

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



كلية علوم الإعلام والإتصال و السمي البصري  
قسم الإتصال و العلاقات العامة

الرقم التسلسلي : .....

الرمز : .....

مذكرة ماستر

التخصص : علاقات عامة

الشعبة : إعلام وإتصال

الإعلان التلفزيوني الموجه للمرأة

- دراسة في المضامين و الأشكال -

قناة MBC DRAMA نموذجاً

تحت إشراف :

أ / فنور بسمة

مقدمة من طرف الطالب :

- بودغدغ عصام

- بوفناية رابح

السنة الجامعية : 2015 - 2016

دورة جوان

## فهرس المحتويات

### رقم الصفحة

### فهرس الجداول

08..... مقدمة

#### **الفصل الأول : الجانب المنهجي للدراسة**

1- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها ..... 12

2-أسباب إختيار الموضوع..... 13

3-أهمية الدراسة..... 13

4- أهداف الدراسة..... 13

5- تحديد مفاهيم الدراسة ..... 14

6- الدراسات السابقة ..... 18

7- منظور الدراسة ..... 21

هوامش الفصل الأول ..... 23

#### **الفصل الثاني : الإعلان التلفزيوني و المرأة**

1- نشأة الإعلان وتطوره في التلفزيون ..... 27

2- مزايا الإعلان التلفزيوني ..... 27

3- أشكال وقوالب الإعلان التلفزيوني ..... 30

4- عناصر الرسالة الإعلانية ودورها في زيادة فاعلية الإعلان التلفزيوني..... 37

5- الأساليب الإقناعية في الرسالة الإعلانية ..... 43

6- أهمية الإعلان التلفزيون..... 50

7- أهداف الإعلان التلفزيوني ..... 55

8- الإعلان التلفزيوني والمرأة ..... 53

55..... هوامش الفصل الثاني

### الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

62..... 1- مجال الدراسة

62..... 1-1 المجال المكاني

62..... 2-1 المجال الزمني

62..... 2- الإجراءات المنهجية للدراسة

62..... 1-2 منهج الدراسة

63..... 2-2 عينة الدراسة

64..... 3-2 أداة الدراسة

66..... 3- معطيات الدراسة الميدانية.

92..... 4- نتائج الدراسة

92..... الإقتراحات و التوصيات

94..... هوامش الفصل الثالث

96..... خاتمة ...

قائمة المراجع

الملاحق

ملخص الدراسة

## ملخص الدراسة :

لم تعد صناعة الإعلان تكتفي بإبداع إعلان جيد ونشره عبر القنوات التلفزيونية فقط ، ثم الانتظار على أمل أن يراه المستهلكون لينجح في جذب انتباههم، وربما إقناعهم مع الوقت بشراء سلعة أو خدمة، إذ أصبح المعلنون يمتلكون إمكانية إستهداف جمهور معين عبر قنوات ذات مضامين محددة وموجهة إلى جمهور معين وقد تزايدت أهمية الإعلان التلفزيوني من خلال قدرته على التأثير في الجمهور و باعتباره الممول الرئيسي للقنوات التلفزيونية وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مضمون وشكل الإعلانات التلفزيونية المعروضة عبر قناة mbc drama الفضائية و المتخصصة في برامج المرأة وتأتي أهمية هذا الموضوع كونه يتناول شريحة ذات أهمية كبيرة في المجتمع إن لم نقل أساسه وهذا من أهم الأسباب التي دفعتنا لإختيار هذا الموضوع (الإعلان التلفزيوني الموجه للمرأة) .

ومن خلال هذه الدراسة قمنا بتحليل مضمون الرسائل الإعلانية التي تبث عبر قناة " MBC DRAMA " كونها قناة ذات محتويات مخصصة للمرأة وتعد من بين القنوات الأكثر مشاهدة من طرف هذه الفئة حاولنا من خلالها الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي تمحورت حوله دراستنا والذي كان كالآتي :

- ما هو مضمون وشكل الإعلانات التلفزيونية الموجهة للمرأة عبر قناة " MBC DRAMA " الفضائية ؟  
وقد إنطلقت هذه الدراسة من الفروض الآتية :

- تغلب على إعلانات قناة " MBC DRAMA " الفضائية الموضوع التجاري.  
- تتضمن إعلانات قناة " MBC DRAMA " الفضائية إستمارات إقناعية مختلفة.  
- توظف في إعلانات قناة " MBC DRAMA " الفضائية عناصر الإخراج السمعي البصري والمتمثلة في قالب الحركة الحية والألوان والموسيقى لجذب و إبهار المرأة .  
كما قمنا بوضع مجموعة من الأهداف قصد تحقيقها تمثلت في :

- التعرف على خصائص الإعلان التلفزيوني الموجه للمرأة عبر قناة MBC DRAMA الفضائية  
- التعرف على القيم و الإتجاهات المتضمنة في الإعلان التلفزيوني الموجه للمرأة عبر قناة MBC DRAMA الفضائية  
- التعرف على طبيعة الإستمارات الإقناعية التي تستعمل في بناء الإعلان التلفزيوني الموجه للمرأة ومحاولة إستقطابها

- معرفة الإتجاهات التي يعتمد عليها في بناء الإعلان التلفزيوني وعناصر الجذب والإبهار التي يسخرها الإعلان التلفزيوني لجذب المرأة عبر قناة MBC DRAMA الفضائية.

