد ادعای ایشان از جهاتی محل تأمل است. برای نمونه، تیراژ مطبوعات مورد بررسی و میزان مخاطبین آن‌ها به هیچ وجه با هم قابل قیاس نیستند. مثلاً «تیراژ روزانه دیلی‌میل (روزنامه عامه‌پسند دست راستی) که منفی‌ترین تصویر را از اسلام در میان نشریات مزبور ارائه می‌دهد، ۲,۳۵ میلیون نسخه است، حال آنکه گاردین (روزنامه نخبه‌گرای دست چپی) تنها ۳۸۰ هزار خواننده در روز دارد» (*Ibid: 954*)؛ لذا، توجه به این نکته مهم است که طبق مطالعه، روزنامه‌هایی که عموماً تصویری منفی از اسلام ارائه می‌دهند، به لحاظ تیراژ و میزان مخاطب با مطبوعات طرف مقابل اساساً قابل مقایسه نیستند و بالطبع تأثیرگذاری آن‌ها در افکار عمومی بسیار بیشتر است. نکته دیگر اینکه، مقایسه میان ادیان مختلف و تفاوت‌های معنادار در نحوه چارچوب سازی رسانه‌ای از آن‌ها، به وضوح نشان می‌دهد که اسلام به شکلی نظام‌مند و گسترده مورد بازنمایی منفی قرار گرفته است.

www.noormags.ir

٤. همسایگان مسلمان یا تهدید اسلامی؟ تحلیلی از چارچوب سازی رسانه‌ای در خصوص ماجرای جنجالی مسجد (گراندزیرو) در مطبوعات

برایان بو از دانشگاه واشنگتن غربی و تاج مکی از دانشگاه ایالتی میشیگان (۲۰۱۶) در پژوهشی با محوریت ماجرای پرهیاهوی ساخت مسجد گراندزیرو، به تحلیل پوشش خبری اسلام در پنج روزنامه مطرح ایالات‌متحده بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۳ میلادی پرداخته‌اند. نمونه‌های منتخب عبارت‌اند از: آتلانتا ژورنال کانستیتیوشن (*n = 45*)؛ شیکاگو تریبیون (*n = 37*)؛ نیویورک‌تایمز (*n = 83*)، نشویل‌تنسین (*n = 145*) و کالیفورنین (*n = 39*).

سؤالات پژوهش: ۱. تعیین چارچوب‌های بازنمایی اسلام در این رسانه‌ها و اثبات تماتیک یا اپیزودیک بودن هر یک از آن‌ها؟ **۲.** اینکه کدام چارچوب‌ها، اسلام‌هراسانه‌اند و نگرش‌های منفی نسبت به مسلمانان را ترویج می‌کنند و کدامیک این‌گونه نیستند؟ (*Bowe & Makki, 2016: 546*)

پنج چارچوب اصلی مرتبط با اسلام و مسلمانان در ماجرای گراندزیرو

در نمونه‌های مورد بررسی پنج چارچوب اساسی شناسایی شده‌اند که سه مورد آن، چارچوب‌های اپیزودیک هستند و چندان محل بحث نیستند؛ از جمله: مقررات محلی؛ اختیار و قدرت قانونی؛ جدال و منازعه سیاسی. اما بحث اصلی بو و مکی، چنان‌که از عنوان پژوهش آن‌ها برمی‌آید، پیرامون دو چارچوب تماتیک است: **الف)** تهدید اسلامی و **ب)** همسایگان مسلمان (*Ibid: 547*). در ادامه به توضیح آن‌ها می‌پردازیم.

۱) چارچوب تهدید اسلامی: آن‌ها نمی‌خواهند مثل ما باشند

مهم‌ترین شاخصه این چارچوب، ارزیابی میزان سرسپردگی و وفاداری مسلمانان ساکن ایالات‌متحده به این کشور است که با موضوعاتی نظیر ملی‌گرایی، وطن‌پرستی و دفاع از میهن در ارتباط است. در چارچوب تهدید اسلامی، حفاظت از هویت غالب آمریکایی (داخلی، خودی) از بالاترین درجه اهمیت برخوردار است. لذا، آمریکایی خودی محسوب می‌شود و هر آنچه که با اسلام مرتبط باشد، خارجی و غیرخودی و به تبع آن، عهدشکن و خائن تلقی می‌گردد. چارچوب مذکور، کاملاً زیرمجموعه اسلام هراسی قرار می‌گیرد؛ چراکه واجد تمامی خصیصه‌های مهم این گفتمان است. از قبیل معرفی مسلمانان به‌عنوان افرادی: «افراطی، خشونت‌طلب، ضدیهود، ضدمسیح، مخالف دموکراسی، زن‌ستیز، عقب‌مانده فرهنگی و درپی صدور شریعت اسلامی به سرتاسر جهان». در یک کلام، داستان‌های خبری در این قالب دائماً به ترس و واهمه از اسلام و همچنین «شریعت اسلامی و تروریسم» به‌منزله منشأ این هراس اشاره می‌کنند. بنابراین چارچوب تهدید اسلامی به نحو آشکاری، دلالت‌گر اسلام هراسی رسانه‌ای است (*Ibid: 550 & 552*).

