



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوينيدر - قسنطينة 03-

كلية الفنون والثقافة

قسم الفنون البصرية و فنون العرض



استخدام تقنية ال Animation في الإشهار الالكتروني

انجاز فيديو إشهاري (توعوي) بتقنية 2D Computer Animation

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الفنون البصرية تخصص فن الإشهار

إشراف الأستاذة:

قنيفة نورة

من إعداد الطالبين:

عبابسة خير الدين

قاسم عبد القادر

لجنة المناقشة:

الأستاذ	الصفة	الجامعة الأصلية
أ.حمودي لعور	رئيسا	قسنطينة 03
أ.قنيفة نورة	مشرفا ومقررا	قسنطينة 03
أ.بن عزة أحمد	عضوا مناقشا	قسنطينة 03

السنة الجامعية: 2022/2021.

فهرس المحتويات:

19.....-مقدمة الدراسة

الفصل الأول: موضوع الدراسة

22.....1-تحديد الإشكالية

24.....2-أسباب اختيار الموضوع

24.....1-2-أسباب ذاتية

24.....2-2-أسباب موضوعية

24.....3-أهمية الدراسة

25.....4-أهداف الدراسة

25.....5-الإطار المفاهيمي للدراسة

28.....6-الدراسات السابقة

30.....7_ هيكلية الدراسة

33.....-المراجع المعتمدة في الفصل الأول

الفصل الثاني: الإشهار الالكتروني

38.....-تمهيد

39.....1-ظهور الإشهار الالكتروني وتطوره

45.....2-الفرق بين الإشهار التقليدي والالكتروني

47.....3-أساليب الإشهار الالكتروني

47.....1-3-الإشهار من خلال الموقع الالكتروني

47.....2-3-الإشهار من خلال محركات البحث

47.....3-3-الإشهار من خلال البريد الالكتروني

48.....	3-4-الإشهار من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.....
48.....	3-5-الإشهار من خلال الهاتف النقال.....
48.....	4- أشكال الإشهار الإلكتروني.....
48.....	4-1-الشريط الإشهاري.....
53.....	4-2-إشهارات الفواصل.....
54.....	4-3-الإشهارات المفاجئة.....
54.....	4-4-إشهارات الفيديو.....
55.....	5-تصميم الأعمال الإشهارية الإلكترونية (الفيديو).....
58.....	6_ خصائص ومزايا الإشهار الإلكتروني.....
59.....	7_ الإشهار الإلكتروني في الجزائر.....
59.....	7-1-الظهور والتطور.....
62.....	7-2-نظرة على بعض أشهر المواقع للتجارة والإشهار الإلكتروني.....
64.....	8_ إستراتيجية المؤسسات الجزائرية في الإشهار الإلكتروني.....
66.....	-خلاصة الفصل.....
67.....	-المراجع المعتمدة في الفصل الثاني.....

الفصل الثالث: تقنية الAnimation (فن تحريك الرسوم)

75.....	-تمهيد.....
76.....	1-خلفية تاريخية.....
77.....	1-1-التشكيليون والحركة.....
80.....	1-2-الأساس النظري للرسوم المتحركة.....
82.....	2-الرسوم المتحركة-النشأة والتطور.....

86.....	3-الرسوم المتحركة في الوطن العربي والجزائر
86.....	3-1-في الوطن العربي
87.....	3-2-في الجزائر
89.....	4-المبادئ ال12 لفن التحريك
97.....	5-أنواع فن التحريك
98.....	5-1-التحريك التقليدي
98.....	5-2-إيقاف الحركة
98.....	5-3-في الكمبيوتر
100.....	6-خطوات و مراحل إنتاج الرسوم المتحركة
105.....	7-خصائص ومزايا الAnimation
107.....	-ملخص الفصل
108.....	- المراجع المعتمدة في الفصل الثالث

