

مجلة العلوم القانونية والاجتماعية

Journal of legal and social studies

Issn: 2507-7333

Eissn: 2676-1742

الإعلام الجديد وعولمة المجتمع الإسلامي

New media and the globalization of Islamic society

الوَّكَّال زرارقة *

المركز الجامعي شريف بوشوشة أفلو(الجزائر)

l.zerarka@cu-aflou.edu.dz

تاريخ النشر: 2022/12/01	تاريخ القبول: 2022/10/15	تاريخ ارسال المقال: 2022/09/08
-------------------------	--------------------------	--------------------------------

* المؤلف المرسل

الملخص:

أضحت وسائل الإعلام والاتصال الجديدة واقعا مسيطرا على كل جوانب الحياة المعاصرة تقوم بدور خطير وعظيم في تطوير المجتمع الإنساني وتنميته والتأثير على اتجاهاته وبناء قناعاته ومواقفه وآرائه وحتى التأثير على قيمه وثقافته مما فرض صعوبة تحكم النظم الاجتماعية في توجيه وتربية الأفراد والسيطرة على البناء الاجتماعي ومنظومته ، ونتيجة لذلك استطاعت تكنولوجيا الإعلام الجديد أن تجعل من العالم بتعدد مجتمعاته وتعدد ثقافته وتنوع جغرافيته قرية صغيرة قلّصت من اهتمامات الفرد المحلية ووسّعت من اهتماماته العالمية ، فابتعد بذلك تدريجيا عن واقعه المعيش وارتباطه بمجتمعه الأصلي لتتحول اهتماماته إلى مجتمعه الافتراضي . ونظام اجتماعي جديد الذي انعكس إيجابا على حياة المجتمع سياسيا واقتصاديا وثقافيا ، وأسهم في تطوير المجتمع بشتى فئاته وقطاعاته . لكن وبالرغم من إيجابيات الإعلام الجديد إلا أنه لم يخل من سلبيات أثّرت بشكل واضح على النسيج الاجتماعي للمجتمعات العربية والإسلامية ، من خلال التأثير على الروابط الاجتماعية ومنظومة القيم والأخلاق .

الكلمات المفتاحية : الإعلام ؛ عولمة؛ المجتمع ؛ الجديدة ؛ نظام

Abstract:

The new media and communication have become a dominant reality in all aspects of contemporary life, playing a dangerous and great role in the development and development of human society, influencing its trends, building its convictions, attitudes and opinions, and even influencing its values and culture, which imposed the difficulty of controlling social systems in guiding and educating individuals and controlling the social structure and its system. Therefore, the new media technology was able to make the world with its multiplicity of societies, multiplicity of cultures and diversity of geography a small village that reduced the local interests of the individual and expanded his global interests, so he gradually moved away from his living reality and his connection with his original society to turn his interests into his virtual society. And a new social system that reflected positively on the life of society politically, economically and culturally, and contributed to the development of society in its various categories and sectors. But despite the positives of the new media, it was not without negatives that clearly affected the social fabric of Arab and Islamic societies, by affecting social ties and the system of values and morals.

Keywords: media; globalization ;society; new; system

مقدمة

شكل الإعلام الجديد في هذا العصر ثورة في عالم الإعلام والاتصال حيث أنه شمل وسائل الإعلام التقليدية وطور من أدائها ، فالقنوات التلفزيونية أمكنها بث برامجها المختلفة عبر جهاز الحاسوب والموبايل ، وأصبحت المحطات الإذاعية تلتقط عبر عدّة وسائل كالحاسوب والهاتف الخليوي ، كما أصبح هذا العالم بتقنياته وتكنولوجياه ووسائله وأشكاله المختلفة بمثابة سوق للمعلومات شكل انفجارا معلوماتيا انعكس إيجابا على حياة المجتمع سياسيا واقتصاديا وثقافيا لدرجة أطلق فيها بعضهم على عصرنا هذا اسم (عصر الإعلام)، حيث استطاع أن يسهم في تطوير المجتمع بشتى فئاته وقطاعاته ، وحل مشاكله ومن ذلك إيصال المواطن ، أينما كان ، بكل ما يربطه ويعنيه ، في المجالات التي تتصل باهتماماته المختلفة ، وتبادل الخبرات وتنمية المهارات في مختلف مجالات النشاط الإنساني ، ومساعدة قطاعات الخدمات المختلفة في تأدية رسالتها ، والإسهام الفاعل في حلّ مشكلات المجتمع توعية وتوجيها ، والرفع من المستوى الثقافي العام للمجتمع ، والمساعدة الفعالة في تكوين الرأي العام المستنير إزاء قضايا المجتمع الداخلية والخارجية.

وبالرغم من كل هذا الواقع الإيجابي للإعلام الجديد في هذا العصر فإنه لم يخل من سلبيات أثرت بشكل واضح على النسيج الاجتماعي للمجتمعات خاصة الشرقية منها ، إذ استطاعت أن تتسلل إلى الروابط الاجتماعية ومنظومة القيم والأخلاق وتؤثر فيها بإضعافها وتدميرها ، فهي " تحرب الروابط الاجتماعية لأنها تغير من طبيعة العلاقات الإنسانية بتشجيعها لشكل من الاتصالات يجري دون احتكاك فعلي".¹

أولا : واقع الإعلام الجديد:

أضحت وسائل الإعلام والاتصال الجديدة واقعا مسيطرا على كلّ جوانب الحياة المعاصرة فغدت ضرورة لا غنى عنها للفرد والمجتمع والحكومات والأنظمة على اختلاف تنوعاتها وإيديولوجياتها وفلسفاتها في أنحاء العالم كافة ، حتى أنه بات من المتعذر تصور وجود واستمرار قطاعات كثيرة في الحياة من دون وجود الإعلام والاتصال.² وغدا الإعلام الجديد يقوم بدور خطير وعظيم في تطوير المجتمع الإنساني وتنميته والتأثير على اتجاهاته وبناء قناعاته ومواقفه وآرائه وحتّى التأثير على قيمه وثقافته وأصبح الفرد في هذا السيل الإعلامي الجارف أكثر " تحررا بفضل المرونة المادية (phisical) والتقنية لهذه الوسائل ، والتي جعلت تداول المعلومات وتبادلها بين البشر في غاية السرعة، فقد تجاوزت التقنية ، مدعومة برغبة الإنسان الفطرية في التحرر من هياكل الدولة التقليدية التي ترى في الفرد كائنا اتصاليا متقبلا يقف تأثيره داخل حدود ما يتأثر به المجتمع.³ وهنا تكمن صعوبة تحكم النظم الاجتماعية في توجيه وتربية الأفراد ومن ثمة السيطرة على البناء الاجتماعي ومنظومته ، ونتيجة لذلك استطاعت تكنولوجيا الإعلام الجديد أن تجعل من العالم بتعدد مجتمعاته وتعدد ثقافته وتنوع جغرافيته قرية صغيرة " ينظر إليها الإنسان من خلال شاشة الحاسوب أو التلفاز، وخاصة ذلك التلفاز الشبكي والرقمي الحديث.⁴ وأدى ذلك إلى " إيجاد ما يسمى بالمجتمع الخيالي virtual society الذي يتشكّل من الأفراد الذين يتفاعلون باستمرار من دون ارتباط بثقافة أو مجتمع أو مكان محدد.⁵ ممّا يقلص من اهتمامات الفرد المحلية ويوسع من

