

الحكمة

للدراستات الاعلامية
والاتصالية

مجلة دولية دورية مستقلة محكمة متخصصة

تعنى بالبحوث في مجال علوم الاتصال

و الاعلام بجميع تخصصاته



المجلد الحادي عشر

العدد الثالث

2023

رئيس التحرير

د.مراد كموش

مدير التحرير

الأستاذ الدكتور: عبد القادر تومي

هيئة التحرير العلمية

- أ.د. فضيل دليو- قسنطينة
-أ.د.صالح بن نوار- أم البواقي
-أ.د.عبد الحق بن جديد- عنابة
-أ.د.فضة عباسي - عنابة
-د.عبد القادر قروني-عجمان
-أ.د.محمد قيراط- قطر
-أ.د.السعيد بومعيزة- البليدة
-أ.د.وحيدة سعدي- عنابة
-أ.د.رايح الصادق.دبي-الإمارات العربية المتحدة
-أ.د.شريف درويش اللبان- القاهرة
-أ.د.مرفت محمد كامل الطرابيشي - مصر
-أ.د.محمود إسماعيل - مصر
-د.امل نبيل بدر - دبي الامارات العربية المتحدة

الجمع و التصفيف و الاخراج

سي هادي كريمة

الإيداع القانوني: 2353-0502

جميع الحقوق محفوظة

تصدر عن مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع

العنوان بالجزائر: حي المجاهدين رقم 32 G بن عكنون - الجزائر

العنوان ببريطانيا: 38 Mapesbury road NW2 4JD LONDON.UK

الواتساب : 00213556 01 36 02

kounozelhkma@yahoo.fr

www.kounozelhkma.com



الهيئة العلمية المشرفة على مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية

الجامعة	اسم ولقب الباحث
منتوري قسنطينة-الجزائر	1. أ.د.فضيل دليو
أم البواقي-الجزائر	2. أ.د.صالح بن نوار
قطر	3. أ.د.محمد قيراط
قطر	4. أ.د. كمال حميدو
عنابة- الجزائر	5. أ.د.وحيدة سعدي
عنابة-الجزائر	6. أ.د.فضة بصلي عباسي
الجزائر3	7. أ.د.السعيد بومعيزة
باتنة -الجزائر	8. د.بدرالدين زواقة
عنابة- الجزائر	9. د.سميرة سطوطاح
دبي-الإمارات العربية المتحدة	10. د.الصادق راجح
مصر	11. د.عبد العزيز السيد عبد العزيز
الزيتونة -ليبيا	12. د. محمد على الأصفر
البحرين	13. د.عوض هاشم
البحرين.	14. د. عبد الكريم العجبي حسين الزباني
الإمارات للتكنولوجيا -أبوظبي	15. د. محمد أحمد فياض
Texas Southern University	16. د.جاب الله محمد حسن
الإمارات للتكنولوجيا - أبوظبي	17. د.هبة أحمد صالح الديب
السودان	18. نادية إبراهيم أحمد علي
عجمان -الإمارات العربية المتحدة	19. د. نصر الدين عبد القادر عثمان علي
الأردن	20. د.هاشم احمد نغميش الحمامي الزوبيعي
مصر	21. د.ميرفت الطرابيشي
اليمن	22. د.محمد حميد صالح
طرابلس	23. د.لطيفة علي الكميثي
العين- الإمارات العربية	24. د.خزيم سالم علي الخالدي
الأمير عبد القادر-الجزائر	25. د.ليلي فلالي
عنابة-الجزائر	26. د.عبد الحق بن جديد
الأمير عبد القادر-الجزائر	27. د.رقية بوسنان
سطيف-الجزائر	28. د.ياسين قرناني
الجزائر3	29. د.أحمد فلاق
الجزائر3	30. د.رشيدة سبتي
الجزائر3	31. أ.د.نبيلة بوخيزة

قواعد النشر في مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية

ترسل جميع البحوث أو الدراسات المقدّمة للنشر في مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية إلى متخصصين لتحكيمها حسب الأصول والمعايير الدولية في المجال مثل المتبعة في المجالات إعلامية عالمية: (Journalism studies, Journalism and mass communication Quarterly). الخ. ويلقى البحث أو الدراسة القبول، أو القبول بعد تعديلات طفيفة، أو قبول بعد تعديلات جوهرية، أو الرفض. كما أن البحوث المرسله إلى المجلة تخضع إلى قراءة أولية من اللجنة الاستشارية لتقرير أهليتها للتحكيم والتزامها بقواعد النشر.

