



جامعة قالمة 8 ماي 1945
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية



السياحة الافتراضية وامكاناتها في الترويج للوجهات
السياحية تجارب مقارنة

مذكرة مكملة للحصول على درجة الماستر في العلوم السياسية
تخصص: إدارة الأعمال السياحية

تحت إشراف الأستاذ:

- د. جمال محمد الصالح

من إعداد الطلبة:

- رانية ريان بوكحيلي

- تقي الدين عميرة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
أ. آسيا بلخير	أستاذة التعليم العالي	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	رئيسا
جمال محمد الصالح	أستاذ محاضر "ب"	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	مشرفا ومقررا
عبد الغاني دندان	أستاذ محاضر "أ"	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	ممتحنا

السنة الجامعية : 2024 / 2025

شكر وعرفان

الحمد لله عز وجل وعلى أولا وأخيرا فقد أعان ووفق في انجاز هذا العمل المتواضع وعملا بقوله صلى الله عليه وسلم (مَنْ لَمْ يَشْكُرِ النَّاسَ لَمْ يَشْكُرِ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ).

واعترافا بالفضل وتقديرا للجميل لا يسعنا بعد انتهائنا من إعداد هذه الدراسة الا بالتوجه بالشكر الجزيل والعرفان والامتنان إلى الذي تفضل بالإشراف على هذه المذكرة وكان له الدور الكبير في متابعة أفكارنا ولم يخل علينا بالنصح والتوجيه والعطاء العلمي حتى آخر المطاف لدكتور " محمد الصالح جمال " كما نتقدم بخالص الشكر إلى كل عمال القرية السياحية روسيكا بسكيكدة وفندق سايبوس الدولي بعناية على تقديمها لنا المساعدة في التحصل على المعلومات التي احتجناها في انجاز مذكرتنا ولم يخلوا علينا بأي معلومة.

وفي الاخير نتوجه بالشكر الجزيل الي أعضاء اللجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذه المذكرة.

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

إلى منبع الحب والحنان، والديّ العزيزين، الذين كانا سندي ودعامي في كل مراحل

حياتي، وأعلى ما أملك في هذا الوجود.

إلى جدتي الغالية، صاحبة القلب الكبير والدعوات الصادقة.

إلى أساتذتي الأفاضل الذين لم يخلوا عليّ بعلمهم وتوجيهاتهم.

إلى زملائي في العمل الذين كانوا خير داعم ومشجع.

إلى كل الأساتذة الكرام في الجامعة الذين أسهموا في تكويني العلمي والمعرفي.

وإلى كل من كان له دور في دعمي خلال مسيرتي الدراسية والمهنية، مهما كان

بسيطاً.

أهدي هذا العمل المتواضع تعبيراً عن امتناني وشكري العميق.

عميرة تقي الدين

إهداء

أتقدم بخالص عبارات الشكر وعظيم الامتنان إلى والديَّ الكريمين، لما قدّماه لي من دعم متواصل، ورعاية صادقة، كان لهما الأثر الأكبر في مسيرتي العلمية والعملية.

كما أتوجّه بجزيل التقدير والامتنان إلى والدتي الفاضلة، رمز العطاء والحنان، لما غمرتني به من دعاءٍ صادق، واحتواءٍ لا يعرف الحدود.

ولا يفوتني أن أعبر عن بالغ شكري وتقديري إلى أساتذتي الأفاضل، الذين لم يخلوا بعلمهم وتوجيههم، فكانوا خيرَ معينٍ ونبراسٍ في طريق العلم والمعرفة.

كما أخصُّ زملائي في الدراسة والعمل بالشكر والثناء، على روح التعاون والمساندة التي جمعتنا خلال هذه الرحلة.

وإلى كل من كانت له بصمة، ظاهرة أو خفية، في دعمي وتشجيعي، أتقدّم إليكم جميعاً بهذه الكلمات عربون تقدير ووفاء.

فهذا العمل، وإن بدا متواضعاً، فإنما هو ثمرة جهد مشترك، أرجو أن أكون به عند حسن ظن الجميع

بوكحيلّي رانية ريان

خطة البحث:

مقدمة عامة

الفصل الأول: السياحة الافتراضية: المفاهيم والأسس النظرية

تمهيد

المبحث الأول: السياحة الافتراضية كمدخل مفاهيمي حديث

المطلب الأول: مفهوم السياحة الافتراضية ونشأتها

المطلب الثاني: الفرق بين السياحة التقليدية والسياحة الافتراضية

المبحث الثاني: متطلبات السياحة الافتراضية وتقنياتها الحديثة

المطلب الأول: المتطلبات التكنولوجية (الواقع الافتراضي، الواقع المعزز، الذكاء الاصطناعي)

المطلب الثاني: البنية التحتية والمؤسسية لدعم السياحة الافتراضية

خلاصة الفصل

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

تمهيد

المبحث الأول: واقع السياحة الافتراضية في الجزائر

المطلب الأول: واقع استخدام التكنولوجيا في القطاع السياحي الجزائري

المطلب الثاني: التحديات والفرص المتاحة لتطبيق السياحة الافتراضية في الجزائر

المبحث الثاني: تجارب مقارنة ودروس مستفادة للجزائر

المطلب الأول: التجربة التونسية والمغربية في السياحة الافتراضية

المطلب الثاني: سبل استفادة الجزائر من التجارب الدولية في الترويج السياحي الافتراضي

خلاصة الفصل

ملخص:

تُظهر نتائج الدراسة المتعلقة بالسياحة الافتراضية وإمكاناتها في الترويج للوجهات السياحية أن هذا النمط من السياحة بات يحظى باهتمام متزايد بين أفراد العينة، حيث عبّر العديد منهم عن خوضهم تجارب سياحية افتراضية بمختلف أشكالها، مثل الفيديوها التفاعلية وتطبيقات الهاتف الذكي. وقد أبدى معظمهم رضاهم عن هذه التجارب، واعتبروا أنها أثّرت إيجاباً في رغبتهم الفعلية لزيارة المواقع السياحية بشكل واقعي. كما أجمع أفراد العينة على أن السياحة الافتراضية تمثل وسيلة فعالة للترويج السياحي، خاصة لما توفره من تجربة غنية دون الحاجة إلى تكاليف مادية مرتفعة.

من جهة أخرى، كشفت الدراسة عن بعض العوائق التي تحد من انتشار هذا النمط، أبرزها نقص الوعي وغياب البنية التحتية الرقمية. في السياق نفسه، أظهرت التجارب المقارنة، مثل التجريبتين التونسية والمصرية، أن توظيف الوسائط الرقمية الحديثة يساهم في تطوير السياحة وفتح آفاق جديدة للترويج الثقافي والمعرفي.

