

الإعلام الجديد: وعاء لترويج الإسلاموفوبيا

د. ثريا السنوسي^(١)

تمهيد

لعل من أبرز الظواهر السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، أنها أضحت مسرحاً لصناعة أزمات سياسية واقتصادية وأيديولوجية ودينية معولمة، وقناة لإثارة الفتن وبث البلبلة، عن طريق الترويج لأفكار مغلوطة أو محرفة، من ذلك ما ينشر ويتداول يومياً، خاصة في العالم الغربي، حول الإسلام من خطابات تشويهية تضاهي الإسلام بالعنف، والمسلمين بالإرهابيين.

الإشكالية:

وقد ارتأينا أن نتعمق في دراسة هذه الظاهرة انطلاقاً من الإشكالية التالية: هل يمكننا الجزم بوجود مظاهر استخدامات "ترهيبية" عبر شبكات التواصل الاجتماعي، عند التطرق إلى حملة "أنا تشارلي"؟ وإلى أي مدى نجح الخطاب المقابل في المواجهة والانتصار لجوهر الإسلام والمسلمين؟

وللإجابة عن التساؤل المحوري يمكننا أن نطرح بعض الأسئلة الفرعية:

- لمن توجه حملة "أنا تشارلي"؟ لأصحاب الجريدة والطايم العامل من صحفيين وموظفين، بغية إظهار نوع من التعاطف معهم؟ أم للرأي العام العالمي قصد تمرير رسالة أخطر تمهد لتسويق خطاب يدعم انتشار الإسلاموفوبيا في العالم الغربي؟
- ماهي الأهداف من وراء هذه الحملة؟ دعم حرية التعبير كما تريد أن تسوق لذلك وسائل الإعلام الغربية؟ أم تخويف العالم الغربي وتحريضه ضد الإسلام؟ أم لخدمة مصالح أجناس سياسية لأطراف مهيمنة على الساحة الدولية؟ أم هي كل هذه الأسباب مجتمعة؟
- هل يمكن الجزم بخطورة الشبكات الاجتماعية باعتبارها وعاء لترويج صورة سلبية عن الإسلام؟ أم هل يمكن استثمار نفس الوعاء للمواجهة وللرد على الاتهامات والتلفيقات وبسط تعاليم الدين الإسلامي السمح عبر الفضاء الافتراضي اللامتناهي؟

(١) أستاذ مساعد - رئيس قسم الإعلام والعلاقات العامة - كلية الإعلام - جامعة الغرير - دبي / الإمارات العربية المتحدة

الفرضيات:

- سنحاول الإجابة عن هذه التساؤلات من خلال هاتين الفرضيتين.
1. تجاوز الهدف من وراء شنّ حملة "أنا تشارلي" إعلان الدّعم المعنوي لصحفيي الجريدة، ودخل ضمن منظومة التّأجيج الإعلامي لحادثة الصحيفة الفرنسية الساخرة، فور حدوثها بهدف تضمين صورة سلبية عن الإسلام والمسلمين بوصفهم إرهابيين.
 2. انبثقت عن الحملة الإعلامية "أنا تشارلي"، حملات إعلامية مضادة، لعلّ أشهرها "أنا لست تشارلي"، ولقد تعدّدت الخطابات وفقا لتعدّد المنطلقات والمرجعيات والدّعائم التي يركز عليها كلّ شقّ. وبالتالي، يمكننا القول: إن شبكات التواصل الاجتماعي هي فضاء مزدحم بالازدواجية والتناقضات، وهذا منطقي باعتبارها فضاء مفتوحا. وهذا الانفتاح هو الذي منح الشق المنصر للإسلام والمسلمين الفرصة للرد بقوة وندية على رسائل الإسلاموفوبيا برسائل دفاعية-حجاجية تارة وتنبهية-تحذيرية تارة أخرى.

المنهجية:

سنعتمد في هذه الورقة على محاولة قراءة سيميائية لمحتوى عينة من اللافتات المتداولة عبر الفيسبوك في شهر يناير ٢٠١٥ حول حملة "أنا تشارلي" والحملة المضادة لها، لنقف من خلالها، عند تجليات النداء الإسلاموفوبي وأهم ما يختص به. وكذلك عند مقومات النداء المواجه الداعي إلى الرجوع إلى الأصول من أجل فهم صحيح للدين الإسلامي.

الأهداف:

- الوقوف عند الاستخدامات المتناقضة والمتداخلة لشبكات التواصل الاجتماعي.
- رصد الدور الحقيقي لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوسطية ومواجهة فكر التطرف والإرهاب.
- أهم الأفكار "المنحرفة" وسبل مواجهتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

حول "الإسلاموفوبيا"

• قراءة في المفهوم:

شاع مصطلح "إسلاموفوبيا" ليعبر عن ظاهرة الخوف المرضي من الإسلام في الغرب. وهو مصطلح حديث نسبيا من حيث التداول في الفضاء المعرفي المعني بعلاقة الإسلام بالغرب. إلا أن الجدير بالذكر في

هذا السياق هو أن ظاهرة الخوف من الإسلام هي ظاهرة قديمة قدم الدين الإسلامي. وقد تجلت في العديد من الوجوه: التشكيك بنبوة الرسول محمد، صلى الله عليه وسلم، وإثارة النزاعات بين المسلمين في نطاق ممارسة "سياسة فرق تسد"، والسعي لاحتلال البلاد الإسلامية... إلخ. (عبد المعطي زكي إبراهيم ٢٠٠٥). وقد تصاعدت وتيرة هذه الظاهرة في دول الغرب بعد تفجيرات ١١ سبتمبر ٢٠٠١، إلى أن بلغت ذروتها بعد حادثة "تشارلي إيبدو" بباريس في يناير ٢٠١٥.

• قراءة في وصف الظاهرة:

شهدت ظاهرة الإسلاموفوبيا انتشارا كبيرا في الآونة الأخيرة، لاسيما في فرنسا. فقد أظهرت بعض الإحصائيات الحديثة التي كشف عنها المرصد الوطني لمكافحة الإسلاموفوبيا في فرنسا أن الأحداث المرتبطة بمعاداة الإسلام قد ارتفعت بنسبة ٧٠% في فرنسا سنة ٢٠١٥ مقارنة بيناير ٢٠١٤. (صحيفة الخبر الالكترونية، ٢٠١٥). وذلك نتيجة لأحداث الهجوم على صحيفة "تشارلي إيبدو". وهو ما دفع برئيس المرصد إلى التصريح بأن "مشكلة الإسلام والمسلمين بدأت تتحول إلى هستيريا جماعية في فرنسا". وقد دعم رواج هذه الظاهرة التقاف النخب الفرنسية المثقفة حولها وتبنيهم لخطابها. حيث أكد الكاتب "إيدوي بلينال" في كتابه "من أجل المسلمين"، أن المثقفين الفرنسيين يخطون عمدا تحت وطأة خلفيات أيديولوجية عنصرية، بين الإسلام والإرهاب والعنف.

وقد صرح الكاتب في السياق نفسه أن الإسلاموفوبيا قد بلغت حدا لم يعد من الممكن السكوت عنه أخلاقيا، لأن الأمر أصبح يهدد بانهيار النسيج الاجتماعي الفرنسي نتيجة تبرير العنف ضد المسلمين. (الجزيرة. نت)

إذن، فقد تأجج لهيب حملات الإسلاموفوبيا في فرنسا منذ يناير ٢٠١٥، وسرى لهيبها في جل بلدان العالم الغربي. وقد لعب الإعلام دورا رياديا في تصعيد الظاهرة وانتشارها، لاسيما الإعلام الجديد مجسدا في مواقع التواصل الاجتماعي: فيسبوك، وتويتر... إلخ.

