

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de L'enseignement Supérieur
Et de la recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj -
Bouira-

Faculté Akli Muhend Ulhag-Tubirett-
Faculté des Sciences Sociales et Humaines



إدارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
-البويرة-
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين

الانستغرام _ نموذجاً _

_ دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة البويرة _

مشروع مكمل لنيل شهادة ليسانس في الإعلام والاتصال. تخصص: إعلام واتصال.

تحت إشراف الأستاذ:

- بورحلة سليمان.

من إعداد الطالبات:

- يوسفى رقية.
- ماموني سلمى.
- دروازي الزهرة.
- ياحي ليدية.

السنة الجامعية: 2021-2022

شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله.
اللهم لك الحمد ولك الشكر وإليك يرجع الفضل كله سرّه وعلايته.
الحمد لله الواحد المنان الذي هدانا ووفّقنا لإتمام هذا العمل.
نتقدم بالشكر الجزيل مع فائق التقدير والاحترام إلى الأستاذ
الفاضل: « بورحلة سليمان ».

الذي أهدانا بنصائحه وإرشاداته الوجيهة من بداية العمل إلى
نهايته.

كما لا ننسى تقديم الشكر إلى كل أساتذة تخصص إعلام واتصال
بجامعة أكلبي محند أولحاج الذين ساهموا في تكويننا ومرافقتنا في
المسار الجامعي.

إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى

أما بعد:

الحمد لله الذي وفقنا لتتبع هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضلته تعالى مهداة إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء. إلى من حاكمت سعادتي بخيوط منسوجة من قلبها إلى «أمي الغالية». إلى من سعى وشقى لأنعم بالراحة والمناة الذي لم يبخل بشيء من أجل دفعي في طريق النجاح الذي علمني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر إلى «أبي الغالي».

إلى من حبهم يجري في عروقي ويلهم بذكراهم فؤادي إلى إخوتي: سليم ومحمد ويوسف وهشام وحسام وسيد أحمد وأختي توأمتي العزيزة روميسة. إلى من سرنا سويًا ونحن نشق الطريق معًا نحو النجاح والإبداع إلى من تكاتفنا يدا بيد إلى صديقاتي وزميلاتي وبالأخص رفيقة دربي كاميلية. أهدي هذا العمل المتواضع راجية من المولى عز وجل أن يجد القبول والنجاح.

رفيقة

إهداء

إلى كل من أضاء بعلمه عقل غيره أو هدى بالواجب الصريح حيرة
سائله فأظهر بسماحته تواضع العلماء برحباته سماحة العارفين.

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

الذي لم يبخل علي يوماً بشيء، إلى من هد الصخر من أجل أن أنعم
بالراحة مطمئنة النفس، من منحني الثقة والقوة لأثابر وأصل إلى هدني
الأسمي، « أبي الغالي ».

إلى التي حوتني بالحنان والمحبة، إلى من تذكرني بدعائها ورافقت
دربي بطواتها إلى من حملت ذاتي بأخلاقها الكريمة « أمي الغالية ».

إلى أجمل ما منحاني والدائي من هدية، سندي في الدنيا أخواني:

مراد، إلياس، ريم، زين الدين، ومهدي.

إلى سبب وجودي عائلتي الحبيبة.

إلى رفيقتي التي لم تتركني في كل أوقاتي الضيقة والعصية، شيما.

إلى كل من تسعهم ذاكرتي ولا تسعهم مذكرتي.

سلمى

إهداء

إلهي لا يطيب لي الليل إلا بشكرك ولا يطيب لي النهار إلا بطاعتك... ولا تطيب لي اللذات إلا بذكرك... ولا تطيب لي الآخرة إلا بعفوك... ولا تطيب لي الجنة إلا برويتك، الله جلّ جلاله.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة.. ونصح الأمة... إلى نبي الرحمة ونور العالمين.

سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى شموع أنارت حياتي، إلى فيض الجنان،

الذي دوماً ما يغمرني

« أمي الغالية ».

إلى القلب الكبير الذي أعطاني بلا حدود...

« أبي الغالي ».

والذي الكريمين حفظهما الله

إلى عمومي وسندي في حياتي أخي أسامة، وإخوتي: فريال ودلال.

ولن أنسى زميلاتي وصديقاتي كل واحدة باسمها

الزهرة

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم
الحمد لله الذي خول لنا هذا ولولاه ما كنا بالغية
إلى الرجل الطاهر الكريم « أبي رحمه الله » .
إلى « أمي الغالية » أمتعها الله بالصحة والعافية.
إلى أخواتي الغاليات.
إلى كل من كان له الفضل في إنجاز هذا العمل.

ليديّة

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين من خلال دفعهم إلى استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لتوعيتهم بمدى أهمية قطاع السياحة في تطوير الجزائر في مختلف المجالات، وللإجابة عن التساؤلات الدراسة قمنا بوضع مجموعة من الفرضيات، تمثلت الفرضية العامة في أنّ لمواقع التواصل الاجتماعي دور فعّال ومهم في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين، أمّا الفرضيات الفرعية فتمثلت في أن يستخدم الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي لاكتشاف مواقع وأماكن سياحية جديدة لم يزورها من قبل، ويعتمد أغلب الطلبة الجامعيين على الانستغرام كدليل ومرجع سياحي، وللأنستغرام تأثير على السياحة الجزائرية ويؤثر بالإيجاب عليها وذلك من خلال تعريفه بالثقافة السياحية، كما اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي بالعينة على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة "أكلي محند أولحاج" بالبويرة، حيث انحصرت عينة الدراسة في 85 مفردة أمّا ما يخص أدوات جمع البيانات فانحصرت في أداة الاستبيان، وأهم نتائج الدراسة المتوصل إليها:

- أنّ الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في اكتشاف مواقع وأماكن سياحية جديدة لم يزورها من قبل.
- كما اعتمد أغلب الطلبة الجامعيين على موقع الانستغرام كدليل ومرجع سياحي.
- وأنّ للأنستغرام تأثير على السياحة الجزائرية ويؤثر بالإيجاب عليها وذلك من خلال تعريفه بالثقافة السياحية.
- ولمواقع التواصل الاجتماعي دور فعال وهم في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطالب الجامعي.

الكلمات المفتاحية:

مواقع التواصل الاجتماعي - السياحة في الجزائر - الطلبة الجامعيين.

الفهرس

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعران
	إهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
أ	مقدمة:
الفصل الأول: الإطار المنهجي.	
04	1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.
05	2- أسباب اختيار الموضوع.
05	3- أهمية الدراسة.
05	4- أهداف الدراسة.
06	5- مفاهيم ومصطلحات الدراسة.
07	6- الدراسات السابقة.
08	7- منهج الدراسة.
09	8- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
09	9- أدوات جمع وتحليل البيانات
الفصل الثاني: الإطار النظري.	
11	تمهيد
12	المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي.
12	- المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.
12	- المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.
13	- المطلب الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك، يوتيوب، تويتر، أنستغرام).
14	- المطلب الرابع: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
15	- المطلب الخامس: التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي.