الكلمات المفتاحية: السياحة الافتراضية، الترويج للوجهات السياحية، عملية الترويج السياحي.

Abstract:

The results of the study on virtual tourism and its potential for promoting tourist destinations show that this type of tourism is gaining increasing interest among sample members, with many expressing their interest in various virtual tourism experiences, such as interactive videos and smartphone applications. Most of them expressed satisfaction with these experiences, believing they positively impacted their desire to visit tourist sites in real life. The sample also agreed that virtual tourism represents an effective means of promoting tourism, particularly given the rich experience it provides without the need for high financial costs. On the other hand, the study revealed some obstacles that limit the spread of this type, most notably a lack of awareness and the absence of digital infrastructure. In the same context, comparative experiences, such as those in Tunisia and Egypt, have shown that the use of modern digital media contributes to the development of tourism and opens new horizons for cultural and knowledge promotion.

Keywords : Virtual Tourism, Tourism Destination Promoting, Tourism Promotion process.

مقدمة

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولات كبيرة نتيجة الثورة الرقمية التي أثرت في جميع جوانب الحياة، مما أعاد تشكيل أنماط التفاعل والتواصل والمعرفة. وقد كان لقطاع السياحة نصيب وافر من هذه التغيرات، حيث أصبح يعتمد بشكل متزايد على التقنيات الحديثة والتطبيقات الرقمية لتطوير خدماته وتحسين تجربة السائح، بالإضافة إلى الترويج الفعال للوجهات السياحية. وفي ظل هذا السياق التكنولوجي المتسارع، ظهرت السياحة الافتراضية كأحد الابتكارات الحديثة التي غيرت المفاهيم التقليدية للسفر، وفرضت نفسها كأداة جديدة في مشهد السياحة العالمي.

وقد ساهمت جائحة كوفيد-19 في تسريع وتيرة الاعتماد على هذه السياحة، بعد أن فرضت قيوداً صارمة على حركة السفر والتنقل، مما دفع العديد من الدول والمؤسسات السياحية إلى اعتماد السياحة الافتراضية كبديل مؤقت في البداية، ثم كخيار استراتيجي طويلة الأمد. وفي هذا الإطار، برزت تجارب دولية رائدة، مثل الإمارات العربية المتحدة التي قدمت جولات افتراضية عالية الجودة لمواقعها الثقافية والتراثية، وكوريا الجنوبية التي طورت عروضاً رقمية غنية تجمع بين الترفيه والترويج السياحي. كما اتبعت فرنسا نموذجاً يركز على استخدام السياحة الافتراضية لتعزيز إرثها الثقافي والفني.

ومع ذلك، تثير السياحة الافتراضية العديد من التساؤلات حول قدرتها الفعلية على إقناع السائح باتخاذ قرار الزيارة، وكذلك حول تأثيرها على التصورات والانطباعات الأولية التي يكوّنها المستهلك السياحي تجاه الوجهة. كما تثير جدلاً واسعاً حول ما إذا كانت هذه التجربة الرقمية قادرة على استبدال الزيارة الواقعية، أم أنها تظل مجرد أداة تكميلية في عملية الترويج السياحي.

انطلاقاً من هذا المفهوم، تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على السياحة الافتراضية بوصفها أحد الاتجاهات الحديثة في القطاع السياحي، وذلك من خلال الوقوف على طبيعتها وآليات عملها، وتحليل السياق الذي ساهم في بروزها وانتشارها، خاصة في ظل التحولات الرقمية المتسارعة. كما تهدف إلى تقييم الإمكانيات التي تتيحها هذه التجربة الرقمية في دعم وتعزيز الترويج للوجهات السياحية، من خلال استعراض الأبعاد التقنية والثقافية التي تقوم عليها، إلى جانب مناقشة التحديات التي قد تحول دون توظيفها بفعالية، لاسيما في البيئات السياحية التي لا تزال في طور التحول الرقمي.

الإشكالية:

رغم التطور التقني الذي تشهده السياحة الافتراضية، إلا أن فعاليتها في التأثير على السلوك السياحي وتحقيق أهداف الترويج السياحي ما زالت محل تساؤل، خاصة في السياقات السياحية الناشئة أو التقليدية.

هل يمكن للسياحة الافتراضية أن تساهم في الترويج الفعال للوجهات السياحية، وما هي حدودها وإمكاناتها بالمقارنة مع أدوات الترويج التقليدية؟

الأسئلة الفرعية:

1. ما المقصود بالسياحة الافتراضية وما أهم تقنياتها؟
2. ما مدى تأثير السياحة الافتراضية على نوايا السائحين في زيارة الوجهات فعلياً؟
3. ما هي أبرز التجارب الدولية الناجحة في هذا المجال؟

الفرضيات:

- كلما زاد استخدام السياحة الافتراضية، كلما زاد الإقبال على الوجهات السياحية.
- كلما زاد استخدام السياحة الافتراضية، كلما قل الإقبال على الوجهات السياحية.
- كل زاد استخدام السياحة الافتراضية، لم يتغير مستوى الإقبال على الوجهات السياحية.

أسباب اختيار الموضوع:

أسباب موضوعية:

- حداثة الموضوع وقلة الدراسات العربية المتخصصة فيه.
- التزايد الملحوظ في استخدام التقنيات الرقمية في قطاع السياحة.
- الحاجة إلى حلول بديلة ومستدامة في الترويج السياحي في ظل الأزمات.

أسباب ذاتية:

- اهتمام الباحثين بتقنيات الإعلام الرقمي وتطبيقاتها السياحية.

- الرغبة في المساهمة في تطوير استراتيجيات سياحية مبتكرة.
- الاطلاع المسبق على تجارب افتراضية جذبت الانتباه لأهميتها.

أهمية الدراسة:

- تساهم في تسليط الضوء على مفهوم جديد في حقل الترويج السياحي.
- توفر مرجعاً معرفياً للمؤسسات السياحية وصنّاع القرار.
- تساعد على فهم التفاعل بين التكنولوجيا وسلوك السائح.
- تُمكن من تقييم فعالية التجارب الافتراضية في التأثير على القرار السياحي.

أهداف الدراسة:

1. توضيح مفهوم السياحة الافتراضية وتقنياتها الأساسية.
2. تحليل نماذج دولية في استخدام السياحة الافتراضية لأغراض الترويج.
3. تقييم مدى تأثير السياحة الافتراضية على السائحين المحتملين.
4. تقديم توصيات لتحسين استراتيجيات الترويج السياحي الرقمي.

المنهج المتبع

سيتم اعتماد المنهج الاحصائي و المقارن من خلال:

- جمع إحصاءات نسبية حول السياحة الافتراضية.
- تحليل محتوى التجارب الدولية في المجال.
- مقارنة بين النماذج المختلفة.
- مناقشة الفجوة بين النظرية والتطبيق في السياقات النامية.

