

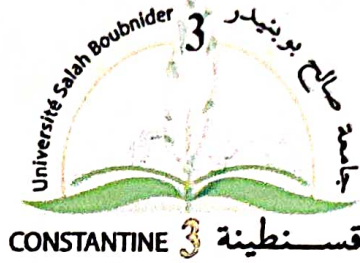
54

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة-3

قسم الفنون البصرية و فنون العرض



كلية الفنون و الثقافة

توظيف تقنية ثلاثية الأبعاد في الإشهار  
تصميم إشهار لعطر "شانيل" بتطبيق Blender - نموذجاً-

مكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة الفنون البصرية

تخصص: فن الإشهار

إشراف الأستاذة:

بوطعوش فوزية

إعداد الطالبة:

دريس خولة

أعضاء لجنة المناقشة:

أ. قنيفة نورة.....رئيسا

أ. بوطعوش فوزية.....مشرفا و مقررا

أ. يطغان جمال.....عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2021/2020

## قائمة المحتويات:

الإهداء

الشكر

الصفحة	الموضوع
6	فهرس الصور والأشكال
9	مقدمة
21 - 11	الإطار المنهجي
11	1- إشكالية الدراسة
12-11	2- أسباب إختيار الموضوع
12	3- أهمية موضوع الدراسة
12	4- أهداف موضوع الدراسة
13-12	5- فرضيات الدراسة
15-14	6- الدراسات السابقة
14	6-1- الدراسات الاجنبية
15	6-2- الدراسات العربية
16	7- مجالات الدراسة
17-16	8- الأدوات المستعملة في جمع البيانات
16	8-1- أدوات التحليل
17	8-2- أدوات التصميم
17	9- عينة الدراسة
19 - 17	10- المقاربات النظرية لموضوع الدراسة
21 - 20	11- هيكله الدراسة
45 - 24	الفصل الأول: مقدمة عن الإشهار

24	1- تعريف الإشهار
24	2- التعريف الإجرائي للإشهار
25	3- نبذة تاريخية عن الإشهار
26 -25	4-عناصر الإشهار
27 -26	5- أنواع الإشهار
29-28	6- مراحل إنجاز الإشهار
30 -29	7- خصائص الإشهار
30	8- الإشهار ثلاثي الأبعاد
30	8-1- تقنية ثلاثية الأبعاد
31 -30	8-2- لمحة تاريخية حول تقنية ثلاثية الأبعاد
32-31	8-3- دوافع توظيف تقنية ثلاثية الأبعاد في الإشهار
33	9- تعريف الإشهار ثلاثي الأبعاد
43 -33	10 الإشهارات المتحركة و الثابتة ثلاثية الأبعاد
42 -33	10-1- الإشهارات المتحركة (La Publicité Animé)
43 -42	10-2- الإشهار الثابت (La Publicité Statique)
43	11- فوائد الإشهارات الثابتة في الإشهار
45 -43	المبحث الثاني: منهج الدراسة
	1-منهج الدراسة
69 -48	الفصل الثاني: مبادئ التصميم ثلاثي الأبعاد
48	1- تعريف الرسم المدعم بالحاسوب (DAO)
49 -48	1-1- مزايا الرسم المدعم بالحاسوب
49	1-2- سلبيات الرسم بالحاسوب
49	2- تعريف التصميم المدعم بالحاسوب (CAO)

49	3- الفرق بين الرسم المدعم بالحاسوب و التصميم المدعم بالحاسوب (DAO et CAO)
50	4- النمذجة ثنائية الأبعاد في نظام الرسم بواسطة الحاسوب
50	5- النمذجة ثلاثية الأبعاد (La Modélisation 3D)
50	5-1- تعريف النمذجة ثلاثية الأبعاد
51 - 50	5-2- لمحة تاريخية حول النمذجة ثلاثية الأبعاد
56 - 51	5-3- خطوات إنشاء نموذج ثلاثي الأبعاد
58 - 56	5-4- مجالات استخدام النمذجة ثلاثية الأبعاد
66 - 58	5-5- أنواع النمذجة ثلاثية الأبعاد
66	6- العناصر الأساسية للنمذجة ثلاثية الأبعاد
68 - 67	7- مبادئ النمذجة ثلاثية الأبعاد
68	8- خصائص النمذجة ثلاثية الأبعاد
69 - 68	9- سلبيات النمذجة ثلاثية الأبعاد
100 - 71	<b>الفصل الثالث: الجانب التطبيقي لموضوع الدراسة</b>
75 - 72	1. التحليل السيميولوجي للعينه المختارة من الملصق الإشهاري لمنتج "عطر شانيل" على طريقة رولان بارت
87 - 75	2- التصور التطبيقي لإنجاز المشروع الفني
89 - 87	3- مناقشة النتائج
87	3-1- على ضوء الفرضيات
88	3-2- على ضوء الدراسات السابقة
89	3-3- على ضوء المقاربات النظرية
94 - 93	<b>خاتمة</b>
98 - 96	<b>فهرس المصادر والمراجع</b>
100-98	<b>الملخص</b>

