

République Algérienne démocratique et populaire
enseignement supérieur ,ministère d
et de la recherche scientifique
université akli mohand oulhadj
faculté des Science Sociales et Humaines

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محند أولحاج
-البويرة-
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية



قسم التاريخ

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية السياحة
الجزائرية
فيسبوك - أنموذجا-

دراسة ميدانية علمية، طالبة جامعة محند أولحاج بالبويرة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال

إشراف الأستاذة :

إعداد الطلبة :

- أوشن جميلة

- داود إلهام

- تواتي يمينة

العام الجامعي : 2021-2022

إهداء

اهدي هذا العمل المتواضع إلى من ربنتي على الكلمة الصحيحة
والفكر الأصيل، التي وضع الله الجنة تحت قدميها
إلى من أنارت لي طريق النجاح قرّة عيني أُمي العزيزة والحبّية
أطال الله في عمرها وإلى من قدس العلم
وعمل جاهد على إتمام دراستي
الذي لم يبخل عليا بنصائحه و علمني معنى الاجتهاد والمثابرة
أبي العزيز أطال الله في عمره
و إلى أستاذة المشرفة على المذكرة "أوشن جميلة"
وإلى أخواتي الحبيبات إلى أصدقائي وأحبائي
إلى كل الأهل والأقارب وإلى كل من ساعدني وشجعني
على انجاز هذا البحث ولو بكلمة طيبة



فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة	
أ	مقدمة
3	إشكالية
3	أسباب اختيار الموضوع
3	أهمية الدراسة
4	أهداف الدراسة
4	منهج و أداة الدراسة
5	مجتمع وعينة البحث
6	تحديد المفاهيم والمصطلحات
7	الدراسات السابقة
الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي	
11	تمهيد
12	المبحث الأول : مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي
12	المطلب الأول : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
12	المطلب الثاني : خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي
13	المطلب الثالث : أنواع المواقع التواصل الاجتماعي
14	المطلب الرابع : أهم مواقع التواصل الاجتماعي
15	المطلب الخامس : الايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
16	المبحث الثاني :موقع الفايسبوك وخصائصه
16	المطلب الأول : نشأة موقع الفايسبوك
17	المطلب الثاني : مميزات موقع الفايسبوك
18	المطلب الثالث : تطبيقات الفايسبوك
19	المطلب الرابع : أسباب ودوافع استخدام الفايسبوك
19	المطلب الخامس : إحصائيات الفايسبوك في الجزائر
الفصل الثالث : مدخل عام للسياحة في الجزائر	

22	المبحث الأول : ماهية السياحة
22	المطلب الأول : مفهوم السياحة
23	المطلب الثاني : أهمية السياحة
23	المطلب الثالث: خصائص السياحة
24	المبحث الثاني: مقومات السياحة في الجزائر
24	المطلب الأول: المقومات الطبيعية
24	المطلب الثاني: المقومات التاريخية و الحضارية و الدينية و الثقافية
25	المطلب الثالث: الإمكانيات و الهياكل القاعدية السياحية في الجزائر
27	عرض محاور الاستبيان
28	تحليل أسئلة الاستمارة
30	الإستمارة
36	الخاتمة
	قائمة المصادر و المراجع

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
28	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	1
29	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	2

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
28	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	1
29	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	2

خطة الدراسة :

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة و تساؤلاتها
- 2 - أسباب اختيار الموضوع
- 3 - أهداف الدراسة
- 4 - أهمية الدراسة
- 5 - منهج وأدوات الدراسة
- 6 - مجتمع وعينة الدراسة
- 7 - تحديد المفاهيم والمصطلحات
- 8 - الدراسات السابقة

الإطار النظري

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول :مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي:

- المطلب الأول : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.
- المطلب الثاني خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي.
- المطلب الثالث : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.
- المطلب الرابع : أهم مواقع التواصل الاجتماعي.
- المطلب الخامس : إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني :موقع الفايسبوك وخصائصه:

- المطلب الأول : نشأة موقع الفايسبوك.
- المطلب الثاني : مميزات موقع الفايسبوك.

المطلب الثالث : تطبيقات الفايسبوك.

المطلب الرابع أسباب ودوافع استخدام الفايسبوك.

المطلب الخامس : إحصائيات الفايسبوك في الجزائر .

الفصل الثالث : مدخل عام للسياحة في الجزائر .

تمهيد :

المبحث الأول : ماهية السياحة

المطلب الأول: مفهوم السياحة

المطلب الثاني : أهمية السياحة

المطلب الثالث: خصائص السياحة

المبحث الثاني: مقومات السياحية في الجزائر

المطلب الأول: المقومات الطبيعية

المطلب الثاني: المقومات التاريخية و الحضارية و الدينية و الثقافية

المطلب الثالث: الإمكانيات و الهياكل القاعدية السياحية في الجزائر

الجانب التطبيقي

عرض و تحليل محاور الاستبيان

الخاتمة

قائمة المصادر و المراجع

مقدمة :

تعد مواقع التواصل الاجتماعي الظاهرة الإعلامية أبرز في عالمنا اليوم، كونها تستقطب مجموعة كبيرة من فئات المجتمع، وخاصة الشباب باعتبارهم أكثر تأثيرا في أي مجتمع، وتتنوع مواقع التواصل إلى أنواع وذلك حسب الأغراض التي أنشئت من أجلها، ومن أكثر الشبكات الاجتماعية المستخدمة حاليا هي: الفايسبوك، تويتر، يوتوب، جوجل وماي سبايس.

إن العالم المعاصر يعيش مرحلة تحول كبرى أختزل من خلالها عامل الزمان والمكان وأصبحت مواقع التواصل تسيطر على النظام الاتصالي بشكل كبير، هذا وقد أصبح الناس يقضون وقتا طويلا جدا في التفاعل مع بعضهم البعض، ولكن مع مرور الوقت أصبحوا يتبادلون وجهات النظر، من أجل تحسين حياتهم الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، السياحة ومن هنا تشكلت مجموعات عبر موقع الفايسبوك من أفراد تربطهم نفس الاهتمامات والميولات يقومون بنشر مختلف المواضيع في مجالات متنوعة عن طريق صور وفيديوهات، ومشاركتها مع أصدقاء من أجل كسب معلومات ومعارف جديدة، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تعالج مختلف المواضيع من بينها المواضيع السياحية ، وكذلك نظرا لأهميته البالغة في الجزائر كونها تعاني في جانب السياحي لقلّة الترويج لها .

ومن خلال موضوع دراستنا وهو : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية السياحة الجزائرية الفايسبوك أنموذجا، تطرقنا إل هذه المواقع بصفة عامة و إلى موقع الفايسبوك بصفة خاصة عن بين الدور الذي قدمه في تنمية السياحة الجزائرية، وذلك من خلال ما ينشر عبر صفحاته .

خطة الجانب المنهجي

- 1- إشكالية الدراسة و تساؤلاتها
- 2 - أسباب اختيار الموضوع
- 3 - أهداف الدراسة
- 4 - أهمية الدراسة
- 5 - منهج وأدوات الدراسة
- 6 - مجتمع وعينة الدراسة
- 7 - تحديد المفاهيم والمصطلحات
- 8 - الدراسات السابقة

1 - إشكالية :

ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية السياحة الجزائرية ؟ للإجابة على هذه الإشكالية نطرح مجموعة من التساؤلات :

- ما هي أنماط تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ؟ .
- ما مكانة شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة ؟ .
- ما مدى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بالمنتج السياحي الجزائري ؟

2 - أسباب اختيار الموضوع :

إن اختيار موضوع بحث وتحديد إشكاليته يكون نتيجة مجموعة من الأسباب قسمت إلى أسباب ذاتية و أخرى موضوعية.

