

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم-

كلية الأدب العربي والفنون

قسم الفنون البصرية

تخصص تصميم غرافيكي



مذكرة معدة لنيل شهادة الماستر في الفنون البصرية تخصص تصميم غرافيكي

الموسومة ب:

دور الملصق الإشهاري في تنمية الخدمات السياحية  
الحظيرة الوطنية الأهقار بتمنراست - نمونجا

تحت إشراف الدكتور :

د: عبد الصدوق ابراهيم

من إعداد الطالب:

❖ بن انسباغور عبد السلام



السنة الجامعية 2021 / 2022



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -

كلية الآداب العربي و الفنون

قسم الفنون البصرية

تخصص تصميم غرافيكي



مذكرة معدة لنيل شهادة الماستر في الفنون البصرية تخصص تصميم غرافيكي  
الموسومة ب:

## دور الملتصق الإشهاري في تنمية الخدمات السياحية الحظيرة الوطنية الأهقار بتمنراست - نموذجا

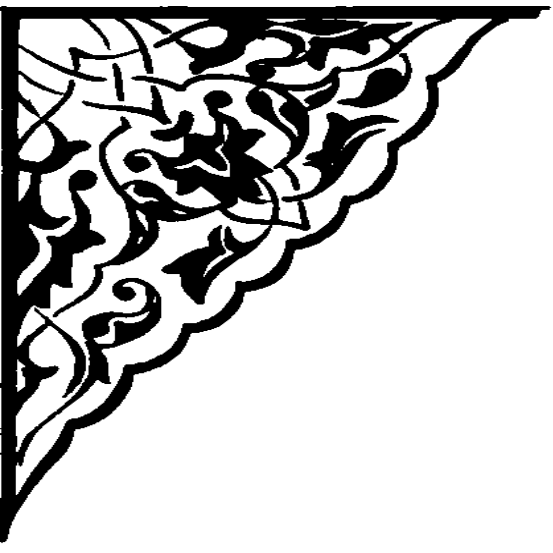
تحت إشراف الدكتور :

د: عبد الصدوق ابراهيم

من إعداد الطالب:

❖ بن انسباغور عبد السلام

السنة الجامعية 2021 / 2022



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ  
\*وَالصَّلٰةِ وَالسَّلَامِ عَلٰی رَسُوْلِ اللّٰهِ صَلٰی اللّٰهُ  
عَلَيْهِ وَسَلَّمَ\*



# كلمة شكر وتقدير

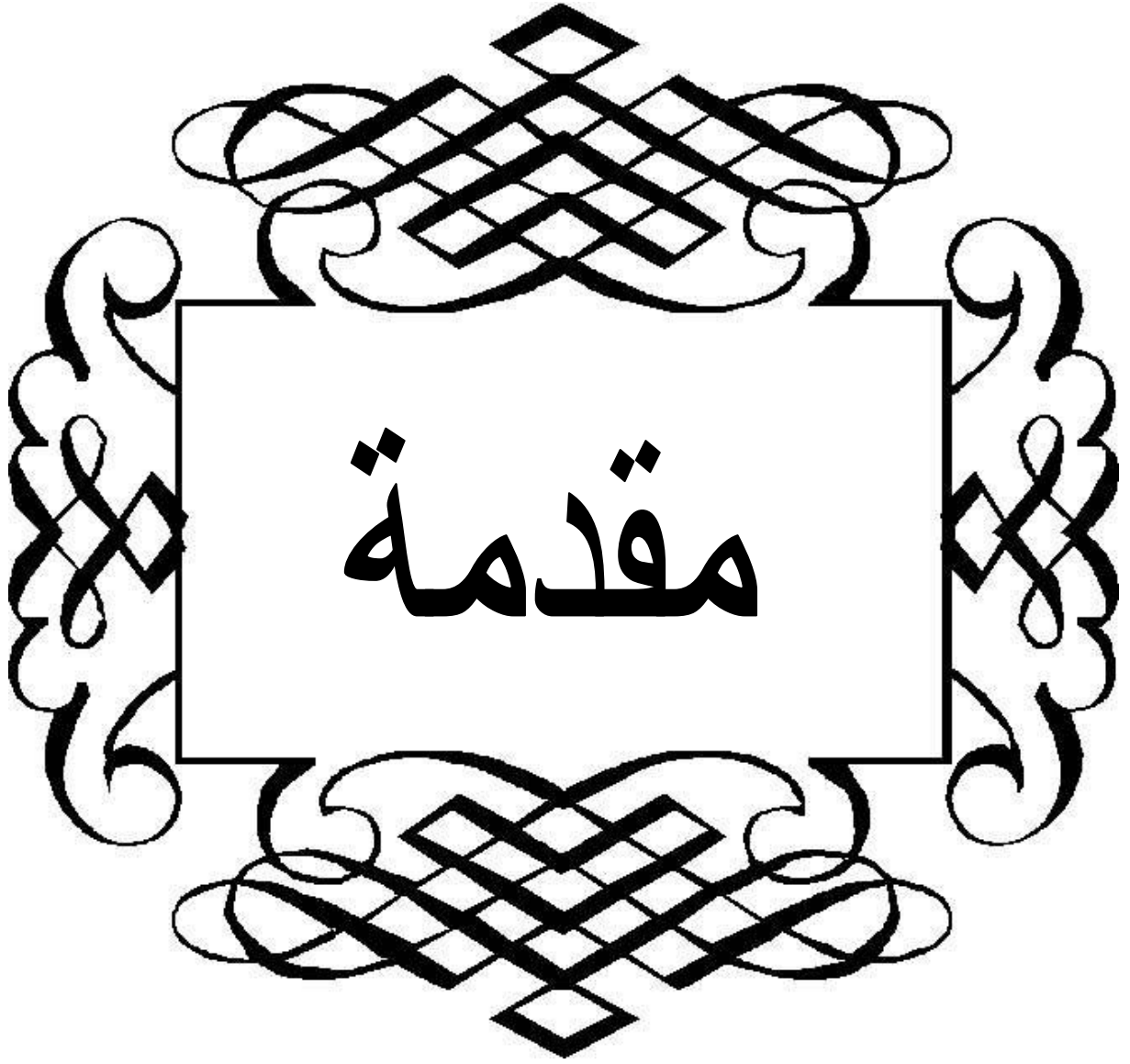
بداية؛ الشكر والحمد لله الكريم على كل النعم وعلى توفيقني لانجاز هذا العمل ، كما أتقدم بالشكر الجزيل للجنة المناقشة و الأستاذي المشرف السيد عبد الصدوق إبراهيم لتفضله بالإشراف على هذه المذكرة ، وتقديمه للنصائح الالامتناهية و إصراره على تقديم الأفضل كما أتقدم بالشكر لكل الأساتذة الذين كان لهم الفضل في إثراء بصيدي المعرفي والعلمي خلال مشواري الدراسي الجامعي .

والشكر موصول لكل من ساعدني في انجاز هذا العمل من قريب و من بعيد

والحمد لله دائما و أبدا

# إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى روح أبي الطاهرة ، وإلى أمي  
سندي والتي ربنتني و أنارت دربي و أعانتني بالصلوات والدعوات  
إلى عائلتي الكريمة .و إلى الأصدقاء والأحباب من قريب و بعيد.  
إلى كل من تحلوا بالإخاء والوفاء أحبائي في جامعة مستغانم  
و زملائي في قسم الفنون البصرية في كل الأطوار الدراسية ..إلى  
أساتذتي الذين كان لهم الفضل في وضع اللبنة العلمية الأولى  
بأسلوب سلس ليخرج نضاً طرياً...فها نحن الآن نجني ثمرة جهدهم النائر  
إذ تلك شئنة الأكابر



مقدمة

يُعد الإشهار من الأنشطة التي أصبحت تحتل أهمية كبيرة في الترويج للسلع والأنشطة والبضائع، والخدمات المختلفة، فقد أضحي يحاصرنا من كل مكان بإستخدام وسائل و دعامات مختلفة منها الملصقات الإشهارية التي تمتاز بإمكانية عرضها في أماكن عدة، مما يجعلها وسيلة سهلة الإعتماد و قليلة التكلفة، فهي تعتبر وسيلة اتصال بين المؤسسة و جماهيرها، فالعديد من المؤسسات تتّجه نحو الملصقات الإشهارية لتقديم خدماتها أو الترويج لأنشطتها بغضّ النظر عن مجال عملها، ولعل المؤسسات الثقافية كغيرها تعتمد على هذه الوسيلة في ترويج فعاليتها لجذب الزبائن نحوها.

وبالتالي بات استخدام الملصق الإشهاري في مختلف المؤسسات خاصة السياحية والفندقية منها يحقق خدمات كثيرة و نظرا لأهمية السياحة سواء على المستوي الإقتصادي أو الإجتماعي أو الثقافي، أصبحت كل الدول توليها أهمية متزايدة، ذلك أنها تمثل مكانة متميزة في حياة و اقتصاديات أغلب الدول فقبل أن تكون موردا يساهم في التنمية الإقتصادية فهي أداة لتواصل الأمم والشعوب.

والسياحة إثراء للتراث الإنساني، إذ أصبحت خلال العقود الأخيرة صناعة متكاملة البنين، ولتزايد الإهتمام بالخدمات السياحية، تسعى المؤسسات السياحية والثقافية التراثية والفندقية لتقديم خدمة سياحية متميزة للسياح مقارنة بباقي المنافسين، لأن السائح القادم إلى الدولة المصدرة للسياحة يأتي جابا للأموال والخدمات.

و لتوضيح ماهية الملصقات الإشهارية ودورها الفعال في الجانب السياحي، اعتمدت في هذه المذكرة على فصلين: الفصل الاول جاء بعنوان مدخل عام للملصق الإشهاري تناول ثلاثة مباحث وهي: تعريف الملصق الإشهاري ونشأته.- أنواع الملصق الإشهاري -مكوناته و وظائفه. أما الفصل الثاني و المعنون ب أثر الملصق الإشهاري في تنمية الخدمات السياحية بمباحثه الثلاثة: مفهوم السياحة و نشأتها، أنواع السياحة، وعلاقتها بالملصق الإشهاري. إضافة إلى ذلك الإطار التطبيقي الذي كانت به الدراسة الميدانية والتحليلية، والذي يشمل النشاط السياحي في حظيرة الأهقار السياحية بمقوماته السياحية والمادية والطبيعية، وكذا الخدمات المقدمة من الحظيرة، و واقع الإشهار فيها

# الإطار المنهجي

### 1 - تحديد الإشكالية :

يُعدّ الإشهار أداة إتصال من أهدافه الترويج للخدمات المختلف عبر وسائل متعددة كالجرائد والتلفزيون، الإذاعة والإنترنت، والملصقات الإشهارية، هذه الأخيرة هي أولى أشكاله، فهي تحمل رسائل معنية تتجسد في صور و رسوم و شعارات بهدف تبليغها في قالب فني جمالي و مضمون بسيط و ذو غاية محددة في لفت الإنتباه .

لذا نجد أن كل مؤسسة سياحية تدرك أهميته وقدرته على التبليغ فهو لا يزال يحتل مكانا هاما في مجال التأثير و الترويج السياحي، وعليه يمكننا القول : أنّ الملصقات الإشهارية قد تحقق للسياحة مالا تحقّقه لها وسائل أخرى .

- وبناءً على ما سبق ذكره إرتأينا في هذا السياق دراسة موضوع الملصقات الإشهارية و دورها في تنمية الخدمات السياحية، بالحظيرة الوطنية الأهقار و هنا نطرح تساؤل رئيسي مفاده: **ما هو دور الملصقات الإشهارية في تنمية الخدمات السياحية؟**

### 2 - تساؤلات :

- ما مدى تعرض لطلبة للملصقات الإشهارية؟
- ماهي دوافع إقبال الجمهور على المؤسسة السياحية؟
- هل تساهم الملصقات الإشهارية في الترويج للمؤسسة السياحية؟
- ما مدى اعتماد الإدارة المحلية لحظيرة الأهقار على الملصقات الإشهارية للترويج لخدماتها السياحية الثقافية؟

### 3-الهدف من الموضوع :

\*توضيح دور الإشهار في تنمية الخدمات السياحية التي تساهم بدورها في تطوير السياحة الوطنية .

