



UNIVERSITE  
Abdelhamid Ibn Badis  
MOSTAGANEM

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم والبحث العلمي



UNIVERSITE  
Abdelhamid Ibn Badis  
MOSTAGANEM

جامعة مستغانم عبد الحميد ابن باديس.

كلية الادب العربي والفنون.

قسم الفنون



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر شعبة: الفنون البصرية  
تخصص: التصميم الجرافيكي.

تصميم ملصقات إخبارية لدعم كرة القدم النسوية  
في الاقامات الجامعية.

تحت إشراف:

د. إبراهيم عبد الصادق.

من اعداد الطالب:

حمدان فيروز

أعضاء لجنة المناقشة

اللقب والاسم	مؤسسة الانتماء	الصفة
أ. العايب نصيرة	جامعة مستغانم	رئيسا
د. إبراهيم عبد الصادق.	جامعة مستغانم	مشرفا ومقررا
أ. بلبشير أمين	جامعة مستغانم	مناقشا

السنة الجامعية : 2024/2023.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République algérienne démocratique et populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

Université Abdelhamid Ben Badis Mostaganem

كلية الأدب العربي والفنون

Collège de littérature et d'arts arabes

قسم الفنون

تخصص: تصميم غرافيكي

مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات لنيل شهادة الماستر الموسومة

ابتكار ملصقات شهرية لدعم الرياضة النسوية في الاقامات  
الجامعية

تحت إشراف الأستاذ (ة) الدكتور(ة):  
- عبد الصدوق ابراهيم

إعداد الطالب(ة):  
- حمدان فيروز

السنة الجامعية: 2023 - 2024



## الإهداء :

قال الإمام الشافعي رحمه الله: "برك بوالديك إن تفعل كل

ما يسعدهما دون أن يطلباه منك".

فلأمي أول من يسعد بنجاحي، فهي التي ساندتني وأعانتني لأبلغ ما أنا عليه،

وبفضلها وتوفيقها قد سعيت جاهداً لرسم تلك البسمة على وجهها وأراها فرحة بنجاحي

.أهدي هذا العمل المتواضع لأعلى شخصين على القلب: أبي، وأمي جزاهم الله الإحسان

بالإحسان. كما اهديه إلى : أفراد عائلتي نجاة حياة خديجة

و كذا لدكاترة الاشراف لوقوفهما معي وتوجيه ما لي بشكل خاص،

فجزاهم الله خيراً.

## شكر وتقدير

نشكر الله تعالى على فضله وتوفيقه في هذا العمل،

وكما قال الله عز وجل: "إن ربك لذو فضل على الناس ولكن أكثر الناس لا يشكرون".

والحمد لله والصلاة والسلام على محمد أعظم النعم.

أتقدم بكامل الشكر والعرفان والتقدير والاحترام لدكتورة "العايب نصيرة"، استاذة مناقش بلبشير

امين و براهيم عبد الصادوق استاذ مشرف

"الذي بذل قصارى جهدهم من أجل أن ينيروا لنا درب العلم.

كما أجدد شكري إلى كل الأساتذة في قسم الفنون.

## تمهيد:

ظهر الإعلان التجاري كحل لكسب ثقة المستهلك القديم واستقطاب مستهلك جديد فهو يعد الدعامة الرئيسية والمورد المالي الأساسي لمختلف المؤسسات، وبما أنه رسالة تسويقية تسعى نحو هدف وحيد و هو الربح المادي ، فنجد أنه يعتمد على عدة طرق و أشكال قوية التأثير في نفسية المتلقي، تأتي الملصقات الإعلانية كشكل مكتوب و مصور من بين أشكال الإعلان المختلفة، التي حظيت بمكانة هامة سلفا كما لا زالت و مازالت تحظى تقريبا بنفس الأهمية نظرا لعدة مميزات فيها، ولم يكتفي المعلن بهذا فقط بل تعدى إلى توظيف صورة المرأة داخل هاته الملصقات من أجل خلق رغبة قوية داخل نفسية المستهلك لاقتناء منتج دون آخر أو لممارسة شيء معين. وتعتبر ممارسة الرياضة من النشاطات الجسمية ذات البعد الصحي فسيولوجيا ونفسيا وفكريا، غير أن الاقبال عليها كثيرا ما يكون ناتج عن الوعي والثقافة الصحية المنتشران في المحيط الاجتماعي، سواء في الأسرة أو في الوسط الاجتماعي المفتوح.

كما يعد موضوع الرياضة النسائية في الجزائر أحد أبرز المواضيع الشائكة وأكثرها حساسية بين فئات المجتمع على اختلاف مشاربها، بالنظر لما يثيره من نقاشات وجدالات تتراوح ما بين الرفض المطلق بسبب القيود والتقاليد والأعراف التي تفرضها المجتمعات

المحافظة، والدعم "الضئيل" من طرف السلطات والمؤسسات الرسمية.

وبناء على ما سبق جاءت هذه الدراسة في محاولة لابتكار ملصقات لدعم الرياضة النسوية في الإقامات الجامعية.

## اسباب إختيار الموضوع:

جاء اختيارنا للموضوع بسبب رغبتنا في تشجيع الرياضة النسوية في الجزائر وذلك ما هو راجع لأسباب ودوافع مرتبطة بأهمية موضوع بحثنا واخرى مرتبطة بالميل الشخصية للباحث .

## الأسباب الذاتية:

إهتمامي الكبير بمجال الرياضة النسوية كوني واحدة من ممارسات كرة القدم النسائية. المكانة التي أصبحت تنالها المرأة في المجتمع الضعيف على الرياضة النسوية والتخوف منها في المجتمع الجزائري.

## أسباب موضوعية:

- يعتبر موضوعا حديثا وجديدا، خاصة بظهور اطارات وبطلات في الرياضة شرفل للوطن.
- قلة الدراسات والبحوث الميدانية حول ابتكار ملصقات لتشجيع الرياضة النسوية فيالجزائر .
- تأثير الرياضة بشكل عام والرياضة النسوية بشكل خاص على ثقافات الشعوب واتجاهاتهم.

## إشكالية الدراسة:

ما مفهوم الرياضة النسوية؟ وما هي سبل الترويج لها ؟  
وما اهمية الملصقات الاعلانية كأداة للترويج للرياضة النسوية؟

## أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث في كونها تعالج أحد مواضيع الساعة تشجيع الرياضة النسوية في الجزائر فالملصقات الاعلانية لها اهمية في التشجيع والترويج لشيء، بحيث أصبح الإعلان علما وفنا وأشكال متعددة للإبداع، يعتمد على منجزات الكثير من العلوم الأخرى، فبات قرينا لكل إنتاج مهما كان نوعه أو شكله أو مادته. وايضا تعد الرياضة النسوية بانها جزء فاعلا لواقع الحركة الرياضية في أي مجتمع ، وتكمن اهميتها في تطرقها لموضوع الرياضة النسوية التي تعتبر سلوك صحي هام لتحسينالصحة العامة للمرأة واستغلال ممتاز لطاقت ووسيلة لتنميتها بشكل صحي حيث تشكل حماية ممتازة للمرأة فهي مهمة للصحة الذهنية ومهمة للوقاية من الأمراض وايضا الصحة النفسية.

## مفاهيم الدراسة:

الابتكار: من التعريف الواردة للابتكار إنه أي فكرة جديدة أو ممارسة جديدة أو تعبير جديد بالنسبة للفرد الذي يقوم بتبنيها، وبذلك فالتركيز لا يكون على درجة تمايز واختلاف الأفكار عن الأفكار الموجودة مسبقا والمستقرة ولكن التركيز يكون على تبني تلك الأفكار والممارسات والتعبير، كما جاء على أنه القدرة على إيجاد منتجات جديدة تستطيع المنظمات من خلالها أن تحقق ميزة تنافسية.

الملصق الإعلاني أو **affiche** بالفرنسية أو **poster** بالإنجليزية: حيث يعرف بأنه: "لفظ يطلق على الإعلان الكبير الذي يوضع أو يلصق أو يعلق على الحوائط، وفي الطرقات العامة والميادين والأماكن المختلفة. فالملصقات بمفهومها الحالي تعد صورة توضيحية تعرض فكرة أو رسالة إعلانية موضحة بالكتابة عليها".

الرياضة: تعد الرياضة أحد الأنشطة الإنسانية المهمة فال يكاد يخلو مجتمع من المجتمعات الإنسانية في هذا المجال فهي مجهود جسدي او مهارة تمارس بموجب قواعد وضوابط بهدف الترفيه او المنافسة او ملئ الفراغ او تطوير لذات والهوايات وهي عدة أنواع كمال الأجسام - كرة السلة - كرة القدم... الى غير ذلك.

الرياضة النسوية: ويقصد بها النشاط او المجهود الجسدي الذي تمارسه المرأة من اجل الترفيه او المتعة او المنافسة مع الرجال لتحقيق ذاتها في مختلف الأنشطة الرياضية ومختلف الرياضات وتتواجد الرياضات النسوية في جميع انحاء العالم وفي القرن 20 ازدادت مشاركة المرأة وشعبيتها في العالم بشكل كبير..

---

## الفصل الأول: الملصق الاشهاري (الترويجي)

---

## الفصل الأول: الملصق الاشهاري (الترويجي)

المبحث الأول: مدخل عام للملصقات الإشهارية.

المطلب الأول: تعريف الملصقات الإشهارية.

المطلب الثاني: نشأة الملصقات الإشهارية:

المطلب الثالث: وظائف الملصقات الإشهارية وأنواعها.

المطلب الرابع: مكونات الملصق.

المطلب الخامس: مزايا وعيوب الملصق.

المبحث الثاني: تصميم الملصقات الإشهارية.

المطلب الأول: تعريف التصميم وأساليبه.

المطلب الثاني: اعتبارات في تصميم الملصقات الإشهارية.

المطلب الثالث: الأساليب المستخدمة في تصميم الملصقة

الإشهارية.

المطلب الرابع: مراحل تصميم الملصق.

## تمهيد:

يعتبر الاشهار أحد أهم الأنشطة الرئيسية في تسويق السلع والخدمات المتعددة، والترويج للأفكار والثقافات المختلفة، ويؤثر الاشهار أو الإعلان على حياتنا اليومية بشكل كبير حيث تحاصرنا في كل مكان داخل المنزل عبر شاشة التلفاز، في الشارع عبر اللوحات الكهربائية الضخمة ووسائل المواصلات ناهيك عن الصحف والمجلات، كل هذا من أجل توصل رسالة إلى مجموعة من الأشخاص لتحقيق هدف معين.

وفي محاولة لتحديد مفهوم الملصقات، تم تقسيم هذا الفصل الى مبحثين:

• المبحث الأول: مدخل عام للملصقات الإشهارية.

• المبحث الثاني: نشأة الملصقات الإشهارية.

## المبحث الأول: مدخل عام للملصقات الإشهارية:

الملصق الإشهاري مرادف لـ Poster بالإنجليزية و Affiche بالفرنسية وهي تلك الصورة الإعلامية الإخبارية التي تستعمل لجذب المشاهد ودغدغة عواطفه من أجل الإقبال على مشاهدة المنتج، يستخدم فيه المصمم عناصر مختلفة من خطوط وأشكال وألوان تجذب العين وتخطب العقل، كما يحتوي عناصر لفظية وبصرية تهدف لتمثيل المرئي للأفكار باستخدام تقنيات الفنون البصرية والتي تعتمد في نقل الأفكار والمعاني والمفاهيم على العلامات والرسوم الرموز الأيقونات والصور الذهنية والإشارات التي تحيط بالإنسان منذ طفولته.

يعرف "محمد الماكري" الملصق الإشهاري بقوله: "وسيلة تواصلية ونمطا تأسيسيا لنسق من العلاقات الباطنية المدركة لقوانين خاصة ولوحدة تخاطبية داخلية"، ويضيف قائلا: "وبما أن الملصق الإشهاري رسالة إعلامية ترمي في فحواها إلى تحقيق وظيفة التواصل، تعقد بجمهور المتلقين صلات حميمية وتخرج من الانحصار الفردي إلى مجال الاتساع الجماعي والشمول الاجتماعي، فهو تبعا لذلك يعتمد نظاما دلاليا خاصا طالما أنه يلامس شرائح الجماهير الكبيرة".

ويعرف كذلك بأنه: "عبارة عن إعلانات مطبوعة على الورق أو الخشب أو المعدن، تعتمد على التصميم الجيد والمبتكر والألوان الجذابة، وهي تلصق في أماكن التسوق أو توضع في أماكن خاصة في مراكز المدن والضواحي، أو في الشوارع والمساحات العامة، وقد يكون الملصق الإعلاني مؤطرا ومضاءا خصوصا في الليل وذلك حسب رغبة المعلنين، وتوجد ملصقات إعلانية ترسم وتصمم في موقع ثابت على لوحات موزعة على الشوارع والمساحات العامة، ثم تزال لتوضع محلها ملصقات أخرى وهذا ما يسمى بموقع الملصق".

