



جامعة إفريقيا العالمية

عمادة الدراسات العليا

كلية الإعلام

قسم العلاقات العامة والإعلان



بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الإعلام تخصص العلاقات
العامة والإعلان
بعنوان:

فاعلية الإعلان في دعم الفضائيات السودانية
(دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على فضائية الشروق خلال الفترة 2013 –
2015م)

إشراف الدكتور:

عباس أبكر محمد احمد

الخرطوم – السودان

2017 م - 1438 هـ

إعداد الطالبة:

فاتن سعد الدين عبد الله

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الاستهلال

قال تعالى:

﴿ثُمَّ إِنِّي أَعْلَنْتُ لَهُمْ وَأَسْرَرْتُ لَهُمْ إِسْرَارًا﴾

سورة نوح : الآية 9.

الإهداء

إلى الجنة على الأرض

إلى من صبرت على مسيرتي وحصنتني بدعائها

أمي

إلى ذلك الرجل الذي علمني معنى التضحية وهو يعطي بسخاء

إلى ذلك الذي تحكي كل شعرة من شيباته البيضاء قصة وفاء وعطاء

إلى من فرح بعلمي قبل فرحي

أبي

الشكر والعرفان

الشكر أوله وأجزله لله تعالى الذي بتوفيقه تم هذا العمل.

أتقدم بشكر وتقدير لجامعة إفريقيا العالمية هذا الصرح العملاق في سماء المعرفة ممثلة في مديرها وجميع أساتذتها والعاملين بها.

ثم الشكر كل الشكر إلى كلية الإعلام التي احتضنتنا طيلة هذه السنوات بكل ما يتطلبه العلم من صبر وجهد وصعوبة المشوار.

وأيضاً الشكر للدكتور / عباس أبكر محمد أحمد على تفضله بالإشراف على هذا العمل ومنحه لي من الوقت والجهد طيلة فترة البحث.

وأيضاً الشكر لكل الزملاء والزميلات بالكلية وكل من ساعد في إتمام هذا البحث.

أتمنى لهم التوفيق والسداد وأدام الله الأخوة بيننا وشكراً جزيلاً.

المستخلص

تتاول البحث فاعلية الإعلان في دعم الفضائيات السودانية (دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على قناة الشروق بولاية الخرطوم خلال الفترة 2013-2015م). تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، كما تم استخدام الإستبانة كأداة رئيسة، حيث بلغ أفراد العينة (46) فرداً تم اختيارهم بشكل عشوائي منتظم لكافة العاملين في قناة الشروق بولاية الخرطوم ، و تم اختيار نسبة 25% من العدد الكلي لكل إدارة من إدارات القناة، مصورين- مخرجين- مستشارين- مدراء أقسام-معددين- مقدمي برامج- فنيين - مراسلين. واشتملت الدراسة على أربعة فصول : الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة ، تتناول الفصل الثاني مفاهيم وسيكولوجية الإعلان، حيث اشتمل على ثلاثة مباحث (نشأة ومفهوم الإعلان، مبادئ وأصول ومراحل الإعلان، وظائف وأنواع الإعلان) أما الفصل الثالث تتناول الفضائيات، في ثلاث مباحث (تعريف ونشأة القنوات الفضائية ، وظائف وأدوار الفضائيات، تأثير الفضائيات على المردودات الاقتصادية) وفي الفصل الرابع تتاولت الدراسة الميدانية واشتملت نبذة عن قناة الشروق، الإجراءات المنهجية، عرض وتحليل وتفسير البيانات.

ومن أهم نتائج الدراسة:-

1. يعمل الإعلان على زيادة الإيرادات المالية للقناة.
2. كشفت الدراسة أن فئة الشباب هي الأكثر في العمل الإعلامي في القنوات الفضائية.
3. بينت الدراسة أن اعتماد قناة الشروق لنظام رعاية البرامج يضمن لها فرص إعلانات اكبر.

Abstract

The research the effectiveness of advertising in support of the Sudanese Satellite (analytical and descriptive study of the application on the Al-Shroog Channel in Khartoum State during the period from 2013 to 2015).

Was used descriptive and analytical approach, the questionnaire was also used as a tool head, reaching the respondents (46) individuals were chosen with Regular to all workers in the AL-Shroog T.V in Khartoum state, and it was selected 25% of the total number of each of the departments of the channel, Photographers, Directors, Advisors, Departments Managers, Designers, Programs providers, Technicians, Reporters.

The study included four chapters: Chapter one methodological framework for the study, second chapter: the concepts and the psychology of advertising, which included a three sections (the emergence of the concept of advertising, the principles and the origins and stages of advertising, functions and types of advertising) The third chapter the satellite TV, in three sections (Definition and the emergence of satellite channels, functions and roles of satellite TV, satellite TV on the impact of the economic returns) and in the fourth chapter dealt with the field study included about AL-Shroog T.V, methodological procedures, display, analyze and interpret the data.

Among the most important findings of the study: -

.1The advertisement increases the financial revenues of the channel.

.2The study revealed that the youth category is the most in the media work in the satellite channels.

.3The study showed that the adoption of Al-Shorouq channel for the program sponsorship system guarantees greater advertising opportunities.

