

تقرير عن:

أشغال اليوم الدراسي حول: «الإعلام الجديد، وأشكال التغيير الاجتماعي بالمغرب»

وجدة - المغرب، ٤ تموز/ يوليو ٢٠١٣

مصطفى بوقدور (*)

باحث في التواصل والتنمية - المغرب.

- ١ -

ضمن أشغال المحور الأول: «الإعلام الجديد بالمغرب: الإمكانيات والآفاق»، ركزت المداخلة الأولى للباحث أحمد أبركان أستاذ التعليم العالي بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بوجدة في مداخلته حول «طبيعة الإعلام الجديد وأوعيته» على تعريف الإعلام الجديد والإشكالات المرتبطة به، وأشار إلى طبيعة هذا الوسيط الاتصالي، من خلال حصر محدداته وخصائصه المتعددة «التفاعلية واللاتزامنية وأشكال المرونة والانتشار والكونية وتعدد الوسائط...». كما أكد أن إدراك الإعلام الجديد وعلاقته بالتنمية، لا بد من وضعه في ميزان النقد لاستخلاص ما حققته هذه النظم والوسائط من مزايا وسلبيات. وتناول تعدد أوعية الإعلام الجديد وتأثيراتها المختلفة في المجتمع، وختم بالتساؤل عن

أخذ موضوع الإعلام الجديد يحتلّ حيزاً مهماً من الأنشطة البحثية السوسولوجية في الوطن العربي، نظراً إلى تأثيره الواضح في عمليات التغيير الاجتماعي.

وفي هذا السياق جاء تنظيم يوم دراسي حول موضوع «الإعلام الجديد، وأشكال التغيير الاجتماعي بالمغرب» في كلية الآداب والعلوم الإنسانية في وجدة، الذي تميز بثراء جلساته من حيث تنوع وتعدد الزوايا التي قاربت موضوع الإعلام الجديد؛ تبعاً لتنوع التخصصات العلمية للباحثين المشاركين، وتقاطع وجهات النظر حول موضوع الإعلام والتكنولوجيا الرقمية، واستحضار مختلف الإكراهات والمعوقات التي لا تزال تواجه عملية إدماج الوسائط الحديثة في مختلف المؤسسات الاجتماعية والتغيرات المرتبطة بها.

- الإعلام الجديد وما بعد الحداثة، من خلال انضغاط الزمن والفضاء...

- الإعلام الجديد والصناعات الثقافية، باعتبار الإبداع ضرورياً في ثقافة الاستهلاك وحرية الإنسان؛

- الإعلام الجديد والتحليل النفسي (تأثير اللاوعي على المبدع/المتلقي الإلكتروني).

وختم سعيد منتاق بطرح عدد من التساؤلات حول الإعلام الجديد والوضع الثقافي بالمغرب.

وأشار مصطفى بوقدور أستاذ الفلسفة بأكاديمية الجهة الشرقية بوجدة في مداخلة «الإعلام الجديد: من الاحتكار إلى التقاسم»؛ إلى مختلف الدلالات والمفاهيم المرتبطة بالإعلام الجديد، والإشكالات المرتبطة بتحديد دقيق وإجرائي لمفهوم الإعلام الجديد وخصائصه الأساس: «التفاعلية والدينامية واللاخطية واللاتزامنية والتسارع...». مؤكداً أن هذه الخصائص ليست جوهرية فيه وإنما هي خصائص استقاها من الفضاء المعلوماتي ذاته الذي يتخذه كموطن لممارساته المختلفة. كما أشار الباحث إلى مستويات الإعلام الجديد (الجاهزية - الممارسات - التنظيمات الاجتماعية) وأطوار انتقال المعلومة عبر تاريخها الطويل، من طور الاحتكار إلى طور الانتشار، ثم إلى طور التقاسم، والانتقال عبر هذه المحطات يخضع للأخطية واللاتزامنية والانتشارية، بحيث لا يمكن تحديد نقطة التحول بدقة. ويقابل هذه الأطوار الثلاثة، ثلاثة أشكال للسلطة؛ فالاحتكار تقابله السلطة الاستبدادية والأنظمة الشمولية، بينما يقابل الانتشار سلطة الأغلبية والأنظمة الديمقراطية.

وضع الإعلام الذي يوجد في مفترق الطرق؛ بين الفروع العلمية والتخصصات المختلفة، وبين الهواجس والمعيقات والتناقضات المرتبطة به.