ويرى بعض الباحثين في علوم الإعلام والاتصال أن حملة "أنا تشارلي" التي ظهرت إبان وقوع حادثة الصحيفة الفرنسية الساخرة "تشارلي إيبدو"، هي صناعة إعلامية لأزمة أيديولوجية عالمية قوامها نبذ الإسلام والمسلمين باعتبارهم "إرهابيين".

وهو ما يحيلنا إلى التساؤل عن مدى صدق هذا الرأي. وقد حاولنا في هذه الورقة أن نقف عند تجليات هذه الحملة والدعائم التي تقف عليها من أجل تشكيل تمثلات مغلوبة أو مبتورة حول الإسلام، بهدف خلق أزمة أيديولوجية-دينية عالمية.

وقد اعتمدنا في ذلك على محاولة قراءة سيميائية لعينة عشوائية من اللافتات الأكثر تداولاً لحملة "أنا تشارلي" التي غزت مواقع التواصل الاجتماعي عقب حادثة الصحيفة الباريسية الساخرة في ٧ يناير ٢٠١٥. وقد أخضعنا اللافتات المروجة للغرض، إلى عدد من المعايير التي يستند إليها الباحثون في التحليل النصية ذات الطابع السيميائي بهدف تقطيع النصوص بنويًا أو دلاليًا، أو تفكيك الخطابات سيميائيًا، أو تشريحها بطريقة تفتيته أو تجزيئية. وذلك من أجل إعادة بنائها من جديد، بغية فهمها وإزالة غموضها، والحد من التباسها الدلالي والمعني بالمقاصد. وقد اخترنا في هذه الورقة أن نتعرض فقط للمعايير التي تخدم موضوعنا، وهي المعيار البصري، والمعيار التركيبي، والمعيار التداولي، ومعيار الاندماج والاندماج، والمعيار الفضائي، والمعيار التيماتكي.

• قراءة سيميولوجية لعينة من اللافتات الخاصة بحملة "أنا شارلي":

تضمنت حملة "أنا شارلي" عددًا كبيرًا من اللوحات/اللافتات والشعارات المتنوعة والثرية اقتفينا أثرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي واخترنا منها عينة عشوائية ضمت عددًا من أكثر اللافتات تداولاً.

• اللوحة الأولى: أنا تشارلي



تعني هذه اللافتة المكتوبة باللغة الفرنسية: أنا تشارلي. ويمكن قراءتها اعتمادًا على المعايير التالية:

- المعيار البصري:

تتراءى لنا اللافتة بسيطة من حيث الجهاز الكتابي والطباعي الذي يظهر في اللافتة/اللوحة. ويتكون النص المكتوب من جملة واحدة مكونة من ثلاث كلمات مقسومة إلى سطرين. تحتل السطر الأول كلمة "أنا". وقد جاءت هذه الكلمة بلون أبيض غير مشبع (رقيق نسبيًا)، في حين وردت الكلمة الثانية التي احتلت وسط اللافتة في سطر مستقل "شارلي"، مشبعة وبحجم أكبر.

وتحيلنا اللافتة إلى ثنائية البياض والسواد، حيث كتب جزء من الجملة بلون أبيض في حين عم السواء الخلفية. أما كلمة الوسط فطبعت بلون رمادي.

وإلى جانب التنوع في أحجام الخطوط، نلاحظ أن موقع الجملة جاء يتوسط اللافتة. فقد احتل مكان المركز من أجل استقطاب عين القارئ.

واعتماداً على هذه المعطيات البصرية، يمكننا أن نقرأ طغيان ثنائية البياض والسواد بتناقض المشاعر والأحاسيس تجاه ما حصل للصحيفة الفرنسية الساخرة. فلو استعملنا المعيار الانثروبولوجي الذي يعتمد على تفسير الألوان ورموزها ودلالاتها على مراجعها الحضارية والدينية، نجد أن اللون الأبيض يعني عند أهل الغرب عموماً النصر والبراءة والسلام. بينما يرمز الأسود عندهم إلى الظلام، وعند الأوربيين بالذات إلى العلوم الدينية حسب ما ورد في عدد من الدراسات السيميائية القيمة لبعض الباحثين البلجيكيين أمثال "كاندنسكي" و"إيتين" و"كوكولا".

يصبح إذن اللون الأسود الذي يغزو اللافتة ليس سوى انعكاس للنظرة السوداوية التي يوليها الغرب للدين عموماً، وفي هذه الحالة للدين الإسلامي على اعتبار أن حادثة "شارلي إيبدو" قد تم تنفيذها ثم تبنيها من طرف فئة تتشبط باسم الإسلام. وفي هذا المستوى نشم رائحة استهداف متعمد للدين الإسلامي وإرادة مغطاة بعض الشيء لإظهاره في أبشع الصور من خلال إكسائه باللون الأسود.

أما البياض، فقد أراد صاحب اللافتة أن يحيل من خلاله إلى النفوس " البريئة" و"الصافية" التي تبنت هذا الخطاب على إثر الحادثة. وهي نفوس عبرت عن حزنها وألمها أيضاً عن طريق الظلام المحيط بعبارة أنا شارلي.

وعن ترقيق الأنا ونصاعة بياضها فنرجح أنه مؤشر يوحي بإرادة تصغير الذات وإخضاعها أمام سطوة الكلمة التي احتلت السطر الثاني وتوسطت المساحة والتي وردت بلون رمادي مشبع. ولعل تضخيم كلمة شارلي هو إحالة إلى أنها هي قلب الحدث النابض، فهي التي يجب أن تكون في الصدارة من حيث الموقع والحجم.

أما عن اللون الرمادي، فله عدة قراءات:

قراءة أولى تجعله يعكس تنوعاً في الآراء والمواقف مما حدث حتى لا نقول اختلافاً: ففي حين يميل بعض المتعاطفين مع الصحيفة الفرنسية الساخرة إلى تبرئتها من كل ذنب وخلو ساحتها من كل مأخذ ومسؤوليات فيما حدث لطاقمها، يميل شق آخر إلى تحميلها جزءاً من المسؤولية في استفزاز مشاعر المسلمين. وهذا الانقسام كان واضحاً على أرض الواقع حيث عاب جزء من الرأي العام العالمي على الصحيفة السخرية من الأديان عامة والاستخفاف بمشاعر المتدينين، لاسيما وأن الصحيفة قد سبق وأن نشرت رسومات تمس الديانة المسيحية.

وقراءة ثانية تجعل من الرمادي رمزاً للحيادية كما ورد مدلول ذلك اللون في المراجع البحثية التي تناولت مسألة الألوان ورموزها من شعب إلى آخر ومن حضارة إلى أخرى. وإرادة إضفاء مسحة من الموضوعية في هذا المقام يترجم رغبة ظهور أصحاب اللافتة المدروسة بمظهر الرصين والمتعلق بهدف خلق مصداقية

عالية تؤمن استقطاب الرأي العام وصناعة رأي عام مناهض للهجوم الإرهابي الذي وقع ضد الصحيفة وبالتالي ضد "الإسلام".