17	المبحث الثاني: السياحة في الجزائر.
17	- المطلب الأول: مفهوم السياحة.
17	- المطلب الثاني: أهمية السياحة.
19	- المطلب الثالث: تاريخ السياحة في الجزائر.
20	- المطلب الرابع: إمكانيات السياحة في الجزائر.
21	- المطلب الخامس: التهديدات المعيقة للسياحة في الجزائر.
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي.	
24	الفصل الأول: تصور للدراسة الميدانية.
28	- خاتمة.
31-30	- قائمة المراجع.

مقدمة

مقدمة:

عرف العقد الأخير من القرن الماضي، حركة تكنولوجية متسارعة ونزعة تطويرية فريدة في مجال وسائل الاتصال والمعلومات، كان أهمها ظهور شبكة الانترنت التي اختزلت الحدود الزمانية والمكانية ومهدت الطريق للتقارب والتعارف بين الأفراد، وقد ساهم في ذلك ظهور ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت وسيلة الاتصال المؤثرة في الأحداث اليومية والتنمية والتطور بحيث أتاحت الفرصة للجميع لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم الاجتماعية متجاوزين في ذلك الحدود الطبيعية إلى فضاءات جديدة لا رقيب لها.

إن خاصية تقريب المسافات التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي جعل الشباب الجزائري خاصة فئة الطلبة الجامعيين يعتبرونها فضاء تعبيريا افتراضيا يمارس فيه نشاطاته السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية... الخ، وعلى رأسها المجال السياحي، إذ تبادر الجهات السياحية الجزائرية سواء كانت مؤسسات أو أفراد بفتح صفحات ومجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي فتشكل بذلك طيف عن المجتمعات الافتراضية هدفها الأساسي هو التعريف ونشر كل ما يتعلق بثقافة السياحة في الجزائر، فهذه الأخيرة تعتبر من أكبر وأسرع الصناعات نموا كونها واحدة من أكبر القطاعات تأثيراً على اقتصاد العالم.

وعلى هذا الأساس سنحاول من خلال دراستنا هذه التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين، انطلاقاً من عادات وأنماط الاستخدام، وكذا طريقة اعتماد الطلبة الجامعيين لهذه المواقع كدليل ومرجع سياحي، والتأثير التي تحدثه على السياحة في الجزائر.

وقد تم تقسيم موضوع الدراسة إلى ثلاثة فصول، الفصل الأول الإطار المنهجي والذي عالجننا فيه إشكالية الدراسة، وأهميتها، وأهدافها، وفرضيات الدراسة وتحديد المفاهيم والمصطلحات، والدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة، ومنهجها، ومجتمع الدراسة وعينتها، ومجال الدراسة وأدواتها.

أما الفصل الثاني؛ الإطار النظري فتناول مبحثين، المبحث الأول خاص بمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها، أهم مواقع التواصل الاجتماعي، واستخداماتها وتأثيراتها السلبية و الإيجابية، أما المبحث الثاني فتم تناول السياحة في الجزائر وتاريخها وإمكانياتها والتحديات المعيقة.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي اندرج تحته جمع وتفريغ وتحليل بيانات الدراسة وصولاً إلى النتائج العامة المصاحبة للتحليل، لنصل بعد ذلك للخاتمة التي حددت ما قمنا باستخلاصه في الدراسة النظرية والتطبيقية.

الفصل الأول

الإطار المنهجي.

- 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.
- 2- أسباب اختيار الموضوع.
- 3- أهمية الدراسة.
- 4- أهداف الدراسة.
- 5- مفاهيم ومصطلحات الدراسة.
- 6- الدراسات السابقة.
- 7- منهج الدراسة.
- 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
- 9- أدوات جمع وتحليل البيانات.

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

لقد شهدت المجتمعات الحديثة في الوقت الحالي تنامي ظاهرة استخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني فقد ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل الإعلام الإلكتروني يسمى بالجيل الشبكي أو جيل الانترنت، وأصبحت هناك شبكات التواصل الاجتماعي مثل تويتر، الفيسبوك، اليوتيوب، الانستغرام... وغيرها، تتسم بعناصر الفورية والتفاعلية، فلها دور مهم في زيادة ثقافة الشعوب وانفتاحهم في شتى المجالات والحصول على المعلومات، منافسة بذلك الوسائط التقليدية، حيث تتميز هذه المواقع بالعديد من الخصائص التي تتمثل في السهولة والسلاسة في تبادل المعلومات والأخبار عبر نشر صور ومقاطع فيديو، ملفات، ومحادثات، ومن هنا تظهر أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التنمية والثقافة والمعرفة من خلال استغلالها كأداة للتعريف بمختلف الخدمات والنشاطات، من بينها نجد السياحة في الجزائر، التي هي بحاجة للحديث عنها ومعرفة جوانبها المختلفة، فمن خلال هاته المواقع يمكن التعريف عن السياحة التي باتت من المواضيع المهمة للابدي منها في وقتنا الحالي.

فصناعة السياحة تعد من أكثر الصناعات نموا ورسوخا في معظم الدول المتقدمة في شتى المستويات، والجزائر من البلدان التي تملك من المؤهلات ما يجعلها مقصدا سياحيا مميذا، فهاته الأخيرة لا بد من التعريف بها لكي يزداد وعينا لها وترتفع الأهمية السياحية في الجزائر، وكذا الاقتصاد السياحي. وفي هذا الصدد المرتبط بالتعريف بالسياحة في الجزائر، برز موقع الأنستغرام الخاص بنشر وتشارك الصور، التي تساعد على تحقيق الاستمالة المنشودة للوجهة السياحية والتعريف بها للطلبة الجامعيين، من خلال فتح صفحات خاصة بها لجذب السائحين لها.

ومن هذا المنطلق جاءت فكرتنا لهذا البحث ونحن الآن بصدد دراسة هاته المشكلة التي تتمحور في

التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين .؟

وللإجابة عن هذا التساؤل استوجب تفكيكه إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

1- ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي .؟

2- كيف يعتمد الطلبة الجامعيين على موقع الانستغرام كدليل ومرجع سياحي .؟

3- هل للانستغرام تأثير على السياحة في الجزائر .؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

إن لكل دراسة علمية مجموعة من الأسباب والدوافع التي تثير فضول الباحث ورغبته في استكشافه ووصفه وتحليله، ولعلّ أهم ما أثار باحث الدراسة مجموعة من الأسباب الذاتية والموضوعية التي يمكن حصرها كالآتي:

➤ أسباب ذاتية:

- الرغبة في دراسة مثل هذه المواضيع التي لم تحظى باهتمام كبير من قبل الباحثين.
- رغبتنا في معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر.
- محاولتنا تسليط الضوء على السياحة في الجزائر ودورها في تفعيل التنمية الاقتصادية.

