

## تطور وسائل الإعلام في وقتنا الحالي

محمد أحمد اليماني<sup>1</sup> أحمد كيلاني محمد<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الجامعة الماليزية للتكنولوجيا (UTM)

بريد الكتروني: [mohammed.ahmed@icloud.com](mailto:mohammed.ahmed@icloud.com)

أستاذ مشارك/ الجامعة الماليزية للتكنولوجيا (UTM)

تاريخ القبول: 2021/06/28م

تاريخ النشر: 2021/07/01م

### المستخلص

إن الإعلام الجديد يتمثل في التطور العلمي والتكنولوجي الذي شهده العالم الذي شمل مختلف القطاعات والميادين، وأحدث تغييرات جوهرية فيها، ومن ضمنها قطاع الاتصالات والمعلومات، وغدا الحديث اليوم عن وسائل جديدة للإعلام حلت محل الوسائل التقليدية، حيث أن الأهمية القصوى التي يكتسبها الإعلام كوسيلة اتصالية دوراً مهماً على مستوى الفرد، والجماعة، والمجتمع، ويسهم في توسيع مدارك الناس. كما أنه يشد الانتباه حول قضايا محددة، وبالتالي أحدثت شبكة الإنترنت نقلة نوعية في كافة نواحي الحياة الإنسانية المعاصرة. استخدمت الدراسة العديد من المناهج للوصول إلى مشكلة الدراسة، ومن هذه المناهج المنهج الوصفي التحليلي، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: صعوبة السيطرة على وسائل الإعلام بشكل كامل، نظراً للرغبة في الحفاظ على التنوع الثقافي المنشود، وهو ما يشير إلى صعوبة إبراز القيم الإسلامية في بعض المواد الإعلامية. كما أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات منها: ضرورة الإبقاء على الرقابة من قبل الدولة على وسائل الإعلام بشكل أكبر.

## RESEARCH ARTICLE

## THE DEVELOPMENT OF THE MEDIA TODAY

Mohammed ahmed alyammahi<sup>1</sup>Ahmad Kilani Mohamed<sup>2</sup><sup>1</sup> University teknologi malaysia (UTM)Email: [mohammed.ahmmed@icloud.com](mailto:mohammed.ahmmed@icloud.com)

Assoc. Prof. University teknologi malaysia (UTM)

Published at 01/07/2021

Accepted at 28/06/2021

## Abstract

The new media is represented in the scientific and technological development that the world witnessed, which included various sectors and fields, and the most recent fundamental changes in them, including the communications and information sector. It is important at the level of the individual, group, and society, and it contributes to expanding people's perceptions. It also attracts attention on specific issues, thus the Internet has made a qualitative leap in all aspects of contemporary human life. The study used many approaches to reach the problem of the study, and one of these approaches is the descriptive analytical approach. The study reached several results, the most important of which are: The difficulty of controlling the media completely, due to the desire to preserve the desired cultural diversity, which indicates the difficulty of highlighting Islamic values in some media materials. The study also made several recommendations, including: The need to maintain more censorship by the state on the media.

## المقدمة:

يتميز الإعلام المعاصر بالكثافة والغزارة وحدة المنافسة، ويتعرض الفرد المعاصر لرسائل إعلامية أكثر من قدرته على متابعتها والاطلاع عليها وفهمها، وكذلك أكثر من الوقت الذي يستطيع أن يخصصه أي فرد للتعرض لوسائل الاتصال، وترتب على ذلك احتدام المنافسة بين تلك الوسائل، وتزداد الجهود المبذولة لتقديم الوسائل المبتكرة والمتطورة الجذابة القادرة على ان تنافس، وأن تصل وأن تؤثر. كما اتاح التطور التكنولوجي وتطبيقاته المتسارعة في مجال الاتصال للفرد المعاصر أن يبرمج تعرضه وأن يحدد خياراته، وأن ينتقي، ولم يعد بالتالي محاصراً بوسائل اتصال وطنية أو إقليمية أو دولية محددة، بل أصبح بإمكانه ان ينوع مصادره الإعلامية ويختارها بدقة، وترتب على ذلك ازدياد مهمة الوصول إلى هذا المتلقي المعاصر صعوبة وتعقيداً (السامرائي، 2018: 210).

