

# توظيف الخطاب الحسيني في عصر العولمة الاتصالية

م.د. عظيم كامل زريزب

م.د. بدر ناصر حسين

## المقدمة

يمثل الإعلام الحسيني احد أهم الموضوعات التي يهتم وينادى بها مجموعة كبيرة من الباحثين ،وعمليات توظيف وسائل الإعلام هي الأهم ، فهناك كم كبير من الحقائق الموضوعية التي تستلزم رعاية هذا الموضوع ،الذى بات يمثل موضوعا مهما للنقاش ،وعليه تمثل دائرة الإعلام فضاءا تدور فيه عمليات نقل وتوصيل الأفكار الحسينية والموضوع الحسيني بكافة أشكاله ومضامينه ،وإذا كان الإعلام يمثل العمود الرابع في بناء الديمقراطيات والتجارب الإنسانية ،فان مفردات الموضوع الحسيني تطورت فعاليتها بشكل تراكمي عبر مئات السنين، ومورست خلال هذه الفترات انواع مهمة من فنون الاتصال ولعل الموضوع الحسيني تطورت صور نقله والتعبير عنه،كما هي وسائل الاتصال التي أصبحت تعانى من التزاحم الآن سواء النتاج الفكري الذى امتد من الثقافة الشفاهية وصور الاتصال الاولى الى الفنون الادبية ومن ثم بدأت رحلة اخرى من التطورات التي تناولت هذا الموضوع من كتب ودوريات ومقالات الى القصص والقصائد والأفلام والمسلسلات الوثائقية الى البحوث والندوات ،فضلا عن وسائل اعلامية جماهيرية كبرى من إذاعات وصحف وفضائيات عامة ومتخصصة ،وجميع وسائل الاتصال الجمعي من ندوات ولقاءات وتجمعات ،الى قنوات الاتصال الشخصي من محاضرات المساجد ولقاءات الجمهور اليومية من قنوات الاتصال التقليدية في الاسواق والمناطق ،وعليه فان الموضوع الحسيني يكاد يكون الاتصال فيه وانشطة الاتصال هي لحظية ويومية من خلال استغلال جميع ادوات الاتصال المباشر وغير المباشر فعلى مدار اليوم تجد البوسترات والصورة واللافتات في جميع مفاصل الحياة في المدن والمناطق والدول ، الى استخدامات التكنولوجيا الحديثة من مواقع الشبكات العنكبوتية ومحركات البحث وصفحات الفيس بوك والتويتر الى نغمات الموبايل الى استخدامات وسائط الملتيميديا في ادماج وانتاج الصور وملفات الفيديو .

اولا: منهجية لبحث:

- مشكلة البحث:

ان الموضوع الحسيني يتعرض الى تحديات كبيرة في عمليات توظيف هذه الخطاب ، وعرض الحقائق بأساليب اعلامية مختلفة ،وعليه فان المشكلة تتحدد في ابراز عمليات التوظيف للخطاب الحسيني المرسل عبر جميع قنوات الاتصال ، ففي عمليات التوظيف هناك تحديات جديدة بالانتباه ،وبسبب اهمية الموضوع الحسيني ومفرداته فان البحث في موضوع العمليات الإعلامية يمثل حدا فاصلا في تبنى الموضوعية من عدما ،وعليه فان البحث يحاول الوصول الى رؤية علمية موضوعية وغير ذاتية في ادخال الموضوعات الحسينية الى دائرة الاهتمام الفعال والتأثير في الوصول الى رسم برنامج علمي يمكن ان يعتمد في انجاح التأثير المطلوب.

- اهمية البحث:

يسعى البحث الى ابراز الاساليب التي يمكن لها ان تهين للخطاب الحسيني سبل النجاح والتأثير في عملياته الاتصالية اليومية وعبر مجموع قنوات الاتصال والذي يتطلب تحديد نوع الخطاب الملائم، ومن هنا

تتجلى أهمية البحث الى ابراز ما يناسب الفئات المجتمعية الانسانية ، فأجهزة ووسائل الاعلام المعززة بتكنولوجيا المعلومات لا تنفك من تداول العمليات بشكل لحظي متبعة امهر الطرق بالتأثير والوصول الى اهم شرائح المجتمع ، ومنها مجموعات الشباب الجامعي وطلبة المدارس والمرافقين الذين يتعرضون بشكل يومي ومستمر الى سيل من الرسائل المكثفة والمعلومة بخطاب مغلف بأشكال وانماط تحاكي حاجات نفسية واجتماعية واشباعات متنوعة تهدد البناء المجتمعي من قيم ومعايير انسانية عليا.

