

# الحكمة

للدراستات الاعلامية  
والاتصالية

مجلة دولية دورية مستقلة محكمة متخصصة

تعنى بالبحوث في مجال علوم الاتصال

و الاعلام بجميع تخصصاته



المجلد العاشر

العدد الرابع

2022

رئيس التحرير

مدير التحرير

أ.د. مراد كموش

الأستاذ الدكتور: عبد القادر تومي

### هيئة التحرير العلمية

- أ.د. السعيد بومعيزة- البلدية  
-أ.د. وحيدة سعدي- عنابة  
-أ.د. رايح الصادق. دبي-الإمارات العربية المتحدة  
-أ.د. شريف درويش اللبان- القاهرة  
-أ.د. مرفت محمد كامل الطرابيشي - مصر  
-أ.د. فضل 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  
أ.د. محمود إسماعيل - مصر  
د.امل نبيل بدر - دبي الامارات العربية المتحدة

### الجمع والتصنيف والاخراج

سي هادي كريمة

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

[kounozelhkma@yahoo.fr](mailto:kounozelhkma@yahoo.fr)

[www.kounozelhkma.com](http://www.kounozelhkma.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.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 العجي 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 نغيمش الحمامي الزوبعي	الأردن
21.د.ميرفت الطرابيشي	مصر
22.د.محمد حميد صالح	اليمن
23.د.لطيفة علي الكميثي	طرابلس

العين- الإمارات العربية	24.د.خزيم سالم علي الخالدي
الأمير عبد القادر-الجزائر	25.د.ليبي فلامي
عناية-الجزائر	26.د.عبد الحق بن جديد
الأمير عبد القادر-الجزائر	27.د.رقية بوسنان
سطيف-الجزائر	28.د.ياسين قرناني
الجزائر3	29.د.أحمد فلاق
الجزائر3	30.د.رشيدة سبتي
الجزائر3	31.أ.د.نبيلة بوخبزة

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 المجلات إعلامية عالمية: (Journalism studies, Journalism and mass communication Quarterly). الخ. وبلق، البحث أو الدراسة القبول، أو القبول بعد

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 انجليزية) 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 اتجاهها أيديولوجيا محدد، ولا تخضع لقيود غير قيود العلم ومعايير 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 وتمهد لما يليها، ثم يختتم 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 جزءاً 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

## تنشر المجلة البحوث الآتية

### 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 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](mailto:Elhikma.media@gmail.com)

الصفحة	المقال	الرقم
09	بقلم الدكتور : مراد كموش	الافتتاحية
10	معالجة الأجناس الأدبية وقضايا اللغة العربية في صحيفة العرب القطرية: دراسة تحليلية Addressing literary Genres and Arabic Language Issues in Al-Arab Qatari Newspaper: An Analytical Study الإسم الكامل للباحث: السيد عبد الواحد الكيلاني قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة قطر، ص.ب. 2713، الدوحة	01
56	التدابير الأمنية لحماية المؤسسات الإعلامية من الجريمة الإلكترونية خديجة الرياط ، معهد الصحافة وعلوم الأخبار جامعة منوبة - (تونس)	02
75	الأساليب الإقناعية في الرسالة التسويقية الإلكترونية ، وعلاقتها كسب ولاء المستخدم دراسة مسحية على مضامين الموقع الإلكتروني لمؤسسة موبيليس رقاز عبد المنعم ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر) رملي بوزيد ، جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)،	03
101	دور الإعلام الثقافي في حفظ و تثمين التراث الأثري عبير بوترة، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان (الجزائر)، نوال بن صغير جامعة زيان عاشور الجلفة (الجزائر)،	04
125	الإشهار الإلكتروني في الجزائريين حتمية الالتزام بأخلاقيات النشر وجدل انتهاك خصوصية المستهلك مصطفى ثابت، جامعة قاصدي مرباح (الجزائر) بدر الدين بلمولاي جامعة قاصدي مرباح (الجزائر)	05

151	المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي: "دراسة لواقع تأثيرهم على السلوك الشرائي للشباب الجزائري"- دراسة ميدانية بولاية قسنطينة- ط.د قطش خديجة ، جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر، الجزائر،	06
175	الإشهار الإلكتروني من البساطة إلى التطور والتعقيد يمينه بلغول جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل (الجزائر)،	07
193	الضوابط القانونية لحماية المستهلك من الاستخدام غير الأخلاقي للإشهار الإلكتروني "دراسة في الآليات التنظيمية والقانونية" ط.د دراجي بوطي جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي-الجزائر ط.د عبد الحق ونوغي جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي-الجزائر	08
215	النظام القانوني للإشهار الإلكتروني و حماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية رقم 05 -18 د. حلومي بلخير جامعة قاصدي مرياح ورقلة (الجزائر)،	09
236	الترويج عبر الإعلان الإلكتروني للمقاصد السياحية العربية منير طربي جامعة تبسة (الجزائر)	10
255	الإشهار الإلكتروني خصائصه وأنواعه وطرق تصميمه طارق هابة جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي (الجزائر)	11
279	الوسيط المؤتمت ومجال عمله، كمفهوم جديد في نظرية العقد التقليدي وفقاً للتشريع الإماراتي. سند حسن سالم صالح استاذ القانون المدني المساعد كلية الحقوق جامعة عدن	12
316	<b>L'impact de l'E-publicité sur le comportement de consommation des algériens</b> <b>Nihad Guenoune</b> <b><sup>1</sup> Université M'Hamed Bougara, Boumerdes (Algérie),</b>	13



# الافتتاحية

عرف الإشهار أو الإعلان وفق التسميات المشرقية في المجتمعات الإنسانية منذ أزمنة بعيدة ، تطورات هائلة ، مستفيدة من الطفرات التكنولوجية المختلفة مما جعل العديد من المؤسسات تؤدي مهامها في أشكال متنوعة في كل حقبة زمنية ، حتى تمكنت من الوصول إلى عصر المعلوماتية والرقمية ، حيث أتاح لها ذلك إمكانات كبيرة في نقل الصوت والصورة وكافة الأشكال الاتصالية الأخرى، بطريقة تفاعلية ودقيقة .

حيث أدى هذا التطور إلى ظهور بما يسمى بالإشهار الإلكتروني، الذي يتم دون الحاجة إلى الاتصال المادي بين أطرافه حيث يستطيع صاحبه أن يصدر في كل مكان متواجد فيه ، كما يتميز باستمراره على مدار الساعة ويمكن الاطلاع عليه في أي وقت و من قبل أي مستخدم للاتصالات الالكترونية خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تتميز بالتفاعلية وسرعة الاستجابة وإمكانية الوصول إلى عدد كبير من الجماهير في آن واحد.

كما يعتبر الإشهار الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من أبرز ظواهر الإشهار الحديثة ، نظر الأهمية تلك المواقع في زيادة العملية التسويقية، فضلا عن توطيد العلاقة بين المؤسسة والزيون، ولم يقتصر على قطاع واحد فقط بل امتد إلى قطاعات أخرى في المجال الاقتصادي والاجتماعي التي أصبحت رائدة في هذا النوع من التسويق، لذا تسعى جل المؤسسات سواء كانت ربحية أو غير ربحية الى استخدام صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لبناء علاقات وصورة فعلية جيدة عن المؤسسات داخليا مع العاملين وخارجيا مع الجمهور المستهدف.

الدكتور مراد كموش