

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



قسم الفنون البصرية وفنون العرض

كلية الفنون والثقافة

مذكرة التخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة فنون بصرية
تخصص: فن الاشهار

توظيف التقنية ثلاثية الابعاد في تصميم
اشهار تجاري
انجاز ومضة اشهارية لمنتج بيمو تويست
أنموذجا

إشراف الدكتورة

بن دكوم سمية

إعداد الطالبتين

• يوسفى نشوى

• شبري مريم

أعضاء لجنة المناقشة :

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د. محمد عميرش	جامعة قسنطينة 3 - صالح بوبنيدر	رئيسا
د. سمية بن دكوم	جامعة قسنطينة 3 - صالح بوبنيدر	مقررا ومشرفا
أ. حمودي لعور	جامعة قسنطينة 3 - صالح بوبنيدر	مناقشا

قائمة المحتويات

الإهداء

الشكر

أ	قائمة المحتويات.....
ث	فهرس الصور والاشكال.....
1	مقدمة.....
الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة	
3	1. إشكالية.....
3	2. فرضيات.....
4	3. مفاهيم الدراسة.....
4	1.3. التقنية ثلاثية الابعاد.....
5	2.3. الاشهار التجاري.....
5	3.3. الومضات الاشهارية.....
6	4. الدراسات السابقة.....
6	1.4. الدراسة الاولى.....
7	2.4. الدراسة الثانية.....
7	3.4. الدراسة الثالثة.....
8	5. أسباب اختيار الموضوع.....
8	6. أهداف الدراسة.....
9	7. أهمية الدراسة.....
9	8. مجالات الدراسة.....
9	9. مناهج و أدوات الدراسة.....
11	10. عينات الدراسة.....
11	11- هيكله البحث.....
الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة	
13	المبحث الأول: الإشهار التجاري.....

13	1. التطور التاريخي للاشهار التجاري.....
15	2. أنواع الاشهار
18	1.2. حسب الوسيلة المستخدمة للإشهار
18	2.2. حسب نوع الرسالة الاعلانية (نوع المعلن).....
18	3.2. حسب الوظيفة التسويقية.....
19	4.2. حسب طريقة عرض الإشهار
20	5.2. حسب طريقة شراء الوقت الإشهاري.....
20	6.2. حسب المجال الجغرافي.....
21	7.2. حسب الهدف.....
22	8.2. حسب الجمهور المستهدف.....
23	3. وظائف الاشهار
23	1.3. وظائف الاشهار بالنسبة للمستهلك.....
23	2.3. وظائف الاشهار بالنسبة للمنتجين.....
24	4. أهمية الاشهار
25	1.4. أهمية الاشهار بالنسبة للمنتج.....
25	2.4. أهمية الاشهار بالنسبة للمستهلك.....
27	5. واقع الاشهار في الجزائر
28 خلاصة.....
29	المبحث الثاني: الومضة الاشهارية.....
29	1. تاريخ الومضة الاشهارية.....
30	2. مراحل إعداد ومضة اشهارية.....
31	3. عناصر الومضة الاشهارية.....
35	4. معايير إنجاح ومضة اشهارية.....
37 خلاصة.....
38	المبحث الثالث: التقنية ثلاثية الابعاد.....
38	1. لمحة تاريخية عن التقنية ثلاثية الابعاد.....
38	2. التطور التاريخي للتقنية ثلاثية الابعاد.....

391.2. الطباعة ثلاثية الابعاد 3D Printing
402.2. التصميم ثلاثي الأبعاد المعاصر
403.2. الحوسبة السحابية
404.2. الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز
433. الجوانب الفنية و الجمالية للتقنية ثلاثية الابعاد
454. كيفية تأثير التصميم ثلاثي الابعاد في التسويق للمنتجات محليا
46خلاصة

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

481. عملية البحث و جمع المعلومات
482. تحليل العينة المختارة « Goûtez-la » لشركة الوجدان بطريقة الوصف والتحليل
512.1. المستوى الوصفي
522.2. قراءة تحليلية
532.3. نتائج التحليل
543. مراحل انجاز الومضة ببرنامج بلندر
694. نتائج المشروع الفني
694.1. على ضوء الدراسات السابقة
714.2. على ضوء الفرضيات
72خلاصة
74الخاتمة
76المصادر و المراجع
81الملخص