#### - اهداف البحث:

#### يهدف البحث الى:

اولا: تشخيص الضرورات في البيئة الاتصالية في ظل الاعلام البديل التي تستدعي توظيف إمكانات الخطاب الحسيني من اجل تأدية دوره الرسالي.

ثانيا: رصد اهم المعوقات التي تقف عائقا في انجاح الخطاب الحسيني المرسل عبر قنوات الاتصال المختلفة.

ثالثا: بناء نموذج اتصالي للخطاب الحسيني المرسل عبر قنوات الاتصال المختلفة.

#### - منهج البحث:

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية ،التي تستهدف تصوير وتقويم ظاهرة الخطاب الحسيني المرسل عبر قنوات الاتصال المختلفة ،مما يساعد على امكانية التنبؤ المستقبلي في استخلاص الدلالات المترتبة على التوظيف العلمي والمهني للخطاب الحسيني.

#### ثانيا: فلسفة الإعلام:

يعد الاعلام بفلسفته الواسعة وبوسائله المتطورة اقوى أدوات الاتصال العصرية ، التي تعين المواطن على معايشة عصره ، والتفاعل معه ، ويؤدي الاعلام بوسائله المنتشرة ، دور كبير في طرح منجزات الحضارة والثقافة بما تحمل من قيم مختلفة علمية وعملية وتوصيلها إلى كافة قطاعات ومستويات الجماهير ، والنفاد بذلك الى العقل والوجدان والتأثير فيهما<sup>(1)</sup>.

ويرى هايرولد ادامز Harold.Adams ان وسائل الاعلام الموجودة في المجتمع تؤثر تأثيراً قوياً في أشكال التنظيم الاجتماعي ، وهذا يعني تحكم وسائل الاعلام في أنواع التجمعات الإنسانية التي تنشأ في أي حقبة ، عن معرفة الناس ، بأنفسهم وغيرهم ، فان التحكم بهذه الاتصالات يتضمن التحكم في كل الشعور والتنظيم الاجتماعي<sup>(2)</sup>.

ويتم الركون إلى الاتصال الاجتماعي كلما دعت الحاجة إلى البحث عن تغير لفائدة اصلاح المجتمع ككل وتلافي نقص أو تمرير مفهوم ، وقد يكون كذلك مكافحة الأمراض الاجتماعية وتنمية القيم الأساسية فالاتصال الاجتماعي تركز بالخصوص على النتائج في المرتبة عن التأثير المرتبط بالإقناع وهو ضروري بالنسبة إلى التطور الفردي والجماعي<sup>(3)</sup>.

لقد ظن البعض خطأ إن اعلام عصر المعلومات ما هو إلا مجرد طغيان الوسيط الإلكتروني على باقي وسائل الاتصال الأخرى ، لكنه في الحقيقة الاهم هو طبيعة الرسائل التي تتدفق من خلال ذلك الوسيط الاتصالي الجيد وسرعة تدفقها وطرق توزيعها واستيعابها<sup>(٤)</sup> .

وإذا كان الحديث عن عولمة الاعلام اليوم ، التي ينظر إليها البعض على أنها النتيجة الحتمية للثورة الاتصالية والتطور المذهل في وسائل الاتصال<sup>(٥)</sup> ، فان هناك نزوحاً عالمياً جلياً نحو تمركز القوة في شبكة القوى اللينة والتمكن من انتاج المعرفة والتخصص والتقنية<sup>(٦)</sup> .

فالالاتصال يحدث لجميع الناس ولعل قدرته على التعبير هي ابراز ما يميز الإنسان ، ومنذ العصور الأولى وهذه الميزة ، عندما ابتكر الانسان رموزاً صوتية ليصل بواسطتها بالآخرين وعندما تكلم الإنسان تحققت الثورة الاتصالية الأولى في مجال الاتصال الانساني، وعند اختراعه الكتابة على الطين اللين كان بثورته الثانية التي حفظت الواحه الفكر السياسي والاجتماعي والفلسفي في مراحلها الأولى ، ولكنها لم تكف محل مشاكل الإنسان لذا استغرق عصر الحديث والكتابة معظم التاريخ البشري ، وكانت الفردية الاتصالية ، هي سمة طابع الاتصال عبر هذا العمر الطويل<sup>(٧)</sup> .