اهتماماته العالمية ، فيبتعد بذلك تدريجياً عن واقعه المعيش وارتباطه بمجتمعه الأصلي لتتحول اهتماماته إلى مجتمعه الافتراضي.

ويرى بعض العلماء والباحثين في مجال الإعلام والاتصال أنَّ الثورة الإعلامية الجديدة أسهمت في تقارب الأفكار وتوحيد الرؤى بين الأفراد بما تقوم به من دور "في نمو مجتمع الجماهير في الوقت الذي تعمل فيه على الإقلال من النزعات الفردية والتفردية ، وتقوم كأدوات لعمليات الضبط والتغيير الاجتماعي، وهي تكشف في ذلك عن نتائج كثيرة بعضها إيجابي وبعضها سلبي وذلك أمر يتوقف على طبيعة تنظيمها وإدارتها ومضمون رسائلها."⁶ ونتيجة لهذا التطور فإنَّ الإعلام الجديد أصبح يتميز بالفاعلية واللاتزامية وبالتواصل الاجتماعي من خلال المواقع الإلكترونية ، والمنتديات ، والمدونات ، والتوتير وشبكة التواصل الاجتماعي والتي أصبحت تشكل بداية نظام اجتماعي جديد للإنسان المعاصر وبديلاً اجتماعياً له ، بالإضافة أنَّ لها " دوراً فعّالاً في تشكيل الرأي العام نحو القضايا الداخلية والخارجية ، وزيادة الوعي السياسي وتفعيل ممارسة الديمقراطية من خلال الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي."⁷

وقد استطاع الإعلام الجديد أن يجلب إليه مئات الملايين من البشر عبر العالم لما يوفره من خدمات معلوماتية وإعلامية ومعرفية إذ قارب عدد مستخدمي الأنترنت "الملياري مستخدم في منتصف 2013م ، فيما تجاوزت أعداد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ولاسيما الفيسبوك وتويتر ال (900) مليون مستخدم ولاسيما الفيسبوك الذي ارتفعت نسبة مستخدميه إلى (750) مليون مستخدم في أصقاع الأرض."⁸ وهذا ما يدل على الحضور الواسع لشبكات الإعلام الجديد في الحياة الإنسانية المعاصرة والتي عُدَّت من أبرز المعالم الحضارية لإنسان القرن الحادي والعشرين ممَّا تقدمه من خدمات لمستخدميها باعتبارها " قد أصبحت مصدراً أساسياً وسريعاً للمعلومات بأشكالها كافة ، فضلاً عن دخولها في مناحي الحياة كافة ومنها بيئة الإعلام والاتصال."⁹

كما استطاع الإعلام الجديد بجميع أشكاله وتقنياته أن يتيح للإنسان المعاصر الحصول على المعلومات الوفيرة في شتى المناحي السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية وسواها فلقد أتاح بذلك " سهولة التعرض للمضامين المقدمة من خلالها عبر تعدد الروابط أو النصوص التشعبية hypertext التي تقوم بنقل المستخدم من موضوع لآخر، أو من ملف لآخر بكل يسر وسهولة وبسرعة فائقة تمكنه من التعرف على خلفيات الأحداث والمعلومات المتنوعة التي تتوافر فيها."¹⁰ ممَّا يجعلنا ننتع هذا العصر بعصر التكنولوجيا المعلوماتية والاتصالية فقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات " هما أساس المعرفة المعاصرة ، وقد جاءتا كنتيجة حتمية للحاجة إلى تأمين السيطرة على الكم الهائل من المعلومات وهيئتها للمستخدمين بالسرعة والشمولية والدقة التي يتطلبها منطق العصر ، ومن أي بقعة جغرافية في هذا العالم."¹¹

ثانياً : العولمة والإعلام الجديد

تعدُّ وسائل الإعلام الجديد وتقنياته المتعددة مرحلة متقدمة ومتطورة في مسار الحركة الإعلامية والاتصالية في حياة الإنسان وظاهرة جديدة في العالم انعكست على واقع حياة الإنسان بجميع مناحيها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية وأثرت فيه ممَّا جعل البعض يسمي عصرنا هذا بعصر الإعلام لما أحدثته أشكاله من تغيير في

