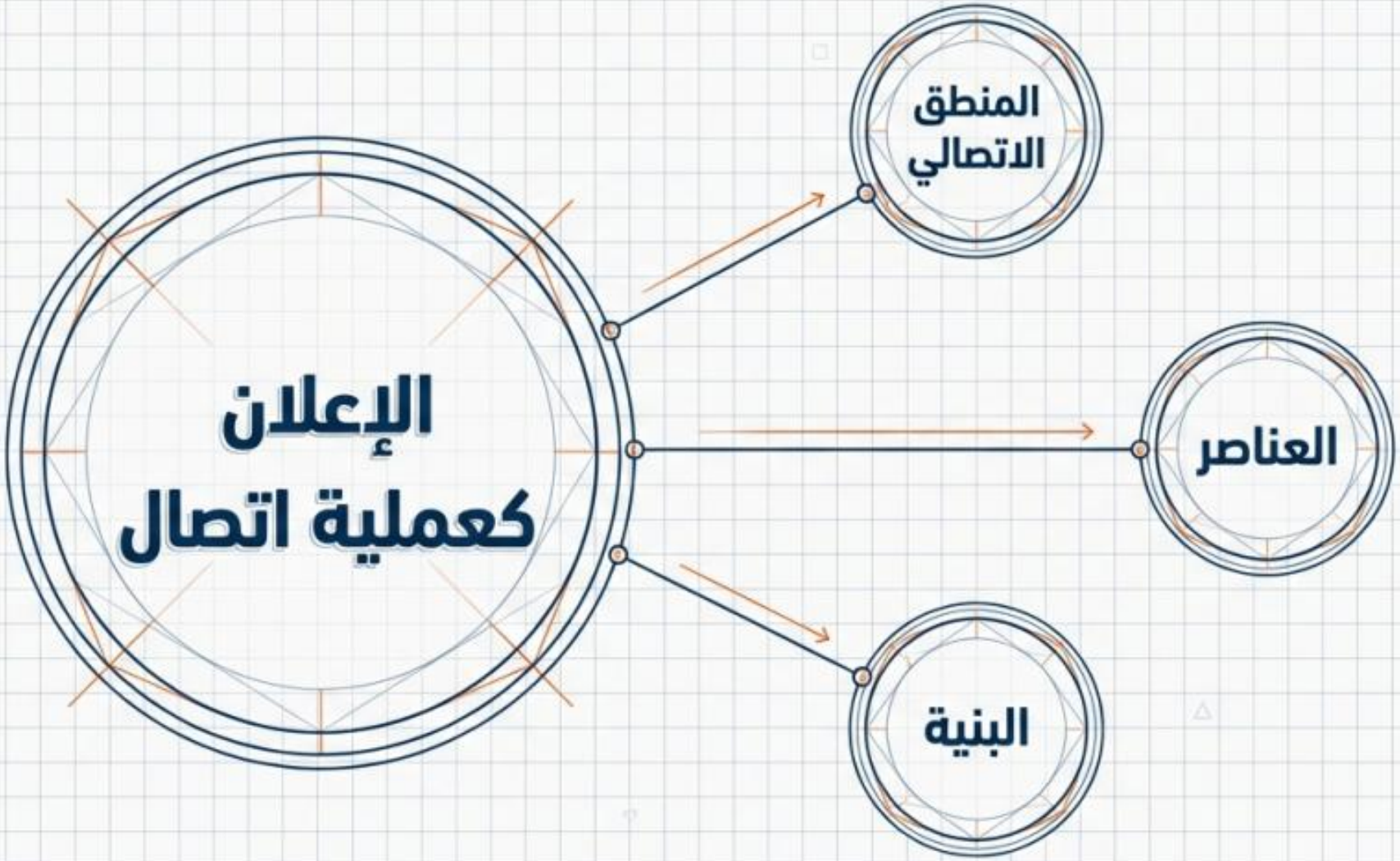
