

الأمن الإعلامي للدول في ظل البيئة الرقمية دراسة في المفاهيم والآليات

الدكتور طالب كبحول

أستاذ محاضر قسم «أ»، قسم الاعلام والاتصال،

جامعة الجبيلي بونعامة خميس مليانة

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى رصد المفاهيم المتعلقة بالأمن الإعلامي للدول في ظل الفضاء السيبراني، كما تهدف إلى تحديد مفهوم البيئة الرقمية لوسائل الإعلام الجديدة، وإبراز التحديات التي تواجه وسائل الإعلام الوطنية في ظل نظام إعلامي عالمي لا يؤمن إلا بالقوي، كما تهدف إلى تقديم مقترحات لبناء استراتيجية للأمن الإعلامي والتي من شأنها المساهمة في بناء ومرافقة التصورات الكبرى لمشروع الدولة والشعب، والحد من الحملات الدعاية ضدهما.

الكلمات المفتاحية: الأمن الإعلامي، الفضاء السيبراني، الهوية الوطنية، الإعلام الرقمي.

Abstract

This study aims to monitor the concepts related to countries' media security in light of cyberspace. It also aims to define the concept of digital environment for new media and to highlight the challenges facing the national media in light of a global media system that believes only in the powerful. It also aims to offer proposals for building a media security strategy that would contribute in building and accompanying the great perceptions of the state and the people project and in reducing the advertising campaigns against them.

Keywords: Media-security, Cyber-space, National identity, Digital media.

المقدمة

ترتبط المؤسسات الإعلامية في كل دولة بالمشهد السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي، وتتماشى مخرجات هذه المؤسسات الإعلامية عادة بما يكتسبه رجال الصحافة والإعلام من خبرات تراكمية تنشأ من خلال التنشئة الاجتماعية التي يكتسبها الصحفيون، دون أن يغفل قضية الأيديولوجيا التي يمكن أن تساهم في تحديد هوية القاصص الخبرية التي ينتجها الصحفيون أو مؤسساتهم الإعلامية على حد سواء، خاصة عندما يتعلق الأمر برسم الخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية.

وتتفاوت قوة تأثير القاصص الخبرية التي ينتجها الصحفيون، بالنظر إلى مدى احتوائها على عوامل نجاحها في التأثير على المتلقي والمتمثلة في عكسها للهوية الوطنية والقيم الاجتماعية المتأصلة في المجتمع.

وقد عملت البيئة الرقمية على عولمة المجتمعات من خلال عملية تعزيز التدفق الحر للمعلومات، والتي من شأنها إلغاء وطمس الهويات والثقافات الوطنية، ما تسبب في تهديد الأمن الإعلامي للدول، لاسيما تلك التي تفتقر إلى بيئة رقمية غير معززة تكنولوجيا وفكريا. وهو ما يطرح إشكالية دور وسائل الإعلام الوطنية في تعزيز وبناء الأمن الإعلامي من خلال استحضار مكونات الهوية الوطنية في انتاج الرسالة الإعلامية، والعمل على مرافقة التصورات الكبرى للدولة أو الأمة، في تقوية البيئة الرقمية بما يتوافق مع ما هو موجود في الساحة الإعلامية العالمية.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في كون أن هناك تحديات كبيرة تواجهها الدول بخصوص الهيمنة الثقافية التي أصبحت وسائل الإعلام رافداً مهماً في تكوينها، خاصة في ظل تشكل خريطة رقمية جديدة للدول، حيث أصبحت تشهد معارك وحملات تضليل ودعاية، وتستخدم فيها أسلحة جديدة.

مدخل مفاهيمي للأمن الإعلامي

قبل التطرق إلى مفهوم الأمن الإعلامي لابد من الإشارة إلى الفرق ما بين مصطلح الإعلام الأمني والأمن الإعلامي، نظرا للتشابه الذي يظهر ما بين المصطلحين للوهلة الأولى رغم الاختلاف الموجود بين المفهومين.