أ - أسباب ذاتية :

- الميل الشخصي لمواقع التواصل الاجتماعي و موقع الفيسبوك خاصة .
 - الاهتمام الشخصي بالمواضيع السياحية التي تنشر على موقع الفيسبوك .
 - محاولة معرفة محتوى وأثر المنشورات التي تسعى لتشكيل ونشر ثقافة السياحة لدى فئة الطلبة الجامعيين
- ب - أسباب موضوعية :

- الانتشار الكبير لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد اهتماماتهم الأمر الذي بات ظاهرة تستدعي البحث و الدراسة .

- تزايد إهمال قضايا السياحة في الجزائر

- تزايد الحديث حول المواضيع السياحية إذ أصبح بإمكان كل مستخدم نشر معلومة سياحية على الفيسبوك.

3 - أهمية الدراسة :

تتجلى أهمية هذه الدراسة في :

- الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك في تشكيل الوعي والثقافة السياحية لدى الطلبة الجامعيين.

- معرفة طرق وأساليب نشر تنمية السياحة في الجزائر عبر موقع الفيسبوك.

- السعي لمعرفة العلاقة القائمة بين استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك و اتجاهاتهم نحو المواضيع السياحية في الجزائر .

- معرفة نوع الصورة الذهنية المتشكلة لدى الطلبة الجامعيين إزاء السياحة في الجزائر من خلال موقع الفيسبوك .

4 - أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة للتعرف على :

- دوافع استخدام طلبة جامعة أكلي محند أولحاج لموقع الفيسبوك .
- عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك .
- المواضيع السياحية التي يقدمها موقع الفيسبوك للطلبة الجامعيين .
- اثر استخدام موقع الفيسبوك و دوره في تشكيل الصورة الذهنية ونشر الوعي السياحي لدى الطلبة الجامعيين.

5- منهج و أداة الدراسة :

أولا- منهج الدراسة :

المنهج الأكثر ملائمة في هذه الدراسة هو منهج المسح، لأنه أقدر المناهج على توضيح الطبيعة الحقيقية للمشكلة أو الأوضاع الاجتماعية، وتحليل الأوضاع و الوقوف على الظروف المحيطة بها أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها.¹

و يعرفه أحمد بن مرسللي: "بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقة السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية الغير مصطنعة، من خلال جمع المعلومات و البيانات المحققة لذلك".²

¹ - عمار بوحوش، دليل المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، د ط، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص29 .

² - احمد بن مرسللي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص286 .

ويعرف شوميكر و ماكومب الدراسة المسحية بأنها: " الدراسة التي تجمع المعلومات من خلال طرح الأسئلة على الجمهور " ، ويوضحان ضابطا مهما لها بقولهما : " إن المعلومات التي يتم جمعها مصممة بصورة عامة بشكل يسمح بتقييمها وتحليلها إحصائيا ¹"

ثانيا - أداة البحث :

استمارة الاستبيان :تعرف على أنها: "أداة تتكون من مجموعة من الأسئلة توجه أو ترسل أو تسلم إلى الأشخاص الذين يتم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم على الأسئلة الواردة، ليعاد تسليمها بعد ذلك للباحث ² .

و تعرف أيضا على أنها مجموعة أسئلة مرتبة حول موضوع معين يتم وضعها باستمارة توصل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجرى تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة بها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق ³ .

وقد قمنا بانجاز استمارة تم توزيعها على الطلبة الجامعيين حيث احتوت على 27 سؤال مقسم إلى أربعة محاور وهي :البيانات الشخصية

- المحور الأول: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك

- المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك .

- المحور الثالث: الإشباعات السياحية المحققة من استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك

- المحور الرابع: اثر استخدام موقع الفيسبوك في تشكيل الوعي السياحي لدى الطلبة الجامعيين.

6 - مجتمع وعينة البحث :

مجتمع البحث : "مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، بمعنى جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، ويمثل المجتمع الكلي أو المجموع الأكبر الذي يستهدف دراسته ويتم

¹ - محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2004، 92 .

² - أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص172

³ - محمد زيان محمد، منهج البحث العلمي وتقنياته، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983 ، ص123

تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه أو الاقتراب منه لجمع البيانات"¹ .
ويتمثل مجتمع بحثنا في طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية و المستخدمين لموقع الفيسبوك بجامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة .

عينة البحث: يعرفها محمد زيان محمد على أنها: " عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا، ويلج من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أي يكون مماثل لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع"² .
و نظرا لتباين أفراد مجتمع البحث في دراستنا من حيث الجنس، السن تكونت عينة بحثنا من 60 مفردة من مجتمع البحث الكلي ، قمنا باختيار العينة القصدية ، مع وجوب توفر شرطين أساسيين في أفراد هذه العينة و هم :

- 1 - أفراد العينة طالب و طالبات كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية سنة ثالثة ليسانس تخصص اتصال بجامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة .
 - 2 - أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك وهو نموذج دراستنا .
- 7 - تحديد المفاهيم والمصطلحات :**

الدور: لغة : من دار يدور دوار، أي تحرك باتجاهات متعددة، وهو في مكانه، وهو السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة"³ .

ويعرف بأنه: " الحركة أي الفعل والعمل "

اصطلاحا : يعرف الدور على أنه: " الوظيفة التي من خلالها يمكن تحصيل جملة من المعارف المرادة عن شيء ما، أو وسيلة ما، وذلك للحصول على معرفة جديدة، وهو مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو منظومة ليقوم بمسؤولياته اتجاه نشاط ما"⁴ .

¹ - محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية :أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2 ، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2004 ، ص 90

² - أحمد بدر، مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، د ط، دار المريخ، الرياض، 1988 ، ص17.

³ - محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، ط1 ، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995 ، ص 395 .

⁴ - قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال، دط ، دار نشأت للمعارف، مصر، 2008 ، ص 77 .

مواقع التواصل الاجتماعي :

يعرف أزهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: 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 والهوايات نفسها¹.

التعريف الإجرائي : نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة الشبكات الالكترونية المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين في مجال التنمية السياحي، وكذا تبادل الآراء والأفكار اتجاه القضايا السياحية المطروحة ومختلف مشاكله الراهنة .

السياحة :

عرفت السياحة بأنها لغة بأنها الضرب في الأرض؛ أي الانتقال والمشي من موقع إلى آخر، سواء في دولة معينة أو إقليم مُحدد أو حول العالم؛ من أجل الوصول إلى حاجات معينة، وبعيدة عن مكان السكن الدائم أو بيئة الأعمال أو الحروب .

8 - الدراسات السابقة :

من بين أدوات الدراسة و البحث و التي تعد منبعا أساسيا لجمع معلومات الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع، فهي تعد ركيزة البحوث و منبعا لها و على هذا الأساس و في إطار دراستنا قمنا بتفحص بعض المذكرات، إلا أن هذا الموضوع لم ينل اهتماما كبيرا من الطلبة الباحثين وعليه تم الاعتماد على ثلاث دراسات :

الدراسة الأولى: أعدت من طرف الباحث: شنيبي عبد الرحيم بعنوان "دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية و الحرفية" دراسة ميدانية- حالة مدينة غرداية، و هي مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص تسويق الخدمات سنة 2009-2010 و كانت الإشكالية الخاصة كالتالي: أين يكمن دور السياحة في إنعاش الصناعة التقليدية، و ما أهمية التسويق السياحي في دفع هذه الصناعة؟ و أحيطت إشكالية البحث بالتساؤلات الفرعية التالية

1 - كيف هي السياحة من وجهة اعنظر الاقتصادية؟

¹ - زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15 ، جامعة عمان الاهلية،

- 2 - ما هي أهمية التسويق على اعنشاط السياحي؟
- 3 - ما هو واقع الصناعة التقليدية و الحرفية في الجزائر؟
- 4 - أين تكمن العلاقة بين التسويق السياحي، السياحة الصناعة التقليدية؟

التعليق :

هذه الدراسة تتقارب مع دراستنا في المنهج حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي و كذا الأدوات المستخدمة كانت نفسها التي اتبعناها في دراستنا المتمثلة في الاستبيان و المقابلة ، إلا أن الباحث في هذه الدراسة لم يحدد العينة و نوعه .

