



جامعة الجيلالي وبنعامة خميس مليانة
مدير الأمن القومي الجزائري "الرهانات والتحديات"



شهادة مشاركة

يتشرف السيد قرائحة جمال مدير مدير الأمن القومي الجزائري، الرهانات والتحديات بمنع هذه
الشهادة للسيد(ة) : رحمني فاتح النور نظير مشاركته في فعاليات الملتقى الوطني الأول
الموسوم بـ: "تحليل السياسة السياحية في الجزائر رهانات وتحديات" والمنظمه يوم 03 مارس
2020 بمداخلة عنوان: دور الفيسبروك في التعريف بمقومات الساحة الجزائرية.



مدير المخبر
د. شاكاچة جمال



مديرية
المخبر

رئيس الملتقى

الدكتور شاكاچة عبد الكريز

دور الفايسبوك في التعريف بمقومات السياحة الجزائرية

ملخص الدراسة:

للسياحة مزايا اقتصادية واجتماعية كبيرة، حيث أن العديد من الدول السياحية سعت إلى النهوض بهذا القطاع المهم وذلك من خلال إبراز إمكانياتها السياحية التي تتتوفر عليها والتي قد تجعل منها وجهة سياحية مميزة، وهذا ما دفع بها إلى اعتماد عدة وسائل لغرض التعريف بمقوماتها السياحية، ونظراً للتطور التكنولوجي الحاصل وتعدد استخدامات موقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، وموقع الفايسبوك بشكل خاص لجأت العديد من الدول والمؤسسات السياحية إلى الاعتماد على هذه المواقع للتعرف بما تملكه من مؤهلات سياحية وهنا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على الجزائر باعتبارها تمتلك مقومات سياحية هائلة وهي بحاجة إلى استخدام وتوظيف مثل هذه التكنولوجيات المتقدمة للتعرف بمقوماتها السياحية، ومحاولة معرفة مساهمة شبكة الفايسبوك في هذا الإطار أيضاً في التعريف بالمقومات السياحية في الجزائر.

مقدمة:

يشهد عالماً المعاصر تحولات كبيرة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث شهدنا مؤخراً ولادة ما يُعرف بشبكات التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة تعتبر الأكثر انتشاراً على شبكة الانترنت لما تملكه من خصائص تميزها عن الواقع الالكتروني الآخر، حيث أتاحت فرص لتبادل الصور ومقاطع الفيديو ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتنقلين، حيث مهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات.

وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ومن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي شبكة الفايسبوك حيث تقوم هذه الشبكة بدور كبير في إمداد الأشخاص ومستخدميه بالكثير من المعلومات والاتجاهات والأحداث ، إذ تتميز بعدها مميزات منها التشاركية والتفاعلية والفورية وغيرها من المميزات، فقد عرفت هذه الشبكة استخداماً واسعاً من طرف مختلف فئات المجتمع من الشباب والمتقين ومن الشخصيات ورجال الأعمال وكذلك من طرف المؤسسات الاقتصادية التجارية وذلك لغرض عرض منتجاتها والتعريف بها وكذلك الحال بالنسبة للمؤسسات السياحية.

فقد أصبحت السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحالي لما تتمتع به من أهمية في جوانب عديدة منها الجوانب الاقتصادية ، فالسياحة لها القدرة على خلق مناصب عمل كثيرة وتساهم في تدفق رؤوس الأموال وجلب العملة الصعبة من خلال نفقات السياح الأجانب المتوفدين إلى البلد السياحي، ومن الناحية الثقافية والاجتماعية نجد السياحة مطلب اجتماعي ونفسي هام من أجل استعادة الإنسان نشاطه وعودته للعمل من جديد بعد فترات العمل الطويلة وذلك بالترويج على النفس وتغيير الأجزاء ، كما تعتبر السياحة أداة للاتصال الفكري والتبادل الثقافي وتبادل العادات والتقاليد بين مختلف الشعوب.

التساؤل الرئيسي:

- ما هو الدور الذي يمكن أن يلعبه الفايسبوك في تعريف الطلبة الجامعيين بمقومات السياحة في الجزائر؟

الأسئلة الفرعية:

- ما المقصود بشبكة الفايسبوك؟
- فيما تمثل المقومات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر؟
- كيف يساهم الفايسبوك في التعريف بمقومات السياحة في الجزائر؟

أهمية الدراسة:

تستقي الدراسة أهميتها من أهمية الظاهرة المدرسة فالسياحة كظاهرة وكتشاط عرفت العديد من التطورات حيث أصبحت اليوم أكبر صناعة في العالم، فهي تحتلاليوم مكانة هامة في جميع المجالات خاصة المجال الاقتصادي فهي من المجالات المتقدمة بحيث تظهر كأول بديل عن المحروقات بالإضافة إلى ما تحققه السياحة من مزايا وأثار إيجابية على مختلف الأصعدة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، ومن ثم ضرورة تفعيل هذا القطاع المهم وذلك عن طريق التعريف بمقومات السياحة المتاحة وتوجيهه الكبير من المؤسسات السياحية والفندقية نحو استعمال تقنيات جديدة للتعريف بمنتوجاتها، ومن بين هذه التقنيات استخدام موقع التواصل الاجتماعي خاصه الفايسبوك لما توفره من إمكانيات في التعريف بالمنتج السياحي.

أهداف الدراسة:

جاءت هذه الدراسة من أجل تحقيق جملة من الأهداف المهمة وهي :

- التعرف على ماهية الفايسبوك.
- التعرف على أهم الأشباعات التي يحققها الفايسبوك للطلبة الجزائريين.
- التعرف على أهم المقومات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر.
- معرفة كيف يساهم الفايسبوك في تعريف الطلبة الجامعيين بمقومات السياحة الجزائرية.

مفاهيم الدراسة:

الفايسبوك:

هو موقع من موقع التواصل الاجتماعي، يتيح عبره للأشخاص العاديين والشركات أن تبرز نفسها وأن تعزز مكانتها عبر أدوات المواقع للتواصل مع آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع موقع تواصل آخر وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.¹ هو أيضا أكبر موقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار ونقطة القوة الأساسية في الفايسبوك هي التطبيقات التي أتاحت الشبكة للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة تطبيقاتها المختلفة.²

السياحة:

لغة: تعني التجوال، وعبارة ساح في الأرض تعني ذهب وسار على وجه الأرض.³ وقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في قوله تعالى: "براءة من الله ورسوله إلى الذين عهدهم من المشركين فسيروا في الأرض

أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين" الآية ١ ، ٢ سورة التوبه . ومعناها سيروا أيها المشركون سير السائرين أمين مدة أربعة أشهر لا يعترضكم خلالها أحد، إضافة إلى أن من فرائض الإسلام الحج إلى بيت الله ، وهذا ما يعتبر في عالم اليوم من السياحة الدينية.⁴ اصطلاحا: عرفها جوبيرويلر بأنها ظاهرة من الظواهر المعاصرة تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغير الهواء، والى مولد الإحساس والشعور بالبهجة والسعادة، والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا نمو الاتصالات وخاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة سواء كانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمرة تقدم وسائل النقل.⁵ وعرفت المنظمة العالمية للسياحة أنها انتقل الأفراد من مكان لآخر لأهداف مختلفة ولفترات زمنية تزيد عن 24 ساعة وتقل عن سنة، مع توفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط.⁶ وتعرفها الأكاديمية الدولية للسياحة (AIT) بأنها لفظ يعبر عن أسفار المتعة ، وهي مجموعة من الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار.⁷ فالسياحة تعني انتقال الأشخاص من مكان إقامتهم إلى مكان آخر سواء داخل حدود الدولة او خارجها إلى دول أخرى لأغراض متعددة، قد تكون بهدف الترويح على النفس أو تمضية الإجازة أو لأغراض علاجية أو دينية أو استكشافية أو لأغراض أخرى عديدة.

