

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم التاريخ

دور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بالمناطق السياحية لولاية البويرة لدى الطلبة الجامعيين

(دراسة استطلاعية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية في جامعة أكلي محمد أولحاج
البويرة المستخدمين للفيسبوك).

مشروع مذكرة لنيل شهادة الليسانس في الاتصال.

تحت اشراف الأستاذة:

جميلة أوثن

من اعداد الطالبتان:

❖ روزة عربان
❖ كريمة بن الشيخ

السنة الجامعية: 2020/2019

اهداء خاص

انجزنا هذا العمل ومآقينا تسيل دمعا وقلوبنا تنزف دما، مجروحين ومتأثرين بفقدان كل من وافتهم المنية ووضعت الجائحة

حدا لحياتهم، فتبللت أوراق هذا العمل بدموع الحزن والمأساة على أرواحهم.

نسأل الله ان يجعلهم من اهل الجنة ويلهم ذويهم الصبر والسلوان.

لهذا وجب علينا ان نهدي هذا العمل ترحما على ارواحهم، باختلاف أعمارهم وجنسهم، دون نسيان فضل الاطعم

الطبية "الجيش الأبيض" في مرمى نيران العدوى، بفضل الله وبهم لا زلنا نتأمل خيرا، فسلاما حارالكم.

خطة البحث:

مقدمة

الإطار المنهجي

الإطار النظري

الفصل الأول: تأصيل نظري لمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.

المبحث الأول: مقارنة معرفية لمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني: أشهر شبكات التواصل الاجتماعي.

المبحث الثالث: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الرابع: استخدامات موقع الفايسبوك في مجال السياحة.

الفصل الثاني: المقومات السياحية في الجزائر.

المبحث الأول: تعريف السياحة نشأتها، أنواعها، مراحل تطورها.

المبحث الثاني: الإمكانيات السياحية في الجزائر.

المبحث الثالث: الأسس العامة لنجاح شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة المحلية.

المبحث الرابع: معوقات نجاح الترويج السياحي عبر شبكات التوال الاجتماعي.

الإطار التطبيقي: الإجراءات الميدانية للدراسة.

المبحث الأول: بطاقة فنية لولاية البويرة.

1-المناطق السياحية لولاية البويرة.

2-عرض البيانات الشخصية للمبحوثين.

المبحث الثاني: تحليل نتائج الاستبيان.

خاتمة

مقدمة:

لقد أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي تطوراً كبيراً ليس فقط في تاريخ الاعلام , وانما في حياة الافراد على المستوى الشخصي و الاجتماعي و السياسي و الثقافي و حتى السياحي , اذ تشكل عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصرعيه للأفراد و التجمعات بمختلف أنواعها لإبداء آرائهم و مواقفهم في القضايا , واستطاعت هذه المواقع ان تمد الافراد بإمكانية المشاركة في التغيير الاجتماعي من خلال تبني سلوكيات جديدة أو تعديلها. و نظراً لهذا التطور المتلاحق حرصت الاتجاهات الدولية لتطبيق تكنولوجيا المعلومات في المجال السياحي و عيه تهدف هذه الدراسة الى القاء الضوء على أحد تلك الأدوات و هي شبكات التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفايسبوك, اذ قمنا بوضع تصور لكيفية استخدام هذا الأخير من قبل الشباب من أجل تنشيط السياحة و الترويج لها لولاية البويرة, كما سنحاول من خلال الدراسة الموسومة " دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بالمناطق السياحية لولاية البويرة لدى الطلبة الجزائريين " _ الفايسبوك نموذجاً _؛ تسليط الضوء على شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة و على موقع الفايسبوك بصفة خاصة, وتحديد الدور الذي يلعبه في عملية التنشيط و التنمية السياسية لولاية البويرة ذلك من خلال مشاركات شباب المنطقة غير موقع الفايسبوك في نشر المواضيع المتعلقة بالسياحة و مدى اهتمامها بها.

وبهذا فقد قمنا بتقسيم الدراسة الى عدة عناصر سنتناول الدراسة ومنهجيتها، فكانت الإشكالية والتساؤلات ضمن أسباب اختيار الموضوع وكذا، اهداف الدراسة وأهميتها، نوع الدراسة ومنهجها، أدوات الدراسة، مجتمع البحث وعينة الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة (الدراسات السابقة).

وبهذا فقد تم تقسيم الموضوع الذي يدرس دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بالمناطق السياحية لولاية البويرة لدى الطلبة الجامعيين الى إطار منهجي , اطار نظري, اطار تطبيقي, اذ تطرقنا في الاطار المنهجي الى:

اطار نظري؛ فقد تناول فصلين , الفصل الأول: خاص بالتأصيل النظري لمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي و بدوره تم تقسيم هذا الفصل الى اربع مباحث؛ بحيث يتناول المبحث الأول _مقاربة معرفية لمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي _ اما المبحث الثاني و الثالث تطرقنا الى اشهر شبكات التواصل الاجتماعي, ايجابياتها و سلبياتها, و المبحث الرابع خصص الى الفايسبوك و استخداماته في مجال السياحة من خلال _ مفهومه, لمحة تاريخية عنه, طرق التواصل بين مستخدميه, و أهميته سياحياً _.

بالعودة الى الفصل الثاني فقد تطرقنا للمقومات السياحية في الجزائر، كما حاولنا ابراز الإمكانات السياحية التي تتمتع بها الجزائر عامة وولاية البويرة خاصة، هذا فيما يخص المبحث الأول والثاني، اما المبحث الثالث والرابع فقد تناولنا أسس نجاح شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة المحمية، ومعوقات نجاح الترويج السياحي عبر هذه الشبكات.

اما الجانب التطبيقي؛ فعملياً اعتمدنا على الإجراءات الميدانية للدراسة، فبدوره قسم الى مبحثين، تناول الأول _ بطاقة فنية لولاية البويرة _ فتفرعت منه نقطتين، الأولى-المناطق السياحية لولاية البويرة –اما الثانية – عرض البيانات الشخصية للمبحوثين–، اما المبحث الثاني فهو تحليل نتائج الاستبيان.

