



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر

قسنطينة 3

قسم الفنون البصرية وفنون العرض

كلية الفنون والثقافة

سيكولوجية الألوان في الإشهار

- دراسة تحليلية لعينة من الملصقات الاشهارية -

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة الفنون البصرية

تخصص فن الإشهار

تحت إشراف الأستاذ:

أ. د. جمال مفرج

إعداد الطالبتين:

اسمهان عون الله

رميسة جباري

لجنة المناقشة:

رئيسا	أ. عبدالسلام يخلف
مشرفا ومقررا	أ. د. جمال مفرج
عضوا ممتحنا	د. محمد عميرش

السنة الجامعية 2021/2020

قائمة المحتويات

اهداء

شكر وتقدير

قائمة المحتويات

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
مقدمة		
د	إشكالية الدراسة	1
د	تساؤلات الدراسة	2
هـ	فرضيات الدراسة	3
هـ	أهداف الدراسة	4
هـ	أهمية الدراسة	5
و	مبررات إختيار الموضوع	6
و	الدراسات السابقة	7
ح	منهجية البحث	8
ط	مجالات الدراسة	9
ط	عينة الدراسة	10
ي	هيكلية الدراسة	11
الفصل الأول: سيكولوجية الالوان وتأثيرها على المستهلك		

المبحث الأول: الألوان و دلالتها الرمزية		
2	تمهيد	
3	استخدامات الالوان عبر التاريخ	1-1
5	مفهوم اللون	2-1
6	الدلالات الرمزية العامة للألوان	3-1
11	المفاهيم الاساسية للون والدائرة اللونية	4-1
المبحث الثاني: سيكولوجية الالوان		
20	مفهوم سيكولوجية الالوان	1-2
21	معاني الالوان في علم النفس	2-2
27	تأثيرات اللون على نفسية الانسان	3-2
30	تأثير اللون في طبقات المجتمع	4-2
المبحث الثالث: دلالة الالوان وتأثيرها السيكولوجي في الإشهار		
31	مفهوم الاشهار	1-3
32	انواع الاشهار	2-3
34	معاني الالوان في الاشهار	3-3
40	اهمية الالوان في الترويج للإشهار	4-3
43	الاثر النفسي للألوان على سلوك المستهلك	5-3
44	خلاصة	
الفصل الثاني: التأثير النفسي للألوان من خلال الملصق الإشهاري		
46	تمهيد	
47	مفهوم الملصق	1-2
48	التحليل النفسي للألوان في للملصقات	2-2
90	نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات	3-2
93	خاتمة	

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
12	الدائرة اللونية	1
13	الالوان الاساسية (ضوئية وصبغية)	2
13	الالوان الثانوية	3
14	الالوان الثلاثية	4
15	الالوان الباردة والالوان الحارة	5
16	الالوان الحيادية	6
17	الالوان المتكاملة	7
18	الالوان المنسجمة	8
22	غرفة النوم	9
22	لعبة الشطرنج	10
23	فنجان قهوة	11
24	تطبيق سناب شات	12
24	حبات البرتقال	13
25	حبات تفاح احمر	14
25	ديكور غرفة	15
26	منظر طبيعي (بحر)	16

26	منظر طبيعي	17
35	اشهار عصير فانتا	18
35	اشهار حليب لويا	19
36	اشهار منتوج كوكاكولا	20
36	عطر SI	21
37	شوكولا بابلز	22
37	شامبو CLEAR	23
38	صابون DOVE	24
39	عطر BLEU CHANEL	25
39	معجون سونسوداين	26
39	طلاء جدران	27
39	شوكولا سيلفر	28
49	ملصق عصير فانتا FANTA	29
53	ملصق قهوة اروما AROMA	30
57	ملصق صابون لوكس LUX	31
61	ملصق شوكولا ميكا	32
64	ملصق سيارة HAVAL JOLION	33
68	ملصق غسول ديتول DETTOL	34
72	ملصق عطر جيرلان MON GUERLAIN	35
76	ملصق عطر بلاك اوبيوم BLACK OPIUM	36
79	ملصق شامبو CLEAR	37
83	ملصق شوكولاتة كيندر KINDER BUENCE	38
87	ملصق جافيل براف BREF	39

ملخص :

تهدف هذه المذكرة الى تزويد كلية الفنون والثقافة بجامعة صالح بوبنيدر بدراسة جديدة وابرار الدور الفعال للألوان في عملية تصميم اشهار، والتعرف على اهمية اختيار اللون في جعل الاشهار مميزا وجذابا، حيث تطرقنا في منهجية البحث الى التحليل الوصفي من خلال اخذ عينة من الملصقات الاشهارية لابرار الجانب السيكولوجي فيها، وقد تم التوصل الى نتائج بحثية هامة. فدلالات الالوان السيكولوجية تؤثر بشكل كبير على سلوك المستهلك وفي قراراته الشرائية، ويوحى استخدام الالوان في الاشهار الى احداث تأثير عاطفي لدى المتلقي وتؤدي هذه الاستجابات العاطفية الى خلق تأثير جديد للإشهار.

الكلمات المفتاحية : اللون، الاشهار، سيكولوجية الالوان، سلوك المستهلك، الملصق، الترويج.

Abstract

Ce mémoire a pour objectif d'enrichir la faculté d'art et culture de l'université SALAH BOU BENIDER Constantine d'une nouvelle étude, consacrée à montrer le rôle important des couleurs dans le processus du choix de la couleur qui rend la publicité exceptionnelle, et attirante. Dans la méthodologie de recherche, Nous avons choisi l'analyse descriptive en prenant un échantillon des affiches publicitaires pour mettre en évidence son aspect pathologie. Nous avons obtenu des résultats pertinents : les connotations psychologiques des couleurs affectent grandement le comportement du consommateur dans ses décisions d'achat.

Les mots-clés: La couleur, Publicité, Psychologie des couleurs, Comportement du consommateur, Affiche, Promotion