يعد الإعلام وسيلة يتمكن بها الإنسان المبدع من إقامة نظم جديد يستعين عليها بالخيال والإلهام، وبالتالي الإعلام ليس في حد ذاته غاية، حيث يشهد العالم اليوم نمواً هائلاً في المعلومات المسجلة، ولا سيما في ميدان العلم والتكنولوجيا، وأصبح يطلق على هذه الظاهرة المتنامية "الانفجار الإعلامي"، ومع أن هذه الظاهرة اعتبرت بشكل عام مسألة تقليدية متعلقة بالمكتبات ومراكز المعلومات فإنها لم تلبث أن تجاوزت ذلك، وتحولت إلى السبب الأساس في صعوبة ملاحظة عالم سريع التطور يزداد تقدمه التكنولوجي كل يوم تعقيداً وتشابكاً، حيث أن هذا التحول ترك الآثار العميقة والكبيرة في قطاعات اجتماعية تزداد دوائرها اتساعاً كل يوم، وكان لهذا التطور العلمي دوره في ان يقسم العالم إلى دول سيده ودول خاضعة، وأوجد فجوة عميقة فيما يتعلق بإمكانيات التنمية الشاملة، وتعد الاتصالات من أهم الوسائل التي تمخض عنها العقل البشري لتحقيق تفوقه على ما حله من كائنات فبعد أن تعلم الإنسان القديم الكتابة، وبدأت الخبرات والمهارات تتراكم في حياته، ونمت لديه رغبة ملحة في تبادل الأفكار والتواصل مع الآخرين فأوجد أول أنظمة الاتصالات في العالم عبر العلاقات الاجتماعية باستخدام القرع على طبول وعبر الإشارات التي تنقل عبر الدخان أو انعكاس الضوء على قطع المرايا وباستخدام الإعلام، وغيرها من الأساليب البدائية وصولاً إلى البدايات الحقيقية لوسائل الاتصالات الحديثة المتمثلة باختراع المورس ونظم إشاراته وتطوره لاحقاً إلى الأنظمة السلكية اللاسلكية والضوئية المعرفة حالياً (السنوي، 2014: 206).

وكذلك مكن هذا التطور القوى المحلية والإقليمية والدولية من أن توجه رسائلها على مدار الساعة إلى المكان الذي تريد، وفي الوقت الذي تريد، وإلى الجمهور الذي تريد، وإلى الجمهور الذي تريد، وبغض النظر عن أية حدود جغرافية أو اعتبارات السيادة الوطنية أو التشريعات القانونية، ترتب على ذلك ضرورة تقديم رسالة إعلامية مدروسة ومناسبة (خضور، 1999).

ويزداد الإعلام المعاصر التحاماً بالقوى الفاعلة في المجتمع، وفي النظام السائد، ففي الأنظمة التعددية تعود مرجعية وسائل الاتصال المادية والفكرية والإعلامية للقوى الاقتصادية الفاعلة في المجتمع، وهذه القوى المرتبطة بالدولة وألياتها والملتحمة بها لدرجة الاندماج، وفي الأنظمة غير التعددية تعود ملكية وسائل الإعلام إلى النظام وأجهزته ومؤسساته، وهو الذي يوجد ويحدد استراتيجيات عملها، وبالتالي نرى أن المؤسسات الإعلامية - بغض

النظر عن نوعية الأنظمة ليست أكثر من مجرد أدوات وأجهزة مكرسة لخدمة الأنظمة القائمة، والمتغير الوحيد هو أشكال وأساليب هذه الخدمة، والحرفية الإعلامية المستخدمة، والمهام والوظائف المطلوب تحقيقها والقوى المطلوب خدمة مصالحها.

وانطلاقاً من الأهمية القصوى التي يكتسبها الإعلام كوسيلة اتصالية، فإنه يلعب دوراً مهماً على مستوى الفرد، والجماعة، والمجتمع، ويسهم في توسيع مدارك الناس. كما أنه يشد الانتباه حول قضايا محددة، وبالتالي صناعة مناخ ملائم للمشاريع التنموية وإنجاحها، ولهذا فإن الإعلان العالمي لحقوق الإنسان أكد على أن لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل واستثناء الأبناء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأي وسيلة كانت وذن تقيد بالحدود الجغرافية" (عبد النور، 2003).

