الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة قسنطينة3

كلية الفنون والثقافة

قسم الفنون البصرية
وفنون العرض

دعاية للعلاج بالفن في المدارس الابتدائية بالجزائر. تصميم اعلان مطبوع وورشة افتراضية ثلاثية الابعاد انموذجا

مذكرة مكممة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في شعبة الفنون البصرية
تخصص :فن الإشهار

مقدمة من طرف:

- موساوي لطيفة
- بن تازير حسناء

تحت إشراف:

محمد عميرش

أعضاء لجنة المناقشة:

أ- خالد سعسع...../رئيسا.
أ-محمد عميرش...../مشرفا ومقررا.
أ-ايمان مرابط...../عضوا ممتحنا.

السنة الجامعية :2020/2019

ملخص :

تطرقنا في دراستنا لاستخدام الدعاية لترويج العلاج بالفن والذي يعتبر نوعا من العلاج النفسي الذي له تأثيرا كبيرا في تفريغ المكبوتات والشحنات السلبية عند التلميذ، ويتم ذلك من خلال انشاء ورشة العلاج بالفن في المؤسسات الابتدائية الجزائرية ، والتي يتم فيها تشخيص حالة التلميذ النفسية والسلوكية ، فلابد ان يكون للمدرسة دورا كبيرا في الرعاية والمحافظة على اصلاح الحالة النفسية للتلميذ وابتكار الحلول لمشكلاته ، ومن خلال دراستنا قسمنا مراحل الانجاز الى فصلين الفصل النظري والفصل التطبيقي بناءا على اهداف الدراسة المتمثلة في الدعاية والترويج للعلاج بالفن بشكل عام والتوعية بأهميته لرعاية الصحة النفسية للتلميذ وضرورة تطبيق العلاج بالفن في مرحلة الطفولة في المدارس بشكل خاص.

الفصل الأول الجانب النظري وهو الانطلاقة التي تحتوى على اغلب مفاهيم و تعريفات للدعاية بشكل عام وأنوعها بمافيها الاجتماعية المعنية بدراستنا ، اساليبها ووسائلها المستخدمة في التأثير على المتلقي هو تم تطرقنا للعلاج بالفن في تعاريف والكيفية التي يتم بها ، ثم عرفنا بالصحة النفسية للتلاميذ في المدرسة و توضيح ضرورة العلاج بالفن والدعاية لتكوين ورشة العلاج بالفن في المدرسة ثم أخيرا الدراسات السابقة الشبيهة بموضوع دراستنا.

أما الفصل الثاني الجانب التطبيقي تحدثنا فيه عن مجتمع الدراسة واختيار العينة التي قمنا بدراستها وعلى غرار ذلك انجزنا تصاميم اعلانية وفق عناصر وأسس تصميم الإعلان المطبوع ، بالإضافة إلى ذلك صممنا ورشة العلاج بالفن ثلاثية الأبعاد ابعد دراسة محتوياتها و التصميم الداخلي ،للوصول الى نتائج عامة وتم والنتائج على ضوء الفرضيات لاختبار صحتها . عليها وفي الأخير خاتمه بالإضافة الى توصيات.

الكلمات المفتاحية : دعاية ، علاج بالفن ، مدرسة ، ورشة ، تصميم ، إعلان .

Résumé :

Nous avons évoqué dans notre étude l’emploi de la publicité pour promouvoir l’art-thérapie qui est considéré comme un type psychothérapie qui avait une grande influence pour le déchargement des cargaisons et refoulés négatives chez l’enfant en créant des ateliers artistiques dans les établissements primaires où on trouve l’usage des milieux artistiques afin d’arriver à identifier le comportement, la discipline et l’état psychologique de l’enfant. La vraie école doit jouer un grand rôle efficace dans l’entretien et la maintenance de l’enfant au niveau psychique et trouvant toujours des solutions.

A travers cette thèse, nous avons divisé notre recherche en deux sections ; la section théorique et la section pratique basant sur les buts de l'étude de la sensibilisation et la promotion de l'art-thérapie et son importance dans les écoles pour prendre soin la santé psychologique de l'enfant. Aussi apprendre à participer généralement l'art et à traiter spécifiquement avec l'art dans l'enfance.

La première section (le coté théorique) c'est le départ qui contient des concepts et des définitions du thème relatives à la publicité et ses types même sociologique qui est notre thème d'étude ; l'effet de ses styles et ses outils employés pour traiter le destinataire. Nous avons évoqué l'art-thérapie dans des définitions, le mode d'emploi, les étapes et les bases de ce traitement. Puis nous avons souligné l'importance de l'art-thérapie, la sensibilisation et la création des ateliers artistiques scolaires pour la santé psychique de l'écolier. Et enfin les anciennes études pareil à notre thème.

Mais la deuxième section (le coté pratique) où nous avons évoqué la société d'étude et le choix d'échantillon qu'on a étudié. A partir de cette sélection, nous avons conçu des annonces selon les éléments et les fondations de la publicité imprimée. Nous avons essayé aussi de planifier un atelier d'art-thérapie virtuel trois dimension après l'étude de ses bases de la décoration et le désigne intérieur et son contenu afin d'arriver aux résultats généraux et faire les relier avec les hypothèses pour tester sa validité. Et finalement ; une conclusion, des recommandations et des propositions.