➤ أسباب موضوعية:

- انتشار شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي وكثرة استخدامها في مختلف المجالات.
- محاولة معرفة مدى تجاوب الطلبة مع شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة منها في التعريف بالسياحة في الجزائر.

3- أهمية الدراسة:

أ- الأهمية العلمية:

- إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين.
- أهمية القطاع السياحي في الجزائر ودوره في تمويل وتفعيل التنمية الاقتصادية.

ب- الأهمية العملية:

- إنشاء صفحات جديدة على مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بالسياحة في الجزائر وخاصة على موقع الانستغرام.
- إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بصورة وهوية مدن الجزائر سياحياً.

4- أهداف الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته، ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي الذي يلازمه وإزالة الغموض عن بعض القضايا، ولذلك تهدف دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر إلى الأهداف التالية:

- دراسة ماهية مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة الدور الفعال الذي تلعبه في التعريف بالسياحة في الجزائر.

- معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

- الاطلاع على أهم الإمكانيات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر وكيفية استغلالها.

5- مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

أ- مفهوم الدور:

✓ لغة: من دار يدور دورا، أي تحرك باتجاهات متعددة في مكانه.

✓ اصطلاحا: الجانب الديناميكي لمركز الفرد أو وضعه أو مكانته في الجماعة وهو وظيفة الفرد في الجماعة أو الدور الذي يلعبه الفرد في جماعته أو موقف اجتماعي.

✓ إجرائيا: الدور هو نموذج يركز حول بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل جماعة أو موقف اجتماعي.

ب- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

✓ لغة:

- الموقع: هو مكان الوقوف جمع مواقع ومواقع القتال: مواضعه أما مواقع القطر: مساقطه.

- التواصل: تواصل، يتواصل، تواسلا فهو متواصل، تواصل الشخصان وغيرهما: اجتماعا واتفقا، ضد تصارما وتقاطعا.

- الاجتماعي: اجتمع يجتمع اجتماعا معناه: انضم وتآلف.

✓ اصطلاحا: هي مجموعة واسعة من الأنظمة التقنية عبر الانترنت تسهل عملية التفاعل بين الأفراد، وتسمح لهم بأن يكونوا جزءا من مجتمع افتراضي ما.

✓ إجرائيا: يقصد في هذه الدراسة بمواقع التواصل الاجتماعي: هي مجموعة المواقع.

ج- مفهوم التعريف:

✓ لغة: مصدر عرف، يعرف، تعريفا، تقديم معلومات عنه.

✓ اصطلاحا: تقديم إيضاح حول ماهية الشيء وخصائصه وكذا تحديد الشيء بذكر خواصه المميزة.

✓ إجرائيا: يقصد بالتعريف في بحثنا هذه تحديد ماهية السياحة في الجزائر بذكر أهميتها وإمكانياتها ومميزاتها بغية النهوض بها وتطويرها مستقبلا.

د- مفهوم السياحة:

- ✓ لغة: ساح، سيحا وسيحانا: سال وجرى، وفلان في الأرض سيحا وسيحانا.
- وحسب قاموس لاروس «Larousse» هي عبارة عن عملية سفر قصد الترفيه عن النفس، فهي مجموعة من الإجراءات التقنية، المالية والثقافية المتاحة في كل دولة أو في كل منطقة والمعبر عنها بعدد السياح.
- ✓ اصطلاحا: هو مجموعة التنقلات البشرية وأوجه النشاط المترتبة عليها والناجمة عن ابتعاد الفرد السائح عن موطنه لتحقيق رغبته الكامنة.
- ✓ إجرائيا: هي الأسفار التي يقوم بها فرد أو مجموعة من الأفراد من أجل المتعة والرفاهية إما لأسباب عائلية أو أسباب صحية أو من أجل تمثيل البلاد علميا أو إداريا أو دبلوماسيا أو رياضيا...الخ.

ه- مفهوم الطلبة الجامعيين:

- ✓ اصطلاحا: إنه ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من مرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني أو العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب الجامعي أحد العناصر الأساسية في العملية التربوية لطلبة التكوين الجامعيين إذ أنه يمثل عددي التعليم العالي ولم ينل شهادته الجامعية بعد.
- ✓ إجرائيا: يمثل الطلبة الجامعيون في هذه الدراسة المجتمع الذي سوف تُجرى حوله الدراسة بناء على كفاءتهم العلمية ومستواهم المعرفي، وهم طلبة جامعة البويرة المنتمون لقسم علوم الإعلام والاتصال.

6- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

محمد أمين شراد، الترويج الافتراضي لصورة الجزائر السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة على عينة من مستخدمي موقع انستغرام في الجزائر، مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، المجلد 05، العدد 02، 2020، حيث تسعى الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يلعبه موقع انستغرام للتواصل الاجتماعي في عملية الترويج للوجهة السياحية الجزائرية، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي والتحليلي لتبيان كيفية تعاطي عينة قسدية من مستخدمي شبكة الانستغرام على المحتوى السياحي الجزائري. وفهم طريقة الترويج المعتمدة. وقد أظهرت الدراسة التحليلية التي ارتكزت

على استمارة استبيان وُزع على عيّنة قوامها 72 مفردة، أن محتوى انستغرام السياحي الترويجي قد نجح وإلى حد كبير في تقديم الوجهة السياحية الجزائرية بطريقة فنية جذابة عالية المستوى وغنية بالمعلومات المكثفة.

الدراسة الثانية:

محمد محمد فراج عبد السميع، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي، قطاع التخطيط والبحوث والتدريب، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، أبريل 2012، حيث تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت، وكيفية استخدام هاته المواقع في التسويق والتنشيط لمصر كمقصد سياحي دولي، من خلال إبراز مزايا استخدامها والمعوقات التي تحول دون نجاحها، مع تحديد الأسس والعوامل الرئيسية التي تزيد من فرص نجاح تطبيقها على أرض الواقع. وقدّمت الدراسة عدد من التوصيات والمقترحات التي تهدف لزيادة فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت في التسويق السياحي بهدف تنشيط السياحة في مصر بصفة عامة ولتنشيط السياحة الوافدة بصفة خاصة، حيث دعت إلى ضرورة استخدام آليات جديدة للتواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى مقترح إنشاء صفحات وقسم للتنشيط السياحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسة الثالثة:

- MAHMOUD ALGHIZZAWI, SAID A. SALLOUM, MOHAMMED HABES,
THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN TOURISM MARKETING IN JORDAN, INTERNATIONAL
JORNALL, OF INFORMATION TECCHNOLOGY AND LANGUAGE STUDIES (IJTLS), VOL2,
ISSUE 3 ;2018.