لقد ظهر المصطلح الفردي للاتصال Communication ليشير إلى معنى المشاركة ، وهو عملية اجتماعية فما زال الاتصال أصلاً واحداً من أهم الروابط فيما بين الأفراد وبيئتهم الاجتماعية بواسطته يتبادل الإنسان خبراته وتجاربه ويعبر عن مشاعره وأحاسيسه وأفكاره للآخرين ولا يمكن تجاهل الظاهرة الاتصالية باعتبارها بمثابة مركبة أو وسيلة ترحل من خلالها وبواسطتها عمليات التفاعل في المجتمع<sup>(٨)</sup> .

وفيما يذهب دينز ماكويل Denis Macual ، إلى أن الظاهرة الاتصالية لا تعدو كونها ممثلاً لأي عملية اجتماعية ، فالالاتصال يجسد أي شكل من اشكال المحاربة الاجتماعية في مجتمع الإنسان من خلال أساليب التعبير والرموز التي يوظفها افراد المجتمع في بنائهم لأدوار والرسائل<sup>(٩)</sup> .

يجب أن نفكر بطريقة كونية ونتصرف بطريقة محلية أن كفاءة الأداء العلمي لمجتمع تقاس بمدى شفافيته المعلوماتية أي مدى فاعلية التواصل المعلوماتي بين مؤسساته وأفراده ونوعية الخطابات التي تسري فيه ، وسرعة انسيابها والمعرفة في مجتمع ما بعد الحداثة<sup>(١٠)</sup> .

ان الثورة الهائلة التي شهدتها مجال تقنية المعلومات وتقنيات الاتصال اقتضت ظهور قيم جديدة في مجال تبادل المعلومات وتداولها ، وهي تؤكد ان جهتها تحقق ديمقراطية الوصول إلى المعلومات على مستوى الاعلام ، وانتاجها واعادة انتاجها ، فلم تعد مسألة التصرف بالمعلومات ، مختصة بالنخبة ( موت النخبة ) .

في هذا السياق يوجد تدفق معلوماتي ومعرفي واتصالي هائل ، مدونات سياسية تكنولوجية ، اجتماعية ، سياسية ، تعليمية ، وترفيهية ، وفلسفية ، وصحية ، أدبية ورياضية ، ومدونات حول الأرياء والأفلام والسيارات والألعاب الإلكترونية بالإضافة إلى المدونات المتخصصة في نشر الإعلانات ومدونات عامة ومدونات خاصة مرتبطة بالشركات أو غيرها ، وهناك مدونات بشركات العلاقات العامة مواقع خاصة بصناعة المدونات نفسها .

ثالثاً: الخطاب الحسيني ضرورة والممكنات:

- ضرورة الإعلام الحسيني:

١- ان الفضائيات العربية على تنوعها ،ومهما تكن الاختلافات التي تحكمها ، والغايات والأهداف التي تعمل من اجلها،فان في معظمها وقفت على تخوم التفكير للثقافة التقليدية السائدة،سواء كان اقتصاديا أو سياسيا أو اجتماعيا أو دينيا أو فنيا.وأصبحت تعمل في فراغ أخلاقي ،ونتج عن ذلك فقدان الحس التاريخي والانسلاخ عن البيئة.<sup>(١١)</sup>

٢- أضحى عصر المحطات الفضائية ،يعني أساليب حياة جديدة،وقيم أخرى، تستمد من مقتضيات التكنولوجيا الجديدة ومن تصور صانعيها،فهي تستهدف جعل المشاهد انسانا سلبيا جانحا للاستسلام، فضلا عن ظهور معتقدات متطايرة غير ثابتة،وخلق وضع تصبح فيه المشاعر الذاتية أكثر أهمية من الالتزام الجماعي بأي مشروع للنشاط أو التنظيم الاجتماعي، فقد اكدت دراسة أكاديمية ان البرامج الفضائية ساهمت في تعميق الانحراف الاجتماعي ، وتدمير قيم الشباب الايجابية وهويتهم الثقافية.<sup>(١٢)</sup>

٣- كشفت البحوث والدراسات ان ما يسجل من سلبيات على الفضائيات الأجنبية ما يلي:خلق الاضطراب الاجتماعي وعدم الاستقرار في العلاقات الاجتماعية التقليدية،إشاعة ثقافة الاستهلاك،تكريس وترسيخ ثقافة الاختراق عن طرق:تعزيز الهيمنة والتبعية للدول المتقدمة ،فرض النموذج الثقافي الأمريكي،القضاء على التنوع الثقافي في المجتمعات<sup>(١٣)</sup>.