هيكلية الدراسة:

وقصد الإلمام بالموضوع في حدود الاستطاعة قسم البحث إلى ثلاث فصول:

- **الفصل الأول:** السياحة الافتراضية: المفاهيم والأسس النظرية وتناولتا فيه ثلاثة مباحث، المبحث الأول السياحة الافتراضية كمدخل مفاهيمي حديث أما المبحث الثاني متطلبات السياحة الافتراضية وتقنياتها الحديثة والمبحث الثالث الآثار والمزايا والتحديات المرتبطة بالسياحة الافتراضية
- **الفصل الثاني:** السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة وتناولتا فيه ثلاثة مباحث، المبحث الأول واقع السياحة الافتراضية في الجزائر أما المبحث الثاني تجارب مقارنة ودروس مستفادة للجزائر والمبحث الثالث الأطر الاستراتيجية والتنظيمية لتفعيل السياحة الافتراضية في الجزائر
- **أما بالنسبة للخاتمة:** فكانت حوصلة عامة لمختلف النتائج.

الفصل الأول:
السياحة الافتراضية،
المفاهيم والأسس
النظرية

تمهيد:

في ظل التحولات التكنولوجية السريعة التي يشهدها العالم، بدأت مفاهيم جديدة تتجلى في مختلف القطاعات، بما في ذلك القطاع السياحي الذي يشهد تحولاً نحو الرقمية. وقد ظهرت السياحة الافتراضية كأحد الحلول المبتكرة التي تتيح للأفراد استكشاف وجهات سياحية حول العالم دون الحاجة إلى السفر الفعلي، مستفيدة من تقنيات الواقع الافتراضي والتصوير المتقدم. بينما تسعى الدول لتعزيز تنافسيتها في مجال السياحة، أصبحت هذه السياحة وسيلة فعالة للترويج الثقافي والمعرفي، خاصة من خلال تجارب مقارنة أثبتت فعاليتها في دعم الوجهات الأقل شهرة وزيادة الطلب عليها. لذا، تبرز أهمية دراسة السياحة الافتراضية وإمكاناتها كأداة استراتيجية للترويج السياحي في السياقات المعاصرة.

المبحث الأول: السياحة الافتراضية كمدخل مفاهيمي حديث

شهد قطاع السياحة تطوراً ملحوظاً نتيجة للتقدم التكنولوجي، مما أدى إلى ظهور مفاهيم جديدة مثل السياحة الافتراضية.

يتيح هذا النمط للأفراد استكشاف الوجهات السياحية عن بُعد من خلال استخدام تقنيات الواقع الافتراضي والوسائط الرقمية. وتعتبر السياحة الافتراضية مدخلاً حديثاً يعكس التحول الرقمي في تجربة السفر.

المطلب الأول: مفهوم السياحة الافتراضية ونشأتها

تُعتبر السياحة الافتراضية من المفاهيم الحديثة التي ظهرت نتيجة لتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وخاصة تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز. وتهدف هذه الفكرة إلى تمكين الأفراد من استكشاف المعالم السياحية والثقافية دون الحاجة إلى السفر الفعلي، وذلك لأسباب صحية أو اقتصادية أو بيئية. وقد ازدادت أهمية هذه السياحة بشكل ملحوظ في العقد الأخير، خصوصاً خلال جائحة كوفيد-19، حيث وفرت بديلاً رقمياً أتاح للناس فرصة التجول في المتاحف والمواقع الأثرية والمعالم الطبيعية عبر شاشاتهم، مما جعلها جزءاً أساسياً من استراتيجيات الترويج السياحي الحديثة.

أولاً: مفهوم السياحة الافتراضية

تُعتبر السياحة الافتراضية واحدة من أبرز الاتجاهات الحديثة في قطاع السياحة، حيث تمثل تحولاً نوعياً في كيفية تقديم واستهلاك الخدمات السياحية. تعتمد هذه السياحة على التكنولوجيا الرقمية لتوفير تجربة تفاعلية تحاكي الواقع، مما يتيح للأفراد "زيارة" المعالم السياحية والثقافية أو الطبيعية عن بُعد، دون الحاجة إلى التنقل الفعلي. يتم ذلك من خلال استخدام تقنيات مثل الواقع الافتراضي (Virtual Reality) والواقع المعزز (Augmented Reality)، بالإضافة إلى الوسائط المتعددة والتصوير البانورامي والتجولات التفاعلية ثلاثية الأبعاد.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

وقد عرّف الباحث أحمد شحاته السياحة الافتراضية بأنها "شكل من أشكال السياحة الحديثة التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتتيح للسائح فرصة استكشاف المواقع السياحية عن بُعد، من خلال منصات إلكترونية وتطبيقات ذكية تمكّنه من التفاعل مع المكان وكأنه موجود فيه فعلياً".¹

تعتبر الباحثة فاطمة الزهراء خليل أن السياحة الافتراضية هي "نشاط سياحي رقمي يتيح للأفراد تجربة حسية ومعرفية شاملة من خلال تقنيات تكنولوجيا، مما يمكنهم من التفاعل مع البيئة السياحية الرقمية دون الحاجة إلى التنقل الفعلي".²

يشير مفهوم السياحة الافتراضية إلى إعادة تشكيل العلاقة بين السائح والمكان، حيث يصبح العنصر التكنولوجي الوسيط الرئيسي الذي ينقل الصور والمعلومات والأصوات والمشاهد التفاعلية. وهذا يمنح السائح تجربة تشبه التجربة الحقيقية، سواء كان الهدف من ذلك الترفيه، أو التعلم، أو التخطيط لرحلة فعلية في المستقبل.

التعريف الاجرائي للسياحة الافتراضية

تُعتبر السياحة الافتراضية من أحد الأنماط السياحية الحديثة التي تتيح للسائح زيارة المعالم والمواقع السياحية عن بُعد، دون الحاجة إلى الانتقال الفعلي أو السفر، حيث تعتمد هذه السياحة على تقنيات رقمية وتكنولوجية متقدمة، مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز، ما يوفر تجربة محاكاة تفاعلية وشاملة. كما انها تمكن الأفراد من استكشاف المرافق السياحية المختلفة والتفاعل معها من داخل منازلهم، الأمر الذي يساهم في خلق بيئة مريحة وآمنة، خاصة لفئة السياح الذين يفضلون عدم مغادرة أماكن إقامتهم لأسباب شخصية أو صحية.

