

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة منتوري - قسنطينة 3 -

كلية علوم الإعلام و الإتصال
قسم علاقات عامة

الإعلان التلفزيوني الموجه للطفل
- دراسة في المضامين والأشكال -
قناة 3 MBC نموذجاً

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال.
تخصص: اتصالات وعلاقات عامة

تحت إشراف الأستاذ :

أ / رفيق بوزانة

من إعداد :

- أمينة حمامة
- نبيهة جبلي

لجنة المناقشة :

أ / سمية بن غضبان رئيسا

أ / رفيق بوزانة مقرا

أ / عادل جربوعة عضوا

« السنة الجامعية 2013 - 2014 »

فهرس المحتويات

أ	فهرس المحتويات
ت	فهرس الجداول
ج	مقدمة
1	الفصل الأول : موضوع الدراسة
2	1 - الإشكالية
5	2 - أسباب اختيار الموضوع
5	3 - أهمية الدراسة
6	4 - أهداف الدراسة
6	5 - مفاهيم الدراسة
10	6 - الدراسات السابقة
18	هوامش الفصل الأول
21	الفصل الثاني : الإعلان التلفزيوني
22	تمهيد
23	1 - عوامل تطور الإعلان في التلفزيون
23	2 - خصائص التلفزيون كوسيلة إعلانية
28	3 - عيوب التلفزيون كوسيلة إعلانية
29	4 - أنواع الإعلان التلفزيوني
30	5 - عناصر الرسالة الإعلانية ودورها في زيادة فاعلية الإعلان التلفزيوني
37	6 - الفكرة المبتكرة في الإعلان التلفزيوني
39	7 - القوالب الفنية في الإعلان التلفزيوني
45	8 - الإستمالات الإقناعية في الإعلان التلفزيوني
46	9 - أهداف في الإعلان التلفزيوني
48	ملخص الفصل
49	هوامش الفصل الثاني
55	الفصل الثالث : الطفل والتلفزيون
56	تمهيد

57	خصائص طبيعة الأطفال	1 -
58	مراحل النمو عند الطفل	2 -
58	مرحلة الرضاعة	1 - 2
60	مرحلة الطفولة المبكرة	2 - 2
65	مرحلة الطفولة الوسطى	3 - 2
70	مرحلة الطفولة المتأخرة	4 - 2
73	العوامل المؤثرة في نمو وتطور الطفل	3 -
76	حاجات الطفل	4 -
79	أثر التلفزيون على الطفل	5 -
82	ملخص الفصل	
83	هوامش الفصل الثالث	
88	الفصل الرابع : الدراسة الميدانية	
89	تمهيد	
90	مجالات الدراسة	1 -
90	المجال المكاني	1 - 1
90	المجال الزمني	2 - 1
91	الإجراءات المنهجية للدراسة	2 -
91	منهج الدراسة	1 - 2
91	عينة الدراسة	2 - 2
92	أداة الدراسة	3 - 2
102	وحدات التحليل	4 - 2
102	معطيات الدراسة الميدانية	3 -
138	نتائج الدراسة	4 -
140	هوامش الفصل الرابع	
	خاتمة	
	قائمة المراجع	
	ملخص الدراسة	

ملخص الدراسة :

- تعد هذه الدراسة ضمن الدراسات الإعلامية التي تناولت محور من محاور الإتصال وهو الوسيلة، حيث هدفت الى التعرف على مضمون وشكل الإعلانات التلفزيونية المعروضة عبر قناة 3 mbc الفضائية والمتخصصة في برامج الأطفال، وتأتي أهمية هذا الموضوع نظرا لتناوله مرحلة الطفولة والتي تعتبر أهم مرحلة عمرية، ولما للإعلانات التلفزيونية من تأثير على الطفل.
- وقد سعت هذه الدراسة الى اختبار ثلاث فرضيات، تمثلت الأولى في غلبة الموضوع التجاري على إعلانات قناة 3 mbc، والفرضية الثانية هي تتضمن إعلانات القناة استمالات إقناعية مختلفة، أما الفرضية الثالثة فكانت توظف إعلانات قناة 3 mbc عناصر الإخراج السمعي البصري والمتمثلة في قالب الحركة الحية والألوان والموسيقى لجذب وابهار الأطفال، وقد تم إجراء الدراسة الميدانية اعتمادا على المنهج الوصفي عن طريق الإستعانة بتحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وتطبيق استمارة تحليل المضمون على عينة مكونة من 35 مفردة أي إعلانا، وذلك بالإعتماد على أسلوب الحصر الشامل لكافة الإعلانات المبثثة حول وأثناء برنامجي الرسوم المتحركة الأكثر مشاهدة.
- تضمنت الدراسة أربع فصول، خصص الأول لموضوع الدراسة وإطارها المفاهيمي، والفصل الثاني تطرق إلى الإعلان التلفزيوني، أما الفصل الثالث فقد عالج كل ما يتعلق بالطفل وأثر التلفزيون عليه، وتم تخصيص الفصل الرابع لمجالات الدراسة وإجراءاتها المنهجية ومعطياتها الميدانية.
- وقد توصلت مجموعة البحث إلى مجموعة من النتائج، أهمها ما يلي:
- ✓ هيمنة الموضوع التجاري على إعلانات قناة 3 mbc الفضائية المتخصصة في برامج الأطفال، حيث أن الموضوع الغالب هو إعلانات الألعاب والتي كان لها الحضور الأكبر.
 - ✓ تنوع الإستمالات الإقناعية المستخدمة في إعلانات القناة، وقد كانت الأغلبية موجهة نحو الإستمالات العاطفية.
 - ✓ غلبة قالب الحركة الحية على الإعلانات التي خضعت للتحليل.
 - ✓ الإستخدام المكثف للألوان في إعلانات القناة خاصة منها الزاهية والجميلة.
 - ✓ غلبة اللغة العربية الفصحى على إعلانات القناة والتوظيف الكبير لشخصية الطفل.