www.noormags.ir

۲) چارچوب همسایگان مسلمان: پذیرفتن تفاوت‌ها

این گفتمان هم به نوعی بر تقابل و تمایز دوگانه خودی-غیرخودی (داخلی-خارجی) مبتنی است، لیکن با این تفاوت مهم که مسلمانان را به صورت یکپارچه، غیرخودی و اجنبی ترسیم نمی‌کند. چارچوب همسایگان مسلمان به دنبال «از پرده ابهام در آوردن مسلمانان» و «عادی جلوه دادن رفتارهای آنان» است؛ برای مثال، انجام مقایسه میان کلیسا رفتن مسیحیان و به مسجد رفتن مسلمانان جهت عبادت و نه برای توطئه، دسیسه، خرابکاری و آشوب‌گری؛ نمونه‌ای از این اقدام است. لذا این چارچوب نمایان‌گر اسلام‌دوستی (اسلاموفیلیا) تلقی می‌گردد (*Ibid: 551 & 553*).

نتیجه اینکه، یافته‌های پژوهش بو و مکی، ادعای برخورد خصمانه با اسلام و بازنمایی منفی مسلمانان در رسانه‌های غرب را تأیید نمی‌کند و ادعای نمایش سراسر منفی اسلام و مسلمانان را ساده‌انگاری و ناشی از ذهنیت منفی می‌خواند. همانطورکه اشاره شد، موضوع بسیار پیچیده‌تر از این توجیهات است و گفتمان غالب مرتبط با اسلام را می‌توان در پنج چارچوب دسته‌بندی کرد که دو چارچوب تماتیک اصلی آن کاملاً در تقابل با یکدیگر قرار دارند. برخی چارچوب‌ها، مسلمانان را اعضای عادی و بی‌آزار جامعه معرفی می‌نمایند، درحالی‌که بعضی دیگر، اسلام و هر آنچه که بر آن دلالت می‌کند را به‌منزله تهدیدی ذاتی برای غرب به تصویر می‌کشند. به تعبیر دیگر، در غرب هم گفتمان‌های نشانگر اسلام هراسی و وجود احساسات و نگرش‌های منفی و تبعیض‌آمیز در قبال مسلمانان وجود دارد و هم گفتمان‌های دال بر اسلام‌دوستی و تلقی مثبت از اسلام و مسلمانان؛ مفهوم اسلام‌دوستی یا اسلاموفیلیا نیز بازنمایی دوگانه‌ای از مسلمان ارائه می‌دهد: «مسلمان خوب» که به‌عنوان یک شهروند نمونه ترسیم می‌شود، در برابر «مسلمان بد» که نقش دشمن، خطر و تهدید را ایفا می‌کند (*Ibid: 551-52*).

۵. تأثیر حوادث تروریستی بر نحوه بازنمایی اسلام و مسلمانان در رسانه‌ها: شواهدی از سرتیترهای نیویورک‌تایمز (۲۰۱۳-۱۹۸۵)

اریک بلیک و همکارانش (۲۰۱۶) در پژوهش خود، تیترهای روزنامه نیویورک‌تایمز را در بازه‌ای نزدیک به سه دهه مورد مطالعه قرار داده و مطالب مربوط به مسلمانان را در سه بخش به شرح ذیل دسته‌بندی کرده‌اند: مثبت (ابراز همدردی با مسلمانان یا تأکید بر سودمندبودن آنان برای جامعه)، منفی (طرح اسلام به‌مثابه یک معضل و مشکل با عناوینی مانند تروریسم، خشونت‌گرایی، ناسازگاری فرهنگی) و خنثی (تیترهای دوپهلو، مبهم و یا سایر موارد) (*Bleich et al., 2016: 2*). مهم‌ترین دستاورد این پژوهش، تحلیل دقیق نحوه بازنمایی مسلمانان پس از حوادث تروریستی، با تفکیک میان سه مقطع زمانی کوتاه‌مدت (۴ هفته)، میان‌مدت (۶ ماه) و بلندمدت است که به تفصیل بررسی خواهد شد.

