

راه حل خروج از اسلام‌هراسی: گفت‌وگو در فضای مجازی

بشیر معتمدی*

چکیده

هدف: هدف از این مقاله بررسی این ویژگی در موضوع «اسلام‌هراسی» است. روش‌شناسی پژوهش: روش بررسی این مسأله از یک سو ارزیابی نحوه عملکرد رسانه‌های بزرگ در موضوع اسلام‌هراسی با مراجعه به تحقیقات صورت گرفته در این حوزه است. از سوی دیگر تلاش شده راه مقابله با این گفتمان از طریق گفتمان «گفت‌وگو و تعامل بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها تشریح گردد.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان می‌دهد که ویژگی‌های فضای مجازی از جمله شکل‌گیری بر پایه تعاملات دوسویه و افقی و امکان دیالوگ، امکان بحث و بیان نظرات در مورد واقعیت اسلام، متفاوت از چارچوب رسانه‌های وابسته به قدرت‌های استعماری را فراهم می‌کند. این ظرفیت می‌تواند به مقابله با گفتمان اسلام‌هراسی که توسط قدرت‌ها انتشار می‌یابد، پردازد و آن را به چالش کشاند. از نمونه‌های این مطلب می‌توان به جنگ غزه اشاره کرد که فضای مجازی توانست تا حدودی به مقابله با گفتمان اسلام‌هراسی پردازد. بنابراین

* استادیار پژوهشکده مطالعات فرهنگی و ارتباطات، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ایران؛ motamedibashir@yahoo.com

استناد به این مقاله: معتمدی، بشیر (۱۴۰۳). راه‌حل خروج از اسلام‌هراسی: گفت‌وگو در فضای مجازی. مطالعات دینی

رسانه، ۶ (۲۱)، ۵۴-۸۱. <https://doi.org/10.22034/jmrs.2024.208152>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۱۹ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۲/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۰۳ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۳/۰۳/۲۸

© نویسندگان. نوع مقاله: پژوهشی. ناشر: دانشگاه صدا و سیما

می‌توان نتیجه گرفت که راه‌حل مقابله با اسلام‌هراسی و خروج از آن، «گفت‌وگو در فضای مجازی» است.

بحث و نتیجه‌گیری: از مجموع مباحث می‌توان نتیجه گرفت که رسانه‌ی اینترنت و فضای مجازی، رسانه‌ای است که به دلیل فضای تعاملی و ارتباطات دوطرفه امکان گفت‌وگو را بسیار بیشتر از سایر رسانه‌ها فراهم می‌کنند و لذا مسلمانان به عنوان کسانی که در معرض تبلیغات منفی و اسلام‌هراسی در سطح رسانه‌های بزرگ قرار گرفته‌اند، می‌توانند با استفاده از گفت‌وگوهای دو طرفه از طریق این رسانه‌ها به بازنمایی واقع بینانه‌تر از خود و ترسیم چهره حقیقی از اسلام برای سایر مردمان جهان اقدام کنند.

کلیدواژه‌ها: دین، رسانه، مسلمانان، ترور، اسلام‌هراسی، گفت‌وگو، فضای مجازی

مقدمه

بی‌تردید تعاملات تاریخی بین تمدن غربی و تمدن اسلامی دوره‌های متعددی را پشت سر نهاده و فراز و فرودهای فراوانی داشته است. جنگ‌های صلیبی و به‌دنبال آن تجزیه امپراطوری عثمانی، اکتشاف نفت و اولویت یافتن مناطق نفت خیز در کشورهای مسلمان که شریان حیاتی جهان پیشرفته صنعتی و نظامی سرمایه‌داری غرب در سده بیستم بوده است، ریشه‌های اصلی چالش جدی اسلام و غرب در نیم‌قرن گذشته محسوب می‌شود. این چالش همواره بین دو محور فرهنگی - ایدئولوژیک و امنیتی - راهبردی در نوسان بوده است (جرجیس، ۱۳۸۲).

وقوع انقلاب اسلامی در ایران این چالش را به اوج خود رساند و بسیاری از کسانی که منافع خود را در خطر می‌دیدند، تلاش کردند تا از هر وسیله و اقدامی برای جلوگیری از رشد روزافزون قدرت اسلام جلوگیری استفاده کنند، اما بسیاری از اقدامات آن‌ها با شکست روبه‌رو شد. آخرین دستاویزی که آنان بدان متوسل شده‌اند، اسلام‌هراسی از طریق رسانه‌هایی است که در اختیار دارند. اکنون این سؤال پیش می‌آید که راه مقابله با اسلام‌هراسی چیست و

چگونه می‌توان چهره حقیقی اسلام را نمایان ساخت؟ پژوهش حاضر در پی پاسخ به این پرسش است.

یکی از سیاست‌های اصلی رسانه‌های غربی برای تضعیف دین اسلام در جهان، چهره‌سازی وحشت از اسلام و مسلمانان است. «اسلام وحشت»^۱ اصطلاحی است که با نگاه «حذف‌گرایانه» غرب به منظور نمایش و معرفی فرومایگی و ضعف اسلام و مسلمانان در رسانه‌های غرب مطرح گردیده است. به همراه آوردن کلمه «اسلام» و «مسلمانان» در کنار «ترور»، «ضد حقوق بشر بودن»، «تهدید»، «خشونت»، «ضد زن بودن» و یا «عقب‌افتادگی» و «بربریس» نمونه‌هایی از تفسیر وحشت‌آفرین از اسلام و مسلمانان است که همواره در تیتراژ اخبار و فیلم‌های مستند و داستانی رسانه‌های غرب دیده می‌شود (عاملی، ۱۳۸۲: ۲۹۳).

«اسلام‌هراسی» در اصل مفهومی است که به ترس و پیش‌داوری و تبعیض غیرعقلانی در برابر اسلام و مسلمانان اشاره دارد (فریدمن، ۲۰۰۱: ۱۲۱ به نقل از: بشیر، ۱۳۸۹). مؤسسه رانیمد تراست^۳ در سال ۱۹۹۶، «کمیسیون مسلمانان بریتانیا و اسلام‌هراسی»^۴ با ریاست پروفیسور گوردون کونوی^۵ را راه‌اندازی کرد که از ۱۸ عضو تشکیل شده است. این کمیسیون که تشکیلاتی با تعدد نژادی و تعدد ادیانی است، در هنگام تأسیس به این نکته مهم اشاره کرده است که «اسلام‌هراسی چالشی برای همه ماست»^۶ (سایت مؤسسه رانیمد تراست). یکی از بررسی‌های مهم مؤسسه مزبور، ارزیابی وضعیت اسلام‌هراسی در انگلیس و به‌طور کلی در اروپا است.

این مؤسسه اسلام‌هراسی را ترس و نفرت از اسلام و بنابراین، ترس و نفرت از همه مسلمانان تعریف کرد و ابراز داشت که این اصطلاح بر تبعیض و طرد مسلمانان از زندگی اقتصادی، اجتماعی و عمومی کشور نیز دلالت دارد (رانیمد تراست، ۱۹۹۶). همچنین

1. Islamophobia
2. Freedman
3. Runnymede Trust
4. The Commission on British Muslim and Islamophobia.
5. Gordon Conway
6. Islamophobia is a challenge to us all

اسلام‌هراسی در بردارنده این برداشت است که اسلام فاقد ارزش مشترک با دیگر فرهنگ‌ها است و در مقایسه با غرب در موقعیتی فرودست قرار دارد و بیش از آنکه دین باشد، یک ایدئولوژی سیاسی است (گزارش فدراسیون بین‌المللی حقوق بشر هلسینکی، ۱۳۸۸: ۱۳).

مؤسسه رانیمدتراست ۸ برداشت را درباره اسلام‌هراسی به شرح ذیل شناسایی کرده است:

- تمدن اسلامی، بلوکی است تک‌صدا، ایستا، و بدون واکنش در مقابل تغییرات.
- تمدن اسلامی، «دیگری» مجزاست که فاقد ارزش‌های مشترک با دیگر فرهنگ‌هاست، از آن‌ها تأثیر نمی‌پذیرد و بر آن‌ها تأثیر نمی‌گذارد.
- تمدن اسلامی، تمدنی است فرودست در مقابل تمدن غرب، و تمدنی بربری، غیرعقلانی، ابتدایی و جنسیت‌گرا در نظر گرفته می‌شود.
- تمدن اسلامی، تمدنی است خشن، ستیزه‌جو، تهدیدکننده، حامی تروریسم و درگیر در رویارویی تمدن‌ها.
- اسلام، نوعی ایدئولوژی سیاسی است که برای اهداف سیاسی و نظامی استفاده می‌شود.
- انتقادهای مسلمانان در خصوص غرب، انتقادهای کهنه و منسوخ است.
- خصومت با اسلام توجیهی است برای رفتارهای تبعیض‌آمیز در قبال مسلمانان و طرد آنان از جامعه.
- خصومت با اسلام امری عادی محسوب می‌شود. (سایت رانیمدتراست)

استفن شوارتز^۱ نویسنده آمریکایی نیز در مقاله «اسلام‌هراسانی که نیستند» می‌گوید: «اسلام‌هراسی، محکوم‌سازی کلیت اسلام و تاریخ مسلمانان به‌عنوان امری افراطی؛ انکار اکثریت میانه‌روی مسلمان و در نظر گرفتن اسلام به‌عنوان مشکلی برای جهان؛ برخورد با تعارضات مربوط به مسلمانان به‌عنوان امری الزاماً حاصل اشتباهات آنان؛ تأکید بر این که مسلمانان در صدد ایجاد تغییر بر اساس دین خود هستند؛ و اعلان جنگ علیه کلیت اسلام است» (شوارتز، ۲۰۰۵).