المقومات السياحية:

هي عبارة عن عوامل جذب طبيعية (ظروف مناخية، تضاريس جغرافية، عوامل بيئية) وعوامل جذب تاريخية وحضارية دينية وثقافية، بالإضافة إلى بنى أساسية عامة مثل الطرقات والمطارات والفنادق والقرى السياحية، وخدمات متقدمة كالمطاعم وأماكن الترفيه ووسائل التنقل والاتصالات وغيرها، فالمقومات السياحية هي مجموعة من العناصر التي تتواجد في الدولة فتكون بمثابة مصادر جذب سياحية هامة .⁸ ومنه فان المقومات السياحية تعني مجموعة الإمكانيات الطبيعية والاصطناعية والحضارية والتاريخية، إضافة إلى الخدمات المتنوعة كالنقل والاتصالات وتوفير الأمان التي تتتوفر عليها الدولة مما يجعل منها وجهة ومقصد سياحي مهم.

أولاً: أساسيات حول الفايسبوك:

01/ نشأة الفايسبوك:

ترجع فكرة نشأة الفايسبوك لصاحبها مارك زوكيربيرج حيث أخذ على عاته تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملائه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية)، ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ولم يعتمد في تصميمه على أن يكون موقع تجاري يجذب إعلانات أو موقع يهتم بنشر الأخبار، وفي عام 2004 أطلق مارك الفايسبوك وكان في البداية عبارة عن شبكة تواصل اجتماعية بين الأصدقاء في جامعة هارفارد حيث اكتسب شعبية كبيرة بينهم.⁹

انطلق موقع الفايسبوك كإنتاج غير متوقع من موقع فيس ماش Face Match التابع لجامعة هارفارد وهو موقع من نوع Hot or Not يعتمد على نشر صور بمجموعة من الأشخاص تم اختيار رؤاد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد قام مارك زوكيربيرج بابتكار الفايسبوك ماش في 28 أكتوبر 2003 عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية آنذاك. ووفقا لما نشرته جريدة هارفارد كريمسون فإن موقع فيس ماش استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاح على الانترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض، ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية

، ولكي يتمكن مارك من تأسيس الموقع فانه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد باتخاذ إجراء مضاد لذلك الانتهاك الذي ربما يرجع لأسباب قانونية دون إدراك القيمة الحقيقة لذلك الذي ربما يحدث للكثير من الكليات الأخرى ورد ذلك في مدونته الشخصية ، يستطرد مارك قائلا ، ولكن هناك أمر واحد مؤكّد هو إنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع ، على كل حال أناي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر ...، وسرعان ما تم توجيهه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي ، ولكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة الجامعة مع اتهام مارك بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد ، مما يعرضه للطرد من الجامعة ، ولكن فيما بعد تم إسقاط جميع هذه التهم الموجهة إليه. في شهر مارس 2004 فتح الفايسبوك أبوابه أمام طلبة ستانفورد وكولومبيا حتى أصبح متاحاً للكثير من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية ، وفي شهر جوان 2004 تم نقل الفايسبوك إلى مدينة بالو آلتون في كاليفورنيا وبعدها في 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر 13 سنة ، والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني ، وفي عام 2008 أعلن القائمون على إدارة الفايسبوك عن اتخاذ مدينة دبلن عاصمة إيرلندا مقراً دولياً له ليقدم هذا الموقع خدماته للمستخدمين مجاناً.¹⁰ أما التسمية Facebook فمرعاً ينسب إلى الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين وفيه أسماء وصور زملائهم القادمي ومعلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجدون بالاغتراب ، وموقع الفايسبوك هو موقع يعمل على تكوين صداقات ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو.¹¹

02/ مميزات الفايسبوك:

- **الملف الشخصي Profile:** عند الاشتراك في الموقع على المستخدم أن ينشأ ملف شخصي يحتوي على معلوماته الشخصية، صوره يساعد في التواصل مع الآخرين.
- **إضافة صديق Addfriends:** من خلالها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفايسبوك.
- **إنشاء مجموعة Groups:** تمكن المستخدم من إنشاء من الكترونياً يجتمع حول قضية سياسية أو اجتماعية ، ويستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصرياً (العائلة أو الأصدقاء) أو عام يشترك بها من هو مهم بموضوعها.
- **لوحة الحائط Wall:** هي عبارة عن مساحة مخصصة لصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- **الصور Photos:** هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.
- **التغذية الاخبارية News Feed:** التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمثيل بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتبطة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.¹²
- **الأحداث المهمة Events:** وتتيح للمشتركون امكانية الإعلان عن حدث جار حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء المشتركون في الشبكة به.
- **الفيديو Vidéo:** وتتوفر للمشترك امكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى تسجيل لقطات الفيديو مباشرةً وارسالها كرسائل مرئية (صوت وصورة).
- **الإعلان Marketplace:** وتمكن المشترك من الإعلان عن أي منتج يريد الإعلان عنه ، أو البحث عن أي منتج يرغب في شرائه.

- **النکز Poke:** هو عملية تتبیه الأصدقاء على الفايسبوك لجذب انتباهم وکأن المستخدم يقول لهم مرحبا.
- **الإشعارات Notifications:** تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بأخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقا.¹³

03/ ايجابيات وسلبيات الفايسبوك:

