المجلة الجزائرية للاتصال

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

جامعة الجزائر3

ISSN1111-536X
EISSN2676-1793

المجلة الجزائرية للإتصال
ALGERIAN COM JOURNAL

- تأثير الذكاء الاصطناعي على أساليب إنتاج وتوزيع الأخبار في الصحافة الرقمية.
- نماذج الأعمال في المؤسسات الإعلامية التقليدية وأثرها على التنافسية في عصر الخوارزميات: مقاربة نقدية في ضوء اقتصاديات الإعلام.
- برامج التعليم الإعلامي في الجامعات العربية في ظل التحولات الرقمية والذكاء الاصطناعي: دراسة حالة على الجامعات اليمنية.

العدد: 1 سنة 2026 المجلد 28

تصدر المجلة مرتين في السنة

جوان 2026

المجلة الجزائرية للاتصال - تصدر عن كلية علوم الاعلام والاتصال - جامعة الجزائر 3
EDITED BY THE FACULTY OF INFORMATION AND COMMUNICATION SCIENCES - UNIVERSITY OF ALGIERS 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

المجلة الجزائرية للإتصال
ALGERIAN COM JOURNAL

ISSN1111-536X
EISSN2676-1793

- The Impact of Artificial Intelligence on Methods of Producing and Distributing News in Digital Journalism
- Business Models in Traditional Media Organizations and Their Impact on Competitiveness in the Age of Algorithms: A Critical Approach in Light of Media Economics
- Media Education programs in Arab universities in light of digital transformations and artificial intelligence- The Yemeni public universities as a case study.

Review Issuest , 2026 Volume 28.

THE MAGAZINE IS PUBLISHED TWICE A YEAR

June 2026

كلمة العدد

هذا العدد هو العدد 52 من المجلة الجزائرية للاتصال منذ نشأتها، وهو العدد الأول من المجلد 28 في هذه السنة و التي بدأت تسير بخطى مهمة نحو تصنيفها في قواعد البيانات العربية و الإقليمية المهمة.
وتواصل المجلة طريقها في ضمان الانتظام في الصدور، حيث يصدر هذا العدد بدراسات و أبحاث مختلفة من باحثات و باحثين من جامعات عربية و إفريقية من اليمن و السعودية و الامارات و نيجريا.

ففي مجال الدراسات باللغة الإنجليزية، تضمن هذا العدد خمس دراسات مهمة مرتبطة بالذكاء الاصطناعي و بالنماذج الاقتصادية التي تحاول المؤسسات الإعلامية تبنيها في عهد البيئة الرقمية و تطور التكنولوجيات الجديدة للاتصال ودراستان باللغة العربية.

حيث جاءت الدراسة الأولى باللغة الإنجليزية بعنوان **" تأثير الذكاء الاصطناعي على أساليب إنتاج وتوزيع الأخبار في الصحافة الرقمية"**،حيث حاول الباحثان **عائشة سالم آل علي و الأستاذ الدكتور علاء مكي من** من **جامعة الشارقة بالإمارات العربية المتحدة،** استكشاف كيفية استخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي في تسهيل سير العمل الصحفي، وأتمتة المهام التحريرية الروتينية، وتحسين توزيع الموارد داخل غرف الأخبار الرقمية. كما يناقش البحث دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز تجربة المستخدم من خلال تقديم محتوى مخصص، وتوصيات فورية، وتحليلات سلوكية مبنية على البيانات، مما يغير من طريقة تفاعل الجمهور مع الأخبار وفهمهم لها. وتُوظف الدراسة نظرية البيئة الإعلامية (Media Ecology) لفهم الأبعاد الأوسع لاستخدام الذكاء الاصطناعي كوسيط يؤثر في الممارسة الصحفية والخطاب العام. علاوة على ذلك، يتطرق البحث إلى القضايا الأخلاقية الحرجة مثل خصوصية البيانات، والتحيز الخوارزمي، وشفافية الأنظمة الذكية، مشددًا على ضرورة وجود أطر تنظيمية واضحة مثل اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR)، والالتزام بالمعايير المهنية في العمل الصحفي. وقد أكدت النتائج في مجملها على أهمية تحقيق توازن بين التطور التقني والالتزام بأخلاقيات المهنة، لضمان الحفاظ على ثقة الجمهور في وسائل الإعلام الرقمية.