وتتكوّن السياحة الافتراضية، وفق مفهومي الخاص، من مقاطع فيديو مسجلة أو بثوث مباشرة عالية الجودة، تُقدّم بأسلوب يقرب التجربة من الواقع الفعلي، ما يجعلها وسيلة فعّالة للهروب من العزلة والانفصال عن روتين الحياة اليومية. كما تساهم التقنيات الحديثة في خلق حالة من الانغماس الحسي، حيث يفقد السائح تدريجياً الإحساس بالفارق بين العالم الحقيقي

¹ شحاته أحمد، السياحة الإلكترونية، الأسس النظرية والتطبيقات العملية (الإسكندرية، دار الفكر

الجامعي، 2020)، 113

² خليل فاطمة الزهراء، التسويق السياحي في البيئة الرقمية (عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2021)، 89.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

والافتراضي. ويتم ذلك من خلال توظيف حاستي السمع والبصر بشكل عميق، مما يُمكنه من استكشاف الوجهات السياحية والتفاعل معها بطريقة أقرب إلى التجربة الميدانية.

ثانيا: نشأة السياحة الافتراضية

ترجع النشأة النظرية لمفهوم السياحة الافتراضية إلى بدايات التسعينيات من القرن العشرين، مع تطور الإنترنت وتقنيات الوسائط المتعددة، وظهور التجولات الافتراضية الأولى لبعض المعالم العالمية، حيث استخدمت بعض المؤسسات الثقافية والمواقع الأثرية تقنية الصور البانورامية وتطبيقات الخرائط التفاعلية لعرض الأماكن السياحية بشكل مبسط.

ومع دخول القرن الحادي والعشرين، تسارعت وتيرة التطوير في هذا المجال، خاصة بعد ظهور تقنيات الواقع الافتراضي والنظارات الذكية، مما أتاح تجربة أكثر تفاعلية وواقعية. غير أن القفزة الكبرى في انتشار هذا المفهوم جاءت خلال أزمة جائحة كوفيد-19، حيث لجأت العديد من المؤسسات السياحية والمتاحف العالمية إلى توفير محتوى افتراضي للسائحين، لتعويض القيود المفروضة على السفر والتنقل.

تعتبر الباحثة رانيا عيسى أن السياحة الافتراضية نشأت كاستجابة مباشرة للتغيرات التكنولوجية والقيود البيئية والصحية. وتوضح قائلة: "لقد ساهم التقدم في تكنولوجيا الواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي في ظهور نمط جديد من السياحة يحقق أهدافاً ترفيهية وتنقيفية، دون أن يؤثر سلباً على البيئة أو يتطلب التنقل".¹

يشير الباحث جلال محمود إلى أن هذا النمط أصبح أداة تسويقية فعالة بيد شركات السياحة، حيث يساعد في تقديم الوجهات السياحية بشكل تفاعلي لجذب السائحين قبل اتخاذهم قرار السفر.²

المطلب الثاني: الفرق بين السياحة التقليدية والسياحة الافتراضية

¹ عيسى رانيا، التحول الرقمي في السياحة العالمية (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2022)، 76

² محمود جلال، إدارة وتخطيط التسويق السياحي (عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2019)، 134.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

في ظل التغيرات السريعة التي يشهدها العالم، خاصة في مجالات التكنولوجيا والاتصال، ظهرت أنماط جديدة من السياحة تتماشى مع هذه التحولات. بينما تستمر السياحة التقليدية في الاعتماد على التنقل الفعلي والتفاعل المباشر مع الوجهات، برزت السياحة الافتراضية كبديل رقمي حديث، حيث تقدم تجربة عن بُعد دون الحاجة لمغادرة المكان. في هذا الإطار، سنقوم بمقارنة بين النمطين من خلال مجموعة من الأبعاد الأساسية.

أولاً: التجربة الحسية والتفاعل الميداني

تتيح السياحة التقليدية للسائح فرصة استكشاف المكان بكل حواسه، حيث لا يقتصر الأمر على المشاهدة فحسب، بل يتضمن أيضاً لمس الأشياء، واستنشاق الروائح، وتذوق الأطعمة المحلية، والمشاركة في الأنشطة الثقافية. هذا التفاعل المباشر يترك أثراً نفسياً عميقاً، ويُخلد التجربة في ذاكرة الشخص بطريقة يصعب نسيانها. على سبيل المثال، لا يمكن مقارنة نكهة طبق تقليدي يُتناول في سوق شعبي بتلك التي تُعرض أو تُوصف رقمياً على الشاشة.

من ناحية أخرى، تظل السياحة الافتراضية، رغم تقدمها التكنولوجي، محدودة من حيث التأثير الحسي. إذ يعتمد السائح في هذه الحالة على المشاهدة والاستماع فقط، دون وجود ارتباط حقيقي مع المكان. فالصورة ثلاثية الأبعاد والفيديوهات بزوايا 360 درجة لا تستطيع نقل دفء المكان، أو صخب الأسواق، أو حتى مشاعر الرهبة التي ترافق زيارة موقع أثري حقيقي.¹

ثانياً: التكلفة المالية والآثار البيئية

أحد الاختلافات الرئيسية بين النمطين هو الجانب المالي. تتطلب السياحة التقليدية ميزانية كبيرة تشمل تكاليف النقل، الإقامة، الطعام، والأنشطة المصاحبة. وتزداد هذه التكاليف كلما كانت الوجهة بعيدة أو تتطلب خدمات خاصة. علاوة على ذلك، يترك هذا النوع من السياحة أثراً بيئياً سلبياً، من خلال استهلاك الوقود وزيادة الانبعاثات الغازية، مما يرفع الضغط على الموارد الطبيعية.

على النقيض من ذلك، تُعتبر السياحة الافتراضية خياراً أكثر استدامة من الناحيتين الاقتصادية والبيئية. حيث يتم التنقل عبر منصات إلكترونية، مما يقلل من النفقات. كما تساهم

¹ صابر محمد جمال الدين. السياحة في عصر الرقمنة (القاهرة. دار الهدى 2021)، 47.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

هذه السياحة في تقليل انبعاث الغازات الدفيئة وتحافظ على المواقع الطبيعية والتاريخية من التآكل الناتج عن الازدحام البشري.¹

ثالثاً: الدافع السياحي والهدف من الرحلة

تتمثل إحدى الفروقات الأساسية بين النمطين في الجانب المالي. تحتاج السياحة التقليدية إلى ميزانية كبيرة تشمل تكاليف النقل، الإقامة، الطعام، والأنشطة المختلفة. وتزداد هذه التكاليف كلما كانت الوجهة بعيدة أو تتطلب خدمات خاصة. بالإضافة إلى ذلك، تترك هذه النوعية من السياحة أثراً بيئياً سلبياً، من خلال استهلاك الوقود وزيادة انبعاثات الغازات، مما يزيد الضغط على الموارد الطبيعية.