\* تقييم مدى فعالية الإشهار و الملصق الإشهاري في تنمية الخدمات السياحية .

\* الوقوف على مدى تقدم الوعي الإشعاري في المؤسسة السياحية .

### 4-أسباب إختيار الموضوع:

أ – أسباب ذاتية:

- \* ملاحظتي الشخصية لكثرة إقبال السياح على المناطق السياحية في تماراست .
- \* الرغبة الشخصية والإهتمام بدراسة موضوع الملصق الإشعاري و التنمية السياحية .
- \* تقديم عمل ملموس يعكس ما درست طيلة مرحلة الماستر .
- \* طبيعة التخصص (تصميم غرافيكي) و علاقته و ارتباطه بالملصق الإشعاري .
- \* كوني ابن منطقة تماراست منطقة سياحية تهتم بالثقافة السياحية .

ب- أسباب موضوعية:

- \* قابلية الموضوع للدراسة النظرية و التطبيقية .
- \*المساهمة في إثراء المؤسسة السياحية بمرجع إضافي في مجال الإهتمام.
- \*الإنتشار المتنوع و الكبير للملصقات الإشعارية .
- \* قلة الدراسات الخاصة بدور الملصقات الإشعارية و علاقتها بالسياحة في مجال دراستنا.

### 5- أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية الدراسة الحالية في أهمية الملصقات الإشعارية للترويج وتنمية الخدمات السياحية من أجل المحافظة عليها ونشرها .

### 6- تحديد مفاهيم الدراسة :

لكل دراسة علمية مجموعة من المفاهيم التي يمكن أن تشكل إبهاما بين الباحثين المخصصين ، وهذه الدراسة واحدة منها، لذلك نحاول توضيح مجموعة من المفاهيم المتداولة فيها من خلال التعريفات اللغوية والإصطلاحية ، نذكر منها:

### \*الملصقات:

إصطلاحاً: هي وسائل بصرية تعبر عن فكرة و موضوع معين بالصور والرسوم وكتابة الكلمات والعبارات المناسبة ، وهي وسائل فعالة للإتصال بالجمهير والتأثير فيها ، وقد تكون الملصقات بحجم صغير تعلن في وسائل المواصلات أو ذات الحجم الكبير التي تظهر عند مدخل المدن أو على الطرق السريعة والشوارع وغيرها .

### \*السياحة :

إصطلاحاً ، تعرفها المنظمة العالمية للسياحة على أنها نشاط إنساني و ظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى لفترات مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ، ولا يزيد عن عام كامل لغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا الدراسة والعمل .

\*المؤسسة الثقافية: عرفها "وينيك" : بأنها مجموعة مترابطة من التقاليد على جانب كبير من الثبات ، وهي عبارة عن نمط سلوكي متكامل و مركب و مستتر و يمكن عن طريقه إشباع الرغبات أو الحاجات الاجتماعية الأساسية .

وهذا التعريف يبين بأن المؤسسة الثقافية منشأة متكاملة تهتم بمختلف التقاليد مدى الدهر ، ويمكن عن طريقها إرضاء رغبات الإنسان .

### 7- الدراسات السابقة :

1-دراسة طالبي فاطمة بعنوان : الإشهار الإلكتروني و دوره في تنمية الخدمات السياحية ، دراسة ميدانية بفندق رويال بوهران ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر إعلام واتصال 2014/2013.

2- دراسة كحول بسمة بعنوان : دور السياحة في تحقيق التنمية المحلية المستدامة بالجزائر ، حالة الحظيرة الوطنية الأهقار ، تمناست . أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث ، إدارة أعمال وتنمية مستدامة 2018/2017.

3- دراسة مطارفي فضيلة دور الملصقات الإشهارية في الترويج لنشاطات المؤسسة الثقافية الجزائرية ، دراسة ميدانية وتحليلية للملصقات الإشهارية لدار الثقافة أم البواقي 2016./2015

### 8- محتويات الدراسة:

من أجل الإلمام بمختلف جوانب الموضوع جاءت الدراسة في فصلين كالآتي :

**الفصل الأول :** يتعرض للمفاهيم المتعلقة بالإشهار والملصق الإشهاري تعريفه ، نشأته ، أنواعه ، وظائفه والمكونات الأساسية فيه .

**الفصل الثاني :** جاء ب ثلاث مباحث كالمبحث السابق ،فهو يشمل عنصر السياحة ،مفهومها، نشأتها ، و أنواعها وما هي علاقتها بالملصق الإشهاري ومدى تأثير الملصقات الإشهارية على تنمية الخدمات السياحية.

في حين جاء في **الإطار التطبيقي** النشاط السياحي في الحظيرة الوطنية الأهقار، للتعريف بحظيرة الأهقار ، وعرض مختلف مقوماتها السياحية الطبيعية ، التاريخية و الثقافية إضافة لمقوماتها السياحية المادية ،ثم التعرف على واقع و وضعية الأنشطة السياحية بها ، ومدى إهتمام القائمين عليها بالإشهار .

### 9- أدوات جمع البيانات :

- استخدمت في جمع بياناتي مراجع فنية و بيانات من مذكرات تخرج سابقة مختلفة متقاربة بموضوعي ، كما استخدمت بعض المعلومات من وثائق تابعة للحظيرة الثقافية الأهقار.

### 10- صعوبات الدراسة:

- \* أبرز الصعوبات هي التأخير في إنجاز الدراسة بسبب وباء كورونا الذي بسببه تم غلق أغلبية المؤسسات وأماكن التجمعات بما في ذلك المؤسسات السياحية بتمنراست .
- \* قلة المصادر ومستندات البحث .
- \* صعوبة الحصول على ملصقات دار الثقافة ودور السياحة التي تخص النشاطات الجديدة.

# المفصل الأول

أساسيات حول الملصق  
الإشهارى

## تمهيد :

يحوز الملصق مكانة هامة في مجال السيميوطيقا إلى جانب الصورة الفنية أو الصورة التشكيلية ، و ذلك لما له من قيمة في مجال التسويق ، وتقديم الخدمات و ترويج المنتوجات ومن هذا المنطلق أصبح للملصق دور مهم في جذب المتلقي و التأثير عليه لغرض إقناعه للإقتناء والإستهلاك.

المبحث الأول: تعريف الملصق الاشهاري ونشأته

(أ) تعريف الملصق الإشهاري:

poster بالإنجليزية:

هو عبارة عن صفحة مطبوعة من الورق أو الورق المقوى الذي يتم عرضه في الأماكن العامة ، وتنقل معظم الملصقات رسالة بسيطة تجمع بين الكلمات والرسوم أو الصور ، وقد تُعلن الملصقات عن أحداث معينة من المسرحيات أو الأفلام أو المعارض الفنية ، كما يمكن أن تعلن عن منتجات تجارية أو تبليغ رسائل سياسية وهي إما ذات هدف تحفيزي يثير في النفس الرغبة في شيء ما أو منتج معين ، أو ذات هدف تثبيطي مهمته صرف النظر عن شيء ما .<sup>1</sup>

ويُعرّف أيضا : وهو أقدم أنواع الإشهارات كونه إشتهار مطبوع أو مرسوم على الورق أو الخشب حيث تطبع عليها أجزاء الإشتهار أو كله ثم تلصق بأماكن التسوق أو في الشوارع العامة على تركيبات خشبية أو معدنية .<sup>2</sup>

وهو كذلك قصاصات الصحف أو المجلات من الموضوعات و الإشهارات المدونة ،تستخدم لتوليف رسم تجريدي ملصق على شكل صورة أو وثيقة.<sup>3</sup>

وهو أيضا : تصميم أي قطعة من الورق ليكون إعلان عن شيء أو دعاية لشيء ما والملصقات نموذجا تشمل كلا من النصوص و الرسوم البيانية العناصر ، على الرغم من أن

<sup>1</sup> <https://ar-m-wikipedia.org>

<sup>2</sup> سمير العبدلي -قحطان العبدلي - الترويج والإعلان - دار زهران للنشر والتوزيع-عمان-2010 ص 21.

<sup>3</sup> عبد الغفور عبد الفتاح قاري-معجم المصطلحات المكتبات والمعلومات -مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر والتوزيع الرياض 1974.

الملصق قد يكون إما كلياً صوراً وكتابات وخلفيات أو نص فقط ، ويتم تصميم الملصقات على حد سواء بحيث تكون لافتة للنظر وتوصل المعلومات.

وهو وسيلة من وسائل الإعلان تلتصق بالشوارع والأماكن العامة ، ويصنف الملصق حسب الموضوع الذي يعلن فيه .

وهنا نقول أن للإشهار رسالة تجمع بين الكليات والصور والرسومات وتهدف الى ترويج سلعة أو منتج معين يحتوي على أشكال بسيطة و ألوان جذابة في مساحات و أماكن مختلفة.

إن الملصق 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 بسيط ومكثف في كل جزء منه<sup>1</sup>.

يعد الملصق الإشهاري وسيلة اتصالية تتجه إلى الجمهور ، وتتم عن طريقة تقديم المضمون الذي يتمثل بالمعاني والدلالات والرسوم والخطوط ، و الألوان وبقية العناصر الأخرى لتحقيق الغرض الذي وجد لأجله .

ويرى هذا التعريف أن قيمة الملصق تكمن في فكرته و وضوحها ، أي يكون متوازياً من ناحية القيم الوظيفية والفنية، و بما أمن الملصق وسيلة للفهم المتبادل بين المرسل و المستقبل و إقناع المستقبل بما يحمله المرسل و أفكار و آراء لها مساس بحياة المتلقي بصورة مباشرة وغير مباشرة<sup>2</sup>.

\* لقد توصلت لإستنتاج بسيط عن مفهوم الملصق وهو:

\_\_ إن الملصق الإشهاري هو إشهار فيه رسومات أو نصوص ، يُطبع على ورق ويعرض للعامة على شكل إعلان يحمل رسالة معينة ، ومضمونه هو ما يحمله من أشكال ورموز ، كالتعريف بمنتج أو الترويج لثقافة ما أو عرض سياحي لمنطقة وتراث معين.

<sup>1</sup> ضياء العزاوي- وزارة الإعلام -1973.

<sup>2</sup> عذراء اسماعيل زيدان -الجدارية الدعائية-مجلة آداب الفراهيدي -العدد الخاص من المؤتمر الثالث- العدد الأول. 573.

\* (ب) نشأة الملصق الإشهاري :

إن الملصقات ليست وليدة اليوم فقد كانت في أول جذورها تستخدم لإعلام الرعية بقرارات الحاكم والأحداث التي تهم الجماعة، حيث يتم الصاقها على الجدران في أماكن عامة كالقري والمدن ، يكتب عليها معلومات ذات طابع رسمي كالبيانات الرسمية. وكان رغم ذلك من الصعب تحديد تاريخ ظهوره.<sup>1</sup>

أصبح تصميم الملصقات شائعاً عند الفنانين الأوروبيين في ق 19، ففي سنة 1866، بدأ الفنان الفرنسي جول شيريه بإنتاج أكثر من ألف ملصق ملون كبير الحجم , بإستخدامه الطباعة الحجرية الملونة التي كانت حديثة الإختراع ، و في تسعينيات القرن 19 اكتسب الفنان الفرنسي هنري دو\_تولوز لوتريك شهرة بسبب تصميماته الجميلة الواضحة للملصقات التي صممها للمسارح وقاعات الرقص .وصمم عدد من الفنانين في القرن 20 ملصقات تم جمعها على أنها أعمال فنية .

ظهر إلى الوجود بإختراع آلة الطباعة، وكانت في البداية غير مصورة وكانت تستعمل بشكل أكبر في القرون التالية :

\* بداية الفترة الحديثة: في عام 1800 وقع حدثان هامان ساهما في ظهوره وإزدهاره بداية التطبيع على نطاق واسع كان في عام 1798 حيث تم اختراع طريقة جديدة للطباعة وقد إزدهر إنتاجها خلال النصف الأول من القرن 19, وقد استخدمت في الإعلان عن أي شيء بدءاً منسكك الحديد وحتى المخازن، كما ظهرت الملصقات المسرحية ، وقد كانت أغلبها حرفية غير تصويرية ومع بدايات 1867 استخدمت الإيضاحات في الملصقة كميزات مهيمنة والتقليل من النص .