www.noormags.ir

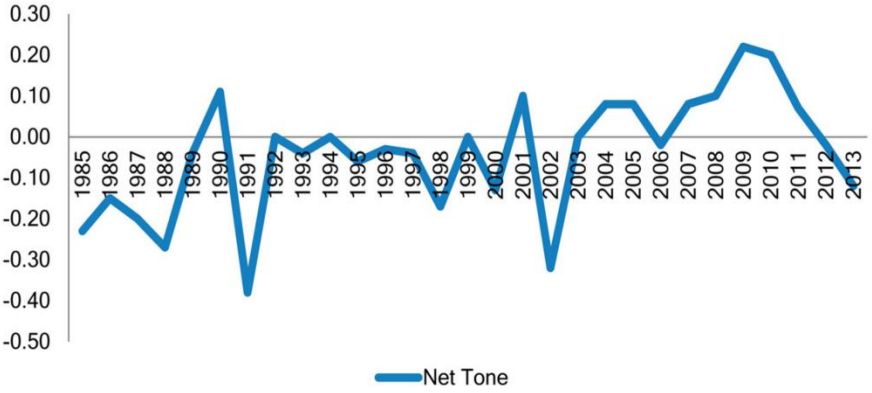
حجم نمونه مورد پژوهش و شیوه کدگذاری

در ابتدا ۳۷۶۵ تیتر مرتبط با اسلام در نیویورک‌تایمز طی سال‌های ۱۹۸۵ تا ۲۰۱۳ م. شناسایی گردید و سپس یک‌چهارم آن‌ها یعنی ۹۴۲ مورد به عنوان نمونه نهایی انتخاب شدند. نحوه کدگذاری دقیقاً مشابه پژوهش قبلی بلیک (شیوه بنسون) و دسته‌بندی عناوین به «قربانی»، «سودمند»، «مشکل» و... بود؛ به همین دلیل از توضیح مجدد آن‌ها اجتناب می‌شود. از میان دسته‌های پنج‌گانه، لحن دو بخش اول (قربانی و سودمند) مثبت و لحن بخش سوم (معضل) منفی است و دو بخش آخر (مبهم و سایر موارد) نیز فاقد لحن خاصی می‌باشند. ازاین‌رو، تنها به سه دسته نخست که دارای لحن مثبت یا منفی هستند، اشاره می‌شود. همچنین متغیر اصلی وابسته این پژوهش «نت‌تون» است که آن هم به تفصیل در تحقیق قبلی بلیک شرح داده شد (*Ibid: 6-7*).

پیش از پرداختن به جزئیات یافته‌های بلیک و همکارانش، اشاره‌ای هرچند گذرا به دیدگاه کلی نیویورک‌تایمز نسبت به مسلمانان در سه دهه گذشته خالی از فایده نیست. به‌طورکلی، ۲۶۷ تیتر (شامل ۱۴۵ مورد در چارچوب قربانی و ۱۲۲ نمونه در قالب سودمند) حاوی لحن مثبت و ۲۸۰ تیتر دارای لحن منفی (در چارچوب معضل) بوده‌اند. در مجموع، ۲۸٫۳٪ تیترها مثبت، ۲۹٫۷٪ منفی و ۴۲٪ آن‌ها فاقد لحن مشخص کدگذاری شده‌اند. بنابراین، نت‌تون کلی پوشش مسلمانان در نیویورک‌تایمز طی سه دهه برابر است با (۰۱.-). خلاصه آنکه نیویورک‌تایمز به‌منزله یکی از مهم‌ترین رسانه‌های جریان اصلی امریکا و غرب، در ۲۹ سال گذشته به گواهی آمار و ارقام دقیق، نگاهی بی‌طرفانه، متوازن و منصفانه به اسلام داشته است و داده‌ها به‌طور قطع، ادعای اسلام هراسانه‌بودن بازنمایی رسانه‌ای مسلمانان را رد می‌کنند (*Ibid: 8*).