گرچه سابقه این اصطلاح به دهه ۱۹۸۰ باز می‌گردد، اما پس از حادثه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ استفاده بیشتری از این اصطلاح شد و ترسیم این چهره از اسلام تشدید شده است. مطالعه محققین نیز این امر را نشان می‌دهد (ملون،^۱ ۲۰۰۱؛ لی،^۲ ۲۰۰۲؛ نوریس،^۳ ۲۰۰۳؛ فاکس،^۴ ۲۰۰۱ به نقل از: عاملی، ۱۳۸۲).

حادثه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، موضوع اسلام‌هراسی را نه تنها در سطح آمریکا و اروپا، بلکه در سطح جهانی مطرح نمود. این حادثه با وجود ریشه‌های مبهم آن، به‌عنوان ابزاری مهم علیه اسلام و مسلمانان به کار گرفته شد و تصویر جدیدی از آنان در ذهن جهانیان ایجاد کرد (بشیر، ۱۳۸۹). جامیسون،^۵ تحلیل‌گر اجتماعی، در مقاله‌ای با عنوان «اسلام و تروریسم» اذعان داشته است:

«با وقوع حادثه یازدهم سپتامبر گروهی از افراطیون غربی (به‌خصوص آمریکایی) که مترصد فرصتی برای عقده‌گشایی علیه جهان اسلام بودند، تهاجم تبلیغاتی گسترده‌ای را علیه مسلمانان و کشورهای اسلامی - حتی آن دسته از کشورهایی که همواره در زمره دوستان همیشگی غرب محسوب می‌شدند - راه انداختند. گویی از مسلمانان چیزی جز دهشت‌آفرینی، مخالفت با آزادی و دموکراسی و بنیادگرایی کشور بر نمی‌آید» (جامیسون، ۲۰۰۳: ۳۱).

جامیسون در پایان نوشتار خود نتیجه‌گیری روان‌شناختی خود را ارائه کرده است. به باور او «موضع‌گیری افراطی نویسندگان، سیاسیون و حتی هیأت حاکمه غرب علیه جهان اسلام را می‌توان نوعی مکانیسم دفاعی (از نوع فرافکنی) تلقی کرد. چه، آنان از این طریق ناکامی‌ها و احساس در ماندگی‌های خود را به دنیای بیرون از غرب فرافکنی می‌افکنند» (همان).

از نظر جامیسون اقدام غرب در این مورد موفقیت‌آمیز بوده است، چراکه آنان توانسته‌اند بر دیدگاه^۶ شهروندان خود علیه جهان اسلام تأثیر بگذارند. در این رابطه می‌توان به گزارش

1. Mellon
2. Li
3. Norris
4. Fox
5. Jamieson
6. Attitude

شورای روابط اسلام-آمریکا^۱ اشاره کرد که به اطلاع بسیار ناچیز و منفی آمریکایی‌ها از جهان اسلام اشاره می‌کند. بر اساس این گزارش تنها ۲ درصد از آمریکایی‌ها از اسلام اطلاع کامل دارند و ۲۵ درصد آمریکایی‌ها معتقدند اسلام دین خشونت و تنفر است (سی. ای. آی. آر، ۲۰۰۶: ۳ به نقل از: گیویان و سروی زرگر، ۱۳۸۸).

این نوع تبلیغات اسلام‌هراسی در سطح رسانه‌ها آثار عملی نیز در زمینه‌های مختلف دارد که از آن جمله می‌توان به دفع مسلمانان در زمینه‌های مختلف، تبعیض علیه مسلمانان، طرد مسلمانان از جامعه، عادی شدن خصومت با اسلام، رفتارهای تبعیض‌آمیز در قبال مسلمانان، و اعلان جنگ علیه کلیت اسلام اشاره کرد (بشیر، ۱۳۸۹).

اساس و ریشه اسلام‌هراسی که سبب تقابل بین اسلام و غرب است، را می‌توان در مدل تقابلی نظریه‌هایی همچون «جنگ تمدن‌های»^۲ هانتینگتون^۳ دید. این مدل تقابلی «مواجهه و رویارویی غرب و اسلام را به منزله یک نزاع دوسویه و با استفاده از «زبان دوگانه» مورد واکاوی قرار می‌دهد. این مدل تحلیلی، بازنمایی اسلام در رسانه‌های غربی را در قالب مقوله‌های دوگانه‌ای همچون غرب/دیگران، متمدن/بربر، عقلانی/غیرعقلانی و امثال آن بررسی می‌کند. در این تقابل، یک طرف به‌عنوان قدرتمند، برتر، متمدن و مدرن، نماینده غرب و سوی دیگر ضعیف، فرومایه، شیطانی، بربر و غیرمتمدن نشانگر دیگری، شرق و به‌ویژه اسلام است (فایمانو،^۳ ۲۰۱۵ به نقل از عیسی‌زاده و شرف‌الدین، ۱۳۹۵: ۳۸).

در این میان نقش اصلی گسترش اسلام‌هراسی را «رسانه‌ها» به عهده دارند، به طوری که ناظران معتقدند پندارها و مواضع عموم مردم در قبال جوامع مسلمان را جریان غالب پوشش خبری منفی رسانه‌ها تعیین می‌کند (جرجیس، ۱۳۸۲: ۹۸). این پدیده شامل رسانه‌های مکتوب، خبرگزاری‌ها، تلویزیون، سینما و حتی بازی‌های رایانه‌ای می‌شود. مطالعات صورت‌گرفته درباره رسانه‌های آمریکایی و اروپایی نیز مؤید همین نظریه است.

1. Council on American-Islam Relations=CAIR
2. Huntington
3. Faimau



لونتال^۱ در مطالعه‌ای با عنوان «در گفتمان رسانه‌های غربی تروریست کیست؟» به تحلیل محتوایی^۲ بیش از ۱۰۰ مقاله منتشر شده در رسانه‌های عمده (اعم از شبکه‌های تلویزیونی و روزنامه‌های کثیرالانتشار) آن کشور طی سال‌های ۲۰۰۱-۲۰۰۳ پرداخته است. لونتال در بررسی خود تنها مقالاتی را برگزیده است که آشکارا یا تلویحی به مسئله تروریسم و حادثه ۱۱ سپتامبر پرداخته‌اند. یافته‌های لونتال نشان داده است که در بیش از ۸۰ درصد از مقالات هر جا از تروریسم سخن به میان آمده است، بی‌درنگ نام اسلام یا مسلمانان ذکر شده است. گویی این دو، واژگانی متفاوت برای یک مفهوم یا منظورند. در اغلب مقالات مفاهیم «بنیادگرایی»، «رادیکالیسم اسلامی»، «وحشت‌آفرینی» و «تجحر فکری» توأم به کار گرفته شده‌اند. هر جا از یازده سپتامبر سخن گفته شده است، بلافاصله «بنیادگرایی اسلامی» یا «تروریست‌های مسلمان» با آن حادثه همبسته شده است. لونتال از مجموع یافته‌های خود نتیجه گرفته است که از نظر اغلب تحلیل‌گران رسانه‌ای و نویسندگان غرب، تروریسم همان اسلام است و مسلمانان حامیان، عاملان و مروجان اصلی تروریسم در جهان هستند (لونتال، ۲۰۰۴).

در این میان نقش سینما به‌ویژه سینمای هالیوود نیز در تقویت اسلام‌هراسی بسیار پررنگ است. هالیوود نقش بسیار مهمی در فرهنگ تفریحی آمریکایی‌ها و کل مردم جهان دارد، تا آنجا که امروزه فیلم‌های هالیوود در بیش از ۱۵۰ کشور جهان دیده می‌شود (واسکو، ۲۰۰۳: ۹). در عین حال سینمای آمریکا با تجسم‌های عینی آن که در استودیوهای هالیوود نمود پیدا می‌کند، از جمله عناصر مهم در قدرت نرم آمریکا و به‌ویژه در عرصه دیپلماسی رسانه‌ای تلقی می‌شود (دارابی، ۱۳۹۵: ۸).