وأخيرا قراءة ثالثة نستأنس فيها بما وجدناه من مدلولات إضافية للون الرمادي. وهو معنى الدعم المطلق للصحيفة الفرنسية الساخرة "شارلي إيبدو". وهو احتمال جائز تدعمه ضخامة مفردة شارلي في اللافتة وموقعها المركزي.

- معيار الاندماج والاندماج:

يعرف الاندماج على أنه نوع من الاتصال بين الكاتب والخطاب. وهو معيار يرتبط بعدة مؤشرات منها الضمائية. وفي هذا المستوى نلاحظ أن المعيار الاندماجي قد تحقق من خلال استعمال ضمير الـ"أنا"، وهو ما يدل على التزام صاحب اللافتة بمعنى الجملة المكتوبة. فتصبح عبارة أنا شارلي بمعنى أنا هنا - أنا موجود رغم قتلكم اثني عشر رساما من الصحيفة. وهو يوحي بالتحدي أمام كل مناهض، وتصريح ظاهر بتبني منطق "شارلي إيبدو" وسياسة نشرها وخطها التحريري الساخر من الأديان.

أما غياب التحديد الزمني والمكاني للمعيار الاندماجي فيعطي اللافتة بعدا مطلقا وأبديا يوحي بخلود الموقف والحسم فيه.

خلاصة القول، يشبه هذا "الشعار - اللافتة" صرخة تحذير ضد العمليات الإرهابية التي باتت حسب جزء من الرأي العام العالمي، تهدد بفرض واقع إعلامي قوامه أن ما يصلح للنشر يكون خاضعا لترهيب الأفراد أو المجموعات باسم الدين أو غيره. وهو موقف عبر عنه كثير من المفكرين العرب، حين اعتبروا أن "شارلي إيبدو" أعادت إلى السطح الانقسام الغربي حول حرية التعبير وتطبيقاتها. (العربي الجديد، ٢٠١٥).

• اللوحة الثانية: شارلي = حرية



تجسد اللافتة صورة يدوية لقلمي رصاص متمركزين في الوسط وممسوكين بقبضتي يديين تعلوهما عبارة "شارلي"، كما تظهر عبارة "حرية". واللغة المستعملة في هذه اللافتة هي الإنجليزية.

- المعيار البصري:

من الناحية اللغوية، تحتل كلمة "شارلي" الجزء العلوي مائلة نسبياً إلى اليمين، في حين كتبت كلمة "حرية" في الأسفل مائلة نسبياً إلى اليسار. وقد بان الخط مشعباً لكنه مخطوط بقلم رصاص. من ناحية الألوان، نلاحظ تغييراً للألوان بأنواعها الفاقعة والفاتحة مقابل طغيان الرمادي. فكأن صاحب اللافتة يريد أن ينصرف تركيز القارئ فقط لفحوى الرسم - أي اليدين والقلمين - دون عناصر إلهاء. فالهدف من اللافتة ليس جمالياً بقدر ما هو بلاغي. وهو ما يحيلنا إلى ثقافة الصورة التي باتت في بلاغتها أفصح من الكلمة.

- المعيار الدلالي أو التيماتكي:

تتحدد التيمة في كون صحيفة "شارلي إيبدو" تمثل قيمة الحرية. وكأننا أمام صورة معجمية غرائضية تضاهي الصحيفة الفرنسية الساخرة "شارلي إيبدو" بالحرية وتجعلها رمزاً لها. وقد جاءت هذه الرسالة واضحة من خلال "مقولة مجردة" تعبر عن تصور مقتضب يلخص دلالات اللافتة. فعلى غرار "بروب" الذي استخلص في كتابه "مورفولوجية الحكاية" ٣١ وظيفة انطلاقاً من ١٠٠ حكاية روسية خرافية عجائبية، فإن صاحب هذه اللافتة قد استخلص كنه الحرية ومعناها مما حصل للصحيفة الفرنسية الساخرة.

وانطلاقاً من المعيارين البصري والتيماتكي، نستنتج ما يلي:

- أولاً، أن صورة قلمي الرصاص بلون رصاصي رمادي هي ذات مدلول بليغ. فقد يرمز الرصاصي إلى اللبس وعدم الوضوح والريبة، فهو ليس بأسود ولكنه يميل إلى السواد. وهو ليس بأبيض ولكنه يميل إلى البياض. وهو ما يجرنا إلى التساؤل عن جوهر القيمة التي يدعو إليها الخطاب في اللافتة المدروسة، وهي الحرية، وكيفية بلوغها: بقلم الإعلام أم بصواريخ الإرهاب؟ وكأننا بصاحب اللافتة يبحث عن مسلك للحرية دون أن تتشابك الأقلام والصواريخ.

إلا أنه وفقاً للمدلولات الحضارية الغربية التي تعطي للرمادي معاني عدة، فإن اللافتة يمكن أن تكون رسالة تضامن وتآزر ومساندة مطلقة للصحيفة موضوع الدرس. وهو في تقديرنا احتمال وارد لاسيما إذا زوجهناه بالإشارات الأخرى التي ترسلها اللافتة بكل ما فيها من خطوط ورسومات وفراغات وضلال لأعمدة صحفية محوة، كلها مصبوغة بلون الدعم/الرمادي.

يبقى أن نتساءل: ما مدى أبيدية الدعم المصرح به من خلال اللافتة/اللوحه، إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن قلم الرصاص هو قلم "فان"، بمعنى أنه يبرى إلى أن يندثر، ويتلاشى بجرة ممحاة!

- **ثانياً**، أن قلمي الرصاص يبدوان وكأنهما صاروخين في حالة استنفار، في انتظار إشارة الانطلاق. وتشبيه الأقلام بالصواريخ يحيل إلى معنى الكتابة/الصحافة/الإعلام. فتترائى لنا أقلام الإعلام كالصواريخ في قوتها وحدة خطابها ونفاذه للرأي العام والتأثير فيه.

أما حركة اليدين القابضتين على القلمين، فيمكن فهمها كالتالي:

ترمز اليدين إلى أيدي الإعلاميين القوية، وفي حالة "شارلي إيبدو"، يدي الرسامين العاملين بها. وهما يبدان لا تتقصهما الثقة والرغبة في التحدي، وهما تمسكان بقلمين كالصاروخين في قوة تبليغهما وتأثيرهما. وهنا إشارة لتفوق الإعلام على الإرهاب. فالإعلام يضاهي "الإرهاب" في قوته. فهو ند له.

هذه الرسالة التحذيرية للإرهاب تدعمها مسكة اليد القوية وإحكام القبضة على القلم-الصاروخ -. وكأن صاحب اللافتة يصرخ بأعلى صوته: سنحارب الصواريخ بالأقلام... سننثر على "الإرهاب" بالإعلام!

وإذا وضعنا هذه اللافتة في سياقها المكاني(فرنسا)، والزمني (الفترة التي تلت مباشرة أحداث الصحيفة الباريسية)، والخطاب الشائع في خضم تلك الأحداث والقائم على تحميل الإسلام والمسلمين مسؤولية العملية، نعتقد أن الرسالة هي رسالة لا تخلو من وعيد: سنحارب الإسلام والمسلمين وسيكون سلاحنا في ذلك الإعلام بأنواعه: التقليدي والجديد. ومن هذا المنطلق نشتم رائحة حملة إعلامية شعواء تستهدف الدين الإسلامي فتبشع صورته عالمياً وتجعله مرادفاً للعنف والقتل والإجرام والإرهاب. إنها الإسلاموفوبيا، تتجلى لنا في أوضح صيغها!