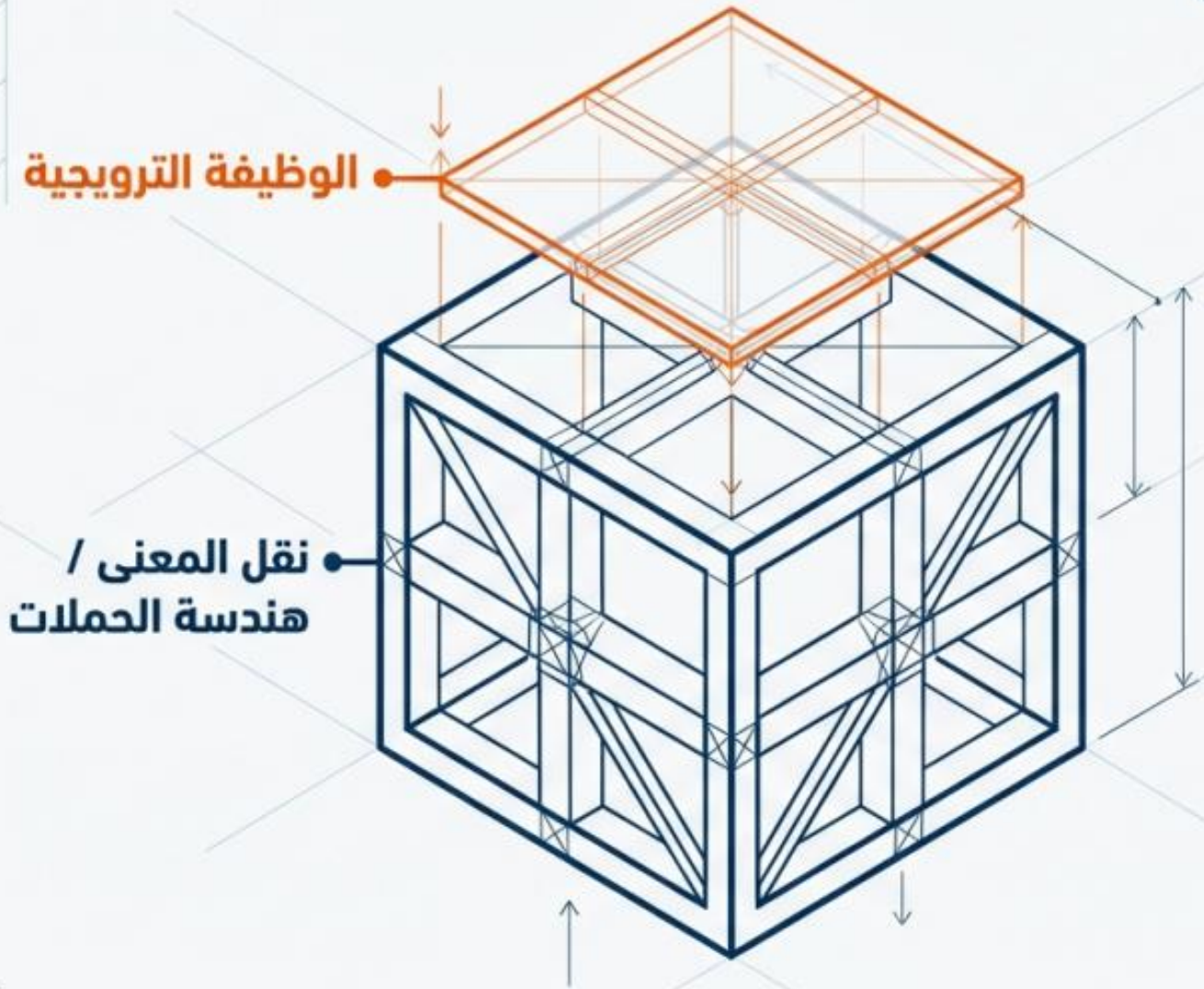