يشير مصطلح الإعلام الأمني إلى نوع من أنواع الإعلام المتخصص، تعود البدايات الأولى لإطلاقه في الدراسات العربية لعام 1980 عندما استحدث "علي بن فايز الجحني"

في أطروحته للماجستير هذا المصطلح وأسماء الإعلام الأمني. وقد حدد حينذاك مفهوم الإعلام الأمني بما يصدر عن أجهزة الأمن من مجلات ونشرات وبرامج وجميع الأنشطة الإعلامية التي تهدف إلى تحقيق الوعي الاجتماعي وتساعد على تدعيم المبادئ والقيم التي تشكل سدا ضد الجريمة. ويرى البعض أنه مفهوم شامل يتسع لكل ما يمكن أن يمس أمن الأمة في جوانب الحياة المختلفة الاجتماعية منها والاقتصادية والبيئية. في حين يقصره البعض الآخر على الأمن بمفهومه الشرطي المتعلق بالجريمة. في حين يرى آخرون أنه يتسع ليشمل ترسيخ الأمن الخارجي وحماية الحدود، بينما يرى آخرون قصره على الأمن الداخلي، ويقترح البعض قصر العمل الإعلامي المبني على الجانب التوعوي ونشر الحقائق الأمنية للجمهور وتوعيتهم وتبصيرهم⁽¹⁾.

أما مصطلح الأمن الإعلامي فهو مظهر من مظاهر الأمن الوطني، والذي يعرف بأنه ذلك الجزء من سياسة الحكومة أو الدولة الذي يستهدف خلق الظروف المواتية لحماية القيم الحيوية⁽²⁾. وهنا يلعب الإعلام دورا أساسيا في حماية القيم المكتسبة في أي مجتمع، فإذا تمتع ذلك الإعلام بالاستقلالية وارتبط بالقيم المحلية تحقق الأمن الإعلامي في المجتمع. ذلك أن الأمن الإعلامي هو: توفير الدولة لآليات حماية الإعلام الوطني من مخاطر التدفق الإعلامي الأجنبي، مع صياغة التشريعات التي تكفل للإعلام الوطني حرية الممارسة الإعلامية في ظل القيم والمصالح الوطنية. ويتجسد الأمن الإعلامي في امتلاك الدولة لكافة وسائل التعبير عن الرأي التي تمنحها القدرة على صيانة ثقافتها وقيمها بالشكل الذي ينسجم مع طبيعة المجتمع ذاته، وهو ما يجعل الأمن الإعلامي الصمام الحقيقي الذي يحمي المجتمع من مخاطر التدفق المعلوماتي⁽³⁾.

من خلال ما ذكر، نجد أن الفرق ما بين الإعلام الأمني والأمن الإعلامي يكمن في الدور الذي يؤديه كل نوع، حيث يعد الأول إعلام متخصص يقوم بتوظيف الجهود الاتصالية للأجهزة الأمنية لمحاربة الجريمة بشكل عام⁽⁴⁾، أما الأمن الإعلامي فيقوم على تفعيل مختلف الآليات لتعزيز قدرة وسائل الإعلام الوطنية لمواجهة تحديات التدفق المعلوماتي من جهات أجنبية هدفها المساس بقيم المجتمع وأمنه واستقراره. وتزداد هذه التحديات في ظل البيئة الرقمية والتطور التكنولوجي الذي عزز التدفق الحر للمعلومات مع صعوبة مراقبتها وتحديد مصدرها أحيانا.

البيئة الرقمية الجديدة كدعامة للإعلام

فرض الإعلام الرقمي الجديد بمختلف أنواعه وتقنياتهم وجوده بين الأفراد والمؤسسات والهيئات وعبر مختلف المجالات المهنية والاجتماعية. فهو حتمية ساهمت في تغيير المجتمعات وتطورها، ولهذا وجب التعرف على ماهيته وأهم خصائصه.

تعريف الاعلام الجديد: اختلفت التعريفات المحددة والضابطة لمصطلح الإعلام الرقمي أو الإعلام الجديد، نظرا لتداخل عدة مفاهيم في مصطلح واحد فالإعلام الجديد يجمع ما بين التكنولوجيا الحديثة ووسائل الإعلام والاتصال والبيئة الرقمية.