قائمة المحتويات

| الصفحة | الموضوع |
|---------------------------------|--|
| أ | البسمة |
| ب | الاستهلال |
| ج | الاهداء |
| د | الشكر والتقدير |
| هـ | المستخلص باللغة العربية |
| و | المستخلص باللغة الانجليزية |
| ز - ح | قائمة المحتويات |
| ط | قائمة الجداول |
| ك | قائمة الأشكال |
| الفصل الأول: الإطار المنهجي | |
| 9 - 1 | أولاً: الإطار المنهجي |
| الفصل الثاني: الإعلان | |
| 14 | المبحث الأول: مفهوم الإعلان |
| 18 | المبحث الثاني: مبادئ وأصول ومراحل الإعلان |
| 23 | المبحث الثالث: وظائف وأنواع الإعلان |
| الفصل الثالث: الفضائيات | |
| 29 | المبحث الأول: مفهوم الفضائيات |
| 36 | المبحث الثاني: وظائف وأدوار القنوات الفضائية |
| 41 | المبحث الثالث: تأثير الوضع الاقتصادي على الفضائيات |
| الفصل الرابع: الدراسة الميدانية | |
| 48 | المبحث الأول: نبذة تعريفية عن قناة الشروق |
| 51 | المبحث الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية |
| 56 | المبحث الثالث: تحليل الدراسة الميدانية |
| الخاتمة | |

| | |
|----|------------------|
| 80 | النتائج |
| 81 | التوصيات |
| 82 | المصادر والمراجع |
| | الملاحق |

قائمة الجداول

| الصفحة | الجدول |
|--------|--|
| 58 | جدول رقم (1) يوضح :النوع |
| 59 | جدول رقم (2) يوضح :العمر |
| 60 | جدول رقم (3) يوضح :المؤهل العلمي |
| 61 | جدول رقم (4) يوضح :الوظيفة |
| 62 | جدول رقم (5) يوضح :الخبرة |
| 63 | جدول رقم (6) يوضح :النسبة المالية المحددة للإعلان من ميزانية القناة لها اثر في زيادة المردود المالي |
| 64 | جدول رقم (7) يوضح :الإعلان مصدر أساسي للتمويل |
| 65 | جدول رقم (8) يوضح :سياسة القناة احد أسباب عزوف المعلنين |
| 66 | جدول رقم (9) يوضح :قيام قناة الشروق ببحوث استطلاع رأي الجمهور |
| 67 | جدول رقم (10) يوضح :قيام قناة الشروق بالتدريب الكافي للعاملين |
| 68 | جدول رقم (11) يوضح :امتلاك قناة الشروق وكالة إعلان |
| 71 | جدول رقم (12) يوضح :استخدام القناة للتقنيات الحديثة في عرض الإعلان له الأثر في زيادة الرغبة للمعلنين |
| 72 | جدول رقم (13) يوضح :استفادة القناة من موقعها علي الانترنت لزيادة فرص عرض الإعلان |
| 73 | جدول رقم (14) يوضح :اعتماد القناة نظام رعاية البرامج احد أساليب ضمان فرص إعلانات أكثر |
| 75 | الجدول رقم (15) يوضح :تأثير نوعية السلعة او الخدمة علي المعلن عنها علي إمكانية اعلانها |
| 76 | جدول رقم (16) يوضح :استراتيجيات القناة التي تمكنها من المنافسة |
| 77 | جدول رقم (17) يوضح :تأثير مستوي التدريب والخبرة للعاملين في مجال الإعلان علي تميز طريقة الاختيار |
| 78 | جدول رقم (18) يوضح : تكلفة الإعلان والإقبال |

قائمة الأشكال

| الصفحة | الشكل |
|--------|--|
| 58 | شكل رقم (1-1) يوضح:النوع |
| 59 | شكل رقم (2-2) يوضح:العمر |
| 60 | شكل رقم (3-3) يوضح:المؤهل العلمي |
| 61 | شكل رقم (4-4) يوضح:الوظيفة |
| 62 | شكل رقم (5-5) يوضح:الخبرة |
| 63 | شكل رقم (6-6) يوضح:النسبة المالية المحددة للإعلان من ميزانية القناة لها اثر في زيادة المردود المالي |
| 64 | شكل رقم (7) يوضح : الإعلان مصدر أساسي للتمويل |
| 65 | شكل رقم (8-8) يوضح:سياسة القناة احد أسباب عزوف المعلنين |
| 66 | شكل رقم (9-9) يوضح :قيام قناة الشروق ببحوث استطلاع رأي الجمهور |
| 67 | جدول رقم (10-10) يوضح: قيام قناة الشروق بالتدريب الكافي للعاملين |
| 68 | شكل رقم (11-11) يوضح :امتلاك قناة الشروق وكالة إعلان |
| 71 | شكل رقم (12-12) يوضح :استخدام القناة للتقنيات الحديثة في عرض الإعلان له الأثر في زيادة الرغبة للمعلنين |
| 72 | شكل رقم (13-13) يوضح :استفادة القناة من موقعها علي الانترنت لزيادة فرص عرض الإعلان |
| 73 | شكل رقم (14-14) يوضح:اعتماد القناة نظام رعاية البرامج احد أساليب ضمان فرص إعلانات أكثر |
| 75 | جدول رقم (15) يوضح:تأثير نوعية السلعة أو الخدمة علي المعلن عنها علي إمكانية إعلانها |
| 76 | شكل رقم (16-16) يوضح :استراتيجيات القناة التي تمكنها من المنافسة |
| 77 | شكل رقم (17-17) يوضح :تأثير مستوي التدريب والخبرة للعاملين في مجال الإعلان علي تميز طريقة الاختيار |
| 78 | شكل رقم (18-18) يوضح: تكلفة الإعلان والإقبال |