

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: اتصال وعلاقات عامة

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

اتجاهات طلبة الجامعة نحو الإعلانات الإلكترونية.

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

تحت إشراف:

د/ بوالكعيبات ليلي.

مقدمة من طرف الطالبين:

- بوشطبية كنزة.

- بودماغ عفاف.

السنة الجامعية: 2015 / 2016.

دورة جوان.

خطة الدراسة.

فهرس الجداول.

فهرس المحتويات

المقدمة.....ص (أب)

الفصل الأول: الإشكالية والإطار المنهجي للدراسة.

1-1- إشكالية الدراسة.

1-1-1- تحديد المشكلةص (4-2)

1-1-2- فرضيات الدراسةص (5)

1-1-3- أهمية الموضوع وأسباب اختيارهص (6)

1-1-4- أهداف الدراسةص (6)

1-1-5- الدراسات السابقةص (9-7)

1-1-6- منظور الدراسةص (12-10)

1-1-7- تحديد المفاهيمص (14-13)

2-1- الإطار المنهجي للدراسة.

1-2-1- مجالات الدراسة.....ص (15)

2-2-1- منهج الدراسةص (16)

3-2-1- عينة الدراسةص (18-17)

4-2-1- أدوات جمع البياناتص (20-19)

❖ هوامش الفصل الأولص (22-21)

الفصل الثّاني: الاتّجاه والإعلان الإلكتروني.

المبحث الأوّل: الاتّجاه.

تمهيد.

- 1-1- مفهوم الاتّجاه ص (24)
- 1-2- أهمّية الاتّجاه ص (24)
- 1-3- طرق تغيير الاتّجاه ص (25)
- 1-4- تكوين الاتّجاه ص (26)
- 1-5- مراحل تكوين الاتّجاه ص (26-27)

المبحث الثّاني: الإعلان الإلكتروني.

تمهيد.

- 2-2- ظهور الإعلانات الإلكترونية وتطوؤها ص (28-30)
- 2-2- مفهوم الإعلانات الإلكترونية ص (31)
- 2-3- أشكال الإعلانات الإلكترونية ص (32-35)
- 2-4- أساليب الإعلانات الإلكترونية ص (35-38)
- 2-5- تأثير الإعلان الإلكتروني على الجمهور ومعوّقات انتشاره ص (38-40)
- ❖ هوامش الفصل الثّاني ص (41-44)

الفصل الثالث: عرض البيانات وتحليلها.

تمهيد.....ص(47)

1- تحليل البياناتص (90-48)

2- النتائج العامة للدراسةص(92-91)

3- النتائج في ضوء الفرضيات.....ص(93)

❖ الخاتمةص(94)

❖ قائمة المراجعص(97-95)

❖ الملاحق.....ص(103-99)

ملخص الدراسة باللغة العربية: اتجاهات الطلبة نحو الإعلانات الإلكترونية

لقد سعينا في دراستنا إلى التعرف على اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو الإعلانات الإلكترونية للوصول إلى نتائج علمية ومفيدة حول موضوع الإعلانات الإلكترونية ، وقد استخدمنا المنهج الوصفي باعتباره المنهج الأنسب للدراسة والتي أجريت بكلية علوم الإعلام والاتصال والسّمي البصري بجامعة قسنطينة -3- خلال الموسم الدراسي 2015-2016 موظفين بذلك العينة الحصية ومعتمدين على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات أين تم توزيعها على 81 مفردة من مجتمع البحث واعتمدنا كذلك على نظرية الاستخدامات والاشباع كمنظور للدراسة ، ومن أهم ما توصلنا إليه في دراستنا أن لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال اتجاهات إيجابية نحو الإعلانات الإلكترونية إذ أن معظم الطلبة يتعرضون للإعلانات الإلكترونية الأكثر إثارة ، كما أن معظمهم يتعرضون لها من أجل تلبية حاجتهم من المادة الإعلامية حيث يفضل أغلب الطلبة الإعلانات الإلكترونية عن باقي إعلانات الوسائل التقليدية ويؤكد أغلب طلبة علوم الإعلام والاتصال أن الإعلانات الإلكترونية تتميز بخاصية التفاعلية والآنية إذ أصبحت تنافس الإعلانات التقليدية بشدة.

الكلمات المفتاحية: الاتجاه – طلبة علوم الإعلام والاتصال – الإعلان الإلكتروني.

Résumé de l'étude de la l'angue française : les tendances des étudiants
une publicité électronique .

Nous avons cherché à notre à identifier les tendances des étudiants en sciences de l'information et de la communication de déclarations électronique pour parvenir à des résultats scientifique et utiles sur la publicité électronique , nous avons utilise la méthode descriptif en tant que méthode la plus appropriée pour l'étude réalisée à la faculté sciences de l'information et de la communication visuelle de l'université Constantine -3- durant l'année scolaire 2015-2016 fonctionnaires de l'échantillon de formulaire de questionnaire comme instrument de collecte de données ou ont été distribuées au 81 unique de la société de recherche et l'étude adopté à la théorie des utilisations parmi les plus importantes que nous sommes parvenus à notre que ampères des étudiants en sciences l'information et de communication des tendances positives vers la publicité électronique, la plupart des étudiants sont des déclarations électronique plus de soulever et la plupart sont vitrines ou il préfèrerait la plupart des étudiants annonces électronique d'article du reste des déclarations des moyens traditionnels Il souligne la plupart des étudiants en sciences de l'information et de la communication que les annonces électronique sont car concurrence déclarations traditionnels profondément interactifs

Montes clés : la tendance ,étudiants de l'université ,déclaration élechonique .