

الصورة النمطية والمعنى الإجتماعى فى الإعلان التليفزيونى

أ.د/ تامر عبد اللطيف عبد الرازق

أستاذ التصميم بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان - مصر

tamerabdellatif@yahoo.com

م.د/ إلهام عبد الرحمن إبراهيم شحاته

مدرس دكتور بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان - مصر

elham.adbelrhman.82@gmail.com

م/ مى محمد عبدالله على

معيدة ببرنامج الجرافيك والوسائط المتعددة - كلية التصميم والفنون الإبداعية - جامعة الأهرام الكندية

designermai36@gmail.com**ملخص البحث:**

إن العلاقة بين الإعلان وثقافة وقيم المجتمع علاقة مركبة وليست علاقة خطية بسيطة كعلاقة السبب بالنتيجة، فكما تؤثر ثقافة وقيم المجتمع فى الإعلان، فإن الإعلانات بدورها تؤثر فى البيئة الثقافية للمجتمع، ونظرا لكثرة وتنوع المنتجات فإنه يجب أن يتميز كل منتج عن الآخر بصورة ذهنية تتمثل فى المعنى الإجتماعى فى تفاعله مع المجتمع، سعى البحث فى الاجابه على التساؤل: إلى أى مدى يساهم تغيير الصورة النمطية للمعنى الإجتماعى فى الإعلان على رسم صورة ذهنية ايجابية للمنتج المعلن عنه؟، أهتم البحث بدراسة الصورة النمطية والمعنى الإجتماعى فى الإعلان وتأثيره على تكوين الصورة الذهنية للمنتج المعلن عنه، هدف البحث إلى التأكيد على رسم صورة ذهنية ايجابية للمنتج المعلن عنه من خلال تغيير الصورة النمطية والمعنى الإجتماعى فى الإعلان، وذلك بافتراض ان تغيير الصورة النمطية فى الإعلان يساهم فى بناء صورة ذهنية ايجابية للمنتج المعلن عنه، واتبع البحث المنهج الوصفى والتحليلى فى وصف موضوع البحث من خلال الإطار النظرى وصولاً لدراسة تحليلية لمجموعة من الإعلانات واستنباط النتائج، وتمثلت حدود البحث فى تحليل نماذج إعلانية لمفهوم الصورة النمطية والمعنى الإجتماعى فى بناء الرسالة الإعلانية فى الإعلان التليفزيونى المصرى، وتوصل البحث إلى إن المتلقى يبحث عن القيمة وليس المنتج، عند ربط العلامات التجارية بمعنى إجتماعى ذي مغزى وهذا هو ما يميز العلامة التجارية عن أي علامة تجارية أخرى وذلك لتميز وخلق صورة ذهنية ايجابية للمنتج المعلن عنه، وأنتهى البحث إلى التوصيه بأنه يجب دراسة الشخصيات الإعلانية المقدمة فى الإعلان والأدوار الإجتماعية المختلفة والتي تتغير من جيل إلى جيل ومن ثم تغيير الصورة النمطية حتى يواكب الإعلان العصر الحالى.

الكلمات المفتاحية:

الصورة النمطية، المعنى الإجتماعى، الصورة الذهنية، الرسالة الاعلانية