- **ايجابيات الفايسبوك:** يؤدي هذا الموقع خدمات لمستخدميه ، تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتحقق رغباتهم وتواصلهم مع أصدقائهم ومحيط عملهم ومن بين هذه الخدمات ما يلي:
 - اتاحة الفرص لاقامة صداقات والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع وذلك من خلال اتاحة الفرصة لإضافة الأصدقاء للتواصل معهم بعدأخذ موافقتهم وكذلك ارشاد صديقين الى بعضهما على هذا الموقع ، واقتراح أصدقاء جدد، واتاحة الفرصة لمشاهدة الأصدقاء وامكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات.
 - خدمة الشركات ورجال الأعمال في الاعلان عن الوظائف واختيار الموظفين.
 - يتيح فرصة تحميل ألbumات الصور بشكل أكبر وأسهل مما تتيحه المواقع حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفايسبوك.
 - متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات كالشخصيات السياسية والدينية حيث أصبح لهؤلاء حسابات على الفايسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم وأفكارهم وخواطرهم ووجهات نظرهم.
 - امكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل وابلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقى على اتصال مستمر عبر هذا الموقع الافتراضي .
 - اتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء اذا كنت لا ترغب بالاستمرار في صداقته.
 - امكانية التعرف على أصدقاء من مختلف أنحاء العالم وموقع متخصصة في مواضع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.¹⁴
- **سلبيات الفايسبوك:** ظهرت العديد من السلبيات والآثار السيئة الاستخدام الفايسبوك مع مرور الوقت واتساع نطاق استخدامه ومن أهم تلك الآثار السلبية ما يلي :
 - اضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية، حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتت الأسر بالانعزال والطلاق وغيرها، فقد كشف استطلاع للرأي أجراه الموقع الانجليزي " ديفورس أون لاين " في هذا الشأن أن نسبة كبيرة من حالات الطلاق التي وقعت في بريطانيا سنة 2011 كانت بسبب مواصل التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك.
 - انتهاك خصوصية المشتركين حيث ان المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبذ الشخصية او الصور او مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية ، بمجرد نشرها حتى لو اخذ المشترك كل الاجراءات الازمة للأمان الحقيقي هو عدم ما لا يرغبه من الجميع الاطلاع عليه.
 - استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية، حيث يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفايسبوك لخدمة أغراضها وتتنفيذ أهدافها، وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل منهم علماً لجهات معادية دون وعي واطلاع، وقد نشرت مجلة "لوماغزينويرايل" ملفاً واسعاً عن موقع الفايسبوك أكدت فيه أنه موقع استخباراتي صهيوني مهمته تجنيد العملاء والجواسيس للمخابرات الاسرائيلية، وقد أكد مفوض الاتحاد السويسري لحماية البيانات الخاصة "هارتريبيتر" أن موقع الفايسبوك بات مصدر للمعلومات تلجأ اليه أجهزة المخابرات كما تستخدمها الشركات للتجسس.¹⁵

04/ الفايسبوك في الجزائر:

تأتي الجزائر بعد مصر التي تتصدر القائمة بأربعة ملايين مشترك لتحتل الجزائر المرتبة الرابعة بما يقارب ثلاثة ملايين مستخدم ثم تونس والإمارات بأكثر من مليوني مستخدم.¹⁶ وقد أشارت احصائيات موقع الفايسبوك في الجزائر والتي قام بها موقع Social Bacher.com سنة 2012 أن عدد المستخدمين في الجزائر لهذا الموقع قد بلغ 08.20 % مقارنة بـ عدد السكان في الجزائر وبـ 60.32 % بالنظر إلى عدد الإناث 32 % والاستخدام الأكبر كان لفئة من 18 إلى 24 سنة، فيما تفاوتت النسب بين بقية الفئات العمرية ، ويعتبر الفايسبوك في الجزائر أكثر جماهيرية واستخدام خاصة مع تطور خدماته يوم بعد يوم مما يستميل مزيداً من المشتركون.¹⁷

ثانياً: المقومات السياحية في الجزائر وعلاقتها بالفايسبوك:

01/ تاريخ السياحة في الجزائر:

تعود نشأة السياحة إلى الوجود البشري الأول في الأرض، فمنذ أن أراد الإنسان البحث عن الراحة والترفيه وتغيير المكان من مكان إلى أفضل، نتاج ذلك ظهرت السياحة كظاهرة قديمة متعددة، وكانت رغبة الإنسان كذلك كبيرة في اكتشاف المناطق المجاورة والبعيدة عن المحيط الذي يعيش فيه، رغبة في التعرف على مقوماتها وجمالها وأختلافها، ومعرفة الحضارات المختلفة والتقاليد والتضاريس وغيرها من مقومات الطبيعة، فغرizia الفضول وحب الاطلاع متجلزة في البشر منذ الخلق الأول.

أ- السياحة في العصور القديمة: السفر كان ظاهرة طبيعية غير مقصودة وهي مرتبطة بوجود الإنسان وحاجته، وهو يهدف إلى إشباع حاجاته، فالنشاط السياحي السائد خلال هذه المرحلة يتمثل في الاتجار وبيع مختلف السلع والبحث عن العمل، فالرحلة القدامي كانوا تجارة وبحارة ومكتشفين وجغرافيين ومؤرخين وأدباء، وكانت رحلاتهم بطيئة جداً لعدم تطور وسائل النقل وكانت لشهر وأعوام، كما كانت شاقة جداً وخلفت مؤلفات وكتابات عبرت عن عمق وانطباع دقيق لحياة الشعوب التي حلوا بها.¹⁸

ب- السياحة في العصور الوسطى: تميزت هذه المرحلة بالتنقل والسياحة لغرض التجارة أو نشر الدين المسيحي أو الدراسة، وفي أواخر القرن الثالث عشر اكتشف ماركو بولو (1254- 1323) الطريق بين أوروبا وآسيا، وكان كتابه مصدر معلومات للغرب عن حياة الشرق في تلك الفترة، وفي القرن الخامس عشر كانت رحلة فاسو داي إلى الهند والصين عن طريق الرجاء الصالح، ثم اكتشاف كريستوف كولومبوس إلى أمريكا (1492)، وهذا ما شجع الأوربيين على الهجرة إليها.¹⁹ كما شكلت الفتوحات الإسلامية جزءاً مهماً جداً من التنقل والاكتشافات والسياحة في هذه المرحلة، حيث كانت فتوحات الهلال الخصيب وأخضاع الفرس لحكم المسلمين وفتح شمال إفريقيا وجنوب أوروبا، أكبر الأحداث في العصور الوسطى، فقد توسيع سطراً وفتحات المسلمين في الشرق والغرب نتج عنها احتكاك الشعوب واكتشاف الثقافات والأعراف، وأصبحت الحضارة الإسلامية والدين الإسلامي نوراً يشع على العالم في كل مكان.

ت- السياحة في العصور الحديثة: شهدت زيادة كبيرة في تنقل البشر من مكان لآخر بفضل الاختراعات والتطور التكنولوجي الكبير في مجال المواصلات، حيث اكتشفت السيارة والقطار والسفن الضخمة

وهذا ما جعل الانسان يهتم أكثر بالسياحة وحب الاطلاع والتنقل عموماً، وتعد هذه المرحلة البداية الفعلية للنشاط السياحي عبر العالم، وقد تمكّن توماي كيد البريطاني بتنظيم أول رحلة سياحية جماعية عن طريق القطار داخل بريطانيا ثم قادها إلى بعض دول أوروبا ثم إلى أمريكا، ومن أهم وأطول الرحلات التي سميت Grand Tour وقد تم اختيار وسائل النقل وأماكن الإقامة، وتم فيها تحديد الأماكن التي سيتم زيارتها، وكانت هذه الرحلات بداية المفهوم الجديد للسياحة الحديثة.²⁰

ثـ. السياحة في الوقت المعاصر: تبدأ هذه المرحلة بظهور الطائرة، ورغم استخدامها في البداية في المجال العسكري وال الحرب، غير أنها فيما بعد أصبحت وسيلة نقل أساسية في الطيران المدني، وأصبحت الوسيلة الأكثر استخداماً في السياحة إلى يوماً هذا، ومنه شهد الوقت المعاصر تكامل في وسائل النقل المتعددة والتي تطورت بشكل سريع جداً جعل من السفر متعة وراحة كبيرة، فمنذ نهاية الحرب العالمية الثانية شهد العالم سلاماً وازدهاراً اقتصاديّاً شكل وضعاً مناسباً جداً لكثرّة الرحلات الجوية والبحرية والجوية وكثافة التنقل وتضاعف عدد الرحلات السياحية وعدد شركات السياحة في كل أنحاء العالم.²¹