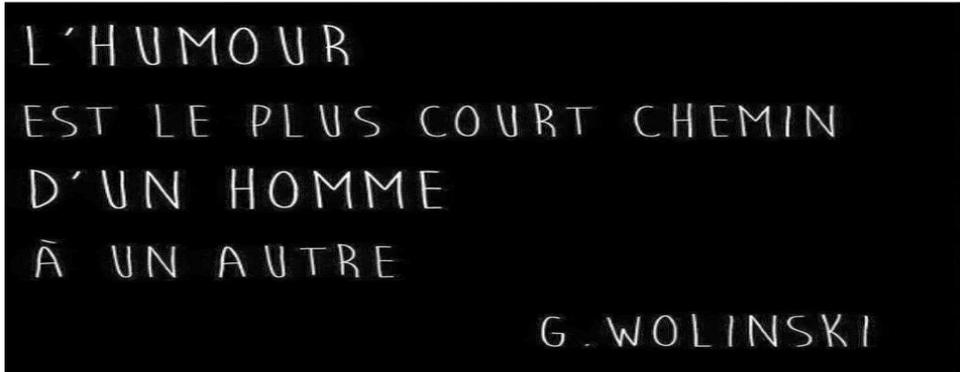
- **ثالثاً**، أن الصورة لا تخلو من إبداع لكنها تتضمن تجريباً متقناً وتركيزاً على المدلول دون التركيز على المحسنات البديعية من ألوان وصور...إلخ. كما أنها تحيل إلى ثنائية تترجمها ضبابية اللون الرمادي المتأرجح بين الأبيض والأسود، كما تجسدها قبضتا اليدين المحكمتان بعنفوان وتحد للقلمين الصاروخين. فالقلمان اللذان يمثلان الإعلام الغربي، يرمزان إلى الحرية والثقافة والمعرفة والاستنارة والخير، بينما يرمز الصاروخان، اللذان يجسدان الإرهاب، إلى الدمار والقتامة والعنف والشر. ولعل هذه الثنائية الظاهرة تخفي ثنائية مضمرة طرفاها العالم الغربي المنفتح والمتقف والراقي من جهة، والعالم الإسلامي المنغلق والعنيف والإرهابي من جهة ثانية. ولعلها دعوة مضمرة للحرب ضد الإسلام والمسلمين.

- **رابعاً**، إن علوية مفردة "شارلي" من حيث موقعها في اللافتة تحيل إلى أنها مركز القيادة، وإلى ريادتها في مجال حرية التعبير والإبداع أمام سفلية مفردة "حرية" التي وإن كتبت بنفس البنط ونفس اللون، إلا

أنها تبوأ مكانة هامشية مقارنة بالكلمة الأولى. ويمكننا قراءة ذلك بأنه نوع من التركيز على أنية الحدث المتمثل في الهجوم المسلح الذي تعرضت له الصحيفة أكثر من مناقشة الحرية كمبدأ أو كقيمة. فالتركيز منصب على "الإرهاب" الذي يختزله جزء كبير من الرأي العام الغربي في مفردة "الإسلام".

وهنا تتجلى لنا ازدواجية الخطاب عند هؤلاء الذين يتبنون مبادئ الحملة. فالهدف المعلن رسمياً من وراء رفع هذه الشعارات هو مساندة الصحيفة "تشارلي ايبدو"، واطهار التعاطف مع الضحايا وخاصة معاضدة حرية التعبير. إلا أن سفلية كلمة الحرية في اللافتة أفصحت عن هامشيتها وثانويتها، مقابل مركزية اسم الصحيفة "تشارلي". وكأن الرسالة الأصلية، ليست الدفاع عن حرية التعبير بقدر ما هي استثمار لما حدث لطاقتهم الجريئة ومحاولة لتأجيج الأزمة الناجمة عنها لضرب الدين الإسلامي من خلال حملة تخويفية تجسده في شكل خطر زاحف على العالم الغربي يجب محاربتة والتصدي له والحيلولة دون انتشاره.

• اللوحة الثالثة: الفكاهة هي أقصر الطرق بين إنسان وآخر



تتضمن هذه اللافتة فقرة صغيرة تضم ١٠ كلمات كتبت باللغة الفرنسية بخط أبيض رقيق. ويمكن ترجمة

المضمون في الجملة التالية مع مراعات طريقة العرض:

الفكاهة
هي أقصر الطرق
من إنسان
إلى آخر.
ج. وولنسكي

- المعيار البصري:

عند تأملنا لمحتوى اللافتة نجد أنفسنا أمام نص. والنص كما عرفه الباحث المغربي "عبد الفتاح كليطو" يتميز عن اللانص بعدة ظوابط تتمثل في كونه يحمل ثقافة، ويعتمد على النظام، وهو قابل للتدوين والتعليم، وتنتسب إلى كاتبه حجة ويحتاج إلى تأويل. (الحرار، ٢٠١٣)

والدليل على نصية ما كتب على اللافتة هو وجود إحالة إلى صاحب النص. بقي علينا أن نحاول قراءة النص سيميائياً.

يرى "رولان بارط" أن الصورة تقرأ على شكل حرف ال"ز" في اللغة الفرنسية :

(Z)

وهي في ذلك تتبع سيرورة العلامات اللسانية. و"بارط" يقصد في حديثه اللغة الفرنسية التي تتجه في كتابتها من اليسار إلى اليمين على عكس اللغة العربية والتي تأخذ قراءة لوحاتها شكل حرف ال"س" بالفرنسية.

(S)

وعند قراءتنا للنص، نتحسس جهازاً لغوياً لا يخلو من بلاغة واقتضاب، حيث جاء في شكل مقولة لمفكر معروف، تتضمن مفردات بسيطة ويسيرة الفهم، وتحيل في ظاهرها إلى تبيين قيمة الفكاهة. جاءت بخط أبيض موحد من حيث الحجم، وغير مشبع ومقسمة إلى أربعة سطور في حين عم السواد على الخلفية. إذن، لا تختلف هذه اللافتة عن اللافتة الأولى من حيث حضور ثنائية البياض والسواد.

- المعيار التداولي:

جاء النص في قالب قوله مأثورة للكاتب "ولنسكي"، وهو نص لا يخلو من تضمين مبطن، على اعتبار أن ما نشرته الصحيفة الفرنسية الساخرة لا يتعدى منطق الفكاهة والدعابة. كما تم استخدام أسلوب القياس الاستنباطي حيث انطلق صاحب اللافتة من العام إلى الخاص. ويمكننا قراءة النص وفقاً لهذا المعيار كالتالي: بما أن الفكاهة هي أقصر الطرق إلى الآخر، فإن الرسومات الساخرة هدفها فحسب هو الاتصال والتواصل والتقارب مع الجمهور على اختلاف أجناسه وأديانه وثقافته. ونجد أنفسنا أمام رسالة تدليلية مكيسة ومحبوكة، من أجل استمالة الرأي العام ودعوته للتعاطف والتكاتف مع الصحيفة "صاحبة النوايا الحسنة".