تمحورت هذه الدراسة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة في الأردن، حيث يشهد العالم حالياً تطوراً ملحوظاً في الوسائل الحديثة وتقنيات الإلكترونيات وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت متوفرة في العديد من القطاعات بما في ذلك قطاع السياحة. مما يزيد من المنافسة بين شركات السياحة لتقديم أفضل العروض للأفراد حول المواقع السياحية. مما خلق الحاجة إلى إجراء هذه الدراسة للوصول إلى نتائج حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للسياحة في الأردن. حيث تتبّع أهمية الدراسة في معالجة موضوع جديد له تأثير كبير على السوق الإلكتروني. حيث تركّزت هذه الدراسة على الموضوعات الحيوية والأساسية في العصر الحديث.

7- منهج الدراسة:

المنهج هو: "الأسلوب أو الطريقة الواقعية التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحثه أو في دراسة لمشكلة موضوع البحث".

وقد اعتمدنا في دراستنا لهذا الموضوع على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تمّ الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يخص مختلف المفاهيم والتعاريف التي تمس الموضوع، والمنهج التحليلي الذي اعتمد عليه في التعليق على مختلف الجداول .

8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

• مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة يعني أنه: "مجموعة عناصر له خاصية أو عدّة خصائص مشتركة تميز عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي".

مجتمع البحث في دراستنا هم طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

• عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها، "مجموعة جزئية من المجتمع الكلي تحتوي على بعض العناصر يتم اختبارها منه".

وتستخدم العينة عند استحالة إجراء مسح شامل لمجتمع الدراسة المتمثل في بحثنا هذا طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي والذين لديهم ميول وفضول نحو التعرف على السياحة في الجزائر.

وعليه تم تطبيق العينة القصدية والتي تستخدم إذا دعت الحاجة إلى تكوين فكرة سريعة عن مجتمع الدراسة أو عند التأكد من مدى صلاحية استمارة الاستبيان التي سوف يقوم الباحث باستخدامها في الدراسة. إذ تم تحديد مفردات العينة في 85 مفردة، متمثلة في كل من طلبة السنة الثانية تخصص إعلام واتصال وتم الأخذ من طلبة السنة أولى ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة.

9- أدوات جمع تحليل البيانات:

يعتمد الباحث على أساليب منهجية لجمع بيانات ومعلومات تتفق مع أهداف البحث والتي تتمثل في الملاحظة، المقابلة، الاستبيان. حيث يختار الباحث من بين هذه الأساليب والأدوات التي تساعده على تحقيق أهداف بحثه.

وعليه فقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان، وهي "عبارة عن وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة".

الفصل الثاني

الإطار النظري

تمهيد:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود الزمنية والمكانية، وبهذا تعددت مواقع التواصل الاجتماعي، حيث استطاعت هذه المواقع أن تجد لها مكاناً مميزاً في ظل وجود وسائل الاتصال المختلفة، وقد لعبت هذه المواقع دوراً مهماً في إيصال الأخبار والمعلومات السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو، وتبرز أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تسخير تلك المواقع كأداة للتعريف بالسياحة في الجزائر إذ أنها أصبحت تمثل مصدراً اقتصادياً هاماً تستفيد منه الدولة ذات الإمكانيات السياحية.

وعلى هذا الأساس ارتأينا أن نخصص دراستنا لدور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف

بالسياحة في الجزائر، فكان تقسيم الفصل الثاني كما يلي:

- المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي.
- المبحث الثاني: السياحة في الجزائر.

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، حيث أصبحت تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار.

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

يطلق مصطلح الشبكات الاجتماعية على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، وعرفها "شريف اللبان" بـ « خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة من خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام ». (1)

وتعرفها "هبة محمد خليفة" بالقول: « الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم ». (2)

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع sixDegrees.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2000، ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته صفحاته أكثر من Google وهو موقع MySpace الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين

(1) بيرق حسين جمعة الربيعي، دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، ص 157.

(2) حسن السوداني، محمد المنصور، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، ص 25.

التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير ويعتقد أنّ عددهم حالياً يتجاوز 800 مليون مستخدم على مستوى العالم.⁽¹⁾

المطلب الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي _فيسبوك_يوتوب_تويتر_أنستغرام.

الفيسبوك:

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجارب كبير من الناس ، خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004 في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية وانتشرت في مدارسها المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار، حتى عام 2007، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين ممّا زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيسبوك، وفي 2010 تجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة النصف مليار شخص، يزورونها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو.⁽²⁾

اليوتيوب:

هو موقع لمقاطع الفيديو مرتفع من (قول)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويروه الملايين من البشر يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو، تأسس موقع اليوتيوب عام 2005 في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية، أصبح اليوتيوب عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية.⁽³⁾

تويتر:

إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، وكانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام 2006.⁽⁴⁾

أنستغرام:

يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والأنستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة

(1) نورة حفناوي، المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ص 45.

(2) عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ص 63.

(3) عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق الذكر، ص 65.

(4) نفس المرجع، ص 64.

اجتماعية، وكانت بداية الانستغرام عام 2010 حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية.⁽¹⁾

المطلب الرابع: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

آخر إحصائيات مستخدمي الانترنت وشبكات التواصل بالجزائر:

كشفت تقرير مفصل عن مستخدمي الانترنت في العالم أن أكثر من نصف الجزائريين يستعملون الشبكة العنكبوتية، و26 مليون ينشطون في شبكات التواصل الاجتماعي.

وتضمن "التقرير الرقمي للجزائر 2022" النشاط الرقمي من حيث الانترنت ومواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي ونسبة استخدامها من قبل الشرائح السكانية المختلفة ونموها السنوي.

وحسب التقرير فإن عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 27,28 مليون شخص.

وبلغ مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر 26,60 مليون شخص، فيما ولج 46,57 مليون مستخدم إلى الانترنت بواسطة الهواتف النقالة.

ورصد التقرير ارتفاعا في عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 1,7 مليون شخص انضموا إلى

الشبكة العنكبوتية.

وخلال نفس السنة، التحق 1,6 مليون جزائري بشبكات التواصل الاجتماعي.

أما متوسط تدفق الانترنت في الجزائر بلغت 11,44 ميغابايت في الثانية للانترنت الثابت، بزيادة سرعة قدرها 170 في المائة عن السنة الفارطة.