02/ أنواع السياحة: تتعدد أنواع السياحة وفقاً للدافع والاحتياجات المختلفة التي يسعى الفرد السائح إلى اشباعها أو تحقيقها، وقد تم تصنيف السياحة إلى عدة أنماط وفقاً للمتغيرات التالية:

- وفقاً لعدد الأشخاص المسافرين:
- السياحة الفردية: تتمثل في سفر شخص واحد أو شخصين أو عائلة، ويقوم فيها المسافر بتنظيم رحلته بنفسه وفقاً لظروفه وامكاناته الخاصة.
- السياحة الجماعية: وتتمثل في سفر مجموعة من الأشخاص تجمعهم رابطة مشتركة، مثل جماعات النوادي أو الجامعات والمدارس أو النقابات أو الشركات أو من خلال وكالات السفر وغيرها²²
- وفقاً للمنطقة الجغرافية: والمقصود بها المنطقة التي يقدم منها السائح والمنطقة التي يقصدها، وهو التصنيف الذي اعتمدته المنظمة العالمية للسياحة ومنظمة الأمم المتحدة.
- السياحة الداخلية: وهي التي لا يغادر فيها المواطن السائح تراب موطنها الأصلي، فهو يتّقد داخل الحدود الجغرافية لبلده.
- السياحة الخارجية: وتكون من خلال مغادرة السائح لبلده قاصداً بلداً آخر سواء كان قريباً مجاوراً أو بعيداً في قارة أخرى.
- سياحة الاستضافة: وتتمثل قدوم السياح من بلد إلى آخر تدعى موطنهم الأصلي و تستقبلهم بلد معينة.
- وفقاً للهدف أو الدافع إلى السياحة:
- السياحة الثقافية: يهدف هذا النمط من السياحة إلى التعريف بالثقافات والحضارات، وهي تساهُم في توسيع معارف السائح وتزيد من ثقافته التاريخية، فهي ميدان خصب للسياحة فقد تجذب مراكز الاستقبال التاريخية والموقع الأثري العديدين من السائحين.
- السياحة الرياضية: تتضمن الاشتراك بفعاليات الرياضة، وتكون بممارسة مختلف الألعاب والهوايات الرياضية والمشاركة في المسابقات والبطولات الدولية، ككأس العالم والدورات الأولمبية وتسلق الجبال وسباق السيارات والدراجات وغيرها، كما ظهرت في هذا الإطار سياحة المغامرات والمخاطر، وسياحة الأنهر.
- السياحة الدينية: وهي التوجه لزيارة الأماكن المقدسة والتراث التاريخي الديني، مثل السفر بقصد الحج أو السفر لأماكن تجذب السائحين الدوليين، ويقيّمون عادة في أماكن مبيت مؤقتة نظراً للعدد الهائل من الحجاج.²³

- **السياحة الترفيهية:** هي من أقدم أنواع السياحة وأكثرها انتشارا، حيث وصلت نسبة السياحة الدولية إلى 80 % ، وتعتبر دول المتوسط من أكثر الدول في العالم جذباً للسياحة الترفيهية لما تزخر به من مقومات تاريخية وطبيعية ومناخها المعتمد.
- **السياحة الاستشفائية:** تعتمد هذه السياحة على العناصر الطبيعية في علاج المرضى مثل الينابيع الطبيعية والحمامات المعدنية والرمال والشمس بغرض الشفاء من مختلف الأمراض خاصة الأمراض الجلدية والروماتيزم وغيرها.²⁴
- **سياحة الاستجمام:** تهدف إلى المتعة والترفية عن النفس وقضاء الإجازات، وتكون غالباً في المناطق ذات الطقس المعتمد والمناظر الخلابة والأثار التاريخية.
- **سياحة المؤتمرات:** وتكون في إطار المشاركة في المؤتمرات الدولية والمجتمعات والمعارض والمهرجانات الثقافية واللقاءات والتظاهرات العلمية والاقتصادية، وتكون مصحوبة بحضور إعلامي كبير وشخصيات معروفة، وهي وسيلة للاحتكاك بين الشعوب والاطلاع على الثقافات والمنتوجات المختلفة.

03/ أهمية السياحة:

أصبحت السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا، نظراً لما تتمتع به من أهمية كبيرة، ولما لها من تأثير على اقتصاديات الدول ومكانتها في العالم، وكذلك لما تعود به من مداخل على الدول ويمكن تلخيص أهميتها في العناصر التالية:

أ- الأهمية الاقتصادية:

- أصبحت السياحة أهم مصادر الدخل القومي، وهي تساهم بقدر كبير في انعاش الخزينة العمومية وادخال العملة الصعبة، وقد توجه رؤوس الأموال الأجنبية إلى الاستثمار في القطاع السياحي مثل بناء الفنادق والقرى السياحية ، كما يعتبر الإنفاق اليومي للسائحين عاملاً في ازدهار التجارة وزيادة حركة الأموال التي تقوي الاقتصاد الوطني للدولة، كما تؤثر إيجابياً على ميزان المدفوعات، وتجسد ايجاد بدائل للدخل وتسهم في سياسات تنويع الدخل.²⁵
- خلق مناصب الشغل: القطاع السياحي حيوي ويرتبط بالقطاعات الأخرى وظيفياً، ومن خلال ذلك تساهم السياحة بشكل كبير في خلق مناصب الشغل في الواقع والأماكن السياحية من جهة، وفي النشاطات والقطاعات المرتبطة بها أيضاً كالنقل والطعام والاتصالات وغيرها من القطاعات الأخرى.
- تحسين ميزان المدفوعات: تساهم في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة ويتحقق ذلك نتيجة تدفق رؤوس الأموال والعملة الأجنبية المستثمرة في القطاع السياحي، وكذلك الإنفاق اليومي للسائح في الأسواق، فتساهم في ارتفاع الإيرادات السياحية وارتفاع الاقتصاد الوطني للدولة.

ب- الأهمية الاجتماعية والثقافية:

تعتبر السياحة مطلب اجتماعي ونفسي هام من أجل راحة الإنسان في العطل وعودته إلى العمل بكفاءة أحسن، وهي تحقق تحسين المستوى المعيشي ورفاهية أفضل، كما تمثل السياحة وسيلة حضارية اجتماعية لنقل وتبادل الثقافات بين شعوب العالم.²⁶ فهي وسيلة للتواصل الثقافي بين الدول السياحية، حيث تنتقل اللغات والأفكار والفنون والأداب وغيرها من المقومات الثقافية، وهو ما يحقق التواصل بين الشعوب ويعمق الوعي الحضاري ويعزيز المصالح والأمن المشترك.

