

جامعة ملحد خيضر بسكرة
كلية العلوم الدقيقة و علوم الطبيعة و الحياة
قسم علوم الأرض و الكون



مذكرة ماستر

ميدان هندسة معمارية عمران و مهن المدينة
شعبة تسيير التقنيات الحضرية
تخصص تسيير مدن

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:

ححو مروة

يوم: 16/06/2025

تأثير اللوحات الإعلانية على التلوث البصري حالة الدراسة -مدينة بسكرة-

لجنة المناقشة:

رئيس	أ مح أ	جامعة بسكرة	لعموري بشير
مقرر	أ مح أ	جامعة بسكرة	جغوري جميلة
مناقش	أ مس أ	جامعة بسكرة	عقبة جلول

السنة الجامعية : 2024 - 2025

قائمة الأشكال:

38	الشكل 1 تطبيق الهوامش على لوحة عرض
39	الشكل 2 قاعدة 60 , 30 , 10 لاستخدام اللون في الاعلان الخارجي
49	الشكل 3 مسافة الرؤية تبعا لسرعة الطريق
49	الشكل 4 المسافات بين وحدات الاعلان تبعا لسرعة الطريق و دقة الوضوح
50	الشكل 5 معايير ضبط الإضاءة و مدة الاعلان تبعا لسرعة الطرق
57	الشكل 6 يمثل متوسط درجات الحرارة
58	الشكل 7 يمثل العدد الشهري للأيام المشمسة
59	الشكل 8 درجات الحرارة العظمى
60	الشكل 9 كميات الهطول
61	الشكل 10 سرعة الرياح
61	الشكل 11 ورده الرياح
62	الشكل 12 الانحرافات الشهرية في درجة الحرارة وهطول الأمطار - تغير المناخ بسكرة
66	الشكل 13 دائرة نسبية لتوزيع المشتغلين في ولاية بسكرة حسب القطاعات خلال سنة 2023
94	الشكل 14 الخصائص الديموغرافية
95	الشكل 15 الوعي بانتشار اللوحات الاعلانية
95	الشكل 16 توزيع اللوحات الاعلانية
95	الشكل 17 الأثر على جمالية المدينة
96	الشكل 18 فائدة الإعلانات
96	الشكل 19 مستوى الرقابة والمراقبة
97	الشكل 20 التأثير على السلامة المرورية

قائمة الجداول:

11	جدول 1 الحد الأدنى للمسافات بين اللوحات
12	جدول 2: معايير اللوحات الدعائية
13	جدول 3 :معايير اللوحات الدعائية والاعلانية
19	جدول 4 معايير اللوحات الدعائية والاعلانية على تجهيزات الشوارع والساحات العامة
40	جدول 5 معايير مقروئية الإعلان الخارجي
41	جدول 6 الوقت المناسب لقراءة النص تبعا لسرعة الطرق
44	جدول 7 مسافة رؤية الإعلان على واجهة و حانبي الطرق
45	جدول 8 أبعاد موقع وحدة الإعلان تبعا لسرعة الطريق
46	جدول 9 مشكلات عرض الإعلان من خلال ضبط الظروف البيئية لوحدات الإعلان
47	جدول 10 مواصفات تحديد شاشات العرض تبعا للموقع
63	جدول 11 توزيع السكان حسب الجنس في بلدية بسكرة 2022
64	جدول 12 توزيع السكان حسب التجمعات السكنية في بلدية بسكرة 2023

65	جدول 13 توزيع المشتغلين في ولاية بسكرة حسب القطاعات
74	جدول 14 تمرکز و كثافة التجهيزات في مدينة بسكرة
83	جدول 15 تصنيف سرعة الطرق المسموح بها حسب القانون الجزائري
84	جدول 16 توزيع اللوحات الاعلانية حسب سرعة الطرق
86	جدول 17 توزيع اللوحات الاعلانية حسب الخدمات

قائمة الخرائط:

56	خريطة 1 موقع بسكرة (وطنيا , ولائيا , بلديا)
70	خريطة 2 تمرکز الصيدليات في بلدية بسكرة
71	خريطة 3 تمرکز التجار في بلدية بسكرة
71	خريطة 4 تمرکز الفنادق في بلدية بسكرة
72	خريطة 5 تمرکز المطاعم في بلدية بسكرة
72	خريطة 6 تمرکز الحمامين في بلدية بسكرة
73	خريطة 7 تمرکز الأطباء في بلدية بسكرة
73	خريطة 8 توزيع التجهيزات في بلدية بسكرة
77	خريطة 9 موقع بسكرة بين البلديات
77	خريطة 10 شبكة الطرق لمدينة بسكرة
85	خريطة 11 تمرکز التجهيزات المختارة في مدينة بسكرة
87	خريطة 12 مخطط توضيحي للطرق التي ستتوضع عليها الاعلانات
88	خريطة 13 المخطط المقترح لتوزيع اللوحات الاعلانية

قائمة الرسم التوضيحي:

15	رسم توضيحي 1 اللوحات الدعائية بمحاذاة الطرق
16	رسم توضيحي 2 اللوحات الدعائية على أعمدة الانارة
17	رسم توضيحي 3 اللوحات الدعائية الصغيرة و متعددة الاعلانات
18	رسم توضيحي 4 اللوحات الدعائية على أعمدة أحادية
20	رسم توضيحي 5 اللوحات الدعائية على المقاعد و مظلات الانتظار
21	رسم توضيحي 6 اللوحات الدعائية على الأكشاك و أحواض الزهور
25	رسم توضيحي 7 لوحة مفاتيحية تحتوي على نماذج لونية تمثل تصنيف القطاعات التجارية
26	رسم توضيحي 8 مقترح تصميمي يبين المفاتيح اللونية بصورة مضاءة ليلاً
26	رسم توضيحي 9 مقطع أمامي يبين موقع اللافتات المفتاحية في بداية شارع وصفي التل ليلاً
26	رسم توضيحي 10 مقطع أمامي يبين موقع اللافتات المفتاحية في بداية شارع وصفي التل نهاراً
27	رسم توضيحي 11 نظام ترتيب اللافتات التجارية خارج الرواق
27	رسم توضيحي 12 توحيد أحجام اللافتات واقتراح لون أسود محايد
27	رسم توضيحي 13 مقترح تصميم لافقات جانبية أعلى مبنى الرواق
28	رسم توضيحي 14 لافقات جانبية تحمل اسم المحل التجاري ونظامه اللوني الدال على قطاعه

- رسم توضيحي 15 قطع يبين جزء من المجمعات التجارية المعاد تصميمها 28
- رسم توضيحي 16 مقطع يمثل عرض لواجهة أحد الأروقة التجارية بعد تنظيم وتوحيد لافتاتها 28
- رسم توضيحي 17 واجهة تجارية مقترحة لأحد المجمعات داخل شارع وصفي التل 29
- رسم توضيحي 18 يبين أحد المجمعات التجارية داخل شارع وصفي التل قبل التصميم 29
- رسم توضيحي 19 أحد المجمعات التجارية داخل شارع وصفي التل بعد التصميم 29
- رسم توضيحي 20 يبين صعوبة إدراك لافتات المحال التجارية داخل الرواق 30
- رسم توضيحي 21 يبين عملية إدراك اللافتات التجارية بصورة أوضح بعد التصميم 30
- رسم توضيحي 22 يبين إدراك اللافتات التجارية بالنسبة للسائقين نهائياً بعد التصميم 31
- رسم توضيحي 23 بين إدراك اللافتات التجارية بالنسبة للسائقين ليلاً بعد التصميم 31
- رسم توضيحي 24 يبين رواق شارع وصفي التل من الداخل بعد التصميم 32
- رسم توضيحي 25 يبين إعادة تصميم أحد الأروقة التجارية داخل شارع وصفي التل 32
- رسم توضيحي 26 مقطع عرضي يبين نسبة ارتفاع المشاء والسائقين بالنسبة للافتة التجارية خارج مبنى الرواق اللافتة الجانبية أعلى مبنى الرواق، واللافتة التي تحمل شكل الذراع 32
- رسم توضيحي 27 مقطع يبين قطاعات المحال التجارية مع اللون المستخدم لكل قطاع 33
- رسم توضيحي 28 مقطع يبين توزيع النماذج اللونية بناء على تصنيف القطاعات التجارية من قبل غرفة الصناعة والتجارة في مدينة عمان 33

قائمة الصور:

- صورة 1 مقطع يبين صعوبة إدراك اللافتات التجارية بالنسبة للسائقين قبل التصميم 30
- صورة 2 يبين رواق شارع وصفي التل من الداخل قبل التصميم 31
- صورة 3 مشكلة موقع وحدة الاعلان بالقرب الشديد من إشارة المرور 42
- صورة 4 مشكلة موقع وحدة الاعلان بالقرب الشديد من تقاطع الميدان 42
- صورة 5 مشكلة موقع وحدة الاعلان على واجهة مبنى سكني 43
- صورة 6 مشكلات عرض الإعلان من خلال إضاءة الإعلان 48
- صورة 7 إدخال المعلومات إلى google earth pro 67
- صورة 8 فتح الملفات صورة 9 تحديد المؤسسة 67
- صورة 10 حفظ الملف صورة 11 حفظ الملف بصيغة ال kml 68
- صورة 12 حدود بكرة صورة 13 سحب حدود بلدية بكرة 69
- صورة 14 ننقر على arctolbox صورة 15 إدخال الملفات إلى ARCGIS 69
- صورة 16 ادخال المعلومات ثم التعديل عليها 70
- صورة 17 حالة اللائحات الاعلانية الورقية في مدينة بكرة 79
- صورة 18 حالة اللائحات الاعلانية الورقية في مدينة بكرة 79
- صورة 19 حالة اللائحات الاعلانية الرقمية في مدينة بكرة 80
- صورة 20 توضح درجة سطوع الاعلان الرقمي (حي بن طالب) 80
- صورة 21 لائحات إعلانية تجارية في أعمدة الانارة (حي العالية , حي برج الترك) 81
- صورة 22 توزيع اللائحات الاعلانية في مدينة بكرة 82
- صورة 23 لنظام التحكم LED 89

89	صورة 24 البنية الأساسية لنظام التحكم LED
90	صورة 25 وحدة التحكم
91	صورة 26 معالج فيديو LED
93	صورة 27 شاشة LED

قائمة المخططات

44	مخطط 1 الرؤية الواضحة لموقع وحدة الإعلان تبعا لسرعة الطريق
66	مخطط 3 طريقة عمل البرنامج ARCgis و إدخال المعلومات فيه

I	الجزء التمهيدي
III	الشكر و العرفان
IV	الاهداء
V	المقدمة العامة
VII	الاشكالية
VIII	الفرضيات
VIII	أهداف الدراسة
VIII	أسباب اختيار الموضوع
VIII	منهجية البحث
10	الفصل الأول
10	مفاهيم أساسية حول التلوث البصري و اللوحات الاعلانية
1	المقدمة
2	تعريف التلوث البيئي
2	تعريف التلوث البصري
3	أسباب التلوث البصري
3	أسباب اقتصادية :
4	أسباب قانونية
4	الأسباب التكنولوجية والتقنية
4	أسباب اجتماعية وسلوكية
4	أبعاد التلوث البصري
4	التلوث النقطي
4	التلوث الخطي

5	التلوث المستوي
5	التلوث الكتلي
5	مصادر التلوث البصري
6	مظاهر التلوث البصري
6	التلوث البصري والجوانب النفسية لدى الفرد
8	أبجديات التلوث البصري
8	تعريف اللافتة الاعلانية
9	اللوحات الدعائية
9	اللوحات الطويلة للطرق السريعة
9	اللوحات المتوسطة على الأرصفة
9	اللوحات متعددة الإعلانات على هيكل رأسي
9	الاعلان المجسم
9	تصنيف اللوحات الدعائية و الاعلانية
22	أهداف الإعلانات
23	الملخص
24	الفصل الثاني
24	الدراسات السابقة و المستخدمة
23	المقدمة
24	الدراسة الأولى
24	أهداف الدراسة
24	أهمية الدراسة
25	الأهمية النظرية
25	الأهمية التطبيقية

25.....	الجزء التطبيقي
33.....	نتائج الدراسة
34.....	الدراسة الثانية:
34.....	منهجية البحث.
35.....	أهداف البحث..
35.....	فرضية البحث.....
35.....	استنتاجات الدراسة الميدانية
37.....	هدف البحث..
37.....	فروض البحث..
38.....	حدود البحث الموضوعية.....
38.....	منهج البحث.....
38.....	معايير التشكيل البصري للرسالة الإعلانية للإعلان الخارجي الرقمي المتحرك
51.....	التوصيات.....
53.....	الملخص.....
54.....	الجزء التطبيقي
55.....	الفصل الثالث
55.....	تحليل منطقة الدراسة
55.....	مقدمة
56.....	التعريف بولاية بسكرة
56.....	الموقع والمساحة.....
56.....	الدراسة الجيومرفولوجية.....
56.....	<u>التضاريس</u>
57.....	الدراسة الطبيعية.....

57.....	دراسة عناصر المناخ :
63.....	الدراسة السكانية
63.....	عدد السكان
66.....	دراسة التجهيزات التجارية و الطبية و القانونية بواسطة نظم المعلومات الجغرافية
66.....	جمع المعلومات
75.....	الملخص
76.....	الفصل الرابع
76.....	توزيع الاعلانات في مدينة بسكرة
76.....	المقدمة
77.....	تقديم عام لمنطقة الدراسة
77.....	بلدية بسكرة
78.....	الطرق الوطنية
78.....	الجهات المسؤولة عن تركيب اللوحات الإعلانية
79.....	حالة اللوحات الإعلانية في مدينة بسكرة
82.....	عدد اللاوحات الاعلانية في مدينة بسكرة
83.....	مقترح تقييم التكاليف والمتطلبات لدمج اللوحات الإعلانية في بلدية بسكرة
83.....	سرعة الطرق المسموح بيها حسب القانون الجزائري
84.....	توزيع اللوحات الإعلانية حسب سرعة الطرق
85.....	مناطق الخدمات حسب الكثافة
86.....	توزيع اللوحات الإعلانية حسب الخدمات التي اخترناها
88.....	المتطلبات التقنية للوحات الاعلانية
88.....	تعريف نظام التحكم LED
89.....	التعريف الفني لنظام التحكم LED

94.....	تحليل الاستمارة
98.....	الإقتراحات
99.....	الخاتمة العامة
Erreur ! Signet non défini.	قائمة المراجع

الجزء التمهيدي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر و العرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تتحقق الغايات.

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان إلى كل من كان له الأثر في إنجاز هذه المذكرة، وكل من ساندني طوال مسيرتي العلمية.

أخص بالشكر والتقدير مشرفتي الأستاذة جفروري جميلة ، على ما بذلته من جهد وتوجيهات سديدة، وعلى دعمها المستمر وصبرها الذي كان له الدور الكبير في إخراج هذا العمل إلى النور.

ولا يفوتني أن أتوجه بجزيل الشكر إلى جميع أساتذة قسم علوم الأرض و الكون على ما قدموه لنا من علم ومعرفة، وعلى دعمهم الأكاديمي طوال سنوات الدراسة.

كما أتقدم بخالص الامتنان إلى عائلتي الكريمة، التي كانت السند الحقيقي والدافع الأول، فلولا دعمهم المعنوي والمادي لما تمكنت من بلوغ هذه المرحلة.

ولا أنسى أصدقائي وزملائي الذين شاركوني هذه الرحلة العلمية وتركوا في نفسي أثرا طيبا، فشكرا لكم من القلب. و شكر خاص لأسامة و محفوظ.

أدعو الله أن يكون هذا العمل المتواضع نافعا، وأن يحقق الفائدة المرجوة منه، والله ولي التوفيق

الأمراء

إلى من غرسوا في حب العلم،

إلى من كانوا لي نورًا في دربي، وسندًا في حياتي...

إلى أمي عزيزة وقرّة العين، نبع الحنان، وصاحبة الدعاء الصادق، التي علّمتني الصبر والإيمان.

إلى أبي حوحو طارق، قدوتي الأولى، الذي لم يخل يومًا بالدعم والتشجيع.

إلى إخوتي يوسف وأمين ويحيى وأختي الوحيدة بثينة، الذين كانوا دومًا إلى جانبي، مصدرًا للفرح

والطمأنينة. و إلى من كنت خالة لهم هداية و علي و الى من كنت عمّة لهم ريفال و جود.

إلى أصدقائي المخلصين ملاك سعودي و أماني مغربي و حنين قدادرة و ميليسة ناجي و تقوى يخلف و صديقة

الطفولة شيرين، الذين شاركوني لحظات التعب والفرح، وتركوا في قلبي أثرًا لا يُمحى.

إلى كل من آمن بي، ودفعني إلى المضي قدمًا رغم الصعوبات...

إليكم جميعًا، أهدي هذا العمل المتواضع، عربون وفاء وامتنان، وقطرة من نهر محبتكم الذي لا ينضب

المقدمة العامة :

مع زيادة النمو الحضري و التوسع العمراني في المدن , أصبحت مظاهر التلوث المحيطة بالإنسان تشكل جزءا لا يتجزأ من بيئته , و الذي ألحق ضررا بالكائنات و البيئة , اذ تعددت أنواع التلوث مثل التلوث الهوائي و المائي و الضوضائي و البصري . و ينتج عن أنشطة صناعية و تجارية مما تؤثر سلبا على جودة الحياة و صحة الانسان .

من بين أنواع التلوث يبرز لنا التلوث البصري فهو لا يلحق ضررا جسديا مباشرا انما يؤثر على الصحة النفسية للإنسان و يشوه المظهر العام للمدن . فهو يكمن في (المباني المهجورة , الأسلاك الكهربائية , ..) . و من بين أبرز هذه المظاهر " اللوحات الاعلانية " بوصفها وسيلة ترويجية و تجارية فعالة فمن خلالها تصل الصورة التسويقية للجمهور . الا أن الإفراط في استخدامها بصورة عشوائية أدى ظهور ظاهرة تدعى التلوث البصري في اللوحات الاعلانية . حيث تعلق هذه اللوحات في المباني بشكل مفرط و على أعمدة الانارة و على حواف الطرق .

اضافة الى الاعلانات الالكترونية التي تسبب تلوث بصري و ازعاج للمارة و السائقين خاصة ليلا بسبب الاضاءة الساطعة التي تشكل خطرا و تسبب حوادث مرور احيانا مما يزيد من التلوث الضوئي.

و الجزائر من بين الدول التي لازالت تعاني من ظاهرة التلوث البصري في اللوحات الاعلانية و ضعف في الجانب القانوني الذي يردع هذه الاعلانات العشوائية و نقص الجانب التقني الذي يدرس الاضاءة و العشوائية . ان هذا التلوث يشهد ارتفاع كبير في البلاد و تزايد.

تشخص هذه الدراسة الوضع الحالي لمدينة بسكرة التي تعاني من مشكلة الاعلانات العشوائية , و للحد من هذا التلوث تطرقنا في هذه الدراسة لعرض اسباب و اقتراح حلول لهذا التلوث حيث تم تقسيمها الى أربع فصول :

الجزء الأول الذي يمثل الجزء النظري للدراسة و يضم فصلين بالإضافة الى الفصل التمهيدي الذي يضم موضوع الدراسة و الاشكالية و فرضياتها و أهداف الدراسة . الفصل الاول يضم المفاهيم الاساسية حول التلوث البصري و انواعه و اللوحات الاعلانية و انواعها و أبعادها التقنية , في حين الفصل الثاني يضم الدراسات السابقة و التجارب الدولية في تنظيم اللوحات الاعلانية اما الجزء التطبيقي يضم الفصل

الثالث سنتطرق فيه الى تحليل منطقة الدراسة وكذا تحليل التجهيزات المختلفة في مدينة بسكرة بواسطة نظم المعلومات الجغرافية و عرض الدراسة الميدانية و النتائج و المقترحات .

الاشكالية :

يعد التلوث البصري من المشاكل البيئية والاجتماعية التي تؤثر بشكل كبير على المناظر الطبيعية والبيئة الحضرية في العديد من المدن. ومن بين المسببات الرئيسية لهذا التلوث تأتي اللوحات الاعلانية التي تنتشر بكثرة و عشوائية في الشوارع والمدن .

بينما تهدف هذه اللوحات إلى نقل رسائل تجارية أو دعائية، فإنها تتحول في بعض الأحيان إلى عنصر مزعج بصريًا.

يكن تأثير هذه اللوحات على الجمالية العامة للمدن، حيث يتسبب تعدد الإعلانات في إحداث تشويش بصري للمارة والسائقين، مما يؤثر على راحتهم النفسية وقدرتهم على التركيز في الأماكن العامة.

بالإضافة إلى ذلك، فإن وجود هذه اللوحات بشكل غير منظم قد يشوه منظر المدينة ويؤثر على سلوك الأفراد، سواء على المستوى النفسي أو الجمالي .

- كيف يمكن مراعاة الجوانب الجمالية والتنظيم الحضري للوحات الاعلانية ؟
- وهل يجب أن تكون هناك قوانين صارمة لتحديد الأماكن والأشكال التي يمكن أن تُعرض فيها الإعلانات ، بحيث تحترم الفضاء العام وتساهم في تحسينه بدلاً من تشويحه؟

➤ فما هو تأثير هذه اللوحات الاعلانية على التلوث البصري ؟

للإجابة على هذه التساؤلات :

الفرضيات :

- غياب التنظيم العمراني في هذه اللوحات الاعلانية يساهم في تشويه المشهد الحضري .
- هذه اللوحات تختلف درجة تأثيرها حسب مواقعها (ساحات عمومية, طرق رئيسية , أحياء ..) .
- الاضاءة و ألوان اللوحات الاعلانية تؤثر بشكل مباشر على المارة مما تشكل لنا تلوث بصري .
- غياب السلطات المعنية و القوانين و ردعهم للوائح الاعلانية المخالفة من أبرز مسببات التلوث البصري .
- توجد علاقة بين الصحة النفسية و الاجتماعية للأفراد و بين التلوث البصري في هاته اللوحات

أهداف الدراسة :

- تسليط الضوء على ظاهرة انتشار اللوحات الاعلانية التي تعتبر من بين الاليات الفعالة لتشويه المشهد الحضري .
- محاولة الحد من هذه الظاهرة و التفصيل بين الاعلانات عن طريق تحليل التجهيزات الموجودة في المنطقة .
- محاولة ايجاد حلول صديقة للبيئة و وضع حلول تتواءم مع العصر بما فيه الاستدامة .

أسباب اختيار الموضوع :

- انتشار ظاهرة اللوحات الاعلانية بكثرة في مدينة بسكرة .
- تسليط الضوء على ظاهرة الانتشار العشوائي للوحات الاعلانية و سوء تخطيطها.

منهجية البحث:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي نظرا لملاءمته في وصف ظاهرة التلوث البصري الناتج عن اللوحات الاعلانية , استخدمت الدراسة الاستبيان للمواطنين لقياس درجة انزعاجهم من اللوحات الاعلانية و ملاحظاتهم حول مواقعها و تصميمها , و الملاحظة الميدانية لتوثيق الأمثلة الواقعية للتلوث البصري في اللوحات الاعلانية من حيث الحجم ,الألوان ,العشوائية في المتوقع.

التزمت الدراسة بمبادئ أخلاقيات البحث العلمي حيث تم إخبار و إبلاغ المحدثين بأهداف الدراسة و ضمان سرية معلوماتهم و استخدامها لأغراض الدراسة فقط.

الفصل الأول:

مفاهيم أساسية حول التلوث

البصري و اللوحات الاعلانية

المقدمة:

يشير مصطلح التلوث البصري في اللوحات الإعلانية إلى تشويش المنظر العام الناجم عن انتشار اللوحات الإعلانية العشوائية ، التي تسيء إلى المشهد الحضري للمدن ، مما يؤثر سلباً على البيئة العمرانية.

إن تأثير التلوث البصري لا يقتصر فقط على تشويه المناظر الطبيعية، بل يشمل التأثيرات النفسية والاجتماعية على سكان المدن. عندما تتراكم الإعلانات في الساحات العمومية، تصبح المدينة فيها ازدحام بصري، مما يقلل من قدرتنا على الاستمتاع بالمشاهد الطبيعية والمباني التاريخية. هذا يمكن أن يسبب ضغط نفسي. ومع ذلك، يمكن أن يؤدي التنظيم الصحيح لمواقع الإعلانات واللوحات إلى تقليل التلوث البصري وتحسين البيئة المعاشة و وضع قوانين صارمة لهذه الاعلانات .

1- تعريف التلوث البصري:

التعريف الشائع للتلوث هو "إلقاء النفايات بما يفسد جمال البيئة ونظافتها". أما التلوث بالمفهوم العلمي فيشمل:

حدوث تغير وخلل في الحركة التوافقية التي تتم بين العناصر المكونة للنظام الإيكولوجي بحيث تشل فاعلية هذا النظام وتقوده القدرة على أداء دوره الطبيعي في التخلص من الملوثات خاصة العضوية منها بالعمليات الطبيعية. أي تغير فيزيائي أو كيميائي أو بيولوجي مميز يؤدي إلى تأثير ضار على الهواء أو الماء أو الأرض أو يضر بصحة الإنسان والكائنات الحية الأخرى، حال من عدم النقاء أو عدم النظافة أو أنها كل عملية تنتج هذه الحالة. الحالة القائمة في البيئة ذاتيا أو الناتجة عن التغيرات المستحدثة فيها والتي ينتج عنها الإنسان الإزعاج أو الأضرار أو الأمراض أو الوفاة بطريقة مباشرة أو عن طريق الإخلال بالأنظمة البيئية السائدة. (معلومات ومقالات ومحاضرات عن العمارة والعمران - د. ياسر محجوب)

2- تعريف التلوث البصري : يعتبر التلوث البصري إضافة جديدة إلى أشكال التلوث هذه

الميزات غير مناسبة في بيئتها الحضرية. إن المعالجة غير المتوازنة للتفاعل البشري مع هذه العناصر وإنتاجها البصري غير المتوازن يخلق ما يُنظر إليه على أنه تلوث بصري. تشير مصطلحات "VPOs" إلى جميع الأجسام الفيزيائية التي تُعتبر "ملوثات"، أي الأجسام التي تخلق إزعاجًا بصريًا وتساهم في التلوث البصري. في السياق الحضري، نعرف مصطلح "VPOs" على وجه التحديد على أنه يشير إلى جميع الميزات من صنع الإنسان وخصائصها الفيزيائية (الوضع، المظهر، الحجم، اللون، الرؤية، العوائق الوظيفية، وما إلى ذلك) التي تؤثر على الجودة البصرية للبيئة الحضرية من حيث كيفية إدراكها بالعين البشرية. اشتق مصطلح VPO من دراسات تقييم

التأثير البصري للمناظر الطبيعية . (Visual Pollution: Advertising, Signage and

Environmental quality)

لقد تعدد التعريفات لمشكل التلوث البصري، ومنها ما يعرفه على أنه دخول عنصر غريب من صنع الإنسان على سياق الصورة، يؤدي إلى حدوث خلل في ارتباط الصورة وذلك لعدم تناسق هذا العنصر مع سياق الصورة، فيشعر المتلقي بالفوضى والارتباك والتشويش وعدم النظام . (دور التلوث البصري الناتج عن تغير واجهات المباني السكنية في استقبال الصورة مقال منشور في مجلة كلية الهندسة)

كما يعتبر في نظر بعض الباحثين إضعاف جمالي أي يضعف قدرة الإنسان عن الإدراك ويفسد الذوق واعتياد القبح. (تلوث البيئة والتنمية بمدينة بسكرة، 2007/2008) أي اختفاء المظاهر الجمالية في البيئة والمحيط الذي تحيا فيه (دور الضبط الإداري البيئي في حماية جمال المدن دراسة مقارنة، 2017). فهو بالنسبة للبيئة المشيدة العمرانية - إحداه تغيير غير مستحب في عناصر البيئة العمرانية، من شأنه أن يمس بقيم الذوق والفن والجمال. (ثر التلوث البصري على الصورة الجمالية لمدينة وادي سوف دراسة حالة حي الأعشاش، 2015/2016) كما أنه تلوث لا يقتصر على المباني بل يمتد إلى اقتلاع الأشجار والأزهار من المساحات الخضراء، وعدم اتساق طلاء المباني والكتابة على الجدران، وعدم الاهتمام بالموروث الشعبي من ملابس ومباني أثرية (الضبط الاجتماعي كوسيلة للحفاظ على البيئة في المحيط العمراني، 2007)"

فهو تلوث يطلق على العناصر البصرية الغير جذابة، وهي كل المناظر باختلاف أنواعها والمحيط بالإنسان مثل المباني الغير مدروسة والعمارة الغير منظمة والإعلانات العشوائية، كل هذه الأمور هي تشويه تقع عليه عين الإنسان وبحس عند النظر إليها بعدم ارتياح نفسي (معالجة التلوث البصري في الوسط الحضري دراسة حالة مدينة المسيلة، 2014/2015)، فهو جميع التشوهات الناجمة عن الأخطاء المعمارية والتنظيمية والمخالفات المعمارية، بالإضافة إلى الظواهر التي تعتبر في حد ذاتها مظاهر سلبية شيء إلى ما حولها (تحليل وتقييم التشويه البصري في مدينة طولكرم حالة دراسية مدينة طولكرم، 2009)، كظاهرة الإضافات العشوائية على المباني والتعدي على المساحات الخضراء والأرصعة ورمي النفايات في الأماكن العمومية وانتشار صهاريج الماء والمقعرات الهوائية فوق أسطح المباني كلها تعتبر سلوكيات غير حضارية تزيد من حدة وشدة التلوث البصري في المحيط الحضري في المحصلة هو افتقار للجمال والذوق العام .

3- أسباب التلوث البصري :

إن أسباب التلوث البصري عديدة تذكر منها:

- عدم الاهتمام بالمقومات الجمالية في بعض المدن، وفقدان الذوق والإحساس بالجمال.

