



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر



المسيلة في: 2025/12/08

شهادة مشاركة

يشهد عميد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة ورئيس الملتقى الوطني (حضورى وعن بعد) حول:

"دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية القطاع السياحي بالجزائر"

بأن: أ.د. خرخاش أسماء، جامعة المسيلة، قد شارك(ت) بالداخلة الموسومة بعنوان:

"دور الوسائل المتعددة في التسويق الرقمي في الجزائر"

الباحث العلمي
عميد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير
أ. ختيم محمد العيد



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الملتقى الوطني حول
دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال
في ترقية القطاع السياحي بالجزائر
د. زين العابدين العبدالله



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر

قسم علوم التسيير



الملتقى الوطني حول:

رئيس الملتقى: د. عمر زريق
رئيس اللجنة العلمية: أ.د. توفيق تمار
رئيس اللجنة التنظيمية: أ.د. فاتح غلاب

برنامـج الملتقـى الـوطـني (حضورـي وـعـن بـعـد)



08 دسمبر 2025

برنامـج الملتقـي الـوطـني (حضرـي وعـن بـعـد) حول:
دور تـكنـولوجـيا المـعلومـات وـالاتـصال فـي تـرقـيـة القـطـاع السـيـاحـي بالـجزـائـر

التوقيت	جلسة الافتتاح حضورياً	رابط الجلسة: https://meet.google.com/cze-ovkn-wmq	
9.00 إلى 10.00	<p>الكلمة التقديمة لعميد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير الأستاذ الدكتور محمد العيد ختيم؛ كلمة رئيس الملتقى: الدكتور عمر زريق؛ كلمة رئيس مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر البروفيسور برحمة عبد الحميد؛ كلمة رئيس قسم علوم التسيير: أحمد الصغير قراوي كلمة الافتتاح الرسمي للملتقى: رئيس جامعة محمد بوضياف بالمسيلات الأستاذ الدكتور عمار بودلاعة.</p>	<p>قراءات بنيات من القرآن الكريم: الاستعاء إلى النشيد الوطني: كلمة رئيس الملتقى: الدكتور عمر زريق؛ كلمة رئيس مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر البروفيسور برحمة عبد الحميد؛ كلمة رئيس قسم علوم التسيير: أحمد الصغير قراوي كلمة الافتتاح الرسمي للملتقى: رئيس جامعة محمد بوضياف بالمسيلات الأستاذ الدكتور عمار بودلاعة.</p>	
رئيس الجلسة البروفيسور: عيسى قروش	الجلسة الرئيسية 01:	قاعة عبد الجيد علام	
التوقيت	المتدخل	المؤسسة الجامعية	
10.15-10.00	د. محمد روازقي أ.د. حسان بوعياطة	جامعة المسيلة	عنوان المداخلة
10.30-10.15	د. محمد ذياب	جامعة المسيلة	مذكرة الوجهة السياحية الذكية: دراسة مقارنة بين التجربة الإسبانية والتجربة الجزائرية
10.45-10.30	أ. د خراش جميلة د. كمال بوسفي د. حميدة زواوي	جامعة المسيلة	السياحة الذكية دروس مستفادة من التجارب الدولية وتطبيقاتها في الجزائر
11.00-10.45	Dr. Mustapha ELBAHI Doctorante. Hadjira ATALLAOUI	M'SILA University LAGHOUAT University	Adoption des TIC dans le secteur touristique en Algérie : Entre défaillance infrastructurelle et conscience opérationnelle limitée - Étude empirique à Bou-Saâda
11.15-11.00	Dr. Abdel raouf Messaoudi	Tebessa University	The Impact of Social Media Marketing on Desert Tourism Destinations in Algeria: An Applied Study
11.30-11.15	أ.د. بن البار موسى د. جريبي أحمد	جامعة المسيلة	مذكرة الوجهة الاستراتيجية الحديثة كأداة لتقيم الموقع الإلكتروني لوكالة تيقاد للسفر بباتنة
11.45-11.30	أ.د. سامية خراش أ.د. نبيلة جعيمج	جامعة المسيلة	دور أنظمة الحجز الإلكتروني في تعزيز القطاع السياحي تجربة قطر مذكرة
12.00-11.45	ط/د سليم بوخبلة	جامعة بسكرة	دور تـكنـولوجـيا المـعلومـات وـالاتـصال فـي تـرقـيـة القـطـاع السـيـاحـي في الجزائـر نحو سـيـاحـة رـقـيـة مـسـتـدـامـة

دور وكالات السياحة والأسفار في تنشيط السياحة الداخلية بالجزائر	جامعة المسيلة برج بوعريريج جامعة المسيلة	د. زريق عمر أ.د. هزة صالح أ.د. مهون الطاهر	12.15-12.00
مقر الجلسة البروفيسور: توفيق تمار عنوان المداخلة	المؤسسة الجامعية ترقية القطاع السياحي دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال المملتقى الوطني حول :	رئيس الجلسة البروفيسور: فاتح غلاب المتدخل	التوقيت
تكنولوجي المعلومات والاتصال كآلية لتطوير القطاع السياحي في الجزائر: دراسة نقدية تقييمية لواقع البنية التحتية الرقمية، مستوى الوعي المهني، وتجارب تطبيقية لمؤسسات سياحية جزائرية.	جامعة قالمة	د. راضية دعمان ط/د زينب بوشلحة	12.30-12.15
"A review of bibliometric studies on recent research trends in the use of artificial intelligence in the tourism sector for the period 2015-2024"	M'SILA University alger3 University	Lakhdar LOUGLAITHI Ahmed Salmi	13.00-12.45
أثر المؤشرات السياحية في الاستثمار السياحي بولاية الشلف دراسة حالة منطقة التوسيع السياحي "مانيس" بالشلف	جامعة الشلف	أ.د. حسان بخيت أ.د. براهيم بلقلة	13.15-13.00
دور الذكاء الاصطناعي في تسويق الخدمات السياحية وسبل تفعيله في السياحة الجزائرية	جامعة المسيلة	أ.د. بن اعbara نصر الدين ط.د. محمد سعاعيني	13.30-13.15
دور الوسائل المتعددة في التسويق الرقمي في الجزائر	جامعة المسيلة	أ.د. فطوم بلقي أ.د. اسهام خرخاش	13.45-13.30
واقع السياحة الداخلية في ولاية المسيلة.	جامعة المسيلة جامعة ميلة	د. مرادي عمار د. أميرة معايش	14.00-13.45
الذكاء الاصطناعي كركيزة أساسية لإدارة السياحة الذكية	جامعة المسيلة جامعة برج بوعريريج	د. نجاة حجاب د. أم السهد سراري	14.15-14.00
دور التسويق السياحي عبر الانترنت في تنشيط السياحة في المناطق الأخرى اقتصاديا - قلعة بنى حماد نمودجا	جامعة المسيلة	أ.د. فايزه لعراف أ.د. اسهام سبتي د. عفيفية عبد الرحمن	14.30-14.15
مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنشيط القطاع السياحي	جامعة بجاية جامعة هواري بومدين الجزائر	ط/د أحمد قرطبي ط/د عبد المالك زواق	14.45-14.30

المجلس الاولى عن بعد:

مقر المجلس البروفيسور: الصالح سراري

رئيس المجلس الدكتور: فاتح مرزوق

رابط المجلس:

<https://meet.google.com/tuh-qxbn-dby>

التوقيت	المتدخل	المؤسسة الجامعية	عنوان المداخلة
10.15-10.00	د. يوساف أحد د. بحري علي	جامعة الجزائر 03 جامعة المسيلة	دور الرقمة في هندسة السياحة المستدامة
10.30-10.15	د. إبراهيم بلغري د. عبد الكريم وهري	جامعة الشلف جامعة عين تموشنت	واقع الاستثمار السياحي في الجزائر ضمن المخطط التوجيي للتهيئة السياحية آفاق 2030 - دراسة حالة ولاية عين تموشنت
10.45-10.30	أ.د عميش سميرة	جامعة المسيلة	تطبيقات التسويق الرقمي في صناعة السياحة نماذج من تجربة السياحة في تونس و الإيطالى
11.00-10.45	د. شكري عاشوري د. زينب مرغاد	جامعة خنشلة	الذكاء الاصطناعي كدخل لتحقيق الاستدامة في السياحة الحضرية دراسة حالة مدينة سفاقورة
11.15-11.00	د. توفيق غضبي د. خليفة عزي د. عمارة عبد القادر	جامعة المسيلة جامعة الوادي جامعة المسيلة	القطاع السياحي الجزائري في ظل الرقمة دراسة تحليلية
11.30-11.15	ط.د. عاشور مروة د. عاشوري عبد الناصر أ.د شريف مراد	جامعة سطيف جامعة سطيف جامعة المسيلة	السياحة الإلكترونية في الجزائر: تحليل للمبادرات والمنصات الرقمية الرسمية في الترويج السياحي
11.45-11.30	د. زواوي راجح	جامعة برج بوعريرج	الاعلام الرقمي ودوره في عملية التسويق السياحي بالجزائر
12.00-11.45	أ.د فاتح غلاب أ.د جباب عيسى ط/د. سمير معمرى	M'SILA University	The Role of Artificial Intelligence in Advancing the Tourism Sector
12.15-12.00	أ.د عمر بجاوي د. لمين عايد	جامعة المسيلة	تقييم امكانية تبني نموذج السياحة الذكية في الجزائر في ضوء التحديات الرقمية والتجارب الدولية

السياحة الداخلية في الجزائر "تنوع الموارد وتنمية الأشكال" دوري في المعايير والمعايير المملتقى الوطني حول: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية القطاع السياحي بالجزائر	جامعة باتنة جامعة بسكرة جامعة الجزائر 3	د. خليفي سامية د. لوعيل بن ناصر د. غري خليل	12.30-12.15
أهمية الطرق التكنولوجية الجديدة في ترقية وتطوير الطاقة السياحية في الجزائر	جامعة الجلفة	أ.د. نادية بن ورقة د. سليمان بن ورقة	12.45-12.30
دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في ترقية السياحة الرياضية في الجزائر	جامعة أم البوقي	د. كواخ نذير د. قرمط نوري	13.00-12.45
مقومات السياحة البيئية في ولاية المسيلة: قلعة بني حداد نوذجا	جامعة المسيلة	د. دغفل فاطمة	13.15-13.00
Trends and Challenges of Artificial Intelligence Applications in the Tourism Industry: Towards a Personalized and Sustainable Tourism Experience with an Example of the Cozy Cozy Application	M'SILA University	Dr: ABDELKrim HADJER MESSAOUDA Dr: DRIFI NAWAL	13.30-13.15
السياحة الذكية في ظل التطور الرقمي : التقنيات والتطور	جامعة المسيلة	د. دنيا ضيف د. حياة قريشي	13.45-13.30
استخدام أنشطة البحث والتطوير لتحقيق الاستدامة في قطاع السياحة فرنسا نوذجا-	جامعة المسيلة	أ.د. السعيد بن لخضر أ.د. صوربة شني د. فاطمة الزهراء غضبان	14.00-13.45
مناقشات			

التوقيت	المتدخل	المؤسسة الجامعية	عنوان المداخلة
10.15-10.00	ط.د / جلاحي علي ط. د / جلاحي معروف	الجزائر 03	التنمية المستدامة والتنمية السياحية في ضوء الابتكار والإبداع مقارنة تحليلية تكاملية المملكة المغربية حول: في ترقية القطاع السياحي بالمملكة المغربية المغربية حول: المعلومات السياحية في منطقة الأوراس (الموقع المغربي المغربي بالمغرب) في ترقية القطاع السياحي بالمملكة المغربية حول: دور تطبيقات السفر الذكي في ترقية السياحة الحلال خلائق تجرب دولية
10.30-10.15	د.طاهري عبد الحليم	جامعة خنشلة	المقومات السياحية في منطقة الأوراس (الموقع المغربي المغربي بالمغرب) دور تطبيقات السفر الذكي في ترقية السياحة الحلال خلائق تجرب دولية
10.45-10.30	د.راضية دغمان ط.د زينب بوشلحة	جامعة قالمة	أئمة السياحة الواحية - نموذج ذكي لتسهيل الوجهات السياحية حالة مدينة بوسعادة نموذجا
11.00-10.45	د.عبد المجيد بن لطوش	جامعة المسيلة	دور الذكاء الاصطناعي في ترقية القطاع السياحي بالجزائر من خلال إدارة وتحليل البيانات السياحية الضخمة
11.15-11.00	د.عمر بوعزيز	جامعة المسيلة	دور الابتكار والإبداع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لترقية القطاع السياحي دراسة حالة سنغافورة- وإمكانات توظيفها في الجزائر.
11.30-11.15	ط. د / دحمن زروق	جامعة وهران 2	تنمية القطاع السياحي ورقمته ضمن برنامج الاتصال الاقتصادي في الجزائر
11.45-11.30	أ.د . سعودي بلقاسم أ.د . سعودي عبد الصمد	جامعة المسيلة	تحليل الابتكار السياحي في دولي سنغافورة والترويج: دراسة مقارنة
12.00-11.45	أ.د. عدنان محيرق د. دريدى بشير د. خلف منى	جامعة الوادي	دور استراتيجيات التسويق السياحي في ترقية السياحة
12.15-12.00	د.محمد ملين بن الطاهر د.نور الدين قدوري	جامعة المسيلة	دور الترويج الإلكتروني في الترويج للسياحة الداخلية في الجزائر
12.30-12.15	أ.د سماح طلحى د.خلود أمال ط.د/ محمد زهير بودارع	جامعة أم البوقي	الملتقى الوطني حول: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية القطاع السياحي بالجزائر

البنية التحتية الرقمية للسياحة في الجزائر: قراءة في الواقع الراهن والتحديات	جامعة المسيلة	د. تاهي نادية	12.45-12.30
مساهمة التسويق الإلكتروني في دعم القطاع السياحي وتعزيز جودة الخدمة السياحية	جامعة المسيلة	د. محمد الأمين كروش	13.00-12.45
The Role of Information Technology in Advancing the Tourism Sector: From Digital Tourism Marketing to Artificial Intelligence in Enhancing Tourist Experience and Competitiveness	University Ferhat Abbas Setif	Dr .SeddaouiRabah Dr. Abderrahmane Elkheloufi	13.30-13.15
دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير السياحة الإلكترونية في الجزائر : الواقع والتحديات وآفاق المستقبل	المركز الجامعي الإيزي	د. نبيل بن مرزوق د. زكريا جرفي	13.45-13.30
دور البرامج التنبية الريفية في تعزيز مقومات السياحة البيئية في الجزائر وعلوّه التسلي	جامعة المسيلة	أ.د . قمار توفيق أ.د. عزالدين عبد الرؤوف د. زريق المراجي	13.30-13.45
تحديات القطاع السياحي في الجزائر ودور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية القطاع السياحي بالجزائر	جامعة المسيلة	د. برو هشام د. ديلمي راجح	13.45-13.30
تقييم جاهزية البنية التحتية الرقمية لدعم السياحة الذكية في الجزائر	جامعة المسيلة	لحسن مرير	14.00-13.45
مناقشة			