نلاحظ كذلك أن كلمة فكاهة قد احتلت الجهة اليسرى من الجزء العلوي، وهي أول نقطة تتجه إليها عين القارئ. في حين كتبت بقية المقولة بطريقة غير مسترسلة من أجل إجبار القارئ على التوقف لاستيعاب المعنى وإدراك الرسالة.

ولعل الأهمية القصوى المعطاة للهزل والفكاهة، وهو نفسه شعار الصحيفة الفرنسية الساخرة "شارلي إيبدو"، يعد تبريرا ضمنيا لما نشرته الجريدة من رسومات مسيئة للنبي الأكرم، وتقزيم محتواها بوصفها مجرد ضحك/دعابة/فكاهة. وهذا في اعتقادنا إحياء بأن الرسوم ليست جريمة نكراء كما صور لها البعض وخاصة من قاموا بتنفيذ الجريمة وتبنيها رسميا، أي "المسلمون". إذ لا ننسى بأن الغرب، وحسب الكاتب الفرنسي "بلينال"، يعمدون إلى دمج مفهوم "المسلم" بـ"الإسلامي".

وباعتبارها مجرد مزحة، يتحقق تقزيم سبب الهجوم الذي طال الصحيفة الفرنسية الساخرة، وكذلك يتم تأمين ظهور الجريدة بمظهر البريء ذي النية الحسنة. وما يدعم هذه القراءة هو اللون الأبيض الرقيق الذي كتبت به. فالرقة دليل على النعومة ورهافة المشاعر والبراءة بعكس الخط الغليظ الذي يرمز إلى الشدة والبأس. كما أن اللون الأبيض دليل على السلام الذي تتجهه الصحيفة.

أما عبارة "أقصر الطرق" فقد احتلت مركز اللوحة في تبرير واضح لاختيار الخط التحريري الساخر. فالنكتة تصل أسرع إلى المتلقي من الخطاب الجدي. كما يحيل إلى سلاسة سياسة الصحيفة وبساطتها. وأخيرا تبدو كلمة أقصر، أو "الأقصر" - وهي الترجمة الحرفية للكلمة الفرنسية - متضاهية مع "الأفضل" و"الأيسر". وهي بالتالي "الأحسن". وهذا تفضيل مطلق للهزل.

ومن جهة أخرى، ودائما وفق المعيار التداولي، جاء النص في أسلوب الشاهد الذي يتمثل في المقولات والحكم التي نلجأ إليها من أجل تقوية درجة المصادقية لدى القارئ.

أما عن الكاتب، صاحب المقولة، فقد ورد اسمه على اليمين في الجزء السفلي، أي أنه آخر ما تمر عليه العين أثناء عملية القراءة باللغة الفرنسية. وهذا مؤشر يدل على ثانوية المؤلف. فقد أعطيت الأهمية للمقولة دون التركيز على قائلها. لذلك فإن هذه اللافتة لا يمكنها أن تجسد لوحة دعائية للمؤلف.

كما تجدر الإشارة إلى أن وضع أسماء المؤلفين بهذه الطريقة هو نمط نموذجي بحسب تعبير "روش". إذ يعتبر أن ورود اسم الكاتب على غلاف الكتب من دون حلية وفي موقع غير جذاب هو أمر طبيعي مادام اسم الكاتب سابق لنصه.

- معيار الاندماج والاندماج:

على عكس اللافتة السابقة تظهر في هذه اللافتة اللاندماجية، إذ لم يقع استعمال ضمير المتكلم: أنا/نحن، وبالتالي لم يقع تبني المقولة بصفة مباشرة والاتصال بها علنيا.

وقد تصدر المشهد ضمير الغائب المتجسد في الفكاهة/الهزل. وهو ما يدل على عمليتي انفصال وتغيب مقصودتين.

ولعل انفصالية صاحب اللافتة توحى بقصدية الظهور بمظهر المحايد والموضوعي الذي يحكم على الأمور من خلال قياس الحاضر بما توارثناه من زخم فكري وحضاري يزدحم بالأمثال والأقوال التي يجب علينا أن نتخذها برهاناً لنا وقاعدة نسير وفق حدودها.

عموماً، يمكننا من خلال ما تحصلنا عليه من استنتاجات في مستوى قراءة لافتات الحملة الأولى أن نستنتج أن الخطاب المتعمد هو خطاب متحيز بامتياز، هدفه ليس فقط إظهار التعاطف مع ضحايا الجريمة التي تعرضت لها "شارلي ابيدو"، وإنما أيضاً تلميع صورة العاملين في الصحيفة الفرنسية الساخرة وإبعاد الاتهامات التي وجهت إليها لاسيما استخفافها بالأديان. فإعلاء شأن الهزل، وهو شعار الصحيفة الفرنسية المدروسة، يعد تبريراً ضمنياً لما نشرته الجريدة من رسومات مسيئة للنبي الأكرم، وتقزيماً لمحتواها الذي أثار احتجاجات وردود فعل عنيفة، بوصفها مجرد ضحك/دعابة/فكاهة.

هذه القراءة تفضي بنا إلى تأكيد الفرضية الأولى وهي أنّ الهدف من وراء شنّ حملة "أنا تشارلي" قد تجاوز إظهار الدعم المعنوي لصحفيي الجريدة، ودخل ضمن منظومة التأجيج الإعلامي لحادثة الصحيفة الفرنسية الساخرة، فور حدوثها بهدف الترويج لخطاب الإسلاموفوبيا الذي يضاهاى الإسلام بالإرهاب. وهي منظومة برزت ملامحها جليّة من خلال إعادة نشر الصور المسيئة للرسول الأكرم في العديد من وسائل الإعلام الأوروبية وحتى الأمريكية من أجل تصعيد الأزمة عالمياً واستثمارها في مهاجمة الإسلام وترويع المسلمين لاسيما المقيمين في الغرب كمهاجرين. (ثريا السنوسي، ٢٠١٥)

• قراءة سيميولوجية لعينة من اللافتات الخاصة بحملة "أنا لست شارلي":

• اللوحة الأولى: "أنا لست شارلي"



- المعيار البصري:

إن أول ملاحظة يمكن أن نسوقها في هذا الإطار هو التشابه الكبير الذي أشرف على التضاهي مع هيئة الحملة الأصل "أنا شارلي" من حيث عدد المفردات المحدود ومن حيث حجم الحروف وتوسطها لمركز اللافتة أي تموقعها في الوسط لإبراز مضمونها.

