

PhD Dissertation

أطروحة دكتوراه

**الإعلام الجديد وأسئلة التنمية الشاملة في المغرب:
النظريات والوظائف والأدوار**

**New Media and Questions of Development in Morocco:
Theories, Functions and Roles**

إعداد – by

Abdelaziz Elmountaj - عبد العزيز المنتاج

إشراف – Supervisor

د. محمد جلال أعراب – Dr. Mohamed Jalal Aarab

كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة ابن زهر، أكادير- المغرب

Ibn Zohr University, Faculty of Arts and Humanities

Agadir, Morocco

السنة – Year

2021-2020

اللغة: العربية – Language: Arabic

مقدمة

تهدف التنمية إلى تحقيق حياة أفضل للمواطنين، وتعزيز وعيهم بالمشكلات المحيطة بهم، وتقنين الاستهلاك والحيولة دون استنزاف البيئة، وتوزيع السكان جغرافياً بشكل متوازن والحد من الهجرة القروية، وتوفير الأمن والتعليم والصحة، ومحاربة الجوع والفقر والامية والتوزيع العادل للثروات، ومجابهة الظلم والاستعباد ومحاربة الفساد. ويقوم الإعلام جزئياً ببعض هذه الوظائف والأدوار داخل المجتمعات، لذلك يلتقي مع التنمية في تحقيق بعض هذه الأهداف، بل قد يكون الإعلام محفزاً ورقيباً وداعماً للمشاريع التنموية ومصححاً لتوجهاتها، ومثيراً ومنبهاً لكل أسباب التخلف؛ إذ إن الإعلام له القدرة على إثارة النقاش العام وتركيز اهتمامه على المشاكل وتحويلها إلى انشغال عمومي.

من هذا المنطلق، تحاول الدراسة رصد التغيير الذي أحدثه الإعلام الجديد في المجتمع المغربي، وإبراز حجم مساهمته في التحول الاجتماعي ودعمه لقضايا التنمية، خاصة تنمية الأفراد (بناء الأفراد والرأس المال البشري) والمجتمع، وتحسين الموارد والدخل. وتحاول الدراسة الإجابة عن هذا الحقل الاستفهامي: كيف يُسهم الإعلام الجديد في تحقيق التنمية الشاملة في المجتمع المغربي؟ وما وظائفه وأدواره؟ وكيف يؤثر الإعلام الجديد في إنجاح التنمية بالبلدان النامية، وخاصة المغرب؟ ألا يُعد تهميش دور الإعلام الجديد في التنمية من أسباب تعثرها؟ متى يفشل الإعلام في أداء دوره التنموي ودعم قضايا التنمية؟ ما حجم اهتمام الإعلام الجديد بقضايا التنمية في المغرب؟ وهل الإعلام الجديد مؤهل لدعم قضايا التنمية بالمغرب؟ وهل الإعلام الجديد قادر على قيادة تغيير اجتماعي يخلق أرضية مناسبة للتطور والتحديث والتنمية في المغرب؟

للإجابة على هذا الحقل الاستفهامي، تستعين الدراسة بالمنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج الأكثر استخداماً وملاءمة لدراسة الظواهر الإنسانية والاجتماعية؛ إذ يعتمد الوصف ركنًا أساسيًا في رصد الوضع الراهن للتنمية بالمغرب، والبحث في علاقة الإعلام بتنمية الأفراد وبناء المجتمع وإشباع احتياجاته، ثم علاقة ذلك بالتنمية الشاملة. كما استخدمت الدراسة أداة المقابلة لجمع المعلومات والبيانات

التي تساعد في فهم وتحليل أبعاد المشكلة البحثية. وأجرى الباحث مقابلات مع شخصيات إعلامية متخصصة، واستعان أيضًا بأداة صحيفة الاستبيان التي مكنته من معرفة طبيعة علاقة المبحوثين بالإعلام الجديد وتأثيراته المعرفية والسلوكية في عينة الدراسة. واهتم الباحث بتحليل عينة من المحتويات الإعلامية التي نُشرت في مواقع إلكترونية وُثقت في إذاعات وقنوات رقمية ووسائل تواصل اجتماعي ومدونات، وذلك لرصد التناول الإعلامي لكل ما له علاقة بالتنمية ومجالاتها وأبعادها.

1. الإعلام والتنمية: أية علاقة؟

اهتمت الأطروحة بدراسة العلاقة الجدلية بين الإعلام والتنمية، واعتبر الباحث عبد العزيز المنتاج أن التنمية رافعة لتأهيل الإعلام في المجال التنموي، وأن الإعلام أيضًا أداة من أدوات تحقيق التنمية، سواء على مستوى العنصر البشري أو على مستوى البنيات التحتية. وفي هذا السياق، فإن الإعلام التنموي الذي يُسمى بصحافة التنمية -بحسب ليونارد سوسمان (Leonard Sussman)- يركز على أخبار التطورات في مجالات التنمية. ويتلخص دور هذا الإعلام في تبني المشاريع التنموية ودعم مؤشراتها والدفاع عنها في محاولة لخلق الجو المناسب لتحقيق نتائجها، ويستخدم مختلف الوسائل لتحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع، بالإضافة إلى التوجيه والرقابة والنقد. ومن جهة أخرى يسعى إلى إحداث التحول الاجتماعي والمساهمة في تقدم المجتمع وتطويره، وقد مرَّ الاهتمام بالإعلام التنموي بثلاث مراحل:

- أولاً: مرحلة الإهمال، وانطلقت في نهاية الحرب العالمية الثانية حتى نهاية الستينات، وكانت نظريات التنمية لا تعير اهتمامًا للإعلام وتري الأهمية له في تحقيقها؛ إذ إن التنمية مرتبطة بالجانب المالي والاقتصادي والاستثماري فقط.

- ثانيًا: مرحلة المبالغة، وامتدت خلال الستينات والسبعينات، وساد اعتقاد بأن للإعلام دورًا كبيرًا وفعالاً في تعبئة الموارد البشرية، وذلك من خلال اكتساب قيم واتجاهات وأفكار تنموية جديدة.

- ثالثًا: مرحلة التوازن، واعتبرت وسائل الإعلام مهمة في تنفيذ الخطط التنموية، من خلال تركيز الاهتمام على مشاكل التنمية وأهدافها، وقدرتها على النهوض بمجالاتها؛ ذلك أن الإعلام عامل مؤثر وأداة للتغيير في نظام اجتماعي شامل.

ويشير الباحث المتنازع إلى تعاظم دور الإعلام التنموي بسبب ثورة المعلومات، وظهور الإعلام الجديد وما يتيح من خصائص المشاركة والتفاعل؛ إذ ضاعف من حجم الاهتمام بقضايا المجتمع وما يعانيه من مظاهر التخلف. وأصبحت الحياة اليومية للمواطنين أكثر حضورًا من خلال هذا الإعلام الذي أسهم في زيادة فرص التعليم والتعلم والتوعية. كما عمل على تحفيز الأفراد على المشاركة في المشاريع التنموية والقبول بها وتبنيها.

