

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونبندر - قسنطينة 3 -



قسم فنون بصرية

كلية الفنون والثقافة

التصميم الجرافيكي في اللافتات الإشهارية

مقاربة سيميولوجية لعينة من لافتات "بيفا" الجزائرية _ أنموذجا _ .

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في شعبة الفنون البصرية

تخصص: فن الإشهار

إشراف الأستاذة:

بولحية سارة

إعداد الطلبة:

✓ بوعريف زكرياء

أعضاء لجنة المناقشة:

أ. رئيسا

أ. بولحية سارة مشرفا ومقررا

أ. عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2022/2021

فهرس المحتويات

الشكر

الاهداء

.....	فهرس المحتويات
ز.....	مقدمة
ح.....	الاشكالية
ح.....	أسباب اختيار الموضوع
ط.....	أهداف الدراسة
ط.....	أهمية الدراسة
ط.....	منهج الدراسة
ك.....	مجتمع البحث وعينة الدراسة
ل.....	أدوات جمع البيانات
م.....	الدراسات السابقة
ن.....	هيكله البحث

الفصل الأول: الإطار النظري لموضوع الدراسة

16.....	المبحث الأول: التصميم الجرافيكي
16.....	المطلب الأول : ماهية التصميم الجرافيكي
16.....	تمهيد
16.....	1- مفهوم التصميم الجرافيكي وتعريفه
18.....	2- نشأة وتطور التصميم الجرافيكي
19.....	3- أهمية التصميم الجرافيكي
22.....	4- مجالات الأعمال التي يوفرها تخصص التصميم الجرافيكي وأنواعه
23.....	المطلب الثاني: مميزات وعناصر التصميم الجرافيكي ومبادئه
23.....	1- مميزات التصميم الجرافيكي

24	2- عناصر التصميم الجرافيكي
28	3- المبادئ الأساسية للتصميم الجرافيكي
31	4- برامج التصميم الجرافيكي
33	المبحث الثاني: اللافتات الشهرية (الأشهر المطبوع)
33	تمهيد
33	المطلب الأول : ماهية الأشهر
33	1- مفهوم الأشهر
34	2- وظائف الأشهر
35	3- أهداف الأشهر
37	4- أنواع الأشهر
39	المطلب الثاني : اللافتات الشهرية (الأشهر المطبوع)
39	1- مفهوم اللافتات الشهرية
40	2- مراحل تطور اللافتات الشهرية
44	3- أنواع اللافتات الشهرية
46	4- خصائص اللافتات الشهرية
47	خلاصة
49	المبحث الثالث: فعالية التصميم الجرافيكي في اللافتات الشهرية
49	المطلب الأول: أساليب الاقتناع
49	1- تمهيد
49	2- أساليب الاقتناع في اللافتات الشهرية
49	1-2- الأساليب الاقتناعية المرتبطة بالشكل
51	2-2- الأساليب الاقتناعية المرتبطة بالموضوع
52	3_ الاستمالات الموظفة في اللافتات الشهرية
55	المطلب الثاني: استراتيجيات ونظريات
55	1/ استراتيجيات اللافتات الشهرية
55	2/ استراتيجيات ونظريات اللافتات الشهرية
55	2_1_ الاستراتيجيات
57	2-2- النظريات
59	خلاصة
59	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي لموضوع الدراسة

61.....	تمهيد
62.....	المبحث الأول: طريقة رولان بارت
62.....	تعريف الشركة المتجة "بيفا" الجزائرية .
63.....	اهداف الشركة المنتجة
64.....	تحليل سيميولوجي للافتة الاشهارية الأولى لمنتوج "بيفا" بسكويت time 4
65.....	المقاربة الوصفية
65.....	المقاربة النسقية
66.....	المقاربة السيميائية
67.....	المستوى التعييني
68.....	المستوى التضميني
69.....	المجال الإبداعي والجمالي في الرسالة
70.....	تحليل سيميولوجي للافتة اشهارية الثانية لمنتوج "بيفا" twisco
71.....	1- المقاربة الوصفية
71.....	2- المقاربة النسقية
72.....	3- المقاربة السيميائية
74.....	4-المستوى التعييني
75.....	5- المستوى التضميني
76.....	المجال الإبداعي والجمالي في الرسالة
.....	خاتمة
.....	صعوبات الدراسة
.....	توصيات
.....	قائمة المصادر والمراجع
.....	الملاحق
.....	الملخص