يعرف "حسنين شفيق" الإعلام الجديد بأنه: «المحتوى الإعلامي الذي يثبت وينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في انتاج وتوزيع المضامين الإعلامية»⁽⁵⁾ ويرى "عباس مصطفى صادق" أن الإعلام الجديد: «تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم ويشاركون في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط، ولكن بإعلام شخصي خاص بكل فرد على حدى، هو الذي تحول فيه المشاهد والمستمع إلى مستخدم، ما يستوجب إعادة تعريف هذا المشاهد والتعرف على سماته. وبموجب نظام الإعلام الجديد يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم لكل شخص ما يريد في الوقت الذي يريد، وتزداد أهمية ثقافة المجموعات التي تجد الفرصة للتعبير عن نفسها، وسماع صوتها بما يمكنها من التفاعل مع الثقافات الأخرى»⁽⁶⁾ في حين يرى (Simon Jodoin) "سيمون جودوا" أن: «ما نسميه الوسائط الجديدة ليس أدوات جديدة أو طريقة جديدة للنشر، والتي جعلت من الممكن نشر النص مع الصورة ومقاطع الفيديو، وإنما المسألة ببساطة امتداد للصحافة المكتوبة أو الصورة أو الصوت أو الفيديو على منصات جديدة. وإن كنا نتكلم اليوم عن الوسائط الجديدة، فذلك لأننا نشهد نقلة نوعية في مجال الإعلام، عبر اكتشاف مناطق جديدة ومساحات للاستثمار في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال»⁽⁷⁾

وتضيف (Françoise PAQUIENSÉGUY) "فرانسواز باكيانسيغي": «أن تقنيات الإعلام والاتصال الرقمية تشترك في خاصية كونها تستخدم البيانات المشفرة في شكل رقمي مع إمكانية تبادلها وإعادة صياغتها وعرضها وتخزينها بنفس الطريقة الرقمية وعلى حوامل وتقنيات ووسائل مختلفة»⁽⁸⁾. وقد ساعد الإعلام الرقمي الجديد على توفير صناعة إعلامية بشكل آني وفوري وسريع، وخفض جهد العاملين بالمؤسسات الإعلامية، سواء تعلق الأمر بالوقت أو الزمن، كما أنه ألغى العديد من الوظائف المتعلقة بمهنة الصحافة، وألغى الحواجز المكانية التي كان يجب على الصحفي الالتزام بها.

التحديات التي تواجه الإعلام الوطني

سعى النظام الإعلامي العالمي الدولي في ظاهره إلى البحث عن نقاط تواصل بين العالم المتطور والعالم الأقل نمواً، من خلال عملية تقييم لتدفق عادل ومنصف للمعلومات ولمضامينها. ومع ذلك رأى العديد من الخبراء والمختصون بأن الأمر لا يعدو عن كونه شعارات رنانة. خاصة مع تلك الإجراءات التي تبنتها الدول النامية والمتعلقة برفض بعض الممارسات الصحفية الغربية التي تتقاطع بشدة مع التقاليد وأعراف الدول الوطنية⁽⁹⁾.

وقد أفرزت هذه الممارسات ظهور مصطلح: «الاستعمار الإلكتروني» و «التبعية الإعلامية والثقافية» التي تسببت فيها هيمنة الإعلام الغربي على الدول الأقل نموا بسبب امتلاكه لوسائل الإنتاج الإعلامي وقدرته على امتلاك أدوات التكوين في الميدان الصحفي.

وفي السياق ذاته، فقد انتقد الكنديون مرارا وبشكل مستمر التأثير الثقافي لوسائل الإعلام الأمريكية. فمنذ دخول الراديو في كندا كان هناك تخوف مستمر من انتشار وسائل الإعلام الأمريكية ودخولها إلى البيوت الكندية وهو الأمر الذي يعزز نظرية الاستعمار الإلكتروني التي تؤكد أن المنتجات الثقافية القادمة من الخارج، تمتلك القدرة في التأثير على عناصر الثقافات المحلية وعلى وسائل الإعلام المحلية⁽¹⁰⁾.