2. الإعلام الجديد والمشاريع التنموية في المغرب

يقوم الإعلام الجديد بدور ناجع في خلق المناخ المناسب لنجاح المشاريع التنموية؛ إذ يدفع إلى إشراك جميع فئات المجتمع في الاهتمام بقضايا التنمية، وتحويلها إلى عامل مساند وداعم لما يُنجز من مشاريع؛ فلا تنمية بدون إعلام، كما بيّن عدد من الباحثين. ويمكن -بحسب ولبور شرام (Wilbur Schramm)- توظيف وسائل الإعلام داخل المجتمع بغرض تعزيز القيم الإيجابية وتنمية الاتجاهات التنموية. ويبدو أن الإعلام الجديد كفيل بخلق هذا الوعي التنموي لدى الأفراد، ودفعهم إلى تبني ما تنجزه الدولة من مشاريع تنموية واحتضانها. ويقول الأكاديمي، فاروق أبو زيد: "إن دور الإعلام يتمثل في كونه منبّهًا للتنمية من خلال إثارة اهتمام المواطنين بقضاياها وحشد الدعم الشعبي لها؛ لأنها تفقد مضمونها دون مشاركة شعبية فعلية". وقد أكدت الأمم المتحدة هذا الرأي في أحد تقاريرها؛ إذ اعتبرت أن "تحسين نشر المعلومات وتعبئة الرأي العام يزيد من رفع الوعي بقضايا التنمية، ويعزز فرص تحقيق أهدافها". وهو الأمر نفسه الذي أقرّ به شرام الذي يرى أن نجاح التنمية لا يتحقق إلا بقرارات يتخذها المعنيون بها، وقبل اتخاذ هذه القرارات، يجب أن يُعطى للإعلام فرصة خلق الجو والظروف الملائمين لها... وجعل شعوب الدول النامية تتخذ قرارات التنمية، وتتاح لها قاعدة المشاركة، فإذا أُتيح لهم تدفق إعلامي، فإنهم سيكونون قادرين على فعل أشياء كثيرة بشأن تحديد الأهداف وتقرير متى يتغيرون وكيف يتغيرون وماذا يريدون لمجتمعهم من تغيير.

وتشير الدراسة إلى أن الإعلام الجديد في المغرب استطاع خلق إجماع وطني حول مشاريع التنمية من خلال مواكبته وتغطيته لمشاريع ومنجزات وطنية كبرى،

وبسبب توفيره لقاعدة مهمة من المشاركة والتفاعل، ونتيجة لما يُقدّم حولها من أرقام ومعطيات، تجعل المواطن أكثر قناعةً بجدواها، وأكثر استعدادًا للانخراط في دعمها واحتضانها بشكل فعال. وتبيّن نتائج استطلاع الرأي مع المبحوثين أن الإعلام الجديد استطاع خلق إجماع وطني حول بعض القضايا؛ إذ عبّرت نسبة 89.20٪ من المبحوثين، من أصل 186 فردًا، عن ثقتهم في الإعلام الجديد وقدرته على خلق هذا الإجماع، بينما أكد 10.8٪ من المبحوثين أنهم غير متأكدين من ذلك.

إن التغطية الإعلامية المكثفة التي قامت بها وسائل الإعلام الجديد للمشاريع التنموية في المغرب (المبادرة الوطنية للتنمية البشرية، ميناء طنجة المتوسطي، مشروع نور للطاقة الشمسية، مشروع تهيئة ضفتي أبي رقراق، مشاريع صناعات السيارات، مشروع المدينة الذكية طنجة تيك، مشروع الأقمار الصناعية، مشروع المخطط الأخضر...)، مكّنت الجمهور من متابعتها والتعرف عليها. واستطاعت التغطية أن تخلق جوًّا عامًّا إيجابيًا حولها يدفعهم للانخراط في دعمها وحسن التفاعل معها. لذلك، فإن هناك مهامًّا إضافية للإعلام داخل المهمة الرئيسية لتعبئة الموارد البشرية -بحسب بعض الباحثين- إذ لا بد أن يتلقى الناس المعرفة التي يحتاجونها كي يستقر رأيهم فيما يعتقدونه استقرارًا نهائيًّا (...). فبدون إعلام كاف لن يكون هذا القرار قوميًّا؛ لأنه لم ينبن على إرادة شعبية؛ ذلك أن الإعلام يعمل على خلق الإجماع حول القضايا الأكثر أهمية، ويخلق الجو العام المناسب لنجاحها، ويهيئ الظروف الاجتماعية والنفسية والثقافية للأفراد والجماعات من أجل الاستجابة للخطط والبرامج التنموية بشكل فعال. وقد قام الإعلام الجديد من خلال متابعته لمشاريع التنمية التي أطلقها المغرب بخلق الجو الملائم لها.

لكن هذا الإعلام نفسه نشر وجهات نظر متقدمة لبعض المشاريع التنموية، وكان هذا النقد تارة بناءً يكشف ظروف تنزيل تلك المشاريع وإكراهاتها وعيوبها، وتارة أخرى كان نقدًا ساخرًا يبيّن رأي فئة من المغاربة تجاه هذه المشاريع التنموية. ورغم قسوة هذه الانتقادات، فإنها تشير إلى اهتمام المواطنين بالمشاريع التنموية والتفاعل معها والمشاركة فيها والتوجيه لمساراتها. لذلك يتجلى دور الإعلام في التنبيه للمخاطر قصد تداركها ومعالجتها قبل فوات الأوان.

3. الإعلام الجديد تعزيز لمؤشرات التنمية

دأبت الأمم المتحدة في تقاريرها السنوية على تعريف التنمية بأنها توسيع للخيارات أمام الناس، مثل حياة صحية طويلة وتقاس بمتوسط العمر المتوقع عند الولادة، والقدرة على اكتساب المعرفة التي تقاس بمتوسط سنوات الدراسة والعدد المتوقع لها، والقدرة على تحقيق مستوى معيشي لائق. بمعنى أن الأمم المتحدة تركز في تقاريرها على التعليم والصحة وتحسين الدخل، وهي الأبعاد الثلاثة التي تعتبرها الأمم المتحدة مؤشرات أساسية، ولكي يكون القياس أكثر شمولية تضيف إليها الأمم المتحدة دلائل أخرى مثل تكافؤ الفرص، والمساواة بين الجنسين، ودرجة تمكين المرأة، بالإضافة إلى قياس ظواهر أخرى كالفقر والهشاشة والبطالة والفساد.

وفي مجال التعليم، بيّنت نتائج استطلاع الرأي أن 61.2٪ من عينة الدراسة يستخدمون الإعلام الجديد للتعليم، في حين أقر 97.3٪ أن وسائل الإعلام الجديد أفادتهم فعلاً في التعليم والتعلم الذاتي. لذلك فإن التقنية الجديدة، بوجهها الإعلامي، قد تكون عاملاً مسانداً ومكملاً لما تقوم به المدرسة، بل إن وسائل الإعلام الجديد حذت من احتكار المدرسة للتربية والتعليم ليصلا إلى بيئة تعليمية عالمية في الفضاء الافتراضي.