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة قفزة نوعية في عالم الاتصال مما أدى الى انتشار الانترنت التي أصبحت افضل وسيلة لتحقيق التواصل, بعدها جاءت المواقع الالكترونية و المدونات الشخصية , ومن بين هذه المواقع نجد محركات البحث و بوابات ويب , مراجع حرة , مواقع الصحف و المجالات, وصولا الى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي مثل :الفايسبوك , التويتر ,ماي سبيس...الخ, حيث يعتبر الفاييسبوك الموقع الأكثر شيوعا و انتشارا نظرا لخصائصه الفريدة , مما زاد الاقبال عليه على حساب المواقع الأخرى ,وبالرغم من الانتقادات الموجهة اليه , الا ان هناك من يعتبره وسيلة مهمة للتنامي و تطوير الأفكار و الاطلاع على ثقافات الشعوب , الامر الذي شجع فئات المجتمع و خاصة الطلبة الجامعيين منهم الى الاعتماد عليه بشكل رئيسي في حياتهم ومسارهم الجامعي.

وبالعودة الى الجزائر فقد مسها هي الأخرى التطور التكنولوجي سيما مواقع التواصل الاجتماعي، التي ظهرت فترة الانغلاق في مجال السمعى البصري مما زاد مساهمتها في عملية التحول الاجتماعي والفكري والديموقراطي، كما للجمهور والطلبة خصوصا في المشاركة في مخلص التنمية في المجتمع.

حيث شهدت بداية نشاط موقع الفاييسبوك في الجزائر التفافا باهرا عليه من قبل الطلبة الذي فضلوا طرح المواضيع المتعددة عبر صفحاته،كاليوميات الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، الثقافية و السياحية... الخ (1)

ولعل السياحة ومجالاتها، وكذا المواضيع السياحية لا تلقى الطرح الدائم ولا تحظى بالصدى المطلوب لكون القطاع نفسه يعد دون المستوى المطلوب، بالرغم من المقومات السياحية الهائلة التي تتمتع بها الجزائر و تستحق الترويج لها عبر صفحات الفاييسبوك لتشجيع الاقبال عليها، كذلك نجد ولاية البويرة التي لا تقل أهمية عن باقي ولايات الوطن، بجمالها و سحر طبيعتها على غرار المناطق السياحية التاريخية الاثرية، **فتكجدة** لوحدها تعد قطبا سياحيا بامتياز، ما يتيح للزوار الاستمتاع بوقتهم و ممارسة هواياتهم .

ان التعرض لواقع السياحة لولاية البويرة عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي و بالتحديد الفاييسبوك، يعد محاولة لاستقراء دور هذه المواقع من خلال مساهمتها في تعريف الطلبة والترويج للمناطق الموجودة بالولاية وهذا ما دفعنا لنطرح التساؤل التالي: ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك انموذجا) في التعريف بالمعالم السياحية لولاية البويرة لدى الطلبة الجامعيين؟

تساؤلات الدراسة:

- _ ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- _ ماهي دوافع استخدام طلبة جامعة البويرة لشبكات التواصل الاجتماعي للغرض السياحي؟
- _ ماهي اهم المواضيع السياحية الخاصة بولاية البويرة التي نجدها من خلال موقع الفاييسبوك في الجزائر؟
- _ هل حققت شبكات التواصل الاجتماعي إشباعا للطلبة الجامعيين في التعرف على السياحة في الجزائر؟

(1):نادية بن ورقلة: شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، ص7.

أسباب اختيار الموضوع:

ان الباحث عادة ما يختار موضوع دراسته بناءً على العديد من الأسباب والاعتبارات، ومن أبرز الأسباب التي دفعت بنا الى اختيار هذا الموضوع هي:

الأسباب الذاتية:

- مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها بالمعلومات المتداولة في احداث حركية وتنمية في المجتمع.
- الرغبة في دراسة الموضوع بشكل معمق
- الاهتمام بالتقنيات المتطورة والشبكات الاجتماعية والنشاط الالكتروني.
- اشباع الفضول الذاتي خاصة والموضوع يتعلق بمساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تعريف الطالب الجامعي بالمناطق السياحية.
- مواكبة التطورات و التغييرات التي تحدث في الآونة الأخيرة , و خاصة مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت وسيلة فعالة للترويج السياحي , فقد أصبحت بالفعل ظاهرة اجتماعية تتطلب الدراسة.

الأسباب الموضوعية:

- جدية وحداثة الموضوع نظرا لحدثة مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري.
- قلة الدراسات في هذا المجال.
- القاء الضوء والتركيز على مجال الاعلام الجديد الذي لايزال في مراحل الأولى في الجزائر.
- الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق السياحي، ومدى تأثيره على جذب السواح.
- الاهتمام بدفع الطالب الجامعي الجزائري الى استغلال شبكات التواصل الاجتماعي من خلال توعيته بمدى أهمية مجال السياحة، فيتطوير الجزائر في مختلف المجالات.
- الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في الدراسات العلمية المستقبلية؛ حيث ستكون نقطة انطلاق لدراسات مستقبلية وفتح الباب امام الباحثين للتعمق أكثر بالظاهرة ودراستها من زاوية مغايرة.
- يقول الباحثان (DANIELLE .V)(LA France e ,p,j): ان تحليل النشاطات وديناميكية سلوكيات الافراد في مجتمع الانترنت يعتبر مختبراً جيداً للدراسة و مجالاً هاماً يستحق الاستكشاف و التحليل (1)
- وهذا ما شجعنا ودفعنا الى البحث والتمحيص في مجال شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية القطاع المحلي للسياحة.

(1) : DANIELLE v , j , p .LA France ,l'art de bavarder sur internet ,réseaux n97(1999),p ,207

اهداف الدراسة:

- معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي.
- الكشف عن دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي في التعرف على السياحة في الجزائر.
- الكشف على مدى تحقيق شبكات التواصل الاجتماعي لإشباع الشباب الجزائري في التعرف على السياحة في الجزائر والطلبة بشكل خاص.
- تسليط الضوء على حلقة من حلقات الاعلام الجديد، افاقه الواسعة واشكاله المتنوعة.
- التعرف على مدى انتشار هذه الشبكات في المجتمع وكمية الوقت المخصص لاستعمالها، ومدى التفاعل وعلاقتها بالسياحة، وقدرتها على الترويج والتشهير للمواقع والمعالم السياحية المحلية.
- التعرف على مدى مساهمة موقع فايسبوك في استقطاب السواح والزائرين.
- فحص دور موقع الفاييسبوك في تنمية القطاع السياحي بالولاية.
- محاولة تحديد الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاهتمام والمتابعة للقضايا السياحية بالجزائر.
- تسليط الضوء على حلقة من حلقات الاعلام (الاعلام الرقمي) الذي يعتبر من الوسائط المتعددة او الاعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال online media, الاعلام السيروني cyber media الاعلام التشعبي hyper media(1), والتركيز على افاقه الواسعة واشكاله المتنوعة .

