

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونبندر - قسنطينة 3-



قسم فنون بصرية

كلية الفنون والثقافة

المعايير الفنية لتصميم اشهاري توعوي

مقاربة سيميولوجية لملصقات جائحة كورونا (كوفيد 19) \_أنموذجا\_

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في شعبة الفنون البصرية

تخصص: فن الإشهار

إشراف الدكتور:

قاسم بوزيد

إعداد الطلبة:

✓ عبدالمالك علي

✓ عبيدات أيمن

أعضاء لجنة المناقشة:

أ. مرابط ايمن ..... رئيسا

د. قاسم بوزيد ..... مشرفا ومقررا

أ. بولحية سارة ..... عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2021/2020

## فهرس المحتويات

الشكر

الاهداء

VII..... فهرس المحتويات

ش	مقدمة
ص	الاشكالية
ص	الفرضيات
ض	أسباب اختيار الموضوع
ض	أهداف الدراسة
ط	أهمية الدراسة
ط	منهج الدراسة
ع	مجتمع البحث وعينة الدراسة
غ	أدوات جمع البيانات
ف	الدراسات السابقة
ل	هيكلية البحث

### الفصل الأول: الإطار النظري لموضوع الدراسة

25	المبحث الأول: الإشهار والملصق التوعوي
25	المطلب الأول: ماهية الإشهار
25	تمهيد
25	1- مفهوم الاشهار
26	2- أنواع الاشهار
28	3- وظائف الاشهار
29	4- أهداف الاشهار
29	المطلب الثاني: الإشهار المطبوع "الملصق الإشهاري"

29	تمهيد .....
30	1- مفهوم الملصق الاشهاري .....
30	2- خصائص الملصق الاشهاري .....
31	3- وظائف الملصق الإشهاري .....
32	4- أنواع الملصق الإشهاري .....
33	المطلب الثالث : الملصق الإشهاري التوعوي .....
33	1/ مفهوم الملصق التوعوي .....
33	2/ أنواع الرسالة في الملصق التوعوي .....
34	3/ خصائص الملصقات التوعوية .....
35	4/ وظائف الملصق التوعوي .....
36	5/ أهداف الملصق التوعوي .....

## المبحث الثاني: تصميم الملصق التوعوي .....

38	المطلب الأول : ماهية التصميم الجرافيكي .....
38	1- مفهوم التصميم الجرافيكي .....
39	2- أهداف وأهمية التصميم الجرافيكي .....
40	3- مبادئ التصميم (المعايير الفنية) .....
41	4- برامج التصميم .....
42	المطلب الثاني : المعايير الفنية في الملصق التوعوي .....
42	1- عناصر التصميم في الملصقات التوعوية .....
44	2- الأسس البنائية للملصقات التوعوية .....
45	3- الفكرة الفنية في الملصقات التوعوية .....
45	4- الإبداع في تصميم الملصق التوعوي .....

## المبحث الثالث: نظريات ومقاربات الإشهار .....

47	المطلب الأول : النظريات في الإشهار .....
47	1- مفهوم النظرية .....
48	2- أنواع النظريات في الإشهار .....
48	1-2- نظرية القيمة .....
48	2-2- النظرية السيكلوجية .....
49	2-3- النظرية الإجتماعية .....
49	2-4- النظرية الجمالية .....

49.....	2-5- النظرية الاقتصادية.....
50.....	المطلب الثاني : المقاربات في الإشهار.....
50.....	1/ مفهوم النظرية.....
50.....	2/ أنواع المقاربات في الإشهار.....
50.....	2_1_ المقاربة الكلاسيكية AIDA.....
51.....	2-2- المقاربة الإحتفافية.....
51.....	2-3- المقاربة البلاغية.....
52.....	المقاربة السيميولوجية.....
53.....	خلاصة الفصل.....