الدراسة الثانية :أعدت من طرف الباحث "مروان صحراوي" بعنوان : التسويق السياحي و أثره على الطلب السياحي - حالة الجزائر- و هي مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص تسويق الخدمات سنة 2011-2012 وكانت الإشكالية الخاصة كالتالي :في ظل مختلف اعقائص والعراقيل التي يعرفها القطاع السياحي الجزائري ما طبيعة الخطة المتبعة حاليا لتأهيل هذا القطاع وما مدى قدرتها على رفع درجة تنافسية عالميا المستوى الذي يكسب الجزائر جاذبية سياحية عالية؟ و أحيطت إشكالية البحث بالتساؤلات الفرعية التالية:

- 1 - على ماذا تنطوي كل من مفاهيم الطلب السياحي، الغرض السياحي و التسويق السياحي؟
- 2 - كيف يؤثر التسويق السياحي في الطلب السياحي؟
- 3 - ما هي ركائز التسويق السياحي الفعال؟
- 4 - مما يتكون العرض السياحي الجزائري؟
- 5 - ما واقع السياحة في الجزائر و ما هي مكانته في الاقتصاد المحلي؟

التعليق :

اعتمدت الباحث في دراسته على ثلاث فصول نظرية تم فيها ضبط مصطلحات الدراسة و تحليل الوضع الحالي للجزائر من جهة أثر التسويق السياحي و أثره على الطلب السياحي حيث تناول الباحث الموضوع من جميع زواياه.

الدراسة الثالثة: أعدت من طرف الباحثة حماني أمينة بعنوان: أثر الدراسات التسويقية الالكترونية في استقطاب السياح - دراسة تقييمية لمؤسسة الديوان الوطني الجزائري للسياحة-، و هي مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة و تسويق الخدمات سنة 2011_2012 بجامعة الجزائر 3 و كانت الإشكالية الخاصة d كالتالي: في التعرف على أثر الاتصالات التسويقية الالكترونية على السلوك الاستهلاكي للسياح، و الدور الذي تلعبه في جذب السياح من مختلف أنحاء العالم، و ما مدى واقعية هذا الطرح بالنسبة إلى مؤسسة الديوان الوطني الجزائري للسياحة باعتبارها بمثابة الواجهة الرئيسية المسوقة للمنتج السياحي الجزائري في الخارج؟ و أحيطت إشكالية البحث بالتساؤلات الفرعية التالية :

1 - هل توجد علاقة بين القنوات الالكترونية و الاتصالات التسويقية في تأثيرهما على السلوك الاستهلاكي للسياح ؟

- 2 - فيما يظهر أثر سياسات الاتصالات التسويقية الالكترونية على السلوك الاستهلاكي للسياح ؟
- 3 - كيف تؤثر الاتصالات التسويقية الالكترونية في مراحل قرار الشراء لدى السياح ؟
- 4 - إلى أي مدى تسهم الاتصالات التسويقية الالكترونية لمؤسسة الديوان الوطني الجزائري للسياحة في جذب السياح إليها ؟
- التعليق :**

هذه الدراسة لم يضبط فيها المصطلحات و كذلك لم يكن هناك تحكم في المعاني المتعلقة بالموضوع، كما أن اعتناج المتحصل عليها في الإطار الميداني لا تتمتع بالمصادقية، حيث أن نسبة الإجابة على الاستبيان مثلت 9% من أفراد العينة، أي ما يعادل إحدى عشرة 11 إجابة من أصل مائة و اثنان و عشرون 122 . من خلال استعراض انماذج سابقة الذكر من الدراسات السابقة يتبين أن ثمة أوجه تشابه واختلاف بين الدراسات، لا سيما من حيث المنهج المتبع و أدوات الدراسة و العينة و المجتمع، و إذ أن هذه الدراسة تعتبر إضافة نوعية للدراسات السابقة فقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة في الكثير من الأمور أهمها :

- 1 - الاطلاع الواسع على موضوع الدراسة و محاولة الإلمام بجميع جوانبه .
- 2 - العرض السليم للإطار اعنظري .
- 3 - تصميم و بناء أداة الدراسة .
- 4 - تفسير اعتناج، و مناقشتها، و التعليق عليها، و ربطها بما توصلت إليه الدراسة الحالية .

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول :مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع : أهم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الخامس : إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني :موقع الفايسبوك وخصائصه

المطلب الأول : نشأة موقع الفايسبوك

المطلب الثاني : مميزات موقع الفايسبوك

المطلب الثالث : تطبيقات الفايسبوك

المطلب الرابع أسباب ودوافع استخدام الفايسبوك

المطلب الخامس : إحصائيات الفايسبوك في الجزائر

تمهيد :

أحدثت تكنولوجيا المعلومات تطور كبير في مجال الاتصال، كما ارتبطت بشبكة الانترنت ووسائلها، مما لاشك فيه أن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير أنماط كثيرة في حياة الناس، فتكنولوجيا الانترنت بلغت درجة متقدمة من التطور، وبرز عنها تقنية الجيل الثاني للانترنت ، فتولدت منها مواقع التواصل الاجتماعي التي قدمت العديد من الخدمات للأفراد فهي تعتبر من أشهر المواقع وأوسعها، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى ، فهذه الأخيرة فتحت أبوابها للفرد للتعرف والانفتاح على العالم، وقدمت العديد من الخدمات الايجابية للمستخدم و ما سنتطرق إليه في هذا الفصل هو التعرف على نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها وخصائصها، والفايسبوك كأحد أنواع هذه المواقع التي تم التركيز عليه في هذا الفصل، والذي هو محل دراستنا .

المبحث الأول : مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي في وقتنا المعاصر من أهم الوسائط التي تعرف إقبالا كبيرا من طرف المستخدمين و هذا من خلال الدور الذي أصبحت تلعبه .

المطلب الأول : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

يشير **web1.0** إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين، تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير للتفاعل، ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية لمواقع التواصل وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب، وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للمواقع، ومن أبرزها التي تكون في هذه المرحلة موقع **CLASS MATES.COM** الذي أسس في منتصف التسعينات من القرن العشرين تحديدا سنة 0995 ، وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل مع الأصدقاء والمعارف، وعضوية هذا الموقع مجانية يستطيع أي شخص أن ينشئ ملفه الشخصي ثم يبحث عن زملاء آخرين وأصدقاء يستطيع من خلاله أن ينضم للمجتمعات المحلية والدرشة في المنتديات ثم تلا هذا الموقع ظهور موقع " **SIXDEGREES.COM** " سنة 1997 ، وركزت هذه المواقع على الروابط المباشرة بين أشخاص وظهرت فيها الملفات الشخصية للمرسلين، وإرسال الرسائل لمجموعة من أصدقاء حيث بدأت فكرة قوائم أصدقاء عام 1998 ، وبالرغم من تقديم هذه المواقع لخدمات كمنصة للتدوين تحولت بشكل كامل إل موقع اجتماعي سنة 2007¹ .

المطلب الثاني : خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي

تمتاز مواقع التواصل الاجتماعي بعدة خصائص ومميزات تميزها عن غيرها من الشبكات الالكترونية، حسب الأهداف التي بنيت ليها التي تسع إل الوصول إليها.

1 - خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدة خصائص²:

- المشاركة: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص .
- الانفتاح: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل .

¹ - بعزیز إبراهيم تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية ، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط 2011، 1 ، ص45

² - خالد غسان يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1 ، 2013 ، ص26-27

- **المحادثة:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة .

- **المجتمع :** وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات الجهوية بتشكيل مواقعها خاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال .

- **الترباط :** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها عن بعض .

2 - مميزات مواقع التواصل الاجتماعي :

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدة مميزات تذكر منها ما يلي¹:

- **العالمية :** إذ تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد الموجود في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب بكل بساطة وسهولة .