كذلك، نلاحظ تبني أسلوب التضاد من حيث الألوان، فقد طغت ثنائية البياض والسواد على اللافتة. وربما الإضافة النوعية في هذا الإطار كانت إدخال اللون الأحمر الذي صبغت به التراكيب الدالة على النفي "لست". وإذا استعنا بالمعيار الأنتروبولوجي، وبحثنا في مدلول اللون الأحمر في الحضارة العربية والإسلامية التي انبثقت منها هذه الحملة المضادة، فإننا نجد دلالات الألوان الثلاثة كما يلي:

- اللون الأبيض:

يتميز اللون الأبيض عن سائر الألوان (وفق الحضارة الإسلامية) في وظيفته وطبيعته، ورمزه ودلالته، فهناك شبكة من العلاقات التي تربط بين هذا اللون وسلوك الإنسان، وكثيراً ما نستخدم في حياتنا اليومية مثل الأيدي البيضاء والوجه الأبيض والراية البيضاء، وقد استخدم القرآن الكريم هذا اللون وحده في أكثر من موضع في سياق الآيات القرآنية، أو استخدمه مقترنا مع اللون الأسود، لما لهذين اللونين من ارتباط شديد بين بعضهما. فقد ذكر اللون الأبيض مفرداً في سياق تحدي موسى عليه السلام لفرعون، في أكثر من موضع، حيث يطلب إليه إدخال يده في جيبه لتخرج بيبضاً من غير سوء وهي تعتبر من المعجزات، قال تعالى "وَنَزَعَ يَدَهُ فَإِذَا هِيَ بَيْضَاءُ لِلنَّاطِرِينَ" (33) سورة الشعراء

وقد يكون اللون الأبيض ذا دلالة كبيرة، إذ يستخدم في تصوير حالة من حالات العمى الذي يسببه الحزن والكمد كما هو الحال في قصة يوسف عليه السلام، قال تعالى "وَتَوَلَّى عَنْهُمْ وَقَالَ يَا أَسْفَىٰ عَلَىٰ يُوسُفَ وَإِبيضَت عَيْنَاهُ مِنَ الحُزْنِ فَهُوَ كَظِيمٌ" (84) سورة يوسف

والنص القرآني إذ يختار اللون الأبيض لتصوير الحالة التي أصابت العين، إنما هو بسبب ما يحمله هذا اللون من دلالة على الصمت و السكون و الإحساس بالفراغ المرافق لحالة الحزن وكظم الغيظ، وقد وصف الله تعالى خمرة أهل الجنة بالبياض أيضاً لما له من تأثير يبعث على المتعة و الجمال، و لما يحمله اللون الأبيض من دلالة على الصفاء و النقاء فقال تعالى "بِبيضَاءٍ لَذَّةٍ لِلشَّارِبِينَ" (46) سورة الصافات

إذن، إن اللون الأبيض هو اللون القدسي الأصلي، لون الضياء الدنيوي والنور الإلهي ولون الطهارة، وأطلقت العرب البياض على الماء والشحم واللبن وغلبوه في مثل قولهم: الأبيضان: الماء والحنطة، الشحم والشباب، الخبز والماء، كما استخدموا البياض في مقام المدح بالكرم ونقاء العرض.

- اللون الأسود:

أما اللون الأسود، وفق الحضارة الإسلامية، فقد ذكر مفردا أيضا في سياق الحديث عن كراهية أهل الجاهلية للأنتى، قال الله تعالى " وَإِذَا بُشِّرَ أَحَدُهُم بِالْأُنثَىٰ ظَلَّ وَجْهُهُ مُسْوَدًّا وَهُوَ كَظِيمٌ " (58) سورة النحل فكأن كظم الغيظ والحزن والضيق يجعل النفس سوداوية، وهذه السوداوية تلتصق في الوجه. على أن للسواد دلالة خاصة في القرآن عندما يتصف به أولئك المشركون، فنهايتهم سواد الوجوه ومثواهم النار، قال تعالى " وَيَوْمَ الْقِيَامَةِ تَرَى الَّذِينَ كَذَبُوا عَلَى اللَّهِ وُجُوهُهُم مُّسْوَدَّةٌ أَلَيْسَ فِي جَهَنَّمَ مَثْوًى لِّلْمُتَكَبِّرِينَ " (60) سورة الزمر.

وقد يستخدم اللون الأبيض في القرآن الكريم للدلالة على ظهور الفجر واللون الأسود للتعبير عن ظلمة الليل وسواده.

ومما يزيد النص روعة وجمالا ما يحمله اللونان من تضاد يوحى بتضاد القيم والمعاني في عينة البحث.

- اللون الأحمر:

يعد اللون الأحمر الأشد تأثيراً وهيجاناً وقوة في الحضارة العربية والإسلامية. ولهذا اللون خاصية عجيبة تتعلق بالحياة والسرور من طرف وبالموت والحرب والخطر من طرف آخر، وهو لون الدم. وقد أطلقه العرب وصفاً للماء، وورد في الحديث الشريف: "بعثت إلى الأحمر والأسود". والعرب تقول: امرأة حمراء، ويريدون: بيضاء، والعرب تطلق على الأبيض: أحمر إذا أرادت لوناً أبيض، وأطلقه العرب على الذهب والزعفران فسموهما الأحمران. وروي عن النبي الأكرم محمد عليه الصلاة والسلام أنه قال: "أهلك الرجال الأحمران وأهلك النساء الأحامرة، والأحمران الخمر واللحم، والأحامرة الذهب والزعفران. وكان صلى الله عليه وسلم يعجبه الطائر الأحمر.

وإذا أردنا الاستئناس بدلالات الألوان من خلال المعايير الأنتروبولوجية في هذه القراءة، نستنتج من ذلك أن الحمرة تميل في هذا السياق إلى الرفض، وهو رفض حاد جاء بلون الدم ومن هنا تبرز قوة الرسالة من جهة وغضب متبنيها من جهة ثانية.

من جهة أخرى، نلاحظ أن عبارة " لست شارلي" جاءت بحجم/بنط أكبر وهو ما يحيل إلى إعطاء الأهمية القصوى في الرسالة إلى عدم الانتماء إلى "شارلي" دون إبراز ضمير المتكلم الذي جاء بخط رقيق/رفيع في أعلى اللافتة.

- معيار الاندماج واللا اندماج:

يبرز لنا جليا في هذه اللافتة الاندماج المطلق وغير المشروط بالمكان والزمان، بفحوى الرسالة. فصاحب اللافتة إذن يتبنى الموقف بصفة كلية ونهائية.

• اللوحة الثانية:

إذا استحققت شارلي أن نقف دقيقة صمت فلسطين تستحق أن نصمت للأبد



- المعيار البصري:

تتكرر نفس الملاحظات البصرية لاسيما ثنائية اللونين الأبيض والأسود. ولعل ما يميز هذه اللوحة هو طول الجملة التي تحتويها، وهي جملة جاءت مركبة وتضم قياسا. كما نلاحظ أن كلمة "فلسطين" احتلت مركز اللوحة وذلك ربما لكونها مركز الرسالة النصية. ولعلنا نضيف في هذا السياق أن التشابه الشكلي الصارخ في اللوحات كلها له مبرر منطقي، سلكه الساهرون على نشر ومتابعة الحملة المضادة، وهو التذكير بالحملة الأولى "أنا شارلي" من أجل مواجهتها والرد على رسائلها برسائل متضاهية شكلا ومعكوسة دلاليا.

- المعيار التركيبي:

تتفرد اللافتة بكونها الوحيدة من لافتات العينة التي تخضع للمعيار التركيبي. حيث يستند هذا المعيار في تقطيع النصوص إلى مجموعة من الروابط النحوية التي تساهم في تحقيق اتساق النص وانسجامه من ذلك استعمال الجمل المركبة لإبراز علاقة الاتصال بين مقطعين في الجملة يوجد بينهما تعاقب. ويتحقق ذلك حين ابتداء المقطع اللاحق عن السابق برابط من الروابط النحوية. وهذا بالضبط ما لمسناه في نص هذه اللافتة الذي جاء في قالب جملة مركبة تأخذ شكل: إذا.....فإن....