مناقشة عامة
قراءة توصيات الملتقى من طرف رئيس اللجنة العلمية
كلمة ختامية من طرف رئيس اللجنة التنظيمية
كلمة ختامية من طرف رئيس الملتقى

أسبوع المساعدة الاجتماعية في البيت خدمة عمومية بروح عائلية للمتقاعدين بالشاف

يخصوص حقوقهم في التقاعد والمنح المختلفة. وتشمل المبادرة أيضاً إبراز الفنون المتاحة للتواصل مع الصندوق، سواء عبر الصندوق، أو الاستقبال المباشر أو المنصات الرقمية وخطوط الهاتف، بما يضمن خدمة أقرب للمواطن وأيسر في اللوچ.

ومن خلال شعار هذه الطبيعة، يؤكد الصندوق الوطني للتقاعد أن المساعدة الاجتماعية في البيت ليست مجرد إجراء إداري، بل خدمة عمومية مفعّلة بقيم التقاعد واحترام الاعتراف بما قدمه المتقاعدون خلال مسارهم المهني.

ويراهن المنظمون على أن يساهم أسبوع المساعدة الاجتماعية في البيت في ترسیخ ثقافة مراهقة المستهن والمتقاعد، تعزيز ثقهم في مؤسسات الحماية الاجتماعية، وتحسين المحيط العائلي والمجتمعي بأهمية دعم هذه الفتاة وضمان كرامتها داخل بيتها ووسط محیطها الطبيعي.

محمد دايحي

برج بوعريريج

وضع حجر الأساس لـ 2200 سكن

بصيغة «عدل 3»

أشرف المدير العام للوكالة الوطنية لتحسين السكن وتطويره «عدل»، أول أمس، رفقة والي ولاية برج بوعريريج، كمال نويصر، على وضع حجر الأساس لمشروع 2200 وحدة سكنية بمنطقة الحضري العماري سيساوي قسنطينة.

1600 وحدة سكنية بالقطب الحضري العماري (البكرات) ولاية ورقلة.

2000 وحدة سكنية بالقطب الحضري العماري أولاد خالد ولاية سعيدة.

1400 وحدة سكنية بولاية العمارية طمئن المدير العام المسجلين في برنامج عدل 3 أن وكالة عدل تتبع باهتمام

1150 وحدة سكنية بولاية ولاية الأغواط.

2115 وحدة سكنية بولاية المسيلة.

1500 وحدة سكنية بولاية غليزان.

2200 وحدة سكنية بولاية برج بوعريريج.

ق.م

بجاية

حجز كمية من المرطبات والحلويات الفاسدة

لمديرية التجارة لولاية بجاية لهذه السلعة، قرروا إتلافها كونها غير صالحة للاستهلاك البشري، ولعدم احترام صاحبها لشروط النظافة والنظافة الصحية أثناء نقلها، وقد تم إنجاز ملف جزائي ضد المخالف وإرساله إلى الجهات المختصة، وفق بيان للمصالح الأمنية ذاتها.

د.ج

تمكنت عناصر الشرطة التابعة للمصلحة الولائية للأمن العمومي بأمن ولاية بجاية العاملة بالميدان، خلال الأسبوع الجاري، من حجز 118 وحدة من الحلويات محلية الصنع من مختلف الأحجام وبمكونات مختلفة غير صالحة للاستهلاك البشري. وبعد معاينة أعيان رقابة الجودة التابعين

تنظيم الوكالة المحلية للصندوق الوطني للتقاعد بالشلف، في الفترة من 14 إلى 20 ديسمبر الجاري، الطبيعة الرابعة ل أسبوع المساعدة الاجتماعية في البيت، تحت شعار: «المساعدة الاجتماعية في البيت: خدمة عمومية بقيم إنسانية».

وتهدف هذه التظاهرة إلى إبراز بعد الإنساني والاجتماعي لخدمات الصندوق، من خلال نقل جزء من الخدمة العمومية إلى فضاء عيش التقاعد، خصوصاً الفئات الهشة وذوي الاحتياجات الخاصة والمقيمين في مناطق بعيدة. إلى ذلك، تسعى الوكالة، خلال الأسبوع الجاري، إلى التعريف أكثر بجهاز المساعدة الاجتماعية في البيت، وشرح مهام الأعوان الاجتماعيين الذين يتتكلون بزيارة المتتقاعدين في منازلهم للاستماع لانشغالاتهم، مرفاقتهم في الإجراءات الإدارية، وتقديم التوجيهات اللازمة

خبراء يبرزون دور الرقمنة للنهوض بالسياحة في الجزائر

أوصى المشاركون في أشغال الملتقى الوطني حول «دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير قطاع السياحة بالجزائر»، المنظم مؤخراً، بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، بالأهمية وجود رؤية استراتيجية شاملة، ترتكز على «التحول الرقمي» كخيار استراتيجي لتطوير السياحة.

خالد عثماني



على إدراج وحدات خاصة بالتسويق الرقمي السياحي في مدارس الفندقة والتعاوني والشباب المؤثرين وصناعة السياحة الموجودة في الجزائر، من خلال حملات رقمية دولية للتعرف بالمنتج السياحي الجزائري المتنوع واستثمار المحتوى الرقمي بجودة عالية، ودعم نقل تجاربهم الناجحة وتحفيز الابتكار في المنتجات السياحية من خلال دعم الشركات السياحية لتقديم تجارب جديدة ومتعددة تتوافق مع احتياجات الشارع المختلف من السياحة، وتعزيز الأمان السيبراني وحماية البيانات والمعلومات الشخصية للمستخدمين في المنتصات الرقمية لتعزيز الأمان والثقة الرقمية، وتطوير نظم حماية البيانات ووسائل الدفع الإلكتروني لضمان ثقة المستخدمين وتشجيعهم على التعامل عبر المنتصات الرقمية.

