PhD Dissertation **أطروحة دكتوراه**

الاتجاهات الحديثة في إنتاج البرامج الحوارية التليفزيونية: دراسة تحليلية وميدانية لقناتي الجزيرة العربية والإنجليزية

Modern Trends in the Production of Television Talk Shows: An Analytical and Field Study of Al Jazeera Arabic and English Channels

by – إعداد

Mohsen Alafranji – محسن الإفرنجي

Supervisor – إشراف

Prof. Berta García Orosa – أ.د. بيرتا جارثيا أوروسا

جامعة سنتياغو دي كومبوستيلا، إسبانيا

University of Santiago de Compostela, Spain

Year – السنة

2021

Language: English – اللغة: الإنجليزية

مقدمة

عــرف المشــهد الإعلامي تغييــرات كبيرة على صعيدي المحتوى والشــكل خلال العقود الأخيرة، وكذلك على مستوى الوظائف والأدوات والأداء، خاصة في وسائل الإعلام المرئيــة والرقمية، في إطار موجات متتالية من التحولات الرقمية، والابتكار التكنولوجــي؛ الأمــر الذي أثّر على إنتاج المحتوى الإعلامي وســبل مشــاركته مع الآخرين، والتفاعل المتبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام.

وشــملت موجات التحول الرقمي والابتكار الإعلامي العديدَ من المحاور المهمة، من أبرزها: التخصيص والسياق، وتجزئة المحتوى، والشراكات في الإنتاج والتوزيع، إضافــة إلــى تعزيز الاندماج الإعلامي، وهو ما فــرض تحديات جديدة أمام صناعة الإعلام، وشــكّل نقطة تحول مهمة نحو إعادة صياغة الهوية المهنية والممارســات الإعلامية برمتها. ومن جملة النتائج والتأثيرات التي أفرزتها تلك التحولات الرقمية والتكنولوجية:

- لا تزال وسائط الإعلام التقليدية تحتفظ بوجودها وأهميتها وعلى رأسها التليفزيون.
- التزايد المستمر لفرص المشاركة الفاعلة للجمهور في العملية الإعلامية.
- تســتقطب شبكات التواصل الاجتماعي المســتخدمين/ الجمهور بصورة أكبر من التليفزيــون، ولكنهــا تجتذب هــذا الجمهور من خلال إدماجــه بفاعلية في الإنتاج التليفزيوني بمراحله المختلفة.
- جمهور التليفزيون متعدد المهام ولا يكتفي بالمشاهدة فقط، فبينما يشاهد برنامجه المفضل يتفاعل على منصات التواصل الاجتماعي من خلال الأجهزة الذكية المختلفة.
- قاعدة "المحتوى هو الملك" تظل مُوَجِّهًا أساسيًّا لجذب الجمهور سواء للتليفزيون أو لوسائل الإعلام الأخرى.
- تعزيز الفهم المتبادل والتفاعلية بين جمهور وسائل الإعلام والقائمين بالاتصال عبر وسائل وتقنيات مختلفة من شأنه توسيع نطاق الإنتاج التليفزيوني.
- الابتكار في إنتاج برامج تليفزيونية نوعية سيقود إلى استحداث تقنيات جديدة في الإنتاج، وزيادة اجتذاب المشاهدين.

– المحتوى الإعلامي، والمؤسسات الإعلامية، ومشاركة الجمهور وإدماجه، تُشكِّل مؤشرات مهمة لمعايير الجودة الإعلامية.

وفي الإنتاج التليفزيوني، تؤثر الابتكارات الناشئة على جميع مراحل الإنتاج، مثل: طبيعة التغطية الإخبارية، وآليات جمع المعلومات للأخبار والبرامج، وعرض الأخبار والبرامج، وطرق إيصال المحتوى، والأشكال المستحدثة لعرض المحتوى، واستخدام منصات التواصل الاجتماعي وأشكال التفاعلية المختلفة خلال عرض وبث الأخبار والبرامج وبعد بثها.

وفي إطار هذه التحولات الخاصة بالاتجاهات الحديثة في الإنتاج التليفزيوني، تُلاحظ الدراسة أن هناك مشهدًا جديدًا يتمثَّل في انطلاق الإنتاج التليفزيوني من مسارين متوازيين، هما: إنتاج محتوى خاص بالشاشة التقليدية، وإنتاج آخر للشاشة التفاعلية عبر المنصات الرقمية المختلفة.

وهنا، تركز الدراسة على إنتاج البرامج الحوارية، فلماذا إذن البرامج الحوارية التليفزيونية؟

تحتل البرامج الحوارية التليفزيونية مكانة مهمة في جميع القنوات التليفزيونية، وتُسجِّل معدلات مشاهدة مرتفعة، وفقًا للعديد من المؤشرات والإحصاءات. كما تمثِّل هذه البرامج العمود الفقري لأية قناة إخبارية، وخاصة برامج الشؤون الجارية التي تعتمد على تفسير وتحليل أهم الأخبار اليومية أو الأسبوعية الجارية في العالم، إضافة إلى العديد من البرامج الحوارية التي تُقدَّم بأشكال ومضامين مختلفة.

