



جامعة الجيلاي بونعامة خميس مليانة
مدير الأمن القومي الجزائري " الرهانات والتحديات "



شهادة مشاركة

يتخرفه السيد تراكة جمال مدير مخبر الأمن القومي الجزائري الرهانات والتحديات بمنع هذه
الخصادة للسيد(ة) : **رحموني فاتح النور** نظير مشاركته في فعاليات الملتقى الوطني الأول
الموسوم بـ: "تحليل السياسة السياحية في الجزائر رهانات وتحديات" والمنظم يوم 03 مارس
2020 بمداخلة بعنوان : **دور الفيسبوك في التعريف بمقومات السياحة الجزائرية.**



مدير المخبر
مشاركة جمال



رئيس الملتقى

الدكتور شكاطة عبد الكريم

دور الفيسبوك في التعريف بمقومات السياحة الجزائرية

ملخص الدراسة:

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

مقدمة:

يشهد عالمنا المعاصر تحولات كبيرة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث شهدنا مؤخرا ولادة ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة تعتبر الأكثر انتشارا على شبكة الأنترنت لما تملكه من خصائص تميزها عن المواقع الالكترونية الأخرى ، حيث أتاحت فرص لتبادل الصور ومقاطع الفيديو ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين، 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 الفيسبوك حيث تقوم هذه الشبكة بدور كبير في إمداد الأشخاص ومستخدميه بالكثير من المعلومات والاتجاهات والأحداث ، إذ تتميز بعدة مميزات منها التشاركية والتفاعلية والفورية وغيرها من المميزات، فقد عرفت هذه الشبكة استخداما واسعا من طرف مختلف فئات المجتمع من الشباب والمتقنين ومن الشخصيات ورجال الأعمال وكذلك من طرف المؤسسات الاقتصادية والتجارية 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 المتوافدين إلى البلد السياحي، ومن الناحية الثقافية والاجتماعية نجد السياحة مطلب اجتماعي ونفسي هام من اجل استعادة الإنسان نشاطه وعودته للعمل من جديد بعد فترات العمل الطويلة وذلك بالترويج على النفس وتغيير الأجواء ، كما تعتبر السياحة أداة للاتصال الفكري والتبادل الثقافي وتبادل العادات والتقاليد بين مختلف الشعوب.

التساؤل الرئيسي:

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

الأسئلة الفرعية:

- ما المقصود بشبكة الفيسبوك ؟
- فيما تتمثل المقومات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر ؟
- كيف يساهم الفيسبوك في التعريف بالمقومات السياحية في الجزائر ؟

أهمية الدراسة:

تستقي الدراسة أهميتها من أهمية الظاهرة المدروسة فالسياحة كظاهرة وكنشاط عرفت العديد من التطورات حيث أصبحت اليوم أكبر صناعة في العالم، فهي تحتل اليوم مكانة هامة في جميع المجالات خاصة المجال الاقتصادي فهي من المجالات المتجددة بحيث تظهر كأول بديل عن المحروقات بالإضافة إلى ما تحققة السياحة من مزايا وأثار ايجابية على مختلف الأصعدة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، ومن ثم ضرورة تفعيل هذا القطاع المهم وذلك عن طريق التعريف بالمقومات السياحية المتاحة وتوجيه الكثير من المؤسسات السياحية والفندقية نحو استعمال تقنيات جديدة للتعريف بمنتجاتها، ومن بين هذه التقنيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة 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 الاشباكات 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 مواقع التواصل الاجتماعي، يتيح عبره للأشخاص العاديين والشركات أن تبرز نفسها وأن تعزز مكانتها عبر أدوات المواقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.¹ هو أيضا أكبر مواقع 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، وعبرة 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 عاهدتهم من المشركين فسيحوا في الأرض

أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزى الله وأن الله مخزي الكافرين" الآية 1 ، 2 سورة التوبة . ومعناها سيروا أيها المشركون سير السائحين آمين مدة أربعة أشهر لا يعترضكم خلالها أحد، إضافة الى أن من فرائض الإسلام الحج إلى بيت الله ، وهذا ما يعتبر في عالم اليوم من السياحة الدينية.⁴ اصطلاحاً: عرفها جويرفرويلر بأنها ظاهرة من الظواهر المعاصرة تنبثق من الحاجة المتزايدة الى الراحة وتغير الهواء، والى مولد الإحساس والشعور بالبهجة والمتعة، والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضاً 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 وثمره تقدم وسائل النقل.⁵ وعرفت المنظمة العالمية للسياحة أنها انتقال الأفراد من مكان لآخر لأهداف مختلفة ولفترة 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 أو خارجها إلى دول أخرى لأغراض متنوعة، 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 متطورة 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 فإن المقومات السياحية تعني مجموعة الإمكانيات الطبيعية والاصطناعية والحضارية والتاريخية، إضافة إلى الخدمات المتنوعة كالنقل والاتصالات وتوفير الأمن التي تتوفر عليها الدولة مما يجعل منها وجهة ومقصد سياحي مهم.