- **التفاعلية:** هي الطريقة التي يتفاعل فيها الأفراد مع بعضهم البعض .

- **التنوع وتعدد الاستعلامات :** حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع شيوعا في العالم لما تتميز به من أنها اقتصادية في الوقت والجهد والمال لهذا تعدد وتنوع استعلاماتها .

المطلب الثالث : أنواع المواقع التواصل الاجتماعي

تتعدد تقسيمات مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الخدمة التي يقدمها إلى ما يلي:

- **حسب الوظيفة:** وتنقسم إلى نوعين :

- **نوع أساسي:** ويتمثل في الخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية .

- **مرتبط بالعمل:** هو من أنواع أكثر أهمية ، وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي، فهو يتضمن ملفات شخصية للمستخدمين ويتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات الدراسة وعملهم²

حسب المميزات : وتنقسم إلى نوعين :

- **شبكات التدوين المصغر:** وهي لبارة لن شبكة اجتماعية تسمح للمستخدم بكتابة رسالة "تدوينية" تتألف من 140 حرف فقط ، وتسم تغريدة **twitter** ، وقد تم اشتقاق هذا المصطلح من صوت العصفور عندما يغرد بصوت مستمر، فهو صوت جميل وقصير وقادر لل إيصال الفكرة والإحساس .

¹ - دهيمي زينب: استخدام طلبية الإعلام والاتصال لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة منها، مذكرة ماجستير قسم الإعلام والاتصال

جامعة قسنطينة ، الجزائر ، 2102 ، ص 15

² - لباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، (د، ط)، 2118، ص 208 .

-**الشبكات الجغرافية**: هذا النوع من الشبكات مقتصر على خدمات معينة فقط، فهذه الشبكات الجغرافية تتمثل في " برايت كايه " الذي يعني بتحديد أماكن ، لذا نجد هذا النوع خدمته محدودة لأنه يقدم ميزة واحدة فقط .

المطلب الرابع : أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت وتنوع أشكال وأنواع مواقع التواصل وهذا راجع إلى اتساع نطاق الثورة التكنولوجية التي شهدتها العالم المعاصر ، بالنظر إلى وجود لعدد هائل من المواقع الاجتماعية، سنتعرض أنهم أشكال المنتشرة بكثرة ومنها ما يلي:

- الفايسبوك : Facebook :

يعتبر الفايسبوك من الشبكات الاجتماعية أكثر شيوعا في العالم، لأنه أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطته ما يشاء ¹ .

ويعتبر موقع الفايسبوك من أكبر و أشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات على الإطلاق، فهو يسمح أي شخص التسجيل فيه مجانا ويستطيع أي شخص أن يستخدمه حيث يعد هذا الموقع آلة إعلامية ومساحة ضخمة يستخدمها الكثيرون .

اليوتيوب : YouTube

فهو موقع ويب يسمح للمستخدمين برفع التسجيلات المرئية أي الفيديوهات مجانا ومشاهدتها ومشاركتها والتعليق عليها أو غير ذلك .تأسس في 04 فبراير 2005 ، وعنوانه www.youtube.com كما يمكن للمشاهدين من إدارة حوار جماعي حول الملفات، مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة ومن خلال ذلك يعتبر موقع اليوتيوب أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت، فهو متخصص في نشر ومشاهدة الفيديوهات ويعد الموقع الثالث أكثر زيارة عالميا ² .

تويتر : twitter

هو أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، ويقدم خدمة تدوين مصغر التي تسمح لمستخدميها بإرسال تحديثات " tweets " عن حالتهم، بحد أقصى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ظهر موقع تويتر عام 2006 لمشروع بحثي قامت به شركة obvious أمريكية، ثم أطلق رسميا للمستخدمين في نفس العام ³ .

1 - عباس مصطفى صادق ، مرجع سبق ذكره ص 220 .

2 - أماني جمال مجاهد :**الشبكات الاجتماعية فن خدمات مكتبية متطورة**، مركز دراسات المعلومات، القاهرة ، العدد18 ، 2011 ، ص 37 .

3 - عباس مصطفى صادق :مرجع سبق ذكره، ص 51

ماي سبيس : MySpace

هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب، تقدم شبكة تفاعلية بين أصدقاء المسجلين في الخدمة بإضافة إلى الخدمات أخرى كالمدونات، ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو. أنشئ سنة 2003 على يد توماس أندرسون (tom anderson) ، فمن خلاله يستطيع الناس صنع ملفات إلكترونية عن حياتهم، والالتحاق بمجتمع خاص والعثور على أصدقا الدراسة القدامى وأصحاب، فمن خلال شبكة ماي سبيس يعبر الأشخاص عن قيمهم الشخصية والثقافية¹ .

لينكدان : (liked in)

هو شبكة اجتماعية مهنية ففي الوقت الذي تركز فيه المواقع الاجتماعية مثل " الفايسبوك " وماي سبيس " على العلاقة الشخصية والاجتماعية، لينكدان يسمح للمهنيين بالإنشاء ومن ثم الحفاظ على العلاقات في المجال العلمي، ورغم بدايته في 2002 أصبح اليوم من أهم الشبكات الاجتماعية المهنية وقد تم إنشاء هذا الموقع من قبل " دريد هوفمان " من حجرة الجلوس في بيته، وتم إطلاق هذا الموقع من قبل شركته في لام 2003 في كاليفورنيا ومن خلال هذا يمكن القول أن موقع لينكدان من مواقع التواصل الاجتماعي أكثر انتشارا في العالم² .

المطلب الخامس : الايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

أبرز إيجابيات هذا الموقع تتمثل في:

- التواصل مع العالم الخارجي وتبادل الآراء وأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات .
- ممارسة العديد من أنشطة التي تساعد على التغرب والتواصل مع الآخرين .
- تفتح أبواب تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع التي تحقق أهداف وتساعد المجتمع على النمو .
- المساهمة في إسقاط أنظمة حكم مرفوضة شعبيا³ .

وأبرز السلبيات تتمثل فيما يلي:

- غياب الرقابة ولدم الشعور ببعض المستخدمين بالمسؤولية .
- كثرة الإشاعات والمبالغة في نقل أخبار .

¹ - عبد الله عبد الجبار، عزيز فارس ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، العلوم السياسية، محررون،(د، ب)، العدد 44 2102 ، ص33 .

² - عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص54 .

³ - عائشة علي عواجي ، مقال بعنوان ايجابيات وسلبيات م واقع التواصل الاجتماعي متاح يوم 2022/06/20 على ساعة

- إدمان الجلوس عليها مما يعطل الكثير من الأعمال .
- بعض النقاشات التي تبتعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخرين .
- نشر الأفكار مثل ترويج العنف والمشاركة فيه .
- إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة .
- التعرض للجرائم الإلكترونية .
- تصفح المواقع يؤدي إلى عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري .

المبحث الثاني :موقع الفايسبوك وخصائصه:

عرف الفايسبوك مؤخرًا انتشارًا واسعًا بين أفراد المجتمع خاصة فئة الشباب حيث أضحى الموقع أكثر استعمالًا في العالم من خلال مميزاته التي تتيح تواصل بينهم .

المطلب الأول : نشأة موقع الفايسبوك

بدأت مواقع التواصل الاجتماعي في أواخر التسعينات عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، واستمرت موجة هذه الشبكات في الظهور على مدى السنوات 1999-2002-2005 في هذا العام حيث تم افتتاح الموقع على يد "مارك جوكر بيرج" وهو طالب في جامعة هارفرد ، واستمر موقع الفايسبوك قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، ثم قرر "جوكر بيرج" أن يخطو خطوة إلى الأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة ظفره عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 16 مليون مستخدم في شهر ديسمبر كانون الأول من العام الماضي .

وفي جوان لام 2004 تم نقل مقر الفايسبوك إل مدينة بال والتو في ولاية كاليفورنيا، وفي لام 2005 تم شراء اسم النطاق فايسبوك نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي¹ .