وأشار الباحث عبد الكريم بوفرة أستاذ التعليم العالي بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بوجدة في مداخلة بعنوان «الإعلام الجديد بالمغرب؟» إلى ارتباط الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي، من خلال سرد نماذج لارتباط الإعلام بالوسيط التكنولوجي، منبهاً إلى خطورة أبعاد الإعلام الجديد وتمظهراته (القوة الناعمة التي أصبح يمتلكها) من خلال اقتحام مختلف المجالات والميادين، حتى الحميمية منها. كما سرد بوفرة عدداً من الإحصاءات التي تبين مدى تغلغل الإعلام الجديد في المجالات الاجتماعية والثقافية، وتأثيراتها السلوكية والقيمية والمعرفية...، وتساءل عن مدى حضور الصدقية والموضوعية (في الإعلام الجديد) في ارتباطه بآليات تحقيق المواطنة وحضور الأخلاق. وفي نهاية مداخلة أشار بوفرة إلى أشكال المتدخلين في الإعلام الجديد، وخصائصهم المميزة.

وركز سعيد منتاق أستاذ التعليم العالي بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بوجدة في مداخلة بعنوان «تحديد موقع الإعلام الجديد في الثقافة الغربية» على التمييز بين الإعلام الإلكتروني والإعلام الجديد، وأشار إلى مختلف الآثار الإيجابية والسلبية لهذا الإعلام، كما تناول عدداً من القضايا في ارتباطها بالإعلام الجديد، نجلها في العناصر الآتية:

- العولمة بقوة اقتصادية وتكنولوجية، وآثارها في التغيير الاجتماعي والثقافي؛

المجهولة المصدر... وأشار الباحث إلى أن القيود والسلطة الرقابية في الإعلام الجديد أفقدت الأدوات التقليدية للرقابة فاعليتها، وتمكنت من بناء شبكتها في الرقابة على المعارف والمعلومات. كما قدم العديد من المعطيات التي ترتبط بإشكاليات الرقابة التكنولوجية، كالتجسس على الحريات الشخصية تحت ضغط الهواجس الأمنية، ومنع وصول المستخدمين لمواقع معينة أو حجبا، أو فرملة سرعة الارتباط وإنقاص حجم المعلومات... وختم بالإشارة إلى مضامين العديد من التقارير الدولية حول حرية استعمال الإنترنت ومدى سلطة الرقابة عليها عبر العالم، واعتبر أن أهم وسيلة للرقابة تتمثل بالرقابة الذاتية.

واستهل عزيز زالغ، أستاذ الفلسفة بأكاديمية الجهة الشرقية، مداخلته في موضوع «الإعلام الجديد والتفاعلية: بحث في الخصائص والمآلات» بإثارة إشكال مركزي يتمثل بالتساؤل عن مدى نجاح «التفاعلية» بكل ما تحمله من خصائص وما توفره من خدمات في خلق تحولات إيجابية على المستويات السوسيوثقافية، أم أن توظيف هذه الخاصية في المغرب ظل وفيماً لقيم الابتذال والسطحية والاستلاب التي طالما ارتبطت بالمشهد الإعلامي العربي. فانطلقت محاولة الإجابة عن الإشكال السابق بتحديد ماهية مفهوم «التفاعلية» بحثاً في جذوره اللغوية والتاريخية، بوصفه سمة رئيسة من سمات الإعلام الجديد امتازت بتعدد الوسائط وكسر حواجز التزامنية والخطية... كما أشار الباحث إلى نوعية التلقي للإعلام الجديد، وانتقالها من الصفوة إلى الحشد، إلى التخصص، ثم التفاعل المبني على التغذية

والتقاسم كثقافة وخاصة هو من أبرز خصائص الإعلام الجديد ويحتاج إلى مقومات أساسية، كمقوم فلسفة التقاسم، والنفاد المفتوح والوصول الحر إلى المعلومات، إضافة إلى البرمجيات الحاسوبية ذات المصدر المفتوح.

