

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قسنطينة 03 صالح بونيدر
كلية الفنون والثقافة
قسم الفنون البصرية وفنون العرض



الإشهار المطبوع والترويج السياحي في الجزائر دراسة تحليلية لمطويات سياحية.

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

إشراف الأستاذة:

بوطولة أمينة

المشرف المساعد:

أ. منومس مريم

إعداد الطالبين:

سعيدان بلال

بلهوشات حنان

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا

مشرفا و مقرا

مشرفا مساعدا

عضوا ممتحنا

أ/ لعور حمودي

أ/ بوطولة أمينة

أ/ منومس مريم

أ/ بوالهوشات نجاح

السنة الجامعية: 2020/2019

فهرس المحتويات:

فهرس المحتويات	
شكر .	
إهداء .	
فهرس المحتويات .	
فهرس الجداول .	
فهرس الأشكال	
مقدمة.....	16.....
الفصل الأول: البناء النظري للدراسة	
تمهيد.....	26.....
المبحث الأول: مدخل حول الإشهار المطبوع	
1. تحديد المفاهيم.....	27
2. أنواع الاشهارات المطبوعة .	28.....
3. عناصر تصميم الإشهار المطبوع.....	29
4. أساليب تصميم الإشهار المطبوع.....	34
5. مقومات الإشهار المطبوع.....	38
المبحث الثاني: الترويج السياحي بين الأهداف والمستويات	
1. تعريف الترويج السياحي.....	39
2. أهمية الترويج السياحي وأهدافه.....	40.....
3. وسائل الترويج السياحي.....	43.....
4. استراتيجيات الترويج السياحي.....	45.....
5. مستويات الترويج السياحي.....	47.....
6. خطوات البرنامج الترويجي السياحي.....	51.....
المبحث الثالث: ماهية المطويات السياحية	
1. تعريف المطوية.....	57.....
2. وظائف و أهداف المطوية.....	58.....
3. شروط المطوية.....	59.....
4. عناصر وأجزاء المطوية.....	60.....
5. أنواع المطويات وخصائصها.....	62.....

66.....	خلاصة.....
الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة.	
68.....	تمهيد..... المبحث الأول: المقاربة السيميولوجية لقراءة المطويات السياحية.
69.....	1.1. منهج الدراسة.....
69.....	2.1. عينة الدراسة.....
70.....	3.1. أداة جمع البيانات..... المبحث الثاني: التحليل السيميولوجي للمطويات الأنموذج.
71.....	1.2. تحليل مطوية تسهيلات للسياحة والأسفار.....
78.....	2.2. تحليل مطوية كركلا للثقافة السياحة والأسفار.....
85.....	3.2. تحليل مطوية عروس البحر الأبيض المتوسط.....
92.....	4.2. تحليل مطوية البيداء..... المبحث الثالث: نتائج الدراسة.
99.....	1.3. نتائج عامة.....
100.....	2.3. نتائج في ضوء الفرضيات.....
103.....	3.3. نتائج في ضوء المقاربة النظرية.....
103.....	4.3. نتائج في ضوء الدراسات السابقة.....
107	▪ خاتمة
109	▪ قائمة المراجع
	▪ الملخصات

فهرس الجداول:

الرقم	الجدول	الصفحة
01	يمثل دلالات الألوان	33

فهرس الأشكال:

الرقم	الشكل	الصفحة
01	يوضح أهداف الترويج السياحي.	42
02	يوضح عناصر المزيج التسويقي للخدمات السياحية.	50
03	يمثل المزيج الإعلاني والدائرة الذهبية	52
04	يوضح المطوية ذات طيتين	64
05	يوضح مطوية أكورديون	64
06	يوضح المطوية الحلزونية	65

الملخص:

تهدف الدراسة الحالية والموسومة ب:الإشهار المطبوع والترويج السياحي في الجزائر للتعرف على مساهمة الإشهار المطبوع في عملية الترويج بالاعتماد على المطويات السياحية التي من شأنها النهوض بقطاع السياحة.وقد انطلق الباحثان في دراستهما من التساؤل الرئيسي التالي:

✓ كيف يساهم الإشهار المطبوع في الترويج للسياحة الجزائرية؟

تم الإجابة عليه مؤقتا من خلال الفرضية الرئيسية التالية:

✓ تساهم المطويات الإشهارية بشكل فعال في عملية الترويج السياحي.