ويستغل التلاميذ والطلبة مواقع التواصل الاجتماعي لإنشاء صفحات ومواقع وقنوات للمراجعة والدعم يشتركون فيها لتبادل المعارف والمعلومات والمراجع والأبحاث، ويجيبون عن تساؤلات بعضهم البعض. كما ينشرون فيها الدروس والمحاضرات وأسئلة الامتحانات، ويتعاونون في الإجابة عليها. وتنتشر هذه الصفحات والمواقع في المغرب تارة بأسماء مديريات التعليم، أو باسم الثانويات والإعداديات والجامعات، مثل صفحة "طلبة الدراسات العربية بجامعة ابن زهر" التي تضم حوالي 10 آلاف مشترك، أو "ملتقى طلبة العلوم القانونية بأكادير" الذي يضم 84000 مشترك، وقناة الجامعة المغربية، ناهيك عن العديد من الصفحات على فيسبوك ويوتيوب ومجموعات الواتساب، مثل قناة مغرب الطلبة، وهي قناة تنشر روابط ومواقع وقنوات مفيدة للطلبة، بالإضافة إلى نشر تمارين ودروس وامتحانات وملخصات.

وتنتشر على يوتيوب وفيسبوك مواقع وقنوات تعليمية تهتم بجميع أنواع التعليم، سواء تعليم اللغات أو تعليم المهن والتدريب عليها. وترخر هذه المواقع بكل ما

يبحث عنه المستخدم مهما كانت اهتماماته، سواء أراد تعلم لغة أو علم أو اكتساب معرفة، أو أراد تعلمًا يدويًا، أو تقنيًا كالميكانيكا أو الكهرباء أو التصوير أو الرسم أو النحت أو البحوث المرتبطة بالزراعة والفلاحة وتربية المواشي.

4. الإعلام الجديد وتحسين الدخل ومحاربة الفقر

بعد انتشار الإنترنت واشتراك فئات واسعة من المجتمع في خدماته، أنشأ عدد كبير من المغاربة صفحات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وقنوات رقمية وإذاعات خاصة، وشرعوا في تقديم محتويات متنوعة، فنية وكوميديية وبرامج ثقافية، تشمل الطبخ والغناء وتسجيلات لحياتهم اليومية وللعادات والتقاليد المغربية. وأدى ذلك إلى انتشار واسع وازدهار كبير لصناعة المحتوى في الإعلام الجديد، وكشفت دراسة أجراها مكتب مجموعة "إنتل" (intell) أن 97٪ من المستجوبين المغاربة يعتبرون أنفسهم مبدعين في صناعة المحتوى، وأن 42٪ ممن يشتغلون في صناعة المحتوى جلهم من الشباب. وقد مكنت هذه الأنشطة الإعلامية الجديدة بعض صانعي المحتوى من جني أرباح مهمة تصل إلى 20 ألف درهم شهريًا (حوالي ألفي دولار)، سواء من خلال ترويجهم لفيدويوهات ينتجونها أو من خلال استفادتهم من الإعلان.

لا يقتصر جني الأرباح عبر وسائل التواصل الاجتماعي على الإشهار وصناعة المحتوى، بل نجد مغاربة يربحون أموالاً من خلال قيامهم بالوساطة الإلكترونية؛ حيث يقومون بترويج روابط المنتجات أو بيعها للمستهلكين مقابل حصولهم على نسبة من المواد المباعة، أو مقابل كل ولوج للموقع المحدد. فالوسيط يحصل على قدر محدد من المال عن كل شخص دخل إلى موقع معين أو اشترى عبره، كما تُجنى الأرباح كذلك من بيع الصفحات والمواقع الإلكترونية بحسب سمعتها وعدد مشاهديها ومتابعيها. وخلال 2016، سارعت الحكومة المغربية إلى إصدار قانون جديد للصحافة والنشر المعروف بقانون رقم 88.13، وقد جاء في إحدى مواد ضرورة خلق مقاولات إعلامية، والتعهد بتوظيف ثلاثة أشخاص والتصريح بروتبهم ووضعيتهم المالية، قبل التقدم بطلب الحصول على ترخيص الملاءمة، وهو ما يعد توسيعاً لفرص العمل في أوساط الشباب ومحاولة لمحاربة البطالة وتحسين الدخل. إن لجوء المغاربة إلى وسائل الإعلام الجديد أملت الحاجة إلى تحقيق دخل فردي

وعائدات مالية لمواجهة الفقر وتحسين الدخل، وهو التوجه الذي أصبح رائجاً في العالم؛ حيث يلجأ أصحاب المواهب في إنتاج الفيديو إلى إنشاء شركات صغيرة للتعامل مع مختلف العملاء عبر العالم.

5. التنمية السياسية والثقافية والمحافظة على البيئة

يتشكّل الوعي السياسي بفضل مؤسسات التنشئة السياسية، من جمعيات وأحزاب ونقابات ومنظمات حقوقية، لكن يبقى الإعلام من أبرز وسائل التأثير في نشر الوعي السياسي وأكثرها تحكماً في تأطيره. وفي السياق المغربي، أسهم الإعلام الجديد في نشر وعي سياسي بين المغاربة، بعد أن جعلهم أكثر اهتماماً بقضايا الشأن العام، وأكثر انخراطاً فيما يجري على الساحة السياسية، سواء من خلال التعبير أو المشاركة. فقد عبّر 85٪ من أفراد عينة الدراسة عن أن الإعلام الجديد أسهم في إيجاد نقاش عام حول القضايا التي تمس الحياة اليومية للمواطن، وأكد 84.6٪ من المبحوثين أن هذا الإعلام جعل المغاربة أكثر اهتماماً بقضايا الشأن العام. وتتوافق هذه النسب مع ما جاء في إحدى الدراسات التي بيّنت أن 85٪ من طلبة الجامعة بالمغرب يشاركون في الحراك الجماهيري والسياسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، علماً بأن فاعلية الديمقراطية تظهر في تشجيع المواطنين على الإدلاء بأرائهم، والمشاركة في الحركات الاحتجاجية.

وإذا كانت التنشئة السياسية تتحقق عبر نشر الوعي، فإنها تتجسد أيضاً عبر التعريف بمؤسسات الدولة وأدوارها. وقد أسهم الإعلام الجديد في تعريف المغاربة بالحكومة والبرلمان والمعارضة والعلاقة بينهما، بعد أن أصبحوا أكثر إدراكاً لكيفية تشكيل هذه المؤسسات المنتخبة. ويوجه المغاربة سهام انتقاداتهم للحكومة ولأغليتها البرلمانية، باعتبارها المسؤولة عن تدبير الشأن العام، ويلجأ هؤلاء إلى نشر مداخلات نواب المعارضة ومشاركتها احتجاجاً على القرارات الحكومية.

