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

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي:.....
الرمـــــــز:.....

مذكرة ماستر

الشعبة: إعلام واتصال **التخصص: علاقات عامة**

الإعلان التلفزيوني وقيم الأسرة الجزائرية

"دراسة تحليلية لعينة من الإعلانات التلفزيونية على قناة الشروق تي في"

مقدمة من طرف الطالبتين:
كريكط عائشة
حمزة دنيا

تحت إشراف:
طاير مفيدة

السنة الجامعية 2014 / 2015
الدورة : جوان

فهرس المحتويات

فهرس الجداول
مقدمة..... أ
الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة
1. الإشكالية..... 05
2. أسباب اختيار الموضوع..... 07
3. أهمية الدراسة..... 08
4. أهداف الدراسة..... 09
5. فرضيات الدراسة..... 09
6. مفاهيم الدراسة و المفاهيم المشابهة..... 10
7. المقاربة النظرية للدراسة..... 21
8. الدراسات السابقة..... 25
9. الإجراءات المنهجية للدراسة
1.9. منهج الدراسة..... 32
2.9. أداة الدراسة..... 34
3.9. المجتمع و عينة الدراسة..... 40
الفصل الثاني: الجانب النظري للدراسة
I- الاعلان التلفزيوني:
تمهيد..... 44
1. الأهمية الاجتماعية للإعلان..... 45
2. الثقافة والإعلان..... 46
3. التلفزيون كوسيلة إعلانية..... 48
4. الحاجات التي يرتكز عليها الإعلان..... 51
5. أهداف الإعلان التلفزيوني..... 53
6. القوالب الفنية للإعلا ن التلفزيوني 54
7. مراحل إنجاز الإعلان التلفزيوني 57
8. الوسائل التعبيرية التقنية والفنية للرسالة الإشهارية 61

II- القيم

تمهيد..... 65
1. أهمية القيم في الحياة الاجتماعية..... 66
2. خصائص و مميزات القيم..... 67
3. وظائف القيم..... 69
4. تصنيفات القيم..... 71
5. تغير القيم..... 74
6. القيم في عصر العولمة..... 76
7. القيم التي تطرحها الرسالة الاعلانية..... 78

III- الأسرة والإعلان في الجزائر

تمهيد..... 80
1. مراحل تطور الأسرة الجزائرية..... 81
2. خصائص الأسرة الجزائرية..... 82
3. بعض قيم الأسرة الجزائرية..... 92
4. التحديات التي تواجهها الأسرة الجزائرية..... 94
5. تطور الإعلان في الجزائر..... 95
6. الإعلان في الفضائيات الجزائرية..... 97
7. استخدام الاسرة في الاعلان..... 97

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد..... 101
1. مجالات الدراسة..... 102
2. عرض البيانات و تفسيرها..... 103
3. النتائج العامة للدراسة..... 155
4. النتائج في ضوء الفرضيات..... 160
الاقتراحات والتوصيات..... 162

قائمة المراجع

الملاحق

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة :

اهتمت الدراسة بالبحث عن مدى مواكبة الاعلان التلفزيوني المبث على قناة الشروق لتطورات الاسرة الجزائرية بطريقة تستطيع ان ترى الاسرة اليوم نفسها فيه من خلال التوصل لصورة الاسرة المراد الترويج لها ، والقيم المتبناة وهذا في اطار العلاقة التي تربط الاعلان بالمجتمع في كونه قد اصبح وسيلة اتصال لها انعكاسات ثقافية و اجتماعية.

لهذا فقد سعت الى الكشف عن القيم المتضمنة في الاعلانات والتي سوف تساعد على تحديد الاسرة التي يهتم المعلن بابرازها .

لذلك فقد اعتمدنا على المنهج المسحي ممثلا بتقنية تحليل المحتوى كاداة الدراسة والتحليل السيميولوجيكأداة مساعدة ، وهذا لتحليل عينة من الاعلانات في الفترة الممتدة ما بين 2015/1/6 الى 2015/3/31 والمقدرة ب 10 اعلانات.

و هذا للتعرف على :

- شكل الأسرة الجزائرية
- طبيعة القيم التي يرسخها الاعلان عن الأسرة الجزائرية بين العصرية و التقليدية
- اتجاهالقيم التي يقدمها الاعلان عن الاسرة

الكلمات المفتاحية : الاعلان ، الاعلان التلفزيوني ، القيم ، الاسرة الجزائرية

summary :

the studyfocused on research how do the televisionadvertising in « Echorouk tv », keep up the different développements of the algérianfamily , in a way the familytodaycanseeitself in it by reaching to the image of the familypromoted in advertising and the value adopted in it, in the framwork of the relationshipbetween the advertising and the communitywhichbecame a means of communication have cultural and social implications.

That why the study has sought to reveal the values contained in the advertising ,whichwill help to identify the familythat'scared by advertiser.

Therfore ,we have adopted the surveymethodrepresented by the technique of content analysis as an instrument of study andsémiologiqueanalysisas an aid, and this for the analysis of a sample of advetisments in the periodbetween 06/01/2015 to 31/03/2015, estimated at 10 ads.

And to get to know :

- The form of the algerianfamily.
- The nature of the values thatexist in the advertising about the algérien familybetweenmoderns and traditionals values.
- The direction of the values provided by the advertising about family.

Key words :advertising , televisionadvertising , values , algerianfamily.