في نوفمبر/ تشرين الثاني 2016، أطلقت قناة الجزيرة مجموعة متنوعة من البرامج الحوارية والوثائقية والاستقصائية والمجلات التليفزيونية التفاعلية، ضمن تغيير فني وتقني شامل تزامنًا مع احتفال الشبكة بالذكرى العشرين لإطلاقها. وبرز بشكل واضح في باقة البرامج التليفزيونية الجديدة إنتاجُ برامج حوارية بقوالب جديدة، منها ما هو مبني على الفيلم الوثائقي، مثل برنامج "للقصة بقية"، وبرنامج "المقابلة"، فضلاً عن توظيف المنصات الرقمية في الإنتاج التليفزيوني، خاصة منصات التواصل الاجتماعي، إضافة إلى بروز البرامج التفاعلية التي تعتمد على تلك المنصات بشكل واسع وغير مسبوق، مثل برنامج "نشرتكم" و"سباق الأخبار".

وكانت قناة الجزيرة قد انطلقت، في 1 نوفمبر/ تشرين الثاني 1996، أول قناة إخبارية مستقلة في العالم العربي تُكرِّس عملها المهني لتقديم الأخبار الشاملة والتحليلات

والنقاش المباشـــر، وتُعد واحدة من أكثر القنوات الإخبارية تأثيرًا في منطقة الشـــرق الأوســـط والعالم أيضًا، وفقًا للعديد من الدراسات والمسوحات. وبعد مرور عشرة أعوام، انطلقت قناة الجزيرة الإنجليزية، في 15 نوفمبر/ تشرين الثاني 2006، لتكون جزءًا من شـــبكة الجزيرة الإعلامية، وتُعد بذلك أول قناة إخبارية عربية ناطقة باللغة الإنجليزية.

1. مدخل منهجي ونظري

إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

تهدف الدراسة الوصفية التحليلية إلى استكشاف وتحليل وتقييم الاتجاهات الحديثة المســـتخدمة فـــي إنتاج البرامج الحوارية من خلال دراســـة حالـــة قناتي "الجزيرة" و"الجزيرة الإنجليزية"، وذلك في الفترة الممتدة بين 2016 و2020. وتبحث الدراسة أيضًا في إستراتيجية توظيف الوسائل التكنولوجية والتقنيات الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي في إنتاج القناتين لبرامجهما الحوارية، علاوة على طبيعة المهارات الحديثة المطلوبة للقائمين على إنتاج تلك البرامج.

وفي هذا الســـياق، تُقارب الدراسة ســـؤالاً بحثيًّا مركزيًّا: ما الاتجاهات الجديدة في إنتـــاج البرامج الحوارية (الحالية والمتوقعة) في قناتي الجزيرة والجزيرة الإنجليزية؟ وما تأثيراتها على شكل ومحتوى تلك البرامج؟

ثمة أسئلة فرعية عديدة تتعلق بتحليل المحتوى النوعي للبرامج الحوارية في القناتين، وتحليل المحتوى النوعي للمقابلات المتعمقة التي ترتبط بالدراسة الميدانية، وتحديد أوجه التشابه والاختلاف بين إنتاج البرامج الحوارية في الجزيرة والجزيرة الإنجليزية. وانطلقت تســـاؤلات الدراسة من أربعة متغيرات رئيســـة تتعلق بالاتجاهات الحديثة فـــي إنتاج البرامج الحوارية التليفزيونية، شـــكَّلت في جوهرها نطاق التحليل وأبعاد المقاربة، وهي:

- توظيف التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج.
- توظيف الشبكات الاجتماعية في إنتاج البرامج الحوارية.
- التفاعلية في البرامج الحوارية.

- المهـارات الجديـدة المطلوبـة لمواكبـة الاتجاهات الحديثة في إنتـاج البرامج التليفزيونية.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى:

1. التعـرف على الاتجاهات الحديثة في إنتـاج البرامج الحوارية في قناتي الجزيرة والجزيرة الإنجليزية.

2. تحديد تأثيرات وانعكاسات الاتجاهات الحديثة في الإنتاج التليفزيوني على شكل ومحتوى البرامج الحوارية في القناتين.

3. تقصي تأثيرات اسـتخدام التكنولوجيا على شـكل ومحتـوى البرامج الحوارية، ومعرفة مدى مواكبة البرامج الحوارية في القناتين للتطورات التكنولوجية المتلاحقة.

4. تحديد المهارات المهنية والفنية والتكنولوجية المطلوبة للقائمين على إنتاج البرامج الحوارية في مواقعهم المختلفة.

5. معرفة سبل توظيف الاتجاهات الحديثة في تحسين جودة البرامج الحوارية.

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة منهج التحليل الكيفي من خلال تحليل محتوى البرامج الحوارية في قناتي الجزيرة والجزيرة الإنجليزية، إضافة إلى تحليل محتوى المقابلات المعمقة مع القائمين على عملية الإنتاج البرامجي بمراحلها المختلفة.

أدوات جمع المعلومات

ارتكزت إسـتراتيجية الدراسة التحليلية الميدانية في جمع المعلومات الأساسية على أدوات ثلاث، هي:

أولًا: التحليل الكيفي

استخدمت الدراسة التحليل النوعي/ الكيفي للبرامج الحوارية من خلال فئات محددة للتحليل، تُسـاعد في فهم آليات الإنتاج وسـياقاته المختلفة، وتأثيرات الاتجاهات

الحديثــة على عملية الإنتــاج البرامجي التليفزيوني. واعتمــد التحليل الكيفي على مجموعة من فئات التحليل، أبرزها:

وظيفة/ هدف البرنامج، والقالب والشكل الفني للبرنامج، وموضوعات البرنامج، ونوع البــث، ومدة البرنامج، والمقدمون، وحضــور جمهور داخل البرنامج، والتكنولوجيا والوســائط المتعددة المستخدمة، ووســائل التواصل الاجتماعي المستخدمة ضمن البرامج، وتوافر البرامج على المنصات الرقمية (شبكات التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني)، وأشكال التفاعلية.