یکی از سوژه‌هایی که در سینمای هالیوود بارها بدان پرداخته شده، جهان اسلام است (گیویان و سروی زرگر، ۱۳۸۸). بر این اساس بنیادی‌ترین هدف هالیوود در سینمای استراتژیک پس از یازده سپتامبر تبیین و ترسیم دشمن جدید است. این دشمن ایدئولوژی

مشخصی دارد که اسلام یا در واقع تروریسم با ماهیت اسلامی است (دارابی، ۱۳۹۵: ۱۲). جک شاهین^۱ در مطالعه‌ای که در سال ۲۰۰۳ پیرامون ۹۰۰ فیلم هالیوودی به روش تحلیل محتوا در مورد اعراب به‌عنوان بخش بسیار زیادی از مسلمانان انجام داده است، نشان می‌دهد که «تصاویر روی پرده‌های سینما و تلویزیون بیش از صد سال است که در حال ساختن تصاویر کلیشه‌ای و باورهای قالبی از اعراب هستند» (شاهین، ۲۰۰۳: ۱۷۱). شاهین بارها بر این نکته تأکید کرده که «اسلام‌ستیزی» از همان بدو تولد هالیوود، در بدنه این سینما وجود داشته، تا به امروز ادامه پیدا کرده و پس از ۱۱ سپتامبر به اوج خود رسیده است (قوام و اسماعیلی، ۱۳۹۴ به نقل از: دارابی، ۱۳۹۵: ۱۳). تحقیق دیگری هم با بررسی و تحلیل ۱۵۰ فیلم از سینمای هالیوود به این نتیجه رسیده که تصویر مسلمانان در این سینما، تصویری اهریمنی نشان داده شده است (رضایی یزدی، ۱۳۸۶: ۲۲۷).

یافته‌های پژوهش‌ها

یافته‌های تحقیقات نشان می‌دهد که محصول این سیستم، ترویج شکلی از نژادپرستی جدید^۲ فرهنگی است که در آن «دیگری» به سطح ابژه‌های رسانه‌ای فروکاسته می‌شود که هرگونه کنشی در مقابل آن‌ها مجاز است. این شکل جدید از نژادپرستی با مفهوم اسلام‌هراسی مقارن است (گیویان و سروی زرگر، ۱۳۸۸: ۱۷۱). در متون سینمایی، «دین» یکی از دال‌های مرکزی مورد توجه است که ویژگی‌های «دیگری» را برمی‌سازد و هدف از آن اشاره به «دیگری دیندار» و «خود سکولار» است. این دو گروه در مقابل هم قرار می‌گیرند و از آنجا که رسانه‌های جمعی در یک دوره تاریخی بسیار طولانی مدت به «ساخت اجتماعی این مفاهیم» پرداخته‌اند، سینمای هالیوود نیز در راستای بازتولید اجتماعی این مفاهیم به نفع بلوک هژمونیک اقدام می‌کند (همان: ۱۷۶).

از جنبه رسانه‌های خبری نیز همچنان شاهد رویکرد اسلام‌هراسی هستیم. گروه

1. Shaheen
2. Neo-Racism

روانشناسی دانشگاه ینا^۱ در آلمان طی تحقیقاتی با عنوان «تروریسم ساختگی» به بررسی برنامه‌های بخش‌های خبری شبکه‌های دولتی «ARD» و «ZDF» تلویزیون آلمان و همچنین دو شبکه خصوصی «RTL» و «SAT1» در بازه زمانی آگوست ۲۰۰۷ تا فوریه ۲۰۰۹ پرداخته است. بر اساس این تحقیقات، رسانه‌های دولتی و خصوصی آلمان در خبرهای خود بدون رعایت معیارهای حرفه‌ای و به صورت کاملاً مغرضانه، در حال ترویج اسلام‌هراسی در افکار عمومی این کشور هستند. این پژوهش نشان می‌دهد که پوشش اخبار مرتبط با تروریسم در دو شبکه خصوصی «RTL» و «SAT1» بسیار مبالغه‌آمیز بوده و از تصاویر حوادث تروریستی به طرز زننده‌ای استفاده شده است. علاوه بر این، محور اصلی بخش‌های خبری این شبکه بر این ادعا متمرکز شده است که «تروریست‌های اسلام‌گرا» تهدید اصلی برای آلمان هستند، البته شمار معدودی از بینندگان شبکه‌های دولتی این موضوع را تأیید کرده‌اند. (خبرگزاری تقریب، ۱۳۸۹)

توماس دلتامب^۲ نیز در کتاب خود با عنوان اسلام خیالی: ساختار رسانه‌ای اسلام‌هراسی در فرانسه به بررسی این موضوع در فاصله سال‌های ۱۹۷۵ تا ۲۰۰۵ میلادی پرداخته است. کتاب حاضر اولین اثر در حوزه نشر فرانسه است که مهم‌ترین مراحل و حوادث رسانه‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری را بررسی و تشریح کرده است تا اثبات کند آنچه در ذهن فرانسوی نقش بسته، تصویر واقعی اسلام و مسلمانان نیست، بلکه تصویر ساختگی رسانه‌ها است. به اعتقاد نویسنده انفجارهای یازدهم سپتامبر، حوادث تعیین‌کننده‌ای در موضع‌گیری فرانسویان مقابل اسلام و مسلمانان بود. «بعد از یازدهم سپتامبر وارد عصر جدید و بی‌سابقه‌ای شدیم، چراکه غرب در این دوره در سرزمین خود، هدف قرار گرفت» (دلتامب، ۲۰۰۵ به نقل از: الکنبوری، ۱۳۸۶).

مؤلف می‌نویسد این دوره، خطرناک‌ترین مرحله در بررسی رسانه‌ای اسلام و امور مسلمانان در فرانسه است، زیرا شک و تردید نسبت به مسلمانان اساس قرار گرفت. به نظر

مؤلف، مهم‌ترین گزارشی که در این دوره منتشر شد، انتشار تحقیقات و گزارش‌های مطبوعاتی جعلی در رسانه‌های فرانسوی بود و پربیننده‌ترین برنامه‌های آن‌ها را پخش می‌کردند (همان). علاوه بر این در بازی‌های دیجیتال نیز شاهد تبلیغ «اسلام‌هراسی» هستیم. تحقیقات صورت گرفته حاکی از سوءبازنمایی مسلمانان در بازی‌های دیجیتال است و تشریح چارچوب‌گذاری آن‌ها الگوی «برخورد تمدن‌های» هانتیگتون را نشان می‌دهد (کوثری و مهرابی، ۱۳۹۰: ۶۲۱)، به طوری که در بیشتر بازی‌های دیجیتال، به‌ویژه بازی‌های ژانر اکشن، هدف کشتن دشمنی است که «دیگری» به شمار می‌آید. بازی‌های بسیاری هستند که مسلمانان را به‌عنوان دیگری به تصویر کشیده‌اند و با استفاده از دال‌های متعلق به دنیای اسلام و اعراب که در غرب نماد مسلمانی شناخته می‌شوند، مانند چفیه، رنگ پوست تیره، لباس بلند و غیره، دیگران‌سازی صورت می‌گیرد (همان: ۶۱۷ - ۶۱۸).

از آنچه گذشت می‌توان نتیجه گرفت که دنیای غرب، به‌ویژه آمریکا، طی چند سال اخیر عملیات روانی فراگیر، اما به‌نسبت پنهانی را علیه اسلام و کشورهای اسلامی راه انداخته است. هر چند حادثه ۱۱ سپتامبر بهانه اصلی غرب (به‌ویژه آمریکا) برای بسیج رسانه‌ها و سایر ابزارهای عملیات روانی علیه جهان اسلام بوده است، اما با فاصله گرفتن از آن حادثه نه تنها از حجم عملیات روانی آنان کم نشده، بلکه دامنه آن به شکل‌های گوناگون فراگیرتر شده است (متقی دستائی و آنازتر، ۱۳۸۶)، به‌گونه‌ای که حتی برنامه‌های غیرسیاسی و تفریحی آنان نیز مملو از پیام‌هایی است که به صورت آشکار و پنهان برای تأثیر گذاشتن بر دیدگاه‌های مردم بسته‌بندی شده است.

آنچه در سال‌های اخیر به تکمیل پروژه اسلام‌هراسی کمک شایانی کرده است، جنایات وحشیانه و غیرانسانی تکفیری‌ها در مناطق مختلف جهان و به‌ویژه در دو کشور عراق و سوریه است. انتشار تصاویر و کلیپ‌های خشونت‌آمیز تکفیری‌ها در شبکه‌های اجتماعی و دیگر رسانه‌های مجازی، مهر تأییدی است بر این ادعای غرب که دین اسلام، دین خشونت و افراط‌گرایی است و با پیروان دیگر ادیان و مذاهب سرسازش ندارد (رضایی، ۱۳۹۷: ۱۵۳ - ۱۵۴).