أولاً: أساسيات حول الفايسبوك:

01/ نشأة الفايسبوك:

ترجع فكرة نشأة الفايسبوك لصاحبه مارك زوكربيرج حيث أخذ على عاتقه 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 مواقع 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 رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار الفيس ماش في 28 أكتوبر 2003 عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية آنذاك. ووفقاً 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 الحقيقية لذلك الذي ربما يحدث للكثير من الكليات الأخرى ورد ذلك في مدونته الشخصية ، يستطرد مارك قائلاً ، ولكن هناك أمر واحد مؤكد هو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع ، على كل حال أناي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر ...، وسرعان ما تم توجيه 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 للطرده 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 ألتو 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 أيرلندا مقراً دولياً له ليخدم هذا الموقع خدماته للمستخدمين مجاناً.¹⁰ أما التسمية Facebook فمرجعها ينسب إلى الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين وفيه أسماء وصور زملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجدون بالاعتراب، 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، صورته يساعده 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 الكترونيًا يجتمع حول قضية سياسية أو اجتماعية ، ويستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصرياً (العائلة أو الأصدقاء) أو عام يشترك بها من هو مهتم 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 الإخبارية News Feed:** التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.¹²
- **الأحداث المهمة Events:** وتتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث جارٍ حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء المشتركين في الشبكة به.
- **الفيديو Vidéo:** وتوفر للمشترك إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرسالها كرسائل مرئية (صوت وصورة).
- **الاعلان Marketplace:** وتمكن المشترك من الاعلان عن أي منتج يود الاعلان عنه ، أو البحث عن أي منتج يرغب في شرائه.

- **النكز Poke:** هو عملية تنبيه الأصدقاء على الفايسبوك لجذب انتباههم وكأن المستخدم يقول لهم مرحبا.
- **الإشعارات Notifications:** تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بآخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقا.¹³

03/ إيجابيات وسلبيات الفايسبوك:

- أ- **إيجابيات الفايسبوك:** يؤدي هذا الموقع خدمات لمستخدميه ، تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتحقق رغباتهم وتواصلهم مع أصدقائهم ومحيط عملهم ومن بين هذه الخدمات ما يلي:
 - إتاحة الفرص لإقامة صداقات والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع وذلك من خلال إتاحة الفرصة لإضافة الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم وكذلك إرشاد صديقين الى بعضهما على هذا الموقع ، واقتراح أصدقاء جدد، وإتاحة الفرصة لمشاهدة الأصدقاء وإمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات.
 - خدمة الشركات ورجال الأعمال في الاعلان عن الوظائف واختيار الموظفين.
 - يتيح فرصة تحميل ألبومات 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.
 - إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقو على اتصال مستمر عبر هذا الموقع الافتراضي .
 - إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب بالاستمرار في صداقته.
 - إمكانية التعرف على أصدقاء من مختلف أنحاء العالم ومواقع متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.¹⁴
- ب- **سلبيات الفايسبوك:** ظهرت العديد من السلبيات والآثار السيئة الاستخدام الفايسبوك مع مرور الوقت واتساع نطاق استخدامه ومن أهم تلك الآثار السلبية ما يلي :
 - إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية، حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأسر بالانعزال والطلاق وغيرها، فقد كشف استطلاع للرأي أجراه الموقع الإنجليزي " 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 أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية ، بمجرد نشرها حتى لو اتخذ المشترك كل الاجراءات اللازمة للأمان الحقيقي هو عدم ما لا يرغب من الجميع الاطلاع عليه.
 - استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية، حيث يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفايسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها، وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل منهم عملاء لجهات معادية دون وعي واطلاع، وقد نشرت مجلة " لوماغزينويرايل" ملفا واسعا عن موقع الفايسبوك أكدت فيه أنه موقع استخباراتي صهيوني مهمته تجنيد العملاء والجواسيس للمخابرات الاسرائيلية، وقد أكد مفوض الاتحاد السويسري لحماية البيانات الخاصة "هارتريتر" أن موقع الفايسبوك بات مصدر للمعلومات تلجأ اليه أجهزة المخابرات كما تستخدمها الشركات للتجسس.¹⁵