ربط السياحة بالمناسبات الكبرى علاوة على ربط السياحة الذكية بمناسبات دولية كبرى للترويج العالمي مثل المعارض، المهرجانات والفعاليات الثقافية بالمدن الكبرى الجزائرية، مثل قسنطينة وهران، الجزائر العاصمة، الجنوب الصحراوي، ودعم الوكالات المتخصصة في الحلول الرقمية، مع التركيز على الاستثمار في المعرفة والابتكار التكنولوجي والبشرية القادرة على توسيف الانترنت الرقمي الحجز الإلكتروني والدفع الإلكتروني، مع ضرورة تبني مختلف الاستراتيجيات الرقمية في التسويق السياحي، وتحقيق الهدف الأساسي منها هو جعل السياحة الوطنية في مصاف الوجهات الناشئة في القطاع الرقمي السياحي، وابشارة العالم من خلال تطوير تطبيقات السياحة العالمية من خلال تلائم الطلب السياحي، مثل الحجز والنقل والاعتماد على المنتصات الرقمية كتجربة جديدة تكتيكات التكوين، وتطوير المحتوى الترويجي للموروث السياحي والثقافي من خلال الاهتمام بالإعلان السياحي، وخاصة الإلكتروني وتشجيعه ومشاركة المحتوى مع الأفراد والجماعات على الصور والفيديوهات والنصوص المتعلقة بالمكان السياحية والتراث الثقافي الذي تسرّع به

توسيع شبكة الطرق بالعاصمة ورفع طاقتها الاستيعابية

تعليمات بتسليم مشروع طريق 5 جويية - خرایسية في أقرب الأجل

المياه بما يسهل إنجاز منفذ درارية نحو حي عدل واد طرفة ببليدة درارية، إضافة إلى الإسراع في عملية تنصيب أعمدة الإنارة العمومية وإشارات المرور الدالة». ويهدف هذا المشروع إلى «توسيع شبكة الطرق بالعاصمة ورفع طاقتها الاستيعابية»، فيما ترمي المنفذ الجديد إلى «تحفيض الضغط المروري المسجل بالمنطقة من خلال تفادي التقاطعات عند المداخل، لتسهيل ولوج المركبات إلى الطريق السريع نحو المركب الرياضي «محمد بوضياف» ومنه إلى باب الوادي»، وفقاً للبيان نفسه.

إس

المدية

تهيئة المسلح الريفي مطلب سكان قرى سيدى نعман

إضافة إلى تلاميذ المدارس الابتدائية وحافلات شباب المدرسي، فيما يعرف المسلك عدداً من الحفر والابتراء، مما أثر بشكل سلبي على الممارسة ومرتداته، وأوضح الساكنة أنهم قاموا بحملة تشجير غيرت المنظر العام للطريق الذي يبقى بحاجة إلى تهيئة عاجلة تسهل تنقلاتهم

وترك المشاركين على إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال تحسين البنية التحتية الرقمية في المناطق السياحية، بجميع أنواعها وتوفير الإنترنط، على التدفق وتحفيزية جيدة للهاتف والعمل على نشر أجهزة ذكية وأنظمة الاستشعار في الواقع السياحة الاستثماري في تحسين شبكات الانترنت وتوفير تقنيات اتصال عالية السرعة لضمان وصول السياحة والمستثمرين، إلى الخدمات الرقمية بسهولة وتحصيم موقع ومنصات رقمية. كما دعا الأستاذة إلى أهمية الترويج عبر موقع التواصل والشراكات مع وكالات السفر ورقمنة جميع المواقع والمعالم السياحية وتحديث الموقع الإلكتروني للمؤسسات السياحية المختلفة، فضلاً عن رقمنة السياحة الداخلية والتعرف بجميع أنواع السياحة الموجودة في الجزائر والاهتمام بالمدن السياحية والامكانيات الطبيعية التي تعتبر أول عامل لاستقطاب السياح نحوها، مع دعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة في القطاع الرقمي السياحي، وإنشاء منصة وطنية رقمية موحدة للسياحة تخصيص لوزارة السياحة تضم معلومات دقيقة عن الوجهات السياحية، إمكانية الحجز والدفع الإلكتروني، وتقديمات الخدمات لضمان تجربة سياحية سلسة.

إعادة النظر في القوانين وتحديث التشريعات

في السياق ذاته، أكد الخبراء على إعادة النظر في قوانين تسيير المرافق السياحية وتحديث التشريعات لتسهيل اعتماد الحلول الرقمية في التسيير السياحي الحجز الإلكتروني والدفع الإلكتروني، مع ضرورة تبني مختلف الاستراتيجيات الرقمية في التسويق السياحي، وتحقيق الهدف الأساسي منها هو جعل السياحة الوطنية في مصاف الوجهات الناشئة في القطاع الرقمي السياحي، وابشارة العالم من خلال تطوير تطبيقات السياحة العالمية من خلال تلائم الطلب السياحي، مثل الحجز والنقل والاعتماد على المنتصات الرقمية كتجربة جديدة تكتيكات التكوين، وتطوير المحتوى الترويجي للموروث السياحي والثقافي من خلال الاهتمام بالإعلان السياحي، وخاصة الإلكتروني وتشجيعه ومشاركة المحتوى مع الأفراد والجماعات على الصور والفيديوهات والنصوص المتعلقة بالمكان السياحية والتراث الثقافي الذي تسرّع به

أجرى الوزير والي ولاية الجزائر، محمد عبد النور رابحي، زيارة تفقدية لأشغال الشطر الثاني لمشروع الطريق السريع بين المركب الرياضي «محمد بوضياف» وبليدة خرایسية، بغرض وضعه حيز الخدمة في أقرب الأجل. وأوضح بيان لمصالح الولاية، أنه في إطار «المتابعة الميدانية لمشاريع المخطط الأصفر للنظرية الإستراتيجية لتطوير وعصرنة العاصمة، قام السيد رابحي الأحد، بمعاينة أشغال الشطر الثاني لمشروع الطريق السريع بين مركب «محمد بوضياف» وبليدة خرایسية، بين المتنفذ على طول 3.5 كلم، وبالمناسبة، أطلع رابحي على مختلف ورشات المشروع الذي

استماراة المشاركة

اللقب والاسم: بلقي فطوم خرخاش أسماء
الرتبة العلمية: أستاذة التعليم العالي أستاذة التعليم العالي
مؤسسة الإنماء: جامعة محمد بوضياف المسيلة
رقم الهاتف: 0773769751
محور المداخلة: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في خدمة السياحة
عنوان المداخلة: دور الوسائل المتعددة في التسويق السياحي الرقمي في الجزائر
البريد الإلكتروني: fattoum.belkobi@univ-msila.dz
asma.kharkhache@univ-msila.dz

ملخص :

اتجهت الجزائراليوم على غرار بقية دول العالم نحو استغلال التسويق الرقمي لترقية قطاع السياحة، وذلك بعرض الترويج لمعالمها السياحية المتعددة والارتقاء بها وطنيا ودوليا، وذلك باعتمادها على الوسائل المتعددة التي أصبحت أحد أهم أدوات التسويق السياحي الرقمي وذلك من خلال تعزيز الترويج للمواقع السياحية والترااث، وإبرازها بصرياً من خلال الفيديوهات الترويجية والجولات الافتراضية، وزيادة التفاعل مع السياح المحتملين عبر مختلف المنصات الرقمية . وبناء صورة واضحة عن المقومات السياحية، ورغم الإمكانيات الكبيرة التي توفرها هذه الوسائل في دعم السياحة الرقمية الوطنية إلا أن توظيفها في الجزائر لا يزال يواجه عدة تحديات، مما يجعل دراسة هذا الموضوع ضرورة أكاديمية وعملية لتشخيص واقع استخدام الوسائل المتعددة في التسويق السياحي الرقمي في الجزائر واقتراح سبل تطويرها بما يخدم التنمية السياحية المستدامة، وعليه يهدف هذا الموضوع إلى تسليط الضوء على مفهوم الوسائل المتعددة وإبراز خصائصها وعناصرها، وبالتركيز على دور هذه الأخيرة في الترويج السياحي الرقمي في الجزائر وإبراز التحديات وتقديم في الأخير توصيات لتحسين فعالية استخدامها في الترويج للسياحة الوطنية.

