عروض مختصرة

إعداد: أسماء حسين ملكاوي

١. **صورة اللغة العربية في وسائل الإعلام والاتّصال**، فريق العمل في مشروع الرصد اللغوي الإعلامي، عمّان: اللجنة الوطنية الأردنية للنهوض باللغة العربية (بلسان عربي مبين)، ٢٠١٥م، ٤٦٨ صفحة.

الكتاب رصد لواقع المادة اللغوية في مختلف وسائل الإعلام الوطنية في الأردن، وقام بتحليل بياناتها تحليلاً إحصائياً، واستخلاص النتائج وإيجاد الحلول من أجل التطوير وقد درس الكتاب علاقة كل من: المدونات، والمواقع الإلكترونية، والقنوات الفضائية، والإذاعات العربية، والصحف اليومية والأسبوعية، فضلاً عن دور السينما والمسرح، باللغة العربية، مع التركيز على طريقة تقديم اللغة العربية عبر هذه الوسائل، والأخطاء اللغوية ومصادرها، والأسباب المؤدية إلى ظهورها واستمرارها. وأكّد الكتاب على ضرورة القيام بالرصد اللغوي المستمر لوسائل الإعلام العربية، وأن تتبنى جامعة الدول العربية هذا الأمر وتلحقه بضرورة إنشاء وكالة أنباء عربية تعنى بنشر الأخبار وترجمتها. وذلك كله ضمن جهود تطوير مشروع عربي للنهوض باللغة العربية.

٢. **الإعلام الفضائي الدولي والعربي: النشأة التطورية وصناعة الأخبار**، محمد أحمد فياض، الإمارات: دار الخليج للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م، ١٩٧ صفحة.

كتاب اتصالي يزاوج بين المنهج والأسلوب، فهو يصلح لخدمة الإعلامي المتخصص، كما يصلح كتاباً منهجياً لأقسام الإعلام وكلياته. في الكتاب تسعة فصول؛ تناولت موضوعات التلفزيون، والاتصالات الفضائية، ومنظمات الأقمار الصناعية، وشبكات التبادل الإخباري التلفزيونية الدولية والإقليمية، ونشأة وتطور البث التلفزيوني المباشر وتطوره، والقنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية الوافدة إلى العالم العربي، وواقع الإرسال والاستقبال التلفزيوني الفضائي العربي، والتجربة المصرية في مجال استخدام الأقمار الصناعية والبث الفضائي، والقناة الفضائية المصرية الأولى وصناعة الأخبار فيها.

٣. **الشائعات ودور وسائل الإعلام في عصر المعلومات**، هباس رجاء الحربي، عمّان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م، ١٩٢ صفحة.

كتاب يهتم بدراسة الإشاعة وعلاقتها بوسائل الإعلام الحديثة. فيه سبعة فصول؛ عناوينها: دور وتأثير وسائل الإعلام، والرأي العام وتكوّنه، والإشاعة: تعريفها ومصادرها وأنواعها، ومراحل الإشاعة وطرق مواجهتها، والمعلومات في عصر المعلومات وأهميتها، والآثار الاقتصادية المحتملة لانتشار الشائعات، والإعلام الدولي والإشاعة.

٤. **الإعلام الإسلامي والتحديات المستقبلية**، محمد عمارة، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، ط١، ٢٠١٢م، ١٢٨ صفحة.

يعتقد محمد عمارة أن الإعلام الحالي الذي أصبح في موقع سلطوي أكثر تقدماً، يسهم في خلق وعي زائف لدى الإنسان العربي والمسلم، الأمر الذي يتطلب ظهور إعلام إسلامي يقدم رسالة أكثر أخلاقية، ويكون إعلاماً مستقلاً، يعيد الاعتبار إلى الإنسان بأبعاده الروحية والعقلية والمادية. ويرتبط هذا بضرورة حسم الموقف الإسلامي من العديد من القضايا؛ مثل الموقف من الصورة، والفن التشكيلي، والموسيقى. ويطرح الكتاب مجموعة من الأسئلة تتعلق بوجود الإعلام الإسلامي، هل تحددت ملامحه أو أنه ما زال في طور النمو والتجربة؟ وأهم التحديات التي تواجهه، والضوابط والمعايير التي يلتزم بها، فضلاً عن نوعية الخطاب الذي يجب أن يهتم به، هل يكون خطاباً وعظياً أو تحليلياً؟ وهل يكون خطاباً مباشراً إيحائياً أو درامياً؟