(1): محمود عزت؛ "الاعلام الرقمي الجديد"، دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع، الكويت، 2015، ص20.

أهمية موضوع الدراسة:

ان أهمية الدراسة العلمية وقيمتها والإضافة التي يمكن ان تضيفها في مجال البحث العلمي هي التي من شأنها ان تميز بين دراسة علمية وأخرى (1).

و دراسة موضوع "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بالمناطق السياحية لولاية البويرة لدى الطلبة الجامعيين", لها أهميتها العلمية و العملية و المتمثلة في :

أ. الأهمية العلمية:

- ✓ تسليط الضوء على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين من خلال خصائصها.
- ✓ تكمن أهمية الدراسة في كونها تعبيراً عن الحقائق الواقعية والآراء التي تحدث في المجتمع.
- ✓ الكشف عن مضامين الاعلام الشبكي من تحليل استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية خاصة الجامعيين منهم وتعاطيهم مع القضايا السياحية في ولاية البويرة.
- ✓ للدراسة أهمية لكونها تعنى بموضوعات العصر تنمي دور الطلبة الجامعيين في احداث التنمية والتطوير الداخلي في المجتمع.
- ✓ ابراز الدور الذي تلعبه السياحة من خلال تسليط الضوء على شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين.
- ✓ تعتبر هذه الدراسة محاولة يمكن الاستفادة منها مستقبلا في المجالين العلمي والأكاديمي نظرا لقلّة الدراسات المشابهة للأدوار الجديدة التي تحتلها شبكات التواصل الاجتماعي في مجال السياحة.
- ✓ الوقوف على بعض النقاط و الجوانب المهمة التي تناولت موضوع السياحة, كموضوع مهم بصور علمية و شاملة , كما تساهم هذه الأخيرة في تحقيق تراكم معرفي و بحثي.

ب. الأهمية العملية:

- ✓ تركز هذه الدراسة على ظاهرة من اهم ظواهر العصر وهي شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مختلف المجالات وخاصة المجال السياحي.
- ✓ معرفة مدى نجاح شبكات التواصل الاجتماعي في اشباع رغبات الطلبة الجامعيين الجزائري من خلال التعرف على السياحة في الجزائر.
- ✓ تقديم خدمات جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؛ كإنشاء صفحات خاصة بالتعريف بالسياحة في الجزائر.

(1):نادية حيواني "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين", (دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية, جامعة ام البواقي),مذكرة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة, جامعة ام البواقي 2016, ص 5_6.

نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الاستطلاعية الوصفية, تهدف من خلالها الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف و الترويج للمناطق السياحية لولاية البويرة لدى الشباب الجامعي, كذا وصف الحالة الراهنة دون التدخل في الجانب التاريخي و التوقع لتطورها المستقبلي.(1)

(1): عقيل حسني عقيل؛ " فلسفة مناهج البحث العلمي " , مكتبة مديولي القاهرة, 1999 , ص 47.

منهج البحث وادواته:

- ◇ بالنظر الى طبيعة الموضوع قيد الدراسة وتبعاً للإشكالية المطروحة والتساؤلات، فان دراستنا تصنف ضمن الدراسات الوصفية التحليلية؛ حيث يهدف هذا النوع الى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة.
- ◇ وقد تم توظيف المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتبر احد مناهج البحث العلمي الاكثر شيوعاً، اذ يمتاز بالمرونة و الشمولية، فيستطيع الباحث من خلاله دراسة الواقع بشكل دقيق للغاية من خلال تمكنه من التعرف على الأسباب التي أدت الى حدوث الظاهرة و يساهم في اكتشاف الحلول لها (1).

فالمراد من هذه الدراسة هو وصف الظاهرة و الحصول على معلومات دقيقة تساهم في تحليل الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التفاعلية فيما يتعلق بالمواضيع السياحية عبر صفحات الفايسبوك بولاية البويرة , ودوافع الاقبال لدى الطلبة الجامعيين على

استخدام الفايسبوك .وعند حصر المعلومات الدقيقة المعر عنها ,كيفية يمكن تحليل مدى الدور الذي يقوم به موقع الفايسبوك في السياحة ؛يقول احمد بن مرسلي : " ان الهدف العلمي للأبحاث الوصفية هو تصوي للواقع المدروس فهي لا تستخدم الفرضيات في تحقيق نتائجها النهائية لكونها أبحاث تفسيرية للعلاقات بين المتغيرات , بل تستخدم التساؤلات حتى يتمكن الباحث من الحفاظ على التطوير السليم لمسارات البحث وفق ما يستجيب لأهدافه النهائية من خلال الارتباط دائماً لما يتطلبه التساؤل من إجابة على مستوى كل محور من محاور الدراسة "؛لذا استعانت الدراسة بالتساؤلات وبما ان دراستنا دراسة استكشافية استطلاعية نهدف من خلالها الى الوصول الى نتائج يجهلها الباحث و ذلك من اجل معرفة الإجابات المناسبة للتساؤلات المطروحة (2).

(1): محمد سرحان علي المحمودي؛ "مناهج البحث العلمي" , دار الكتب ,اليمين , 2019 , ط3 , ص 46.
(2). احمد بن مرسلي، "مناهج البحث العلمي في الاعلام و الاتصال" ديوان المطبوعات الجامعية، 2005, ص 52.

أدوات جمع البيانات:

أ الاستبيان: هي وسيلة بحث على شكل مجموعة من الأسئلة تقدم لأفراد العينة الذين سيجيبون عنها، وضعت لخدمة أهداف العينة و تخضع لشروط وجب احترامها (1)، و الاستبانة كذلك تعرف على انها شكل مطبوع يحتوي على مجموعة من الأسئلة موجهة الى عينة من الموظفين حول موضوع او موضوعات الدراسة و لقد اعتمدنا عليها في دراستنا لأنها ملائمة لطبيعة الموضوع محل البحث.

و يعتمد بناء الاستمارة على المعلومات النظرية الخاصة بموضوع الدراسة وكذلك على نتائج الدراسة الاستطلاعية، فأسئلة الاستمارة لا توضع بشكل عشوائي او تحاكمي، و انما وضعت تصميمات على الفصول العلمية المكونة لموضوع بحثنا ، مع وضع أسئلة تتماشى مع الفئة المبحوثة، فقد صممنا أسئلة الاستمارة من حيث الصياغة.

