

ملهم من وجهة نظر المؤلف حول أهمية وسائل الاعلام، وما حققته، وما تعُدُّ 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 للعالم الإسلامي: الصراعات والأزمات والسياقات**. مؤلفو الكتاب هم: حليم راني؛ أستاذ الدراسات الإسلامية في جامعة جريفيث 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 مفصلاً 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 أدوات للتواصل، ومواقع 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،