فصاحب اللافتة هنا يقدم افتراضا يرفقه في الشق الثاني بنتيجة منطقية من وجهة نظره. وهو تركيب لغوي مفعم بمدلول يعتمد على المقارنة. فجملة: إذا كانت شارلي تستحق دقيقة صمت، فإن فلسطين تستحق أن نصمت للأبد، جاءت في قراءتنا لها، تحمل في طياتها استنكارا لسكوت الرأي العام على ضحايا فلسطين لاسيما الاعلاميين، مقابل استنكار ما حدث للرسامين التابعين ل"شارلي إيبندو" والقيام بضجة اعلامية عالمية للتديد. فكأننا هنا أمام إتهام جاء في صيغة تلميح، بالازدواجية في التعامل مع نفس الوقائع وفق السياق المكاني لوقوعها -فرنسا مقابل فلسطين.

ولعل الاتهام بالازدواجية يخفي وراءه أيضا حكما بالظلم والانهيار .

- المعيار التيماتيكى:

تكمن الفكرة الرئيسية أو الثيمة في هذه اللافتة، في تقديرنا في العدل. فكأننا أمام شق الحملة المضادة يحاجج: إذا كنا نتحدث عن حرية الاعلام، فلماذا نسكت عن قتل إعلاميين في فلسطين؟ وهذا المنطق الحجاجي في الجملة هو اختيار له مبرراته التي تكمن في اعتقادنا في إسقاط المصادقية عن الحملة الأصل "أنا شارلي"، لأنها حملة بنيت على أرض هشة بعيدا عن البعد الديونتولوجي الأخلاقي للعمل الإعلامي الذي يفترض الالتزام بالموضوعية والحياد. ولذلك فإن رسالة الحملة المضادة واضحة: حرية التعبير يجب أن تكون مبدءًا عاما ومطلقا لا متكيفا بالسياقات الزمنية والمكانية وغيرها. ولعلنا في هذا الجزء نستأنس بالتنكير بأن الأمم المتحدة إلى جانب عدة اتفاقيات دولية، قد أقرت حرية التعبير كحق من حقوق الانسان مهما كانت هويته وجنسه ودينه وعرقه.

فالمادة ١٩ في العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية تحيل إلى أنه لكل إنسان حق في حرية التعبير. ويشمل هذا الحق حريته في التماس مختلف ضروب المعلومات والأفكار وتلقيها ونقلها إلى آخرين دونما اعتبار للحدود، سواء على شكل مكتوب أو مطبوع أو في قالب فني أو بأية وسيلة أخرى يختارها. (مرفت ر شماوي، ٢٠١٥).

وهذه هي بالتأكيد المعطيات التي استند اليها القائمون على حملة "أنا لست شارلي" في محاولة لتعرية أنصار الشق الأول من المصادقية التي يتخذونها غطاء لحملتهم.

• اللوحة الثالثة: لا تلمس ديني



- المعيار البصري:

يتراءى لنا من خلال الصورة أعلاه، كف يد أحمر يتوسط الفضاء تعلوه كلمة "لا تلمس"، وتليه في الأسفل كلمة "ديني".

وعند تأملنا لهذه اللافتة، نلاحظ أننا نقع دائما في نفس الإطار البصري لاسيما في قضية استعمال عدد محدود من الكلمات وثنائية السواد والبياض، مع إضافة اللون الأحمر.

ولأن الاختلاف عند السيميائيين هو أساس المعنى، يمكننا أن نقرأ اللافتة في هذا المقام كالتالي: يا أسود -الذي يمثل "شارلي إيبدو" ومناصريها-...سأدافع عن الأبيض -الذي هو ديني الاسلامي الحنيف الصافي- بالأحمر - الذي هو رمز الدم والقتل والقوة. وكأن الرسائل الاستفزازية المبتوثة ضمن الحملة الأم "أنا تشارلي"، قد نجحت في إثارة غضب الشق الثاني واستدراجه ليتبنى "العنف" وسيلة للدفاع عن معتقداته ودينه.

- المعيار الفضائي:

لعل كلمة "ديني" في هذا السياق، جاءت في شكل جديد. فكلنا يعلم أن الدين هو قيمة. وهو لفظ معنوي. ولكن تمت تهيئته في هذه اللافتة عن طريق مفردة "تلمس". وهذه الاستعارة تضيء بعدا مكانيا للدين. فكأننا أمام صاحب اللافتة وهو يصرخ بنبرة تحذيرية-تنبيهية: ديني الاسلامي هو أنا، هو مكاني، وهو موطني... فلا تقربوه.

- المعيار الدلالي:

لعل التيمة أو الفكرة الرئيسية التي تغطي على اللافتة هي: ديني خط أحمر. والرسالة إذن هي دعوة الى الابتعاد عن تشويه الدين الاسلامي الحنيف. فتصبح العقدة أو البؤرة الدلالية تتمثل في المساس بالدين الإسلامي في هذا السياق.

خاتمة

في ختام هذه الدراسة توصلنا إلى جملة من الاستنتاجات نوردها بشيء من التلخيص:

- بالاعتماد على قراءة سيميائية، خضعت كل لافتات العينة إلى المعيار البصري، باعتباره معيارا أساسيا ينبؤنا بإشارات ورموز تقودنا إلى الدلالات الكامنة وراء النص، لكن بعض اللافتات، وهي قلة، قد تفردت ببعض المعايير المعقدة في تشفيرها، مثل المعيار التركيبي والفضائي.
- ونستنتج من هذه المعطيات أن التركيز في الحملتين لم يكمن منصبا على البعد الجمالي والبلاغي بل إن النية كانت واضحة في تعمد استخدام شكل بسيط ولغة سهلة ومفردات مبسطة رغم كونها جاءت حبلية بالمعاني العميقة. ولعلنا نرجح في هذا المستوى أن هذه الاستراتيجية التبسيطية هدفها استقطاب الرأي العام العالمي بكل أطيافه وأجناسه وأديانه ومعتقداته. فقد اقتضت الحملتان استراتيجيات الإعلام الجماهيري الذي يعتمد بساطة اللغة ووضوح الرسالة لاختلاف مستويات الثقافة والوعي عند الجمهور المستهدف. علامة ذلك أننا لم نستطع أن نخضع إلا لافتة واحدة من جملة اللافتات الست المكونة للعينة المدروسة، للمعيار

التركيبية. وهو معيار يفترض وجود نص بلاغي قد يستعصي فهمه على جزء من الرأي العام العالمي باعتباره يحتوي على استعارات وجمل بلاغية معقدة ومنطق حجاجي واستدلالي يتطلب التفكير.

- وقفنا في ثنايا قراءتنا على مؤشرات تدل على أن الحملة الأصل -أنا شارلي- وكذلك الحملة المضادة "أنا لست شارلي"، هما حملتان موجهتان إلى الرأي العام العالمي وليستا حملتين نخبويتين ضيقتي المدى. أما من ناحية هدف الحملة الأولى -أنا شارلي- فهو محدد وواضح من خلال العينة المدروسة، ويتمثل في التنديد بما حدث للصحيفة الفرنسية الساخرة يوم ٧ يناير ٢٠١٥ مع محاولة تبرئتها من تهمة الاستخفاف بالدين/الأديان، من خلال الإلحاح على قيمة الفكاهة/الهزل كوسيلة للوصول للرأي العام والتواصل معه، فضلا على التشديد على قوة القلم الذي يتماشى في صلابته مع الصاروخ. وكأن هذا الشق من الدعاة للإسلاموفوبيا يتوعد الإرهابيين - في إحالة إلى المسلمين - بحملات إعلامية شعواء تعادل أو تفوق في عنفها وشدتها الصاروخ الذي هو في اعتقادنا إحالة إلى العمليات الإرهابية التي أصبح مرجعها الإسلام والمسلمين عند جزء كبير من الغربيين.