\* التسعينيات من القرن 19 أدخل تولوز لوتريك عدة تغييرات هامة في المحتوى والأسلوب الفني فقد استعمل مساحات كبيرة بدلا من اللون المسطح فيه ،كما قدم فنانو الفن الحديث إضافات عديدة له كإستخدام الخطوط وأشكال مطولة و رشيقة فيها.

<sup>1</sup> حنان بن صالح الإمكانيات التقنية للحاسب الآلي في إثراء التصميم الإعلاني-مذكر ماجيستير-جامعة سعود -جدة 2008.

وفي عام 1894 استخدم برنارد النص كعنصر مكمل من الإيضاح ، وقد استخدم كلمات مطبوعة صغيرة ليشكل الخلفية كما أدى التوسع الصناعي الذي حدث في ق 19 إلى انتشار طباعته بشكل ملون بسهولة وبتكلفة قليلة .

\* في القرن 20: عام 1914 خضع لتغيير فأصبح وسيلة دعائية غير تجارية ولم يكن متقن الصنع ، كما عمل بعض الفنانين في ألمانيا وروسيا بالتصوير الفوتوغرافي ، حيث جمع صوراً مقطوعة لتشكيل ملصق متكامل .

\* خلال الحرب العالمية الثانية: كان الملصق دعائي ولكنه بأسلوب أكثر تطوراً. وبعد الحرب تعدد ليشمل ملصقات ذات أغراض تجارية ، تعليمية ، دينية ، فنية ، وفي ظل اكتشاف الكمبيوتر وتطور برامج التصميم ولفوتوشوب ، أصبح من السهل لأي شخص عادي أن يصمم ملصق لكن يبقى للحس دور كبير في تصميمه<sup>1</sup>

#### المبحث الثاني : أنواع الملصق الإشهاري:

في خضم التطور الهائل الذي يشهده العالم والمجتمعات الإنسانية ، الإدراك المتنامي لأهمية و دور الملصق وتبعاً لتلك الأهمية تنوعت الملصقات فظهرت بأشكال و مضامين مختلفة بحسب الهدف المراد تحقيقه والفئة المستهدفة.

#### (أ)- من حيث الوظيفة :

\* **الملصقات السياسية :** وهي الملصقات التي ترتبط ارتباطاً مباشراً بالجمهور لكونها وسيلة بارزة لإيجاد الوعي الثقافي ، وتعد الملصقات السياسية ذات طابع فكري سياسي موجه يشمل الأحداث السياسية ويعمل على تجهد الأفكار و الشعارات .

#### \* **الملصقات الدعائية :**

<sup>1</sup> إبياد صقر-تصميم الصحافة المطبوعة و إخراجها ط1. دار أسامة للنشر والتوزيع. الأردن 2009 ص55,54

وهي التي تستخدم للدعاية السياسية و لسلعة تجارية أو صناعية، والترويج عنها في الأسواق والأماكن العامة والطرق الخارجية ، والهدف منها الربح ،وقد ظلت تلعب دورا مهم في كسب الجمهور سواءً كان سياسي أو إجتماعي أو ثقافي.

**\* الملصقات السياحية :**

وهي الملصقات التي توظف لإبراز نشاط المرافق السياحية التي يتضمنها الموقع السياحي سواء كان أثريا أو دينيا ، و إعطاء انطباع مؤثر عن الخدمات التي تقدمها الجهة المعنية و إيصال صورة الواقع السياحي عن تلك المواقع السياحية التي لا يستطيع المشاهد الوصول إليها.<sup>1</sup>

**\* الملصقات التعليمية**

يتم تصميم هذا النوع من الملصقات لأغراض تعليمية، لذلك يطغى في التلخيص والتصميم، بل البساطة بشكل كبير ، لأن هذه الملصقات في العادة تحتوي على موضوع

**\* الملصقات التعليمية الأكاديمية :**

يستخدم الملصق الأكاديمي بكثرة من قبل الباحثين والأكاديميين في الجامعة والملتقيات والمؤتمرات من أجل عرض أفكار أبحاثهم ومشاريعهم بشكل علمي وتبادل الخبرات فيما بينهم وفتح مجال النقاش والأسئلة من الباحثين والجمهور .

**\* الملصقات التجارية :**

لزيادة المبيعات وخلق تعاطف وجداني لدى المستهلك نحو السلعة أو الخدمة.

**\* الملصقات الاجتماعية :**

وتهدف إلى إرساء قواعد السلوك الاجتماعي كالسعي إلى تغيير العادات والتقاليد السيئة التي تعوق الإنتاج.

<sup>1</sup> عذراء اسماعيل زيدان - المرجع نفسه ص58،59

### \* الملصقات الصحية :

هي التي تقدم معلومات عن الأمراض و وسائل انتشارها و طريقة الوقاية منها .... أو التي تتناول الصحة لدى الجمهور

### \* الملصقات الثقافية :

تهدف الملصقات الثقافية الى توسيع المدرك الثقافي لدى الجمهور و الأفراد

لما تحمله من مضامين ثقافية مختلفة .

### (ب) تصنيف من حيث الشكل

#### \* الملصقات الورقية كبيرة الحجم :

وهي التي تلصق بعد طبعها أو رسمها على لوحات خشبية معدة لذلك وتتميز بسهولة تغييرها كل فترة زمنية، وتوضع داخلها الرسالة الإشهارية، وهي طويلة العمر وتفيد أكثر بإعتبارها وسيلة تذكارية تحمل رسالة مستمرة وطويلة الأجل .

#### \* الملصقات التي تكتب على القماش :

وتوضع في الشوارع أو على أبواب المؤسسات في المناسبات المختلفة .

#### \* الملصقات الجدارية:

يمتاز هذا النوع من الملصقات بكبر الحجم ، ويتم تنفيذها بخامات مختلفة بشكل مباشر ، وذلك بهدف تحقيق الجذب البصري للملصق من قبل المشاهد وغالبا ما يكون هذا النوع من الملصقات عبارة عن نسخة واحدة ، وقد انتشر هذا النوع بهدف الترويج التجاري للثورة ومبادئها ، أوفي الرأسمالية بهدف الترويج .

المبحث الثالث : مكونات الملصق الإشهارى و وظائفه :

(أ) مكوناته:

نقصد بمكونات الملصق ، العناصر التي تكونه والتي تنقسم الى لغوية وأخرى مرئية .وهي كالتالي :

\* **النص:** ويكون وجيز ينحصر في كلمات صغيرة، يعطي فكرة عامة، مرتبط بالصورة والموضوع معا .إذا لديه القدرة على التفسير والإقناع بأسلوب مناسب ويرد عادة في جمل إستفهامية أو تقريرية أو تعجبية<sup>1</sup>

\* **العنوان:** هما يبرز إبداع الكاتب في إختيار العنوان الملائم لرسالته ويكون دقيق وقادر على توصيل الفكرة الإشهارية، لأن هناك من يقرأ العنوان دون نص , كما أنه يشد بسرعة إنتباه القارئ .

\* **الشعار:** وهو عبارة عن جملة مثيرة و مميزة سهلة الذكر ،تلخص أهم الحجج الإشهارية<sup>2</sup> .  
\* **الصورة:** اعتاد الإنسان منذ القديم أن يعبر عن أفكاره ومشاعره بالرسوم والصور حتى اختراع الكتابة .

إنّ تعبير الصورة والرسم لغة عالمية ، تجد طريقها الى العقل بسهولة ويفهمها الجميع على مختلف مستوياتهم الثقافية ، والفكرية،وهي عنصر مهم في تكوين الملصق أيًا كان حجمه أو شكله، وأكدت الأبحاث أن قيمة الأبحاث المصورة<sup>3</sup> .%3ازدادت قدرتها على جذب الإنتباه عن الملصقات غير المصورة بمقدار 50

\* **الألوان:** وهي من الرموز غير اللفظية،والتي تؤدي إلى جذب الإنتباه للإشهار وتملك وظيفة تعبيرية سيكولوجية ،وكذلك الأشكال ودورها في إظهار ملامح العمل الفني<sup>4</sup> .

<sup>1</sup> أمال رحمانى-قيم العولمة الثقافية من خلال الملصقات الإعلانية الغربية. مذكرة ماجستير-جامعة قسنطينة 2010.

<sup>2</sup> السيد بهنسى إبتكار الأفكار الإعلانية ط1. عالم الكتب للنشر والتوزيع مصر 20077.

<sup>3</sup> عذراء إسماعيل -المرجع نفسه.59

<sup>4</sup> محمد فريد الصحن -الإعلان د.ط.الدار الجامعية للنشر والتوزيع الإسكندرية 2000

<sup>5</sup> أمال رحمانى المرجع نفسه.

(ب) وظائفه :

للملصق خمس وظائف حسب ما جاء به " مولر

أ- الوظيفة الإعلامية : والمتمثلة في تقديم المعلومات، حيث يعمل مصممها على تحديد مضمون الرسالة التي ينبغي لإيصالها إلى الجمهور، واتخذ هذا المسار منذ القدم لأن الملصق وسيلة اتصالية سريعة الانتشار وسهلة الإدراك .

ب- الإقناعية: إن الإقناع هو العنصر الأساسي الذي يجب على أن تؤديه، فالهدف الرئيسي منها هو تبليغ رسالتها بالإستعانة بمختلف أشكال الإقناع ، سواء الحث على سلوك ما أو النهي عنه .

ج - التربوية: ترتبط بالجانب النفسي للفرد من خلال المشاهدة المستمرة و المتكررة لهذه الملصقة لألوانها وأشكالها ، وبالتالي التأثير على نفسيته .

د- الجمالية: وتستخدم هذه الوظيفة خاصة في جذب الإنتباه ومحاولة خلق الرغبة لدى المستهلك لإقتناء منتج ما فالمصمم يتعمد اللجوء إلى أسلوب جمالي تتلاعب فيه الألوان و الأشكال و الصور .

هـ- الإبداعية: ذلك أن عملية الإبداع مرتبطة بصفة مطلقة بمصمم أو منجز رسالة الملصقة ، فهو يعتمد على حدسه، وذلك لعدم وجود مقاييس ثابتة أخرى ، ما يراعي فيها المحيط السوسيوثقافي للجمهور .

### خلاصة الفصل:

لقد تحدثت من خلال هذا الفصل عن الملصق الإشعاري ومفهومه وماهيته بشكل عام ،  
بالإضافة إلى أنواعه المختلفة، والتي تخدم أغراض معينة .

فالمصق رسالة بسيطة تجمع بين الكلمات والرسوم والصور هدفها التبليغ والإشهار و  
يعتبر أداة للفهم المتبادل بين الجمهور والمرسل لعرض مختلف المنتجات والترويج لها

# الفصل الثاني

أثر الملصق الإشهاري على تنمية  
الخدمات السياحية

## تمهيد :

منذ القدم والسياحة تشكل اهتمامات أغلبية الشعوب ، وتضاعفت أهميتها بإزدياد دورها الاقتصادي والاجتماعي والبيئي والتكنولوجي، إذ أصبح عائدها في العقود الأخيرة ينافس عائدات الكثير من الصناعات لما حققته وما تحققه من إيرادات، بالفعل أصبحت مصدرا أساسيا من مصادر العملة الصعبة ، إذ أصبحت تُلقَّب بـ " بترول القرن الحادي والعشرين " أو "بالصناعة دون دخان" ، فهي تمثل إرث تاريخي وثقافي و حضاري تجمع بين الإنسان و المادة والزمن ، و باعتبارها نشاط حركي ديناميكي هذا ما يجعلها ذات تأثير متبادل وفعال يشمل جميع الأنشطة في الدولة وخارجها ، فالسياحة هي الصناعة الكفيلة بدعم اقتصاديات الدول، إذا ما استغلت هذه الأخيرة مقوماتها الجاذبة من آثار، ومؤسسات سياحية و محميات وفنادق ... وغيرها، أحسن استغلال لتطوير مجالها السياحي ، وزيادة إقبال السياح عليها .