ويشير "خضر البياتي" إلى أن الاختلال في تداول الأنباء هو الفرق بين كمية الأنباء المرسلة من جانب العالم الصناعي إلى العالم النامي وبين كمية الأنباء المتدفقة في الاتجاه العكسي، حيث يتلقى العالم 80 % من الأنباء من لندن وباريس ونيويورك⁽¹¹⁾.

وتؤكد "سميرة بلعربي" بأن هناك مخاوف وتحديات مرتبطة بالشركات الإعلامية العملاقة تتمثل في عدم دفاعها عن مصالح المواطن، وتحويلها إلى أبواق دعائية مرتبطة بمصالح مشبوهة ومرتبطة بمصالح الشركات الاحتكارية التي يبلغ عددها 200 شركة وتسيطر على أكثر من 30 % من الإنتاج المحلي الخام في العالم⁽¹²⁾.

وقد تحولت المؤسسات الإعلامية الاحتكارية سواء العالمية أو الإقليمية إلى أدوات للهيمنة والسيطرة. بل وامتد بها الأمر إلى أن تكون مكاتب تابعة لوزارات الخارجية خدمة لأجندات سياسية وعسكرية. ليزيد الطينة بلة الانتشار الواسع لمنصات التشبيك الاجتماعي التي قللت من تأثير وسائل الإعلام التقليدية بشكل كبير، لتتحول هي نفسها إلى شركات احتكارية سواء تعلق الأمر بالمنصات المادية أو بالمضمون المنتج.

وتشير الإحصائيات بأن المحتوى الرقمي العربي يكاد يكون ضئيلا، فالناطقون بالعربية الذين يشكّلون نسبة 7 % من عدد سكان الأرض، ينتجون 03 % فقط من المحتوى الرقمي العالمي. وهي نسبة ضئيلة، إذا ما قارناها بالنسب التي تخص لغات أخرى ينطق بها عدد أقل من البشر⁽¹³⁾.

ونتيجة لهذا الضحالة في إنتاج المحتوى الرقمي على مستوى الفضاء الخائلي، فقد وجد المستخدمون أنفسهم أمام سيل جارف من المعلومات والأخبار والتقارير الموجهة التي استطاعت أن تهمين على المشهد الإعلامي في البيئة الرقمية، لتمارس على من يتصفح هذه المحتويات ما يعرف بـ: «غسل الدماغ» تحت شعارات متعددة أبرزها «العولمة الإعلامية» و «حرية الفكر»... الخ. وقد ساهمت عدة عوامل في بروز الدعاية على مستوى منصات التواصل الاجتماعي أبرزها شح صناعة المعلومة داخل الفضاء الرقمي، وقد عجز الإعلام

الوطني في كثير من الحالات عن مجابهة القدرة الهائلة لمنصات التواصل الاجتماعي، التي استخدمتها في كثير من الأحيان الدول والمنظمات والأشخاص لمهاجمة أطراف معينة، من خلال نشر الأكاذيب والشائعات وترويح الأخبار المغلوطة، في سبيل تشويه صورة الخصم وتدميره.

وقد شهدت الفترة الأخيرة حملات دعائية عبر منصات التواصل الاجتماعي، ضد الجزائر شعبا ودولة من طرف جهات خارجية سعت لتشويه صورتها في المحافل الدولية وإظهارها بصورة لا تليق بها كدولة وأمة.

نحو استراتيجية وطنية لتحقيق الأمن الإعلامي

إن القدرة الفائقة التي أصبحت تمثلها المؤسسات الإعلامية الاحتكارية أثرت على الإعلام الوطني للدول الذي أصبح بدوره يتغذى على ما تفرزه المنصات الرقمية التي تفوقت على الإعلام التقليدي في عامل الآنية، وأفرزت ما يعرف بالصحفي المواطن.

