

المجلة الجزائرية للاتصال

المجلة الجزائرية للاتصال، مجلة أكاديمية محكمة
تصدر عن كلية علوم الاعلام و الاتصال

جامعة الجزائر 3



ISSN1111-536X
EISSN2676-1793

● تحليل المواضيع الأخلاقية في محتوى "نتفلكس" العربي :

آراء و وجهات نظر

● استخدامات سناب شات بين طلبة جامعة الشارقة

● دور شبكة الإنترنت في مزيج الاتصال التسويقي في المؤسسة

العدد 2 سنة 2024 المجلد 26

ديسمبر 2024



المجلة الجزائرية للاتصال - تصدر عن كلية علوم الاعلام و الاتصال - جامعة الجزائر 3

THE ALGERIAN COMMUNICATION JOURNAL (ACJ)

AN ACADEMIC SEMESTRIAL JOURNAL SPECIALIZED
IN INFORMATION AND COMMUNICATION STUDIES

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



ISSN1111-536X
EISSN2676-1793

● Analyzing moral themes in Arabic Netflix content :

Insights and perspectives

● The uses of Snapchat among students
at the University of Sharjah

● The role of the Internet on the marketing communication
mix in an organization

Review Issues 2 . 2024 Volume 26.

December 2024



كلمة العدد

يأتي هذا العدد الجديد من المجلة الجزائرية للاتصال في الوقت الذي تحقق فيه المجلة خطوات معتبرة في تصنيفها في قواعد البيانات العربية المهمة.

ففي هذا المجال أعلن **معامل أرسيف** وهو معامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية في نهاية أكتوبر الماضي، على أن المجلة الجزائرية للاتصال حصلت على المرتبة السابعة والأربعون (47) عربيا، من مجموع إجمالي المجلات في معامل أرسيف لهذا العام والبالغ عددها 1201 مجلة عربية. وقد صنفت المجلة في الفئة الوسطى العليا بمعامل تأثير يقدر بـ 1.1429 وهو معامل كبير يقدر بضعف متوسط المعامل المعتد في مؤشر المجلات الخاصة بعلوم الاعلام و الاتصال.

وتواصل المجلة طريقها في ضمان الانتظام في الصدور، حيث يصدر هذا العدد بدراسات و أبحاث مختلفة من باحثات و باحثين من جامعات من داخل و خارج الجزائر.

ففي مجال الدراسات باللغة الإنجليزية، تضمن هذا العدد دراستان مهمتان على علاقة بالظواهر الجديدة التي أفرزتها التكنولوجيات الجديدة للاتصال على مستوى المحتويات و المضامين و الاستخدامات، كما تضمن ثلاثة دراسات أخرى باللغة العربية لها علاقة بمحاور التسويق و التسويق الاجتماعي و الكاريكاتور.

فبدراسة بعنوان: "تحليل المواضيع الأخلاقية في محتوى "نتفلكس" العربي : آراء و وجهات نظر"، ساهمت الباحثتان **عسل علاء مكي و ثريا السنوسي** من جامعة الشارقة بالإمارات العربية المتحدة، حيث حاولت الباحثتان القيام بتحليل كفي للموضوعات الأخلاقية للمحتويات العربية على المنصة العربية لـ "نتفليكس"، حيث أكدتا على ما تسميانه الفجوة الموجودة بين دراسات وسائل الاعلام التقليدية و المجال المزدهر لتحليل المحتوى الرقمي، لذلك سعت دراستهما لمراجعة نقدية للأدبيات الموجودة، في محاولة لفهم أعمق للديناميكيات الاجتماعية والثقافية في الروايات الرقمية العربية.

"استخدامات سناشات بين طلبة جامعة الشارقة" هو عنوان دراسة ثنائية باللغة الإنجليزية، لكل من **أ. بدرية طالب أحمد هادي و أ.د نهى ميلور** من جامعة الشارقة بالإمارات العربية المتحدة، وهذه الدراسة

الاستكشافية حاولت فهم تأثير تطبيق سناب شات على عينة من طلاب الدراسات العليا في جامعة الشارقة، بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع.