## المبحث الأول : مفهوم السياحة ونشأتها

## أ) \_ مفهوم السياحة :

يتباين مفهوم السياحة بتباين الزاوية التي ينظر إليها مختلف الباحثين والمهتمين بموضوع السياحة ، فبالقدر الذي يوجد فيه مختصون و مؤلفون في هذا المجال بقدر ما توجد تعاريف مختلفة للسياحة، وفي هذا الشأن يقول "جيرارد جيبيلاطو" Gérard guibilato الخبير السويسري المتخصص في السياحة: إنَّ أول صعوبة لمن يريد دراسة السياحة هي تعريفها<sup>1</sup>. وفي هذا المبحث تطرقت لتعاريف مختلفة منها ما يلي :

\* تشير لفظة السياحة لغويا إلى " الضرب في الأرض وجريان ، المياه يقال ساح الماء .. أي جرى على الأرض ، والسَّيْح أيضا هو الجاري وساح في الأرض يسبح سباحاً أي ذهب<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Gérard guibilato .Economie touristique.Ed.Delta et Spes .1983.page10.

<sup>2</sup> د. محمد حافظ حجازي مرسي \_ إدارة التسويق السياحي والفندقي \_ دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر , ط1,الإسكندرية 2007 ص

إذ أن كلمة السياحة في اللغة العربية تعني " التنقل من بلد لآخر طلباً للتنزه أو الإستطلاع ، و الكشف عن مناطق طبيعية أو حضارية " .

\* ويمكن تعريف السياحة بأنها: " نشاط يهدف للترفيه ، و توفير الخدمات المتعلقة لهذا النشاط"<sup>1</sup>

\* وهي أيضا وفق تعريف فولر ( Fuller ) الألماني " ظاهرة من ظواهر العصر تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والإستجمام ، وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة ."<sup>2</sup>

\* ولفظ السياحة يُعتبر مستحدث في اللغات اللاتينية ، فهو مشتق في الإنجليزية من لفظ "تور" tour و الذي يعني الرحلة التي يقوم بها الشخص ويعود إلى نفس النقطة التي بدأ منها ، أي رحلة دائرية، ثم التخطيط لها لزيارة عدة أماكن من أجل المتعة والإستجمام أو التعليم .

\* ومن التعريفات المعاصرة في التسعينات مؤتمر أوتاوا بكندا في جوان 1991: " السياحة هي الأنشطة التي يقوم بها الفرد إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة زمنية دون أن يكون غرضه من السفر داخل مكان الإقامة .

\* ويرى علماء الاجتماع السياحة على أنها " الحركة الاجتماعية للتغيير التي تتم بالإرادة والاختيار ، وهدافة للترفيه والاستجمام الذهني والروحي والبدني " . وهي حسب رؤيتهم " وسيلة الاتصال والتواصل الثقافي والحضاري الذي يساعد على تكوين الفرد الاجتماعي والجماعات المرتبطة ، مما يقلل من مسافات التباعد بين الشعوب نتيجة اختلاف اللغات والعادات ، والتقاليد ، والتراث .

\* أما علماء الفن والجمال فيعتقدون بأن السياحة هي " إحدى وسائل التربية والتوجيه للشخصية الإنسانية، وأن المجتمع الذي يُعنى بالفن والجمال هو مجتمع يتجه للكمال والرفعة، ويستطيع أن يرتفع فوق مستوى الحياة الاجتماعية العادية .

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي . و حمزة عبد الرزاق العلوان ، مبادئ السياحة . مكتبة العربي للنشر والتوزيع . عمان ، 2016 ، ص 18

<sup>2</sup> مصطفى يوسف كافي . المرجع نفسه ص 18 .

\* أما المنظمة العالمية للسياحة ترى أن السياحة هي " الأنشطة التي يقوم بها الأفراد خلال أسفارهم ، وإقامتهم في أماكن موجودة خارج محيطهم الاعتيادي لمدة متتالية لا تتعدى السنة بغرض الترفيه ، أو الأعمال .<sup>1</sup>

\* كما يعرفها الألماني فرويلار Froyler بأنها بمعناها الحديث ، " ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغيير الهواء ، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة ، وأيضاً إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب و أوساط مختلفة من الجماعة الإنسانية ، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة ، وثمره تقدم وسائل النقل .<sup>2</sup>

\_ وتأسيساً على هذه التعاريف التي تم سردها نستنتج أن السياحة هي مجموعة من التنقلات البشرية ، والأنشطة الذهنية والجسدية ، المترتبة عنها والناجمة عن ابتعاد الإنسان عن موطنه تحقيقاً لرغباته .

### (ب) \_ نشأة السياحة :

لقد تنقل الإنسان منذ القدم لأسباب متعددة ، حيث كانت ظاهرة السفر بسيطة تهدف أساساً لتحقيق حاجات الإنسان وكسبه اليومي ، وتحولت على مرّ العصور إلى علم ونشاط له أسسه ومبادئه وقواعده ، حيث يمكن القول أنّ "السياحة قديمة نشأت منذ نشوء البشرية " .<sup>3</sup>

كانت السياحة في الماضي مجرد ظاهرة إجتماعية ، تغيرت النظرة إليها في العصر الحديث بحيث أصبحت تعتبر صناعة مركبة و هادفة لتحقيق تقدم إقتصادي و اجتماعي .

ويمكن تلخيص التطور التاريخي للسياحة و أهم المحطات التي مرت بها في المراحل

التالية :

<sup>1</sup> Pierrpy. Le tourisme « un phénomène économique ». Ed. La documentation française . paris 1996. page 14.

<sup>2</sup> محمود كامل \_ السياحة الحديثة علماً وتطبيقاً \_ الهيئة العلمية المصرية للكتاب ، مصر . 1975. ص 13.

<sup>3</sup> \_ نعيم الظاهر و سراب إلياس ، مبادئ السياحة دار المسيرة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2007 ، ص 11.

**1. العصور القديمة :** هي بداية نشأة الإنسان على وجه الأرض وحتى القرن 14 ، وخلال تلك الفترة ، كان الإنسان بدائياً في حركاته وسكناته ، حيث يسير على الأقدام ويستخدم الدواب في تنقله، ولم تكن هناك قوانين تحكم وتضبط حركة سير البشر سوى قوانين الطبيعة. ومن اجل الحصول على رغباته ، كان الإنسان يقوم برحلات مختلفة الغرض كزيارة المعالم الدينية و الأماكن المقدسة و الإنتقال لغرض العلاج و الترفيه ، و لغرض التجارة .

وكان السفر في تلك المرحلة جزءاً من الحياة ، فرَضته على الإنسان حاجاته لتحقيق شؤون معيشته و توفير احتياجاته الضرورية ، فتنقل الإنسان بهدف التجارة والتبادل . وتعد الرحلة التي نظمها الملكة " حتشبوت " منذ خمسة آلاف سنة قبل الميلاد إلى بلاد بونت (الصومال حالياً) ، إضافة للرحلات التي قام بها اليونانيون بهدف التجارة قبل ثلاثة آلاف وثمان مئة قبل الميلاد ، أول أشكال السياحة<sup>1</sup> ، ولو اختلفت عن السياحة بمفهومها الحالي .

**2. العصور الوسطى :** تمثل الفترة ما بين ق 14، وبداية ق 19 والتي شهدت قيام الثورة الصناعية وهي فترة اختراع المحركات التجارية مثل السفن والقطارات وكان هذا دافعا كبيرا نحو السياحة وتشجيع الإنسان على السفر. ومن الأسباب التي ساعدت في ظهور وتطور السياحة آنذاك تعاضم دور الكنيسة والكاتدرائيات التي كانت مزارات سياحية في الكثير من البلدان ،<sup>2</sup> أيضا ظهور الطباعة في ق 15 وإعداد الكتب عن الرحالة الأوائل حيث كان للرحالة العرب الفضل في ذلك على غرار الرحالة ابن بطوطة وابن جبير ... كما شهدت هذه المرحلة ظهور أسفار طويلة التي أدت في بعض الأحيان لإكتشافات جغرافية هامة، كإكتشاف أمريكا لكريستوف كولومبوس سنة 1492 .

**3. العصور الحديثة :** في هذه الحقبة ازدهرت صناعة السياحة و بدأت الدول تهتم بها ، فيعتبر القرن العشرين " قرن السياحة" بما أحدثه من إبتكارات ، رغم أن هذا القرن شهد حربين عالميتين مدمرتين ، استمرت أقل قليلا من عشر سنوات ، وعلى الرغم من الدمار

<sup>1</sup> وفاء إبراهيم دور السياحة في التنمية الإجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية 2006ص92.

<sup>2</sup> وفاء إبراهيم المرجع نفسه ص 93

الذي أحدثته هذه الحروب إلا أنها تعتبر نقطة تحول في كثير من القطاعات خاصة قطاع النقل .

إضافة إلى زيادة تنقل الأفواج البشرية من مكان إلى آخر , كل هذا يعد البداية الحقيقية للسياحة بمفهومها الحديث . والتي أصبحت تسمى بالصناعة السياحية ، وحدثنا ظهر الاسم الجديد "Tourisme" و بدأ الإهتمام بها من طرف المنظمات العالمية خاصة الأمم المتحدة.

و عليه فقد أولى الباحثون إهتماماً بليغا بهذا النشاط و أنشئوا له معاهد متخصصة ، و وضعوا له إطارا خاصا منفصلا عن التجارة والنقل و الأنشطة الأخرى و صارت السياحة علما مستقلاً.

عموما في هذه الفترة تزامنا و نهاية الحرب العالمية الثانية عمَد الأروبيين إلى الإشتراك في السياحة الدولية و هذا لإعادة الثقة في النفوس بعد الحربين العالميتين ، فقد ظهرت شركات كبرى لتنظيم البرامج السياحية ، وقد سميت فترة الستينات بعصر السياحة الإجتماعية ، إذ لم تقتصر هذه الظاهرة على الأغنياء فقط بل شملت الطبقات الإجتماعية الأخرى و أصبحت في متناول الجميع ، وظهرت السياحة بالتقسيم .

وتطورت السياحة منذ سنة 1950 تطوراً ملحوظاً وتوسع نطاقها وتعددت أشكالها و دوافعها لتصبح عبارة عن ظاهرة إجتماعية واقتصادية ذات أبعاد عديدة ، و وفقا للتحليل الذي قدمته المنظمة العالمية للسياحة ، للواقع السياحي في الفترة الممتدة من خمسينات حتى تسعينيات القرن العشرين ، فقد تطورت السياحة الدولية وفقا لأسباب وتوجهات أهمها:<sup>1</sup>

\* فترة إعادة إعمار أوروبا وجنوب شرق آسيا بعد نهاية الحرب .

\* تطوير النقل البري والجوي وبدأ عملية الجمع المنهجي للبيانات السياحية عالميا .

<sup>1</sup> \_ وفاء زكي ابراهيم . المرجع سبق ذكره ص 101/100

\* الإتجاه نحو السّلام والإستقرار في معظم الدول ، وتسوية الصراعات الإجتماعية والسياسية والبحث عن أشكال جديدة من العلاقات بين الدول الإشتراكية والرأسمالية لتطوير السياحة بين تلك البلدان.

\* فترة صناعة التكنولوجيا الفائقة في السياحة ،وتطوير الشركات الكبرى متعددة الجنسيات.

\* **المبحث الثاني : أنواع السياحة :**

أدت التطورات التكنولوجية في الوسائل الإنتاجية و ظهور الطرق المعبدة و وسائل المواصلات المتقدمة ،إلى إزدياد الحاجة على الكثير من المنتجات التي تغطي رغبات و احتياجات المستهلكين ، كما أدى تبادل المعلومات بين الشعوب إلى تولد رغبة الباحثين بتصنيف السياحة إلى أنواع .

فبعض الباحثين قسموها إلى:

(أ) **سياحة داخلية :** وهي النشاط الذي يتصل بسفر المواطنين المحليين إلى المناطق السياحية الداخلية ، بمعنى هذا النوع من السياحة يتم داخل الحدود السياحية للبلد .

(ب) **سياحة خارجية :** وهي النشاط الذي يُعنى بسفر الأشخاص على الخارج، أي خارج حدود البلد ويجد فيها السائح تغيرا في أمور عديدة كاللغة ،والعادات والنظم السياسية ،والإجتماعية والعملية ، كما تتطلب إذن بدخول البلد (تأشيرة الدخول).

