

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة قسنطينة 3 صالح بونيدر

كلية الفنون والثقافة



قسم الفنون البصرية وفنون العرض

توظيف الأسلوب الدرامي في انتاج البرامج الاشهارية التلفزيونية
(دراسة تحليلية لومضات اشهارية لشركة نجمة و مرسيدس أنموذجا)

مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي.
تخصص: فن الإشهار

تحت إشراف الدكتور(ة):
زقاي سارة

إعداد الطالب
• سليمان مريم

لجنة المناقشة

- د مرابط ايمان مناقشا.
- د زقاي سارة مشرفا ومقررا
- د سعادي محمد ياسين رئيسا

السنة الجامعية 2023/2022

فهرس المحتويات

شكر وعرفان

الاهداء

الفصل الأول: الإطار المنهجي

1- المقدمة

2- الإشكالية

3- الفرضيات

4- أسباب اختيار الموضوع

5- أهمية الدراسة

6- أهداف الدراسة

7- أدوات الدراسة

8- العينة

9- منهج الدراسة

10- الدراسات السابقة

11- صعوبات الدراسة

12- مصطلحات و مفاهيم الدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري

1- ماهية الاشهار التلفزيوني

أ

ج

د

د

هـ

هـ

و

و

و

ز

ي

ك

3

3	1-نشأة وتطور الاشهار التلفزيوني
4	2-أنواع الاشهار التلفزيوني
5	3-خصائص الاشهار التلفزيوني
6	4-أهمية الاشهار التلفزيوني
6	5-وظائف الاشهار التلفزيوني
7	6-مزايا وعيوب الاشهار التلفزيوني
	2- الومضة الاشهارية
8	1-مفهوم الومضة الاشهارية
9	2-نشأة الومضة الاشهارية
9	3-خصائص الومضة الاشهارية
10	4-أهداف الومضة الاشهارية
11	5-خطوات تحليل الومضة الاشهارية
12	6-أنواع الومضة الاشهارية
14	7-الأساليب الاقتناعية في الومضات
17	8-طرق الاقتناع في الومضات الاشهارية الدرامية
	3- الأسلوب الدرامي
19	1-مفهوم الدراما
20	2-الحكاية
21	3-نشأة الدراما
28	4-نشأة و تطور الدراما التلفزيونية
30	5-خصوصية الدراما التلفزيونية

31	6- البناء الفني للدراما التلفزيونية
31	7- أنواع الدراما
32	8- تاريخ الاشهار الدرامي
33	9- تطور الاشهار الدرامي
34	10- تقنيات الأسلوب الدرامي
35	11- أساليب استخدام الاشهار الدرامي
35	12- الحكاية في الأسلوب الدرامي
36	13- أشكال الابداع الدرامي في الومضات الاشهارية
37	14- أشكال الأسلوب الدرامي

الفصل الثالث (التطبيقي)

	I. مقارنة رولان بارت في التحليل السيميولوجي
42	1- ماهية مقارنة رولان بارت
43	2- التحليل السيميولوجي عند رولان بارت
43	II. الدراسة التحليلية للومضات الاشهارية
44	1-1- التقطيع الفني والدراسة التحليلية للومضة الأولى (شركة نجمة)
49	2- دراسة تحليلية على المستوى التعيني
51	3- دراسة تحليلية على المستوى التضميني

61	2-1- التقطيع الفني والدراسة التحليلية للومضة الثانية (مرسيدس)
70	2-دراسة تحليلية على المستوى التعيني
72	3-دراسة تحليلية على المستوى التضميني
83	.III النتائج المتوصل اليها
86	- خاتمة
89	- قائمة المصادر والمراجع
94	- ملخص الدراسة

الملخص:

اهتمت هذه الدراسة بالبحث في تأثير الإشهار التلفزيوني من خلال دراسة أهمية الأسلوب الدرامي في إقناع المتلقين خاصة مع تزايد المنافسة بين مختلف الفضائيات والكم الهائل من الومضات الإشهارية المعروضة، إذ تبرز العديد من الطرق والأساليب التي تمزج بين الجانب العقلي والجانب العاطفي في محاولة لجذب أكبر عدد ممكن من المتلقين وإقناعهم معتمدين في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي السيميولوجي.

وقد وقع اختيارنا على ومضتين إشهاريتين تم عرضهما في التلفزيون فقمنا بتحليلهما بناء على الملاحظة ، فالأول اشهار لشريحة نجمة تحت عنوان " زيدان " ، و الثانية لسيارة مرسيدس بينز "اس كلاس" الفاخرة ، معتمدين على مقارنة رولان بارت في التحليل السيميولوجي، و بعد عملية التقطيع التقني و تقسيم الومضات إلى مجموعة من اللقطات الثابتة تم تحليل الومضتين بانتهاج التعيين و التضمنين لاكتشاف دلالات الإشهار، و من خلال أهمية الدراما ودورها في التأثير على سلوك المتلقي ، و تدفق المعلومات ومكانتها في الإعلانات التلفزيونية توصلنا إلى أن تنوع الأساليب الدراما التي يستخدمها الإشهار التلفزيوني بالقنوات المحلية و الأجنبية ، بين الأساليب العقلية و العاطفية و مدى أهميتها في مجال الاشهار و الترويج للمختلف السلع .


الكلمات المفتاحية:

-الإشهار التلفزيوني، ومضة، أساليب فنية، دراما، أسلوب درامي، إقناع، تأثير.

Summary :

This study was concerned with researching the impact of television advertising by studying the importance of the dramatic method of persuading recipients, especially with the increasing competition between different satellite TVs and the huge amount of advertising flashes shown ,There are many ways and methods that mix the mental side and the emotional side in an attempt to attract the largest possible number of recipients and persuade them, relying on the descriptive analytical method.

We chose two advertising flashes that were shown on TV, so we analyzed them based on the observation. The first is a star slide titled "Zidane", and the second is a Mercedes Baines "S Class" Luxurious, relying on Roland Bart's approach to psychological analysis, and after the technical cutting process



and the division of flashes into a set of fixed shots, the flashes were analyzed by adopting the designation and inclusion to discover the signs of publicity .And through the importance of the drama and its role in influencing the behavior of the recipient, the flow of information and its position in television advertisements, we concluded that the diversity of methods of drama used by television advertising in local and foreign channels .Between mental and emotional methods and their importance in the field of advertising and promotion of various commodities .

Keywords:

– TV advertising, flash, artistic styles, drama, dramatic style, persuasion, influence.