نوعية الأسئلة: أسئلة مفتوحة، مباشرة، مغلقة، مغلقة مفتوحة لأنها توفر الوقت للباحث اثناء تحليل الأسئلة و تبويبها، كما ان الأسئلة التي تشملها مستخرجة انطلاقا من جوانب الموضوع النظرية منها و الميدانية (2)

(1): رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار هوما ، الجزائر، 2002، ص 194.
(2): الهادي محمد الهادي " أساليب اعداد و توثيق البحوث العلمية، المكتبة الاكاديمية، القاهرة، 1995، ص150.

بناء استمارة الاستبيان:

لقد قمنا بإعداد استمارة الاستبيان وذلك لجمع البيانات والمعلومات من افراد عينة الدراسة وبناءً على فصول الدراسة التي تتكون من محاور رئيسية تتماشى وفقا لطبيعة فصول الدراسة وهي أساسية داخل البحث فقد قسمت كما يلي:

≈ المحور الأول:

خصص لمعرفة البيانات الشخصية حول المبحوث تتعلق ب: الجنس /الفئة العمرية/ الحالة الاجتماعية/ التخصص الجامعي/ مكان الإقامة؛ يمتد من السؤال رقم 1 الى غاية السؤال رقم 4.

≈ المحور الثاني:

المتعلق بدوافع اقبال الطلبة الجامعيين على استخدام موقع الفايسبوكفي مجال السياحة في مجال السياحة في الجزائر؛ يمتد من السؤال رقم 5 الى غاية السؤال رقم 15.

≈ المحور الثالث:

مساهمة موقع الفايسبوك في التعريف بالمناطق السياحية لولاية البويرة؛ يمتد من السؤال رقم 16 الى غاية السؤال رقم 37.

ب الملاحظة بالمشاركة: هي مصدر ظهور الاشكال الأخرى للملاحظة في عين المكان، انها تتطلب الاندماج في مجال حياة الأشخاص محل الدراسة مع مراعاة عدم تغيير أي شيء في الوضع (1) ولقد اعتمدنا على الملاحظة في دراستنا من خلال المشاركة في شبكة الفايسبوك وملاحظة تصرفات وتفاعلات الطلبة الجامعيين داخل الصفحات الفايسبوكية، واتباع المشاركات اللائي يضعونها على الصفحات والمجموعات وكذا نوع المنشورات ونوعية وشكل الرسائل التي تبتوالتعليقات التي يضعونها على جدران واجهات الصفحات والتي تلقى اهتماما بليغا من قبل الأعضاء المهتمين.

ت مجتمع وعينة البحث:

■ مجتمع البحث:

وهو المجتمع الأكبر او مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل او المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته(2) ومجتمع دراستنا هو طلبة جامعة اكلي محند اولحاج المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي وكنموذج مجتمع من هذه الشبكات –الفايسبوك في الجزائر-والذين يحسنون التعامل باللغة العربية (باعتبار استمارة الدراسة باللغة العربية) من الجنسين في دراستنا تمثل مجتمع البحث في الاستبيان على الطلبة الجامعيين الفايسبوكيين الذين يستخدمون موقع الفايسبوك في حياتهم ويتواصلون ويتبادلون المعلومات من خلاله يزداد عددهم يوميا.

■ عينة الدراسة:

يعرف الدكتور احمد بن مرسى العينة: "انها عملية اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختياراً عشوائياً او منتظماً؛ المعروف لدى الباحثين بأسلوب العد العشوائي او تحكيميا قصديا ليشكل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة والعينة كلمة مشتقة من فعل "عين" الذي يفيد في اللغة العربية معنى خيار الشيء و بذلك فان العينة هي ما تم اختياره من هذا الشيء , و في البحث العلمي فان العينة تعني الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما" (1)

و بعد تحديد الدراسة و نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، قمنا باختيار أسلوب العينة و نظرا لاقتصار عينتنا على طلبة جامعة البويرة , فقد تم اختيار العينة القصدية او العمدية, وعيله فقد اخترنا عينة تتكون من ستين (60) مفردة من طلبة آكلي محند اولحاج الذين يستخدمون موقع فيسبوك.

كما تعرف العينة انها مجموعة جزئية من المجتمع الكلي تحوي بعض العناصر يتم اختبارها منه (2)

(1): احمد بن مرسى: مرجع سبق ذكره، ص 180.
(2): فائزة جمعة؛ "أساليب البحث العلمي -منظور تطبيقي"، دار الحامد للنشر و التوزيع، ط2، الأردن، 2009، ص104.

تحديد المصطلحات والمفاهيم:

❖ شبكات التواصل الاجتماعي:

التعريف الاصطلاحي:

تعرف زهراء راضي شبكات التواصل الاجتماعي على انها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ,ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها. تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي هي وسيلة اتصالية تشارك الأصدقاء من خلال نقل المعلومات و تبادل الرسائل الفورية بين الطلبة عبر صفحات خاصة ,وهي مرنة تجعل من السياحة ان تعتبرها وسيلة فعالة في الترويج بالأماكن السياحية.

يعرف "باركر" Parker , على انها : عبارة عن افراد او مجموعات تربطهم روابط سواء ,اتفاقية اجتماعية,جغرافية او وظائف مماثلة(1)

هي مجموعة شبكات الكترونية للتواصل بين المستخدمين حول العالم ويمكن لأي شخص قادر انشاء موقع له. في حساب الفايسبوك بسهولة وبدون مقابل مادي ويهدف الموقع الى رابط بين الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد ورؤية صفحاتهم او البحث عن أصدقاء الدراسة(2).

التعريف الاجرائي:

شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن وسيلة الكترونية تقدم خدمات الكترونية للأفراد و الجماعات من خلال شبكة الانترنت , و تتيح لهم التواصل فيما بينهم حسب اهتماماتهم.

❖ -الفايسبوك:

كأشهر مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت اسسه الطالب " مارك زوكربيرغ" في جامعة هارفارد عام 2004, حيث بلغ عدد مستخدميه 2.5 مليار مستخدم . الفاييسبوك هو شبكة اجتماعية تهدف الى التواصل و الربط بين الافراد المستخدمين و خاصة الشباب لتمكنهم من تبادل الملفات و الصور و الآراء و الأفكار و المعلومات.

❖ السياحة:

لغة:

مشتقة من الفعل الثلاثي " ساح" و يقال سيحان الماء, سائح جمع سياح, و العامة تقول سواح, جعله يسيح.(3)

اصطلاحا:

تختلف تعاريف السياحة لاختلاف نظرة الباحثين والدارسين لها: تعريف "جويير فرولر": هي ظاهرة من ظواهر العصر، انبثقت من الحاجة المتزايدة الى الراحة وتغيير المكان , و الى التمتع بجمال الطبيعة و الإحساس بها و كذا الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة, ايضاً تطور الاتصالات بين الشعوب و الافراد و أوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية, هذه الاتصالات التي كانت ثمرة انساع نطاق التجارة و الصناعة و تقدم وسائل النقل " (4) تعريف هونزكير و كراف؛انها مجموعة من العلاقات و النشاطات التي تترتب عن السفر من خلال تنقل إقامة المؤقتة , وطالما ان هذا التنقل لا يرتبط نشاط يدخل ربحاً لهذا الفرد" (5). تعني التنقل من بلد الى بلد طلباً للتنزه او الاستطلاع والكشف.

