

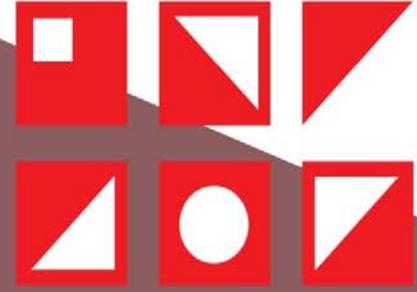
ISSN 2437-1181

ISSN 2437-1181

المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي
المجلد 06 العدد 2 (جوان 2019)

INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL COMMUNICATION

A quarterly peer-reviewed academic scientific journal
Issued by Laboratory of Media and Communication Studies
Faculty of Humanities and Social Sciences
University of Mostaganem-Algeria



المجلة الدولية للإتصال الاجتماعي

مجلة علمية أكاديمية محكمة فصلية
تصدر عن مخبر الدراسات الاتصالية والاعلامية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم - الجزائر

المجلد 06 العدد 2 (جوان 2019)

INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL COMMUNICATION

Volume N° 06 Issue N° 2 (Juin 2019)

Volume N° 06 Issue N° 2 (Juin 2019)

المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

المجلد السادس

العدد 2

جوان 2019

المدير الشرفي للمجلة: أ.د. بلحاكم مصطفى رئيس الجامعة
مدير المجلة اد الحاج سماحة الجيلالي

رئيس التحرير

د.العربي بوعمامة

هيئة التحرير

أ.د الحاج سماحة الجيلالي (جامعة مستغانم) د.العربي بوعمامة (جامعة مستغانم)
د. فلاق صالح شيرة (جامعة مستغانم) د.صفاح امال فاطمة الزهراء (جامعة)
د. مالفى عبد القادر (جامعة مستغانم)

الهيئة العلمية الاستشارية للمجلة

د قيدوم احمد عميد كلية العلوم الاجتماعية	أ.د بن جدية محمد (جامعة مستغانم)
أ.د. عززي عبد الرحمن (جامعة الشارقة)	أ.د. سعيد بومعيرة (جامعة الجزائر)
أ.د. عبد الواحد امين رضا (جامعة البحرين)	أ.د. يحيى اليحياوي (المغرب)
أ.د. بلقاسم بروان (جامعة الجزائر)	أ.د زواقة بدردين (جامعة باتنة)
د. عماد جابر (جامعة الفجيرة الامارات)	د رضوان بلخيري (جامعة تبسة)
د. غالم عبد الوهاب (جامعة مستغانم)	د بن صافية عبد اللطيف (المغرب)
د. حميدو كمال (جامعة قطر)	أ.د. حسن علي محمد (جامعة المنيا مصر)
أ.د. محمد رابعة (جامعة الأردن)	أ.د. حنفي هلايلي (جامعة سيدي بلعباس)
د. عبد الله الحمود (السعودية)	د. بن دريس احمد (جامعة وهران)
د.اليامينبوذهان (جامعة سطيف)	د.ة رقاد حليلة (جامعة مستغانم)
د. حاتم محمد عاطف (مصر جامعة الازهر)	أ.د رضوان بوجعة (جامعة الجزائر)
د.ةامينة قجالي (جامعة قسنطينة)	د.عيسى مراح (جامعة بجاية)
د. بن عجميه بو عبد الله (جامعة مستغانم)	د.ة. بن دنيا فطيمة (جامعة مستغانم)
أ.د مي عبد الله (الجامعة اللبنانية)	د فاتن بن لاغة (معهد الصحافة تونس)
د علي بن شويل (جامعة ابها السعودية)	أ.د عبد النبي عبد الله الطيب (جازان السعودية)

