

# المجلة الجزائرية للاتصال

المجلة الجزائرية للاتصال، هي مجلة أكاديمية محكمة، تأسست كمجلة وطنية سنة 1984 و هي من أقدم المجلات المتخصصة في علوم الاعلام و الاتصال في العالم العربي و القارة الافريقية

تصدر المجلة مرتين في السنة



جوان 2024

العدد 11 سنة 2024 المجلد 26

الأداء المهني لوسائل الإعلام والشبكات الاجتماعية خلال الأزمة: تصور الجمهور لتغطية كوفيد-19.

فن الإلقاء وأثره في تقديم الأخبار التلفزيونية

ملاحظات حول التواصل الفعّال عبر الإعلام الجديد: مقارنة فلسفية



ISSN1111-536X  
EISSN2676-1793

# THE ALGERIAN COMMUNICATION JOURNAL (ACJ)

AN ACADEMIC SEMESTERIAL JOURNAL  
SPECIALIZED IN INFORMATION AND  
COMMUNICATION STUDIES

EDITED BY THE FACULTY OF INFORMATION  
AND COMMUNICATION SCIENCES  
– UNIVERSITY OF ALGIERS 3



Review Issues 1 , 2024 Volume 26. June 2024

The professional Performance of Media and Social Network during the Crisis: Audience's Perception of Covid-19 Coverage

The art of public speaking and its impact on presenting television news

Remarks on effective communication via new media: a philosophical approach



## كلمة العدد

يصدر هذا العدد الأول من المجلد 26 من المجلة الجزائرية للاتصال، و المجلة تستعد للاحتفال بمرور 40 سنة على تأسيسها عام 1984، وهي مسيرة تأثرت فيها المجلة بالعديد من العوامل الموضوعية و غير الموضوعية التي لم تسمح لها بضمان استمرارية صدورها لسنوات عديدة، و رغم ذلك بقيت تحافظ على سمعتها و على ثقلها العلمي مما جعل العديد من الجامعات العربية تقرر وضعها في الفئة ب من المجلات المصنفة في الترقية و في معايير تسيير المسار العلمي للأساتذة الباحثين و الباحثات في علوم الاعلام و الاتصال..

و هو وضع يفسر ولو جزئيا تنافس العديد من الباحثات و الباحثين للنشر في المجلة من جامعات عربية متعددة، و توجد في هذا العدد الجديد مجموعة من الدراسات و الأبحاث لباحثات و باحثين من جامعات الشارقة، و جامعة زايد، و جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، و جامعة قطر، بمقاربات منهجية و نظرية متنوعة باللغتين العربية و الانجليزية.

ففي مجال الدراسات الواردة للمجلة باللغة الإنجليزية، ساهم كل من الدكتور السيد بخيث من جامعة زايد، و الدكتورة فوزية آل علي من جامعة الشارقة ببحث يحمل عنوان: "الأداء المهني لوسائل الإعلام والشبكات الاجتماعية خلال الأزمة: تصور الجمهور لتغطية كوفيد19-"، حيث حاولت هذه المساهمة العلمية إلى تحديد وتحليل المواقف والتصورات العامة حول علاج أزمة فيروس كورونا من قبل وسائل الإعلام ومؤسسات الاتصال في دولة الإمارات العربية المتحدة. حيث عمل الباحثان على قياس تصور الجمهور للفيروس من خلال تحديد أعراضه وطرق الوقاية والإجراءات الاحترازية، وتصورهم لأهم وسائل الاتصال التي نجحت في توعيتهم بالأزمة وإدارتها وتقييمهم للأزمة، كما كشف المؤلفان عما يرونه تقاربا

في الأدوار بين وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام في مكافحة الفيروس وارتباطها بالأدوار المنوطة بها.

كما كشفت الدراسة أن الجمهور اعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من وسائل الإعلام التقليدية للحصول على معلومات حول فيروس كورونا، وهو أمر يراه الباحثان كمؤشر ينذر بالعديد من المخاطر بسبب عدم دقة وموثوقية المعلومات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي

كما أكد الباحثان أن تقييم الجمهور للأداء المهني لوسائل الإعلام التقليدية أكثر إيجابية من تقييمه للأداء المهني لوسائل التواصل الاجتماعي.

وفي مساهمة باللغة العربية، شارك الدكتور نورة أحمد يوسف من جامعة كلباء بدراسة تحمل عنوان "اعتماد الشباب الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تعزيز قيم المواطنة، حيث سعى من خلالها إلى البحث على تفاعل الشباب الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي ودور ذلك في مسار تعزيز قيم المواطنة، وهي دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح، بالتطبيق على عينة عشوائية بلغت (400) مفردة من الشباب الإماراتي، مستندة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كما اعتمدت على الاستبانة أداة لجمع البيانات.

"فن اللقاء و أثره في تقديم الأخبار التلفزيونية"، بهذه الدراسة شاركت الباحثة رويدا ميرغني من جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، وهي دراسة امبريقية حول الفضاء التلفزيوني السوداني.

كما ساهم د. محمد الأمين موسى من جامعة قطر بدراسة اختار لها العنوان التالي "ملاحظات حول التواصل الفعال عبر الإعلام الجديد: مقاربة فلسفية"، حيث جاءت هذه المحاولة البحثية -كما يقول صاحبها- للنظر فيما استجد عند الإعلام الجديد، وقدراته الكامنة على تحقيق الفعالية التواصلية المنشودة في التوسل والتغيي، حيث لا فائدة من فعل تواصل غير فعّال. وللوصول إلى هذه الفعالية، اقتضى الأمر

استكشاف خصائص الإعلام الجديد وما يطرحه من تساؤلات، والأبعاد الفلسفية الكامنة في فعاليته، وإمكانية

تفعيل الوسائط التواصلية المستخدمة فيه، وصولاً إلى بعض الملاحظات التي قد تسهم في الوصول إلى

فعالية التواصل عبر الإعلام الجديد واستثمارها.

كما تضمن هذا العدد دراسات مهمة أخرى.

## المحتويات

3	كلمة العدد
7	<b>The professional Performance of Media and Social Network during the Crisis: Audience's Perception of Covid-19 Coverage</b> Elsayed Bekhit - Fayziah Al Ali
31	<b>Using NFTs for nation branding in the UAE</b> Hessa Jersh Alsuwaidi - Noha Mellor
47	<b>Digital literacy among parents and how it leads to the consumption of media by their children in UAE</b> Mohamad Khalid Kaddoura- Nassir Bouali
64	ملاحظات حول التواصل الفعال عبر الإعلام الجديد: مقاربة فلسفية محمد الأمين موسى
81	اعتماد الشباب الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تعزيز قيم المواطنة نورة أحمد يوسف محمد عبد الله الهوتي
96	فن الإلقاء وأثره في تقديم الأخبار التلفزيونية رويدا ميرغني