كما يعرف الملصق بأنه: يعتبر بمثابة إعلانات مطبوعة تلصق على قطع أو مساحات مخصصة لنسق الإعلانات، بحيث يشاهدها المارة أو المتنقلين بالسيارات الخاصة أو العامة، والمهم أن يوضع الملصق بحيث يمكن أن يشاهده أكبر قدر من الناس، فالملصقات هي إعلانات منتجة بكميات كبيرة ومتقنة عادة على صفحات كبيرة من الورق للعرض العام،

وتتألف الملصقات الإعلانية من صورة ملونة مع نص تمييزي صغير، أو علامة تجارية، وعادة ما تكون الملصقات ذات مغزى تجاري للإعلان عن منتج أو لنشر أحداث ترفيهية. والملصق مطبوع يصمم من أجل أن يفهمه الناس من نظرة سريعة، يجمع مؤثرات بصرية مركزة، مختصرة ولكنها ذات تأثير مباشر ومقدرة على اجتذاب النظر والانتباه، ولكي يكون كذلك ينبغي أن يحتفظ الملصق بالوضوح والتميز، والتعبير عن الفكرة بتكوين مبسط ومكثف في كل جزء منه.

الملصق يتميز عن اللوحة الفنية بأن له طابع الدعوة وتوعية أفكار وأحاسيس المشاهدين، ليدعوهم للقيام بعمل جاد، وبالنسبة للمفهوم العام للملصق فهو من جهة تحريضي يخاطب عامة الشعب من خلال نشر آراء وأفكار معينة، ومن جهة أخرى دعائي يجذب المشاهد أو المشتري أو السائح... الخ، وبغض النظر عن اتجاهه، فإن للملصق خاصية واحدة وهي التأثير القوي الذي يمارسه على المشاهد بهدف التوعية على اختلاف أشكالها.

يمكن تعريف الملصق بشكل عام بأنه "وسيلة اتصال بصرية تحمل فكرة عبر تشكيلات فنية معبرة ومركزة، بسيطة ومفهومة، تهدف إلى تحقيق غرض ما اقتصادي أو سياسي أو اجتماعي أو ثقافي، على نحو يسعى فيه المصمم أو الرسام إلى استمالة أهواء المتلقي وابتكار ما يمكن أن يثير رغبته.

### **المطلب الثاني: نشأة الملصقات الإشهارية:**

بدأ فن الملصقات الاشهارية في العصور القديمة، منذ ولادة الإنسان في العصر الحجري، ويمكن إرجاع أصول الملصقات الاشهارية إلى الإعلانات المكتوبة التي ظهرت حوالي 3000 سنة قبل الميلاد. وهي عبارة عن مساحات حجرية وجدت في المعابد التي بناها قدماء المصريين والبابليين، وقد نقش فيها قدماء المصريين رسالة يرجع تاريخها إلى ما قبل الميلاد، مكتوبة للشعب بثلاث لغات.

لقد عرفت مهنة رسام الملصقات لأول مرة في التاريخ لدى الرومان والإغريق، حيث تنوعت أحداثها، فتكون تارة سياسية، وتارة وطنية، وأخرى رياضية أو ترفيهية، ويعود تاريخ

أول إنتاج للملصق الإعلاني إلى السنوات الأولى لاختراع الطباعة في القرن الخامس عشر، وكانت تحتوي على الكتابات فقط؛ ثم أضيفت الرسوم التوضيحية والنقوش للزينة، وفي عام 1798 تم اختراع طريقة جديدة للطباعة، وأصبحت الملصقات تستخدم في الإعلان عن أي شيء بدءاً من سكك الحديد وحتى المخازن. كما ظهرت الملصقات المسرحية و كانت أغلبها حرفية وغير تصويرية ، ظهرت إلى الوجود باختراع آلة الطباعة وكانت في البداية غير مصورة وكانت تستعمل بشكل أكبر في القرون التالية:

#### • بدايات الفترة الحديثة:

في عام 1800 وقع حدثان هامان ساهما في ظهورها وازدهارها وهما: بداية التصنيع على نطاق واسع كان في عام 1798 حيث تم اختراع طريقة جديدة للطباعة وقد ازدهر إنتاجها خلال النصف الأول من القرن 19، وقد استخدمت في الإعلان عن أي شيء بدءاً من سكك الحديد وحتى المخازن، كما ظهرت الملصقات المسرحية، وقد كانت أغلبها حرفية وغير تصويرية ومع بدايات 1867 استخدم Jules Chere الإيضاحات في الملصقة كمميزات مهيمنة وقلل في النص.

#### • تسعينات القرن التاسع عشر:

أدخلت لوتريك عدة تغييرات هامة في المحتوى والأسلوب الفني فقد استعمل مساحات كبيرة بدلاً من اللون المسطح فيها، كما قد قدم فنانون الفن الحديث إضافات عديدة لها كاستخدام الخطوط وأشكال مطولة ورشيقة فيها.

وفي عام 1894 استخدم بونارد النص كعنصر مكمل من الإيضاح، وقد استخدم كلمات مطبوعة صغيرة ليشكل الخلفية كما أدى التوسع الصناعي الذي حدث في القرن 19 انتشار طباعتها بشكل ملون بسهولة وبتكلفة قليلة وظلت إنجلترا والولايات المتحدة الأمريكية تدين للحركة الفرنسية بتطورها ونموها.

وفي 1900 انتشر كذلك بهولندا وألمانيا والنمسا، وشهدت فرنسا بعد ذلك منافسة حقيقية لزعامتها في هذا الفن.

في القرن العشرين في 1914 خضعت لتغيير فأصبحت وسائل دعائية غير تجارية ولم تكن متقنة الصنع، كما عمل بعض الفنانين في ألمانيا وروسيا بالتصوير الفوتوغرافي،

حيث جمعوا صور مقطوعة لتشكيل ملصقة متكاملة، وخلال الحرب العالمية الثانية كانت أيضا دعائية ولكن بأسلوب أكثر تطور.

بعد الحرب تعددت لتشمل ملصقات ذات أغراض تجارية تعليمية ، دينية، فنية، وفي ظل اكتشاف الكمبيوتر وتطور برامج التصميم والفوتوشوب، أصبح من السهل لأي مستخدم عادي أن يصمم ملصقة ولكن يبقى للحس دور كبير في تصميمها.

### المطلب الثالث: وظائف الملصقات الإشهارية وأنواعها:

للملصق خمس وظائف حسب ما جاء به مولر:

1. **الوظيفة الإعلامية:** وهي عبارة عن تقديم المعلومات، حيث يعمل المصمم على تحديد مضمون الرسالة التي ينبغي إيصالها إلى جمهور معين ما.
2. **الوظيفة الإقناعية:** فالهدف الرئيسي من الملصق الاشهاري هو تبليغ رسالته بالاستعانة بمختلف أشكال الإقناع، سواء الحث على سلوك ما والترويج له أو النهي عنه.
3. **الوظيفة التربوية:** ترتبط بالجانب النفسي للفرد من خلال المشاهدة المستمرة والمتكررة لهذه الملصقة بألوانها وأشكالها، وبالتالي التأثير على نفسيته.
4. **الوظيفة الجمالية:** وتستخدم هذه الوظيفة خاصة في جذب الانتباه ومحاولة خلق الرغبة لدى المستهلك لاقتناء منتج ما، فالمصمم يتعمد اللجوء إلى أسلوب جمالي به ألوان وأشكال وصور.
5. **الوظيفة الإبداعية:** ذلك أن عملية الإبداع مرتبطة بصفة مطلقة بمصمم أو منجز رسالة الملصقة، فهو يعتمد على حدسه، وذلك لعدم وجود مقاييس ثابتة أخرى، كما يراعي فيها المحيط السوسيوثقافي للجمهور.

وللملصقات أنواع عديدة مختلفة وكل نوع له مزايا وهي كالتالي:

1. **من حيث الشكل:** تنقسم إلى عدة أنواع أهمها:

- **الملصقات الورقية كبيرة الحجم:** وهي التي تلتصق بعد طبعها أو رسمها على لوحات خشبية معدة لذلك، وتتميز بسهولة تغييرها كل فترة زمنية.
- **الملصقات المصنوعة من المعادن والخشب والزجاج:** وتوضع داخلها الرسالة الإشهارية، وهي طويلة العمر وتفيد أكثر باعتبارها وسيلة تذكارية تحمل رسالة مستمرة وطويلة الأجل.
- **الملصقات التي تكتب على القماش:** وتوضع في الشوارع أو على أبواب المؤسسات في المناسبات المختلفة.
- **الملصقات البلاستيكية:** وهي ملصقات مصنوعة من البلاستيك وهي عدة أنواع منها ما هو صغير الحجم أو متوسط، وعادة ما يلصق على زجاج السيارات والمحلات أو المقاهي أو المحطات أو الأماكن العامة.

## 2. حسب الوظيفة:

- وتتقسم من حيث الوظيفة الأساسية إلى الأنواع الآتية:
- **ملصقات تجارية:** لزيادة المبيعات وخلق تعاطف وجداني واستعداد نفسي لدى المستهلك نحو السلعة.



- **ملصقات اجتماعية:** الإرساء بعض قواعد السلوك الاجتماعي مثل النظافة والحفاظ على الوقت... الخ.

- ملصقات صحية: لتقديم المعلومات عن الأمراض ووسائل انتشارها وطرق الوقاية منها، أو التي تتناول الصحة النفسية للأفراد.

## النشويات الصحية صديقة البطن

@wamda\_online



فاصوليا سوداء



بطاطس



مكرونه بنية



شوفان



خبز أسمر



عدس



أرز بني



بطاطا حلوة



كيناوا

- ملصقات علمية: فهي معتمدة على بحوث أكاديمية تهدف إلى تحقيق حد أقصى من الوضوح بعدد أقل من الوسائل تفضل استعمال الطباعة الهندسة وتركيب الصور.
- ملصقات سياسية: تحت الجمهور على الانتخاب أو تأييد برامج معينة.

## المطلب الرابع: مكونات الملصق:

والقصد بمكونات الملصق هي العناصر التي تكونه، والتي تنقسم إلى لغوية وأخرى مرئية.

### 1. العناصر اللغوية: وهي كالتالي:

- **النص:** ويكون وجيز ينحصر في كلمات صغيرة، يعطي فكرة عامة، مرتبط بالصورة والموضوع معاً، إذا لديه القدرة على التفسير والإقناع بأسلوب مناسب ويرد عادة في جمل استفهامية أو تقريرية أو تعجبية.
  - **العنوان:** هنا يبرز إبداع الكاتب في اختيار العنوان الملائم لرسالته ويكون دقيق وقادر على توصيل الفكرة الإشهارية، لأن هناك من يقرأ العنوان دون نص، كما أنه يشد بسرعة انتباه القارئ.
  - **المحتوى الداخلي:** يتضمن منافع امتلاك واستخدام المنتج والإثباتات على هذه المنافع.
  - **عبارة الانتهاء:** مفادها الدعوة لاتخاذ تصرف معين اتجاه الخدمة المعروضة أي شرائها.
  - **الشعار:** وهو عبارة عن جملة مثيرة ومميزة سهلة التذكر، يلخص أهم الحجج الإشهارية.
  - **التوقيع:** ذكر اسم العلامة التجارية، وتشخيص المنتج وهو يقع عادة في أسفل يمين الملصقة على غرار التوقيع العادي.
- حتى تؤدي الملصقة دورها لابد من التحلي ببعض الشروط لعل أهمها:
- ضبط توقيت ظهور محتواها: حيث أنها تظهر قبل أو مع ظهور الحدث أو بعده مباشر (ممهدة، مفسرة مقومة).
  - ضرورة أن تكون لغتها مختصرة وبلغة.
  - بساطة مضمونها لتكون قابلة للقراءة والاستيعاب من النظرة الأولى.
  - الابتعاد عن الحشو في التصميم والتركيز على فكرة واحدة.

## المطلب الخامس: مزايا وعيوب الملصق:

للملصقات الاشهارية العديد من المزايا أهمها:

- إمكانية عرض الإشهار على الجمهور وتكرار عرضه دون تحمل تكلفة إضافية.
- تكلفتها المنخفضة فهو لا يحتاج لجهود كبيرة في التصميم والإخراج.
- المرونة العالية، والقدرة على التغيير، بحيث يمكن أن تستخدم على نطاق محلي، وطني، قومي ودولي، وهو الأمر الذي يميزها عن باقي الوسائل.
- البساطة والقدرة على التأثير الشديد على كافة الشرائح.
- تعبر عن فكرة بالرسم والكتابة بطريقة بسيطة وفعالة ومركزة تجذب الانتباه وتثير الاهتمام.
- تتناسب الملصقات مع الرسائل الإشهارية محدودة الكلماتهما تعددت مزاياها فهي لا تخلو من العيوب.
- لا تصل الرسالة الإشهارية إلا إلى الجمهور الملم بالقراءة والكتابة.
- تتأثر بالعوامل الجوية الأمر الذي يجعلها تحتاج لصيانة مستمرة.
- تأثيرها لا يخرج عن حدود التذكير بالمنتج أو الخدمة.
- ارتفاع التكلفة في حالة الرغبة في تحقيق تغطية جغرافية واسعة على النطاق الوطني.
- لا بد أن تكون الرسالة محددة جداً، ولا تستخدم إلا للتذكير.
- وجود قيود على الجانب الابتكاري كون رسالتها محدودة جداً لا تستخدم إلا للتذكير.

## المبحث الثاني: تصميم الملصقات الإشهارية:

### المطلب الأول: تعريف التصميم وأساليبه:

تصميم الإشهار يشير إلى تلك العملية التي تتضمن تنظيم وترتيب عناصر الرسالة الإشهارية بشكل ابتكاري وبأسلوب فني وجمالي بحيث يؤدي الغرض المرغوب، وفي هذا الصدد يقول فيليب كوتلر: التصميم عمل ابتكاري يتمتع بميزتين رئيسيتين الأولى جزء من إلهام فكرة فنان مبدع والثانية أن هذا الإلهام يتجسد على أرض الواقع.