التعريف الاجرائي: هي ظاهرة من ظواهر العصر تتمثل في أنشطة الأشخاص المسافرين والمقيمين في أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة.

❖ المناطق:

لغة: وحدة او جزء واحد من كل أكبر.
اصطلاحاً: تستخدم على نطاق واسع في العديد من فروع الجغرافيا، كل واحدة منها يمكن ان تصنف المناطق من الناحية الإقليمية.(6)
كما تعرف على انها مصطلح جغرافي يستخدم بطرق مختلفة فيها بين مخلف فروع الجغرافيا.
التعريف الاجرائي: هي قسم معين على وجه التحديد من مساحة او إقليم أكبر، وهي من الخصائص الطبيعية والبشرية والفنية، قد تكون معالم سياحية باختلاف أنواعها، او معالم اثرية وحضارية او مناظر طبيعية كالبحار والجبال والصحاري والواحات وغيرها.

❖ الدور:

لغة: دار؛ يدور دورانا , تحرك بشكل دائري (7)
اصطلاحاً: عبارة عن معايير السلوك او القواعد التي تحكم وصفا معيناً في البناء الاجتماعي او الأداء الذي يقوم به الاعلام بالنسبة للجمهور في مجالات مختلفة التعليم، الاخبار، التنمية، الترفيه..(8)
الاجرائي: هو مجموعة توقعات الأفعال التي تقوم بها شبكات الواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة. (9)

❖ الطلبة الجامعيين:

اصطلاحاً: يعرفه فضيل دليو: "ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العملية بالانتقال من مرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني أو العالي الى الجامعة تبعاً لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة او دبلوم يؤهله لذلك ويعتبر الطلبة الجامعيين أحد العناصر الأساسية في العملية التربوية في التكوين الجامعي (10).
الاجرائي: هو احد العناصر الأساسية في العملية التربوية لتكوين الجامعيين , وهو الذي مازال يزاول دراسته في احد معاهد التعليم العالي ولمينل شهادته الجامعية بعد.

- (1): بوبكر السايح " دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج بالمنتجات" مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر اكايمي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015، ص3.
- (2): تسعنيث دموش: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية لولاية البويرة، مذكرة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة أكلي محند اولحاج ، البويرة، 2015، ص23.
- (3): علي عريقات "دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج الإعلامي للسياحي في الأردن من وجهة نظر السائحين المحليين و العرب" رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2019، ص26.
- (4): ماهر عبد العزيز توفيق؛ "صناعة السياحة"، دار زهران للنشر و التوزيع، الأردن، 1997، ص22.
- (5): Whunzikert .k. Kraft .Edition les études de la communication française .le tourisme un problème économique pierre. Paris. 1996. P09.
- (6): عمورية بن احمد؛ " دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياحي"، دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الفندقية لولاية مستغانم، مذكرة ماستر تخصص اتصال سياحي، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم، 2016، ص11.
- (7): بوبكر السايح: مرجع سبق ذكره ص6.
- (8): عبد الرحيم الرفاعي؛ " دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج الإعلامي للسياحة في الأردن من وجهة نظر السائحين المحليين العرب"، رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2019، ص7.
- (9): جبران مسعود؛ " راند الطلاب"، دار العلم للملايين ،5ط، بيروت، 1988، ص371.
- (10): فضيل دليو و آخرون: " مجلة الباحث الاجتماعي "، مجلة دورية تصدر عن دائرة البحث، معهد علم الاجتماع، جامعة قسنطينة 2، دوس، ص226.

الدراسة السابقة:

الدراسة الأولى:

أ_ دراسة جزائرية:

من اعداد الطالبة مريم نريمان نومار تحت عنوان: " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيره في العلاقات الاجتماعية_ دراسة على عينة من مستخدمي فايسبوك في الجزائر_ رسالة ماجستير , قسم العلوم الإنسانية و الاجتماعية , شعبة الاعلام و الاتصال, جامعة الحاج لخضر , باتنة, 2011- منشورة تمحورت إشكالية الدراسة فيما يلي : ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

وتمثلت التساؤلات الفرعية في:

- ماهي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) على الجزائريين؟
 - ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك؟
 - كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟
- اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي واستخدمت استمارة الاستبيان او الاستقصاء لجمع البيانات المتعلقة بالموضوع وتمثلت عينة البحث في 280 مفردة من مستخدمي موقع فايسبوك في الجزائر
- توصلت الباحثة الى نتائج اهمعا:
- _ تقضي النسبة الكبر من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الفايسبوك._
- يستخدم اغلب افراد العينة الفايسبوك بدافع التواصل مع الاهل والأقارب والأصدقاء الى جانب التثقيف.
- تؤكد نتائج القانون الاحصائي لمقياس ديكارت للاتجاهات الذي اعتمدت عليه الباحثة ان الاتجاه كان إيجابيا، في استخدام الفايسبوك والحفاظ على العلاقات العامة وتوسيعها.
- موقع فايسبوك يؤثر على الانتماء الاجتماعي للأفراد، و يؤدي فعلا الى الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل ضمن الجماعات الاجتماعية الحقيقية، و تعويضها بجماعات فايسبوكية , تجعل الفرد الذي يحس بفراغ اجتماعي و عاطفي, فيحس بالانتماء الى الجماعات الافتراضية أكثر من احساسه بالانتماء الى الجماعات الأولية (الاسرة, الأصدقاء...)(1)

(1): تسعيزيث دموش؛ مرجع سبق ذكره, ص 19_20.

الدراسة الثانية:

ب _ الدراسة العربية:

بعنوان: " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية" من اعداد الطالب احمد يونس محمد حمودة، جامعة القاهرة 2013.