➤ أسباب اقتصادية : إن نقص الإمكانيات الاقتصادية لدى الفرد والدولة على السواء يؤدي إلى

إقامة مناطق سكنية وحضرية تقتصر للتخطيط وحسن الانجاز، بحيث يتم الاهتمام بالكم على

حساب الكيف والجودة، فنقص الإمكانيات الاقتصادية يؤدي إلى انخفاض في مستوى انجاز

المباني فاستعمال مواد أقل تكلفة وأقل جودة يؤثر على الصورة الجمالية للمدن ويؤدي إلى زيادة نسبة تشوه المباني. (التلوث البصري في المحيط الحضري، مظهر تشوه واجهات المباني، ديسمبر 2017)

➤ **أسباب قانونية :** عدم تصدي القرارات والقوانين المعمول بها للحد من المخالفات وضعف

الإجراءات الجزائية فيما يتعلق بإزالة المخالفات والتعديات. (التلوث البصري في المحيط الحضري، مظهر تشوه واجهات المباني، ديسمبر 2017)

➤ **الأسباب التكنولوجية والتقنية :** لقد عملت التكنولوجيا على مضاعفة النفايات وساهمت في

انتشارها، فالصناعة وما تنتجه من مواد مختلفة وما تستهلكه من طاقة وما تطرحه من مخلفات صلبة وسائلة وغازية تحقن الهواء والتربة والماء بملوثات يصعب التخلص منها، فالوجه الآخر للتكنولوجيا هو ما نتج عنها من تلوث للمحيط الحضري، كاستعمال المقعرات الهوائية ومكيفات الهواء ومضخات المياه ساهم في زيادة تشويه واجهات المباني. (التلوث البصري في المحيط الحضري، مظهر تشوه واجهات المباني، ديسمبر 2017)

➤ **أسباب اجتماعية وسلوكية :** إن زيادة حدة مشكل السكن، وارتفاع نسبة الفقر في الجزائر، تجعل

المواطن الجزائري يفكر في السكن باعتباره مكان للنوم بغض النظر عن موقع هذا السكن ومساحته، فأخر اهتماماته هو الطابع الجمالي للسكن، وهذا ما أدى إلى انتشار ظاهرة المباني الغير مكتملة وذات المظهر الخارجي المشوه، كما أن نقص الوعي البيئي والثقافي ونقص مستوى الشعور بالمواطنة، يؤدي بالفرد للقيام ببعض السلوكيات الغير حضارية كالرمي العشوائي للنفايات المنزلية، خاصة أمام المدارس والجامعات وفي الأماكن العمومية، تربية الحيوانات الأليفة في المدن كالأنبار والأغنام، الزيادات الغير قانونية وبدون رخصة في الشرفات والأماكن المجاورة للمباني على حساب الطرق العامة والمساحات الخضراء (التلوث البصري في المحيط الحضري، مظهر تشوه واجهات المباني، ديسمبر 2017)

4- **أبعاد التلوث البصري :** تتنوع أنواع التلوث البصري الى عدة أنواع وهي:

➤ **التلوث النقطي:** وهو الذع يتركز في مساحه صغيره جدا كدهان جزء من واجهة مبنى دون باقي

الواجهة (التلوث البصري في المحيط الحضري، مظهر تشوه واجهات المباني، ديسمبر 2017)

➤ **التلوث الخطي:** تمثل الخطوط إحدى أبعاد التلوث مثل أعمدة الإنارة بأوضاعها و عدم انتظامها

الأسلاك الكهربائية والتلفون فوق المباني. (التلوث البصري في المحيط الحضري، مظهر تشوه واجهات المباني، ديسمبر 2017)

➤ **التلوث المستوي:** ويتمثل المستوي أحد الأمثلة على ذلك مثل واجهات العمارات سواء كان ناتج عن العمل ذاته أو ناتج عن استخدام مصادر جديدة كإضافات عناصر حديثة في صورة تعليقات ارتجالية لا تتماشى مع المبني الأصلي أو إضافات فتحات أو تقفيل شرفات (التلوث البصري في المحيط الحضري، مظهر تشوه واجهات المباني، ديسمبر 2017)

➤ **التلوث الكتلي:** الذي يفقد فيه المبني جوهره ونظامه وتصبح عناصره غير مرتبة وتنتهك العلاقة النسبية بين الشيء وما يحيط به من كتل والأمثلة على ذلك تجاور مبنيين من طرازين مختلفين أو تتأخر الطابع مع ما يحيط به أو زيادة الارتفاعات بطريقة مبالغ فيها وسط مباني محيطة منخفضة الارتفاع. (التلوث البصري في المحيط الحضري، مظهر تشوه واجهات المباني، ديسمبر 2017)

5- مصادر التلوث البصري: تتنوع مصادر التلوث البصري حيث أنها ترتبط بالزمان والمكان

بمعني أن المكان قد يكون هو مصدر التلوث وقد يكون الزمان بمعنى قد العمل وهو مصدر التلوث ذاتيا عندما يتسبب الشيء ذاته ويمكن تقسيم مصادر التلوث الى :

- التلوث الذاتي يكون مصدر التلوث ذاتيا عندما يتسبب الشيء ذاته في إحداث التلوث سواء لنفسه أو للبيئة المحيطة ويصبح وجوده شادا على البيئة المحيطة .
- التلوث المحيط يحدث من البيئة المحيطة بالعمل المعماري
- التلوث المتبادل وفيه يكون مصدر التلوث متبادل وتتحرك فيه القوي المسببة له في اتجاهين من الداخل إلى الخارج ومن الخارج للداخل ويندرج تحت هذا التصنيف وجود مبنى حديث جدا في بيئة قديمة أو تاريخية لها طابع حضاري مختلف .
- سوء التخطيط المعماري لبعض الأبنية من حيث الفراغات والألوان والتشطيب.
- أعمدة الإنارة وأسلاك المولدات.
- صناديق القمامة غير النظيفة وإعادة توزيعها.
- ألوان واجهات المباني.
- لوحات الإعلانات التجارية.
- كل ما يחדش الذوق العام سواء بالرسم أو الإشارة أو الكلام. (التلوث البصري وأثره في تشويه البيئة العمرانية لمدينة السلط) 2021 ,

6- مظاهر التلوث البصري

- لوحات الإعلانات التجارية .
- سوء التخطيط المعماري لبعض الأبنية من حيث الفراغات والألوان والتشطيب.
- ألوان واجهات المباني .
- أعمدة الإنارة وأسلاك المولدات.
- استخدام مظلات في واجهات المحلات التجارية ذات ألوان وأشكال متعددة والتي تتحول مع مرور الزمن لمكان لتجمع الغبار والأوساخ .
- تشويه واجهات المباني بالنباتات والأعشاب التي تنبت عليها نتيجة الرطوبة والإهمال .
- ترك واجهات المباني بدون إنهاء أو صيانة مما يؤدي إلى القيام بمحاولات فردية لصيانة جزء من الواجهة مما يسبب تنافر مع شكل الواجهة .
- تشويه واجهات المباني والشوارع بالإعلانات والشعارات ذات الألوان والأحجام المختلفة .و ازدحام الشوارع والطرق بالباعة المنتشرين على أطراف الشارع .
- اختفاء العناصر الطبيعية المهمة كالأشجار والنباتات وخاصة التي تزرع على جوانب الشوارع والمدن لتزيينها .
- إقامة الأبنية ذات الارتفاعات الشاهقة المرتفعة بحيث تحجب رؤية المناظر الجميلة ذات الإطلالة كالغابات والحدائق . (التلوث البصري وأثره في تشويه البيئة العمرانية لمدينة السلط(2021 ,

7- التلوث البصري والجوانب النفسية لدى الفرد

يُعتبر التلوث البصري أي بنية من صنع الإنسان تُعد غير جذابة وتؤثر على قدرة الشخص على الاستمتاع بالمشهد .مثل: تور بينات الرياح، اللوحات الإعلانية، القمامة، الكتابات على الجدران، الأسلاك الكهربائية العلوية، الأعمدة، المباني، اللافتات، الإعلانات... إلخ .يؤدي ازدحام هذه العناصر في مساحة صغيرة إلى إرباك بصري وتشويش ذهني (كيف يؤثر التلوث البصري على الصحة النفسية للفرد، 2019)

➤ أولاً، التشتت وانعدام التركيز

كثيراً ما نلاحظ في حياتنا اليومية أن وجود فوضى بصرية من حولنا، من شأنه أن يؤدي إلى إضعاف قدرتنا على التركيز، وخصوصاً عند القيام بمهام تتطلب منسوباً عالياً من التركيز. يعتبر بعض الباحثين أن وجود مشتتات بصرية من حولنا يؤدي في أغلب الأحيان إلى تشتت موازٍ من الناحية الفكرية. لذا ينصح الخبراء بترتيب بيئة العمل من أجل كفاءة أكبر. إلا أنني لا أعمم هذا الزعم على الجميع، فهناك نماذج إبداعية كانت في أوج تركيزها بغض النظر عن الفوضى المكانية من حولها، مثل العالم الفيزيائي ألبرت آينشتاين، والفيلسوف باشلار. ومع ذلك، تفيد نتائج الأبحاث السيكلوجية إلى أن طبيعة العقل البشري تتكيف في أغلب الأحيان مع طبيعة ترتيب المحيط من حوله. (كيف يؤثر التلوث البصري على الصحة النفسية للفرد، 2019)

➤ ثانياً، التوتر (Stress)

تشير نتائج بعض الأبحاث في هذا الشأن إلى أن الفوضى المكانية البصرية ترتبط سلباً بمنسوب التوتر لدى الأفراد. وقد تم إثبات ذلك من خلال عدة دراسات تجريبية وميدانية، أشارت جميعها إلى وجود علاقة دامغة ما بين التلوث البصري والمكاني وما بين منسوب التوتر عند الفرد. (كيف يؤثر التلوث البصري على الصحة النفسية للفرد، 2019)

➤ ثالثاً، الشعور بالقلق (Anxiety)

على الرغم من التشابه البين ما بين أعراض التوتر والقلق، إلا أن الأخير يختلف من الناحية السيكلوجية في كونه عاماً ومزمناً، وقد يشتمل على مكونات ذهنية بشكل أكبر وفق التصنيفات السيكلوجية المعروفة. تشير بعض الدراسات إلى أن التواجد في بيئات مزعجة بصرياً قد يؤدي إلى قلق مزمن، مشاكل في النوم، وأفكار تساهم في الشعور بالهلع. إذ يبدو أن العقل البشري يفضل - بشكل فطري - الترتيب من حوله، لذا يبدأ بالاضطراب، مما ينعكس على الحالة الفيسيولوجية، وذلك لارتباط الجوانب الذهنية بالجوانب الفيسيولوجية. (كيف يؤثر التلوث البصري على الصحة النفسية للفرد، 2019)

➤ رابعاً، خلل في المعالجة الذهنية للمدخلات البصرية (Disturbance in visual processing)

من المعروف علمياً، كما قلنا آنفاً، أن الدماغ يعالج كمية كبيرة من المدخلات البصرية في الثانية الواحدة، ولكن المشكلة تكون حينما يكون كم المدخلات البصرية هائلاً، وغير منظم. في هذه الحالة، من المرجح أن يعاني الدماغ من صعوبة في التعرف على الأشياء في المحيط، إذ تبدأ الأفكار بالتدخل، ويصعب على الدماغ ربط الأشياء الموضوعية بالمعاني المرتبطة. يؤدي كل هذا إلى بطء في العمليات الذهنية، مما ينعكس سلباً على طبيعة تعاطي الإنسان مع المحيط من حوله. (كيف يؤثر التلوث البصري على الصحة النفسية للفرد، 2019)

➤ خامساً، مشاكل في التفكير والصحة النفسية

كنتيجة للنقاط السابقة، يؤدي التلوث البصري في المحيط بشكل شبه حتمي إلى مشاكل على مستوى الأفكار. يقدّر بعض الباحثين أن هنالك علاقة ما بين الترتيب المكاني وما بين بعض الاضطرابات الذهنية، من قبيل بعض اضطرابات الشخصية واضطرابي الفصام وثنائي القطب. يميل من يعاني من هذه الاضطرابات وشببهااتها إلى إهمال النظام والترتيب في بيئته، مما ينعكس سلباً على التوازن الداخلي. (كيف يؤثر التلوث البصري على الصحة النفسية للفرد، 2019)

8- أبجديات التلوث البصري:

- الوعي السكاني
- تجميل البيئة المحيطة
- تكييف أصحاب المصلحة تدريجياً من أجل بيئة أفضل
- التواصل مع الطبيعة، والتنسيق مع المؤسسات، وتمكين المهنيين إزالة الفوضى من البيئة المحيطة
- احترام الثقافات الحفاظ على النظام تحديد التلوث البصري (Visual Pollution Concepts, Practices and Management Framework p40)

9- تعريف اللافتة الاعلانية : يقصد باللافتة الاعلانية بأنها لوحة أو تركيبة أو سياج أو مكان،

أو وسيلة إعلان مباشرة و يكون الإعلان عليها سواء بالكتابة أو بالنقش أو بالأحرف أو بالرسم قائمة بذاتها كانت أو تكون جزءاً من منشأة أو متصلة بها أو منقوشة عليها أو في أي صورة أخرى من صور العرض على المباني والمنشآت ويقصد بها الإعلان أو لفت الانتباه.

10- اللوحات الدعائية: هي اللوحات المستخدمة للإعلان التجاري عن منتجات أو خدمات

للغير سواء بالكتابة أو النقش أو اللصق أو من خلال شاشة إلكترونية أو غيرها من التقنيات، وتكون قائمة بذاتها أو متصلة بمنشأة أو على مركبة .

11- اللوحات الإعلانية: هي اللوحات المستخدمة للإرشاد أو الإعلان عن الذات سواء

بالكتابة أو النقش أو اللصق أو من خلال شاشة إلكترونية أو غيرها من التقنيات، وتكون قائمة بذاتها أو متصلة بمنشأة أو على مركبة.

➤ اللوحات الطويلة للطرق السريعة (Mega Sign Hoarding) : هي لوحات شريطية ذات

طول كبير تكون بمحاذاة خط السير بالطريق أو عمودية عليه .اللوحات الدعائية على

الأعمدة الأحادية (Unipole) هي اللوحات الكبيرة المثبتة . على عمود واحد .

➤ اللوحات المتوسطة على الأرصفة (Mega coms) : هي لوحات مسطحة متوسطة الحجم

مثبتة على أعمدة. أو هياكل داخل حيز الرصيف .

➤ اللوحات الصغيرة على الأرصفة (Mupis) : هي لوحات مسطحة صغيرة الحجم مثبتة على

أعمدة داخل حيز الرصيف أو بالممرات الداخلية للمباني العامة .

➤ اللوحات متعددة الإعلانات على هيكل رأسي (Tower): هي سلسلة من لوحات الإعلانات

الصغيرة مرتبة فوق بعضها على نفس الهيكل الرأسي .اللوحات الإلكترونية والشاشات هي

لوحات تعمل بالإضاءة الإلكترونية الثابتة أو المتحرك.

➤ الاعلان المجسم :هو عبارة عن لوحة يتم تركيبها فوق سقف سيارة الأجرة ويتم تثبيتها بشكل

مخفي .اللوحات على السيارات التجارية هي لوحات إعلانية تظهر شعار الشركة لنفس مالك

المركبة، فقط دون دعاية. (اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية momah.gov.sa)

12- تصنيف اللوحات الدعائية و الاعلانية

➤ أولاً: اللوحات الدعائية والإعلانية على المباني:

- اللوحات الدعائية والإعلانية على واجهات المباني (Facad&wall)

- اللوحات الدعائية والإعلانية على الأسوار الدائمة والمؤقتة

- اللوحات الدعائية والإعلانية على المباني تحت الإنشاء (اشتراطات اللوحات الدعائية

و الاعلانية momah.gov.sa)

➤ ثانياً: اللوحات الدعائية والإعلانية على جوانب الطرق والشوارع والأراضي الفضاء:

- اللوحات الدعائية والإعلانية الطويلة بمحاذاة الطرق السريعة (Hoardings)
- اللوحات الدعائية والإعلانية على الأراضي الفضاء
- اللوحات الدعائية والإعلانية على أعمدة أحادية (Billboards, Unipole)
- اللوحات الدعائية والإعلانية على أعمدة الإنارة (Lamp Post)
- اللوحات الدعائية والإعلانية المتوسطة على الأرصفة (MegaComs)
- اللوحات الدعائية والإعلانية الصغيرة على الأرصفة (Mupis)
- اللوحات الدعائية والإعلانية متعددة الاعلانات على هيكل رأسي (Tower)
- (اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية momah.gov.sa)

➤ ثالثاً: اللوحات الدعائية والإعلانية على الجسور والأنفاق

- اللوحات الدعائية والإعلانية على واجهات الجسور
- اللوحات الدعائية والإعلانية على واجهات جسور المشاة.
- اللوحات الدعائية والإعلانية على واجهات مداخل الأنفاق
- اللوحات الدعائية والإعلانية على مداخل الأنفاق الجبلية (اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية momah.gov.sa)

➤ رابعاً : اللوحات الدعائية والإعلانية على تجهيزات الشوارع والساحات العامة

- اللوحات الدعائية والإعلانية على المقاعد العامة.
- اللوحات الدعائية والإعلانية على مظلات انتظار الحافلات
- اللوحات الدعائية والإعلانية على مداخل المدن
- اللوحات الدعائية والإعلانية على الأكشاك والصراف الآلي
- اللوحات الدعائية والإعلانية على أحواض الزهور
- اللوحات الدعائية والإعلانية في دورات المياه العامة. (اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية momah.gov.sa)

(الاعلانية momah.gov.sa)

جدول 1 الحد الأدنى للمسافات بين اللوحات

نوع اللوحة	الحد الأدنى للمسافات بين اللوحتين
اللوحات الصغيرة و المتوسطة على الارصفة	لا تقل عن 20م
اللوحات الكبيرة على الأعمدة الأحادية	لا تقل عن 150م
الشاشات الإلكترونية (اللوحات الإلكترونية) على الطرق	لا تقل عن 500م

المصدر: (اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية momah.gov.sa)

جدول 2: معايير اللوحات الدعائية

معايير اللوحات الدعائية		الأبعاد القصوى		المسافة الفاصلة		موقع اللوحة	
				ارتفاع اللوحة	مسافة افقية	الشارع/ الطريق	المبنى
				عن سطح	من الحد		
				الارض	الجانبي		
				(بالمتر)	(بالمتر)		
على جدران وواجهات المباني (Faced & Wall)		لا تزيد عن 80% من مساحة واجهة المبنى	لا يقل عن 6 م	لا تقل عن 2.5م من حد المبنى	1 لا يقل	الطرق الشريانية والرئيسية عرض 40 م وأكبر	ارتفاع المبنى عن 15 م 2. لا يسمح بوضع اللوحة إلا على واجهات المبنى
على الأسوار الدائمة والمؤقتة (Fence)		الطول: كامل طول قطعة الأرض الارتفاع لا يزيد عن 8م	لا يقل عن 1م من منسوب سطح الطريق المجاور	لا تقل عن 2.5م من حد المبنى	الطرق الشريانية والرئيسية عرض 40 م وأكبر	لا ينطبق	
المباني تحت الإنشاء		على كامل مساحة الواجهة	لا يقل عن 2.4 م	لا تقل عن 2 م من حد الجار	الطرق الشريانية والرئيسية عرض 40 م وأكبر	المباني تحت الإنشاء أو تحت أعمال الصيانة	

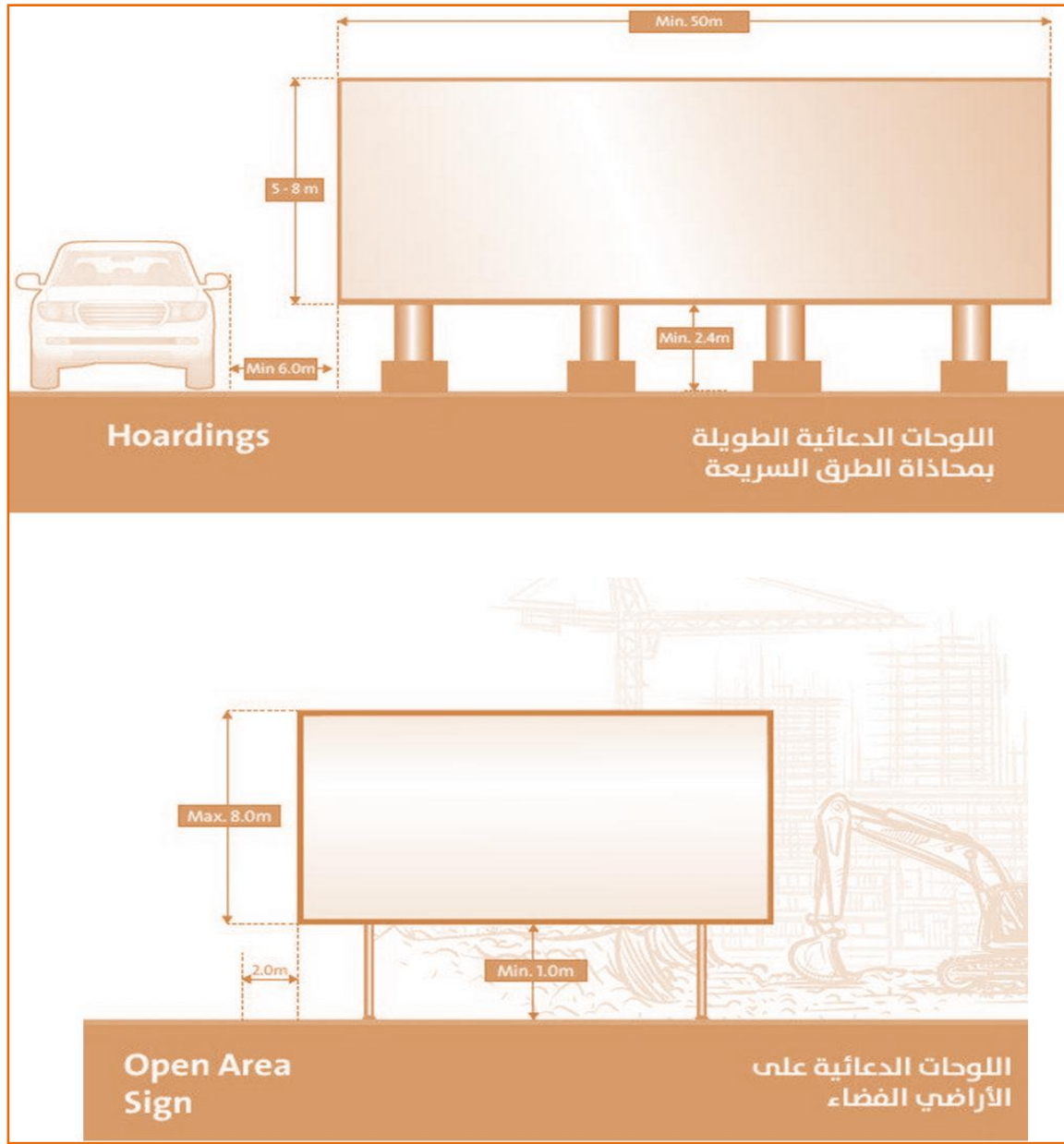
جدول 3 :معايير اللوحات الدعائية والاعلانية

معايير اللوحات الدعائية والاعلانية		الأبعاد القصوى	المسافة	الفاصلة	موقع اللوحة
			ارتفاع اللوحة عن سطح الأرض (بالمتر)	مسافة افقية من الحد الجانبي (بالمتر)	الشارع/ الطريق المبنى
الطويلة بمحاذاة الطرق السريعة (Hoardings)		لا تزيد عن 80% من مساحة واجهة المبنى	لا يقل عن 2.4م	لا تقل عن 6م من حافة الطريق	الطرق السريعة بين المدن (الجزء داخل حيز المدينة)
على الاراضي الفضائية		الطول: كامل طول قطعة الأرض الارتفاع لا يزيد عن 8م	لا يقل عن 1م من منسوب سطح الطريق المجاور	لا تقل عن 2م من حد الجار	الطرق الشريانية والرئيسية عرض 40م وأكبر
على اعمدة احادية (Unipole, Bill Boards)		العرض: من 8 إلى 16 م ارتفاع: من 6 إلى 8 م	لا يقل عن 8 م	لا تقل عن 2 م من حافة الطريق	الطرق الشريانية والرئيسية أقرب المبنى
على اعمدة الانارة (Lamp Post)		عمود ارتفاع 10م العرض: 1 م ارتفاع: 2م عمود ارتفاع 14م العرض: 1.5م ارتفاع: 2.5م - عمود ارتفاع 16 م وأعلى	لا يقل عن 2,4م	لا تقل عن 0.60م من حافة الطريق	1. لا يقل عرض الشارع عن 20م 2. المسافة بين اللوحتين 40م على الاقل
المتوسطة على الارصفة (Megacoms)		العرض: من 4 إلى 6 م ارتفاع: من 3 إلى 4 م	لا يقل عن 2,4م	لا تقل عن 1م من حافة الطريق	الطرق الشريانية و تجميعية

الصغيرة على الارصفة (موبي) (Mupis)	العرض: 1.2م ارتفاع: 1.8م	لا يقل عن 0,70م	لا تقل المسافة من حافة الطريق عن 1م في حال الرصيف الجانبى أو 0,60م في حام الجزيرة الوسطية	1الشوارع عات عرض 20م وأعلى 2.ر يسمح بها على الطرق السريعة	لا ينطبق
متعددة الاعلانات على هيكل رأسي (Tower)	لعرض: 0.80 – 1,50م ارتفاع: لا يقل عن 2.4 ولا يزيد عن 4م	لا يقل عن 1م	لا تقل عن 1م من حافة الطريق	لا يقل عرض الشارع عن 20م	لا ينطبق

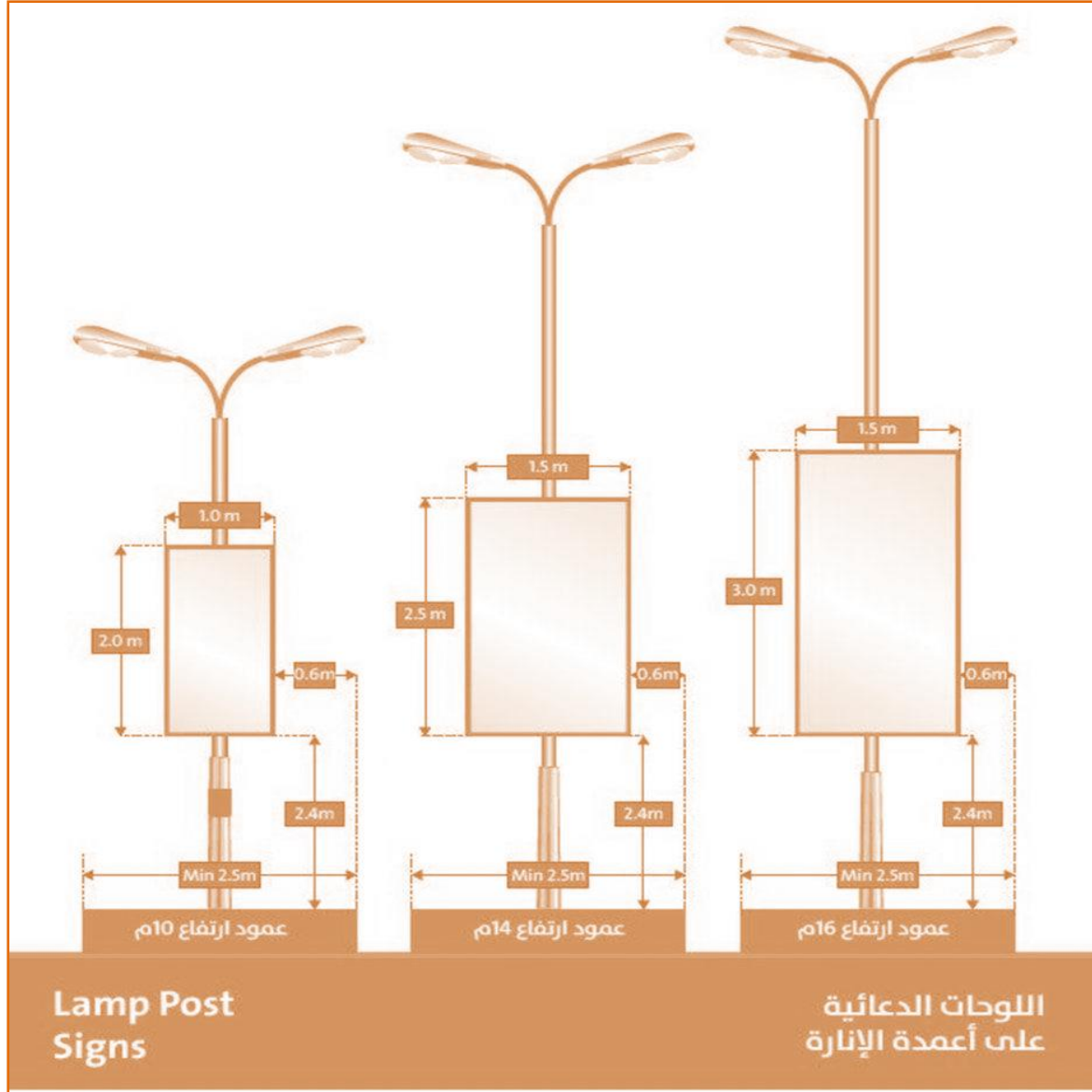
المصدر: (اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية (momah.gov.sa)

رسم توضيحي 1 الشكل رقم (1) اللوحات الدعائية بمحاذاة الطرق



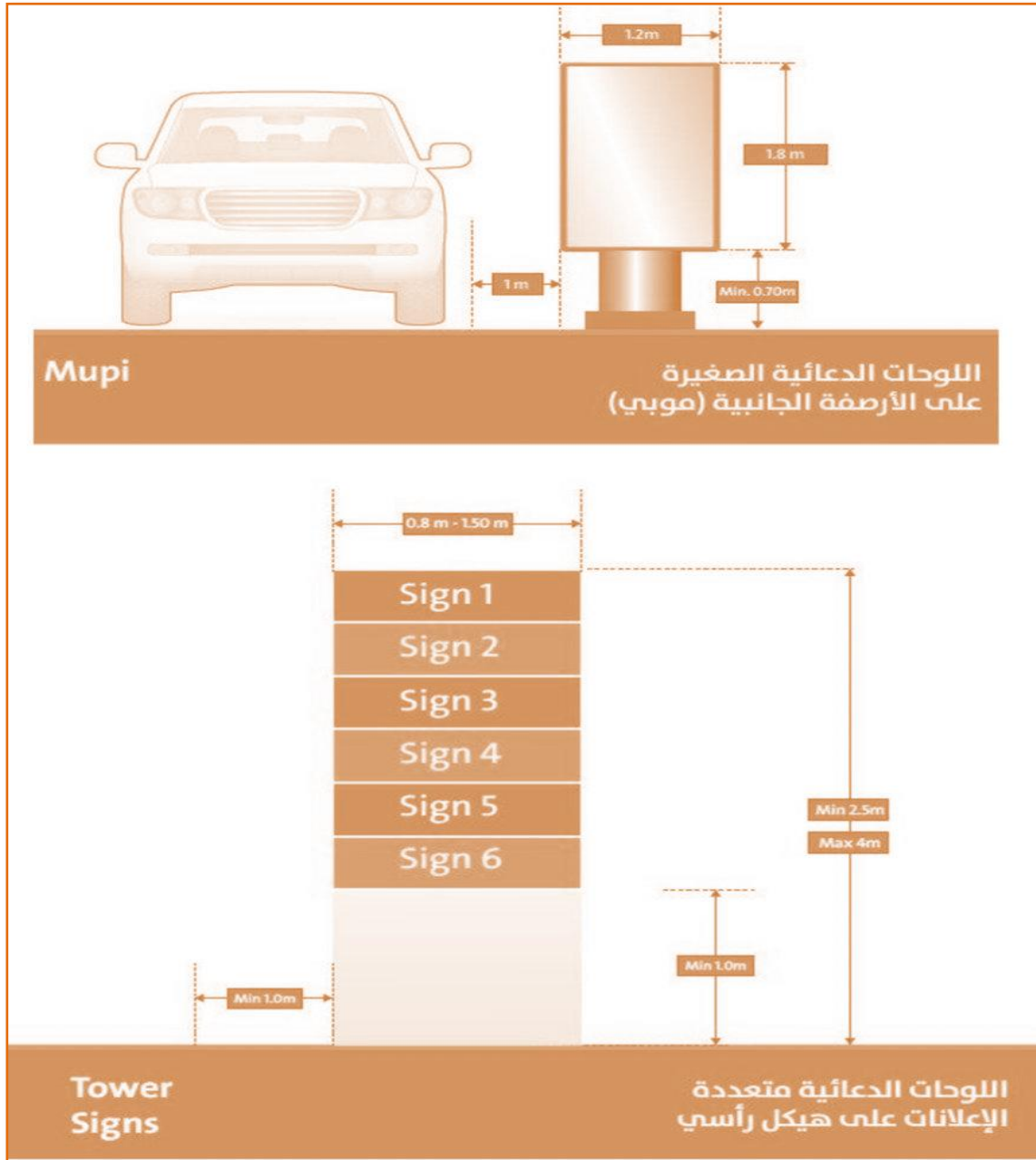
المصدر: (اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية momah.gov.sa)