الإعلان ليس أداة عرض، بل منظومة اتصال موجهة للتأثير.

الطبيعة الاتصالية للإعلان

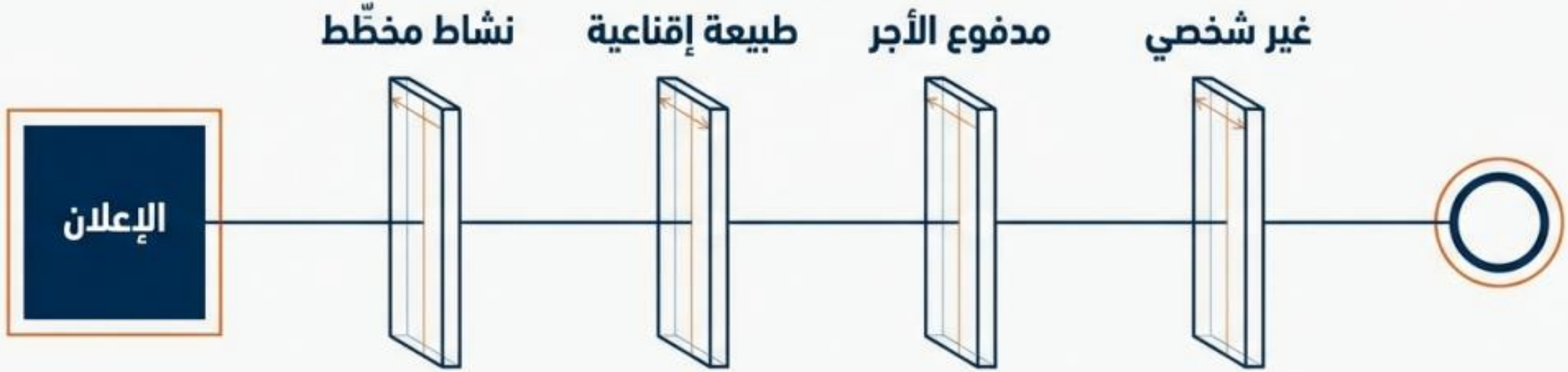


ظاهرة اتصالية معقدة تتجاوز الوظيفة الترويجية.

تقوم على نقل المعنى كأساس هندسة الحملات.

فهم الاتصال شرط التصميم الإعلاني الفعّال.

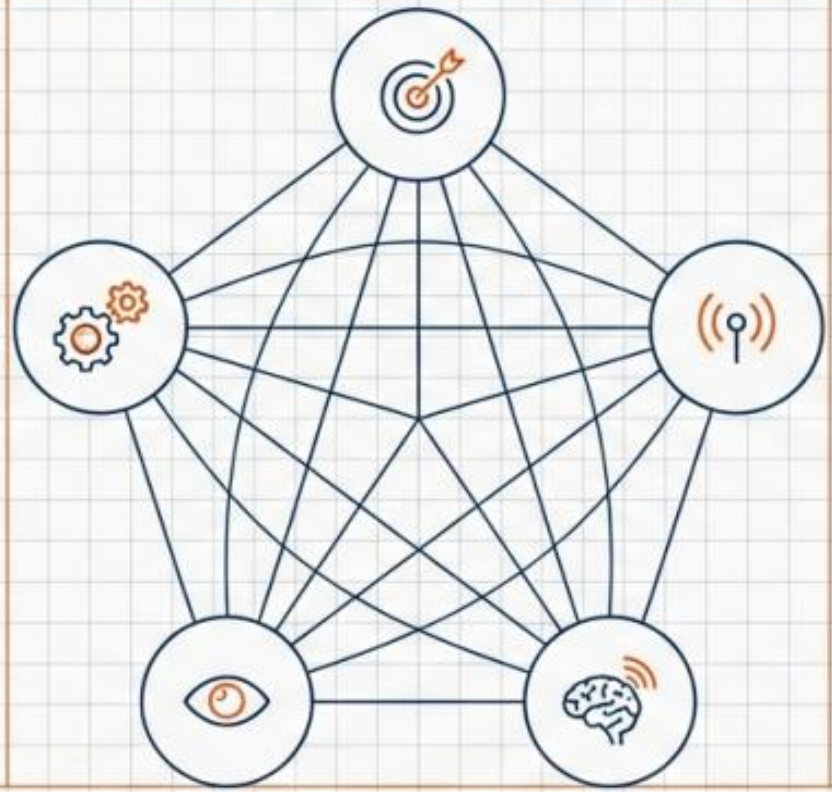
خصائص الإعلان كعملية منظمة



الإعلان اتصال هادف لا نشر عشوائي.