٤- شيوع ثقافة الترفيه:تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية المركز الدولي الأول لإنتاج وتصدير البرامج الإذاعية سيما المرئية لمعظم دول العالم ،كما تعتبر جمهورية مصر العربية لإنتاج وتصدير المواد التلفازية إلى جميع دول الشرق الأوسط ،خاصة الدول العربية،وبالنسبة لدول الكتلة الشرقية تأتي روسيا على رأس قائمة الدول المنتجة والموزعة للبرامج الإذاعية التي توزع على دول إفريقيا الوسطى وأمريكا الجنوبية،وتتسم هذه البرامج بطغيان السمة الترفيهية عليها،فمثلا ان ثلاثة أرباع التي تصدرها الولايات المتحدة الأمريكية وتلثي البرامج التي تصدرها انجلترا كلها من البرامج الترفيهية،ويرجع سبب ذلك في المقام الأول الى عدم إقبال الدول على استيراد البرامج التي تدور حول الموضوعات السياسية والدعائية والإيديولوجية، أضف إلى ذلك ان نسبة البرامج الترفيهية التي تنتجها الدول المصدرة تفوق بكثير نسبة البرامج الأخرى ،كما هو الحال في الولايات المتحدة وكندا ومصر والمكسيك وغيرها<sup>(١٤)</sup>،كما ان المتلقي العربي أخذت تغلب على تعرضه السمة الترفيهية ،وقد اكدت هذه الحقيقة دراسات واستطلاعات عديدة على المتلقي العربي.<sup>(١٥)</sup>

٥- التأثيرات السلبية لشبكة الانترنت والتي لخصتها الدراسات بما يلي:الإدمان والعزلة النفسية والاجتماعية،العلاقات العاطفية عن بعد ،والاغتراب والعولمة الثقافية والإعلامية.<sup>(١٦)</sup>

٦- إعلامنا الإسلامي مازال غائبا،ولا زال المسلمون يفتقدون إلى الوسائل الإعلامية الكافية والفاعلة والتي تتناسب مع روح العصر، فمن بين الكم الهائل من القنوات تشكل القنوات الشيعية ما نسبته اقل من

٢٠٢% فقط، وفي دراسة أخرى أجريت حول المحتوى الثقافي للقنوات العربية، حيث أجريت على خمسة من كبار القنوات الفضائية، فكانت النتائج ان هناك ما نسبته ١% فقط محتوى ثقافي، وبذلك فان مع الكم الهائل من القنوات الفضائية التي تبث أنواع اللهو والمتعة يزداد النقص الملقى على العاملين في الفضائيات الدينية والإعلام الحسيني، فواقعنا دون مستوى الطموح الذي ننشده، خاصة اذا أخذنا بعين الاعتبار حجم الرسالة السماوية التي جاء بها النبي (ص)، وبلغها من بعده، الأئمة الأطهار. (١٧)

٧- شيوع الخطاب الدعائي الديني التحريضي الذي أسهم في تضليل الرأي العام العربي والعالمى عبر تقديم معلومات ورؤى مضللة.

