

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بونبندر

- قسنطينة -



توظيف الصورة الإشهارية في الحملات الانتخابية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في شعبة الفنون البصرية
تخصص: فن الإشهار

إشراف الأستاذة:
د. إيمان مرابط

من اعداد الطالبين:
- نوح سلوغة
- سعد لقلطي

أعضاء لجنة المناقشة

أ..... رئيسا
د. إيمان مرابط..... مشرف ومقرا
أ..... عضوا ممتحنا

السنة الجامعية

2022/2021

ب	مقدمة.....
15	الإطار المنهجي.....
29_16	1. الإشكالية.....
17	2. فرضيات الدراسة.....
18	3 أهمية الدراسة.....
18	4. أهداف الدراسة.....
19	5. أسباب إختيار الموضوع.....
20	6. منهج وأدوات الدراسة.....
21	7. مجالات الدراسة.....
22	8. الدراسات السابقة.....
28_25	9.تحديد المفاهيم.....
29	10. هيكله الدراسة.....
73_30	الفصل النظري:الصورة الاشهارية وعلاقتها بعالم السياسة.....
31	1. / الإشهار.....
31	1/1 أهمية الإشهار.....
31	2/1 وسائل الإشهار.....
32	3/1 أنواع الإشهار.....
34_33	4/1 عناصر الرسالة الإشهارية وأنواعها.....
35	5/1 تصنيف الإشهار وفق وظيفته.....

36.....	6/1 فوائد الإشهار
37.....	7/1 نصائح حول الإشهار الطرق المتبعة لتحقيق الإشهار الناجح
50_38.....	II. / الإشهار السياسي و الحملات الإنتخابية
38.....	1/2 انواع الإشهار السياسي.....
39.....	2/2 أهداف الإشهار السياسي
40.....	3/2 تمويل الحملة الانتخابية.....
41.....	4/2 أهمية الحملات الانتخابية.....
42.....	5/2 خطوات الحملة الانتخابية.....
42.....	6/2 أشكال الحملة الانتخابية.....
43.....	7/2 أساليب الحملة الإنتخابية.....
44.....	8/2 الهيئات الداخلة في الحملة الإشهارية.....
45.....	9/2 كيفية تحديد ميزانية العملية الإشهارية.....
49_46.....	10/2 مراقبة الحملة الإشهارية.....
50.....	11/2 مراحل الحملة الإشهارية.....
60_51.....	III. / بلاغة وتأثير الصورة الإشهارية
55_52.....	1/3 بنية الصورة الإشهارية الثابتة.....
56.....	3/3 مستويات قراءة الصورة الإشهارية
56.....	4/3 تحديد المحور في الصورة الإشهارية
56.....	2/3 رمزية الأشكال والألوان في الصورة الإشهارية

59_57.....	وظيفة و بلاغة الصورة الإشهارية الثابته.....
60.....	6/3 خصائص الإشهار في الصورة الثابته
73_61.....	7/3 صناعة صورة إشهارية للمرشح.....
96_74.....	الفصل التطبيقي: تحليل وتصميم نماذج تطبيقية.....
75.....	I. المنهج السيميولوجي
75.....	1. الدراسة الشكلية الوصفية.....
75.....	2. الدراسة التضمينية الايقونية.....
77.....	II. تحليل النماذج التطبيقية المختارة.....
	أولا : تحليل سيميولوجي للصورة الإشهارية للمرشح عبد العزيز بوتفليقة على طريقة رولان بارت
77.....
78.....	1. النسق من الأعلى.....
78.....	2. النسق من الأسفل.....
78.....	3. الجانب اللساني.....
79.....	4. الجانب اللساني من الصورة.....
79.....	5. التحليل التضميني.....
80.....	6. نقد الملصق.....
81.....	7. نتائج تحليل.....
	ثانيا : تحليل سيميولوجي للصورة الإشهارية للمرشح إيمانويل ماكرون على طريقة رولان بارت.
82.....

83.....	1. النسق من الأعلى
83.....	2. النسق من الأسفل
83.....	3. التحليل التعييني
84.....	4. التحليل التضميني
85.....	6. الاستمالات الموظفة في الصورة الاشهارية
86.....	7. نتائج تحليل
86.....	III. خطوات تصميم صورة اشهارية
86.....	1..تصميم نافذة الصورة
86.....	2. تصميم السلويت
87.....	3.تصميم الإطار
87.....	4. تصميم الصور المحيرة
87.....	5. تصميم الوحدات المتعددة
87.....	6. تصميم مون دريان
88.....	7. تصميم النص
89.....	IV.تصميم نموذج مقترح
89	1. المرحلة الاولى
90.....	2. المرحلة الثانية
91.....	3. المرحلة الثالثة
92.....	4. المرحلة الرابعة
93.....	5. المرحلة الخامسة
94.....	6. المرحلة السادسة

95.....	7. المرحلة السابعة.....
96.....	8. مسار الدليل.....
97.....	.IV نتائج عامة
98.....	9. مناقشة النتائج
100.....	خاتمة
106_101.....	قائمة المصادر والمراجع.....
108.....	الفهارس.....
.109.....	فهرس الاشكال.....
110.....	الملخص.....

تلخيص:

- من خلال موضوع الدراسة ومختلف العناوين والعناصر التي تطرقنا إليها في هذا المحتوى، العلمي الأكاديمي وهي كل من مفهوم الصورة و الإشهار وأنواعه حتى وصلنا إلى تأثيراته وأبعاده وعناصره وأهم الأسس المعتمدة للوصول إلى تحليل صحيح وصائب، في نفس الوقت إعتدنا و ركزنا على قوة فحو الصورة الإشهارية في الحملات الإنتخابية وكيف لها أن تنوب عن المترشح وهو غائب تماما يكفيها فقط إمتهان الأسلوب أو الطريقة الصامته لتسعى لترجمة كل المعاني و الرسائل التي يريد المترشح أن يسعى لبعثها وإيصالها لفكر الهيئة الناخبة في الأخير إعتد هذا العمل على تحليل سيميولوجي قائم على الإثراء المعرفي بالإضافة للممارسة الفنية .

Résumé:

- À travers le sujet de l'étude et les différents titres et éléments que nous avons abordés dans ce contenu académique et scientifique, qui sont le concept d'image et de publicité et ses types, jusqu'à ce que nous atteignons ses effets, dimensions, éléments et les fondements les plus importants adopté pour arriver à une analyse juste et correcte, en même temps nous avons adopté et mis l'accent sur le pouvoir de l'image La publicité dans les campagnes électorales et comment elle peut agir au nom du candidat lorsqu'il est totalement absent. utiliser la méthode silencieuse ou la méthode afin d'essayer de traduire tous les sens et messages que le candidat veut rechercher et faire passer à la pensée de l'électorat au final.Ce travail s'est appuyé sur une analyse sémiologique basée sur un enrichissement des connaissances en plus de la pratique Technique.

Summary :

– Through the subject of the study and the various titles and elements that we touched upon in this academic and scientific content, which are the concept of image and advertising and its types, until we reached its effects, dimensions, elements and the most important foundations adopted to arrive at a correct and correct analysis, at the same time we adopted and focused on the power of the image Advertising in electoral campaigns and how it can act on behalf of the candidate when he is completely absent. It is enough for her to use the silent method or method in order to try to translate all the meanings and messages that the candidate wants to seek and convey to the thought of the electorate in the end. This work