### الفصل الثاني: الإطار التطبيقي لموضوع الدراسة

54.....	تمهيد.....
55.....	المبحث الأول: طريقة مارتين جولي في تحليل الصورة الاشهارية.....
56.....	1- المقاربة الوصفية.....
57.....	2- المستوى التعييني.....
58.....	3- المستوى التضميني.....
59.....	المبحث الثاني: تحليل ملصق اشهاري توعوي وعينا يحمينا.....
60.....	1- المقاربة الوصفية.....
61.....	2- المقاربة النسقية.....
62.....	3- المقاربة السيميائية.....
66.....	4- نتائج تحليل الملصق.....
67.....	المبحث الثالث: تحليل ملصق اشهاري توعوي متى يجب استعمال الكمامة.....
68.....	1- المقاربة الوصفية.....
69.....	2- المقاربة النسقية.....
69.....	3- المقاربة السيميائية.....
74.....	4- نتائج تحليل الملصق.....
74.....	5- نتائج الفصل الثاني.....
75.....	نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات.....
76.....	نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة.....

80	.....	خاتمة
80	.....	صعوبات الدراسة
81	.....	توصيات
83	.....	قائمة المصادر والمراجع
87	.....	الملاحق
94	.....	الملخص

## ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع المعايير الفنية في تصميم إشهار توعوي، مقارنة سيميولوجية لعينة من الملصقات الاشهارية التوعوية لفيروس كورونا -أمودجا- ، وجاء اختيار الموضوع في حد ذاته لأهميته، كون الاشهار له غرض واضح هو الترويج للسلع والخدمات مع السعي الملح لزيادة الاستهلاك لديهم هذا من جهة أما من جهة أخرى، فهو يستخدم لتوعية المجتمع من المخاطر التي تحيط بيه عن طريق الملصقات الإشهارية التوعوية. بالإعتماد على المعايير الفنية المستعملة في التصميم لما لها دور بارز في إخراج الرسالة الإشهارية النهائية، عن طريق توظيفها بطريقة إبداعية بسيطة لما لها من جمالية فنية ووظيفية، وقد تم الاعتماد في دراستنا على المنهج الوصفي والمنهج السيميولوجي، فتوصلنا بذلك إلى أن الإشهار بصفة عامة والمطبوع بصفة خاصة، والمتمثل في الملصقات الاشهارية التوعوية أداة ترويجية هامة تتخذها الجهات الوصية والقائمة الحملات التوعوية في تغيير سلوكيات المجتمع.

الكلمات المفتاحية: الاشهار التوعوي - الملصقات الإشهارية التوعوية - المعايير الفنية في التصميم.

## Résumé de l'étude:

Cette étude a traité du thème des critères techniques dans la conception de la sensibilisation à la publicité, une approche sémiologique à un échantillon d'affiches publicitaires sensibilisation du coronavirus-un modèle-et le choix du sujet lui-même est venu à son importance, parce que la publicité a un but clair est de promouvoir les biens et services avec la recherche urgente En s'appuyant sur les critères techniques utilisés dans la conception car ils ont un rôle prépondérant dans la sortie du message publicitaire final, en les employant de manière simple et créative en raison de leur esthétique artistique et fonctionnelle. notre étude s'est appuyée sur l'approche descriptive et sémiologique, et nous avons donc constaté que la publicité en général et imprimée en particulier, représentée par des affiches publicitaires la sensibilisation est un outil promotionnel important pris par The Guardian et les campagnes de sensibilisation existantes pour changer le comportement de la société.

Mots-clés: publicité de sensibilisation-affiches publicitaires de sensibilisation-normes techniques de conception.

**Study summary:**

This study dealt with the topic of technical criteria in the design of advertising awareness, a semiological approach to a sample of advertising posters awareness of the coronavirus-a model-and the choice of the topic itself came to its importance, because advertising has a clear purpose is to promote goods and services with the urgent quest to increase their consumption. By relying on the technical criteria used in the design because they have a prominent role in the output of the final advertising message, by employing them in a simple creative way because of their artistic and functional aesthetic. our study relied on the descriptive and semiological approach, and we thus found that publicity in general and printed in particular, represented by advertising posters awareness is an important promotional tool taken by The Guardian and existing awareness campaigns in changing the behavior of society.

Keywords: awareness advertising-awareness advertising posters-technical standards in design.