مسار الحضارة البشرية " إذ ما عاد بالإمكان لأحد الاستغناء عن وظائفها ، وما تقدّمه من إفرات في التعليم والثقافة والمعرفة ، وفي تحديد مسار الإنسان المعاصر ، بعد أن تخطّت تلك الوسائل كلّ الحواجز ، وأضحى نتاجها الإعلامي في كل بيت وزاوية ، فتلاشت بوجهها الحدود السياسية والجغرافية .¹² ولخظورة الإعلام عموماً والإعلام الجديد خصوصاً في عملية التأثير في الرأي العام وتوجيهه والتحكم فيه ، فقد أصبح " سلاحاً في أيدي المؤسسات العالمية الكبرى والدول العظمى لدرجة أنّه أصبح لا يقل أهمية عن السياسة والقوة العسكرية في تحقيق أهداف المؤسسات الكبيرة والدول على شتى أحجامها وقوتها العسكرية والمادية ."¹³ ولهذا الخطورة والأهمية التي يقوم بها الإعلام الجديد عمدت الدول الغربية الكبرى وعلى رأسها الولايات المتحدة إلى عولمة الإعلام والاتصال لتحقيق أهدافها المتمثلة في نشر ثقافتها ونقل أفكارها وعاداتها وفق نمط حياتها وبسط نفوذها عن طريق وسائل الإعلام الجديد واستغلال تقنياته في تحقيق هذه الأهداف بما يمكن أن نصفه باستعمار جديد يكرس هيمنة وسيطرة هذه الدول الكبرى على العالم ، خاصة على الدول الضعيفة والإبقاء على تبعيتها وولائها ، والتحكم في مسار نموها وتطورها ، خاصة أنّ الدول النامية تعاني من أمية تكنولوجية لا تسمح لها بتحدي التكنولوجية الإعلامية الغربية التي أصبحت بمثابة سلاح قوي وفعال في أيدي الدول الغربية في تحقيق قوتها وهيمنتها ونفوذها فقد أصبح " الوصول إلى الحلقات المتقدمة في التكنولوجيا تعني الوصول إلى المراحل المتقدمة في السيطرة على حركة الإعلام العالمي فتعاني الدول المتخلفة أو ما تعرف بـ (دول الجنوب) من تبعية تكنولوجية في جميع النواحي ومن ضمنها التكنولوجيا الإعلامية للدول الصناعية أو ما تعرف بـ (دول الشمال). ومن ثمة فإنّها محكومة تكنولوجيا وإعلامياً لها وهي التي تسيطر على حركة الإعلام الدولي وتسيّره بالوجهة التي تريد ."¹⁴ وقد أصطلح على هذا السعي الجامح في الهيمنة الغربية على العالم خاصة الأمريكية بـ (العولمة) والتي أصبحت من أكثر العناوين تداولاً في عصرنا ، وقد اختلف الباحثون في تعريفها ، وهي " مصطلح حديث مترجم عن الكلمة الإنجليزية Global وأول من استخدمها (ماكلوهان) في نهاية الستينات ومعناها : عالمي أو دولي ، وغالباً ما تذكر مرتبطة بمصطلح القرية (Global village) بمعنى القرية الكونية أو العالمية ."¹⁵ إلا أنّ بعض الباحثين يفرقون بين العولمة والعالمية لاختلاف الدلالة بين المصطلحين " فالعولمة هي احتواء للعالم و فعل إرادي يستهدف اختراق الآخر و سلبه خصوصيته الثقافية، بينما تعد العالمية تفتحاً على ما هو كوني و عالمي تستهدف إغناء الهوية الثقافية"¹⁶ ونتيجة لهذا المدلول الذي يحمل معاني الاحتواء والسيطرة والسلب نشأ ما يعرف بالعولمة الثقافية والتي تعني " الانتشار الثقافي والفكري لجهات قومية ومؤسسات دولية (أغلبها أمريكية) وأصبح لها أثر ملموس في الجانب الثقافي لدى الكثير من المجتمعات حول العالم من أقصى الشرق إلى أقصى الغرب ."¹⁷ و لذلك فإن العولمة (الثقافية) تعمل على إحداث انقلاب على مستوى القيم والمنظومات الاجتماعية بتوحيد ثقافات المجتمعات الإنسانية في ثقافة بعينها ، بعد طمسها والقضاء عليها . ولوصول إلى ذلك كان الإعلام الجديد السبيل لتحقيق هذا الهدف الخطير الذي تسعى العولمة جاهدة لتحقيقه ، لما يتميز به من تأثير مباشر وغير مباشر على مستوى السلوك والثقافة والمعرفة . ولذلك نلاحظ أنّ الولايات المتحدة الأمريكية قد أنشأت تكتلات إعلامية ضخمة وتصرف عليها عشرات الملايين من الدولارات لإنجاح سياستها العولمية ، والمتتبع لهذه الشركات المتعددة وسائل

الإعلام يلاحظ وفق ترتيبها لسنة 2010م حسب أهميتها القائم على : " أولاً بالرجوع إلى الإيرادات ، أكبر ثلاث إمبراطوريات وسائل إعلام كلها أمريكية. Time Warner التي تمتلك العديد من الممتلكات الرئيسية ، هي الآن الأكبر ولكنها لا تمتلك شبكة تلفزيون قومية تمثل مصلحة عامة مثل : FOX، or NBC ، ABC، CBS . تأتي ديزني في الترتيب الثاني و"شركة الأخبار" في الترتيب الثالث ، وإمبراطورية وسائل الإعلام الأكبر والتي في الترتيب الرابع هي Viacom .

ثانياً : بالرجوع إلى نظرية الاستعمار الإلكتروني ، كل إمبراطوريات وسائل الإعلام المتعددة الأمريكية ، إلى جانب شبكتها الإعلامية الكثيفة ، تخطط وتشجع على ما هو أمريكي الأذواق ، القيم ، العادات ، التاريخ ، الثقافة ، اللغة حول العالم . إلى حد ما لافت ، إنَّه هذا التأثير الذي تقلق من أجله البلدان المحورية الأخرى ، وشبه الهامشية ، والهامشية ، بسبب تأثير وسائل الإعلام الأمريكية على وسائل الإعلام المحلية.¹⁸

ويبرز الكاتب الأمريكي (روبرت ماكنزي) في دراسته الموسومة — " مشكلة الإعلام في القرن الحادي والعشرين " خطورة تحكّم الشركات الإعلامية الكبرى في الإعلام العالمي في ظل العولمة ويؤكد " وجود ممارسات عشوائية مقلقة هدفها استغلال الحريات الإعلامية واستخدامها لخدمة أفكار ومصالح الشركات الضخمة ، والمصالح المالية الكبيرة ، والمتنفذين السياسيين في السلطة."¹⁹

فالولايات المتحدة الأمريكية وما تمتلكه من ترسانة إعلامية كبرى تستطيع تنفيذ مشروعها التنميطي للمجتمع العالمي والاستحواذ عليه والتأثير فيه خاصة وأنَّ المجتمعات السائرة في طريق النمو ليس لها القدرة التكنولوجية الإعلامية الكافية في مواجهة السيل الجارف من المضامين الثقافية، التي تبثها هذه الترسنة الإعلامية ، وأنها " غير قادرة على تصنيع هذه التقنيات فترسخ بذلك إعلاما متخلفا على مختلف الصُّعد سواء فنيا من ناحية البرامج ونوعها أو تكنولوجيا عن طريق الاستعانة بالصناعات الأجنبية لعجز الصناعة الوطنية عن مواكبة التطورات التقنية والتمكّن من تصنيعها "²⁰ ونتيجة لهذا العامل يجعل مواطني هذه الدول يتجه لوسائل الإعلام الغربية فيصبح بذلك عرضة لاستهلاك كلِّ ما يقدّم له والتأثر بالمادة الإعلامية ومضامينها العولمية ، إلى جانب انبهار شعوب هذه الدول دون وعيها بالخطورة " بالوسائل التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصال والإعلام وتعتقد أن اقتناءها لهذه الوسائل سوف يمكنها من القضاء على السلبات التي تعاني منها وسائل الإعلام القومية. ولا تدرك حكومات هذه الدول أو ربما تدرك وتتجاهل أنَّ هذه الوسائل تهدف إلى نقل القيم والأفكار وأساليب الحياة المصاحبة لها."²¹ و هنا تكمن خطورة العولمة الثقافية والتي من أجل أن تحقق هدفها وغايتها فقد عمدت إلى تسخير وسائل الإعلام في استعمال " اللغات المحلية في دول الجنوب في بث برامجها ، أثناء توجيهها لجمهور هذه الدول لغرض سرعة الوصول إليه ومن ثمَّ زيادة التأثير فيه الأمر الذي زاد من انصراف هذا الجمهور عن وسائل الإعلام الوطنية فيه وتأثره بوسائل إعلام الدول المتقدمة ."²²