ملخص الدراسة:

تمحورت هذه الدراسة حول موضوع التصميم الجرافيكي في اللافتات الاشهارية ، مقارنة سيميائية للافتات اشهارية لعينة من منتجات شركة " بيفا " الجزائرية - أمودجا- وجاء اختيار الموضوع نظرا للجدل الواسع الذي يطرحه في واقعنا وزمننا هذا ، بالإضافة الى أهميته ، كون الاشهار له هدف أساسي ألا وهو الترويج للسلع والخدمات من أجل تحقيق ذلك البعد الاستهلاكي الجديد لدى المجتمع مع السعي وراء المستهلك بغية إقناعه و تغيير رأيه تجاه استهلاك المنتجات والخدمات التي يروج لها ، أما بالنسبة الى اللافتات الاشهارية تعمل على نقل وعرض ما يأتي به التصميم الجرافيكي في التشهير للمنتجات ، تروج لها عبر تصميم لافتات اشهارية لما لها من وظائف جمالية وفنية ، حيث اعتمدنا في دراستنا على نوعين من المناهج هما المنهج الوصفي ومنهج التحليل السيميولوجي ، حيث استخلصنا بذلك الى ان الاشهار بصفة عامة و التصميم الجرافيكي في اللافتات الاشهارية بصفة خاصة ، على انها أداة ترويجية و تبليغية هامة وفعالة تتخذها شركة " بيفا " والمجموعات التابعة لها في التعريف بمنتجاتها وسلعها.

الكلمات المفتاحية : الاشهار _ التصميم الجرافيكي _ اللافتات الاشهارية _ الترويج _ شركة " بيفا."

Résumé de l'étude:

الملخص باللغة الفرنسية

Résumé:

Cette étude a traité le thème du design graphique dans les panneaux publicitaires, approche sémiotique des panneaux publicitaires de l'entreprise algérienne BIFA.

Ce thème a été choisi pour les grands débats qu'il a imposé dans notre conscience et dans notre époque, voire son importance ; car la publicité a pour objectif de promouvoir les produits et les services afin d'atteindre une nouvelle perspective de consommation dans la société et pour qu'elle convainque le consommateur pour qu'il change son avis vis à vis la consommation et les services qu'elle promeut. Les fonctions esthétiques et artistiques de la conception graphique transmettent et éclaircissent ce que le design graphique apporte aux panneaux publicitaires dans la promotion des produits promus.

Lors de notre recherche, nous avons appuyé sur deux approches différentes : l'approche descriptive et l'approche analytique sémiologique, pour conclure que la publicité en général et le design graphique en particulier sont un outil

important et efficace pour promouvoir et faire comprendre les produits de l'entreprise BIFA et ses affiliés.

Les mots clés:

La publicité, le design graphique, les panneaux publicitaires, la promotion, l'entreprise BIFA

الملخص باللغة الإنجليزية :

This paper centered on the subject of realistic plan in publicizing signs, a semiotic approach to promoting signs for a test of the items of the Algerian company "Biva" - a demonstration - The choice of the subject came due to the wide discussion that it raises in our mindfulness and our time, in expansion to its importance, since promoting incorporates a primary goal, which is the advancement of products and administrations in arrange to realize that modern shopper measurement in society with the interest of the customer in arrange to persuade him and alter his conclusion towards consuming the items and administrations that It advances it, and as for the promoting standards that work to communicate and show what realistic plan brings to maligning of items, it advances it by planning publicizing pennants since of its tasteful and imaginative capacities. In this way, we concluded that publicizing in common, and realistic plan in promoting pennants in specific, is an critical and compelling special and dispersal instrument taken by Biva and its partnered bunches in presenting their items and merchandise .

Keywords: publicizing, realistic plan, promoting standards.