وفي 26 سبتمبر عام 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشرة عاماً فأكثر والذين لديهم عنوان بريد الكتروني، وبلغ العدد 51 مليون مستخدم بنهاية لام 2008 ثم بلغ يوليو 2010 أكثر من 50 مليون مشترك.

¹ - عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن ، عمان، ط 1 ، 2011 ، ص 184 .

المطلب الثاني : مميزات موقع الفاييسبوك .

يوفر الفاييسبوك خدمات وتطبيقات المشتركين تتمثل فيما يلي¹ :

Profile : الملف الشخصي :

عند الاشتراك بالموقع لابد من إنشاء ملفا شخصيا يحتوي على معلومات خاصة بك تتمثل هذه المعلومات في الصور والأمور التي تفضلها .

Add friend : إضافة صديق :

يتم من خلالها إضافة أي صديق ترغب في صداقته أو البحث لن أي فرد ترغب في صداقته أو أي فرد موجود على شبكة الفاييسبوك بواسطة بريده الالكتروني

Groups : إنشاء مجموعة :

تستطيع من خلالها إنشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت، فهي تمكن المشتركين من إعداد المجموعات وتناقش موضوعات حول قضايا معينة سوا كانت سياسية أو اجتماعية أو رياضية أو دينية .

wall : لوحة الحائط :

وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم .

photos : الصور :

وهي خاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها

New feed : التغذية الإخبارية :

وهي التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتميز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي .

Gifts: الهدايا :

وهي ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إل أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم .

Marketplace : السوق :

هو المكان أو الفسحة الافتراضية التي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنوبة مجانية.

Events : الأحداث المهمة :

¹ - دهمي زينب : موقع التواصل الاجتماعي فاييسبوك ، مجلة العلوم الإنسانية كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 26 ، 2012، ص 261، 26 .

وتتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث وقع حدوثه أو أخبار معينة، وتبليغ أصدقاء و الأعضاء به .

خاصية الفيديو : Video

هي توفر للمستخدم إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع، بإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية.

المطلب الثالث : تطبيقات الفايسبوك

المجموعات : Groups

يتيح هذا الموقع فرص تكوين مجموعات لأهداف محددة : فكل فرد له الحرية في إنشاء مجموعة، يتم من خلالها التعرف بأفكار الجديدة والدعوة لها، وتزداد أهمية المجموعة بزيادة عدد أعضائها ومشاركتهم بأفكار والمبادئ التي تدعو لها المجموعة¹

الصفحات : Page

لها نفس ميزات المجموعات إلا أنها أكثر تفاعلا، عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية (Home) لكل المستخدمين، بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع الشخصية المعينة فهذه الصفحات تمكن أي شخص أو أي جهة كانت من التواجد في فضاء الفايسبوك، وربط علاقات مع المستخدمين داخلها .

الصفحة الرئيسية : Home

من خلال هذه الصفحة يظهر كل ما هو جديد من تعليقات وصور أصدقاء الذين أضفتهم إليك، قد يظهر لديك تعليقات وصور أصدقائك² .

الألعاب : Games

بالفايسبوك يوجد العديد من ألعاب المختلفة، يستطيع المستخدم أن يستعملها .والمثير في هذه ألعاب وأكثر أهمية هو انه يمكن للمستخدم بأن يدعو عدد من أصدقائه لممارسة لعبة معينة.

إرسال الرسائل :

فهذا التطبيق يسمح للمستخدمين بإرسال الرسائل إلى أصدقاء الذين هم في القائمة أو أشخاص آخرين بغية التعرف إليهم ومراسلتهم .

- ألبوم الصور :

1 - صلاح محمد لبد الحميد : الإعلام الجديد ، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ،القاهرة، ط1 ، 2011 ، ص 214 .

2 - حسين شفيق :مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ومصادر التغطية الإعلامية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع،

(د .ب)،(د .ط)، 2010 ، ص 94 .

تتيح هذه الخدمة للمستخدمين بإنشاء ألبوم صور وتسمح هذه الصور للمستخدمين بالاطلاع عليها وتحويلها أيضا ¹ .

الرسائل : Message

وهي من الأدوات الهامة، ومن خلالها يستطيع المشترك الاطلاع على الرسائل الواردة، ولذلك إرسال رسائل جديدة ورؤية التحديثات المرسله من الصفحات والمجموعات المشترك فيها والرسائل التي أرسلها .

المطلب الرابع : أسباب ودوافع استخدام الفايسبوك

قد يكون التصور المتداول بين الناس أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)هي مواقع تسهل علينا التواصل مع أصدقاء وأقارب ومن خلال هذا نستعرض لليكم دوافع استخدام الفايسبوك :وهي كالآتي ² :

- الانغماس في مجتمع آخر لمعرفة عاداته وتقاليده .
- التواصل مع أصدقاء والعائلة .
- متابعة الشخصيات المشهورة .
- الدعاة أصبح لديهم صفحات خاصة بهم في الفايسبوك، هذه الصفحات يمكن الاشتراك فيها بالتعرف على زر الإعجاب.

- متابعة جديد الأخبار وملخصات أحداث أن موقع الفايسبوك يتميز بسرعة التحديث واختصار المادة الإخبارية ..

- تسويق الذات والمنتجات، وذلك من خلال موقع الفايسبوك الذي يجمع الناس في مجتمع واحد حيث يسهل التواصل فيما بينهم وكذلك يسهل إيصال فكرة والمنتج أكبر عدد ممكن من الناس وبأقل تكلفة .
- التسلية مع أصدقاء من خلال الدردشة وتبادل الصور و الفيديوهات .

المطلب الخامس : إحصائيات الفايسبوك في الجزائر

لقد بلغ عدد مستخدمي الفايسبوك في الجزائر 23.400.000 لسنة 2022 ، ومن خلال ما سبق نلاحظ أن الجزائر شهدت عدد كبير من مستخدمي الفايسبوك حيث احتلت المركز الثالث عربيا وأن مستخدمي الفايسبوك يتراوح عددهم أربعة ملايين، 23 مليون 400 ألف مشترك ³ .

¹ - حسين شفيق مرجع سبق ذكره ، ص 95

² - رمضان الخامسة :استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2012 ، ص

³ - مأخوذ من موقع www.echoroukonline.com يوم 24 / 06 / 2022 على ساعة 11:52

الفصل الثالث : مدخل عام للسياحة في الجزائر

تمهيد :

المبحث الأول : ماهية السياحة

المطلب الأول: مفهوم السياحة

المطلب الثاني : أهمية السياحة

المطلب الثالث: خصائص السياحة

المبحث الثاني: مقومات السياحة في الجزائر

المطلب الأول: المقومات الطبيعية

المطلب الثاني: المقومات التاريخية و الحضارية و الدينية و الثقافية

المطلب الثالث: الإمكانيات و الهياكل القاعدية السياحية في الجزائر

تمهيد :

إن السياحة ظاهرة قديمة نشأت مع طبيعة الإنسان كونه يسعى إلى الحركة والترحال وذلك طلبا لحاجة خاصة، بحثا عن الرزق بالدرجة الأولى، ثم بدأت تتطور مع فكرة السفر، التنقل، الاستكشاف ، إذ أصبحت اليوم صناعة متميزة ومورد رئيسي وقطاع استراتيجي تقوم عليه اقتصاديات العديد من دول العالم، وقد ظهر ذلك جليا بعد الحرب العالمية الثانية نظرا للتطور التكنولوجي لوسائل الاتصال والمواصلات

المبحث الأول : ماهية السياحة

إن السياحة لم تكن وليدة الأزل بل وجدت بوجود الإنسان فمفهوم السياحة مرتبط بحركتها وترحالها، بل لا يمكن أن نعرفها دونها، رغم أن السياحة عرفت بالإنسان السائح .

