

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03



كلية علوم الاعلام و الاتصال و السمعي البصري

القسم :

الرقم التسلسلي :

الرمز :

مذكرة ماستر

التخصص : علاقات عامة

الشعبة : إعلام و اتصال

دور الاشهار في تحسين صورة مؤسسة أوريدو



دراسة التحليل السيميائي لعينة من مؤسسة أوريدو للهواتف النقالة

إشراف الأستاذ :

د. إدريس بولكعبيات

إعداد الطلبة :

عسكري صفاء زهرة

منشار رندة

رابحي حسبية

السنة الجامعية : 2022/2021

دورة : جوان

ملخص :

موضوع هذه الدراسة هو دور الاشهار في تحسين صورة مؤسسة اوريدو، من خلال الاجابة على التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة والمتمثل في :كيف يساهم الاشهار في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة اوريدو؟

وكان الهدف منها التحليل السميولوجي لمجموعة من الصور الاشهارية لمؤسسة اوريدو في قسنطينة عبر موقعها في الفايسبوك ،حيث اعتمدت على المنهج الكيفي التحليلي السيميائي الذي يتميز باهتمام كبير من طرف الباحثين والاكثر الملائمة ومساعدة على تحليل الومضات الاشهارية بالأخص حينما نضع في أذهاننا و حسباننا أن الصورة الاشهارية هي من بين أكثر الصور الحاملة للدلائل و الرموز، مستندة على مقاربتين في التحليل السيميائي هما مقارنة رولان بارث ،ومارتن جولي في تحليل الرموز، وكان اختيار هذه العينة بطريقة قصدية المتمثلة في عشر ومضات اشهارية لأنها صادفت مناسبة رياضية كانت في فترة كأس العرب وكأس افريقيا وهذه الفترة تميزت بغزارة الاشهارات فيها. لتوصل في الاخير على مجموعة من النتائج تتلخص في أن الومضات الاشهارية تحمل معاني متعددة تعبر عن روح و هوية الوطنية لمناصرين المنتخب الوطني و من خلال ارتباطهم بكرة القدم و الفريق بحد ذاته و العمل على خلق أجواء تشجيعية و مساندة للفريق من أجل الحفاظ على هاته الروح الوطنية و تداولها عبر الاجيال الصاعدة.

كلمات المفتاحية: الاشهار، الصورة الذهنية، التحليل السميولوجي

Abstract :

The research is all about the role of advertising in ameliorating the image of Ooredoo institution, by finding an answer to the main question of this study which is :**how does advertising contribute in improving the mental image of Ooredoo institution ?**

The aim of this study is to using semiological analysis on advertising images collection of Ooredoo organization in constantine city through its facebook site. where it relied on the seiotic analytical approach which gained great intrests by prominent researchers since it is the moste appropriate and helpful in analyzing publicity flashes ,especially when we think that such advertising pictures may include many clues and symbols that are based on two semiotic approches :Rolend Barth and Martin Jolie in the analysis of symboles the selection of this sample was intentional and it is repressing in ten advertising flashes, because it was coinciding with a sporting events in « Arab cup » and African cup »,the previous period was charcterized by producing big amounts of advertisements. at the end we come up with set of results that advertising flashes contain different meaning about the speritual and the national identity for supporting the national team and also through

their relation with foot ball and specifically with the team which help to create such an encouraging atmosphere in order to preserve this national spirit and share it with the next generation.

Key words :publicity ,mental image, semiology

الصفحة	فهرس المحتويات
	الشكر و العرفان
	مقدمة عامة.....
06	1- تحديد الموضوع
08	2- أهمية الموضوع و أسباب اختياره
09	4- تساؤلات الدراسة
09	5- أهداف الدراسة
09	6- الدراسات السابقة
17	7- تحديد أهم المفاهيم
18	8- برديغيمات الدراسة
	الفصل الأول : الإشهار مفهومه و أبعاده
22	1-1- تعريف الإشهار
22	1-2- نشأة و تطور الإشهار
24	1-3- أهمية الإشهار
24	1-4- أهداف الإشهار
25	1-5- أنواع الإشهار
28	1-6- مراحل الإشهار
31-30	1-7- خصائص ووظائف الإشهار
32	1-8- وسائل الإشهار
34	1-9- الإشهار في الجزائر
	الفصل الثاني : الصورة الذهنية و كيفية بنائها
37	2-1- تعريف الصورة الذهنية
37	2-2- تعريف الصورة النمطية
38	2-3- طبيعة و أبعاد الصورة الذهنية
39	2-4- خصائص الصورة الذهنية
40	2-5- أنواع الصورة الذهنية
47	2-6- مكونات الصورة الذهنية
48	2-7- مبادئ التخطيط و برامج تكوين الصورة الذهنية
50-49	2-8- وسائل و شروط تكوين الصورة الذهنية
51	2-9- العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية
52	2-10- أهمية الصورة الذهنية

	الفصل الثالث : الإجراءات المنهجية للدراسة
55	3-1- منهج الدراسة
57	3-2- مجال الدراسة
58	3-3- صفات العينة
61	3-4- التحليل السيميائي كأداة
	الفصل الرابع : التحليل السيميائي لعينة الدراسة.....
67	تمهيد
70	4-1- التحليل السيميائي للصورة رقم (01).....
73	4-2- التحليل السيميائي للصورة رقم (02).....
77	4-3- التحليل السيميائي للصورة رقم (03)
81	4-4- التحليل السيميائي للصورة رقم (04)
84	4-5- التحليل السيميائي للصورة رقم (05)
88	4-6- التحليل السيميائي للصورة رقم (06)
92	4-7- التحليل السيميائي للصورة رقم (07)
95	4-8- التحليل السيميائي للصورة رقم (08)
99	4-9- التحليل السيميائي للصورة رقم (09)
102	4-10- التحليل السيميائي للصورة رقم (10)
106	- الخاتمة
106	- نتائج عامة للدراسة
107	- نتائج في ضوء التساؤلات
107	- صعوبات الدراسة
108	- توصيات
108	- آفاق الدراسة
110	- قائمة المصادر و المراجع
116	- الملاحق
	- الملخص