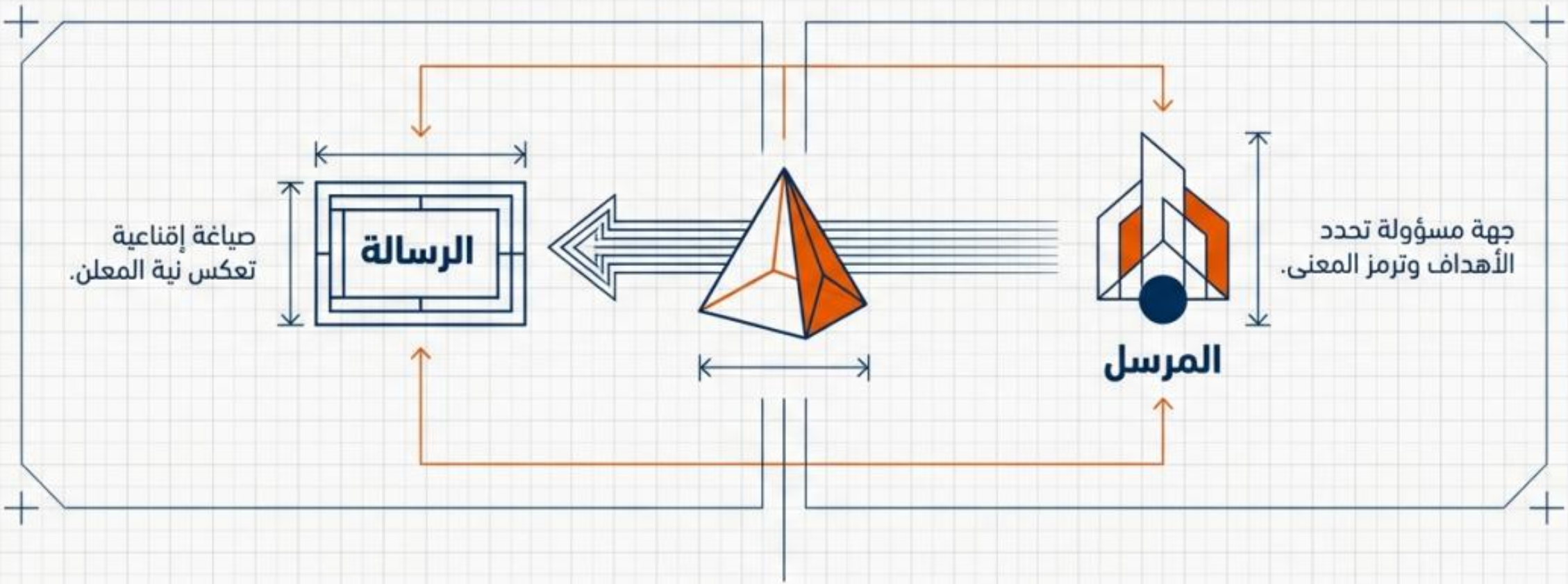
البنية الاتصالية للإعلان

- نظام متكامل وعناصر مترابطة.
- انتقال منظم للمعنى لتحقيق أثر قابل للقياس.



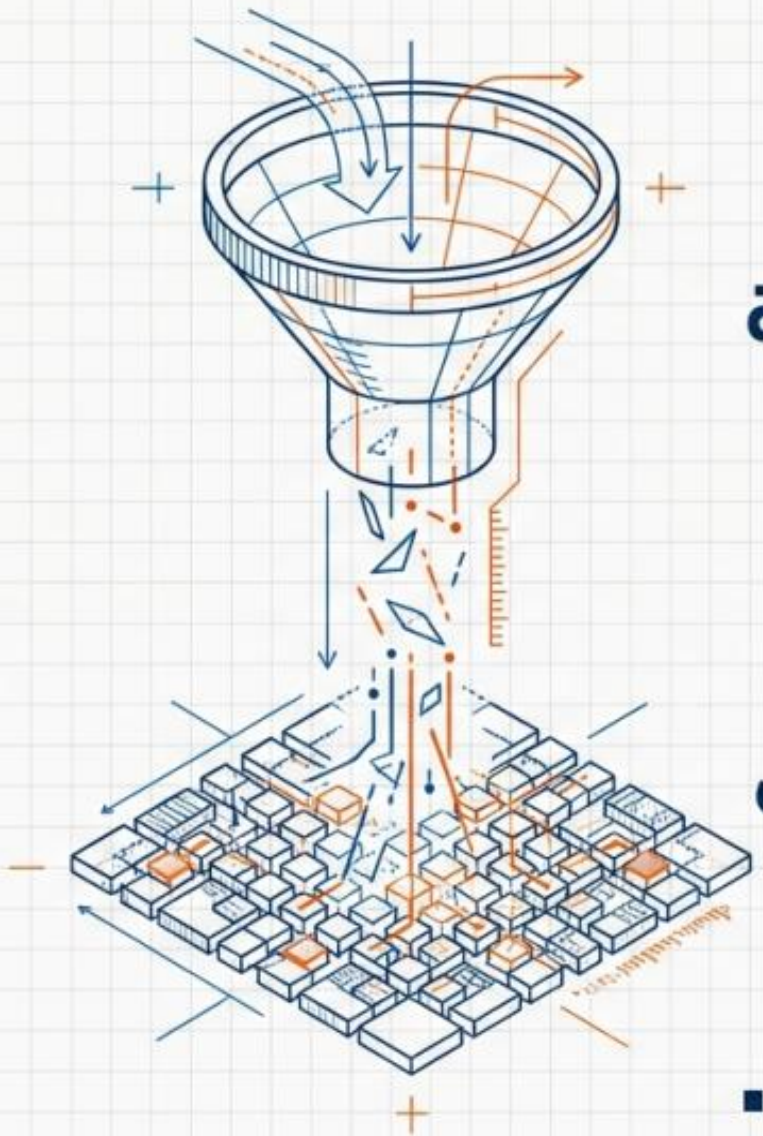
فعالية الإعلان نتيجة انسجام البنية.

