

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة 3 -

قسم الفنون البصرية وفنون العرض



كلية الفنون والثقافة

الموشن غرافيك في الاشهار

تصميم ومضة اشهارية بتقنية الموشن غرافيك - أنموذجا -

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

إشراف الأستاذ:

- أ. د. رجاء بوزريعة
المشرف المساعد
- أ. بوالبردة شهريار

إعداد الطالب:

- خامر سهيلة
- سلطاني سوسن

أعضاء لجنة المناقشة:

أ/ محمد عميرش.....رئيسا
أ/د/ رجاء بوزريعة.....مشرفا ومقررا
أ/شهريار بوالبردة.....مشرفا مساعدا
أ/عبد السلام يخلف.....عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2019/2018

فهرس المحتويات

أ	شكر
ب	إهداء
ج	فهرس المحتويات
9	مقدمة
19	الفصل الأول: الإطار النظري
20	المبحث الأول: مدخل إلى الموشن غرافيك
20	مفاهيم الدراسة
27	التعريف الإجرائي للموشن غرافيك
28	نبذة تاريخية عن الموشن غرافيك
35	تقنيات الموشن غرافيك
43	مبادئ الموشن غرافيك
51	اعتبارات يجب اتباعها عند تصميم الموشن غرافيك
52	إستخدامات الموشن غرافيك
62	المبحث الثاني : خصوصيات الموشن غرافيك في الإشهار
62	إستخدامات الموشن غرافيك في الإشهار ووسائل الاعلام
64	أهمية ومضات الموشن غرافيك الإشهارية
70	مميزات ومضات الموشن غرافيك الإشهارية
74	العوامل والعناصر المؤثرة في ومضات الموشن غرافيك الإشهارية
81	الفرق بين الومضات الإشهارية العادية ومضات الموشن غرافيك الإشهارية
85	الفصل الثاني: الإطار التقني التطبيقي
86	المبحث الأول: الآليات المتعلقة بتصميم ومضة إشهارية لحليب "كايا"
86	التقنيات المستخدمة في الموشن غرافيك الإشهاري
88	تحليل ومضة اشهارية لشريحة الهاتف النقال ooredoo 'هيا' بتقنية الموشن غرافيك
108	مصدر الفكرة

110	تحديد الهدف من وراء الومضة الاشهارية لحليب كايا
111	المبحث الثاني. المراحل العلمية لتصميم ومضة إشهارية لحليب "كايا"
111	مراحل تصميم حليب كايا
112	مراحل تصميم الومضة الاشهارية لحليب كايا
122	خاتمة
126	قائمة المصادر والمراجع
131	قائمة الملاحق
134	ملخص

المحتوى

المخلص:

تعتبر تقنية الموشن غرافيك احدى تكنولوجيايات الاتصال الحديث، حيث تلعب دورا هاما في إيصال المعلومات والأفكار المعقدة بطريقة سلسلة خالية من السرد، خاصة في مجال الاشهار الذي يعد من أوسع المجالات وأكثرها استخداما له. وتعد هذه التقنية مدخلا متطورا لعرض المنتجات والخدمات والأفكار المصورة بشكل متتابع يوحي بوجود الحركة، مع توفير كافة المعلومات عنها بشكل مؤثر يسهل على المتلقي اتخاذ القرار تبعا لميولاته ورغباته، وذلك عن طريق الاستخدام الأمثل للتقنيات والمبادئ الخاصة بهذه التقنية (الموشن غرافيك) وإدراجها حسب فكرة الاشهار سواء بدمج عدة تقنيات أو تقنية واحدة في الومضة الاشهارية الواحدة، حسب الاعتبارات الواجب توفرها فيها. حيث يمكن للمتلقي أن ينجذب للإعلانات أو يتجاهلها وبالتالي يتم جذب انتباهه عن طريق العوامل والعناصر المؤثرة في تصميم الاشهار كاللون، الضوء، الحركة، الكتابة والصوت. وتعتبر الحركة والوقت من أهم مميزات ومضات الموشن غرافيك الاشهارية مما يجعلها تختلف عن الومضات الاشهارية الأخرى. وفي سياق هذه الدراسة قمنا بتصميم منتج حليب كايا وانتاج ومضة اشهارية له عن طريق اتباع مراحل تقنية الموشن غرافيك الحاسوبي ثنائي وثلاثي الأبعاد.

حيث توصلت الدراسة الى أن الموشن غرافيك له أهمية كبيرة ودور فعال في ترسيخ المعلومة في ذهن المتلقي والتأثير فيه بالإضافة الى إمكانية استخدامه في كافة المجالات وبشتى الطرق.

الكلمات المفتاحية:

(الموشن غرافيك، الومضة الاشهارية، تقنيات ومبادئ الموشن غرافيك، التصميم، المتلقي)

Résumer:

Le « Motion Graphics » est l'une des technologies de communication modernes, elle joue un rôle important dans la diffusion d'informations et d'idées complexes en toute fluidité sans recourir à la narration, en particulier dans le vaste domaine de la publicité, où il est largement utilisé. Cette technique est considérée comme un outil très développé pour exposer les produits, les services et les idées imagées par progression d'images, reflétant un mouvement et une dynamique tout en fournissant efficacement toutes les informations du sujet, ce qui permettra au destinataire de prendre plus facilement des décisions en fonction de ses désirs et de ses penchants. Tout cela par une utilisation efficace des techniques et des principes de ce domaine (le Motion graphics), incorporés selon l'idée même du spot publicitaire, soit par l'intégration d'une ou de plusieurs techniques. Le destinataire peut être attiré par une publicité et ignorer une autre, c'est pourquoi nous attirons son attention par des éléments de design publicitaires, tel que la couleur, la lumière, le mouvement, l'écriture et le son.

Le mouvement et le temps sont l'une des caractéristiques les plus importantes des spots publicitaires en « Motion graphics », ce qui le rend différent des autres spots publicitaires.

Dans le cadre de cette étude, nous avons conçu le produit laitier Kaya et produit un spot publicitaire en suivant les processus du « motion graphic » 2D et 3D.

L'étude a conclu que le « Motion Graphics » revêt une grande importance et joue un rôle efficace dans le renforcement de l'information dans l'esprit du destinataire et ainsi l'influencer, en plus de la possibilité de l'utiliser dans tous les domaines et de différentes manières.

Les mots clé:

(motion graphique, spot publicitaire, technique et principe de la motion graphique, conception, récepteur)