5. *Media Today: Mass Communication in a Converging World*, Joseph Turow, october 31, 2013, UK-Routledge, 5 edition, 438 pages.

عنوان الكتاب بالعربية: **الإعلام اليوم: الاتصال الجماهيري في عالم متقارب**. جوزيف تورو هو أستاذ الاتصال في جامعة بنسلفانيا، والكتاب مجموعة من الأسئلة حول صناعة الإعلام، بكل وسائله، وكيف يتم إنتاج محتوياته، ونقلها إلى الجمهور، وما هو الدور الذي تؤديه الحكومات في هذه العملية؟ وقدّم الكتاب إجاباته من خلال قسمين: الأول بعنوان: طبيعة الأعمال الإعلامية، وفيه أربعة فصول عناوينها: فهم الإعلام

الجماهيري، والتقارب وأهمية الأدبيات الإعلامية، والوعي بأهمية البحوث حول أثر الإعلام وثقافة الإعلام، والأعمال الإعلامية وتمويل وتشكيل الإعلام: الإعلان، العلاقات العامة، تسويق الاتصالات. أما القسم الثاني فيحمل عنوان: صناعات الإعلام، وفيه عدة فصول حول صناعة الإنترنت، والكتب، والصحف، والموسيقى، والمجلات، والراديو، والتلفاز، والسينما، وألعاب الفيديو.

6. *The App Generation: How Today's Youth Navigate Identity, Intimacy, and Imagination in a Digital World*, by Howard Gardner and Katie Davis, Yale University Press; Reprint edition (September 30, 2014), 272 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **جيل التطبيقات: كيف يبحر شباب اليوم عبر مسائل الهوية، والعلاقات الحميمة، والخيال في عالم رقمي**. يقدم المؤلفان تحليلاً لواقع الجيل الحالي من الشباب المنغمسين بتطبيقات الإعلام الرقمي، وكيف تغيرت حياتهم مقارنة بالأجيال السابقة، ومن الواضح أن المؤلفين يشعران بالقلق حيال ثلاثة مجالات حيوية لحياة المراهقين هي: الهوية، والعلاقات الحميمة، والخيال. ومن خلال البحوث المبتكرة، المستندة إلى المقابلات والمجموعات المحورية، والمقارنات، استطاع الباحثان الكشف عن عيوب التطبيقات الرقمية وإيجابياتها. ويرى الباحثان أن قوة التطبيقات يمكن أن تكون نقطة انطلاق لمزيد من الإبداع والطموح الأعلى. في الكتاب مقدمة وستة فصول هي: حديث حول التقنية، وتفريغ الأجيال: من البيولوجيا إلى الثقافة إلى التقنية، والهوية الشخصية في عصر التطبيقات، والتطبيقات والعلاقات الحميمية، وأفعال الخيال والتطبيقات بين شباب اليوم، وخاتمة: تحدثت عن ما بعد جيل التطبيقات.

7. *Mass Media, Communication and Communion: A Christian Vision of Social Communication*, Jorge Benson, USA: CreateSpace Independent Publishing Platform (July 7, 2014), 132 pages.