### - إمكانات الإعلام الحسيني:

- ١- حيز الحرية النسبية التي يتمتع بها الإعلام العربي في ظل العولمة الاتصالية التي تسببت (في انهيار السيادة القومية للأعلام في ظل انهيار المفاهيم التقليدية) (١٨) التي كانت سائدة في القرن الماضي، والتي كان من بين نتائجها التغيرات في بعض الأنظمة السياسية العربية في بدايات الألفية الثالثة.
- ٢- ان لوسائل الإعلام والاتصال قدرة ليس فقط على تشكيل الرأي العام، وعلى ان تلعب دورا في تشكيل المواقف (١٩) ولا سيما في مستهل هذه الألفية التي أصبحت فيه (القضايا المحلية ذات طابع عالمي، والقضايا العالمية تضغط على الدول القومية، والتداخل بينهما أصبح حتميا وواقعا وملموسا) (٢٠).
- ٣- استثمار ايجابيات الانترنت في تعميق الوعي الديني عبر مختلف فنون الإعلام والاتصال، ولاسيما من بين ما يتعرض بشكل اكبر شريحتين مهمتين (المراهقين وكبار السن الذين ما يزالون يعملون في الاطلاع والبحث) (٢١)، وان الإحصائيات تشير حسب موقع بينفدوم ٢٠٠٩ (٢٢) يوجد على شبكة الانترنت ٢٤٣ مليون موقع، وعدد المدونات وصل الى ١٢٦ مليون مدونة، وعدد الصور التي حفظها فليكر ٤،٢٠٠٩ مليون صورة، وعدد الصور التي حفظت شهريا في فيسبوك مليار ونصف المليار صور، عدد الصور التي تم حفظها في فليكر في أكتوبر ٢٠٠٩: ٤ مليارات صورة، وعدد الصور التي يتم حفظها شهريا في فيسبوك: ملياران ونصف المليار صورة، وعدد مقاطع الفيديو التي تتم مشاهدتها يوميا في يوتيوب حول العالم: مليار مقطع، وعدد مقاطع الفيديو التي تتم مشاهدتها شهريا في يوتيوب في الولايات المتحدة الأمريكية: ١٢ مليار و ٢٠٠ مليون مقطع، وعدد مقاطع الفيديو التي تتم مشاهدتها شهريا في "هولو" في الولايات المتحدة الأمريكية: ٩٢٤ مليون مقطع، معدل عدد مقاطع الفيديو التي يراها المستخدم الواحد في الولايات المتحدة الأمريكية لكل شهر: ١٨٢ مقطع، ٨١,٩% من مقاطع الفيديو المدرجة في المدونات محفوظة في موقع يوتيوب. وبذلك يمكن استثمار هذه المواقع في تعزيز انتشار مبادئ وسمات الثورة الحسينية عبر خلق الوعي لدى فئات المجتمع سيما الشباب منهم، واستثمار صحافة المواطن وكذلك الإعلام الشعبي.
- ٤- خلق أواصر التعاون محليا وعربيا ودوليا من اجل مواجهة الجرائم المعلوماتية بمواقع معلوماتية تحترم خصوصية الإنسانية وتستميلها عقليا وعاطفيا، وتبتعد عن إثارتها غرائزيا، في توضيح معالم الرسالة

- الإسلامية. وكذلك التعاون (مع العديد من المنظمات المتخصصة في محاربة الجرائم الانترنيتية بمختلف أنواعها) (٢٣) سيما التي تخاطب الإنسان غرائزيا، وتسيء للحضارة الإسلامية.
- ٥- تشير الدراسات إلى تراجع مكانة القراءة كمدخل للثقافة بشكل مثير فمعدل قراءة المواطن العربي تقدر بربع صفحة من كتاب واحد في السنة، كما تددت قراءة الصحف بشكل مثير، فقد بينت إحدى الدراسات ان معظم الطلبة لا يقرؤون الصحف مطلقا، في حين بلغ ساعات الجلوس أمام التلفاز ٦ ساعات يوميا، (٢٤) وبذلك يمكن توظيف الفضائيات الدينية والفضائيات التي تعد مرجعيات للإعلام العربي وأخذت صفة العالمية، والتي يعتمد عليها أدوات إعلام الدول المتقدمة في التعريف بالقضايا والإحداث التي تهتم العالم الإسلامي وإشاعة النموذج الإسلامي الحقيقي المستمد من القرآن والسنة وأخلاق الأئمة الأطهار، بعدما شوه وألصقت به صفات لا تمس له بصله عبر مختلف فنون الاتصال والإعلام .
- ٦- مع ان اللغة العربية استحوذت على ٢,٥% من مستخدمي الانترنت الا انها في حالة تنامي مستمر (٢٥)، مما يشير إلى إمكانية تحقيق التأثير في مجال الاتصال الفضائي.
- ٧- الجاليات العربية والإسلامية في مختلف دول العالم عملت على التعريف بالظاهرة الحسينية سيما في شهر عاشوراء، وهذا من مسببات انتشار الظاهرة الحسينية.
- ٨- السمة الغالبة على الظاهرة الحسينية انها فطرية وعفوية وهذا سر ديمومتها، وتحول المشارك فيها إلى قائم بالاتصال، ويمكن نطلق إعلاميا على الظاهرة الحسينية اتصال المواطن، وتجلى اغلب دور الفضائيات وسائر وسائل الإعلام على مجرد نقل وقائع هذه الظاهرة الاتصالية.
- ٩- استخدمت الظاهرة الحسينية للتعريف بها مختلف وسائل الاتصال وبكافة مستوياته، مع طغيان اللافتة والبوستر والخطاب الديني والأقراص التسجيلية على بقية الوسائل الاتصالية.
- ١٠- الاعلام الحسيني يستمد في ايصال مبادئ الظاهرة الحسينية ومبادئ الدين الاسلامي بفن الاعلام والدعوة وهي ارقى انماط الاتصال من ناحية المصداقية والدقة، كما هي له التراث الديني ذخيرة وافرة من الاستمالات العقلية والعاطفية.