راه حل مقابله با اسلام‌هراسی

در این میان پرسشی که مطرح می‌شود این است که راه حل مقابله با اسلام‌هراسی چیست؟ چگونه می‌توان در برابر این موج تبلیغات منفی که در سطح رسانه‌ها در مورد اسلام ایجاد شده است، حقیقت اسلام را برای جهانیان آشکار کرد؟ چگونه می‌توان نشان داد که عملکرد گروهی از مسلمانان را نباید به‌عنوان ماهیت دین اسلام و کل مسلمانان تلقی کرد؟

در طول سالیان گذشته راه‌حل‌های متفاوتی از سوی محققان و پژوهشگران برای پاسخ به این چالش‌ها مطرح شده است. در مجموعه مقالات منتشرشده در این رابطه راه‌حل‌های ذیل پیشنهاد شده است: استفاده از دیپلماسی عمومی از طریق کارگزاران فرهنگی، علمی و رسانه‌ای مانند رایزن‌های فرهنگی خارج از کشور، حوزه‌ها و دانشگاه‌های مجازی و غیرمجازی، روزنامه‌ها، رادیو و تلویزیون‌های برون‌مرزی و در کنار آن بهره‌گیری از تولیدات فرهنگی و هنری همچون تولید فیلم و بازی‌های رایانه‌ای (ستوده آرانی و علویان، ۱۳۹۱: ۱۶۹)؛ استفاده از دیپلماسی فرهنگی توسط نظام جمهوری اسلامی (غفاری قدیر و دیگران، ۱۳۹۶: ۹۱)؛ استفاده از کتاب و فیلم به‌عنوان صنایع فرهنگی و در کنار آن به‌کارگیری ارتباطات میان‌فرهنگی با هدف ایجاد تعامل و نشر آثار فرهنگی و شناخت زمینه‌های اجتماعی (فیاض و نادى، ۱۳۹۸: ۵۶)؛ ایجاد رسانه‌های فراملی در سپهر مجازی و شبکه‌سازی با استفاده از کنشگران فعال در سپهر مجازی (خواججه‌سروی و خجسته، ۱۳۹۸: ۲۰۱ - ۲۰۲)؛ برگزاری میزگردها و نشست‌های تخصصی گفت‌وگو محور در شبکه‌های برون‌مرزی صداوسیما، ساخت مستندهای آگاهی‌بخش و استفاده از قالب‌های نوین رسانه‌ای مانند عکس‌نوشت و انتشار آن در رسانه‌های مجازی برون‌مرزی (اکبری، ۱۴۰۰: ۲۲۸ - ۲۲۹).

اما ایده اصلی که این مقاله مدعی آن است، به‌کارگیری استراتژی «گفت‌وگو» از یک‌سو و استفاده از «فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی» از سوی دیگر است، ضمن آنکه راه‌حل‌های ارائه‌شده توسط محققان نیز مورد تأیید است.

این استراتژی دارای تفاوت‌هایی با راه‌حل‌های پیش‌گفته است. این راه‌حل به جای

آنکه تولید فیلم یا بازی‌های رایانه‌ای و یا شیوه‌هایی همچون تولید مستند و یا عکس‌نوشت را محور قرار دهد، «گفت‌وگو» را محور شیوه مقابله با اسلام‌هراسی قرار می‌دهد. علاوه‌بر این به جای محور قرار گرفتن نهادها و رسانه‌های رسمی و دولتی همچون رایزن‌های فرهنگی، رادیو و تلویزیون‌های برون‌مرزی یا ایجاد رسانه‌های فراملی بر بهره‌گیری از «فضای مجازی» به‌عنوان بستر اصلی شکل‌گیری گفت‌وگو یاد می‌کند؛ جایی که تمام شهروندان خارج از نهادهای رسمی، می‌توانند به صورت یک شهروند آزاد به فعالیت پردازند، بدون آنکه در چنبره بروکراسی‌های اداری و چارچوب‌های تنگ رسمی قرار گیرند.

بنابراین «گفت‌وگو» ابزاری قرار می‌گیرد تا عمق مقابله با اسلام‌هراسی را افزایش دهد و فضای مجازی بستری قرار می‌گیرد تا گستردگی و وسعت این گفت‌وگو را در سطح جهانی افزایش دهد. برای درک بهتر این راهبرد باید تأملی دوباره در مفهوم «گفت‌وگو» و «فضای مجازی» داشت.

۱. گفت‌وگو

از طریق گفت‌وگو، جهان غرب می‌تواند با واقعیات اسلام آشنا شود، چراکه در گفت‌وگو دو طرف حاضر به شنیدن سخنان یکدیگر می‌شوند و در نتیجه می‌توان تحریفات و تهمت‌ها را از چهره اسلام زدود و تبلیغات مبتنی بر اسلام‌هراسی را بی اثر یا کم اثر کرد. اهل حکمت از دیرباز در تعریف انسان او را «حیوان ناطق» معرفی می‌کردند؛ بدان معنی که وجه تمایز انسان با حیوان را «نطق» می‌دانستند. این نطق تا «دیگری» نباشد، بی‌معنا است و بنابراین گفت‌وگو را که نطق و کلام بین من و دیگری است، باید جزو ذات انسان دانست.

به‌درستی که یکی از جنبه‌های انسانیت انسان، «گفت‌وگو» است. این جنبه از انسانیت بیش از هر چیز بعد اجتماعی انسان را می‌سازد. به دیگر سخن، اگر بپذیریم که انسان علاوه‌بر جنبه‌های فردی و شخصی دارای بعد اجتماعی نیز هست، این بعد او پیش و بیش از همه از

طریق گفت‌وگو تجلی می‌یابد. از همین نقطه است که گفت‌وگو در بستر جامعه شکل می‌گیرد و بر پدیده‌های اجتماعی اثر گذاشته و یا از آن‌ها اثر می‌پذیرد.

گفت‌وگو خود حامل دو کلمه «گفت» و «گو» است. بنابراین از دو عنصر «گفتن» و «شنیدن» تشکیل شده است و همان‌طور که یک طرف نظرات خود را ابراز می‌کند، باید تحمل یا به تعبیری قدرت لازم برای «شنیدن» را نیز داشته باشد. از این منظر، گفت‌وگو، دوجانبه بودن و نقش روابط دوطرفه را به‌خوبی نشان می‌دهد (مهاجرانی، ۱۳۸۱). پیوزی^۱ اساساً کنش ارتباطی را گفت‌وشنودی^۲ می‌داند:

«کنش ارتباطی ذاتاً گفت‌وشنودی است. نقطه آغاز تحلیل کاربردشناسی گفتار، وضعیت گوینده و شنونده‌ای است که به درک دوطرفه متقابل تمایل دارند. گوینده و شنونده‌ای که ظرفیت آن را دارند تا به‌هنگام زیر سؤال رفتن اعتبار (مفروضات و معانی موردنظر خویش)، موضع مثبت یا منفی اتخاذ کنند» (پیوزی، ۱۳۷۹: ۹۷).

افرادی می‌توانند گفت‌وگو را به رسمیت بشناسند که دیگری را به رسمیت شناخته باشند، زیرا اگر کسی را به رسمیت نشناسیم، گفت‌وگویی صورت نمی‌گیرد (مهاجرانی، ۱۳۸۱: ۲۰۰). اصلی‌ترین نکته در گفت‌وگو نقش و اهمیت وجود «دیگری» در تحقق گفت‌وگو است، چراکه گفت‌وگو در مقابل تک‌گویی قرار دارد (منتظرقائم، ۱۳۸۱). بنابراین ماهیت گفت‌وگو بر «مدارا» و «پذیرش دیگری» استوار است.

هابرماس^۳ از بُعد آسیب‌شناسانه، ارتباط بین مدارا و گفت‌وگو را بررسی می‌کند و می‌گوید: «تنها وقتی می‌توان از مدارا سخن گفت که همه کسانی که در آن مشارکت می‌کنند، نفی و طرد کردن خود را به‌نحوی عاقلانه بر اختلاف معرفتی اعتقادات و مواضع که همیشه هم تداوم خواهد یافت، استوار کنند» (گزارش، ۱۳۸۱: ۱۳ به نقل از: نظام بهرامی، ۱۳۸۱).

از این منظر گفت‌وگو نوعی مشارکت است که بدون توانایی شنیدن، ممکن نیست و این

به معنای پذیرش تکثر آراء در جامعه است (محمدی، ۱۳۷۹). گفت‌وگو يك پدیده هدفمند است (خانیکي، ۱۳۸۱) و به شرطی تحقق می‌یابد که انسان حقی را که برای خود قائل است، برای دیگری هم که با او در تعامل است، قائل باشد (طباطبایی، ۱۳۸۱). بنابراین نظر هابرماس، وقتی یکی از طرفین بحث با پیش‌داوری حذف دیگران وارد صحنه می‌شود، اساساً دیگر گفت‌وگویی در کار نخواهد بود، چراکه منجر به حذف یکی از طرفین گفت‌وگو خواهد شد (نظام بهرامی، ۱۳۸۱).

در این میان وقتی تمدنی در حال بسط و گسترش است، خود را نیازمند به گفت‌وگو نمی‌بیند و در سیر خود هر چه را از هر جای دیگر بتواند می‌گیرد و جزء خود می‌کند. با طرح گفت‌وگوی تمدن‌ها، غرب باید بپذیرد که غربی و غیرغربی برابری می‌توانند با هم تبادل نظر کنند (داوری اردکانی، ۱۳۸۸: ۲۵۳). پس گفت‌وگوی تمدن‌ها فراهم‌کننده زمینه تفاهم و درک درست از یکدیگر است، چراکه در دیالوگ میل به تغلب نیست، بلکه دیالوگ گفت‌وشنود تفکر است (همان: ۲۸۶).