إن التصميم كاسم وليس كفعل، يعني شيئين: الأول عملية ترتيب عناصر الإشهار، والثاني: الجهود الكامنة وراء هذا الترتيب والتي تؤدي إلى إنتاج الوحدة أو الهيكل المرغوب للإشهار. أما كفعل، فإن التصميم يعني تنظيم وترتيب وعرض عناصر الإشهار بشكل ابتكاري لتحقيق غرض محدد، في حين أن مصطلح الإخراج، وهو تقريبا مترادف مع التصميم، لكن في إطار ضيق. وكما يقول أحد خبراء الإخراج هو عملية ترتيب عناصر الإشهار ضمن محددات حيز معين.

ففي كلتا الحالتين، نجد أننا نتحدث عن صور ورسومات ووسائل إيضاحية مرئية تسهم في إضفاء نوع من الجمالية والشفافية والجاذبية، من خلال توليفها مع الكلمات والأشكال والخطوط والألوان والانطباعات التصويرية والمكتوبة لإعطاء الإشهار شكله النهائي وكأنه كيان أو وحدة واحدة.

مما سبق، يمكن القول إن التصميم هو عملية ترتيب أي وضع العناصر التي يتكون منها الإشهار داخل إطار محدود من الفراغ ووفق نسق معين يجعل كل عنصر يساب إلى العناصر الأخرى بحيث يصبح المحتوى والشكل شيئاً واحداً من شأنه أن يحقق ويزيد من فعالية الإشهار في تحقيق المنوطة به .

## المطلب الثالث: اعتبارات في تصميم الملصقات الإشهارية:

لابد لمصمم الملصقة الإشهارية أن يضع في اعتباره ما يلي:

### 1. على مستوى الشكل:

- لا تستخدم الملصقة كوسيلة إشهارية أساسية: إذا أنها تستعمل كأداة مكملة ومدعمة للوسائل الأخرى بحيث تكون مهمتها في تأكيد بعض التفاصيل التي بثتها الأخرى كاسم العلامة أو شكل العبوة أو الشعار أو غيرها.
- تصميمها يكون كبير وذلك لرؤيتها من مسافات بعيدة خاصة وأن جمهورها قد يشاهدها وهو راكب في وسائل المواصلات مما يزيد من صعوبة الإدراك، وفي سياق هذا الاعتبار لابد أن نضع في الحسبان البساطة في تشكيل هذه الدعاية بالإضافة إلى وضوح كلماتها وألوانها.
- استخدام الصور وجعلها هي المسيطرة عليها تلعب الصور والرسومات دورا كبيرا فهو يركز بدرجة كبيرة على الرؤية وهنا يكمن الإبداع مما يجعل الإشهار قادرا على توصيل الرسالة بسرعة.
- استخدام الألوان بفعالية: إذا يجب أن يتم اختيارها في ضوء عدة متغيرات منها الجمهور وكذا عامل الوقت وهذا بهدف زيادة جذب الانتباه ووضوح الرسالة وسهولة التعرض.

### 2. على مستوى المضمون (النص):

- اختصار ووضوح الكلمات على أساس أن المتلقي يتعرض للملصقة في أقل من ستة ثواني لذا يتوجب تقليل كلماتها كما يفترض أن تكون حروفها مكتوبة بحجم يسهل قراءته لتجنب تشتيت الذهن.
- الحجم: حجم النص له أهمية بالغة في جذب انتباه مستقبل الرسالة والتأثير عليه، فالحجم الكبير للحروف يختلف تأثيره عن الصغير.
- القوة: فعلى المصمم أن يضع مسافة بين الحروف ويناسق بين ارتفاع الحرف وعرضه.

## المطلب الرابع: الأساليب المستخدمة في تصميم الملصقة الإشهارية:

الاستمالات هي مختلف الأساليب الإقناعية المستعملة لتقديم الرسائل الإشهارية، وهذا ما يميز الملصقات فيما بينها، ويمكن تصنيف الاستمالات إلى نوعين:

- **العقلية:** ويتمحور هذا النوع حول مختلف الاحتياجات التي ترتبط بالمستهلك من احتياجات وظيفية وعملية للسلعة وهذا النوع من الاستمالات لها أنواع:
- **استمالة الميزة التنافسية:** وتتركز أساسا على المقارنة بين الخدمة المعلن عنها وباقي الخدمات المنافسة لها.
- **استمالة السعر:** وذلك باستخدام التخفيضات والعروض الخاصة.
- **استمالة الإخبار:** تستخدم بهدف إعطاء المعلومات اللازمة عن استعمال منتج معين.
- **استمالة السمات:** فيها ذكر الخصائص المنتج ومختلف ميزاته عن سائر المنتجات.
- **استمالة شهرة السلعة:** تستعمل لإبراز مدى تفضيل خدمة عن نظيرتها ومدى انتشارها بهدف المحافظة على مكانتها والإقبال عليها أكثر.
- **العاطفية:** ويركز هذا النوع على مختلف الحاجات والرغبات النفسية للمستهلكين ويكون قرار الشراء يرجع إلى أبعاد ومؤشرات عاطفية وهي أنواع:
- **استمالة الندرة:** حينما يكون منتج معين نادر، يتولد للمستهلك الشعور بقيمته ومختلف الإشباع التي يحققها له. استمالة المكانة وتتمحور هذه الاستمالة حول المكانة التي تتمتع بها تلك الخدمة، وتسعى إلى حث المستهلك بالالتحاق بهذه المكانة.
- **استمالة الفخر:** تركز هذه الاستمالة على تعزيز الفخر لدى المتلقي باقتناء ذلك المنتج.
- **استمالة المرح:** الاستعانة بالفكاهة والمزاح لخلق ردود أفعال إيجابية مرغوبة.
- **استمالة الذات:** يركز هذا النوع على رغبة الفرد في تحقيق الرضا الذاتي انطلاقا من اقتناء منتج يضيف شيئا إلى معيشة المستهلك.

- 
- استمالة دعم الشخصيات المشهورة: هذا يتضح أكثر في إشهار عن سلعة تستخدمها شخصية معروفة مما يحفز المتلقي على شراءها إعجاباً بالشخصية التي وظفت معها.

### المطلب الخامس: مراحل تصميم الملصق:

- تعتبر عملية إعداد وتحضير اللوحة الإشهارية أو الملصق عملية اتصالية تقوم على مجموعة من الأسس والمحددات بدءاً من عرض الإشهار صولاً إلى استقباله من قبل المتلقين، إلا أن ضمن هذه العملية هناك مجموعة من المتغيرات الوسطية التي تتحكم في نجاح الإشهار أو فشله في تحقيق الاستجابة المتوقعة.
- وتبعاً لما ذكر، فقد حدد الباحثون في الميدان مجموعة من المحددات التي لا بد من الاعتماد عليها عند تصميم اللوحة الإشهارية نوضحها في:

1. **تحديد الاستراتيجية الإشهارية:** تعتبر هذه المرحلة جد مهمة لضمان نجاح الإشهار في تحقيق فعاليته، إذ تعتمد عملية تحديدها على دراسة ثلاثة عناصر أساسية متداخلة فيما بينها تتمثل فيما يأتي:
- **تحديد الجمهور المستهدف** وهو مجموعة من المستهلكين الذين توجه إليهم الرسالة الإشهارية؛
- **تحديد الأهداف الإشهارية** أو بعبارة أخرى الغرض المنشود الذي يريد المشهر تحقيقه من استخدامه للإشهار كوسيلة للوصول والتأثير في الجمهور المستهدف.

---

## الفصل الثاني: الرياضة النسوية

---

## الفصل الثاني: الرياضة النسوية

المبحث الأول: الرياضة النسوية.

المطلب الأول: نبذة تاريخية عن الرياضة النسوية

المطلب الثاني: أهمية ممارسة المرأة للرياضة.

المطلب الثالث: دوافع المرأة لممارسة النشاط الرياضي.

المبحث الثاني: الرياضة النسوية في الجزائر

المطلب الأول: تاريخ الرياضة النسوية في الجزائر.

المطلب الثاني: الرياضة التسوية في الإسلام.

المطلب الثالث: العراقيل التي تواجهها المرأة الجزائرية في ممارسة

الرياضة.

## تمهيد:

مرت الرياضة النسوية في مختلف حقباتها بأحداث تاريخية اختلفت فيها وجهات النظر و تجادلت الرؤى بين مؤيد ومعارض حول نشأتها وقيامها بسبب مجموعة من الاعتبارات والأفكار السائدة حول المرأة.

فالبعض يعتبرها ذلك الكائن الهزيل الذي لا يقوى على ثقل الأنشطة الرياضية التي تضعف كاهله بحجة أن هذه الأخيرة تؤثر سلبا على جسمها على عكس الجنس الخشن - الرجال - والبعض الآخر في اعتقاده أنها ستصبح قوية القوام ومفتولة العضلات هذا ما يفقدها أنوثتها وتصبح مثل الرجال.

## المبحث الأول: الرياضة النسوية:

الرياضة النسوية تمثل مجالا مهماً في عالم الرياضة حيث يتم تعزيز مشاركة النساء ودعمهن في ممارسة الأنشطة الرياضية بشكل متساوٍ مع الرجال. يهدف الحركة النسوية في الرياضة إلى تحقيق المساواة بين الجنسين في الوصول إلى الفرص الرياضية، وتحفيز النساء للمشاركة في التدريبات والمسابقات الرياضية على قدم المساواة مع الرجال.

## المطلب الأول: نبذة تاريخية عن الرياضة النسوية:

شهدت الرياضة النسوية تطورا ملحوظا عبر حقب تاريخية مختلفة من منطقة إلى أخرى حسب نظامها السياسي السائد ومعتقداتها وتقاليدها الاجتماعية ، حيث في جزيرة " كريت" اعترف بممارسة المرأة للرياضة كحق من حقوقها وكانت ممارستها تقتصر على الرياضات القوة و العنف ليبرهن للجميع أن دور المرأة لا يقتصر على البيت فحسب بل تعدى ذلك إلى ممارسة مختلف الأنشطة منها قيادة العربات ، الصيد والعباب مصارعة الثيران اسبرطة مثلها كمثل جزيرة كريت هي أيضا إلا أن نظامها الاجتماعي قاس وصارم نوعا ما ، حيث كان يعتقد أن الأم التي تملك صحة جيدة تتجب حتما أطفالا أصحاء .

وهنا أصبح هذا يشكل عاملا ايجابيا وهاما للدولة ومن هنا احتكمت إلى من بداية الممارسة الرياضية بالنسبة لنساء اسبرطة حتى يتزوجن حيث تعارف انه عندما تتجب إحدى نساء اسبرطة طفلا عديم الصحة - معاق - أو مريض يأخذ ويترك على قمم جبل " تاخيتوس" حتى يموت، لأنه في هذه المنطقة لم يكن يرحب إلا بالأطفال ذوي الصحة الجيدة والبنية العالية وذلك لتربيتهم تربية عسكرية تدعم بها جيوشها وأثينا هي الأخرى كانت تتمن أهمية ممارسة الأنشطة البدنية التي كانت تعتمد في تربيتها على الجمال والأخلاق والذهن ، إلا أنها كانت تقتصر على الرجال فقط، لان النساء كن حبيسات غرفة البيت لا تتعدى مهامها إلا مراقبة وتربية الأطفال ولا تخصص وقت لها الممارسة الرياضة. أما في أوروبا في القرون الوسطى، فقد برز نوع من الرياضة منه الصيد بالصقر وبالأسهم والقوس.

وفي أواخر القرن 14 اقتصرت ممارسة الرياضة عند النساء صاحبات الطبقة البرجوازية اللاتي كن يمارسن رياضة التزلق على الجليد والعباب الكف ما تعرف برياضة التنس حاليا.

في حين لم يكن للنساء العاديات اللاتي تنتمين للطبقة الكادحة وغيرها وقتا كافيا لممارسة مثل هذه الألعاب.

أما في القرن 19 أنشأت بعض النساء الأوروبيات عدة مدارس التربية المرأة وفي أواخر نفس القرن - القرن 19 - بدأت تظهر الرياضة التنافسية وهي رياضة الفرق ثم قاموا بدمجها كبرنامج ضمن برامج التربية البدنية بشكل رسمي ، إلا أنها توسعت في المؤسسات التعليمية مثل رياضة كرة اليد ، كرة السلة الكرة الطائرة..... وغيرها من الرياضات الأخرى. وبعد مرور عدة سنوات من عدم تقبل هذا والمضايقة بزغ حماس شديد للأنشطة الرياضية ثم Golf، النسوية هذا ما شجع على ظهور فرق نسوية محترفة، منها رياضة القولف البطولة النسوية للتنس وذلك سنة 1887م حيث شاركت النسوة في بطولات مختلفة أخرى مثل : لعبة السيف ، السباحة، التزلق على الجليد، ومن هنا تزايد عدد النساء الممارسات للرياضة.

وفي القرن 20 م سنة 1920م ظهرت عدة حركات في الولايات المتحدة الأمريكية من طرف الرياضيات وحركات أخرى سنة 1960م مطالبة بالحقوق الوطنية لإعادة النظر في الحقوق السياسية والمدنية للنساء وهكذا تطورت الرياضة النسوية في العالم منذ الحرب العالمية "2" إلى يومنا هذا وتوسعت دائرة النشاطات الرياضية النسوية وأصبحت المرأة تلاحم الرجل في شتى المنافسات الرياضية وفي مختلف النشاطات.

