



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3-
كلية الفنون والثقافة
قسم الفنون البصرية وفنون العرض



توظيف المواقع الأثرية للترويج للسياحة في الجزائر

إنجاز ومضة اشهارية للموقع الأثري ميلة القديمة _ أنموذجا _

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر الأكاديمية في شعبة الفنون البصرية تخصص فن الاشهار

إشراف الأستاذ

إعداد الطالبة

د. محمد بشير بن سالم

مروة بلحناش

الرتبة	المؤسسة	الأستاذ
مشرفا مقرر	جامعة قسنطينة 3	د. محمد بشير بن سالم
رئيسا	جامعة قسنطينة 3	د. خالد سعسع
مناقشا	جامعة قسنطينة 3	أ. عبد الحفيظ شريط

السنة الجامعية 2023م-2024 م

فهرس

الموضوع	الصفحة
إهداء	
شكر وتقدير	
مقدمة	أ
- الإشكالية و الأسئلة	ب
- الفرضيات	ب
- الأسباب ،الأهداف ،الأهمية	ب-ج-د
- مفاهيم الدراسة	د-ه-و
- الدراسات السابقة	و-ز-ح-ط
- حدود و مجالات الدراسة	ط-ي
- مجتمع البحث والعينة	ي
- المنهج	ي-ك-ل
- أدوات جمع البيانات	ل-م
- هيكلية البحث	م-ن
- الصعوبات	ن
الفصل الأول: المواقع الأثرية و الترويج السياحي في الجزائر	
تمهيد	22
المبحث الأول: المواقع الأثرية	
1. تعريف المواقع الأثرية	23
2. مكونات وأنواع المواقع الأثرية	23_25
3. أهمية المواقع الأثرية	25
4. التحديات التي تواجه المواقع الأثرية	25_26
5. أهم المواقع المصنف ضمن التراث العالمي لليونسكو	26_30
6. العوامل المؤثرة في المواقع الأثرية	31
المبحث الثاني : الترويج السياحي	
1. ماهية الترويج	32_40

32	1. تعريف الترويج
33_34	2. أهمية وأهداف الترويج
34_38	3. عناصر المزيج الترويج
39_40	4. عوامل المؤثرة في المزيج الترويجي
41_52	II. ماهية السياحة
41_42	1. تعريف السياحة
42_45	2. التطور التاريخي للسياحة
46_49	3. أنواع وخصائص السياحة
50	4. أهمية السياحة
50_52	5. العوامل المؤثرة في السياحة
53_62	III. ماهية الترويج السياحي
53_54	1. تعريف الترويج السياحي
54_56	2. استراتيجيات الترويج السياحي
56_58	3. أهمية وأهداف الترويج السياحي
85_62	4. عناصر المزيج الترويج السياحي
	المبحث الثالث: السياحة في الجزائر ولاية ميلة
63_73	I. سياحة في الجزائر
63_65	1. تاريخ السياحة في الجزائر
65_69	2. مقومات السياحة في الجزائر
69_72	3. أنواع السياحة في الجزائر
72_73	4. معوقات السياحة في الجزائر
73_76	II. سياحة في ولاية ميلة
73_74	1. تقديم ولاية ميلة
74_75	2. أنواع السياحة في ولاية ميلة
75	3. أهم العراقيل والمشاكل التي يواجهها قطاع السياحة في ولاية ميلة
76	4. اقتراحات وحلول النهوض بالإستثمار السياحي في ولاية ميلة
	المبحث الرابع : ومضة الإشهارية
77	1. تعريف ومضة الإشهارية

77_78	2. تاريخ تطور الومضة الإشهارية
87_81	3. مراحل إعداد الومضة الإشهارية
82	4. الاستمالات الرسائل الإشهارية
83	خلاصة
	الفصل التطبيقي: إنجاز ومضة إشهارية للموقع الأثري ميلة القديمة
84	تمهيد
	المبحث الأول: الموقع الأثري لمدينة ميلة القديمة
85	1. أصل تسمية
86	2. تقديم وموقع مدينة ميلة القديمة
86_89	3. أهم الآثار في الموقع الأثري ميلة القديمة
	المبحث الثاني: تحليل عينة الدراسة
90	1. بطاقة تقنية لومضة الإشهارية
90_94	2. التقطيع التقني للومضة الإشهارية
95	3. وصف عام للومضة الإشهارية
95_100	4. تحليل الومضة حسب رولان بارت
100	5. نتائج التحليل
	المبحث الثالث: إنجاز ومضة إشهارية
101_103	I. مراحل إعداد ومضة إشهارية
103_112	II. مراحل إنجاز الومضة الإشهارية
112_120	III. مراحل الإخراج
121	IV. عرض الومضة الإشهارية في صور النهائية
122	V. نتائج الدراسة
123	خلاصة
125	خاتمة
127_134	قائمة المصادر و المراجع
136_137	فهرس الصور
139	فهرس الجداول
141_144	فهرس المحتويات

146_150	الملاحق
152_153	ملخص الدراسة

ملخص :

هدفت دراستنا إلى معرفة الطريق الأنسب و الأكثر فاعلية للنهوض بالسياحة في الجزائر بتوظيف المواقع الأثرية كما سلطنا الضوء على ترويج السياحي للمواقع الأثري ميلة القديمة ،وذلك من خلال إنجاز ومضة إخبارية من أجل تحقيق هذا المطلب لاعتبارها وسيلة تأثر بشكل كبير في المتلقي ،كما استخدمنا " المنهج الوصفي التحليلي " كأداة لجمع البيانات و إضافة إلى منهج التحليل السيميولوجي الذي استخدمناها في تحليل العينة ،ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها أن الموقع الأثري ميلة القديمة من أهم الوجهات السياحية ، كما تساعد الومضة الإشهارية باستعمال العناصر الفنية في وصول الرسائل الإشهارية إلى المتلقي (السائح) بشكل واضح .

الكلمات المفتاحية: المواقع الأثرية ،الترويج السياحي ، الومضة الإشهارية.

Résumé:

notre étude visait à trouver le moyen le plus approprié et le plus efficace de promouvoir le tourisme en Algérie en utilisant des sites archéologiques .nous avons également mis en évidence la promotion touristique du site archéologique de l'ancienne Mila, à travers la réalisation d'un flash publicitaire afin de répondre à cette exigence car il est considéré comme un moyen d'affecter grandement le destinataire. nous avons également utilisé la "méthode analytique descriptive" comme outil de collecte de données en plus de la méthode sémiologique que nous avons utilisée dans l'analyse de l'échantillon. l'un des résultats les plus importants que nous avons obtenus est que le site archéologique de l'ancienne Mila est l'une des destinations touristiques les plus importantes, et cela aide également la publicité à clignoter en utilisant des éléments techniques dans l'arrivée des messages publicitaires au destinataire (touriste)clairement.

Mots clés: sites archéologiques, promotion touristique, flash publicitaire

Summary:

The study aimed to find out the most appropriate and effective way to promote tourism in Algeria by employing archaeological sites. We also shed light on tourism promotion of the archaeological sites of ancient Mila, through the implementation of an advertising flash in order to achieve this requirement, considering it as a means that greatly affects the recipient. We also used the descriptive analytical approach as a tool. To collect data and add to the semiological analysis method that I used in analyzing the sample, one of the most important results. What we found is that the archaeological site of Ancient Mina is one of the most important tourist destinations. The advertising flash using artistic elements helps the advertising messages reach the recipient (the tourist) clearly.

Keywords: archaeological sites, tourism promotion, advertising flash.