

جامعة قاصدي مرياح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام و الاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

التخصص: التكنولوجيات الحديثة للاتصال

من إعداد الطالبتين:

بوداود فريدة

روان سعيدة

بعنوان:

الإشهار التلفزيوني في ظل التكنولوجيا الحديثة للاتصال وتأثيره على المتلقي

دراسة استطلاعية لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال

نوقشت و أوجزت علنا بتاريخ: 2015/05/24

أمام اللجنة المتكونة من:

الأستاذة د/بن زاف جميلة (أستاذة محاضرة ب.جامعة قاصدي مرياح .ورقلة) رئيسة.

الأستاذ/بودريالة عبد القادر (أستاذ مساعد قسم ب .زقاصدي مرياح ورقلة) مشرفا و مقررا.

الأستاذة/بوزغاية باية (أستاذة مساعدة.جامعة قاصدي مرياح ورقلة) مناقشة.

السنة الجامعية 2014/2015.

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى محاولة التعرف على مدى إرتباط التطور التقني للإشهار التلفزيوني بزيادة تأثير تلقي الشاب الجامعي لهذه الإشهارات.

و كانت إشكالية الدراسة كالتالي: هل يؤدي التطور في تقنيات الإشهار التلفزيوني إلى الزيادة في التأثير على المتلقي ؟

الفرضية العامة:

يؤدي التطور في تقنيات الإشهار التلفزيوني إلى الزيادة في التأثير على المتلقي.

كما تمخضت من الفرضية العامة ثلاث فرضيات وهي كالآتي:

❖ الشاب الجامعي يهتم بالإشهارات التلفزيونية أكثر من الإشهارات المعروضة في الوسائل الأخرى.

❖ تلعب التقنيات الحديثة المستخدمة في الإشهار التلفزيوني دورا كبيرا في إقناع الشاب الجامعي.

❖ يساهم دخول التقنيات الحديثة في مجال البث التلفزيوني في إنتشار الإشهار.

إن دراستنا هذه تتدرج في إطار الدراسات الوصفية ، و تم في جمع المعلومات اعتماد أداتي الملاحظة و الاستبيان. و لقد حصرنا عينة البحث في 85 مفردة من مجتمع البحث و كنا قد اخترناها بطريقة عشوائية من قسم علوم الإعلام والاتصال. و أسفرت الدراسة على النتائج التالية.

فتح العصر الرقمي خيارات جديدة أمام المشاهد إذ نوع مجالات البث التلفزيوني سواء عن طريق الإنترنت أو الهواتف الذكية، وهذا ما جعل الإشهار التلفزيوني يحظى باهتمام كبير من كلا الجنسين و ذلك لما يمتلكه من مميزات خاصة بعد التفاعل بين سحر الإشهار و قوة التقنية المستخدمة التي أفادت القائمين عليه في تنفيذ أفكارهم الإبداعية و فتح آفاقا واسعة أمام الابتكار في العملية الإشهارية.

Abstract:

The present study aims to identify the extent to which modern technological techniques are employed in the preparation and the direction of television advertisements and their impact on university students as receivers.

The problem of this study is stated as follows: **Does the evolution in the television advertisement techniques increase its effect on the recipient?**

The general hypothesis:

Development occurs in the TV advertisement techniques can increase its effect on the recipients.

As resulted from the general hypothesis three hypotheses are as follows:

- ❖ University students concerns TV advertisement more than advertisements displayed in other ways.
- ❖ The modern techniques used in television advertisements play an important role in convincing university students.
- ❖ The use of modern technologies in the television can contribute in difusing the advertisements.
- ❖ By adopting the descriptive methods, data are collected by means of questionnaire. This latter was delivered to 85 students that have been chosen randomly from the Department of Information and Communication Sciences community.

The results of this study are the following:

the digital age have paved the way to new options to be opened in front of the viewers whether via the Internet or smart phones, and this is what made the television advertising of great interest to both genders and that thanks to its features, especially after the interaction between the charm of publicity and the technique used force which reported existing in the implementation of creative ideas and open wide horizons to innovation in the advertising proce.