بالمقابل، تُعتبر السياحة الافتراضية خياراً أكثر استدامة من الناحيتين الاقتصادية والبيئية. حيث يتم التنقل عبر منصات إلكترونية، مما يقلل من النفقات. كما تساهم هذه السياحة في تقليل انبعاث الغازات الدفيئة وتحافظ على المواقع الطبيعية والتاريخية من التآكل الناتج عن الازدحام البشري.²

رابعاً: التبادل الثقافي والتفاعل الإنساني

تتيح السياحة التقليدية فرصة للتفاعل المباشر مع السكان المحليين، مما يمكن السائح من اكتساب فهم حقيقي للعادات والتقاليد، ويساهم في بناء جسور ثقافية بين الشعوب. يمكن للسائح أن يشارك في الاحتفالات المحلية أو يتعلم بعض المفردات من اللغة الدارجة، مما يمنحه شعوراً بالاندماج والقبول .

على النقيض، فإن السياحة الافتراضية تقتصر على تفاعل سطحي إلى حد كبير، حيث يشاهد المستخدم الثقافة المحلية من بعيد دون أن يكون له دور فعال فيها. كل ما يمكنه فعله هو استهلاك المحتوى دون أن يؤثر فيه أو يتأثر به بشكل عميق.³

¹ قانة خديجة. أثر التكنولوجيا الحديثة على قطاع السياحة (الجزائر دار الكتاب الجامعي، 2020)، 109.

² عاشور منير. أنماط السياحة الحديثة وأثرها على التنمية السياحية (بيروت، دار المعرفة الجامعية، 2019)،

³ مرزوق عبد القادر. السياحة الثقافية والتبادل الحضاري (تونس، دار الفجر ، 2022)، 68

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

خامساً: التوافر وسهولة الوصول

تُعتبر السياحة التقليدية مقتصرة على الأفراد الذين يمتلكون الوسائل والإمكانات الجسدية والمادية اللازمة، مما يحرم فئات واسعة مثل ذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن وأصحاب الدخل المحدود من الاستمتاع بهذه التجربة. بالإضافة إلى ذلك، تبقى بعض الوجهات السياحية مغلقة أمام الزوار بسبب الحروب أو الكوارث أو الأزمات الصحية.

على النقيض من ذلك، توفر السياحة الافتراضية إمكانية الوصول للجميع، دون استثناء، وفي أي وقت ومن أي مكان. فهي تزيل جميع الحواجز، مما يجعل العالم بمثابة قرية سياحية رقمية مفتوحة.

السياحة الافتراضية لا تهدف إلى إلغاء السياحة التقليدية، بل تسعى إلى تكملتها. ففي الحالات التي يصبح فيها السفر مستحيلاً لأسباب معينة، تصبح التقنية البديل الأمثل. كما يمكن استخدام السياحة الافتراضية كأداة للترويج والتسويق، مما يساعد المسافرين على اتخاذ قراراتهم بثقة أكبر. ومع ذلك، تظل السياحة التقليدية هي التجربة الأكثر شمولاً وواقعية، لأنها تلامس الإنسان في أعماقه وتربطه بالمكان والزمان بشكل حي.¹

سادساً: التأثير الاقتصادي على المجتمعات المحلية

تُعتبر السياحة التقليدية مصدراً اقتصادياً حيوياً للعديد من المناطق، خاصة تلك التي تعتمد على العائدات السياحية كمصدر رئيسي للدخل. فهي تساهم بشكل مباشر في تنشيط القطاعات الاقتصادية المحلية مثل الفنادق، ووسائل النقل، والصناعات التقليدية، والمطاعم، بالإضافة إلى خلق فرص عمل مباشرة وغير مباشرة للسكان المحليين. إن وجود السائح في المنطقة يُعزز الدورة الاقتصادية، ويساعد في تقليل معدلات البطالة، وتحسين مستوى المعيشة في المجتمعات المستقبلية.

أما السياحة الافتراضية، فرغم فوائدها التكنولوجية، إلا أنها لا تحدث نفس التأثير الاقتصادي المباشر على المجتمعات المحلية. فالسائح الرقمي يستهلك المحتوى دون أن يُسهم بشكل فعلي في الاقتصاد المحلي، إلا من خلال الاشتراك في المنصات أو شراء منتجات رقمية.

¹ دريسي نوال. السياحة المستدامة وتحديات الرقمنة (قسنطينة. دار الوعي، 2023)، 104.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

وبالتالي، تُعد السياحة الافتراضية فرصة مهمة للترويج، لكنها لا تعوض الفوائد الاقتصادية الحقيقية التي توفرها السياحة التقليدية..¹

سابعاً: مرونة التجربة واستمراريتها

تتيح السياحة الافتراضية مستوى عالٍ من المرونة الزمنية والمكانية، حيث يمكن للمستخدم استكشاف وجهات متعددة في فترة قصيرة ودون قيود تتعلق بالتأشيرات أو توافر الرحلات أو الظروف الجوية. وهذا يوفر تجربة سياحية مستدامة يمكن تكرارها أو تعديلها في أي وقت. كما أنها تُعتبر مفيدة بشكل خاص في حالات الطوارئ الصحية، مثل جائحة كوفيد-19، عندما توقف السفر تمامًا

على النقيض من ذلك، تظل السياحة التقليدية محكومة بعوامل لوجستية وتنظيمية، وتتطلب تخطيطاً مسبقاً، وحجوزات، وتجهيزات شخصية. كما يمكن أن تُلغى أو تُؤجل بسبب عوائق إدارية أو كوارث طبيعية، مما يجعلها أقل مرونة مقارنة بالسياحة الرقمية..²

ثامناً: مستوى الأمان والراحة النفسية

تقدم السياحة الافتراضية تجربة خالية من المخاطر المرتبطة بالسفر، مثل فقدان الأمتعة، التعرض للسرقة، أو الإصابة بالأمراض أثناء التنقل. كما أنها توفر راحة نفسية للمستخدمين، خاصة لأولئك الذين يعانون من القلق أو التوتر بسبب الأماكن المزدحمة أو الرحلات الطويلة .

من ناحية أخرى، على الرغم من جمال السياحة التقليدية ورائتها، إلا أنها قد تشكل عبئاً نفسياً لبعض الأفراد بسبب التحديات التنظيمية، الفروقات الثقافية، أو حتى عدم الإلمام باللغة المحلية. بالإضافة إلى ذلك، هناك دائماً درجة من عدم الأمان في بعض الوجهات السياحية..³

تاسعاً: القدرة على تخصيص المحتوى والتجربة

¹ علي منى محمد. الاقتصاد السياحي وأثره في التنمية (القاهرة. دار الفكر العربي ، 2019)، 131.