### المطلب الثاني: أهمية ممارسة المرأة للرياضة:

إن ممارسة المرأة للرياضة بصفة منتظمة ومستمرة لها تأثير إيجابي على تحسين صحتها وقدرتها على تحمل الجهد والقيام بواجباتها في الحياة، كتأثير على الرجل وهناك بعض الصفات الخاصة بالمرأة من ناحية تركيبها التشريحي والفيسيولوجي أي البدني والعضوي التي يجب مراعاتها في البرنامج التدريبي والتمرين الرياضي لها، ومراعاة لتركيب المرأة البيولوجي نجد أن تقنين المجهود الرياضي للمرأة يختلف عن الرجل من ناحية الكم والكيف.، وممارسة المرأة للرياضة لا تقتصر على النوع أو أنواع معينة من الأنشطة الرياضية، فقد أصبح من النادر أن تجد نوعا من أنواع الرياضة لم تتمكن المرأة حتى الآن من طرده وممارسته، والمرأة تمارس الآن كثيرا من أنواع الرياضة التي لم يسمح لها قديما بممارستها والتي كانت مقصورة على الرجال فقط.

منذ 40 عاما أعلن بعض علماء أمراض النساء للرياضة تؤثر على بروز وتضخم عضلاتهن ويؤثر كذلك على أجهزتهن الداخلية وعلى قيامهن بالوظائف الخاصة بهن كنساء.

ولكن نظرة العلماء اليوم اختلفت وبدأوا يسمحون بممارسة الرياضة، وأكبر على ذلك ما تراه اليوم من ممارسة المرأة للعديد من أنواع الرياضة على المستويات المحلية والدولية وفي الدورات الأولمبية التي لم يكن مسموحا لها قديما بممارستها، واحرازها مراتب التفوق والنجاح، وعلى سبيل المثال السماح لها مثلا في دورة 1972 الأولمبية في سباق 1500 م عدوا لأول مرة، كذلك في دورة مونتريال سنة 1976 اشتركت المرأة في مباريات التجديف وكرة اليد للمرة الأولى أيضا.

ومن بين فوائد ممارسة المرأة للرياضة نذكر منها:

- النشاط البدني يحرق الحريات، كلما نهضت وتحركت، كلما حرقت حريات أكثر، ولتعلموا أن المرأة تقوم بحركات اعتيادية مثل تشغيل المكنسة الكهربائية أو الصعود والهبوط في درج المنزل.
- التمارين تساعد المرأة على النجاح الكبير في برنامج تخفيض الوزن، فالكثيرون من البشر يصلون خط النهاية حيث يبدا لهم أن الحمية الغذائية وكمية التمارين تعطي دفعة أخرى لتبدأ المرأة من جديد بفقدان الوزن، كما أن التمارين القوة تساعد أكثر على بناء العضلات وحرقة المزيد من الدهون.
- التمارين تساعد المرأة على زيادة السرعة الاستقبالية للجسم، وستبقى هذه السرعة مرتفعة لوقت أطول حتى عند توقف النشاط، لذلك يأكل الأشخاص النشطون ما يشاؤون دون أن يزيد وزنهم بينما وزنهم يزداد الكسالى في وزنهم بمجرد رؤيتهم للطعام.
- تساعد التمارين وخاصة الصباحية منها على النوم بشكل أفضل، ولكن على المرأة أن تتجنبها ممارسة الرياضة مساء لأن ذلك يجعلها يقظة، فإذا اضطرت لممارسة الرياضة قبل النوم بساعات فيجب أن يكون ذلك مجرد مشي سريع التمارين جيدة للجسم والروح معا، فهي تحسن المزاج، وذلك راجع إلى إفراز الدماغ لهرمون السعادة (إندروفين) فهذا الهرمون هو نفسه الذي يفرز عند الوقوع في الحب أو تناول الشكلاطة.
- تقلل التمارين الرياضية من خطر الإصابة بأمراض القلب، وسكر الكحول، وارتفاع ضغط الدم وسرطان الثدي، وهشاشة العظام... كما تساعد وتقي من العديد من الأمراض الذهنية كالكآبة.
- الرياضة تساعد المرأة على الصبر والتحمل وذلك عن طريق تدريب جسمك على أن يكون أكثر مرونة وحركة مستخدما كمية طاقة أقل.
- الرياضة هي مفتاح التحكم في وزن الجسم، لأنها تساعد على حرق السعرات الحرارية الزائدة، وبالتالي بقاء الجسم دائما في وزن وشكل جيد.

وتشير التوصيات الخاصة برياضة الحمل، أن الحامل تحتاج إلى 3 دقيقة من التريص يوميا، إن لم يكن يوميا على الأقل من الأسبوع، وفوائد الرياضة للحامل كثيرة، نسرذ أبرزها:

- . التقليل من زيادة الوز ن أثناء الحمل.
- . تقليل متوسط وقت الولادة.
- . مضاعفات ولادة أقل.
- . نقاهة أسرع بعد الولدة.

### **المطلب الثالث: دوافع المرأة لممارسة النشاط الرياضي:**

إن الاشتراك في النشاط الرياضي يجب ان يكون اختيارياً فالاجبار يساعد على اكتشاف المرأة لذاتها ولا يساعد على تنمية التعبير الحر الخلاق والرغبة في المعرفة والابتكار والسعادة الشخصية .

ومهما كان نوع النشاط الممارس فإنه يعتمد اساساً على ممارسته على الدافع ، فاذا كان الدافع هو السعادة الشخصية وكان غرض النشاط في ذاته نشاط تروحي اما الفوائد الجانبية كالصحة واللياقة البدنية والتعرف على اصديقاء جدد وتعلم حقائق ومفاهيم جديدة فتأتي مصاحبة للنشاط ونتيجة للممارسة .

واياً كانت الآراء فهناك وقت يكون الفرد اقل تحملاً للمسؤولية وقد عرف هذا الوقت على انه الوقت الحر أو وقت الفراغ وهو ذلك الوقت الذي يفعل فيه الفرد ما يحلو له، وان اهم الدوافع الممارسة النشاط الرياضي حسب راي بريثيل:

- . الحاجة الى التعبير والابتكار .
- . الحاجة إلى الانتماء
- . الحاجة الى المنافسة .
- . الحاجة الى الحركة والنشاط
- . الحاجة الى الشعور بالاهمية .
- . الحاجة الى ممارسة خبرات جديدة والشعور بالسعادة.

## المبحث الثاني: الرياضة النسوية في الجزائر:

شهدت الرياضة النسوية في الجزائر تطوراً ملحوظاً خلال السنوات الأخيرة، حيث أصبحت المرأة الجزائرية تلعب دوراً مهماً في مختلف الأنشطة الرياضية. تعكس هذه التطورات تغييرات اجتماعية وثقافية تسعى إلى تعزيز دور المرأة ومشاركتها بشكل فعال في مجال الرياضة.

## المطلب الأول: تاريخ الرياضة النسوية في الجزائر:

اقتصرت الرياضة الجزائرية في عهد الاستعمار على الرجال فقط حيث كان الغرض منها هو تكوين أفراد بإمكانهم الدفاع عن الوطن بينما الرياضة النسوية لم يكن لها وجود في تلك الفترة لأن دور المرأة يتمثل في تأدية الأشغال المنزلية. فالرياضة النسوية ظاهرة حديثة بدأ الاهتمام بها بعد الاستقلال حيث اقتحمت المرأة جميع الميادين ولاسيما ميدان الرياضة وتباين ذلك من خلال الفرق النسوية للرياضة الجماعية ككرة السلة، كرة اليد كرة الطائرة بالإضافة إلى بروزها في الرياضات الفردية ألعاب القوى السباحة الجمباز وغيرها.

وفي الثمانينات ازدادت مشاركة الجزائريات في عدة بطولات وطنية وإفريقية وعالمية، وصلت مشاركة الفتاة في الرياضات المنظمة من قبل الفيدراليات الوطنية في الرياضات الجماعية بين 1980م و 1986م إلى %52 ولكن بعد سنة 1986م عرفت الرياضة النسوية تناقصاً كبيراً إذ وصلت ممارسة الفتيات في الرياضات الجماعية إلى %37 أرشيف ملتقط على مستوى المركز الوطني للوثائق الرياضية (CNIDS) يمكن تفسير هذه الظرف بالتغيرات في الأحداث الاجتماعية والسياسية التي وقعت في المجتمع الجزائري سنة 1998م والتي كان لها تأثير سلبي على الرياضة بصفة عامة والرياضة النسوية بصفة خاصة وكانت من آثار هذه الأحداث تعرض بعض الرياضات الممارسات الأعمال العنف والتهديدات.

كما واجهت الرياضة النسوية عدة مشاكل منها ما يتعلق بأفكار المحافظة، التقاليد والأعراف إلى جانب ظهور الفوارق بين الجنسين على مستوى الرياضات العامة وعلى مستوى النخبة إذ منع لفرقة كرة القدم المشاركة في المنافسات الدولية.

---

أما في التسعينات بدأ المجتمع الجزائري يتقبل نوعاً ما صورة المرأة الرياضية وهذا بعد الإنتصارات التي حققتها في بعض الرياضات وخاصة رياضة العلب القوى مثل حسيبة بولمرقة في 1500م، عزيزي ياسمينة في السباعي، سليمة سوكاري في الجيدو. لكن على الرغم من هذا تبقى الرياضة عند بعض النساء مجرد أسطورة لأن المجتمع حدد لهن أدوار أخرى غير ممارسة الرياضة.

### المطلب الثاني: الرياضة النسوية في الإسلام:

إن الإسلام لم يحرم المرأة من ممارسة الرياضة وفي كل الدراسات حول الرياضة في الإسلام توصل بأن الإسلام من الأديان السماوية التي تهتم بالرياضة إلى درجة بأن العبادات والشعائر الدينية تضمنت الحركة البدنية ومزجت نشاط الجسم مع نشاط الروح كما أن النبي عليه الصلاة والسلام كان يمارس ألواناً مختلفة من الأنشطة الرياضية كما كان يشجع الصحابة على ممارسة الألعاب والمسابقات الرياضية وأما بالنسبة إلى موقف الإسلام من رياضة المرأة فإن تسابق النبي صلى الله عليه وسلم مع عائشة رضي الله عنها لأكبر دليل على ذلك، فنقول رضي الله عنها: "سابقني النبي صلى الله عليه وسلم فسبقته"،

وتقول أيضا "خرجت مع النبي في بعض من أسفاره وأنا جارية لم أحمل اللحم ولم أبدين فقال للناس: تقدموا فتقدموا، ثم قال لي: تعالي أسابك فسابقته فسبقته فسكت عني حتى إذا حملت اللحم وبدنت ونسيت معه في بعض أسفاره للناس: تقدموا فتقدموا، ثم قال: تعالي حتى أسابك فسابقته فسبقني فجعل يضحك وهو يقول: هذه بتلك.

### **المطلب الثالث: العراقيل التي تواجهها المرأة الجزائرية في ممارسة الرياضة:**

في الجزائر ظلت المرأة تواجه قدرا كبيرا من العوائق لا تختلف عن تلك التي تواجهها في الثقافات الغربية ومن أهمها: التخوف من فقدان الفتاة لبكرتها، فقد كان الناس يظنون أن تلك الحركات التي تتصف بالمرونة يمكن أن تحدث أضرارا للفتاة البكر.

كما أن صورة المرأة في الجزائر تعتبر أن رياضة المرأة أمر ينفي عنها صفة الاحتشام، وصفات الرقة والأنوثة. فمن هنا نفهم أن الوطن العربي له نظرة سلبية للمرأة الممارسة للرياضة ويعتبر عائق يحجز طريقها ورغبتها في الخروج للنشاط البدني، وما زالت النظرة المحتفظة تحيط برياضيات بالرغم من وجود فرق لكرة القدم في العواصم العربية.

ويمكن اجمال العراقيل تواجه المرأة الجزائرية في ممارسة الرياضة، ومنها:

- **القيود الاجتماعية والثقافية:** بعض التقاليد والأعراف الاجتماعية تحد من مشاركة المرأة في الأنشطة الرياضية، حيث يُنظر أحيانا إلى الرياضة على أنها نشاط غير مناسب للنساء.
- **قلة الدعم الأسري والمجتمعي:** نقص التشجيع والدعم من العائلة والمجتمع يمكن أن يكون عائقا كبيرا أمام النساء اللواتي يرغبن في ممارسة الرياضة.
- **البنية التحتية:** قلة الملاعب والمرافق الرياضية المخصصة للنساء أو غير المختلطة، مما يحد من فرصهن في ممارسة الرياضة بشكل منتظم وآمن.
- **التمويل والدعم المادي:** نقص الموارد المالية والدعم المادي للفرق والنوادي الرياضية النسائية، مما يؤثر على جودة التدريب والمشاركة في البطولات.