04/ الفايسبوك في الجزائر:

تأتي الجزائر بعد مصر التي تصدر 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 بعدد السكان في الجزائر وبـ 60.32 % بالنظر الى عدد الاناث 32 % والاستخدام الأكبر كان لفئة من 18 الى 24 سنة، فيما تفاوتت النسب بين بقية الفئات العمرية ، ويعتبر الفاسبوك في الجزائر أكثر جماهيرية واستخدام خاصة مع تطور خدماته يوم بعد يوم مما يستميل مزيدا من المشتركين.¹⁷

ثانيا: الموقوفات السياحية في الجزائر وعلاقتها بالفايسبوك:

01/ تاريخ السياحة في الجزائر:

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

أ- **السياحة في العصور القديمة:** السفر كان ظاهرة طبيعية غير مقصودة وهي مرتبطة بوجود الانسان وحاجته، وهو يهدف الى اشباع حاجاته، فالنشاط السياحي السائد خلال هذه المرحلة يتمثل في الاتجار وبيع مختلف السلع والبحث عن العمل، فالرحالة القدامى كانوا تجارا وبحارة ومكتشفين وجغرافيين ومؤرخين وأدباء، وكانت رحلاتهم بطيئة جدا لعدم تطور وسائل النقل فكانت لشهور وأعوام، كما كانت شاقة جدا 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 الى الهند والصين عن طريق الرجاء الصالح، ثم اكتشاف كريستوف كولومبوس الى أمريكا (1492)، وهذا ما شجع الأوروبيين على الهجرة اليها.¹⁹ كما شكلت الفتوحات الاسلامية جزءا مهما جدا من التنقل والاكتشافات والسياحة في هذه المرحلة، حيث كانت فتوحات الهلال الخصيب واخضاع الفرس لحكم المسلمين وفتح شمال افريقيا وجنوب أوروبا، أكبر الأحداث في العصور الوسطى، فقد توسعت سيطرة وفتوحات المسلمين في الشرق والغرب نتج عنها احتكاك الشعوب واكتشاف الثقافات والأعراف، وأصبحت الحضارة الاسلامية والدين الاسلامي نورا 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 عموما، وتعد هذه المرحلة البداية الفعلية للنشاط السياحي عبر العالم، وقد تمكن توماس كيد البريطاني بتنظيم أول رحلة سياحية جماعية عن طريق القطار داخل بريطانيا ثم قادها الى بعض دول أوروبا ثم الى أمريكا، ومن أهم وأطول الرحلات التي سميت Grand Tour وقد تم اختيار وسائل النقل وأماكن الإقامة، وتم فيها تحديد الأماكن التي سيتم زيارتها، فكانت هذه الرحلات بداية المفهوم الجديد للسياحة الحديثة.²⁰

ث- **السياحة في الوقت المعاصر:** تبدأ هذه المرحلة بظهور الطائرة، ورغم استخدامها في البداية في المجال العسكري والحرب، غير أنها فيما بعد أصبحت وسيلة نقل أساسية في الطيران المدني، واضحت الوسيلة الأكثر استخداما في السياحة الى يومنا هذا، ومنه شهد الوقت المعاصر تكامل في وسائل النقل المتعددة والتي تطورت بشكل سريع جدا جعل من السفر متعة وراحة كبيرة، فمنذ نهاية الحرب العالمية الثانية شهد العالم سلاما وازدهارا اقتصادية شكل وضعا مناسباً جداً لكثافة الرحلات الجوية والبحرية والجوية وكثافة التنقل وتضاعف عدد الرحلات السياحية وعدد شركات السياحة في كل أنحاء العالم.²¹

02/ أنواع السياحة: تتعدد أنواع السياحة وفقا للدوافع والاحتياجات المختلفة التي يسعى الفرد السائح الى اشباعها أو تحقيقها، وقد تم تصنيف السياحة الى عدة أنماط وفقا للمتغيرات التالية:

