

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونبندر قسنطينة 03



كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري.

قسم: الاتصال والعلاقات العامة.

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر

التخصص: علاقات عامة

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

## دور الحملات التحسيسية عبر الفايسبوك في توعية المستهلك الجزائري بأزمة احتكار السلع.

دراسة في اتجاهات الجمهور الجزائري

اشراف الاستاذ:

د. اجغيم الطاهر

من اعداد الطالبتين:

• اكرام بورامول

• كنزة زلاقي

السنة الجامعية: 2022 / 2023

دورة جوان 2023

## ملخص الدراسة:

نظرا للأهمية البالغة التي تحظى بها مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة صفحات الفيسبوك كمصدر للمعلومات المختلفة، ولما تلعبه من دور كبير ومهم في بناء وعي الفرد وتكوينه المعرفي والوجداني والسلوكي من خلال الحملات التحسيسية التي تقدمها. حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه حملات الاتصال العمومي الإلكترونية في تشكيل الوعي لدى المستهلك الجزائري وترقية ثقافة الاستهلاك لديه خلال أزمة احتكار السلع. وعليه فمشكلة دراستنا تتمحور في التساؤل التالي: ما هو دور الحملات التحسيسية عبر الفيسبوك في توعية المستهلك الجزائري بأزمة احتكار السلع؟

وللإجابة على هذا التساؤل تبينا المقاربة الوظيفية مدخلا نظريا، وبما أن هذه الدراسة تنتمي للدراسات الوصفية فقد اعتمدنا المنهج الوصفي. وقسمت دراستنا إلى جانب منهجي وثاني نظري وآخر تطبيقي الذي تم فيه التحقق من صحة أو خطأ الفرضيات. وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على إستمارة الإستبيان الإلكترونية كأداة أساسية لجمع البيانات، كما اعتمدنا على بعض المقابلات لتدعيم عملية جمع البيانات من عينة الدراسة التي كانت حصصية قصدية تمثلت في 209 مفردة. وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- لعبت الحملات التحسيسية دور كبير في زيادة حجم المعلومات لدى المستهلك في ظل أزمة احتكار السلع.
  - رفعت الحملات التحسيسية عبر الفيسبوك من مستوى الوعي لدى المستهلكين أثناء أزمة الاحتكار.
  - ساعدت الحملات التحسيسية عبر الفيسبوك في ترشيد الثقافة الاستهلاكية لدى المستهلك الجزائري.
  - أثرت الحملات التحسيسية عبر الفيسبوك بشكل إيجابي في تشكيل اتجاهات الجمهور الجزائري.
- وتبقى هذه النتائج نسبية وتفتح آفاقا أخرى وتكشف عن أبعادا جديدة حول مشكلة الدراسة، تستدعي إجراء دراسات علمية مكملة وأثر عملية.

**الكلمات المفتاحية:** الفيسبوك، الحملات التحسيسية، الدور، أزمة الاحتكار، الوعي، ثقافة الاستهلاك.

## **Study summary:**

Due to the great importance of social networking sites, especially Facebook pages, as a source of various information, and because they play a large and the crucial role that they play in building the individual's awareness, cognitive, emotional and behavioral formation through the awareness campaigns they provide. The study aimed to identify the role played by electronic public communication campaigns in figuring awareness among the Algerian consumer during the commodity monopoly crisis. Therefore, the problem of our study is centered on the following question: What is the role of awareness campaigns through Facebook in educating the Algerian consumer about the crisis of monopoly of goods.

To answer this question, we adopted the functional approach as a theoretical input, and since this study belongs to descriptive studies, we adopted the descriptive approach. Our study was divided into a methodological, a theoretical and an applied part in which the hypotheses were validated or incorrect. In this study, we depended on an electronic questionnaire form as the main data collection tool, and we also used a number of interviews as a complementary tool to collect data from the study sample, which was an intentional quota represented by 209 individuals. The study has concluded several results, the most important of which are:

- Awareness-raising campaigns have played an important role in increasing the volume of consumer information in the context of the crisis of commodity monopolies.
- Awareness campaigns via Facebook have made it possible to increase the level of consumer awareness during the monopoly crisis.
- Awareness campaigns via Facebook have made it possible to rationalize the consumer culture of the Algerian consumer.
- Awareness campaigns through Facebook have positively influenced the formation of attitudes of the Algerian public.

These results remain relative and open up other horizons and reveal new dimensions about the study problem, calling for Complementary scientific studies and practical impact

**.Keywords:** Facebook, awareness campaigns, role, monopoly crisis, awareness, consumer culture

## **Résumé de l'étude :**

En raison de la grande importance des sites de réseautage social, en particulier des pages Facebook, en tant que source d'informations diverses, et parce qu'ils jouent un rôle très important dans la sensibilisation et la formation cognitive, émotionnelle et comportementale de l'individu à travers les campagnes de sensibilisation qu'ils proposent. L'objectif de l'étude était d'identifier le rôle joué par les campagnes électroniques de communication publique dans la sensibilisation du consommateur algérien lors de la crise du monopole des produits de base. Par conséquent, la problématique de notre étude est centrée sur la question suivante : Quel est le rôle des campagnes de sensibilisation à travers Facebook dans l'éducation du consommateur algérien à la crise de monopole des biens.

Pour répondre à cette question, nous avons adopté l'approche fonctionnelle comme apport théorique, et comme cette étude appartient aux études descriptives, nous avons adopté l'approche descriptive. Notre étude a été divisée en un aspect méthodologique, théorique et appliqué dans lequel les hypothèses étaient validées ou incorrectes. Dans cette étude, nous avons adopté un formulaire de questionnaire électronique comme principal outil de collecte de données, et nous avons également utilisé un certain nombre d'entretiens comme outil complémentaire pour collecter des données à partir de l'échantillon de l'étude, qui était un quota intentionnel représenté par 209 personnes. L'étude a conclu plusieurs résultats, tel que :

- Les campagnes de sensibilisation ont joué un rôle important dans l'augmentation du volume d'information des consommateurs dans le contexte de la crise des monopoles des produits de base.
- Les campagnes de sensibilisation via Facebook ont permis d'accroître le niveau de sensibilisation des consommateurs pendant la crise des monopoles.
- Les campagnes de sensibilisation via Facebook ont permis de rationaliser la culture de consommation du consommateur algérien.
- Les campagnes de sensibilisation à travers Facebook ont influencé positivement la formation des attitudes du public algérien.

Ces résultats restent relatifs et ouvrent d'autres horizons et révèlent de nouvelles dimensions sur la problématique de l'étude, appelant des études scientifiques complémentaires et un impact pratique.

**Mots clés:** Facebook, campagnes de sensibilisation, rôle, crise de monopole, sensibilisation, culture de consommat.

.....	قائمة المصطلحات الأكثر استعمالا في المذكرة:
.....	ملخص الدراسة:
1.....	فهرس المحتويات
3.....	فهرس الجداول
5.....	فهرس الأشكال
6.....	مقدمة:
8.....	<b>الفصل الأول: موضوع الدراسة واجراءاتها المنهجية</b>
10.....	1/ الاشكالية:
12.....	2/ فرضيات الدراسة:
12.....	3/ أهمية الدراسة:
13.....	4/ أهداف الدراسة:
14.....	5/ الدراسات السابقة:
17.....	6/ منظور الدراسة:
20.....	7/ مفاهيم الدراسة:
27.....	8/ مجالات الدراسة وعينة الدراسة:
30.....	9/ منهج الدراسة:
31.....	10/ إستمارة الإستبيان كأداة لجمع البيانات:
35.....	<b>الفصل الثاني: الحملات التحسيسية وتوعية المستهلك في ظل أزمة احتكار السلع</b>
37.....	أولا: الحملات التحسيسية
37.....	1/ أسس الحملات التحسيسية:
39.....	2/ أهمية الحملات التحسيسية:
40.....	3_ عوامل فعالية الحملات التحسيسية:
44.....	ثانيا: الاحتكار:
45.....	1/ صور الاحتكار:
45.....	2/ آثار الاحتكار:
47.....	3/ أساليب مكافحة الإحتكار:
48.....	ثالثا: اتجاهات الجمهور الجزائري:
52.....	رابعا: دور الحملات التحسيسية عبر الفيسبوك في توعية المستهلك بأزمة الاحتكار:

## فهرس المحتويات

- 1/ دور الحملات التحسيسية في توعية المستهلك الجزائري: ..... 52
- 2/ مساهمة الفيسبوك في توعية المستهلك الجزائري: ..... 53
- 3/ توعية المستهلك بأزمة الاحتكار: ..... 54
- الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة واستخلاص نتائجها ..... 55**
- أولاً: تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بخصائص العينة : ..... 57
- ثانياً: تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بعادات وانماط التعرض للحملات التحسيسية عبر فيسبوك: ..... 60
- ثالثاً: تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بدور الحملات التحسيسية عبر فيسبوك في زيادة حجم المعلومات لدى المستهلك حول أزمة احتكار السلع: ..... 65
- رابعاً: تحليل وتفسير البيانات المتعلقة برفع الحملات التحسيسية عبر الفيسبوك من مستوى الوعي لدى المستهلكين أثناء أزمة احتكار السلع: ..... 70
- خامساً: تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بمساعدة الحملات التحسيسية عبر الفيسبوك في ترشيد الثقافة الاستهلاكية لدى المستهلك الجزائري: ..... 72
- سادساً: تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بتأثير الحملات التحسيسية عبر الفيسبوك إيجاباً في تشكيل اتجاهات الجمهور الجزائري ..... 81
- سابعاً: النتائج العامة للدراسة: ..... 87
- ثامناً: مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات: ..... 89
- الخاتمة: ..... 91
- قائمة المصادر والمراجع: ..... 94
- إستمارة الاستبيان كملحق للدراسة ..... 98**