Les mots-clés :
la publicité , la sensibilisation , l'art-thérapie ,un atelier ,Un établissement, une école , un désigne , une planification , une conception ,Une publicité , une annonce .

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
إهداء شكر وعرفان ملخص الدراسة فهرس المحتويات	
المقدمة	أ
الإشكالية	ج
الفرضيات	د
أسباب اختيار الموضوع	د
أهداف اختيار الموضوع :	ه
حدود البحث	و
منهج البحث	و
صعوبات البحث:	ط
هيكل البحث:	ط
الفصل الأول : الجانب النظري	11
تمهيد	11
المبحث الأول : تحديد المفاهيم الرئيسية للدراسة:	12
1) الدعاية	12
1)-1 مفهوم الدعاية:	12
1)-2أنواع الدعاية:	15
أولا : أنواع الدعاية من حيث نشاطها(طبيعة المضمون):	15
ثانيا: أنواع الدعاية حسب الهدف:	16
1)-3 الدعاية والرأي العام:	16

1)-4 الدعاية والإعلان الاجتماعي:	17
1)-5- أساليب الدعاية:	18
2)العلاج بالفن :	21
2)-1بدايات العلاج بالفن :	21
2)-2 تعريف العلاج بالفن :	22
2)-3أنواع العلاج بالفن :	23
أ_العلاج بالفن التشكيلي :	23
ب_العلاج بالموسيقى:	24
2)_4 أهداف و أهمية العلاج بالفن :	25
3)المدرسة الابتدائية:	28
3)_1 مفهوم المدرسة الابتدائية	28
3)-2 لمحة عن نشأة المدرسة الجزائرية :	29
3)-3 أهداف المدرسة الابتدائية:	30
المبحث الثاني : العلاقة بين المتغيرات من الناحية النظرية:	32
1) الصحة النفسية للتلميذ في المدرسة :	32
1)-2 مشاكل نفسية وسلوكية لدى التلميذ في المدرسة الابتدائية :	33
2) تطبيق العلاج بالفن لتلاميذ المدارس الابتدائية:	35
2)_1 علاج الأطفال بالفن :	35
2)_2 العلاج عن طريق الفن في المدرسة الابتدائية :	36
2)_3 اختلاف بين التربية الفنية والعلاج عن طريق الفن في المدرسة:	38
2)-3 ورشة العلاج بالفن في المدراس الابتدائية:	38
أ_ أهداف و أهمية ورشة العلاج بالفن في المدرسة :	38

3)_ضرورة انشاء دعاية للعلاج بالفن في المدارس الابتدائية بالجزائرية:	39
المبحث الثالث : الدراسات السابقة	40
الدراسة الأولى	40
الدراسة الثانية	42
خلاصة الفصل الأول	45
الفصل الثاني :الإطار التطبيقي	46
تمهيد:	46
المبحث الأول : إجراءات الدراسة	47
1)مجتمع البحث و عينة الدراسة	47
1)-1 مجتمع البحث	47
1)-2عينة الدراسة	47
1)-3 أدوات جمع بيانات الدراسة:	48
1)-4الجانب المفاهيمي للإطار التطبيقي:	50
أ-تصميم الإعلان :	50
أ_1 تعريف التصميم :	50
أ_2 الإعلان	51
أ_3 الشعار(اللوغو)	51
أ_4 بطاقة الزيارة	51
أ_5 الملصقات	52
أ-6 المطويات	52
أ_7 النشرة الاعلانية	52
ب_عناصر تصميم الإعلان المطبوع	52
ج -أسس تصميم الإعلان المطبوع	54
البرامج المستخدمة في معالجة المعطيات	56
1) مراحل اعداد الجانب التطبيقي	56
3)-1 التعريف بالمعالجة الفنية آن صوفي بوكسوم	56
3)- 2 تطبيق منهجية التحليل على عينة البحث :	57
العينة رقم 1: تحليل الشعار :	57
العينة رقم 2: تحليل بطاقة الزيارة:	61
العينة رقم 3 : تحليل المطوية:	64

العينة رقم 4: تحليل الملصقة الاشهارية :	70
2)-2تطبيق مراحل تصميم الاعلان والورشة ثلاثية الأبعاد:	74
المرحلة الأولى: مرحلة البحث وجمع المعلومات:	74
المرحلة الثانية : مرحلة التصميم:	76
أ_الشعار/اللوغو:	77
ب_الورشة الثلاثية الأبعاد	79
ج_ تصميم بطاقة الزيارة	87
د_تصميم الملصقة الاعلانية :	88
و_تصميم المطوية:	91
المبحث الثاني :عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:	98
عرض النتائج العامة:	98
النتائج في ضوء فرضيات الدراسة:	99
خلاصة	101
الخاتمة	102
التوصيات	103
قائمة المراجع	104
قائمة الملاحق	109