ت- الأهمية البيئية:

- للسياحة أيضاً آثار إيجابية على البيئة يمكن تلخيصها فيما يلي:
- تعود السياحة بالمنفعة على البيئة بفضل التدابير على حماية البيئة والموقع الأثري والتاريخية لجذب السياح إليها، بما في ذلك سمات الحياة البرية البعيدة على تدخل الإنسان في المحميات الطبيعية.
 - يشجع توافد السياح الحكومات على تخصيص ميزانيات كبيرة لتحسين البيئة وتنظيف الأماكن العامة.
 - يعتبر النشاط السياحي وسيلة لرفع الوعي باهمية الطبيعة ونشر التوعية بين السياح وأصحاب المشاريع والسكان المحليين أيضاً.
 - توفر الأموال بفضل السياحة يساهم في المحافظة على الطبيعة والبيئة وبذلك يكون استغلال أمثل للموارد السياحية في التنمية البيئية.

ثالثاً: موقع التواصل الاجتماعي - الفايسبوك - ودورها في صناعة السياحة في الجزائر:

تعد موقع التواصل الاجتماعي من أهم أشكال الاعلام الجديد وأكثرها انتشاراً، فهي الظاهرة الاعلامية الأبرز في عالم اليوم، كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع وخاصة الشباب منهم، ومن أكثر هذه الشبكات انتشاراً والتي عرفت استخداماً واسعاً ما يعرف بشبكة الفايسبوك، حيث أصبح هذا الأخير يشغل حيزاً كبيراً في حياة الكثيرين بإختلاف أعمارهم وتوجهاتهم الفكرية، فهو وسيلة تواصل اجتماعية تربط الأشخاص بالعالم من حولهم، فمن خلال الفايسبوك يتعرف الفرد على بلدان شتى ويكون صداقات من مختلف المناطق ومن جميع أصقاع العالم، وفيه يتداول الأصدقاء المعلومات والأراء المعززة بالصور ومقاطع الفيديو والرد عليها أحياناً، فيتبادلون صوراً لكل شيء كأحداثهم وتنقلاتهم وطعامهم ولباسهم وأحدث ما شاهدو أو اشتروا من منتجات وغيرها، كما يقدمون تعليقاتهم وموافقتهم وهو ما يساعد على الاطلاع على ثقافات الغير والترويج للثقافة المحلية، وبهذه الطريقة تنتشر ثقافات الشعوب وأنماط معيشتهم وتقديرهم، وهو بذلك يساهم في التعريف بما تزخر به هذه البلدان من امكانيات سياحية.

كما تحضى شبكة الفايسبوك باهتمام واسع من مقدمي خدمات السفر كونه أصبح وسيلة من وسائل الترويج السياحي، فقد وجدت المؤسسات السياحية نفسها مجبرة على التواصل بواسطة الفايسبوك بهدف رسم صورة إيجابية لمنتجاتها السياحية في الأسواق الداخلية والخارجية، وتعتبر الجزائر بلداً شاسعاً يمتلك ثروة كبيرة من المنتجات السياحية، وهي من بين أهم الدول التي تمتلك مقومات طبيعية وموارد جغرافية تميز بالتنوع والجمال، فهي من الدول التي تجمع مناخات عديدة وتضاريس متنوعة من سواحل وجبال وصحاري وأنهار وسهول وثلاجات خلابة ، اضافة الى أن الجزائر تمتلك إرثاً حضارياً وتاريخياً وثقافياً تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ ، فمقوماتها الحضارية تعبّر عن حقب تاريخية وحضاريات متعاكبة كبيرة، فالجزائر تمتلك موروثاً ثقافياً وتاريخياً وحضارياً ثميناً يؤهلها للتطور بشكل كبير في استقطاب السائحين الأجانب، وتحتل الجزائر أيضاً تنوعاً في العادات والتقاليد تعبّر عن تنوع في التركيبة البشرية وهي بدورها تعتبر عنصر جذب سياحي مهم، مما يؤهل الجزائر إلى التحول إلى وجهة سياحية رائدة في حوض البحر الأبيض المتوسط ، وفي ظل احتدام المنافسة بين الوجهات السياحية أصبح الأمر يستدعي استخدام وتوظيف وسائل وتقنيات جديدة للتعرّيف بالمقومات والمنتوجات السياحية ، وهذا ما يجعل من شبكة الفايسبوك أحدى أهم الأدوات الحديثة للتسويق السياحي نظراً لما تتوفره من إمكانيات كبيرة للتواصل بين عارضي المنتجات السياحية وطالبيها.

تمثل وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك تحدياً هائلاً بالنسبة لمؤسسات الأعمال، فلم تعد أساليب التواصل والترويج السياحي التقليدية مجده ، فهذه الوسائل التقليدية لا تلبي حاجيات العملاء والزبائن في التواصل باستمرار ، والتواصل مباشرة مع المؤسسة دون وسطاء، وتؤكد ذلك نتائج الدراسة

التي أعدها Kietzmann سنة 2012 ، والتي أوضحت أن عدم وجود استراتيجية واضحة لوسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات هو واحد من سبعة عناصر رئيسية تعيق عملية الاتصال الفعال بين المؤسسات من جهة وبين المؤسسات والعملاء من جهة ثانية، كما يمكن القول أن تطبيقات التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك أثرت بشكل كبير على الآليات والمناهج المتبعة في إدارة الأعمال التسويقية للمقصد من جهة، وعلى السائح من جهة أخرى أما من حيث التأثير على السائح فقد ساهمت من خلال النقاط التالية:

- إمداد المسافر والسائح بطرق ووسائل جديدة للبحث واكتشاف المعلومات وتقييمها عن المقصد السياحي والرحلة.
- الانتقال بالعميل من مجرد مستهلك سلبي إلى منتج ومستهلك إيجابي.
- تزويد المسافر بالقوافل الآمنة لحجز وشراء منتجات الرحلة.
- تبادل ونشر المعلومات المتعلقة بالرحلات والبرامج السياحية السابقة.

على الجانب الآخر فإن المقاصد والمؤسسات السياحية غيرت وأعادت صياغة وتعريف نماذج أعمالها لكي تتمكن من تلبية احتياجات وتوقعات هذا النمط الجديد من المسافرين من خلال:

- عرض المعلومات والخدمات والتسهيلات بطريقة جذابة ومتطرفة.²⁷
- إعادة صياغة منظومة العمال التقليدية (الداخلية والخارجية).
- النظر إلى العميل على أنه صاحب مصلحة ومساهم، بعد أن كان مجرد مستهدف.
- اعتبار المسافرين وما يتواصلون خلاله من شبكات التواصل الاجتماعي لهم مقدرة عالية على تعظيم الصورة الذهنية للمقصد والمنتج السياحي.
- اعتبار بأن المسافرين يمكن أن يروجو للمقصد من خلال تفاعಲهم مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- التواصل مع المسافرين بعد الرحلة يمنح الفرصة لتحسين الرحلات المستقبلية من خلال التغذية المرتدة وتحسين عمليات إدارة شكاوى العملاء مما ينعكس على تنمية وتطوير المنتجات الجديدة.
- البحث بكفاءة عن موردي الخدمات والتواصل مع العملاء الحاليين والوصول إلى العملاء المرتقبين
- النظر للمسافرين على أنهم شركاء في تصميم وانتاج التجربة السياحية.