Summary :

Algeria like many countries around the world, has turned to digital marketing to develop its tourism sector by promoting its diverse tourist attractions both nationally and internationally. This is achieved through the use of multimedia tools, which have become essential in digital tourism marketing. These tools enhance the promotion of tourist sites and heritage, provide strong visual representation through promotional videos and virtual tours, and increase engagement with potential tourists across digital platforms, helping to build a clear image of the country's tourism assets.

Despite the significant potential of multimedia in supporting national digital tourism, its use in Algeria still face several challenges. This makes studying the topic both academically and

practically necessary to assess the current state of multimedia use in digital tourism marketing and to propose ways to develop it in support of sustainable tourism.

Accordingly, this study aims to highlight the concept of multimedia, its characteristics, and its components, with a focus on its role in digital tourism promotion in Algeria, identifying existing challenges and offering recommendations to improve its effectiveness in promoting national tourism.

مقدمة :

يشهد قطاع السياحة العالمي تحولاً جذرياً بفعل التطور المتتسارع لتقنيات الاتصال والمعلومات، حيث أصبحت الوسائل المتعددة أحد أهم أدوات التسويق السياحي الرقمي وأكثرها تأثيراً. فقد أسهمت الصور عالية الدقة والفيديوهات الترويجية والجولات الافتراضية بتقنية 360° والرسوم التفاعلية وحتى الواقعين الافتراضي والمعزز، في إعادة تشكيل الطريقة التي يتم بها الترويج للوجهات السياحية وتقديمها للجمهور محلياً ودولياً.

وفي الجزائر التي ترعرع بمقومات سياحية طبيعية وتاريخية وثقافية متنوعة، بات اعتماد الوسائل المتعددة في التسويق السياحي الرقمي ضرورة ملحة لتعزيز جاذبية الوجهات السياحية وإبراز تنوعها وتنافسية الوجهات الإقليمية والعالمية، ومع انتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، ازدادت أهمية المحتوى البصري في التأثير على قرارات السياح، سواء من خلال الحملات الرسمية أو المحتوى الذي ينتجه المستخدمون والمؤثرون الرقميون.

ورغم التحول العالمي الرقمي نحو الرقمنة في قطاع السياحة لا تزال المؤسسات السياحية الجزائرية تواجه صعوبات في استغلال الوسائل المتعددة لعرض المنتوج السياحي بطريقة عصرية وجذابة. ويطرح هذا الواقع إشكالاً حول قدرة هذه الوسائل على تحسين صورة الوجهة السياحية الجزائرية واستقطاب السياح محلياً ودولياً، وعليه تمثل الإشكالية في السؤال التالي:

ما هو دور الوسائل المتعددة في تعزيز التسويق السياحي الرقمي في الجزائر؟ وما التحديات التي تحد من كفاءتها وتأثيرها في جذب السياح؟

وللإجابة عن هذا التساؤل قمنا بتقسيم هذه الورقة البحثية إلى محورين حيث احتوى المحور الأول على مفهوم الوسائل المتعددة وتطورها التاريخي وخصائصها وعناصرها، أما المحور الثاني فركز على صلب الموضوع دور الوسائل المتعددة في التسويق الرقمي السياحي في الجزائر مع إبراز التحديات والفرص المتاحة لتحسين فعالية استخدام الوسائل المتعددة في الترويج للسياحة الوطنية.

I. ماهية الوسائل المتعددة :

1. مفهوم الوسائل المتعددة :

نظر لتنوع واختلاف الوسائل المتعددة، فهي تُعرف بعدة تعريفات، منها:

- تعريف فوجان (Vaughan) هي تكوين من النصوص والرسوم الفنية والصوت والرسوم المتحركة والفيديو عن طريق الكمبيوتر أو أية وسيلة إلكترونية أخرى.

- تعريف سميدجنهوف (Smedinghoff): تعني إدخال النصوص والصوت والصور بداخل برنامج متكمال يتعامل معه المستخدم بشكل تفاعلي عن طريق الكمبيوتر أو شاشة التلفزيون، ويستطيع المستخدم حينئذ أن يتوجه داخل محتوى البرنامج بالضغط أو النقر على أحد الأزرار أو لمس الشاشة (لؤي، 2020).
- تعريف محمد الهادي : هي تكنولوجيا عرض وتخزين واسترجاع وبحث للمعلومات المعالجة آلياً، والتي يعبر عنها في وسائل متعددة تجمع النص والصوت والصورة والشكل الثابت والمتحرك، وتستخدم قدرات الحاسوب . الآلية التفاعلية. (لؤي، 2020)

ومنه يمكن القول أن الوسائل المتعددة هي مزيج من أنواع مختلفة من المحتوى الرقمي مثل النصوص، والصور، والصوت، والفيديو، والرسوم المتحركة، لتقديم المعلومات بطريقة شيقة وفعالة.

2. التطور التاريخي للوسائل المتعددة :

ظهر مصطلح الوسائل المتعددة Instructional Technologie في مجال تقنيات التعليم في بداية السبعينيات من هذا القرن، وكان يقصد به استخدام وسائلتين تعليميتين أو أكثر معاً في الدرس الواحد كالصور الثابتة مع التسجيل الصوتي وذلك لتوضيح المحتوى الدراسي أثناء التدريس.

وتطور معنى الوسائل المتعددة في بداية التسعينيات من نفس القرن وذلك لسيطرة الكمبيوتر في التعليم وظهور التقنيات المعاصرة والتكنولوجيا الحديثة.

ومؤخراً نجد معنى الوسائل المتعددة في مجال التعليم أصبح يقصد به: عدداً من الوسائل التعليمية التي من أهمها الرسوم المتحركة والثنائية والثلاثية الأبعاد، التسجيلات، الأصوات، الموسيقى، الصور الفوتوغرافية والتخييلية، ومقاطع الفيديو ساكنة ومتحركة بالإضافة إلى النص الذي تكمل بعضها البعض بتحكم عن طريق الكمبيوتر بدرجة تمكن المتعلم من تلقي المعلومات والتفاعل معها خلال التحكم في زمن وخطوات العرض والمسار المطلوب وكية المعلومات للاستفادة من المداخل الحسية، من أجل المساعدة على تحقيق الأهداف المنشودة من التعلم. (دك، 2010)

3. خصائص الوسائل المتعددة

تشترك الوسائل المتعددة في مجموعة من الخصائص التي تحدد ملامحها المميزة، حسب ما أشار إليه "علي عبد المنعم"، وتمثل في : (ناجي، 2012).

التفاعلية: (Interactivity) تشير إلى الفعل ورد الفعل بين المتعلم وما يعرضه الكمبيوتر، وتتضمن قدرة المتعلم على التحكم فيما يعرض عليه وضبطه عند اختيار زمن العرض وسلسله وتتابعه والخيارات المتاحة من حيث القدرة على اختيارها والتجوال فيما بينها، ولذلك فإن التفاعل هو العلاقة المتبادلة بين المتعلم من جهة وبين البرنامج التعليمي من ناحية أخرى . وكلما زاد كم التفاعل المطروح في البرنامج، زادت كفاءة البرنامج تعليمياً ورغبة المتعلم في التعامل معه والتعلم من خلاله. (لؤي، 2020)