ومن القيم الجديدة التي تعمل وسائل الاعلام الجديد على غرسها في المجتمع المغربي الحفاظ على البيئة وتجنب ما يتسبب في تدهورها، مثل تلوث الماء والهواء والتصحر، كما تسعى إلى خلق الوعي بأهمية التعايش المتبادل بين الإنسان والبيئة والملاءمة بين التقدم الاقتصادي والإدارة الرشيدة للموارد الطبيعية والبيئة، خاصة أن

هناك جهات تعتبر الفقر أكبر ملوث ومدمر للبيئة. فكيف تعمل وسائل الإعلام على مواجهة الفقر والحفاظ على البيئة؟

تعتمد المنظمات البيئية إلى إطلاق مواقع إلكترونية وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير في الأفراد وتأطير الرأي العام، ودعوته إلى المحافظة على البيئة، مثل صفحة "جمعية المحافظة على البيئة"، و"منتدى المواطنة والمحافظة على البيئة"، وصفحة "البيئة في المغرب" على فيسبوك. كما تنشر هذه المواقع منشورات تدعو إلى احترام البيئة والمحافظة عليها، وقد أطلق نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي مبادرات وحملات بيئية تفاعل معها المغاربة بشكل إيجابي، مثل الحملة التي استهدفت فضيحة استيراد نفايات إيطاليا، وتحولت هذه القضية إلى رأي عام وطني؛ الأمر الذي أثار غضباً عارماً، أطرته وسائل التواصل الاجتماعي وانتهى بإيقاف الحكومة المغربية لهذه الصفقة، وإعفاء الوزيرة المعنية بها. وقد نهبت عدة مواقع إلكترونية إلى خطر تلوث الهواء حيث تعرف عدة مدن مغربية هواء ملوثاً.

6. الإعلام الجديد وإكراهات تحقيق التنمية

من الإكراهات التي قد تعطل التنمية في المغرب ما يُعرف بالفجوة الرقمية، أي الهوة بين الأشخاص الذين يستطيعون استخدام الإنترنت والتقنية الرقمية بسبب امتلاكهم المهارة اللازمة والقدرة المادية والوسائل الأساسية، والأشخاص الذين لا يستطيعون بسبب غياب عامل من هذه العوامل. ويمكن أن يؤثر اتساع الفجوة الرقمية في إنجاح مهام وأدوار الإعلام الجديد؛ ذلك أن افتقار فئات اجتماعية لهذه الخدمات قد يحرمها من الانخراط في التطور والتغيير الاجتماعي، والمشاركة في المسار التنموي.

يتعرض الإعلام الجديد لحملات تشكيك في قدرته على قيادة التغيير؛ إذ يؤكد كثير من الآراء آثاره السلبية، ويتغاضى عن إيجابياته. لكن في الواقع، فإن طبيعة الاستخدام هي ما يحدد وظائفه وآثاره، فإذا استُعمل الإعلام الجديد استعمالاً إيجابياً، فإنه يؤدي إلى تحقيق نتائج تخدم التنمية. بالمقابل، إذا أسيء استعماله، فإنه يؤدي إلى نتائج سلبية تؤثر في التنمية، ولعل المتابع لوسائل الإعلام الجديد في الحالة المغربية سيدرك طبيعة الممارسات التي تحد من أدواره الإيجابية، ومنها: تركيز بعض وسائل الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي على نشر التفاهة والخرافة، من

خلال تداول أخبار ومواضيع تافهة ومبتذلة، وذلك بهدف واحد هو البحث عن رفع نسب المشاهدة ونيل كثرة الإعجابات والمتابعات، دون اهتمام بالمسؤولية الإعلامية التي تقتضي من هذه الوسائل الحرص على تهذيب الذوق العام، والالتزام بمبادئ وأخلاقيات المجتمع، واحترام الذوق العام وحقوق الآخرين.

ويؤخذ على وسائل الإعلام الجديد أيضاً ضعف قدرة أدواتها على التمييز بين الأخبار الحقيقية والزائفة؛ إذ تنشر أحياناً أخباراً كاذبة، لكن الأخطر أن هذه الوسائل تتعمد نشر الأخبار الزائفة والمُضَلَّلة والإشاعات والترويج لها بهدف تضليل الرأي العام وتوجيهه لأغراض دعائية؛ مما يؤكد صعوبة التحكم في هذه الوسائل وضبطها. وتركز بعض وسائل الإعلام الجديد غير المسؤولة على الفضائح وأخبار الجنس والجرائم، وتقديم نماذج سيئة للمجتمع؛ مما يؤدي إلى التأثير في الشباب والمراهقين. وهو ما يفرض على المواقع الإلكترونية والصفحات الاجتماعية أن تستحضر مسؤولياتها الأخلاقية، وتقدم مصلحة خدمة المجتمع على الأرباح المادية.

خاتمة

بيّنت الدراسة أن هناك توافقاً بين أهداف التنمية وأدوار الإعلام الجديد الذي يسعى إلى تحقيق ما ترمي إليه التنمية الشاملة ودعم مؤشراتنا في المجتمع المغربي، من خلال التعريف بالمشاريع التنموية، وإقناع الجمهور بأهميتها، وإيجاد إجماع وطني حولها، ما يُعد اهتماماً بالإنسان وإقراراً بمشاركته ودوره في هذه المشاريع. كما وجّه هذا الإعلام انتقادات للمشاريع التنموية، وأبرز ملاحظات المواطنين حولها، ما أدى إلى الإسراع في تداركها وإصلاحها. لذلك، فإن الإعلام الجديد لا يحشد الدعم للمشاريع التنموية فقط، وإنما يُوجّه ويقترح ويقوم. وقد أكد قدرته على المساهمة في تحسين خدمات قطاعي التعليم والصحة من خلال كشف عيوبهما وما يعترضهما من مشاكل، وكذلك قدرته على أن يكون وسيلة تعليم وثقيف وبناء الذات، تشر الوعي وتؤدي إلى غرس قيم جديدة، كما يوفر كمّاً هائلاً من المعلومات في جميع الميادين، ومنها التعليمية والصحية.

وأوضحت الدراسة، على المستوى التنموي الاجتماعي بالمغرب، أن الإعلام الجديد يعمل على محاربة جميع أشكال التخلف، من أجل بناء مجتمع المؤسسات عوض

المجتمع القائم على القبيلة والزاوية والأعراف، بالإضافة إلى نشر قيم التسامح والتعايش، والتضامن، والتآزر، ومحاربة العنف، وكل أشكال التطرف. فتسهيل التواصل، بهذه الصيغة الديمقراطية، كفيل بخلق رابطة اجتماعية وتحقيق تماسك اجتماعي، خاصة إذا كان هذا التواصل إيجابياً، يركز على تحقيق إشباعات معرفية ونفسية، ويعمل على إدماج الأقليات، وينشر قيم الاختلاف، وتقديم المصلحة العامة، واحترام القانون ومؤسسات الدولة.

