



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03
كلية الفنون والثقافة



مذكرة لنيل شهادة الماستر

تحت عنوان:

تأثير الملصق الإعلاني في الترامواي على طلبة جامعة صالح بوبنيدر بمدينة
قسنطينة - دراسة ميدانية على عينة من الطلبة.

تحت إشراف الأستاذ:

د. جمال يطغان

من إعداد الطالبتين:

- تقوى لكافش
- مريم نعواوجة

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة	د. خالد سعسع
مشرفا ومقررا	جامعة	د. جمال يطغان
عضو مناقشة	جامعة	د. حمزة تريكي

2023/2022

فهرس المحتويات

أ مقدمة
الإطار المنهجي	
د 1- إشكالية
هـ 2-أسباب اختيار الموضوع
هـ 2-1-أسباب موضوعية
هـ 2-2-أسباب ذاتية
وـ 3-أهمية الدراسة
وـ 4-اهداف الدراسة
زـ 5-فرضيات
زـ 5-1-فرضية رئيسية
زـ 5-2-فرضيات فرعية
زـ 6-منهج الدراسة و الأدوات
طـ 7-مجالات الدراسة
طـ 7-1-المجال المكاني
طـ 7-2-المجال الزمني
يـ 8-مجتمع و عينة البحث
يـ 9-الدراسات السابقة
يـ 9-1-الدراسة الأولى
لـ 9-2-الدراسة الثانية
لـ 9-3-الدراسة الثالثة

م	10-صعوبات الدراسة.....
الفصل الأول: الإعلان و الملصقات الاعلانية	
2	1-المبحث الأول: مفاهيم و مصطلحات.....
21-1-الإعلان.....
52-1-الصورة.....
73-1-الملصق الإعلاني.....
84-1-الصورة البصرية.....
1 0	2- المبحث الثاني: بنية الرسالة الاعلانية.....
1 01-تمهيد.....
1 02-نشأة و تطور الإعلان
1 23-أهداف الإعلان.....
1 44-وظائف الإعلان.....
1 55-أنواع الإعلان.....
1 55-1-نوع الإعلان حسب الجمهور المستهدف.....
1 65-2-نوع الإعلان حسب الهدف.....
1 75-3-نوع الإعلان حسب الوسيلة.....
1 85-4-نوع الإعلان حسب نوع المعلن.....

1 8 6-خصائص الإعلان.....2-2
1 9 7-تأثير الإعلان.....2
1 9 8-سمات الإعلان الناجح.....2
2 0 9-بناء الرسالة.....2
2 1 3-المبحث الثالث: دراسة سيميائية الصورة البصرية.....
2 1 1-تمهيد.....3
2 1 2-أنواع الصورة البصرية.....3
2 1 3-البدايات الأولى للصورة البصرية.....3
2 2 4-خصائص الصورة البصرية.....3
2 2 5-آليات قراءة الصورة للمتلقي.....3
2 3 6-طبيعة الصورة.....3
2 3 7-تحليل مكونات الصورة البصرية3
2 4 8-تأويل الصورة البصرية.....3
2 4 9-مستويات القراءة.....3

2 5 10-المتلقى و الصورة.....
2 6 المبحث الرابع: نشأة الملصقات الإعلانية و أنواعها.....
2 6 1-تمهيد.....
2 6 2-تاريخ تطور الملصقات الإعلانية.....
2 7 3-أنواع الملصقات الإعلانية.....
3 1 4-أهداف الملصقات الإعلانية.....
3 2 5-عناصر الملصق الإعلاني.....
3 3 6-شروط تصميم الملصق الإعلاني.....
3 3 7-مجالات استخدام الملصقات الإعلانية.....
3 4 8-الأساليب الإقناعية التي تتبعها الملصقات الإعلانية
3 5 9-التأثير النفسي للألوان في الملصقات الإعلانية.....
3 7 5-المبحث الخامس:نبذة عن المؤسسات المتعامل معها.....
3 7 1-شركة سيرام.....
3 7 2-أهداف شركة سيرام.....