همچنین گفت‌وگو علاوه بر «فرد و دیگری»، مبتنی بر متنی است که در آن متن، «منبع تعامل» وجود دارد. در واقع، زمانی که فرد با دیگری ارتباط برقرار می‌کند، در محل متن می‌نشیند و همه آن اموری که می‌توانند حوزه ادراک را شکل دهند، متن تلقی می‌شوند (عاملی، ۱۳۸۱: ۲۰۳). بنابراین گفت‌وگو به هویت انسانی برمی‌گردد و انسان به واسطه اینکه می‌اندیشد، با دیگران گفت‌وگو می‌کند. به تعبیر دیگر انسان‌ها عوالم اجتماعی خویش را از طریق گفت‌وگو با دیگران پدید می‌آورند (دالگرن، ۱۳۸۰: ۲۱۹). گفت‌وگو یک مکالمه و یک پدیده چندوجهی است که شرکت‌کنندگان از نظر تاریخی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، برای نیل به هدفی واحد و مشترک - که همان حل و رفع مسأله و مشکل مبتلابه است - به فهم و نقد سخن یکدیگر می‌پردازند. پس یکی از نتایج آن این است که خرد را جایگزین قدرت می‌کند (خانیکي، ۱۳۸۱). بر این اساس گفت‌وگو، بازگشت به مبانی اعتقادی، ارزش‌ها و ساماندهی اندیشه است که انسان را از

يك نقطه به نقطه ديگر مي‌رساند و اگر انسان در جستجوي حقيقت باشد، با ديگري گفت‌وگو مي‌کند (مهاجراني، ۱۳۸۱).

اندیشمندان ديگري نيز در باب گفت‌وگو نکات دقيقی را بيان کرده‌اند. نظريه‌هاي «باختين»^۱ در مرتبه نخست بر مفهوم گفت‌وگو (ديالوگ) و اينکه زبان (هر شکل سخن و يا نوشته) همواره گفت‌وگويی است، متمرکزند. او گفت‌وگو را متشکل از سه جزء مي‌داند: سخنگو، شنونده يا مخاطب و رابطه ميان اين دو. در نتيجه زبان - و آنچه زبان بيان مي‌کند؛ يعني اندیشه‌ها، شخصيت‌ها، اشکال حقيقت و غيره - همواره محصول تعامل ميان حداقل دو نفر است. بر اين اساس باختين مفهوم گفت‌وگو را در تقابل با مفهوم مونولوگ (تک‌صدايي) قرار مي‌دهد که توسط يک شخص و يک نهاد گفته و بيان مي‌شود (کليگز،^۲ ۱۳۸۷).

باختين در ادامه مفهوم گفت‌وگو يا گفت‌وگويی را بيشتريسط مي‌دهد و استدلال مي‌کند که تمام کلمات و يا گفته‌ها به سوي پاسخي و واکنشي جهت دارند. در مکالمات روزمره، کلمات از طريق قرار گرفتن در نظام مفهومي شنونده درک مي‌شوند و سرشار از اهداف معين و تأثرات احساسی‌اند و با آن‌ها مرتبط‌اند. در نتيجه فهم يک گفته از پاسخ شنونده به آن جدایی‌ناپذير است. در نهايت تمام سخن‌ها به سوي آنچه باختين «افق مفهومي» شنونده مي‌خواند، جهت دارند. اين افق شامل زبان‌هاي متعدد اجتماعي است که شنونده از آن‌ها استفاده مي‌کند. «ديالوگيسم» گرايشي به سمت تعامل ميان زبان‌هاي مختلف سخنگو و زبان‌هاي شنونده است و به اين دليل است که باختين مي‌گويد: «سخن‌ها در مرز ميان زمينه خود و زمينه ديگري و بيگانه زندگي مي‌کنند» (همان).

بنابراين گفت‌وگو مشتمل است بر پيوند دادن اندیشه‌ها و احساسات ما و ايجاد حوزه مشترکی از معنای دائماً متحول‌شونده که مشارکت‌کنندگان در گفت‌وگو را به‌طور مستمر به ترازهاي بالاتر معرفتي هدايت مي‌کند. به عبارت ديگر چنانچه گفت‌وگوي صحيح و درست و

بر اساس برابری و احترام دو طرف برقرار شود، در نهایت معانی مشترک شکل می‌گیرد، چراکه ماهیت گفت‌وگو به اشتراک گذاشتن معانی است و از طریق گفت‌وگو می‌توان به این امر دست یافت.

در واقع محصول یک گفت‌وگوی پرثمر که به منزله ملاقات دو روح، برخورد دو اندیشه و دیدار دو جان است، تنها مبادله اطلاعات نیست، بلکه نتیجه آن، ارتقای طرفین دیالوگ و ارتقای مخاطبان به سطح معرفتی تازه، پدیدار شدن منظره‌های تازه برای سیر در عرصه‌های نظر و عمل و تغییر در واقعیات موجود است. به این ترتیب گفت‌وگو محملی برای ایجاد تحول در آفاق و انفس است (منصورنژاد، ۱۳۸۳). بنابراین گفت‌وگو، رویکردی ارتباطاتی است که شامل ريسك (تمایل به تعامل با دیگران و تغییر کردن)، اعتماد (انصاف و گشودگی)، نزدیکی (ارتباط خودانگیخته، صادقانه و رودررو)، ارتباط دوجانبه (شناخت اهداف و علایق مشترك) و تعهد (به گفت‌وگوی اخلاقی) می‌شود. به بیان دیگر مکالمه، بُعدی از کیفیت ارتباطات است که ارتباط‌گران را بیشتر روی ارتباط دوجانبه و برقراری رابطه متمرکز می‌سازد تا علایق شخصی؛ بیشتر بر دریافت مسائل تکیه دارد تا افشاگری؛ و بیشتر بر پایه دسترسی و دستیابی است تا تسلط.

این امر نیز حائز اهمیت است که گفت‌وگو همیشه در بستر قدرت و ثروت انجام می‌گیرد و به‌نحوی توسط آن‌ها در هر جامعه‌ای کنترل می‌شود، مگر آنکه برای نظام حاکم و سرمایه‌داران، مشکل حادی ایجاد نکند (خانیک، ۱۳۸۱: ۱۴۰). بنابراین باید توجه داشت در شرایطی که تولید اطلاعات به دست قدرت‌های زمان است، کار دیالوگ دشوارتر شده است (داوری اردکانی، ۱۳۸۸: ۲۸۶-۲۸۷). در این شرایط، قدرت‌ها از طریق رسانه‌هایی که در اختیار دارند، اسلام‌هراسی را به‌عنوان راهکار بسط قدرت خود پیش گرفته‌اند. پس باید به دنبال فضایی بود که بتوان ایده گفت‌وگو و در پی آن گفت‌وگوی تمدن‌ها را پیش برد و قدرتی که خود را برتر می‌داند، تسلیم حقیقتی کرد که در گفت‌وگو خود را آشکار می‌کند.

در هر صورت تاریخ بر اساس دیالوگ ساخته شده است و ظهور آن نشانه تغییر عالم

و آدم است و البته به صورت غیرمستقیم بر فکر و نظر و عمل و سیاست و زندگی تأثیر می‌گذارد. هر جا دیالوگ نیست، هیچ مشکلی را نمی‌توان حل کرد، اما با گشایش زبان هم‌زبانی می‌توان به حل و رفع بسیاری از مسائل و مشکلات امیدوار بود (همان: ۲۸۸).

دستور صریح قرآن کریم (نحل: ۱۲۵) و (زمر: ۱۸) و سنت اهل بیت علیهم‌السلام نیز بر «گفت‌وگو» قرار دارد. چنانکه در تاریخ نیز نقل شده ابن‌ابی‌العوجاء، زندیق معروف، محاجات و مباحثات مفصلی با امام صادق علیه‌السلام داشته است؛ به طوری که حتی خود او نیز از سعه صدر امام متعجب می‌ماند (کلینی، ۱۳۵۶).

آنچه اهمیت گفت‌وگو و رجحان آن را بر سایر شیوه‌ها دوچندان می‌کند، سر و کار داشتن آن با بالاترین ساحت آدمی؛ یعنی عقل است که در نتیجه آن، عمق و تثبیت موضوعات مورد گفت‌وگو را افزایش می‌دهد. علاوه بر این در حالی که قدرت رسانه‌های غربی به واسطه داشتن تکنولوژی‌های نوین، تصویرسازی نامناسب از مسلمانان است، ابزار قدرتمند مسلمانان در مقابله با آن‌ها بهره‌گیری از «گفت‌وگو» است تا منطق آنان را کم‌رنگ سازد.

۲. فضای مجازی

پس از طرح ایده فوق این سؤال مطرح می‌شود این است که آیا فضای جهانی برای انجام گفت‌وگو مهیا است؟ آیا در حالی که رسانه‌های اصلی، اسلام‌هراسی را تبلیغ می‌کنند، می‌توان امیدوار بود که گفت‌وگویی شکل گیرد و مسلمانان بتوانند حقیقت اسلام را برای مردمان جهان تبیین کنند؟

درواقع در چنین فضایی که جنگ روانی یک‌طرفه‌ای ایجاد شده است و تبلیغات تمامی رسانه‌های بزرگ در اختیار سرمایه‌داران و کمپانی‌های غربی است (سورین و تانکار، ۱۳۸۱)، فضای مجازی امکانی است تا چهره دیگری از اسلام به مردم جهان معرفی شود، چراکه محدودیت‌های سیاسی و اقتصادی رسانه‌های دیگر کمتر وجود دارد.

