



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة 03-

كلية الفنون و الثقافة

قسم الفنون البصرية و فنون العرض



تخصص ماستر فن الاشهار

شعبة الفنون البصرية

توظيف الاشهار التفاعلي في الترويج للباس التقليدي استخدام تقنية الهولو غرام "انموذجا"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر اكايمي في شعبة الفنون البصرية .

تخصص فن الاشهار

الأستاذة(ة) المشرف(ة):

د. مرابط ايمان .

إعداد الطلبة:

– فريعن لينة .

السنة الجامعية:

2021/2022

فهرس المحتويات

| | |
|-----|----------------------|
| 03 | الإهداء..... |
| 04 | الشكر..... |
| 06 | فهرس المحتويات |
| 10 | فهرس الجداول |
| 10 | فهرس الصور..... |
| 13 | فهرس الملاحق..... |
| (أ) | المقدمة..... |

الفصل الاول: اشكالية الدراسة و ايطار المنهجي .

| | |
|----|---|
| 15 | 1. الاشكالية |
| 16 | 2. مبررات اختيار موضوع الدراسة..... |
| 17 | 3. اهمية الدراسة..... |
| 17 | 4. اهداف الدراسة..... |
| 17 | 5. فرضيات الدراسة..... |
| 18 | 6. منهج البحث و الادوات المستخدمة لدراسة..... |
| 19 | 7. مجالات الدراسة..... |
| 20 | 8. عينة الدراسة..... |
| 21 | 9. المقاربات النظرية لموضوع الدراسة..... |
| 23 | 10. الدراسات السابقة..... |
| 28 | 11. تحديد المفاهيم |
| 34 | 12. هيكلية الدراسة..... |

الفصل الثاني: استخدام الاشهار التفاعلي والترويج للباس التقليدي

| | |
|----|-------------|
| 37 | تمهيد |
|----|-------------|

| | |
|---------|--|
| 38..... | 1. الأشهار التفاعلي |
| 38..... | 1.1 ماهية الأشهار التفاعلي |
| 38..... | 2.1 نبذة تاريخية عن الأشهار التفاعلي |
| 40..... | 3.1 انواع الأشهار التفاعلي |
| 42..... | 4.1 أساليب الإشهار التفاعلي |
| 45..... | 5.1 مميزات الأشهار التفاعلي |
| 45..... | 6.1 مزايا وعيوب الأشهار التفاعلي |
| 46..... | 2. -تقنية الهولوغرام |
| 47..... | 1.2 اصل كلمة تقنية الهولوغرام |
| 47..... | 2.2 نبذة تاريخية عن تقنية الهولوغرام |
| 50..... | 3.2 ادوات المستخدمة في صناعة الهولوغرام |
| 51..... | 4.2 انواع الهولوغرام |
| 54..... | 5.2 خصائص الهولوغرام |
| 54..... | 6.2 تطبيقات تقنية الهولوغرام في الحياة العملية |
| 57..... | 7.2 الهولوغرام في الأشهار والتسويق |
| 57..... | 8.2 مزايا و عيوب الهولوغرام |
| 58..... | 3. الترويج الالكتروني |
| 59..... | 1.3 ماهية الترويج الالكتروني |
| 59..... | 2.3 دواعي استخدام الترويج الالكتروني |
| 59..... | 3.3 اهمية الترويج الالكتروني |
| 60..... | 4.3 اهداف الترويج الالكتروني |
| 60..... | 4. اللباس التقليدي |
| 60..... | 1.4 ماهية اللباس التقليدي |
| 60..... | 2.4 نبذة تاريخية للباس التقليدي الجزائري |
| 61..... | 3.4 اللباس التقليدي الجزائري وعلاقته بالهوية |

| | |
|----|-------------------------------|
| 62 | 4.4 اللباس التقليدي القسنطيني |
| 62 | 5.4 القندورة القسنطينية |
| 63 | 6.4 انواع القندورة القسنطينية |
| 67 | خلاصة |

الفصل الثالث: تحليل وتصميم النماذج التطبيقية.

| | |
|-----|---|
| 68 | تمهيد |
| 69 | 1. منهجية التحليل السيميولوجي |
| 73 | 2. تحليل السيميولوجي للعينات المختارة من الاشهارات التفاعلية |
| 74 | - تحليل لاشهار التفاعلي الترويجي للحذاء الرياضي نايك |
| 83 | - تحليل لاشهار التفاعلي الترويجي مشروب كوكاكولا الغازي |
| 93 | 3. فكرة العرض الاشهاري الترويجي للباس التقليدي باستخدام تقنية الهولوجرام |
| 94 | 4. اتجاهات انجاز الاشهار الترويجي للباس التقليدي باستخدام تقنية الهولوجرام |
| 95 | 5. ملخص العمل |
| 96 | 6. الادوات المستخدمة في تصميم الاشهار التفاعلي |
| 96 | 7. مراحل تصميم اشهار ترويجي تفاعلي للباس التقليدي باستخدام تقنية الهولوجرام |
| 97 | 1.7 مراحل اختيار عناصر العرض الاشهاري |
| 98 | 2.7 مرحلة تصميم اولية لنموذج الذي يكون قيد الانجاز |
| 99 | 3.7 مرحلة التصميم النهائية |
| 101 | 8. الخطة الترويجية و التسويقية للاشهار التفاعلي الترويجي |
| 101 | 9. الفئة المستهدفة |
| 102 | 10. دراسة السوق والمنافسين |