- وقفنا أيضا عند التمعن في مضمون اللافتات على ثراء المعاني وقوة الرسائل ومراوحة بين الشدة والبأس من جهة، واللين والسلاسة من جهة ثانية. وهو ما يجعلنا ندعم فرضيتنا الثانية، حيث تؤكد لدينا فعلا أن الحملة الإعلامية المضادة التي انبثقت عن الحملة الأصل "أنا شارلي"، قد عدّدت خطاباتها وفقا للمنطلقات والمرجعيات والدعائم التي تركز عليها. وقد تفاوتت الخطابات من رسائل لفظية حادة ومباشرة استسلمت للاستفزات، إلى رسائل هادئة اعتمدت على رمزية الصور والمقاطع الإيحائية التي لا تخلو من رصانة وابداع.

وبالتالي، يمكننا القول: إن الإعلام الجديد هو فضاء مزدحم بالازدواجية والتناقضات، لأنه فضاء مفتوح، وهو ما منح الشق المناصر للإسلام والمسلمين الفرصة للرد بقوة وبندية على رسائل الإسلاموفوبيا برسائل دفاعية-حجاجية تارة وتبهيبة-تحذيرية تارة أخرى.

فتصبح بذلك "سلبية الاستعمالات" الخاصة بالإعلام الجديد، مسألة نسبية وليست مطلقة، تتعاضم وتتضاءل في حجمها وتداعياتها وفقا للمعايير التي يعتمدها كل شق.

المصادر والمراجع

- إبراهيم، عبد المعطي زكي: "ظاهرة الإسلاموفوبيا. قراءة تحليلية"، بحث متوفر على موقع نافذة مصر، باب فكر ودعوة، بتاريخ ٢٣ / ٠٤ / ٢٠١١م
- البشير، محمد: " حفظ الهوية الإسلامية ونشرها في ظل العولمة... رؤية تأصيلية في ضوء الكتاب والسنة"، جامعة الملك خالد. كلية المجتمع (جازان).
- عزوزي، حسن: " متغيرات وتحديات أمام الواقع الثقافي للمسلمين في الغرب"، مجلة الوعي الإسلامي، العدد ٥٣٢، ٣-٩-٢٠١٠م.
- عجم، محمد: " مواقع الإنترنت الإسلامية ضرورة دينية واجتماعية لخدمة الأقليات المسلمة"، الشرق الأوسط، العدد ١١٤٩٤، الثلاثاء ٠٥ جمادى الثاني ١٤٣١ هـ = ١٨ مايو ٢٠١٠
- عبد الحليم، محي الدين: "الأقليات الإسلامية في الدول غير الإسلامية"، وهي عبارة عن ورقة بحثية تم تقديمها للمؤتمر الرابع عشر للمجلس الأعلى للشئون الإسلامية، والذي أقيم تحت عنوان "حقيقة الإسلام في عالم متغير"، مايو ٢٠١٠م.
- هويدي، فهمي: "إهانة نبي الإسلام تجدد السؤال: من يكره من؟"، جريدة الشرق الأوسط، العدد ٩٩١٣، ١٨ يناير ٢٠٠٦.
- هاجر، محمد يوسف "الإسلام فوبيا في الغرب سببها الخلط بين الإسلام وواقع المسلمين"، جريدة الشرق الأوسط الدولية، بتاريخ: الثلاثاء ١٩ رجب ١٤٢٩ هـ ٢٢ يوليو ٢٠٠٨ العدد ١٠٨٢٩
- هويدا مصطفى، الإعلام والأزمات المعاصرة، دار مصر المحروسة، ٢٠١٣
- ثريا السنوسي، "إدارة الأزمات الإعلامية: أزمة تشارلي ايبندو نموذجا"، مؤتمر تطوان الدولي لصناعة الاتصال، تطوان/المغرب، أبريل ٢٠١٥.
- ثريا السنوسي، "عندما يصبح الإعلام شريكا في صناعة الأزمات"، مؤتمر تطوان الدولي لصناعة الاتصال، تطوان/المغرب، أبريل ٢٠١٥.
- خالد، سليمان، "ظاهرة الإسلاموفوبيا: دراسة تحليلية"،
- www.philadelphia.edu.jo/arts/11th/papers/20.doc
- محمد، عمارة، "الجذور العميقة لظاهرة الإسلاموفوبيا"،
- www.dr-emara.com/Articles/1034.doc
- رجب، البناء، "مرض جديد في الغرب اسمه إسلاموفوبيا: الخوف من الإسلام"،
- www.nfaes.com/Articliesfiles/63dtyhdrty.doc

- أسماء، ملكاوي، "حالة العالم الإسلامي: أرقام ومؤشرات"، مقالة منشورة في الموقع الإلكتروني (الجزيرة) على الرابط التالي:

<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/DD9C49C9-12A3-4E93-A3A7-E37389C9C711.htm>

-ميل حمداوي، "المعايير السيمائية لتقطيع النصوص والخطابات"، مجلة قري العلم والثقافة والأدب الإلكترونية، نوفمبر ٢٠١٠،

<http://www.doroob.com/?p=1316>

-رفت ر شماوي، "الحق في حرية الرأي والتعبير من منطلق القانون الدولي"،

<http://www.amnestymena.org/ar/Magazine/Issue16/righttofreedom.aspx?articleID=1024>

-المقاربة السيمائية، منتدى تونس التربوي،

<http://www.tunisie-education.com/forums/39/>

-محمد قيراط، "عندما تكشف الحروب والأزمات عورة الاعلام"، بوابة الشرق، ٢٠١٤

<http://www.al-sharq.com/news/details/260968#.VRHn-fmUeNA>

-عبد الباري عطوان، "لماذا يتقدم مسؤولون عرب مظاهرة باريس؟" رأي اليوم ، ٢٠١٥

<http://www.raialyoum.com/?p=203397>

-مرفت ر شماوي، "الحق في حرية الرأي والتعبير من منطلق القانون الدولي"،

<http://www.amnestymena.org/ar/Magazine/Issue16/righttofreedom.aspx?articleID=1024>

- أحمد عبدالغني محمود عبدالغني، "مشكلات الأقليات المسلمة في الغرب"،

www.alukah.net

-الجزيرة.نت

www.aljazeera.net/news/reportsandinterviews/-فرنسا-حروب-

[اقتراضية/٣٠/٧/٢٠١٣](http://www.aljazeera.net/news/reportsandinterviews/)

-صحيفة الخبر

<http://www.elkhabar.compress/article/14853>

–Jane Jordan–Meier. Social Media, **The Four Stages of Highly Effective Crisis Management: How to Manage the Media in the Digital Age.** (USA:CRS Press. Taylor and Francis Group – 2011).

–Nicolas Vanderbiest, **ANALYSE #JE SUIS CHARLIE Analyse de #jesuischarlie sur les reseaux sociaux** (mis à jour), janvier 9, 2015

<http://www.reputatiolab.com/2015/01/analyse-de-jesuischarlie-sur-les-reseaux-sociaux/#sthash.kjEMvOC6.dpuf>