این امکان ناشی از ظرفیت‌های گسترده این فضا، همچون دیجیتال بودن، درها و

پنجره‌های همیشه باز، امکان تعامل با فاصله و تعامل هم‌زمان، غیرمرکزی بودن^۱ و حافظه مجازی است که پیامد آن تودرتو شدن فرهنگ‌ها، تکثر متراکم فرهنگی و حضور هم‌زمان فرهنگ‌ها در کنار یکدیگر است. در نتیجه افزایش آزادی در ابزار ایده‌ها، ارزش‌ها و بازخوردهای فکری نسبت به دیگری را فراهم می‌کند (عاملی، ۱۳۹۰: ۲۴-۲۵). افزون‌بر این، فرامتغیرهایی^۲ همچون فراگیری، دسترسی دائم، فرامکانی و فرازمانی بودن، جهانی بودن و سیال بودن این فضا (همان: ۲۷-۲۸) موجب تشدید شدن واقعیت می‌شود که در آن فضای تندشده مجازی، واقعیت متفاوتی را منتقل می‌کند. واقعیت در فضای فیزیکی زندگی ضرباهنگ و تداوم خاصی دارد که در فضای مجازی با بازتولید این واقعیت در سطوح عینی و ذهنی، مختصات واقعیت فضای فیزیکی را دستخوش تغییرات می‌کند (زالسکی^۳، ۱۹۹۷ به نقل از: عاملی، ۱۳۹۰: ۲۹).

این واقعیت‌ها حتی می‌تواند به گونه دیگری نیز روایت شود. دن گیلمر^۴ در مقاله‌ای با عنوان «رسانه، بلاگ‌ها، حقیقت و پیامدهای آن» به بررسی نقش و بلاگ‌ها در مقایسه با رسانه‌های سنتی پرداخته است. وی در مورد بلاگ‌ها - که قابل تعمیم به شبکه‌های اجتماعی نیز می‌باشد - می‌گوید: «در مواقعی که روزنامه‌های بزرگ یا شبکه‌های خبری سراسری به بزرگ‌نمایی در وقایع می‌پردازند، جهان و بلاگ‌ها تردیدهای جدی را در صحت اصل ماجرا ایجاد می‌کنند» (گیلمر، ۱۳۸۳). گیلمر دلایل برتری و بلاگ‌ها بر رسانه‌های سنتی را این چنین برمی‌شمارد: «اول اینکه آن‌ها قیدوبندهای مختلف رسانه‌های بزرگ را ندارند؛ دوم اینکه بسیار زیاد هستند و رسانه‌های بزرگ سنتی در مقابل آن‌ها اندک به حساب می‌آیند؛ سوم اینکه سرعت اطلاعات آنان به واسطه تکنولوژی دیجیتال بسیار بیشتر است» (همان).

بر این اساس سایت‌های اینترنتی، و بلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی و ... همگی

1. Dispersality
2. Meta-Factor
3. Zaleski
4. Gilmer

فضایی را فراهم می‌کنند که می‌توان از این طریق گفت‌وگو را تسهیل کرد. علاوه بر دلیل فوق، علت این امر را باید در ویژگی‌های فضای مجازی نیز جستجو کرد. یکی از ویژگی‌های اصلی رسانه‌های جدید را تعاملی و دوسویه بودن آن‌ها می‌دانند (مک کوایل،^۱ ۱۳۸۱)؛ به این معنی که رسانه‌های جدید برخلاف رسانه‌های سنتی این امکان را برای مخاطب فراهم می‌کنند که به یک ارتباط دوطرفه و افقی با رسانه بپردازد. به بیان دیگر، مخاطب دریافت‌کننده صرف نیست و می‌تواند حتی در مقام تولیدکننده نیز ظاهر شود، در حالی که رسانه‌هایی مانند رادیو و تلویزیون از نظر ماهیتی ارتباطی یک‌سویه با مخاطبان برقرار می‌کنند. همین ویژگی مطابق با خصوصیات یک گفت‌وگو و دیالوگ دوطرفه است؛ گویی اینترنت و فضای مجازی رسانه‌ای برای گفت‌وگو است.

امکان جدید دیگری که در سال‌های اخیر در فضای مجازی ایجاد شده، شبکه‌های اجتماعی است. این شبکه‌ها اساساً بر مبنای گفت‌وگو و تعاملات دوطرفه شکل گرفته‌اند. در این شبکه‌ها کنش متقابل بین اعضاء و انتشار حوادث و ارتباطات از طریق سیستم چرخشی فراهم می‌شود و امکان نشر محتوای با ارزش در کنار اعضایی که خود را در فضای گسترده‌ای معرفی می‌کنند، فراهم می‌شود. بنابراین ساختار این شبکه‌ها بر مبنای مشارکت کاربران و استفاده از مباحثه قرار گرفته است (گزارش تحقیقی ویلدبیت،^۲ ۲۰۰۵). تحلیل بیشتر شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که کاربران این شبکه‌ها بیشتر متمایل هستند با افرادی مرتبط شوند که نکات متفاوتی در دیدگاه‌هایشان وجود دارد. بنابراین بیشترین تعاملات هنگامی به وجود می‌آید که تفاوت‌های زیاد در عقاید رخ می‌دهد (گومز^۳ و دیگران، ۲۰۰۸). همین امر ظرفیت ارتباطی مسلمانان و بازنمایی چهره حقیقی آنان را دو چندان می‌کند.

بنابراین مداخله در فعالیت‌های متنوع فضای اینترنت با بیشتر شدن شبکه‌های متنوع گفت‌وگو پیوند دارد و شبکه‌های گفت‌وگو یک مقیاس کلیدی از پیوندهای اجتماعی اکثر

1. Mc Quail
2. wilddbit
3. Gomez

مردم هستند. به‌عنوان نمونه، تحقیقات حاکی از آن است که بسیار بیشتر محتمل است که انبوه استفاده‌کنندگان از اینترنت و آن‌ها که وبلاگ داشتند، به شخصی از دیگر نژادها اطمینان پیدا کنند و یا با شخصی که عضو گروه سیاسی دیگری است، گفت‌وگو کنند (همپتون^۱ و دیگران، ۲۰۰۹). در واقع حوزه عمومی، عرصه ارتباطات و شکل‌گیری عقاید است. اگر مؤلفه‌های اساسی حوزه عمومی را گفت‌وگو، افکار عمومی و واکنش بدانیم، شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه یک رسانه جدید، بستر مناسبی برای ظهور و تجلی هر یک از آن‌هاست. افراد می‌توانند از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی به گفت‌وگو و تعامل پیرامون مسائل و موضوعات مورد علاقه خود بپردازند و از این طریق افکار عمومی به‌عنوان صدای مردم شکل بگیرد (یزدخواستی و دیگران، ۱۳۹۲: ۹۹). با این وصف این گفت‌وگوها می‌تواند به گفت‌وگو بین افرادی با دین‌های متفاوت -از جمله مسلمانان- بینجامد. همین امر فضای تفاهم و واقع‌بینی را تسهیل می‌کند و صدای عمومی در راستای نفی اسلام‌هراسی را تقویت می‌گرداند.

بنابراین رسانه‌های جدید، مدلی از رسانه‌ها با «منبع باز»^۲ به حساب می‌آیند. رسانه‌ها خواستار شفافیت هستند و فضاهای مجازی به‌طور وسیع چنین امری را میسر می‌کنند، به‌طوری‌که می‌توانند واقعیت را به‌طور دقیق مجسم کنند. فضای مجازی امکان می‌دهد که هزاران تن از مردم هم‌زمان در بحث‌های تعاملی شرکت کنند و درباره تکنولوژی، اقتصاد، جامعه، و اخلاق بحث کنند. این شبکه‌های تعاملی بسیاری از بحث‌های موازی گفت‌وگو را میزبانی می‌کند (بالینگ^۳ و فرنک^۴، ۲۰۰۴). همین امر موجب می‌شود که مباحثات توسعه‌یافته و مشارکت آگاهانه امکان‌پذیر گردد و به‌واسطه آن نگرش‌ها به سمت حوزه وسیعی شکل گیرد. نتیجه چنین فرآیندی این است که به دیدگاه‌های جدید اجازه خواهد داد که معرفی شوند و مناظرات بین ملت‌ها را ممکن خواهد ساخت (همان). به این واسطه چنین امکانی

1. Hampton
2. Open Source
3. Balling
4. Frank

برای اسلام و مسلمانان فراهم است که از طریق این فضاهاى مجازى بتوانند واقعيت و چهره حقيقى اسلام را ترسيم کنند و نگذارند که افکار عمومى آن گونه که رسانه هاى بزرگ خواهان آن هستند، شکل گیرد.