- أ- **وفقا لعدد الأشخاص المسافرين:**
 - **السياحة الفردية:** تتمثل في سفر شخص واحد أو شخصين أو عائلة، ويقوم فيها المسافر بتنظيم رحلته بنفسه وفقا لظروفه وإمكانياته 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 وغيرها.²²
- ب- **وفقا 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 موطنه الأصلي، فهو يتنقل داخل الحدود الجغرافية لبلده.
 - **السياحة الخارجية:** وتكون من خلال مغادرة السائح لبلده قاصدا بلدا آخر سواء كان قريبا مجاورا أو بعيدا في قارة أخرى.
 - **سياحة الاستضافة:** وتمثل قدوم السياح من بلاد الى أخرى تعد موطنهم الأصلي وتستقبلهم بلد معينة.
- ت- **وفقا للهدف أو الدافع الى السياحة:**
 - **السياحة الثقافية:** يهدف هذا النمط من السياحة الى التعريف بالثقافات والحضارات، وهي تساهم في توسيع معارف السائح وتزيد من ثقافته التاريخية، فهي ميدان خصب للسياحة فقد تجذب مراكز الاستقبال التاريخية والمواقع الأثرية العديد 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 الأنهار.
 - **السياحة الدينية:** وهي التوجه لزيارة الأماكن المقدسة والارث التاريخي الديني، مثل السفر بقصد الحج أو السفر لأماكن تجذب السائحين الدوليين، ويقيمون عادة في أماكن مبيت مؤقتة نظرا للعدد الهائل من الحجاج.²³

- **السياحة الترفيهية:** هي من أقدم أنواع السياحة وأكثرها انتشارا، حيث وصلت نسبة السياحة الدولية الى 80 % ، وتعتبر دول المتوسط من أكثر الدول في العالم جذبا للسياحة الترفيهية لما تزخر به من مقومات تاريخية وطبيعية ومناخها المعتدل.
- **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 الى المتعة والترفيه عن النفس وقضاء الاجازات، وتكون غالبا في المناطق ذات الطقس المعتدل والمناظر الخلابة والآثار التاريخية.
- **سياحة المؤتمرات:** وتكون في اطار المشاركة في المؤتمرات الدولية والاجتماعات والمعارض والمهرجانات الثقافية واللقاءات والتظاهرات العلمية والاقتصادية، وتكون مصحوبة بحضور اعلامي كبير وشخصيات معروفة، وهي وسيلة للاحتكاك بين الشعوب والاطلاع على الثقافات والمنتجات المختلفة.

03/ أهمية السياحة:

أصبحت السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا، نظرا لما تتمتع به من أهمية كبيرة، ولما لها من تأثير على اقتصاديات الدول ومكانتها في العالم، وكذا 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 الى الاستثمار في القطاع السياحي مثل بناء الفنادق والقرى السياحية ، كما يعتبر الانفاق اليومي للسائحين عاملا في ازدهار التجارة وزيادة حركة الأموال التي تقوي الاقتصاد الوطني للدولة، كما تؤثر ايجابيا على ميزان المدفوعات، وتجسد ايجاد بدائل للدخل وتسهم في سياسات تنويع الدخل.²⁵
 - خلق مناصب الشغل: القطاع السياحي حيوي ويرتبط بالقطاعات الأخرى وظيفيا، ومن خلال ذلك تساهم السياحة بشكل كبير في خلق مناصب الشغل في المواقع والأماكن السياحية من جهة، وفي النشاطات والقطاعات المرتبطة بها أيضا كالنقل والاطعام 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، وكذا الانفاق اليومي للسياح في الأسواق، فتساهم في ارتفاع الإيرادات السياحية وانعاش الاقتصاد الوطني للدولة.
- ب- **الأهمية الاجتماعية والثقافية:**

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

ت- الأهمية البيئية:

للسياحة أيضا آثار ايجابية على البيئة يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تعود السياحة بالمنفعة على البيئة بفضل التدابير على حماية البيئة والمواقع الأثرية والتاريخية لجذب السياح إليها، بما في ذلك سمات الحياة البرية البعيدة على تدخل الانسان 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 أيضا.
- توفر الأموال بفضل السياحة يساهم في المحافظة على الطبيعة والبيئة وبذلك يكون استغلال أمثل للموارد السياحية في التنمية البيئية.

