

مدخل إلى سميولوجيا الصورة الإشهارية



أ.د. عبدة صبي
د. هند فؤاد السيد
سفيان فاسي

أ.د. بلقاسم سلاطنية
د. أحمد السيد عبد القوي قنصوه
د. سمير صالح



دار النشر والتوزيع

المحتويات

5	مقدمة
7	الفصل الأول: مدخل إلى السيميولوجيا
9	تمهيد
10	1. السيميولوجيا بين إشكالية النشأة والمفهوم
10	1.1. نشأة السيميولوجيا
23	2.1 مفهوم السيميولوجيا
24	1.2.1. التعريف اللغوي للسيميولوجيا
24	1 2.2. التعريف الاصطلاحي للسيميولوجيا
28	2. المدارس السيميولوجية
28	1.2. المدرسة الفرنسية
31	1.1.2. ثنائيات دي سوسير
31	1. ثنائية لسان / كلام
32	2. ثنائية الدال / المدلول
34	3. ثنائية أنى / تطورى
36	4. ثنائية: المحور التركيبي (النظمي) / المحور الاستبدالى
38	2.1.2. خصائص العلامة اللغوية عند دي سوسير
38	1. اللسان هو نظام الدلائل
41	2. نظرية الدليل اللسانى: الدال والمدلول
42	3. الطابع الاعتيابى
44	4. التسلسل الخطى
45	5. الطابع المميز
46	6. التقطيع المزدوج
47	3.1.2. تصنيف العلامات حسب المدرسة الفرنسية
47	أ. القرينة والإشارة
49	ب. الإشارة

50	2.2 المدرسة الأمريكية
52	1.2.2 مفهوم العلامة عند بيرس
56	2.2.2 التصنيف الأمريكي للعلامات
61	3. الاتجاهات السميولوجية
62	1.3 سميولوجيا التواصل
64	2.3 سميولوجيا الدلالة
65	3.3 سميولوجيا الثقافة
67	الفصل الثاني: ماهية الصورة الإشهارية
69	تمهيد
69	1. ماهية الصورة الإشهارية
69	1.1 مفهوم الصورة
69	1.1.1 تعريف الصورة لغة
70	2.1.1 تعريف الصورة إصطلاحاً
72	2.1 تركيب وبنية الصورة
72	2. التنظيم الداخلي
72	3. التنظيم الجمالي:
72	4. الضوء/اللون بالأسود والأبيض
73	5. العمق
75	3.1 مفهوم الصورة الإشهارية
77	2. ماهية الإشهار
77	1.2 مفهوم الإشهار والمفاهيم المرتبطة به:
77	1.1.2 مفهوم الإشهار
77	أ. تعريف الإشهار لغة
78	ب. تعريف الإشهار اصطلاحاً
79	2.1.2 المفاهيم المرتبطة بالإشهار
83	2.2 نشأة وتطور الإشهار وأهميته
85

85	1.2.2 نشأة وتطور الإشهار:
91	2.2.2 أهمية الإشهار
91	أ. الأهمية الاقتصادية:
92	ب. الأهمية الاجتماعية للإشهار
93	3.2 خصائص الإشهار ووظائفه وأهدافه
93	1.3.2 خصائص الإشهار:
94	2.3.2 وظائف الإشهار
97	3.3.2 أهداف الإشهار
98	4.2 مراحل وأطراف العملية الإشهارية
	3. أنواع الإشهار و الصور الإشهارية الثابتة والعوامل المؤثرة على فعالية الإشهار
104	الإشهار
104	1.3 أنواع الإشهار:
112	2.3 أنواع الصور الإشهارية الثابتة:
113	1.2.3 الملصق:
120	2.2.3 الشعار:
122	3.1.3 العوامل المؤثرة على فعالية الإشهار
124	2.3 الوظائف الاتصالية للصورة الإشهارية
128	3.3 سلبيات الإشهار
129	الفصل الثالث: الصورة الإشهارية وبعدها السيميولوجي
131	تمهيد:
131	1. آليات الخطاب الإشهارى فى الصورة الثابتة
133	1.1 العلامات التشكيلية
137	2.1 العلامات الأيقونية
138	3.1 العلامات اللغوية
142	4. الخاتمة:
148	4.1 تمظهرات الصورة الإشهارية

149 2 خصائص وبلاغة الصورة الإشهارية
149 1.2 خصائص الصورة الإشهارية الثابتة
151 2.2 بلاغة الصورة الإشهارية
151 1.2.2 نشأة وتطور مفهوم البلاغة
157 2. أوجه البلاغة في الصورة الإشهارية
158 1.3 دلالات الخطوط والأشكال في الصورة الإشهارية الثابتة
161 2.1.3 مفهوم الشكل وقوانين تكوينه
165 2.3 دلالات الألوان في الصورة الإشهارية الثابتة
168 1.2.3 دلالات الألوان في التراث الشعبي
170 2.2.3 في التراث الديني
177 3.2.3 دلالات الألوان من الناحية النفسية
181 4. قراءة سميولوجية لإشهار بنزاني حسب رولان بارث
190 الخاتمة
192 قائمة المراجع
192 أولا: الكتب المقدسة
192 ثانيا: الموسوعات
192 ثالثا: المعاجم والقواميس
192 رابعا: الكتب العربية
198 خامسا: الكتب الأجنبية
199 سادسا: المجلات والجرائد
200 سابعا: الرسائل العلمية
200 ثامنا: المواقع الإلكترونية
201 المحتويات