بر اين اساس يك اجتماع از فضاى مجازى برای اسلام به وجود آمده است که گفتمان ها و نگرش هاى جديدى را فراهم می کند. اين فضاى تعاملی فرصت هاىی برای ارائه و نمايش و همچنين انتخاب و تعامل بیشتر ايجاد می کند، به طوری که هويت هاى مهجور اسلامى امکان طرح در اين فضا را می يابند (اندرسون،^۱ ۲۰۰۱). اين امکان تا جایی است که حتى گفته شده اينترنت برای اسلام ساخته شده است، چراکه باعث می شود که منکرين خدا و مسيحيان درباره شکل اغراق آميز درباره اسلام بازاندیشی کنند و ديالوگی را با مسلمانان برقرار کنند (وست،^۲ ۲۰۰۹). در همین راستا رهبر سابق مسيحيان جهان، پاپ بنديكت شانزدهم^۳ در پیامی از ارتباطات ديجیتال به عنوان يك هديه نام برده و معتقد است که فضاى مجازى برای افزایش احترام و ديالوگ به کار می رود (پاپ بنديكت شانزدهم، ۲۰۰۹). پس می توان از طريق فضاى مجازى گفت وگو را تسهيل نموده و بر اسلام هراسی غلبه کرد.

نمونه: جنگ غزه

جنگ غزه که در ۷ اکتبر ۲۰۲۳ با حمله حماس به اسرائيل آغاز گشت و پس از آن حملات اسرائيل به غزه را در پی داشت، نمونه مورد توجه و قابل استنادی از استراتژی «گفت وگو در فضاى مجازى» برای نشان دادن ماهيت حمله اسرائيل به غزه است. در هفته هاى متوالی پس از حمله اسرائيل به غزه، همگان شاهد مخالفت هاى جهانی و تظاهرات سراسرى عليه اسرائيل بودند، امری که موجبات تعجب بسيارى از سران کشورها

و همچنین روزنامه‌نگاران و نویسندگان اروپایی و آمریکایی را فراهم کرد. دلیل اصلی این مخالفت‌ها و اعتراض‌ها را باید در قدرت فضای مجازی و گفت‌وگو در شبکه‌های اجتماعی دانست که با وجود تبلیغات رسانه‌های سنتی بزرگ به نفع اسرائیل، ماهیت رژیم اسرائیل را برملا نمود.

خانم صالح‌الدین، روزنامه‌نگار در مقاله‌ای با عنوان «حمله به غزه: رسانه‌های اجتماعی در مقابل رسانه‌های سنتی» درباره بعضی از فعالان مجازی می‌نویسد: «در حوزه پر جنب و جوش دیجیتال، تایرا کاماروزمان، اینفلوئنسر رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان چراغی برای حمایت ظاهر می‌شود و از پلتفرم خود برای شروع بحث‌ها و افزایش آگاهی در مورد پیچیدگی‌های درگیری فلسطین و اسرائیل استفاده می‌کند. تایرا که در سن ۱۵ سالگی سفر خود را در رسانه‌های اجتماعی آغاز کرده است، با اعتقاد شدید به قدرت تغییردهنده رسانه‌های اجتماعی، پتانسیل این پلتفرم را در اعمال نفوذ و ایجاد تغییر تشخیص می‌دهد» (صوفیه صالح‌الدین، روزنامه رزرو مالزی، ۱۳ دسامبر ۲۰۲۳).

وی در ادامه تصریح می‌کند: «تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر درک گزارش درگیری فلسطین و اسرائیل عمیق است... از آنجایی که اطلاعات به‌سرعت از طریق این پلتفرم‌ها پخش می‌شود، روایت‌ها، نظرات و سوگیری‌های متنوع به توسعه درک عمومی کمک می‌کنند. رسانه‌های اجتماعی نه تنها صداها و دیدگاه‌ها را تقویت می‌کنند، بلکه چالش‌های جدیدی را در تشخیص گزارش‌های معتبر و اطلاعات نادرست معرفی می‌کنند» (همان).

نکته‌ای که در سال‌های پیش از آن عبیر نجار در مقاله خود با عنوان «خود دیگر: فلسطینی‌ها در حال روایت جنگ غزه در رسانه‌های اجتماعی» بدان اشاره می‌کند: «فضای مجازی یک امکان جدید است و ابزار دسترسی به بستری را ارائه می‌دهد که در آن، این فرصت را برای همه فراهم می‌کند که از آرمان فلسطین حمایت کنند و از فلسطینی‌ها بگویند.

فلسطینیان و سایر حامیان آن امکان دسترسی به مخاطبان مختلف علاقه‌مند به نسخه دیگر داستان را دارند که کنجکاو برای دیدن رویدادها، تصاویر و نظراتی در جهت خلاف مطالب رسانه‌های اصلی بین‌المللی هستند. رسانه‌های اجتماعی با کارکردهای متنوع و پتانسیل گسترده برای ایجاد، انتقال و به اشتراک‌گذاری مطالب در قالب‌های مختلف و با برنامه‌های متعدد – همچون بحث شرکت‌کنندگان در گروه‌های متمرکز^۱ – فرصت‌های عالی‌ای برای «گفتن حقیقت» دارند» (نجار، ۲۰۰۹: ۲۴).

بحث و نتیجه‌گیری

از مجموع مباحث می‌توان نتیجه گرفت که رسانه اینترنت و فضای مجازی، رسانه‌ای است که به دلیل فضای تعاملی و ارتباطات دوطرفه امکان گفت‌وگو را بسیار بیشتر از سایر رسانه‌ها فراهم می‌کنند. بنابراین مسلمانان به‌عنوان کسانی که در معرض تبلیغات منفی و اسلام‌هراسی در سطح رسانه‌های بزرگ قرار گرفته‌اند، می‌توانند با استفاده از گفت‌وگوهای دوطرفه از طریق این رسانه‌ها به بازنمایی واقع‌بینانه‌تر از خود و ترسیم چهره حقیقی از اسلام برای سایر مردمان جهان اقدام کنند. در عین حال بیشتر این سایت‌ها برآمده از مرکز یا نهادی هستند که حول مسأله «گفت‌وگو» و اطلاع‌رسانی دقیق‌تر و صحیح‌تر فعالیت می‌کند. از این رو فضای مجازی این امکان را فراهم می‌کند که همه مباحث، جلسات، سمینارها، همایش‌ها و همچنین منابع، کتب و مجلات مورد نظر خود را در این فضا قرار دهند و در نتیجه این فرصت برای همه مردم دنیا ایجاد می‌شود تا بیش از پیش حقیقت اسلام را دریابند.

آنچه اکنون بیش از پیش برای مسلمانان اهمیت دارد، استفاده از این ظرفیت و ورود به این فضا به‌منظور تبیین هر چه بیشتر حقیقت اسلام و مسلمانی و ایجاد دیالوگ و گفت‌وگو با دیگرانی است که تصور غلطی از اسلام در ذهنشان جا گرفته است. علاوه بر این همه رهبران،

بزرگان، سیاستمداران و نخبگان مسلمان باید متوجه باشند که نوع بیان، گفتار و عمل آن‌ها بهانه لازم را برای تخریب چهره اسلام را در سطح رسانه‌های بزرگ و از سوی بدخواهان فراهم نکند.



منابع

۱. اکبری، نورالدین (۱۴۰۰). تشدید اسلام‌هراسی در اروپا: عوامل و پیامدها (با تأکید بر نحوه بازنمایی رسانه‌ای مسلمانان). پژوهشنامه رسانه بین‌الملل، ۶ (۷)، ۲۰۵-۲۳۴.
۲. الکنبوری، ادريس (۱۳۸۶). ساختار رسانه‌ای اسلام‌هراسی در فرانسه. ترجمه علی باکر. مجله کتاب ماه و دین، (۱۲۰)، ۷۴-۷۹.
۳. خانیکي، هادی (۱۳۸۱). میزگرد گفت‌وگو (۱). مطالعات ملی، ۳ (۱۲)، ۱۹۷-۲۲۵.
۴. خیرگزاری تقریب (۱۳۸۹). فعالیت رسانه‌های آلمان در جهت اسلام‌هراسی. بازیابی شده در تاریخ ۱۳۸۹/۱۰/۱۹ از سایت: www.taghribnews.com.
۵. خواجه‌سروی، غلامرضا؛ خجسته، کمیل (۱۳۹۸). الگوی تقابلی رسانه‌ای انقلاب اسلامی با اسلام‌هراسی غرب (مطالعه موردی نامه رهبر انقلاب اسلامی به جوانان غرب). مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۲۰ (۴۵)، ۱۷۹-۲۰۴.
۶. دالگرن، پیتر (۱۳۸۰). تلویزیون و گستره عمومی. ترجمه مهدی شفقتی. تهران: سروش.
۷. داوری اردکانی، رضا (۱۳۸۸). درباره غرب. تهران: هرمس.
۸. رضایی یزدی، محمد (۱۳۸۶). تصویر مسلمانان در سینمای هالیوود؛ درآمدی بر اهریمن‌سازی مسلمانان در رسانه‌های غربی بر اساس بررسی و تحلیل ۱۵۰ فیلم سینمایی هالیوود، چاپ‌شده در: محمدرضا جوادی یگانه و حمید عبداللهیان (به کوشش)، دین و رسانه. تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.
۹. رضایی، رضا (۱۳۹۷). تکفیری‌ها و پروژه اسلام‌هراسی در غرب. سیاست کاربردی، ۱ (۱)، ۱-۱۴۱-۱۵۵.
۱۰. ستوده آرنی، محمد؛ علویان، مرتضی (۱۳۹۱). راهکارهای دیپلماسی عمومی و رسمی ایران در مواجهه با اسلام‌هراسی غرب. علوم سیاسی، ۱۵ (۵۸)، ۱۵۵-۱۶۶.
۱۱. سورین، ورنر؛ تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: دانشگاه تهران.
۱۲. مهاجرانی، عطاءالله؛ خانیکي، هادی؛ طباطبایی، صادق؛ عاملی، سید رضا؛ منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۱). میزگرد گفت‌وگو (۱). مطالعات ملی، ۳ (۱۲)، ۱۹۷-۲۲۵.
۱۳. عاملی، سید سعیدرضا (۱۳۸۲). جهانی شدن‌ها: غربی شدن و اسلامی شدن جهان، اسلام‌هراسی و مدرنیته بزرگ‌شده. چاپ‌شده در: طه مرقاتی (به اهتمام)، مجموعه مقالات کنگره جهان‌شمولی اسلام و جهانی‌سازی. ج ۲. تهران: مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی.

