

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 3/صالح بوبنيدر



كلية الفنون والثقافة

قسم الفنون البصرية وفنون العرض



مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أحديمي.  
تخصص: فن الإشهار

إحياء الإشهار السياحي عبر الوسائل المطبوعة في الجزائر  
دراسة موضوعية و فنية في  
المطويات، الملصقات، الجرائد.

إعداد الطلبة:

- بوغازي رحيل
- جحيش شمس الدين
- قوراري خولة

تحت إشراف الدكتور(ة):  
بن عزة أحمد

لجنة المناقشة

-د/ زبيدة بوغواص ..... جامعة: قسنطينة 3/صالح بوبنيدر رئيسا  
-د/ بن عزة أحمد ..... جامعة: قسنطينة 3/صالح بوبنيدر مشرفا ومقررا  
-د/ بلعربي محمد ..... جامعة: قسنطينة 3/صالح بوبنيدر مناقشا

السنة الجامعية 2022/2021

## فهرس المحتويات

شكر و عرفان

الاهداء

الفهرس

قائمة الملاحق

مقدمة

أ-هـ

### الفصل الأول: الجانب النظري للدراسة

30

تمهيد

31

المبحث الأول: مفهوم السياحة تاريخها و أنواعها

31

المطلب الأول: تعريف السياحة

35

الفرع الأول: نشأة السياحة

39

الفرع الثاني: أهمية السياحة

41

الفرع الثالث: أنواع السياحة

46

المطلب الثاني: الدور الريادي للإشهار في المجال السياحي

46

الفرع الأول: مفهوم الأشهار السياحي

48

الفرع الثاني: السياحة وارتباطها بالأشهار

49

الفرع الثالث: أهداف الأشهار السياحي

51

المبحث الثاني: الوسائل المطبوعة ودورها في تفعيل المجال السياحي

58

المطلب الأول: دور الوسائل المطبوعة في تفعيل الأشهار السياحي

58

الفرع الأول: بالنسبة للصحف

59

الفرع الثاني: بالنسبة للمجلات

59

الفرع الثالث: بالنسبة للملصقات

60

المطلب الثاني: التنوع السياحي عبر المطبوعات السياحية في الجزائر

65

الفرع الأول: واقع الإشهار السياحي في الجزائر

67

الفرع الثاني: سبل انعاش الأشهار السياحي الجزائري

70

الفرع الثالث: ترويج الخدمات الفندقية عبر الوسائل المطبوعة

80

خلاصة

### الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

82	<b>تمهيد</b>
83	<b>المبحث الأول: طريقة رولان بارث في تحليل الصورة الاشهارية</b>
83	المطلب الأول: المقاربة الوصفية
84	المطلب الثاني: المستوى التعيني
87	المطلب الثالث: المستوى التضميني
88	<b>المبحث الثاني: تحليل جريدة السياحي</b>
89	المطلب الأول: المقاربة الوصفية
90	المطلب الثاني: المقاربة النسقية
91	المطلب الثالث : المقاربة السيميائية
97	<b>المبحث الثالث: تحليل الملصق السياحي</b>
98	المطلب الأول: المقاربة الوصفية
100	المطلب الثاني: المقاربة النسقية
100	المطلب الثالث: المقاربة السيميائية
105	
106	<b>المبحث الرابع: تحليل مطوية كاركلا</b>
107	المطلب الأول: المقاربة الوصفية
107	المطلب الثاني: المقاربة النسقية
113	المطلب الثالث: المقاربة السيميائية
123	<b>نتائج الدراسة</b>
125	<b>الخاتمة</b>
131	<b>المراجع</b>
	<b>الملاحق</b>