- الوصول إلى نتائج تخدم الدراسة الإعلانية بصفة عامة والإعلان التلفزيوني بصفة خاصة من خلال تقديم تقرير عن الإعلانات التي تعرض عبر قناة MBC DRAMA الفضائية.

اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج تحليل المضمون الذي ينتمي إلى الدراسات الوصفية، يسعى عن طريق المقارنة الكمية المنهجية للمضمون الظاهر للمواد الاتصالية للحصول على الاستدلالات الكيفية، وقمنا بتطبيق إستمارة تحليل المضمون على عينة قصدية حددت بعشر إعلانات .

تضمنت الدراسة ثلاثة فصول ، خصص الأول للجانب المنهجي للدراسة ، والفصل الثاني للإعلان التلفزيوني والمرأة ، أما الفصل الثالث فقد تطرقنا فيه إلى الدراسة الميدانية .

وبعد عرض وتحليل البيانات وحصر النتائج الإحصائية داخل الجداول والتعليق عليها خلصتنا إلى مجموعة من النتائج كانت أهمها كما يلي :

- هيمنة الموضوع التجاري على إعلانات قناة Mbc Drama الفضائية المتخصصة في برامج المرأة ، حيث برز ذلك من خلال عدد عينات الدراسة ، أما عن مواضيع هذه الإعلانات فكشفت النتائج أن أدوات التجميل كان لها الحضور الأكبر .

- تتضمن إعلانات قناة Mbc Drama الفضائية المتخصصة في برامج النساء قيم متنوعة ، كانت بنسب متقاربة لكن تفوقت القيم الجمالية بنسبة قليلة ، وكان لقيمة الجمال النسبة الأكثر من الظهور وهذا راجع أساسا لأهمية هته القيمة لدى المرأة . أما بالنسبة للقيم الإقتصادية ، فكانت لتقدير المنتج الأجنبي كقيمة إقتصادية النسبة الأكبر من التوظيف وهذا راجع بالدرجة الأولى كون عينات الدراسة كلها منتجات أجنبية، كما لا يخفى علينا الحضور المعبر للقيم الإجتماعية خاصة قيمة الترابط الأسري و كذا بالنسبة لقيمة للقيم العلمية خاصة قيمة تعلم كيفية الإستعمال .

- وظفت إعلانات قناة Mbc Drama الفضائية إستمالات إقناعية بمختلف أنواعها، حيث إتجهت هذه الإعلانات بالدرجة الأولى إلى إستخدام الإستمالات العاطفية لتأثر في فئة النساء التي تتميز عن الرجال بالعاطفة وتنتج إلى كل ما يلبي حاجاتها العاطفية، وكان لقيمة الدفاء والجاذبية الظهور الأكثر، مع الظهور المعبر للإقناعية خاصة فيما يخص قيمة الجودة بإعتبار المرأة تميل إلى الماركات العالمية.

- أظهرت الدراسة أن الإعلان على قناة Mbc Drama يعتمد على مختلف الفئات العمرية للنساء ، لكن بدرجة متفاوتة فأظهرت الدراسة أن المعلمين يهتمون بفئة الشابات بالدرجة الأولى وبعدها ظهور معتبر لفئة للمراهقة وكذا الفئة العجوزة.

- أظهرت النتائج تنوع الحاجات التي تلبّيها الإعلانات للمرأة ، والتي طغت عليها الحاجة إلى إشباع الرغبة والتميز مع ظهور معتبر للحاجة إلى الغذاء وكذا بالنسبة للحاجة إلى الأمومة والأبوة .

- أظهرت نتائج الدراسة التركيز على الألوان الزاهية بنسبة كبيرة وهذا حتى تضفي الأناقة على الإعلانات وكذا القوة والتحكم وهذا ، كما أيضا ظهرت الألوان القاتمة التي تدل على إثارة غريزة العاطفة و التهور والغموض ، كما نجد أيضا الألوان الباهتة.

- أظهرت الدراسة أن اللهجة العامية كانت النوع الغالب على إعلانات قناة Mbc Drama الفضائية وهذا ما يؤكد حرص المعلن إلى الوصول إلى كافة الأفراد سواء الأمي أو المتعلم، كما أن المعلن إستعمل اللغة العربية بنسبة معتبرة كون المشاهد عربي ، كذلك ظهر الإعتماد على الجمع بين أكثر من لغة.

- يميل الإعلان على قناة Mbc Drama الفضائية إلى إستخدام الشخصيات العادية أكثر من المشاهير وهذا راجع إلى واقعية الإعلان على القناة ، كما أنه يعتمد على المشاهير بنسبة معتبرة وهذا كون الشخصيات المشهور تتميز بالقدرة الكبيرة في التأثير على قرارات الشراء خاصة لدى المرأة.