۱۴. عاملی، سید سعیدرضا (۱۳۹۰). رویکرد دوفضایی به آسیب‌ها، جرایم، قوانین و سیاست‌های فضای مجازی. تهران: امیرکبیر.
۱۵. فدراسیون بین‌المللی حقوق بشر هلسنکی (۱۳۸۸). تبعیض و ناشکیبایی علیه مسلمانان در اتحادیه اروپا بعد از ۱۱ سپتامبر. ترجمه علی مرشدی‌زاده. تهران: مؤسسه پژوهشی فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۱۶. کلینی، محمد (۱۳۵۶). اصول کافی. ترجمه سیدجواد مصطفوی. تهران: مسجد چهارده معصوم علیه السلام.
۱۷. کوثری، مسعود؛ مهرابی، مقداد (۱۳۹۰). پسااستعمارگرایی در بازی‌های دیجیتال: شالوده‌شکنی سوءبازنمایی مسلمانان. چاپ‌شده در: مجموعه مقالات دومین همایش دین و رسانه: رسانه دینی و دین رسانه‌ای. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
۱۸. محمدی، مجید (۱۳۷۹). سیمای اقتدارگرایی تلویزیون دولتی ایران. تهران: جامعه ایرانیان.
۱۹. منصورنژاد، محمد (۱۳۸۳). رویکردهای نظری در گفت‌وگوی تمدن‌ها. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۲۰. مک کویل، دنیس (۱۳۸۱). مخاطب‌شناسی. ترجمه مهدی منتظرقائم. تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها.
۲۱. دارابی، علی (۱۳۹۵). هالیوود و اسلام‌هراسی در دیپلماسی رسانه‌ای ایالات متحده آمریکا پس از ۱۱ سپتامبر. جستارهای سیاسی معاصر، ۷ (۲)، ۱-۲۰.
۲۲. عیسی‌زاده، عباس؛ شرف‌الدین، سید حسین (۱۳۹۵). نظریه برخورد تمدن‌ها: چهارچوب مفهومی درک اسلام‌هراسی. غرب‌شناسی بنیادی، ۷ (۲)، ۲۷-۶۲.
۲۳. غفاری قدیر، جلال؛ بهستانی، مجید؛ خالدیان، صفرعلی (۱۳۹۶). ابعاد و مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با اسلام‌هراسی. پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، ۷ (۱۶)، ۹۱-۱۳۴.
۲۴. فیاض، ابراهیم؛ ناد، زینب (۱۳۹۸). نقش ارتباطات میان‌فرهنگی در کاهش چالش اسلام‌هراسی در دنیا با تأکید بر درک پدیدارشناختی. انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۵ (۵۵)، ۳۳-۶۱.
۲۵. کلیگز، مری (۱۳۸۷). باختین و نظریه رمان، ترجمه وحید ولی‌زاده. بازیابی شده از سایت: www.hamshahrtraining.ir
۲۶. گیویان، عبدالله؛ سروی زرگر، محمد (۱۳۸۸). بازنمایی ایران در سینمای هالیوود. تحقیقات فرهنگی، ۲ (۴)، ۱۷۹-۱۴۷.
۲۷. متقی دستنانی، افشین؛ آثارتمر، محمد (۱۳۸۶). عملیات روانی غرب علیه جهان اسلام و تأثیر آن بر مسلمانان مقیم اروپا. مطالعات عملیات روانی، (۱۵)، ۲۱۶-۲۵۴.

۲۸. منتظرانم، مهدی (۱۳۸۱). میزگرد گفت‌وگو(۱). مطالعات ملی، ۳ (۱۲)، ۱۹۷-۲۲۵.
۲۹. مهاجرانی، عطاء‌الله (۱۳۸۱). میزگرد گفت‌وگو(۱). مطالعات ملی، ۳ (۱۲)، ۱۹۷-۲۲۵.
۳۰. نظام‌بهرامی، کمیل (۱۳۸۱). گفت‌وگو در اندیشه یورگن هابرماس. مطالعات ملی، ۴ (۱۳)، ۸۹-۱۰۹.
۳۱. یزدخواستی، بهجت؛ عدلی‌پور، صمد؛ کیخانی، الهام (۱۳۹۲). حوزه عمومی و گفت‌وگو در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی: بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گفت‌وگوی میان فرهنگ‌ها. مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۱۴ (۲۱)، ۸۱-۱۰۱.
32. Anderson, Jon (2001). *Muslim Networks, Muslim Selves in Cyberspace: Islam in the Post-Modern Public Sphere*, panel on Public and Private Spheres in Muslim Societies Today: Gender and New Media, Conference of the Japan Islamic Area Studies Project on "The Dynamism of Muslim ocieties," Tokyo, October 5-8, 2001.
33. Balling, g., Frank, l. (2005). *Dialogue in cyberspace*, www.cafescientifique.org
34. Benedict, x. (2009). *World Day for Social Communications dedicated to priests and digital world*, www.Asianews.it
35. Gómez, v., Kaltenbrunner, a, López, v. (2008). *Statistical Analysis of the Social Network and Discussion Threads in Slashdot*, www.2008.org/papers/pdf
36. Hampton, K. Sessions, L., Her, J., Rainie, L. (2009), *Social Isolation and New Technology: How the internet and mobile phones impact Americans' social networks* <http://www.asanet.org/galleries/default-file/June06ASRFeature.pdf>
37. <http://www.runnymedetrust.org/>
38. Jamieson, (2003). *Islam and Terrorism*. <http://www.SocialScience.com>
39. Leventhal, D, (2004). *Who is Terrorist in U.S Media discourse*, <http://www.Social Science.com>.
40. Najjar, Abeer (2009). "Othering the Self: Palestinians Narrating the War on Gaza in the Social Media", [http:// www. Researchgate.net/publication/261991856](http://www. Researchgate.net/publication/261991856)
41. Schwartz, S. (2005). *The "Islamophobes" That Aren't*, www.frontpagemagazine.com
42. Shaheen j. (2003). *Reel Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People*, London: Sage Publication
43. Social Networks Research Report (2005). <http://tidbit.wildbit.com>
44. Wasko j. (2003), *How Hollywood Works*, London: Sage Publication
45. West, p. (2010), *The internet: made for Islam?*, www.culturewars.org.uk



Solutions for Overcoming Islamophobia: Dialogue in Virtual Space

Bashir Mo'tamedi*

Abstract

Objective: This article aims to examine the characteristics of the topic of "Islamophobia."

Research Methodology: The approach to this issue involves evaluating the performance of major media outlets regarding Islamophobia by referring to studies conducted in this field. Additionally, it seeks to outline ways to counter this discourse through the dialogue and interaction between cultures and civilizations.

Findings: The findings indicate that the characteristics of the virtual space, including the formation based on two-way and horizontal interactions and the possibility of dialogue, allow for discussions and expressions of opinions about the reality of Islam, differing from the frameworks of media affiliated with colonial powers. Therefore, it can confront and challenge the Islamophobic discourse propagated by these powers. One example of this is the Gaza conflict, where the virtual space was able to somewhat counter the Islamophobic discourse. Thus, it can be concluded that the solution to combating Islamophobia and moving beyond it lies in "dialogue in virtual space."

Discussion and Conclusion: From the discussions, it can be concluded that the internet and virtual space provide a medium that, due to its interactive nature and two-way communications, facilitates dialogue much more than other media. Consequently, Muslims, as individuals exposed to negative propaganda and Islamophobia in mainstream media, can utilize two-way dialogues through these media to present a more realistic representation of themselves and depict the true face of Islam to other people around the world.

Keywords: Islamophobia, Dialogue, Virtual Space

* Assistant Professor of Cultural Studies and Communication Research Institute, Cultural Studies and Communication research faculty, Institute for Humanities and Cultural Studies, Tehran, Iran. motamedibashir@yahoo.com.