

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة 3 -

قسم الفنون البصرية وفنون العرض



كلية الفنون والثقافة

استخدام الأسلوب الفكاهي للترويج للمنتجات الغذائية

تصميم تصور مقترح لومضة اشهارية لشكولاتة "ديليس" « *Délice* »

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في شعبة الفنون البصرية

تخصص: فن الاشهار

اشراف الأستاذة:

اعداد الطالبة:

- نجاح بوالهوشات

- هدى بغريش

أعضاء لجنة المناقشة:

أ/سارة زقاي.....رئيسا

أ/ نجاح بوالهوشات.....مشرفا ومقررا

أ/رجاء بوزربية.....عضوا ممتحنا

السنة الجامعية 2020/2019

الإهداء

الشكر

VI.....	فهرست المحتويات
X.....	فهرست الأشكال
XIII.....	فهرست الجداول
XIV.....	ملخصات الدراسة
XVII.....	مقدمة
18.....	1- الدراسات السابقة
21.....	2- تحديد مفاهيم الدراسة
21.....	2-1- تحديد المفاهيم الأساسية
24.....	2-2- تحديد المفاهيم المساعدة
26.....	3- الإشكالية
27.....	4- مبررات اختيار الموضوع
28.....	5- أهمية الموضوع
28.....	6- أهداف الموضوع
29.....	7- الفرضيات
30.....	8- منهجية البحث والأدوات المستعملة
32.....	9- عينة الدراسة
32.....	10- المجال الزمني والمكاني

33.....	11- المقاربة النظرية.....
34.....	12- هيكلية البحث.....
الفصل الأول: الومضة الاشهارية والأسلوب الفكاهي	
37.....	تمهيد.....
38.....	1- أساسيات الترويج للمنتجات الغذائية.....
38.....	1-1- عناصر المزيج الترويجي.....
41.....	1-2- أهداف ترويج المبيعات.....
42.....	1-3- العوامل المؤثرة على اختيار المزيج الترويجي.....
45.....	2- الومضة الاشهارية.....
46.....	2-3- نشأة الومضة الاشهارية.....
46.....	2-4- خصائص الومضة الاشهارية.....
48.....	2-5- أهداف الومضة الاشهارية.....
49.....	2-6- أنواع الومضة الاشهارية.....
53.....	2-7- المراحل الأساسية في تصميم الومضة الاشهارية.....
54.....	2-8- برمجيات تصميم الومضة الاشهارية.....
55.....	2-9- الأساليب الإقناعية في تصميم الومضة الاشهارية.....
63.....	3- الفكاهة في الاشهار.....
64.....	3-1- فوائد الفكاهة.....
64.....	3-2- وظائف الفكاهة.....
65.....	3-3- أهمية استخدام الفكاهة في الاشهار.....
65.....	3-4- أنواع الفكاهة الاشهارية.....
66.....	3-5- الاعتبارات الواجب مراعاتها عند استخدام الفكاهة في الاشهار.....
67.....	3-6- مميزات استخدام الفكاهة في الاشهار.....

68.....	3-7- عيوب استخدام الفكاهة في الاشهار.
69.....	3-8- أساليب الفكاهة في بناء الفكرة الاشهارية.
71.....	خلاصة.
الفصل الثاني: تصميم ومضة اشهارية باستخدام الأسلوب الفكاهي	
73.....	تمهيد.
74.....	1- فكرة المشروع الفني وأسباب اختيارها.
74.....	2- الدراسة التحليلية للنماذج الفنية المقاربة.
75.....	2-1- اللقطات.
76.....	2-2- زوايا الكاميرا.
76.....	2-3- حركة الكاميرا.
77.....	2-4- تحليل النموذج الأول: ومضة اشهارية لشكولاتة "اوبتيلا" مع "دقيوس ومقيوس".
87.....	2-5- تحليل النموذج الثاني: ومضة اشهارية لشكولاتة "سنيكرز" مع "مستر بين".
98.....	3- مراحل انجاز المشروع الفني.
98.....	3-1- مرحلة تصميم شعار الشركة.
100.....	3-2- نبذة عن الشركة.
101.....	3-3- مرحلة تصميم غلاف المنتج.
108.....	3-4- مرحلة تصميم الومضة الاشهارية.
126.....	3-5- عوائق انجاز الومضة الاشهارية.
126.....	3-6- مرحلة تصميم اللافتات الاشهارية.

135.....	4- مناقشة النتائج النهائية للمشروع الفني.....
135.....	4-1- عرض النتائج في ضوء الفرضيات.....
136.....	4-2- عرض النتائج في ضوء الدراسات السابقة.....
137.....	4-3- عرض النتائج في ضوء المقاربة النظرية.....
138.....خلاصة.....
140.....خاتمة.....
143.....فهرست المراجع.....

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
39	عناصر المزيج الترويجي	1
44	استراتيجية الدفع والجذب في الترويج	2
100	شعار شركة "لا سافور" « <i>La Saveur</i> »	3
101	غلاف شوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » بذوق الجوزية	4
103	غلاف شوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » بذوق الشامية	5
103	غلاف شوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » بذوق النوثة	6
104	التصميم النهائي لغلاف شوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » بذوق الجوزية	7
105	التصميم النهائي لغلاف شوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » بذوق الشامية	8
106	التصميم النهائي لغلاف شوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » بذوق النوثة	9
107	التصميم النهائي لغلاف شوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » من الجهة الخلفية	10
108	القياسات الطبيعية لجسم الرجل	11
109	رسم نهائي للشخصية الرئيسية في وضعية جانبية	12
110	رسم نهائي للشخصية الرئيسية في وضعية أمامية	13
111	الشخصية الرئيسية أثناء رمش العيون في حالة السعادة والحزن	14
112	حركات فم الشخصية الرئيسية حسب الحروف في وضعية السعادة	15
113	حركات فم الشخصية الرئيسية حسب الحروف في وضعية الحزن	16
117	رواق الشركة	17