ثانيًا: المقابلات المعمقة

جــرى توظيف المقابلات الميدانية المعمقة غير المقننة للوصول إلى معلومات أدق عن عمليات الإنتاج البرامجي من مصادرها الأساسية المختلفة، بما يُسهِم في الوصول إلى تفسيرات أكثر وضوحًا للمحاور الأساسية التي تتناولها الدراسة.

ثالثًا: الملاحظة الميدانية

اســتخدمت الدراسة الملاحظة الميدانية من خلال وجود الباحث في شبكة الجزيرة الإعلامية، في مقرها بالدوحة، بين أبريل/ نيسان ومايو/ أيار 2018 لإجراء المقابلات، وحضــور بعض الاجتماعات التحضيرية الخاصة بإنتاج برامج حوارية وورش العمل ذات العلاقــة. ولجــأ الباحث إلى مراقبة وتدوين الملاحظــات الميدانية التي ترتبط بعمليات الإنتاج وإجراء مقابلات غير رسمية مع بعض طواقم الإنتاج بما يتيح تدقيق المعلومــات وإجراء المقارنات، وحضور بعض التجارب الميدانية الخاصة بالبرامج الجديــدة مثل: برنامج "ســيناريوهات"، والحصول على بعض الوثائق الخاصة التي تفيد الدراسة، والوصول إلى إحصائيات الويب الداخلية وصفحات وسائل التواصل الاجتماعي المتعلقة بالجزيرة بهدف تحليل تلك الإحصاءات والمؤشــرات بما يتيح الوصول إلى استنتاجات جديدة.

عينة الدراسة

احتوت الدراسة على نوعين من العينات:

أ. عينة الدراسة التحليلية

شـــملت فترة التحليل برنامج الدورة بين عامـــي 2016–2018، بالإضافة إلى متابعة تطويـــر بعـــض البرامج القائمـــة أو إطلاق برامج جديدة حتى عـــام 2020. وقد بدأ بث بعض البرامج المختارة في دورة برامج قناة الجزيرة، في نوفمبر/تشـــرين الثاني 2016، تزامنًا مع احتفال الجزيرة بالذكرى العشـــرين لتأسيسها، مثل "عين الجزيرة"، و"سيناريوهات"، و"للقصة بقية"، التي تمثِّل أشكالاً جديدة من البرامج.

واقتصـــرت العينة على البرامـــج الحوارية في قناتي الجزيـــرة والجزيرة الإنجليزية، وضمت 16 برنامجًا (10 برامج حوارية في الجزيرة و6 برامج في الجزيرة الإنجليزية) على النحو الآتي:

– البرامج الحوارية في قناة الجزيرة: ما وراء الخبر، لقاء اليوم، المقابلة، من واشنطن، بلا حدود، الاتجاه المعاكس، شاهد على العصر، عين الجزيرة، سيناريوهات، للقصة بقية.

– البرامج الحوارية في الجزيرة الإنجليزية: "إنســـايد ستوري" (Inside Story)، "ذا ستريم" (The Stream)، و"توك تو الجزيرة" (Talk To AlJazeera)، "ذا بيغ بيكتشر" (The Big Picture)، "آب فرانت" (Upfront)، "هاد تو هاد" (Head to Head).

ب. عينة الدراسة الميدانية

اعتمدت الدراسة الميدانية على أداة المقابلة المعمقة مع القائمين على إنتاج البرامج الحوارية بقناتي الجزيرة والجزيرة الإنجليزية في مواقعهم الوظيفية والمهنية المختلفة. وضمت عينة الدراسة الميدانية المبحوثين الذين أُجريت معهم المقابلات بين عامي 2018 و2019 فـــي مقـــر قناة الجزيرة بقطر. وشـــملت المقـــابلات: مقدمي برامج، ومنتجين، وصحفيين، وفريق شـــبكات التواصل الاجتماعي، ومسؤول قطاع الأخبار والبرامج والقطاع الرقمي إضافة إلى عدد من الفنيين والإداريين.

في عام 2019، أُجريت ثلاث مقابلات معمقة إضافية لمتابعة بعض التغييرات المتعلقة

بالدراسة، وللحصول على أحدث المؤشرات والبيانات المتعلقة بالاتجاهات الحديثة في إنتاج البرامج الحوارية.

وركزت المقابلات على محاور أساسية عديدة، من أبرزها: الاتجاهات الجديدة في الإنتاج، واستخدام التكنولوجيا في الإنتاج التليفزيوني، وتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في الإنتاج، والتفاعلية بأشكالها المختلفة، إضافة إلى المهارات الجديدة المطلوبة لمواجهة ومواكبة المتغيرات الجديدة في الإنتاج التليفزيوني.

الإطار النظري للدراسة

اعتمد الإطار النظري للدراسة على نظريتين لتفسير الظواهر المتعلقة بالاتجاهات الحديثة في الإنتاج البرامجي التليفزيوني، وهما:

- نظرية انتشار الابتكار (Diffusion of Innovations Theory): وتبحث قضايا التبني والإجراءات الفكرية الخاصة بالأفكار أو المبتكرات والمنتجات والتكنولوجيا الجديدة مع العمل على نشرها.