3 7 5-3- سياسة سيرام اتجاه المسؤولية الاجتماعية
3 8 5-4- ترامواي قسنطينة
3 9 5-5- القطب الجامعي قسنطينة 03
3 9 5-5-1- الموقع الجغرافي
3 9 5-5-2- النشأة
3 9 5-5-3- فروع الجامعة
4 0 6- خلاصة الفصل
الفصل الثاني : دراسة ميدانية على عينة من الطلبة	
4 2 1- تمهيد
4 2 2- اختيار نوع و حجم العينة
4 2 3- خصائص عينة الدراسة
6 9 4- نتائج الدراسة
7 0 5- توصيات
7 4 خاتمة
7 قائمة المصادر و

ملخص الدراسة

تناولت دراسة الموضوع "تأثير الملصق الإعلاني في الترامواي على طلبة جامعة صالح بوبنيدر بمدينة قسنطينة" - دراسة ميدانية على طلبة جامعة صالح بوبنيدر - حيث تطرقنا إلى الحديث عن أهمية الإعلان وأنواعه وخصائصه وأهدافه ووظائفه، ثم تخصصنا في الملصق الإعلاني وأنواعه وعناصر رسميه، ثم تحدثنا عن سيميائية الصورة البصرية وكيفية قراءتها آليا، ثم تحدثنا عن المؤسسات المتعامل معها، وطرحنا التساؤل الرئيسي الآتي:

مدى تأثير الطلبة بالملصق الاعلاني في الترامواي؟

وللإجابة عن هذا التساؤل وضعنا فرضيات وجاءت على ما يلي:

- يساعد الترامواي على نشر رسالة إعلانية بغرض اقناع الطالب.
- عدد ونوع الملصقات الإعلانية في الترامواي ليس كافيا لإحداث الأثر المطلوب على الطلبة.
- قوة خصائص الملصقات الإعلانية تضمن قوّة تأثيرها.

واعتمدنا على مجموعة من الأدوات المنهجية وهي: الملاحظة والاستبيان. وقد شمل مجتمع دراستنا طلبة جامعة صالح بوبنيدر، في حين بلغت عينة الدراسة 53 طالبا، حيث تم اختيارهم بطريقة عشوائية. ومن خلال تحليلنا لاجابات أفراد عينة الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- الترامواي وسيلة مناسبة لنشر الملصقات الإعلانية إذا نشرت وفق استراتيجية ناجحة ومدروسة وإذا نشرت ملصقات قوية وفعالة.
- جذب الطلبة ولفت انتباههم للملصق الإعلاني مرتبطة أساسا بالتوظيف الصحيح والسليم لعناصر الملصق الإعلاني.
- عدم اقتناع الطلبة وعدم تأثيرهم لضعف الإستمارات الاقناعية في الملصقات. الإعلانية في الترامواي.
- عدم تأثير الطلبة بالملصق الإعلاني في الترامواي.

كلمات مفتاحية:

إعلان، ملصق اعلاني، تأثير، جذب، صورة بصرية، إقناع.

Summary:

The study focused on the topic "The Effect of Tramway Advertisements on the Students of Salah Boubnider University in Constantine City" - a field study on the students of Salah Boubnider University. We discussed the importance of advertising, its types, characteristics, objectives, and functions. Then, we specialized in the advertising poster, its types, and design elements. We also talked about the

semiotics of visual images and how to interpret them automatically. Furthermore, we discussed the institutions involved and raised the following main question:

To what extent do students get influenced by tramway advertisements?

To answer this question, we formulated hypotheses as follows:

Tramway advertisements help in spreading the advertising message to persuade the students.

There is no statistically significant impact of the characteristics of the advertising poster on the students.

The number and type of advertising posters on the tramway are not sufficient to have the desired impact on the students.

The strength of the characteristics of the advertising posters ensures their effectiveness.

The study concluded with several results and recommendations, including:

Tramway is a suitable medium for disseminating advertising posters if a successful and well-thought-out strategy is employed, and if strong and effective posters are displayed.

Attracting and capturing the attention of students towards the advertising poster is primarily associated with the proper and appropriate utilization of the elements of the advertising poster.

Students are not convinced and unaffected by the weak persuasive appeals in the tramway advertisements.

Students are not influenced by the tramway advertisements.