118	داخل غرفة الاجتماعات	18
119	انطلاق الانذار	19
120	انخفاض مستوى الفرح	20
121	هالك « <i>Hulk</i> »	21
122	شخصية تبدو خائفة ومتفاجئة	22
123	لوح شوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » بذوق الشامية على الطاولة	23
124	عودة الشخصية الرئيسية الى حالتها الطبيعية بعد أكل شوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> »	24
125	صورة لشوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » بأذواقها الثلاثة	25
127	لافتة اشهارية لشوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » بذوق الجوزية	26
128	التصميم النهائي للافتة الاشهارية لشوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » بذوق الجوزية	27
129	لافتة اشهارية لشوكولاتة ديليس " « <i>Délice</i> » بذوق الشامية	28
130	التصميم النهائي للافتة الاشهارية لشوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » بذوق الشامية	29
131	لافتة اشهارية لشوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » بذوق النوثة	30
132	التصميم النهائي للافتة الاشهارية لشوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » بذوق النوثة	31
133	لافتة اشهارية لشوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » للأذواق الثلاثة	32

134	التصميم النهائي للافتة الاشهارية لشكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> » للأذواق الثلاثة	33
-----	--	----

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
77	التقطيع التقني لومضة اشهارية لشوكولاتة "أوبتيلا" مع "دقيوس ومقيوس"	01
88	التقطيع التقني لومضة اشهارية لشوكولاتة "سنيكرز" مع "مستر بين"	02
114	سيناريو مقترح لومضة اشهارية لشوكولاتة "ديليس" « <i>Délice</i> »	03

الملخص

هدفت هذه الدراسة الى البحث عن الأسلوب الفكاهي المناسب لتصميم تصور مقترح لومضة اشهارية تهدف للترويج لشكولاتة "ديليس" « *Délice* », أما أهميتها فتكمن في المزج بين البحث الذي يهدف الى اثراء التراث النظري والبحث القائم على الممارسة الفنية، بالإضافة استخدام الاشهار كوسيلة للتعبير عن الثقافة الجزائرية، وللجوء الى الأساليب الناجعة والمعروفة عالميا كالفكاهة في تصميم الومضات الاشهارية، في سبيل تحقيق ذلك اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي ومنهج الممارسة الفنية، كما تم اختيار عينة قصدية متكونة من ومضتين اشهاريتين تعتمدان على الأسلوب الفكاهي في الترويج لمنتج الشكولاتة.

توصلت دراستنا الى أن أسلوب المبالغة أنسب الأساليب الفكاهية لتصميم ومضة اشهارية تهدف للترويج لشكولاتة "ديليس" « *Délice* », كما اتضح من خلال المعطيات التطبيقية أن توظيف العناصر التشكيلية وفق مبادئ التصميم تسمح بالوصول الى مشروع نهائي يجمع بين عنصري الجمال والوظيفية، كما تبين أن الشخصية الكرتونية واللغة التواصلية غير اللفظية أنسب الوسائل لوضع التصور المقترح.

الكلمات المفتاحية

تصميم، ومضة اشهارية، فكاهة، أسلوب فكاهي، ترويج.

Résumé

Cette étude visait à rechercher le style humoristique approprié pour concevoir une visualisation proposition de spot publicitaire visant à promouvoir le chocolat « *Délice* », son importance réside dans la combinaison de recherches visant à enrichir le patrimoine théorique avec des recherches basées sur la pratique artistique, en plus d'utiliser la publicité comme moyen d'expression de la culture algérienne, et recourant à des méthodes efficaces et internationalement connues, comme l'humour de conception des spots publicitaires, pour y parvenir, l'étude s'est appuyée sur l'approche descriptive et l'approche de pratique artistique, et sur un échantillon intentionnel constitué

de deux spots publicitaires utilisant le style humoristique pour promouvoir le produit chocolaté.

Notre étude a révélé que le style de l'exagération est le style humoristique le plus appropriée pour concevoir un spot publicitaire visant à promouvoir le chocolat "*Délice*". Il a également été démontré à travers les données appliquées que l'utilisation d'éléments plastiques selon les principes de conception permet d'atteindre un projet final qui combine les deux éléments de beauté et de fonctionnalité, Un personnage de cartoon et un langage communicatif non verbal se sont avérés être les moyens les plus appropriés pour développer la visualisation proposée.

Mots-clés : Conception, Spot publicitaire, Humour, Style humoristique, Promotion.

Summary

This study aimed to find the appropriate humorous style to design a proposed visualization of a commercial to promote the "*Délice*" chocolate, its importance lies in combining research aimed at enriching theoretical heritage with research based on artistic practice, in addition to using advertising as a means of expression of Algerian culture, and resorting to effective and internationally known styles, such as humor of designing commercials, to achieve this, the study relied on the descriptive approach and the artistic practice approach, and on an intentional sample made up of two commercials using the humorous style to promote the chocolate product.

Our study found that the exaggeration style is the most appropriate humorous style to design a commercial to promote "*Délice*" chocolate. It has also been shown through the applied data that the use of plastic elements according to the design principles allows to achieve a final project that combines the two elements of beauty and functionality. A cartoon character and non-verbal communicative language have proven to be the most appropriate means to develop the proposed visualization.

Keywords : Design, Commercial, Humor, Humorous style, Promotion.