الفصل الرابع: الإطار المنهجي للدراسة

116.....	1-فرضيات الدراسة
116.....	2-منهج الدراسة والأدوات
117.....	3-الأدوات المستخدمة
117.....	4-المجال الزمني
118.....	-مراجع الفصل

الفصل الخامس: الإطار التطبيقي للدراسة

121.....	-تمهيد
122.....	1-تحديد طبيعة المشروع

122.....	2- فكرة المشروع.
124.....	3- النماذج.
124.....	-النموذج الأول.....
127.....	-النموذج الثاني.....
128.....	-النتائج المستخلصة.....
128.....	4-الأدوات المستخدمة في الانجاز.....
129.....	5-المخططات.....
129.....	-مخطط الخريطة الذهنية.....
130.....	6-مراحل التنفيذ.....
130.....	-السيناريو
133.....	-لوحة القصة.....
134.....	-تسجيل الأصوات.....
134.....	-التحريك.....
147.....	-المونتاج والميكساج والتصدير.....
148.....	7-عرض المشروع.....
148.....	-بطاقة تقنية.....
149.....	-الوصف والتحليل.....
153.....	-النتائج.....
154.....	-المراجع المعتمدة في الفصل الخامس.....
156.....	-خاتمة.....
157.....	-قائمة المصادر والمراجع.....

فهرسة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
101	مراحل وخطوات إنتاج وإعداد الرسوم المتحركة	01
103	هيكلة السيناريو	02
129	الخريطة الذهنية (خاص بالمشروع الفني)	03

فهرسة الصور:

الصفحة	عنوان الصورة	الرقم
49	Bannière Classique	01
49	Méga Bannière	02
50	Méga Bannière	03
50	Les Pavés	04
51	Skyscrappers	05
52	Méga Skyscrappers	06
53	إشهارات الفواصل Interstitiel	07
53	إشهارات الفواصل Interstitiel (شكل آخر)	08
54	الإشهارات المفاجئة Pop-Ups	09
54	إشهارات الفيديو	10
59	شعار شركة MED&COM	11
60	شعار موقع واد كنيس	12
62	واجهة موقع MED&COM	13
63	واجهة موقع Guidini	14
64	واجهة المستخدم في موقع Guidini	15
76	شكل من أشكال بعض الحيوانات المكتشفة في الكهوف	16

76	مجموعة أعمدة تحتوي على رسوم متتالية لآلهة مصرية	17
77	لوحة مصرية تمثل مشهد لمصارعين	18
77	آنية يونانية مزينة برسوم متتالية	19
78	لوحة ليلة مرصعة بالنجوم لفان غوخ	20
78	لوحة الكلب يجري لحياتكو بالا	21
79	لوحة على مهبط الدرج لمارسيل دوشامب	22
79	لوحة سريلانية لروب غونسالفيس	23
90	مثال عن الكرة النطاطة	24
91	حركة متتالية لقطعة نقدية	25
92	مبدأ التوقع	26
93	طريقة Straight ahead /Pose to Pose	27
94	مبدأ إبطاء البداية والنهاية	28
95	مخطط الأقواس في الحركة	29
95	مبدأ الحركة الثانوية	30
96	مبدأ المبالغة في الرسوم	31
96	الرسم المتناسك	32
104	شكل لوحة القصة	33
124	مشاهد النموذج 1	34

127	مشاهد النموذج 2	35
133	لوحة القصة (خاص بالمشروع الفني)	36
134	تصميم الساعة على برنامج الإليستريتور	37
134	مرحلة من مراحل تصميم الساعة	38
135	المرحلة الأخيرة من تصميم الساعة	39
135	مرحلة تحريك الساعة على برنامج أفتر أفكت	40
136	تصميم الباب	41
136	التصميم النهائي للمشهد 3	42
137	تصميم مراحل انفتاح الباب	43
138	تصميم حركة الجري	44
138	مرحلة التحريك على البرنامج	45
139	تصميم شخصية الطفل	46
139	أيقونات تطبيقات والعباب الكترونية الخاصة بالهواتف الذكية المستعملة في الفيديو	47
140	مرحلة التحريك في البرنامج (المشهد4)	48
140	لقطة من المشهد 5 أثناء التحريك	49
141	مرحلة التحريك في المشهد 6	50
142	مراحل تصميم العناصر المكونة في المشهد 7	51
143	مراحل التحريك الخاصة بالمشهد 7	52