وفي الأخير، أشار الباحث إلى مجموعة من التحديات التي يجب على ثقافة التقاسم أن تتجاوزها بالمغرب، كتحدّي التشريعات والقوانين المرسخة لثقافة الاحتكار بمسوّغ حماية حقوق الابتكار والتأليف والطبع وحماية أرباب الصناعات الثقافية، ثم تحدي إثراء المعلومة، حيث يجب البحث عن الكيفية التي ينتقل فيها الإنسان العربي والمغربي من حال التقاسم السلبي إلى حال التقاسم الإنتاجي والعطائي، وتحدي التربية على ثقافة التقاسم، من خلال البحث عن طرق تجعل المستخدم العربي والمغربي يعرف كيف يمكنه أن يتقاسم ومتى؟ وأين؟ وماذا؟ وأخيراً تحدي توظيف ثقافة التقاسم من أجل التسويق للذات العربية والمغربية وخلق قدرة تنافسية للثقافة في الفضاء المعلوماتي.

وفي الختام، أشار الباحث إلى ضرورة وضع استراتيجية معلوماتية تتخذ من التقاسم مقوماً وهدفاً، حتى يمكن مواجهة حالة الفيض المعلوماتي.

وانطلق عبد الحفيظ بنطاهر، الباحث في التواصل والتنمية، في مداخلته «سلطة الرقابة في الإعلام الجديد» من تساؤلات حول المظاهر المؤطرة للرقابة في ظل الإعلام الجديد، وخصوصاً مع إلغاء الحدود الجغرافية (الزمان والمكان)، وانتشار المعلومة بسرعة فائقة، وانتشار المعلومات

أن تتقدم، وبخاصة على مستوى التنظير والامتلاء وبناء شخصية الإنسان.

كما أكد أهمية تسويق المنتج الثقافي والفني والاقتصادي الجهوي، وضرورة التعريف به وفق المقاربات الجديدة، والعمل على استثمار الثقافة الرقمية والإعلام الجديد لتطوير مجالات اشتغال هذا المنتج (الصناعات التقليدية - المجال الثقافي / التراثي...). كما ذُكر المحاضر بضرورة انخراط الفاعلين الإعلاميين ومشاركتهم في تطوير المنتج الثقافي والفني والاقتصادي الجهوي عبر الإعلام الجديد، وختم بضرورة تغيير العقليات السائدة حالياً، والانفتاح على آفاق وتجارب جديدة.

وأشار بنيونس السراجي المرشد التربوي بأكاديمية الجهة الشرقية، في مداخلته المعنونة: «تكنولوجيا الإعلام والاتصال وقضايا التربية والتكوين»، إلى ما تنطوي عليه تكنولوجيا الاتصال والإعلام من إمكانات هائلة لتحسين نوعية التعليم والتعلم، كما اعتبر أن إدماجها في الممارسة التربوية يسائل المؤسسة التعليمية، ويفرض عليها التعامل مع فاعل يهدف إلى إعادة تشكيل فضاءات التعليم والتعلم، وتغيير الممارسات البيداغوجية، وإرساء سلوكيات ومفاهيم قد تؤدي إلى بروز فاعلين جدد في مجالات التربية والتكوين، إضافة إلى توزيع جديد للأدوار، ومساءلة الوضع الامتيازي للمدرسة «التقليدية». وأسهب السراجي في إبراز أهمية الموارد البيداغوجية الرقمية في تجويد الممارسة التربوية، وإمكانية توظيفها تربوياً من خلال سيناريو بيداغوجي ملائم.

الراجعة (كمفهوم أساس من مفاهيم التواصل الفعال).

وتناول المتدخل أشكال «التفاعلية» في تجلياتها المختلفة. لينتقل إلى تحديد أهم مآلات استخدامات التفاعلية على المستوى القيمي المتمثلة بالجمع بين جملة من المفارقات، مستعيراً عبارة دومينيك وولتن «العزلة التفاعلية»، التي ما هي إلا تمظهر رئيس من تمظهرات الإخفاقات السيكوسوسيولوجية للمستخدمين، التي تجسدت في «تفاعلية وهمية» تحاول تحقيق التوازن وتبرير الفشل الواقعي بتفاعلية افتراضية.

وختم المتدخل بفكرة صعوبة دراسة نظم الإعلام والاتصال الجديد دون التفكير المسبق في مآلات وغايات التوظيف، إذ يرفض أن تتحول التفاعلية إلى غاية في حد ذاتها، عوض أن تكون وسيلة ناجعة لخدمة المستخدمين في مشاريع واستراتيجيات تربوية واضحة ذات أبعاد حضارية واستشراافية.