- نظرية بناء التكنولوجيا اجتماعيًّا (Social Construction of Technology): وتُعرَف اختصارًا بـ(SCOT)، وهي نظرية في مجال دراسات العلوم والتكنولوجيا، وكذلك منهجية توضح الخطوات والمبادئ المختلفة التي يمكن اتباعها عندما يرغب شخص ما في تحليل أسباب فشل أو نجاح التكنولوجيا. ويُستخدم مصطلح "بناء التكنولوجيا الاجتماعية" للإشارة إلى نهج بحثي لدراسة التغيير التقني في المجتمع، وتحليل العلاقة بين المجتمع والتكنولوجيا.

وتتجسد انعكاسات النظريتين في تحديد كيفية استخدام قناتي الجزيرة والجزيرة الإنجليزية لهذه النظريات في تحديد مدى اعتمادها على الاتجاهات والابتكارات الجديدة في مجال إنتاج البرامج الحوارية، وكيفية توظيفها لتطوير البرامج، وتعزيز التفاعلية، ودمج الجمهور فيها.

2. نتائج الدراسة

خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج المتعلقة بالتحليل الكيفي للبرامج الحوارية، وأخرى ذات علاقة بالمقابلات الميدانية بما يجسد محاور الدراسة الرئيسة. وتُبيِّن هذه النتائج خصائص وسمات البرامج الحوارية في قناتي الجزيرة العربية والإنجليزية.

سمات البرامج الحوارية في قناة الجزيرة

- تتمتع البرامج الحوارية بثبات مقدمي برامجها، مما يُعزِّز من هويتها ويوطد العلاقة بين مقدم البرنامج والجمهور، خلافًا لبعض برامج الجزيرة الإنجليزية.

- تكرار الموضوعات التي تمت مناقشتها من زوايا مختلفة، وهو ما قد يُحدِث مللاً لدى الجمهور، ويصرفه عن مشاهدتها.

- التركيز بشكل أساسي على القضايا العربية، تماشيًا مع لغة القناة وجمهورها في العالم العربي.

- استحوذت الموضوعات السياسية على النسبة الأكبر من موضوعات البرامج الحوارية، مع تنوع محدود في طرح وتناول المجالات الأخرى. وتعكس نتائج التحليل غيابًا كبيرًا للموضوعات التي تُعالج قضايا الشباب وطموحاتهم والتحديات التي تواجهها هذه الفئة، في وقت يتم فيه تكرار الموضوعات التي تتناولها البرامج الحوارية، رغم أنها تحاول معالجة الموضوعات من زوايا متعددة، إلا أن ذلك يُسبِّب الملل لدى المشاهدين.

- معظم البرامج تتخذ طابعًا رسميًّا في مظهرها، مع مرونة محدودة داخل الأستوديو، ورغم ذلك هناك جوانب أخرى من المرونة تتعلق بحركة المقدمين أو إجراء المقابلات خارج الأستوديو.

- تغيير مدة بث العديد من البرامج الحوارية وذلك بتقليصها من 50 دقيقة إلى 25 دقيقة.

- ضعف التفاعلية في البرامج الحوارية، وعدم منح الجمهور الفرصة للتعبير عن رأيه تجاه القضايا والموضوعات التي تمت مناقشتها؛ لأن جميع الضيوف هم من فئة المحللين والخبراء والأكاديميين والمهنيين، وهو أمر مهم ولا غنى عنه، لكن دون إغفال صوت المواطن.

- الافتقار إلى البرامج الحوارية التي تركز على الحوارات الشخصية التي عادة ما تحظى بنسب مشاهدات عالية، من خلال استضافة سياسيين ومشهورين وفنانين ومؤثرين، وتركيز الحوار على حياتهم الشخصية والمهنية، والمواقف المختلفة التي يتعرضون لها، وهي نفس النتيجة التي خلصت إليها الدراسة بشأن الجزيرة الإنجليزية.

- إنتاج برامج حوارية في شـكل سلاسل طويلة، مشابهة للمسلسلات الدرامية، من حيـث عدد الحلقات كما في برنامج "شـاهد على العصـر"؛ إذ يُخصِّص لمحاورة ضيوفه من 10 إلى 30 حلقة أحيانًا، وهو ما قد يُشتِّت الجمهور ولا يدفعه للمتابعة.

- عدم توظيف وسـائل التواصل الاجتماعي ضمن فقرات البرامج بشـكل فاعل؛ إذ بيَّنت النتائج أن برنامجي "للقصة بقية" و"سيناريوهات" هما فقط من يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي داخل سياق عرض البرنامج، فيما تستخدمها معظم البرامج بعد البث، وأحيانًا أخرى للبث المباشر.

- يظل استخدام التكنولوجيا المتقدمة محدودًا ويعتمد على الاستخدام الوظيفي، وهو أمر له انعكاسـات إيجابية على محتوى البرنامج؛ إذ يمنع تشـتت الجمهور. كما أن الأدوات الرئيسية هي جدار الفيديو والأجهزة اللوحية والأقمار الصناعية والرسومات في تقنيات مختلفة.