شروط النشر في المجلة

المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي هي مجلة أكاديمية دولية محكمة متخصصة في دراسات الإعلام والاتصال والدراسات الاجتماعية تصدر في الجزائر بمعدل مجلد واحد في السنة، موزع على 4 أعداد 2014 & 2013 كل ثلاث أشهر يصدر عدد من الأعداد تهم هذه المجلة بجميع البحوث الأصلية التي ينجزها الباحثون في ميدان علوم الإعلام والاتصال مع امتداد الاهتمام بمختلف الميادين البحثية خاصة منها الاهتمام ببحوث علم الاجتماع الاتصالي وغيرها، فهذا القبس العلمي ما هو إلا وسيلة نحاول من خلالها إتاحة الفرصة للباحثين وطلاب المعرفة، في المجالات العلمية المختلفة الاستفادة من منشوراتها بما يعود بالنفع على الجميع.

تنشر المجلة الأبحاث باللغات التالية: العربية و الفرنسية والإنجليزية.

تشرف على المجلة هيئتان: هيئة تحريرية وأخرى علمية. وكل البحوث التي تصل إلى المجلة يتم تحكيمها بطريقة سرية بإرسالها إلى محكمين متخصصين في المجال، لتحكيم الدراسة وينظر في صلاحية قبولها للنشر.

على البحوث التي يتم إرسالها أن تتوفر على الشروط التالية: الأصالة، التوثيق، الجودة. والقيمة العلمية والمعرفية وسلامة اللغة ودقتها

على الباحثين التقيد بالشروط العلمية والمنهجية المطلوبة.

يجب ألا يكون البحث مستلماً من بحث سابق قد تم نشره، و ألا يكون البحث منشوراً أو مرسلاً للنشر في مجلة أخرى.

يجب ألا تتجاوز عدد صفحات البحث على (25) صفحة بما في ذلك الجداول والمراجع أما فيما يخص الملاحق واستمارات البحث فيتم وضعها بعد قائمة المراجع، الملاحق والاستمارات لا تنشر فهي لغرض التحكيم.

يجب عدم ذكر أسم الباحث ولا الإشارة إليه في مضمون البحث، وذلك لسرية عملية التحكيم المادة العلمية.

يجب أن تكتب البحوث باللغة العربية على الحاسوب بخط Traditional Arabic حجم الخط 14 أما البحوث باللغات الأجنبية فتكتب بخط Times New Roman - حجم الخط 14.

يجب كتابة ملخص للبحث في حدود 100 كلمة مع ترجمة الملخص بإحدى اللغتين إما الفرنسية أو الإنجليزية مع وضع الكلمات المفتاحية أسفل الملخص.

تبعث المقالات عن طريق البريد الإلكتروني التالي:

journalsocialcommunication@gmail.com

أو العنوان التالي: المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم –
الجزائر

ص.ب مستغانم- الجزائر /الهاتف: **045421129**

المقالات المنشورة في المجلة لا تعبر إلا على رأي أصحابها

تقديم العدد

في العدد الجديد للمجلة الدولية للاتصال الاجتماعي . تطرق (الباحث فينايفيكرام من الهند) الى الإعلان الذي هو جزءاً مهماً من العملية التسويقية ، إنه شكل من أشكال الاتصال يتضمن اسم العلامة التجارية أو منتجها أو خدمتها تحاول هذه الورقة إلقاء الضوء على كيف يمكن للإعلانات المبتكرة أن تساعد المؤسسات على توليد التذكير بعلامتها التجارية ولماذا في بعض الأحيان يكون من الضروري عدم خفض ميزانية الإعلانات أثناء الركود الاقتصادي بحيث تصبح العلامة التجارية أقوى عندما يكون هذا التباطؤ الاقتصادي تطرقت الاستاذة منال محمد أبو الحسن في .محاولة للتوصل لنتائج تفسر مدى ثراء الفيس بوك في دعم الهوية الجندرية والتوجهات الجنسية، واستخدام مصطلح الجندر بمنطلقاته الدولية، سواء من حيث تعريف المصطلح، أو تفعيله على النطاق الدولي؛ وذلك لتعدد تعريفاته وتناوله على المستويات الغربية والعربية بمفاهيم مختلفة. كما اعتمد البحث على نظرية ثراء الوسيلة وتناولت دراسة الاستاذ صادق رايح إشكالية الدراسات الإعلامية والاتصالية وضرورة تجديد عدتها المفاهيمية ومقارباتها المنهجية حتى تكون قادرة على استيعاب التغيرات الكثيرة التي تعرفها البيئة الإعلامية المعاصرة. فمقارنة هذه البيئة بمفاهيم وأطر معرفية غير مناسبة يؤدي الى تشويهها. وتحتاج الدراسة بأن التحولات التكنولوجية في البيئة الإعلامية قد أعادت تشكيل مواقع الفاعلين فيها، حيث أصبح بإمكان المستخدمين مثلاً التفاعل مع وسائل الإعلام والمساهمة في إنتاج مضمونها. كما تبيّن سقوط الحدود الفاصلة بين مفاهيم مثل المنتج والجمهور