إن المسؤولية الملقاة على عاتق الإعلام كبيرة، فهو الذي يعبر عن آمال وتطلعات أي شعب، وأن هذا التطور الهائل في تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال. يجعلنا أمام تساؤل جوهري حول إمكانية التأثير وصناعية التغيير، واعتماداً على تأثيرات هذه الوسائل من خلال استعمالها المختلفة، والاستفادة من تقنيات الإعلام الجديد في صناعة القرار ورسم السياسات. وانطلاقاً مما سبق سيتم التركيز على ثلاث محاور أساسية:

#### أهداف البحث:

1. تبيان مفهوم وسائل الإعلام وما الفرق بين وسائل الإعلام القديم والجديد.
2. التعرف على المبادئ الأخلاقية التي يجب أن يكون عليها الإعلام من المنظور الإسلامي.

#### منهجية البحث:

تقوم الدراسة بإتباع المنهج الكمي وخاصة المنهج الوصفي التحليلي. حيث يساهم المنهج الكمي وخاصة المنهج الوصفي التحليلي في تفسير الظواهر الإحصائية على صورة جداول ومنحنيات يمكن من خلال الوصول إلى تفسير منطقي لفرضيات الدراسة، كما يمكن من خلال المنهج الوصفي التحليلي القيام بتحليل أهداف الدراسة وأسئلة الدراسة بشكل واضح. وكذلك فإن المنهج الوصفي التحليلي يساهم في تفسير الظواهر والقدرة على تبسيطها في شكل إحصائي للقيام بتحقيق أهداف الدراسة. وترى إمتثال (2013) أن المنهج الوصفي التحليلي هو من أبرز المناهج المستخدمة في البحوث الكمية التي تهدف إلى التوصل إلى تحقيق فرضيات الدراسة وتحقيق أهداف الدراسة.

#### ماهية الإعلام، وأهميته، ووظائفه المختلفة:

#### الإعلام الجديد وأنواعه:

الإعلام الجديد: إن التطور العلمي والتكنولوجي الذي شهده العالم شمل مختلف القطاعات والميادين، وأحدث تغيرات جوهرية فيها، ومن ضمنها قطاع الاتصالات والمعلومات، وغدا الحديث اليوم عن وسائل جديدة للإعلام حلت محل الوسائل التقليدية، بل وقلبت مختلف معادلات هذا القطاع الحساس، وجعلت منه سلطة يحسب لها ألف حساب خاصة مع ظهور هذه الوسائل الاتصالية الجديدة التي أطلق عليها البعض اسم التكنولوجيا الجديدة

للإعلام والاتصال، والتي لها آثار عدة تشمل مجالات وتطبيقات متنوعة (السامرائي، 2018).

وظهرت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال من خلال الجمع بين الكلمة مكتوبة ومنطوقة، والصورة ساكنة ومتحركة وبين الاتصالات سلكية ولاسلكية، أرضية أو فضائية ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها وإتاحتها بالشكل المرغوب وفي الوقت المناسب والسرعة اللازمة (دليو، 2003).

وأصبح الإعلام الجديد مثل كرة الثلج المتدرجة من أعلى الجبل، كلما زادت سرعتها زاد حجمها، واليوم بدانا نلاحظ ان الإعلام الجديد ليس مجرد حيل تقنية لخلق عالم من الأوهام، بل إنها لغة فريدة وجديدة لخلق حرية الرأي والتعبير، ولو كان الفيسبوك دولة لكان رابع أكبر دولة في التعداد السكاني (Vaughan Bell. 2010).

وتعود أهمية التطور التكنولوجي في ميدان الإعلام والاتصالات، وتأثير ذلك على أفكار وعقول الناس، خاصة الأطفال منهم، وكيفية صناعة عقولهم وتشكيلها. كما ان ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتسارعة تشكل اليوم عاملاً حاسماً في قيادة التوجهات العالمية على المستويات الاقتصادية والاستراتيجية والإعلامية، مما يستدعي مواكبة هذه التحولات والمستجدات الناتجة عنها، كما أن لوسائل الإعلام دور في التأثير على صانعي القرار السياسي وتوجيهه حسب المسار الذي ترسمه موازين القوى في الساحة المحلية والإقليمية والدولية (بزوني، 2011).