والبعض من الباحثين قسم السياحة إلى :

\* (أ) **السياحة الدينية :**

كانت الشعوب قديما تعبد آلهة متعددة ،وكانت تخصص لكل مدينة إله معين ،وثنشئ له معبدا خاصا بعبادته وتحدد له يوما معلوما من أيام السنة للاحتفال به...وينصبون الخيام ويشيّدون المباني بجوارها للإقامة. وما زالت السياحة الدينية قائمة و على نطاق واسع في الوقت الحاضر ،فنرى الكاثوليك يغدّون إلى روما مقر الفاتيكان ،و مسلمي الشيعة يحجون

إلى العتبات المقدسة في الكوفة و كربلاء ، بينما تستقبل العربية السعودية الحجيج كل عام في مكة المكرمة والمدينة النبوية .<sup>1</sup>

#### \*ب) \_ السياحة العلاجية :

تُعد السياحة العلاجية من أقدم السياحات المعروفة ، إذ كانت تعتمد فيما سبق على الناحية الروحية وبعض المعتقدات ، إذ لما ذاعت في العالم الآثار الطبية التي تُحدثها مياه نبع معين ، أو فاعلية تربة ذات خواص في شفاء أمراض العظام ، أو نقاء هواء في منطقة ما ومدى تأثيرها على شفاء الصدور ، هذا ما يجعل الناس يولون اهتماما لهذه المناطق طالبين الشفاء والتعافي من أوجاعهم ، وقد تطورت هذه المناطق مع مرور الزمن بفضل التدخل العلمي مع الأصول الطبيعية ، فأصبحت مدن علاجية تضم مراكز للبحوث الطبية.

#### \*ج) \_ السياحة الحضارية – سياحة الآثار :

يستهدف السائحون في هذا المجال السياحي التعرف على الموروثات الحضارية للبلدان ، والتعرف على النواحي الثقافية مثل العادات و التقاليد و الفنون و الآداب ، وتُعد منطقة الشرق الأدنى من أغنى المناطق بهذه الموروثات الحضارية مثل : بابل و آشور في العراق ، و الرومانية في منطقة سوريا الكبرى ، والفرعونية في مصر ، ويقوم بهذه السياحة غالبا مجموعة من الطلاب في الجامعات ، والباحثين ، أو تنظمها شركات لهواة التنقيب عن آثار الحضارات الغابرة من الأثرياء ، وكبار السن.

#### \*د) \_ السياحة الرياضية :

عرفت السياحة الرياضية في أولى الألعاب الأولمبية التي تقام عند الإغريق القدماء ببلدة أولمبيا ، فكان يفد إليها الأبطال المشتركون في تلك الألعاب القادمون من كل حذب و صوب ، وفي الوقت الراهن ازداد اهتمام الدول المتقدمة بالألعاب الرياضية لما فيها من فائدة عظيمة في تربية النشئ والشباب تربية سليمة وقوية ، فهذا النوع من السياحة يسعى من خلالها إلى

<sup>1</sup> \_ د-محمد حافظ حجازي مرسي -مرجع سيق ذكره -ص 55.54 .

إشباع رغباته كالصيد بأنواعه، التزحلق على الثلج، أو المشاركة في الألعاب الرياضية.... إلخ.

#### \*هـ)\_ سياحة الأعمال:

ينطوي هذا المجال على الأسفار التي يقوم بها رجال الأعمال بصفة خاصة لإجراء التعاقدات، وإنهاء أعمالهم، و الترحال الذي يقوم به هواة مشاهدة المعارض، والإستفادة من ما هو معروض، وإقتناء ه بصفة عامة وعادةً ما يحتاج رجال الأعمال إلى خدمات سياحية متكاملة من نوع راق يليق بمكانتهم وبمدى إنفاقهم.

#### \*و)\_ السياحة الترفيهية:

يحتاج كل الناس إلى الراحة و الإستجمام بعد العناء والتعب، عادة ما تكون هناك مواسم للإجازات لنفض آثار التعب والتوجه إلى الشواطئ والمناطق ذات المناخ المعتدل والسهير ليلا، و زيارة المواقع الجبلية والمنشآت السياحية، و البناءات الثقافية والرياضية.

ويُقصد بالسياحة الترفيهية هي الإنتقال من مكان الإقامة لمكان آخر لفترة مؤقتة لغرض الاستمتاع والترفيه والترويج عن النفس. كما تهتم الشركات السياحية بتنظيم رحلات سياحية لهؤلاء المواطنين، وتكون مستمرة على مدار السنة، وتتراوح أسعار هذه الرحلات من الرخيصة إلى باهضة الثمن، وتعتمد على وقت السفر أو المدة، وعلى المكان المقصود وعلى نوعية الإقامة وعلى الطعام والشراب، وأيضا على وسيلة السفر.

#### \*ز)\_ السياحة الثقافية:

هي كل نشاط سياحي هدفه إكتشاف الإرث الثقافي الموجود في المدن التاريخية، والمراكز الدينية القديمة من مساجد وكنائس وحدائق والتعرف على العادات المحلية والوطنية للمنطقة بالمشاركة في حفلاتهم التقليدية، بحيث تتنافس الدول في إقامة المهرجانات، وإحياء المناسبات... فسياحة المهرجانات تعد من انواع السياحة التي تهدف إلى جذب أعداد كبيرة

من الجماهير كمهرجان أوسكار بأمريكا ومهرجان السينما في كان ومهرجان جميلة وتيمقاد بالجزائر.<sup>1</sup>

\* (د) \_\_ سياحة المؤتمرات :

يمكن التعبير عن المؤتمر بأنه اجتماع يضم عدد من الأفراد حول موضوع معين، ويُعدّ الاجتماع شكل من الأشكال الجماعية التي تقوم باتخاذ القرارات، ولما كان العالم يسعى إلى تكريس الديمقراطية في كل نواحي الحياة، بات القرار الجماعي هو الأهم، وللوصول إلى هذا القرار لابدّ من التخطيط، وإعداد وتجهيز الاجتماع.

المبحث الثالث: علاقة الملتصق الإشهاري بالسياحة:

إن الملتصق يساهم في الإشهار السياحي بنسبة كبيرة، فهو يستعمل في تصوير المناطق السياحية، خاصة الرائعة منها والخدمات التي تقدمها المنطقة أو الوكالات السياحية، وهذا من أجل لفت إنتباه السواح للمنطقة السياحية والتعريف بها ومضاعفة التنمية الإقتصادية وشهرة المنطقة المعنية أكثر.

والملتصق السياحي يعتبر عنصر هام لا غنى عنه في أي خطة تهدف إلى تحقيق التنمية السياحية أو النشاط السياحي، فهو يستخدم على نطاق واسع لتنشيط حركة السياحة الداخلية والخارجية، مما يجعله من إحدى أهم وسائل الاتصال الحديثة للتعريف بالمنتوج والبرامج والخدمات السياحية.

فهو يُشكّل أهمّ عنصر من عناصر الإشهار في المزيج الترويجي، إذ يمكّن من ترسيخ الصورة على المدى البعيد، فهو وسيلة كفأة للوصول إلى أعداد كبيرة وعلى مسافات بعيدة وبأقل تكلفة وبذلك فإنّه يحقق مجموعة من الأهداف للمؤسسة السياحية منها:

<sup>1</sup> إعداد. بودي عبد القادر أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر "السياحة بالجنوب الغربي جامعة الجزائر 2005\_2006م ص، 51.

خلاصة الفصل:

يمكننا أن نذكر على أنّ السياحة تُعد أحد القطاعات الاقتصادية المنتظر أن تشهد النمو السريع في هذا القرن وأن يزيد تأثيرها ومساهمتها في مجموع النشاطات الاقتصادية ذلك أنّ العديد من الدول تُعول على هذا القطاع في تحقيق التنمية الاقتصادية المنشودة، وما هو متعارف عليه أنّ الجزائر في الربع الأخير من القرن العشرين اهتمت بصناعة السياحة بتهيئة العوامل والظروف المناسبة، لذلك نظرا لما تتمتع به من مزايا أهمّها:

موقعها الإستراتيجي المتميز إذ تعتبر بوابة القارة الإفريقية، كما تشهد الصناعة الفندقية والسياحية فيها نمواً سريعاً بإنشائها عدد كبير من المنتجعات والفنادق السياحية لمواكبة الطلب المتزايد على قطاع السياحة والسفر في الآونة الأخيرة، إلاّ أنّه لا يمكننا إنكار الحقيقة على أنّه مستقبل التنمية السياحية وتطورها يبقى مرهوناً بشكل رئيسي بكفاءة وفعالية التعليم السياحي و الفندقية، فبالإضافة و التعلم تُعد الكفاءات البشرية المسلّحة بالمعرفة، والمهارات الملبيّة لمتطلبات السياح بصفة خاصة والسوق السياحي بصفة عامّة.

# الجانب التطبيقي

النشاط السياحي في حظيرة الأهقار السياحية

\* دراسة ميدانية \*

بطاقة فنية عن حظيرة الأهقار الوطنية:

بمرسوم رقم 87-231 المؤرخ في 11 ربيع الأول 1408 الموافق 03 نوفمبر سنة 1987 ،يتضمن إنشاء ديوان حظيرة الأهقار الوطنية ،تنشأ مؤسسة عمومية ذات طابع إداري وصبغة ثقافية تسمى " ديوان حظيرة الأهقار الوطنية " و تتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي ، و تعد السلطة المسيرة للحظيرة .

أما تسيير هذه المؤسسة فهو بموجب المرسوم الرئاسي رقم 232/87 المتضمن تنظيمها ، يوجد المقر الإجتماعي للديوان في بلدية تمنراست ويشغل به حوالي 500 عامل .

ويشترك في تسيير و حماية التراث الثقافي والطبيعي بالحظيرة ثلاث مديريات فرعية تابعة للديوان وهي :

- المديرية الفرعية للحماية والمراقبة الأهقار المركزي والطاسيلي نهقار مقرها تمنراست .

- المديرية الفرعية للحماية والمراقبة الأهقار الشرقي ، ومقرها إدلس .

- المديرية الفرعية للحماية والمراقبة التيديكلت ، ومقرها عين صالح .

\* كما تحتوي هذه المديريات على مراكز بوابات يتم عبرها الدخول والخروج الإجباري ، ومراكز المراقبة و مراكز موقع ثانوي مختص بحماية المواقع الأثرية التي تنتشر في الأقاليم الموجودة داخل حدودها .

تُصنف حظيرة الأهقار الوطنية لما تنطوي عليه من ثروات أثرية و رسوم جدارية تاريخية وحيوانية ونباتية ، و جيولوجية ، ومشاهد طبيعية توضع نحت وصاية الوزير المكلف بالثقافة .

تقع الحظيرة الثقافية الأهقار، بولاية تمنراست ، أحد أهم الولايات الصحراوية بالجزائر ، وتعتبر أكبر محمية على المستوى الوطني و واحدة من أكبر المتاحف المفتوحة على الطبيعة في العالم ،فهي تتربع على مساحة تفوق ستة مائة ألف كيلومتر مربع وتحتوي على

ثروات طبيعية و ثقافية لافتة و متجذرة في القدم تنتشر في مختلف أرجائها ،بالإضافة إلى عدة مواقع سياحية فريدة بمناظرها الخلاب و سحرها الجذاب ، وهو ما أهلها لأن تُصنف كقطب سياحي في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية . كما استفادت من مشروع دولي لحماية التنوع البيولوجي و ذلك بإعتبارها أحد أهم مواقع التنوع البيولوجي ذات الأهمية العالمية

### \* الموقع والمساحة :

تقع الحظيرة الثقافية الأهقار بولاية تمنراست أقصى الجنوب الجزائري ما بين خطي طول 10-1 شرقا وخطي عرض 20-27 شمالا على بعد 2200 كلم عن العاصمة و هي الأكبر في الجزائر بل وتعتبر من أكبر المساحات المحمية عالميا ، وهي قديمة التكوين حيث يبلغ عمرها بين 600 ألف و مليون سنة ، مما أدى لترقيتها إلى حظيرة وطنية سنة 1987 على مساحة 450.000 كلم.