إنَّ العلاقة بين العولمة والإعلام هي علاقة إجرائية تنفيذية فالعولمة مشروع حضاري لمجتمع امتلك التكنولوجيا والقوة والسيطرة والنفوذ ، ويسعى من خلال ذلك إلى تمرير مشروعه ، والتحكّم في المجتمع الإنساني ، واتخذ من التكنولوجيا أهم أداة منفذة لذلك ومنها تكنولوجيا الإعلام التي " باتت بأنواعها المختلفة المستخدمة في

العمل الإعلامي أداة مهمة من أدوات الغزو الثقافي لشعوب دول الجنوب المتخلفة ذلك أنّ ثقافات هذه الدول أصبحت عرضة للاكتساح الثقافي والهيمنة الثقافية من قبل دول الشمال وذلك بفضل المد الهائل من البرامج والمواد الإعلامية المسوقة لدول الجنوب والتي في غالبيتها تؤكد سيادة الحضارة والثقافة الغربية وتقلل من أهمية ثقافات دول الجنوب في عالم لا تصمد فيه إلاّ الدول القوية.²³ كما أنّ الإعلام الجديد بتنوع أشكاله وتعدد تقنياته المتفوقة أضحى " أحد أهم الوسائل لترويج مفهوم العولمة ونشره وترسيخه بين شعوب العالم فأصبحت الصناعات الإعلامية أدوات مهمة وإستراتيجية في تعميق مفهوم العولمة بين فئات الرأي العام العالمي.²⁴

والمتتبع لتعاريف العولمة وماهيتها وعلاقتها بتكنولوجيا الإعلام يصل إلى أنّهما (العولمة والإعلام) ظاهرتان متلازمتان لا يستغني أحدهما عن الآخر ، فالعولمة لا يمكنها أن تستغني عن الإعلام لأنه المنفذ والمؤثر ، والدليل على ذلك تحكم الشركات الأمريكية العملاقة على الاتصالات الدولية والإعلام الدولي خاصة وسائل الإعلام الجديد " بسبب القدرة المالية الهائلة لتلك الشركات . ومنافستها للشركات العالمية الأخرى ، وامتدت سيطرتها إلى أوروبا وآسيا وإفريقيا ودخلت في مفاوضات حول العلاقات التي تربط الشركات الأمريكية بالعالم الخارجي لمصلحة شركات الولايات المتحدة الأمريكية²⁵ وكل هذا يندرج في خدمة مشروع العولمة وما يحمله من أبعاد سياسية واقتصادية وثقافية ويجعلنا ذلك إلى الوقوف على الماهية الحقيقية للعولمة وبشكل أكثر دقة وهي أنّها " دمج وديمقراطية ثقافات العالم ، واقتصادياته وبنياته التحتية ، من خلال الاستثمارات الدولية ، وتنمية تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات ، وتأثير قوى السوق الحرة على الاقتصاديات المحلية والإقليمية والعالمية ."²⁶

ونخلص من خلال ما سبق في علاقة العولمة بالإعلام ، أنّ العولمة مشروع نفوذ سياسي واقتصادي عالمي يستهدف من خلال الشركات والمؤسسات العالمية الكبرى السيطرة والتأثير والتحكم ، وتطوّر بعد ذلك فيما عرف بالعولمة الإعلامية " عن طريق إنشاء مؤسسات إعلامية دولية ضخمة لها قاعدة أساسية في بلد وتنطلق منه إلى كثير من البلدان ، ولها أثر فاعل في الإعلام المحلي لتلك البلدان.²⁷ وأنّ هذا النظام الإعلامي الدولي الجديد أصبح يشكل خطرا على كثير من المجتمعات خاصة المجتمعات الشرقية المتميزة بقيمتها وثقافتها المحافظة ، ليس فقط على الصعيد السياسي بل على الصعيدين الاجتماعي والثقافي خاصة وأنّ هذه المجتمعات ضعفت مناعتها ، وتصدّعت جبهتها ، ولم تعد قادرة على مواجهة هذا السيل الجارف من ثقافة الآخر وقيمه عن طريق هذه الترسانة الإعلامية الزاحفة والتي أصبحت واقعا في حياتنا لا نستطيع التخلي عنه والتحكم في نظامه ، لأنّ فكرة النظام العولمي المستمدة من النظام الرأسمالي والذي يعدّ وجها جديدا له والقائم على حرية تبادل السلع والأفكار والمعلومات وأدّى ذلك إلى تبني العولمة الثقافية مفهوم تسليع الثقافة كما " أدّى إلى ظهور مفهوم جديد يتحدد في عولمة المعلومات واحتكارها وعولمة إناظة الحياة من خلال وسائل الإعلام التي تحتكر الأحداث والأوسع ، مما أدّى بدوره إلى عولمة القيم من خلال انتشارها بواسطة هذه الوسائل إلى أقصى بقاع العالم فظهر مفهوم القرية الالكترونية.²⁸ وهذا ما أكّده بعض الدراسات وبعض التقارير لمنظمات دولية كمنظمة اليونسكو التي تشير " إلى أنّ الآثار الثقافية ستأخذ طابعا أوسع من خلال وسائل الاتصال والتقانة التي تروج لها إذ ليس بمقدور الدول فرض الرقابة على ذلك الترويج الثقافي مما يؤدي إلى تعاضم الغزو وفي النهاية يتعرض العالم أجمع إلى غزو دائم ."²⁹

ثالثا : الإعلام الجديد وتأثيراته على المجتمع العربي الإسلامي:

