

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3\_



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم: الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي: /.....

الرمز: /.....

مذكرة ماستر

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

صورة السياحة الصحراوية في الجزائر من خلال الموقع  
الالكتروني تريب ادفايزر

دراسة تحليلية لموقع تريب ادفايزر حول السياحة الصحراوية في  
الجزائر

اشراف الأستاذ:

د.محمد فوزي كنانة

من اعداد الطالبتين :

قروف رميساء  
ايهوال شهيناز

السنة الجامعية 2021 /2020

دورة جوان 2021

## الفهرس

الصفحة	المحتويات
	كلمة شكر
	الاهداء
	ملخص الدراسة
-	فهرس المحتويات
-	فهرس الجداول
-	فهرس الأشكال
ا	مقدمة
<b>الفصل الأول: الاطار المنهجي</b>	
3	1_ المشكلة
4	2_ تساؤلات الفرعية
4	3_ أسباب اختيار الموضوع
4	4_ اهداف الدراسة
4	5_ أهمية الدراسة
5	6_ حدود الدراسة
5	7_ منهج الدراسة
6	8_ أداة الدراسة
8	9_ مجتمع الدراسة
9	10_ دراسات السابقة
13	11_ تحديد المفاهيم
<b>الاطار النظري</b>	
<b>الفصل الثاني: الصورة الذهنية و الترويج السياحي</b>	
17	تمهيد
18	<b>1: الصورة الذهنية</b>
18	1_ مفهوم الصورة الذهنية
19	2_ أهمية الصورة الذهنية

19	3_أنواع الصورة الذهنية
20	4_ابعاد و مكونات الصورة الذهنية
<b>2:الترويج السياحي</b>	
23	1_مفهوم الترويج السياحي
23	2_أهمية و اهداف الترويج السياحي
25	3_دور الترويج السياحي
26	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثالث : السياحة الصحراوية في الجزائر</b>	
28	<b>تمهيد</b>
29	1_ مفهوم السياحة الصحراوية
30	2_ مقومات السياحة الصحراوية في الجزائر
32	3_ اشكال السياحة الصحراوية
34	4_ أهمية السياحة الصحراوية
35	5_ متطلبات تنشيط السياحة الصحراوية
37	6_ مناطق الجذب السياحي في الصحراء الجزائرية
40	خلاصة الفصل
<b>الفصل الرابع : المواقع الالكترونية</b>	
42	<b>تمهيد</b>
43	1_ مفهوم المواقع الالكترونية
43	2_ أهمية المواقع الالكترونية
45	3_ خصائص المواقع الالكترونية
46	4_ مكونات المواقع الالكترونية
47	5_ أنواع المواقع الالكترونية
49	6_ اهم المواقع الالكترونية السياحية
52	خلاصة الفصل
<b>الفصل الخامس:الاطار التطبيقي</b>	
54	1_ نبذة عن موقع تريب ادفايزر
56	2_ تحديد فئات و وحدات التحليل
57	3_ عرض الجداول و تحليلها

73	4_ نتائج الدراسة
76	خاتمة
79	قائمة المصادر و المراجع
87	الملاحق

## ❖ ملخص الدراسة:

حاولنا من خلال هذا البحث المنجز التعرف على الصورة الحقيقية للصحراء من خلال الموقع الإلكتروني السياحي " ترايب آدفيزور"، الى جانب التعرف على الصورة الذهنية المشككة في أذهان السياح كون السياحة الصحراوية من أهم أنواع السياحة الطبيعية في الجزائر التي تستحق الزيارة عن جدارة بفضل مناطقها الساحرة، وأيضاً كونها تتمتع بتراث وتاريخ وثقافة قلما وجدت في منطقة أخرى، وذلك من خلال معرفة آراء ووجهات نظر السياح والمسافرين عن طريق تعليقاتهم في الموقع وتحليلها ومعرفة الصورة المشككة لديهم بالإضافة الى الاعتماد على الترويج السياحي الذي يسعى الى التعريف بالأماكن والمقومات السياحية.

وركزنا على الدور المهم والفعال التي تلعبه المواقع الإلكترونية في تنشيط السياحة وذلك عن طريق الترويج والتعريف بالمناطق السياحية وأهم مراكز الجذب فيها ، كما نتيج لهذه المواقع كل المعلومات والمعطيات التي يحتاجها عن المنطقة المتجه إليها، وهذا ما سوف نقدمه في هذا البحث من خلال تحليل موقع " ترايب آدفيزور"، ومعرفة الصورة الذهنية المشككة للسياحة في الصحراء عن طريق تحليل آرائهم واتجاهاتهم.

❖ **الكلمات المفتاحية:** السياحة، الصورة الذهنية، الترويج السياحي، المواقع الإلكترونية.

## ❖ Résumé:

Grâce à cette recherche terminée, nous avons essayé d'identifier la véritable image du désert à travers le site web touristique « tripe advizor », en plus d'identifier l'image mentale problématique dans l'esprit des touristes, puisque le tourisme du désert est l'un des types de tourisme naturel les plus importants dans l'Algérie, qui mérite une visite bien méritée grâce à ses régions charmantes et aussi parce qu'elle possède un patrimoine histoire et culture rarement retrouvés dans une autre région, en connaissant les avis et points de vue des touristes et voyageurs à travers leurs commentaires sur le site, Analysant eux, et connaissant le problème qu'ils ont, en plus de s'appuyer sur la promotion du tourisme, qui cherche à présenter des lieux et des composants touristiques, et nous sommes concentrés sur le rôle important et efficace que jouent les sites web dans l'activation des sites web, et les centres d'attraction les plus importants qui s'y trouvent . Ces sites lui fournissent également toutes les informations et données dont il a besoin sur la région vers laquelle il se dirige. Et c'est ce que nous allons présenter dans cette recherche en analysant le site « tripe advisor » et en connaissant l'image mentale problématique du tourisme dans le déserts en analysant leurs opinions et tendances.

❖ **mots clés:** tourisme, image mental, promotion du tourisme, sites internet.