ثالثا: مواقع التواصل الاجتماعي – الفايسبوك - ودورها في صناعة السياحة في الجزائر:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم أشكال الاعلام الجديد وأكثرها انتشارا، فهي الظاهرة الاعلامية الأبرز في عالم اليوم، كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع وخاصة الشباب منهم، ومن أكثر هذه الشبكات انتشارا والتي عرفت استخداما واسعا ما يعرف بشبكة الفايسبوك، حيث أصبح هذا الأخير يشغل حيزا كبيرا في حياة الكثيرين باختلاف 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 يتبادل الأصدقاء المعلومات والآراء المعززة بالصور ومقاطع الفيديو والرد عليها أحيانا، فيتبادلون صوراً لكل شيء كأحداثهم وتنقلاتهم وطعامهم ولباسهم وأحدث ما شاهدوا أو اشتروا من منتجات وغيرها، كما يقدمون تعليقاتهم ومواقفهم وهو ما يساعد على الاطلاع على ثقافات الغير والترويج للثقافة المحلية، وبهذه الطريقة تنتشر ثقافات الشعوب وأنماط معيشتهم وتفكيرهم، وهو بذلك يساهم في التعريف بما تزخر به هذه البلدان من امكانيات سياحية.

كما تحظى 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 ايجابية لمنتجاتها السياحية في الأسواق الداخلية والخارجية، وتعتبر الجزائر بلدا شاسعا يمتلك ثروة كبيرة من المنتجات السياحية، وهي من بين أهم الدول التي تمتلك مقومات طبيعية وموارد جغرافية تتميز بالتنوع والجمال، فهي من الدول التي تجمع مناخات عديدة وتضاريس متنوعة من سواحل وجبال وصحاري وأنهار وسهول وتلوج مناطق خلابة ، اضافة الى أن الجزائر تمتلك إرثا حضاريا وتاريخيا وثقافيا تمتد جذوره الى أعماق التاريخ ، فمقوماتها الحضارية تعبر عن حقبة تاريخية وحضارات متعاقبة كبرى، فالجزائر تمتلك موروثا ثقافيا وتاريخيا وحضاريا ثمينا يؤهلها للتطور بشكل كبير في استقطاب السائحين الأجانب، وتتملك الجزائر أيضا تنوعا في العادات والتقاليد تعبر عن تنوع في التركيبة البشرية وهي بدورها تعتبر عنصر جذب سياحي مهم، مما يؤهل الجزائر الى التحول الى وجهة سياحية رائدة في حوض البحر الأبيض المتوسط ، وفي ظل احتدام المنافسة بين الوجهات السياحية أصبح الأمر يستدعي استخدام وتوظيف وسائل وتقنيات جديدة للتعريف بالمقومات والمنتجات السياحية ، وهذا ما يجعل من شبكة الفايسبوك احدى أهم الأدوات الحديثة للتسويق السياحي نظرا لما توفره من إمكانيات كبيرة للتواصل بين عارضي المنتجات السياحية وطالبيها.

تمثل وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك تحديا هائلا بالنسبة لمؤسسات الأعمال، فلم تعد أساليب التواصل والترويج السياحي التقليدية مجدية ، 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 الفايبرسبوك 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 بالعمل من مجرد مستهلك سلبي الى منتج ومستهلك إيجابي.
- تزويد المسافر بالقنوات الآمنة لحجز وشراء منتجات الرحلة.
- تبادل ونشر المعلومات المتعلقة بالرحلات والبرامج السياحية السابقة.

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

- عرض المعلومات والخدمات والتسهيلات بطريقة جذابة ومتطورة.²⁷
- إعادة صياغة منظومة العمال التقليدية (الداخلية والخارجية).
- النظر الى العميل على انه 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 تفاعلهم مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- التواصل مع المسافرين بعد الرحلة يمنح الفرصة لتحسين الرحلات المستقبلية من خلال التغذية المرتدة وتحسين عمليات ادارة شكاوي العملاء مما ينعكس على تنمية وتطوير المنتجات الجديدة.
- البحث بكفاءة عن موردي الخدمات والتواصل مع العملاء الحاليين والوصول الى العملاء المرتقبين
- النظر للمسافرين على أنهم شركاء في تصميم وانتاج التجربة السياحية.

أما في قطاع الفنادق فقد أجريت دراسة على مديري 109 فندق، وفيما يتعلق بأسباب استخدام تطبيقات وأدوات التواصل الاجتماعي، فكانت الاجابات الأكثر اختيارا أنها ضرورية لأجل اللحاق بركب التطور والتكنولوجيا في بيئة الاتصال مع العملاء، وأنها وسائل فاعلة لتسويق خدمات الفندق، انها وسيلة سريعة لتلقي استفسارات والشكاوي من العملاء.

