



## تلقى الإشهار التلفزيوني في ظل التكنولوجيا الحديثة للاتصال

(دراسة استطلاعية لعينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال)

**The Receive Television Advertising Under The Modern Communication Technology**  
(Explorative Study The case of Science Information and Communication.)

ملصق علمي حول موضوع مذكرة تخرج يتم إعدادها لنيل شهادة الماستر ضمن تخصص التكنولوجيات الحديثة للاتصال



إشراف الأستاذ: بودربالة عبد القادر

إعداد الطالبتين: روان سعيدة [rawanedz06@gmail.com](mailto:rawanedz06@gmail.com)  
بوداود فريدة [ferdousse.25@gmail.com](mailto:ferdousse.25@gmail.com)

### المناهج المعتمدة في البحث:

تتعدد المناهج وتختلف نظراً لطبيعة الدراسة، والمنهج الذي استخدمناه في دراستنا هو المنهج الوصفي وهو عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.

### أدوات جمع البيانات:

إن من أنسب أدوات جمع البيانات في دراستنا هذه هي "الملاحظة" و"الإستبيان" حيث تعرف **الملاحظة** على أنها عبارة عن أداة تستعمل عادة في مشاهدة ظاهرة ما بصفة مباشرة بهدف أخذ معلومات كيفية من أجل فهم المواقف والسلوكيات. أما **الإستبيان**: هو أداة ملائمة وفعالة للحصول على البيانات او المعلومات المرتبطة بموضوع البحث ، ويقوم الإستبيان على تحديد مجموعة من الاسئلة ويطلب من الأفراد المعنيين أو المفردات تحت الدراسة الإجابة عليها.

### الإطار الزمني و مجتمع البحث

يتمثل مجتمع البحث الذي اخترناه في دراستنا هذه في طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال للموسم الدراسي 2014/2015 واخترنا العينة العشوائية لتمثل المجتمع الكلي نظرا لكبر حجم مجتمع الدراسة .

### الجانب التطبيقي:

نقوم بمباشرة الدراسة الاستطلاعية للوقوف على آراء الطلبة حول عملية تلقي الإشهار التلفزيوني في ظل التكنولوجيا الحديثة للاتصال ومعرفة مدى تأثيرهم به وذلك عن طريق استجوابهم من خلال أداة استمارة الاستبيان التي هي قيد التصميم ليتم توزيعها على أفراد العينة الممثلة لمجتمع البحث ليتم بعدها القيام بعملية تفريغ البيانات وصولا للنتائج .



### مقدمة :

لقد ساعد التطور الاقتصادي والتوسع الانتاجي الذي شهده العالم في ظل الثورة العلمية والتكنولوجيا الحديثة ، على الزيادة في حجم وأنواع السلع والخدمات التي تعرض في الأسواق وبالتالي إنتقلت أغلب الصناعات من مرحلة الإهتمام بالإنتاج الى مرحلة الإهتمام بالمستهلك والتعرف على رغباته، حيث إستغلت في ذلك الإشهار التلفزيوني الذي يستعمل جميع أنواع الإغراء والتسويق والجاذبية من خلال إستغلاله للتكنولوجيا الحديثة وتتمثل في تكنولوجيا التصوير ، الاضاءة والمونتاج وغيرها من التقنيات لإبهار المتلقي وربطه بالخدمة او السلعة المعلن عنها .

### تحديد المشكلة:

ومن خلال هذا الطرح يمكننا أن نحدد مشكلة البحث الذي نحن بصدد دراستها في السؤال التالي:  
**هل يؤدي التطور في تقنيات الإشهار التلفزيوني إلى زيادة التأثير على المتلقي؟**

### فرضيات الدراسة :

وتمخض عن التساؤل الرئيسي ثلاث فرضيات هي كالتالي:

- 1/ يعد الإشهارات التلفزيونية الأكثر اهتماما من قبل الشباب الجامعي مقارنة بالوسائل الأخرى.
- 2/ مؤشرات تأثير الإشهارات التلفزيونية في إقناع المشاهد هي : جذب الانتباه ، إثارة الاهتمام ، القدرة على الإقناع.
- 3/ يعتبر تزايد استخدام التقنيات الحديثة في الإشهار التلفزيوني أقوى الأساليب الإقناعية تأثيراً في النهوض بمختلف المؤسسات.

### أهداف البحث:

تسعى هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية:

- 1/ إثراء الرصيد المكتبي بمراجع جديدة.
- 2/ معرفة ماذا أضافت التكنولوجيا من تقنيات حديثة للإشهار التلفزيوني ومدى مساهمة ذلك في التأثير على المتلقي، وكذا توجيه القرارات الشرائية لدى الشاب الجامعي.