ويثبت الدراسة أن الإعلام الجديد يشكّل دعماً للاقتصاد الوطني، سواء بما يحققه من عائدات مالية، أو بما يوفره من فرص العمل والرواج التجاري، وتعزيز قطاع التجارة الإلكترونية، ودعم المنتجات المحلية، الفلاحية والصناعية والتقليدية، ودعم السياحة الداخلية، بالإضافة إلى قدرته على جلب استثمارات أجنبية بفضل ما يقدمه عن المغرب وقدراته الطبيعية والجغرافية والتاريخية.

وأكدت الدراسة أن للإعلام الجديد دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام واستعادة الفضاءات العامة وخلق نقاشات عمومية في الشأن السياسي محلياً ووطنياً ودولياً؛ إذ استطاع الإعلام الجديد أن يحول المواطنين إلى كائنات سياسية، ويدفع عدداً هائلاً من المهمشين لمتابعة قضايا الشأن العام والمشاركة السياسية. وتشير وتيرة ارتفاع الاحتجاجات منذ العام 2007 حتى اليوم إلى ارتفاع منسوب الوعي بالقضايا العامة ورغبة في المشاركة لتحديد مسارات التنمية؛ ما يعد مؤشراً قوياً على دور الإعلام الجديد في تحقيق التنمية السياسية التي تركز على بناء مؤسسات ديمقراطية والتداول السلمي للسلطة، والمشاركة فيها انتخاباً وترشيحاً وتصويتاً واقتراحاً.

معايير النشر في مجلة الجزيرة

تعتمد مجلة "الجزيرة لدراسات الاتصال والإعلام" معايير المتطلبات العلمية في نشر الدراسات والبحوث التي تصلها وفقاً للمواصفات الشكلية والموضوعية للمجلات الدولية المحكمة، ويقتضي ذلك:

1. أن تكون الدراسة أصيلة أعدّها الباحث للنشر في المجلة، وألا تكون قد نُشرت جزئياً أو كلياً أو نُشر ما يشبهها في مجلة أخرى أو كتاب أو آية وسيلة نشر إلكترونية أو ورقية، أو قُدمت الدراسة في أحد المؤتمرات العلمية من غير المؤتمرات التي يعقدها مركز الجزيرة للدراسات، أو إلى أية جهة أخرى.

2. أن تكون الدراسة في أحد مجالات وفروع حقل الاتصال والإعلام، وأن تتصل باهتمام الباحث وتخصصه العلمي، وأن تكون الدراسة كذلك في مجال أهداف المجلة واهتماماتها البحثية.

3. أن تُرفق الدراسة بالسيرة العلمية للباحث وبريده الإلكتروني ورقم هاتفه المحمول.

4. أن يعتمد الباحث الأسس والمعايير العلمية في جميع خطواته البحثية، وأن يسترشد بالأصول المنهجية والأكاديمية في إعداد دراسته، لاسيما فيما يخص تحديد المشكلة البحثية أو السؤال الإشكالي الذي تناقشه الدراسة، أو الفرضيات التي تُؤسس لأطروحة البحث، وبيان الرؤية أو الإستراتيجية البحثية التي تُوجّه مسار الدراسة، ومناقشة أبعاد المشكلة ومظاهرها (التحليل)، وإبراز أهم الاستنتاجات التي خلصت إليها الدراسة.

5. أن تحرّر الدراسة بلغة عربية سليمة محكمة ورسينة تتصل بالحقل المعرفي للاتصال والإعلام، وأن تخلو من الأساليب الإنشائية والعبارات الغامضة والتناقضات التي تسبّب التباساً وتشويشاً في انسياب المعنى وسلاسة الأفكار.

6. أن تستوفي الدراسة العناصر التي تحدد هويتها (بطاقة هوية الدراسة):

- يُكتب عنوان الدراسة أو البحث باللغتين: العربية والإنجليزية.

- ملخصًا تنفيذيًا باللغتين: العربية والإنجليزية، لا يتجاوز كل واحد منهما مئة (100) كلمة، ويُبرز الباحث في هذا الملخص المشكلة البحثية وأبعادها، والإستراتيجية المنهجية التي اعتمدها في تحليل مظاهرها، وأهم الخلاصات التي توصل إليها، فضلًا عن الكلمات المفتاحية باللغتين أيضًا (5 كلمات كحدّ أقصى).

- اسم الباحث وصفته العلمية/ الأكاديمية باللغتين: العربية والإنجليزية.

7. أن تلتزم الدراسة بمواصفات التوثيق وفقًا لنظام الإحالات المرجعية الذي يعتمده مركز الجزيرة للدراسات، وأن تُكتب المصادر والمراجع بشكل يدوي في نهاية الدراسة (Endnotes) وليس أسفل كل صفحة (Footnotes) باستخدام خاصية تنسيق الحواشي السفلية. انظر دليل المجلة في ضبط المراجع وكتابة الهوامش.

8. أن تكتب الدراسة بخط (Traditional Arabic) ويكون حجمه 16، بينما المصادر والمراجع بحجم 14.

9. أن يتراوح الحد الأقصى لعدد كلمات الدراسة، بما في ذلك المراجع في الإحالات المرجعية والهوامش الإيضاحية، وقائمة المراجع وكلمات الجداول في حال وجودها، والملحقات في حال وجودها، بين سبعة آلاف (7000) وتسعة آلاف (9000) كلمة. ويمكن للمجلة أن تشر -في بعض الحالات وبحسب تقديراتها وبصورة استثنائية- بعض البحوث والدراسات التي تتجاوز هذا العدد من الكلمات، أو تقل عنه .

10. في حال استخدام الباحث مقتطفات أو فصول من رسائل جامعية أُفِّرت من قبل، عليه أن يشير إلى ذلك، ويقدم بيانات وافية عن عنوان الأطروحة وتاريخ مناقشتها والمؤسسة التي جرت فيها المناقشة.

11. ترحب المجلة بالمراجعات والقراءات النقدية للكتب المنشورة بحدود لا تتجاوز (2500-4000) كلمة. وفي هذه الحالة يجب على الكاتب أن يورد في أعلى الصفحة المعلومات التالية: عنوان الكتاب، اسم المؤلف، دار النشر ومكانه وتاريخه وعدد الصفحات. وتشمل مراجعة الكتب، عرضًا وصفيًا لمحتوى الكتاب، وكذلك رؤية نقدية معززة بالبراهين العلمية الموثقة، وأن يرسل صورة لغلاف الكتاب مع المراجعة.

12. في حال وجود مخططات أو أشكال أو معادلات أو رسوم بيانية أو جداول،

ينبغي إرسالها بالطريقة التي استُخدمت بها في الأصل بحسب برنامجي إكسل (Excel) أو وورد (Word)، كما يجب إرفاقها كصور أصلية بجودة عالية في ملف مستقل.