- ٢ -

وفي إطار أشغال المحور الثاني: «الإعلام الجديد بالمغرب والتغيرات الاجتماعية»، أشار مصطفى سلوي، أستاذ التعليم العالي بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بوجدة، في مداخلته حول «الجهة في واجهة المشهد الإعلامي الجديد» إلى أن من يقصي وسائل الإعلام من حياته وأشكال اشتغاله فهو مقصي من الواقع (مقصي من النظام والربح والدقة). وأشار سلوي إلى أهمية الثقافة الشفهية والورقية في عصر الرقمية، بحيث لا يمكن

معلوماتية ثقافية قادرة على قيادة المنافسة، ورفع مكانة الثقافة الوطنية في الساحة الدولية كثقافة مشاركة في بناء الحضارة العالمية؛ ليختم مداخلته بالإشارة إلى وجوب استغلال هذه الوسائل لنشر ثقافة بناءة، تروج لمشروعات هادفة تحمل مبادئنا وقناعاتنا، وهو ما سيؤدي إلى تسويق فعال للثقافة، كما اعتبر أن النهج السليم في تدبير المسألة الثقافية لا يقوم على مبدأ القطيعة الثقافية والحضارية، وإنما يتأسس على مبدأ التدرج والتراكم والاستيعاب الإيجابي والتجديد الثقافي المتواصل أخذاً بعين الاعتبار الوسائل والوسائل الكفيلة بتحقيق النقل الجيد، والترويج الفعال والتسويق الناجح.

وبدأ مصطفى لمريط، الباحث في التواصل والتنمية، في مداخلته «التسويق السياسي في الإعلام الجديد» بتحديد معنى الإعلام الجديد والتسويق السياسي، وأكد أهمية الإعلام البديل، وحدد أشكال التواصل السياسي (اللفظي وغير اللفظي)، كما أشار إلى عدد من القضايا المرتبطة بالتسويق السياسي، نذكر أهمها:

استخدام تقنيات التسويق السياسي من خلال توظيف إمكانات الإعلام الجديد؛ واستهداف التسويق السياسي تسويق منتج سياسي وليس ببيعته؛ وسعي التسويق السياسي إلى استجابات دائمة وليست مؤقتة؛ واستعمال الإعلام الجديد في التسويق السياسي الذي أصبح ضرورة للفاعل السياسي الآن؛ والانفتاح على المشهد السياسي المغربي من خلال نماذج: العزوف السياسي والانتخابي، الديمقراطية داخل

واستهل هشام كزوط، الباحث في التواصل والتنمية، مداخلته «الإعلام الجديد وحقيقة التنمية» بالتعريف بمفهوم التنمية، التي اعتبرها حلقة تلامس مختلف المجالات الاجتماعية والسياسية والثقافية، وعمل على التمييز بين مختلف التأثيرات المحتملة (إيجابية أو سلبية) لوسائل الإعلام الجديد، كما قدم عدداً من الإحصاءات التي تبين مدى اعتماد الأحزاب السياسية على هذه الوسائل الحديثة في الحملات الانتخابية، حيث قدم أمثلة متنوعة استعملت فيها وسائل الإعلام الجديد لتغيير واقع البنية السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وخلص إلى أن الإعلام الجديد آلية فعالة لدعم التفاعلية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية. كما أكد ضرورة نشر ثقافة المسؤولية في استعمال وسائل الإعلام الجديد.

وتساءل الطاهر بالحضري، أستاذ الفلسفة بأكاديمية الجهة الشرقية بوجدة، في مداخلته «الإعلام الجديد والتغيرات السوسيوثقافية» عن كيفية استثمار منظومة الإعلام لتطوير وعينا الثقافي، كما تناول أهم المراحل التي عرفتها العلوم والتكنولوجيا، والتي أدت إلى ظهور «الإعلام الجديد»، حيث قدم بعض الإحصاءات التي تبين مدى التنقل الكبير للمعلومات عبر الإنترنت والوسائل الحديثة.

كما أكد أن الإعلام الجديد - بجميع ألياته - يفتح أمامنا إمكانات متعددة لترسيخ ثقافتنا كثقافة عالمية، وهذا الأمر يتطلب التفكير الرصين في سياسة ثقافية تتناسب وعصر المعلومة وتشجع الابتكار والإبداع، كما يحتم ضرورة إرساء بنية تحتية لمنظومة