أما في قطاع شركات السياحة فقد قامت شركة ريجوس اللبنانية 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، و أن 26 % منها تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي مع العملاء الحاليين والمرتقبين، وأيضا 32 % منها تخصص قرابة 20 % من ميزانية التسويق للانفاق على الأنشطة التجارية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.²⁸

رابعا: معوقات السياحة في الجزائر

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

01/ غياب نظرة واضحة لمنتجات السياحة في الجزائر:

- مواقع بلا صيانة وغير مثممة بصورة كافية.
- غياب مواد مثيرة للجاذبية وقادرة على التميز.
- غياب التشاور والتنسيق حول المور الأساسية المتعلقة بالنشاط بين الفاعلين في ميدان السياحة.²⁹

02/ ضعف المنتج السياحي:

ضعف نوعية الخدمات ويتضح 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.
- هياكل إيواء 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 ، حضيرة الطاسيلي).

03/ ضعف أداء وكالات السفر ونقص تأهيل مستخدميها:

- غياب التحكم في التقنيات الجديدة للسوق السياحية الدولية.
- عدم التكيف مع الطرق العصرية للتسيير الالكتروني من حجز وخدمات وغيرها.³¹
- خضوع استقبال السياح بالجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد وجهتهم.
- غياب مخطط للتكوين المستمر .
- عدم وجود تنظيم لوكالات السفر وعدم وجود ميثاق يحكم المهنة.
- أنشطة موجهة نحو السياحة الموفدة الى 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 وجهة الجزائر لضعف الاتصال الداخلي والخارجي.
- ضعف في التعاون والتنسيق بين مختلف القطاعات والشركاء في قطاع السياحة للتعريف بالمقومات السياحية.
- غياب الأنشطة الاعلامية والاستراتيجية الاعلامية الهادفة الى الترويج السياحي في الجزائر.
- عدم كفاية مواقع الأنترنت مع التركيز وترقية السياحة الصحراوية والاكتشاف الثقافي.

04/ ضعف النظام البنكي والمصرفي لترقية السياحة:

- تعاني الجزائر من تخلف نظامها البنكي فالخدمات المالية فيها ضعيفة ولا تتماشى مع ما هو في الدول السياحية.
- عدم ملائمة وضعف وسائل الدفع على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية للسياح.
- قوانين جامدة لا تسمح بتوطين العمليات سواء بالنسبة للاستقبال أو إيفاء السياح الى الخارج.
- تعارض في طريقة تمويل الاستثمار السياحي مع طبيعة النشاط.
- تسيير وتنظيم غير متكيف مع السياحة العصرية.
- المبالغة في اجراءات استخراج التأشيرات .

النتائج:

- تعرف شبكة الفايسبوك استخداما واسعا بين الطلبة الجامعيين وذلك ادراكا 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 انشاء حساب على الفايسبوك حيث عبر الكثير منهم بان غرضهم من انشاء حساب على الفايسبوك، هو من أجل التسلية والترفيه وبعدها يأتي غرض انشاء الصداقات من أجل نشر أفكارهم وآرائهم.
- أغلب الطلبة الجامعيين يقومون بزيارة مواقع أخرى خارج مكان اقامتهم ، وأكثرها مناطق متواجدة داخل التراب الوطني ، ما يدل على وعي الطلبة الجزائريين بوجود مناطق مهمة داخل الجزائر تستحق الزيارة.
- اغلب الطلبة المبحوثين الذين قاموا بزيارة المنطقة كانت بزيارة المنطقة كانت زيارتهم لغرض الترفيه والتنزه وبعدها لغرض الاستشفاء ، وذلك ما يدل على معرفتهم بتوفر الجزائر على محطات معدنية ذات خاصيات علاجية مؤكدة ، أغلبهم نظموا الزيارة مع العائلة بنسب كبيرة ، وتليها رحلات مع الأصدقاء .
- يتأثر 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 نظرا لوجود التسهيلات والمرافق، وتحلل المنطقة الثانية كوجهة للطلبة المناطق الجبلية ، تبقى المناطق السياحية في المرتبة الأخيرة نظرا لعدم توفر النقل والمرافق وصعوبة الرحلات.
- تساهم شبكة الفايسبوك في امداد مستخدميه بمعلومات تاريخية تعرف بمختلف الحضارات المتعاقبة على هذا البلد.
- يلعب الفايسبوك دور كبير في تزويد مستخدميه بمعلومات وبيانات مناسبة تشرح جغرافية الجزائر وطرقها وممراتها ، وكذلك ابراز مميزات كل منطقة من مناخ متميز وتضاريس.
- يقوم الفايسبوك بتزويد مستخدميه بمعلومات قيمة عن كنوز الجزائر ، وما تتوفر عليه من نواذر طبيعية كالحيوانات والنباتات النادرة.
- غياب شبه كلي لوزارة السياحة على جدران الفايسبوك لذلك وجب الدعم من الدولة لإستغلال هذه الشبكة للتعريف بالمنتوج السياحي الجزائري والترويج له عبرها .
- يساهم الفايسبوك في تعريف مستخدميه بعبادات وتقاليد أسلافنا.