13. تُكتب جميع العناوين الوظيفية والشروحات والتعليقات على الجداول، أو الرسوم أو تصاميم الإنفوغراف، باللغة العربية، مع إحالات واضحة للمصدر الأصلي للجدول أو المخطط وفقاً لدليل المجلة.

14. تخضع البحوث للتحكيم، ويُتخذ قرار نشرها في ضوء آراء المحكمين وقرار هيئة التحرير.

15. يحق لهيئة تحرير المجلة إجراء التعديلات الشكلية على الدراسة متى كان ذلك ضرورياً دون تعديل المحتوى.

16. يجري ترتيب البحوث عند النشر وفق مقتضيات فنية حصراً دون أي اعتبارات أخرى.

17. لا يدفع مركز الجزيرة للدراسات مكافآت مالية مقابل نشر البحوث في المجلة، ولا يتقاضى عليها أي رسوم.

18. الدراسات والبحوث المنشورة في المجلة تعبر عن آراء أصحابها، ولا تعكس بالضرورة رأي المجلة أو مركز الجزيرة للدراسات، ويتحمل مؤلفوها المسؤولية كاملة عما ورد فيها من آراء ومعلومات واستنتاجات.

19. تُرسل الدراسة كاملة في ملف وورد (Word) إلى البريد الإلكتروني للمجلة (AJCM@aljazeera.net).

20. تُوجّه المراسلات الخاصة بالمجلة إلى رئيس التحرير على البريد الإلكتروني للمجلة.

أسلوب كتابة المراجع والهوامش

سياسات عامة

- تُكتب المصادر والمراجع بشكل يدوي في نهاية الدراسة (Endnotes) وليس أسفل كل صفحة (Footnotes) باستخدام خاصية تنسيق الحواشي السفلية.
- عند الإحالة إلى مصدر أو مرجع للمرة الأولى، تُدرج المعلومات الكاملة المتعلقة بذلك المصدر وفق السياسات التفصيلية الواردة أدناه.
- عند تكرار المصدر أو المرجع مباشرة توضع العبارة التالية: "المرجع السابق"، وبخصوص الكتب الأجنبية توضع عبارة "Ibid" مع ذكر رقم الصفحة.
- عند تكرار المصدر أو المرجع، بعد ورود مراجع أخرى، يُذكر الاسم العائلي للمؤلف (دون الاسم الأول) متبوعاً بعنوان المرجع بصيغة مختصرة (دون العنوان الفرعي)، ورقم الصفحة.
- في حال عدم معرفة الناشر يُكتب (د. ن) وتعني دون ناشر، وفي حال عدم معرفة تاريخ النشر يُكتب (د. ت) وتعني دون تاريخ.

سياسات تفصيلية

أولاً: الكتب

1. كتاب لمؤلف واحد:

اسم المؤلف، عنوان الكتاب، رقم الطبعة (إن وُجد) (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

عز الدين عبد المولى، العرب والديمقراطية والفضاء العام في عصر الشاشات المتعددة: بحث في دور الجزيرة، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2015)، ص 5.

إذا كان الاقتباس يشمل أكثر من صفحة، تُوثَّق بيانات الكتاب كالاتي:

عارف حجاوي، اللغة العالية: العربية الصحيحة للمذيع والمراسل ولكل صحفي، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2014)، ص 24-25.

Marc Lynch, *Voices of New Arab Public: Iraq, Aljazeera, and Middle East Politics Today*, (New York: Columbia University Press, 2006), 87.

إذا لم توجد إشارة للطبعة، تُوثَّق بيانات الكتاب كالاتي:

محمد كريشان، الجزيرة وأخواتها، (دمشق، الأهالي للنشر والتوزيع، 2006)، ص 24.

Philip Seib, *Information at War: Journalism, Disinformation, and Modern Warfare*, (Oxford: University of Chicago Press Polity Press, 2021), 23.

2. كتاب لمؤلف واحد من عدة أجزاء :

اسم المؤلف، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الجزء، رقم الصفحة.

يورغن هيرماس، نظرية الفعل التواصلي: عقلانية الفعل والعقلانية الاجتماعية، ترجمة فتحي المسكيني، ط 1 (الدوحة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2020)، ج 1، ص 112.

Christian Fuchs, *Digital Capitalism: Media, Communication and Society*, (London: Routledge, 2022), 3: 243.

3. كتاب لمؤلفين اثنين:

اسم المؤلف الأول، اسم المؤلف الثاني، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

إيريك شميدت، جاريد كوين، العصر الرقمي الجديد: إعادة تشكيل مستقبل الأفراد والأمم والأعمال، ترجمة أحمد حيدر، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2013)، ص 135.

Christoph Ernst, Jens Schroeter, Media Futures: Theory and Aesthetics, (Cham, Switzerland: Springer Nature Switzerland AG, 2021), 167.

4. كتاب لأكثر من ثلاثة مؤلفين:

المؤلف الأول وآخرون، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

روكسان فارمان-فارماين وآخرون، الإعلام في مراحل الانتقال السياسي: الحالة التونسية نموذجًا، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2015)، ص 25.

Tommaso M. Milani et al., Language Ideologies and Media Discourse: Texts, Practices, Politics, (New York, United States: Continuum Publishing Corporation, 2010), 35.

5. كتاب لجهة أو مؤسسة حكومية أو دولية أو غيرهما:

اسم الجهة أو المؤسسة، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

وكالة الأنباء القطرية، الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الرأي العام، ط 1 (قطر، وكالة الأنباء القطرية، 2010)، ص 22.

UNESCO, Getting the Message Across: Reporting on Climate Change and Sustainable Development in Asia and the Pacific: A Handbook for Journalists, (Paris: the United Nations Educational, 2018), 60.

6. كتاب لمحرر واحد:

اسم المحرر (محرر)، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

- محمد الراجحي (محرر)، سلطة الإعلام الاجتماعي: تأثيراته في المنظومة الإعلامية التقليدية والبيئة السياسية، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2017)، ص 51.

Savas Çoban, ed., Media, Ideology and Hegemony, (Chicago, United States: Haymarket Books, 2020), 301.

7. كتاب لمحررين اثنين:

اسم المحرر الأول، اسم المحرر الثاني (محرران)، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

عز الدين عبد المولى، نور الدين الميلادي (محرران)، الجزيرة في عشرين عامًا: أثرها في الإعلام والسياسة والأكاديمية، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2016)، ص 26.

Katharine Sarikakis, Daya K. Thussu, eds., Ideologies of the Internet, (Cresskill, United States: Hampton Press, 2007), 202.

8. كتاب مترجم أو مُترجم ومحرر:

اسم المؤلف، عنوان الكتاب، ترجمة اسم المترجم، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

فيليب سيب، تأثير "الجزيرة": كيف يعيد الإعلام العالمي الجديد تشكيل السياسة الدولية، ترجمة عز الدين عبد المولى، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2011)، ص 15.

Niklas Luhmann, The Reality of the Mass Media, Trans. and ed. Kathleen Cross, (U.S.A: Stanford University Press, 2000), 109.