المطلب الأول : مفهوم السياحة

تعرف السياحة على أنها ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة و تغيير الهواء وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة وكذلك الشعور بالبهجة و المتعة و الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة . "السياحة هي نشاط يقوم به الفرد أو مجموعة من الأفراد يحدث عنه انتقال من مكان إليه من التعريف الشاملة : آخر أو من بلد لآخر بغرض أداء مهمة معينة أو زيادة مكان أو عدة أماكن أو بغرض 20الترقية بمعنى الدافع للقيام بالسياح¹ .

المطلب الثاني : أهمية السياحة

أولاً : الأهمية الاقتصادية تعتبر السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي يتولد عنها دخول لمختلف عناصر الإنتاج العاملة في مجالات السياحة وقد تمت إيرادات السياحة الدولية بمعدل سنوي بلغ 09 % في المتوسط خلال السنوات العشر من 1988 إلى 1997 وقد أحصت المنظمة العالمية للسياحة عدد السياح في العالم لسنة 1997 بـ 62.80 مليون سائح وينفقون ما مقداره 4430 دولار حيث أصبحت الصناعة الأولى في العالم.

ثانياً : الأهمية الاجتماعية تكمن أهمية قطاع السياحة من الناحية الاجتماعية فيما يلي²:

- زيادة الوعي الثقافي و الاجتماعي بمختلف عادات و شعوب الطرف الآخر
- زيادة اهتمام الشعوب المضييفة بعادات و شعوب وقيم أجدادها وآبائها و الحفاظ عليها من الزوال والاضمحلال .
- توفر عادات السياحة ملاذا للكثير من الطبقات الكادحة و التي تجد فرصة للعمل في المجال السياحي بما يوفره من مناصب شغل

ثالثاً : الأهمية السياسية للسياحة كذلك أهمية سياسية حيث تساهم:

- السياحة تؤدي إلى تحسين العلاقات بين الدول .

¹ - أحمد الجلاذ ، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق ، عالم الكتاب ، القاهرة ، مصر ، 1988 ، ص 18.

² - عبد الرحمان السحالي وحبیب الهبر ، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي ، دليل مفهوم السياحة

المستدامة سلسلة 01 ، ص 02

- تعمل على تحقيق الحوار ومعرفة الآخر و تساعد على التفاهم بين شعوب الدول المختلفة ونشر مبادئ السلام العالمي .

- النتائج الايجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية

- تعمل على تحقيق الحوار ومعرفة الآخر و تساعد على التفاهم بين شعوب الدول المختلفة ونشر مبادئ السلام العالمي

رابعا : الأهمية البيئية تكمل الأهمية البيئية للسياحة من خلال ما يلي :

- الوعي المتزايد بأهمية البيئة وضرورة حمايتها خاصة بعد الأضرار البالغة نتيجة ممارسات لأفراد من جهة وممارسات الشركات والمصانع من جهة أخرى و بالتالي بدأ الوعي و العمل الميداني ف التزايد من أجل العمل على إنقاذ البيئة و استخدامها للأجيال القادمة وتجسيد ذلك في ثقافة متكاملة تتمثل في الثقافة البيئية لدى الأفراد انعكس في الجانب السياحي فيما يلي بالسياحة البيئية.

المطلب الثالث: خصائص السياحة

للسياحة مجموعة من الخصائص و الشروط نوجز فيما يلي :

- تعتبر السياحة غير مادي و بالتالي لا يمكن نقله من مكان لآخر .
- المنتج السياحي مركب إذ أنه مزيج من مجموعة عناصر مع بعضها البعض و تتشابه مع قطاعات أخرى حيث أن السياح يستهلكون السلع و الخدمات التي تقدمها المنشآت أخرى مع العم أن هذه العناصر متكاملة من حيث جلبها للسياح .
- المنتج السياحي غير قابل للتخزين لذلك يجب مواجهة التقلبات بتخفيض الأسعار و الرفع من جودة الخدمات لزيادة الطلب على المنتج السياحي .
- تواجد المنتجعات السياحية منافسة دولة كبيرة ولهذا وجب توفير كل الشروط الطلب السياحي لإرضاء الزبون¹ .

¹ - كوايش خالد ، الأهمية الاقتصادية و الاجتماعية للسياحة ، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و التجارة ، العدد 13 كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2005 ، ص 51 .

المبحث الثاني: مقومات السياحة في الجزائر

تحتاج السياحة مجموعة من المقومات تتراوح بين المقومات الطبيعية التي تشكل الوعاء الأساسي لقيام السياحة وكذلك المقومات المادية لتوفير الخدمات الأساسية للسياح و تلبية احتياجاتهم المختلفة و لقيام ظاهرة السياحة لابد من توفير مجموعة من الشروط و الخصائص ، كما ينتج عن السياحة مجموعة من الآثار منها ما هو ايجابي على المجتمع المصنف ومنها ما هو سلب .

المطلب الأول: المقومات الطبيعية

وهي تشمل كافة الظروف التي تشكل مقصدا لسياح من جمال الطبيعة و الابتعاد عن كل تأثيرات الحياة الحضرية نجد¹:

المناخ : وهو ذلك الجو السائد في ببلد معين ، إذ يفضل السياح الجو المعتدل و الجاف حيث ينتقل السياح إلى المناطق السياحية الدافئة في فصل الشتاء و المناطق الجبلية و الساحلية في فصل الصيف .

الموقع الجغرافي : يلعب الموقع الجغرافي دورا مهما في السياحة من حيث القرب و البعد من مناطق الطلب السياحي فكلما كان الموقع تقريبا من الأسواق ساهم ذلك في زيادة الطلب السياحي.

أشكال سطح الأرض : ويبرز من خلال التضاريس و السلاسل الجبلية و المسطحات المائية هذا يشجع الدول المختلفة على استغلال هذه الإمكانيات الطبيعية و إقامة منتجعات سياحية ، مما يحفز على جذب السياح لهذه المناطق .

الحمامات المعدنية : ويمكن استغلال الحمامات المعدنية إما من أجل العلاج للمرضى أو اللجوء إليها للحصول على الراحة و المتعة .

المناطق الصحراوية : تلعب المناطق الصحراوية دورا مهما في جلب السياح نظرا لتوفرها على خصائص تميزها عن المناطق الأخرى كتوفرها على الكثبان الرملية.

المطلب الثاني: المقومات التاريخية و الحضارية و الدينية و الثقافية

أ - الإمكانيات التاريخية و الحضارية : تعتبر المقومات التاريخية و الأثرية من الإمكانيات السياحية الهامة وتوجد بالعالم معالم تاريخية هامة كالأهرامات في مصر حيث يكتسب متعة ذهنية من خلال التعرف على تطور و تعاقب الحضارات .

ب - المقومات الدينية : تتمثل المقومات الدينية في الأماكن المقدسة و الآثار الدينية وتعتبر مكة المكرمة من أشهر المواقع الرئيسية في العالم من حيث عدد السياح الذين يقصدها من كل بقاع العالم وهذا لأجل أداء مناسك الحج و العمرة . .

¹ - نعيم الظاهر وسراب الياس ، مبادئ السياحة ، دار المسيرة ، الأردن ، 2007 ، ص14

د - المقومات الثقافية : وتلعب دورا مهما من خلال رغبة السياح في التعرف على مختلف عادات و تقاليد الشعوب وفنونها الشعبية و الصناعات التقليدية لهذه الشعوب و التظاهرات الثقافية و الفنية ¹ .

المطلب الثالث: الإمكانيات و الهياكل القاعدية السياحية في الجزائر

تتوفر الجزائر بموارد سياحية متنوعة، ومن أهمها نجد المعالم المصنفة من طرف منظمة والمتمثلة في :
(UNESCO) اليونسكو

- تيمقاد :تم إنشاؤها من طرف الإمبراطور ترجان عام 100 م وهي تقع بباتنة .
- تيبازة :وهي من المدن الرومانية العتيقة.
- جميلة :وهي تقع بسطيف وهي من أقدم المدن الرومانية بالجزائر .
- الطاسيلي : وتحتوي على أكثر من 15000 لوحة تعكس تحولات المناخ و هجرة الحيوانات وتطور الحياة البشرية في الصحراء خلال 6000 سنة قبل الميلاد .
- قلعة بني حماد : تقع ببشار بالمسيلة وهي من المدن الإسلامية تأسست سنة 1007 م كانت عاصمة للدولة الحمادية.