وقد تم تغيير اسمها من الحظيرة الوطنية الأهقار إلى الحظيرة الثقافية الأهقار وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 11-87 المؤرخ في 21 فيفري 2011 كما تم توسعتها لتبلغ مساحتها 633.887 كلم حيث تغطي كامل تراب الولاية و تمتد إلى حدود ولاية أدرار وتعادل بذلك ربع مساحة الجزائر أي تغطي ما نسبته 23% من التراب الوطني .

و تتميز الحظيرة و ولاية تمنراست بموقع استراتيجي ، فهي همزة وصل بين الجزائر و إفريقيا كما أنها نقطة تبادل تجاري و ثقافي هام منذ القدم.

\* **المناخ:** يقسم مدار السرطان تمنراست إلى قسمين ، حيث تمتاز بمناخ صحراوي من النوع القاري مع تسجيل مفارقات حرارية كبيرة و يحتوي على فصلين ممطرين ، الأول بفصل الشتاء والثاني بفصل الصيف ( أمطار مدارية شهري أوت و سبتمبر ) و هو ما يجعل الحظيرة من أكثر المناطق المتنوعة بيولوجيا و تتميز تمنراست عموما بمناخ لطيف بسبب ارتفاعها حيث تتراوح درجة الحرارة بين 4-9 شتاءً و 26-38 درجة صيفا .

\*التضاريس والبنية الجيولوجية: تتكون منطقة تمراسات من منطقتين مرفولوجيتين هامتين هما :

- **منطقة التيديكلت:** امتدادها من قرية أراك إلى أولف حدود ولاية أدرار وتتميز بالوحدات وكثرة الكثبان الرملية و العروق المرتفعة والهضاب .

-**منطقة الأهقار :** تمتاز بإتساع المساحة حيث تمتد من أراك إلى الحدود الوطنية الجنوبية ، تنتشر بها الأودية الفصلية والسلاسل الجبلية التي تتكون من الصخور و القرب البركانية . وانتشار السهول و الكتل المعزولة و سلسلة الطاسيلي التي تشكل الحزام الخارجي للأهقار .

-**الثروة النباتية و الحيوانية :** تتميز الحظيرة بغنى تراثها الطبيعي والجيولوجي حيث تحوي أنواع خاصة وعديدة من النباتات و الحيوانات التي تعيش ضمن مناخ شبه جاف .  
فقد تم إحصاء أكثر من 370 نوع نباتي عبر كامل تراب الحظيرة ، أغلبها معرض لأخطار كثيرة أو مهددة بالزوال.

كما تتميز بتنوع حيواني كبير حيث تعيش فيها عدة أنواع مهددة بالإنقراض حيث يوجد حوالي 200 نوع حيواني من عدة أصناف نذكر منها الثدييات والطيور والزواحف والبرمائيات والأسماك .

- **المناطق الرطبة:** تنتشر في الحظيرة العديد من المواقع الرطبة ، حيث صنفت 02 منها في إطار الإتفاقية الدولية راسار ( أفيلال- اسقراسن ) إضافة لعدة تجمعات مائية أخرى موزعة بمختلف المناطق .

#### \* الخدمات المقدمة من الحظيرة :

يتم التعرض هنا للإمكانيات السياحية المادية للحظيرة من هياكل الإستقبال والإيواء ، و وكالات سياحية إضافة لمختلف التسهيلات الأخرى كالنقل والإتصالات والتكوين .

أولا: هياكل الإستقبال والوكالات السياحية :

1. هياكل الإستقبال :

على الرغم من بداية النشاط السياحي بتمنراست قبل الإستقلال ، إلا أن الطاقة الفندقية بالمنطقة تبقى منخفضة ، و من أسباب ذلك طبيعة النشاط السياحي الصحراوي الذي يعتمد بالدرجة الأولى على دورات الإستكشاف خارج المدينة ، والمبيت في الهواء الطلق .

أ- **الفنادق** : يبلغ عددها 08 فنادق 7 منها ببلدية تمنراست وهي ( طاهات – أهقار – باجودة – نزل بورنان – الخشب المتحجر – فندق مولاي هيبة – و فندق تنهان ) و فندق واحد بعين صالح ( التيديكلت )

ومعظمها قديمة حيث بنيت أول مؤسسة فندقية خلال الفتر الإستعمارية وهي الفندق المعروف حاليا بإسم تنهان ، ثم بُنيت الفنادق الأخرى بعد الإستقلال<sup>1</sup>.

ب – **المخيمات** : يعتمد النشاط السياحي بالمنطقة على المخيمات بدرجة كبيرة و ذلك راجع لتلاؤمها مع طبيعة المنطقة الصحراوية ، حيث يبلغ عددها 11 مخيم ، منها ملكية خاصة و أخرى عامة . تتواجد كلها بتمنراست بإستثناء مخيم واحد يقع في عين صالح و يوفر نسبة معتبرة من طاقة الإيواء تصل إلى 42.3% من الطاقة الإجمالية للولاية

وهي : 1- كرفان سيرايل 4- مخيم داسين 7- برج الأسكرام 10- الفايثي

2- برج 4x4 5- مخيم أكار أكار 8- الاسكرام 11- توارق

3- مخيم البوستان 6- مخيم الجمل 9- يوف أهكيت

### 2- الوكالات السياحية:

ينشط بالولاية عدد معتبر من الوكالات السياحية حيث بلغ عددها سن 2017 إلى 73 وكالة سياحية ، تنشط 70 منها في السياحة الإستقبالية أي وكالات من الصنف "أ"<sup>2</sup> ، و 3 من الصنف "ب" أي وكالات موفدة للسياح على المستوى الدولي . تختص بإستقبال السياح ،

<sup>1</sup> المصدر مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية تمنراست التقرير السنوي 2017 ص 05.

<sup>2</sup> يقصد بالوكالات السياحية صنف "أ" حسب المشروع الجزائري بانها وكالات تمارس نشاطها وتقدم خدماتها داخل التراب الوطني ، للطلب الداخلي أو الخارجي .

تواجد كلها بمقر الولاية ، وتعود ملكيتها للخواص من السكان المحليين بإستثناء وكالة الديوان الوطني الجزائري للسياح ONAT التابعة لوزارة السياحة .

و تلعب الوكالات السياحية بتمنرست دورا محوريا في النشاط السياحي و ذلك راجع لطبيعة المنطقة الصحراوية المحمية و شساعتها فلا يمكن زيارتها دون الإعتماد على إحدى الوكالات السياحية الناشطة بالمنطقة .

### \* المقومات السياحية لحظيرة الأهقار .

تتميز حظيرة الأهقار بثروات طبيعية و ثقافية ذات بُعد عالمي تؤهلها لأن تكون أحد الأقطاب السياحية الصحراوية المتميزة لكنها بالمقابل تعرف نقصا في الهياكل و الإستثمارات السياحية . و سيتم التعرض في هذاالمبحث لمجمل الإمكانيات السياحية الطبيعية و الثقافية التي تميز الحظيرة بالإضافة لإمكانياتها السياحي المادية .

### أولا: مقومات طبيعية :

رُقيت تمنرست إلى ولاية في التقسيم الإداري لسنة 1974 و تضم حاليا 07 دوائر و 10 بلديات ، وتعتبر ولاية ذات كثافة سكانية منخفضة بالنظر لمساحتها الشاسعة ،

### \* الموقع والمساحة :

تقع الحظيرة الثقافية الأهقار بولاية تمنرست أقصى الجنوب الجزائري ما بين خطي طول 1-10 شرقا وخطي عرض 20-27 شمالا على بعد 2200 كلم عن العاصمة و هي الأكبر في الجزائر بل وتعتبر من أكبر المساحات المحمية عالميا ، وهي قديمة التكوين حيث يبلغ عمرها بين 600 ألف و مليون سنة ، مما أدى لترقيتها إلى حظيرة وطنية سنة 1987 على مساحة 450.000 كلم.

وقد تم تغيير اسمها من الحظيرة الوطنية الأهقار إلى الحظيرة الثقافية الأهقار وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 11-87 المؤرخ في 21 فيفري 2011 كما تم توسعتها لتبلغ مساحتها

633.887 كلم حيث تغطي كامل تراب الولاية و تمتد إلى حدود ولاية أدرار وتعادل بذلك ربع مساحة الجزائر أي تغطي ما نسبته 23% من التراب الوطني .

و تتميز الحظيرة و ولاية تمنراست بموقع استراتيجي ، فهي همزة وصل بين الجزائر و إفريقيا كما أنها نقطة تبادل تجاري و ثقافي هام منذ القدم.

### \* المناخ:

يقسّم مدار السرطان تمنراست إلى قسمين ، حيث تمتاز بمناخ صحراوي من النوع القاري مع تسجيل مفارقات حرارية كبيرة و يحتوي على فصلين ممطرين ، الأول بفصل الشتاء والثاني بفصل الصيف ( أمطار مدارية شهري أوت و سبتمبر ) و هو ما يجعل الحظيرة من أكثر المناطق المتنوعة بيولوجيا و تتميز تمنراست عموما بمناخ لطيف بسبب ارتفاعها حيث تتراوح درجة الحرارة بين 4-9 شتاءً و 26-38 درجة صيفا .

### \*التضاريس والبنية الجيولوجية:

تتكون منطقة تمنراست من منطقتين مرفولوجيتين هامتين هما <sup>1</sup>:

- **منطقة التيديكلت**: امتدادها من قرية أراك إلى أولف حدود ولاية أدرار و تتميز بالوحدات وكثرة الكثبان الرملية و العروق المرتفعة والهضاب .

-**منطقة الأهقار** : تمتاز بإتساع المساحة حيث تمتد من أراك إلى الحدود الوطنية الجنوبية ، تنتشر بها الأودية الفصلية والسلاسل الجبلية التي تتكون من الصخور و القباب البركانية . وانتشار السهول و الكتل المعزولة و سلسلة الطاسيلي التي تشكل الحزام الخارجي للأهقار .

-**الثروة النباتية و الحيوانية** : تتميز الحظيرة بغنى تراثها الطبيعي والجيولوجي حيث تحوي أنواع خاصة وعديدة من النباتات و الحيوانات التي تعيش ضمن مناخ شبه جاف .

فقد تم إحصاء أكثر من 370 نوع نباتي عبر كامل تراب الحظيرة ، أغلبها معرض لأخطار كثيرة أو مهددة بالزوال.

<sup>1</sup> وثائق مديرية السياحة لولاية تمنراست

كما تتميز بتنوع حيواني كبير حيث تعيش فيها عدة أنواع مهددة بالإنقراض حيث يوجد حوالي 200 نوع حيواني من عدة أصناف نذكر منها الثدييات والطيور والزواحف والبرمائيات والأسماك .

- **المناطق الرطبة:** تنتشر في الحظيرة العديد من المواقع الرطبة ، حيث صنفت 02 منها في إطار الإتفاقية الدولية راسار ( أفيلال- اسقراسن ) إضافة لعدة تجمعات مائية أخرى موزعة بمختلف المناطق<sup>1</sup>.

المقومات السياحية الثقافية والتاريخية للحظيرة.

إن القيمة التاريخية للحظيرة تعكسها نقوش و كتابات التيفيناغ و لوحات صخرية يتراوح عمرها ما بين 600 ألف مليون سنة تؤكد وجود حضارات في منطقة الصحراء سبقت حضارة الفراعنة و هو ما جعل حظيرة الأهقار في أعلى هرم الممتلكات الثقافية ، باعتبارها إرثا للإنسانية جمعاء ، و عليه فإن ولاية تمنراست من أغنى المناطق السياحية في الجزائر . كما أنها تعيش أكثر الطقوس والإحتفالات الشعبية و الأعياد المحلية و جملة من الزيارات التي تشكل جزءا لا يتجزأ من ثقافة و وجود سكان الصحراء .

### 1. التراث الثقافي المادي :

يشمل التراث الأثري الذي تعاقبت عليه عدة حضارات في منطقة الأهقار منذ العصور الحجرية القديمة ، والنقوش الصخرية ، فالأهقار من أهم المواقع العالمية في النقش الصخري ، حيث نقل رجل العصر الحجري يومياته وحياته من خلال نقشها و رسمها على الجدران والسقوف.

