

الحكمة

للدراسات الإعلامية

والاتصالية

مجلة دولية دورية مستقلة محكمة متخصصة

تعنى بالبحوث في مجال علوم الاتصال

والاعلام بجميع تخصصاته



المجلد الرابع عشر

العدد الثاني

2026

رئيس التحرير

مدير التحرير

الأستاذ الدكتور: مراد كموش

الأستاذ الدكتور: عبد القادر تومي

هيئة التحرير العلمية

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

الجمع و التصفيف و الاخراج

محمد عمارة

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

kounozelhikma@yahoo.fr

www.kounozelhikma.com



الهيئة العلمية المشرفة على مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية

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. بدر الدين 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 علي 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 الزوبعي	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 فلالي	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 سبقي	الجزائر3
31. أ.د. نبيلة بوخزة	الجزائر3

قواعد النشر في مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية

ترسل جميع البحوث أو الدراسات المقدمة للنشر في مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية إلى متخصصين لتحكيمها حسب الأصول والمعايير الدولية في المجال مثل المتبعة في المجلات 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 المرسلة إلى المجلة تخضع إلى قراءة أولية من اللجنة الاستشارية لتقرير أهليتها للتحكيم والتزامها بقواعد النشر.

ترسل جميع البحوث أو الدراسات المقدمة 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 المرسلة 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 وإلكترونيا وحسب التوقيت الذي تراه مناسباً.

-لا تتبنى المجلة اتجاهات أيديولوجية محددة، 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 يمهّد فيها لمشكلة البحث وأسئلته مبيّناً فيها أهميته وقيّمته 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 وتمهّد لما يليها، ثم يختتم الموضوع بملخص شامل وتوجيهات، 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 يتكوّن البحث من الأجزاء التالية (للبحوث الإمبريقية):

-مقدمة الدراسة: وتتضمن الإطار النظري للبحث وتكون الدراسات السابقة جزءاً 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 وعيّنته. -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 يمهّد فيها لمشكلة البحث وأسئلته مبيناً فيها أهميته وقيّمته 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 وتمهّد 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 جزءاً 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 وعيّنته.

- 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

الرقم	المقال	الصفحة
	الافتتاحية	07
01	التعليم الهجين في الجامعة الجزائرية: رهانات الاتصال وديناميكية التغير لعقاقة فضيلة / جامعة عمارثليجي الأغواط	17-08
02	المواطنة الرقمية والحكم العالمي في بيئة متغيرة رياض بوزنية / جامعة جيجل (الجزائر)	27-18
03	الإعلام الجديد وإشكاليات الضبط الأخلاقي للمحتوى الرقمي راجعي إسماعيل / جامعة محمد بوضياف المسيلة (الجزائر)	37-28
04	الصورة الإعلامية ودورها في بناء المعنى في وسائل الإعلام برقوك مريم / جامعة الجزائر3 (الجزائر)	48-38
05	الإعلام وآليات تأثيرته في بناء هيمنة داخل الفضاء العمومي عبد الله رحموني / جامعة أحمد درايعة ادرار (الجزائر)	60-49

الاقتصادية

لطالما نُظر إلى الإعلام بوصفه 'سلطة رابعة' تمارس دور الرقيب الأخلاقي والمجتمعي، لكن خلف هذا الستار الرمزي، يقبع محرك هائل تحكمه لغة الأرقام والموازنات، وهو ما نصطلح عليه بـ 'اقتصاديات الإعلام'. إن هذا الفرع الحيوي من الاقتصاد لا يعنى فقط بكيفية جني الأرباح، بل يغوص في تحليل الآليات التي تُدار بها المؤسسات الإعلامية لضمان بقائها في بيئة تتسم بشح الموارد واحتدام المنافسة. لقد انتقل الإعلام في العقود الأخيرة من كونه صناعة نُخبوية محدودة الموارد، إلى قطاع استراتيجي عابر للحدود، حيث اندمجت فيه التكنولوجيا بالرأسمال، لتخلق ما يسمى بـ 'صناعة المحتوى'. ولم يعد التحدي يقتصر على إنتاج المادة الإعلامية فحسب، بل في كيفية تطويع 'اقتصاديات الوفرة' الرقمية؛ ففي حين كانت الصحيفة الورقية تكلف مبالغ باهظة في الطباعة والتوزيع، أصبح المحتوى الرقمي اليوم ينتشر بسرعة الضوء وبتكلفة تؤوّل إلى الصفر بعد النسخة الأولى، مما قلب موازين القوى الاقتصادية التقليدية. إن دراسة اقتصاديات الإعلام اليوم تعني بالضرورة فهم 'السوق المزدوج' (Dual-Market)، حيث تبيع الوسيلة الإعلامية المحتوى للجمهور من جهة، وتبيع انتباه هذا الجمهور للمعلنين من جهة أخرى. ومع ظهور عمالقة التكنولوجيا والخوارزميات، تحول 'الانتباه' إلى عملة نادرة يتصارع عليها الجميع، مما فرض على المؤسسات الإعلامية مراجعة نماذج عملها (Business Models)؛ فالاعتماد الكلي على الإعلان لم يعد كافياً، والتحول نحو اشتراكات الجمهور والتمويل الجماعي بات ضرورة للبقاء لا خياراً للرفاهية. بناءً على ذلك، يكتسب البحث في هذا المجال أهمية قصوى؛ ليس فقط لفهم الجدوى المالية، بل لإدراك كيف تؤثر الضغوط الاقتصادية على جودة المحتوى واستقلالية الخط التحريري.

بقلم الدكتور : مراد حموش