تطرقا الباحثان د فاتن بلاغة و د رضوان بن سلامة الى موضوع التربية على الإعلام الرقمي في سياق التطورات التكنولوجية لوسائل الاعلام و الاتصال، كل ذلك من أجل إيجاد إجراءات لتربية الناشئة على حسن استغلال وسائل الاتصال الرقمي وتجنب مخاطرها وتزويد الأفراد بأدوات ومهارات مرتبطة عضوياً بالبيئة الرقمية ونشر مبادئ وضوابط تقودهم لاكتساب الحس النقدي الإيجابي الذي ينأى بهم عن الاستهلاك السلبي للمحتويات الرقمية وتحسينهم وإكسابهم مناعة تجعلهم قادرين على فهمها والتعاطي معها وإنتاجها وتبادلها، لاسيما في البلدان التي تعاني الفجوة الرقمية، لذلك تعتبر التربية على الإعلام الرقمي ليس ترفاً فكرياً بل موضوعاً ملحاً خاصة في هذه المرحلة التي تمر بها المنطقة العربية التي تعرضت لتغيرات عميقة في مجتمعاتها منذ أحداث الربيع العربي سنة 2011.

في بحث اخر تطرقت الباحثة نهي بلعيد الى الميديا الاجتماعية التي أصبحت ضمن محاور المشاريع العلمية للباحثين في العلوم الاجتماعية بصفة عامة وفي علوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة. وهو ما دفعنا إلى تحليل مضمون ثلاث مجلات علمية كانت الميديا الاجتماعية محوراً

لتحديد مناهج البحث المعتمدة من قبل الباحثين. كما أجرينا عددا من المقابلات مع باحثين من العالم العربيّ وأوروبا وأمريكا. وقد أكدت نتائج بحثنا أنّ الباحثين قد حافظوا على نفس مناهج البحث للإجابة عن إشكاليات بحوثهم التي كان محورها الميديا الإجتماعية.

وفي مقال اخير لأستاذ فيضيل دليو ذكر فيه النقاش الحاصل حول ما "توفره الصحافة" وما "يختاره الجمهور" تقليدا طويلا في أبحاث الاتصال. وهو يدور أساسا حول الدرجة المناسبة من القرب والبعد بين الصحافة وجمهورها. لكن، كيف نحدد القرب والبعد بين الصحافة والجمهور؟ وأي نوع من العلاقة توجد بينهما؟ أصبحت مثل هذه الأسئلة أكثر إلحاحا لأن ممارسات وسائل الإعلام في عصر الإنترنت تلغي الفجوة بين منتجي الأخبار ومستهلكيها. إن هذا العمل يهدف إلى تقديم نظرة عامة حول علاقة الصحافة بالجمهور، ومناقشة بعض الطرق المختلفة التي تم بها تصور هذه العلاقة في الدراسات الأمريكية، وتقديم بعض الأفكار حول دور أبحاث الصحافة في هذا المجال.