وقد توصلت الباحثتان إلى جملة من النتائج المهمة حول التفاعلات والاختلافات الموجودة بين الجنسين في الاستخدامات و تحقيق الاشباع.

و من الجزائر من المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف بميلة ، ساهمت د.صونية بوزاهر بدراسة عنونها بـ " دور شبكة الإنترنت على مزيج الاتصال التسويقي في المؤسسة"، حيث حاولت الباحثة وصف انتقال استخدام شبكة الانترنت من الاستخدامات المعلوماتية إلى الاستخدامات التسويقية.

"القيم المتضمنة في حملات التسويق الاجتماعي للوقاية من كوفيد - 19: دراسة حالة الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع في الإمارات"، هو العنوان الذي اختاره ثلاثة باحثين لبحثهم ، وهم د.خالد زعموم، و د.عمر داوودي من كلية الاتصال بجامعة الشارقة، و د. فيصل فرحي من كلية الاتصال و الاعلام بجامعة العين، حيث هدف هذا البحث إلى تحديد أهم القيم المتضمنة في حملات التسويق الاجتماعي للوقاية من كوفيد - 19 على الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة، على اعتبار أنه البوابة الإلكترونية الرسمية التي يتم استخدامها في نشر الحملات التوعوية والتواصل مع الجمهور المستهدف خلال فترة الجائحة. وقد استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لتحديد أهم القيم المتضمنة في هذه الحملات. وشملت عينة الدراسة التحليلية 95 حملة تسويق اجتماعي. وتضمن التحليل كل ما نشر من إعلانات توعوية بمخاطر كوفيد -19.

وأظهر البحث أن القيم الإخبارية News Values، ذات العلاقة بنشر الأخبار والمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 57.42 % من مجموع القيم الإخبارية في هذه الحملات.

كما أظهرت النتائج أن الإحاطة الإعلامية والأنشطة الإخبارية لوزارة الصحة ووقاية المجتمع تشكل العدد الأكبر من الأنشطة الإعلامية والاتصالية، وذلك ب 396 إحاطة وأنشطة إعلامية، التي تسعى إلى تزويد وسائل الإعلام والجمهور بمستجدات حالات الوباء في البلاد، ومحاربة المعلومات الكاذبة والإشاعات.

الدراسة الأخيرة التي تضمنها هذا العدد جاءت من جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3 لكل من د.نجاة بوثلجة و د. شهيناز زياد، بدراسة عنوانها " التطويع الدعائي في الكاريكاتير الصحفي الجزائري ركن ظواهر لـ"أحمد هارون" بجريدة الشعب أنموذجاً من 1977 إلى 1988".

جاءت الدراسة التحليلية للبحث في مسألة التطويع الدعائي في الكاريكاتير الجزائري خلال "فترة الأحادية الحزبية" المتميزة بسيطرة الدولة التامة على توجهات وسائل الإعلام، بحثاً عن اتجاهاته الموضوعاتية، وخصائصه الفنية.

فهرس المحتويات

3	كلمة العدد
7	Analyzing moral themes in Arabic Netflix content: Insights and perspectives Dr.Asal Alaa Makki and Dr. Thouraya Snoussi
21	The uses of Snapchat among students at the University of Sharjah Dr. Badria Talib Ahmed Hadi and Dr. Noha Mellor
38	دور شبكة الإنترنت في مزيج الاتصال التسويقي في المؤسسة. بوزاهر صونية
55	القيم المتضمنة في حملات التسويق الاجتماعي للوقاية من كوفيد - 19: دراسة حالة الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة ووقاية المجتمع في الإمارات. د. خالد زعموم و د. فيصل فرحي و د. عمر داوودي
81	التطويع الدعائي في الكاريكاتير الصحفي الجزائري ركن ظواهر لـ"أحمد هارون" بجريدة الشعب أنموذجا (1977-1988). د. نجاه بوتلجة و د. شهيناز زياد