سمات البرامج الحوارية في الجزيرة الإنجليزية

- يفتقـر العديـد من برامجها إلى التفاعل مع الجمهـور داخل العرض، لأن جميع البرامج مسجلة باستثناء برنامج "ذا ستريم" (The Stream).

- تتميز موضوعات البرامج الحوارية في القناة الإنجليزية بالتنوع ومناقشة قضايا في مجالات مختلفة، خلافًا لبرامج قناة الجزيرة التي يركز معظم برامجها على الشـأن السياسي.

- إسـتراتيجية التنوع في برامج الجزيرة الإنجليزيـة تنطلق من تركيز اهتمامها على معظم أنحاء العالم، وتبث باللغة الإنجليزية إلى أكثر من 310 مليون أسـرة في أكثر من 100 دولة وفقًا لموقعها الإلكتروني.

- تجمع البرامج الحوارية بين الطابع الرسمي وغير الرسمي في العرض، مع إتاحة مرونة أكبر للمقدمين داخل الأستوديو، كما هي الحال في برنامجي "توك تو الجزيرة" (Talk to Al Jazeera)، وإن ذا فيلد" (In the Field).

- تبث الجزيرة الإنجليزية من ثلاث مناطق حول العالم: المقر الرئيسي في الدوحة، ولندن، وواشـنطن؛ مما يجعلها متنوعة في المواضيع والضيوف وطريقة التعامل مع الأخبار والأحداث وزوايا المعالجة بصورة أكثر تنوعًا مما عليه قناة الجزيرة.

- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في برامج القناة محدود للغاية، كما أن معظم البرامج تستخدم المنصات الاجتماعية بعد بث البرامج وليس ضمن البث؛ مما يُضعف التفاعلية الآنية، لكنها تميزت بتفاعلية كبيرة على منصات التواصل الاجتماعي، خلافًا للبرامج الحوارية في قناة الجزيرة.

3. نتائج الاتجاهات الحديثة في الإنتاج البرامجي التليفزيوني

1. تركز شبكة الجزيرة على مسارات مختلفة تعتمد على استثمار المحتوى الضخم لقناتي الجزيرة والجزيرة الإنجليزية لإعادة إنتاجه ونشره عبر منصات التواصل الاجتماعي. انطلقت هذه الرؤية بقوة في الدورة البرامجية لعام 2016، لكنها تواجه الكثير من التحديات لتحقيقها، وتصطدم بعقبات عدة؛ إذ تعتمد أحيانًا على الجهود الشخصية للقائمين بالإنتاج، وينطلق بعضها من منهجية التجريب ثم اختيار الأفضل، مما يؤثر سلبًا على الأداء في بعض الأحيان.

وتُظهِر الدراسة أن شبكة الجزيرة لديها التزام واضح بالاستخدام المكثف للتكنولوجيا والابتكار التكنولوجي في برامج قناتي الجزيرة والجزيرة الإنجليزية، ورغم ذلك فإن الاستراتيجية الرقمية لا تزال في مراحلها الأولى (وفق مدة الدراسة التي تبدأ من العام 2016) وتختلف في القناتين. ومن مظاهر تلك الإستراتيجية: التغييرات الهيكلية المتسارعة والمتعددة، مثل إنشاء قطاع رقمي مستقل، ونقل مسؤولية فريق الشبكات الاجتماعية إلى القناة العربية، وتغيير عدة مناصب ومهام للقائمين على الإنتاج، وتُوِّجت بإنشاء غرفة أخبار رقمية. لكن ثمة تجربة أكثر نضوجًا في إنتاج المحتوى الرقمي سبقت تجربة غرف أخبار رقمية، وهي "الجزيرة بلس" (AJ+) التي تُعد بمنزلة قناة الجزيرة الرقمية، خاصة أنها تُنتج محتواها الرقمي بلغات أربع هي: العربية والإنجليزية والفرنسية والإسبانية.

وتكشف نتائج المقابلات مع جميع المستويات الإدارية في شبكة الجزيرة أن إستراتيجية التطوير -منذ الدورة البرامجية التي بدأت في نوفمبر/ تشرين الثاني -2016 ركزت على عدة محاور تهدف في إطارها العام إلى تحقيق التكامل والاندماج، وإلى تعزيز الرؤية الرقمية لشبكة الجزيرة من خلال:

- تطوير الأنظمة والمعدات التكنولوجية.
- تطوير الأستوديوهات وغرف الأخبار وفقًا لأحدث التقنيات.
- تنويع القوالب الفنية للبرامج.
- إدماج منصات التواصل الاجتماعي بفاعلية في إنتاج البرامج الحوارية.
- تطوير مهارات الفريق المشارك في الإنتاج التليفزيوني، بما يتماشى مع عملية التطوير على مسارات مختلفة.
- زيادة التخصص في الإنتاج، وتعزيز استقلالية القطاع الرقمي ليكون قطاعًا مستقلاً، مع زيادة انخراطه في خدمة كل القطاعات والقنوات في إطار شبكة الجزيرة الإعلامية.

2. تظل شاشة التليفزيون التقليدية أساسًا للعمل الإخباري والبرامج الحوارية، لكن دورها يتقلص تدريجيًّا لصالح المنصات الرقمية والشاشة التفاعلية عبر الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية الذكية، وهو ما يُشكِّل تحديًا مهمًّا ينبغي التعامل معه بإستراتيجية جديدة.