وتعد وسائل الإعلام من مؤسسات التنشئة الاجتماعية ذات أهمية كبرى نظرا لانتشارها وقوة تأثيرها. فوسائل الإعلام وبأنواعها المختلفة، من المصادر المعتمدة في عملية التوجيه وصناعة المعرفة وتكوين الآراء والخلفيات في أي مجتمع، ويرجع لمجموعة من الخصائص نذكر منها:⁽¹⁴⁾

- سرعة الاستجابة، أي أنها سريعة في نشر الأخبار والأحداث وهذا راجع لتنظيمها وتخطيطها المسبق ودراستها الأولية للجمهور المستهدف، بالإضافة إلى هدفها الأساسي؛
- اعتمادها على الإعلام الحديث وتطبيقاته في مجالاته المختلفة؛
- تعتبر وسائل الإعلام وسيلة لتفاهم الجماهير على تنظيم العلاقات القائمة فيما بينها؛
- تتيح فرصة الترقية والترويج وهي بذلك تساعد الجماهير على التعرف واكتشاف العديد من المناطق والأماكن التي كان يصعب الوصول إليها مباشرة؛
- تؤثر بطريقة مباشرة على الرأي العام وذلك بقدرتها على استمالة العقول وعواطف الجماهير بطرق مختلفة؛
- تعمل على نقل مواد ثقافية مختلفة، وهذا ما يجعل منها وسيلة لتربية الأجيال، وعليه فهي بحاجة إلى التكامل مع باقي مؤسسات التنشئة الاجتماعية في أهدافها عامة.

من خلال ما ذكر يمكن القول إن وسائل الإعلام تلعب دورا رئيسيا في رؤيتنا وتصوراتنا للآخرين وهذا وفق ما تقدمه لنا من صور وأفكار عنهم، وما يقال عن الأفراد يقال عن الدول

والمجتمعات، فما نشاهده في الأفلام وما نتصفحه في الجرائد والمجلات وما نشاهده في التلفزيون وما نسمعه في الراديو عن المجتمعات الأخرى وعن شعوبها يحدد إلى حد كبير، موقفنا من الثقافات ومن هذه الدول وشعوبها وهذا نظرا لاعتبارات عديدة، من أهمها أن معظمنا يعتمد على وسائل الإعلام لتكوين مخزون معرفي معين وصور ذهنية. وفي كثير من الأحيان لا يستطيع الفرد أن يصمد أمام ما يقدم له، إذ في غالب الأحيان يقف مستسلما ولا يقاوم وإنما يتبنى ويتقبل الأمور التي تخرج عن سيطرته⁽¹⁵⁾.

لقد ساهمت وسائل الإعلام الغربية في تشكيل الوعي الجماعي لأفرادها وبناء واقعهم الذي يتلاءم ومتطلبات المصالح السياسية والاقتصادية لدول معينة، وخير مثال على ذلك ما أنتجته السينما الأمريكية عن العرب والمسلمين. وفي هذا الصدد يقول "جك شاهين": "أن تكون عربيا يعني أن تكون مسلما ويعني أن تكون إرهابيا... تلك هي الصورة السائدة عن الإسلام" ويضيف أيضا: "عندما تشوه شعبا فإن رجالاً ونساءً وأطفالاً أبرياء يعانون، والتاريخ علمنا ولا يزال يعلمنا هذا الدرس... وعندما ننظر إلى تشويه المسلمين العرب فإن ذلك يجعل كراهيتهم وقتلهم أسهل كثيرا..."⁽¹⁶⁾.