رسم توضيحي 2 اللوحات الدعائية على أعمدة الإنارة



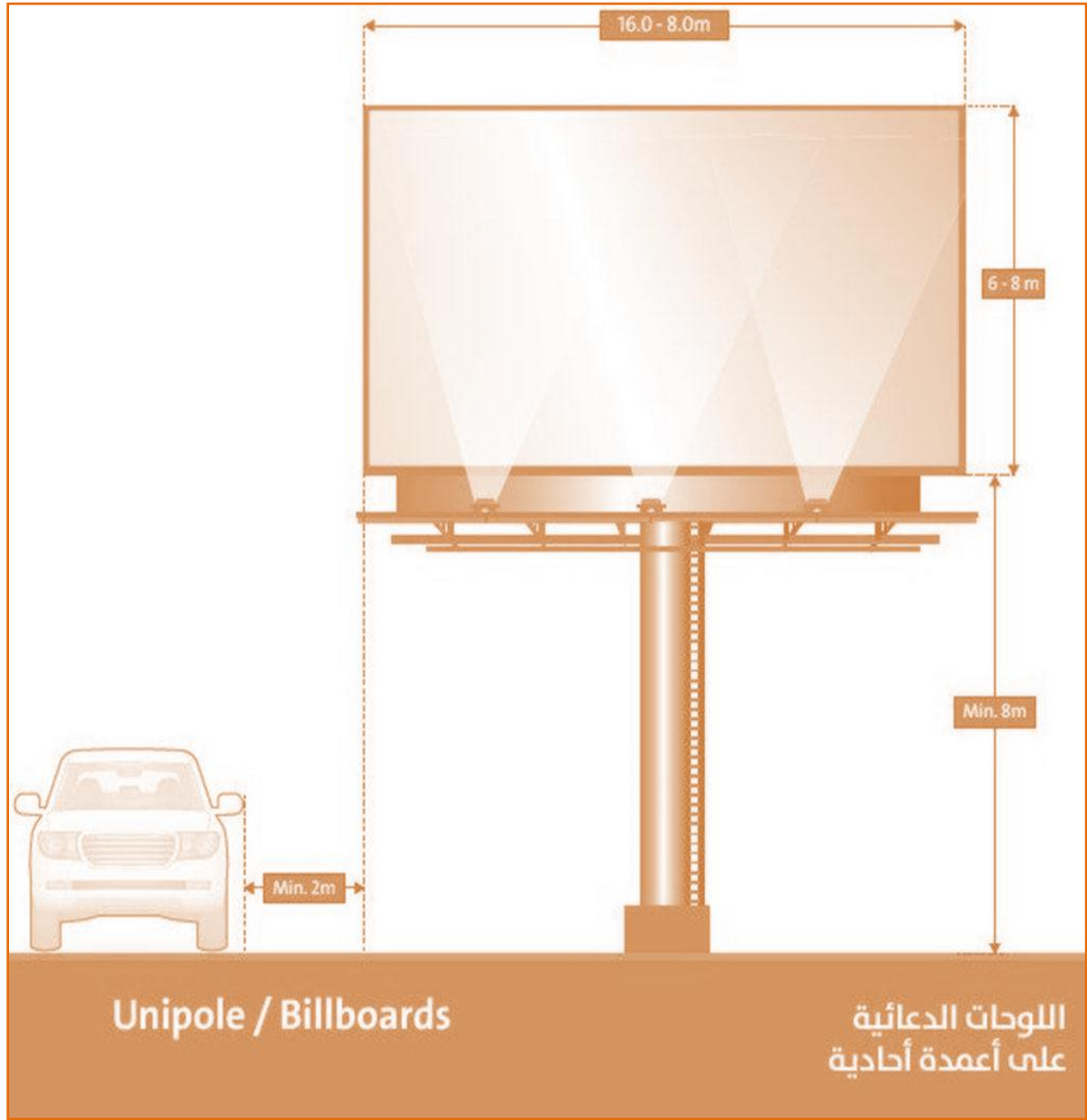
المصدر: momah.gov.sa اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية

رسم توضيحي 3 اللوحات الدعائية الصغيرة و متعددة الاعلانات



المصدر: momah.gov.sa اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية

رسم توضيحي 4 اللوحات الدعائية على أعمدة أحادية



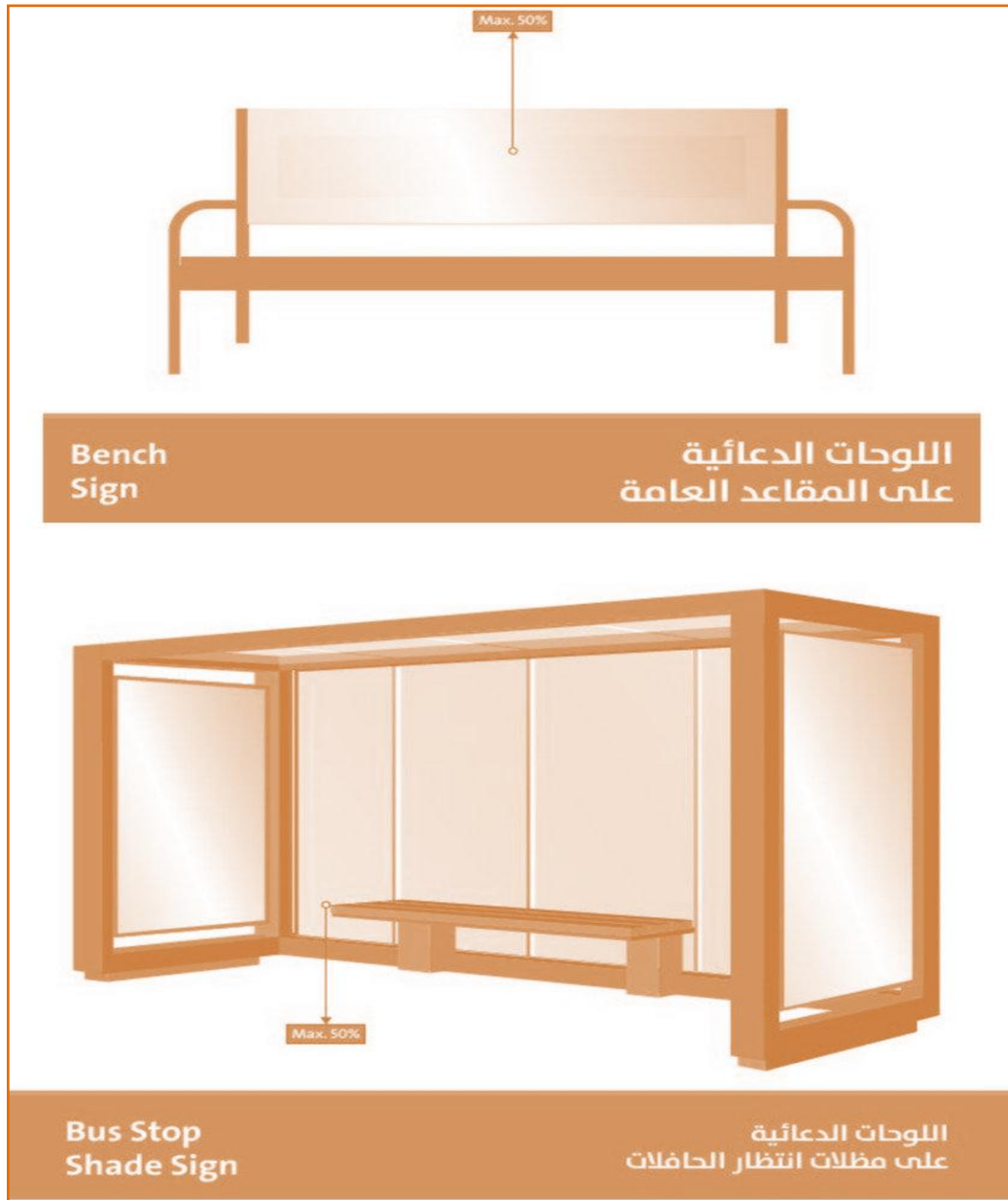
المصدر (اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية momah.gov.sa)

جدول 4 معايير اللوحات الدعائية والاعلانية على تجهيزات الشوارع والساحات العامة

معايير اللوحات الدعائية	الأبعاد القصوى	المسافة		موقع اللوحة	
		ارتفاع اللوحة عن سطح الأرض (بالمتر)	مسافة افقية من الحد الجانبي (بالمتر)	الشارع/ الطريق	المبنى
على المقاعد العامة	لا تزيد عن 50% من مساحة المقعد	على الأسطح القائمة	لا ينطبق	الحدائق العامة والساحات البلدية والأرصفة	فقط ملصقات
على مظلات انتظار الحافلات	لا تزيد عن 50% من مساحة الأسطح الجانبية	لا تحجب الرؤية عن مسار الحافلات	لا ينطبق	محطات الانتظار	لا يسمح بها فوق أسطح المظلات 2. دون بروز عن السطح
على مداخل المدن	كامل مساحة السطح الأمامي للوحة	5,50م ارتفاع من منسوب الطريق	لا ينطبق	مداخل المدن	التنسيق مع وزارة النقل والخدمات اللوجستية في حال كان الطريق يقع تحت إشرافها
على الأكشاك و الصراف الآلي	لا تزيد عن 50% من مساحة الأسطح الجانبية للأكشاك والصراف	لا ينطبق	لا ينطبق	مواقع الأكشاك /الصرافات الآلية	فقط ملصقات دون ترويز عن السطح
على أحواض الزهور	كامل مسطح حوض الزهور	على الأسطح الرأسية الأحواض الزهور	لا ينطبق	أحواض وصناديق الزهور	فقط ملصقات دون ترويز عن السطح

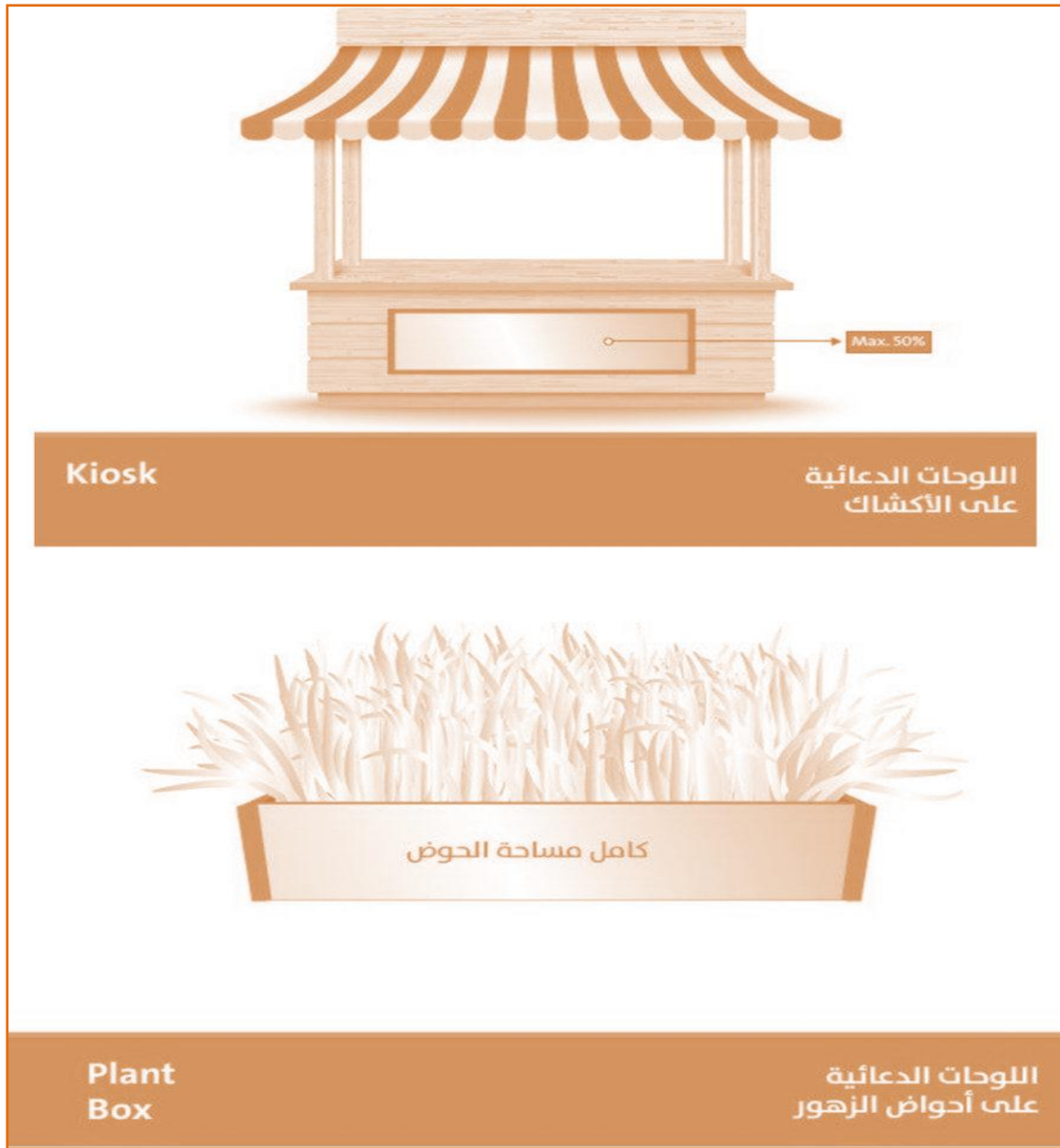
(المصدر :)اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية (momah.gov.sa)

رسم توضيحي 5 اللوحات الدعائية على المقاعد و مظلات الانتظار



المصدر: (اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية momah.gov.sa)

رسم توضيحي 6 اللوحات الدعائية على الأكشاك و أحواض الزهور



المصدر: (اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية momah.gov.sa)

- يتم تعديل هذه المعايير حسب خصوصية المنطقة الموضوعية فيها و ينصح بالتحقق من هذه اللوائح المحلية قبل التصميم او التثبيت أي لوحة .

13- أهداف الإعلانات :

يستخدم الإعلان لهدف أو عدة أهداف، منها:

- **تثقيف العملاء:** مثل عرض إعلان طريقي على لوحة إعلانية في أحد الشوارع المزدهمة للترويج حول منتج أو خدمة.
- **إقناع العملاء:** باستخدام الإعلانات يكون لعلامتك التجارية الصدى الأكبر بأن المنتجات أو الخدمات التي تقدمها متفوقة ومعروفة.
- **توليد رغبة:** يمكن لهذه الإعلانات أن تشعر العملاء برغبة أو حاجة لهذه المنتجات أو الخدمات.
- **جذب عملاء جدد:** رؤية هذه الإعلانات يمكن أن تجذب المزيد من العملاء للشراء من متجرك أو منتجاتك.
- **الإعلان عن شيء جديد:** يمكن من خلالها إخبار العملاء المحتملين بكل جديد يتعلق بخدمتك.
- **الاحتفاظ بقاعدة العملاء الحالية:** تذكير العملاء بعملك أو خدمتك سيكون فرصة لزيادة ثقة العملاء بما تقدمه.
- **الهدف الرئيسي للإعلان هو زيادة الوعي بالعلامة التجارية وتحفيز العملاء لاتخاذ إجراءات محددة، مثل شراء منتج أو زيارة متجر. تسعى الإعلانات أيضًا إلى تعزيز صورة العلامة التجارية وبناء علاقة وثيقة مع الجمهور المستهدف. (دور-اللوحات-الإعلانية-في-التسويق)**

الخلاصة :

يتناول هذا الفصل من الدراسة المفاهيم الأساسية حول موضوع التلوث البصري موضحاً أن هذا التلوث يشكل تشوها ملحوظاً للمشاهد العام نتيجة العناصر غير المتناسقة و المترابطة مع بعضها القائمة على العشوائية . و يبرز لنا التأثيرات النفسية و الاجتماعية لهذا النوع من التلوث على الأفراد و جودة الحياة و يعرض مجموعة من الأسباب المؤدية له (اقتصادية , اجتماعية , تكنولوجية , تخطيطية) . إضافة إلى ضعف الجانب القانوني لهذه الظاهرة و الوعي البيئي . كما صنف أنواع التلوث (نقطي , خطي , مستوي , كتلي) و يبين مصادره . و تناولنا في الفصل مظاهر هذا التلوث مثل سوء واجهات المباني و التحديات العمرانية و فوضى الإعلانات . و يختم هذا الفصل بتصنيف شامل للوحات الإعلان و معايير توزيعها و تصميمها و أهدافها . في محاولة للحد من ظاهرة التلوث في الاعلانات و تحسين البيئة البصرية للمدن .

الفصل الثاني

الدراسات السابقة و

المستخدمة

المقدمة

تعتبر الاعلانات ظاهرة عشوائية في الشوارع تثير الكثير من الجدل , بينما يراها البعض أنها مشكلة بصرية تؤثر سلبا على المشهد الحضري و العام و يرى الآخرون أنها جزء مهم من الحياة في المدن . حيث تساهم في زيادة الوعي لدى المستهلكين و تنشيط الاقتصاد .

مع تزايد الاستهلاك في المدن زادت مشكلة التلوث البصري الناتج عن اللوحات الاعلانية , فقد أصبحت هذه اللوحات العشوائية تغزو الشوارع .

فان هذه الاعلانات لا تسبب فقط الازعاج للمارة فقد تسبب لهم مشاكل نفسية و صحية حسب الدراسات الأخيرة .

الدراسة الأولى :

مدى تأثير اللافتة التجارية على التلوث البصري للشارع التجاري مدينة عمان شارع وصفي التل حالة دراسية

1- أهداف الدراسة:

اتفاقاً مع المشكلة البحثية، تمت صياغة أهداف الدراسة كما يلي:

أولاً: التعريف بأهمية اللافتة التجارية، ودورها الفاعل بوصفها جزءاً من البيئة البصرية المعمارية وليست مضافة إليها.

ثانياً : وضع مقترح تصميمي للتغلب على العشوائية في توزيع اللافتات التجارية، لتحقيق المبدأ الجمالي والوظيفي في نفس الوقت الناتج عن اعتماد أسس تصميمية محددة والتي تؤثر إيجابياً في ذهن المتلقي.

ثالثاً: وضع مقترح تصميمي لتنظيم اللافتات التجارية لتبدو كوحدة منسجمة للحد من التلوث والعشوائية البصرية في الشارع التجاري.

رابعاً: تصميم مقترح لتنظيم الأروقة الخارجية يستند على أنظمة لونية تحدد طبيعة المحلات التجارية وتصميم نموذج الإطار يوحد اللافتات التجارية. (مدى تأثير اللافتة التجارية على التلوث البصري للشارع التجاري مدينة عمان شارع وصفي التل حالة دراسية، 2019)

2- أهمية الدراسة:

نظراً لندرة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع عربياً ومحلياً، تعد هذه الدراسة مساهمة تطبيقية، تعزز من أهمية اللافتات التجارية كعنصر مهم في إدراك المتلقي، وتسهم في إيجاد آلية للحد من مشكلة انتشار اللافتات التجارية بصورة عشوائية في الشوارع التجارية المهمة، والتي من شأنها تشويه المعالم البصرية والمعمارية للمدينة. (مدى تأثير اللافتة التجارية على التلوث البصري للشارع التجاري مدينة عمان شارع وصفي التل حالة دراسية، 2019)

• الأهمية النظرية:

إن أهمية هذه الدراسة لا تظهر في أسبقيتها، بل في حدود ما تطمح إلى تحقيقه، من خلال تسليط الضوء على مشكلة التلوث البصري والعوامل التي تنشئها، اقتراح حلول عملية لمعالجة هذه المشكلة، أخذين بعين الاعتبار التراكم الثقافي لمدينة عمان وخاصة شوارعها التجارية. (مدى تأثير اللافتة التجارية على التلوث البصري للشارع التجاري مدينة عمان شارع وصفي التل حالة دراسية، 2019)

• الأهمية التطبيقية:

تتمثل الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في اقتراحها نظاماً بصرياً منسجماً مبنياً على أسس تصميمية، تتناسب مع التطور التكنولوجي لصناعة اللافتات التجارية في الأردن، ومع علاقة تلك اللافتات مع محيطها المعماري، ويمكن للجهات التالية الاستفادة من هذه الدراسة:

- 1- أمانة عمان الكبرى والبلديات الموجودة في الأردن.
- 2- طلبة التصميم في الجامعات الأردنية، وبشكل خاص طلبة التصميم الجرافيك.
- 3- شركات الدعاية والإعلان القائمة على تصميم لافتات المحلات التجارية.
- 4- التجار وأصحاب المحال التجارية. (مدى تأثير اللافتة التجارية على التلوث البصري للشارع التجاري مدينة عمان شارع وصفي التل حالة دراسية، 2019)

3- الجزء التطبيقي :

رسم توضيحي 7 لوحة مفاتيحية تحتوي على نماذج لونية تمثل تصنيف القطاعات التجارية



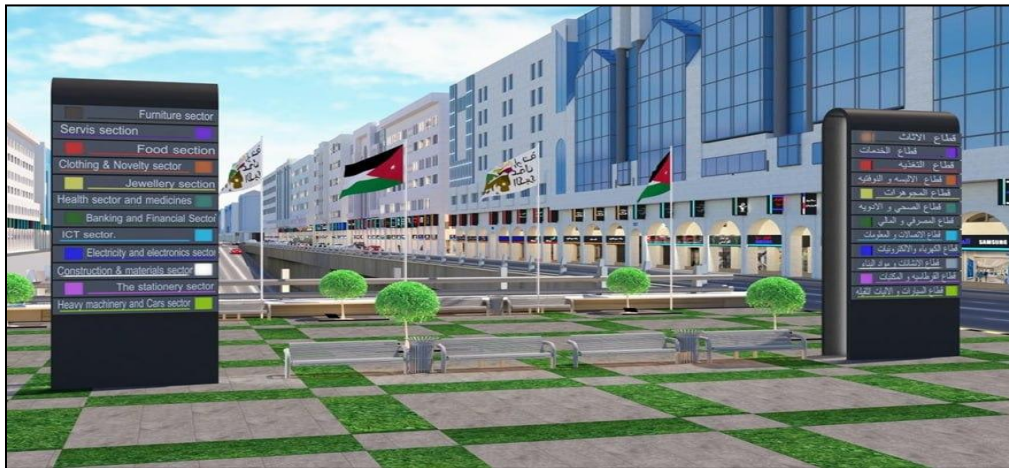
رسم توضيحي 8 مقترح تصميمي يبين المفاتيح اللونية بصورة مضاءة ليلاً



رسم توضيحي 9 مقطع أمامي يبين موقع اللافتات المفتاحية في بداية شارع وصفي التل ليلاً



رسم توضيحي 10 مقطع أمامي يبين موقع اللافتات المفتاحية في بداية شارع وصفي التل نهاراً



رسم توضيحي 11 نظام ترتيب اللافتات التجارية خارج الرواق



رسم توضيحي 12 توحيد أحجام اللافتات واقتراح لون أسود محايد



رسم توضيحي 13 مقترح تصميم لافتات جانبية أعلى مبنى الرواق



رسم توضيحي 14 لافتات جانبية تحمل اسم المحل التجاري ونظامه اللوني الدال على قطاعه



رسم توضيحي 15 قطع يبين جزء من المجمعات التجارية المعاد تصميمها



رسم توضيحي 16 مقطع يمثل عرض لواجهة أحد الأروقة التجارية بعد تنظيم وتوحيد لافتاتها



رسم توضيحي 17 واجهة تجارية مقترحة لأحد المجمعات داخل شارع وصفي التل



رسم توضيحي 18 يبين أحد المجمعات التجارية داخل شارع وصفي التل قبل التصميم



رسم توضيحي 19 أحد المجمعات التجارية داخل شارع وصفي التل بعد التصميم



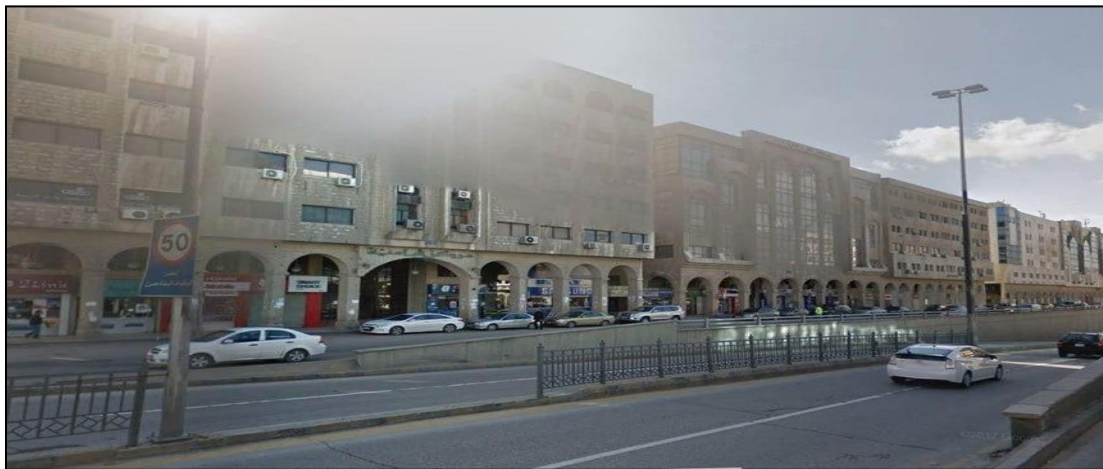
رسم توضيحي 20 ببين صعوبة إدراك لافتات المحال التجارية داخل الرواق



رسم توضيحي 21 ببين عملية إدراك اللافتات التجارية بصورة أوضح بعد التصميم



صورة 1 مقطع ببين صعوبة إدراك اللافتات التجارية بالنسبة للسائقين قبل التصميم



رسم توضيحي 22 يبين إدراك اللافتات التجارية بالنسبة للسائقين نهائياً بعد التصميم



رسم توضيحي 23 بين إدراك اللافتات التجارية بالنسبة للسائقين ليلاً بعد التصميم



صورة 2 ببين رواق شارع وصفي التل من الداخل قبل التصميم



رسم توضيحي 24 يبين رواق شارع وصفي التل من الداخل بعد التصميم



رسم توضيحي 25 يبين إعادة تصميم أحد الأروقة التجارية داخل شارع وصفي التل



رسم توضيحي 26 مقطع عرضي يبين نسبة ارتفاع المشاء والسائقين بالنسبة لللافتة التجارية خارج مبنى الرواق اللافتة الجانبية أعلى مبنى الرواق، واللافتة التي تحمل شكل الذراع



رسم توضيحي 27 مقطع يبين قطاعات المحال التجارية مع اللون المستخدم لكل قطاع



رسم توضيحي 28 مقطع يبين توزيع النماذج اللونية بناء على تصنيف القطاعات التجارية من قبل غرفة الصناعة والتجارة في مدينة عمان



4- نتائج الدراسة

1. أكدت الدراسة أن التوافق والانسجام البصري في بيئة الشارع التجاري من أهم العوامل التي تساعد في عملية إدراك اللافتات المنتشرة فيه.
2. توصلت الدراسة إلى أن الإدراك الصحيح لل لافتة التجارية لا يكون بصورة مفردة، وإنما يعتمد على موقعها مع ما يجاورها من لافتات أخرى في الشارع التجاري، إضافة إلى أن إدراكها يعتمد على حركة العين تبعاً للمسار المفترض في التصميم والذي يشكل عنصر جذب بالنسبة للمتلقي كما يعتمد على إحياءات تعبيرية تساعد العين في اتخاذ قرار الحركة .

3. أكدت الدراسة أن اللافتات التجارية هي جزء من البيئة المعمارية وليست مضافة إليها وذلك عندما تتم صياغتها وفق قواعد جمالية منظمة تتسم بالمتابعة البصرية مع البيئة المحيطة بها.

4. أكدت الدراسة أن استخدام الألوان المحايدة على واجهات المباني يؤدي إلى تحقيق توافق بين اللافتة التجارية وبين البيئة المعمارية، ويجعلها أكثر إدراكاً وجذباً لانتباه المارة .

أظهرت الدراسة أن عملية التساهل في محاسبة أصحاب اللافتات التجارية المخالفة أدى إلى تشويه منظر الشارع التجاري وزيادة التلوث البصري (مدى تأثير اللافتة التجارية على التلوث البصري للشارع التجاري مدينة عمان شارع وصفي التل حالة دراسية، 2019)

الدراسة الثانية: التلوث البصري في المشهد الحضري التجاري تحليل بصري لمحاور منتخبة في مدينة الكوت م جامعة واسط

1. منهجية البحث

اعتمد الباحث على أسلوب العمل المكتبي في الحصول على البيانات والمعلومات من المصادر المختلفة من الكتب والتقارير الرسمية والدراسات الأكاديمية ومواقع الانترنت أي استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وبناء اطار نظري لظاهرة التلوث البصري في المشهد الحضري التجاري وتأثير بنية المشهد الحضري المادية والمفاهيمية في احداث التلوث البصري، ومن ثم:

- استخلاص مفردات الاطار النظري للمفردات التي ذكرت اعلاه.

- اجراء الدراسة الميدانية والمقابلات الشخصية مع المستخدمين وذوي العلاقة ، بالإضافة إلى استخدام أداة الاستبانة لقياس النواحي المختلفة للمشكلة، على عينة قسدية من المجتمع المحلي في مدينة الكوت ، وهم من المهتمين بموضوع مشهد المدينة والتجربة الجمالية فيها ، كما ان اختصاصهم يرتبط بموضوع البحث. أي استخدام المنهج التحليلي لتحليل أبعاد المشكلة المرتبطة بشكل أساس بالتلوث البصري في المشهد الحضري التجاري. (التلوث البصري في المشهد الحضري التجاري تحليل بصري لمحاور منتخبة في مدينة الكوت م جامعة واسط)

- التوصل الى النتائج والاستنتاجات والتوصيات.

2. أهداف البحث

يهدف البحث إلى التحقق من التلوث البصري على مستوى المشهد الحضري التجاري ، وتأثير ذلك التلوث على الانسان وعلى البيئة الحضرية المنطقة الدراسة.

كذلك يهدف البحث الى التعرف على:

-تفسير ظاهرة التلوث البصري.

التحري عن اسباب حدوث ظاهرة التلوث البصري.

تحليل بنية المشهد الحضري التجاري.

وما هو تأثير بنية المشهد الحضري المادية والمفاهيمية في احداث التلوث البصري. (التلوث البصري في المشهد الحضري التجاري تحليل بصري لمحاور منتخبة في مدينة الكوت م جامعة واسط)

3. فرضية البحث

يفترض البحث أن التلوث البصري هو خلل في الصورة الذهنية التي يحملها الفرد عن البيئة الحضرية، ويتأثر (التلوث البصري ببنية المشهد الحضري المادية والمفاهيمية).

القياس

تم قياس متغيرات التلوث البصري و قياس مدى تأثير بنية المشهد الحضري المادية والمفاهيمية في احداث الظاهرة، من خلال المفردات المستخلصة من الاطار النظري لخصائص المشهد الحضري التجاري .