- يساهم الفايسبوك أيضا في تعريف مستخدميه بالثقافات والعادات والتقاليد السائدة في باقي الولايات الجزائرية من خلال ما توفره من مزايا ، كالدرشة وخاصة تبادل الصور ومقاطع الفيديو وتكوين 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 تنعكس 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 بالاضافة الى تنوع مواردها وتميز منتجاتها السياحية ، فهي تمتلك من الامكانيات الطبيعية والتاريخية ما يناسب أذواقا مختلفة ، حيث تتوفر على شواطئ خلابة ونبابيع عذبة وجبال رائعة وحمامات معدنية مميزة ومناطق صحراوية نادرة، ولهذا أصبحت الجزائر مجبرة على مسيرة التطورات الحاصلة ، بالتوجه 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:

- 1 - صادق عباس، الاعلام الجديد المفاهيم والتطبيقات، عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع ، د ط ، 2008، ص 15.
- 2 - ماهر عودة الشمايلية، محمود عزت اللحام، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، عمان : دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط ، 2015، ص 203.
- 3 - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع، د ط ، 1997، ص 21.
- 4 - ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص 21.
- 5 - ميلود تومي، نادية خريف، دور التسوق الالكتروني في تنشيط صناعة السياحة، بحث مقدم الى الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، ص 03 .
- 6 - أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، عمان: دار الكنوز والمعرفة والنشر، دط، 2007، ص 24.
- 7 - يحي سعيدي، سليم العمر اوي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية ، مجلة بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية، العدد 36، 2013، ص 97.
- 8 - سميرة العابد، فايزة لعراف، صناعة السياحة في الجزائر: الواقع وسبل النهوض بها، الملتى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، يومي 19 و 20 نوفمبر 2012 ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الحاج لخضر باتنة، ص 03.
- 9 - حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية – الفايس بوك وتويتر نموذجاً، رسالة ماجستير ، كلية الآداب والعلوم الانسانية، جامعة الملك عبد العزيز، ص 32.
- 10 - مروى عصام صلاح ، الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل، عمان : دار الاعصار للنشر والتوزيع ، ط1، 2015، ص 287.
- 11 - حنان بنت شعشوع الشهري، مرجع سابق، ص 33.
- 12 - محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير ، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، 2012 ، ص 17.
- 13 - حسين فطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، 2013، ص 30.
- 14 - علي خليل شفرة، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي ، عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1، 2013، ص ص 67، 68.
- 15 - علي خليل شفرة، مرجع سابق، ص ص 71، 72.
- 16 - عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية ، الأردن: دار وائل للنشر، ط1، 2011 ، ص 183.

- 17 - نورمان مريم ناريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايبيوك في الجزائر ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2012/2011، 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 ، 2009/2008، 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، 2010/2009، ص 19.
- 20 - نسيم جميل، السياحة الثقافية وتأمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر دراسة وصفية تحليلية لبرنامج حصة مرحبا، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة هران، 2010/2009، ص 52.
- 21 - أيمن برنجي، مرجع سابق ، ص 34.
- 22 - أبو بكر عويني عطية، التنظيم الدولي للسياحة – نحو انشاء منظمة دولية مقترحة للسياحة الرياضية، الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، ط1، 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 - العياشي 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، 2012/2011، ص 40.
- 27 - محمد محمد فراج عبد السميع، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي ، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، 2012، ص 14.
- 28 - محمد محمد فراج عبد السميع، مرجع سابق، ص 15.
- 29 - زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة – دراسة حالة الجزائر ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية جامعة قسنطينة ، 2012/2011، 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 الانسانية، جامعة بسكرة، العدد 25، ص 134.
- 32 - زهير بوعكريف، مرجع سابق، ص 173.