#### رابعا : تحديات الخطاب الحسيني:

يدخل الخطاب الحسيني في جميع مفاصل العمليات الاعلامية، التي تستدعي بناء خطاب ديني على اعتبار ان الموضوع الحسيني انما يكتسب شرعيته من الخطاب الإسلامي الذي دعا اليه الامام الحسين كأحد رموز الاسلام التي وضعت الدين في معركتها ضد اعدائها، وعليه فان معركة الحسين كانت مجسدة للكثير من القيم والمآثر ولان الموضوع الحسيني بدا يستثمر جميع الفنون الاتصالية وعلى كافة مستويات الاتصال، الا ان الباحثان يؤشران الاتي:-

١. غلبة الخطاب العاطفي والوعظي على المنهج العقلي التحليلي .
٢. غلبة الخطاب المباشر على الرسائل الايحائية.
٣. قلة انتاج البرامج النوعية التي تجسد الموضوع الحسيني، وعلى كافة اشكال البرامج.

٤. ضعف عام في البرامج التسجيلية.

٥. هيمنة التفكير المحلي على الكوني بأرسال رسال غير فعالة، ومثيرة للتساؤل وخاصة على الصعيد الفكرية والتاريخية، مما يخلق مناخ متشكك ويسبب عدم الرجوع الى مصدرية التاريخ الموضوعي للخطاب الإعلامي المعلن.

٦. غياب الاعلام الإخباري على مستوى الفضائيات الناطقة والمتخصصة بموضوع الحسين (ع).

٧. لم تتجح الفضائيات المتخصصة بالموضوع الحسيني غير الاهتمام بصنف واحد وهو الاتصال الجماهيري عبر الفضائيات، واعتماد اسلوب المحاضرة للعديد من الخطباء وعلى اختلاف مستوياتهم الاقناعية .

٨. غياب تحديد اولويات الجمهور المستهدف بالطرق العلمية .

#### خامسا: نموذج الخطاب الحسيني المعولم:

لقد وضع الباحثون الكثير من التنظيرات حول اهمية التوظيف العلمي لكل لكل ما يتعلق بأبعاد العملية الاتصالية ( المصدر ، القائم بالاتصال ، الرسالة ، الوسيلة ، الجمهور ، التغذية الراجعة ) ، ومؤثرات البيئات الاتصالية ، من اجل الحصول على نتائج التأثير المستهدف بالجمهور المفترض .

وبذلك فان النموذج المتصور في التوظيف العلمي للخطاب الحسيني المفترض لابد من ن ينهل من ادبيات الاتصال والاعلام كل الاشتراطات والمسلمات والنظريات المتعلقة بكل ابعاد العملية الاتصالية بما يضمن من تحقيق الاهداف والغايات لمخطط لها.

وما دمنا نعيش في مجتمع افتراضي عالمي نذهب الى ضرورة قيام الخطاب الحسيني بالانفتاح على جميع الخطابات الدينية والثقافية، وتحقيق التواصل مجتمعيا مع شرائح المستفيدين من الافراد المنتشرين في العالم عبر استثمار إمكانات بيئة الاعلام التقليدي والبدلي واستخدام لغات متعددة ، والاسهام في تغيير الصورة الذهنية والنمطية السلبية عن الاسلام ، وفي تحقيق الاحتياجات المهمة المتعلقة بشرائح المجتمع في كل مجالات الحياة وتعزيز المواطنة الصالحة ، مما سيؤدي الى زيادة اعتمادية الجمهور على هذا الخطاب .