وبالرجوع إلى أحداث 11 سبتمبر 2001 نجد أنها حركت بقوة الفكرة السائدة عن العرب والمسلمين، وأزاحت القناع عن الإرهاب الفكري الذي مارسه وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية وفي معظم العواصم الغربية على عقول الناس والبشر والرأي العام. وبكل بساطة وتلقائية أصبحت مرور كلمة العرب والمسلمين مرادفة للإرهاب ومعاداة الإنسانية والبشرية والأخلاق والقيم السامية. والغريب في الأمر أن الآلة الإعلامية الغربية لم تطرح أسئلة جوهرية في تعاملها مع أحداث نيويورك وواشنطن، أسئلة هامة ومحورية لو طرحت لكانت ساعدت من دون شك في عملية اكتمال الصورة الحقيقة لخلفيات الأحداث وتداعياتها. من أمثلة تلك الأسئلة: لماذا ضرب الإرهاب أمريكا دون سواها؟ لماذا لم تتحرك وسائل الإعلام الأمريكية عندما كانت بعض الدول الأوروبية تأوي الإرهابيين من مختلف الدول والجنسيات تحت ستار اللجوء السياسي وحقوق الإنسان وحرية التعبير؟ هل تطرقت وسائل الإعلام الأمريكية إلى الذي صنع بن لادن والأفغان العرب والمجاهدين والجماعات الإسلامية المسلحة والأمراء وغيرهم؟⁽¹⁷⁾

هذه الأسئلة وأخرى تساعدنا في فهم توجه وسائل الإعلام والقيم التي تريد ترسيخها، عبر تحليل معطيات الخبر ووضعه في سياق الأحداث السابقة المرتبطة به بشكل مباشر أو غير مباشر، من أجل عدم الانسياق وراء كل ما تقدمه وسائل الإعلام وبناء واقع بعيد عما هو موجود وحقيقي، وهو ما يهدد الأمن الإعلامي المحلي للمجتمعات التي تعد ضعيفة من حيث قوة التدفق الإعلامي لمضامينها وابتعادها في عميلة التناول الإعلامي لمختلف المواضيع عن القيم المحلية ومتطلبات الجمهور.

وهنا يظهر دور وسائل الإعلام الوطنية ومساهماتها في تعزيز الأمن الإعلامي لمجتمعاتها من خلال جعل المتلقي ليس مجرد مستهلك بل منتقي وناقد للمضامين الإعلامية ولاسيما تلك التي تكون من مصادر أجنبية، وذلك عبر تعزيز القيم المحلية وصيانة ثقافة المجتمع، وهو ما ذهبت إليه «نظرية الحتمية القيمية» لصاحبها عزي عبد الرحمان.

وتنطلق نظرية "الحتمية القيمية" من افتراض أساسي يعتبر الإعلام رسالة، وأهم معيار هو القيمة التي تنبع أساسا من المعتقد، ولذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا، كما يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد أو تتناقض مع القيم، وكلما كان الابتعاد عن القيم أكبر كان التأثير السلبي أكثر⁽¹⁸⁾.

ويظهر أثر وسائل الاعلام على ثقافة المتلقين وفقا لنظرية الحتمية القيمية من خلال جوانب عدة نذكر منها:⁽¹⁹⁾

- تعزيز القيم وعدم تحييدها؛
- التنشئة الاجتماعية البعيدة عن التبسيط والتشويه؛
- تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي وعدم تضيق المحيط الاجتماعي المتنوع؛
- توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة العالمية ولكن ليس على حساب الثقافة المحلية؛
- الوعي بالعالم الخارجي وعدم اضعاف النسيج الاجتماعي الاتصالي.

إضافة إلى ما ذكر يطرح "عزي عبد الرحمن" أربعة ركائز أساسية لقيام اتصال متكامل وهذا على النحو التالي:⁽²⁰⁾

- اعتماد الاتصال على قاعدة الأبعاد الثقافية الحضارية والفكرية التي ينتمي إليها المجتمع؛
- اعتماد الاتصال على التكاملية في الأنماط والوسائل: السمعي البصري، المكتوب، والشفهي الشخصي. مع التركيز على الارتقاء بالمكتوب في عصر سيادة البصري (الاتصال المرئي) باعتباره أساس بناء الحضارات؛
- أن يكون الاتصال ارتداديا باسطة لقنوات التواصل الواعي مع قطاعات الجمهور كافة، وألا يكون إقصائيا صفويا؛
- أن يبني الاتصال قواعد الممارسة الاتصالية على قاعدة القيم الثقافية والروحية الملهمة لسمو الانسان.