يعدُّ الإعلام عموماً والإعلام الجديد خصوصاً في هذا العصر ملمحاً بارزاً من ملامح الحضارة الإنسانية ، ووجهها مُميّزٌ للمدنية التي وصل إليها الإنسان في سعيه الدائم لتغيير واقع حياته والتأثير فيها ، من خلال استغلال كلِّ قدراته ومجهوداته العقلية والمادية للتمكين والقوة والتحكم والتوجيه. " وكان الاندماج بين تكنولوجيا الأقمار الصناعية ، وتكنولوجيا الحاسب الإلكتروني ، أو الكمبيوتر ، هو قَمَّةٌ ما أنتجه العقل البشري من الاختراعات ، والتي أطلقت الأنترنت ، والصحافة الإلكترونية ، وأدخلت الإنسانية إلى عصر تفاعلي ، بلا قيود وليس له حدود ، في التواصل بين الناس من كلِّ الأجناس. "30

وقد أصبح الإعلام بفضل هذه الثورة التكنولوجية والإلكترونية ظاهرة كونية ، رُصدت لها الأموال الطائلة ، وأسست لها المؤسسات الضخمة ، وسُخرت لها الوسائل التكنولوجية المتقدمة وشكَّلت لها إمبراطوريات إعلامية كبرى اكتسحت العالم وتجاوزت الحدود الجغرافية " حاملة معها الأفكار والآراء وأنماط العيش والاستهلاك ، لا ينفع في مواجهتها إخفاء الوجوه وإغماض العين. "31 وتحوَّل العالم بفضل هذا التطور الهائل إلى قرية إلكترونية تعددت فيها وسائل الإعلام وسلطاته " فوسائل الإعلام الإلكترونية بوسائطها المتعددة هي اليوم المتحكم الحقيقي في عملية سير المعرفة ، وأصبحت العولمة الثقافية هي النتيجة الحتمية للثورة الاتصالية، وللتطورات الكبيرة في ميدان الإعلام ، والتبادل الثقافي الذي يهتم بسوق عالمية وليست محلية. "32 إلى جانب أنها تقوم بدور خطير في بناء الإنسان من خلال قدرتها على تشكيل العقول والسيطرة عليها و توجيه السلوك وتنميط القيم والمنظومات الاجتماعية وفق مرجعيات مخطط لها ، وتحديد التوجهات الفكرية والثقافية للمجتمعات.

ولا يمكننا إنكار ما أحدثته الثورة الاتصالية والإعلامية الجديدة من تطور وازدهار في حياة الإنسان المعاصر ومنها تأمين ارتباطاته ومتابعة اهتماماته ، وتنمية مهاراته واكتساب الخبرات وتطويرها ، وتبادل المعلومات واستثمارها ، وترقية خدمات المجتمع وتنميتها بما يدفعه نحو التطور ، وترشيد الجهود والأعمال واستغلالها " فالإعلام المعاصر ، بوسائله المستحدثة يستطيع أن يلعب دوراً مهماً في متابعة الخدمات التي يمكن أن تقدم للمواطن ، بمختلف الاتجاهات . فهو يستطيع التعرف على أحدث المستجدات في المجال الصحي مثلاً . ويستطيع متابعة تطورات الخدمات التعليمية ، بما في ذلك الحصول على شهادات اختصاص تعليمية ، وإكمال التحصيل الدراسي عبر الأنترنت . وغير ذلك من الخدمات. "33 إلى جانب إسهامها في تشخيص المشاكل الاجتماعية وتحديد أسبابها والبحث عن العلاج لها وتوعية المجتمع بكل ما يهدد أمنه واستقراره ، وتكوين الرأي العام الصحيح في حل المشكلات الاجتماعية ، ومواجهة الصعوبات ، وتحدي الأزمات ، بتفعيل التوعية ، ورفع المستوى الثقافي للأفراد الجماعات في جميع مناحي الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية. وقد حدّد (هارولد لازويل) وهو أحد المنظرين الإعلاميين وظيفة ومهمة الإعلام الاجتماعية في ثلاث مهمات وهي : " مراقبة البيئة ، والترابط الاجتماعي ونقل التراث الاجتماعي ، وتوصيل المعلومات والقيم والمعايير الاجتماعية من جيل إلى آخر. "34

وقد اهتمت كثير من الدراسات العربية والأجنبية بدور وأهمية وسائل الإعلام الجديد في المجتمع وبتأثيراتها الإيجابية والسلبية عليه خاصة على فئة الشباب الذي يعدُّ الشريحة الأكبر في استخدام هذه الوسائل الإعلامية وقد حدّدت نتائج هذه الدراسات مجموعة من التأثيرات الإيجابية لتعرض الجمهور للأترنت تمثلت في: "زيادة معارف الأفراد، التواصل الاجتماعي، الحصول على المعلومات، الهروب من المشكلات، زيادة الوعي الثقافي والسياسي، التعبير عن الآراء بجرية، إكساب المهارات، المشاركة الاجتماعية، شغل وقت الفراغ."³⁵