عنوان الكتاب بالعربية: **وسائل الإعلام والاتصال والتواصل: رؤية مسيحية للتواصل الاجتماعي**. يقدّم القس والصحفي السابق جورجي بنسون –في كتابه– رؤية مسيحية للتواصل الاجتماعي وعالم وسائل الإعلام عموماً. وفي الكتاب تحليل أخلاقي

ملهم من وجهة نظر المؤلف حول أهمية وسائل الاعلام، وما حققته، وما تعِدُ به في القرن الحادي والعشرين. يتضمن الكتاب مقدمة بعنوان: التواصل الاجتماعي المسيحي، ومجموعة من الفصول حملت العناوين الآتية: التواصل الاجتماعي الحديث، وإعلام التواصل الاجتماعي، وقيم التواصل الاجتماعي، والمساهمة الإيجابية للتواصل الاجتماعي، وسوء استخدام إعلام التواصل الاجتماعي، ومن الذي يسيطر على التواصل الاجتماعي؟ والمسيحية خلال إعلام التواصل الاجتماعي.

8. *Perceptions of Islam in Western Media: Are stereotypes enforced against Islam?* By L G Herring, USA: CreateSpace Independent Publishing Platform (20 Jan. 2015), 90 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **تصورات وسائل الإعلام الغربية عن الإسلام: هل فرضت الصور النمطية ضد الإسلام؟** منذ هجمات الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ على مركز التجارة العالمي في نيويورك، واجهت الديانة الإسلامية ممارسات وقوانين التمييز والتدقيق والمراقبة، من قبل الذين عمموا كافة أشكال الفهم الإسلامي بوصفه شيئاً واحداً. وفي سبيل فهم كامل لأحداث ١١ سبتمبر، قام المؤلف بإعطاء نبذة تاريخية يؤكد فيها أن من قام بهذه الهجمات هم أفراد وصفوا بأنهم متطرفون إسلاميون، ومن ثم يقوم المؤلف بتحديد التصورات المختلفة حول الإسلام في وسائل الإعلام المختلفة، بهدف معرفة ما إذا كانت وسائل الإعلام تصوّر الدين عموماً بشكل سلبي.

9. *Media Framing of the Muslim World: Conflicts, Crises and Contexts*, By Halim Rane, Jacqui Ewart, and John Martinkus, NY: Palgrave Macmillan (5 Jun. 2014), 216 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **تأطير وسائل الإعلام للعالَم الإسلامي: الصراعات والأزمات والسياقات**. مؤلفو الكتاب هم: حليم راني؛ أستاذ الدراسات الإسلامية في جامعة جريفيت في استراليا، وجاكي إيوارت؛ أستاذ الصحافة والدراسات الاعلامية في الجامعة نفسها، وجون مارتنكوس، محاضر في الصحافة والإعلام في جامعة تسمانيا في استراليا. يقدم الكتاب عرضاً مفصّلاً حول كيفية إنتاج واستهلاك الأخبار في العالم الغربي

حول الإسلام، وكيف يؤثر ذلك على العلاقة بين الإسلام والغرب. يناقش الكتاب موضوعات القيم الإخبارية والإعلامية ودورها في تشكيل تصورات الجمهور الغربي وفهمهم للإسلام والمسلمين؛ ومدى بقاء المفاهيم التاريخية الاستشراقية بارزة ومتجلية فيما يعرف اليوم بالإسلاموفوبيا؛ وأثر طريقة تغطية الأخبار حول الإرهاب في الرأي العام وصنع السياسات؛ وإسهام العلاقة بين الإعلام الجماهيري والإعلام الاجتماعي في المشهد الاجتماعي- السياسي المتغير في الشرق الأوسط وفهم الغرب للإسلام؛ وتطور الصحافة والجماهير المتلقية كذلك في العقد الأخير ومنذ أحداث الحادي عشر من سبتمبر.