الخاتمة

مما سبق نستنتج أن الأمن الإعلامي للدول هو في غاية الأهمية، خاصة إذا كان هناك تصور يهدف إلى حماية مكونات الهوية الأصيلة، في ظل وجود «العالم القرية» التي أفرزتها البيئة الرقمية الجديدة، والتي أفرزت أيضا بدورها «المواطن العابر للقارات» نتيجة لإنعدام الفوارق المجتمعية في الفضاء الخائلي.

ونتيجة لهذا الأمر فإنه يمثل تهديدا واضحا وصريحا، لأنساق المجتمعات وبنيتها التي تحاول بعض وسائل الإعلام أن تفرض عليها ثقافة استهلاكية رديئة وهشة، دون أن تساهم في بناء تصورات جديدة تتوافق مع ما يطرحه الخبراء والمختصون في الدور البارز لوسائل الإعلام الوطنية ومساهماتها في عملية التربية الإعلامية، ومجابهة التحديات التي من شأنها أن تعمل على إفشال الحملات الدعائية ضد الدولة والشعب في البيئات الرقمية ■

الهوامش

- 1 - محمود عزت اللحام وآخرون، الإعلام الأمني، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص 78، 79.
- 2 - مبارك بن واصل الحازمي، «الإعلام العربي والأمن القومي: الرؤى والتحديات... نحو أجندة إعلامية مستقبلية»، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، ماي 2021، جامعة بني سويف كلية الاعلام، ص 12.
- 3 - وحيدة بوفدح بديسي، «الأمن الإعلامي في ظل العولمة الإعلامية»، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، المجلد 32، العدد 02، قسنطينة، 2018، ص ص 482-483.
- 4 - جدو فؤاد، «آليات تحقيق الأمن الإعلامي في ظل ثنائية الإنكشافية الإعلامية ومنطق الأمننة: دراسة ميدانية»، المجلة المغربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 08، العدد 01، جوان 2017، ص 104.
- 5 - محمد شفيق، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، الطبعة الأولى، دار فكر وفن الطباعة والنشر، القاهرة، 2010، ص 52.
- 6 - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 51.

7- Simon Jodoin, «Les nouveaux médias Promesses et périls, À bâbord», Revue Sociale et Politique, N° 50 - été 2013, Québec. <https://www.ababord.org/Les-nouveaux-medias>.

8- Françoise PAQUIENSÉGUY, « Les "nouveaux médias" et "les nouvelles technologies" de l'information et de la communication après le passage au numérique », Séminaire Mutations des industries culturelles – MSH Paris Nord, Juillet 2004, p 02. https://www.researchgate.net/publication/317172389_Les_nouveaux_medias_et_les_nouvelles_technologies_de_l'information_et_de_la_communication_apres_le_passage_au_numerique/link/592909e3a6fdcc44435586b6/download.

9 - حسني نصر، عبد الله الكندي، الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات والملكية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص ص 46-47.

10 - نفس المرجع، ص ص 62 - 480.

11 - ياس خضر البياتي، الاتصال الدولي، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 67.

12 - سميرة بلعربي، المجموعات الإعلامية الاحتكارية: دراسة في العلاقة بين الإعلام والمجموعات الاقتصادية، (2021/12/14).

https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.ksu.edu.sa/files/imce_images/bhth-smyr_blrby.pdf

13 - فيديل سبيتتي، المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت قلب نابض وكيان ضئيل، (2021/12/15). <https://cutt.us/j2AzJ>

14 - مسعودة فلوس ونزيهة زمورة، «دور وسائل الإعلام في تفعيل عملية التنشئة الاجتماعية»، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، العدد 05، نوفمبر 2018، ص 251.

15 - محمد قيراط، تشكيل الوعي الاجتماعي، دور وسائل الإعلام في بناء الواقع وصناعة الرأي العام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ودار حنين للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 39.