4. استنتاجات الدراسة الميدانية :

- من خلال دراسة المشهد الحضري للشوارع الثلاث بالاعتماد على الصفات المعنوية ، نلاحظ صفات تسببت بالتلوث البصري كالتنوع المبالغ به الذي ميز شارعي الزهراء والضفاف ، والتعقيد الذي ميز المشهد الحضري لشارع القص، مع افتقاد المحاور الثلاثة الى شخصية وطابع معماري موحد ، حيث تتعدد فيها انماط التصميم الناجمة عن التطور المتسارع في استخدام التكنولوجيا والتغيرات التي مرت بها

ان غياب القوانين التخطيطية والبنائية والعمرانية الكفوة واحيانا ضعف تنفيذها، هي واحدة من اهم الاسباب التي ادت الى احداث التلوث البصري في المشهد الحضري للشوارع الثلاث سواء كان ماديا ام مفاهيمي ، حيث تنفذ واجهات المباني مخالفة للواجهات التي تمت المصادقة عليها من قبل مديرية

- بلدية الكوت، لقيام الملاك بتنفيذ واجهات مخالفة لما تم اعتماده سواء بالشكل أو الالوان دون دراسة مما يشوه المباني ويؤثر على ما حولها من مبان اخرى
- من خلال التحليل البصري للبنية الحضرية للشوارع التجارية الثلاث يلاحظ بان شارع القص يحتوي على نسبة كبيرة من التلوث البصري ، بينما يكون ذلك اقل في شارعي الزهراء والضفاف، بالاعتماد على دراسة البنية وفق علاقاتها المقياس والتناسب ، النمط)، مع غياب الجماليات في التصاميم الحديثة للواجهات واعطاء المجال الأوسع لمواد البناء لإبراز واجهات المباني واعتماد المصمم المعماري على تلك المواد في اخراج واجهات المبنى دون بذل مجهود لإبراز جماليات المبنى المعمارية .(التلوث البصري في المشهد الحضري التجاري تحليل بصري لمحاور منتخبة في مدينة الكوت م جامعة واسط)
- ضعف الترابط البصري بين الابنية التجارية لمحاور الدراسة ، لعدم دراسة الطابع المعماري للمنطقة بشكل مترابط مع غياب دور السلطات المحلية والبلدية ، والافتقار الى تنظيم العناصر الجمالية ، وبالرغم من وجود بعض عناصر اثاث الشوارع الضرورية لكنها موزعة بشكل غير كاف او مدروس بما يتناسب مع احتياجات المنطقة - .ان عدم كفاءة القوانين التخطيطية والبنائية هي واحدة من أهم الأسباب التي أدت الى احداث التلوث البصري في المشهد الحضري للشوارع التجارية الثلاثة سواء اكان ماديا ام مفاهيمي (التلوث البصري في المشهد الحضري التجاري تحليل بصري لمحاور منتخبة في مدينة الكوت م جامعة واسط)

3. الدراسة الثالثة

المجلة العربية لبحوث الاتصال و الإعلام الرقمي -العدد الثاني-يوليو- 2022

معايير عرض الإعلان الخارجي بما يتناسب مع جماليات البيئة المصرية د. نهلة جميل

يهتم هذا البحث بدراسة ورصد المعايير التي تنظم عرض الإعلان الخارجي، نظراً لوجود مشكلات مختلفة في عرض الإعلان الخارجي، مما قد ينتج من عدم اتباع تلك المعايير خطر الحوادث التي تؤثر على

سلامة المواطنين. ولعدم توفر المرجع الذي يتضمن المعايير والقوانين التي تضبط تلك المشكلات بخلاف الدليل الإرشادي الذي قدمه لجهاز القومي للتنسيق الحضاري في عام ٢٠١٠ ، والذي يتضح فيه القصور الشديد في عرض المعايير التي تنظم الإعلان الخارجي نظراً لقدم إصداره الذي لم يواكب تلك التطورات في تصنيفات الإعلان الخارجي وخاصة الرقمي. ولذا قام البحث على دراسة ورصد العديد من المعايير التنظيمية لكثير من دول العالم المشابهة في الظروف البيئية ومواصفات الطرق مع مصر للوصول إلى معايير وقواعد تنظم عرض الإعلان الخارجي. مشكلة البحث تكمن مشكلة البحث في صياغة الرسالة الإعلانية للإعلان الخارجي بصرياً بما يراعى معايير التصميم مع وضع في الاعتبار مدى ملائمة موقع الإعلان ومساحته والمدة الزمنية للعرض وذلك لاعتبارات تحقيق الأهداف التسويقية دون إخلال لسلامة المرور والطرق والمساحات الموقع الإعلان، مع الحفاظ على جماليات البيئة المصرية ويمكن تلخيص المشكلة في التساؤلات الآتية . :

ما هي المعايير التصميمية الواجب مراعاتها لتحقيق الأهداف التسويقية للإعلان الخارجي؟

ما هي اتجاهات تصميم الإعلان الخارجي الملائمة للمواقع المصرية؟

ما هي مقاييس عرض الإعلان الخارجي بما يتناسب مع ظروف البيئة المصرية؟

1- هدف البحث

يهدف البحث إلى استنباط معايير الصياغة البصرية للرسالة الإعلانية لتصميم الإعلان الخارجي، بما يحقق الأهداف التسويقية للإعلان.

2- فروض البحث

- تتغير المعالجة البصرية للرسالة الإعلانية للإعلان الخارجي تبعاً لطبيعة المنتج أو الخدمة أو الفكرة الإعلانية.

- تتحدد معالجة العناصر البصرية للرسالة الإعلانية تبعاً لموقع الإعلان.

- تختلف صياغة الرسالة الإعلانية للإعلان الخارجي الرقمي المتحرك تبعاً لزمن التعرض للإعلان وتوقيت العرض.

3- حدود البحث الموضوعية

- الإعلان الخارجي في المواقع المصرية.

- مكانية المواقع الطرق الميادين والساحات في مصر

4- منهج البحث

المنهج الوصفي بالإضافة إلى نماذج تحليلية للإعلان الخارجي الرقمي، وصولاً إلى استنباط معايير الصياغة البصرية للرسالة الاعلانية للإعلان الخارجي.

أ- معايير التشكيل البصري للرسالة الاعلانية للإعلان الخارجي الرقمي المتحرك

- الاختصار: يعني التقليل والإيجاز قدر الإمكان في الكتابات والصور والعناصر البصرية لتفادي حدوث أي تشويش أو ارتباك للمتلقي عند التعرض للإعلان ومن ثم التشجيت عن الطريق أثناء قيادة المركبات. معلومات الاتصال : Call to action وضوح معلومات التواصل بشكل واضح ومختصر ويعد أهم ذلك الطرق هو عرض رقم الخط الساخن بشكل واضح لمساعدة المتلقي في الوصول إلى المنتج أو الخدمة وبشكل سهل وواضح وسهل التذكر .و يمكن ايضا باستخدام QR Code في حالة الإعلان الخارجي بالأسواق . . استخدام الهوامش : Bleeds عند توزيع عناصر التصميم يراعى المناطق الآمنة للعناصر الهامة داخل التصميم من رسوم أو صور أو عنوان رئيس أو شعار أو حركة العناصر وتفاذي حدوث فقد لأي من تلك العناصر من مساحة الهامش الخارجية. (عرض الاعلان الخارجي بما يتناسب مع جماليات البيئة المصرية، 2022)

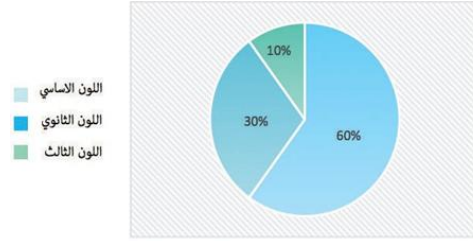
الشكل 1 تطبيق الهوامش على لوحة عرض



- مراعاة توزيع العناصر تبعاً للغة المستخدمة في التصميم سواء العربية أو الإنجليزية.

- في حال استخدام اللغة العربية في الكتابات يراعى توزيع العناصر من جهة اليمين للحفاظ على حركة العين داخل التصميم دون تشتت للمتلقي أثناء قراءة بيانات التصميم
- الاختصار والتقليل من عدد الألوان المستخدمة في التصميم واستخدام الألوان الصريحة إلى حد كبير يساعد على سهولة تلقي الرسالة الإعلانية وسرعة الاستجابة وجذب الانتباه في وقت قصير
- ومن القواعد المناسبة لمعايير الاعلان الخارجي في استخدام الألوان هي قاعدة (10-30-60) التي تستخدم ثلاثة ألوان فقط بحيث يكون اللون الاساسي المهيمن على التصميم يشغل 60% من التصميم والثانوي 30% واللون الثالث 10 ويتصف بالتضاد اللوني بهدف جذب الانتباه وإظهار اللون الأساسي الذي من شأنه يعبر دلالة التصميم والفكرة الإعلانية.

الشكل 2 قاعدة 10 , 30 , 60 لاستخدام الالوان في الاعلان الخارجي



مراعاة التباين بين العناصر في مقدمة التصميم والخلفية لزيادة عنصر جذب الانتباه والبساطة وتتيح للمتلقي فصل العناصر البصرية على الشاشة بسهولة وتوصيل الرسالة الإعلانية بسهولة في وقت قصير .مراعاة التسلسل الهرمي البصري في توزيع عناصر التصميم من خلال الحجم والمساحة واختيار الموقع المناسب للعناصر الأكثر أهمية . ويراعي في ذلك معايير النسبة الذهبية لتوزيع العناصر في التصميم.

- وقد قامت الولايات المتحدة بوضع القانون الأمريكي لذوي الإعاقة والذي أصبح مرجع لمعايير تصميم الإعلان بأنواعه من حيث المقروئية واللغة البصرية وأيضاً تحديد مساحة الإعلان وموقعه وأبعاده والتي تستهدف وتراعي ذوي الإعاقة البصرية أو مشاكل الرؤية مثل العمى اللوني وضعف البصر والعمى الليلي وذلك لسهولة تمييز المعلومات البصرية في الإعلان والقدرة على قراءة الرسالة الإعلانية.

➤ ويمكن تلخيص تلك المعايير بجانب ما سبق من معايير تم ذكرها في الآتي:

1. استخدام تباين عالي في الإعلان بين العناصر المختلفة .
2. أن لا تقل نسبة التباين عن 70% على الأقل بين الكتابات والخلفية .

3. ألا يستخدم خلفية أو عناصر متوهجة أو عاكسة للضوء بشكل شديد مراعاة للجمهور الذي يعاني من العمى الليلي.

4. مراعاة عند صياغة النص الإعلاني ثلاث متغيرات طبقا لها يتم تصميم النص الإعلاني وهي نقطة العبور - نقطة الانتظار - نقطة البيع.

مقروئية الإعلان : مراعاة سهولة قراءة الإعلان وفهمه بوقت قليل وعلى مسافة لا تقل عن خمسة أقدام، يمكن الاستعانة بمعايير النص الموضحة بالجدول التالي لتحديد أفضل اختيار لضمان قراءة النص بسهولة. فالنسبة الموصي بها هي أنه في كل 10 قدم، يراعى أن يكون طول النص pt1 أو أكبر. على سبيل المثال: إذا كان النص يحتاج إلى قراءة من مسافة ٥٠ قدم، فيجب أن يبلغ طول الأحرف 5 بوصات على الأقل لتحقيق أقصى تأثير. يمكن قراءة النص حتى 175 قدم، ولكن 50 قدما ستوفر أفضل قراءة.

جدول 5 معايير مقروئية الإعلان الخارجي

حجم النص (بوصة pt)	أقل مسافة قابلة للقراءة (قدم)	أقصى مسافة للقراءة (قدم)
3	30	100
4	40	150
6	60	200
8	80	350
9	90	400
10	100	450
12	120	525
15	150	630
18	180	750
24	240	1000
30	300	1250
36	360	1500
42	420	1750
48	480	2000

2250	540	54
2500	600	60

ملاحظة ستختلف المسافات تقريبا بنسبة 10 مع مختلف مجموعات الألوان أقصى مسافة باللون الأحمر أو الأسود على خلفية بيضاء . 5280 قدم = 1 ميل

حجم النص الإعلاني: يمكن الاستعانة بمعايير النص الموضحة بالجدول التالي لتحديد أفضل اختيار لضمان قراءة النص بسهولة. فالنسبة الموصي بها هي أنه في كل 10 قدم، يراعى أن يكون حجم النص pt1 أو أكبر. على سبيل المثال: إذا كان النص يحتاج إلى قراءة من مسافة 50 قدم، فيجب أن يبلغ حجم الأحرف 5 بوصات على الأقل لتحقيق أقصى تأثير. يمكن قراءة النص حتى 175 قدم، ولكن 50 قدما ستوفر أفضل قراءة.

جدول 6 الوقت المناسب لقراءة النص تبعا لسرعة الطرق

30 ميل/ساعة	40 ميل/ساعة	60 ميل/ساعة	80 ميل/ساعة	
1.4 ثانية	1 ثانية	0.7 ثانية	0.5 ثانية	6 بوصة
1.8 ثانية	1.4 ثانية	0.9 ثانية	0.7 ثانية	8 بوصة
3 ثانية	2 ثانية	1.5 ثانية	1 ثانية	12 بوصة
4 ثانية	3 ثانية	2 ثانية	1.5 ثانية	18 بوصة
5.5 ثانية	4 ثانية	2.75 ثانية	2 ثانية	24 بوصة
8 ثانية	6 ثانية	4 ثانية	3 ثانية	36 بوصة

➤ معايير عرض الإعلان الخارجي من خلال موقع الإعلان

مشكلات موقع الإعلان الخارجي المتحرك

المشكلة	الحل
موقع الإعلان في مناطق إشارات المرور ومناطق العمل وجود اللوحات الإعلانية في مناطق الصيانة	لا يسمح لوضع اللوحة الإعلانية في منطقة صيانة مما يسبب خطر، فقط يسمح باللافتات الخاصة بسلامة الطرق والتحذيرات المرورية. يتعلق معيار

يسبب خطر الإصابات والتشويش على جذب الانتباه للافتات التحذير والإرشادات للتعامل مع هذه المنطقة . وجود اللافتات على حافة الطرق أو مواقع الدوران والميادين تؤدي إلى إعاقة الرؤية للسائق مما يسبب خطر الحوادث وإعاقة حركة المرور

المسافات بين وحدات الإعلان وإشارات المرور والعلامات التحذيرية للطرق والكباري لتجنب إعاقة رؤية أجهزة التحكم المرورية والعلامات التحذيرية، فقد تم وضع معايير السلامة الطرق فيما يتعلق بالمسافات الآمنة لوضع الوحدات الإعلانية 100 متر من تقاطع أو عبور المشاة في منطقة حضرية.

200 متر من معبر المشاة في منطقة ريفية .
100 متر من منحني أو تقاطع حاد في منطقة حضرية .

200 متر من منحني أو تقاطع حاد في منطقة ريفية.



صورة 3 مشكلة موقع وحدة الاعلان بالقرب الشديد من إشارة المرور



صورة 4 مشكلة موقع وحدة الاعلان بالقرب الشديد من تقاطع الميدان

. يراعى تحديد نسبة ارتفاع وحدات الإعلان أن لا تزيد عن 3/2 من ارتفاع المباني في الفراغ العمراني

.موقع الإعلان تبعاً لخلفية الوحدة الإعلانية سواء من الناحية الوظيفية والجمالية فقد يحجب الإعلان منظر جمالي ينبغي إظهاره، كما أنه من

يراعى عدم تثبيت وحدات الإعلان أعلى الأسطح نظراً للتشويش على الشكل الجمالي للمدن. يراعى عدم تثبيت وحدات الإعلان على النوافذ المتداخلة وجدران المباني ، مما يقلل من جودة تصميم المبنى.	الناحية الوظيفية تؤثر الخلفية المزدحمة على إظهار الإعلان والتشويش عليه أيضاً الإضاءة الساطعة على المباني أو المسطحات الخلفية للوحدات الاعلانية تؤثر على وضوح الرؤية للإعلان. موقع الإعلان تبعاً لنسب الفراغ توزيع وحدات الإعلان الخارجي الرقمي بشكل عشوائي يؤدي إلى تشويه الفراغ وعدم تناسق نسب الفراغ العمراني بين المباني.
--	--



صورة 5 مشكلة موقع وحدة الاعلان على واجهة مبنى سكني

تطبيق الحد الأدنى للمسافات الموصي بها على جانبي الطريق تبعاً السرعة الطريق لتحقيق فعالية الإعلان وتجنب حدوث أي آثار سلبية للإعلان وسلامة الطرق.	مشكلة المسافة بين وحدات الإعلان على جانبي الطرق تشويش الرؤية في الطرق والميادين وتعدد الرسائل الاعلانية التي يتعرض لها الجمهور مما يؤدي إلى ضعف الاستجابة والانتباه إلى الرسالة الاعلانية وعدم إدراك كم الرسائل المراد تلقيها. ويؤثر سلباً على الشكل الجمالي والحضاري للطرق والكباري والميادين
--	--

جدول 7 مسافة رؤية الإعلان على واجهة و جانبي الطرق

سرعة المركبة (كم/ساعة)	الحد الأدنى للمسافة	المسافة المفضلة
60	50 م	80 م
70	55 م	100 م
80	60 م	150 م
95	70 م	200 م
115	80 م	250 م

مسافة رؤية الإعلان على واجهة و جانبي الطرق عندما يتواجد الإعلان في موقع بعيد عن مساحة رؤية المتلقي .يؤدي إلى فقد رؤية الإعلان أو يشتمل رؤية المتلقي للطريق ومن ثم يؤثر على سلامة الطرق والتحذيرات المرورية

هناك دليل الرؤية للطرق الخاصة بالقيادة، وينبغي الرجوع إليها للحفاظ على السلامة المرورية وعدم تعرضها للخطر .

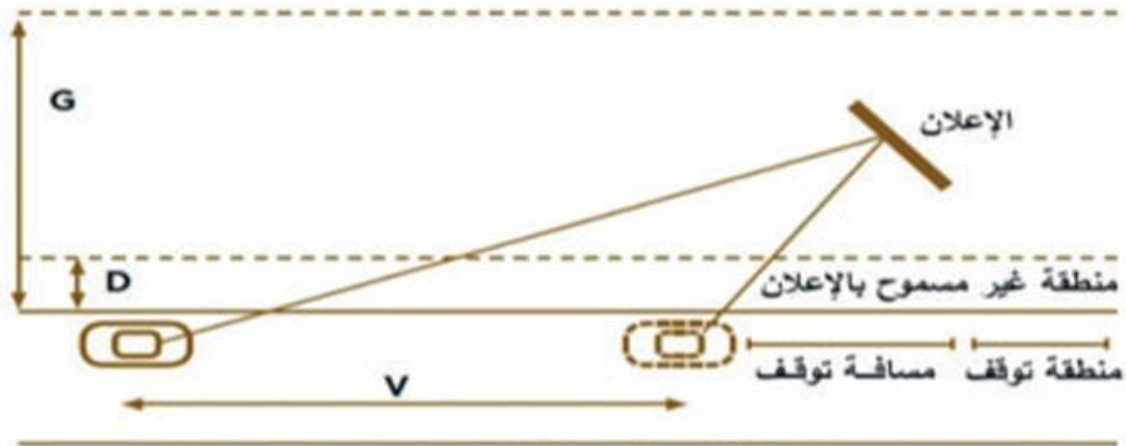
فتتعلق تلك المسافات فقط بالمركبات والآليات المتحركة على الطرق.

لذلك يراعى توفير ممر للمشاة طوله 5 متر 2 متر كممر للعبور

.وتقاس تلك المسافات بين النقاط على ارتفاع

1,15 متر فوق مستوى الطريق، أي ما يعادل

مستوى نظر السائقين عند الجلوس في السيارة.



مخطط 1 الرؤية الواضحة لموقع وحدة الإعلان تبعا لسرعة الطريق

جدول 8 أبعاد موقع وحدة الإعلان تبعا لسرعة الطريق

السرعة	D	G	V
32 كم/س	1.2 م	30م	10م
48 كم/س	1.8 م	30م	15م
64 كم/س	2.4 م	30م	20م
80 كم/س	-	50م	26م
97 كم/س	-	61م	30م
113 كم/س	-	73م	36م

مشكلات عرض الإعلان من خلال ضبط الظروف البيئية لوحدة الإعلان الخارجي لضبط هذا المعيار ينبغي معرفة الظروف البيئية لمناخ مصر حتى نستطيع الوصول لحلول ضبط تلك المعايير من خلال اختيار مواصفات تشغيل لوحدة الإعلان تتناسب مع تلك التغيرات المناخية. فالدرجة القصوى لدرجة الحرارة في مصر 48م، والمتوسط اليومي لدرجة الحرارة في مصر 21.38 م، والدرجة الأدنى لدرجة الحرارة في مصر 2 م، وأيضاً مستوى الرطوبة له تأثير على جودة تشغيل شاشات العرض فمتوسط الرطوبة النسبية في مصر 55.75%

وعادة ما تكون إمكانيات ظروف التشغيل الشاشة العرض وتحملها لدرجات الحرارة ونسبة

الرطوبة المناسبة كالتالي

• درجة تحمل الرطوبة النسبية 10 : 80%

• درجة الحرارة: 10°م : 35°م

وقد تم تصميم أجهزة استشعار الحرارة التي تتناسب البيئة الخارجية التي تعطي إشارات لجهاز المراقبة للأجهزة ومن هنا يمكن العمل على أخذ الإجراءات التي تساعد على تقادي أي مشكلات الشاشات العرض. كما أن معدل تلوث الهواء في مصر في الآونة الأخيرة يسجل ثامن الدول عالمياً في معدل تلوث الهواء بنسبة 86.48%. مما يؤثر على كثرة الأتربة والأدخنة والغبار في الجو.

جدول 9 مشكلات عرض الإعلان من خلال ضبط الظروف البيئية لوحدات الإعلان

مشكلات الظروف البيئية المحيطة بوحدات الإعلان	
الحل	المشكلة
يمكن تفادي تلك المشكلة من خلال عدة إجراءات هي: - تصميم أجهزة استشعار الحرارة التي تتناسب البيئة الخارجية التي تعطي إشارات لجهاز المراقبة للأجهزة . ويمكن أيضاً تفادي هذه المشكلة من خلال تقنية الإدارة الحرارية Thermal Management ، والتي تتحكم في درجات الحرارة ونسبة رطوبة البيئة المحيطة لشاشات العرض في مختلف الظروف البيئية التي تتعرض لها الشاشات وخاصة مع ارتفاع درجات الحرارة في مصر اثناء سطوع الشمس. فهو يعمل على توفير تحكم كامل في الإدارة الحرارية في درجات حرارة تصل أكثر من 55 درجة مئوية، وأيضاً ونظام التسخين الداخلي في حالة انخفاض درجات الحرارة للبيئة المحيطة بشاشات العرض. وذلك بعزل درجة حرارة الشاشة عن حرارة البيئة المحيطة من خلال تحريك الهواء داخل وحدة العرض وعزلها عن الهواء الخارجي الساخن، مما يمنع الهواء الخارجي من الدخول.	نظراً للظروف المناخية ودرجة الحرارة في مصر تتسبب مشكلة بارتفاع درجة حرارة شاشات العرض مما يحدث تلف للشاشات الرقمية ويتسبب ذلك في صعوبة متابعة العرض الإعلان والبيث المباشر وغير ذلك.

الأتربة من مواصفات البيئة المصرية كثرة الأتربة والغبار في الجو مما يحدث انسداد لفلاتر ومراوح شاشات العرض المعروضة في الهواء الطلق outdoor

لتفادي تلك المشكلة مراعاة المواظبة على صيانة وتنظيف فتحات التهوية والفلاتر الخاصة بتلك الوحدات بشكل دوري . كما يضمن الزجاج الأمامي المقسى والمغلف الحماية المثلى من الأطراف الخارجية مما يسمح بحد أدنى من الضرر أو عدم حدوث ضرر من التأثيرات الخارجية. كما يساعد على سهولة تنظيفه أو تغييره في حالة حدوث أي ضرر خارجي

اختيار وحدة العرض التي تتناسب مع المحتوى الإعلاني وموقع الإعلان والظروف البيئية للموقع، من أهم القرارات التي تؤخذ في الاعتبار لتفادي أي مشكلة يمكن حدوثها ويمكن تلخيص المشكلات التي تتعرض لها شاشات الإعلان الخارجي الرقمي المتحرك وكيفية البدء في حلها فيما يلي:

جدول 10 مواصفات تحديد شاشات العرض تبعاً للموقع

مواصفات تحديد شاشات العرض تبعاً للموقع	
عدد المواقع لوحدة العرض:	عدد الوحدات لكل ماو:
الغدد الكلي للوحدات:	حجم الوحدة:
التفاعل:	الموضع:
○ يوجد	○ قائمة بذاتها
○ لا يوجد	○ حامل السقف
	○ التثبيت على الحائط
	○ المضمنة
	○ مثبت حائطي
البيئة المحيطة لوحدة العرض:	الصوت
○ بيئة طبيعية	○ نعم
○ بيئة صناعية	○ لا
○ بيئة تجارية	
○ في الهواء الطلق	

ملاحظات حول الوحدات قيد
النظر:.....

الحواف:

O رفيع

O سميك

1. مشكلات عرض الإعلان من خلال إضاءة الإعلان

الضوء بعد عامل مؤثر بشكل كبير على سلامة الطرق وسهولة الحركة للمشاة والمركبات في طرق المواصلات والكباري وتتأثر رؤية المتلقي بالضوء تأثير مباشر وذلك من خلال ثلاث نقاط هي: الوهج - الإضاءة - اللون. وفيما يلي عرض المشكلات الضوء الإعلان الخارجي الرقمي المتحرك تبعاً للموقع والبيئة المحيطة لوحدة الإعلان.

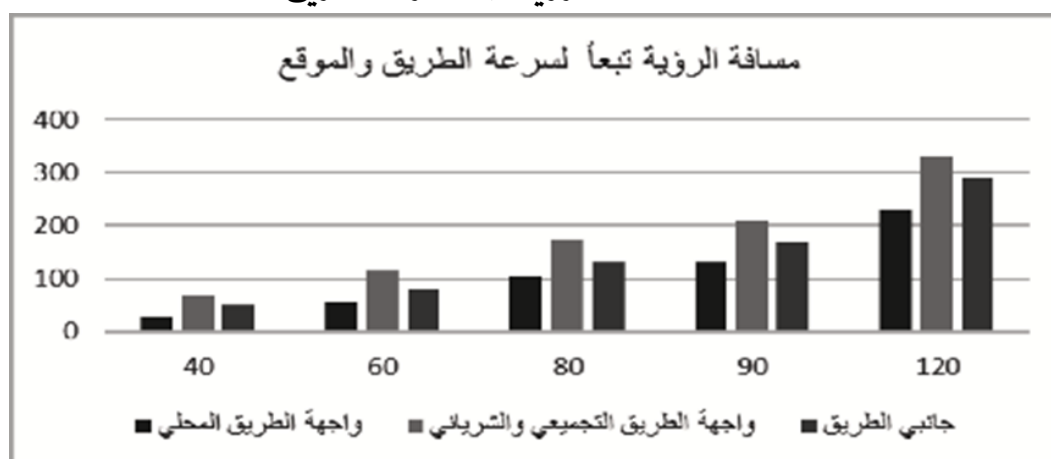


صورة 6 مشكلات عرض الإعلان من خلال إضاءة الإعلان

1- نتائج البحث

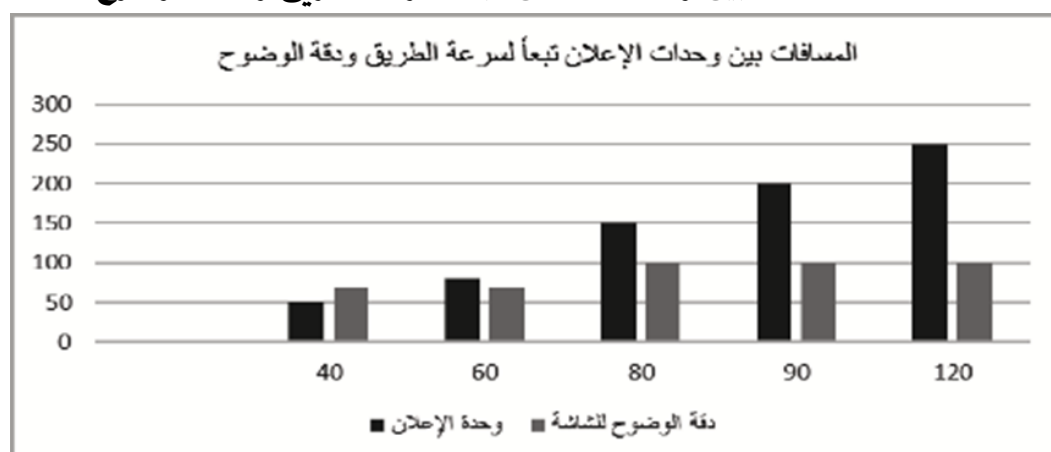
. تحديد موقع وحدة الإعلان الخارجي تتحدد من خلال قياس مسافة الرؤية للإعلان تبع الموصفات الموقع وسرعة الطريق ومن خلال تلك الدراسة تبين أن هناك علاقة طردية بين مسافات الرؤية للوحدات الإعلانية وبين زيادة سرعة الطريق. وتختلف تلك النسبة تبعاً لنوع الطريق .

الشكل 3 مسافة الرؤية تبعاً لسرعة الطريق



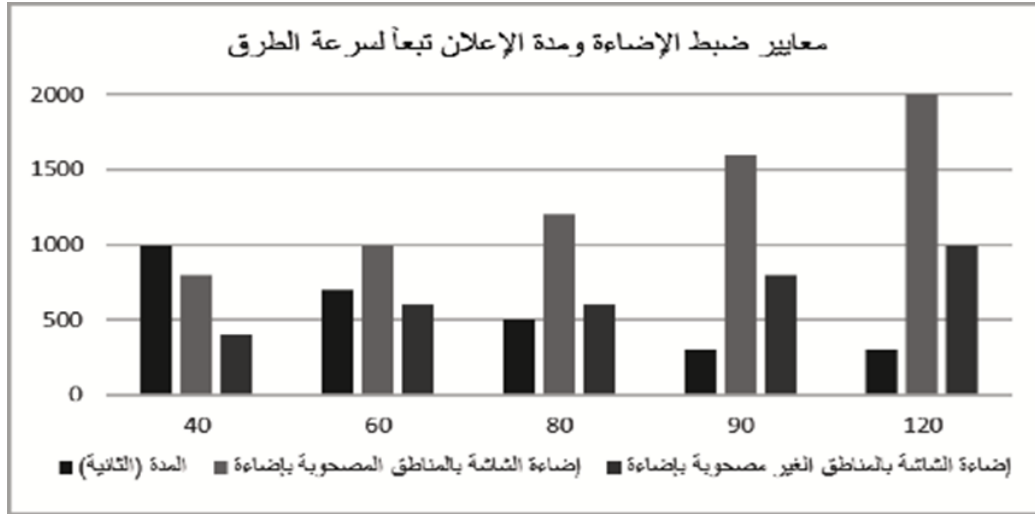
تتحدد المسافات بين وحدات الإعلان الخارجي الرقمي المتحرك تبعاً لسرعة الطريق ومن خلال تلك الدراسة تبين أن هناك علاقة طردية تلك مسافات وبين زيادة سرعة الطريق. وتختلف تلك النسبة تبعاً لسرعة الطريق.