القطب الأول: المرسل والرسالة



الرسالة انعكاس لنية المعلن.

القطب الثاني: الوسيلة والمتلقي



الوسيلة

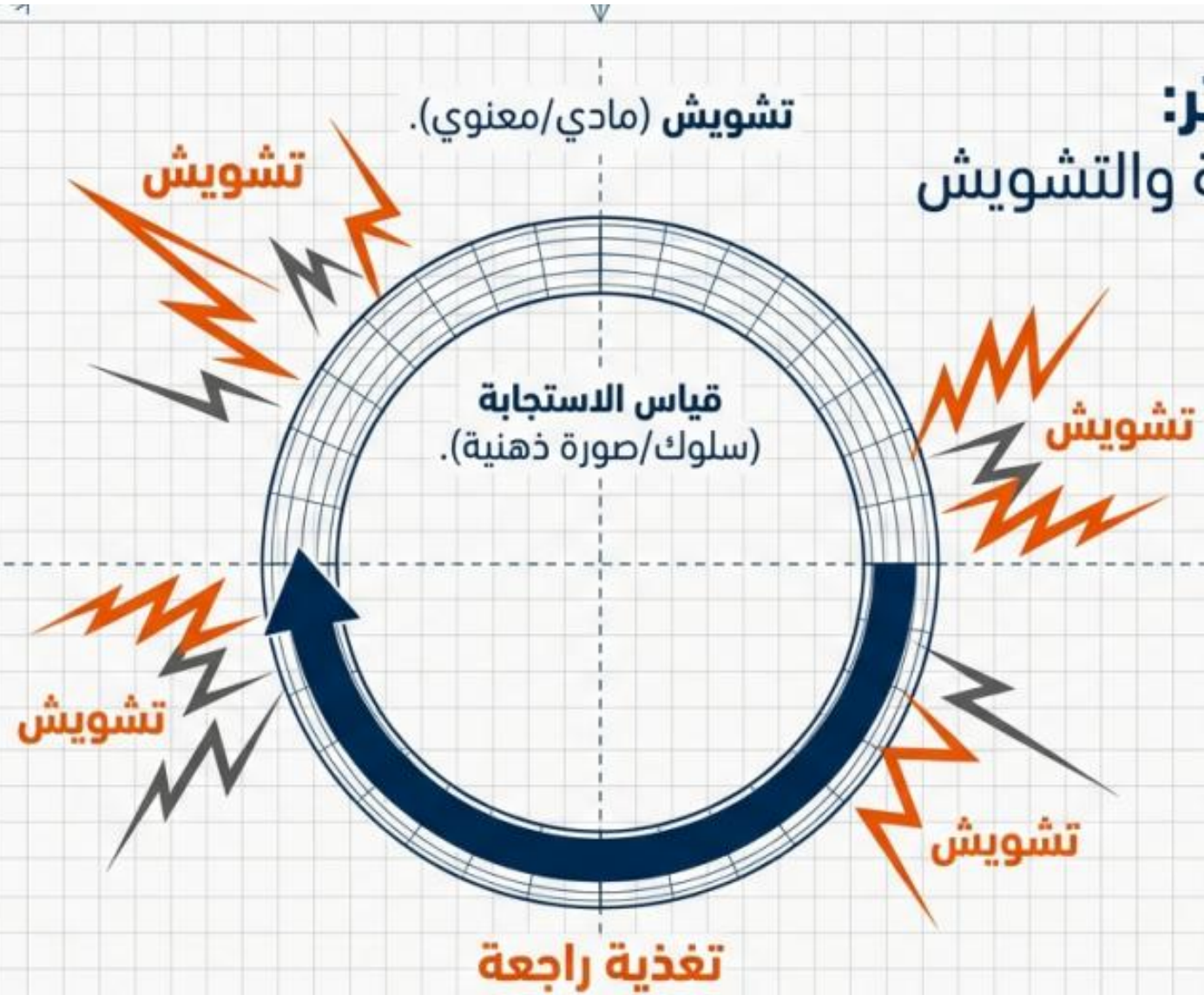
قناة جماهيرية تحدد الوصول.