ويُعدُّ المجتمع العربي الإسلامي من المجتمعات الإنسانية الذي استفاد من تقنيات الإعلام الجديد، ويعمل على استغلاله واستثماره لتنمية موارده البشرية، وتطوير قدراته وإمكاناته المادية، لتحقيق التنمية وإثبات الوجود في عالم لا يعترف بالضعفاء والمتخلفين، إلا أنَّ هذه الوسائل والتقنيات الإعلامية الجديدة أصبحت تشكّل خطراً وحرماً على وجوده وتأثيراً سلبياً قد يصل "إلى حدِّ ضياع الهوية وفقدان السيطرة على ما هو آتي والاستسلام له".³⁶ و يعود السبب الأول في ذلك إلى أنَّ الإعلام في المجتمعات العربية والإسلامية ليست له القدرة الكاملة والقوة الكافية في مواجهة ترسانة الإعلام الغربي ومشاريعه العولمية، وذلك لتخلفه التكنولوجي وتبعيته للدول الغربية التي تصدر تقنياتها الإعلامية له وتعمل على تنميته بفرض ثقافتها عليه، تمهيدا لبعثه، ومن ثمة إذابته في قلبها والقضاء عليه كمجتمع له ثقافته وهويته ومعتقداته. أمّا السبب الثاني فهو أنَّ كثيرا من الشركات والمؤسسات الإعلامية العالمية الضخمة لها ارتباط مباشر بأعداء المجتمع العربي الإسلامي وهي تعمل على تنفيذ خطته الحربية ضدّه "فقد تنطوي أخبار هذه الوكالات على دلالات خطيرة كتشويه صورة العرب وديانتهن، مدعية ذلك على أنَّها أعمال حضارية تُصَبُّ في قناة الدفاع عن حقوق الإنسانية وقيمها".³⁷ فتنتصر للظالم المعتدي وتُجرِّم المظلوم المغلوب على أمره والمُجْتَدَى عليه بمغالطة الرأي العام العالمي وتزييف الوقائع والحقائق. فوسائل الإعلام الغربي في عصر العولمة تقوم بدور كبير خطير متمثل في "التوجه نحو الإنسان الغربي في تشكيل عقلية، وفي تشكيل الصورة الذهنية عن الإسلام والمسلمين فالإسلام كما تمَّ طبعه في ذهن المواطن الغربي يساوي الإرهاب".³⁸ وهذا من أكبر التحديات التي تواجه الإعلام الإسلامي في تنصيع صورة الإسلام والمسلمين وذلك بأن "يوقظ الهمم، ويسد الفراغ، ولا يكتفي بالضرب على أوتار القلوب وإلهاب المشاعر، بل ينبغي أن يخاطب العقول، وأن يسهم بفاعلية في مكافحة السلبيات، والتركيز على الأولويات، والارتقاء بوعي شباب الأمة، وعدم الدخول في جدل عقيم حول الهامشيات".³⁹ والسبب الثالث فهو يتمثّل في طبيعة هذه الوكالات الإعلامية التجاري الاقتصادي الذي يقوم على الربح وليس على النقل الموضوعي للمادة الإعلامية، وكذلك لأنّه أداة منفذة لمشروع العولمة وخطتها التي حوّلت في كثير من الأحيان وسائل الإعلام الجديد إلى "وسائل للقهر، وتكريس التبعية، وإثبات الغلبة والسيطرة لقوى الاستعمار والغطرسة الدولية، التي بنت استراتيجياتها على قهر الشعوب ونهب ثروتها وكتفم أنفاسها حينما تجرؤ على المطالبة بحقوقها المشروعة في التحرر والحياة الكريمة والتمتع بثروتها الطبيعية".⁴⁰

وتكمن خطورة وسائل الإعلام الجديد في كونها الأكثر استخداما من قِبَل الشباب والأكثر جاذبية له إلى حدِّ الإدمان عليها، وهذا يشكل في حدِّ ذاته خطرا على وجود المجتمع العربي وقيمته وثوابته واستمراره لأنَّ الشباب ذخيرة الأمة ومستقبل وجودها وبقائها، فإذا تمكَّن الأعداء منه فقد تمكَّنوا من المجتمع والأمة معا، وتوَكَّد

الدراسات في هذا المجال أنَّ الشباب خاصة الجامعي منه هو الأكثر تعرضاً للإنترنت وإلى جانب التأثيرات الإيجابية لاستخدامه فهناك تأثيرات سلبية تمثلت في: "ضعف العلاقات الأسرية، إدمان الإنترنت، إهدار الوقت، شعور الفرد ببعض الأضرار الجسمية للتعرض للإنترنت لفترات طويلة، التعرض لأفلام إباحية لا تتوافق مع الثقافة العربية الإسلامية، إكساب الفرد لسلوكيات وألفاظ غير أخلاقية، وتدني مستوى التحصيل الدراسي".⁴¹ كما سجَّلت هذه الدراسات تأثيرات أخرى خطيرة ترهن مستقبل الشباب العربي المسلم وتُعيِّقه، وتهدِّد منظومة قيمه وثقافته وأخلاقه ومنها الشعور بالوحدة النفسية والعزلة عن الآخرين، وضعف العلاقات الاجتماعية فالإنترنت مثلاً كوسيلة من وسائل الإعلام والاتصال "تخرِّب الروابط الاجتماعية لأنها تغير من طبيعة العلاقات الإنسانية بتشجيعها لشكل من الاتصالات يجري دون احتكاك فعلي".⁴² كما أنَّ وسائل الإعلام الجديد تسهم في إبعاد الشباب عن واقعه المعيش وتجعله متمسكاً بمجتمع افتراضي وهمي يعاني من خلاله بالاغتراب الاجتماعي. وإضافة لهذه التأثيرات السلبية التي مسَّت الجوانب الاجتماعية والجسدية والنفسية والسلوكية فهناك تأثيرات سلبية أخرى خطيرة تتمثل في الاستلاب الفكري والثقافي الذي يحول الشباب من فضاءه المحلي إلى فضاء أجنبي غريب عنه جُرَّ إليه بفعل الكلمة وسحر الصورة دون وعي بحقيقته، وفي غياب مناعة ثقافية وفكرية وحضارية له خاصة ولمجتمعه عامة. ومنها على سبيل المثال لا الحصر التعود على اللامبالاة والسلبية التي مصدرها هذا الكم الهائل من مشاهدة الأفلام الدرامية عبر الفضائيات التلفزيونية والتي هي معدة "لاختراق منظومة قيم الشباب والتي تحدث تناقضاً بين الواقع المباشر وما تعرضه الفضائيات وبذلك يغدو الشباب في حل من أي التزام قيمي للمجتمع مما يخلق عند بعضهم حالة من السلبية واللامبالاة نتيجة عجزهم عن إيجاد واقع معاش للخيال المفقود الذي تعرضه أفلام ومسلسلات التلفزيون".⁴³

إنَّ هذا الغزو الثقافي الإعلامي الذي يواجهه المجتمع العربي الإسلامي يدفعنا إلى ضرورة ووجوب إدراك حقيقته وأبعاده، فالعملية الإعلامية العولمية "تبدأ بالتسلسل إلى داخل الأمة فتخترقها، ثم تعمل على التحكم فيها واحتوائها، وبالتالي تلقي القبض على عقلها وعواطفها واهتماماتها، فتعيد تشكيلها وفقاً للخطط المرسومة".⁴⁴ وهذا الاختراق الإعلامي الخطير للمجتمع العربي الإسلامي خاصة وللمجتمعات المغلوبة على أمرها عامة "يؤسس لحياة وأمطاً ثقافية تحمل مفاهيم جديدة مؤطرة باسم الحداثة والتطور الكوني في الوقت الذي يتم فيه تجاوز الذاتية الثقافية للشعوب بما في ذلك إرثها الوطني".⁴⁵ و يتمُّ هذا الاختراق الإعلامي في غياب إستراتيجية إعلامية إسلامية جادة تستغل تقنيات الإعلام الجديد ووسائله للدفاع عن كيان المجتمع العربي الإسلامي ومنظومته ومرجعياته الفكرية والعقائدية فـ"وحدة الفكر، والعقيدة المشتركة، والسياسة التربوية الموحدة، واستمرار التراث، والحفاظ على إرث التاريخ، كلُّها تتوسل الفن الإعلامي، وكلُّها ضرورات أساسية للحفاظ على شخصية المجتمع واستمراره".⁴⁶ ولعلَّ السبب في غياب هذه الإستراتيجية يعود لتخلف الإعلام في المجتمعات العربية وهو "مظهر للمشكلة الأساسية التي تعانيتها على مختلف الأصعدة، بل لعلَّ الإعلام هو أحد إفرازاتها".⁴⁷ ومن مظاهر تخلف الإعلام في المجتمع العربي الإسلامي عدم الجدِّيَّة في مواجهة ترسانة الإعلام الغربي، وعدم إدراك ما للإعلام المعاصر من دور خطير في التوجيه والتحكم والاختراق وتشكيل فكر الأفراد والجماعات وقناعاتها العقدية،

