

الحكمة

للدراسات الإعلامية
والاتصالية

مجلة دولية دورية مستقلة محكمة متخصصة
تعنى بالبحوث في مجال علوم الاتصال
و الاعلام بجميع تخصصاته



المجلد الثالث
العدد الثالث
2015

رئيس التحرير

د. مراد كموش

مدير التحرير

الأستاذ الدكتور: عبد القادر تومي

هيئة التحرير العلمية

- أ.د. السعيد بومعيزة- البليدة
أ.د. وحيدة سعدي- عنابة
أ.د. درايح 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
- 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

الجمع و التصفيف و الاخراج

سي هادي كريمة

الإيداع القانوني: 2353-0502

جميع الحقوق محفوظة
تصدر عن مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع
العنوان: حي المجاهدين رقم 22 بن عكنون - الجزائر

الهاتف : 0556 01 36 02

elhikma.media@gmail.com

kounozelhikma@yahoo.fr

www.kounouzelhikma.net.dz

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

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 and mass communication Quarterly, Journalism studies). 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.

تنشر المجلة البحوث الآتية

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 إنجليزية) في حدود (150-200 كلمة) لا ينشر المقال دون الملخص والكلمات الدالة.---- يرجى من الكاتب إرسال ملخص عن سيرته الذاتية مع صورة إلكترونية 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 والكوترونيا وحسب التوقيت الذي تراه مناسبا.

-لا تثنى المجلة اتجاهها أيديولوجيا محددًا، ولا تخضع لقيود غير قيود العلم ومعاييره 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 يمهد فيها لمشكلة البحث وأسئلته مبنياً فيها أهميته وقيمه 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 الإمبريقية):

-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 صدقها 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 يمهّد فيها لمشكلة البحث وأسئلته مبيناً فيها أهميته وقيّمته في الإضفاء إلى العلوم والمعارف وإثرائها بالجديد، ثم يقسم العرض بعد ذلك إلى أقسام متسلسلة ومترابطة على درجة من الاستقلال فيما بينها، بحيث يعرض في كل مرة منها فكرة مستقلة ضمن إطار الموضوع الكلي ترتبط بما سبقها وتمهّد لما يلها، 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 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 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

الفهرس

الصفحة	المقال	الرقم
8-7	بقلم الدكتور : مراد كموش	الافتتاحية
27-9	الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة من يرتب أولويات وسائل الإعلام؟ أ/ليندة ضيف جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي- الجزائر	01
45-28	صحافة المواطن وإعادة تشكيل مفهوم الجمهور أ. باديس لونيس جامعة الحاج لخضر/ باتنة- الجزائر	02
66-46	الاتصال الاجتماعي و دوره في التوعية والتحسيس الدكتور قلاني عبد الكريم جامعة التكوين المتواصل - الجزائر	03
92-67	الخوارق التكنولوجية الإلكترونية وواقع مجتمعاتنا ثقافيا د/ سعيد عيادي جامعة سعد دحلب بالبليدة- الجزائر	04
-93	La Mediologie entre Marshall Mac-luhan et Azzi Abderrahmane De la Technologie à la Compétence morale Dr. Nassir Bouali University of sharjah-Faculte de Communication-Emirates Arabe Unie	05

الافتتاحية

يعد الإشهار التلفزيوني فضاء رحبا بالنسبة للمستهلك أو المتلقي، إذ يعتبر همزة وصل تزود جميع المستهلكين بالمعلومات الخاصة بالمنتجات المعروضة، و ذلك من خلال ميزة الصورة و الصوت، و التي تعطي تفاصيل أدق عما يعرض، حيث نرى الإشهار التلفزيوني في عشرينيات القرن الماضي النصيب الأكبر من خلال نسبة المتابعة و البث وذلك للخصائص الفنية المتعددة التي تميز هذا الأخير عن غيره من الوسائل الإعلامية و لدرجة الإقناع التي ينتظرها المنتج من خلال مخاطبته لأكثر شريحة من الجمهور لجذب انتباههم وفق أسس سيكولوجية فعالة، ففكرة الومضة الإشهارية تركز بالأساس على مدى قدرتها على تمثيل الواقع و إعادة إنتاجه.

ويتشكل الإشهار من خلال الصور الفيلمية المعبرة إضافة إلى الصوت و الصورة و جميع المؤثرات داخل الومضة بالإضافة إلى كل الأشياء في الحيز المكاني لأي إشهار و العناصر المكونة له كالديكور أو اللباس...، بالإضافة إلى الخطاب الإشهار المصاحب للصورة المتحركة و ذلك من أجل زيادة فعالية و بلاغة الومضة، فموضوع دلالات الأشياء في الومضات الإشهارية التلفزيونية هو موضوع جديد بالنسبة للدراسة بحيث أن دراسة الإعلانات تعددت ولكن لم تتطرق أي دراسة لهذا الموضوع و هذا الأخير يعنى بدراسة الدلالات التي توحىها جميع الأشياء المكونة للومضة وذلك من خلال تسليط الضوء على مكونات الومضة من الأشياء التي تحتويها، سواء كانت أشياء متعلقة بالديكورات أو أشياء متعلقة بالمطبخ أو أشياء متعلقة بالسيارات...، وأيضا محاولة معرفة النقائص داخلها.

إن موضوع البلاغة البصرية لم ير النور إلا في غضون ستينيات القرن 21 حيث قام رولان بارت بنشر مقاله الشهير حول بلاغة الصورة في مجال Communication الفرنسية عام 1964. التي تتبنى فكرة بالأساس حول تمثيل الصورة للواقع من خلال الدال والمدلول والمرجع المستند إليه إثر عملية الإدراك والتفسير من قبل المتلقي على

اعتباراً أن تخلق بلاغة بصرية من خلال السرد الفيدي للرموز و الأيقونات و الموسيقى و المؤثرات الصوتية وغيرها .

تأتي سيميائيات الصورة والإضاءة والصوت واللغة لدراسة بنية هذه التراكيب وتفكيكها وتحليل دلالتها وبنياتها، وذلك قصد فهمها وتوجيهها، فالرسالة البصرية السمعية والمكتوبة لم تنشأ من عدم أو عبث، بل هي أنظمة ذكية وموجهة نحو أهداف معينة، ووفقاً لذلك يأتي المنظور السيميائي التفكيكي لتحليل المعاني، وكيفيات أدائها. وقد قدم لنا مثلاً -رولان بارث- مقارنة في تحليل الأعمال الإشهارية والإعلانية المشهورة، وكان ملصق عجائن -بانزاني- من خلال تكييفه لسيميائية الصورة ولمقاربة التعيين والتضمين، للتوالى بعده عدة مقاربات تبحث في عملية تفكيك وإعادة بناء الرسالة اللسانية أو الموسيقية أو الصورية.

بقلم الدكتور : مراد كموش