المتلقي

يفسر الرسالة والإدراك
مشروط بالخلفية.

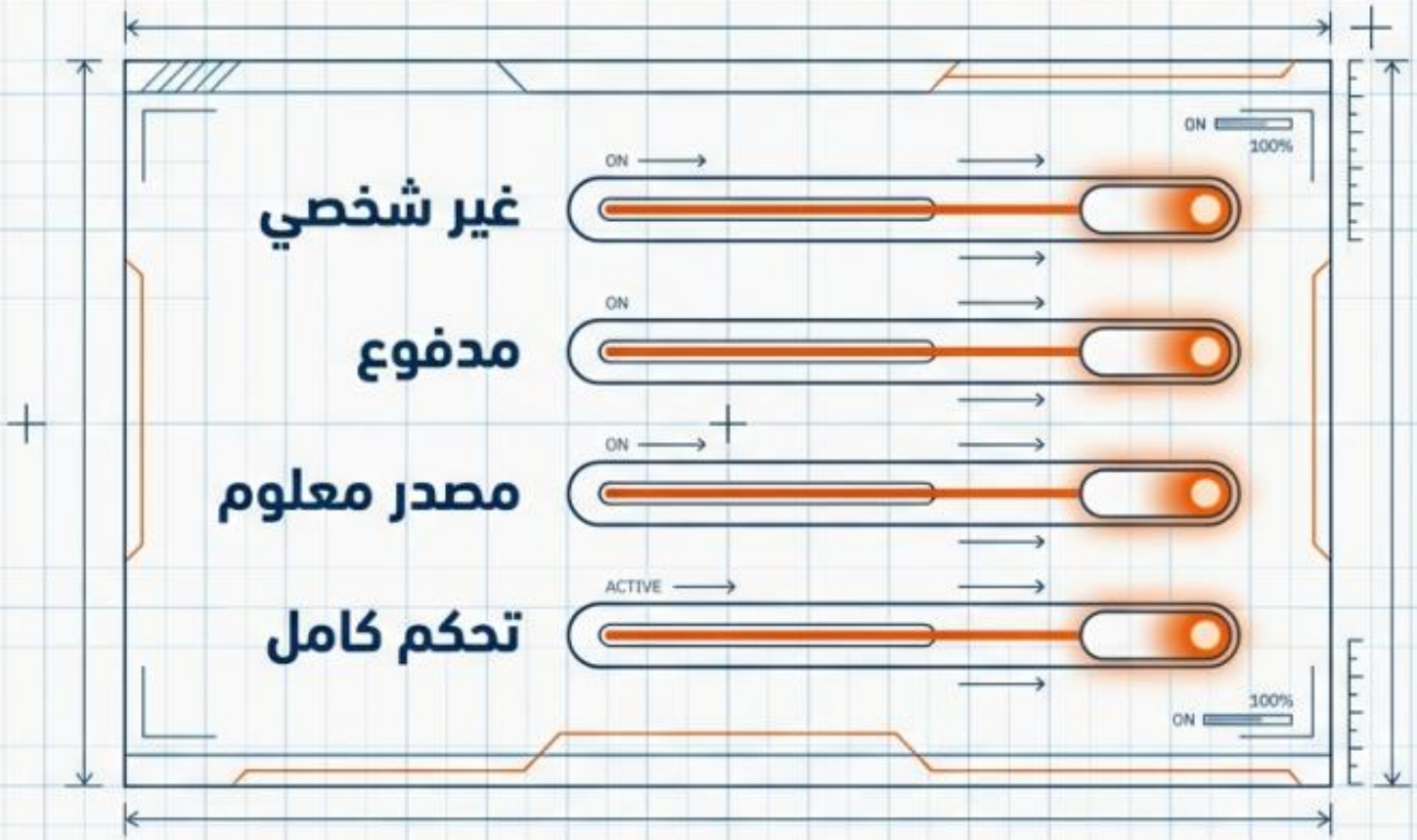
المعنى لا يُنقل، بل يُبنى.