وفي هذا الإطار، تطرقت الدراسة إلى موضوع الاندماج الإعلامي والتحول الرقمي في قناتي الجزيرة والجزيرة الإنجليزية، بعد أن بدأ التحول الرقمي فيهما بصورة واضحة ومتزايدة وصولاً إلى استخدام تطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي في عمليات الإنتاج المختلفة. ودشنت الجزيرة مرحلة تحول جديدة من شاشة التليفزيون التقليدية إلى الشاشات المتعددة، لكن الرؤية والإستراتيجية لهذا التحول غير مستقرة ومتغيرة، ولم ترتسم ملامحها الواضحة، لأنها في بداياتها، إضافة إلى الاعتماد الأكبر على إعادة النشر من الشاشة التقليدية إلى التفاعلية.

3. من أهم الاتجاهات الحديثة في إنتاج البرامج الحوارية هناك تفاعلية الصفحات والمنصات الرقمية الخاصة بها، ومن اللافت في النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الإمكانات التكنولوجية الواسعة والبرمجيات والأدوات في قناتي الجزيرة والجزيرة الإنجليزية، لم يتم استثمارها بالشكل الفاعل والكافي على صعيد تعزيز مبدأ تفاعلية صفحات الويب للبرامج. فقد أظهرت النتائج ضعف توظيف تلك المنصات والصفحات الخاصة بالبرامج الحوارية، التي من المفترض أن تمثِّل امتدادًا للبرنامج وتعزيزًا لمبدأ التفاعلية.

وفي إطار تفاعلية صفحات الويب التابعة للبرامج الحوارية، تكشف الدراسة عن تباينات واضحة بين القناتين لصالح الجزيرة الإنجليزية، التي بدت أكثر تنظيمًا من حيث الشكل والمضمون؛ إذ تنقسم صفحة الويب للبرنامج إلى أجزاء مختلفة، مثل: الموضوعات الشائعة، وأحدث الحلقات، والأرشيف، ويعرض الجزء السفلي قائمة بالحلقات الأخيرة من البرنامج إضافة إلى آخر التغريدات والمشاركات المتعلقة بالموضوعات التي تمت مناقشتها.

4. إستراتيجية قناتي الجزيرة والجزيرة الإنجليزية ليست متطابقة رغم انتمائهما لشبكة إعلامية واحدة، بسبب فئات الجمهور التي تستهدفها كل قناة، فضلاً عن ثقافة الإدارة التنفيذية للقناة الإنجليزية. ويمكن تلخيص بعض جوانب الاختلافات بين القناتين في:

- البرامج الحوارية في الجزيرة الإنجليزية معظمها مسجل، خلافًا لقناة الجزيرة؛ مما يعني فقدان التفاعلية والاستفادة من المنصات الاجتماعية، خاصة أثناء وقت البث، لكنها تركز على الاستخدام الوظيفي للتكنولوجيا والشبكات الاجتماعية.

- التنوع الواسع في الموضوعات في الجزيرة الإنجليزية، يقابله تركيز أعلى على الموضوعات السياسية في قناة الجزيرة وأقل تنوعًا فيما عدا السياسة.

- استخدام المنصات الاجتماعية في إنتاج البرامج في الجزيرة الإنجليزية أقل من استخدامها في قناة الجزيرة.

- البرامج الحوارية لقناة الجزيرة الإنجليزية تبدو أكثر فاعلية على منصة اليوتيوب مقارنة بقناة الجزيرة.

- تباين احتياجات التدريب في القناتين.

5. الاتجاهات الحديثة الخاصة بإنتاج البرامج الحوارية مبنية على أسس أربعة، هي: توظيف التكنولوجيا، واستخدام منصات التواصل الاجتماعي في مراحل الإنتاج المختلفة، والتفاعلية بأشكالها المتعددة ومراحل إنتاج البرنامج المختلفة، إضافة إلى تعزيز مهارات مقدمي البرامج وطاقم الإنتاج بما يتوافق مع التطورات والاحتياجات الجديدة.

ووفقًا للتحليل الكيفي والمقابلات الميدانية، يمكن تصنيف مستوى الاتجاهات الحديثة في إنتاج البرامج الحوارية في قناتي الجزيرة والجزيرة الإنجليزية إلى المستويات الآتية:

- الاتجاه التفاعلي، المبني على أساس تطوير الشكل والمحتوى واستثمار التكنولوجيا وإدماج وسائل التواصل الاجتماعي بفاعلية في إنتاج البرامج الحوارية.

- الاتجاه الكلاسيكي التقليدي، ويركز أكثر على عرض المحتوى بطريقة تقليدية، أكثر من اهتمامه باستخدام التكنولوجيا وما يتعلق بالاندماج مع وسائل التواصل الاجتماعي.

- الاتجاه المختلط، وهو مزيج بين الاتجاهين السابقين، ويجمع ما بين الأصالة والحداثة.

6. تشارك بعض الأقسام والقطاعات الحديثة في إنتاج البرامج الحوارية إضافة إلى الأقسام التقليدية، فهناك القطاع الرقمي، وتحديدًا فريق منصات التواصل الاجتماعي، ومركز الجزيرة للدراسات، وقطاع ضبط الجودة والمعايير المهنية، إضافة إلى قطاع الإبداع ومعهد الجزيرة للإعلام من خلال التدريبات في المجالات التكنولوجية المستحدثة للعاملين في إنتاج البرامج.