- 
- **التغطية الإعلامية:** نقص الاهتمام الإعلامي بالرياضة النسائية مقارنة بالرياضة الرجالية، مما يقلل من الاهتمام العام بالرياضة النساء ويؤثر على معنويات اللاعبات.
  - **الوعي الصحي واللياقة البدنية:** نقص الوعي بأهمية الرياضة للصحة واللياقة البدنية يمكن أن يؤدي إلى تقليل الإقبال على ممارسة الرياضة بين النساء.
  - **التعليم والتوعية:** قلة البرامج التثقيفية التي تروج لفوائد الرياضة وتشجع النساء على الانخراط في الأنشطة الرياضية ، لمواجهة هذه العراقيل، يمكن اتخاذ عدة خطوات مثل تعزيز الوعي المجتمعي بفوائد الرياضة، توفير المزيد من المرافق الرياضية المناسبة للنساء، وزيادة التغطية الإعلامية والدعم المالي للرياضة النسائية.

---

## الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

## الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

### تمهيد

يعد أسلوب التصميم بمثابة النمط الذي تعرض من خلاله الرسالة الإشهارية ومن هذه الأساليب:

- أسلوب الصورة: تحتل الصورة الجزء الأكبر من مساحة الملصقة، تحتل مساحة بالكامل، مع ترك مساحة محدودة للنص القصير.
- أسلوب النص: يعتمد هذا أسلوب على إبراز نص - بصورة أساسية على أن تتحول العناصر الأخرى: الصورة، الرسوم.
- أسلوب السيرك: استخدام أكثر من أسلوب تصميم واحد في الملصقة تزدحم الكثير من الفقرات والصور تبدو متداخلة وبلا ترتيب أو تنسيق.
- التوازن: وهو أساسي في التصميم وتكون عناصره مرتبة وهناك نوعان من التوازن الرسمي. والغير الرسمي.
- التوازن الرسمي: هذا النوع ينشأ من ترتيب العناصر على جانب المركز البصري، حيث الجزء العلوي يكون مساو للسفلي يرتكز على البساطة في الشكل والمحتوى.
- التوازن الغير الرسمي: جو يستند عليه الحركة والحيوية، لا يتأسس على فكرة المركز البصري مهم توزيع الأجزاء بشكل متوازي، يستعمل في التركيز على نقاط محددة قصد خلق الجو النفسي الملائم.
- التناسب: ملائمة العناصر من أحجام وألوان مع المساحة الكلية فكلما كان ذلك تستريح العين.
- التتابع: ويعني الإستمرار وتتابع حركة العين يعطي تميز للإشهار وبالتالي لفت الإنتباه -
- التناغم: يملك الإشهار شخصية خاصة تتميز بالإتساق وعدم التنافر بين أجزائها ويكون مناسب لكل وكذا ثقافة الجمهور.

البساطة: كلما قلت العناصر زاد تأثير المحتوى والإبعاد عن أي عنصر لا يضيف أي شيء إلى التصميم.

### المطلب الأول: تحليل الصورة الإشهارية الأولى

الصورة عبارة عن ملصق نابض بالحياة يروج لبطولة كرة قدم داخل منطقة الإقامة الجامعية. تتميز الخلفية بمشهد ديناميكي مع إضاءة مكثفة ومشاهدين متحمسين. تُظهر المقدمة اثنين من الرياضيين، وكلاهما في وضع الاستعداد، وقد تم تصويرهما بوضوح مع حركات نشطة. ترتدي اللاعب الموجهة على اليسار زيًا أزرق اللون، تقوم بركل كرة قدم في الهواء، بينما يرتدي اللاعب الموجود على اليمين زيًا متعدد الألوان، ويقفز للأمام.

الملصق باللغة العربية في الغالب، مع خطوط جريئة وملفتة للنظر. يُترجم الجزء العلوي من النص إلى "بطولة كرة قدم داخل سكن الجامعي" ويقول الشاعر المتحمس أدناه "تقي بقدراتك واكتشفي طاقتك".

ويتميز التصميم العام بالألوان والحيوية، مما ينقل شعورًا بالإثارة ويعزز روح الروح الرياضية والمشاركة بين طلاب الجامعة.

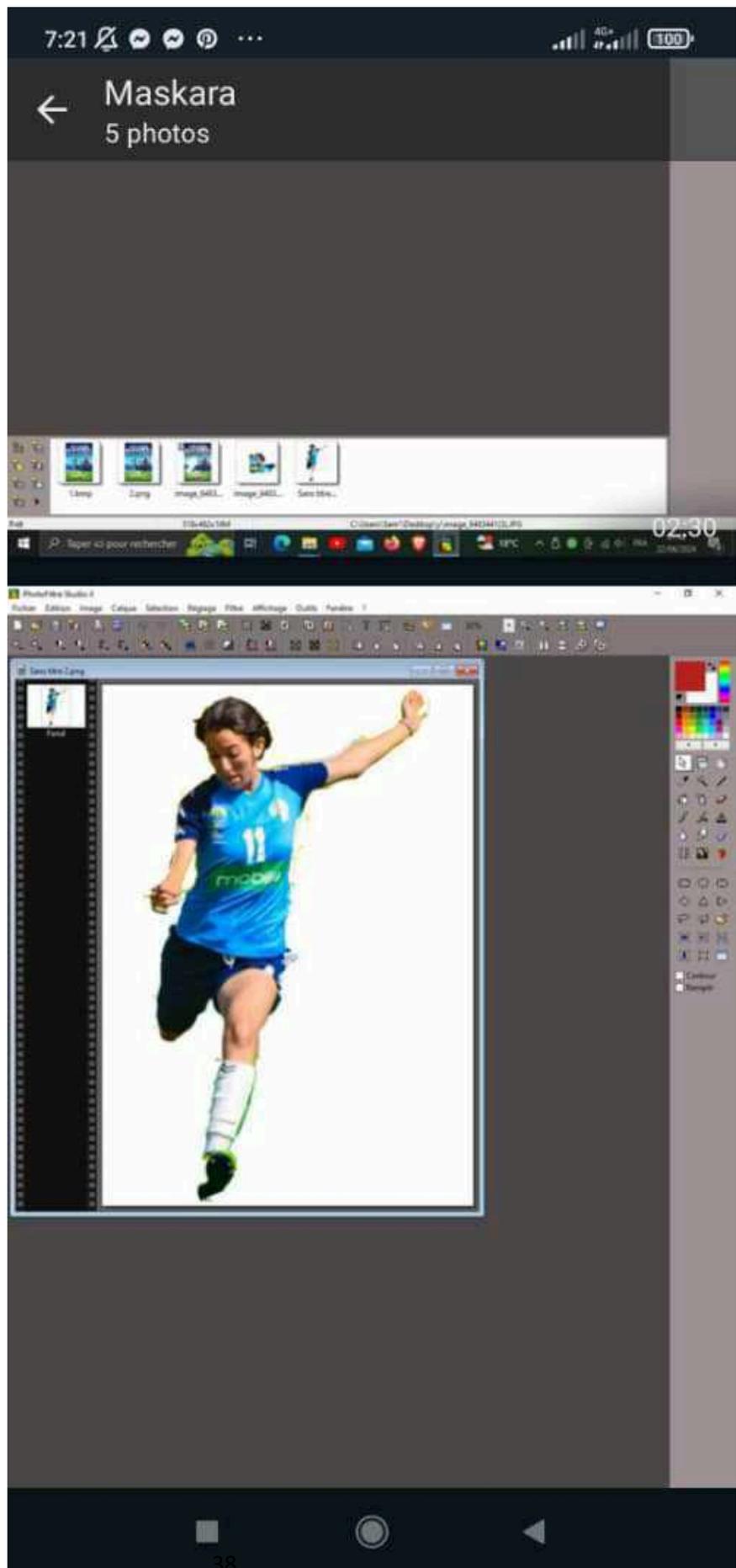
الصورة عبارة عن نشرة إعلانية نابضة بالحياة وملفتة للنظر لبطولة كرة قدم في سكن جامعي. في الجزء العلوي من النشرة الإعلانية، يوجد نص عربي أبيض غامق على خلفية زرقاء داكنة يعلن عن الحدث، وترجمته إلى "بطولة كرة القدم في السكن الجامعي". أسفل هذا، يسلط النص الأصفر والبرتقالي الضوء على عبارات تحفيزية، مما يشجع المشاركين على الثقة في قدراتهم وإطلاق العنان لطاقتهم.

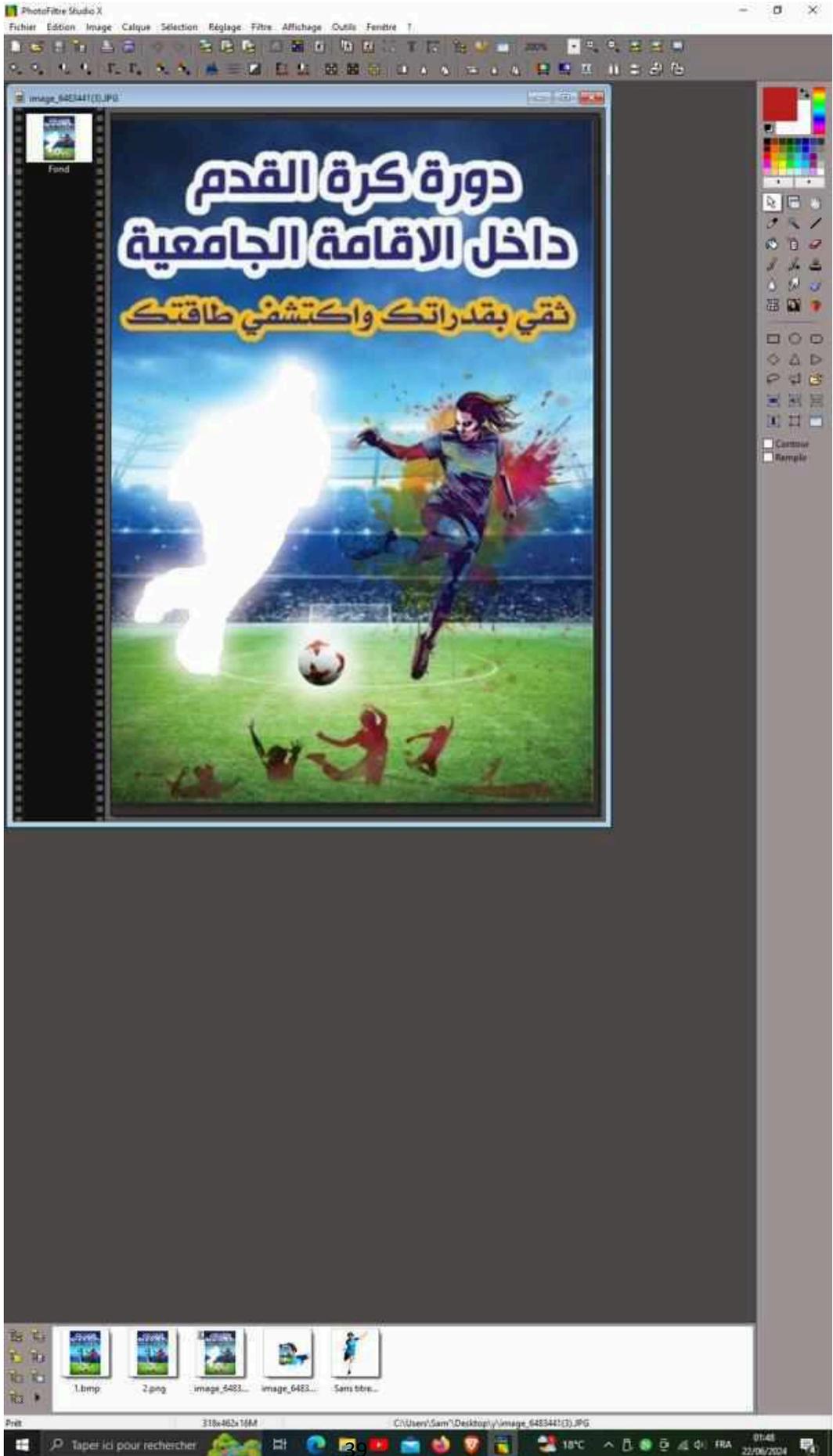
وأيضًا تشتمل الخلفية على ملعب ممتلئ، مما يعكس الأجواء المثيرة للحدث. بجانب هذا اللاعب التي تحمل رقم 11 هناك تصوير فني ملون للاعب كرة قدم، أثناء اللعب تضيف لمسة حيوية وإبداعية إلى النشرة الإعلانية. يتم تنشيط المشهد بشكل أكبر من خلال الصور