10. *Media, Religion and Culture: An Introduction*, by Jeffrey H. Mahan, UK: Routledge (28 May 2014), 178 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **الإعلام، والدين، والثقافة: مقدمة**. المؤلف هو جيفري ماهان، وهو أستاذ الدين والاتصالات العامة في مدرسة إليف اللاهوتية، والموظف في مركز الإعلام والدين والثقافة التابع لجامعة كولورادو في بولدر/الولايات المتحدة. يرى المؤلف أن الدين كان يتشكل دائماً من قبل وسائل الإعلام السائدة، واليوم ونحن نعيش في ثقافة الإعلام، التي تعلّم الناس كيف يفكرون وماذا يعتقدون، أصبح المتدينون والمجتمعات والمؤسسات المختلفة تستخدم وسائل الإعلام أدواتٍ للتواصل، ومواقعَ لبناء الهوية والتعبير عنها، وممارسة الدين، وبناء المجتمع. والكتاب في أقسامه الثلاثة: الهوية الدينية في الثقافات الإعلامية، والدين في وسط التغيير، والأخلاق والجماليات، يستكشف المحتوى الديني في النصوص الإعلامية وطرق تلقي هذه النصوص من قبل جمهور المستهلكين، الذين يقومون بدورهم بإعادة استخدامها في العمل الديني الخاص بهم.

11. *Children and Media: A Global Perspective*, By Dafna Lemish, NY: John Wiley & Sons; 1 edition (6 Feb. 2015), 296 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **الأطفال والإعلام: منظور عالمي**. مؤلفة الكتاب أستاذة الاتصال في جامعة جنوب إلينوي، والكتاب مادة غنية متعددة التخصصات،

وعالمية، حول الأطفال والإعلام، تستكشف دور الإعلام الجديد، بما فيه الإنترنت، والتلفاز، والهاتف الخلوي، وألعاب الفيديو، على نمو الأطفال والمراهقين. يتضمن الكتاب مقدمة وثمانية فصول حملت العناوين الآتية: الإعلام والأطفال في البيت، والإعلام والنمو الفردي، والإعلام والتعلّم والأدب، والإعلام والسلوكيات ذات العلاقة بالصحة، والإعلام وتصور الذات والمجتمع، والإعلام والاجتماع والممارسة، ودراسة أدبيات الإعلام، والسياسة والتوعية، وخاتمة بعنوان: النشأة مع الإعلام.

12. *Personal Connections in the Digital Age (Digital Media and Society- DMS)*, By Nancy K. Baym, Cambridge- Polity Press; 2nd Edition (10 July 2015), 240 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **العلاقات الشخصية في العصر الرقمي (الإعلام الرقمي والمجتمع)**. المؤلفة باحثة رئيسة في شركة مايكروسوفت للبحوث، وأستاذة الاتصالات في جامعة كانساس. يقدم الكتاب أطراً للتفكير النقدي حول أدوار وسائل الإعلام الرقمي في العلاقات الشخصية. وبدلاً من تقديم خطابات تحذيرية مندفعة، فإن الكتاب يقدم بيانات تمهيدية تعكس التطورات في مجال التكنولوجيا الرقمية، وتحدد العلاقات التي فسدت بسببها، وكيف أن الحديث حول وسائل الإعلام الحديثة، يعكس حديثاً تاريخياً مشابهاً حول تكنولوجيا الاتصال في وقت سابق. وتستكشف فصول الكتاب كيف نستخدم اللغة والسلوك غير اللفظي لتطوير المجتمعات، والشبكات الاجتماعية، والعلاقات الجديدة، والحفاظ على العلاقات القائمة في حياتنا اليومية، وذلك من خلال عرض نتائج البحوث حول مجموعة من القضايا مثل: هل التفاعل الرقمي أكثر دفئاً؟ هل الناس أكثر صدقاً مع أنفسهم على الإنترنت؟ هل تنجح العلاقات التي تبدأ على الإنترنت؟ هل دمّر الإعلام الرقمي علاقاتنا؟

13. *Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*, By Jeremy Harris Lipschultz, UK: Routledge, 268 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **اتصالات وسائل الإعلام الاجتماعي: المفاهيم، والممارسات، والبيانات، والقوانين، والأخلاق**. المؤلف أستاذ الاتصال في جامعة