- التكاملية (Integration) : تعتمد قوة عروض الوسائط المتعددة على تكامل العناصر التي تشملها، فلا يمكن أن يدخل عنصر من هذه العناصر عشوائيا دون أن تكون له وظيفة معينة ومتكاملة مع العناصر الأخرى لتحقيق الهدف النهائي من العرض وتوصيل محتوى الرسالة المطلوب. فهي عبارة عن استخدام أكثر من وسيطين في إطار واحد بشكل تفاعلي وليس مستقل، وتكامل الوسائط المتعددة في إطار واحد لتحقيق الهدف المنشود، وتقاس قوة البرامج بمدى تكاملها ويفيا. (لوي، 2020).
- التنوع (Diversity) : توفر الوسائط المتعددة بيئة استخدام متنوعة يجد فيها كل مستخدم ما يناسبه ويتحقق ذلك عن طريق توفير مجموعة من البدائل والخيارات أمام كل مستخدم، وتختلف برامج الوسائط المتعددة في مقدار ما تمنحه للمستخدم من حرية اختيار البدائل ومدى تنوع الخيارات (لوي، 2020)
- الكونية (Globality) : يعرفها هاشم سعيد إبراهيم الشرنوبي إلى الكونية في الوسائط المتعددة تعني إلغاء القيود الخاصة بالزمان والمكان والافتتاح على مصادر المعلومات المختلفة والوصول إليها، ونشر محتوى الوسائط المتعددة في الأماكن المتباينة في العالم، والتعامل مع المعلومات في كافة المجالات وعلى أكبر مستوى (لوي، 2020).
- المرونة (Flexibility) : تعتبر من أهم الخصائص، فمن خلالها يتم التحكم في العناصر وإمكانية إجراء التعديلات على محتوى الوسائط المتعددة سواء خلال التصميم أو أثناء الإنتاج أو بعد الانتهاء منه، وذلك للتتوافق مع الهدف وخصائص المستخدمين (لوي، 2020).

4. العناصر الأساسية للوسائط المتعددة

تحتوي الوسائط المتعددة على مجموعة من العناصر المتفاعلة التي تعمل في منظومة متكاملة، وتمثل في:

النصوص المكتوبة : يُعد النص أحد أهم عناصر الوسائط المتعددة لأنّه أساس نجاح الرسالة أو الفكرة، والنص الجيد هو الذي ينقل الفكرة بأقل عدد من الكلمات والجمل وبلغة بسيطة مفهومة. كما يمكن استخدام مختلف التأثيرات على النص كاستخدام الألوان والحركة، لكن النص لا يستخدم بمعزل عن العناصر الأخرى بل يجب دمجه مع الصوتيات والرسوم وغير ذلك.

ويقصد بالنص المكتوب في الوسائط المتعددة كل ما تحتويه الشاشة من بيانات مكتوبة ومعروضة على المستخدم تكون على شكل فقرات منتظمة تتكون من الكلمات والرموز والأرقام وعلامات الترقيم بحيث تعطي فكرة عامة عمّا فحوى الموضوع (ناجي، 2012).

الصور الثابتة : هي لقطات فوتوغرافية ساكنة لأشياء حقيقة يمكن عرضها لأي فترة زمنية ويمكن تكبيرها أو تصغيرها حسب رغبة المستخدم، وت تكون الصورة من مكونين يمثلان محتواها التقني والموضوعي:

أولاً: عناصر الصورة: وهي السمات المرئية في الصورة مثل اللون، الخط، الشكل...الخ.

ثانياً: هو ما يشعر به المستخدم دون أن يكون ملحوظ مثل: البعد، الإيقاع: الاتزان...الخ.

كانت تؤكد الدراسات أنه عند إنتاج وتصميم الصور الثابتة في برامج الوسائط المتعددة لا بد من مراعاة:

- وضوح الصورة.
- تزامن هورها مع اللغة المنطقية.
- عدم احتوائها على تفاصيل كثيرة تشتت انتباه المستخدم (لوي، 2020)
- الصور المتحركة : هي لقطات فيلمية متحركة تم تسجيلها بطريقة رقمية ومصادرها عدة ككاميرات الفيديو وعروض التلفزيون. عن طريق مشغلاتها ، و هذه اللقطات يمكن التحكم بها من خلال ازرار بإسراعها ، ابطائها ارجاعها أو توقفها. (الرؤوف، 2017)
- الرسومات الخطية : وتمثل بالخطوط والأشكال التي تظهر بصورة أشكال بيانية خطية أو دائيرية أو بالأعمدة ، كما قد تكون رسوم توضيحية أو كاريكاتورية تنتج بواسطة الحاسوب و يمكن تخزينها واجراء التعديلات عليها. (الرؤوف، 2017)
- الصوت : يعتبر الصوت sound من أهم العناصر في الوسائل المتعددة و أكثرها استعمالا حيث يدل مصطلح audio على العناصر الصوتية والتي قد تتضمن الكلام المنطق المسجل والموسيقى و التأثيرات الصوتية المصاحبة لعرض الصور، فالصوت وخاصة الموسيقى تؤثر بشدة في العملية التفاعلية كونها تشد الانتباه وتعزز قيمة الصورة.

* **العناصر الصوتية:** ينقسم الصوت الذي يدمج في الوسائل المتعددة إلى ثلاثة أنواع هي:

- الكلام واللغة المنطقية (Spoken Words): هي مواد منطق مسموعة تكون في صورة أحاديث لإعطاء المستخدم توجيهات وإرشادات حول الموضوع وشرح للمحتوى من خلال التعليق عن الصورة أو ما يظهر على الشاشة. (لوي، 2020)
- المؤثرات الصوتية (Sound Effects): هي تلك الأصوات التي تحاكي الواقع كأصوات الأمطار والرياح، وتعتبر من أفضل الطرق للتواصل مع المستمع وتقريبه للواقع كونها تعمل على الإيحاء بالمكان، الوقت، الحال النفسية... الخ.
- الموسيقى (Music): تعتبر مؤثراً سمعياً يستخدم للتعبير عن حالة معينة أو دلالة عن موقف ما، والتغلب على حالة الصمت. (لوي، 2020).
- الفيديو (Video): يعتبر من أهم العناصر تأثيراً على مستخدم الوسائل المتعددة، وهو عبارة عن لقطات مصورة يتم تشغيلها بسرعة معينة لتراها العين مستمرة الحركة، وهو ما يضيف التمثيل للبيانات على شكل واقعي يمكن مشاهدته، مما يساعد على ثبوت الفكرة وسهولة استيعابها والتفاعل معها (لوي، 2020)

الشكل 01: يبين عناصر الوسائل المتعددة (الرؤوف، 2017)

عناصر الوسائل المتعددة					
الفيديو	الصوت	الرسومات الخطية	الصور المتحركة	الصور الثابتة	النصوص المكتوبة

5. وسائل الوسائل المتعددة:

في ظل التطور التكنولوجي الحاصل توجد العديد من الوسائل الخاصة بالوسائل المتعددة والتي تستخدمها في نقل المعلومة سواء بالصوت أو الصورة أو الحركة فتتalking ب بذلك أكبر قدر من حواس الفرد، كي تصل بأفضل صورة وبالتالي تحقيق أكبر قدر من التفاعلية. وتوضح على النحو التالي:

الوسائل المقرؤة: هي طرق إيصال المعلومة عن طريق الكتب والمجلات والصحف اليومية والبريد الخطى، و كل هذه الوسائل التقليدية ذات أهمية لا يمكن إغفالها، لكنها غير مجدية في الأحوال الطارئة. (نصيرة، 2019)

الوسائل المسموعة: هي التي تتعلق بالهواتف والمذياع و جل الأجهزة التي تنقل المعلومات عبر تقنية الأمواج الصوتية . (نصيرة، 2019)

