

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قسنطينة 3



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم الاتصال و العلاقات العامة
تخصص اتصال و علاقات عامة

الرقم التسلسلي:.....

الرمز:.....

الاتصال السياحي ودوره في الترويج للتراث الثقافي المحلي

دراسة حالة مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة



إشراف:

أ.د. حجاج حسان

إعداد الطالبين:

أويابة خالد

موسى المال عيسى

لجنة المناقشة: الدكتور: ميلود مراد رئيسا

الدكتور: حجاج حسان مشرفا

الأستاذ: بوعناقة سفيان مقررا

السنة الجامعية: 2016/2015

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى	الرقم
	الفصل الأول: موضوع الدراسة وإطارها المنهجي	
أ.ب.ج	مقدمة	
15	إشكالية الدراسة	1
17	أهمية الدراسة	1.1
18	أسباب اختيار الموضوع	2.1
19	أهداف الدراسة	3.1
19	منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات	4.1
22	مجالات الدراسة	5.1
22	المجال المكاني	1.5.1
22	المجال الزمني	2.5.1
23	المجال البشري (عينة الدراسة)	3.5.1
23	مفاهيم الدراسة	6.1
26	الدراسات السابقة والمشابهة	7.1
28	خلاصة الفصل	
	الفصل الثاني: السياحة و الاتصال السياحي	
30	السياحة و الاتصال السياحي	2
30	السياحة و أهميتها	1.2
30	السياحة	1.1.2
31	أهمية السياحة	2.1.2
33	ماهية الاتصال	2.2
33	تعريف الاتصال	1.2.2
33	العلاقة بين الاتصال والسياحة	2.2.2
35	الاتصال السياحي	3.2
35	تعريف الاتصال السياحي	1.3.2
36	أهمية الاتصال السياحي	2.3.2
37	أهداف الاتصال السياحي	3.3.2
38	معوقات الاتصال السياحي	4.3.2
39	خلاصة الفصل	
	الفصل الثالث: الترويج و وسائل الاتصال السياحي	

41	الترويج و وسائل الاتصال السياحي	3
41	الترويج السياحي	1.3
41	تعريف الترويج السياحي	1.1.3
42	مهام القائم بالترويج في المؤسسة السياحية	2.1.3
43	أهمية الترويج السياحي	3.1.3
44	أهداف الترويج السياحي	4.1.3
45	خطوات الترويج السياحي	5.1.3
46	مقومات نجاح عملية الترويج السياحي	6.1.3
47	أنواع الوسائل المستخدمة في الاتصال السياحي	2.3
48	وسائل الاتصال الشخصي	1.2.3
48	وسائل الاتصال الجمعي	2.2.3
52	وسائل الاتصال الجماهيري	3.2.3
55	وسائل الاتصال الوسائطي	4.2.3
58	خلاصة الفصل	
	الفصل الرابع: الإمكانيات والمؤهلات السياحية لولاية غرداية	
60	الإمكانيات والمؤهلات السياحية لولاية غرداية	4
60	ولاية غرداية	1.4
60	الموقع الجغرافي للولاية	1.1.4
61	التقسيم الإداري للولاية	2.1.4
62	الهيكل السياحية والثقافية للولاية	3.1.4
64	التراث الثقافي المادي الذي تشتهر به ولاية غرداية	2.4
64	المواقع والمعالم الأثرية	1.2.4
67	المعالم الدينية	2.2.4
68	المواقع والموارد الطبيعية	3.2.4
69	الصناعات التقليدية	4.2.4
72	التراث الثقافي اللامادي الذي تشتهر به ولاية غرداية	3.4
72	العادات والتقاليد	1.3.4
75	أعياد المنطقة	2.3.4
77	خلاصة الفصل	
	الفصل الخامس: عرض وتحليل بيانات الدراسة	
79	عرض وتحليل بيانات الدراسة	5

79	بطاقة فنية عن مديرية السياحة	1.5
80	الهيكل الإداري والتنظيمي لمديرية السياحة	1.1.5
82	تحليل بيانات الاستثمار والمقابلة	2.5
100	خلاصة الفصل	
101	النتائج في ضوء الفرضيات	3.5
103	النتائج العامة للدراسة	4.5
104	آفاق الدراسة	5.5
106	خاتمة	
107	المراجع	
111	الملخصات	
113	الملاحق	