- قصر ميزاب :أنشئ من طرف الإباضيين .
 - القصبة :توجد بالعاصمة وهي مدينة إسلامية ².
- ويمكن ذكر أهم المراحل التي مرت بها السياحة في الجزائر من خلال ما يلي:
- الحضارة الرومانية :عمرت قرابة الخمس قرون وتوجد آثارها في العديد من المدن أهمها تيمقاد، جميلة تيبازة ، شرشال ، قالمة وتبسة .
 - الحضارة الإسلامية : من أهم المعالم القديمة للحضارة الإسلامية التي لا تزال شامخة في العديد من المواقع الأثرية نجد قلعة بني حماد بالمسيلة والمنصورة بتلمسان، الجزائر العاصمة بمساجدها العتيقة هذا دون أن ننسى الزوايا والتي من أهمها نجد الزاوية التيجانية، الرحمانية، زاوية كونته والتي تعتبر منتوج سياحي رائع.

- المرحلة الاستعمارية :شيد الاستعمار عدة فنادق كانت موجهة للمستوطنين الأوروبيين بالإضافة إلى المواقع الحربية والمعتقات التي أصبحت مناطق أثرية تاريخية

¹ - Alin Mespeler et pierre blur duraffour , le tourisme dans le monde , 4 eme édition breal , France , 2000.p7

² - الديوان الوطني للسياحة،الحمامات المعدنية منتوج خاص، مجلة الجزائر سياحة، العدد 33 ، مطبعة الديوان، ب.س.ن،

الإطار التطبيقي

تحليل نتائج الدراسة

عرض محاور الاستبيان :

اعتمدنا في الدراسة الميدانية على استمارة الاستبيان، وتعد من أكثر الوسائل استخداما في جمع البيانات اللازمة، وتتكون من مجموعة من الأسئلة وهذا لاختبار فرضيات البحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية السياحة الجزائرية ، حيث تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاثة محاور أساسية وهي كالآتي:

- المحور الأول : البيانات الشخصية
- المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع فيسبوك
- المحور الثالث : مساهمة الفايسبوك في تنمية السياحة الجزائرية لدى الطلبة الجامعيين

الجزائريين

- الأدوات الإحصائية:
- إن استخدام الأدوات الإحصائية في تحليل البيانات المتحصل عليها من الدراسة يسهل الوصول إلى اعنتائج واضحة ومن بين هذه الأدوات الإحصائية ما يلي:

1 - التكرارات :

- هدف التكرارات وبعبارة أدق التوزيع التكراري إلى تبسيط العمليات الإحصائية وذلك يجعلها في صورة مناسبة حسب ما يتطلبه التحليل لتيسير إجرائها بسرعة ودقة وثم الاعتماد على التوزيعات التكرارية عند تحليل مختلف البيانات الخاصة تجمع وعينة الدراسة وكذلك نتائج بيانات الاستبيان
- 2 - اعنصب المئوية : واستعملت في تحليل خصائص عينة البحث وكذلك في تحديد اعنصب المئوية لدرجات الفرد المستجوب لكل عبارة.

- 3 - الرسوم البيانية : تدعيمها للمعلومات وزيادة إيضاحها، واستخدام الرسوم البيانية خاصة في تحليل خصائص مفردات العينة .

تحليل أسئلة الاستمارة :

المحور الأول : البيانات الشخصية

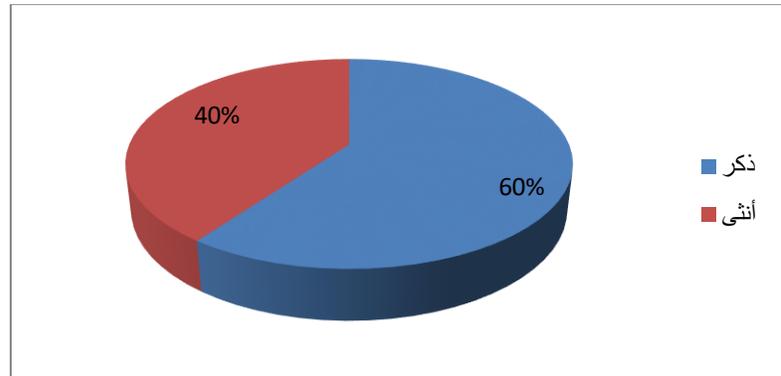
الجدول رقم (1) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	اعنسية
ذكر	36	60%
أنثى	24	40%
المجموع	60	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أن نسبة (60%) من أفراد العينة ذكور ، في حين نجد نسبة (40%) من أفراد العينة إناث . و ذلك راجع لعدة عوامل تعرضنا لها أثناء قيامنا بتوزيع الاستمارات على المجتمع المتوفر لجمع البيانات الميدانية و التي نظرا لموضوع الدراسة و خصوصيته .

الشكل البياني رقم (1) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



الجدول رقم (2) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

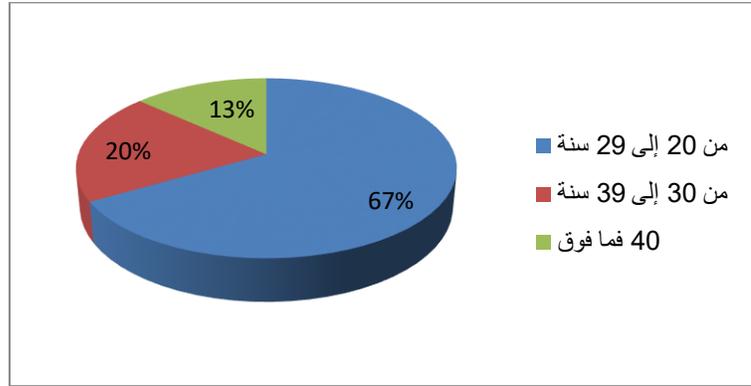
السن	التكرار	اعنسية
من 20 إلى 29 سنة	40	67%
من 30 إلى 39 سنة	12	20%
40 فما فوق	08	13%
المجموع	60	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

نلاحظ من خلال بيانات الجدول نجد أن نسبة (67%) من المبحوثين تتراوح أعمارهم من 20 إلى 29 سنة كما نجد نسبة (20%) التي تتراوح أعمارهم أكثر من 30 إلى 39 سنة ، أما نسبة (13%) أكدت أن عمرها هو أكثر من 50 سنة .

و من خلال بيانات الجدول نستنتج أن أفراد العينة تتراوح أعمارهم من 20 إلى 29 سنة و هذا راجع إلى موضوع الدراسة و كثرة طاقات الشبانية في الجزائر .