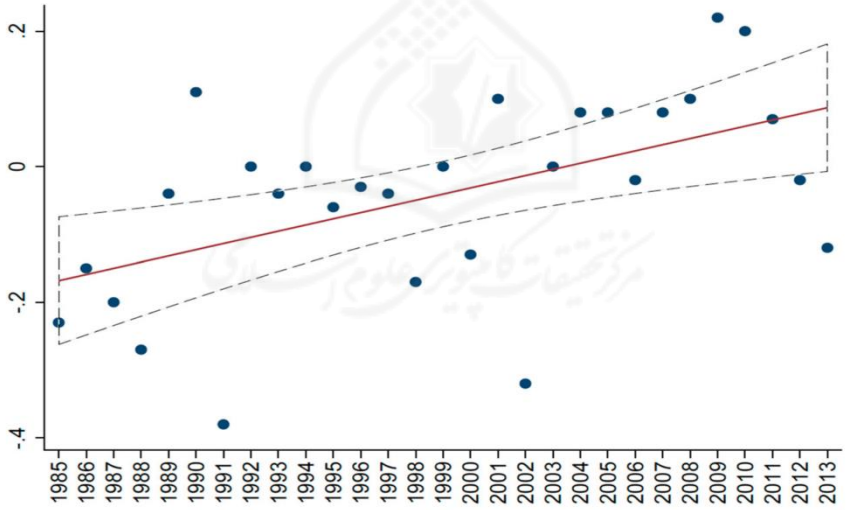
در بیان تفصیلی نتایج مورد ادعای این پژوهش نیز باید گفت، همانگونه‌که در شکل شماره هشت ملاحظه می‌کنید، در بررسی جداگانه نت‌تون سالانه سه دهه مذکور، روند و الگوی خاصی مشاهده نمی‌شود و مطالب سال به سال میان دیدگاه‌های مثبت و منفی در نوسان بوده‌اند (از ۳۸.- در ۱۹۹۱ تا ۲۲.+ در سال ۲۰۰۹ میلادی).

www.noormags.ir



شکل شماره ۸ ⇐ نت‌تون سالانه سرتیترهای نیویورک‌تایمز ۱۹۸۵-۲۰۱۳ (نمونه = ۹۴۲)

علاوه بر این، با بررسی نمودار خطی نت‌تون سالانه روزنامه نیویورک‌تایمز (در شکل شماره نه) به نتایج بسیار مهمی می‌رسیم:



شکل شماره ۹ ⇐ نمودار خطی نت‌تون سالانه تیترهای نیویورک‌تایمز ۱۹۸۵-۲۰۱۳ (نمونه = ۹۴۲)

۱. بر خلاف تصور رایج مبنی بر بازنمایی یکپارچه یا عموماً منفی اسلام به‌ویژه پس از ۱۱ سپتامبر، داده‌های مذکور به گرایش مثبت نیویورک‌تایمز و انعکاس دیدگاه‌های مطلوب‌تری از اسلام به مرور زمان گواهی می‌دهند.

۲. نوسانات و تغییرات بسیار زیاد لحن سالانه تنها یک توجیه دارد: حوادث خاص و حملات تروریستی همچون ۹/۱۱ در ایجاد موج منفی، شدیداً مؤثر بوده‌اند. با این حال، سیر کلی در طول سه دهه گذشته، مثبت باقی مانده است (*Ibid: 8-9*).