| | |
|----------|---|
| 102..... | 11.الاساليب الترويجية..... |
| 102..... | 12.عرض النتائج الاشهار التفاعلي لترويج للباس التقليدي |
| 103..... | _ في ضوء الفرضيات..... |
| 104..... | _ في ضوء الدراسات السابقة..... |
| 105..... | _ في ضوء المقاربات النظرية..... |
| 107..... | خلاصة..... |
| 108..... | الخاتمة..... |
| 111..... | ملخص الدراسة..... |
| 114..... | قائمة المصادرو المراجع..... |
| 122..... | قائمة الملاحق..... |

ملخص :

تهدف هذه الدراسة للترويج للباس التقليدي الجزائري المحلي بواسطة الإشهار التفاعلي الالكتروني من خلال التقنية حديثة جدا في هذا المجال وهي تقنية الهولوجرام والتي تسمح بالتأثير على مختلف حواس المتلقي و الرسوخ في ذهنه من خلال إشراكه في العملية الاشهارية ,ولتحقيق هذا الهدف اعتمدنا في ذلك على المنهج الوصفي في تحليل النماذج الفنية ,و المنهج الممارسة الفنية والجمالي في تجسيد المشروع الفني .

وقد استخدم في هذه الدراسة مجموعة من الأدوات والمقاربات لتحقيق الغرض و الهدف منها ما كان من الملاحظة , برامج التصميمية الجرافيكية و برامج المونتاج وغيرها . كما اعتمدنا على العينة القصدية في اختيار النماذج الفنية للكشف عن قوة وتأثير الوسيلة الرقمية على المتلقي, باضافة الى تصميم عرض اشهاري ترويجي للقندورة القسنطينية بالاستخدام تقنية الهولوجرام ,وفي الأخير بين لنا أن من خلال دراستنا للإشهار و التكنولوجيات الرقمية الحديثة ,ان للإشهار التفاعلي بعد اسمى وهو جد فعال لاهياء التراث الثقافي واستعادة قيمته الجمالية.

13 - الكلمات المفتاحية:

الإشهار التفاعلي ,اللباس التقليدي, تقنية الهولوجرام ,القندورة القسنطينية ,التفاعلية ,الإشهار الالكتروني.

Sommaire :

Cette étude vise à promouvoir le costume traditionnel algérien local par le biais de la publicité électronique interactive à travers une technologie très moderne dans ce domaine, qui est la technologie de l'hologramme, qui permet d'influencer les différents sens du destinataire et de s'ancrer solidement dans son esprit en l'impliquer dans le processus publicitaire, et pour atteindre cet objectif, nous nous sommes appuyés sur l'approche descriptive. Dans l'analyse des modèles artistiques, la méthode de la pratique artistique et esthétique dans la concrétisation du projet artistique.

Dans cette étude, un ensemble d'outils et d'approches ont été utilisés pour atteindre le but et l'objectif qui étaient l'observation, les entretiens, l'étude par questionnaire, les programmes de conception graphique, les programmes de montage, etc. Nous nous sommes également appuyés sur l'échantillon

intentionnel pour choisir les modèles techniques à révéler la force et l'impact du support numérique sur le destinataire, En plus de la conception d'un affichage publicitaire promotionnel pour le Constantinople utilisant la technologie hologramme, et au final, il nous a été démontré que grâce à notre étude de la publicité et des technologies numériques modernes , la publicité interactive a une dimension supérieure et est très efficace pour faire revivre le patrimoine culturel et restaurer sa valeur esthétique.

14- les mots clés:

Publicité interactive, costume traditionnel, technologie hologramme, Constantine Qandoura, publicité interactive et électronique

summary :

This study aims to promote the local Algerian traditional dress by means of electronic interactive advertising through a very modern technology in this field, which is the hologram technology, which allows to influence the different senses of the recipient and to be firmly established in his mind by involving him in the advertising process, and to achieve this goal we relied on the descriptive approach. In the analysis of artistic models, the method of artistic and aesthetic practice in the embodiment of the artistic project.

In this study, a set of tools and approaches were used to achieve the purpose and objective of which was observation, interviews, questionnaire study, graphic design programs, montage programs, and others. We also relied on the intentional sample in choosing technical models to reveal the strength and impact of the digital medium on the recipient, In addition to designing a promotional advertising display for the Constantinople using hologram technology, and in the end, it was shown to us that through our study of advertising and modern digital technologies, interactive advertising has a higher dimension and is very effective for reviving cultural heritage and restoring its aesthetic value.

15- key words:

Interactive advertising, traditional dress, hologram technology, Constantine Qandoura, interactive, electronic advertising