الشكل 4 المسافات بين وحدات الاعلان تبعاً لسرعة الطريق و دقة الوضوح



تتحدد إضاءة شاشة الإعلان الخارجي الرقمي المتحرك والمدة الزمنية للإعلان تبعاً لسرعة الطريق ومن خلال تلك الدراسة تبين أن :

الشكل 5 معايير ضبط الإضاءة و مدة الاعلان تبعا لسرعة الطرق



✓ اللون:

- عدم إتباع توظيف اللون في الإعلان الخارجي ، ينتج عنه مشكلات في ترجمة الإعلان بصرياً في الوقت المحدد للعرض.
- استخدام ألوان عديدة في الإعلان الخارجي تصعب عليه تلقي الرسالة الإعلانية وترجمة العناصر خلال وقت العرض.
- استخدام التدرجات اللونية أو الألوان الأحادية التي تسيطر على التصميم لا تساعد على جذب الانتباه، كي تستغرق وقت أكبر للترجمة البصرية للتصميم عن استخدام الألوان دون تدرجات.
- يراعى استخدام ألوان ذات تباين عالي لجذب الانتباه وسهولة تلقي التصميم في وقت قصير.

✓ الكتابات:

- استخدام الكتابات الكثيرة تعمل على تشتيت المتلقي في قراءة الإعلان لذا يفضل التقليل من عدد الكتابات تبعاً لمدة عرض الإعلان.
- يراعى توظيف حجم الكتابات تبعاً لمسافة رؤية الإعلان، حتى يسهل قراءة الإعلان.
- يراعى اختيار الألوان التي تتميز بالسطوع العالي للكتابات المستخدمة في الإعلان، وأيضاً مراعاة التباين العالي بين الكتابات والخلفية لسهولة قراءتها في وقت قصير.

✓ موقع الإعلان:

- يراعى عدم تثبيت أي وحدات إعلانية في محيط مناطق مفترق الطرق والدوران.
- مراعاة ارتفاع وحدة الإعلان الخارجي في مستوى نظر سائقي المركبات.

- مراعاة المسافات البينية بين وحدات الإعلان، وبعد وحدة الإعلان عن لافتات إرشادات المرور والإشارات.
- يراعى مسافات الرؤية بين المتلقي ووحدات الإعلان على واجهة الطريق وجانبه، السهولة تلقي الإعلان.
- مراعاة اختيار موقع الإعلان يسهل ضبط معايير الموقع وطبقاً لها يتم تحديد مواصفات تصميم الإعلان.

✓ الظروف البيئية

- ظهرت العديد من مشكلات لعرض الإعلان الخارجي الرقمي المتحرك أهمها:
- درجة الحرارة العالية التي تقع بها بعض وحدات الإعلان والتي تحدث تلف واضح في وحدات العرض.
- نسبة التلوث من أثرية وغبار وعوادم السيارات تؤدي إلى عامة الشاشة، لذلك يراعى متابعة الصيانة الدورية.

✓ الإضاءة:

- يراعى ضبط شدة الإضاءة الشاشة تبعاً لموقع وحدة عرض الإعلان.
- ظهرت مشكلة الانعكاسات الضوئية المختلفة نتيجة تداخل وانعكاس إضاءة الوحدة الإعلانية مع باقي مصادر الضوء بالقرب من الوحدة الإعلانية. لذلك يراعى بعد شاشات العرض عن أي مصادر ضوء جانبية.

5- التوصيات:

✓ العاملين في مجال الإعلان:

- مراعاة معايير التخطيط الخاصة بالإعلان الخارجي طبقاً لهدف الإعلان وطبيعة الجمهور المستهدف.
- يوصى المصمم بالاطلاع على معايير التشكيل البصري للرسالة الإعلانية لتصميم الإعلان الخارجي.
- يوصى المصمم بتحديد المواصفات الفنية أثناء تنفيذ الإعلان التي تتناسب مع موقع الوحدة الإعلانية والظروف البيئية المحيطة لتفادي أي مشكلة أثناء العرض.

✓ المؤسسات الإعلانية:

- يوصى المؤسسات الإعلانية الاطلاع على معايير تنظيم عرض الإعلان الموضحة في البحث الاختيار مواصفات وحدات المناسبة.
- يوصى المؤسسات الإعلانية بالرجوع إلى المعايير الفنية لتنفيذ الإعلان الخارجي طبقاً للمواصفات التي تم عرضها في البحث
- يوصى المؤسسات الإعلانية عند اختيار مواقع الإعلان الاطلاع على معايير تنظيم الموقع والظروف البيئية لتقادي اختيار موقع غير مناسب لعرض الإعلان الخارجي.

✓ المؤسسات التعليمية التي تدرس الإعلان:

- يوصى بتطوير المناهج المخصصة لتدريس قواعد وتنظيم الإعلان الخارجي ، يتلك المعايير التي تمت دراستها ورصدها خلال البحث لتنشئة جيل من صانعي الإعلان مدرك لأهم معايير صناعة الإعلان لتقادي مشكلات تؤثر على سلامة المواطن.
- يوصى المؤسسات التعليمية بتكليف الطلاب يعمل دراسات مسحية مستمرة لرصد مشكلات الإعلان الخارجي الرقمي. وإبلاغ الهيئات المعنية والمحاولة في حل تلك المشكلات.

✓ الهيئات المعنية بتنظيم الإعلان:

- يوصى الهيئات المعنية بالاطلاع على المعايير التنظيمية التي تم دراستها ورصدها في البحث، والرجوع إليها في إعادة تنظيم الإعلان الخارجي تبعاً لمواصفات الطرق كما ذكر في البحث.
- يوصى الهيئات المعنية بعدم الموافقة أو الترخيص بتثبيت أي وحدات إعلان ثابتة أو رقمية بأي موقع إلا بعد مطابقتها بالمعايير التنظيمية التي ذكرت بالبحث.
- يوصى الهيئات المعنية بتشكيل لجنة مراقبة جودة لتنظيم عرض الإعلان الخارجي في مصر، ورصد أي مشكلات مخالفة للمعايير وفرض الغرامة أو العقوبة تبعاً لحجم المخالفة والإضرار بسلامة المواطنين

الخلاصة :

يستعرض الفصل الثاني عدة دراسات سابقة تناولت موضوع التلوث البصري الناتج عن الإعلانات في المدن . مركزة على الأبعاد الجمالية و المعمارية و التنظيمية .

تناولت الدراسة الأولى تأثير اللافتات التجارية في شارع وصفي التل بعمان , و تم اقتراح حلول تصميمية للتوحيد اللافتات و الحد من العشوائية . و أكدت أهمية التكامل بين اللافتة و البيئة المعمارية.

و تناولت الدراسة الثانية التي أجريت في مدينة الكوت العراقية و ركزت على تحليل المشهد الحضري التجاري من خلال منهج وصفي و تحليلي و ميداني . أظهرت من خلاله أن غياب التخطيط المعماري الموحد و ضعف تطبيق القوانين من أهم مسببات التلوث البصري.

أما الدراسة الثالثة التي أجريت في مصر تناولت معايير الاعلان الخارجي و سعت الى ضبط العلاقة بين الرسالة الاعلانية و جماليات البيئة المصرية و السلامة المرورية للطرق . و وضعت معايير تتعلق بالتصميم , الاضاءة , الموقع , المقروئية .

يبرز لنا هذا الفصل تنوعا في الدراسات و المنهجيات و يدعو للحاجة الى وضع معايير تنظيمية واضحة للتقليل من ظاهرة التلوث البصري و تحسين المشهد الحضري .

الجزء التطبيقي

الفصل الثالث

تحليل منطقة الدراسة

مقدمة

تعد ولاية بسكرة ولاية تتمتع بموقع جغرافي استراتيجي هام و موقع اداري مميز . تعتبر بسكرة بوابة الصحراء و تقع في الجنوب الشرقي للجزائر . فهي تعتبر نقطة وصل بين الشمال و الجنوب . في هذا الفصل سنتحدث عن مدينة بسكرة و سنتطرق الى الدراسات (الطبيعية , السكانية , الجيو مورفولوجية) للمدينة و دراسة المناخ و الطقس الغالب على المنطقة . اضافة الى تحليل التجهيزات المتواجدة بالمنطقة بواسطة برنامج نظم المعلومات الجغرافية .

• الهضاب

تُعد الهضاب أقل ارتفاعاً من الجبال، وتمتد من مناطق السفوح وحتى الناحية الجنوبية الغربية من الولاية، مُكوّنة ما يُعرف بـ هضبة أولاد جلال. (مونوغرافية بسكرة)

• السهول

تتميّز سهول الولاية بتربتها العميقة والخصبة، وتمتد على محور بلدي الوطاية وطولقة ولغاية الجهة الشرقية، حيث تشمل سهول سيدي عقبة وزريبة الوادي. (مونوغرافية بسكرة)

• المنخفضات

تُغطي المنخفضات الترابية المناطق الجنوبية الشرقية من الولاية. ويُجدر الذكر أنّ الولاية تقع على ارتفاع 112 مترًا من سطح البحر الأبيض المتوسط، مما يجعلها واحدة من أكثر المدن الجزائرية انخفاضًا عن (سطح البحر). مونوغرافية بسكرة)

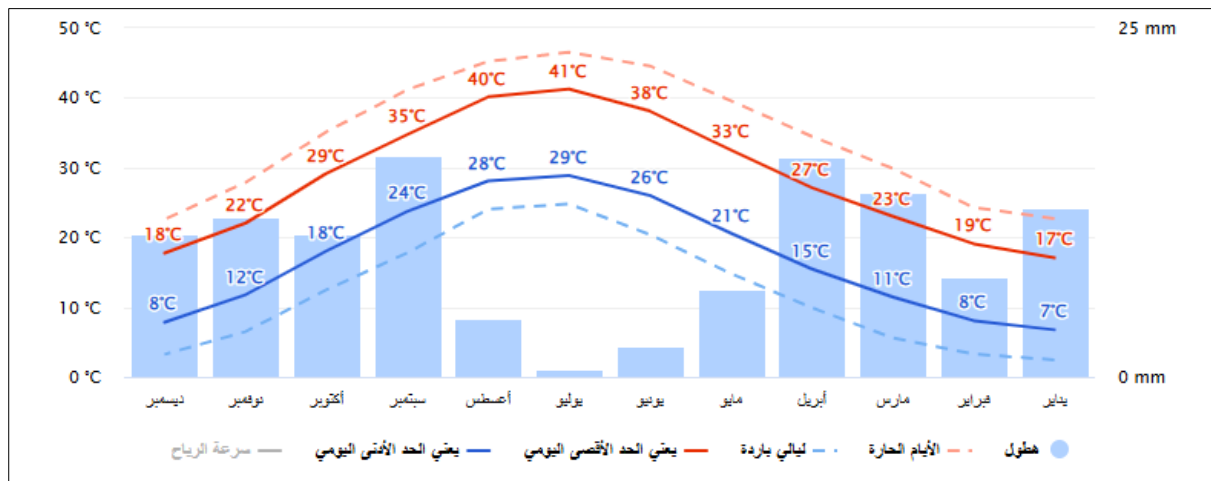
4. الدراسة الطبيعية :

يُعتبر مناخ ولاية بسكرة صحراوي، حيث يكون جافًا في الصيف ومُعتدلًا في الشتاء، كما يُقدّر متوسط درجات الحرارة فيها على مدار العام حوالي 21 درجة مئوية

4.1 دراسة عناصر المناخ :

1.1.4 متوسط درجات الحرارة وهطول الأمطار:

الشكل 6 يمثل متوسط درجات الحرارة

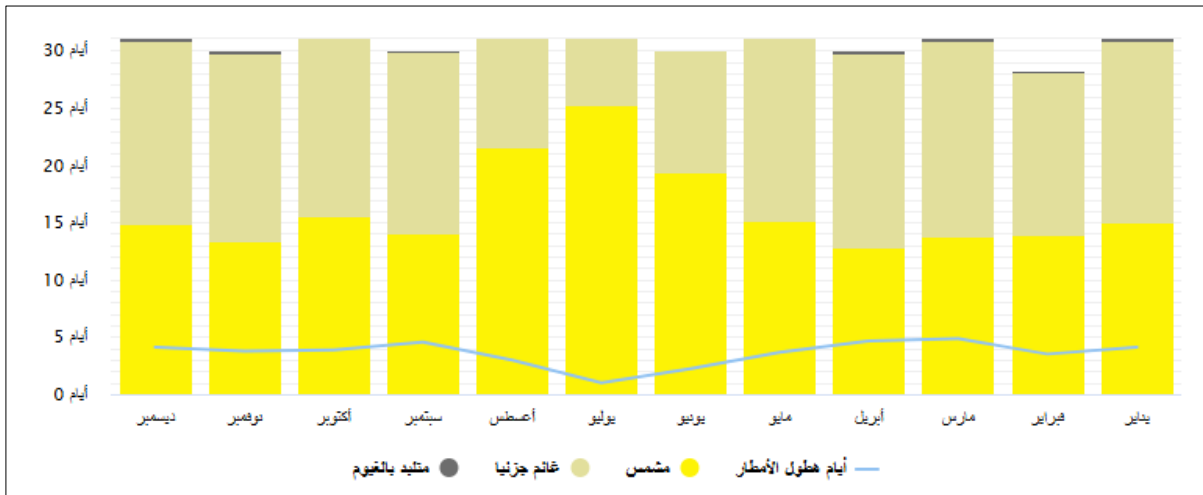


المصدر : (meteoblu)

اتجاهات درجات الحرارة: يظهر الرسم البياني بوضوح نمط موسمي قوي. تصل متوسط درجة الحرارة اليومية العليا إلى ذروتها في يوليو تقريباً عند 41 درجة مئوية، بينما تصل متوسط درجة الحرارة اليومية الدنيا إلى أدنى نقطة لها في يناير حوالي 7 درجات مئوية. الفرق بين درجات الحرارة العليا والدنيا هو الأكبر خلال أشهر الصيف، مما يشير إلى نطاق درجة حرارة يومي أكبر. يتبع متوسط درجة الحرارة اليومية نمطاً مشابهاً، حيث يصل إلى ذروته في يوليو ويصل إلى أدنى مستوى له في يناير. (meteoblu)

هطول الأمطار: يتركز هطول الأمطار في أشهر الشتاء (نوفمبر-أبريل)، مع ذروة محتملة في ديسمبر أو يناير (من الصعب تحديد الشهر بدقة من دقة الرسم البياني). أشهر الصيف (مايو-أكتوبر) أكثر جفافاً بشكل ملحوظ، مع هطول أمطار ضئيل. (meteoblu)

الشكل 7 يمثل العدد الشهري للأيام المشمسة



المصدر : (meteoblu)

يظهر الرسم البياني الفئات الجوية التالية:

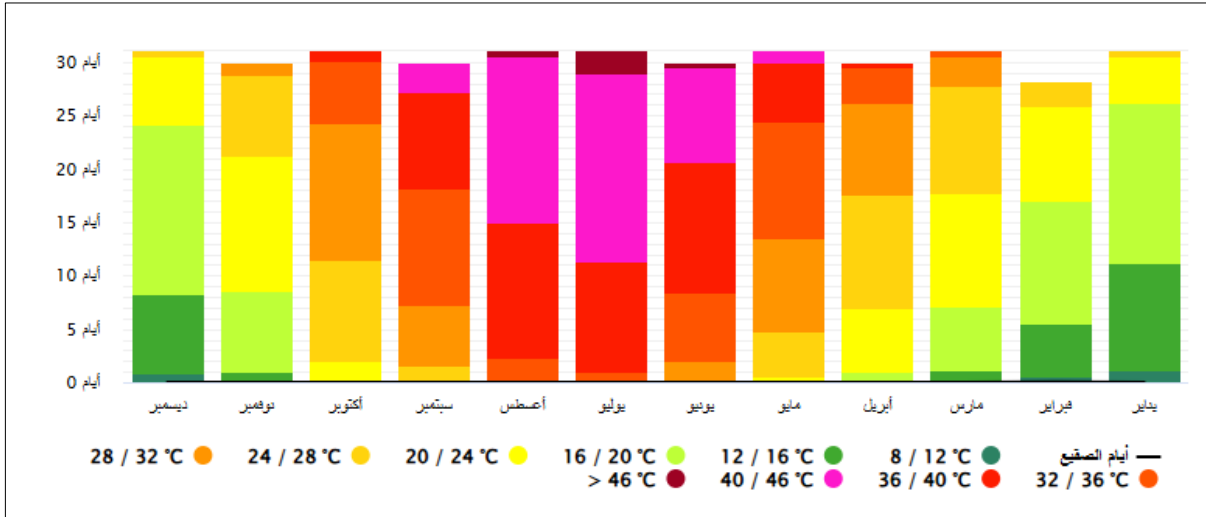
شمس: مُمَثَّل باللون الأصفر، ويُعبّر عن عدد الأيام المشمسة في كل شهر.

غائم جزئياً: مُمَثَّل باللون البيج، ويُشير إلى عدد الأيام التي يكون فيها الجو غائماً جزئياً.

متلبد بالغيوم: مُمَثَّل باللون الرمادي الداكن، ويُوضح عدد الأيام التي تكون فيها السماء مغطاة كلياً بالغيوم. ويُلاحظ أن الأعمدة الرمادية الداكنة صغيرة جداً، مما يدل على أن عدد الأيام المتلبدة بالغيوم في الولاية قليل جداً. (meteoblu)

يلاحظ من الرسم البياني أن أشهر الصيف (يونيو، يوليو، أغسطس) تشهد عدداً أكبر من الأيام المشمسة، بينما تشهد أشهر الشتاء (ديسمبر، يناير، فبراير) عدداً أقل من الأيام المشمسة وعدداً أكبر من الأيام الغائمة جزئياً. أما الأشهر الانتقالية (مارس، أبريل، مايو، سبتمبر، أكتوبر، نوفمبر) فتظهر مزيجاً من الأيام المشمسة والغائمة جزئياً. (meteoblu).

الشكل 8 درجات الحرارة العظمى



المصدر : (meteoblu)

• الأشهر الصيفية (يونيو - سبتمبر)

تُظهر هذه الأشهر مجموعاً تقديرياً يتراوح بين 100 إلى 120 يوماً بدرجات حرارة تتجاوز 32 درجة مئوية.

ويبدو أن التوزيع داخل الفئات الحرارية الأعلى (32-36°C، 36-40°C، 40-46°C، وأكثر من 46°C) متباين، إلا أن شهري يوليو (جولية) وأغسطس (أوت) يسجلان النسبة الأكبر من الأيام ذات درجات الحرارة المرتفعة، مما يُبرز ذروة الحرارة خلال فصل الصيف (meteoblu).

• الأشهر الشتوية (ديسمبر - فبراير):

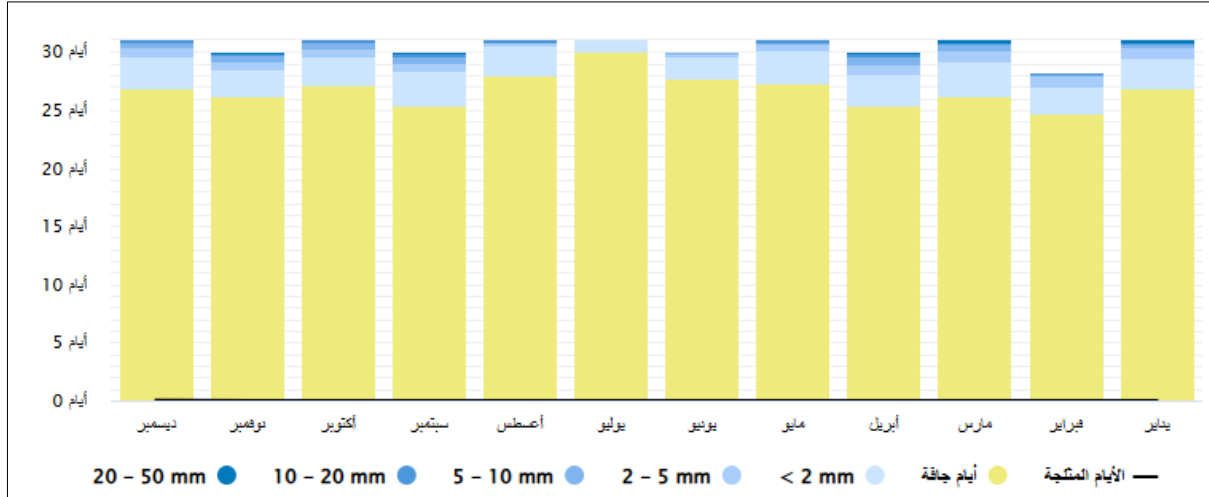
تشير البيانات إلى وجود ما يقارب 60 إلى 80 يوماً بدرجات حرارة تقل عن 16 درجة مئوية.

ويُلاحظ أن التوزيع داخل الفئات الحرارية الدنيا (8-12°C، 12-16°C) متقارب نسبياً بين هذه الأشهر، مما يُعطي صورة متجانسة عن البرودة الشتوية في المنطقة (meteoblu).

• الأشهر الانتقالية (مارس - ماي، وأكتوبر - نوفمبر):

- تُظهر هذه الأشهر توزيعاً أكثر توازناً بين مختلف فئات درجات الحرارة، دون بروز فئة حرارية معينة تهيمن على المشهد، مما يُعكس الطبيعة الانتقالية لهذه الأشهر بين الفصول الرئيسية، سواء من حيث الارتفاع أو الانخفاض في درجات الحرارة. (meteoblu)

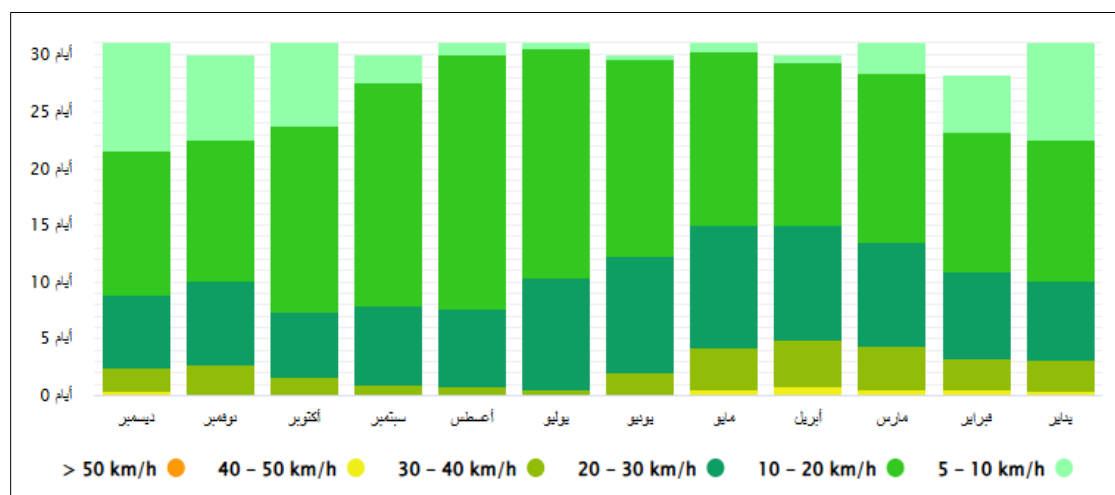
الشكل 9 كميات الهطول



المصدر : (meteoblu)

- **3.1.4 كميات الهطول:**
- **الأشهر الأكثر أمطاراً:** تظهر شهري فبراير ومارس كأكثر الشهور أمطاراً، حيث يبلغ متوسط هطول الأمطار فيها أعلى مستوى (meteoblu).
- **الأشهر الأقل أمطاراً:** تظهر شهري يوليو وأغسطس كأقل الشهور أمطاراً، حيث يبلغ متوسط هطول الأمطار فيها أقل مستوى (meteoblu).
- **التوزيع العام:** يُلاحظ توزيع غير منتظم لهطول الأمطار على مدار العام، مع ارتفاع في معدلات الهطول خلال فصل الشتاء وانخفاض خلال فصل الصيف. يُلاحظ أيضاً وجود تباين في كمية الأمطار من شهر لآخر، حتى خلال الأشهر ذات المعدلات العالية. (meteoblu)

الشكل 10 سرعة الرياح



المصدر : (meteoblu)

سرعة الرياح

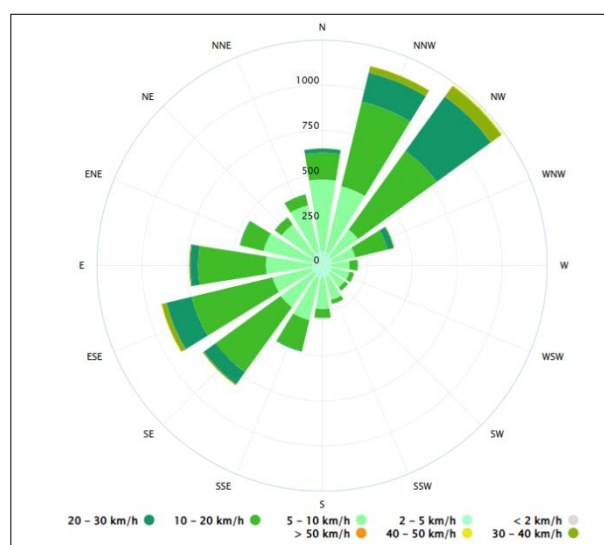
أعلى سرعات الرياح: تبدو أعلى سرعات الرياح (الممثلة باللون الأخضر الداكن والأخضر الفاتح) متمركزة في شهري يوليو وسبتمبر، مع انخفاض طفيف في أكتوبر (meteoblu).

أدنى سرعات الرياح: تبدو أدنى سرعات الرياح (الممثلة باللون الأخضر الفاتح) في شهري أبريل ومارس.

التباين الشهري: يوجد تباين واضح في سرعة الرياح من شهر لآخر، مع فترات من سرعات الرياح

العالية (meteoblu)

الشكل 11 ودة الرياح



المصدر : (meteoblu)

اتجاه الرياح: يُظهر الرسم البياني أن اتجاه الرياح السائد هو من الشمال الشرقي (NE) إلى الشرق (E). القطاعات الأكبر حجماً في هذه المنطقة تشير إلى أن الرياح تهب من هذه الاتجاهات بشكل متكرر خلال العام. هناك أيضاً تردد ملحوظ للرياح من الشمال الغربي (NW) لكن بنسبة أقل من الاتجاه الشمالي الشرقي (meteoblu).

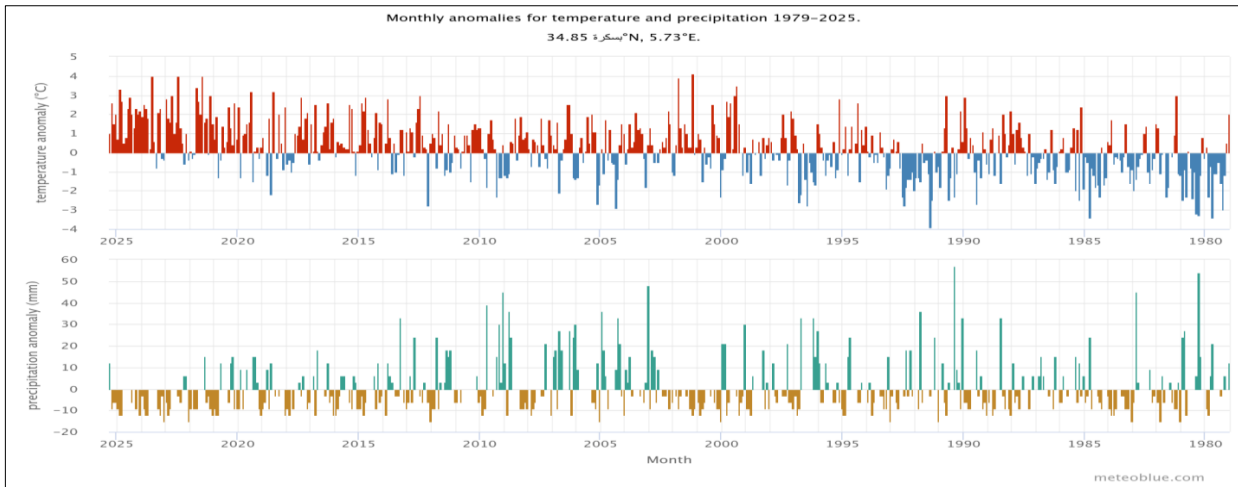
سرعة الرياح: تُشير الألوان إلى توزيع سرعات الرياح. يبدو أن معظم الرياح تتراوح سرعتها بين 5 و 20 كم/ساعة (الألوان الخضراء الفاتحة والمتوسطة). هناك عدد أقل من الأيام التي شهدت رياحاً بسرعة تتراوح بين 20 و 30 كم/ساعة (الأخضر الداكن)، وعدد قليل جداً من الأيام التي شهدت رياحاً بسرعة أعلى من 30 كم/ساعة (اللون الأصفر والبرتقالي). الرياح الهادئة (أقل من 2 كم/ساعة) تظهر بنسبة ضئيلة (meteoblu).

التردد: حجم كل قطاع يُمثل عدد الأيام أو الساعات التي هبت فيها الرياح من ذلك الاتجاه خلال السنة. كما ذكرنا، فإن الاتجاه الشمالي الشرقي والشرقي هما الأكثر شيوعاً.

خلال السنة، سادت الرياح من الاتجاه الشمالي الشرقي إلى الشرقي، مع سرعات تتراوح غالباً بين 5 و 20 كم/ساعة. كانت هناك فترات أقل تواتراً لرياح أقوى من 20 كم/ساعة، وفترات نادرة جداً لرياح هادئة جداً أو رياح شديدة جداً. هذا التحليل يعتمد على البيانات المرئية في الرسم البياني، وللحصول على تحليل أكثر دقة، ستكون هناك حاجة إلى البيانات الكمية (الأرقام) من الرسم البياني (meteoblu).

5.1.4 الانحرافات الشهرية في درجة الحرارة وهطول الأمطار - تغير المناخ بسكرة

الشكل 12 الانحرافات الشهرية في درجة الحرارة وهطول الأمطار - تغير المناخ بسكرة



المصدر : (meteoblu)

يوضح الرسم البياني العلوي الانحراف في درجة الحرارة لكل شهر منذ عام 1979 حتى الآن. يخبرك الشذوذ بمدى دفئه أو برودته من متوسط المناخ لمدة 30 عامًا في 1980-2010. وهكذا ، كانت الأشهر الحمرأ أكثر دفئًا وكانت الأشهر الزرقاء أكثر برودة من المعتاد. في معظم المواقع ، ستجد زيادة في الأشهر الأكثر دفئًا على مر السنين ، مما يعكس الاحترار العالمي المرتبط بتغير المناخ. يوضح الرسم البياني السفلي شذوذ هطول الأمطار لكل شهر منذ عام 1979 حتى الآن. يخبرك الشذوذ ما إذا كان هناك هطول أمطار في الشهر أكثر أو أقل من متوسط المناخ لمدة 30 عامًا في 1980-2010. وهكذا ، كانت الأشهر الخضراء أكثر رطوبة وكانت الأشهر البنية أكثر جفافاً من المعتاد. (meteobleu)

5. الدراسة السكانية :

1.5 عدد السكان :

جدول 11 توزيع السكان حسب الجنس في بلدية بسكرة 2022

المجموع	التوزيع		البلدية
	إناث	ذكور	
287 006	140 633	373 146	بسكرة
768 954	376 787	392 167	مجموع الولاية

المصدر: مديرية البرمجة ومتابعة الميزانية

تقديرات السكان إلى غاية 2022/12/31 :

- نسبة النمو السنوي 2.30%
- الكثافة السكانية 75.05% ساكن اكم²
- أما العدد الإجمالي للسكان بلغ 768954 نسمة (الجدول) منهم
- 392167 ذكور بنسبة 51%
- 376787 إناث بنسبة 49%

جدول 12 توزيع السكان حسب التجمعات السكنية في بلدية بسكرة 2023

المجموع	تقديرات السكان				البلدية
	السكان الرحل	مناطق التشتت	تجمعات ثانوية	تجمعات مقر البلدية	
2923608	0	4414	0	292164	بسكرة
786641	2108	98554	54923	631056	مجموع الولاية

المصدر : مديرية البرمجة و متابعة الميزانية

تقديرات السكان في 31/12/2023، بلغ عدد سكان ولاية بسكرة 786641 نسمة، حيث قدرت

الكثافة السكانية ب 76.78 نسمة كم ، أما بالنسبة للسكان في بلدية بسكرة قدرت ب 293608

نسمة.