## قائمة الملاحق

رقم الصفحة	العنوان	رقم الملحق
132	صورة لمنظر جميل و الشعور بالمتعة للسائح في مدينة وهران	1
133	مستعمرات على شواطئ البحر الأبيض المتوسط مرسيليا	2
134	صورة للكعبة الشريفة	3
135	صورة لفندق سرايدي عنابة	4
136	صورة لحمام الهواء الطلق اولاد عاشور ولاية ميلة (الينابيع الطبيعية)	5
137	صورة لمهرجان عاصمة الثقافة العربية قسنطينة	6
138	أعلى باخرة سياحية في العالم	7
139	الوسائل الإعلامية المختلفة للإشهار السياحي	8
140	الطباعة على الصحف قديما	9
141	صورة تعبر عن جريدة ترفيهية	10
142	صورة لإشهار في مجلة	11
143	صورة لملصق ملتقى دولي	12
144	صورة لقلعة بني حماد	13
145	صورة لمدينة جميلة الأثرية	14
146	صورة لنحاس قسنطينة	15
147	صورة للباس التقليدي التلمساني الجزائري	16

## المخلص

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الإشهار كونه أداة هامة للترويج السياحي، وهذا من خلال مختلف الوسائل المطبوعة، التي تساهم بشكل كبير في تطور هذا القطاع، وقد انفردت الدراسة بمعالجة مكونات المطبوعات، بالاعتماد على التحليل والوصف كأداة أساسية، وتوصلنا إلى أن الوسائل المطبوعة تساهم بشكل فعال في إحياء الإشهار السياحي، والتي تمرر الرسالة الإشهارية بطريقة المخاطبة العقلية باستعمال الأيقونات واللغة باعتبارها أنجح سبل التواصل مع المتلقي، واستمالاته عقليا، وهو ما يفسر تجاوبه مع الرسالة التي بدورها كانت صورة ذهنية مسبقة، والذي زاد من فعالية هذه الرسالة وحقق الوظيفة الإغرائية، هو إبراز دور الترويج والتسويق السياحي عبر الوسائل المطبوعة، نظرا للتنوع الثقافي والتكوين البيئي والأثري في الجزائر، ودفعها في منافسة السياحة العالمية.

**الكلمات المفتاحية:** إشهار؛ وسائل مطبوعة؛ ترويج سياحي؛ وسائل إشهارية؛ مطبوعات سياحية.

## Résumé

Cette étude vise à mettre en évidence le rôle de la publicité en tant qu'outil important pour la promotion du tourisme, par divers moyens imprimés, ce qui contribue de manière significative au développement de ce secteur, l'étude a abordé les composantes des publications, en s'appuyant sur l'analyse et la description comme un outil essentiel, et nous avons constaté que les moyens imprimés contribuent efficacement à la relance de la publicité touristique, qui transmet le message publicitaire d'une manière à aborder mentalement l'utilisation des icônes, et de la langue comme le moyen de communication le plus réussi avec le destinataire, et le toilettage mental, ce qui explique sa réponse au message, ce qui à son tour a créé une image mentale préconçue, et augmente l'efficacité de ce message et atteint la fonction de séduction, est de mettre en évidence le rôle de la promotion et du marketing du tourisme par des moyens imprimés, compte tenu de la diversité culturelle et de la composition environnementale et archéologique en Algérie, et de le pousser dans la concurrence du tourisme mondial

**Les mots clés:** Publicités, supports imprimés, promotion touristique, moyens publicitaires, dépliants touristiques.

## Abstract of the study

This study aims to highlight the role of advertising as an important tool for tourism promotion, and this is through various printed means, which contribute significantly to the development of this sector. Effective in reviving tourism advertising, which passes the advertising message in a mental address using icons and language as the most successful means of communicating with the recipient, and mentally coaxing him, which explains his response to the message, which in turn formed a pre-mental image, which increased the effectiveness of this message and achieved the tempting function, is Highlighting the role of tourism promotion and marketing through printed means, given the cultural diversity and environmental and archaeological composition in Algeria, and pushing it into the global tourism competition.

**Keywords:** advertising; printed media; tourism promotion; advertising means; Tourism Publications