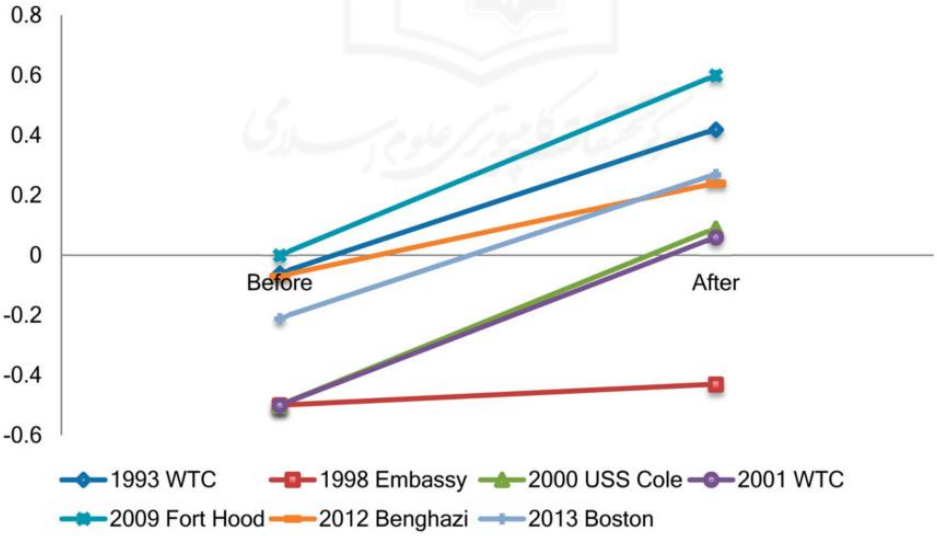
www.noormags.ir

یافته‌های اصلی پژوهش

نحوه اثرگذاری حوادث تروریستی بر بازنمایی اسلام و مسلمانان در کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت را می‌توان به شرح زیر تحلیل کرد: در این بخش، هفت حادثه تروریستی علیه اهداف آمریکایی که مسلمانان یا گروه‌های اسلامی متهم به مشارکت در آن‌ها بوده‌اند، به‌عنوان نمونه انتخاب شده‌اند: **۱.** بمب‌گذاری در مرکز تجارت جهانی در شهر نیویورک (۱۹۹۳)؛ **۲.** انفجار در دو سفارت ایالات‌متحده در کشورهای کنیا و تانزانیا (۱۹۹۸)؛ **۳.** بمب‌گذاری در ناو جنگی (*USS Cole*) (۲۰۰۰)؛ **٤.** حملات یازدهم سپتامبر (۲۰۰۱)؛ **٥.** کشتار در پایگاه نظامی فورت‌هود (۲۰۰۹)؛ **٦.** حمله به سفارت آمریکا در بنغاضی لیبی (۲۰۱۲)؛ **۷.** بمب‌گذاری در مسابقات دو ماراتن در بوستون (۲۰۱۳) (*Ibid: 10-11*).

۱) تأثیر عجیب حوادث تروریستی در کوتاه‌مدت

در شکل شماره ۱۰ نت‌تون تیترهای مرتبط با هفت حادثه تروریستی مذکور (در بازه زمانی چهار هفته‌ای قبل و بعد از هر حادثه) با یکدیگر مقایسه شده‌اند و در کمال شگفتی، این حوادث بدون استثنا موجب مثبت‌تر شدن لحن تیترها شده‌اند. همچنین میانگین کلی نت‌تون حوادث از ۱۴.- در هفته‌های پیش از وقوع آن‌ها به ۱۶.+ در هفته‌های بعدی تغییر کرده است (میزان تغییر = ۳۰.+) (*Ibid: 11*).



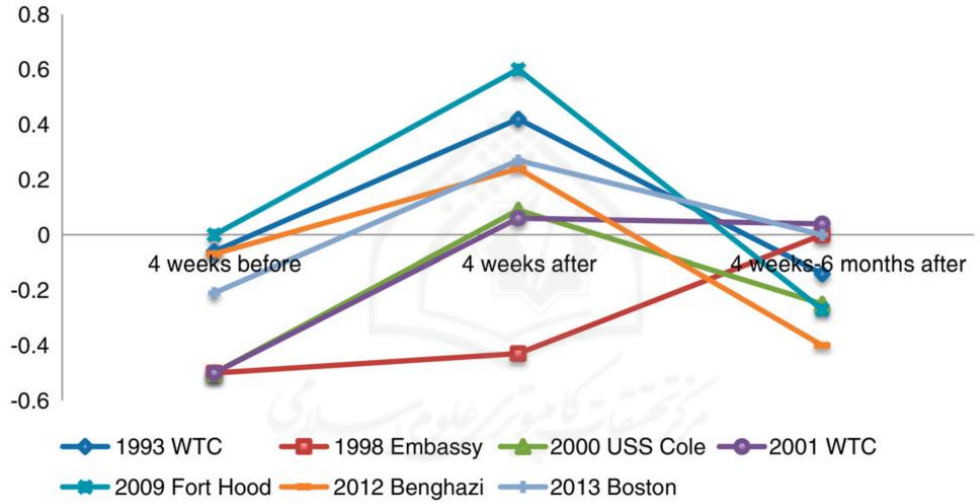
شکل شماره ۱۰ => نت‌تون تیترهای نیویورک‌تایمز در کوتاه‌مدت و مقایسه ۴ هفته قبل و پس از حوادث تروریستی

(نمونه = ۲۳۱: ۶۴ مورد پیش از حوادث تروریستی و ۱۶۷ مورد پس از آن)

www.noormags.ir

۲) اثرگذاری منفی حوادث تروریستی در میان‌مدت

داده‌های مرتبط با مقطع زمانی میان‌مدت (از ۴ هفته تا شش ماه پس از حملات تروریستی) نشان می‌دهد که روند مثبت هفته‌های ابتدایی تداوم نداشته و بازنمایی اسلام پس از آن تا شش ماه شدیداً منفی بوده است. در قیاس با دوره کوتاه‌مدت، در برهه میان‌مدت محققان شاهد لحنی منفی‌تر در عناوین مربوط به شش حادثه از هفت نمونه بررسی‌شده بودند، هرچند این تغییر در مورد حادثه ۱۱ سپتامبر بسیار اندک بوده است. در مجموع مطابق شکل شماره ۱۱، میانگین تغییر ۰.۲۵- (از ۰.۱۶+ به ۰.۰۹-) گزارش شده است که رقم قابل توجهی به شمار می‌رود (*Ibid: 11-12*).