فهرس الصور والاشكال

- 54 الصورة 1: رسم تخطيطي لمرحلة "اسقاط قطعة البسكويت في الشوكولاتة".....
- الصورة 2: رسم تخطيطي لمرحلة " خروج البسكويت مغطاة بالشوكولاتة، تدورها وتزينها
- 55 بالفانيليا ".....
- 56 الصورة 3: رسم تخطيطي لمرحلة " انقسام لوح البسكويت المغطى بالشوكولاتة الى قسمين " ..
- 57 الصورة رقم 4 : تصميم قطعة البسكويت
- 57 الصورة رقم 5: تصميم بحر الشوكولاتة.....
- 58 الصورة رقم 6: تصميم المستطيل المحيط بالبسكويت.....
- 59 الصورة رقم 7: أحد أجزاء لقطة الموجة في الشوكولاتة.....
- 59 الصورة رقم 8: خروج البسكويت بطريقة مائلة من الشوكولاتة.....
- 60 الصورة رقم 9: قطعة البسكويت بعد اضافة التواءات الفانيليا.....
- 61 الصورة رقم 10 : تصميم البسكويت المكسور.....
- 61 الصورة رقم 11: تصميم الفتات بعد كسر البسكويت.....
- 62 الصورة رقم 13: اظهار العلامة على مستوى النظر.....
- 63 الصورة رقم 12: اضافة التغليف للتصميم.....
- 64 الصورة رقم 14: لقطة البسكويت بزاوية علوية "Overhead View".....
- 64 الصورة رقم 15: زاوية مقربة من بحر الشوكولاتة.....
- 65 الصورة رقم 16: لقطة رفع قطعة البسكويت مغلفة بالشوكولاتة.....
- 65 الصورة رقم 17: اضافة الفانيليا.....
- 66 الصورة رقم 18: منظر من خلال الكاميرا لانقسام قطعة البسكويت الى نصفين.....
- 67 الصورة رقم 19: لقطة ظهور الغلاف المنتج.....
- 67 الصورة رقم 20: اللقطة الاخيرة للمنتج في شكله الكامل.....
- 68 الصورة رقم 21: اللقطة الاخيرة وشعار المنتج يتوسط الشاشة.....

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على التقنية ثلاثية الابعاد و توظيفها في التصميم المعاصر للومضات الاشهارية و كذا تطوير ممارستها محليا. اعتمدت هذه الدراسة على منهجي التحليل و الوصف في تحليل العينة السابقة لاستخلاص المعايير الفنية و الجمالية ثم توظيفها في التصميم عبر اعتماد منهج الممارسة الفنية. من أهم نتائج الدراسة هو التوصل الى تصميم ومضة اشهارية توافق المعايير الفنية و الجمالية في التصميم موظفة التقنية ثلاثية الابعاد الحديثة.

الكلمات المفتاحية: الومضة الاشهارية، تقنية ثلاثية الابعاد، الاشهار التجاري، برنامج Blender.

Résumé:

Cette étude vise à explorer la technologie de la 3D et son utilisation dans la conception contemporaine des publicités animées, ainsi qu'à développer sa pratique localement. Cette étude s'est appuyée sur les méthodes d'analyse et de description pour examiner des échantillons précédents et en extraire des critères techniques et esthétiques, puis les appliquer dans la conception en utilisant une approche artistique. L'une des principales conclusions de cette étude est la création d'une publicité animée qui répond aux normes techniques et esthétiques en utilisant les techniques modernes de la 3D.

Mots-clés : publicité animée, technologie de la 3D, publicité commerciale, logiciel Blender.

Summary:

The aim of this study is to explore and utilize 3D technology in contemporary advertising motion graphics design, as well as to develop its local application. This study employed analytical and descriptive approaches to analyze previous samples in order to extract technical and aesthetic criteria, which were then employed in the design process through artistic practice. One of the key findings of this study is the development of an advertising motion graphic that aligns with the technical and aesthetic standards by utilizing modern 3D technology.

Keywords: Motion graphics, 3D technology, commercial advertising, Blender software.