

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قسنطينة 03 صلح بوينيدر



كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري

القسم: قسم السمعى البصرى

الرقم التسلسلى:

الرمز:

مذكرة لنيل شهادة الماستر

التخصص: سمعي

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

بصري

دور موقع التواصل الاجتماعى فيسبوك فى الترويج للسياحة الداخلىة
دراسة ميدانية على عينة من طلبة السمعى البصرى بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعى
البصرى جامعة قسنطينة 03

اشراف الاستاذة:

• د. كىحل فنتىة

إعداد الطالبة:

• برحائل منال

السنة الجامعية 2022 / 2023

دورة جوان

اللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة الداخلية في الجزائر وتعزيز الوعي السياحي لدى طلبة كلية علوم الاعلام والاتصال بقسنطينة 03، ومن أجل تحقيق ذلك اعتمدنا في دراستنا على أحد المواقع التي تعتبر منتشرة بشكل كبير في الجزائر وخاصة بين أوساط الشباب والطلبة ألا وهو الفيس بوك، أين تمت الدراسة الميدانية على طلبة كلية الاعلام والاتصال أصحاب تخصص السمي البصري ووظفنا لذلك المنهج الوصفي وأداة بحث لجمع البيانات تمثلت في الاستبيان المباشر والالكتروني، اين قمنا بمسح شامل على جميع طلبة التخصص سنة أولى وثانية ماستر وقدرت العينة ب80 مفردة وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الفيس بوك يعتبر من المواقع الفعالة التي تساهم بصورة مباشرة في الترويج للسياحة الداخلية لدى الطلبة جامعيين و زيادة الوعي السياحي لديهم من خلال استهداف فئات معينة من المجتمع وفقا لاهتماماتهم و تحقيق احتياجاتهم النفعية والثقافية.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الترويج السياحي، السياحة الداخلية، الوعي السياحي.

اللغة الإنجليزية:

This study aims to identify the role of social networking sites in promoting domestic tourism in Algeria and enhancing tourism awareness among students of the Faculty of Information and Communication Sciences in Constantine 03, and in order to achieve this, we relied in our study on one of the sites that is widely spread in Algeria, especially among youth and students. Which is Facebook, where did the field study take place on the students of the College of Media and Communication who specialize in audiovisual, and we employed for that the descriptive approach and a research tool to collect data represented in the direct and electronic questionnaire, where we did a comprehensive survey on all students of the specialization in the first and second years of the master's degree, and the sample was estimated at 80 items. The results of the study showed that Facebook is considered one of the effective sites that directly contribute to the promotion of domestic tourism among university students and increase their tourism awareness by targeting specific groups of society according to their interests and fulfilling their utilitarian and cultural needs.

Keywords: social networking sites, tourism promotion, domestic tourism, awareness Tourist.

فهرس المحتويات	
	فهرس الجداول
	المقدمة
	إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي
5	تحديد المشكلة
6	أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع
7	أهداف الدراسة
7	تحديد المفاهيم
9	الدراسات السابقة
13	منظور الدراسة
17	الإجراءات المنهجية للدراسة
18	منهج الدراسة
18	عينة ومجتمع البحث
18	أدوات جمع البيانات
20	مواقع التواصل الاجتماعي والترويج السياحي
21	I مواقع التواصل الاجتماعي
21	1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
21	2. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
22	3. مفهوم الفيس بوك
22	4. استخدامات الفيس بوك
23	5. خصائص الفيس بوك
25	II السياحة والسياحة الداخلية
26	1. مفهوم السياحة
27	2. مقومات السياحة
28	3. أنواع السياحة
30	4. السياحة الداخلية
31	5. أهمية السياحة الداخلية
32	6. علاقة السياحة الداخلية بالمجالات الأخرى
34	III الترويج السياحي
35	1. مفهوم الترويج
35	2. وسائل الترويج السياحي

39	3. استراتيجيات الترويج السياحي
39	3.1 استراتيجيات الاتصال في الترويج السياحي
40	3.2 استراتيجيات الترويج من خلال دورة حياة الخدمة السياحية
41	الدراسة الميدانية
42	عرض وتفسير البيانات
73	النتائج العامة
	نتائج على ضوء التساؤلات الفرعية
	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق
	ملخص الدراسة