شکل شماره ۱۱ => نت‌تون تیترهای نیویورک‌تایمز در کوتاه‌مدت و میان‌مدت: مقایسه چهار هفته پیش و پس از ۷ حمله تروریستی (کوتاه مدت) با دوره میان‌مدت (از چهار هفته تا شش ماه بعد از آن)
(نمونه = ۳۵۶: ۲۳۱ مورد در بازه کوتاه‌مدت و ۱۲۵ مورد دربازه میان‌مدت)

۳) تأثیر چندگانه فاجعه ۱۱ سپتامبر در بلندمدت

بلیک و همکاران او در آخرین بخش پژوهش خود تأثیر مهم‌ترین و دراماتیک‌ترین حادثه یعنی یازدهم سپتامبر را بر لحن تیترهای نیویورک‌تایمز در بلندمدت بررسی کردند. آن‌ها به نتایج متنوع و چندگانه‌ای دست یافتند:

www.noormags.ir

۱. رشد بالا در تعداد تیترهای بدون لحن ۲. عدم تغییر معنادار در مطالب مثبت ۳. رشد معکوس در تعداد نمونه‌های منفی

	پیش از ۹/۱۱		پس از ۹/۱۱	
	تعداد	٪	تعداد	٪
لحن مثبت	۱۰۵	۲۸	۱۶۲	۲۹
لحن منفی	۱۳۱	۳۵	۱۴۹	۲۶
بدون لحن	۱۴۱	۳۷	۲۵۴	۴۵
جمع کل	۳۷۷		۵۶۵	

جدول شماره ۵ => مقایسه لحن نیویورک‌تایمز پیش و پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ در بازه زمانی بلندمدت (نمونه = ۹۴۲)

بر اساس داده‌های جدول شماره پنج، تیترهای حاوی لحن مثبت از ۲۸٪ در مقطع پیش از ۱۱ سپتامبر به ۲۹٪ پس از آن رسیده است که رشد معناداری محسوب نمی‌شود. اما نمونه‌هایی که به‌عنوان لحن منفی کدگذاری شده‌اند، از ۳۵٪ به ۲۶٪ کاهش یافته‌اند که درمجموع نشان‌گر رویکرد مطلوب نیویورک‌تایمز نسبت به اسلام در بلندمدت بوده است (*Ibid: 12*). خلاصه آنکه، بر اساس یافته‌های گوناگون این پژوهش، ادعای بازنمایی سراسر منفی اسلام، افسانه‌ای بیش نیست.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بسیاری از پژوهشگرانی که به‌عنوان منکر وجود اسلام هراسی در غرب شمرده می‌شوند، در حقیقت مخالف قطعی آن نیستند، بلکه انتقاداتی جزئی را در این خصوص مطرح می‌سازند. به‌همین قیاس، در میان منتقدان بعد رسانه‌ای اسلام هراسی نیز به‌ندرت می‌توان کسانی یافت که به‌طورکلی، بازنمایی منفی اسلام را رد کرده باشند. برای نمونه، پژوهش دینا ابراهیم درباره چارچوب سازی اسلام در شبکه‌های خبری امریکا، فقط مدعای بازنمایی منفی مسلمانان داخلی (آمریکایی) در تلویزیون این کشور را آن هم در بازه زمانی کوتاه‌مدتِ پس از فاجعه ۱۱ سپتامبر رد می‌کند. حال آنکه ابراهیم نمایش عمدتاً منفی مسلمانان خارجی، چه در مقطع کوتاه‌مدت و چه بلندمدت را می‌پذیرد؛ ضمن اینکه بازنمایی مثبت مورد ادعای وی نیز نه به دلیل خواست رسانه‌ها، که بیشتر در واکنش به سیر صعودی جرائم نژادی علیه مسلمانان این کشور و در راستای سیاست‌های دولت جهت جلوگیری از این روند بوده است. در مجموع، دینا ابراهیم تنها وجود

www.noormags.ir

چارچوب غالب در نحوه نمایش اسلام و پوشش یکسره منفی آن در قالب بحران و خشونت را مورد مناقشه قرار داده است.