وصناعة ذوقها العام. ونتيجة لذلك ترك الساحة لاختراق الإعلام الغربي في عملية تنميته للمجتمع العربي وفق الخطط والاستراتيجيات المرسومة لذلك.

إنَّ المجتمع العربي الإسلامي اليوم يشهد حرباً إعلامية عملياً شرسة تستهدف وجوده وتراثه وتاريخه وقيمه وثقافته ومن ثمة هويته وشخصيته ، في غياب مناعة تصون كيانه ، وتدافع عن وحدته ومنظومته القيمية بثقافتها المميزة لوجوده ، في عصر نعيش فيه " مرحلة الدولة الإعلامية الواحدة التي ألغت الحدود ، وأزالت السدود ، واختزلت المسافات والأزمان، واختزقت التاريخ ، وتكاد تلغي الجغرافيا.⁴⁸

ولإيقاف هذا الزحف الإعلامي المعلوم على المجتمع العربي الإسلامي ، والحّد من مخاطره على المدى القريب والمتوسط والبعيد ، لا بدّ من التفعيل الجاد للإعلام الإسلامي بمرجعياته الدينية والثقافية ، واستغلال تقنيات ووسائل الإعلام الجديد في تقوية الجبهة الاجتماعية الداخلية عن طريق التوجيه والتكوين ، والعمل على تطوير الكيان الاجتماعي عبر الوسائل المعلوماتية المختلفة، وفق إستراتيجية مخطط لها ، خاصة مواجهة الفراغ الفكري لدى الشباب بتكوينه تكويناً إسلامياً صحيحاً وفق تصور صحيح لحقيقة الإسلام ومبادئه السمحة القائمة على الحب والتسامح والخيرية. واستغلال كل وسيلة تنافسية لإيقاف أحادية المعلومة ، والحد من الاختراق الإعلامي العولمي ، إلى جانب مشاركة جميع جهات المجتمع (المسجد - المدرسة - الجمعيات - الأسرة ..) في التصدي لهذا الغزو الثقافي المعلوم الجديد.

خاتمة :

يُعَدُّ الإعلام عموماً والإعلام الجديد خصوصاً سلاحاً ذو حدين ، فقد استطاع أن ينقل الإنسان المعاصر نقلة حضارية متميزة ، فأصبح يمثل شكلاً بارزاً ومتميزاً من أشكال الحضارة المعاصرة ، إن لم نقل وجهها البارز ، لما اكتساه ويكتسبه من أهمية تضاعفت بتطور وسائله وتقنياته وتوسع نفوذه وتنوع أشكاله ساعدته على أداء مهامه ووظائفه . وقد استطاع الإعلام الجديد أن يسهم بإيجابية في التربية والتعليم والتثقيف والوعي والتنمية ، وهو بالتالي يمثل قوة اجتماعية وسياسية واقتصادية وثقافية هامة في ترقية المجتمعات وتطويرها . إلاّ أنّه أُسْتُغِلَّ في القيام بأدوار سلبية في تغريب المجتمع ، وتفتيته ، وتحطيم معنوياته ، وإفساد شبابه ، وتنميط ثقافته وأخلاقه ، وسلب هويته ، وتزييف الحقائق ، ومغالطة الرأي العام بما يخدم مصالح أنظمة ومؤسسات عالمية كبرى ، استغلت الإعلام مُنْفَعِداً فاعلاً لما يتميز به من قوة تأثير في تحقيق مخططاتها التي تستهدف السيطرة على المجتمع الإنساني واستنزاف طاقاته وقدراته.

ويواجه المجتمع العربي الإسلامي زحفاً إعلامياً تقوده العولمة التي تسعى إلى تنميط ثقافته ، و تسويق قيم ثقافية و مبادئ و سلوكيات تتنافى مع منظومة القيم العربية الإسلامية ، تمهيداً للتموقع داخله والتحكم فيه وتوجيهه وفق ما رسم له. وهذه الخطط والسياسات تعدُّ تحدياً للمجتمع العربي الإسلامي في الدفاع عن وجوده وثوابته وتقوية مناعته في وجه ما برسم له قصد القضاء على هويته ، إذا أحسن العُدَّة ومنها العُدَّة الإعلامية التي تعدُّ جزءاً أساسياً من منظومة الأسلحة الإستراتيجية ، والتمكن من التكنولوجيا الحديثة.

مراجع البحث :

1. توماس ل ماكفيل ، الإعلام العالمي ، ترجمة عبد الحكيم أحمد الخزامي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة — مصر ، ط1 ، 2012م.
2. تيسير أبو عرجة ، الإعلام العربي — وسائله ورسائله وقضاياها ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان — الأردن ، ط1 ، 2010م .
3. جمال سند السويدي ، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية : من القبيلة إلى الفيسبوك ، ط1 ، 2013.
4. حسين علي الفلاحي ، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2014م.
5. حنان أحمد سليم ، الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث علاقة الجمهور بالإنترنت والإعلام الجديد ، جامعة أسيوط ، 2013م .
6. زهير عبد اللطيف عابد ، الإعلام الجماهيري ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمّان . الأردن ، 2014م.
7. طه أحمد الزيدي ، المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط1 ، 2013م .
8. عامر إبراهيم القندلجي ، الإعلام والمعلومات والإنترنت ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2013م .
9. عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الإسلامي ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطبع ، عمان . الأردن ، ط1 ، 2013م .
10. علي خليل شقرة ، الإعلام الجديد ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان . الأردن ، ط1 ، 2014م.
11. فاروق خالد ، الإعلام الدولي والعولمة الجديدة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان . الأردن ، ط1 ، 2011م.
12. فوزي يوسف مخلف ، تأثير البث التلفزيوني الفضائي على طلبة الجامعات ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، ط1 ، 2013م.
13. فيصل أبو عيشة ، الإعلام الإلكتروني ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014م .
14. محمد صاحب سلطان ، العلاقات العامة ووسائل الاتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2011م .
15. محمد صاحب سلطان ، وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان . الأردن ، ط1 ، 2012م .
16. محي الدين إسماعيل محمد الديهي ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين ، مكتبة الوفاء القانونية ، الإسكندرية ، ط1 ، 2015م .
17. مصطفى محمود الأقداحي ، الاتصال والإعلام الدولي والاتصال الجماهيري ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 2010م .
18. هشام محمود الأقداحي ، الاتصال والإعلام الدولي والاتصال الجماهيري ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 2010م .
19. نسرين حسونة ، الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف ، شبكة أمين الإعلامية ، أفريل 2014م.