- تدور إشكالية الدراسة: ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية؟
وعلى ضوء ذلك صاحب البحث قدم الإشكالية بتساؤلات فرعية تتمثل في:
 - ما مدى استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي؟ وماهي شبكات التواصل الاجتماعي الأبرز التي يستخدمها الشباب الفلسطيني؟
 - ماهي القضايا المجتمعية التي يحققها الشباب الفلسطيني من شبكات التواصل الاجتماعي؟
 - ما مدى الاستفادة التي يحققها الشباب الفلسطيني من شبكات التواصل الاجتماعي؟
 - ماهي الخدمات التي يقبل عليها الشباب الفلسطيني بصفة مباشرة على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- صاغ الباحث فرضية الدراسة: يؤثر التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي على مدى المشاركة في القضايا المجتمعية في إطار متغيرات (النوع-التعليم-الدخل).
- اعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح الاجتماعي مستخدماً أداة الاستبيان لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في الشباب الفلسطيني.
توصلت الدراسة الى نتائج، أهمها:
 - تعد شبكة الفايسبوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وتفاعلاً وفقاً لوجهة نظر الباحثين إذ جاءت في المرتبة الأولى.
 - اشارت الدراسة الى ان الباحثين يعتقدون بعدم كفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية.
 - تناولت الدراسة جوانب مهمة من استخدامات الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي، وبالتالي مشاركتهم في تغطية القضايا التي تخص مجتمعهم، وهذا امر واقعي تجلّى من خلال تفاعلهم مع الفايسبوك.
 - الدراسة كانت غنية ومفيدة لنا كونها تتناول الاعلام وتأثيراته على المجتمع، لذا اكسبتنا زيادة معرفية لا بأس بها، وتم توظيف بعض من المعلومات الهمة فيها في دراستنا الحالية.(1)

(1): تسعيزت دموش، مرجع سابق، ص 20_21.

الدراسة الثالثة:

ج_ الدراسة الأجنبية:

دراسة لانس كيسلر LANCE D ; KISSLER :

بعنوان: " الترويج للتعليم العالي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي لجيل الالفية _ دراسة اجنبية مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال _ بالجامعة الشرقية لواشنطن، سنة 2010 بالولايات المتحدة الامريكية.

- هدفت الدراسة الى محاولة اكتشاف خصائص جيل الالفية الذين يزاولون دراستهم العليا و لهم اختلافات عرقية , و دينية ولهم إحساس بالتميز نظرا لاستخدامهم للتكنولوجيا , و يمتلكون حظوظ قليلة لإيجاد منصب شغل , مقارنة بالجيل السابق في نفس سنهم.
- كما هدفت الدراسة الى اكتشاف مدى الاقبال على تكنولوجيايات الاتصال و استعمال شبكات التواصل الاجتماعي كحل لترويج التعليم العالي بالنسبة لجيل الالفية , و ذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي :يمكن بناء بوابة الكترونية , ولكن كيف للأشخاص معرفتها و استعمالها؟

➤ و للإجابة على هذا التساؤل طرح الباحث عدة تساؤلات فرعية , و هي :

- ماهي خصائص جيل الالفية؟
- ماهي الوسائل التي يريدها جيل الالفية للتواصل؟
- ما هي أحسن الطرق التي يمكن ان تستعملها وسائل الاتصال الاجتماعية للتفاعل مع جيل الالفية؟ وماهي أدوات القياس التي قد تستعمل لتحديد مدى فاعليتها؟

➤ وقد كان مجتمع البحث الخاص بالدراسة مكون من جيل الالفية الذي حدد سنهم , المولودين من 1980 فما فوق .

وقد حددت عينة من الطلبة المقيمين بالإقامات الجامعية لولاية واشنطن، مستخدما عدة أدوات لجمع البيانات، والتي تمثلت في:

الملاحظة من خلال اجراء تربص كمثل طلابي بمجلس التنسيق للتعليم العالي HECB بالإضافة الى المقابلة و استمارة الاستبيان.

➤ حيث وصل الدراسة في نتائجها الى الخطة الموضوعية للترويج في مواقع التواصل الاجتماعي، نجحت في تطوير الولوج الى البوابة الالكترونية لمجلس التنسيق للتعليم العالي موفرة فرص لقياس نجاعتها.

➤ كما توصلت الدراسة الى ان اغلبية الطلبة اكدوا على وجود مشاكل تحول دون الولوج الى البوابة الالكترونية و التي تمثلت في عدم قدرتهم على تحمل تكاليف الاشتراك بها , و كذا تضارب المواعيد المقررة لتقديم الدروس عن بعد بسبب عدم وجود توقيت موحد لكل طالب.(1)

(1): نادية حيواني؛ مرجع سبق ذكره، ص 9.

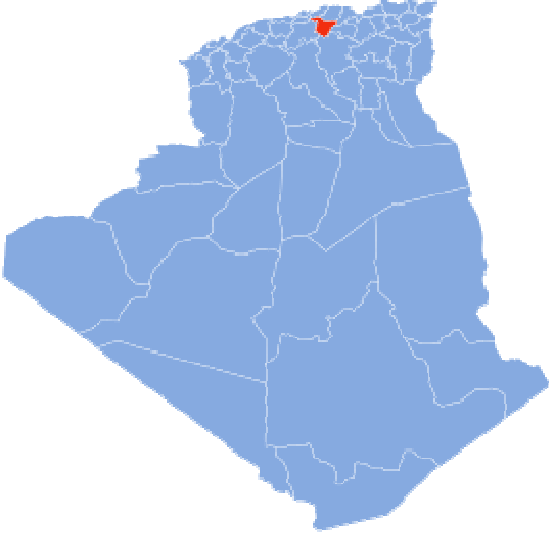
قراءة للدراسات السابقة:

- ساعدت هذه الدراسات الدراسة الحالية في تحديد تساؤلات الدراسة و الاستفادة منها لاستخدامها , كما ساعدنا في صياغة المشكلة البحثية للدراسة و التعرف على متغيرات الدراسة و أهدافها بالإضافة الى هذا فقد ساعدتنا في صياغة استبانة الدراسة .
- هذا وقد أفادت الدراسات في تحديد الخلفية النظرية لموضوع الدراسة والاستفادة من نتائجها والعمل على ربطها بالدراسة الحالية بما يثريها ويعزز من أهميتها.

و بما اننا نبدأ من حيث انتهى الآخرون , ولأن البحث العلمي لا بد ان يكون تراكميا يكمل ما توصل اليه غيرنا ؛ فإننا نستطيع ان نقول ان دراستنا ستقدم إضافة و استكمال لدراسات سابقة من خلال الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعريف الطلبة الجامعيين بالسياحة في الجزائر عامة و البويرة خاصة؛ حيث لم تجر دراسات كثيرة بالقدر الازم, و نحن بدورنا سنسعى الى التأكد من قوة و ضعف دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعرف بالسياحة في لولاية البويرة لفئة الطلبة الجامعيين.