أما في قطاع الفنادق فقد أجريت دراسة على مديرى 109 فندق، وفيما يتعلق بأسباب استخدام تطبيقات وأدوات التواصل الاجتماعي، كانت الإجابات الأكثر اختياراً أنها ضرورية لأجل اللحاق بركب التطور والتكنولوجيا في بيئة الاتصال مع العملاء، وأنها وسائل فاعلة لتسويق خدمات الفندق، أنها وسيلة سريعة للتلاقي واستفسارات الشكاوى من العملاء.

أما في قطاع شركات السياحة فقد قامت شركة ريجوس اللبنانيّة بإجراء دراسة على عدد من الشركات السياحية بهدف التعرف على تأثير أدوات التواصل الاجتماعي على الأعمال التجارية لتلك الشركات، وقد كشفت الدراسة على أن 50 % من الشركات الخليجية أبرمت صفقات تجارية (بشكل مبدئي) عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأن 26 % منها تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي مع العملاء الحاليين والمرتقبين، وأيضاً 32 % منها تخصص قرابة 20 % من ميزانية التسويق للإنفاق على الأنشطة التجارية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.²⁸

رابعاً: معوقات السياحة في الجزائر

تم احصاء مجموعة من المعوقات والنقائص التي تعاني منها السياحة في الجزائر من خلال الزيارات والمسح للموقع الذي قامت به مصالح وزارة السياحة وتم حصرها في الآتي:

01/ غياب نظرة واضحة لمنتجات السياحة في الجزائر:

- موقع بلا صيانة وغير مثمنة بصورة كافية.
- غياب مواد مثيرة للجاذبية وقدرة على التميز.
- غياب التشاور والتسيق حول المور الأساسية المتعلقة بالنشاط بين الفاعلين في ميدان السياحة.²⁹

02/ ضعف المنتوج السياحي:

ضعف نوعية الخدمات ويتبين من خلال ما يلي:

- انعدام النظافة والصيانة للفضاءات العامة والخاصة.
- غياب خدمات جذابة وأعمال لإبراز المنتجات المحلية.³⁰
- إيواء وفندقة جد ضعيفة ونوعيتها رديئة.
- عجز في طاقات الاستقبال.
- هيكل ايواء متآكلة وبأسعار مرتفعة بالنسبة للسكان المحليين ومقارنة بمستوى جودتها ، فند 10 % فقط من الفنادق تتوفر فيها المعايير الدولية.
- ضعف وسائل المواصلات ، وعدم قدرتها على توفير خدمات نقل نوعية، خاصة اذا ما قورنت بدول الجوار.
- نقص خطوط النقل الجوية تجاه أهم المقاصد السياحية في الجنوب (الأهقار، حضرة الطاسيلي).

03/ ضعف آداء وكالات السفر ونقص تأهيل مستخدميها:

- غياب التحكم في التقنيات الجديدة للسوق السياحية الدولية.
- عدم التكيف مع الطرق العصرية للتسيير الإلكتروني من حجز وخدمات وغيرها.³¹
- خصوص استقبال السياح بالجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد وجهتهم.
- غياب مخطط لتكوين المستمر.
- عدم وجود تنظيم لوكالات السفر وعدم وجود ميثاق يحكم المهنة.
- أنشطة موجهة نحو السياحة المؤفدة إلى الخارج (80 % عمرة وأسفار نحو الخارج 10 % استقبال لوكالات الجنوب) و 10 % حجز للتذاكر.
- نقص في تكوين وتأهيل المستخدمين في قطاع السياحة سواء في الفنادق أو المؤسسات السياحية.
- نوعية تكوين غير ملائمة لمتطلبات العرض السياحي.³²
- عجز في الترقية والتسويق.
- عجز في تسويق وجة الجزائر لضعف الاتصال الداخلي والخارجي.
- ضعف في التعاون والتسيق بين مختلف القطاعات والشركاء في قطاع السياحة للتعریف بالمقومات السياحية.
- غياب النشطة الإعلامية والاستراتيجية الإعلامية الهدافة إلى الترويج السياحي في الجزائر.
- عدم كفاية موقع الأنترنت مع التركيز وترقية السياحة الصحراوية والاكتشاف الثقافي.

04/ ضعف النظام البنكي والمصرفي لترقية السياحة:

- تعاني الجزائر من تخلف نظمها البنكي فالخدمات المالية فيها ضعيفة ولا تتماشى مع ما هو في الدول السياحية.
- عدم ملائمة وضعف وسائل الدفع على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلة للسياحة.
- قوانين جامدة لا تسمح بتوطين العمليات سواء بالنسبة للاستقبال أو إيفاء السائح إلى الخارج.
- تعارض في طريقة تمويل الاستثمار السياحي مع طبيعة النشاط.
- تسخير وتنظيم غير متكيف مع السياحة العصرية.
- المبالغة في إجراءات استخراج التأشيرات.

النتائج:

- تعرف شبكة الفايسبوك استخداماً واسعاً بين الطلبة الجامعيين وذلك ادراكاً منهم لدورها وأهميتها في عالم اليوم.
- تعتبر الفترة المسائية والليل الفترتين المفضلتين لدى الطلبة لتفحص حساباتهم على الفايسبوك، وذلك لعدم تفرغهم في الفترة الصباحية.
- تتعدد أغراض المبحوثين من إنشاء حساب على الفايسبوك حيث عبر الكثير منهم بأن غرضهم من إنشاء حساب على الفايسبوك، هو من أجل التسلية والترفية وبعدها يأتي غرض إنشاء الصداقات من أجل نشر أفكارهم وآرائهم.
- أغلب الطلبة الجامعيين يقومون بزيارة موقع آخر خارج مكان إقامتهم ، وأكثرها مناطق متواجدة داخل التراب الوطني ، ما يدل على وعي الطلبة الجزائريين بوجود مناطق مهمة داخل الجزائر تستحق الزيارة.
- أغلب الطلبة المبحوثين الذين قاموا بزيارة المنطقة كانت زيارة المنطقة كانت زياراتهم لغرض الترفيه والتنزه وبعدها لغرض الاستشفاء ، وذلك ما يدل على معرفتهم بتوفير الجزائر على محطات معدنية ذات خصائص علاجية مؤكدة ، أغلبهم نظموا الزيارة مع العائلة بنسبة كبيرة ، وتليها رحلات مع الأصدقاء .
- يتاثر الطلبة برأي بعضهم البعض ما يدفعهم لزيارة نفس المناطق.
- معظم الطلبة المبحوثين يقومون برحلات أثناء فترة العطل من أجل تغيير أجواء الدراسة.
- يفضل معظم الشباب زيارة المناطق الساحلية بدل الصحراوية والداخلية نظراً لوجود التسهيلات والمرافق، وتحتل المنطقة الثانية كوجهة للطلبة المناطق الجبلية ، تبقى المناطق السياحية في المرتبة الأخيرة نظراً لعدم توفر النقل والمرافق وصعوبة الرحلات.
- تساهُم شبكة الفايسبوك في إمداد مستخدميه بمعلومات تاريخية تعرُّف بمختلف الحضارات المتعاقبة على هذا البلد.
- يلعب الفايسبوك دوراً كبيراً في تزويد مستخدميه بمعلومات وبيانات مناسبة تشرح جغرافية الجزائر وطرقها وممراتها ، وكذلك إبراز مميزات كل منطقة من مناخ متغير وتضاريس.
- يقوم الفايسبوك بتزويد مستخدميه بمعلومات قيمة عن كنوز الجزائر ، وما تتوفر عليه من نوادر طبيعية كالحيوانات والنباتات النادرة.
- غياب شبه كلي لوزارة السياحة على جدران الفايسبوك لذلك وجَب الدعم من الدولة لاستغلال هذه الشبكة للتعرِّيف بالمنتوج السياحي الجزائري والترويج له عبرها .
- يساهم الفايسبوك في تعرِّيف مستخدميه بعادات وتقالييد أسلافنا.