لهذا فغن الجمعية العام للأمم المتحدة اليونسكو طالبا بنظام إعلامي جولي جديد يساهم على مستوى القانون الدولي في بلورة مبادئ قانونية ذات قيمة كبرى دولية كظهور جيل جديد من الحقوق وعلى رأسها: الحق في الإعلام والاتصال الناشئ على النظام الإعلامي الدولي الجديد، والحق في التنمية الناشئة عن النظام الاقتصاد الدولي (بالاست، 2004).

### أنواع الإعلام الجديد:

1. الإنترنت: لقد اختلفت موازين القوى في القرن العشرين كنتيجة لما عرفه العالم من تطور هائل في ميدان التكنولوجيا والاتصال، وفي مقمتها شبكة الإنترنت التي وجدت في الأصل لخدمة وزارة الدفاع الأمريكية، لكنها تحولت إلى استخدام عام في مختلف انحاء العالم، وقال بيل غيتس في كتابه "الطريق إلى الإمام" سيفضي الإنترنت إلى تغيير جذري في شكل العالم من حيث أوجهه المختلفة (الراعي، 2004).

إن شبكة الإنترنت احدثت نقلة نوعية في كافة نواحي الحياة الإنسانية المعاصرة. كما احدثت قدراً هائلاً من التغيير باتجاه ثورة المعلومات، إذ بفضل تكنولوجيا الاتصال تحول العالم إلى كون صغير اختصر فيه الزمان والمكان وسهل الاتصال بأي مكان في هذه الأرض المترامية الأطراف من أقصى الشرق إلى أقصى نقطة في الغرب.

كما أضاف أنه على الرغم من هذه الثورة المعلوماتية الكبيرة، إلا أن العالم ما يزال يشهد تبايناً في انتشار الإنترنت بين شماله الغني وجنوبه الفقير. حيث يكثر مستخدمين الشبكة العالمية في الدول الغنية، بينما تقل نسبة المستخدمين إلى درجة كبيرة في الدول الفقيرة، وفي هذا الإطار حاول المجتمعون في قمة المعلومات التي انعقدت

في جنيف عام 2003م، العمل على الخد من الفجوة الرقمية بين الشمال والجنوب، لكن جهودهم لم تحقق تقدماً كبيراً في هذا المجال الغني بشبكات التواصل الاجتماعي.

2. شبكات التواصل الاجتماعي: بظهور شبكات التواصل الاجتماعي كموقع اليوتيوب الذي ظهر في عام 2005م، وتحقيقه تصاعد مذهل في عالم الإنترنت لأن الجمهور تعود فقط أن يرى الفيديو المحترف ليقيم "يوتيوب" نوعاً جديداً من المحتوى لم يكن متاحاً من قبل، فظهر إقبال خرافي من الجمهور على تحميل لقطات الفيديو بكل أنواعها، الأمر الذي حول "يوتيوب" إلى متنفس للجمهور بما في ذلك المتنفس السياسي للقطات التي لا تظهر على شبكات التلفزيون، وغداً للفيديو القصير قيمته الأساسية مقابل المادة التلفزيونية الطويلة التي تستغرق نصف ساعة أو أكثر على شاشة التلفزيون، هذا النجاح دفع "اليوتيوب" إلى شراء شركة متخصصة في الفيديوهات القصيرة اسمها Next New Networks التي حققت فيديوهاتها القصيرة نجاحاً مذهلاً وصل إلى ملياري زيارة شهرياً.

كما لا يمكننا إعمال المبادرات العديدة في مجال الإعلام الرقمي على الموبايل والألواح الإلكترونية (مثل i-Pad) والتلفزيون المرتبط بالإنترنت Connected TV الفيس بوك، التويتير وغير ذلك، والتي تحتاج إلى محتوى قصير ومحترف يمنحها القدرة على الجذب ومنافسة شبكات التلفزيون التقليدية.

