

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر

كلية الفنون والثقافة

قسم الفنون البصرية وفنون العرض



مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر تخصص: فن الإظهار

تحت عنوان:

تقنيات السرد البصري في الإظهار  
التلفزيوني

دراسة تحليلية لومضة BLEU DE CHANEL – The Film

بإشراف:

أ. لعور حمودي

من إعداد الطالبتين

• إكرام بن حملة

• زينب بوجاجة

السنة الجامعية 2025/2024

## فهرس المحتويات

|                                 |                                                |
|---------------------------------|------------------------------------------------|
| .....                           | هضر وعرفان                                     |
| .....                           | إهداء                                          |
| VIII .....                      | فهرس المحتويات                                 |
| أ .....                         | مقدمة                                          |
| 1. ....                         | إشكالية الدراسة                                |
| 2. ....                         | أهداف الدراسة                                  |
| 3. ....                         | أهمية الدراسة                                  |
| 4. ....                         | أسباب اختيار الدراسة                           |
| 5. ....                         | منهج الدراسة                                   |
| 6. ....                         | الأدوات المستعملة                              |
| 7. ....                         | الدراسات السابقة                               |
| 8. ....                         | هيكل الدراسة                                   |
| 9. ....                         | مفاهيم الدراسة                                 |
| مدخل: الإشهار التلفزيوني والسرد |                                                |
| 1. ....                         | البصري                                         |
| 1. ....                         | 1. الإشهار التلفزيوني                          |
| 1.1. ....                       | 1.1. أهمية الإشهار التلفزيوني:                 |
| 2. ....                         | 2.1. خصائص الإشهار التلفزيوني:                 |
| 3. ....                         | 3.1. أنواع الإشهار التلفزيوني:                 |
| 4. ....                         | 4.1. مراحل إنتاج الإشهار التلفزيوني:           |
| 5. ....                         | 5.1. تحديات الإشهار التلفزيوني:                |
| 2. ....                         | 2. أشكال السرد البصري في الإشهار التلفزيوني    |
| 1.2. ....                       | 1.2. مفهوم السرد البصري في الإشهار التلفزيوني: |
| 1.2. ....                       | 1.2. أهمية السرد البصري في الإشهار التلفزيوني: |

|    |                                                             |
|----|-------------------------------------------------------------|
| 7  | 3.2 أشكال السرد البصري في الإشهار التلفزيوني                |
| 9  | 4.2 العلاقة بين السرد البصري والجمهور                       |
| 9  | 5.2 تحديات استخدام السرد البصري في الإشهار التلفزيوني       |
| 10 | 3. تقنيات السرد البصري في المونتاج اللوني                   |
| 10 | 1.3 مفهوم المونتاج اللوني ودوره السردي                      |
| 11 | 2.3 تقنيات السرد البصري في المونتاج اللوني                  |
| 13 | 3.3 العلاقة بين المونتاج اللوني والجمهور                    |
| 14 | الفصل الأول: تقنيات السرد البصري في الإشهار التلفزيوني      |
| 15 | 1. تعريف السرد البصري:                                      |
| 16 | 2. عناصر السرد البصري                                       |
| 16 | 1.2 الصورة: (Image)                                         |
| 18 | 2.2 الألوان:                                                |
| 23 | 3.2 زوايا التصوير (Camera Angles):                          |
| 26 | 4.2 وظائف السرد البصري في الإشهار التلفزيوني                |
| 28 | 2. الإشهار والبعد السينمائي                                 |
| 28 | 1.3 العلاقة بين التلفزيون والإشهار                          |
| 29 | 2.3 تطور الإشهار التلفزيوني                                 |
| 30 | 3.3 خصائص الإشهار التلفزيوني                                |
| 33 | 4. هوية العلامة التجارية في الإشهار:                        |
| 33 | 1.4 عناصر بناء هوية العلامة التجارية                        |
| 36 | 2.4 دور السرد البصري لإبراز هوية العلامة التجارية           |
| 37 | 3.4 دور السرد البصري في تعزيز هوية العلامة التجارية         |
| 37 | 4.4 العلاقة بين السرد البصري وقيمة العلامة التجارية         |
| 39 | الفصل الثالث: دراسة تحليلية لومضة BLEU DE CHANEL – The Film |
| 40 | 1. البطاقة التقنية للومضة الإشهارية                         |
| 41 | 2. التقطيع التقني:                                          |
| 45 | 3. التقطيع المشهدي للومضة.                                  |

|    |                                        |
|----|----------------------------------------|
| 47 | .....المستوى التعييني: 4.              |
| 49 | .....المستوى التضميني: 4.              |
| 49 | .....1.4. الالوان و دلالتها السيكلوجية |
| 50 | .....2.4. الاضاءة                      |
| 52 | .....5.2. الموسيقى:                    |
| 53 | .....4.5. الصمت:                       |
| 54 | .....4.6. الشخصيات                     |
| 55 | .....5. نتائج التحليل                  |
| 57 | .....خاتمة                             |
| 61 | .....المراجع                           |
| 64 | .....الملاحق                           |
| 68 | .....ملخص                              |

## ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور السرد البصري في الإشهار التلفزيوني، من خلال تحليل ومضة إشهارية لعلامة CHANEL بعنوان BLEU DE CHANEL – The Film ، من إخراج مارتن سكورسيزي وبطولة تيموثي شالامييه.

اعتمدنا في الدراسة على خطة تضمنت فصلاً نظرياً وآخر تطبيقياً. تناول الفصل الأول مفاهيم السرد البصري، والعلاقة بين التلفزيون والإشهار، مع التركيز على كيفية بناء هوية العلامة التجارية عبر الصورة والخطاب البصري.

أما الفصل الثاني فكان تطبيقاً عملياً من خلال تحليل تفصيلي للومضة الإشهارية، حيث أبرزنا الآليات البصرية والفنية المستعملة في ترسيخ هوية CHANEL.

أظهرت نتائج الدراسة أن السرد البصري يعد أداة فعالة في الإشهار، إذ يساهم في خلق تواصل عاطفي وجمالي مع الجمهور، ويُعزز صورة العلامة التجارية في ذهن المتلقي، خصوصاً عند توظيف تقنيات سينمائية راقية.

وخلصت الدراسة إلى أهمية تبني مقاربة فنية في الإشهار، كما أوصت بمزيد من البحث في هذا المجال، خاصة فيما يتعلق بالتأثير الثقافي والجمالي للإشهار السري.

الكلمات المفتاحية:

السرد البصري، الإشهار، التلفزيون، الومضة، تيموثي شالامييه.

### ABSTARCT:

This study aims to shed light on the role of visual storytelling in television advertising, through an analytical case study of the advertisement BLEU DE CHANEL – The Film, directed by Martin Scorsese and starring Timothée Chalamet.

The research was structured into two main chapters: a theoretical chapter and a practical one. The first chapter explores the concepts of visual storytelling and the relationship between television and advertising, with a particular focus on how brand identity is constructed through visual and narrative elements.

The second chapter presents a detailed analysis of the advertisement, highlighting the visual and artistic strategies used to reinforce CHANEL's identity.

The study's findings reveal that visual storytelling is a powerful tool in advertising, capable of establishing an emotional and aesthetic connection with the audience and enhancing the brand's image in their minds, especially when sophisticated cinematic techniques are employed.

The research concludes by emphasizing the importance of adopting an artistic approach in advertising and recommends further exploration into the cultural and aesthetic impact of narrative advertising.

**Keywords:** Visual storytelling, advertising, television, commercial, Timothée Chalamet, CHANEL.