نبراسكا، والكتاب تحليل واسع النطاق ومتعدد التخصصات لوسائل الإعلام الاجتماعي، مثل: تويتر وفيسبوك، ولينكدن، ويوتيوب وغيرها. ويحلل الكتاب العلاقات القائمة بين الصحافة، والإذاعة، والعلاقات العامة، والإعلان، والتسويق، مُرَكِّزاً على المفاهيم الرئيسية، والممارسات، والبيانات، والقوانين، والأخلاقيات التي يحتاجها مستخدمو أدوات التواصل الجديدة على نحو فعال. عناوين فصول الكتاب هي: مقدمة في مفاهيم الإعلام الاجتماعي، والتواصل بالكمبيوتر والنظريات الاجتماعية، والإعلام الاجتماعي في الصحافة، والإعلام الاجتماعي في العلاقات العامة، والإعلام الاجتماعي في الإعلان والتسويق، وقياس وتحليل الإعلام الاجتماعي، وتقنيات الإعلام الخليوية الجديدة: الابتكار والاستثمار، والبيانات الضخمة والخصوصية، والقوانين والتشريعات، وأخلاقيات الإعلام الاجتماعي، وأفضل الممارسات في الإعلام الاجتماعي، ومستقبل الإعلام الاجتماعي ومحو الأمية المعلوماتية.

14. *Disaster Communications in a Changing Media World*, By George Haddow and Kim S Haddow, Oxford: Butterworth-Heinemann; 2 Edition (July 1, 2014), 282 pages.

عنوان الكتاب بالعربية: **الاتصالات الكارثية في عالم إعلامي متغيّر**. جورج هادو؛ أستاذ مساعد في معهد الأزمات والكوارث وإدارة المخاطر في جامعة جورج واشنطن، وكيم هادو؛ مدير شركة هادو للاتصالات في نيو أوليانز. يقدم المؤلفان معلومات قيّمة حول أولويات التواصل في عصر وسائل الإعلام المتطور، وأهمية تطوير وسائل الاتصال في حالات الطوارئ، لاستيعاب هذه التغيّرات واستغلال الفرص الكبيرة التي تقدمها. ويركز الكتاب على أهمية الحاجة إلى الشفافية في نقل المعلومة، وزيادة إمكانية الوصول، والثقة والاعتمادية، والشراكات مع وسائل الإعلام. يتضمن الكتاب دراسات حالة من الكوارث الأخيرة، مثل إعصار ساندي، وكارثة تسونامي وتفجيرات ماراثون بوسطن. ويوضح كيفية استخدام المدوّنات والرسال النصية وكاميرات الهاتف النقال، فضلاً عن القنوات الحكومية ووسائل الإعلام التقليدية في التواصل أثناء الأزمات.

15. *Mass Media and American Politics*, By Doris A. Graber and Johanna L. Dunaway (Eds), CQ Press (February 13, 2014), 464 pages.

عنوان الكتاب بالعربية: **وسائل الإعلام الجماهيرية والسياسة الأمريكية**. يختبر الكتاب العوامل التي تسهم في تحديد مضمون التغطية الإخبارية، وكذلك كيف تؤثر وسائل الإعلام على آراء الناس نحو السياسة. في الكتاب إلى أربعة أبواب: الأول بعنوان: أغراض الإعلام وهيكله، وفيه أربعة فصول عناوينها: قوة الإعلام والسلطة الحكومية، والملكية والتشريعات ودليل الإعلام، وحرية الصحافة والقوانين، والإعلام والسياسات في ميدان إعلامي متغير. والباب الثاني بعنوان: مَنْ وماذا يصنع الإعلام، وفيه خمسة فصول عناوينها: إجراءات صناعة الإعلام والتقارير الإعلامية، والصراع على التحكم، والأخبار من الرئاسة إلى الكونجرس، والتغطية الإخبارية ونظام العدالة والدولة والأخبار المحلية، وتغطية الأخبار الدولية. الباب الثالث تأثيرات الإعلام، وفيه ثلاثة فصول عناوينها: تأثير الإعلام على التوجهات والسلوكيات، والانتخابات في عصر الإنترنت، والفضاضة والسلبية والتحيز في الإعلام. والباب الرابع فيه فصل واحد بعنوان: التوجهات الحالية المستقبلية.