إضافة إلى المعالم التاريخية مثل حصن **تشارل دي فوكو** بالأسكرام و قصبه سيالت ، قصب باجودة بعين صالح وغيرها .....

<sup>1</sup> مديرية البيئة لولاية تمنراست تقرير بعنوان : قطاع البيئة بولاية تمنراست. تحديات و آفاق ،جويلية 2015 ص.8

\* **ضريح تنهان** أو قبر تنهان الملقبة بملكة التوارق وهو معلم تاريخي ذا شهرة عالمية صنف كتراث وطني سنة 1976 يقع بأبلسة ، ويرجع تاريخه إلى ما قبل القرن الخامس و أكتشفت هيكلها العظمي سنة 1925 عهد الإستعمار الفرنسي<sup>1</sup>.

### \* التظاهرات و المهرجانات الثقافية والزيارات :

تتميز حظيرة الأهقار بإحياء العديد من الإحتفالات و المهرجانات المحلية سنويا والتي أخذ الكثير منها شهرة وطنية و حتى دولية ، نذكر منها :

- المهرجان الدولي تنهان لفنون الأهقار بأبلسة .

- مهرجان تافسيت وهو تظاهرة ثقافية سياحية تقام بمناسبة فصل الربيع شهري مارس و أبريل .

- مهرجان الأسيهار وهو موعد لتبادل المنتجات التجارية ، و عرض مختلف الصناعات من عدة دول افريقية .

- المهرجان الثقافي الوطني للأغنية و الموسيقى الأمازيغية : مهرجان ثقافي سياحي يقام شهر ديسمبر .

إضافة للزيارات ، فهي احتفالات دينية ذات طابع ثقافي وفلكلوري ، ومنها :

- زيارة داغمولي شهر ماي

- زيارة مولاي لحسن في اكتوبر .

- زيارة مولاي عبد الله في أوت بتاظروك .

- زيارة سيعين صالح بقصر المرابطين .

- زيارة فقارة الزوى

<sup>1</sup> اشتقت تنهان من كلمة "اهنان" وهي جمع " إهن " أي الخيمة بلغة التوارق و بذلك تكون تنهان صاحبة الخيام أو كثيرة التخيم .

- زيارة اينغر<sup>1</sup>.

هاته الزيارات يحضرها المئات من الأشخاص القادمين من جميع أنحاء الهقار وحتى من خارج الولاية ، وتتمثل في حفلة جماعية مختلطة تدوم يومين دون توقف ( خيم في الهواء الطلق ، غناء ديني رقص فلكلوري ... )

### 2- المواقع السياحية :

بحظيرة الأهقار مناطق سياحية ، تتميز بثراء طبيعي و ثقافي لافت وهو ما تعكسه مختلف المواقع السياحية التي أخذت شهرة وطنية ودولية، بفضل ما تملكه من تنوع و ميزات فريدة و من بين أهم المواقع السياحية بالحظيرة نذكر :

\*موقع الأسكرام : يبعد حوالي 80 كلم عن تمنراست ، وهو أكثر المناطق استقطابا للسياح بفضل الجمال الساحر الذي يتميز به الموقع ، حيث صنف من طرف المنظمة العالمية للسياحة بانه ينفرد بأجمل شروق و غروب شمس في العالم .

#### \* الطاسيليات :

- طاسيلي أهقار

- طاسيلي أراك الإيميدير

- طاسيلي أهنت

\*شلالات تمكرست : تبعد حوالي 60 كلم من الولاية ، اضافة لبقية المناطق الرطبة كقلنة أفيلال و قلنة إسقراسن بالأتاكور .

\* مواقع الفن الصخري تفسدت : يحتوي على عديد محطات الفن الصخري من نقوش و رسومات صخرية تعكس نمط الحياة اليومية في تلك الفترات منها موقع مرتوتك ، و تين كبران و غيرهم .

<sup>1</sup> مديرية السياحة والصناعة لولاية تمنراست ، تمنراست سحر الصحراء ص 34-35-

\* القرى السياحية للتوارق :

منها قرية تازروك التي تعد من أعلى المناطق بالجزائر ارتفاعها يفوق 2000 م من سطح البحر ، إضافة للعديد من القرى : كقرية إدلس ، قرية تقمات ، قرية تهارت ، تاهيفات ، تبت ، هيرافوك ، عين أمقل .

واقع الإشهار في حظيرة الأهقار الوطنية :

- مما لا شك فيه أن حظيرة الأهقار تعتمد على الإشهار في تقديم الصورة السياحية الصحراوية لها ، وتقديم ثقافتها السياحية ، والترويج لها ، هذا الأخير يعتمد على تقنيات تواصلية خاصة بهدف إقناع السائح ، والتأثير فيه و جذبته إلى المنتجات و الخدمات السياحية. فالإشهار إما أن يكون إلكترونيا أو تلفزيونيا أو حتى ملصقات إخبارية و غيرها ... فهدفه توجيه السائح إلى سلوك سياحي معين و مؤطر ثقافيا و اجتماعيا و نفسيا و ذلك من خلال البرامج المقترحة من المؤسسة السياحية، فهو يمتلك الأهمية القصوى في تقديم الصورة السياحية الصحراوية و التأثير على تشكيلها والتوعية ونشر الثقافة .

دور الملصقات الإشهارية في تنمية الخدمات السياحية . الحظيرة الوطنية الأهقار بتمنراست  
نموذجا

مما لا شك فيه أن الإشهار أصبح اليوم أداة اتصالية فعالة في الترويج والتنمية لخدمات  
سياحية مختلفة عبر وسائل عدة كالتلفزيون والمذياع والمجلات والإنترنت و كذا الملصقات  
الإشهارية ، هذه الأخيرة التي أصبحت محط انظار العديد من المؤسسات الثقافية السياحية ،  
باعتبارها تؤدي وظائف ذات طابع ثقافي ، فهي تعمل على حفظ التراث ... والترويج له عبر  
الملصقات الإشهارية ، لما لها من جمالية في الشكل و اللون والصورة ، بحيث تهدف للفت  
إنتباه المتلقي و استقطاب الجمهور نحو نشاطاتها .

و سعت هذه المذكرة لمعالجة الإشكالية القائمة حول: **دور الملصق الإشهاري في تنمية  
الخدمات السياحية ؟ و للإجابة على هذه الإشكالية ، تطرقت لمفهوم الملصق ونشأته  
التاريخية وأنواعه وخصائصه ، وكذا تأثيره و علاقته بالسياحة و خدماتها .**

ومن جهة أخرى عالجت مفهوم السياحة وتاريخها وأنواعها ، ومانقرضه المؤسسة  
السياحية لتطوير خدماتها بإتباع أساليب إتصالية ، من بينها : الملصقات الإشهارية ، ولهذا  
إتخذت من حظيرة الأهقار الثقافية الوطنية "تمنراست" نموذجا ، كونها من أعرق وأكبر  
المحميات الوطنية بالجزائر ، خاصة لإحتوائها على أكبر المتاحف الطبيعية على الهواء  
الطلق ، فهي تستعمل تكنولوجيات و وسائل إشهارية متعددة ومتنوعة لتنمية خدماتها وجلب  
السواح إليها من بينها الملصقات الإشهارية .

الكلمات المفتاح : الملصق الإشهاري ، السياحة ، الحظيرة الوطنية الأهقار

ملخص باللغة الإنجليزية

Study summary:\r The role of advertising posters in the development of tourism services. National fold\r Al-Aghgar in Tamanrasset as a model\r There is no doubt that advertising has today become an effective communication tool in promoting and developing services\r Various types of tourism, through several means, such as television, radio, magazines, the Internet, as well as posters\r Advertising, the last one that has become the focus of attention of many cultural tourism institutions,\r As it performs functions of a cultural nature, it works to preserve heritage ... and promote it through\r Advertising posters, because of their aesthetic form, color and image, so that they are designed to attract attention\r Attention of the recipient and attract the audience towards its activities.\r This memorandum sought to address the existing problem of: The role of advertising posters in the development of the\r Tourist services? To answer this problem, I touched upon the concept of the pos

مراحل انجاز العمل :

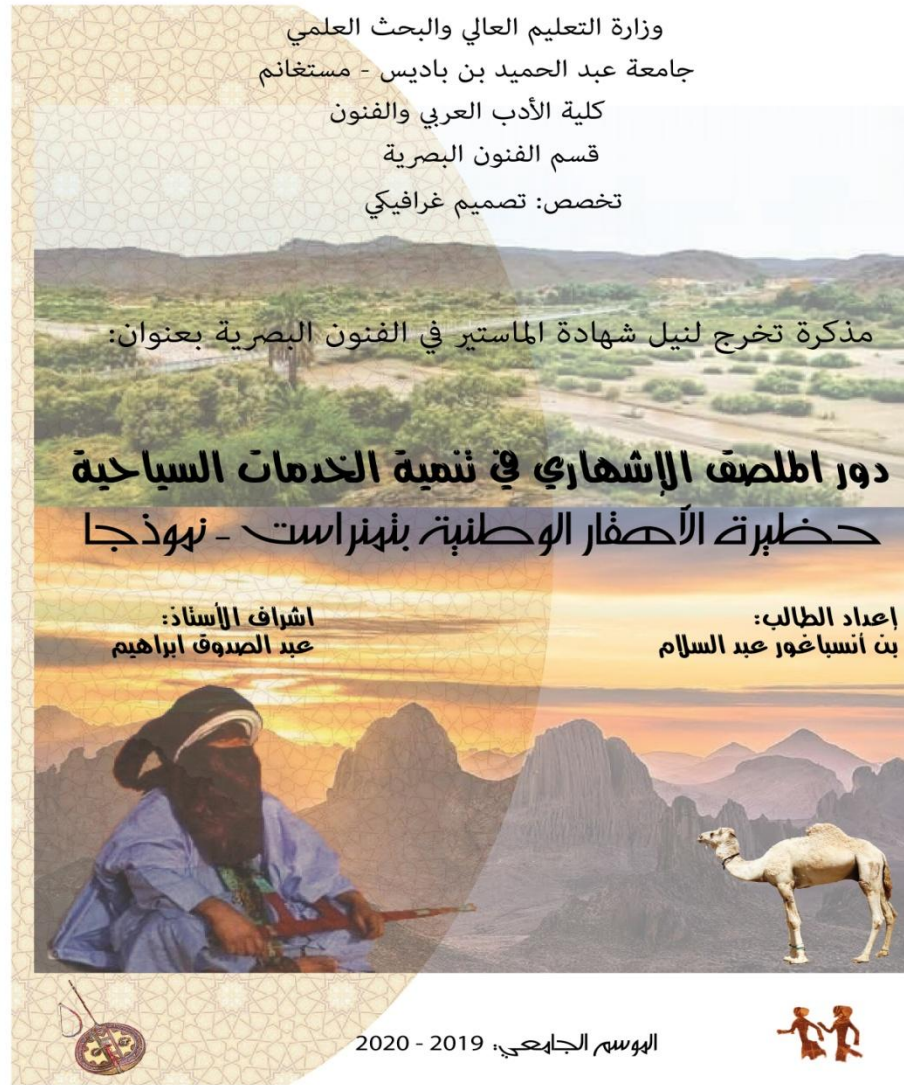
الصورة 1



المرحلة الأولى: بداية تركيب العمل الفني في برنامج الفوتوشوب

الصورة 2





### الصورة 3

#### شرح العمل الفني :

الصورة لملتصق اشهاري حول الحظيرة الوطنية الأهفار السياحية ، محتوياته هي :  
صورة لمنطقة عين امقل المتمثلة في الجسر الذي يعتبر ضمن طريق الوحدة الإفريقية  
فالمناطق السياحية و غنية بالمؤهلات السياحية الجمالية ، اضافة الى جبال الأسكرام والهقار  
بتمنراست وغروبها الأجل في العالم . كذلك وجود الثقافة التارقية واللباس التقليدي في  
صورة الرجل الأزرق فهو رمز الثقافة الصحراوية ، اضافة الى وجود الجمل الذي لا يمكن  
الإستغناء عنه فهو رمز العظمة .

