

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر

كلية الفنون والثقافة

قسم الفنون البصرية وفنون العرض



توظيف الأسلوب الدرامي في إنتاج البرامج الإشهارية التلفزيية
(دراسة تحليلية لومضات إشهارية لشركة نجمة و مرسيدس أنموذجا)

مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي.

تخصص: فن الإشهار

تحت إشراف الدكتور(ة):

زقاي سارة

إعداد الطالب

• سليماني 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

أ ج د د ه ه و و و و ز ي ك

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

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 الاقناعية في الومضات
17	8-طرق الاقناع 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	تقنيات الأسلوب الدرامي -10	
35	أساليب استخدام الاشهار الدرامي -11	
35	الحكاية في الأسلوب الدرامي -12	
36	أشكال الابداع الدرامي في الومضات الاشهارية -13	
37	أشكال الأسلوب الدرامي -14	

الفصل الثالث (التطبيقي)

I. مقاربة رولان بارت في التحليل السيميوولوجي		
42	1-ماهية مقاربة رولان بارت	
43	2-التحليل السيميوولوجي عند رولان بارت	
43	الدراسة التحليلية للومضات الاشهارية .II	
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	1- التقاطع 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

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 المتابعين وإقناعهم بمعتمدين في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي السيميومولوجي.

وقد وقع اختيارنا على ومضتين إشهاريتين تم عرضهما في التلفزيون فقمنا بتحليلهما بناء على الملاحظة ، فال الأول اشهار لشريحة نجمة تحت عنوان " زيدان" ، و الثانية لسيارة مرسيدس بينز "اس كلاس" الفاخرة ، معتمدين على مقاربة رولان بارت في التحليل السيميومولوجي ، و بعد عملية التقاطع التقني و تقسيم الومضات إلى مجموعة من اللقطات الثابتة تم تحليل الومضتين بانتهاج التعيين و التضمين لاكتشاف دلالات الإشهار ، و من خلال أهمية الدراما و دورها في التأثير على سلوك المتبقي ، و تدفق المعلومات و مكانتها في الإعلانات التلفزيونية توصلنا إلى أن تنويع الأساليب الدرامية التي يستخدمها الإشهار التلفزيوني باللغات المحلية والأجنبية ، بين الأساليب العقلية و العاطفية و مدى أهميتها في مجال الإشهار 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.