**الجانب التطبيقي:
الإجراءات الميدانية للدراسة**

بطاقة فنية لولاية البويرة:



(البويرة) بالتيفيناغ ⵜⴰⵔⴰⵢⵔⴰⵏⵜ وبالفرنسية :
Bouira، هي ولاية جزائرية تقع في
شمال البلاد تحدها شمالا ولاية تيزي
وزو وجنوبا ولاية المسيلة غربا ولايتي
البليدة والمدينة شرقا ولاية برج

بوعريريج وبجاية. رمز الولاية: 10. وتسمى من قبل توفيرست وأهم معالم سياحية جبال تيكجدة.

البويرة	عاصمة الولاية
10	رمز الولاية
	بعض الأرقام
4.456,26 كم ²	مساحة
708343 نسمة	تعداد السكان
2007 م	إحصاء سنة
145 نسمة/كم ²	كثافة
026	الترقيم الهاتفي
10000	الرمز البريدي
	التقسيم الإداري
12	الدوائر
45	البلديات

جامعة البويرة "اكلي محند اولحاج"
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم التاريخ

استمارة استبيان

حول

" دور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بالمناطق السياحية لولاية البويرة لدى الطلبة الجامعيين "
(دراسة استطلاعية لعينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية المستخدمين للفيسبوك في جامعة البويرة)

بعد التحية والتقدير،

- هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني لتحضير شهادة ليسانس في الاتصال.
- الرجاء منك القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عنها حسب رأيك الخاص.
 - المعلومات المقدمة من طرفك لن تستعمل الا لغرض البحث العلمي.

اشراف الأستاذة:
جميلة اوشن

- اعداد الطالبتين:
روزة عربان
كريمة بن الشيخ

ملاحظة:

- ❖ ضع علامة (X) داخل مستطيل الإجابة الصحيحة ,
- ❖ لا تذكر اي اسمك.
- ❖ لا تجب اى الا على الأسئلة التي تعنيك بصفة مباشرة.

شكرا جزيلاً على تعاونك.

المعلومات الشخصية:

1. الجنس: ذكر أنثى
2. المستوى الجامعي:
السنة الأولى
السنة الثالثة ماجستير
السنة الثانية
3. التخصص:
علوم إنسانية
شريعة
علوم اجتماعية
4. الإقامة:
الحي الجامعي
المنزل

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة البويرة لشبكات التواصل الاجتماعي.
5. هل تستخدم الانترنت؟

دائماً أحيانا نادراً

6. فيما تستخدمها؟

- البريد الالكتروني
- المدونات
- شبكات التواصل الاجتماعي
- أخرى تذكر ...

7. رتب اهم شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لديك:

فايسبوك تويتر
يوتيوب انستغرام
أخرى تذكر...

8. ما هي أسباب تفضيلك للشبكة التي جعلتها ضمن المرتبة الأولى؟

- شعبيته وانتشاره
- سهولة استخدامه
- خصائص ومميزات الشبكة
- أخرى تذكر...

9. ماهي أوقات استخدامك لهذه الشبكات؟

يومية أسبوعياً
شهرياً حسب الظروف

10. كم عدد مرات تصفحك لهذه الشبكات في اليوم؟

مرة واحدة من مرتين الى أربع مرات
أكثر من أربع مرات

11. كم من الوقت تقضيه في تصفحك لشبكات التواصل الاجتماعي؟
 أقل من ساعة من ساعة الى 3 ساعات أكثر من 3 ساعات
12. ماهي فترات تصفحك لشبكات التواصل الاجتماعي؟
 صباحاً ظهراً
 ليلاً حسب الظروف
13. ماهي الأماكن التي تفضلها عند تصفحك لشبكات التواصل الاجتماعي؟
 المنزل مقهى الانترنت
 الجامعة الحي الجامعي

14. ماهي الأجهزة التي تفضل استخدامها عند تصفحك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

- حاسوب محمول هاتف ذكي
 لوحة الكمبيوتر حاسوب المكتب
15. عند تصفحك لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال السياحة هل تقوم ب:

- نشر صورة خاصة عن السياحة في الجزائر
- مشاهدة فيديوهات حول السياحة في الجزائر
- الدردشة مع الأصدقاء حول المواضيع السياحية في الجزائر
- أخرى تذكر...

المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال السياحة في الجزائر.

16. هل انت عضو في الصفحات والمجموعات الخاصة بالسياحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

- نعم لا
- إذا كانت إجابتك ب " لا " مالذي يمنعك من الانضمام اليها؟

- عدم ثقتك بمن يدير هذه الصفحات والمجموعات.

- لا تجد فيها متطلباتك.

- تفضل متابعتها دون الانضمام اليها.

- أخرى تذكر...

17. ما هي المجموعات والصفحات السياحية التي انت عضو فيها عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

.....

18. لماذا تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياحي؟

- الحصول على جديد السياحة في الجزائر

- المشاركة مع الآخرين PARTAGER

- كسر الروتين اليومي

- تسجيل الاعجاب J ' aime

- أخرى تذكر ...

19. ما هي أسباب استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي في الموضوعات السياحية في الجزائر؟

- البحث عن صفحات ومجموعات خاصة بالسياحة في الجزائر لتنظم إليها

- نشر ثقافة السياحة في الجزائر

- تبادل المعلومات حول السياحة في الجزائر وكل ما هو جديد

- أخرى تذكر...

20. هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بدافع؟

- التعرف على أماكن سياحية لم تزرها من قبل

- تكوين صداقات مع اشخاص لهم نفس الاهتمامات السياحية في الجزائر

- التفاعل مع ما ينشر حول السياحة في الجزائر

- أخرى تذكر...

21. ما نوع السياحة التي تفضلها وتدفعك للإقبال عليها عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

الصحراوية

الشاطئية

التراثية

الجبلية

أخرى تذكر...

المحور الثالث: مساهمة موقع الفيسبوك في التعريف بالمناطق السياحية لولاية البويرة:

22. ما هي الصفحات السياحية التي تتابعها الخاصة بولاية البويرة؟

جمعية الآثار بالبويرة BOUIRA NATURE ET TOURISME

BOUIRA-INFO Granada city(Bouira)

أخرى تذكر...

23. ماهي أكثر الصفحات تفاعلية؟ رتبها حسب معرفتك.

1.

2.

3.

24. الى ماذا تعود هذه التفاعلية حسب رأيك؟

تجاوب القائمين على الصفحة مع المعجبين

اجرائها لتحديثات mise à jour

طرح مضامين جادة وهادفة

مصادقية طرح المواضيع

25. هل تساهم الصفحات السياحية في نظرك في التنشيط السياحي للولاية؟

نعم لا

في كلتا الحالتين، كيف ذلك؟

.....
.....