² بلقاسم عبد الرزاق. التحول الرقمي في القطاع السياحي (الجزائر. منشورات جامعة باتنة، 2021)، 89.

³ المنصوري حسان. السلوك السياحي: بين الواقع والمأمول (بيروت. دار البصائر ، 2020)، 74.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

تتيح السياحة الافتراضية تخصيص التجربة السياحية وفقاً لاهتمامات المستخدم، من خلال اختيار جولات محددة، مرشدين افتراضيين، أو لغات العرض. كما تمنح المستخدم القدرة على التحكم في وتيرة المشاهدة وإعادة التجربة عدة مرات، مما يعزز من الفعالية التعليمية والترفيهية في آن واحد.

بالمقابل، لا توفر السياحة التقليدية دائماً نفس مستوى التخصيص، رغم واقعيتها. فقد يواجه السائح مواقف غير متوقعة أو جولات لا تتناسب مع اهتماماته، مما قد يؤثر سلباً على جودة تجربته.¹

عاشراً: دور السياحة في بناء الذاكرة الجماعية والمجتمعية

تلعب السياحة التقليدية دوراً عاطفياً وثقافياً مهماً في تشكيل الذاكرة الفردية والجماعية المرتبطة بالأماكن. غالباً ما يرتبط الأشخاص برحلاتهم بمناسبات خاصة، مثل رحلة التخرج أو شهر العسل، مما يجعل هذه التجارب جزءاً لا يتجزأ من هويتهم وذاكراتهم التي تُروى للأجيال القادمة. في المقابل، تظل السياحة الافتراضية في الغالب تجربة عابرة، حيث يصعب أن تتصل عاطفياً بنفس القوة مع المناسبات الخاصة أو أن تتحول إلى رموز ثقافية في ذاكرة الفرد والمجتمع.²

¹ فتيحة نوال. الرقمنة والسياحة الذكية (جامعة الجزائر. مجلة علوم السياحة، العدد 8، 3، 2022)، 103.

² سليم زينب. الذاكرة السياحية والهوية الثقافية (عمان. دار مجدلاوي، 2021)، 52.

المبحث الثاني: متطلبات السياحة الافتراضية وتقنياتها الحديثة

مع تسارع التطور التكنولوجي، أصبحت السياحة الافتراضية واحدة من الاتجاهات الحديثة في مجال السياحة. فهي تتيح للمستخدمين استكشاف المعالم السياحية عن بُعد من خلال استخدام تقنيات رقمية متطورة. وتعتبر هذه السياحة بديلاً مبتكراً يجمع بين التكنولوجيا وشغف السفر.

المطلب الأول: المتطلبات التكنولوجية (الواقع الافتراضي، الواقع المعزز، الذكاء الاصطناعي)

تعتبر السياحة الافتراضية نتيجة للتطورات التكنولوجية المتسارعة، التي حولت تجربة السفر من زيارة فعلية إلى رحلة رقمية شاملة. ولتحقيق هذه التجربة بشكل فعال وعالي الجودة، من الضروري توفر تقنيات متطورة ومتربطة تشكل الأساس لهذه السياحة الحديثة، وأهمها: الواقع الافتراضي، الواقع المعزز، والذكاء الاصطناعي.

1. الواقع الافتراضي (Virtual Reality – VR)

يعتبر الواقع الافتراضي أحد العناصر الأساسية للسياحة الافتراضية، حيث يتيح للمستخدم تجربة العيش في بيئة رقمية تحاكي الواقع بدقة واندماج عالٍ. من خلال استخدام أجهزة مثل خوذات الواقع الافتراضي أو نظارات خاصة، يتمكن السائح من دخول فضاء ثلاثي الأبعاد تم تصميمه استناداً إلى صور حقيقية بتقنية 360 درجة، ليبدأ في استكشاف المكان كما لو كان موجوداً فيه بالفعل.

تتيح هذه التقنية للسائح التفاعل بصرياً وسمعيّاً مع البيئة المحيطة، مما يمكنه من التجول في مدينة أثرية، أو الوقوف أمام معلم شهير، أو مراقبة تفاصيل معمارية دقيقة. وفي بعض التطبيقات المتقدمة، يمكنه أيضاً "التنقل" أو "التفاعل" باستخدام وحدة تحكم رقمية، مما يعزز من واقعية التجربة. وتزداد أهمية هذه التقنية عندما يتعلق الأمر بأشخاص لا يستطيعون

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

السفر، إما بسبب الإعاقة الجسدية أو الضائقة المالية، مما يجعل الواقع الافتراضي وسيلة ديمقراطية لإتاحة السياحة للجميع.¹

2. الواقع المعزز (Augmented Reality – AR)

يمثل الواقع المعزز تطوراً موازياً للواقع الافتراضي، لكنه يعمل بطريقة مختلفة. بدلاً من استبدال الواقع ببيئة رقمية كاملة، يضيف الواقع المعزز عناصر رقمية مثل الصوت والصور والبيانات التوضيحية إلى البيئة الحقيقية. وهذا يعد مفيداً للغاية في مجالات السياحة الثقافية والتاريخية، حيث يمكن للزوار توجيه كاميرات هواتفهم نحو المواقع الأثرية لتظهر لهم معلومات إضافية أو صور ثلاثية الأبعاد توضح شكل المباني في العصور الماضية.

على سبيل المثال، عند زيارة الأطلال الرومانية، يمكن للواقع المعزز أن يعرض عبر الهاتف أو النظارات الذكية محاكاة لشكلها القديم، أو يُعيد إحياء شخصية تاريخية تروي أحداثاً وقعت في نفس المكان، مما يعمق الفهم ويزيد من مستوى التفاعل.

تتمثل قوة الواقع المعزز في كونه متاحاً على نطاق أوسع من الواقع الافتراضي، حيث يكفي وجود هاتف ذكي وتطبيق مخصص لبدء الاستكشاف. كما أنه يعزز تجربة السائح في الرحلات الفعلية.²

3. الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence – AI)

الذكاء الاصطناعي يُعتبر "العقل الذكي" الذي يعزز أداء تقنيات السياحة الافتراضية ويزيد من فعاليتها. فهو يقوم بتخصيص التجربة لكل مستخدم وفقاً لاهتماماته وسلوكه الرقمي وتفضيلاته السابقة. عند زيارة المستخدم لمنصة سياحية افتراضية، تستطيع خوارزميات الذكاء الاصطناعي اقتراح أماكن جديدة تتناسب مع ميوله، أو تعديل الجولة لتناسب الوقت المتاح له.

من أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في السياحة الافتراضية وجود مرشدين افتراضيين يتفاعلون مع الزوار بلغتهم الأم، ويقدمون إجابات فورية على استفساراتهم، بالإضافة إلى شرح

¹ الهواري سمير، التكنولوجيا الرقمية وتطور السياحة الافتراضية (دار الكتاب الجامعي، 2021)، 84.

² بوشامة نوال، التطبيقات الذكية في السياحة الثقافية (جامعة سطيف. منشورات 2، 2022)، 109.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

تاريخ المعالم بطريقة مبسطة وشاملة. كما يمكن استخدام هذه التقنيات لتحليل بيانات المستخدمين وتحسين العروض المستقبلية بناءً على تقييماتهم.

تساهم هذه الإمكانيات في تحسين تجربة الزائر، كما تتيح للمؤسسات السياحية تطوير خدماتها استناداً إلى بيانات دقيقة وحقيقية.¹

إن دمج هذه التقنيات الثلاث ليس مجرد ترف رقمي، بل هو ضرورة ملحة للدول والمؤسسات السياحية التي تسعى لمواكبة التحول الرقمي العالمي. يوفر الواقع الافتراضي تجربة غامرة، بينما يعزز الواقع المعزز من مستوى المعرفة، ويعمل الذكاء الاصطناعي على تحسين الكفاءة والتخصص في التجربة. ومع تقدم هذه التقنيات وانخفاض تكاليفها، تصبح السياحة الافتراضية حلاً فعالاً لتوسيع قاعدة الزوار وتقديم تجربة سياحية فريدة وآمنة، خاصة في أوقات الأزمات أو الكوارث الصحية.²

المطلب الثاني: البنية التحتية والمؤسسية لدعم السياحة الافتراضية

مع تسارع التطورات التكنولوجية، أصبحت السياحة الافتراضية خياراً مبتكراً يمكن الأفراد من استكشاف الوجهات السياحية حول العالم دون الحاجة إلى السفر الفعلي. لتحقيق استفادة فعالة ومستدامة من هذا النوع من السياحة، يتطلب الأمر وجود بنية تحتية وتقنية متطورة، بالإضافة إلى مؤسسات نشطة تضع الأطر التنظيمية وتقدم الدعم اللازم. تشمل البنية التحتية شبكات الاتصال عالية السرعة، والمنصات الرقمية، وتقنيات الواقع الافتراضي والمعزز، بينما تتمثل البنية المؤسسية في الجهات الحكومية، والشركات السياحية، والمراكز البحثية التي تتعاون لتطوير هذا القطاع. إن تكامل هذين الجانبين يشكل الأساس لنجاح السياحة الافتراضية وتعزيز دورها في الاقتصاد السياحي المعاصر.

أولاً: البنية التحتية التكنولوجية

¹ عبد المؤمن رشيد، الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي في قطاع السياحة (الجزائر. دار الإبداع الأكاديمي، 2023)، 66.

² بن عيسى عبد الحفيظ، التحول الرقمي وآفاق السياحة الذكية في الجزائر (الجزائر. دار الهدى، 2023)، 41.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

تعتبر البنية التحتية التكنولوجية العنصر الأساسي الذي لا يمكن الاستغناء عنه عند مناقشة السياحة الافتراضية. فهي توفر الإطار العملي الذي يحول التجربة الرقمية إلى واقع ملموس بدلاً من أن تظل مجرد فكرة نظرية. كلما كانت هذه البنية متكاملة ومحدثة، زادت فرص جذب السياح من خلال الفضاء الرقمي وتقديم صورة احترافية للوجهات السياحية الوطنية.

1. الإنترنت عالي التدفق والاتصالات الرقمية الحديثة

لا يمكن للسياحة الافتراضية أن تزدهر دون وجود شبكة اتصالات قوية. تُعتبر خدمة الإنترنت عالية السرعة ضرورة تقنية وليست مجرد ميزة إضافية، خاصةً مع تطور تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي التي تتطلب سرعات تحميل واستجابة فورية. ضعف الاتصال يؤدي إلى تجربة سياحية افتراضية غير واضحة، مما يفقد السائح الإحساس بالمكان والاندماج فيه، وهذا قد يؤدي حتماً إلى فشل هذا النوع من السياحة. لذا، يجب أن يكون الاستثمار في شبكات الألياف البصرية وشبكات الجيل الخامس (5G) أولوية وطنية.¹

2. مراكز البيانات والخوادم ذات الأداء العالي

إن الزيادة في حجم المحتوى السياحي الرقمي، وخاصة الصور عالية الدقة والفيديوهات ثلاثية الأبعاد، تستدعي وجود بنية تحتية قادرة على تخزين ومعالجة هذا الكم الكبير من المعلومات. مراكز البيانات الحديثة لا تقتصر على كونها مخازن للمعلومات، بل تعمل كبُنوك ديناميكية تدير البيانات وتُعالجها بشكل مستمر. بالإضافة إلى ذلك، يُعتبر اعتماد تقنيات الحوسبة السحابية ميزة كبيرة، حيث يتيح توسيع نطاق الاستخدام دون الحاجة إلى استثمارات ضخمة في البنية التحتية المحلية.²

3. الأجهزة الذكية والمعدات التفاعلية

لا يمكن تصور تجربة سياحية افتراضية دون الاعتماد على الأجهزة الذكية التي تتيح للمستخدم الانغماس في العالم الرقمي للوجهات السياحية. فوجود نظارات الواقع الافتراضي مثل Oculus، وأنظمة الواقع المعزز في الهواتف الحديثة، والشاشات التفاعلية، يعزز من واقعية هذه

¹ بن زيدان عبد القادر. الرقمنة والسياحة: جدلية التفاعل والتنمية (الجزائر. دار المسيرة ، 2022)، 91.

² لطرش فتيحة. التكنولوجيا والسياحة المستدامة في الجزائر (الجزائر. دار المجد، ، 2021)، 107.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

التجربة. بالإضافة إلى ذلك، تساهم الكاميرات المتطورة بزاوية 360 درجة والطائرات بدون طيار في إنتاج محتوى غامر، مما يجعل السياحة الافتراضية بديلاً حقيقياً وفعالاً.¹

ثانياً: البنية المؤسسية والتنظيمية

إن نجاح السياحة الافتراضية لا يتوقف فقط على توفر التكنولوجيا، بل يتطلب أيضاً وجود منظومة مؤسسية قوية تقوم بالتخطيط والتوجيه ومراقبة مسار هذه التجربة الحديثة، لضمان استمراريته وتطويرها. حتى أقوى المنصات التقنية قد تواجه الفشل في غياب أطر تنظيمية واضحة واستراتيجيات مؤسسية متكاملة.