" نماذج الأعمال في المؤسسات الإعلامية التقليدية وأثرها على التنافسية في عصر الخوارزميات: مقاربة نقدية في ضوء اقتصاديات الإعلام" هو عنوان دراسة ثانية باللغة العربية ، للدكتور **فيصل مونس العنزي** من **جامعة الملك بالسعودية،** و هي الدراسة التي يعتقد صاحبها أن ملامح الأزمة البنيوية التي تواجهها نماذج الأعمال في المؤسسات الإعلامية التقليدية، عمقت مما يراه الفجوة التنافسية أمام هيمنة المنصات الرقمية وفوارق القوة التي تفرضها الخوارزميات. وبالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والمقاربة النقدية، تم تحليل عينة استراتيجية من الأدبيات والتقارير الدولية المرجعية (2010-2021)، مع التركيز على أطروحات "القدرات الديناميكية" و"اقتصاديات المنصات". واختبرت الدراسة فرضية مفادها أن جمود الهياكل التنظيمية يمثل العائق الأول أمام التكيف مع سيولة البيئة الرقمية. وقد أثبتت النتائج غياب الجانب التفاوضي والاستراتيجي في إدارة الموارد الإعلامية، مما أدى إلى فقدان السيادة على منافذ التوزيع. وتخلص الدراسة إلى ضرورة الانتقال من النماذج الخطية الثابتة نحو نماذج أعمال "هجينة" تمتلك البراعة التنظيمية الكافية لإعادة هندسة القيمة واستعادة التوازن التنافسي.

و من اليمن و من **جامعة اقليم سبأ** شارك الباحثان **د. صقر قائد الزيدي و. د. ناصر علي ناصر عرام،** بدراسة تحمل عنوان **:" برامج التعليم الإعلامي في الجامعات العربية في ظل التحولات الرقمية والذكاء الاصطناعي: دراسة حالة على الجامعات اليمنية"**

حيث سعى الباحثان إلى تشخيص متطلبات تعديل برامج التعليم الإعلامي في الجامعات العربية في ظل التحولات الرقمية والذكاء الاصطناعي، من خلال دراسة حالة على الجامعات الحكومية اليمنية، وتحديد مسارات تطويرها في ضوء النتائج الميدانية والدراسات العربية والدولية، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة استبانة محكّمة طُبّقت على رؤساء أقسام الإعلام ومنسقي البرامج في أربع جامعات حكومية يمنية.

وأظهرت النتائج وجود فجوات واضحة في خمسة مجالات مترابطة، تمثلت في ضعف دمج الذكاء الاصطناعي وصحافة البيانات في المناهج، ومحدودية البنية الرقمية رغم توافر حدٍّ أدنى من المختبرات والبرمجيات والإنترنت، وتدني الكفايات الرقمية لأعضاء هيئة التدريس وغياب التدريب المستمر، إضافة إلى تفاوت مهارات الطلبة الرقمية رغم وجود تدريب ميداني يتركز في مؤسسات إعلامية تقليدية، ومحدودية الشراكات المهنية المؤثرة، وتتسق هذه النتائج مع تقارير ودراسات دولية حديثة تؤكد أن فجوات البنية الرقمية وتأهيل الكادر وتحديث المناهج تمثل التحدي الأبرز أمام تطوير التعليم الإعلامي.

دراسة أخرى جاءت من باللغة الإنجليزية **جامعة الشارقة بالإمارات العربية المتحدة** لكل من **د. جايرو ألفونسو لوغو-أوكاندو و مها إبراهيم علي آل علي من جامعة الشارقة، جاءت تحت عنوان: " التدخل الإعلامي: الأشخاص ذوو الإعاقة كمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي"**، حيث بحثت في موضوع تمثيل الأشخاص ذوي الإعاقة على وسائل التواصل الاجتماعي في الخليج، على الرغم من أنه لم يتم تقديم الكثير من الأدلة التجريبية حول كيفية تفعيل الإعاقة من قبل صانعي المحتوى كعامل وسيط بين المحتوى والبيئة الاجتماعية، .

تقوم الدراسة بتصور عمل المؤثرين من ذوي الإعاقة كوسطاء رقميين بناءً على الوضع الخطابي، وإمكانيات المنصة، وتفاعل الجمهور. وقد تم إنتاج البيانات من خلال التصميم النوعي للمقابلات شبه المنظمة مع تسعة مؤثرين.

فهرس المحتويات

3	**كلمة العدد**
6	The Impact of Artificial Intelligence on Methods of Producing and Distributing News in Digital Journalism **Aisha Salim Al Ali and Pr. Alaa Makki**
28	نماذج الأعمال في المؤسسات الإعلامية التقليدية وأثرها على التنافسية في عصر الخوارزميات: مقاربة نقدية في ضوء اقتصاديات الإعلام **د.فيصل مونس العنزي**
40	برامج التعليم الإعلامي في الجامعات العربية في ظل التحولات الرقمية والذكاء الاصطناعي: دراسة حالة على الجامعات اليمنية **د. صقر قائد الزيدي و. د. ناصر علي ناصر عرام**
66	Media Intervention: People of Determination as Social Media Influencers **Maha Ibrahim Ali AlAli and Jairo Alfonso Lugo-Ocando**
84	Arabian nationalism on digital platforms: A literature review **Fatma Binjaffar and Dr. Noha Mellor**
98	The Role of Corporate Social Responsibility Communication in Shaping the Reputation of Private Hospitals in the UAE: Patients' Perception **Maha Alblooshi and Mokhtar Elareshi**
117	Perception of stakeholders on media reportage of Supreme Court decisions in Nigeria **Dr. IGE, Ise-Oluwa and ADEYEMI, Aderogba**