

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03



كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري

القسم:.....

الرقم التسلسلي:.....

الرمز:.....

مذكرة ماستر

التخصص: علاقات عامة

الشعبة: اعلام واتصال

دور الميديا الجديدة في تحسين الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية في الجزائر

دراسة ميدانية على عينة من السياح

اشراف:

اعداد:

د/ رفيق بوزانة

خديجة خشة

أستاذ محاضر (أ)

مهى نور الايمان فريخ

ونام بلميلي

السنة الجامعية 2021/2020

- شكر وتقدير.
- فهرس المحتويات..... 03
- فهرس الجداول والاشكال البيانية..... 04
- مقدمة..... 10

الفصل الاول: موضوع الدراسة واجراءاتها المنهجية.

المبحث الاول: موضوع الدراسة.

1. اشكالية الدراسة وتساولاتها..... 14
2. اسباب اختيار الموضوع..... 16
3. أهمية الدراسة..... 16
4. أهداف الدراسة..... 16
5. ضبط مفاهيم الدراسة..... 18
6. الدراسات السابقة..... 24

المبحث الثاني: الاجراءات المنهجية للبحث.

1. مجال الدراسة..... 28
2. منهج الدراسة..... 30
3. مجتمع البحث..... 32
4. عينة الدراسة..... 32
5. اداة جمع البيانات..... 33

## الفصل الثاني : السياحة والسياحة الداخلية في الجزائر.

### المبحث الاول: السياحة عامة.

- 1- مفهوم السياحة.....36
- 2- مراحل تطور السياحة.....38
- 3- أهمية السياحة.....42
- 4- خصائص السياحة.....45
- 5- انواع السياحة.....46

### المبحث الثاني: السياحة الداخلية في الجزائر.

- 1- مفهوم السياحة الداخلية.....51
- 2- اهمية السياحة الداخلية.....52
- 3- مقومات السياحة في الجزائر.....52
- 4- المشاكل والمعوقات التي تواجه السياحة الداخلية الجزائرية.....57
- 5- الحلول المقترحة للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر.....59

## الفصل الثالث: الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية والميديا الجديدة.

### المبحث الاول: الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية.

1. مفهوم الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية.....62
2. اهمية الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية.....63
3. خصائص ومميزات الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية.....64
4. فوائد الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية.....66
5. مكونات الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية.....67
6. مراحل تشكل الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية.....67
7. عناصر الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية.....71

8. ادارة الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية.....74
9. تقييم الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية.....83

المبحث الثاني: الميديا الجديدة.

1. مواقع التواصل الاجتماعي.....85
2. مواقع بث الفيديو.....91
3. المدونات الالكترونية.....95
4. المواقع الاخبارية التساهمية.....97
5. مواقع التحرير الجماعي.....97

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية:

- عرض وتحليل نتائج الدراسة.....99
- الاستنتاجات العامة ونتائج الدراسة.....132
- افاق الدراسة.....133
- قائمة المراجع.....134
- الملاحق.....140

الملخص.

## ملخص الدراسة:

ارتكزت دراستنا التي جاءت بعنوان دور الميديا الجديدة في تحسين صورته الوجهة السياحية الداخلية على الاهداف التالية: معرفة مدى تأثير الميديا الجديدة على حجم وطبيعة ومصدر المعلومات و قياس صورته الوجهة السياحية الداخلية من خلال تأثير الميديا الجديدة على اتجاه السياح اخيرا تسليط الضوء على السياحة الداخلية و ابراز الدور المهم للميديا الجديدة في خلق وتكوين وتحسين الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية واعتمدنا على المنهج الوصفي وقد استخدمنا ادوات جمع البيانات المتمثلة في استمارة استبيان الكترونيه بحيث استعملنا club مقياس ليكرت لقياس الصورة المتشكلة و كان حجم العينة 100 مفردة استهدفت مجموعه من السياح المتعاملين مع صفحة Constantine story photos بالإضافة الى مجموعه اخرى من السياح خارج هذه الصفحة تم اختيارهم بشكل عشوائي واستخلصنا من Constantine story photos هذه الدراسة عدة نتائج اهمها ان الميديا الجديدة لها دور كبير في التأثير على صورة الوجهة السياحية الداخلية من خلال المعلومات التي توفرها للجماهير ومن خلالها تعمل على خلق وتشكيل انطباعات مختلفة حول الوجهة السياحية الداخلية وذلك حسب طبيعة هذه المعلومات وهذه الانطباعات تحدد اتجاه سلوك السائح نحو الوجهة السياحية.

الكلمات المفتاحية: الميديا الجديدة، الصورة الذهنية للوجهة السياحية الداخلية، السياحة.

### Abstract:

Our study, entitled The Role of New Media in Improving the Image of the Internal Tourist Destination, was based on the following objectives: Knowing the extent of the impact of the new media on the size, nature and source of information and measuring the image of the internal tourist destination through the impact of the new media on the direction of tourists, Finally, shedding light on internal tourism and highlighting the important role of the new media in creating, forming and improving the mental image of the internal tourist destination.

We relied on the descriptive method. We used the data collection tools represented in an electronic questionnaire form. We used the Likert scale to measure the formed image. The sample size was 100 individuals, targeting a group of Tourists dealing with the page Club Constantine story photos as well as other groups of tourists outside this page were randomly picked and we come up from this research a lot of results the most important of them is that the new media has a major role in influencing the image of the internal tourist destination through the information it provides to the masses and through which it works to create and form different impressions about the internal tourist destination, depending on the nature of this information and these impressions determine the direction of the tourist's behavior towards the tourist destination

**Keywords:** new media, mental image of the internal tourist destination, tourism.