26. فيما تتمثل اغلب منشورات الصفحات السياحية؟

صور فيديو هات

نصوص نصوص وصور

27. ما هو نوع المنشورات الأكثر تفضيلا لديك؟ (اختر إجابة واحدة فقط)

صور فيديو هات

نصوص نصوص وصور

28. لماذا تفضلها؟

.....

29. ما هو نوع المواقع السياحية التي عرفك بها الفايسبوك؟

- مواقع أثرية مواقع تاريخية مواقع سياحية أماكن استجمام
- غابات حمامات أماكن جبلية أحواض وسدود

أخرى تذكر:

30. هل سبق لك وان نشرت موضوعا سياحيا على صفحتك الخاصة؟

- نعم لا

31. ما طبيعة هذا المنشور؟

- صور فيديوهات نصوص من إنتاجك الخاص

32. هل شاركت في رحلة سياحية تم تنظيمها عبر الفايسبوك؟

- نعم لا

33. كيف وصلتك المعلومة؟

.....

34. هل انت راض عن دور الصفحات الفايسبوكية في التعريف بالسياحة في ولاية البويرة؟

- نعم لا

35. في كلتا الحالتين لماذا؟

.....

36. هل ترى نفسك فاعلا من خلال مشاركتك عبر الفايسبوك في النهوض وتطوير السياحة على مستوى ولاية البويرة؟

- نعم لا

37. إذا كانت اجابتك ب " نعم " كيف ذلك؟

.....

.....

الخاتمة:

منحت شبكة الانترنت الفرصة لظهور مجموعة من المواقع الالكترونية أهمها شبكات التواصل الاجتماعي, و الفايسبوك أحد أهم هذه الشبكات و اكثرها استخداما, لأنه فتح نافذة مطة على العالم وساحة للتعبير و ابداء الآراء و الأفكار و التفاعل بين المستخدمين عن طريق تبادل المعلومات والاهتمامات المشتركة بين الافراد وخاصة الطلبة الجامعيين الذين يستفيدون من الأنشطة و البرامج المتاحة, ويتفاعلون مع غيرهم من الناس وبذلك يتبادلون أنواعا من السلوك الإنساني فيفيدون و يستفيدون من غيرهم ويكتسبون خبرات إيجابية ويحاولون أن ينموا في انفسهم الإحساس بالمسؤولية و الاعتماد على الذات من خلال الممارسات و العمليات التفاعلية مع الآخرين على صفحات الفايسبوك وهذا ما توصلنا اليه من خلال اجرائنا لهذه الدراسة التي تدور حول دور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بالمناطق السياحية لولاية البويرة لدى الطلبة الجامعيين. وهو ما اثبت ان موقع الفايسبوك قد وفر مساحة كبيرة للحديث عن المواضيع السياحية بولاية البويرة رغم قلة الاحترافية في طرحها وغياب التحيينات (اجراء تحديثات) في الصفحات الفايسبوكية, الا ان الموقع ذاته يعد أداة مهمة ويقوم بدور تعريفى للمناطق السياحية ويحظى بمتابعة وتفاعلية كبيرة, وهو الامر الذي شجع على استمرارية وتحسين خدماته المعلوماتية التي يبثها بكل اشكالها.

قائمة المراجع:

1. احمد بن مرسل، "مناهج البحث العلمي في الاعلام و الاتصال" ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، (2005).
2. الهادي محمد الهادي "أساليب اعداد وتوثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة،(1995).
3. بوكير السايح" دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج بالمنتجات" مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، (2015).
4. تسعديت دموش: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية لولاية البويرة، مذكرة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة آكلي محند والحاج، البويرة، (2015).
5. جبران مسعود؛ "رائد الطلاب"، د/ط العلم الملايين، ط5، بيروت، (1988).
6. رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار هوما، الجزائر، (2002).
7. عبد الرحيم الرفاعي؛ "دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج الإعلامي للسياحة في الأردن من وجهة نظر السائحين المحليين العرب"، رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، (2019).
8. عقيل حسني عقيل؛ "فلسفة مناهج البحث العلمي"، مكتبة مديولي القاهرة، (1999).
9. علي عريقات "دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج الإعلامي للسياحة في الأردن من وجهة نظر السائحين المحليين و العرب" رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، (2019).
10. عمورية بن احمد؛ "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياحي"، دراسة ميدانية لبعض المؤسسات الفندقية لولاية مستغانم، مذكرة ماستر تخصص اتصال سياحي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، (2016).
11. فايزة جمعة؛ "أساليب البحث العلمي -منظور تطبيقي"، د/ط الحامد للنشر و التوزيع ط2، الأردن، (2009).
12. فضيل دليو وآخرون: "مجلة الباحث الاجتماعي"، مجلة دورية تصدر عن دائرة البحث، معهد علم الاجتماع، جامعة قسنطينة 2، دوس.
13. ماهر عبد العزيز توفيق؛ "صناعة السياحة"، د/ط زهران للنشر و التوزيع، الأردن، (1997).
14. محمد سرحان علي المحمودي؛ "مناهج البحث العلمي"، د/ط الكتب، اليمن، (2019)، ط3.
15. محمود عزت؛ "الاعلام الرقمي الجديد"، د/ط الاعصار العلمي للنشر و التوزيع، الكويت، (2015).
16. - نادية بن ورقلة: شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة.
17. - نادية حيواني "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين"، (دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية، جامعة ام البواقي)، مذكرة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة ام البواقي (2016).

18. - DANIELLE v, j, p. LA France, l'art de bavarder sur internet, réseaux n97(1999)

19. - Whunzikert .k. Kraft .Edition les études de la communication française .le tourisme un problème économique pierre. Paris. (1996).



بحيرة اقولميم فيتكجدة



سهل البويرة المركزي جنوب جبال الخشنة



مدخل مدينة البويرة



سد كدية اسردون ثان أكبر سد في الجزائر بسعة 640 مليون متر مكعب.



جسر وادي الرخام , اعلى جسر في افريقيا من حيث الارتفاع_ بين مدينتي الاخضرية والبويرة_

الارتفاع: 140 متر الطول: 744 متر



جبل ناب الأسد_ حيزر_



منظر خلاب لجبال جرجرة من مدينة _الاسنام_



قمة لالة خديجة ,اعلى قمم جرجرة بما يزيد عن 2400متر في جبل تامقوت في الجانب الجنوبي