7. اتجاهات جديدة أخرى تم رصدها على صعيد محتوى البرامج الحوارية، من بينها البرامج المبنية على فيلم وثائقي كما في برنامج "للقصة بقية" الذي ينبني على عرض فيلم وثائقي قصير يتم إنتاجه للحلقة، ومن ثم يبدأ الحوار مع الضيوف انطلاقًا من محتوى الفيلم. اتجاه آخر يعتمد على تقسيم البرنامج الحواري إلى عدة فقرات، كل واحدة تناقش موضوعًا ويتم استضافة ضيوف مع تقديم محتوى بصري يدعم القضية التي تتم مناقشتها، كما في برنامج "سيناريوهات"، مع إتاحة الفرصة أمام المشاهدين للمشاركة في تصويت إلكتروني من خلال شبكات التواصل الاجتماعي لاختيار السيناريو الأنسب وفق وجهة نظرهم.

لكن غابت برامج "توك شو" الحوارية التي عادة ما تحظى بنسب مشاهدات عالية في القنوات الغربية والعربية، ولا يوجد سوى برنامج واحد ينسجم مع هذا القالب البرامجي وهو برنامج "هاد تو هاد" (Head to Head) في الجزيرة الإنجليزية، وهذا

ما يتطلب إيلاء هذا النوع من البرامج اهتمامًا أكبر لمكانتها وتأثيرها على المشاهدين.

قدمت الدراسة تشخيصًا ووصفًا تحليليًّا لحالة إنتاج البرامج الحوارية، وطبيعة الاتجاهات الحديثة في إنتاج تلك البرامج من خلال محاور عدة، بما يفتح المجال أمام دراسات مستقبلية لتناول زوايا جديدة تتعلق بإنتاج البرامج الحوارية وفقًا لمتغيرات مختلفة، خاصة على صعيد استخدام التكنولوجيا المتقدمة في عمليات الإنتاج بمراحلها المختلفة، بما في ذلك استخدام الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي وظيفيًّا بما يُعزِّز محتوى تلك البرامج.

ويمكن أن تركز الأبحاث المستقبلية على استخدام الشبكات الاجتماعية ودمجها مع شاشات التليفزيون بصورة أكثر تفاعلية، واستكشاف تجارب أخرى حول العالم فيما يتعلق بكيفية استخدام منصات الشبكات الاجتماعية لإنتاج البرامج التليفزيونية في مراحلها المختلفة. قد تعتمد الأبحاث المستقبلية على إجراء دراسة مقارنة متعددة القنوات في عدة دول حول العالم لتوسيع نطاق الدراسة ومحاولة تعميم النتائج، كما جرى في الاستطلاع الدولي حول حالة التكنولوجيا في العالم. ويمكن أن تتناول الأبحاث المستقبلية بعمق المحتوى الذي يُنشِئه المستخدمون ودوره الحالي والمستقبلي في إنتاج البرامج التليفزيونية، بالإضافة إلى استكشاف مستقبل العمل الإعلامي من حيث بناء وتطوير المهارات، بما يتماشى مع التطورات المتلاحقة في العمل الإعلامي شكلاً ومضمونًا.

معايير النشر في مجلة الجزيرة

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

1. أن تكون الدراسة أصيلة أعدَّها الباحث للنشر في المجلة، وألا تكون قد نُشِرت جزئيًّا أو كليًّا أو نُشِر ما يشبهها في مجلة أخرى أو كتاب أو أيَّة وسيلة نشر إلكترونية أو ورقية، أو قُدِّمت 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 تُؤسِّس لأطروحة البحث، وبيان الرؤية أو الإستراتيجية البحثية التي تُوجِّه مسار الدراسة، ومناقشة أبعاد المشكلة ومظاهرها (التحليل)، وإبراز أهم الاستنتاجات التي خلصت إليها الدراسة.

5. أن تُحرَّر الدراسة بلغة عربية سليمة محكمة ورصينة تتصل بالحقل المعرفي للاتصال والإعلام، وأن تخلو من الأساليب الإنشائية والعبارات الغامضة والتناقضات التي تسبِّب التباسًا وتشويشًا في انسياب المعنى وسلاسة الأفكار.

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

- يُكتب عنوان الدراسة أو البحث باللغتين: العربية والإنجليزية.

- ملخصًا تنفيذيًّا باللغتين: العربية والإنجليزية، لا يتجاوز كل واحد منهما مئة (100) كلمة، ويُبرز الباحث في هذا الملخص المشكلةَ البحثية وأبعادها، والإستراتيجية المنهجيةَ التي اعتمدها في تحليل مظاهرها، وأهم الخلاصات التي توصل إليها، فضلاً عن الكلمات المفتاحية باللغتين أيضًا (5 كلمات كحدٍّ 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 تنشر -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 أُقِرَّت من قبل، عليه أن يشير إلى ذلك، ويقدِّم 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 وصفيًّا لمحتوى الكتاب، وكذلك رؤية نقدية معزَّزة 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 برنامجَي 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 وفقًا لدليل المجلة.

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

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

16. يجري ترتيب البحوث عند النشر وفق مقتضيات فنية حصرًا 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 تعبِّر عن آراء أصحابها، ولا تعكس بالضرورة رأي المجلة أو مركز الجزيرة للدراسات، ويتحمل مؤلِّفوها المسؤولية كاملة عمَّا ورد فيها من آراء ومعلومات واستنتاجات.

