

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قسنطينة 3



كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي البصري

قسم الاتصال و العلاقات العامة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر

التخصص: الاتصال و العلاقات العامة

الشعبة: علوم انسانية و اجتماعية

دور الاتصال السياحي في تحسين الصورة الذهنية لمدينة قسنطينة

دراسة ميدانية حول الأنشطة الاتصالية للفاعلين بالقطاع السياحي في إطار التحضير لتظاهرة قسنطينة

عاصمة الثقافة العربية 2015

تحت إشراف:

مقدمة من طرف الطالبتين:

أ/د بن لطرش ليلي

كواشي آمال

سوالمية فايزة

السنة الجامعية 2014/2015م

دورة جوان

الفهرس

2-1	مقدمة.....
	الفصل الأول : موضوع الدراسة و إطارها النظري
4	1.1 / إشكالية الدراسة.....
8-5	1.1.1 / الدراسات السابقة.....
5	• الدراسة الأولى.....
7	• الدراسة الثانية.....
8	• الدراسة الثالثة.....
9	2.1.1 / أهداف الدراسة.....
10	3.1.1 / أهمية الموضوع و أسباب اختياره.....
11	2.1 / الإطار المفاهيمي للدراسة.....
11	3.1 / تحديد المفاهيم.....
11	1.3.1 / الاتصال السياحي.....
12	2.3.1 / الصورة الذهنية.....
13	3.3.1 / المصطلحات ذات العلاقة بالاتصال السياحي.....
13	1.3.3.1 / الترويج السياحي.....
13	2.3.3.1 / التنشيط السياحي.....
13	3.3.3.1 / الإعلام السياحي.....
13	4.3.3.1 / الإشهار السياحي.....
13	5.3.3.1 / العلاقات العامة السياحية.....
13	4.3.1 / المؤسسة الخدماتية.....
14	5.3.1 / الوكالات السياحية.....
14	6.3.1 / الاستراتيجية الاتصالية.....
14	4.1 / الإطار النظري للدراسة.....
14	1.4.1 / نظرية الأنساق العامة.....
	الفصل الثاني: واقع السياحة في مدينة قسنطينة
	المبحث 1: ما هي السياحة:
21	1 / أهمية السياحة و آثارها.....
24	2 / أنواع السياحة.....

27...../3 مقومات السياحة.....

27...../4 مكونات السياحة.....

المبحث 2: السياحة في مدينة قسنطينة:

28...../1 التعريف بمدينة قسنطينة.....

28...../2 المكامن الطبيعية و الحضارية بالمدينة.....

31...../3 المؤهلات السياحية الأثرية و المادية بالمدينة.....

35...../4 التخطيط الاستراتيجي السياحي للتحضير لقسنطينة عاصمة للثقافة العربية 2015.....

الفصل الثالث: الاتصال السياحي و الصورة الذهنية لمدينة قسنطينة

المبحث 1: الاتصال السياحي:

37...../1 العلاقة بين الاتصال و السياحة.....

37...../2 أهمية الاتصال السياحي

38...../3 أهداف الاتصال السياحي.....

39...../4 وسائل الاتصال السياحي.....

42...../5 معوقات الاتصال السياحي.....

المبحث 2: الصورة الذهنية للمدينة

43...../1 أهمية الصورة الذهنية

44...../2 أنواع الصورة الذهنية.....

47...../3 خصائص الصورة الذهنية

49...../4 الصورة الذهنية لمدينة قسنطينة.....

الفصل الرابع: مجال البحث الميداني و إجراءاته المنهجية

51...../1.4 المجال المكاني.....

55...../2.4 المجال الزمني.....

3.4 المجال البشري(عينة

الدراسة).....56.....

60...../4.4 منهج الدراسة

61...../5.4 أدوات جمع البيانات

الفصل الخامس: المعالجة الكيفية للبيانات الميدانية و نتائج الدراسة

67...../1.5 المعالجة الكيفية للبيانات الميدانية تحليل المقابلات

141...../2.5 نتائج الدراسة.....

141..... نتائج عامة.....

143.....	■ على ضوء الأهداف.....
144.....	■ على ضوء التساؤلات.....
147.....	آفاق الدراسة.....
150.....	قائمة المراجع.....
157.....	الملاحق.....

ملخص الدراسة و الكلمات المفتاحية.

ملخص:

تهدف الدراسة إلى معرفة دور الاتصال السياحي في تحسين الصورة الذهنية لمدينة قسنطينة، و طبيعة الأنشطة و الوسائل الاتصالية التي اعتمدها الفاعلين في القطاع السياحي محلياً و لتبليغ الرسالة السياحية و مدى اهتمامهم بالاتصال في فترة تحضير قسنطينة للتظاهرة الثقافية لـ2015، و مدى تنسيق الفاعلين فيما بينهم لتحقيق الهدف و انجاح التظاهرة .

و انطلقت الدراسة من نظرية الأنساق العامة كنموذج إرشادي، و تم اعتماد المنهج التحليلي الوصفي الذي يسمح بتحليل الأنشطة و الوقوف على دور الاتصال السياحي و علاقته بتحسين الصورة الذهنية للمدينة، و فهم كيفية التنسيق بين الفاعلين السياحيين، حيث تندرج ضمن البحوث الكيفية التي تم الاعتماد فيها على المقابلة كأداة بحثية، و توصلت الدراسة إلى نتائج مفادها أن دور الاتصال السياحي يبدأ من الانطباع الايجابي الذي ينقله الفاعلين بالقطاع إلى مختلف الجماهير حول المدينة، و طبيعة الأنشطة الاتصالية التي تعكس ثقافة المنطقة و المعارض و الصالونات المقامة للتعريف بالمنتجات و الموارد السياحية للمدينة عبر مختلف الوسائل من دعائم اتصالية و وسائل الاعلام و المواقع الالكترونية تساعد في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن قسنطينة.

الكلمات المفتاحية:

الاتصال، الاتصال السياحي، الصورة الذهنية، صورة المدن، قسنطينة، الفاعلين السياحيين.

Résumé

L'étude vise à savoir le rôle de la communication touristique dont l'amélioration de l'image mentale de la ville de Constantine, et la nature des activités et des moyens communicationnelle adoptée par les acteurs dans le secteur du tourisme au niveau local .et de notifier le message touristique et leurs intérêts à communiquer dans une période de préparation l'événement culturel de Constantine pour l'année 2015, et sur les acteurs de coordonner les uns avec les autres pour atteindre l'objectif et le succès de la manifestation.

Le lancement de l'étude de la théorie générale des systèmes comme un modèle de guide, et a été adopté sur la méthode d'analyse descriptive qui permet d'analysé des activités et de se tenir debout sur le rôle de communication touristique et sa relation avec l'amélioration de l'image mentale de la ville, et de comprendre comment la coordination entre les acteurs touristique. L'étude s' adapte dans les recherches qualitatifs qui compte sur questionnaire comme un outil de recherche.

Et l'étude à constaté des résultats que le rôle de la communication touristique commence à partir de l'impression positive qui transmis par les acteurs du secteur touristique à différents publics autour de la ville, et de la nature des activités de communication qui reflètent la culture de la région, des foires , salons organisés pour présenter les produits et les ressources touristiques de la ville à travers différents moyens de fondations communicationnelle et médiatiques et des sites web pour aider à la formation d'une image mentale positive pour Constantine.

Mots clés

La Communication ; La Communication Touristique ; l'image mentale ; Image des Ville ; Constantine ; Les Acteurs Touristiques.