■ أهم ما جاء في التقرير:

- بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك حوالي 25,43 مليون مستخدم.
- أغلب مستخدمي الانترنت يستخدمون الهاتف النقالة بنسبة 58,95 بالمائة فيما يستخدم حوالي 38,97 الانترنت على الحواسيب.
- يتربع متصفح جوجل كروم على عرش أدوات التصفح على الانترنت بنسبة 86,14 بالمائة.⁽²⁾
- المواقع الأكثر زيادة في الجزائر هي ouedkniss، ennaharonline، Google، You tube، face .book
- يبقى Google سيد محركات البحث بنسبة 98,60 بالمائة.

(1) عبد الرحمان ابن ابراهيم الشاعر، مرجع سابق الذكر، ص 66.

(2) <http://WWW.Shihabpresse.dz>. le : 30/05/2022 à 23:20h.

- بلغ عدد مستخدمي منصة أنستغرام 8,60 مليون مستخدم بزيادة حوالي 1,8 مليون مستخدم عن العام الماضي.
- بلغ عدد مستخدمي تطبيق ميسنجر حوالي 14,25 مليون مستخدم.
- وصل عدد مستخدمي شبكة LinkedIn إلى 2,80 مليون مستخدم بزيادة حوالي 300 ألف مستخدم عن العام الماضي.
- يصل عدد مستخدمي Snapshat 6,25 مليون بزيادة 1,3 مليون مستخدم.
- لا يزال تويتر يعاني في الجزائر بأقل من مليون مستخدم بعدد 891 ألف مستخدم.⁽¹⁾

المطلب الخامس: التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي.

■ إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- أتاحت هذه الشبكات لمستخدميها تبادل الخبرات والاهتمامات والآراء فيما بينهم وإطلاق إبداعاتهم ومواهبهم الكامنة حيث أصبحت هذه الشبكات تمثل النوافذ التي يطل الشباب من خلالها على العالم الخارجي.
- أصبحت المواقع الاجتماعية وسيلة أخبار مهمة لأحداث بعينها وخاصة الأحداث السياسية ومجرياتها.
- مواقع التواصل الاجتماعي اليوم أصبحت وسيلة يمكن من خلالها استطلاع آراء فئات مجتمعة معينة مثل استطلاع آراء الشباب عبر الفيسبوك تويتر وغيرها.
- مثلت هذه المواقع منتديات افتراضية حيث تم تكوين العديد من الملتقيات الاجتماعية عبر هذه الشبكات.
- تحفز على التفكير الإبداعي ويعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين.⁽²⁾

■ سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- ضياع الوقت بسبب الإبحار والاستغراق في هذه المواقع، وهذا ما أدى إلى التلاشي التدريجي لعملية التواصل المجتمعي على أرض الواقع.
- استخدام البيانات والمعلومات الشخصية قد يؤدي في بعض الأحيان للاستخدام المضاد والسيئ لهذه المعلومات.

⁽¹⁾ <http://WWW.Shihabpresse.dz>, IBID.

⁽²⁾ فارس كاتب، دنيا عقون ، آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، ص 53.

- إن استخدام هذه المواقع من خلال الملفات الخاصة قد أدى إلى انعدام الخصوصية، فليس هناك رقابة على المعلومات التي يتم تحميلها على المواقع كما أنه لا توجد قوانين عقابية تعاقب من يقتحم خصوصية الأشخاص من خلال هذه المواقع.
- إنّ الاستخدام المفرط لهذه المواقع من قبل فئات الشباب والذي ترافق معه استخدام إدراج بعض اللغات وعلى رأسها العربية سوف يؤدي إلى قتلها تدريجياً. (1)

(1) فارس كاتب، دنيا عقون ، مرجع سابق الذكر، ص 54.

المبحث الثاني: السياحة في الجزائر.

المطلب الأول: مفهوم السياحة.

1- التعريف اللغوي للسياحة:

يعود مفهوم السياحة لكلمة "Tour" المشتقة من الكلمة اللاتينية "Torno" ففي عام 1643 ولأول مرة، تم استخدام المفهوم "Tourism" ليدل على السفر أو التجوال أو الانتقال، أو الترحال من مكان لآخر. (1)

2- التعريف الاصطلاحي للسياحة:

1- السياحة هي عبارة عن الزيارة لمدة ليلة واحد على الأقل من أجل الاستمتاع بوقت الفراغ

والإجازة أو أغراض أخرى، مثل الأعمال وممارسة المهنة وأية أغراض سياحية أخرى. (2)

2- تعريف الدكتور صلاح الدين عبد الوهاب، السياحة هي "مجموعة العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان وقتياً وتلقائياً، وليس لأسباب تجارية أو حرفية وتعتبر من أحداث التعاريف التي قدمت للسياحة".

3- كما تعرف السياحة بأنها "ظاهرة من ظواهر النشاط الإنساني عرفت منذ القدم على أنها عمليات انتقال الوقتية الذي يقوم بها الأشخاص فيتركون مواطنهم". (3)

ومن خلال التعاريف السابقة التي يمكن تقديم تعريف شامل وهو كالآتي:

السياحة هي عبارة عن مجموعة من الأنشطة يقوم بها الفرد أو السائح أو مجموعة من الأفراد خلال تجوله خارج البيئة المعتاد عليها أي ينتقل من مكان إلى آخر أو من بلد إلى أخرى بغرض الترفيه.

المطلب الثاني: أهمية السياحة.

للسياحة أهمية كبيرة ما جعلها تحتل مكانة متميزة في السياسات التنموية، لاقتصاديات الدولة سواء الدول المتقدمة أو النامية وتتلخص أهمية السياحة في النقاط التالية:

أولاً: الأهمية الاقتصادية.

ونذكر منها:

- جذب رؤوس الأموال إلى البلاد من خلال العملات الصعبة ورؤوس الأموال الضخمة.

(1) سميرة عميش، الإستراتيجية الترويجية في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال فترة 1995-2015، ص 20-22.

(2) ماهر عبد الخالق السيسي، صناعة السياحة والأساسيات والمبادئ، المطابع الولاء الحديثة، 2003، ص 22.

(3) يمينة زنقط، عفاف أرجيلوس، دور الاتصال الإلكتروني في التعريف بالسياحة في الجزائر، ص 18.

- تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة.

ثانياً: الأهمية الثقافية.

للسياحة أهمية ثقافية نذكر منها:

- توفر السياحة التمويل اللازم للحفاظ وصون التراث والمواقع الأثرية والتاريخية والتي تعد جزء من ذاكرة وثقافة البلدان المضيئة.