وركز هشام المكي، الباحث في التواصل والتنمية، في مداخلته «الإعلام الجديد وسؤال القيم» على أهمية الإعلام الجديد، وموضوع القيم، من خلال تأكيده وجود أزمة قيم، حيث طرح ورقته البحثية من خلال إشكالات مرتبطة ببحوث القيم، مؤكداً أن مفهوم القيم لم يتم الحسم فيه. وأشار إلى مختلف الدراسات النظرية والميدانية التي تناولت موضوعة القيم، ومساءلة هذه الرؤى المنهجية المختلفة في مدى ملاءمتها لدراسة مفهوم القيم في البيئة المسلمة. ثم تناول ميزات الإعلام الجديد القائم على مختلف التطبيقات التكنولوجية/الرقمية، والتوسع المفرط لحقلها الدلالي. وختم الباحث بالإشارة إلى أشكال العلاقة بين الإعلام الجماهيري والإعلام الجديد، كما دعا إلى ضرورة البحث في مجال القيم في ارتباطها بالإعلام الجديد. وفتح نقاشاً جدياً حول مبحث القيم.

وتطرق حسن بوحبة، الباحث في التواصل والتنمية، في مداخلته «قيمة الصورة في الإعلام الجديد» إلى أهمية الصورة الإعلامية في الإعلام الجديد، باعتبارها منظومة قيمة خاصة، إضافة إلى إفاضته في تعداد مميزات هذا النمط من الإعلام، من خلال ترويجه للصورة (تكسير التابوهات - الفردانية - نسبية القيم...).

وانتقل إلى الحديث عن الصورة وبنائها القيمي في الإعلام الجديد، حيث أصبحت تشكل واقعاً افتراضياً تعبر عنه وتؤثر فيه. وقد أسهب بوحبة في تحليل مضامين الصورة ومظاهر قوتها، والمخاطر المرتبطة بها، رغم الأهمية الكبيرة التي أصبحت تحتلها في مشهد الإعلام الجديد.

الأحزاب، هشاشة العمل الحزبي، تمظهرات قبلية...؛ ورهانات وشروط توظيف التسويق السياسي من طرف وسائل الإعلام.

وأشار عبد العزيز الحفياني، الباحث في التواصل والتنمية، في مداخلته «واقع الفتوى في الإعلام الجديد» إلى الموضوع من خلال تطرقه إلى جملة من القضايا المتصلة بضوابط الفتوى ومدى الالتزام بها في الإعلام الجديد (تحديد مفهوم الفتوى في اللغة والاصطلاح باعتبارها «حكماً شرعياً يكون في النوازل»)، كما حدد عناصر الفتوى وضوابطها وأنواعها، وتصنيفاتها المتعددة، ومآلات الإفتاء عبر الإعلام الجديد ومقترحات تقويمية (من خلال تحديد المخاطر التي ترتبط بالفتوى في ظل الإعلام الجديد). وختم الحفياني مداخلته بالإشارة إلى عدد من الضوابط الذاتية والأخلاقية والمؤسسية، لمواجهة مخاطر الفتوى عبر الإنترنت على الهوية الدينية والوطنية للأمة، مشدداً على ضرورة تحديد الأدوار والمسؤوليات في هذا الشأن.

تناول يحيى خالفي، الباحث في التواصل والتنمية، في مداخلته «معينات الخطاب الإشهاري في الإعلام الجديد» علاقة الإشهار بالإعلام الجديد، وتجلياته الممكنة، حيث أشار إلى أن للإعلام الجديد ارتباطاً وثيقاً بالإعلام القديم، وقيمة المنتج الإشهاري حالياً تتجلى من خلال الكم الهائل للإرساليات الإشهارية عبر الوسائط المتعددة، الأمر الذي يؤدي إلى ثقافة استهلاكية جديدة (الاختراق الثقافي). وعرض خالفي نماذج لمعينات الخطاب الإشهاري في الإعلام الجديد، وأبعادها المختلفة.

وسائل الإعلام الجديد، وأشار إلى أشكال التعامل السوسيوثقافي مع الوسائط الرقمية، والإشكاليات المرتبطة بها؛ مشيراً إلى تجارب دولية في التعامل مع التكنولوجيا دون إنضاج شروط إدماجها في النسيج الثقافي للمجتمع المعني (مقارنة بين نموذج الخليج العربي واليابان). وختم الباحث تدخله بالإشارة إلى أهمية المصاحبة والتتبع من طرف مؤسسات التنشئة الاجتماعية للطفل، في مواجهته لوسائط الإعلام الجديد.

- ٣ -

وقد تمخضت عن هذا اليوم الدراسي مجموعة من التوصيات الهامة، نورد أبرزها في ما يلي:

- الاهتمام بموضوع «الإعلام الجديد»، من الناحية الأكاديمية، ومن خلال البحوث والدراسات الميدانية (على مستوى الجامعات، والكليات المتخصصة، ومراكز الأبحاث، والفرق البحثية، والبحوث الفردية والجماعية...).