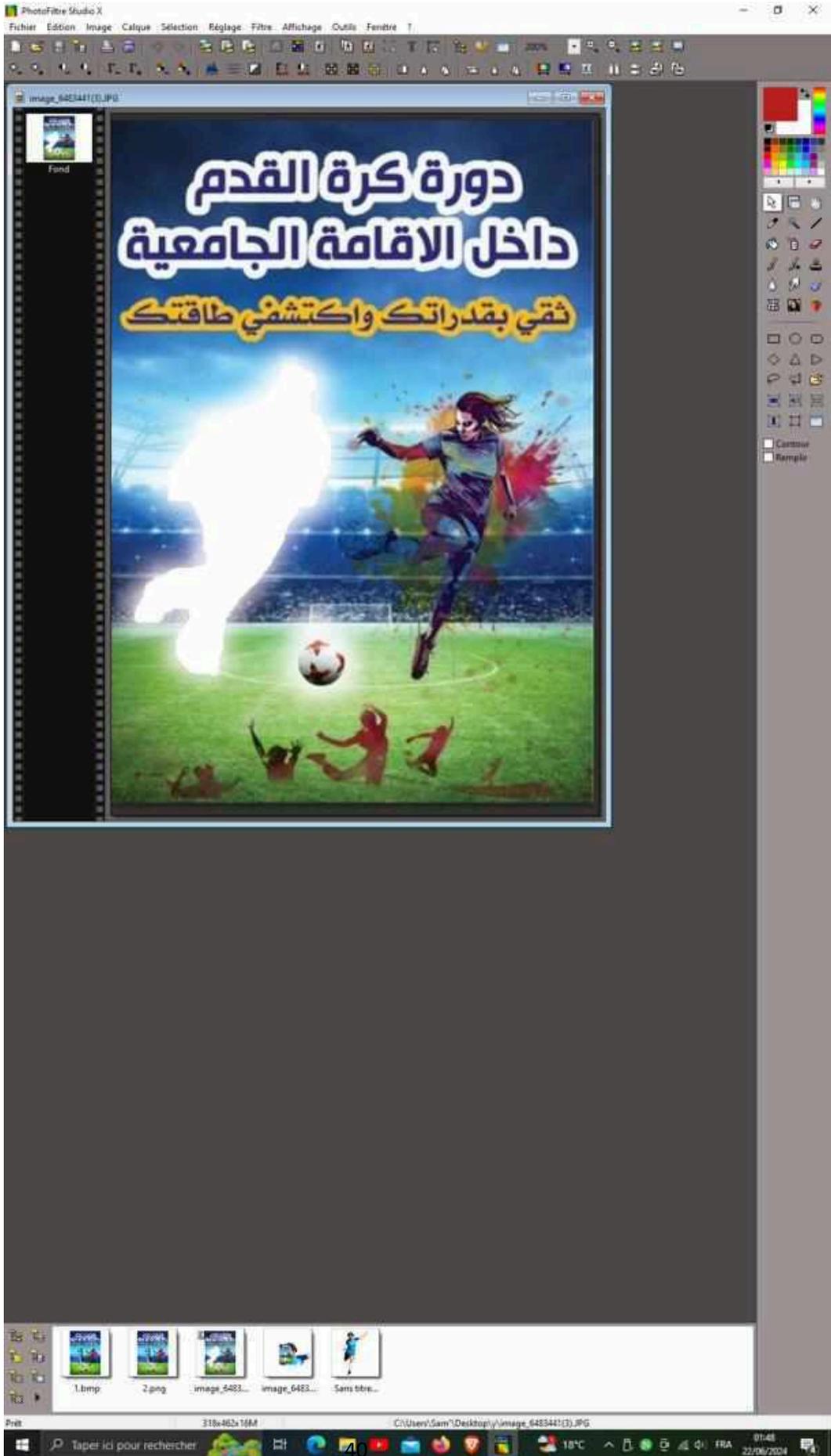
---

الظلية للمشجعين الذين يهتفون ويحتفلون في الأسفل، مقابل العشب النابض بالحياة في الملعب.

التصميم العام جذاب ومفعم بالحياة، وقد نجح في التقاط الإثارة والعاطفة لبطولة كرة القدم القادمة داخل السكن الجامعي.







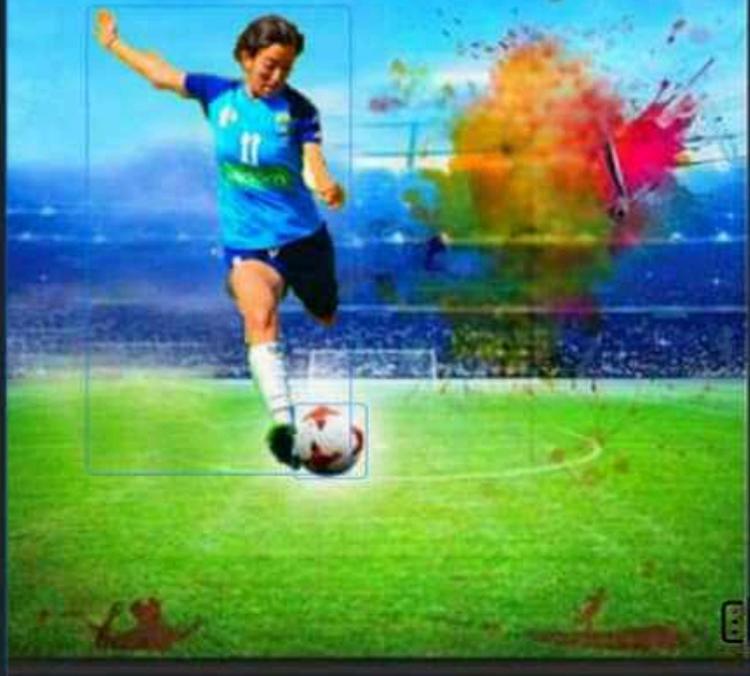
7:18

4G+ 100



# دورة كرة القدم داخل الإقامة الجامعية

ثقي بقدراتك واكتشفي طاقتك



Super Erase Nouveau

Auto AI

Manuel

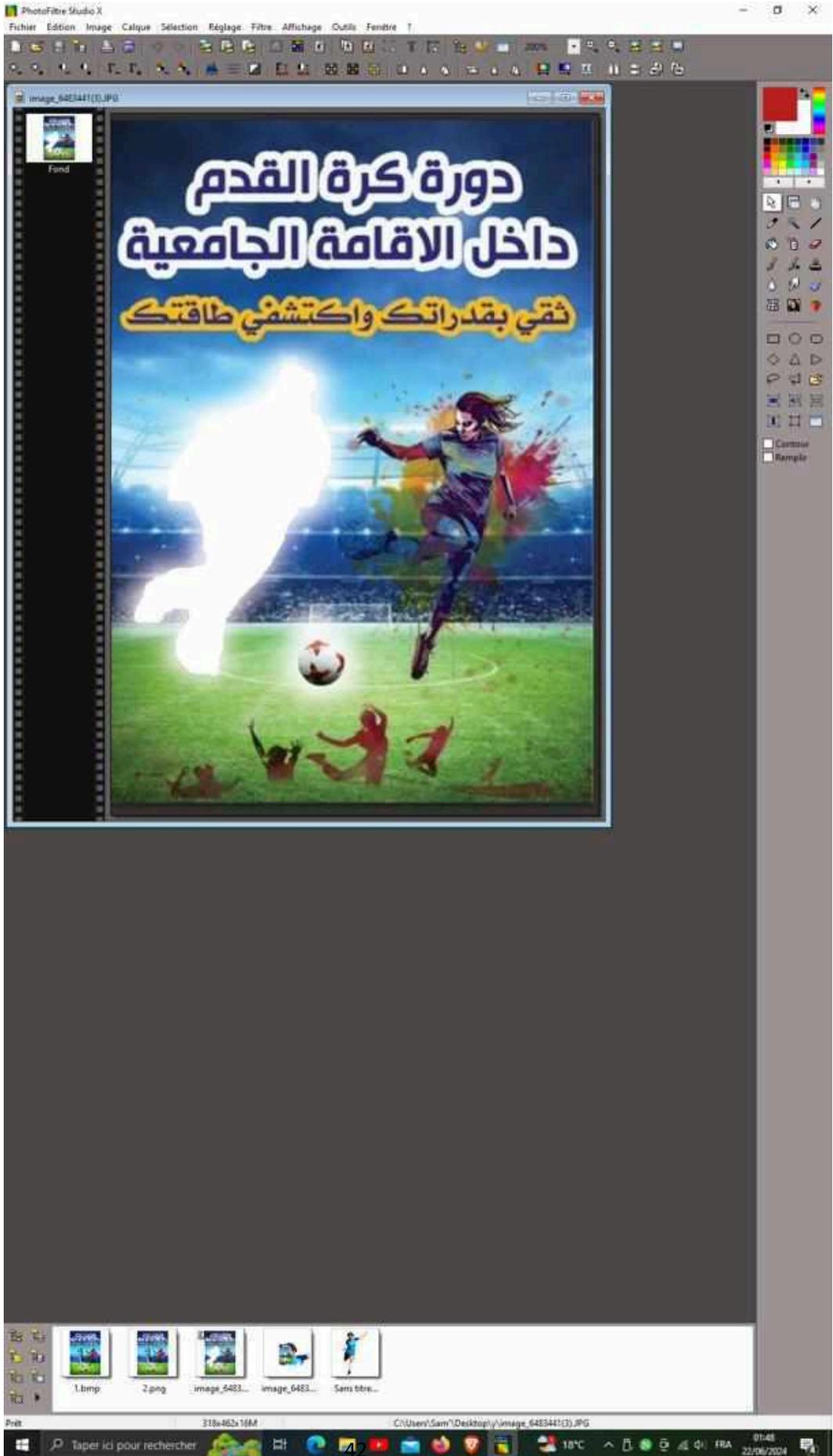


Tout d



Supprimer des objets

Fait 3



# دورة كرة القدم داخل الإقامة الجامعية

ثقي بقدراتك واكتشفي طاقتك



## المطلب الثاني: تحليل الملصق الإشهادي رقم 2.

تصور الصورة فريقاً رياضياً منتصراً يحتفل بانتصاره في الملعب. تتكون المجموعة من الرياضيين ومدربيهم أو مديريهم، وجميعهم يبتسمون ويقفون بفخر مع ميدالياتهم وكؤوسهم. وهم يرتدون زي فريقهم، والذي يشمل القميص الأبيض والأحمر، المكان عبارة عن ملعب كبير مضاء بشكل مشرق مع خلفية فارفة مما يزيد من عظمة المناسبة وأهميتها. تتميز الخلفية بشكل بارز بالنص "Championnes SUPER DIVISION 2023/2024" بأحرف حمراء غامقة، مما يسلط الضوء على إنجازهم في Super Division لموسم 2024/2023. الجو مفعم بالحيوية، يتسم بالشعور بالإنجاز والفرح بين أعضاء الفريق. في وسط الصورة يقف فريق رياضي منتصر بفخر على أرض خضراء مورقة داخل ملعب كبير. تمتلئ الخلفية ببحر من المقاعد الفارغة تحت أضواء الساطعة، مما يخلق جوًا مذهلاً من الانتصار والاحتفال. أعضاء الفريق، الذين يرتدون قمصان بيضاء أنيقة مزينة باللون الأحمر، مرتبون في مجموعة، بعضهم يقف والبعض الآخر قاعدا أمامهم. وقد تم تزيينهم بميداليات ذهبية حول أعناقهم، مما يدل على انتصارهم. أمامهم، يتم عرض كأس كبيرة ولامعة بشكل بارز، ترمز إلى نجاحهم وهم يحملونها بفرح وفخر. وفوقهم، بأحرف حمراء غامقة، مكتوب نص "CHAMPIONNES SUPER DIVISION 2023/2024"، للتأكيد بشكل أكبر على إنجازهم. بالإضافة إلى ذلك، يضيف العلم الوطني المغطى فوق النص لمسة وطنية، احتفالاً بإنجازهم على ما يبدو على المستوى الوطني.

محاطاً بمدربيهم الداعمين وأعضاء الفريق الذين يرتدون ملابس رسمية داكنة، تتضح المجموعة بشعور بالوحدة والانتصار المشترك. تكثر الابتسامات، وتعكس لغة أجسادهم ومواقفهم الواثقة انتصارهم الذي حققوه بشق الأنفس، وهو تتويج لجهودهم في دوري السوبر لموسم 2024/2023. تتميز هذه الصورة بقيام فريق احتفالي بالتقاط صورة جماعية، حيث يبدو أنهم يحتفلون بفوزهم في بطولة "Championship Super Division".

---

"2023/2024 يعكس تصميم الصورة العديد من الجوانب الفنية التي تجمع بين عناصر التركيب والتوازن والوحدة والخطوط والأشكال.

**\*\*اللون\*\***: يهيمن في الصورة اللون الأخضر للعشب والسماء بدرجاتها الزرقاء والرمادية في الخلفية، مما يضيف جواً من الحيوية والطبيعة. الألوان الحمراء في النص والمعدات تضيف نوعاً من الحيوية والقوة للأحداث، بينما الألوان السوداء في ملابس بعض الأشخاص تضيف لمسة من الجدية والرسمية.

**\*\*التركيب\*\***: تم تصميم الصورة بحيث يتوسطها الفريق بالكامل مع توجيه الإضاءة القائمة على تشكيل هالة ضوئية حولهم، مما يبرز الأبطال بشكل واضح ويجعلهم محور الاهتمام البصري.

**\*\*الوحدة والتوازن\*\***: تظهر الوحدة في تنسيق ملابس الفريق، حيث يرتدي الجميع زيًا موحدًا مما يعكس الروح الجماعية. التوازن يمكن ملاحظته من خلال توزيع الأشخاص في الصورة بشكل متساوي تقريباً مع توازن ملحوظ في استخدام الألوان والأضواء.

**\*\*الخط\*\***: النص الموجود في الصورة مكتوب بخط واضحة وكبيرة في الأعلى، لونه الأحمر يعكس طاقة وحماسة الفوز. التباين بين الألوان الداكنة والفاتحة يساهم في إبراز النص وجعله لافتاً للنظر بشكل مميز.

**\*\*الأشكال\*\***: الأشخاص في الصورة والنص الموجود في الأعلى يشكلون جزءاً من الأشكال المتنوعة الموجودة، وكلها تتناغم لتكسر الشعور بالإنجاز والفخر.