- تعد السياحة أداة للاتصال الفكري وتبادل الثقافة والعادات والتقاليد بين الشعوب، وأداة لإيجاد مناخ مشبع بروح التفاهم والتسامح بينهم.

ثالثاً: الأهمية السياسية.

- تدل على تحقيق الحوار ومعرفة الآخر وتساعد على التفاهم بين الشعوب والدول المختلفة ونشر مبادئ السلام العالمي.

- النتائج الإيجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية.

رابعاً: الأهمية البيئية.

تكمن الأهمية البيئية للسياحة من خلال ما يلي:

- ضرورة حماية البيئة خاصة بعد الأضرار البالغة لها، نتيجة الممارسات التي يقوم بها الأفراد من جهة وممارسات الشركات والمصانع من جهة أخرى، وبالتالي بدأ الوعي والعمل الميداني في التزايد من أجل العمل على إنقاذ البيئة من التحكم في التنمية والتلوث ووقف تدمير البيئة.⁽¹⁾

خامساً: الأهمية الاجتماعية:

تكمن أهمية قطاع السياحة من الناحية الاجتماعية فيما يلي:

- زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي بمختلف عادات وشعوب الطرف الآخر (سواح).

- رفع مستوى الشعور بالانتماء الوطني من خلال التبادل الثقافي والحضاري.⁽²⁾

المطلب الثالث: تاريخ السياحة في الجزائر.

باعتبار الظاهرة السياحية ظاهرة حديثة النشأة فإنّ ظهورها في الجزائر يعود إلى الحقبة الاستعمارية، لذلك سنتطرق إلى تاريخ السياحة في الجزائر قبل الاستقلال وبعده خلال فترة (62-66) باعتبارها فترة انتقالية من اقتصاد استعماري إلى الاقتصاد على خيارات اشتراكية.

(1) رقية عميور، مليكة بوفورور، التسويق الإلكتروني ودوره في تنشيط السياحة الجزائرية، ص 57-58.

(2) محمد صبحي عبد الحكيم، حمدي أحمد الديب، جغرافية السياحة، ص 160.

1- قبل الاستقلال:

إنّ ظهور النشاط السياحي في الجزائر يعود إلى بداية القرن التاسع عشر خلال الاستعمار الفرنسي وفي سنة 1987 أسّس المستعمر للجنة الشتوية الجزائرية وبواسطة الدعاية والإشهار تمكن من تنظيم قوافل سياحية عديدة من أوروبا نحو الجزائر.

خلال تلك المرحلة الجزائرية جلبت العديد من السياح الأوروبيين لاكتشاف مناظرها الطبيعية وهو ما دفع المستعمر إلى التفكير في إنشاء هياكل قاعدية لتلبية حاجيات الزبائن "السواح الأوروبيين" ففي سنة 1914 تمّ تشكيل نقابة سياحية في مدينة وهران، وفي 1916 تمّ تشكيل نقابة سياحية في قسنطينة، وفي عام 1916 تمّ تشكيل فدرالية للسياحة والتي تجمع 20 نقابة سياحية المتواجدة آنذاك وفي نفس السنة تمّ تشكيل الفدرالية الخاصة بالفنادق بالإضافة إلى موافقة الحكومة الفرنسية على تقديم إعانات مالية لأصحاب الفنادق السياحية.

وفي 1928 تمّ إنشاء القرض الفندقي مكلف بمنح القروض للمستثمرين في المجال السياحي وهو بمثابة بنك أنشأ من أجل تشجيع تجديد وتوسيع الفنادق، وفي سنة 1931 تمّ إنشاء الديوان الجزائري للنشاط الاقتصادي والسياحي (OFALAC) هدفه كان يمثل في تنمية السياحة والذي أصبح فيما بعد يسمى "مركز تنمية السياحة" واستمر نشاطه حتى بعد الاستقلال.⁽¹⁾

2- بعد الاستقلال:

ورثت الجزائر بعد الاستقلال 5922 سرير، تسيّر هذه الهياكل السياحية لجنة مختصة في تسيير الفنادق والمطاعم (COGEHOR) أو آلية تأسست في سنة 1965 وهي خاصة لنظام التسيير الذاتي. في سنة 1966 تخلت الجزائر عن لجنة تسيير الفنادق والمطاعم (COGEHOR) وأسندت مهامها إلى الديوان الوطني الجزائري للسياحة (ONAY) الذي أنشأ سنة 1962 وكان تحت وصية وزارة الشباب والرياضة إلى غاية 1964 تاريخ إعادة هيكلة الوزارات بواسطة قرار تأسيس تمّ إحداث وزارة السياحة وتمثل مهام الديوان في التسيير أملاك الدولة والتعريف بالمنتج السياحي في الجزائر في السوق الدولية للسياحة وذلك بواسطة وسطائه الثلاث الخارج، ستوكهولم، باريس، فرنكفورت.

خلال الفترة (62-66) القطاع السياحي الجزائري لم يستفد في أية تنمية محدّدة المعالم فتميزت السياحة خلال هذه المرحلة بضعف وتردي الهياكل السياحية، نقص في اليد العاملة المؤهلة، انعدام الوكالات السياحية التي تتكلف بالدعاية والإشهار، انعدام أيّ تنظيم للهياكل والثروات السياحية.

(1) خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، ص 229.

فإنّ القطاع السياحي اتصل بعد الاستقلال بجملة من النقائص تتمثل في:

- تخلف هيكله، ضعف الصناعة الفندقية وعدم قدرتها على تلبية حاجات المواطنين في المجال السياحي.
- تعتبر سنة 1966 بداية الاهتمام الحقيقي بالقطاع السياحي من خلال أول عمل حكومي على المستوى الوطني، ويعد تحديد أهمية وفوائد الثروات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر ونوع المنشآت السياحية الواجب إحداثها.
- تمّ تحديد توجهات الميثاق السياحي والمتمثلة أساساً في:
- **تحسين الشروط السياحية والثقافية:** أي تحسين الشروط الطبيعية والثقافية من خلال جرد وإحصاء المناظر السياحية وتصنيفها قصد جعلها ملائمة لاستقبال السواح.
- اختيار مناطق التوسع السياحي.
- **إنشاء وتطوير الصناعة الفندقية:** تتمثل في إنشاء الفنادق السياحية الضخمة وإصلاح المرافق المخصصة للعطل غير الشواطئ.⁽¹⁾

المطلب الرابع: إمكانات السياحة في الجزائر.

