

ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة موضوع "توظيف الاستمالات الاقناعية في الملصق الإشهاري التجاري" حيث هدفت الدراسة الى الكشف عن طريقة توظيف الاستمالات الاقناعية في الملصقات الإشهارية و إبراز فعاليتها في العملية الإشهارية، ومن أجل الوصول الى الأهداف المسطرة تم الاعتماد على منهج التحليل السيميولوجي، واستعنا بمقاربة "رولان جيرفيو" لقراءة الصورة، وتطبيق مراحلها على العينة القصدية التي قمنا باختيار عناصرها، للكشف عن قوة تأثير الاستمالات الاقناعية على المتلقي، بالإضافة الى تصميم ملصقين إشهاريين باستخدام برنامج "الفوتوشوب".

أبرز ما خلصت اليه هذه الدراسة هي فعالية الرسالة الإشهارية ترتبط بخصائص الوسيلة التي تحملها وأساليب التعبير عنها، حيث ان الاستمالات الاقناعية تفتح مجالاً للمتلقي لتفاعل الإيجابي مع مضمونها وتؤثر فيه خاصة المستخدم للاستمالات العاطفية، إضافة الى أن التركيز على توظيف العناصر الأيقونية والعناصر اللغوية، يلعب دوراً هاماً في تحقيق الاقناع وترسيخ الرسالة الإشهارية، ويتحدد فيما بعد القرار الشرائي.

الكلمات المفتاحية:

الاستمالات الاقناعية، الملصق الاشهاري التجاري، الإقناع، تصميم.

Study summary:

The study dealt with the topic of "Using persuasive solicitation in the commercial advertising poster", where the study aimed to reveal the method of employing persuasive solicitation in the advertising posters and to highlight its effectiveness in the advertising process. To read the image, and apply its stages to the intentional sample whose elements we selected, to reveal the strength of the influence of persuasive persuasion on the recipient, in addition to designing two advertising posters using the "Photoshop" program. The most prominent conclusion of this study is the effectiveness of the advertising message is related to the characteristics of the medium that it carries and the methods of expressing it, as persuasive solicitation opens an opportunity for the recipient to interact positively with its content and is affected by it, especially the user of emotional solicitation, in addition to the focus on employing the iconic elements and linguistic elements plays an important role In achieving persuasion and consolidating the advertising message, the purchasing decision is subsequently determined.

Key words: Persuasive solicitation, commercial advertising poster, persuasion, design.