ولتحقيق هدف الدراسة، اعتمد الباحثان على منهج التحليل السيميولوجي لأربع مطويات سياحية تم اعتمادها كعينة قصدية للدراسة بهدف إبراز مختلف الجوانب الفنية المعتمدة فيها لأجل ترويج سياحي فعال من خلال تناول المطويات السياحية بالوصف والتحليل من الناحية اللغوية والأيقونية واستدعى ذلك الاعتماد على الملاحظة كأداة لجمع البيانات. وقد خلصت الدراسة إلى أن للمطويات السياحية دور هام في الترويج السياحي باعتبارها أحد أهم محفزات السفر لدى السائح، نظرا لما تقدمه له من معلومات عن المرافق والخدمات السياحية فهي تساعد على تكوين صورة ذهنية مسبقة عن المكان بأسلوب جذاب وهو ما يزيد من فعاليتها.

الكلمات المفتاحية: إشهار مطبوع،ترويج سياحي،مطويات، مطويات سياحية.

Résumé :

La présente étude, marquée par la publicité imprimée et la promotion du tourisme en Algérie, vise à identifier la contribution de la publicité imprimée au processus de promotion basée sur des dépliants touristiques qui favoriseront le secteur du tourisme.

Les chercheurs a entamé son étude par l'interrogation principale suivant :

- Comment la publicité imprimée contribue-t-elle à la promotion du tourisme algérien ?

Ils ont été répondu temporairement par l'hypothèse principale suivante :

- Les dépliants publicitaires contribuent efficacement au processus de promotion du tourisme.

Pour atteindre l'objectif de l'étude, les chercheurs se sont appuyés sur la méthode sémiologique de quatre dépliants touristiques adoptés comme un échantillon prévu de l'étude afin de mettre en évidence les différents aspects techniques adoptés afin de promouvoir efficacement le tourisme par le traitement des voyageurs touristiques par la description et l'analyse en linguistique et en iconographie, ce qui a nécessité le recours à l'observation comme outil de collecte de données. L'étude a conclu que les voyageurs touristiques ont un rôle important dans la promotion du tourisme comme l'une des motivations les plus importantes pour les voyages pour le touriste, en raison de l'information qu'il lui fournit sur les installations touristiques et les services, il l'aide à créer une image mentale à l'avance de l'endroit d'une manière attrayante, ce qui augmente son efficacité.

Mots clés : Publicité imprimée, promotion touristique, dépliants, dépliants touristiques

Abstract :

The current study, tagged with printed publicity and tourism promotion in Algeria, aims to identify the contribution of print advertising to the promotion process based on tourism leaflets that will promote the tourism sector.

The researchers began his study with the next main question :

- How does printed publicity contribute to the promotion of Algerian tourism?

It was answered temporarily by the following main hypothesis:

- Advertising flyers contribute effectively to the tourism promotion process.

To achieve the goal of the study, the researchers relied on the method of semiology methods of four tourist flyers adopted as a intended sample of the study in order to highlight the various technical aspects adopted in order to promote tourism effectively through the treatment of tourist flyers by description and analysis in linguistic and iconography, which necessitated the reliance on observation as a tool for collecting data. The study concluded that tourist flyers have an important role in promoting tourism as one of the most important motivations for travel for the tourist, because of the information it provides him about tourism facilities and services, it helps him to create a mental image in advance of the place in an attractive way, which increases its effectiveness.

Keywords: Advertising is printed, tourism promotion, flyers, tourist flyers.