فيما حاولت د. منال أبو الحسن التوصل لنتائج تفسر مدى ثراء الفيس بوك في دعم الهوية الجندرية والتوجهات الجنسية، واستخدام مصطلح الجندر بمنطلقاته الدولية، سواء من حيث تعريف المصطلح، أو تفعيله على النطاق الدولي.

د العربي بوعمامة

الصفحة	فهرس المواضيع	الترتيب
05	تقديم	1
34 - 08	الدراسات الإعلامية والاتصالية: مقارنة نقدية Media and Communication Studies: A Critical Approach د. الصادق رابح قسم الإعلام، جامعة قطر	2
53 - 35	بين القرب والبعد: إضافة الجمهور إلى بحوث الصحافة Between proximity and distance: Including the audience in journalism (research) فضيل دليو كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، أستاذ التعليم العالي،.	3
72 - 54	التربية على الإعلام الرقمي في سياق التحولات التكنولوجية الحديثة وتطبيقاتها Educating digital media in the context of modern technological transformations and its applications د. فاتن بن لاغة كلية الآداب والعلوم الاجتماعية-جامعة السلطان قابوس-مسقط- سلطنة عُمان د.رضوان سلامن كلية الاتصال والإعلام-جامعة الملك عبد العزيز-جدة-المملكة العربية السعودية	4
84 - 73	الميديا الاجتماعية ومناهج البحث المعتمدة من قبل الباحثين في العلوم الإجتماعية: تحليل مضمون بعض المجالات الفرنكوفونية Social media and research methods adopted by social science researchers: analysis of the content of some Francophone journals د.نهى بلعيد الجامعة المركزية - تونس	5
108 - 85	ثراء الفيس بوك ودوره في دعم الهوية الجندرية والتوجه الجنسي The richness of Facebook and its role in supporting gender identity and sexual orientation أ.م.د/منال محمد أبو الحسن كلية الإعلام وفنون الاتصال بجامعة 6 أكتوبر	6
120 - 109	Advertising in Recession: Keep Walking in to Crush Small Players Dr.VinayVikram Singh Department of Journalism and Mass CommunicationUCE	07

Editor-in-chief word

The International Journal of Social Communication, issued by the laboratory of media and communication studies, is concerned with theoretical and empirical research, and seeks to provide new approaches to the phenomena of communication and media from innovative perspective, based on deep and consolidate critical thinking which aims to question the current concepts and empirical trends, and which try through analytical methods and scientific inquiry to interpret and understand the relationship between the indicators of the phenomena of new media and communication and to dissect their manifestations, both in the Arab and Islamic world and in the global context.

The journal gives special attention to research that focuses on social, civilizational and value-based variables, and which intends to approach the psychological and social behavior of social agents and their complex relationship to society in general.

The Ninth Issue comes to interpret the intellectual and philosophical trajectory of the journal and its research orientation; hence it includes multiple epistemological and empirical studies that attempt to highlight the relationship between the phenomenon of media and communication and the emerging social and technical changes.

Conclusively, the journal seeks, through this issue, to achieve epistemological integration by presenting the field research experiences and new theoretical frameworks in the field of media and communication studies, without being indifferent to its renewed cultural and civilizational trajectories, which take into account the local cultural dimension and benefits from the human scientific experience.

D. LarbiBouamama

Conditions of Submission and Instructions for Authors

The International Journal of Social Communication is an international quarterly academic journal specialized in media and communication studies and the field of social sciences, published in Algeria with the rate of one volume per year, distributed into 4 issues. The Journal is concerned with original and innovative studies carried out by researchers in the field of media and communication studies, as well as various related fields of research, including the sociology of communication.

This scientific platform is an initiative that intends to provide opportunities for researchers in the different branches of humanities and social sciences, in order to capitalize on their academic efforts for the common benefit of all.