3. الصحافة الإلكترونية: هذا التطور التكنولوجي الجديد فتح آفاقاً جديدة للنشر الصحفي، وأصبحت الصحف والمجلات تبحث عن إيجاد مواقع إلكترونية لها بغية الوصول إلى شريحة أوسع من القراء، وجمهور بعيد في المكان، فظهرت العديد من المواقع الضخمة التي هي أشبه بالبوابات الشاملة تتميز خدماتها بالتنوع والشمول، فلا تقتصر على تقديم الأخبار فحسب بل تقدم عدد من الخدمات الأخرى، كالتقاسم الساخنة، ولمنتديات المتنوعة، والخدمات المرئية والصوتية، وتحميل الأغاني والأفلام وغير ذلك.

وعلى الرغم من حداثة التجربة إلا أن الصحف الإلكترونية تكتسي أهمية من حيث عامل الوقت، فتحديثها مستمر على مدار الساعة في حين أن الصحافة المطبوعة ومواقعها الإلكترونية تحديثها يتم كل أربعة وعشرين ساعة، الأمر الذي يجعل الصحافة الإلكترونية تحرق الأخبار كما يقال أو تجعلها عديمة الفائدة في الجرائد المطبوعة، فتصبح عبارة عن أحرف تملأ بها المساحات، حيث أن العوامل التي تؤثر على الإعلام الورقي أو الصحافة المكتوبة تتمثل في الآتي:

تزايد سلطة الإنترنت.

انخفاض في الميزانيات الإعلانية للصحف التقليدية واتجاهها نحو وسائل الإعلام الإلكترونية.

عدم اهتمام جمهور الشباب بالمطبوع.

تغير في أنماط التفكير والقراءة لدة مجتمع المعرفة.

انتصار ثقافة الحصول المجاني على كل شيء.

### العوامل الرئيسية للإعلام الجديد:

وراء ظاهرة الإعلام الجديد عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها نحو الآتي (شيخاني، 2010).

1. العامل التقني: المتمثل في التقدم العائل في تكنولوجيا الحاسوب وتجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات، ولا سيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الإنترنت التي تشكل حالياً وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية.

وانعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام: صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعيها ومتلقيها، فقد انكمش العالم مكاناً وزماناً وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي ان تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي، وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي، والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.

2. العامل الاقتصادي: المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدروه الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يوماً بعد يوم.

ويمكن القول إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفزيونية من جانب آخر.

3. العامل السياسي: المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات.

وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقة، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جداً، وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية.

ارتكزت أساليب التحليل الوظيفي للإعلام والاتصال على دراسة طبيعته ودوره وكيفية تأثيره في المجتمع والأفراد على السواء، وكانت هذه الدراسات تستهدف إبراز كيفية تأثير المجتمع كنظام في الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام والاتصال وأساليبها الموجهة، وغالباً ما تطرح وظائف الإعلام على نحو جزئي في حين يتسع دورها طبقاً للوظائف التي تؤديها أو تستطيع تأديتها.

وحدد هارولد لاسويل ثلاث وظائف رئيسة للإعلام هي على النحو التالي (دليو، 1998).

مراقبة البيئة: وتعني تجميع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالبيئة سواء في خارج المجتمع أو داخله، وهي ما تسمى بوظيفة الإخبار، أي تكون الإخبار في متناول الجميع، وبهذه الوظيفة يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة، وتسهيل عملية اتخاذ القرارات.

وتعتبر الوظيفة الإخبارية من جمع وتخزين ومعالجة ونشر مختلف المعلومات من أهم وظائف وسائل الإعلام والاتصال، حيث يبين أحد الأبحاث التي أجريت في الولايات المتحدة على عينة من البالغين، والتي انطلقت من السؤال الآتي: من أين تحصل على المعلومات حول ما يجري في العالم؟ تبين أن 95% من المستجوبين يحصلون على معارفهم عبر وسائل الإعلام، وقد تبين 64% منهم التلفزيون على وجه الخصوص.