تتوفر بالجزائر إمكانات طبيعية هامة وواحدة سياحة مثمرة في المستقبل على مدار السنة صيفاً وشتاءً، وربيعاً وخريفاً، وعلى امتداد ربوعها شمالاً وجنوباً وشرقاً وغرباً، هذه الإمكانيات السياحية في الجزائر نجدها عديدة ومتنوعة فقد تكون طبيعية أو تاريخية....، أو إمكانات أخرى مثل الخدمات الأساسية للقطاع السياحي الجزائري، وتتمثل هذه الإمكانيات الطبيعية فيما يلي:

1- الموقع الجغرافي:

تقع الجزائر في شمال إفريقيا، وتمثل موقعاً جغرافياً هاماً في حوض البحر الأبيض المتوسط، حيث تتربع الجزائر على مساحة كبيرة مقدرة بـ 2.381.471 كلم مربع، بحدود طويلة تقدر بـ 6000 كلم، يحدها شمالاً البحر الأبيض المتوسط وجنوباً مالي والنيجر، أما شرقاً تونس وليبيا ومن الغرب المغرب وموريتانيا والصحراء الغربية.

2- التضاريس:

الجزائر تضاريسها متباينة من ناحية الامتداد، ففي الشمال وعلى امتداد الساحل المتوسط المقدر بـ 1.644 كلم، تمتد سهول التل الجزائري والتي هي عبارة عن تتابع من الهضاب تحتوي على معظم الأراضي

(1) خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص 225-226-228.

الزراعية، ثم يأتي بعدها حزام جبلي يضم سلسلة جبال الأطلس التلي والصحراوي ومرتفعات الأوراس. وهي تحيط بدورها منطقة شاسعة مرتفعة تعرب بالهضاب العليا تحتوي على أراضي شبه قاحلة وبحيرات مالحة تسمى الشطوط.

3- الصحراء:

تترجع على مساحة تقارب المليونين كلمتر مربع، أي أنها تمثل لوحدها أكثر من 80% من المساحة الكلية للجزائر، وهي تتمثل في عدة هضاب صخرية وسهول حجرية تتخللها منطقتين رمليتين هما العرق الغربي والعرق الشرقي الكبير.

4- المناخ:

تتمتع الجزائر بمناخ البحر الأبيض المتوسط المعتدل شمالاً، والمناخ شبه الجاف في منطقة الهضاب العليا، والمناخ الجاف في جنوب البلاد، وهذا المناخ يعكس الغطاء النباتي وخصائص التربة السائدة في الجزائر، وتتوفر بالجزائر حوالي 3300 صنف نباتي. بالإضافة إلى هذه الإمكانيات الطبيعية فإنّ الجزائر تتوفر على تراث مادي وعلى مواقع استثنائية تاريخية وأثرية.⁽¹⁾

المطلب الخامس: التهديدات المعيقة للسياحة في الجزائر.

رغم الإمكانيات التي تكتسبها الجزائر إلا أنّها تبقى متواضعة ولا تفي بمتطلبات السياحة لأنّ هناك مجموعة من التهديدات المعيقة للسياحة في الجزائر وتطورها ومن هذه المعوقات نذكر منها:

أولاً: التهديدات الطبيعية المعيقة.

خلال السنوات التي تلت الاستقلال اختيرت الجزائر نموذجاً ملائماً لحالتها، بلد سائر في طريق النمو ويستطيع أن يفتح طريقاً مختصراً سريعاً للتنمية، ولقد ترتبت عن مراحل هذه التنمية آثار سلبية على البيئة، وبالتالي الإسراع في تنفيذ خيار التنمية المبني على استغلال الموارد الطبيعية، خاصة في ميدان المحروقات والصيد البحري والفلحة، لكن ذلك كان على حساب البيئة التي كلفها اختلال في توازنها.⁽²⁾

ثانياً: التهديدات الصناعية المعيقة للسياحة في الجزائر.

قد ينجم عن الإنسان مجموعة من التهديدات التي تؤثر على العرض السياحي والطلب كتلوث المناخ الناتج عن التقدم التكنولوجي الصناعي، والتلوث العمراني بإضافة إلى توسع الرأسي في العمران الذي يتسبب في اختناق المدن في ظل غياب برمجة البنى القاعدية السياحية خاصة عند إعداد وتبني المخطط العام

(1) - عميش سميرة، مرجع سبق ذكره، ص 155.

(2) فاطمة الزهراء زرواط، إشكالية تسيير النفايات وأثرها على التوازن الاقتصادي والبيئي، ص 169.

لتهيئة وتنظيم المدن وكذا مخططات تشغيل واحتلال الأراضي بهدف إنشاء هياكل قاعدية لقطاع السياحة، مما يؤدي إلى نقص وانخفاض المحيط الطبيعي وهذا راجع أيضاً لعدة أسباب مختلفة خاصة المتعلقة منها بالتلوث وانخفاض قيمة بعض المناطق التي تشمل على تراث أثري وتاريخي، وكذا ضعف الوسائل المستعملة وبعض السلوكيات غير اللائقة ببعض السياح.⁽¹⁾

ثالثاً: التهديدات الاجتماعية المعيقة للسياحة في الجزائر.

تعمل السياحة في بعض الأحيان على خلق آثار اجتماعية سلبية قد تشكل أزمات لاحقة، كاجذاب أعداد كبيرة من عمالة القطاعات الاقتصادية الأخرى، وزيادة الفوارق الاقتصادية والاجتماعية بين مختلف المناطق وأهم الآثار الاجتماعية السلبية التي يمكن أن تنشأ من النشاطات السياحية نجد:

- 1- تأثر الثقافات المحلية بالأنماط الثقافية للسياح، ولمس وتحريف الثقافة المحلية.
- 2- خلق استياء اتجاه السياح نتيجة للفوارق الاقتصادية وسوء استقبال السياح.
- 3- شعور السياح المحليين بمنافسة السياح الأجانب الحصول على التسهيلات السياحية والخدمات.⁽²⁾

رابعاً: التهديدات الأمنية المعيقة للسياحة في الجزائر.

يعتبر قطاع السياحة من أحد أهم القطاعات حساسية بالأوضاع الأمنية والسياسية السائدة في بلد معين إذ يعد الوضع الأمني السائد الركيزة الأساسية التي تبنى عليها السياحة، فقد تراجع السياح في العديد من الدول نظراً لغياب أو تدهور الوضع الأمني والسياسي فيها، فالجزائر مرت بأزمة سياسية أمنية لعدة سنوات خلال فترة التسعينات، حيث ساهم هذا الوضع المتردي في تأخر ملحوظ على القطاع السياحي مقارنة ببلدان أخرى.⁽³⁾

(1) سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية: المفاهيم والاستراتيجيات، ص 148.

(2) سميرة عميش، مرجع سبق ذكره، ص 212.

(3) سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، ص 68.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

المبحث الأول: تصور للدراسة الميدانية.

1-حدود الدراسة:

أ-الحدود البشرية: تمثلت حدود الدراسة في خلية قسم علوم الإعلام والاتصال، وبالتحديد سنة ثانية تخصص إعلام واتصال، وسنة أولى ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة.

