

الاستهلال

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(فِي يَوْمِ صُورَةٍ مَا شَاءَ رَكَّبَكَ)

صدق الله العظيم
الانفطار (آية 8)

مستخلص الدراسة

تتناول هذه الدراسة موضوع تدني مستوي فاعلية الصورة الضوئية الإعلانية في الترويج للمنتجات التجارية السودانية عند مقارنتها بالصورة الضوئية الإعلانية وفق أسس وعناصر المستويات العالمية، للصورة الضوئية الإعلانية وذلك في خمسة فصول.

يتضمن الفصل الأول التقديم والتعريف بمفهوم الإعلان والترويج، وتم تحديد مشكلة البحث والفرضيات المتعلقة بها لإثبات أو نفي تلك الفرضيات، أما الفصل الثاني فهو مخصصاً بالكامل للدراسات السابقة والاستشهاد بالبيانات الواردة فيها والمعلومات ذات الصلة بموضوع الدراسة.

يتناول الفصل الثالث التعريف بالإعلان عموماً وبأهميته وتاريخ تطوره وأنواعه وكذلك أهدافه ووظائفه، إضافة إلى التعريف بالإعلان المرئي والصورة الضوئية الإعلانية علي المستويين العالمي والمحلي، كما تتناول الدراسة بالتفصيل التصوير الضوئي الإعلاني في السودان لا سيما تاريخه ومشاكله.

في الفصل الرابع اعتمدت الدراسة علي إجراء مسح ميداني لعدد ثلاثة من الشرائح المستهدفة، حيث قامت الدراسة باختيار نماذج من الإعلانات العالمية القائمة علي الصورة الضوئية وأخري سودانية للمقارنة بين فاعلية كل منهما، ثم إخضاع نتائج ذلك المسح للإحصاء العلمي، أما في الفصل الخامس والأخير ناقشت الدراسة نتائج الاستبيانات والتي أسفرت عن إثبات كل الفرضيات ومن ثم الاستنتاج، التوصيات وخاتمة الدراسة.

Abstract

This study addresses, in five chapters, the problem of low quality advertising photography in Sudan and its impact on the efficiency of promoting Sudanese products when compared to international state of the art standers.

While Chapter (1) introduces the subject, definitions, concepts, hypotheses, followed research method chapter (2) is completely dedicated to previous studies where relevant data is cited.

Besides, Chapter (3) is devoted to provide information about advertising, its classification, levels of creativity, both technically and subjectively concentrating on visual advertising, advertising photography, high lighting its local and international state of the art.

In addition the study tackles in detail the problem of advertising photography in Sudan particularly its history and problems.

Chapter (4) sets procedures followed to prove or disprove hypotheses, targeted population, questionnaires, and selection of local and international samples of advertising photography for comparison.

The results obtained are subjected to scientific analysis, hypotheses are proved when tested against findings, conclusion and recommendation all are included in Chapter (5).

المحتويات

الموضوع الصفحة

أ	الاستهلال.....
ب	مستخلص الدراسة باللغة العربية.....
ج	مستخلص الدراسة باللغة الإنجليزية.....
د	المحتويات.....
و	الإهداء.....-
ز	الشكر.....
ح	الملاحق.....

الفصل الأول

1	مقدمة الدراسة.....
---	--------------------

الفصل الثاني

6	الدراسات السابقة.....
---	-----------------------

الفصل الثالث

19	المبحث الأول . الإعلان.....
----	-----------------------------

37	المبحث الثاني - الصورة الضوئية الإعلانية.....
----	---

49	المبحث الثالث . الإعلان في السودان.....
----	---

الفصل الرابع

62	إجراءات الدراسة.....
----	----------------------

الفصل الخامس

91.....	مناقشة النتائج.....
93.....	النتائج.....
94.....	التوصيات.....
95.....	الخاتمة.....
96.....	قائمة المراجع.....

الإهداء

إلي كل الذين

رحلوا

نسأل الله لهم الرحمة والمغفرة

إلى الذين لا زالوا بيننا والقـادمين

ولكل من تلفح وإيـايَ بثوب المعانة

إلـيكم جميعاً

أهدي

خلاصة هذا الجهد المتواضع

الشـكر

بسم الله وبه نستعين والصلاة والسلام على سيد المرسلين وإمام المتقين سيدنا محمد وعلى آله وصحابه
أجمعين. أشكر الله وأحمده حمداً يوافي نعمه ويوازي عونه وتوفيقه، فبعد أن مَنَ اللهُ عَلَيَّ بإتمام هذه
الدراسة يسعدني أن أتقدم بالشكر والامتنان من بعد الله تعالى إلى أستاذي الجليل البروفيسور علي محمد
عثمان محجوب، الذي أشرف علي هذه الدراسة حتى آخر لحظة دون ملل وأحاطني بلطفه ورعايته، فكان
لي عوناً وسنداً في كل خطوة مرشداً وهادياً لم يتوان في إهداء النصح والإرشاد وتوجيه ملاحظات
استفدت منها في انجاز هذه الدراسة، له مني أسمى آيات التقدير والامتنان والاحترام ما حييت، وأتقدم
بالشكر الجزيل لكل أخوتي الأساتذة بكلية الفنون الجميلة والتطبيقية. وخالص الشكر للأساتذة وهم: أ.
مشارك/ محمد محمد أحمد إدريس، بروفيسور/ عبد الرحمن عبد الله الخانجي، د. عبد الحافظ عبد
الحبيب، د. عبد الباسط عبد الله الخاتم و د. أحمد علي أحمد، الذين قاموا بتحكيم الاستبانة وأتوجه كذلك
بالشكر والتقدير إلى كل من له حق علي من أصدقائي وأخص بالشكر الأخوة: عوض عيسى عوض،

محمد حسن سلمان وخالد محمد عباس وكل زملاء الدفعة (60) سائلاً الله عز وجل أن يكون هذا الجهد المتواضع مفتاحاً لإجراء المزيد من الدراسات مستقبلاً في هذا المجال لخدمة العلم والفن والوطن.

مع فائق ودي وتقديري

الملاحق

- ملحق رقم (1) نماذج إعلانات عالمية قائمة علي الصورة الضوئية.....102
- ملحق رقم (2) نماذج إعلانات سودانية قائمة علي الصورة الضوئية.....109
- ملحق رقم (3) مقارنة بين نماذج إعلانات عالمية قائمة علي الصورة الضوئية وأخري سودانية.... 116
- ملحق رقم (4) قائمة أسماء محكمي الاستبانة.....119
- ملحق رقم (5) نموذج استمارة استبيان شرائح المنتجين والمصممين والمستهلكين.....120