جدول 13 توزيع المشتغلين في ولاية بسكرة حسب القطاعات

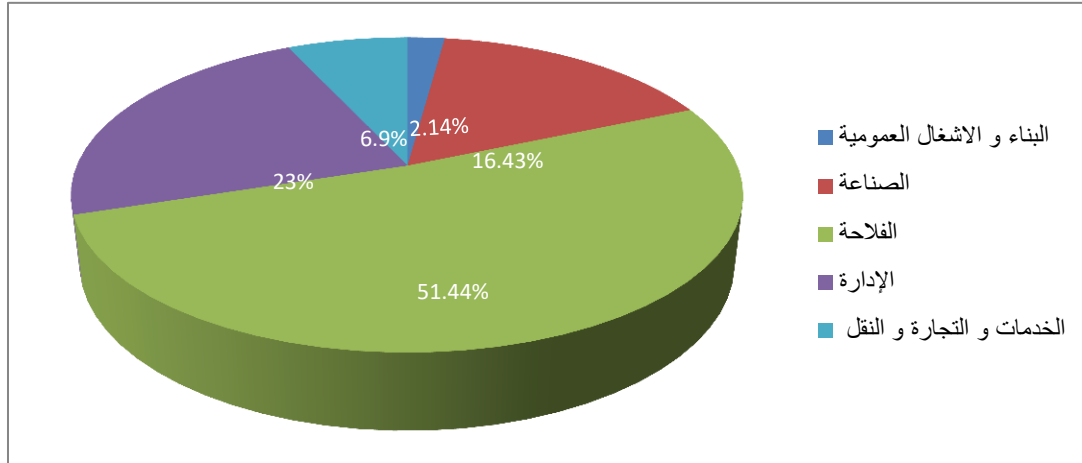
النسبة المئوية	عدد المشتغلين الى غاية 2023\12\31						القطاع
	المجموع		المؤقتين		الدائمين		
المجموع	منهم اناث	العدد	منهم اناث	العدد	منهم اناث	العدد	
22.74%	36843	76252	23949	40516	12894	35736	الإدارة العمومية
16%	5836	53637	3911	29268	1926	24369	الصناعة و المناجم و ترقية الاستثمار
5.76%	1638	19312	1343	10538	295	8774	السكن البناء و الأشغال العمومية
6.06%	2203	23689	1851	12137	352	11552	التجارة
44.79%	15404	150143	13556	74799	1848	75344	الفلاحة
3.63%	1035	12179	0	3436	1035	8743	خدمات و حرف
100%	62959	335212	44610	170694	18350	164518	مجموع المناصب

المصدر : مونغرافية بسكرة 2023

حسب مونغرافية بسكرة، يمكن قراءة النتائج التالية:

- يعد قطاع الفلاحة أكبر مشغل في الولاية، حيث يوظف أكثر من نصف القوى العاملة 44.79% بعدها يأتي قطاع الإدارة العمومية حيث يوظف حوالي 22.74% من العمال. و قطاع الصناعة والمناجم وترقية الاستثمار في المرتبة الثالثة، حيث يوظف حوالي 16%. و أيضا تشكل القطاعات الأخرى السكن و التجارة و الخدمات نسبة 16.47%.

الشكل 13 دائرة نسبية لتوزيع المشتغلين في ولاية بسكرة حسب القطاعات خلال سنة 2023



المصدر : مونتوغرافية بسكرة 2023

من خلاله، يمكن ملاحظة ما يلي :

- يظهر الرسم البياني أن قطاع الفلاحة هو أكبر مشغل في ولاية بسكرة، حيث يوظف أكثر من نصف القوى العاملة. ثم يليه قطاع الإدارة في المرتبة الثانية، حيث يوظف حوالي 23% و يعد قطاع الخدمات أصغر مشغل من بين القطاعات الثلاثة.

6- دراسة التجهيزات التجارية و الطبية و القانونية بواسطة نظم المعلومات الجغرافية :

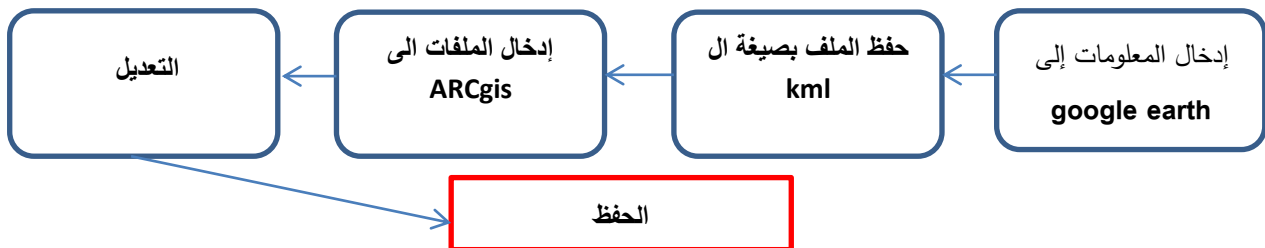
- جمع المعلومات :

لقد تحصلنا من مديرية التجارة و مدونة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للقيد بالسجل التجاري و من مديرية الصحة و البلدية المعلومات المذكورة أعلاه . لذا تطرقنا للتفصيل و تنظيمها بواسطة برنامج

ARCgis

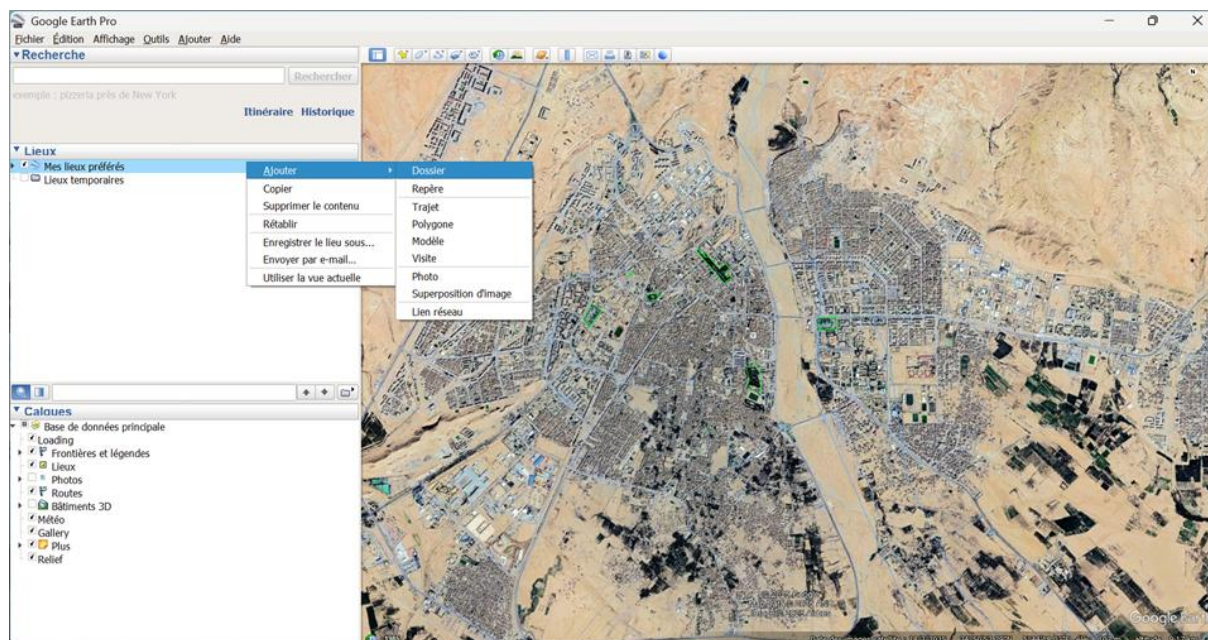
طريقة عمل البرنامج و إدخال المعلومات فيه :

مخطط 2 طريقة عمل البرنامج ARCgis و إدخال المعلومات فيه



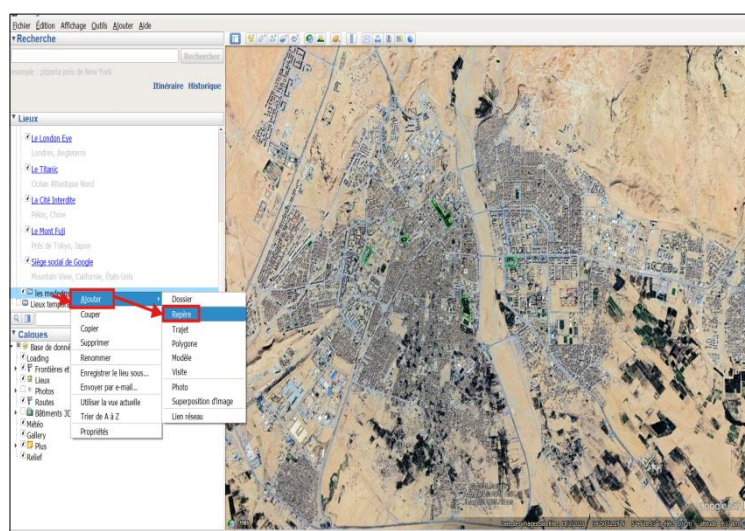
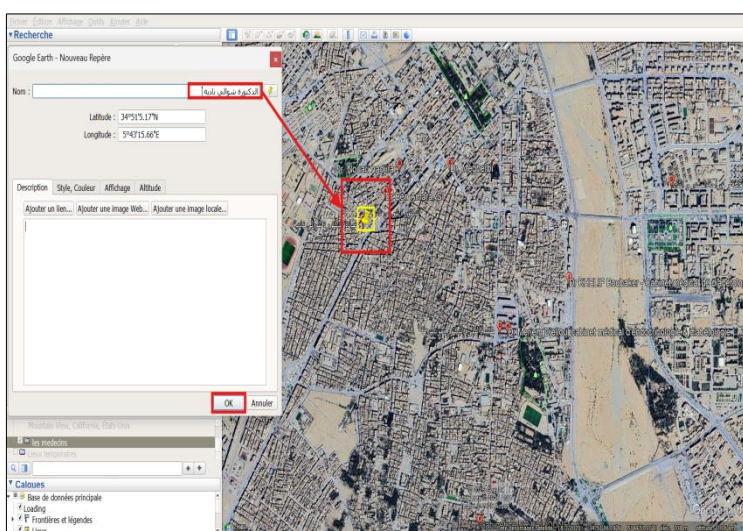
المصدر : من اعداد الطالبة

- إدخال المعلومات إلى google earth pro
- نذهب إلى أداة **mes lieux prefere** ثم **ajouter** ثم **dossier** و بعدها تسمية الملف صورة 7 إدخال المعلومات إلى google earth pro



المصدر (Google earth pro من اعداد الطالبة)

- ثم فتح الملفات حسب التجهيزات المراد تنظيمها نحن فتحنا 6 ملفات (أطباء , صيادلة , محامين, تجارة, الفنادق , المطاعم)
- صورة 8 فتح الملفات
- صورة 9 تحديد المؤسسة



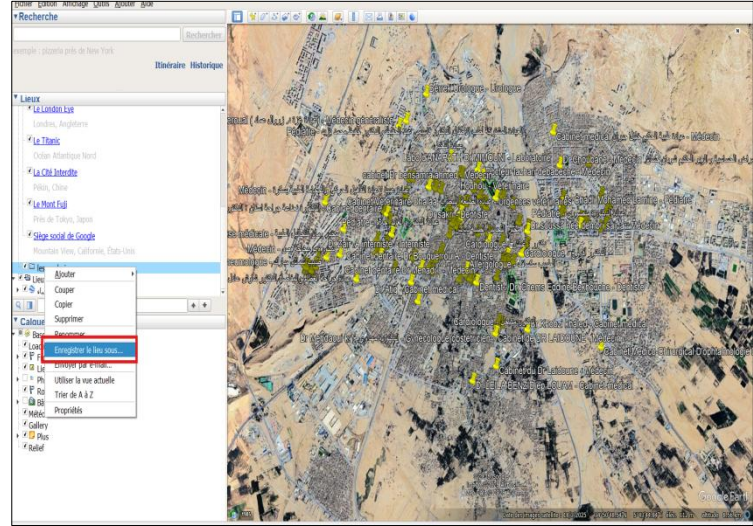
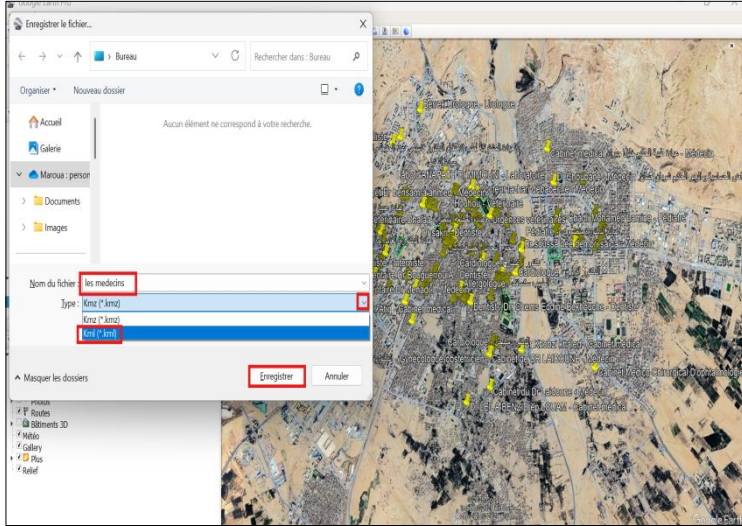
المصدر (Google earth pro من اعداد الطالبة)

- نذهب إلى الملف الأول مثال : الأطباء. ثم ننقر بالزر الأيمن عليه و نختار من القائمة الظاهرة ajouter ثم ننقر على repere ثم تحديد المؤسسة من أجل الحصول على الإحداثيات و بعدها نسميها و ننقر على ok.

• حفظ الملف بصيغة ال kml

- نحفظ الملف بصيغة ال kml عبر المراحل التالية :

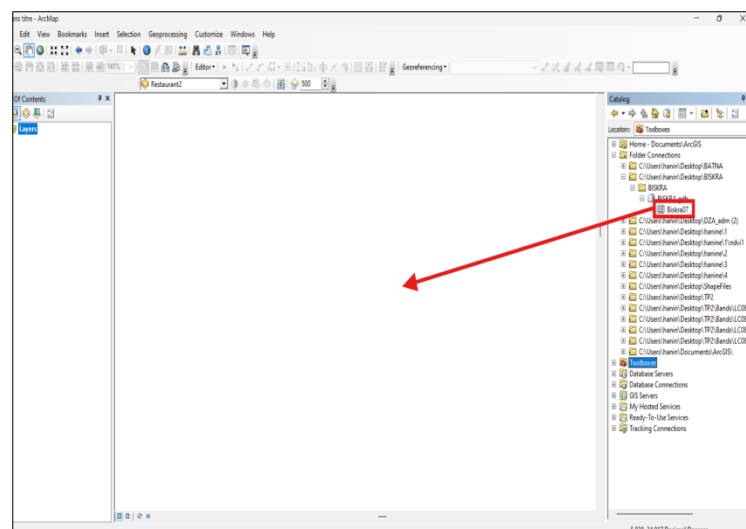
صورة 10 حفظ الملف



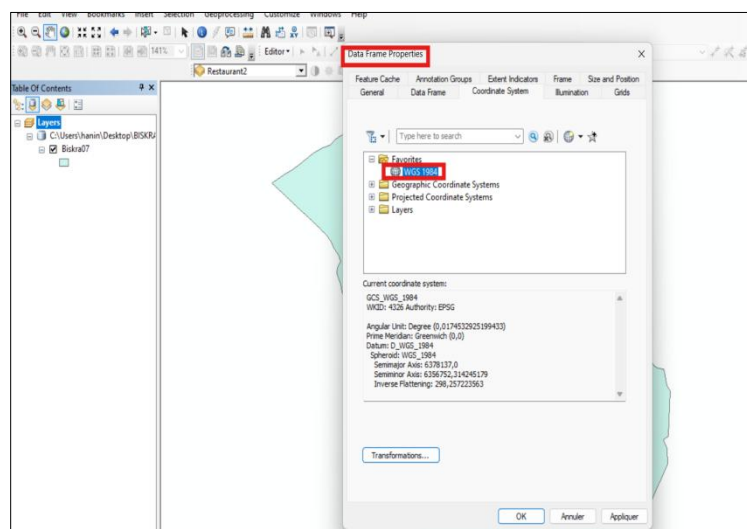
المصدر (Google earth pro من اعداد الطالبة)

- نضغط بالزر الأيمن للفأرة على الملف و نذهب في القائمة إلى enregistrer les lieux sous.. ثم نغير صيغة الملف إلى kml .
- ادخال حدود بلدية بسكرة :
- بعد فتح برنامج ال ARCGis ندخل حدود بسكرة بسحب ال shapefile و الارجاع الجغرافي

صورة 12 حدود بسكرة



صورة 13 سحب حدود بلدية بسكرة

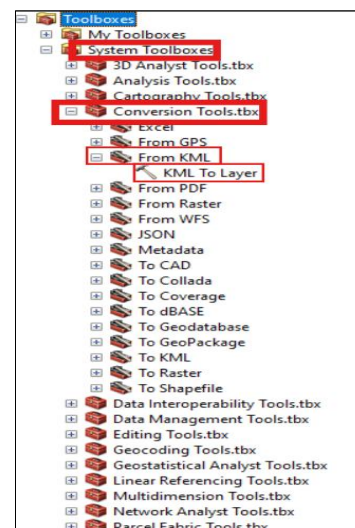


المصدر (برنامج Arcgis من اعداد الطالبة)

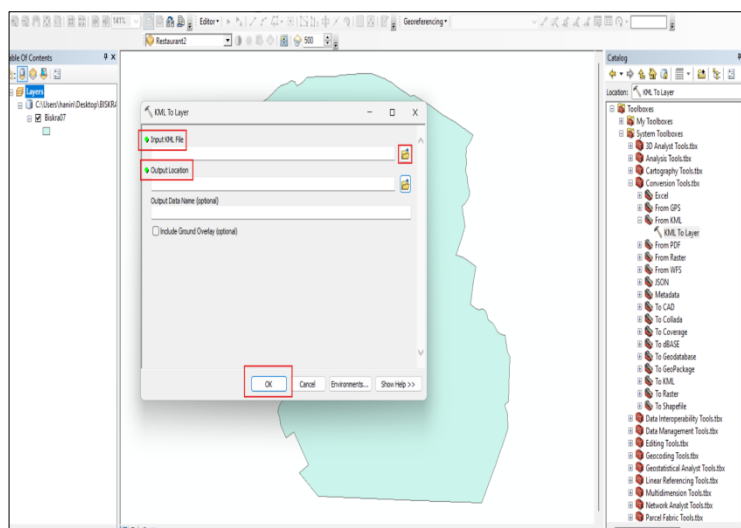
• إدخال الملفات الى ARCgis :

- ننقر على arctolbox ثم convesion tools ثم from kml ثم kml to layer كما هو موضح :

صورة 14 ننقر على arctolbox

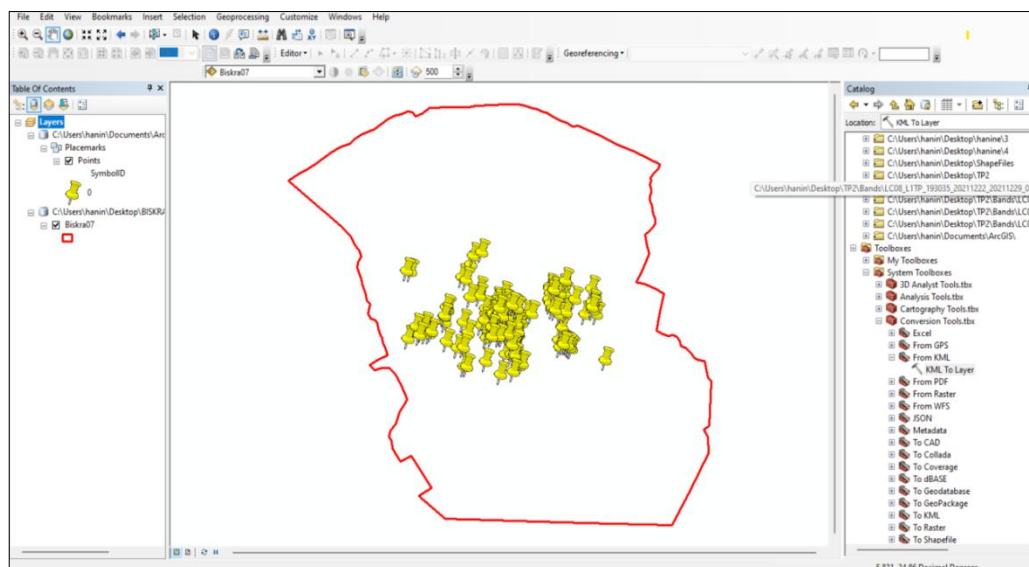


صورة 15 إدخال الملفات الى ARCgis



المصدر (برنامج Arcgis من اعداد الطالبة)

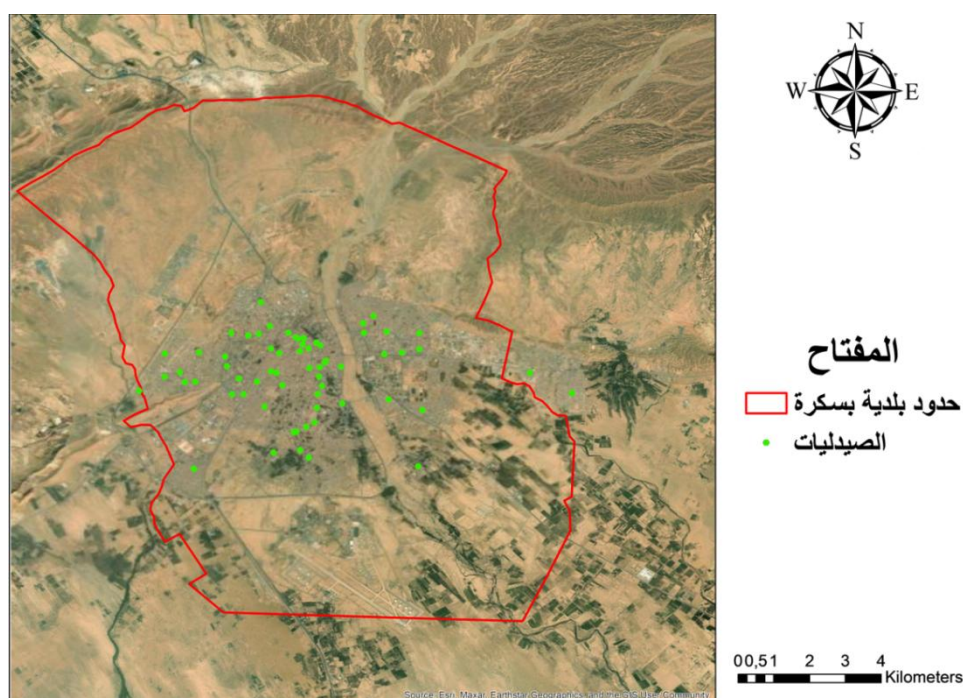
- ادخال الملف المحفوظ بصيغة ال kml ثم النقر على ok.
- صورة 16 ادخال المعلومات ثم التعديل عليها



المصدر برنامج (برنامج Arcgis من اعداد الطالبة)

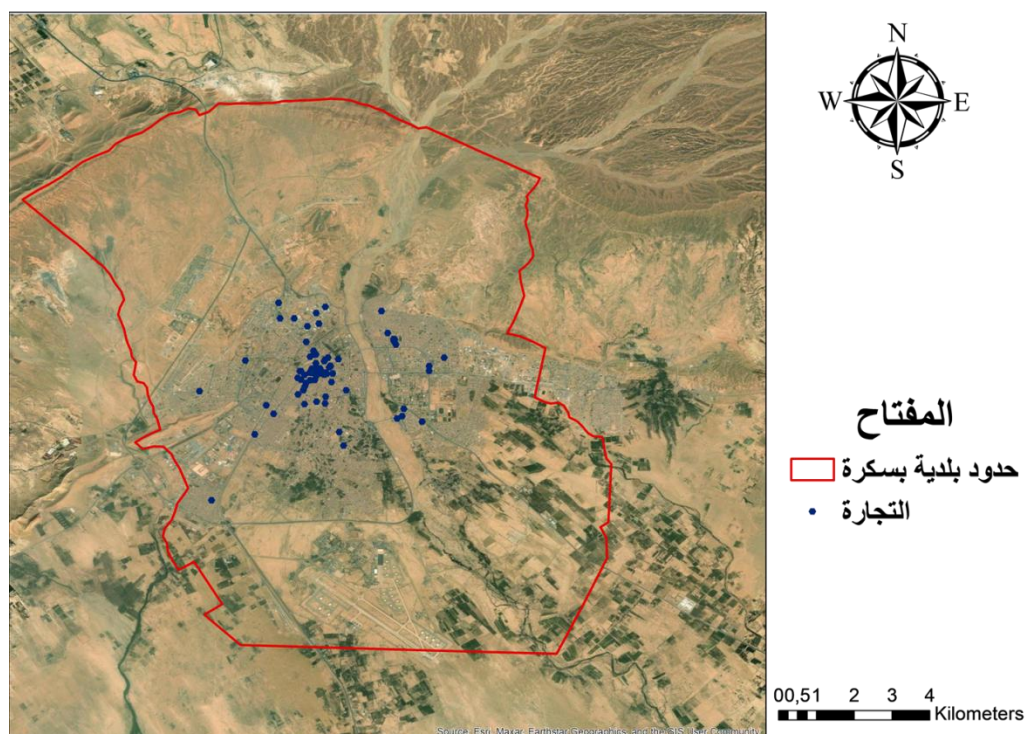
عند ادخال المعلومات ثم التعديل عليها من خلال فتح add basemap... واختيار أشكال توضح التوضع الكثيف للتجهيزات في بلدية بسكرة و النتائج كانت كالتالي :

خريطة 2 تمركز الصيدليات في بلدية بسكرة



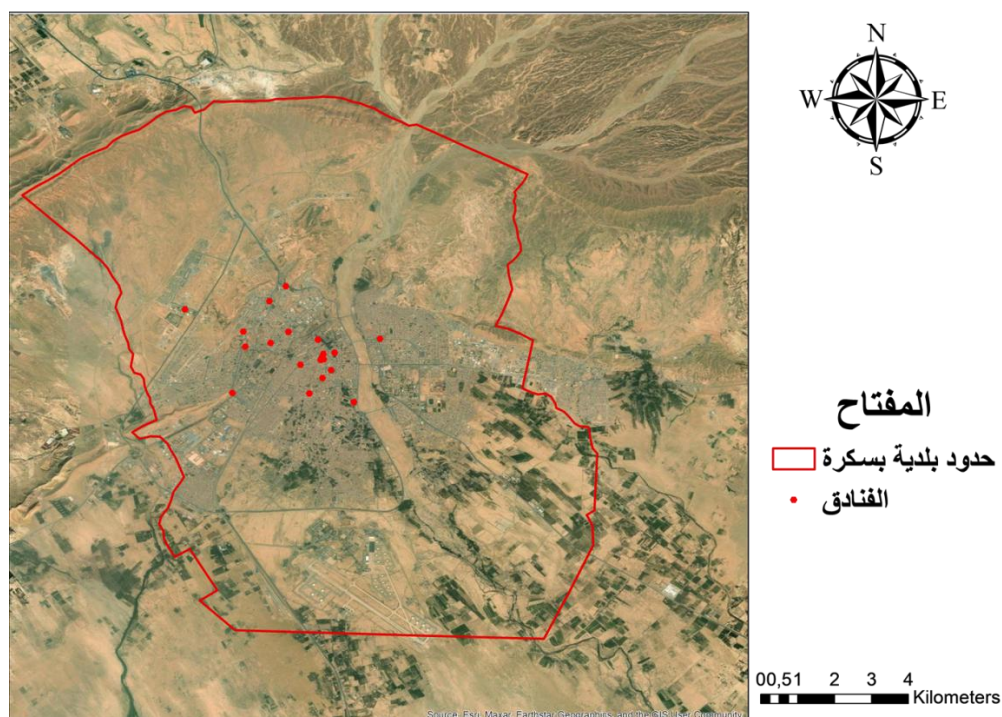
المصدر (برنامج Arcgis من اعداد الطالبة)

خريطة 3 تمركز التجار في بلدية بسكرة



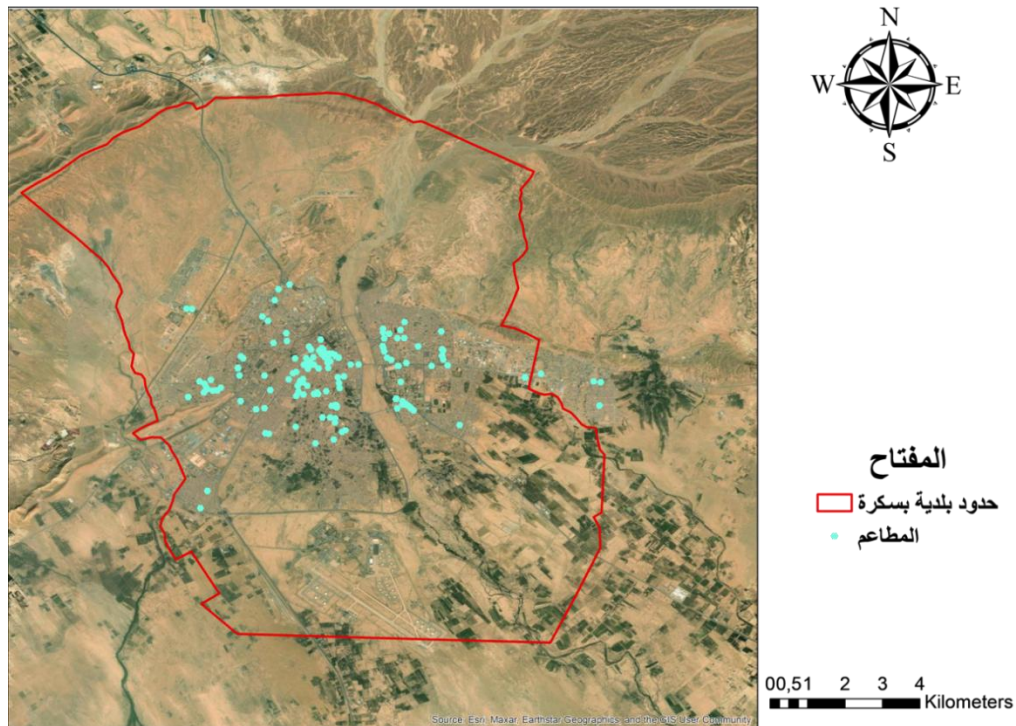
المصدر برنامج (برنامج Arcgis من اعداد الطالبة)