کریستوفر اسمیت هم در مقاله سال ۲۰۱۳ خود، ضمن اشاره به نوسان‌های احساسات عمومی آمریکایی‌ها در قبال اسلام و مسلمانان طی دهه پس از ۹/۱۱، اظهار می‌دارد که آنچه این تحولات و نوسان‌های افکار عمومی را توضیح می‌دهد، نحوه چارچوب سازی اسلام در رسانه‌هاست. او شیوه بازنمایی اسلام پس از ۱۱ سپتامبر را به سه مرحله دسته‌بندی می‌کند:

مرحله اول: ماه‌های ابتدایی پس از ۹/۱۱ که با بازنمایی مثبت مسلمانان معتدل و بازنمایی منفی بنیادگرایان تندرو همراه بوده است. **مرحله دوم**: از ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ که رسانه‌های دست راستی (محافظه‌کار) تغییر رویه داده، اصل اسلام و آموزه‌های آن را زیر سؤال می‌بردند. **مرحله سوم**: از سال ۲۰۰۶ و در پی انتشار کاریکاتورهای موهن دانمارکی و حوادث خشونت‌بار پس از آن آغاز شد. تحول اساسی این مرحله در نحوه بازنمایی اسلام، تأکید بر ناسازگاری اسلام با ارزش‌های دموکراتیک غربی همچون آزادی بیان و در نتیجه معرفی آن به‌مثابه خطر و تهدیدی فرهنگی برای غرب بود.

در مجموع، گرچه اسمیت به درستی در مورد ادعای بازنمایی مطلقاً منفی مسلمانان در رسانه‌های ایالات متحده تشکیک می‌کند، بر اساس دسته‌بندی خود او، فقط در مرحله اول یعنی ماه‌های ابتدایی پس از فاجعه ۹/۱۱، به دلایلی همچون جلوگیری از جرم و جنایت فزاینده علیه مسلمانان بی‌گناه این کشور، رسانه‌ها به شکل مقطعی ناگزیر از پوشش مثبت مسلمانان میانه‌رو یا معتدل شده بودند و پس از فروکش کردن خشم عنان‌گسیخته افکار عمومی امریکا، مجدداً به سنت سابق خود یعنی چارچوب سازی منفی اسلام و مسلمانان بازگشتند.

مهم‌ترین منتقد بازنمایی منفی رسانه‌ای اسلام بدون تردید اریک بلیک است. وی دو پژوهش جامع در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ در این زمینه انجام داده است که در این جا تنها به نقد و تحلیل مورد نخست آن بسنده می‌شود. بلیک در این تحقیق، مطبوعات بریتانیا را مورد بررسی قرار داده است و نقاط قوت پژوهش خویش را استفاده از نمونه‌های متنوع (احزاب چپ و راست - مطبوعات نخبه‌گرا و عامه‌پسند) و نیز مقایسه تصویر اسلام با سایر ادیان بزرگ برمی‌شمرد. تأمل بیشتر پیرامون همین دو بخش، بر اساس داده‌های خود او، عکس ادعایش یعنی «بازنمایی متعادل و منصفانه اسلام» را اثبات می‌کند.

در کل، یافته‌های بلیک، ادعای نمایش یکدست یا حتی غالباً منفی اسلام و مسلمانان در رسانه‌های مکتوب بریتانیا را مورد تأیید قرار نمی‌دهد؛ چراکه تعداد تیترهای حاوی لحن مثبت و منفی مرتبط با اسلام در نمونه‌های متنوع او یکسان بوده است (هرکدام ۲۱۵ عدد و ۳۱٪)؛ ازاین‌رو، وی ادعا می‌کند که برخلاف

www.noormags.ir

تصور رایج، میان بازنمایی منفی و مثبت اسلام توازن و تعادل وجود دارد و هیچ یک از کفه‌های ترازو سنگین‌تر از دیگری نیست.

با وجود این، مشکل دقیقاً از آنجایی آغاز می‌گردد که به تفکیک میان نحوه چارچوب سازی در مطبوعات گوناگون می‌رسیم؛ زیرا یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که چهار نوع مختلف روزنامه‌های نمونه، شیوه‌های کاملاً متفاوتی در بازنمایی اسلام دارند: روزنامه‌های نخبه‌گرای دست چپی (از قبیل گاردین) حاوی بیشترین میزان تیترهای مثبت در رابطه با مسلمانان هستند و در مقابل، مطبوعات عامه‌پسند دست راستی (همچون دیلی‌میل) دارای تندترین و منفی‌ترین نگاه به اسلام می‌باشند. اما نکته مهم این است که تیراژ مطبوعات موردبررسی و میزان مخاطبین آن‌ها با یکدیگر همسان نیستند. لذا، می‌توان ادعا کرد که روزنامه‌هایی که عموماً اسلام را در قالب چارچوب‌های منفی به تصویر می‌کشند، از لحاظ میزان مخاطب با مطبوعات طرف مقابل اساساً قابل مقایسه نیستند و بالطبع تأثیرگذاری بسیار بیشتری نسبت به آن‌ها دارند.