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

20. تُوجَّه 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 للمؤلِّف (دون الاسم الأول) متبوعًا 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

أولًا: الكتب

1. كتاب لمؤلِّف واحد:

اسم المؤلِّف، 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، تُوَثَّق بيانات الكتاب كالآتي:

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، تُوَثَّق بيانات الكتاب كالآتي:

محمد كريشـــان، الجزيرة وأخواتها، (دمشـــق، 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 لمؤلِّف واحد من عدة أجزاء:

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

يورغن هبرماس، 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 لمؤلِّفين اثنين:

اسم المؤلِّف الأول، اسم المؤلِّف 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 مؤلِّفين:

المؤلِّف الأول وآخرون، عنوان الكتاب، (مكان النشـــر، الناشـــر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

روكســـان فارمان-فارماين وآخرون، الإعلام في مراحل الانتقال السياســـي: 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:

اســـم الجهة أو المؤسســـة، 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 لمحرِّر واحد:

اســـم المحرِّر (محرر)، عنوان الكتاب، (مكان النشـــر، الناشـــر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

- محمد الراجي (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 لمحرِّرَيْن اثنين:

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

عــز الدين عبد المولى، نور الدين الميلادي (محرران)، الجزيرة في عشــرين عامًا: أثرها في الإعلام والسياسة والأكاديميا، 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 مترجَم أو مُترجَم ومحرَّر:

اســم المؤلِّف، عنوان الكتاب، ترجمة اســم المترجم، (مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

فيليب ســيب، تأثير "الجزيرة": كيف يعيد الإعلام العالمي الجديد تشــكيل 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 مؤلِّفه أو الجهة المسؤولة عن تحريره:

عنوان الكتاب، بدون مؤلِّف، (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 مؤلِّفه لكن اسم المترجم أو المحرر أو المحقق موجود:

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

عبــد القادر بوباية (محقق)، تاريــخ 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:

اســم المؤلِّف، 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:

اســم المؤلِّف، عنوان الكتاب، (مكان النشر، الناشــر، تاريخ النشر)، رقم الصفحة، الرابط (URL) أو مُعَرِّف الوثيقة الرقمي (DOI).

يُكتب الرابط أو مُعَرِّف الوثيقة الرقمي مختصرًا بالرجوع إلى مُخْتَصِر 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 محرَّر:

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

حســناء حسين، "الجزيرة وتطور تمثلات النساء وأدوارهن في المجال العام: دراسة في مضمون برنامجي للنساء فقط ورائدات"، في الجزيرة في عشرين عامًا: أثرها في الإعلام والسياســة والأكاديميا، 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. محرِّر مقدمة الكتاب:

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

صالح أبو أصبع، فاروق منصور، مقدمة لـ مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، روجر ويمــر، جوزيف دومينيك، ترجمة صالــح 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 مقتبَس من مصدر آخر:

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

دينيس ماكويل، نقلاً عن خلف حماد، وســائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني، ط 1 (الأردن، اليازوري، 2020)، 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

اســم المؤلِّف، عنوان الرســالة أو الأطروحة، (نوعها: رســالة 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.

اســم المنظمة أو الجهة الحكومية، "عنوان الوثيقة"، رقمها التسلسلي، (مكان النشر: تاريخ النشر)، رقم الصفحة.

المفوضية الســامية لحقوق الإنســان وسلامة الصحفيين، "خطة عمل الأمم المتحدة بشــأن سلامة الصحفيين ومســألة الإفلات من العقاب"، CONF.202/ 12-CI/ 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

اســم المؤلف، "عنــوان الورقة"، (قُدِّمت في/ إلى عنوان النــدوة 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 واخــتلاف"، (ورقة قُدِّمت في مؤتمر المشــكلات 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:

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

حســين محمود هتيمي، "معوقات توظيف تطبيقــات التواصل الاجتماعي في قياس الــرأي"، 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 مُعَرِّف الوثيقة الرقمي كالآتي:

عديل أحمد الشرمان، "آراء مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول أخبار أزمة وبــاء كورونا (كوفيد-19): دراســة حالة الأردن"، مجلــة بحوث الإعلام والاتصال (الشــبكة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، بريطانيا، العدد 1، 2022): https: / /bit. ly /3bOvpnK.

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

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

الربيــع العربــي: قناة الجزيرة الإخبارية نموذجًا"، قراءة في كتاب الإعلام السياســي وصناعــة الرأي العام خلال ثورات الربيع العربــي: 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 كالآتي:

حميدة سميســم، "تاريخ الاتصال والإعلام العربي" للموســى: تدرج تاريخي لظهور وســائل الاتصال"، قراءة في كتاب تاريخ الاتصال والإعلام العربي، عصام ســليمان 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 بوسعيدي، "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.

تمار يوسف، "إشكاليات إجرائية في تقنية تحليل المضمون"، 26 temmaryoucef، 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, 2017, https://bit.ly/3yP07G8.

ثامنًا: محتوى وحسابات مستخدمي الشبكات الاجتماعية

اسم الكاتب/ المؤسسة، (مُعرِّف 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.

تاسعًا: 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.

عاشرًا: المقابلات والتواصل الشخصي

1. مقابلة مع الباحث:

مقابلة خاصة أجراها الباحث/ المؤلِّف مع أحمد الشيخ، رئيس تحرير غرفة الأخبار بقناة الجزيرة سابقًا، 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 سابقًا، 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.