ديناميكية الأثر:
التغذية الراجعة والتشويش



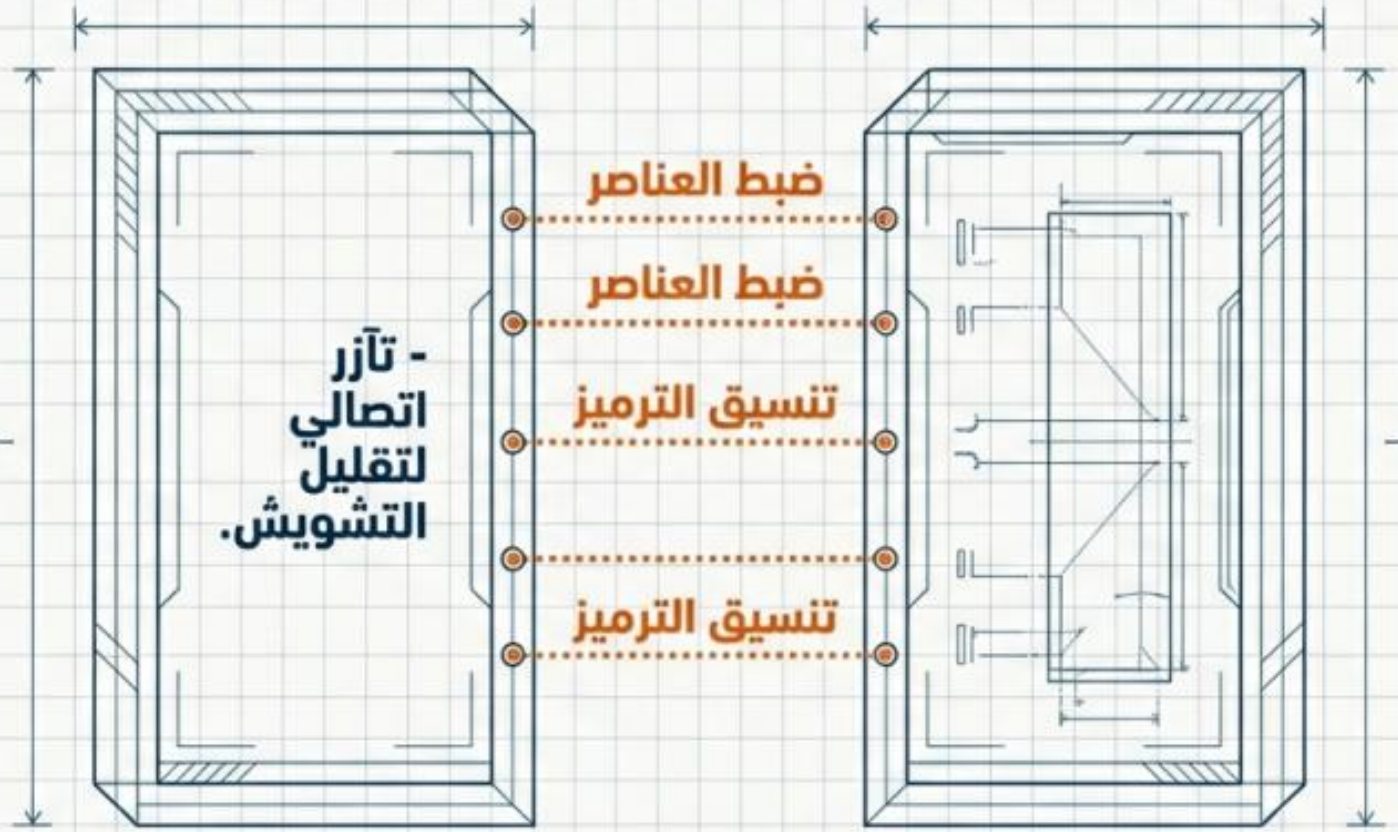
كل تشويش يقلل الأثر الإقناعي.

خصوصية الاتصال الإعلاني



الإعلان اتصال مُدار لا تلقائي.

الاتصال وهندسة الإعلان



الهندسة = تصميم الأثر

الخلاصة



الإعلان الناجح هو اتصال مُتقن.