الترابط: وتعني التحليل والتفسير والتعليق على الأحداث في البيئة وتوجيه السلوك كرد فعل لهذه الأحداث، فالإتصال هو الذي يوجه الرأي العام، وبدون الرأي العام لا يستطيع الحكومات أداء مهامها في المجتمعات الديمقراطية، ولذلك فمن الضروري وجود قدر من الإجماع أو الترابط في المجتمع تجاه القضايا الأساسية، ولا يمكن لهذا الترابط أو الإجماع ان يتحقق بدون اختيار وتقييم وتفسير الأنباء بواسطة وسائل الإعلام مع التركيز على ما هو أكثر أهمية في المجتمع.

نقل التراث الاجتماعي: يعتمد التراث الثقافي أساساً على توصيل المعلومات والقيم والمعايير من جيل إلى آخر ومن أعضاء في الجماعة إلى أعضاء جدد انضموا إليها، وهو ما يعرف بالنشاط التعليمي، وهذا النشاط الآن في العصر الحديث أصبح ضمن مهام مختلف التكنولوجيا الحديثة في الإعلام، ويقوم هذا النشاط بتوجيه المجتمع عن طريق إعطائه قاعدة أوسع من القواعد الشائعة والقيم والخبرات الجماعية التي يتقاسمها أعضاء المجتمع.

وبشكل عام فإن وسائل الاتصال الجماهيري تقوم بعمليات إعلامية لا تخرج عن إطار (عبد الرزاق، 2011).

توفير المعلومات عن الأوضاع المحيطة بأفراد المجتمع.

الإسهام في نقل التراث الثقافي عبر الأجيال، والإسهام في تنشئة الأجيال الجديدة، وصهر الوافدين الجدد في المجتمع الوافدين إليه.

الترفيه عن الجماهير وتخفيف اعباء حياتهم.

واخيراً يمكن القول أن الإعلام الإلكتروني أصبح واقعاً إعلامياً جديداً بكل المقاييس حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمنية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفوذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فرواق.



**الخاتمة:**

استعرضت الدراسة أهم الاهداف بالدراسة وهي تبيان مفهوم وسائل الإعلام وما الفرق بين وسائل الإعلام القديم والجديد والتعرف على المبادئ الأخلاقية التي يجب أن يكون عليها الإعلام من المنظور الإسلامي. وذكرت منهجية الدراسة وهي المنهج الكمي وخاصة المنهج الوصفي التحليلي وتطرقت الدراسة ماهية الإعلام وأهميته ووظائفه المختلفة.

**المصادر والمراجع:****المراجع العربية :**

بالاست، غريغ، (2004)، أفضل ديمقراطية يستطيع المال شراءها، مركز التعريب والترجمة، الطبعة الأولى، الدار العربية للعلوم، بيروت.

بزوني، عبد العزيز طرا، (2011)، حقيقة الإعلام الجديد في الربيع العربي ومستقبله، مجلة عدد (28)، أكتوبر. خضور، أديب، (1999)، الإعلام والأزمات، الطبعة الأولى، المكتبة الإعلامية للنشر، دمشق، سوريا. دليو، فصيل، (1998)، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر. الراعي، السفير عبد الله محمد، (2004)، سيادة الدولة والعولمة، في صحيفة رواسي، العدد (1330)، متاح على: [www.26/09/2004.net/newsweekarticle32942](http://www.26/09/2004.net/newsweekarticle32942).

السامرائي، هيثم عبد الرحمن احمد، (2018). دور الإعلام في صناعة الرأي العام، شؤون اجتماعية، مجلد (35)، العدد (137)، جمعية الاجتماعيين في الشارقة.

السنوي، معتصم ذكي، (2014)، التحديات الجديدة في عصر الاتصالات الحديثة، شؤون عربية، العدد (157)، جامعة الدول العربية-الأمانة العامة.

شيخاني، سميرة، (2010)، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد (26)، العدد (1). عبد الرزاق، انتصار إبراهيم، (2011)، الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد.

عبد النور، ناجي، (2003)، مدخل إلى علم السياسة، دار النشر للعلوم والتوزيع.

**المراجع الأجنبية**

Vaughan Bell, (2010) A history of media technology scares, from the printing press to Face book (Washington: Slate Group, Feb. 15).

NTIC: New Technologies of Information and Communications.

**التقارير:**

تقرير منظمة اليونسكو: اجتماع الخبراء في حقل السياسات الإعلامية والتخطيط، باريس 7 كانون الأول/ ديسمبر 1972م.