الوسائل المرئية: هي وسائل نقل المعلومة من خلال الرؤية والمشاهدة سواء المباشرة أو المسجلة، من خلال شاشات العرض واللمس والتلفزيون، وتمثل في الفيديوهات المصورة عبر التقنيات الحديثة التي تتطلب وجود أجهزة ذكية كالحاسوب أو الأجهزة الخاصة بالفيديو. (نصيرة، 2019)

- وسائل الاتصال: يطلق عليها اسم الوسائل الكتابية أو غير اللفظية، و هي أحد الطرق التي يتم 7 من خلالها تبادل المعلومات والأفكار بين الأطراف بشكل كتابي عبر الوسائل والتقنيات المخصصة لذلك كالبريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الاتصال الحديثة، وتميز هذه الوسائل بسهولة، الاستخدام و امكانية الاحتفاظ بالنصوص المكتوبة و العودة لها و الحفاظ عليها من التزوير والتحريف بالإضافة إلى أنها قليلة التكلفة. (بصبوص محمد وآخرون، 2004)

II دور الوسائل المتعددة في السياحة الرقمية في الجزائر

1. مفهوم الوسائل المتعددة في التسويق السياحي الرقمي:

تعرف الوسائل المتعددة على أنها مزيج متكامل من العناصر البصرية و والسمعية مثل النصوص، الصور، الرسوم المتحركة، والصوت، إضافة إلى التقنيات التفاعلية مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز، والتي تستخدم لعرض المعلومات بطريقة جذابة وفعالة (شريف، 2022)، وفي مجال التسويق السياحي الرقمي تمثل الوسائل المتعددة أداة محورية لتقديم المحتوى بشكل تفاعلي يسمح للسائح باكتشاف الوجهات السياحية عن بعد، ويعزز من قدرته على تصور التجربة قبل اتخاذ قرار السفر (مشيطة، 2022).

كما يسهم استخدام الصور والفيديوهات عالية الجودة في تشكيل الانطباع الأولي للسائح حول الوجهة، حيث تعتمد العديد من الوكالات والمنصات السياحية على توظيف هذه الوسائل في حملات الترويج الرقمي لزيادة الجاذبية السياحية والتأثير في سلوك المستهلك (بوقرين، 2020). وتبين الدراسات أن دمج الوسائل المتعددة يجعل الرسالة التسويقية أكثر وضوحاً وإقناعاً، خاصة وأن السياحة في جوهرها تعتمد على المشاهد البصرية والانطباعات الذهنية (قاربة، 2021). بالإضافة إلى ذلك تمكن الوسائل التفاعلية من توفير تجربة رقمية ثرية تزيد من رغبة السائح في زيارة المكان وتعزز ثقة الجمهور بالوجهة السياحية.

وبالتالي ينظر إلى الوسائل المتعددة باعتبارها عنصراً أساسياً في التسويق السياحي الرقمي، فهي لا تكتفي بعرض المعلومات، بل تخلق تجربة افتراضية متكاملة تساعد في بناء صورة قوية وجذابة للوجهات السياحية في البيئة الرقمية.

2. أهمية الوسائل المتعددة في السياحة الرقمية في الجزائر:

أ. جذب الانتباه والتفاعل:

- المحتوى البصري مثل الصورة والفيديوهات يجذب انتباه المستخدم بشكل أكبر.
- المحتوى التفاعلي (مثل فيديوهات مباشرة، قصص انستغرام، جولات 360°) يمكن أن يشجع المستخدمين على التفاعل والمشاركة.

ب. بناء صورة الوجهة السياحية وتعزيز الوعي:

- من خلال الوسائل المتعددة يمكن إبراز التراث الثقافي والطبيعي للجزائر (الصحراء، المدن التاريخية، المتاحف...).
- المنصات الإلكترونية (مثل الموقع الرسمي للوكالات السياحية، وسائل التواصل الاجتماعي) تستخدم لتسويق الوجهة (صلاح، 2022).
- على سبيل المثال، التسويق الرقمي يسهم في الترويج لسياحة المتاحف في الجزائر، مما يساعد في إظهار التراث المادي واللامادي.

ج . تمكين المحتوى من خلال المؤثرين الرقميين:

- المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي يمكنهم إنشاء محتوى غني (صور ، فيديو، قصص) يعكس الوجهات السياحية بطريقة أصلية وجذابة حيث دراسة حديثة تناولت هذا الجانب في السياحة الجزائرية.
- هؤلاء المؤثرون لديهم تأثير كبير على نية السفر واتخاذ القرار السياحي لدى متابعيهم (عالية، 2025).

د. تحسين تجربة السائح الافتراضية:

- باستخدام الواقع الافتراضي أو الواقع المعزز يمكن للسائح استكشاف الواقع السياحية الافتراضية قبل السفر مما يعزز الجذب والتوقعات.
- بعض الدراسات في الجامعات الجزائرية تشير على أن التسويق السياحي المعزز بتقنيات مثل الواقع المعزز يمكن أن يحسن تجربة الزوار.

ه . زيادة المصداقية والثقة:

- التقييمات والصور والفيديوهات التي ينشئها السياح أنفسهم تساهم في بناء الثقة لدى المهتمين بالسفر.
- المنصات الرقمية تسمح بعرض آراء الزوار ، مما يعطي طابعا شفافا للتجربة السياحية، وهذا يعزز مصداقية الوجهات السياحية.

3. التحديات التي تواجه استخدام الوسائل المتعددة في التسويق السياحي الجزائري:

على الرغم من الأهمية المتزايدة للوسائل المتعددة في دعم السياحة الرقمية، إلا أن الجزائر ما تزال تواجه عدة تحديات تحد من توظيف فعال لهذه الأدوات وتمثل فيما يلي:

أ. ضعف البنية التحتية الرقمية:

بعض الجهات السياحية خاصة المقاصد الصحراوية والجبلية قد تفتقر إلى الخبرة أو المعدات الحديثة، مما يحد من القدرة على إنتاج محتوى بصري عالي الجودة أو نشره باستمرار (صغرى، 2016).

ب. نقص الكفاءات التقنية:

تحتاج وكالات التسويق أو الشركات السياحية إلى موظفين متخصصين في إنتاج الفيديو والواقع المعزز...، ولكن تعاني من نقص الكفاءات التقنية المتخصصة في مجالات التصميم الرقمي ، إنتاج الفيديو وإدارة الحملات الرقمية ، وهو ما يقلل من جودة المحتوى الترويجي (شريف، 2022)

ج. ضعف الاستثمار في التسويق الرقمي:

إذ لا تزال العديد من المؤسسات السياحية تعتمد على الأساليب التقليدية في التواصل متجاهلة الإمكانيات الكبيرة التي توفّرها الوسائل المتعددة في جذب السياح وتوسيع الحصة السوقية (فوارية، 2021). كما أشارت دراسات إلى أن المؤسسات السياحية الجزائرية لا تستفيد بشكل كافٍ من المحتوى الذي تتجه المستخدمون والمؤثرون، والذي يعد أحد أهم مصادر بناء الثقة وتعزيز صورة الوجهة السياحية (مصطفى، 2021).

د. محدودية الاستراتيجيات الحكومية :

على مستوى التنظيم توجد محدودية في الاستراتيجيات الحكومية المتعلقة بتطوير السياحة الرقمية، إضافة إلى غياب حملات تسويق وطنية موحدة تعتمد على الوسائل المتعددة لتمثيل الجزائر كوجهة سياحية عالمية (بوقرين، 2020). كما تواجه المؤسسات صعوبة في مواكبة التطورات السريعة في تقنيات الوسائل المتعددة مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز بسبب التكلفة المالية العالية لهذه التقنيات (مشيطة، 2022).