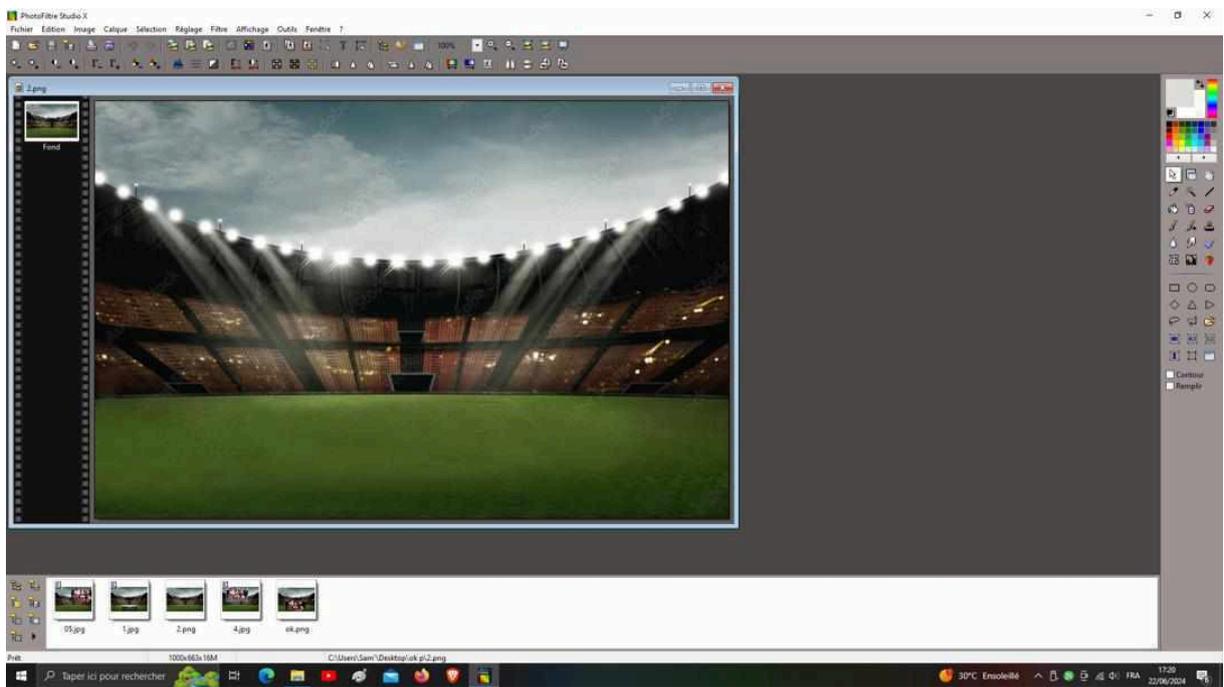
**\*\*دلالة اللون الأحمر\*\***: يرمز اللون الأحمر في النص إلى الحماسة والانتصار والقوة، مما يعكس أهمية وشدة المناسبة.

---

**\*\* دلالة اللون الأسود \*\*: اللون الأسود المستخدم في ملابس بعض الأشخاص يدل على الرسمية والجدية، مما يعكس تنظيمية الحدث وأهميته.**

**\*\* الطباعة \*\*: (Typographie) تم استخدام الطباعة بصيغة واضحة وجريئة لاسم البطولة والتاريخ، مما يضفي أهمية على الحدث ويجعله لا يُنسى.**

باختصار، تجمع الصورة بين عدد من العناصر الفنية التي تساهم في تجسيد لحظة الاحتفال بالفوز بشكل فني ومؤثر.





**CHAMPIONNES**  
**SUPER DIVISION 2023/2024**



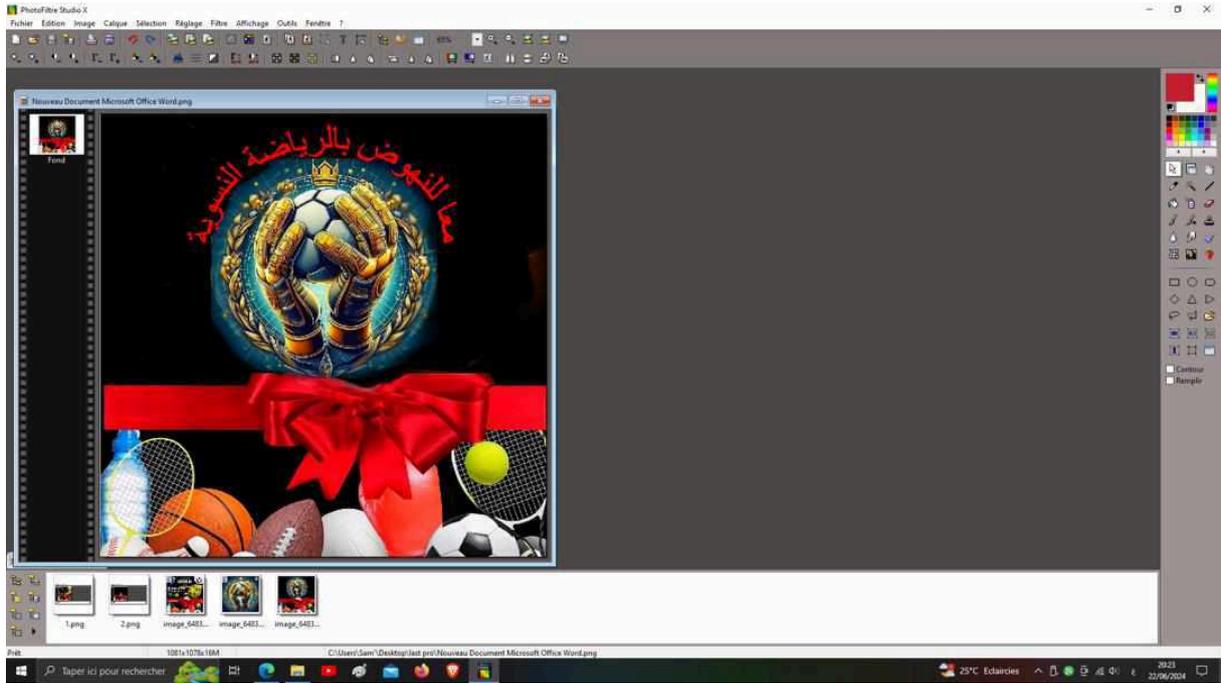
### المطلب الثالث: تحليل الملصق الإشهاري رقم 03.

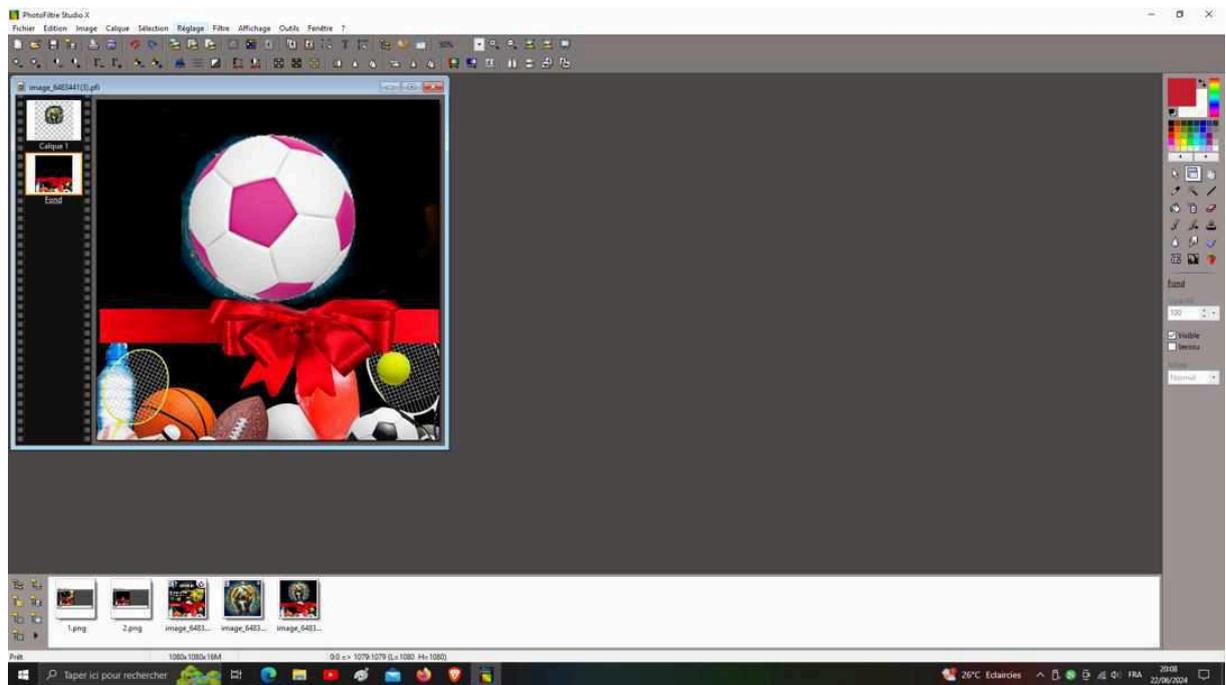
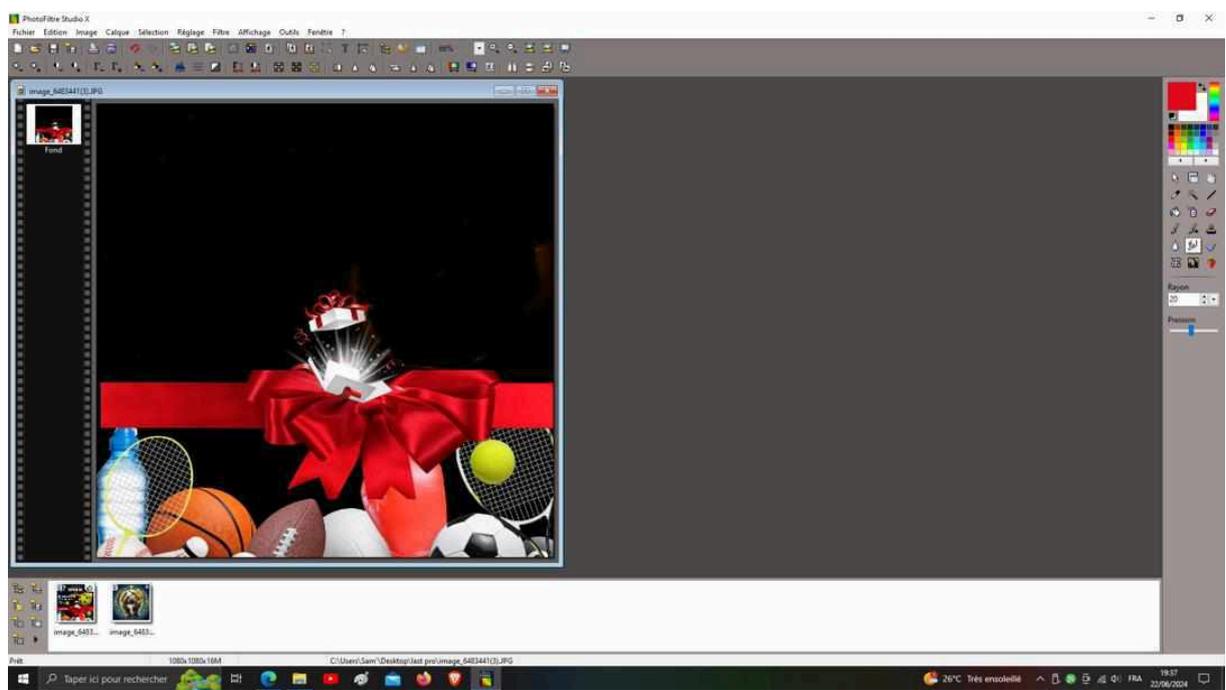
هذه الصورة الإشهارية لها لمسة فنية خاصة، كانت مختلفة على الملصقات الأخرى، حيث أخذنا الملصق وقمنا بترتيب وتركيب المعلومات: العملية الأولى التي قمنا بها: أخذ الصورة كما هي موضحة في الشكل الأول، كانت مليئة بالمعلومات ولبمستنا الخاصة قمنا بتغيير، حبث تركنا الجزء السفلي الذي يحتوي على جميع الكرة أي كرة تمثل رياضة خاصة بها مثل: التنس، كرة السلة، راغبي،... إلخ إضافة إلى الجزء العلوي قمنا بتغيير كلي وضعنا كرة على خلفية سوداء الذي تعبر عن الدقة والهدوء والجدية متوافقة مع اللون الوردي للكرة، بالإضافة إلى النار بجانب الكرة باللون البرتقالي وهي عنصر طبيعي فعال دليل على الهيجان وعلى أن كرة القدم الكل يميل ويرغب إلى اللعب فيها.

