

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قسنطينة 3



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي:.....

الرمز:.....

مذكرة ماستر

التخصص: إعلام واتصال

الشعبة: علوم إنسانية واجتماعية

اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الإعلانات الالكترونية

دراسة ميدانية بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري - جامعة قسنطينة 3-

تحت إشراف

أ/فنونر بسمة

مقدمة من طرف الطالب:

بوزغوب شرف الدين

السنة الجامعية: 2014 / 2015

دورة جوان

خطة الدراسة

- I. فهرس الأشكال البيانية
- II. فهرس الجداول
- III. فهرس المحتويات

مقدمة _____ ص: (1)

الفصل الأول : الإشكالية والإجراءات المنهجية للدراسة

- 1- أسباب الدراسة _____ ص: (13)
- 2- أهمية الدراسة الموضوع _____ ص: (14)
- 3- أهداف دراسة الموضوع _____ ص: (14)
- 4- إشكالية الدراسة _____ ص: (14)
- 5- فرضيات الدراسة _____ ص: (14)
- 6- مفاهيم الدراسة _____ ص: (18)
- 7- الدراسات السابقة _____ ص: (22)
- 8- منهج الدراسة _____ ص: (30)
- 9- مجالات الدراسة _____ ص: (31)
- 10- عينة الدراسة _____ ص: (34)
- 11- أدوات جمع البيانات _____ ص: (35)
- 12- منظور الدراسة _____ ص: (39)

❖ مراجع الفصل الأول _____ ص: (44)

الفصل الثاني: الاتجاه والإعلان الإلكتروني

1- الاتجاه

- 1-1- تطور الاتجاه: (49)
 - 1-2- وظائف الاتجاه: (49)
 - 1-3- طرق تغيير الاتجاه: (50)
 - 1-4- خصائص الاتجاه: (51)
 - 1-5- أهمية الاتجاه: (52)
 - 1-6- مراحل الاتجاه: (53)
 - 1-7- محددات تكوين الاتجاه: (53)
 - 1-8- تعديل الاتجاه: (55)
 - 1-9- قياس الاتجاه: (56)
 - 1-10- النماذج البنائية للاتجاه: (57)
- ❖ مراجع المبحث الأول: (63)

2- الإعلان الإلكتروني

- ❖ تمهيد: (66)
- 1-2- الإعلان الإلكتروني عبر الإنترنت: (67)
 - 2-2- توجهات في الإعلان الإلكتروني: (68)
 - 3-2- أهمية الإعلان الإلكتروني: (69)
 - 4-2- أهداف الإعلان الإلكتروني: (69)
 - 4-2- مزايا الإعلان الإلكتروني مقارنة بالتقليدي: (70)

5-2 - محبوب الإعلان الإلكتروني _____ ص: (71)

6-2 - استراتيجيات الإعلان الإلكتروني _____ ص: (71)

7-2 - أشكال الإعلان الإلكتروني _____ ص: (74)

8-2 - متطلبات تطبيق الإعلان الإلكتروني _____ ص: (76)

9-2 - التحولات الجديدة في صناعة الإعلان الإلكتروني _____ ص: (77)

❖ مراجع المبحث الثاني _____ ص: (78)

الفصل الثالث: عرض وتحليل البيانات الميدانية

▪ تمهيد _____ ص: (84)

3-1 - عرض البيانات الميدانية وتحليلها _____ ص: (85)

3-2 - عرض النتائج العامة للدراسة _____ ص: (154)

3-3 - النتائج في ضوء الدراسات السابقة _____ ص: (156)

3-4 - النتائج في ضوء فرضيات الدراسة _____ ص: (158)

❖ خاتمة وأفاق و الدراسة _____ ص: (159)

❖ فهرس المراجع

❖ ملاحق الدراسة

❖ ملخص الدراسة

ملخص الدراسة باللغة الانجليزية : « اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الإعلانات الالكترونية »

سعت في دراستي إلى التعرف على اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الإعلانات الالكترونية من خلال التعرف على استخداماتهم و إشباعاتهم لها، للوصول إلى نتائج علمية وتوصيات وفوائد حول موضوع الإعلان الالكتروني. وقد تم استخدام المنهج الوصفي للدراسة التي أجريت بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة3، خلال الموسم الدراسي 2014-2015. وذلك خلال تطبيق العينة العشوائية الطبقية، معتمدا على الملاحظة و الاستبيان كأداتين لجمع البيانات، تضمنت 49 سؤالا موزعا على محورين، وتم توزيعها على 100 مفردة لمجتمع بحث الدراسة. وتم الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع كمنظور وموجه للدراسة.

ولعل أبرز ما توصلت إليه في دراستي، أن معظم الطلبة الجزائريين يتعرضون للإعلانات الالكترونية وغالبا ما يركزون على الإعلانات المتعلقة بالعمل والتوظيف، كما أن معظم الطلبة الجزائريين يتعرضون للإعلانات الالكترونية الغربية المتعارضة مع ثقافتهم وقيمهم، إلا أنها تلبى وتشبع حاجاتهم وتحقق توقعاتهم، من خلال تركيزها الكبير على التصميم الجيد، الشكل المثير والمغري، المؤثرات الجذابة، وغالبا ما تساهم في التأثير في اتجاهه نحوها أكثر من الإعلانات التقليدية.

الكلمات المفتاحية: الاتجاه- الطلبة الجزائريين- الإعلان الالكتروني- الاستخدام- الإشباع.

A summary study in English: "the direction of Algerian students toward online advertising."

I sought in my studies to identify the Algerian students' attitudes toward electronic ads through identification of their use, their satisfactions, to gain access to scientific findings and recommendations on the subject and the benefits of online advertising. I have been using the descriptive approach to the study conducted at the Faculty of Information and Communication and Audiovisual Sciences at the University of Constantine 3, during the season 2014-2015. During a stratified random sample application, relying on observation and questionnaire as tools for data collection, which included 49 questions, divided into two axes, and distributed to 100 community search for a single study It was relying on the uses and satisfaction Theory perspective and prompt for study.

Perhaps the most notable-edge to it in my studies, that most of the Algerian students are exposed for electronic ads and often foxing on ads related to work and employment, and most Algerian students subjected to electronic ads Western conflicting with their culture and their values, but they meet and satisfy their needs and achieve their expectations, through the great emphasis on design the good, the shape is interesting and tempting, attractive effects, and often contributes to the influence of the trend towards more traditional advertising .

Keywords

Direction -Algerian students -Web advertisement –use - saturation