

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة - 03-



كلية : علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري.

قسم: الاتصال والعلاقات العامة.

دور الاتصال في تحسين صورة السياحة في الجزائر

دراسة حالة لمديرية السياحة لولاية جيجل

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : علاقات عامة

تحت إشراف الأستاذة:

فنور بسمة

من إعداد الطالبتان:

- خيضر فوزية

- لكريوي ريمة

السنة الجامعية : 2014-2015.

دورة جوان

فهرس المحتويات

- دعاء.

- شكر.

- إهداء.

- فهرس الأشكال .

- فهرس الجداول.

مقدمة..... أ

الفصل الأول: الاطار النظري.

1-أسباب اختيار الموضوع.....17

2-أهداف وأهمية الدراسة.....17

3-الاشكالية.....18

4-فرضيات الدراسة.....20

5-تحديد المفاهيم الرئيسية.....21

6-الدراسات السابقة.....29

7- منظور الدراسة.....35

الفصل الثاني: الاتصال في المؤسسة.

تمهيد.

1-أنواع الاتصال في المؤسسة.....40

2-أهداف الاتصال في المؤسسة.....47

- 3- أهمية الاتصال في المؤسسة.....49
- 4- وسائل الاتصال في المؤسسة.....50
- 5- معوقات الاتصال في المؤسسة.....64
- 6- العلاقة بين الاتصال والسياحة.....68
- 7- أهمية الاتصال في المجال السياحي.....69
- 8- وظائف الاتصال في المجال السياحي.....72
- 9- معوقات الاتصال في المجال السياحي.....73
- خلاصة .

الفصل الثالث : الصورة الذهنية وصورة السياحة.

تمهيد.

1- : الصورة الذهنية.

- 1-1 أنواع الصورة الذهنية.....77
- 1-2 خصائص الصورة الذهنية.....78
- 1-3 وظائف الصورة الذهنية.....80
- 1-4 أهمية الصورة الذهنية.....81
- 1-5 عملية تشكيل الصورة الذهنية.....82

2 : صورة السياحة.

- 1-2 مكونات صورة السياحة.....83
- 2-2 عملية تشكيل صورة السياحة.....85

- 3-2 خصائص صورة السياحة.....86
- 4-2 الصورة الذهنية للمؤسسة السياحية.....87
- 5-2 وسائل المؤسسة السياحية.....88
- 6-2 العوامل المؤثرة في تشكيل صورة السياحة.....95

خلاصة.

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للبحث وعرض وتحليل البيانات .

1: مجالات الدراسة:

- 1-1 المجال الزمني103
- 2-1 المجال المكاني.....103

2: الإجراءات المنهجية:

- 1-2 المنهج المتبع.....114
- 2-2 أدوات جمع البيانات.....116
- 3-2 عينة الدراسة.....119

3 : تحليل البيانات:

- 1-3 عرض وتحليل البيانات.....120
- 2-3 النتائج العامة للدراسة.....154
- 3- 3 النتائج العامة على ضوء الفرضيات155

خاتمة وتوصيات.....أ

قائمة المصادر والمراجع.

الملاحق.

الملخص:

ارتكزت دراستنا التي جاءت بعنوان " دور الاتصال في تحسين صورة السياحة في الجزائر " على الأهداف التالية : تقديم رؤية واضحة ودقيقة لطبيعة وواقع الاتصال في مديرية السياحة لولاية جيجل وكذا إبراز أهمية الاتصال ودوره في بناء وتحسين صورة السياحة , ومعرفة الوسائل والأشكال الاتصالية التي تعتمد عليها مديرية السياحة لتحسين صورة السياحة , ثم الوقوف على معوقات الاتصال في المؤسسة السياحية إن وجدت وتأثيرها على صورة السياحة ومحاولة إقتراح الحلول المناسبة لها , واعتمدنا على منهج دراسة الحالة واستخدمنا أدوات جمع البيانات المتمثلة في الملاحظة والمقابلة والاستمارة وكان حجم عينة هذه الدراسة "30" مفردة استهدفت موظفي الادارة واستخلصنا من هذه الدراسة النتائج الآتية: غياب قسم أو خلية الاتصال على مستوى مديرية السياحة لولاية جيجل وكذا عدم إعطاء المؤسسة قيمة لوظيفة الاتصال وإسنادها لموظفين عاديين , وجود علاقة بين مديرية السياحة ووسائل الاعلام , توظف المديرية للاتصال بجمهورها أنواعا مختلفة من الاتصال, لم تستطع وسائل الاتصال التي اعتمدها المديرية في تحسين صورة السياحة بالشكل المطلوب , وأخيرا الاهمال النسبي من طرف المديرية لموضوع صورة السياحة واعتبارها هدفا ثانويا لا يستحق أن يصنف ضمن خانة الأهداف الرئيسية للمديرية .

الاتصال - الصورة الذهنية - السياحة - صورة السياحة

الكلمات المفتاحية:

Résumé:

Notre étude intitulée « le rôle de communication dans l'amélioration de l'image de tourisme en Algérie » a pour objet d'abord de donner une vision claire et précise sur la nature et la réalité de communication au sein de la direction de tourisme à la wilaya de Jijel et de clarifier l'importance de cette dernière et son importance à l'amélioration de l'image de tourisme ainsi de connaître les outils et les formes communicatives que la direction de tourisme dépend sur elles pour améliorer l'image de tourisme , ensuite de citer les obstacles et ses influences , si ils excitent , sur l'image de tourisme, finalement on tente de proposer quelques solutions adéquates.

On a appuie sur la méthode d'étude d'état et on a utilisé les outils de collection de données comme l'observation, l'entrevue et le questionnaire. Le nombre d'échantillon d'étude était limité de 30 membres parmi les fonctionnaires de l'administration.

On a conclu de cette étude les résultats suivants :

L'absence d'une cellule de communication au sein de la direction de tourisme à la wilaya de Jijel, l'ignorance de l'importance de rôle de communication et d'accorder les tâches communicatives à des fonctionnaires ordinaires, l'existence d'une relation entre la direction de tourisme et les médias, la direction, afin de contacter son publique, utilise plusieurs types de communication qui n'atteignent pas son objectif, finalement l'ignorance proportionnelles de l'image de tourisme et de l'estimer comme un objectif secondaire qui ne mérite pas d'être classer dans la colonne des objectifs principaux de la direction.

Mots clés : Communication – l'image mentale – tourisme – l'image de tourisme