الشكل البياني رقم(2) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



République Algérienne démocratique et populaire

ministère d'enseignement supérieur

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

et de la recherche scientifique

جامعة أكلي محمد أولحاج

université akli mohand oulhadj



-البويرة-

faculté des Science Sociales et Humaines

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم : التاريخ

تخصص : الإتصال

استبيان

تحت إشراف الأستاذة:

من إعداد الطلبة :

- أوشن جميلة

- داود إلهام

- توالي يمينة

في إطار إعداد مذكرة تخرج عنيل شهادة الماستر بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية السياحة الجزائرية"، نضع بين يديك مجموعة من العبارات ونرجو منك الإجابة عليها بكل صراحة و صداقية في الخانة المناسبة، والرجاء عدم ترك عبارة بدون إجابة، مع (X) ينطبق عليك وذلك بوضع العلامة العلم أن إجاباتك ستحظى بالسرية التامة وعن تستعمل إلا لغرض البحث العلمي، ونشكرك مسبقا على تعاونك معنا

العام الجامعي 2022/2021

المحور الأول : البيانات الشخصية

الجنس :

- أنثى

- ذكر

السن :

كثير من 40 سنة

- من 30 إلى 39 سنة

- من 20 إلى 29 سنة

المحور الثاني : عادات وأ نماط استخدام الطلبة لموقع فيس بوك

1- هل تستخدم موقع فيس بوك ؟

دائما - - غالبا - - أحيانا - - نادرا -

2 - ما عدد الساعات التي تقضيها يوميا في استخدامك لموقع فيس بوك ؟

أقل من 1 ساعة - من 1 ساعة إلى 3 ساعات - أكثر من 3 ساعات

3 - منذ متى و أنت تستخدم موقع فيس بوك ؟

أقل من 1 سنة - من 1 سنة إلى 3 سنوات - أكثر من 3 سنوات

4 - ما هي أنسب الفترات لديك لتصفح هذا الموقع ؟

الصبيحة

الظهيرة

مساء

ليلا

لا يوجد وقت محدد

5 - أين تستخدم موقع فيس بوك ؟

المنزل - - مقاهي إنترنت - - جامعة -

أخرى أذكرها

6 - مع من تتواصل عادة عبر هذا الموقع ؟

الزملاء - - الأصدقاء - - الأسرة -

7 - عندما تتصفح فيس بوك فهل ؟ (يمكن اختيار أكثر من جواب)

- تكتفي بقراءة المشاركين الآخرين - تضع مشاركتك الخاصة

- تدرش مع أصدقاءك - تجرب عدد من التطبيقات

- تبدي إعجابك بالمواضيع - تتشارك المواضيع مع أصدقاءك

8 - ما الذي يدفعك إلى استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك (يمكن اختيار أكثر من جواب)

- التسلية و الترفيه - التزود بخبرات و معارف جديدة

- التعرف على أصدقاء جدد - متابعة الأخبار و مواكبة الأحداث

9 - ما الذي يجذبك في هذا الموقع ؟

- طريقة التصميم - سهولة الاستخدام

- خصوصية الموقع - انتشاره الواسع

- الخدمات التي يقدمها

10 - رتب المواضيع التي تجذب انتباهك من خلال الفايسبوك:

- سياسية - اقتصادية

- اجتماعية - دينية

- مواضيع سياحية

المحور الثالث : مساهمة الفايسبوك في تنمية السياحة الجزائرية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين

11 - هل تتابع المواضيع السياحية ؟

نعم - - لا -

12 - هل تجد كل ما تبحث عنه من معلومات سياحية في موقع الفايسبوك ؟

نعم - - لا -

13 - هل تقوم بنشر مواضيع السياحة عبر الفايسبوك ؟

نعم - - لا -

14 - هل تقوم بإبداء الإعجاب حول المواضيع السياحية التي تنشر في الفايسبوك ؟

دائما - - غالبا - - أحيانا - - نادرا -

15 - هل تقوم بتعليق على المواضيع السياحية ؟

دائما - - غالبا - - أحيانا - - نادرا -

16 - هل تقوم بمشاركتها مع أصدقائك ؟

دائما - - غالبا - - أحيانا - - نادرا -

17 - هل تساعدك صفحات الفايسبوك أو المجموعات على اكتساب معلومات جديدة متعلقة بسياحة في الجزائر ؟

نعم - - لا -

18 - هل أتاح لك الفايسبوك معرفة المناطق السياحية في الجزائر ؟

نعم - - لا -

19 - هل جعلك الفايسبوك تهتم بنشاط سياحي في الجزائر؟

- لا

- نعم

20 - حسب رأيك : هل ترى أن الفايسبوك له دور مهم في تنمية السياحة الجزائرية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟

- لا

- نعم

الخاتمة :

تناولت الدراسة موضوعا يعد من بين المواضيع الحديثة يتمثل في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية السياحة الجزائرية الفايسبوك أنموذجا، دراسة ميدانية على طلبة جامعة محند أكلي أولحاج بالبويرة ، فقد حاولنا من خلال هذه الدراسة إعطاء نظرة عن مذكرة كاملة وهذا من خلال الإحاطة بأهم جوانب الموضوع، فهذه الدراسة جمعت بين مواقع التواصل الاجتماعي وتنمية السياحة الجزائرية.

حيث شكلت مواقع التواصل الاجتماعي نقلة نوعية وبالغة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ويأتي في مقدمتها موقع الفايسبوك لاعتباره أشهر وأبرز هذه الشبكات، لما يتميز به من مزايا وسمات وأصبح يمثل الحيز المكاني للتعارف وإنشاء أصدقاء ، والتعلم والتثقيف وكذلك حرية التعبير الفكري، وقد تمكنت هذه المواقع من بلوغ مواضيع إل أن وصلت إل المواضيع السياحية في الجزائر التي انتشرت في مواقع التواصل خاصة مع اقتراب ألعاب البحر الأبيض المتوسط ، باعتبار أن الوعي السياحي يساهم في تطور اقتصاد الدولة، أي أن له تأثير كبير في حياة الإنسان في مختلف المجالات.

1. أحمد الجلاّد ، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق ، عالم الكتاب ، القاهرة ، مصر ، 1988 .
2. أحمد بدر، مناهج البحث في علم المعلومات والمكتبات، د ط، دار المريخ، الرياض، 1988 .
3. احمد بن مرسلّي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2 ،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006 .
4. بعزیز إبراهيم تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية ، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط 2011، 1 .
5. حسين شفيق :مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ومصادر التغطية الإعلامية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، (د.ب)،(د.ط)، 2010
6. خالد غسان يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1 2013 ،
7. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15 ، جامعة عمان الاهلية، عمان 2003 .
8. صلاح محمد لبد الحميد : الإعلام الجديد ، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ،القاهرة، ط1 ، 2011 .
9. عبد الرحمان السحالي وحبیب الهير ، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي ، دليل مفهوم السياحة المستدامة سلسلة 01 ، ص 02 .
10. عبد الرزاق محمد الدليمي :الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن ، عمان، ط 1 ، 2011.
11. عمار بوحوش، دليل المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، د ط، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985 .
12. قبّاري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال،دط ، دار نشأت للمعارف، مصر، 2008 .
13. لباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان،(د،ط)، 2118 .

14. محمد زيان محمد، منهج البحث العلمي وتقنياته، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.

15. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، ط1 ، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995 .

16. محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2 ، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2004 .

17. محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية :أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2 ، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2004 .

18. نعيم الظاهر وسراب إلياس ، مبادئ السياحة ، دار المسيرة ، الأردن ، 2007 .

– المراجع باللغة الفرنسية :

1. Alin Mespeler et pierre blor duraffour , le tourisme dans le monde , 4 eme édition breal , France , 2000

– المذكرات و المجلات و الدراسات :

1. أماني جمال مجاهد :الشبكات الاجتماعية فن خدمات مكتبية متطورة، مركز دراسات المعلومات، القاهرة ، العدد18 ، 2011

2. دهيمي زينب : موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك ، مجلة العلوم الإنسانية كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 26 ، 2012.

3. دهيمي زينب ، استخدام طلبية الإعلام والاتصال لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة منها، مذكرة ماجستير قسم الإعلام والاتصال جامعة قسنطينة ، الجزائر ، 2102 .

4. الديوان الوطني للسياحة،الحمامات المعدنية منتج خاص، مجلة الجزائر سياحة، العدد 33 ، مطبعة الديوان، ب.س.ن

5. رمضان الخامسة :استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2012 .

6. عائشة علي عواجي ، مقال بعنوان ايجابيات وسلبيات م واقع التواصل الاجتماعي .

7. عبد الله عبد الجبار، عزيز فارس ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، العلوم السياسية، محررون،(د، ب)، العدد44 2102 .

8. كوايش خالد ، الأهمية الاقتصادية و الاجتماعية للسياحة ، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و التجارة ، العدد 13 كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2005 .
9. نعيم الظاهر وسراب الياس ، مبادئ السياحة ، دار المسيرة ، الأردن ، 2007 .

- المواقع الإلكترونية :

1. www.echoroukonline.com