وبذالك، فإن تجاوز هذه التحديات يمثل خطوة أساسية لتعزيز حضور الجزائر في المشهد السياحي العالمي وتحسين قدرتها الترويجية باستخدام الوسائل المتعددة.

ه. التفاعل الرقمي المنخفض :

بعض المؤسسات السياحية قد لا تستجيب جيداً لتعليقات أو استفسارات المتابعين، مما يقلل من فاعلية المحتوى التفاعلي. و. الآمان الرقمي والخصوصية: يجب مراعاة حقوق النشر وحقوق الصور والفيديو، وكذلك حماية خصوصية المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي.

4. توصيات لتحسين دور الوسائل المتعددة في التسويق السياحي الرقمي في الجزائر :

أ. استراتيجية رقمية شاملة:

- يجب على الجهات السياحية (وزارات السياحة، وكالات سياحية ، مراكز ثقافية) وضع استراتيجية تسويقية رقمية تدّمج وسائل متعددة كجزء أساسي
- تحديد الأهداف : مثل زيادة عدد الزوار، تحسين صورة الوجهة، زيادة التفاعل الرقمي... إلخ.

ب. تدريب وبناء كفاءات:

- الاستثمار في تدريب فرق محلية على إنتاج فيديو، تصميم محتوى الواقع الافتراضي والواقع المعزز، تحرير الصور وغيرها من الوسائل المتعددة.
- التعاون مع الجامعات والمعاهد لتدريب الطلاب في التسويق الرقمي السياحي.

ج. الشراكة مع المؤثرين الرقميين:

- العمل مع المؤثرين المحليين والدوليين لإنشاء محتوى جذاب يعرض الوجهات الجزائرية.

- تشجيع المؤثرين على زيارة الموقع السياحية الجزائرية وتوثيق تجاربهم عبر الفيديو والصور.

د. تحسين البنية التحتية الرقمية:

- تحديث موقع الويب السياحية الرسمية لتكون موافقة مع المحتوى الوسائطي (فيديو، جولات 360°، صور عالية الدقة).
- تحسين وجود وسائل التواصل الاجتماعي الرسمية للجهات السياحية، واستخدام منصات مثل انستغرام، يوتيوب، فيسبوك بفعالية.

ه. تحليل الأداء وقياس الأثر:

- استخدام أدوات تحليلية رقمية (مثل تحليلات وسائل التواصل، Google Analytics) لمراقبة تفاعل الجمهور مع المحتوى الوسائطي.
- قياس مؤشرات مثل عدد المشاهدات للفيديو، معدل التفاعل، عدد الحجوزات التي تمت بعد الحملات الرقمية.

و. التمويل والدعم:

- تشجيع الجهات الحكومية والقطاع الخاص على تخصيص ميزانيات تسويق وسائط متعددة.
- البحث عن منشآت دولية لدعم مشاريع تسويقية رقمية مبتكرة (مثل الواقع الافتراضي ، الواقع المعزز).

ز. توعية الجمهور المحلي :

- ليس فقط استهداف السياح الأجانب ، بل أيضا تحسين الجمهور الجزائري بأهمية اكتشاف بلده من خلال الوسائط الرقمية (مقاطع فيديو ترويجية، حملات انستغرام... إلخ).
- تنظيم مسابقات أو محتوى يشارك فيه المواطنون لتسلیط الضوء على جمال الجزائر من منظور السكان المحليين.

خاتمة :

يتضح من خلال ما سبق أن الوسائط المتعددة أصبحت عنصرا محوريا في تعزيز السياحة الرقمية في الجزائر، لما تتوفره من إمكانات كبيرة في عرض الوجهات السياحية بطريقة جذابة وتفاعلية. فقد مكنت الصور وفيديوهات والجولات الافتراضية المؤسسات السياحية من الوصول إلى جمهور، والتأثير في قرارات السياح سواء على المستوى المحلي أو الدولي، ومع توسيع استخدام المنصات الرقمية وتزايد دور المؤثرين، أصبحت الوسائط المتعددة أداة فعالة في بناء صورة إيجابية عن الوجهة السياحية الجزائرية وتعزيز تنافسيتها مقارنة بالوجهات الإقليمية.

وبالتالي فإن تعزيز استخدام الوسائط المتعددة في التسويق السياحي الرقمي يعد ركيزة أساسية لرفع جاذبية السياحة في الجزائر، وتطوير صورتها الرقمية وتحقيق تجربة سياحية مستدامة تواكب التحولات التقنية المتسارعة.

قائمة المراجع

1. بصبوص محمد وآخرون (2004) الوسائل المتعددة، تصميم وتطبيقات، ط 1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
2. بن شريف، ف. ز، (2022)، دور الوسائل المتعددة في تنشيط التسويق السياحي عبر الإنترن特، مجلة دراسات اقتصادية، جامعة البلدة 2، 12، ص ص 45_62
3. بن مصطفى، ع. ح، (2021)، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التسويق السياحي في الجزائر ، مجلة الاقتصاد الرقمي، جامعة الجلفة، 3، ص ص 92_108
4. بوباح عالية، (2025)، دور المؤثرين الرقميين في الترويج للمنتج السياحي، دراسات اقتصادية، المجلد 12، العدد 1، ص ص 49_74
5. بوزة، ص، (2022)، المنصات الإلكترونية ودورها في تسويق الوجهة السياحية الجزائرية، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 22، العدد 1، ص ص 376_390
6. بوقرين. س، بن رقية. س، (2020)، أثر الوسائل الرقمية على الترويج السياحي في الجزائر: دراسة حالة الترويج السياحي الصحراوي، مجلة الاقتصاد المعاصر، جامعة ورقلة، 9 ، ص ص 201_220
7. دون كاتب، (2010)، الوسائل المتعددة وجد في 01.01.2010 وجد في <http://www.kenanaonline.com>
8. الرعبي، لؤي. (2020). دور الوسائل المتعددة.، د.ط، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية.
9. زمام، أمال نصيرة. (2019). أثر استخدام الوسائل المتعددة على التحصيل الأكاديمي للطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة ابن خلدون بتيارت) . مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال جماهيري ووسائل جديدة.
10. صغيري، ر، (2019)، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير القطاع السياحي، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، 7، ص ص 77_91
11. عباس ناجي حسن، (2012)، الصحفي الإلكتروني ، ط&، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان، ص ص 154_155
12. عباس ناجي حسن، (2016)، الوسائل المتعددة في الإعلام الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان ، ص ص 134_135
13. فوراية، ع.ر، (2021)، التسويق السياحي الرقمي كآلية لترقية المقاصد السياحية في الجزائر، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة المسيلة، 18، ص ص 133_150

14. المشهراوي، حسن سلمان عبد الرؤوف .(2017). فاعلية برنامج قائم على الوسائل المتعددة في تنمية مهارات الاستماع لدى طلاب الصف السادس أساسى، مذكرة ماجستير في المناهج وطرائق التدريس، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة.

15. مشيطه، و ، (2022)، استخدام الفيديو والصورة في ترويج السياحي: دراسة تحليلية، مجلة اقتصاديات السياحة،4، ص ص 55_70