- يساهم الفايسبوك أيضا في تعريف مستخدميه بالثقافات والعادات والتقاليد السائدة في باقي الولايات الجزائرية من خلال ما تتوفره من مزايا ، كالدرشة وخاصية تبادل الصور ومقاطع الفيديو وتكون صداقات من مختلف المناطق.
- يلعب الفايسبوك دور معتبر في مجال عرض أهم مواقع الحمامات المعدنية وأشهرها في الجزائر.
- يقوم الفايسبوك بدور فعال في مجال التعريف بأفخم المؤسسات الفندقية المتواجدة في مختلف الولايات الجزائرية وأهم خدماتها.

خاتمة:

لقد شهدت السياحة نموا متواصلا خلال العقود الأخيرة ، فهي تعتبر من أهم المصادر المالية الجديدة التي تدر منافع كبيرة على البلدان المستضيفة للسياح، من خلال ما تتعكس عليه من آثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية ، لذا أصبحت السياحة تحظى باهتمام كبير من قبل الكثير من دول العالم، وذلك مرتبط بما تتوفر عليه هذه الدول من امكانيات ومقومات سياحية والتي يمكن أن تجعل منها وجهة سياحية بامتياز ، لذلك نجدها تبذل جهود جبارة في سبيل تطوير السياحة والترويج لها، وفي ظل التطور التكنولوجي الذي يعرفه العالم توجهت معظم الدول الى توظيف العامل التكنولوجي في المجال السياحي بكثافة، ومن أهم تلك الوسائل التكنولوجية شبكات التواصل الاجتماعي، والتي يعتبر الفايسبوك أهمها.

والجزائر احدى البلدان التي تمتلك مؤهلات سياحية مميزة تؤهلها للحاق بالدول السياحية الكبرى في العالم، فهي تعتبر بثابة قارة تتربع على مساحة واسعة بالإضافة الى تنوع مواردها وتميز منتجاتها السياحية ، فهي تمتلك من الامكانيات الطبيعية والتاريخية ما يناسب أدواتا مختلفة ، حيث تتوفر على شواطئ خلابة وينابيع عذبة وجبال رائعة وحمامات معدنية مميزة ومناطق صحراوية نادرة، ولهذا أصبحت الجزائر مجبرة على مسيرة التطورات الحاصلة ، بالتجهيز نحو استخدام هذه الشبكات في مجال السياحة من أجل التعريف بمقوماتها السياحية، وباعتبار أن هناك ميول كبير من قبل الجزائريين والشباب منهم خاصة الى استخدام شبكة الفايسبوك ، ارتأينا اجراء هذه الدراسة للربط بين أهمية الفايسبوك والتعريف بالمقومات السياحية الجزائرية ، والتي خلصت الى نتيجة مفادها أن شبكة الفايسبوك التي تتوفر على مزايا متعددة تعمل بالفعل في التعريف بالمعالم السياحية من خلال خصائصها في تبادل الصور والفيديوهات والتفاعل والتعليقات والتوجيهات الى تلك المعالم والأماكن ، وبذلك ساهم الفايسبوك بشكل كبير في تعريف الطلبة الجامعيين بما تتوفر عليه الجزائر من امكانيات سياحية.

قائمة المراجع:

- ^١ - صادق عباس، الاعلام الجديد المفاهيم والتطبيقات، عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع ، د ط ، 2008، ص 15.
- ^٢ - ماهر عودة الشماليية، محمود عزت اللحام، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، عمان : دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط ، 2015، ص 203.
- ^٣ - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع، د ط ، 1997، ص 21.
- ^٤ - ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص 21.
- ^٥ - ميلود تومي، نادية خريف، دور التسوق الالكتروني في تشجيع صناعة السياحة، بحث مقدم الى الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، ص 03 .
- ^٦ - أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، عمان: دار الكنوز والمعرفة والنشر ، دط، 2007، ص 24.
- ^٧ - يحيى سعدي، سليم العمواري، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية ، مجلة بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية، العدد 36 ، 2013، ص 97.
- ^٨ - سميرة العابد، فايزة لعراف، صناعة السياحة في الجزائر: الواقع وسبل النهوض بها، الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، يومي 19 و 20 نوفمبر 2012 ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الحاج لخضر بانتة، ص 03.
- ^٩ - حنان بنت شعشوش الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية – الفايسبوك وتويتر نموذجاً، رسالة ماجستير ، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز ، ص 32.
- ^{١٠} - مروى عصام صلاح ، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، عمان : دار الاعصار للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2015، ص 287.
- ^{١١} - حنان بنت شعشوش الشهري، مرجع سابق، ص 33.
- ^{١٢} - محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتنفسين، دراسة مقارنة للموقع الاجتماعية والموقع الالكتروني، رسالة ماجستير ، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، 2012 ، ص 17.
- ^{١٣} - حسين فطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، 2013 ، ص 30.
- ^{١٤} - على خليل شفرة، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي ، عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2013، ص 67.
- ^{١٥} - على خليل شفرة، مرجع سابق، ص ص 71 ، 72.
- ^{١٦} - عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية ، الأردن: دار وائل للنشر ، ط1 ، 2011 ، ص 183.

- ¹⁷ - نورمان مريم ناريeman، استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2011/2012، ص ص 57، 58.
- ¹⁸ - أيمن برنجي، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك ، دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة بومرداس ، 2008/2009، ص 38.
- ¹⁹ - عبد الرحيم شنيني، دور التسويق السياحي في انعاش الصناعة التقليدية والحرفية، دراسة ميدانية حالة مدينة غرداية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة تلمسان، 2009/2010، ص 19.
- ²⁰ - نسمة جميل، السياحة الثقافية وتنمية التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر دراسة وصفية تحليلية لبرنامج حصة مرحبا، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة هران ، 2009/2010، ص 52.
- ²¹ - أيمن برنجي، مرجع سابق ، ص 34.
- ²² - أبو بكر عويني عطية، التنظيم الدولي للسياحة – نحو انشاء منظمة دولية مقرحة للسياحة الرياضية، الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، ط 1، 2012، ص 43.
- ²³ - صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة – دليل الأجهزة المحلية ، سوريا: دار الرضا للنشر ، ط 1 ، 2004، ص ص 106، 107.
- ²⁴ - محمد عباس ابراهيم، السياحة والموروث الحضاري في أنثربولوجيا السياحة، الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2013، ص 56.
- ²⁵ - العيشي زرزار، محمد مداحي، السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة— الواقع والأفاق ، مجلة المستقبل العربي ، العدد 433، 2015، ص 03.
- ²⁶ - حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة – دراسة حالة الجزائر ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، 2011/2012، ص 40.
- ²⁷ - محمد محمد فراج عبد السميح، دور موقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي ، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، 2012، ص 14.
- ²⁸ - محمد محمد فراج عبد السميح، مرجع سابق، ص 15.
- ²⁹ - زهير بو عكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة – دراسة حالة الجزائر ، رسالة ماجстير ، كلية العلوم الاقتصادية جامعة قسنطينة ، 2011/2012، ص 172.
- ³⁰ - عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية جامعة ورقلة، العدد 04، جوان 2016، ص 77.
- ³¹ - الياس الشاهد ، التسويق السياحي كسبيل لتنشيط القطاع السياحي في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 25، ص 134.
- ³² - زهير بو عكريف، مرجع سابق، ص 173.



جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة
مخبر الأمن القومي الجزائري "الرهانات والتحديات"



ينظم



مخبر الأمن القومي الجزائري "الرهانات والتحديات"



بتعاون مع:

فرقة بحث "تحليل السياسات العامة الاقتصادية واثرها على الامن الاقتصادي في الجزائر"

والجمعية الوطنية لتنمية السياحة القصورية والواحات مكتب ولاية الجزائر عين الدفل

الملتقى الوطني الأول حول:



يوم 03 مارس 2020

برنامج الملتقى

- الجلسة الافتتاحية / بقاعة المحاضرات مجمع المخبر -

- الجلسة الافتتاحية / بالمكتبة المركزية -

الساعة	النشاط
9 س 00 د	قرآن كريم ثم النشيد الوطني
9 س 10 د	كلمة مدير المخبر
9 س 15 د	كلمة رئيس الملتقى
9 س 20 د	كلمة رئيس الجمعية الوطنية لتنمية السياحة القصورية والواحات
9 س 25 د	كلمة ترحيبية لمدير الجامعة والسيدة عميد الكلية وافتتاح اشغال الملتقى
9 س 45 د	مداخلة افتتاحية: معلم السياحة في ولاية عين الدفل واقع وآفاق
	استراحة (أكرايمات) / ثم انطلاق الجلسات.

- الجلسة الأولى/ قاعة المحاضرات -

مقرر الجلسة	رئيس الجلسة
د. بن مرار جمال	أ. د. محمود شرقى جامعة البليدة 02

الباحث المتدخل	المداخلة	الساعة
ا. مصباح فتحية نسرین جامعة سيدى بلعباس	الفنادق الابيكولوجية خطوة أساسية لتنمية سياحية مستدامة في الجزائر أفق 2025	15 س د
ط. د. مبارك شريف خليل / ط. د. بن فردية علي البليدة 02	دور موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك في تنشيط السياحة الصحراوية دراسة بمديرية السياحة لولاية ورقلة	25 س د

د 35 س 10 د	تحليل تنافسية قطاع السياحة والسفر في الدول العربية وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) سنة 2019	د. بودية فاطمة / د. بن زيدان فاطمة الزهراء جامعة الشلف
د 45 س 10 د	دور الفيسوك في التعريف بمقومات السياحة الجزائرية	د-العراباوي نصیر جامعه مُهَمَّ لَنِينْ دَبَاغِنْ سَطِيف 2 د. رحمني فاتح جامعة المسيلة
د 55 س 10 د	واقع الاتصال السياحي وسبل تفعيل النشاط السياحي بالجزائر - الفاعلون والاستراتيجيات-	د. بوترعة عبد الرزاق د. شـكـاكـطـة عبد الكـرـيم جـامـعـة خـيـسـ مـلـيـاـنـة
د 05 س 11 د	الاستثمار السياحي وأهميته في الاقتصاد الوطني الجزائري	د. أمينة سمير عبد الله/ أ. أمينة بوصلة
د 11 س 11 د	الأهمية الاقتصادية للاستثمار الصناعي في قطاع السياحة بالجزائر	ط.د/ مالكي ابتسام /جامعة البليدة 02

- الجلسة الثانية / قاعة المحاضرات -

رئيس الجلسة	مقرر الجلسة
أ.د طيب حمillaة	أ. موساوي عبد الرحيمان

الباحث	المداخلة	الساعة
أ. جمعي اسماعيل <small>جامعة تلمسان</small>	عنوان المداخلة : السياحة بالجزائر : إمكانيات ضخمة ومعوقات عديدة	45 د 11 س
د. سلمة بورياح جامعة بومرداس / أ. كروي كرميمة جامعة خميس مليانة	متطلبات تفعيل السياحة الإلكترونية في الجزائر.	55 د 11 س
د. سومامي شريفة / د. قمار خديجة جامعة خميس مليانة	دور التشريع في تشجيع الاستثمار السياحي في الجزائر	50 د 12 س
ط. د. صلاحية حدوش / ط. د. بروزق عبد الرفيق جامعة البليدة 02	دور الانترنت في تفعيل العمل السياحي في الجزائر	15 د 12 س
د. بن عمراوي عبد الدين جامعة بومرداس	معوقات تطوير السياحة الجزائرية وآليات حكمتها في ظل الأزمات الاقتصادية الراهنة	25 د 12 س
د. فريدة كافي جامعة ميلة / د. علي طالم جامعة تيارت	الاستثمار السياحي في الجزائر بين إمكانيات النهوض ومعوقات النجاح	35 د 12 س
د. نوره سليمان فيسة جامعة الشلف	صعوبات تنمية السياحة الجزائرية	45 د 12 س
د. مبني نور الدين / د. بوعون احمد جامعة سطيف 2	المنتجات السياحية بالجزائر والاستراتيجيات التسويقية في المجال السياحي - قراءة تحليلية -	55 د 12 س
	نقاش عام	05 د 13 س

- الورشة 1 -

رئيس الجلسة	مقرر الجلسة
د. مصطفى ريكجي جامعة البلدة ٥٢	ا. ريملاوي سفيان جامعة البلدة ٥٢

الباحث المداخلة المساعدة

د. شاقوري عبد القادر جامعة الشلف / د. تراكة جمال جامعة خميس مليانة	الافق المستقبلية للسياحة الجزائرية	د 13 سا 20
د. عبد المالك حطاب جامعة خميس مليانة	أهمية السياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر	د 13 سا 25
د. طليب احمد/ د. عبد السلام عبد اللاوي	المقاربات الجديدة في صنع السياسة السياحية -رؤية استراتيجية-	د 13 سا 30
د. ملاح نصيرة/ د. ريمى سارة جامعة خميس مليانة	السياسة السياحية المستدامة كاستراتيجية للتنمية في الجزائر -الافق والتحديات-	د 13 سا 35
د. عيمور فیروز جامعة خميس مليانة	اشكالية السياسة السياحية في الجزائر في ظل نقص المرافق السياحية	د 13 سا 40
د. بن مرار جمال جامعة خميس مليانة	السياحة في الجزائر بين الواقع والتحديات	د 13 سا 45

نقاش عام



- الجلسة الختامية / بالمكتبة المركزية -

تحت إشراف رئيس الجامعة وعميد الكلية

رئيس اللجنة العلمية	قراءة التوصيات	د 13 سا 50
رئيس الجامعة أو عميد الكلية	الإعلان الرسمي عن اختتام أشغال الملتقى	د 13 سا 55
نشاط ختامي بباحة الكلية.		د 14 سا 00