الهوامش: 1

1. محي الدين إسماعيل محمد الديهي ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين ، مكتبة الوفاء القانونية ، الإسكندرية ، ط 1 ، 2015م ، ص. 258.
2. حسين علي الفلاحي ، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، عمان ، ط 1 ، 2014م ، ص. 17.
3. جمال سند السويدي ، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية : من القبيلة إلى الفيسبوك ، ط 1 ، 2013 ، ص. 61.
4. عامر إبراهيم القندلجي ، الإعلام والمعلومات والأنترنت ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2013م ، ص. 138.
5. محمد صاحب سلطان ، العلاقات العامة ووسائل الاتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، الأردن ، ط 1 ، 2011م ، ص. 109.
6. هشام محمود الأقدحي ، الاتصال والإعلام الدولي والاتصال الجماهيري ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 2010م ، ص. 19.
7. حنان أحمد سليم ، الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث علاقة الجمهور بالأنترنت والإعلام الجديد ، جامعة أسيوط ، 2013م ، ص. 15.
8. حسين علي الفلاحي ، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد ، مرجع سابق ، ص. 157.156.
9. حسين علي الفلاحي ، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد ، مرجع سابق ، ص. 157.
10. فيصل أبو عيشة ، الإعلام الإلكتروني ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014م ، ص 15.
11. عامر إبراهيم القندلجي ، الإعلام والمعلومات والأنترنت ، مرجع سابق ، ص. 138.
12. محمد صاحب سلطان ، وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان . الأردن ، ط 1 ، 2012م ، ص. 17.
13. فاروق خالد ، الإعلام الدولي وعمولة الجديدة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان . الأردن ، ط 1 ، 2011م ، ص. 7.
14. زهير عبد اللطيف عابد ، الإعلام الجماهيري ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان . الأردن ، 2014م ، ص. 219.
15. زهير عبد اللطيف عابد ، الإعلام الجماهيري ، مرجع سابق ، ص. 217.
16. عواطف عبد الرحمن ، الإعلام العربي وقضايا العمولة ، كتب عربية ، ص. 27.
17. زهير عبد اللطيف عابد ، الإعلام الجماهيري ، مرجع سابق ، ص. 217.
18. توماس ل ماكفيل ، الإعلام العالمي ، ترجمة عبد الحكيم أحمد الخزامي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة . مصر ، ط 1 ، 2012م ، ص. 225.
19. عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الإسلامي ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطبع ، عمان . الأردن ، ط 1 ، 2013م ، ص. 47.
20. زهير عبد اللطيف عابد ، الإعلام الجماهيري ، مرجع سابق ، ص. 219.
21. مصطفى محمود الأقداحي ، الاتصال والإعلام الدولي والاتصال الجماهيري ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 2010م ، ص. 193.
22. زهير عبد اللطيف عابد ، الإعلام الجماهيري ، مرجع سابق ، ص. 220.
23. المرجع نفسه ، ص. 222.
24. المرجع نفسه ، ص. 222.
25. فاروق خالد ، الإعلام الدولي وعمولة الجديدة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان . الأردن ، 2011م ، ص. 182.
26. زهير عبد اللطيف عابد ، الإعلام الجماهيري ، مرجع سابق ، ص. 218. 219.
27. المرجع نفسه ، ص. 217.
28. المرجع نفسه ، ص. 222.
29. نقلا عن فوزي يوسف مخلف ، تأثير البث التلفزيوني الفضائي على طلبة الجامعات ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، ط 1 ، 2013م ، ص. 100.
30. فيصل أبو عيشة ، الإعلام الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص. 23.
31. تيسير أبو عرجة ، الإعلام العربي . وسائله ورسالته وقضاياها ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان . الأردن ، ط 1 ، 2010م ، ص. 13.
32. يسري خالد إبراهيم ، وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإنماء المعرفي ، مرجع سابق ، ص. 7.
33. عامر إبراهيم القندلجي ، الإعلام والمعلومات والأنترنت ، مرجع سابق ، ص. 64.
34. طه أحمد الزبيدي ، المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط 1 ، 2013م ، ص. 10.

- 35 . حنان أحمد سليم ،الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث علاقة الجمهور بالإنترنت والإعلام الجديد ، مرجع سابق ، ص.62.
- 36 . زهير عبد اللطيف عابد ، الإعلام الجماهيري ، مرجع سابق ، ص.141.
- 37 . المرجع نفسه ، ص. 142.
- 38 . عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الإسلامي ، مرجع سابق ، ص. 177.
- 39 . عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الإسلامي ، مرجع سابق ، ص.174.
- 40 . تيسير أبو عرجة ، الإعلام العربي وسائله ورسائله وقضاياها ، مرجع سابق ، ص. 14.
- 41 . حنان أحمد سليم ،الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث علاقة الجمهور بالإنترنت والإعلام الجديد ، مرجع سابق ، ص.66.
- 42 . محي الدين إسماعيل محمد الديهي ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين ، مرجع سابق ، ص.258.
- 43 . نقلا عن فوزي يوسف مخلف ، تأثير البث التلفزيوني الفضائي على طلبة الجامعات ، مرجع سابق ، ص.102 . 103.
- 44 . عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الإسلامي ، مرجع سابق ، ص. 173.
- 45 . فوزي يوسف مخلف ،تأثير البث التلفزيوني الفضائي على طلبة الجامعات ، مرجع سابق ، ص.100ت101.
- 46 . عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الإسلامي ، مرجع سابق ، ص. 172.
- 47 . المرجع نفسه ، ص. 173.
- 48 . المرجع نفسه .