- تشجيع الباحثين في سلك مرحلتي الماجستير والدكتوراه على الاهتمام بمواضيع البحث في ارتباطها بموضوع «الإعلام الجديد».

- وضع استراتيجية وطنية وجهوية ومحلية تتناول ظاهرة «الإعلام الجديد» كظاهرة تنموية.

- تقنين ظاهرة الإعلام الجديد في كل مكوناته، من خلال وضع ترسانة قانونية متجددة، قادرة على متابعة كل ما يستجد في هذا المجال الحيوي.

وانطلقت سليمة فريندي، الباحثة في التواصل والتنمية، في مداخلتها «اللغة العربية في الإعلام الجديد» من تأكيد أهمية اللغة في الإعلام الجديد، من حيث كونها أداة للاتصال والتواصل، حيث أصبح أثرها يزداد بقوة مع الوسائط التكنولوجية، وركزت في تدخلها على مفاهيم الإعلام الجديد واللغة، وأسهمت في ذكر تأثير وتأثر اللغة العربية من خلال الإعلام الجديد، كما تطرقت إلى مختلف الصعوبات والإشكالات المرتبطة بوجود اللغة في الإعلام الجديد. وختمت سليمة فريندي مداخلتها بعدد من التوصيات التي تروم تحقيق إدماج فاعل وإيجابي للغة في وسائط الإعلام الجديد.

وتطرقت بشرى زكاغ، الباحثة في التواصل والتنمية، في مداخلتها «الصناعات الثقافية في الإعلام الجديد» إلى كرونولوجيا التطور المعرفي والتكنولوجي، والأبعاد المختلفة لسماة عصر المعلومات، كما أشارت إلى المسار التاريخي لظهور الصناعات الثقافية وتأثير الإعلام الجديد في تنمية الاستهلاك الثقافي وتنوعه، إضافة إلى ضرورة استثمار الإمكانيات الهائلة للتكنولوجيات الرقمية في بناء صناعات مرتبطة بالثقافة والإبداع، وتناولت الباحثة خصوصيات الصناعات الثقافية، وأشكال تجليها وتطبيقاتها، كما عملت على تحديد سماتها الجمالية والفنية والإبداعية.

وانطلق محمد أطبل في مداخلة «الإعلام الجديد وسؤال المثاقفة» من أشكال الإعلام الجديد في ارتباطها بأشكال المثاقفة، حيث وقف ملياً عند تحديد مفهوم المثاقفة وأشكالها، وتجلياتها من خلال

- البحث عن الكيفية التي يتم فيها الترويج للثقافة الوطنية ومثاقفتها مع باقي ثقافات العالم في فضاءات الإعلام الجديد.

- استثمار الإعلام الجديد في المجال السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي من أجل بناء أفضية عامة منفتحة على الحوار والعقلانية والديمقراطية....

- ترويج الصورة الوطنية والمحلية في الإعلام الجديد بشكل إيجابي وملائم، من أجل مواجهة الغزو والاختراق الثقافي.

- الاعتماد على الإعلام الجديد، باعتباره عاملاً يتسم بخصائص مهمة، لتحقيق استراتيجية إشهارية تأخذ بالأبعاد الثقافية المحلية.

- استثمار إمكانات الإعلام الجديد من أجل الرفع من قيمة اللغة العربية، وحمايتها، وتطويرها □

- استثمار البحوث الأكاديمية والدراسات العلمية الأجنبية والوطنية في تطوير أشكال الإعلام الجديد، والاستفادة من التجارب السابقة.

- نشر ثقافة التبادل والتقسام والوصول الحر للمعلومة، والتربية عليها.

- إدماج تكنولوجيا الإعلام الجديد في منظومة التربية والتكوين، واستثمار قدراتها الهائلة للرفع من جودة الممارسة التربوية والتكوينية في المغرب.

- البحث في كيفية تسويق الثقافة الوطنية والجهوية والمحلية في الإعلام، وبالإعلام الجديد.

- مراعاة القيم الوطنية والدينية والكونية في التعامل مع أشكال ومنتجات الإعلام الجديد.

- تفعيل أشكال الرقابة الذاتية والمسؤولية الأخلاقية في التعامل مع ما يروج فيالإعلام الجديد.