ب-الحدود المكانية: تتيح لنا تحديد المكان الذي تم فيه إجراء الدراسة، والذي تمثل في جامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة باعتبارها فضاء علمي ومعرفي.

وقد تأسست جامعة أكلي محند أولحاج كمركز جامعي سنة 2005 تابعة لولاية بومرداس، ثم رسمت جامعة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12-241 المؤرخ في 14 رجب عام 1433 الموافق ل يونيو(جوان)سنة 2012 المتضمن إنشاء جامعة البويرة.

أ- ج-الحدود الزمانية: بدأ التفكير في موضوع مواقع التواصل الاجتماعي والدور التي تلعبه هاته المواقع في التعريف بالسياحة في الجزائر منذ شهر مارس 2022 وبعدها تم اختيار الموضوع بصفة نهائية في شهر أبريل 2022، ليخضع للدراسة والتحريض، وقد انتهت الدراسة في منتصف شهر جوان 2022، وانقسمت مدة الدراسة على إثرها على مراحل تمثلت في:

1- الجانب النظري: استمر البحث عن المعلومات المرتبطة بالموضوع من شهر أبريل 2022، إلى منتصف شهر ماي 2022.

2- الجانب الميداني: شُرع فيه ابتداء من 15 ماي إلى غاية شهر جوان، وذلك من خلال تصميم استمارة استبيان.

استمارة الاستبيان:

« دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة بالجزائر »

المحور الأول: البيانات الشخصية.

1- الجنس:

ذكور: أنثى:

2- الفئة العمرية:

[22-19] [25-22] [27-25]

3- المستوى الجامعي:

السنة الثانية السنة أولى ماستر

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

1- هل تستخدم الانترنت؟

دائمًا أحيانًا نادرًا

2- اختر الموقع الأكثر استخدامًا لديك:

فيسبوك أنستغرام تويتر يوتيوب

3- ما هي الأوقات المفضلة لديك في استخدامه؟

صباحًا مساءً ليلاً

4- ما هي وسيلة تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

الهاتف الذكي الحاسوب المحمول الحاسوب اللوحي

المحور الثالث: اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع الانستغرام كدليل ومرجع سياحي:

1- هل استخدمت الانستغرام مسبقاً من أجل أغراض سياحية ؟

نعم لا

2- كيف تتفاعل مع مواد السياحة الجزائرية المنشورة من قبل أصدقائك على موقع الانستغرام ؟

أسجل إعجاباً التعليق عليها أتجاهلها

3- هل أنت متتبع للصفحات السياحية الجزائرية على موقع الانستغرام ؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك نعم ما هي هذه الصفحات ؟

.....

4- ما الذي جذبك إلى هذه الصفحات ؟

- الميل الشخصي للسياحة

- الرغبة في القيام برحلات إلى مناطق سياحية في الجزائر

المحور الرابع: للانستغرام تأثير على السياحة في الجزائر.

1- كيف ترى تأثير الانستغرام على السياحة والترويج السياحي في الجزائر ؟

تأثير إيجابي تأثير سلبي لا يوجد أي تأثير

2- هل نجح الانستغرام في تعزيز الثقافة السياحية في الجزائر لدى الطلبة الجامعيين ؟

نعم لا

3- ما هو تقييمك لدور موقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر ؟

.....

خاتمة

خاتمة:

صفوة القول في ختام مذكرتنا التي أتمناها بحول الله رغم العقبات والتعرجات التي وجهناها والفجوات التي ملأناها أخيراً بعد صعوبة البحث في المراجع لحدائثة الموضوع ونقص دراساته، أنه ومن خلال الجانب المنهجي والجانب النظري يتضح لنا أهمية هذا الموضوع الموسوم تحت عنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالسياحة في الجزائر ، وتتجلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي عامة كونها غزت العالم وحوالته لقرية صغيرة يمكن الوصول بها لشتى المعلومات والتعرف بمختلف الثقافات، ويمكن القول بأن مواقع التواصل هي عنصر هام في التعريف والترويج السياحي وصناعة السياحة في الجزائر، وهذا لأنها تخلق جو من التفاعلية والتبادل في المعلومات، فهي تسمح للفئة الشبانية أو الطلبة الجامعيين على وجه الخصوص بالتعرف على المناطق السياحية وإعطاء الصورة الصحيحة والايجابية عليها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

قائمة المراجع:

أولاً: قائمة المراجع باللغة العربية.

أ- الكتب:

- 1- الربيعي بيريح حسين جمعة، دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- 2- السوداني حسن، المنصور محمد، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، ط1، بالعلم نرتقي مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2016.
- 3- السيسي ماهر عبد الخالق، صناعة السياحة "الأساسيات والمبادئ"، مطابع الولاء الحديثة، 2003.
- 4- الشاعر عبد الرحمان بن إبراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 5- المصري سعيد محمد، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، المفاهيم والاستراتيجيات، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001.
- 6- عبد الحكيم محمد صبحي، الديب حمدي أحمد، جغرافية السياحة، ط2، مكتبة الأنجلو للنشر، مصر، 2001.

ب- الدوريات:

- 1- كواش خالد، مقالة مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات، شمال إفريقيا، العدد 01، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.

ج- الدراسات الأكاديمية:

- 1- حفناوي نورة، المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014.
- 2- زرواط فاطمة الزهراء، إشكالية تسيير النفايات وأثرها على التوازن الاقتصادي والبيئي _دراسة حالة الجزائر_، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2006.
- 3- زنقط يمينة، أرجيلوس عفاف، دور الاتصال الإلكتروني في التعريف بالسياحة في الجزائر، روبرتاج مصور لعينة من الوكالات السياحية بأدرار، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، قسم العلوم الإنسانية، تخصص: الصحافة المطبوعة والإلكترونية، جامعة أحمد دراية أدرار، 2018/2019.
- 4- صديقي سعاد، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية _دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة جيجل_، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005.
- 5- عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكيف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 2015-1995، أطروحة مقدمة ضمن نيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس _سطيف1_، 2014/2015.

6- عميور رقية، بوفرور مليكة، التسويق الإلكتروني ودوره في تنشيط السياحة الجزائرية_دراسة مسحية على عينة من الوكالات السياحية بجيجل، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، تخصص: الصحافة المطبوعة والإلكترونية، جامعة محمد الصديق بن يحيي جيجل، 2020/2019.

7- كاتب فارس، عقون دنيا، آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي_أم البواقي، 2016/2015.

ثانيا: المواقع الإلكترونية:

1-شهاب برس المعلومات أمانة، آخر إحصائيات مستخدمي الانترنت وشبكات التواصل:

<http://WWW.Shihabpresse.dz>