ترسل جميع البحوث أو الدراسات المقدّمة للنشر في مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية إلى متخصصين لتحكيمها حسب الأصول والمعايير الدولية في المجال. ويلقى البحث أو الدراسة القبول، أو القبول بعد تعديلات طفيفة، أو قبول بعد تعديلات جوهرية، أو الرفض. كما أن البحوث المرسله إلى المجلة تخضع إلى قراءة أولية من اللجنة الاستشارية لتقرير أهليتها للتحكيم والتزامها بقواعد النشر التالية.

-ألا يزيد حجم النص على 20 صفحة كحد أقصى، وأن لا يقل على 15 صفحة كحد أدنى، على ورق (A4)، بحجم 16 TraditionalArabic

للنصوص في المتن، و12 في الهامش مع ترك مسافة 1.5 بين السطور. وللمجلة أن تلخص أو تختصر النصوص التي تتجاوز الحد المطلوب.

-أن يصحب المقال بملخص بلغة غير لغة نص المقال (فرنسية أو انجليزية) في حدود (150-200 كلمة)-لا ينشر المقال دون الملخص والكلمات الدالة---- يرجى من الكاتب إرسال ملخص عن سيرته الذاتية مع صورة الكترونية حديثة خاصة بصاحب المقال. -المجلة غير ملزمة بإعادة النصوص إلى أصحابها نشرت أم لم تنشر، وتلتزم بإبلاغ أصحابها بقبول النشر، ولا تلتزم بإبداء أسباب عدم النشر. تحتفظ المجلة بحقها في نشر النصوص وفق خطة التحرير ورقيا والكترونيا وحسب التوقيت الذي تراه مناسباً.

-لا تتبنى المجلة اتجاهها أيديولوجيا محددًا، ولا تخضع لقيود غير قيود العلم ومعايير الأخلاقية. لذلك فالنصوص التي تنشر في المجلة تعبر عن آراء كتابها، ولا تعبر بالضرورة عن رأي المجلة.

تنشر المجلة ما يلي

أولاً: البحوث الميدانية والبحوث النوعية التحليلية أو الفكرية:

يورد الباحث مقدمة يمد فيها لمشكلة البحث وأسئلته مبيناً فيها أهميته وقيمته في الإضفاء إلى العلوم والمعارف وإثرائها بالجديد، ثم يقسم العرض بعد ذلك إلى أقسام متسلسلة ومتراصة على درجة من الاستقلال فيما بينها، بحيث يعرض في كل مرة منها فكرة مستقلة ضمن إطار الموضوع الكلي ترتبط بما سبقها وتمهد لما يليها، ثم يختم الموضوع بخلاصة شاملة وتوجهات، وأخيراً يثبت قائمة بالمراجع.

-يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي (الجامعة التي يعمل بها) وبريده الإلكتروني بعد عنوان البحث مباشرة.

-إن سياسة المجلة تستوجب (بقدر الإمكان) أن يتكون البحث من الأجزاء التالية (للبحوث الإمريقية):

-مقدمة الدراسة: وتتضمن الإطار النظري للبحث وتكون الدراسات السابقة جزء منها ومندمجة في جسم المقدّمة أي بدون عنوان مستقل. -مشكلة الدراسة وأهدافها وأسئلتها أو فرضياتها. -أهمية الدراسة. -محددات الدراسة. -التعريف بالمفاهيم أو المصطلحات. -تحديد منهج الدراسة. -تحديد مجتمع الدراسة وعينته. -تحديد أدوات جمع البيانات واختبار صحتها وثباتها. -عرض نتائج الدراسة ومناقشتها. -تدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في النص وتكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية أسفلها. -تذكر الهوامش آخر المقال وترقم داخل المتن. -تذكر قائمة المصادر والمراجع مرتبة هجائياً حسب اسم الشهرة ووفق نظام (APA) في آخر البحث. -ترسل الأبحاث أو الدراسات عبر البريد الإلكتروني للمجلة

أولاً: البحوث الميدانية (الإمبيقية):

يورد الباحث مقدمة يبين فيها طبيعة البحث ومبرراته ومدى الحاجة إليه، ثم يحدد مشكلة البحث، ثم يعرض طريقة البحث وأدواته، وكيفية تحليل بياناته، ثم يعرض نتائج البحث ومناقشتها والتوصيات المنبثقة عنها، وأخيراً يثبت قائمة المراجع.

ثانياً: البحوث النوعية التحليلية أو الفكرية:

يورد الباحث مقدمة يمهد فيها لمشكلة البحث وأسئلته مبيناً فيها أهميته وقيمه في الإضفاء إلى العلوم والمعارف وإثرائها بالجديد، ثم يقسم العرض بعد ذلك إلى أقسام متسلسلة ومتربطة على درجة من الاستقلال فيما بينها، بحيث يعرض في كل مرة منها فكرة مستقلة ضمن إطار الموضوع الكلي ترتبط بما سبقها وتمهد لما يليها، ثم يختم الموضوع بخلاصة شاملة وتوجهات، وأخيراً يثبت قائمة بالمراجع.

01- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي (الجامعة التي يعمل بها) وبريده الإلكتروني بعد عنوان البحث مباشرة.

02- إن سياسة المجلة تستوجب (بقدر الإمكان) أن يتكون البحث من الأجزاء التالية (للبحوث الإمبيقية):

- مقدمة الدراسة: وتتضمن الإطار النظري للبحث وتكون الدراسات السابقة جزء منها ومندمجة في

جسم المقدمة أي بدون عنوان مستقل.

- مشكلة الدراسة وأهدافها وأسئلتها أو فرضياتها.

- أهمية الدراسة.

- محددات الدراسة.

- التعريف بالمفاهيم أو المصطلحات.

- تحديد منهج الدراسة.

- تحديد مجتمع الدراسة وعينته.

- تحديد أدوات جمع البيانات واختبار صدقها وثباتها.

- عرض نتائج الدراسة ومناقشتها.

03- تدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في النص وتكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية أسفلها.

04- تذكر الهوامش آخر المقال وترقم داخل المتن.

05- تذكر قائمة المصادر والمراجع مرتبة هجائياً حسب اسم الشهرة ووفق نظام (APA) في آخر البحث.

06- ترسل الأبحاث أو الدراسات عبر البريد الإلكتروني الحالي: Elhikma.media@gmail.com

الصفحة	المقال	الرقم
8-7	بقلم الدكتور : مراد كموش	الافتتاحية
30-9	الاستراتيجيات الابداعية في الاشهار الالكتروني – السخرية أنموذجا- فاطمة نfnاف جامعة قسنطينة3- صالح بوبنيدر- (الجزائر)	01
53-31	التمثلات السوسيوثقافية للصورة الاشهارية في المواقع الافتراضية وأثرها على المستهلك المعولم كريمة عساسي جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر) آمال عساسي جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)	02
74-54	حماية المستهلك من الإشهار الإلكتروني المضلل في ظل قانون 05/18 ط.د: عماد الدين لكحل ، ط.د: إسلام شنية جامعة حمة لخضر الوادي (الجزائر)	03
93-75	حماية المستهلك من الإشهار الالكتروني التضليلي في التشريع الجزائري سعاد مرابط، ليندة بومحراث كلية الشريعة والاقتصاد جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة (الجزائر)	04
109-94	واقع الإشهار الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي سمية فرحاتي جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 حسان بطسي جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	05

الافتتاحية

تعتبر العملية الإشهارية أو الإعلانية جزءاً لا يتجزأ من الاتصال التجاري والاقتصادي، وقد عرف الإشهار في المجتمعات الإنسانية منذ أزمنة بعيدة، تطورات هائلة، مستفيدة من الطفرات التكنولوجية المختلفة مما جعل العديد من المؤسسات تؤدي مهامها في أشكال متنوعة في كل حقبة زمنية ، حتى تمكنت من الوصول إلى عصر المعلوماتية والرقمية ، حيث أتاح لها ذلك إمكانيات كبيرة في نقل الصوت والصورة وكافة الأشكال الاتصالية الأخرى، بطريقة تفاعلية ودقيقة . حيث أدى هذا التطور إلى ظهور بما يسمى بالإشهار الإلكتروني، الذي يتم دون الحاجة إلى الاتصال المادي بين أطرافه حيث يستطيع صاحبه أن يصدر في كل مكان متواجد فيه ، كما يتميز باستمراره على مدار الساعة ويمكن الاطلاع عليه في أي وقت و من قبل أي مستخدم للاتصالات الالكترونية خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تتميز بالتفاعلية وسرعة الاستجابة وإمكانية الوصول إلى عدد كبير من الجماهير في آن واحد.

كما يعتبر الإشهار الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من أبرز ظواهر الإشهار الحديثة ، نظر الأهمية تلك المواقع في زيادة العملية التسويقية، فضلاً عن توطيد العلاقة بين المؤسسة والزيون، ولم يقتصر على قطاع واحد فقط بل امتد إلى قطاعات أخرى في المجال الاقتصادي والاجتماعي التي أصبحت رائدة في هذا النوع من التسويق، لذا تسعى جل المؤسسات سواء كانت ربحية أو غير ربحية الى استخدام صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لبناء علاقات وصورة فعلية جيدة عن المؤسسات داخليا مع العاملين وخارجيا مع الجمهور المستهدف.

يتناول هذا العدد إسهامات الباحثين الموجهة نحو الإشهار والإشهار الإلكتروني، بالتركيز على عدة جوانب، اقتصادية اجتماعية وتشريعية وقانونية وتكنولوجية، فضلا عن عرض تجارب ومقاربات نظرية وتطبيقية حديثة.

بقلم الدكتور : مراد كموش