خريطة 4 تمركز الفنادق في بلدية بسكرة



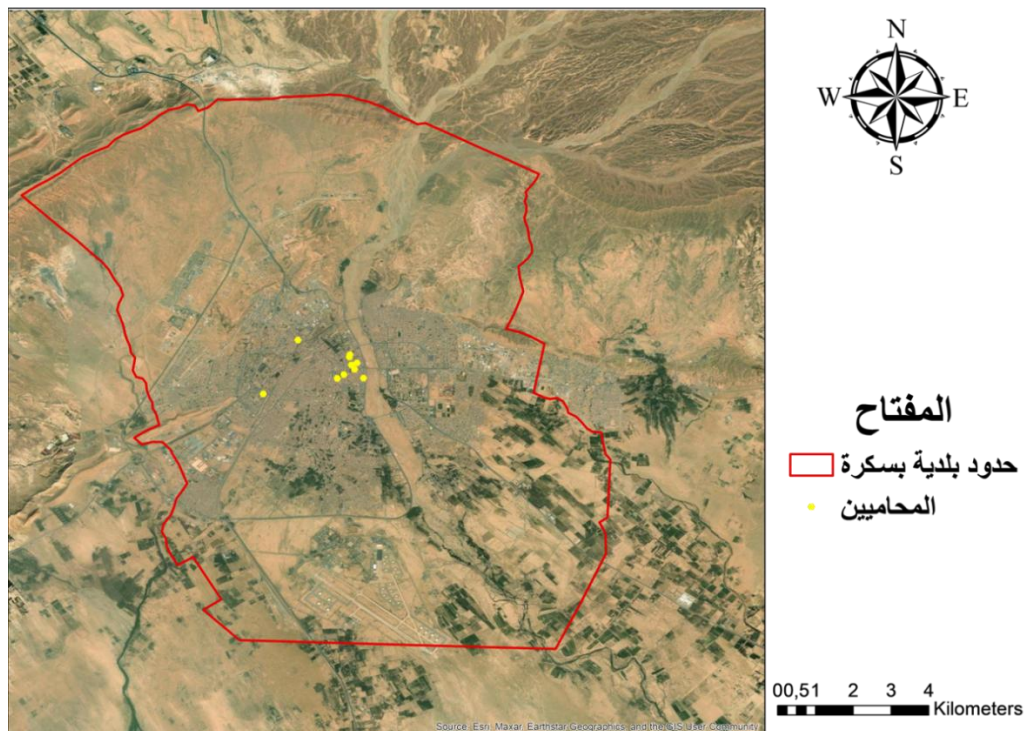
المصدر (برنامج Arcgis من اعداد الطالبة)

خريطة 5 تمركز المطاعم في بلدية بسكرة



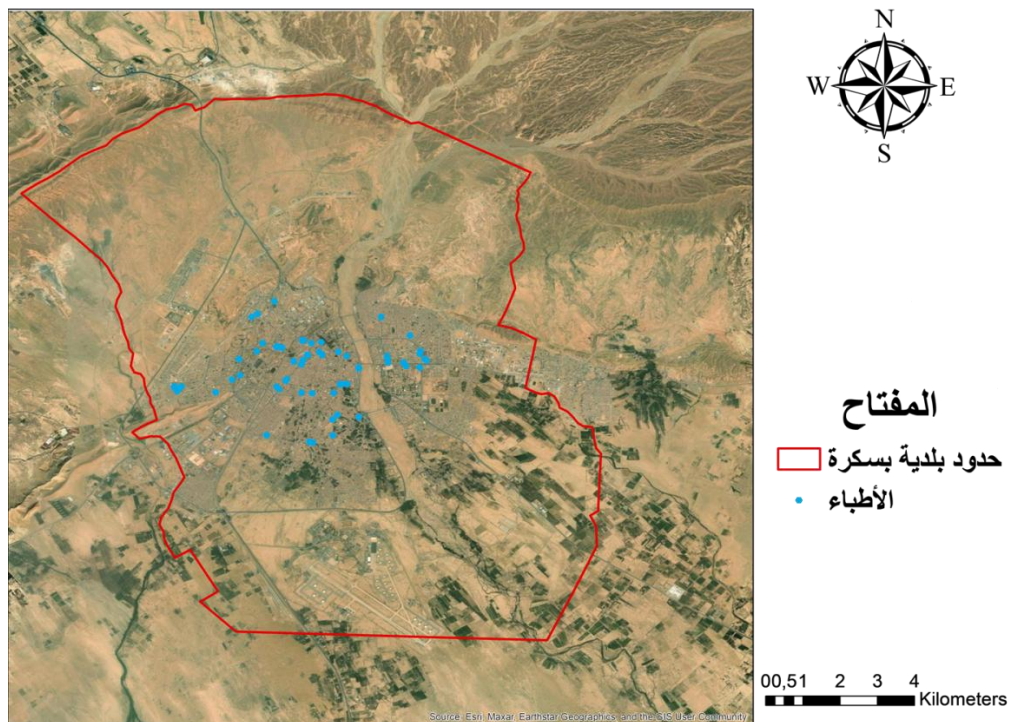
المصدر (برنامج Arcgis من اعداد الطالبة)

خريطة 6 تمركز المحامين في بلدية بسكرة



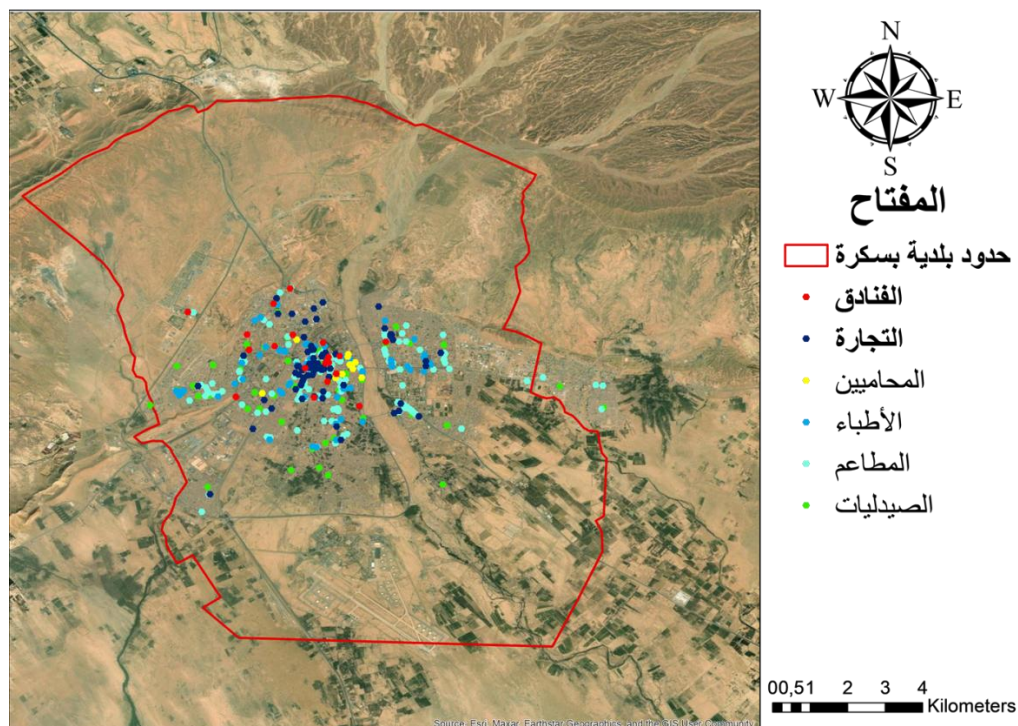
المصدر برنامج (برنامج Arcgis من اعداد الطالبة)

خريطة 7 تمركز الأطباء في بلدية بسكرة



المصدر (برنامج Arcgis من اعداد الطالبة)

خريطة 8 توزيع التجهيزات في بلدية بسكرة



المصدر (برنامج Arcgis من اعداد الطالبة)

- من خلال تحليل المخططات نلخص أن :

جدول 14 تمركز و كثافة التجهيزات في مدينة بسكرة

التجهيز	العدد	التمركز و الكثافة
الصيدليات	70	حي لاشالام , حي المصلى
التجارة	4أسواق	وسط المدينة , العالية
الفنادق	15	وسط المدينة , المنطقة الغربية
المطاعم	157	وسط المدينة , العالية , المنطقة الغربية
المحاميين	20	حارة الواد
الأطباء	105	حي لاشالام , و حي الكورس , حي العالية

المصدر : اعداد الطالبة

الخلاصة :

يتناول الفصل الثالث تحليلاً شاملاً لولاية بسكرة ، مسلطاً الضوء على أهميتها الجغرافية والإدارية كموقع استراتيجي يربط الشمال بالجنوب.

تطرقنا في هذا الفصل الى الجوانب الجيومورفولوجية، حيث تُظهر تنوعاً في التضاريس من جبال وهضاب وسهول ومنخفضات،

اضافة الى الدراسة الطبيعية، إذ يتميز مناخها بالجفاف صيفاً والاعتدال شتاءً.. كما يُبرز الفصل الدراسة السكانية من خلال التركيبة السكانية التي تُظهر نمواً سنوياً بنحو 2.3% وتوزيعاً متوازناً بين الجنسين، إضافة إلى تحليل سوق العمل الذي يوضح هيمنة قطاع الفلاحة كأكبر مشغل في الولاية، يليه قطاع الإدارة العمومية، مما يرى أنه من الضرورة دعم القطاعات الأخرى كالصناعة والتجارة لتعزيز التنمية الاقتصادية وتوفير فرص العمل.

كذلك قمنا بتحليل التجهيزات الموجودة في منطقة الدراسة بواسطة المعلومات المأخوذة من المديرية و قمنا بتحليلها بواسطة برنامج نظم المعلومات الجغرافية Arcgis.

الفصل الرابع:

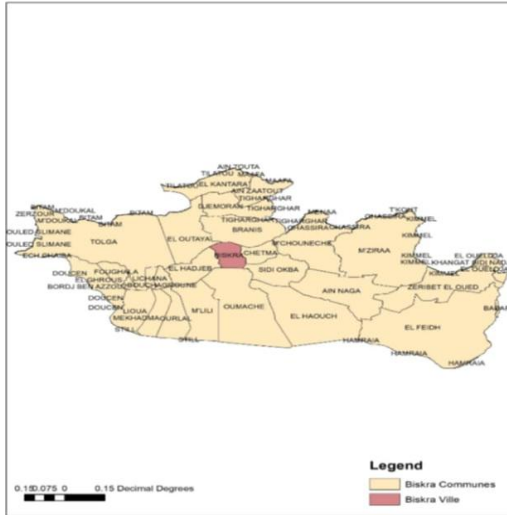
توزيع الاعلانات في مدينة
بسكرة

المقدمة

يهدف هذا الفصل إلى جمع كل البيانات و المعلومات اللازمة على منطقة الدراسة التي ستمكننا من فهم و تحليل تركيبة دراسة الحالة .

1. تقديم عام لمنطقة الدراسة :

خريطة 9 موقع بسكرة بين البلديات



➤ بلدية بسكرة

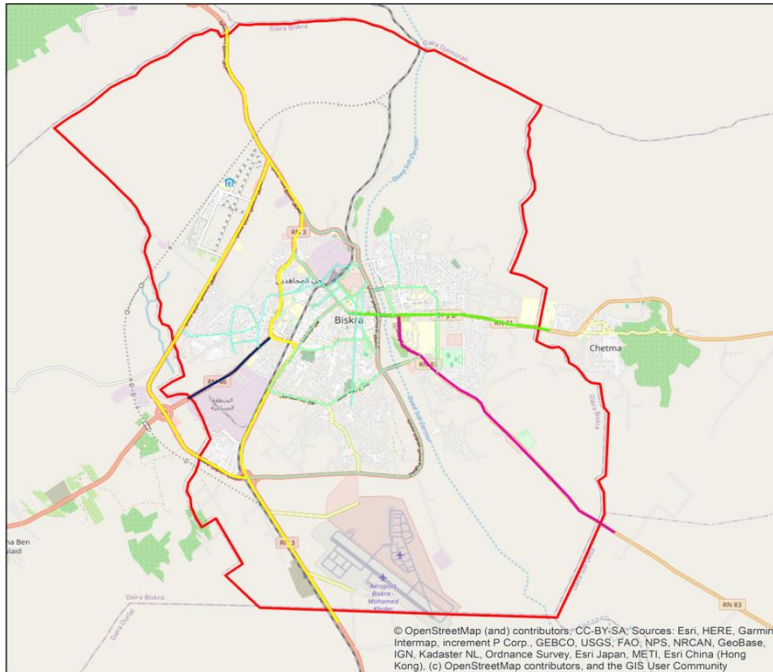
أ- من الشمال : بلدية البرانيس

ب- من الجنوب : أوماش

ت- من الشرق : شتمة

ث- و من الغرب : الحاجب

خريطة 10 شبكة الطرقات لمدينة بسكرة



المفتاح

- حدود بلدية بسكرة
- البلديات
- الطريق الوطني رقم 03
- الطريق الوطني رقم 31
- الطريق الوطني رقم 83
- الطريق الوطني رقم 44

المصدر : إعداد الطالبة

➤ الطرق الوطنية :

- الطريق الوطني رقم (03) الرابط بين بسكرة و باتنة و قسنطينة
- الطريق الوطني رقم (31) الرابط بين بسكرة - أريس
- الطريق الوطني رقم (46) الرابط بين بسكرة و الجزائر
- الطريق الوطني رقم (83) الرابط بين بسكرة و تبسة

1.2 الجهات المسؤولة عن تركيب اللوائح (اللافتات) الإعلانية:

- المجالس الشعبية البلدية (البلديات)
- مصالح الولاية
- مديرية الأشغال العمومية
- وزارة الداخلية والجماعات المحلية
- الوكالات الإشهارية الخاصة
- مديريات الثقافة أو السياحة (حسب الحالة) (مديرية الأشغال العمومية)

و قد أدرج المشرع نصا في القانون المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، وذلك في الفصل السادس منه المعنون بحماية الإطار المعيشي، إذ نص في المادة 66 من هذا القانون على منع الإشهار في بعض الأماكن الخاصة و هي كالتالي:

- العقارات المصنفة ضمن الآثار التاريخية.
- الآثار الطبيعية و المواقع المصنفة
- في المساحات المحمية.
- في مباني الإدارات العمومية.
- على الأشجار.

كما قرر المشرع منع الإشهار في القطاعات المحمية و التي تشمل كل ما نص القانون على حمايته كالمساجد والمعالم الأثرية والتاريخية، وفي هذا الإطار فقد نص المشرع من خلال المرسوم التنفيذي رقم 91-81 المتعلق ببناء المسجد وتنظيمه وتسييره وتحديد وظيفته في المادة 26 منه على منع اتخاذ المساجد كأماكن لتحقيق أغراض شخصية كالبيع و الشراء و الإشهار، كما نص المشرع

كذلك. على حظر وضع اللوحات واللافتات الإشهارية أو إلصاقها على المعالم التاريخية المصنفة أو المقترح. (التلوث الاشهاري)

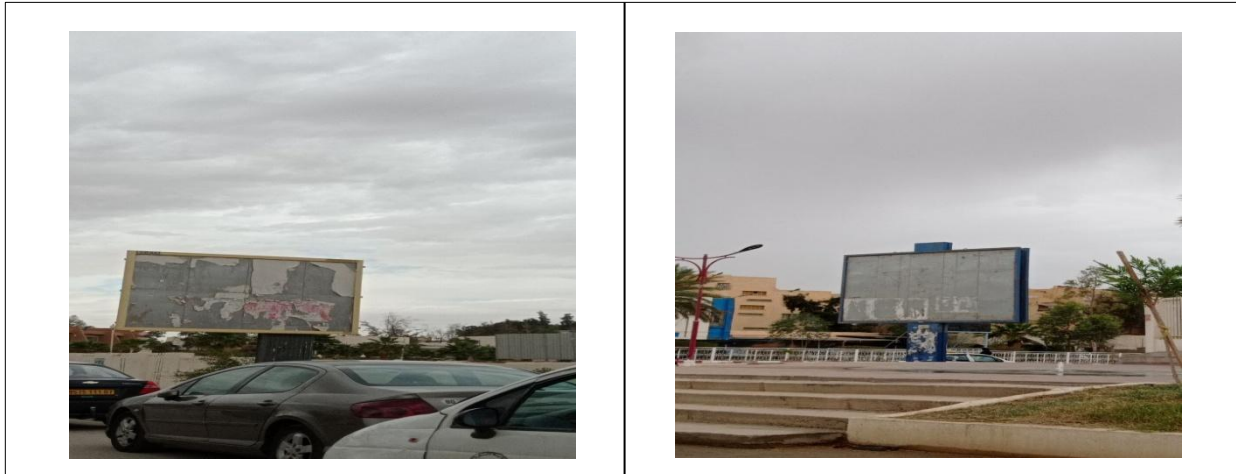
2. حالة اللوحات الاعلانية في مدينة بسكرة :

صورة 17 حالة اللوحات الاعلانية الورقية في مدينة بسكرة



المصدر :تصوير الطالبة

صورة 18 حالة اللوحات الاعلانية الورقية في مدينة بسكرة



المصدر :تصوير الطالبة

صورة 19 حالة اللوحات الاعلانية الرقمية في مدينة بسكرة



المصدر: تصوير الطالبة

صورة 20 توضح درجة سطوع الاعلان الرقمي (حي بن طالب)



المصدر: تصوير الطالبة

➤ التعليق :

من خلال زيارتنا لمواقع اللوحات الإعلانية في مدينة بسكرة نجد أن:

- مدينة بسكرة تعتمد على الإعلان الورقي الذي يتأثر بفعل مناخ المنطقة الجاف و الحار الغالب على المنطقة . اضافة الى تقارب الاعلانات في مناطق مثل (حي الكورس ، العالية ، حي بن طالب ...الخ).

- وجود إعلانات عشوائية على أعمدة الانارة في وسط المدينة الخاصة بمناطق التجارة التي شكلت لنا ظاهرة التلوث البصري.
- مؤخرا بدأ ظهور الإعلانات الرقمية و الشاشات المتحركة في مدينة بسكرة و لكن توجد بها مشكلة الإضاءة الساطعة ليلا أي أن اضاءتها ليست مدروسة كذلك لم يتم درس نقاط وضعها حيث نجد في منطقة "حي بن طالب" تم وضع اعلان رقمي محاذة فندق " موريس لابون " و بجانبه اعلان ورقي مما يشوش الرؤية و يخلق لنا ظاهرة التلوث البصري هو الآخر من خلال عدم التخطيط الصحيح لوضع هذه الاعلانات .
- ان الطرق الوطنية الرابطة بين الولايات و مدينة بسكرة الاعلانات فيها شبه منعمة حتى وجودها لا يعبر عن ثقافة المنطقة .

صورة 21 لوحات إعلانية تجارية في أعمدة الانارة(حي العالية , حي برج الترك)



المصدر:تصوير الطالبة

➤ التعليق: من خلال الصورتين :

- نرى غياب المسؤولية و التسبب في وضع الاعلانات.
- خلق منظر فوضوي في المنطقة مما أصبح يمثل لنا تلوثا بصريا
- عدم احترام المواطن للمشهد الحضري و غياب السلطات المسؤولة .

3. عدد اللوحات الاعلانية في مدينة بسكرة :

صورة 22 توزيع اللوحات الاعلانية في مدينة بسكرة



المصدر : (Google earth pro من اعداد الطالبة)

➤ التعليق :

- من خلال تحليل نتائج المخطط نلاحظ أن توزع هذه اللوحات في مدينة بسكرة بكثافة في وسط المدينة بحكم وجود معظم النشاطات هناك .
- تضم مدينة بسكرة حسب التحليل و زيارة تقريبا معظم مواقع هذه اللوحات الاعلانية حوالي 80 لوحة منها 3 لائحات رقمية تتمركز أغلبها داخل المدينة في المحاور الرئيسية .

4. مقترح تقييم التكاليف والمتطلبات لدمج اللوحات الاعلانية في بلدية بسكرة :

1.4 سرعة الطرق المسموح بيها حسب القانون الجزائري :

جدول 15 تصنيف سرعة الطرق المسموح بيها حسب القانون الجزائري

نوع الطريق	الوصف	السرعة القصوى
الطريق السيار (الطرق السريعة)	طريق مزدوج، مخصص للسيارات فقط، بدون تقاطعات أرضية	120 كم/ساعة
الطرق الوطنية	طرق تربط بين ولايات أو مدن كبيرة، غالبًا بمسلكين متقابلين	100 كم/ساعة خارج المدن
الطرق الجهوية أو الولائية	تربط بين البلديات أو مناطق ريفية	90 كم/ساعة تقريبًا
الطرق الحضرية (داخل المدينة)	تشمل الشوارع الرئيسية والفرعية داخل التجمعات السكنية	50 كم/ساعة
المناطق السكنية الضيقة/المدارس	تشمل الأحياء الداخلية، قرب المدارس والمستشفيات	30 إلى 40 كم/ساعة
الطرق الجبلية أو المنحدرة	طرق ذات تضاريس صعبة، غالبًا بها منعطفات كثيرة	40 إلى 60 كم/ساعة حسب الحالة

المصدر :إعداد الطالبة حسب (القانون رقم 01-14 المتعلق بتنظيم حركة المرور)

➤ تصنيف الطرق حسب سرعتها يمكننا من تحديد نوع اللوحة الاعلانية اللازم وضعها في كل منطقة و تحديد مواصفاتها التقنية .

4.2 توزيع اللوحات الإعلانية حسب سرعة الطرق :

جدول 16 توزيع اللوحات الإعلانية حسب سرعة الطرق

نوع الطريق / السرعة	نوع الخدمة	نوع اللوحة المناسب
الطرق الوطنية 100 كم/ساعة	فنادق, مطاعم, سياحة, صناعة	Billboard كبير, مضاء ليلاً مع كود QR
الطريق السريع (الطرق السريعة) 120 كم/ساعة	محطات الوقود , أماكن الاستراحة	Billboard كبير, مضاء ليلاً مع كود QR
الطرق الحضرية (داخل المدينة) 50 كم/ساعة	مطاعم , صيدليات , أطباء , خدمات سريعة	لوحات متوسطة الحجم رقمية
المناطق السكنية 30 إلى 40 كم/ساعة	محلات , مقاهي , خدمات	لوحات تفاعلية بتقنية اللمس و 3D
طرق مشاة / ساحات	معارض , محلات , فعاليات اجتماعية	شاشات صغيرة أو لوحات مبتكرة (LED - 3D) كتقنية الهيلوغرام

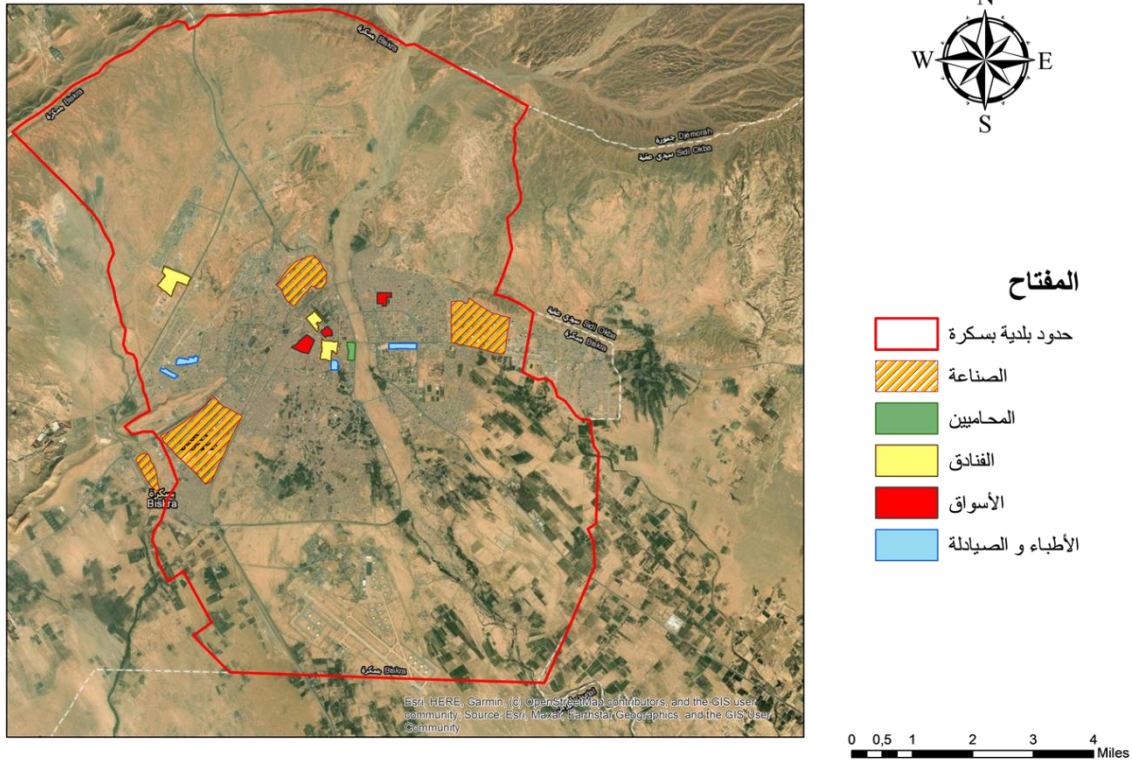
المصدر : إعداد الطالبة اعتمادا على الدراسات السابقة

➤ في الجدول المقابل تم تحديد نوع اللوحان الاعلانية حسب سرعة الطرق اعتمادا على القانون رقم 01-14 المتعلق بتنظيم حركة المرور و الدراسات السابقة التي عملت تحليلا على أنواع اللوحات الاعلانية . و التي ستساعدنا في توزيع الاعلانات في مدينة بسكرة بطريقة تنظيمية و مبسطة .

➤ بما أن معظم الخدمات المدروسة و السابقة تتركز في وسط المدينة فقط سنعمل على الطرق الوطنية 100 كم/ساعة خارج المدن تعرض فيها اعلانات (فنادق, مطاعم, سياحة, صناعة) و الطرق الحضرية (داخل المدينة) 50 كم/ساعة تعرض فيها اعلانات (مطاعم , صيدليات , أطباء , خدمات سريعة) و المناطق السكنية 30 إلى 40 كم/ساعة تعرض فيها (لوحات تفاعلية بتقنية اللمس و 3D) .

4.3 مناطق الخدمات حسب الكثافة :

خريطة 11 تمركز التجهيزات المختارة في مدينة بسكرة



المصدر : (برنامج Arcgis من اعداد الطالبة)

➤ و بناءا على تقييمنا الحالي يمكننا توزيع عدد اللوحات و نوعها من خلال عدد التجهيزات و مناطق توزعها .

5.4 توزيع اللوحات الإعلانية حسب الخدمات التي اخترناها:

جدول 17 توزيع اللوحات الاعلانية حسب الخدمات

الخدمة	عدد المناطق	عدد اللوحات المقترحة	نوعها	الأبعاد
التجارة	3	6 (2 لكل سوق)	متوسطة	3 × 4 م
الفنادق	3	3 لوحات	متوسطة	3 × 4 م
الأطباء و الصيادلة	4	8 (2 لكل منطقة)	صغيرة	0.6 × 2.3 م
المحاماة	1	2 لوحات	صغيرة	2 × 3 م
المناطق الصناعية	4	4 لوحات	كبيرة	4 × 6 م
الخمس طرق الوطنية	4	5 لوحات	كبيرة	4 × 6 م

المصدر : إعداد الطالبة

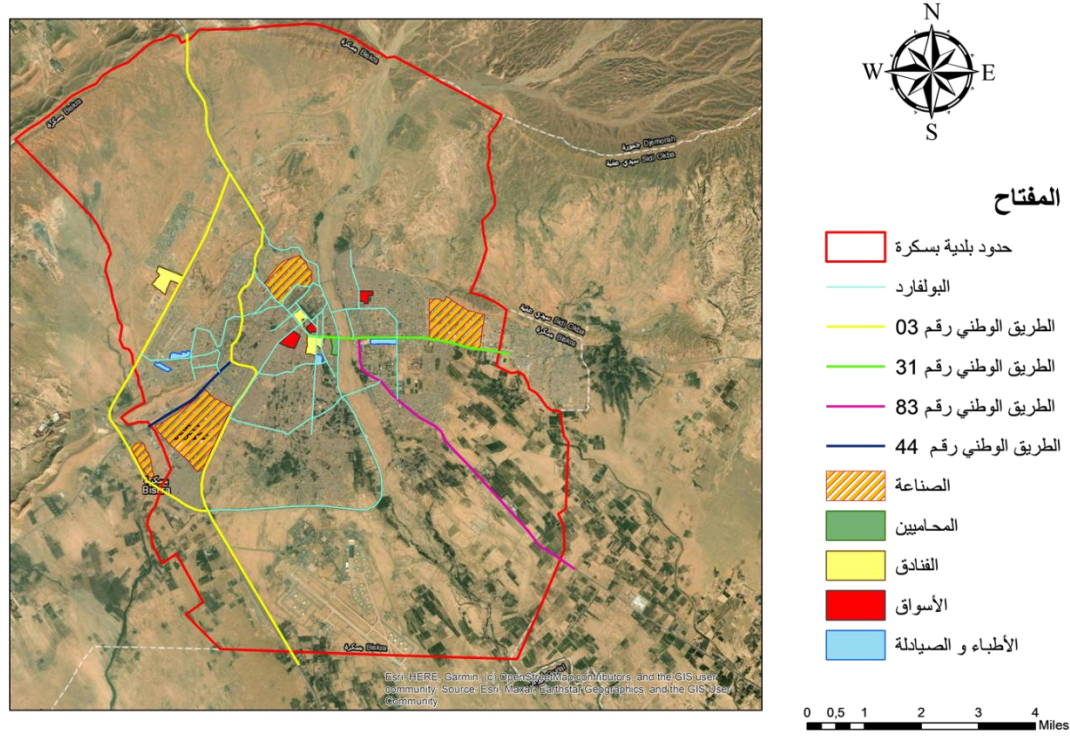
➤ يشرح لنا الجدول المقابل عدد اللوحات اللازمة في المدينة حسب الخدمات الموجودة من خلال المعلومات المتحصل عليها من تحليل الخدمات

من هذه التحليلات نستنتج أنه :

- ❖ ستتوضع كل من الاعلانات الخدماتية (الأطباء و الصيادلة و المحامين و التجار و الفنادق) في الطرقات الداخلية للمدينة المتمثلة في الشوارع الواسعة و البولفارد .
- ❖ و بالنسبة للمناطق الصناعية و الطرقات الوطنية و اضافة الى مناطق الراحة و الترفيه ستكون اعلاناتها في الطرق الخارجية و حدود المدينة .