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



ينظم



مخبر الأمن القومي الجزائري "الرهانات والتحديات"
بالتعاون مع:



فرقة بحث " تحليل السياسات العامة الاقتصادية واثرها على الأمن الاقتصادي في الجزائر"
والجمعية الوطنية لتنمية السياحة القصورية والواحات مكتب ولاية الجزائر وعين الدفلى

الملتقى الوطني الأول حول:



" تحليل السياسة السياحية الجزائرية رهانات وتحديات "

يوم 03 مارس 2020

برنامج الملتقى

- الجلسة الافتتاحية / بقاعة المحاضرات مجمع المخابر -

- الجلسة الافتتاحية / بالمكتبة المركزية -

الساعة	النشاط
9 سا 00د	قرآن كريم ثم النشيد الوطني
9 سا 10د	كلمة مدير المخبر
9 سا 15د	كلمة رئيس الملتقى
9 سا 20د	كلمة رئيس الجمعية الوطنية لتنمية السياحة القصورية والواحات
9 سا 25د	كلمة ترحيبية لمدير الجامعة والسيدة عميد الكلية وافتتاح اشغال الملتقى
9 سا 45د	مداخلة افتتاحية: معالم السياحة في ولاية عين الدفلى واقع و آفاق

استراحة (أكراميات) ثم انطلاق الجلسات.

- الجلسة الأولى/ قاعة المحاضرات -

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

الساعة	المداخلة	الباحث المتدخل
10 سا 15 د	الفنادق الايكولوجية خطوة أساسية لتنمية سياحية مستدامة في الجزائر افاق 2025	أ. مصاييح فتيحة نسرین جامعة سيدي بلعباس
10 سا 25 د	دور مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تمية السياحة الصحراوية دراسة بمديرية السياحة لولاية ورقلة	ط.د مبارك شريف خليل / ط.د بن فردية علي البليدة 02

الملتقى الوطني الاول حول: " تحليل السياسة السياحية الجزائرية رهانات وتحديات"

د. بودية فاطمة / د. بن زيدان فاطمة الزهراء جامعة الشلف	تحليل تنافسية قطاع السياحة والسفر في الدول العربية وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) سنة 2019	10 سا 35 د
د-لعرابوي نصير جامعة محمد لنين دباغين سطيف 2 د. رحيموني فاتح جامعة المسيلة	دور الفيسبوك في التعريف بمقومات السياحة الجزائرية	10 سا 45 د
د. بوتورعة عبد الرزاق د. شكاكطة عبد الكريم جامعة خميس مليانة	واقع الاتصال السياحي وسبل تفعيل النشاط السياحي بالجزائر - الفاعلون والاستراتيجيات-	10 سا 55 د
د. أمينة سرير عبد الله / أ. أمينة بوهصلة	الاستثمار السياحي وأهميته في الاقتصاد الوطني الجزائري	11 سا 05 د
ط. د/ مالكي ابتسام / جامعة البليدة 02	الاهمية الاقتصادية للاستثمار الصيني في قطاع السياحة بالجزائر	11 سا 15 د
نقاش عام		11 سا 25 د

- الجلسة الثانية/ قاعة المحاضرات -



رئيس الجلسة	مقرر الجلسة
أ. د طيب جميلة	أ. موساوي عبد الرحمان

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

- الورشة 1 -

رئيس الجلسة	مقرر الجلسة
د. مصطفى ريجي جامعة البليدة 02	أ. ريميلوي سفيان جامعة البليدة 02

الساعة	المداخلة	الباحث
--------	----------	--------

د. شاقوري عبد القادر جامعة الشلف / د. تراكة جمال جامعة خميس مليانة	الافاق المستقبلية للسياحة الجزائرية	13 سا 20 د
د. عبد المالك حطاب جامعة خميس مليانة	اهمية السياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر	13 سا 25 د
د. طيلب احمد / د. عبد السلام عبد اللاوي	المقاربات الجديدة في صنع السياسة السياحية - رؤية استراتيجية -	13 سا 30 د
د. ملاح نصيرة / ا. رتيبي سارة جامعة خميس مليانة	السياسة السياحية المستدامة كاستراتيجية للتنمية في الجزائر - الافاق والتحديات -	13 سا 35 د
د. عيمور فيروز جامعة خميس مليانة	اشكلية السياسة السياحية في الجزائر في ظل نقص المرافق السياحية	13 سا 40 د
د. بن مرار جمال جامعة خميس مليانة	السياحة في الجزائر بين الواقع والتحديات	13 سا 45 د
نقاش عام		13 سا 50 د



- الجلسة الختامية / بالمكتبة المركزية -

تحت إشراف رئيس الجامعة وعميد الكلية

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