9. كتاب لا يوجد اسم مؤلفه أو الجهة المسؤولة عن تحريره:

عنوان الكتاب، بدون مؤلف، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.
رسائل إخوان الصفا وخلان الوفاء، بدون مؤلف، (بيروت، دار صادر، 2004)، ص 39.

Conflict: A Nation Faces the Challenge, (Brisbane: Freedom Publishing, 1961), 18.

10. كتاب لا يوجد اسم مؤلفه لكن اسم المترجم أو المحرر أو المحقق موجود:

اسم المترجم (مترجم)، أو اسم المحرر (محرر) أو اسم المحقق (محقق)، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

عبد القادر بوباية (محقق)، تاريخ الأندلس، (بيروت، دار الكتب العلمية، 2007)، ص 43.

Theodore Silverstein, trans., *Sir Gawain and the Green Knight* (Chicago: University of Chicago Press, 1974), 34.

11. كتاب في سلسلة علمية أو معرفية:

اسم المؤلف، عنوان الكتاب، عنوان السلسلة ورقمها، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

معتصم بابكر مصطفى، أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، سلسلة كتاب التنوير 12، ط 1 (السودان، مركز التنوير المعرفي، 2014)، ص 121.
Thea M. van der Geest, *Web Site Design is Communication Design, Document Design Companion Series, 2* (Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2001), 35.

12. كتاب إلكتروني:

اسم المؤلف، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة، الرابط (URL) أو مُعرِّف الوثيقة الرقمي (DOI).
يُكتب الرابط أو مُعرِّف الوثيقة الرقمي مختصراً بالرجوع إلى مُختَصِرِ الروابط (.Bitly com) أو (Google URL Shortener).

حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط 1 (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1993)، ص 25، <https://bit.ly/2DaBEgG>

Arthur A. Berger, *Media and Communication Research Methods: an Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*, (California: SAGE Publications Inc, 2016), 25, <https://bit.ly/3adlHuK>.

13. فصل من كتاب محرر:

اسم الكاتب، "عنوان الفصل"، في عنوان الكتاب، تحرير: اسم المحرر، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

حسنة حسين، "الجزيرة وتطور تمثيلات النساء وأدوارهن في المجال العام: دراسة في مضمون برنامجي للنساء فقط ورائدات"، في الجزيرة في عشرين عامًا: أثرها في الإعلام والسياسة والأكاديمية، تحرير: عز الدين عبد المولى ونور الدين الميلادي، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2016)، ص 220.

Mohamed Mukhtar Alkhalil, "Aljazeera's Digital Leadership," in Aljazeera Tells Its Story: In-Depth Investigations, eds. Mostefa Souag et al., (Qatar: Aljazeera Media Network, 2022), 180.

14. محرر مقدمة الكتاب:

اسم كاتب المقدمة، عنوان الكتاب، اسم الكاتب، (مكان النشر، دار النشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

صالح أبو أصبع، فاروق منصور، مقدمة لـ مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، روجر ويمر، جوزيف دومينيك، ترجمة صالح أبو أصبع، فاروق منصور، ط 1 (بيروت، المنظمة العربية للترجمة، 2013)، ص 7.

Philip Seib, Aljazeera English: Global News in a Changing World, by Multiple Authors, (U.S.A: Palgrave Macmillan, 2012), 79.

15. المصدر الأصل مقتبس من مصدر آخر:

اسم الكاتب وعنوان المصدر الأصل، نقلًا عن المصدر الوسيط/ اسم الكاتب، عنوان الكتاب أو الدراسة، (مكان النشر، دار النشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

دينيس ماكويل، نقلًا عن خلف حماد، وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني، ط 1 (الأردن، اليازوري، 2020)، ص 74.

Warren Thompson, Population and Peace in the Pacific (Chicago: University of Chicago Press, 1946), 313, quoted in Dennis Hodgson, "Demography as Social Science and Policy Science," Population and Development Review 9, No. 1 (March 1983): 8-9.

ثانيًا: الرسائل الجامعية

اسم المؤلف، عنوان الرسالة أو الأطروحة، (نوعها: رسالة ماجستير أو أطروحة دكتوراه، اسم الجامعة، تاريخ الإجازة أو النشر)، رقم الصفحة (إذا كانت الرسالة أو الأطروحة منشورة على الإنترنت يُوثَّق رابطها في نهاية الإحالة).

إبراهيم محمد طلحة، البنية الأسلوبية في لغة الإعلام العربي الجديد: قنوات شبكة الجزيرة أنموذجًا (أطروحة دكتوراه، جامعة عدن، 2017)، ص 83.

Dragan Petrevski, Media as Generators of Media Memes: Aljazeera Balkans as an Example, (Master thesis, University of Maribor, Slovenia, 2018), 42.

ثالثًا: الوثائق الرسمية

وثائق حكومية أو تقارير منظمات حكومية وغير حكومية أو تقارير منظمات دولية. اسم المنظمة أو الجهة الحكومية، "عنوان الوثيقة"، رقمها التسلسلي، (مكان النشر: تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

المفوضية السامية لحقوق الإنسان وسلامة الصحفيين، "خطة عمل الأمم المتحدة بشأن سلامة الصحفيين ومسألة الإفلات من العقاب"، CI-12 /CONF.202 /6، (جنيف: المفوضية السامية لحقوق الإنسان، 2017)، 5.

UNESCO, "Journalism is a Public Good: World Trends in Freedom of Expression and Media Development; Global Report 2021/2022," CC BY-SA 3.0 IGO, (2022), 13.

رابعًا: المؤتمرات والندوات

اسم المؤلف، "عنوان الورقة"، (قُدِّمت في/ إلى عنوان الندوة أو المؤتمر، مكان الانعقاد، تاريخ الانعقاد)، الرابط إذا كانت الورقة منشورة على الإنترنت.

نصر الدين لعياضي، "مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي: خلاف واختلاف"، (ورقة قُدِّمت في مؤتمر المشكلات النظرية والتطبيقية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الدوحة، 8-9 ديسمبر/ كانون الأول 2021).

LaRissa Lawrie, "Fake News and Post-Truth Politics, the 2016 US Presidential Election," (Paper Presented at the 16th Annual International Conference on Communications & Mass Media, 14-17 May 2018, Athens, Greece).

خامسًا: الدوريات والمجلات

1. دراسة من دورية أو مجلة:

اسم الكاتب، "عنوان الدراسة"، اسم المجلة (جهة النشر، البلد، المجلد و/ أو رقم العدد، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

حسين محمود هتمي، "معوقات توظيف تطبيقات التواصل الاجتماعي في قياس الرأي"، الباحث الإعلامي (جامعة بغداد-كلية الإعلام، العراق، العدد 53، 2021)، ص 112.