The publication process is subject to the following conditions and criteria:

- The journal publishes researches in the following languages: Arabic, French and English.
- The Journal is supervised by two boards: an editorial board and a scientific board. All the submitted papers are subject to secret peer-reviewed scientific arbitration by qualified specialists in the field, who will determine academic papers suitability for publication.
- The researchers who submit their papers must respect the following conditions: authenticity, documentation, novelty, scientific value, knowledge, linguistic correctness, style and accuracy.
- The researchers must respect the required scientific and methodological conditions.
- The research should not be taken from a previous research that has been published, and also should not be published or submitted to be published in another journal.
- The number of research pages should not exceed (25) pages, including tables and references. As for the appendices and questionnaires forms, they should be placed after the list of references. Appendices and questionnaires forms will be reserved for the sake of evaluation and will not be published.
- The name of the researcher should not be mentioned nor indicated in the content of the research, for the confidentiality of the peer review evaluation process.
- Papers in Arabic should be written with a computer in **Traditional Arabic font**, font size 14, and papers in foreign languages should be written in **Times New Roman font**, font size 14.
- A research summary should be written (100 words or fewer), in addition to a translation of the summary in one of the two languages: French or English, with the keywords placed below the summary.
- Papers should be sent to the following e-mail:

journalsocialcommunication@gmail.com

- Orthe following address:

International Journal of Social Communication, Faculty of Social Sciences, Abdel Hamid IbnBadis University of Mostaganem – Algeria, Postbox Mostaganem- Algeria 27000

Phone number: +213 045421129

Honorary Director of the Journal: D. Mustapha Belhakem - The University Rector-

Editor-in-chief

D. LarbiBouamama

Editorial Board

D. Eljilali Haj Smaha (University of Mostaganem) DlarbiBouamama (University of Mostaganem)

D. Mohamed El Said Baali(University of Mostaganem)D.sallahchabrafellag (University of Mostaganem)

D. AbdelkaderMalfi (University of Mostaganem)

Scientific Advisory Board of the Journal

D. Ahmed Guidoum Dean of the faculty of
socialsciences

D. AbderrahmenAzzi (University of Sharjah

D. Abdelwahed Amin Reda (University of
Bahrain)

D. BelkacemBerouan (University of Algiers)

D. Said Boumaiza (University of Algiers)

D. AbdelouahabGhalem (University of
Mostaganem)

D. kamalHamidou (University of Qatar)

D. Mohamed Rebabaa (University of Jordan)

D. Abdullah Al Hamoud (Saudi Arabia)

D. ElyaminBoudahen (Univeristy of Setif)

D. Hatem Mohamed Athif (Al-Azhar University
Egypt)

D. BouabdellahBenajmia (University of
Mostaganem)

D.fetenbenlaga(manoubatunis)

D. Mohamed Ben Jeddiah (University of
Mostaganem)

D. Yahya El Yahyaoui (Morocco)

D. Badreddinezouaka (University of Batna)

D. ImadJaber (University of Fujairah UAE)

D. AbdelatifBensafia (Morocco)

D. Hassan Ali Amhamed (University of El menia
Egypt)

D. HnifiHlaili (University of SidiBel Abbès)

D. Ahmed Bendriss (Univeristy of Oran)

D. AminaKhaldi (Univeristy of Mostaganem)

D. Redouanboujemaa (Univeristy of Algiers)

D. Fatima Bendounia (University of Mostaganem)

D. AissaMerrah (Univeristy of Bejaia)

D Djamelzarn (UniveristyQuater)

Abdelhamid Ibn Badis University of Mostaganem-Algeria
Faculty of Humanities and Social Sciences
Laboratory of Media and Communication Studies

International Journal of
Social Communication

A quarterly peer-reviewed academic scientific journal
Issued by Laboratory of Media and Communication Studies
Faculty of Humanities and Social Sciences
University of Mostaganem-Algeria

Volume (06)

Issue 2

Juin / 2019