16 - * باحث سينمائي أمريكي الجنسية لبناني الأصل وأستاذ بجامعة إلينوي الأمريكية، له عدة مؤلفات من بينها: "الصورة السلبية للعرب في الثقافة الأمريكية"، وكتاب "العرب السيؤون: كيف تشوه هوليوود شعباً". توفي سنة 2017.

17 - سلطان القحطاني، «صورة العرب في السينما الأمريكية بعد عصر الاستشراق»، ورقة مقدمة في مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر حول ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال، جامعة فيلادلفيا، دار مجدلوي، عمان، 2008، ص ص 285-286.

18 - محمد قيراط، مرجع سبق ذكره، ص ص 35-36.

19 - عزي عبد الرحمان، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2011، ص 28-29.

20 - نفس المرجع، ص 43.

21 - محمود قلندر وآخرون: قراءات في نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، الطبعة الأولى، منشورات مكتبة اقرأ، قسنطينة، 2009، ص 33-34.

قائمة المراجع

1. باللغة العربية:

- محمود عزت اللحام وآخرون، الإعلام الأمني، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- مبارك بن واصل الحازمي، «الإعلام العربي والأمن القومي: الرؤى والتحديات.... نحو أجندة إعلامية مستقبلية»، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، عدد ماي 2021، جامعة بني سويف كلية الإعلام.
- وحيدة بوفدح بديسي، «الأمن الإعلامي في ظل العولمة الإعلامية»، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، المجلد 32، العدد 02، قسنطينة، 2018.
- جدو فؤاد، «آليات تحقيق الأمن الإعلامي في ظل ثنائية الانكشافية الإعلامية ومنطق الأمانة: دراسة ميدانية»، المجلة المغربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 08، العدد 01، جوان 2017.
- محمد شفيق، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، الطبعة الأولى، دار فكر وفن للطباعة والنشر، القاهرة، 2010.
- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- حسني نصر، عبد الله الكندي، الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات والملكية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- ياس خضر البياتي، الاتصال الدولي، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- سميرة بلعربي، المجموعات الإعلامية الاحتكارية: دراسة في العلاقة بين الإعلام والمجموعات الاقتصادية، (2021/12/14).
https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.ksu.edu.sa/files/imce_images/bhth-smyr_blrby.pdf
- فيديل سبتي، المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت قلب نابض وكيان ضئيل، (2021/12/15).
<https://cutt.us/j2AzJ>
- مسعودة فلوس ونزيهة زمورة، «دور وسائل الإعلام في تفعيل عملية التنشئة الاجتماعية»، مجلة الدراسات

الأمن الإعلامي للدول في ظل البيئة الرقمية دراسة في المفاهيم والآليات

الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، العدد 05، نوفمبر 2018.

- محمد قيراط، تشكيل الوعي الاجتماعي، دور وسائل الإعلام في بناء الواقع وصناعة الرأي العام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ودار حنين للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- سلطان القحطاني، «صورة العرب في السينما الأمريكية بعد عصر الاستشراق»، ورقة مقدمة في مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر حول ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال، جامعة فيلادلفيا، دار مجدلاوي، عمان، 2008.
- عزي عبد الرحمان، نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2011.
- محمود قلندر وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، الطبعة الأولى، منشورات مكتبة اقرأ، قسنطينة، 2009.

2. باللغة الأجنبية:

- Simon Jodoin, « Les nouveaux médias Promesses et périls, À bâbord », Revue Sociale et Politique, N° 50 - été 2013, Québec. <https://www.ababord.org/Les-nouveaux-medias>.
- Françoise PAQUIENSÉGUY, « Les "nouveaux médias" et "les nouvelles technologies" de l'information et de la communication après le passage au numérique », Séminaire Mutations des industries culturelles – MSH Paris Nord, Juillet 2004, https://www.researchgate.net/publication/317172389_Les_nouveaux_medias_et_les_nouvelles_technologies_de_l'information_et_de_la_communication_apres_le_passage_au_numerique/link/592909e3a6fdcc44435586b6/download.