Elizabeth B. Breese, "Mapping the Variety of Public Spheres Get access .Arrow," *Communication Theory*, Vol. 21, Issue. 2 (2011): 125

2. إذا كانت الدراسة منشورة على الإنترنت يُنَوَّه إلى الرابط أو مُعرِّف الوثيقة الرقمي كالاتي:

عديله أحمد الشمران، "آراء مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول أخبار أزمة وباء كورونا (كوفيد-19): دراسة حالة الأردن"، مجلة بحوث الإعلام والاتصال (الشبكة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، بريطانيا، العدد 1، 2022): <https://bit.ly/3bOvnpnK>.

Melissa Wall, "Communication Practices in the Production of Syrian Refugee Belonging," *International Journal of Communication*, Vol. 15, (2021), <https://bit.ly/3R5QXfd>.

3. مراجعة كتاب:

اسم مؤلف المراجعة، عنوان المراجعة/ القراءة، عنوان الكتاب، مؤلف الكتاب، اسم المجلة/ الصحيفة، جهة النشر، العدد، التاريخ، الصفحة.

بسيوني حمادة، "مراجعة كتاب: الإعلام السياسي وصناعة الرأي العام خلال ثورات

الربيع العربي: قناة الجزيرة الإخبارية نموذجًا"، قراءة في كتاب الإعلام السياسي وصناعة الرأي العام خلال ثورات الربيع العربي: قناة الجزيرة الإخبارية نموذجًا، عبد السلام رزاق، أنساق، (دار نشر جامعة قطر، المجلد 3، العدد 2، 2019).

Mushfique Wadud, "Book Review: McQuail's Media and Mass Communication theory," Review of McQuail's Media and Mass Communication Theory, by Denis McQuail, Mark Deuze, Sage Journals, Vol. 15, Issue. 1-2, 2021.

في حال كانت المراجعة منشورة في صحيفة أو موقع إلكتروني، يوثق المرجع كآتي:
حميدة سميسم، "تاريخ الاتصال والإعلام العربي" للموسى: تدرج تاريخي لظهور وسائل الاتصال"، قراءة في كتاب تاريخ الاتصال والإعلام العربي، عصام سليمان الموسى، الغد، 11 فبراير/ شباط 2017، <https://bit.ly/3amQBRu>.

Ron Charles, "Two Authors Expose the Deceptive, Self-Aggrandizing Absurdity of Online Life," Review of Fake Accounts, by Lauren Oyler, The Washington Post, February 10, 2021.

سادسًا: مقالات الصحف

اسم الكاتب، "عنوان المقال"، اسم الصحيفة، تاريخ النشر.

سعيد يقطين، "مناقب الفضاء الافتراضي العربي ومثالبه"، القدس العربي، 29 يناير/ كانون الثاني 2022.

Cristiano Lima, "Why Younger Users May Shake up the Debate on Social Media Regulation," The Washington Post, June 9, 2022.

سابعًا: صفحات المواقع والمنشورات الإلكترونية

اسم الكاتب، "عنوان المقال أو التقرير"، اسم الموقع الإلكتروني/ أو المدونة، تاريخ النشر (تاريخ الدخول:...)، الرابط.

إيناس بوسعيد، "آليات التحقق من الأخبار المتدفقة عبر الإعلام الاجتماعي، دراسة حالة: تغطية قناة الجزيرة للمشهد اليمني"، معهد الجزيرة للإعلام، 30 يونيو/ حزيران 2018 (تاريخ الدخول: 15 مايو/ أيار 2022)، <https://bit.ly/3Ifxvcc>.

Dana Milbank, "The Democratic Apology Tour is a Sorry Spectacle," The Washington Post, February 6, 2019, "accessed February 24, 2019". <https://wapo.st/2BnpYXS>.

temmaryoucef، 26، "إشكاليات إجرائية في تقنية تحليل المضمون"، مايو/ أيار 2022، <https://bit.ly/3nMVruq>.

Rasmus K. Nielsen, "No One Cares What We Know: Three Responses to the Irrelevance of Political Communication Research," [rasmuskleisnielsen](https://bit.ly/3yP07G8), 2017, <https://bit.ly/3yP07G8>.

ثامناً: محتوى وحسابات مستخدمي الشبكات الاجتماعية

اسم الكاتب/ المؤسسة، (مُعرّف الحساب)، "عنوان المقال أو التقرير"، اسم المنصة، تاريخ النشر، الرابط.

الصادق رابح (@saddekrabah)، "مفهوم الخطاب: من السياق النصي إلى السياق التداولي"، 23، Facebook، يوليو/ تموز 2020، <https://bit.ly/3upm6RM>.

Kristen Eddy (@Kristeneddy), "Want to learn more about young peoples' news habits and attitudes, but don't have time to sit and read my #DNR22 chapter," Twitter, June 21, 2022, <https://bit.ly/3R8Q327>.

أسماء ملكاوي، "مداخلة في الجلسة الثالثة بعنوان: الشبكات الاجتماعية ومناهج البحث العلمي"، 14، youtube، ديسمبر/ كانون الأول 2021، <https://bit.ly/3bQpDlt>.

Reuters Institute, "Digital News Report 2022," youtube, June 15, 2022, <https://bit.ly/3NNu5Pp>.

تاسعاً: البودكاست

اسم المذيع واسم الضيف، عنوان الحلقة، اسم البرنامج (والمنصة)، المؤسسة المنتجة للبودكاست، تاريخ البث، مدة البرنامج، (تاريخ الدخول:...)، الرابط.

آمال لعريسي وعبد الرزاق بلعقروز، "الثورة الرقمية: حررت الإنسان أم استعبدته؟"، بعد أمس (الجزيرة بودكاست)، شبكة الجزيرة الإعلامية، 7 يناير/ كانون الثاني 2022،

20 د، (تاريخ الدخول: 5 يوليو/تموز 2022)، <https://bit.ly/3usmij8>.
Craig Mullaney, "How Executives Use Social Media to Lead: Stories and Strategies for Public Relations," Apple Podcasts Preview (podcast), 21:15, June 22, 2022, "accessed July 5, 2022". <https://apple.co/3bSqVwb>.

عاشراً: المقابلات والتواصل الشخصي

1. مقابلة مع الباحث:

مقابلة خاصة أجراها الباحث/ المؤلف مع أحمد الشيخ، رئيس تحرير غرفة الأخبار بقناة الجزيرة سابقاً، 2 يونيو/حزيران 2022، قطر.

Ahmed Al Sheikh (Former Editor-in-Chief of Al Jazeera's Newsroom), interviewed by author, 2 June 2022.

مقابلة عبر الهاتف/ البريد الإلكتروني/ السكايب/ زوم أجراها الباحث مع كمال حميدو، رئيس قسم الإعلام بجامعة قطر سابقاً، 24 مارس/آذار 2022.

Kamal Hamidou (Head of the Department of Mass Communication at Qatar University), interviewed by author, 24 March 2022.

2. التواصل الشخصي:

اسم المتصل بالباحث، مصدر الرسالة إلى الباحث، التاريخ.

مي العبد الله، رسالة إلى الباحث عبر تويتر، 25 يوليو/تموز 2022.

Jamal Zran, Facebook message to author, August 1, 2022.