143	التصميم النهائي للمشهد 7	53
144	مرحلة التحريك بعد إضافة الخلفية	54
144	عناصر وخلفيات المشهد 8	55
145	مرحلة التحريك الخاصة بالمشهد 8	56
145	خلفية المشهد 9	57
146	العناصر المكونة للمشهد 9	58
147	مرحلة التحريك في البرنامج	59
147	مرحلة المونتاج والميكساج	60

فهرسة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
42	تطور العائدات العالمية للإشهار الالكتروني من عام 2000 إلى عام 2013	01
43	سياق ظهور وتطور أشكال من الإشهار على الخط	02

فهرسة الملاحق:

الصفحة	العنوان	الرقم
166	أول راية الكترونية ثابتة 1994	01
166	أول راية إشهارية تفاعلية (لعبة Pong من hp) 1996	02
166	أول إشهارات الفواصل 1997	03
166	أول إشهار الكتروني (فيديو) 1999	04
166	Thaumatrope	05
167	Phenakistoscope	06
167	Zoetrope	07
167	Flipbook	08
167	Praxinoscope	09
167	Kinetoscope	10

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن فعالية استخدام الرسوم المتحركة في الإشهار الإلكتروني, النوع الإشهاري الأكثر سيادة في وقتنا الحالي نظرا لارتباطه بشبكة المعلومات العالمية (الانترنت) من خلال انجاز مشروع فني بالاعتماد على منهج الممارسة الفنية في التجسيد, حيث استخدمنا تقنية التحريك ثنائية الأبعاد في الكمبيوتر, وقد استخدمنا مجموعة من الأدوات لتحقيق هذا الهدف كبرامج التصميم الجرافيكي وبرامج التحريك, وقد توصلت دراستنا إلى أن الرسوم المتحركة تعتبر عنصرا أساسيا من عناصر تصميم برامج الكمبيوتر وواجهة المستخدم متعددة الوسائط والتي يمكن وضعها في خدمة الأعمال الترويجية في الفضاء الافتراضي.

الكلمات المفتاحية: الإشهار الإلكتروني, الرسوم المتحركة, الاتصالات البصرية, الفيديو.

Summary:

This study aims to reveal the effectiveness of the use of Animation in Online Advertising, The most sovereign advertising type today, Due to its connection with the world information network (Internet), Through the realization of an artistic project based on an artistic practice method, Where we used the 2D computer animation technique, And we have used a set of tools to achieve this goal, Such as graphic design programs and animation programs, Our study concluded that animation is an essential element of software design and multimedia user interface, Which can be placed in the service of promotional works in the virtual space.

Key words: Online Advertising, Animation, Visual communication, Video.

Résumé:

Cette étude visé a révéler l'efficacité de l'utilisation des dessins animés dans la publicité électronique, Le type de publicité le plus dominant actuellement en raison de sa connexion au réseau d'information mondial (Internet) a travers la réalisation d'un projet artistique basé sur la

méthode de pratique artistique dans la réalisation, Où nous avons utilisé la technique d'animation bidimensionnelle sur l'ordinateur, Nous avons utilisé un ensemble d'outils pour atteindre cet objectif tels que les programmes de conception graphique et d'animation, Et notre étude a conclu que les dessins animés sont des composants essentielles de la conception des logiciels informatiques et de l'interface utilisateur multimédia qui peut être mis au service d'œuvre promotionnelles dans l'espace Virtuel.

Mots clés: Publicité électronique, Animation, Communication visuel, La vidéo.