علاوه بر این، به اعتقاد بلیک جهت رسیدن به درکی دقیق از نحوه بازنمایی رسانه‌ای اسلام، بررسی جداگانه آن کافی نیست، بلکه باید جایگاه اسلام را در سلسله‌مراتب قومیتی-مذهبی به دقت تعیین کرد؛ بنابراین، ضروری است که مقایسه‌ای جامع میان تصویر ارائه‌شده از اسلام در رسانه‌ها و تصویر سایر گروه‌های مشابه مانند مسیحیت و یهودیت صورت گیرد. بدیهی است که اگر نمونه‌های مورد مطالعه (تیترهای مطبوعات) برخوردی همانند اسلام با سایر ادیان داشته باشند، مدعای اسلام هراسی رسانه‌ای زیر سؤال می‌رود، ولی اگر مسلمانان به شکلی ساختمند، منفی‌تر از گروه‌های مشابه بازنمایی شده باشند، دلیل قاطعی بر مدعای مذکور (اسلام هراسی) خواهد بود. بر اساس نتایج پژوهش او که به تفصیل ذکر شد، اختلاف فاحشی بین نحوه بازنمایی دین اسلام و دو دین دیگر وجود دارد. این تبعیض به وضوح در میانگین نت‌تون دوازده ساله سه دین (یهودیت ۵۰. +، مسیحیت ۲۳. + و اسلام ۰) و همچنین در نت‌تون سالانه آن‌ها عیان است.

در یک کلام، مقایسه میان ادیان بزرگ و اختلاف معنادار در نحوه چارچوب سازی آنان، دلیل دیگری است بر این مدعا که اسلام به شکلی نظام‌مند و گسترده مورد بازنمایی منفی قرار گرفته است و شواهدی که عده اندک منتقدان وجود اسلام هراسی رسانه‌ای به دست می‌دهند، به دلایل بسیار قابل مناقشه است. ازاین‌رو، به این نتیجه می‌رسیم که پروژه اسلام هراسی و تخریب چهره مسلمانان، به شکل پیچیده و نظام‌مندی در رسانه‌های غرب دنبال می‌شود و از دیدگاه غالب پژوهشگران، دلایل و شواهد متقن و غیرقابل انکاری در این زمینه موجود است.

www.noormags.ir

منابع

- حسینی‌فائق، محمدمهدی (۱۳۹۱). تأملی بر ابعاد اسلام هراسی در بریتانیا پس از یازده سپتامبر. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- شیرغلامی، خلیل (۱۳۹۰). «اسلام هراسی و اسلام‌ستیزی: ده سال پس از حادثه ۱۱ سپتامبر». سیاست خارجی، ۲۵(۴)، ۱۰۲۲-۹۹۵.
- مجیدی، محمدرضا؛ صادقی، محمدمهدی (۱۳۹۳). اسلام هراسی غربی. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- مرشدی‌زاد، علی؛ غفاری، زاهد (۱۳۸۶). «اسلام هراسی در اروپا؛ ریشه‌ها و عوامل». دانش سیاسی، ۳(۲)، ۱۱۳- ۱۳۹.

- Allen, C. (2001). "Islamophobia in the media since September 11th". ***Exploring Islamophobia: Deepening our understanding of Islam and Muslims***. *University of Westminster, 29.*
- Bleich, E., Nisar, H., & Abdelhamid, R. (2016). "The effect of terrorist events on media portrayals of Islam and Muslims: evidence from New York Times headlines, 1985 - 2013". ***Ethnic and Racial Studies***, *39*(7), 1109-1127.
- Bleich, E., Stonebraker, H., Nisar, H., & Abdelhamid, R. (2015). "Media Portrayals of Minorities: Muslims in British Newspaper Headlines, 2001 - 2012". ***Journal of Ethnic and Migration Studies***, *41*(6), 942-962.
- Bowe, B. J., & Makki, T. W. (2016). "Muslim neighbors or an Islamic threat? A constructionist framing analysis of newspaper coverage of mosque controversies". ***Media, Culture & Society***, *38*(4), 540-558.
- Ibrahim, D. (2010). "The framing of Islam on network news following the September 11th attacks". ***International Communication Gazette***, *72*(1), 111-125.
- Joppke, C. (2009). "Limits of integration policy: Britain and her Muslims". ***Journal of Ethnic and Migration Studies***, *35*(3), 453-472.

Smith, C. (2013). "Anti-Islamic sentiment and media framing during the 9/11 decade".

www.noormags.ir