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	مخطط يوضح وسائل الاتصال المستعملة في الترويج السياحي	47
02	الموقع الجغرافي لولاية غرداية	60
03	التقسيم الإداري لولاية غرداية	61
04	مخطط للهيكل الإداري لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية	81

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	بيانات شخصية خاصة بالمبحوثين	82
02	يوضح سن المبحوثين	82
03	يبين المستوى الدراسي للمبحوثين	83
04	يبين وظيفة المبحوثين	83
05	يبين خبرة المبحوثين	84
06	يبين مدى استعمال الاتصال السياحي في المديرية	84
07	حول وجود هيئة أو مكلف بالاتصال في المديرية	85
08	ين مدى تخصص المكلف بالاتصال في علوم الاعلام والاتصال	85
09	يبين نوع الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها المكلف بالاتصال في المديرية	85

ملخص الدراسة

باللغة العربية

يعتبر الاتصال السياحي من بين الميادين الاتصالية الأكثر استعمالاً في الوقت الراهن، ويرجع هذا إلى طبيعة الوسائل الاتصالية التي تستعمل فيه، كالمعارض والاحتفالات والإذاعة والتلفزيون وكذا الوسائل التكنولوجية التي وجب استعمالها أكثر من أي وقت مضى كالانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، فمن خلال موضوع دراستنا حاولنا معرفة الدور الذي يؤديه الاتصال السياحي في سبيل الترويج للتراث الثقافي المحلي، وما مدى إسهامات مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية في التعريف بالتراث الثقافي والحضاري وتحسين صورة الولاية لدى السياح المحليين والأجانب، تمحورت إشكالية الدراسة حول مدى إسهامات الاتصال السياحي في الترويج للتراث الثقافي المحلي لولاية غرداية، في حين اعتمدنا على المنهج الوصفي الأقرب لوصف موضوع الاتصال السياحي، واستعملنا في ذلك أدوات لجمع البيانات كالمقابلة والاستمارة والملاحظة وتحليل وثائق و إحصائيات مديرية السياحة، وفي الأخير وبعد تحليلنا لنتائج الدراسة الميدانية توصلنا إلى ضرورة توظيف الاتصال السياحي في المؤسسات السياحية الجزائرية في عملية الترويج للمقاصد السياحية وما تزرخ بها من تراث ثقافي مادي ولا مادي، وكذا تفعيل الأدوات الاتصالية و تبني خطط واستراتيجيات فعالة في ميدان الاتصال السياحي لجلب أكبر عدد ممكن من السياح وبالتالي ضمان خلق ثروة خارج نطاق المحروقات.

الكلمات المفتاحية: الاتصال السياحي، الترويج، التراث الثقافي المحلي.

Summary:

Nowadays, touristic communication is considered to be one of the most frequently used fields of communication. This is due to the nature of the means of communication that are used in it such as: exhibitions, festivals, radio stations, television, and technological devices. Moreover, these technological devices like the internet or social networking websites should be used more than ever. So, from this investigation we tried to find out the role of touristic communication in promoting the local cultural heritage, as well as, investigating the contributions of the administration of tourism and cultural industry of Ghardaia in defining and promoting the civilized image of the local cultural heritage in the eyes of both locals and foreigners. The problem of this study was mostly centered on how touristic communication contributes in promoting the local cultural heritage in the state of Ghardaia. Meanwhile, we used a descriptive method so that we can describe what is called touristic communication. We also used different tools of research to gather data like the interview, the questionnaire, remarks and the analysis of documents and statistical data obtained from the administration of tourism. Finally, after analysing the field work results we reached to the conclusion that shows the necessity of employing touristic communication in the Algerian touristic institutions in order to promote tourism and all the tangible and the non-tangible cultural heritage that abounds in it. Furthermore, we urge to the necessity of activating the communicative tools and adopting strategic effective plans in the field of touristic communication in order to attract as much tourists as possible so that we create an independent wealth from petrol's incomes.

Key Words: touristic communication, promoting, the local cultural heritage.