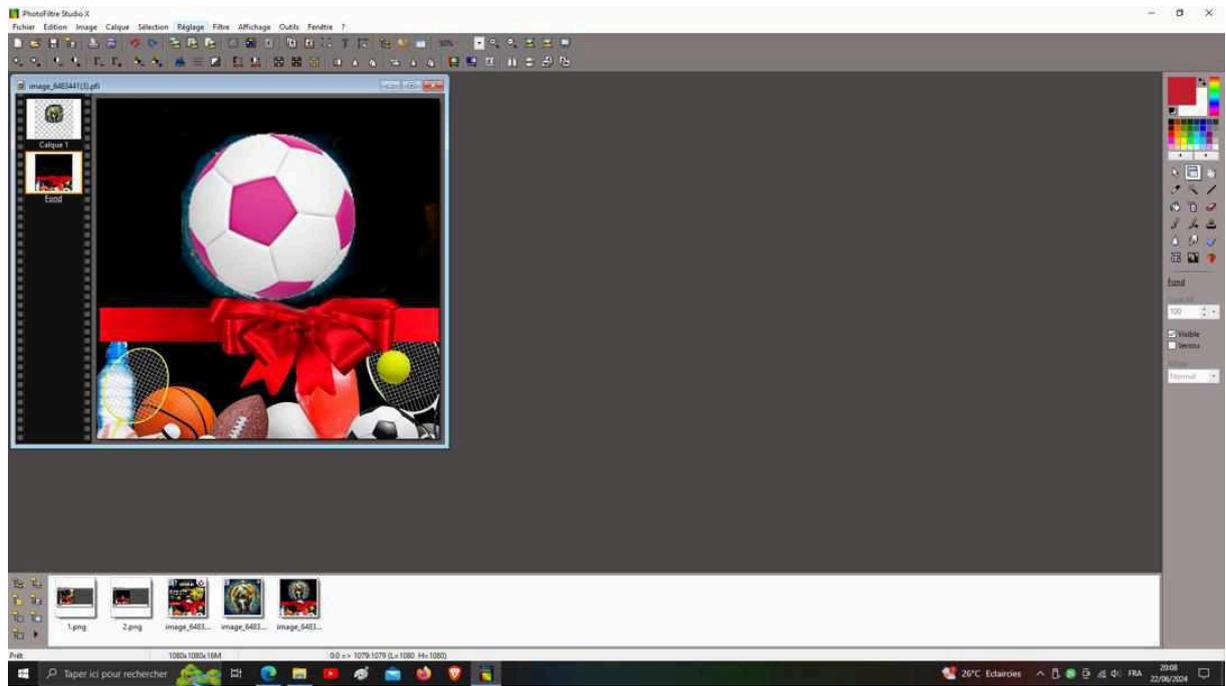
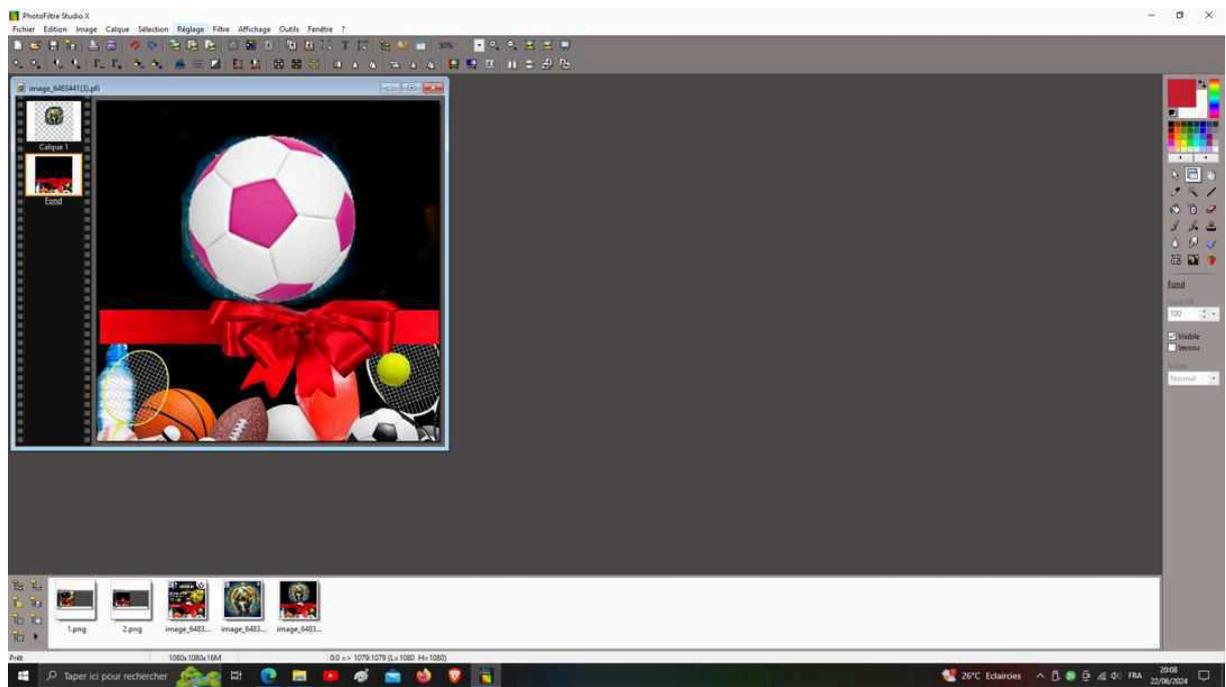
هذه التفاصيل الإضافية تعطي فكرة أكثر شمولية عن العناصر والمشاعر التي تنقلها الصورة، فالصورة تعكس بشكل واضح دعم وتشجيع الرياضة النسوية من خلال عدة عناصر: 1- النص المكتوب: الجملة العربية "معال النهوض بالرياضة النسوية" مكتوبة بخط عريض وواضح في الجزء العلوي من الصورة، مما يبرز الرسالة الأساسية لدعم الرياضة النسوية، النص يوضح الغرض من الصورة ويجذب الإنتباه نحو أهمية المشاركة النساء في الرياضة.

2- التصميم الإحتفالي: الألوان الزاهية والديكورات الإحتفالية تشير إلى أن هذه الصور قد تكون جزءا من مناسبة مخصصة بالإنجازات الرياضية، والأشكال الهندسية الملونة تضيف جوا من الإحتفال والتقدير.

هذه العناصر مجتمعة تبرز رسالة قوية تدعم وتشجع مشاركة النساء في الرياضة وتشدد على أهمية النهوض بالرياضة النسوية كمجال يستحق الإهتمام والدعم









## تحليل العناصر الفنية في الصورة

الألوان:

### العلاقة بين الألوان:

تستخدم الصورة ألوانًا متناسقة ومتكاملة، حيث تتنوع بين درجات اللون الأحمر والأصفر والأزرق مع درجات البيضاء والسوداء.

تخلق هذه الألوان شعورًا بالدفء والحيوية والنشاط.

رمزية الألوان:

الأحمر: يرمز إلى القوة والحماس والعاطفة.

الأصفر: يرمز إلى السعادة والتفاؤل والطاقة.

الأزرق: يرمز إلى الهدوء والسكون والاستقرار.

الأسود: يرمز إلى القوة والسلطة والغموض.

الأبيض: يرمز إلى النقاء والبراءة والسلام.

درجة حرارة اللون:

تستخدم الصورة مزيجًا من الألوان الدافئة والباردة.

تخلق الألوان الدافئة شعورًا بالتقارب والحميمية، بينما تخلق الألوان الباردة شعورًا

بالاتساع والمسافة.

قيمة اللون:

تستخدم الصورة مزيجًا من الألوان الفاتحة والداكنة.

تخلق الألوان الفاتحة شعورًا بالخفة والرحابة، بينما تخلق الألوان الداكنة شعورًا بالثقل

والدقة.

## التركيب:

### توزيع العناصر:

يتم توزيع العناصر في الصورة بشكل متوازن ومتناسق. تقع الكرة في مركز الصورة، بينما تتوزع الكرات الأخرى حولها بشكل متساوٍ. يخلق هذا التوزيع شعورًا بالاستقرار والتوازن.

### التوازن:

التصميم متوازن بصريًا. تتوزع الكرات بشكل متساوٍ في جميع أنحاء الصورة، مما يخلق شعورًا بالثبات والاستقرار.

### التناسب:

العناصر في التصميم متناسبة الحجم والشكل. تكون الكرة في مركز الصورة أكبر من الكرات الأخرى، مما يخلق شعورًا بالتسلسل الهرمي.

### التكرار والإيقاع:

يتم تكرار شكل الكرة في جميع أنحاء الصورة. يخلق هذا التكرار شعورًا بالإيقاع والحركة.

## الأشكال:

### الأشكال الهندسية:

تستخدم الصورة أشكالًا هندسية مثل الدوائر والمستطيلات. تمثل الدوائر الكرات، بينما تمثل المستطيلات الخلفية السوداء. تخلق هذه الأشكال الهندسية شعورًا بالنظافة والنظام.

## الأشكال العضوية:

لا تستخدم الصورة أشكالاً عضوية.

## الحركة:

### الحركة الحقيقية:

لا توجد حركة حقيقية في التصميم.

### الحركة الضمنية:

يخلق ترتيب الكرات شعوراً بالحركة الضمنية.

تبدو الكرات وكأنها تتحرك حول الكرة المركزية.

### التباين:

هناك تباين بين الحركة والسكون في التصميم.

تكون الكرة المركزية ساكنة، بينما تبدو الكرات الأخرى وكأنها تتحرك.

## التدرج:

### التدرج اللوني:

لا تستخدم الصورة تدرجاً لونياً.

### التدرج الشفافية:

لا تستخدم الصورة تدرجاً في الشفافية.

### التدرج في الحجم:

يتم استخدام تدرج في الحجم في التصميم.

تكون الكرة في مركز الصورة أكبر من الكرات الأخرى، مما يخلق شعوراً بالبعد أو

المسافة.

---

التناسب:

النسبة الذهبية:

لا يبدو أن التصميم يستخدم النسبة الذهبية.

النسب الأخرى:

قد يستخدم التصميم نسباً أخرى مثل 2:3 أو 3:5، ولكن من الصعب تحديد ذلك بشكل مؤكد.

## الخاتمة

بالطبع!إليك خاتمة أخرى لتصميم ملصق إعلاني لكرة القدم النسوية في الإقامات الجامعية انظموا إلى مغامرة كرة القدم.

اكتشفوا الروح الرياضية واستعدوا لتحقيق الإنجازات برفقة فريقنا المميز، انضموا اليوم لنجعل كل لحظة على الملعب لا تنسى.

- هذه الخاتمة تعزز الدعوة للمشاركة والمغامرة في الرياضة، انطلقوا معنا نحو مستقبل

رياضي مشرق، حيث تتحقق الأحلام وتتم الإنجازات الكبيرة.

-اكتشفوا قوتكم في كرة القدم النسوية بالإقامات الجامعية.

-من بين أهم النتائج العامة التي توصلنا إليها من خلال دراستنا بشقيها النظري والتطبيقي

مايلي:

-يعتمد الملصق على التصميم الجيد لتحقيق أهدافه.

-التصميم الجيد بالرسائل البصرية يشجع الرياضة في الإقامة الجامعية ويجذبهم.

-الملصق الرقمي يختصر الجهد والوقت وخدمات وقلة تكاليف الإقامة الجامعية.

التوصيات

توفير الملصقات الرقمية لترويج كرة القدم النسوية..

## قائمة المراجع:

- 1- مليك عبد الناصر، زينب قوني، صورة الانا في الملصق الاشهاري الامريكي، مجلة علوم اللغة العربية، وادابها المجلد 14، العدد 1، 222، ص657.
- 2- محمد الماكري الشكل والخطاب، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء 1991 ص9.
- 3 -المرجع نفسه ص10.
- 4 -اسماء اسطنبولي تاثير عناصر الملصق الاعلاني على اتجاهات السياح دكتورة علوم جامعة الجزائر.
- 5 -2017/2016 ص 13.
- يوسف بومشعل، اساليب تصميم الاعلانات، محاضرات في تصميم الاعلان جامعة العربي بن مهدي 2015/04/13.
- يوسف بومشعل مبادئ تصميم الاعلان محاضرات في تصميم الاعلان، جامعة العربي بن مهدي 2015/03/09.

---

## الفهرس:

03.....	الاهداء
04.....	الشكر والتقدير
08.....	الفصل الاول
23.....	الفصل الثاني
35.....	الفصل الثالث
42.....	المراجع
43.....	الفهرس
44.....	الملخص

## ملخص:

على الرغم من التحديات و العراقيل التي تواجهها المرأة الجزائرية في ممارسة الرياضة فان التقدم الذي تحقق حتى الان يعكس قوة ارادة النساء الجزائريات الجهود المستمرة من قبل الحكومات و الهيئات الرياضية و المجتمع المدني ساهمت في احداث تغيرات ايجابية مما ادى الى زيادة المشاركة النسائية في الانشطة الرياضية على مختلف المستويات. ان تعزيز الرياضة النسوية يتطلب تضافر الجهود من جميع الجهات بدءا من تقديم الدعم المالي و الاعلامي اللازم مرورا بتحسين البنية التحتية الرياضية وصولا الى نشر الوعي باهمية الرياضة في تعزيز الصحة و اللياقة البدنية ان هذه الخطوات ستسهم في توفير بيئة داعمة تشجيع النساء على الانخراط في الرياضة وتطوير مهاراتهم.

## Summary :

Despite the challenges and obstacle thatalgerianwomen face in practicing sport the progressachievedso far reflects the strength of the will of algerianwomencontunuous effort by government sport bodies and civil society have contributed to bringing about positive changes leading to an increase in women participation in sports activitiesatvariouslevels.

Promotingwomens sport requireconcerted efforts from all parties strqtingwith the provision of.... The necessaryfinancial and media support includingimproving the sport infrastructure all the way to spreadingawareness of the impotence of sport in promotinghealth and physical fitness thesestepswillcontribute to providingsupportiveenvironmentthat encourages women to engage in sport.