

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة صالح بونيدر  
قسنطينة 03



قسم : الفنون البصرية وفنون العرض

كلية الفنون والثقافة

## دور الومضة الإشهارية في التوعية بالتاتاة لدى الأطفال ( تصميم الومضة الإشهارية )

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في شعبة الفنون البصرية  
تخصص: فن الإشهار

تحت إشراف:

الأستاذة: بولحية سارة

المشرف المساعد

سمير سقني

إعداد الطالبة:

مريم فنيديس

السنة الجامعية: 2021\_2020

## ملخص الدراسة:

يعتبر اضطراب التأتأة من الامراض النفسية التي لها مؤثرات سلبية جمة خاصة على فئة الأطفال فتجعلهم غير آمنين إجتماعيا خلال ما يلاقونه من سخرية و تنمر، و لهذه الأسباب إرتأينا تسليط الضوء الفئة من خلال هذه الومضة الاشهارية الهادفة التي تهدف ليس فقط لنشر التوعية لدى الأفراد عن تأثير التأتأة على سلوكيات الطفل الاجتماعية ، تحصيلهم الدراسي و صحتهم النفسية بل أيضا تهدف الى تقديم طرق و إستراتيجيات سلسة للتعامل مع هكذا حالات.

معتمدة على منهج الممارسة الفنية - المنهج الإبداعي -

الكلمات المفتاحية: التأتأة - الومضات الإشهارية - التوعية

## Abstract:

Stuttering disorder is considered a mental illness that has many negative effects especially on children, as it makes them socially unsecure because of the bullying they face. In this regard, this advertising flash tends to shed light on this category. It aims at raising people's awareness on the effects of stuttering on children's social behaviour, their academic achievement, and their mental health. It also aims at providing methods and categories to deal with such cases based on Art Practice Curriculum and the Creative Curriculum.

Key words: stuttering, advertising flashes, awareness

## Résumé:

le begaiement cause des troubles psychologique considerées comme ayant des repercussions nocifs surtout chez les enfants ces derniers perdent toute assurance de par les diverses moqueries et intimidations qu'ils subissent on s'est alors ; penché sur la question ; a travers un flash publicitaire ciblé visant non seulement a sensibiliser sur les effets du begaiement sur les comportement sociaux de l'enfant ; mais aussi a proposer des méthodes et des stratégies pour gérer ce genre de cas tout en suivant la methodologie artistique - le processus créatif -

**Mot clés :** begaiement - flash publicitaire - conscience

## فهرس المحتويات

أ	مقدمة: .....
1	الجانب النظري .....
1	تمهيد: .....
1	اولا: تحديد المفاهيم والمصطلحات: .....
1	1- مفهوم الإشهار: .....
2	2- مفهوم الومضة الإشهارية: .....
4	3- مفهوم التأتأة: .....
4	4 مفهوم التصميم: .....
6	ثانيا: الومضات الاشهارية: .....
6	1-نبذة تاريخية عن الومضة الاشهارية: .....
7	2- مراحل اعداد ومضة اشهارية: .....
8	3- متطلبات التصميم الفعال: .....
11	4- أنواع الومضات الاشهارية: .....
13	ثالثا: ماهية التاتاة .....
13	1-مفهوم التاتاة: .....
13	2-مظاهر التاتاة: .....
14	3-مراحل تطور التاتاة: .....
16	4-الفرق الجنسي في التأتأة: .....
17	5-عالمية التاتاة: .....
17	6- اسباب الياياة: .....
20	7-أنواع التأتأة: .....
21	8- مستويات التاتاة حسب العمر و الصفات: .....
22	9- ميكانيكية التلغثم: .....
23	10- طرق علاج التاتاة: .....
24	خامسا: التوعية: .....
24	1 لغة: .....
24	2- صطلاحا: .....
25	3- اجرائيا: .....

25.....	4- شروط حملات التوعية:
25.....	5- الحد الأدنى للمعلومات التي يجب أن تتضمنها حملة التوعية:
25.....	6- المبادئ العامة لحملات التوعية:
26.....	خلاصة:
1 .....	الجانب التطبيقي
28.....	تمهيد:
28.....	أولا: العناصر الأساسية لإعداد ومضة ناجحة:
28.....	1-القواعد الأربعة للتكوين الجيد للفيلم:
29.....	2- تحليل بعض النماذج:
29.....	3- تحليل ومضة اشهارية توعوية للوقاية من حوادث العمل:
31.....	4- تحليل الومضة حسب مقارنة رولان بارت:
34.....	ثانيا- مراحل إعداد الومضة الاشهارية:
34.....	1- تحديد فكرة الومضة الاشهارية:
35.....	2-ملخص الومضة:
35.....	3-الفكرة العامة:
35.....	4-الهدف:
35.....	5- جمع المعلومات و المعطيات :
36.....	ثالثا- مراحل تصميم ومضة اشهارية:
36.....	1- كتابة نص الفيديو الإشهاري:
36.....	2- خطوات كتابة السيناريو:
38.....	رابعا: مرحلة الإخراج:
38.....	1- عملية ما قبل الإخراج:
39.....	2-تحديد معدات و أدوات التصوير
40.....	خامسا: نتيجة الدراسة:
43.....	الخاتمة:
46.....	قائمة المصادر والمراجع: