

تناولت الدراسة موضوع " استخدام التكنولوجيا الرقمية في الإشهار الخارجي -تطبيق تقنية الـ" video mapping - " على مسرح قسنطينة-أنموذجاً-، حيث هدفت الدراسة إلى الكشف عن طريقة استخدام وتوظيف التكنولوجيا الرقمية في الإشهار الخارجي، من خلال إبراز مدى فعاليتها في العملية الإشهارية، و لتحقيق هذا الهدف تم الاعتماد منهج التحليل السيميولوجي، حيث استعنا بمقاربة " كريستيان ميتز " للتحليل الفيلمي، وتطبيق مراحلها على العينة القصصية التي قمنا باختيار عناصرها، للكشف عن قوة و تأثير الوسيلة الرقمية على المتلقي، بالإضافة إلى تصميم عرض إشهاري باستخدام تقنية الـ " video mapping - " لفيلم "البوغي" و لتحقيق ذلك اعتمدنا على منهج الممارسة الفنية.

توصلت الدراسة إلى أن فعالية الرسالة الإشهارية ترتبط بخصائص الوسيلة التي تحملها، حيث أن التقنية الرقمية تفتح مجالاً للمتلقى للتفاعل الجيد مع مضمونها، إضافة إلى أن التركيز على استخدام العناصر الأيقونية والموسيقية يلعب دوراً مهماً في التأثير على المتلقي.

### الكلمات المفتاحية

تكنولوجيا رقمية، إشهار خارجي، تحليل فني، سيميولوجيا، تصميم، تقنية، اسقاط خرائط فيديو

### Summary

The study addressed the theme of 'the use of digital technology in external advertising - application of the video mapping technology on the theater of Constantine - model - where the study aimed to reveal the method of using and employing digital technology in external advertising, by highlighting the extent of its effectiveness in the advertising process To achieve this goal, the semiological analysis approach was adopted, using Christian Metz's approach to film analysis, and applying its stages to the intended sample that we have chosen, to detect the power and impact of the digital medium on the receiver, in addition to designing a publicity show using technology The 'video mapping' for the film 'Boughi' and to achieve this we relied on the method of artistic practice.

The study found that the effectiveness of the advertising message is related to the characteristics of the medium it carries, as digital technology opens up room for the recipient to interact well with its content, in addition to the fact that the

focus on the use of iconic and musical elements plays an important role in influencing the recipient.

### Keywords

Digital technology, external advertising, technical analysis, semiology, design, technology, video map projection

### Résumé

L'étude a abordé le thème de « 'utilisation de la technologie numérique dans la publicité externe - l'application de la technique de la « video mapping - sur le théâtre de Constantine - modèle - où l'étude visait à révéler la méthode et d'utilisation de la technologie numérique dans la publicité externe, en soulignant l'étendue de son efficacité dans le processus publicitaire Pour atteindre cet objectif, l'approche d'analyse sémiologique a été adoptée, en utilisant l'approche de « Christian Metz » pour l'analyse cinématographique, et en appliquant ses étapes à l'échantillon prévu que nous avons choisi, afin de détecter la puissance et l'impact du support numérique sur le récepteur, en plus de concevoir un spectacle publicitaire à l'aide de la technologie Le « video mapping » du film «el-boughi » et pour y parvenir, nous nous sommes appuyés sur la méthode de la pratique artistique.

L'étude a révélé que l'efficacité du message publicitaire est liée aux caractéristiques du support qu'il porte, car la technologie numérique ouvre la voie au destinataire pour bien interagir avec son contenu, en plus du fait que l'accent mis sur l'utilisation d'éléments emblématiques et musicaux joue un rôle important dans l'influence du destinataire.

### Mots-clés

Technologie numérique, publicité externe, analyse technique, sémiologie, design, technologie, projection de carte vidéo