تناولت الدراسة موضوع موضوع "توظيف تقنية ثلاثية الأبعاد في الإشهار" - تصميم إشهار لعطر "شانيل" بتطبيق Blender نموذجاً حيث هدفت الدراسة إلى الكشف عن طريقة توظيف تقنية ثلاثية الأبعاد في تصميم الإشهارات، و كيفية إستخدام مختلف أدوات تطبيق Blender ، و لتحقيق هذا الهدف تم إعتتماد منهج التحليل السيميولوجي، حيث إعتمدنا على مقاربة "رولان بارت" في تحليل الصورة الإشهارية و تطبيق مراحلها على العينة القصدية التي قمنا بإختيارها لإبرار عناصرها الجمالية و كيفية تأثيرها في لوعي المتلقي، بالإضافة إلى تصميم إشهار ثلاثي الأبعاد لمنتج عطر شانيل بإستخدام تطبيق Blender و لتحقيق ذلك إعتمدنا على منهج الممارسة الفني. توصلت الدراسة إلى أن إستخدام التقنيات الحديثة في مجال الإشهار تلعب دوراً مهماً في زيادة فعالية الرسالة الإشهارية و التأثير على جودة المنتج من خلال طريقة تصميمه و تقديمه للمتلقي في قالب جديد مبتكر.

الكلمات المفتاحية: تقنية ثلاثية الأبعاد، تطبيق Blender ، المنهج السيميولوجي، الصورة

الإشهارية، تصميم.

## ABSTRACT:

The study addressed the theme of; "Using 3D technology in advertising" - Advertising design in Blender application as a model. The study aimed to reveal the method of employing 3D technology in advertising design, and how to use the various tools of Blender application. Where we relied on Roland Barthes approach in analyzing the advertising image and applying its stages to the intentional sample that we have chosen to justify its aesthetic elements and how they affect the unconscious of the recipient, in addition to designing a three-dimensional advertisement for the Chanel perfume product using the Blender application, and to achieve this we relied on Technical practice curriculum. The study found that the use of modern technologies in the field of advertising plays an important role in increasing the effectiveness of the advertising message and influencing the quality of the product through the way it is designed and presented to the recipient in a new innovative template.

Keywords: 3D technology, Blender application, semiological method, advertising image, design

### **Résumé :**

L'étude portait sur le thème "Utilisation de la technologie 3D dans la conception publicitaire dans l'application Blender en publicité" - La conception publicitaire tant que modèle. L'étude visait à révéler la méthode d'utilisation de la technologie 3D dans la conception publicitaire et comment utiliser les différents outils de l'application Blender, et pour atteindre cet objectif, la démarche d'analyse sémiologique a été adoptée où nous nous sommes appuyés sur l'approche de Roland Barthes pour analyser l'image publicitaire et appliquer ses étapes à l'échantillon intentionnel que nous avons choisi pour justifier ses éléments esthétiques et comment ils affectent l'inconscient destinataire, en plus de concevoir une publicité en trois dimensions pour le produit de parfum Chanel à l'aide de l'application Blender, et pour y parvenir, nous nous sommes appuyés sur le programme de pratique technique. L'étude a révélé que l'utilisation de technologies modernes dans le domaine de la publicité joue un rôle important pour augmenter l'efficacité du message publicitaire et influencer la qualité du produit grâce à la façon dont il est conçu et présenté au destinataire dans un nouveau modèle innovant

Mots clés : technologie 3D, application Blender, méthode sémiologique, image publicitaire, design