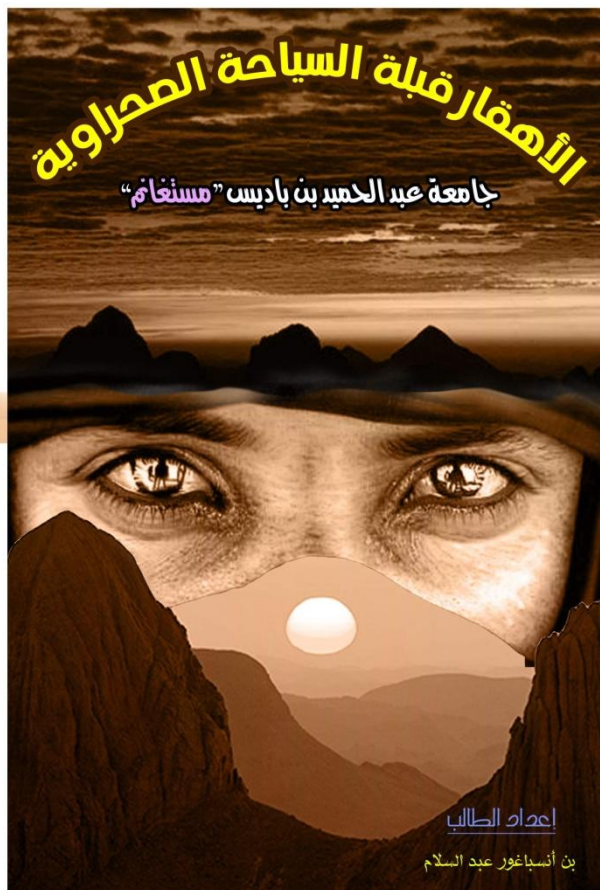
\* تركيبة ألوان الملتصق السياحي الصحراوي بالمنطقة تمر است تختلف عن أي ملتصق آخر من منطقة أخرى ، فهو غالبا ما يعتمد على البرتقالي المائل للإصفرار الذي يتمثل فيه غروب شمس الأسكرام، ولون جبال الطاسيلي والهقار مميزة عن أي جبال أخرى فهاته الألوان الحارة دلالة على منطقة صحراوية . إضافة الى اللون الأخضر الفاتح للطبيعة .

#### الصورة 4

شرح الصورة:

عنوان الصورة : الأهقار قبلة السياحة الصحراوية .

الصورة لتصميم ملتصق اشهاري عن السياحة الصحراوية بحظيرة الأهقار الوطنية وهي تركيب مزيجي فيه جبال الهقار وسلسلة الاسكرام وغروبها الأجل إضافة الى صورة الرجل الأزرق التارقي





# قائمة المراجع

## قائمة المراجع:

1. أحمد محمد المصري، الإعلان دط، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006.
2. السيد بهنسي، إبتكار الأفكار الإعلانية، ط 1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، مصر 2007.
3. إياد الصقر، تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن..2009.
4. سمير العبدلي - الترويج والإعلان دار زهران للنشر والتوزيع عمان. 2010.
5. ضياء العزاوي، وزارة الإعلام. 1974.
6. عذراء اسماعيل زيدان – الجدارية الدعائية، مجلة آداب الفراهيدي، العدد الخاص من المؤتمر الثالث.
7. محمد حافظ حجازي مرسي \_ إدارة التسويق السياحي والفندقي \_ دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط 1، الإسكندرية. 2007.
8. محمد فريد الصحن، الإعلان دط، الدار الجامعية للنشر والتوزيع الإسكندرية 2000.
9. محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دط، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة 2007.
10. محمود شاهين، الملصق فن للتوجيه أو للترويج، مجلة جبهة ثقافية اجتماعية شهرية العدد 84.
11. محمود كامل \_ السياحة الحديثة علما وتطبيقا \_ الهيئة العلمية المصرية للكتاب، مصر.. 1975.
12. مصطفى يوسف كافي. و حمزة عبد الرزاق العلوان، مبادئ السياحة. مكتبة العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
13. منال طلعت محمود، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ط 1، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث. 2002.

14. نعيم الظاهر و سراب إلياس , مبادئ السياحة دار المسيرة للنشر والتوزيع, الأردن  
2007,

15. وفاء إبراهيم , دور السياحة في التنمية الإجتماعية , المكتب الجامعي الحديث  
الإسكندرية 2006.

### المصادر :

1- مديرية البيئة تماراست

2- مديرية السياحة والصناعة التقليدية بتمراست.

3- وثائق مديرية السياحة تماراست .

### الرسالات الجامعية والمذكرات:

1. آمال رحماني ، قيم العولمة الثقافية من خلال الملصقات الإعلانية الغربية ، مذكرة لنيل  
الماجستير ، قسم الإعلام والاتصال كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة منتوري  
قسنطينة. 2010.

2. بودي عبد القادر أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير ، أهمية التسويق السياحي  
في تنمية القطاع السياحي بالجزائر "السياحة بالجنوب الغربي جامعة الجزائر  
2005\_2006.

### المعاجم:

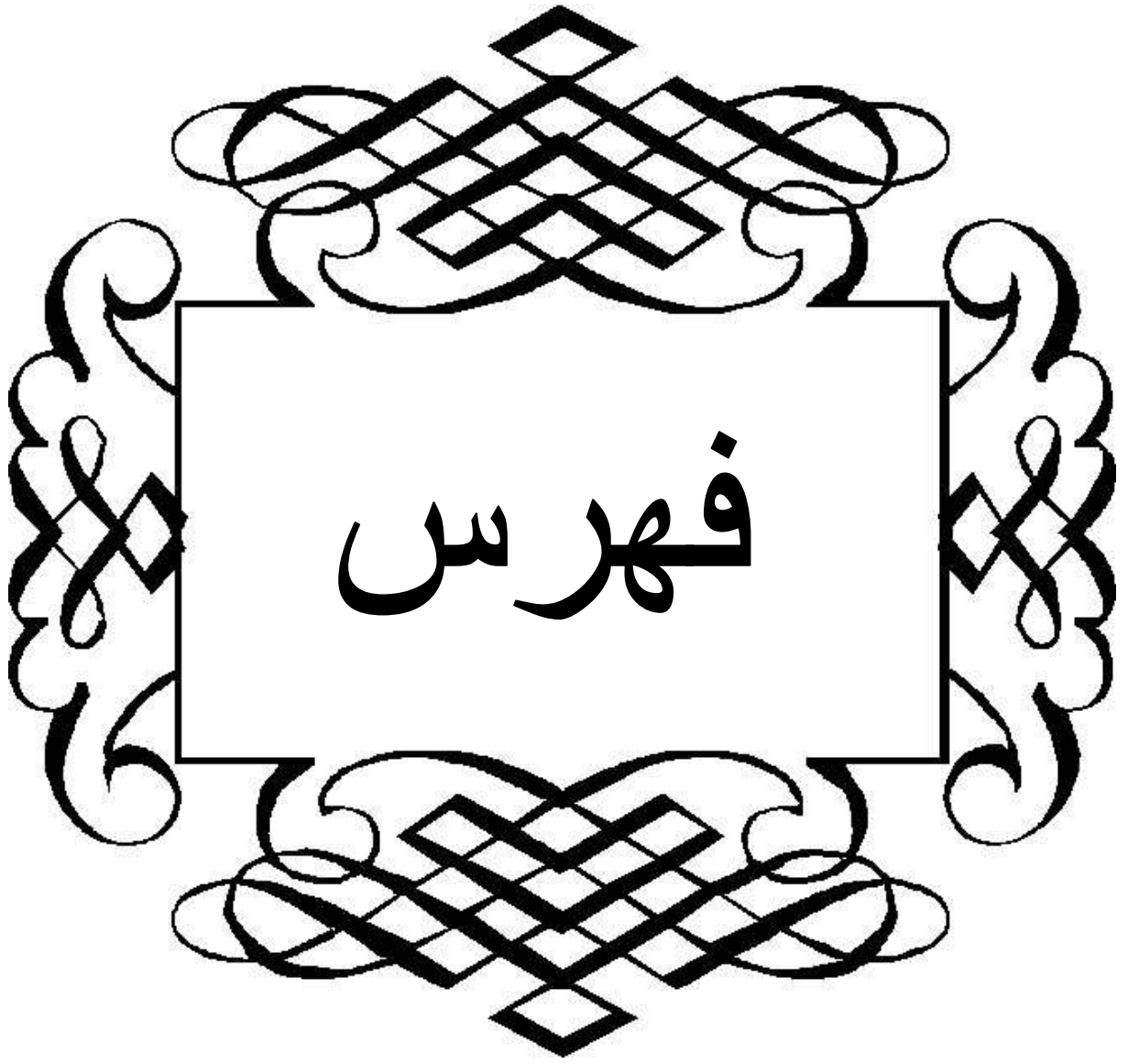
\* عبد الغفور عبد الفتاح قاري ، معجم المصطلحات ، المكتبات ، والمعلومات .

مصادر أجنبية :

\* <https://ar-m-wikipedia.org>

\*Gérard guibilato .**Economie touristique**.Ed.Delta et  
Spes .1983.page10.

\* Pierry.Le tourisme « **un phénomène économique** ».Ed.La  
documentation française .paris 1996.page 14.



## فهرس المحتويات

\* شكر وتقدير

\* إهداء

\* خطة بحث

\* مقدمة ..... أ

الفصل الأول : أساسيات حول الملصق الإشهاري

تمهيد..... 8

-المبحث الأول: تعريف الملصق الإشهاري ونشأته ..... 8

-المبحث الثاني : أنواع الملصق الإشهاري ..... 11

- المبحث الثالث : مكونات الملصق الإشهاري و وظائفه ..... 14

- خلاصة..... 16

\* الفصل الثاني : أثر الملصق الإشهاري في تنمية الخدمات السياحية

تمهيد..... 18

-المبحث الأول : مفهوم السياحة ونشأتها ..... 18

- المبحث الثاني انواع السياحة ..... 23

- المبحث الثالث : علاقة الملصق الإشهاري بالسياحة ..... 26

- خلاصة..... 27

\*الفصل الثالث : ( الإطار التطبيقي) النشاط السياحي بالحظيرة الوطنية الأهقار

\*بطاقة فنية عن الحظيرة ..... 29

\*الخدمات المقدمة من الحظيرة ..... 31

\* المقومات السياحية للحظيرة ..... 33

\* واقع الإشهار في الحظيرة الوطنية الأهقار ..... 38

- ملخص الدراسة

- الملاحق

- قائمة المصادر والمراجع

- فهرس المحتويات

\* خاتمة

خاتمة

ختاما ، يمكننا القول أنّ الملصقات الإشهارية بجميع أنواعها تلعب دورا هاما و فعالا في جميع المجالات ، إذ أننا لا نكاد نرى مجالا واحدا لا يُستخدم فيه الملصق ، وعموما فإن كل مؤسسة بمختلف مهامها و وظائفها ، تلجأ إلى الملصق الإشهاري كوسيلة إتصالية بينها وبين جمهورها المتلقي لإيصال أفكارها وأهدافها ، والمؤسسات الثقافية الاكثر اعتمادا عليه .

ومن خلال دراستي التي تضمنت الجانب المنهجي والنظري وكذا التطبيقي ، حاولت الكشف عن الدور الذي يقوم به الإشهار والملصقات الإشهارية بصفة خاصة في الترويج للسياحة ، وتنمية خدماتها السياحية، لأنها تعتبر وسيلة مهمة جدا تعتمد عليها المؤسسة السياحية الأولى في تمراست والتي هي "حظيرة الأهقار الوطنية "من خلال عرض خدماتها .

ومن أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة وهي:

- \* حظيرة الأهقار الوطنية متحف طبيعي عميق جدا لا يمكن وصفه في كلمات .
- \* الحظيرة الوطنية الأهقار غنية بالموارد السياحية الطبيعية والمادية التراثية .
- \* الحظيرة الوطنية الأهقار بوابة السياحة الصحراوية فهي حاضنة لكل السياح والثقافات الداخلية والخارجية .
- \* السياحة الجزائرية الصحراوية بمؤهلاتها الطبيعية والثقافية تحتاج للعناية والتنمية والحفاظ على موروثاتها .
- \* يجب الإهتمام بالسياحة الجزائرية والصحراوية خاصة لأنها تعتبر الأكثر توافدا للسياح من داخل وخارج الوطن .