



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 ماستر أكاديمية في شعبة فنون بصرية تخصص: فن الإشهار

انجاز ومضة اشهارية توعوية بتقنية الموشن غرافيك:
خطر ادمان الهواتف الذكية لدى المراهقين

إشراف الأستاذة:

د. سميرة بن دكوم

اعداد الطالبة:

عمروش بثينة

الصفة	الجامعة	الأستاذ
مشرفاً ومقرراً	جامعة قسنطينة 3 - صالح بوبنيدر	د. سميرة بن دكوم
رئيساً	جامعة قسنطينة 3 - صالح بوبنيدر	د. خالد سمسع
مناقشاً	جامعة قسنطينة 3 - صالح بوبنيدر	د. محمد ياسين سعادي

السنة الجامعية:

2024/2023

فهرس المحتويات:

الصفحة	الموضوع	شكر إهداء فهرس مقدمة
2	الإشكالية	–
2	الفرضيات	–
3	أسباب اختيار الموضوع	–
	أهداف الدراسة	–
	أهمية الدراسة	–
4	مفاهيم الدراسة	–
7	دراسات سابقة	–
9	الإجراءات المنهجية	–
	● حدود ومجالات الدراسة	
	● عينة الدراسة	
	● المنهج	
	● الأدوات المستخدمة في الدراسة	
10	هيكلية البحث	–
11	الصعوبات	–
	الفصل الأول: الومضة الاشهارية التوعوية وتقنية الموشن غرافيك	
13	○ تمهيد	
	I- الإشهار التوعوي والومضة الإشهارية	
	1. الإشهار التوعوي	
14	1.1. مفهوم الاشهار التوعوي	
14	2.1. مراحل إنشاء فكرة اشهار توعوي	
15	3.1. أنواع الاشهار التوعوي	

- 20 4.1. وظيفة وأهداف الاشهار التوعوي
- 21 5.1. كيفية إعداد اشهار توعوي فعال
2. الومضة الاشهارية
- 22 1.2. مفهوم الومضة الاشهارية
- 23 2.2. مراحل اعداد الومضة الاشهارية
- 24 3.2. أنواع الومضات الاشهارية
- 25 4.2. عناصر الومضة الاشهارية
- 26 5.2. معايير إعداد ومضة إشهارية ناجحة

II- الموشن غرافيك والإشهار

- 27 1. ماهية الموشن غرافيك
- 28 2. البرامج المخصصة للموشن غرافيك
- 29 3. عناصر الموشن غرافيك
- 30 4. أهمية الموشن غرافيك
- 30 5. مراحل انجاز الموشن غرافيك
- 32 6. استخدامات الموشن غرافيك
- 33 7. الموشن غرافيك في الاشهار
- 35 ○ خلاصة

الفصل الثاني: إنجاز ومضة اشهارية توعوية بتقنية الموشن غرافيك

- 37 ○ تمهيد

I- النموذج التحليلي وفكرة المشروع

- 38 1. النموذج التحليلي
- 41 2. نتائج التحليل
- 42 3. الفكرة

II- مراحل الإعداد

- 42 1. أهداف الومضة
- 42 2. بطاقة تقنية
- 43 3. التعليق الصوتي للومضة

43	4. مراحل إنجاز الومضة
43	– المرحلة الأولى
44	– المرحلة الثانية
55	– المرحلة الثالثة
	III- مناقشة نتائج الدراسة

61	1. مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
62	2. مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة
62	○ خلاصة
64	خاتمة
	قائمة المراجع
66	المراجع باللغة العربية
70	المراجع باللغة الأجنبية
79	الملاحق
81	الملخص

فهرس الصور:

الرقم	<u>العنوان</u>	الصفحة
	صور الفصل الأول	
01	إعلان محلي	16
02	إعلان قومي	16
03	إعلان دولي	17
04	إعلان سياسي	18
05	إعلان بيئي	18
06	إعلان صحي	19
07	إعلان تعليمي	19
08	إعلان اجتماعي	20
	صور الفصل الثاني	
01	صورة تمثل المشاهد من 1 إلى 7	43

الملخص:

حاولت الباحثة في هذه الدراسة معرفة كيفية توظيف تقنية الموشن غرافيك في إنجاز ومضة إخبارية توعوية حول خطر إدمان الهواتف الذكية لدى المراهقين، اعتماداً على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل العينة المختارة، وعلى الملاحظة، وبرامج أدوبي إليستريتور وأدوبي أفتر افكت كأدوات لجمع البيانات والتصميم. وقد توصلت الباحثة إلى نتائج أهمها: أنه يمكن توظيف الموشن غرافيك لتعزيز فعالية الرسالة الإخبارية التوعوية، وذلك من خلال تبسيط المعلومات المعقدة وعرضها بطريقة مبتكرة وتصميم مريح لعين المتلقي، كما أنه يساهم في ترسيخ محتوى الومضة الإخبارية التوعوية لدى المستقبل، عند حسن اختيار التقنيات التي تساعد في ذلك مثل الكتابة الجيدة لسيناريو الرسالة التوعوية وحسن اختيار العينة المستهدفة بناءً على هذا الأخير، أنه يعتبر أحد أكثر اللغات فاعلية في جذب انتباه الجمهور المستهدف، نظراً لقدرته في التعبير عن مختلف الظواهر والقضايا في مختلف الجوانب الثقافية، السياسية، البيئية، والاجتماعية عن طريق الأشهار التوعوي.

الكلمات المفتاحية: تقنية الموشن غرافيك، ومضة إخبارية توعوية.

Summary:

In this study, we tried to find out how to use motion graphics to create an awareness-raising advertisement about the danger of smartphone addiction among teenagers, relying on the descriptive analytical approach to analyse the selected sample, and used observation, and Adobe Illustrator and Adobe After Effects programs as tools for data collection and design. The student reached the most important results which are: Motion graphics can be used to enhance the effectiveness of the awareness-raising message, by simplifying complex information and presenting it in an innovative way, and with a design that is comfortable for the recipient. It also helps engraving the content of the awareness-raising advertisement in the target audience minds, when the motion graphics techniques that helps remembering the message are well chosen, such as the scenario good writing of the awareness message and good selection of the target sample based on the latter, it is considered one of the most effective languages in attracting the attention of the target audience, due to its ability to express various phenomena and issues in various cultural, political, environmental, and social aspects through public awareness advertising.

Keywords: motion graphics, public awareness advertisement video.