- (١) عزيز عبدة ، الاعلام السياسي والرأي العام ، دراسة في ترتيب الأولويات ط١ ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٤م ، ص٣٨.
- (٢) نفس المصدر السابق ، ص٩٠.
- (٣) ميشال لوفال : الاعلام الاجتماعي ، ترجمة : صالح بن خليفة ، تونس: مطبعة المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ١٩٩٣م ، ص٩.
- (٤) نبيل علي : الثقافة العربية وعصر المعلومات ، الكويت: سلسلة عالم المعرفة ، ١٩٨٧م ، ص٢١٤.
- (٥) د. محمد نصر مهنة : في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية ، القاهرة : المكتبة الجامعية ، ٢٠٠٣م ، ص١٨.
- (٦) جوزيف . أ. كاميليري : ازمة الحضارة ، افاق إنسانية في عالم متغير ، ترجمة: فيصل السامر ، منشورات وزارة الثقافة ، بغداد: دار الشؤون الثقافية ، ١٩٨٤، ص٦٧.
- (٧) حسن عماد مكايي ، ومحمود سليمان علم الدين : تكنولوجيا المعلومات والاتصال، القاهرة :مركز جامعة القاهرة ، التعليم المفتوح ، ٢٠٠٠م ، ص٥٩.
- (٨) عبدالله الطويرقي: صحافة المجتمع الجماهيري ، ط١ ، الرياض: مكتبة العبيكان ، ١٩٩٧م ، ص١٩.
- (٩) المصدر نفسه ، ص٢١.
- (١٠) فهد العرابي الحارثي : المعرفة قوة والحركة أيضاً ، ط١ ، مركز الدار العربية للعلوم ، بيروت ، ٢٠١٠ ، ص٣٢٧.
- (١١) نهوند القادري عيس، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكك، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ابريل ٢٠٠٨، ص٣٢٦-٣٣٩.
- (١٢) ينظر: رحيمة الطيب عيساني، العولمة الإعلامية وأثارها على مشاهدي الفضائيات الأجنبية،الأردن:عالم الكتاب الحديث،٢٠١٠،ص١١٧.
- (١٣) المصدر نفسه،ص١١٢-١٤٩.
- (١٤) مختار مفتاح السنوني، الإعلام الدولي الأسس والمفاهيم، المملكة الأردنية الهاشمية، عمان: دار زهران، ٢٠١٠، ص٤٤-٤٥.
- (١٥) للاطلاع على هذه الدراسات والاستطلاعات ينظر: حسين عبد الجبار، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، عمان : دار أسامة،٢٠٠٩،ص٣٨-٣٩.
- (١٦) ينظر: حلمي ساري خضر، ثقافة الانترنت،ط١،الأردن:دار مجدلاوي للنشر والتوزيع،٢٠٠٥،ص٢٠٠٣.وكذلك كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، التطور- الخصائص - النظريات،ط١،عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع،٢٠١٠،ص٤٣٧.
- (١٧) الشيخ ياسر الصالح، الإعلام الحسيني واقع وطموح نظرة استشرقيه لمستقبل الإعلام الحسيني، مجلة النبأ الالكترونية: متاح : <http://annabaa.org>
- (١٨) فهمي العدوي، ادارة الاعلام،ط١،عمان:دار اسامة،٢٠١٠،ص١٤٩.
- (١٩) محمد محمود ذهبية ،الإعلام المعاصر، عمان: مكتبة المجتمع العربي، ٢٠٠٩،ص٤٧.
- (٢٠) مختار مفتاح السنوني،مصدر سابق،ص٥٣.
- (٢١) فاروق خالد، الاعلام لدولي والعولمة الجديدة ، ط١، عمان :دار اسامة للنشر وتوزيع ، ٢٠٠٨، ص١٥٧.

(٢٣) فضيل دليو، الاتصال - مفاهيمه - نظرياته - وسائله، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ١٦٩.

(٢٤) حسين عبد الجبار، اتجاهات الاعلام الحديث والمعاصر، عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، مصدر سابق، ص ٣٨.

(٢٥) عزام محمد ابو الحمام، الإعلام الثقافي (جدليات وتحديات)، ط١، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ١٥٥.