سنلخص هذه النتائج في المخطط التالي :

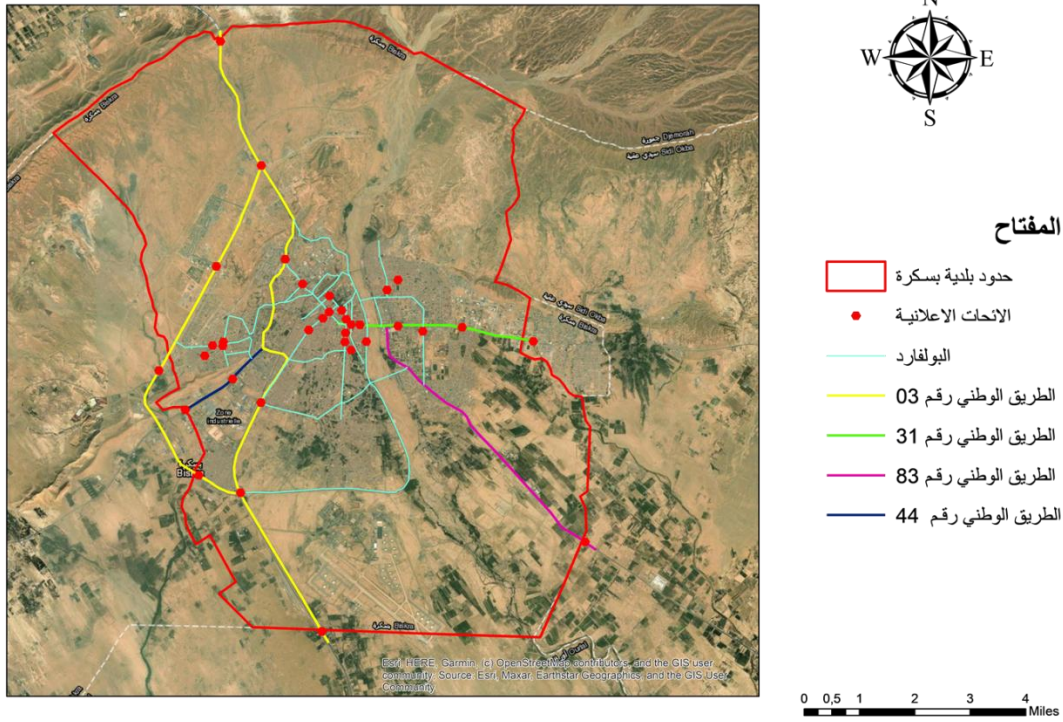
خريطة 12 مخطط توضيحي للطرق التي ستتوضع عليها الاعلانات



المصدر : (برنامج Arcgis من اعداد الطالبة)

➤ نستنتج من خلال المخطط أن بسكرة تضم 4 مداخل رئيسية و 15 بولفارد (طريق واسع داخل المدينة) و باقي الطرق تعتبر طرق المناطق السكنية (الضيقة).

خريطة 13 المخطط المقترح لتوزيع اللوحات الاعلانية



المصدر : (برنامج Arcgis من اعداد الطالبة)

➤ من خلال المخطط تم توزيع 28 لوحة اعلانية بجميع الأحجام و لمختلف الخدمات في بلدية بسكرة و قمنا بالتركيز على تقاطعات الطرق داخل المدينة و تقريبها للخدمة أقصى ما يمكن .
(szledworld)

6.3 تقييم المتطلبات لدمج اللوحات الإعلانية في بلدية بسكرة:

➤ الهدف من هذا التقييم :

تحسين المشهد الحضري و دمج اللوحات الاعلانية المبتكرة و الجديدة في المدينة إضافة الى الحفاظ على البيئة من خلال تقنيات تعتبر صديقة للبيئة . و كذلك دعم الاقتصاد المحلي و جذب المستثمرين و تشجيع الزوار و السكان نحو الخدمات الهامة بطريقة سهلة دون الحاجة الى السؤال . (szledworld)

➤ المتطلبات التقنية للوحات الاعلانية :

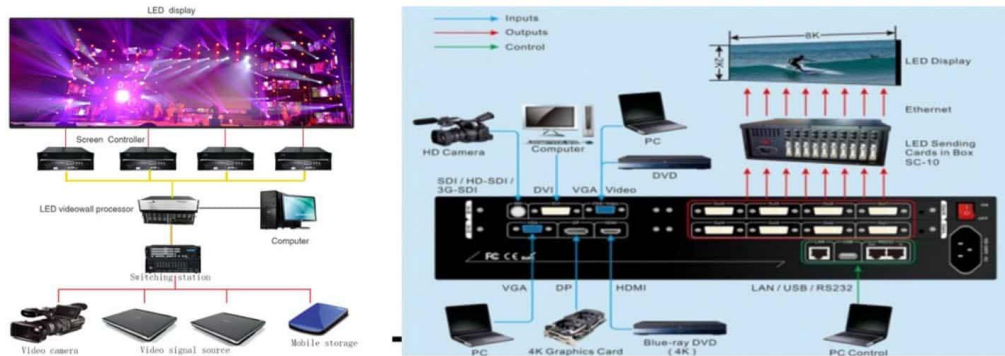
• تعريف نظام التحكم LED: يمكن النظر إلى نظام التحكم بتقنية LED بطريقتين:

إما أن يشمل مجموعة شاشات LED بأكملها، أو أن يقتصر على ربط الكمبيوتر بوحدة التحكم. هذان الجانبان من شاشات LED مسؤولان عن برمجة الصور ومقاطع الفيديو التي ترغب في عرضها.

للحصول على مظهر قياسي لنظام التحكم في شاشة LED، ستري جهاز كمبيوتر متصلاً بشاشة LED وحدة التحكم كلاهما مسؤول عن إنشاء الأمر بشأن ما يجب عرضه على شاشة LED، ومتى يتم عرضه، وما هي المواصفات التي يجب عرضها بها. (szledworld)

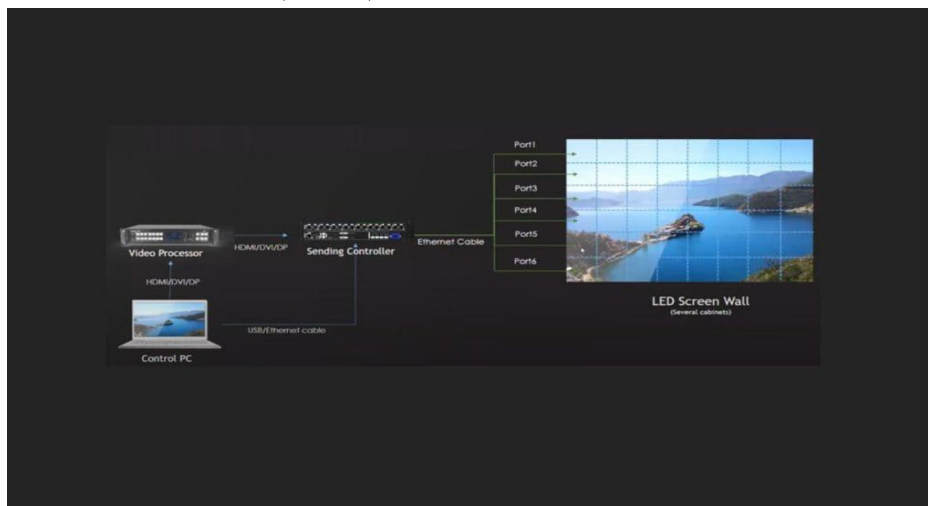
- **التعريف الفني لنظام التحكم LED** هو الوحدة التي تتعامل مع البيانات التي يجب عرضها وتديرها، بما في ذلك التخزين ومعالجة الإشارات لنقلها. قد يشير نظام التحكم في عرض LED أيضًا إلى وحدة تحكم LED فقط، وهو الجهاز المسؤول عن الأوامر اللازمة لإرسال الإشارة اللازمة لعرض البيانات المبرمجة للإظهار.

صورة 23 لنظام التحكم LED



المصدر (szledworld)

صورة 24 البنية الأساسية لنظام التحكم LED



المصدر (szledworld)

في نظام التحكم LED القياسي، هناك ثلاثة مكونات أساسية متضمنة، بما في ذلك الكمبيوتر (دائرة التحكم الرئيسية)، ووحدة التحكم (LED دائرة توزيع البيانات)، ووحدة شاشة LED دائرة محرك (LED)(szledworld).

حاسوب يعتبر الكمبيوتر الموجود في نظام التحكم في شاشة LED مسؤولاً عن تخزين البيانات التي سيتم عرضها على شاشة LED ولكن هناك أيضاً حالات يتم فيها تخزين المحتوى المراد عرضه في أماكن أخرى، بما في ذلك ما يلي:

- محرك أقراص فلاش
- جهاز التلفاز
- أقراص DVD/VCD
- سحب
- كاميرا فيديو

سيتم توصيل هذه الأجهزة بالكمبيوتر، والذي سيتصل بدوره بوحدة تحكم شاشة LED باستخدام كابلات USB أو HDMI/DP/DVI. سيُمكن هذا التوصيل نظام التحكم في LED من العمل بكفاءة، مع إرسال إشارات الفيديو إلى جهاز الاستقبال المناسب. (szledworld)

ستحتاج إلى تنزيل وتثبيت برنامج التحكم في LED لإدارة وتشغيل محتواك بفعالية باستخدام الكمبيوتر. ولتأمين كل شيء، اضبط كلمة مرور لنظام التحكم في LED، لا يعرفها إلا أنت والأشخاص الذين سيشغلون الشاشات. (szledworld)

صورة 25 وحدة التحكم



المصدر (szledworld)

وحدة تحكم LED هي جزء من نظام التحكم في شاشات LED ، وتعمل كوسيط بين الحاسوب وشاشة LED. تُعرف أيضًا باسم بطاقة تحكم LED ، وتعمل كمستقبل ومرسل لإشارات الصورة والفيديو من الحاسوب إلى وحدات LED. من الضروري اختيار وحدة التحكم المثالية لاحتياجاتك، مع مراعاة عدد المخرجات وسعة التحميل المناسبة .

صورة 26 معالج فيديو LED



المصدر (szledworld)

➤ يطلق عليه أسماء مثل :

- معالج/محول الصور
- وحدة تحكم الفيديو
- محول صيغ الفيديو
- مصادر الفيديو المستقلة

مع مُعالجات الفيديو LED ، يُفضّل الكثيرون إضافة هذا العنصر إلى نظام تحكم LED لما يُقدّمه من ميزات:

➤ تكبير الصورة

بغض النظر عن حجم الصورة ودقتها، يمكنك تكبيرها أو تصغيرها بالكامل. سيساعدك هذا على ضبط حجم الصورة بشكل صحيح. مع هذه الميزة، يمكنك التأكد من أن الجمهور سيرى محتواك بالطريقة التي تريدها - ليس نصفًا أو صغيرًا جدًا. (szledworld)

➤ تحويل الدقة

باستخدام معالج فيديو LED ، يمكنك تحويل دقة إشارات الصور لتناسب مع الدقة الفعلية لشاشة LED. كما يتيح لك التبديل بسرعة بين إشارات الإدخال. (szledworld).

➤ تحويل مساحة اللون

في هذه الميزة، يضمن معالج فيديو LED في نظام التحكم LED الخاص بك عرض صور وفيديوهات محتواك بشكل مناسب. ونظرًا لتنوع ألوان شاشات LED ، سيتم ضبط صورتك وفيديوهاتك وفقًا لذلك، دون الاختصار على إشارات الصور الصغيرة لمعظم المحتوى. (szledworld).

➤ جودة صورة أفضل

سيساعد استخدام معالج فيديو LED في نظام التحكم بشاشات LED على عرض صور ومقاطع فيديو بجودة أفضل من خلال تقنية معالجة الصور وتحسينها. كما يمكنك تحسين جودة الصور الرديئة وتعديلها لتناسب المتطلبات العالية لشاشات LED. ويتحقق ذلك من خلال خوارزميات متطورة. (szledworld).

➤ توصيل جدار LED وصور متعددة

يتميز معالج فيديو LED بوظيفة الربط التي تُمكنك من إدارة مناطق وشاشات متعددة للمجموعة بأكملها بسهولة وبتكلفة معقولة. يتعامل الجهاز مع إشارات متعددة، متشابهة أو مختلفة، مما يسمح بمعالجة صور متعددة في آنٍ واحد. (szledworld).

صورة 27 شاشة LED



المصدر (szledworld)

من الضروري التأكد من استخدام لوحات وخزائن LED عالية الجودة. ستتلقى شاشات LED إشارة من وحدات تحكم LED لتعمل بكفاءة (szledworld).

احتياجات الأجهزة لتثبيت نظام التحكم LED:

بالإضافة إلى جميع العناصر الأساسية التي تُشكّل نظام التحكم بشاشات LED ، هناك مكونات أخرى ستحتاجها لضمان عمل كل شيء بكفاءة. إليك بعض العناصر اللازمة لتركيب أجهزة شاشة LED.

- حاسوب
- بطاقة الإرسال أو صندوق الإرسال (سواء في الكمبيوتر أو معالج الفيديو LED)
 - كابل إشارة DVI (طرفان باتجاه بطاقة الرسومات وبطاقة الإرسال)
 - كابل الإنترنت (كابل موصل RJ45)
 - كابل التحكم USB
- مصدر طاقة التبديل (220 فولت أو 110 فولت)
- كابلات الإرسال
- لوحة التحكم بالمسح الضوئي
- بطاقة فيديو خاصة (متصلة بجهاز التحكم المضيف)
- بطاقة متعددة الوظائف (من إشارات الإدخال إلى إشارات RGB الرقمية)

- إطار شاشة LED يعتمد على نوع التثبيت. (szledworld)

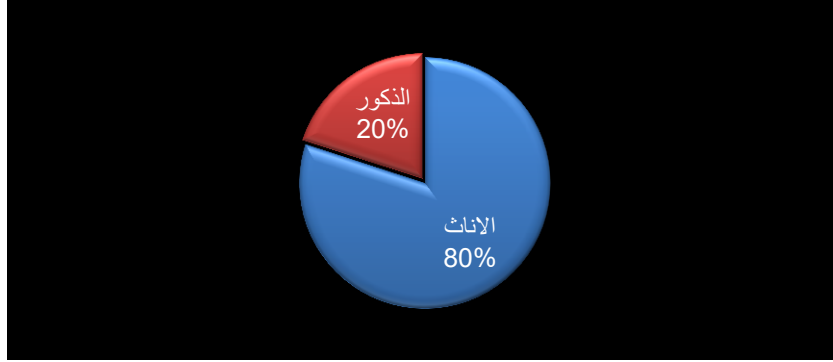
• ما هو الحجم الأفضل لشاشة LED ؟

حجم شاشة LED المثلى يتبع نسبة 1:10، حيث يُشير الرقم 1 إلى ارتفاع الشاشة، و10 إلى بُعد الصف الأخير من الجمهور عن الشاشة. هذا يعني أنه إذا كان الصف الأخير من الجمهور على بُعد 40 مترًا من الشاشة، فيجب أن يكون ارتفاع الشاشة 4 أمتار على الأقل ليتمكن الجمهور من رؤيتها بوضوح. (szledworld)

5. تحليل الاستثمار :

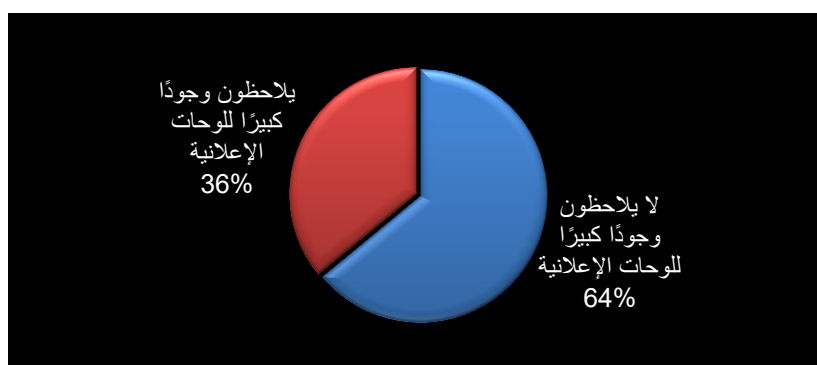
يهدف هذا الاستبيان إلى رصد آراء المواطنين في مدينة بسكرة حول ظاهرة انتشار اللوحات الإعلانية، من حيث عددها، أماكنها، تأثيرها الجمالي، ومردودها على الحياة الحضرية والمواطن. يُعد هذا التحليل أداة تمهيدية لفهم سلوكيات الإعلان الخارجي في المدينة، ولبناء تصور مقترح لتنظيم المشهد الإعلاني وفق معايير وظيفية وجمالية.

الشكل 14 الخصائص الديموغرافية



- الغالبية من الإناث (حوالي 80%)، و كانت الفئة العمرية الأكثر تمثيلا 18-30 سنة و المستوى التعليمي كان أغلب المشاركين من حملة الشهادات الجامعية.

الشكل 15 الوعي بانتشار اللوحات الاعلانية



- 64% من المشاركين لا يلاحظون وجودًا كبيرًا للوحات الاعلانية، بينما رأى الآخرون أنها موجودة بكثرة، خاصة في المناطق الحضرية.

الشكل 16 توزيع اللوحات الاعلانية



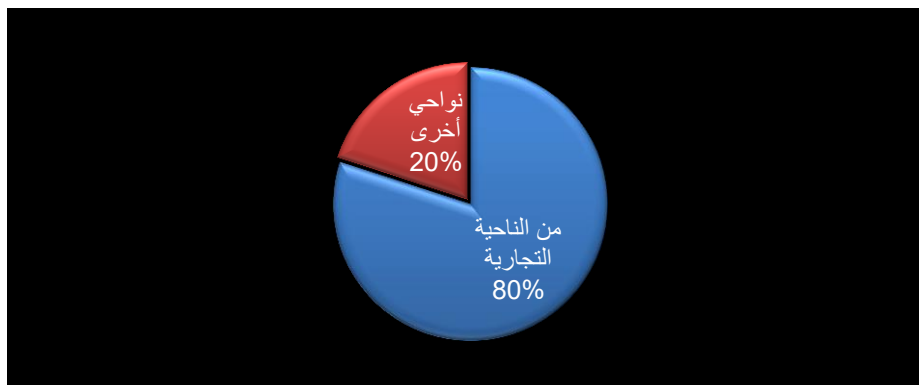
- حوالي 55% من المشاركين اعتبروا توزيع اللوحات غير مناسب أو عشوائيًا • يرى البعض أن هذا التوزيع يُحدث تشوّهًا بصريًا داخل المدينة.

الشكل 17 الأثر على جمالية المدينة



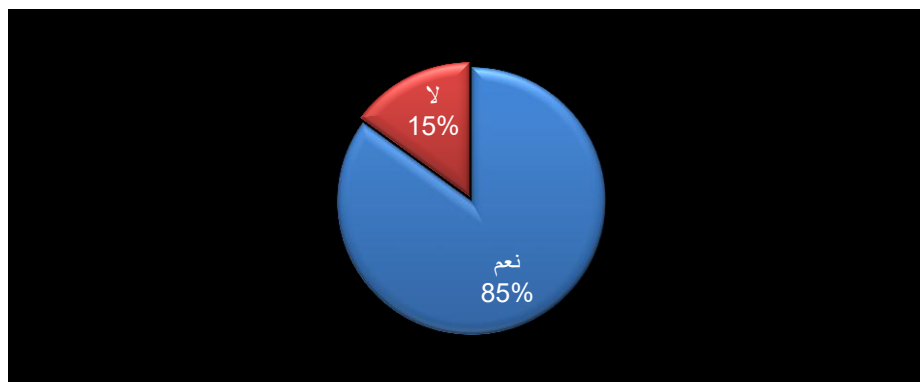
- ما يقارب 70% يرون أن اللوحات تؤثر على جمالية المدينة . منهم من يرى أن التأثير سلبي بسبب التزاحم والتكرار ومنهم من يرى أن بعض الإعلانات تحمل طابعًا إيجابيًا إذا كانت منظمة.

الشكل 18 فائدة الإعلانات



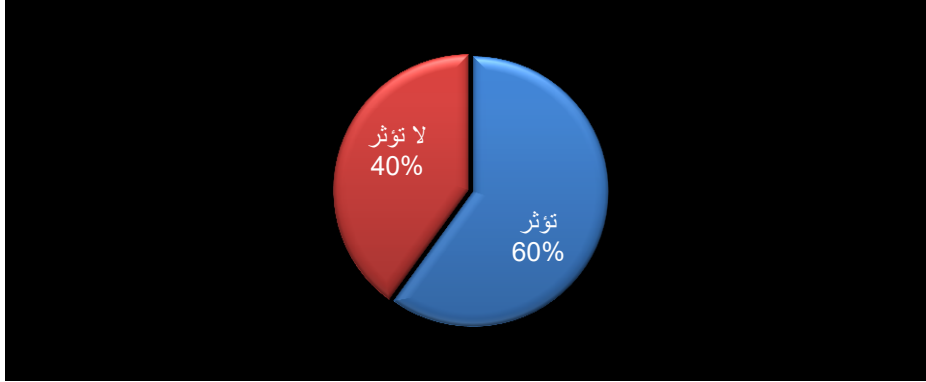
- أجاب 80% تقريبًا أن الإعلانات مفيدة من الناحية التجارية، لكنهم يشترطون أن تكون مضبوطة ومنظمة . إضافة إلى نوع الاعلانات الشائع الغالبية ذكرت أن الإعلانات التجارية هي الأكثر انتشارًا، تليها إعلانات المناسبات العامة والخدمات.

الشكل 19 مستوى الرقابة والمراقبة



- 85% تقريبًا يرون أن الرقابة ضعيفة أو غير كافية، سواء من حيث المحتوى أو من حيث تنظيم المواقع.

الشكل 20 التأثير على السلامة المرورية



• أشار حوالي 60% من المشاركين إلى أن بعض اللوحات تشكل خطراً على الرؤية أو حركة المرور.

المعايير المقترحة لتحديد مواقع اللوحات تم اقتراح عدة معايير منها •: السلامة المرورية • الجمالية الحضرية و وضوح الرؤية و موافقة السكان المحليين و البعد عن المؤسسات التعليمية والمقدّسات.

➤ النتيجة :

يعكس هذا الاستبيان رأي المواطنين في بسكرة بأنهم يمتلكون وعياً عالياً بقضية التلوث البصري الناتج عن اللوحات الإعلانية، ويطالبون بتنظيم أكثر صرامة في توزيعها ومراقبة محتواها. ومن خلال الملاحظات، يُفهم أن التلوث البصري لا يرتبط فقط بعدد اللوحات، بل بكيفية توزيعها، وأحجامها، وألوانها، ومواقعها، وهو ما يدعو إلى إدراج معايير حضرية وتقنية واضحة في أي مشروع يخص الإعلانات الحضرية.

➤ الإقتراحات :

- وضع نظام واضح لتوضيح كيفية تركيب و استغلال الإشهار داخل المدن.
- العمل على تطوير موقع أو تطبيق الكتروني لتقديم طلبات الاشهار و مراقبة حالتها .
- اعداد مخطط تنظيمي يوضح كيفية تموضع اللوحات في المدينة .
- منع التكدس العشوائي للوحات اعلانية من خلال تنظيم الفضاء العمراني.
- وضع لوحات اعلانية تتناسب مع المدينة و الطرقات .
- استعمال تقنية الشاشات الذكية و التخلص من الاعلان الورقي.
- تسليط الضوء الى اللوحات الاعلانية من طرف المسؤولين من خلال تحسين الجانب القانوني و تنظيمه.
- استخدام لوحات اعلانية صديقة للبيئة من خلال استعمال مواد قابلة للتدوير و استخدام الطاقات المتجددة مثل الطاقة الشمسية لتشغيل اللوحات.
- استخدام تقنيات حديثة لتسيير اللوحات المقترحة مثل الذكاء الاصطناعي .

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة

إن تسيير وتوزيع اللوحات الاعلانية في الفضاءات الحضرية لم يعد مجرد مسألة تقنية أو جمالية ثانوية، بل تحوّل إلى ملف متكامل ذي أبعاد تنظيمية، قانونية، اقتصادية وحتى بيئية. وقد بيّنت دراسة حالة بلدية بسكرة أن واقع الإشهار الحضري يعاني من عدة اختلالات، أبرزها غياب رؤية استراتيجية واضحة، تداخل الصلاحيات بين مختلف الجهات المتدخلة، انتشار لافتات مخالفة دون تراخيص، فضلاً عن ضعف الرقابة وغياب الردع القانوني. كما يتضح أن الاستغلال العشوائي للفضاء العمومي في مجال الإشهار لا يؤثر فقط على المنظر العام للمدينة، بل يتعداه إلى التأثير على راحة المواطنين وسلامتهم، خصوصاً حينما تُركّب هذه اللافتات بطريقة غير مدروسة، أو في أماكن لا تتماشى مع متطلبات السلامة المرورية والعمرانية. هذا إلى جانب الخسائر البلدية نتيجة عدم التحكم في هذا القطاع.

في المقابل، فإن تنظيم هذه اللوحات لا يتطلب إمكانيات ضخمة بقدر ما يحتاج إلى إرادة حقيقية في الإصلاح، وتفعيل مبادئ الحوكمة المحلية. ويشمل ذلك وضع دفتر شروط واضح، رقمته الإجراءات، تحديث و وضع القوانين التنظيمية. كما أن إشراك المواطن والمجتمع المدني في عملية الرقابة والمتابعة يمكن أن يكون عاملاً مساعداً على فرض احترام المعايير، وتعزيز الثقافة البصرية الإيجابية داخل المدينة.

وفي ضوء ما سبق، يمكن التأكيد أن تنظيم وتسيير الإشهار الحضري يجب أن يُدرج ضمن أولويات العمل البلدي، باعتباره ركيزة لتحسين صورة المدينة وجعلها أكثر تناسقاً وجاذبية.

فالإشهار المنظم لا يتناقض مع الترويج التجاري، بل يعززه ويمنحه إطاراً حضارياً مدروساً، يضمن التوازن بين المنفعة الاقتصادية والمصلحة العامة.

وعليه، فإن بلدية بسكرة، كأى مدينة من المدن الجزائرية، مدعوة إلى إعادة النظر في سياسة اللوحات الاعلانية، والتحوّل من منطق التسيير العشوائي إلى منطق التخطيط الحضري الذكي، الذي يجعل من الإشهار عنصراً منسجماً مع المشروع الشامل لتحسين صورة المحيط العمراني، مع مراعاة متطلبات التنمية المستدامة واحترام حق المواطن في مدينة نظيفة، منظمة، وآمنة بصرياً.

1. تم الاسترداد من meteobleu.
2. تم الاسترداد من <https://szledworld.com>: /szledworld
3. الضبط الاجتماعي كوسيلة للحفاظ على البيئة في المحيط العمراني. (2007). مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة العدد 12، 125.
4. تلوث البيئة والتنمية بمدينة بسكرة. (2007/2008). مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الحضري جامعة منتوري بقسنطينة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، 85.
5. تحليل وتقييم التشويه البصري في مدينة طولكرم حالة دراسية مدينة طولكرم. (2009). مذكرة ماجستير في التخطيط الحضري، 11.
6. معالجة التلوث البصري في الوسط الحضري دراسة حالة مدينة المسيلة. (2014/2015). مذكرة لنيل شهادة الماجستير متخصص الشبيرة الايكولوجي للمحيط الحضري معهد تسيير التقنيات الحضرية جامعة محمد بوضياف المسيلة، 24.
7. ثر التلوث البصري على الصورة الجمالية لمدينة وادي سوف دراسة حالة حي الأعشاش. (2015/2016). مذكرة شهادة ماجستير في الهندسة.
8. دور الضبط الاداري البيئي في حماية جمال المدن دراسة مقارنة. (2017). المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 144.
9. كيف يؤثر التلوث البصري على الصحة النفسية للفرد. (01 أيار، 2019). تم الاسترداد من أفاق البيئة و التنمية: <https://www.maan-ctr.org/magazine/article/2239>
10. مدى تأثير اللافتة التجارية على التلوث البصري للشارع التجاري مدينة عمان شارع وصفي التل حالة دراسية. (2019).
11. التلوث البصري وأثره في تشويه البيئة العمرانية لمدينة السلط. (2021). المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة للنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECS)، 14.
12. عرض الاعلان الخارجي بما يتناسب مع جماليات البيئة المصرية. (2022). المجلة العربية لبحوث الإتصال و الإعلام الرقمي -العدد الثاني.
13. Google earth pro من اعداد الطالبة. (بلا تاريخ).
14. Visual Pollution: Advertising, Signage and Environmental quality. (n.d.). Taylor & Francis.
15. Visual Pollution Concepts, Practices and Management Framework p40.
16. اشتراطات اللوحات الدعائية و الاعلانية .momah.gov.sa .. 11_20.
17. التلوث الاشعاري.. المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية و السياسية العدد الرابع.
18. التلوث البصري في المشهد الحضري التجاري تحليل بصري لمحاور منتخبة في مدينة الكوت م جامعة واسط.. كلية الهندسة العراق – واسط.
19. القانون رقم 14-01 المتعلق بتنظيم حركة المرور..
20. برنامج Arcgis من اعداد الطالبة.

21. برنامج Arcgis من اعداد الطالبة.
22. دور التلوث البصري الناتج عن تغير واجهات المباني السكنية في استقبال الصورة مقال منشور في مجلة كلية الهندسة. المجلد 14 العدد 01، من الصفحة 01 لي الصفحة 09.
23. دور-اللوحات-الإعلانية-في-التسويق. تم الاسترداد من <https://mediaworld.ae/ar/news>
24. التلوث البصري في المحيط الحضري، مظهر تشوه واجهات المباني. (ديسمبر 2017). مجلة تشريعات التعمير و البناء العدد الرابع، 240.
25. مدى تأثير الملائمة التجارية على التلوث البصري للشارع التجاري مدينة عمان شارع وصفي التل حالة دراسية.
26. معلومات ومقالات ومحاضرات عن العمارة والعمران - د. ياسر محجوب. (بلا تاريخ).
27. . مونوغرافية بسكرة .
28. مديرية البرمجة بسكرة .

الملخص

في سياق أصبح الحفاظ على المشهد الحضري أولوية , فإن التخلص من ظاهرة التلوث البصري أمر أساسي . يعتبر المشهد الحضري واجهة للمدن و أحد هذه المشاهد "اللوحات الاعلانية" التي أصبحت اليوم تشكل خطرا للواجهة الحضرية بتأثيرها في التلوث البصري.

فإن تنظيمها و تسييرها أصبح لازما منذ الأزل و دمج اللوحات الاعلانية الرقمية و المتطورة و المزودة بالطاقات المتجددة مثل الطاقة الشمسية للحفاظ على البيئة , هذا الانتقال في اللوحات الاعلانية يتطلب تعاونا بين الحكومات و الشركات و المجتمعات المحلية و فرض قوانين صارمة للتخلص من هذه الظاهرة , بالإضافة الى الاستثمار في البحث و الابتكار لتطوير حلول تلبي الاحتياجات البيئية و المجتمعية .

الكلمات المفتاحية : المشهد الحضري , التلوث البصري , اللوحات الإعلانية , الرقمية , الطاقات المتجددة.

In a context where preserving the urban landscape has become a priority, eliminating visual pollution is essential. The urban landscape serves as the face of cities, and one of its elements—'advertising billboards'—has now become a threat to the urban facade due to its contribution to visual pollution

Regulating and managing these billboards has long been necessary. Integrating advanced digital billboards powered by renewable energy, such as solar power, can help protect the environment. This shift in advertising signage requires cooperation between governments, companies, and local communities, along with strict laws to eliminate this phenomenon. Additionally, investment in research and innovation is needed to develop solutions that meet both environmental and societal needs.