1. دور الوزارات والهيئات الحكومية المختصة بالسياحة

تطالب الجهات الرسمية المعنية بالسياحة اليوم بإعادة تصميم استراتيجياتها لتواكب التحولات الرقمية. يتضمن ذلك تخصيص ميزانيات خاصة للسياحة الرقمية، وإنشاء منصات رسمية تتيح تقديم جولات افتراضية، بالإضافة إلى دمج هذا النمط ضمن خطط الترويج السياحي. كما يُعتبر من الضروري ربط هذه المنصات ببنوك معلومات وطنية موثوقة، مما يسهل الوصول إلى المحتوى للزوار من جميع أنحاء العالم.²

2. المؤسسات التعليمية والجامعات والمراكز البحثية

تعتبر الجامعات ومراكز البحث شريكاً أساسياً في تطوير السياحة الافتراضية، حيث تقدم الكفاءات التكنولوجية والفنية اللازمة لإنشاء نماذج سياحية رقمية مبتكرة. كما يمكنها تصميم برمجيات مخصصة للجولات السياحية الافتراضية وتدريب الطلاب على تقنيات التصوير الرقمي واستخدام أدوات الواقع الافتراضي. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمراكز البحثية أن تساهم في إجراء دراسات جدوى لتقييم فرص الاستثمار في هذا النوع من السياحة.³

3. شركات القطاعين العام والخاص

¹ بوحوش نذير. التقنيات الحديثة في صناعة السياحة الرقمية (الجزائر. دار الفتح ، 2020)، 134.

² سحنون منير. السياسات العمومية والسياحة في الجزائر (الجزائر. دار الأمة ، 2023)، 66.

³ قواسمية آسيا. دور الجامعة الجزائرية في دعم الاقتصاد السياحي (الجزائر. دار النبراس ، 2022)، 112.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

تُعتبر الشراكة بين الدولة ومؤسسات القطاع الخاص ضرورة استراتيجية، لاسيما في المجالات التقنية. حيث تمتلك شركات التكنولوجيا المعرفة والقدرة على التطوير السريع، بينما توفر الدولة الإطار القانوني والدعم اللوجستي والسياسي. من خلال هذه الشراكات، يمكن إطلاق تطبيقات سياحية افتراضية محلية تتميز بالاحترافية والابتكار، مما يتيح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرصة للمساهمة في تقديم المحتوى السياحي الرقمي.¹

4. الإطار القانوني والتنظيمي

لا يمكن تحقيق تحول رقمي ناجح في قطاع السياحة دون وجود تشريعات واضحة تنظم الأنشطة الرقمية، سواء فيما يتعلق بالتصوير أو حماية المحتوى أو خصوصية المستخدمين. ينبغي على الدولة وضع لوائح تحدد ما هو مسموح وما هو محظور في التصوير الرقمي، بالإضافة إلى التأكيد على حماية الحقوق الفكرية للمحتوى السياحي. كما يجب أن تشمل هذه القوانين معايير لحماية البيانات الشخصية، خاصة أن السياحة الافتراضية تعتمد على تفاعل مباشر بين المستخدم والمنصة الرقمية.²

تتطلب السياحة الافتراضية بنية متكاملة حيث تتداخل التقنية مع الإدارة، ولا يمكن للقطاع العام أن يعمل بمفرده دون تعاون مع القطاع الخاص، كما أن المؤسسات التعليمية لا يمكنها الازدهار بمعزل عن الأطر القانونية. إن نجاح هذا النوع من السياحة يعتمد على تكامل ثلاثة عناصر رئيسية: البنية التكنولوجية، الدعم المؤسسي، والتشريعات المنظمة. وإذا استطاعت الجزائر تحقيق هذا التكامل، فإنها ستدخل عصرًا جديدًا من السياحة قادرًا على خلق ثروة رقمية، والحفاظ على التراث، وجذب السياح حتى من منازلهم.³

المبحث الثالث: الآثار والمزايا والتحديات المرتبطة بالسياحة الافتراضية

شهدت السياحة الافتراضية تطورًا ملحوظًا في السنوات الأخيرة، نتيجة للتقدم التكنولوجي في تقنيات الواقع الافتراضي والمعزز، بالإضافة إلى الحاجة لتوفير بدائل سياحية خلال أزمات

¹ بوزيان كمال. ريادة الأعمال الرقمية في قطاع السياحة (الجزائر. دار الإشعاع ، 2021)، 88.

² بن يسعد سميرة. التشريعات الرقمية في المجال السياحي (الجزائر. دار الوجدان ، 2020)، 93.

³ عمار عبد الحق. السياحة الذكية في العالم الرقمي (الجزائر. دار الحكمة ، 2023)، 152.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

مثل جائحة كوفيد-19. أصبحت هذه السياحة وسيلة مبتكرة لعرض المواقع السياحية والترويج لها دون الحاجة إلى التنقل الفعلي، مما يمنحها طابعاً مرناً وشاملاً. وعلى الرغم من الفوائد المتعددة التي تحققها على الصعيدين الاقتصادي والثقافي، فإنها تواجه أيضاً تحديات تقنية وبشرية وتنظيمية، مما يستدعي دراسة معمقة للآثار المترتبة عليها والفرص والمخاطر المرتبطة بها.¹

المطلب الأول: مزايا السياحة الافتراضية وآثارها الإيجابية والسلبية

أصبحت السياحة الافتراضية واحدة من أبرز الابتكارات في مجال السياحة، حيث تتيح للناس فرصة استكشاف المعالم الثقافية حول العالم باستخدام تقنيات رقمية متطورة، دون الحاجة للسفر الفعلي. وقد ساعد هذا النوع من السياحة في التغلب على العديد من التحديات التقليدية، مثل التكاليف العالية، وصعوبات التنقل، والقيود البيئية. من خلال تجربتها التفاعلية، تقدم السياحة الافتراضية مزايا متعددة، ليس فقط على المستوى الفردي، بل تمتد آثارها الإيجابية لتشمل الجوانب الاقتصادية والثقافية والبيئية، مما يجعلها أداة فعالة لدعم التنمية السياحية المستدامة.

أولاً: الآثار الإيجابية المرتبطة بالسياحة الافتراضية

تتيح السياحة الافتراضية فرصة فريدة للأفراد في جميع أنحاء العالم، بغض النظر عن قدراتهم الجسدية أو أوضاعهم الاقتصادية، للاستمتاع بتجارب سياحية متنوعة وغنية. بينما كانت السياحة التقليدية محصورة على من يمتلك القدرة المالية والبدنية للسفر، فإن التجربة الرقمية قد فتحت الأبواب أمام الملايين لاستكشاف معالم ثقافية وسياحية لم يكن بإمكانهم الوصول إليها سابقاً. وهذا يعزز مبدأ العدالة في الوصول إلى الثقافة والمعرفة، ويعزز التفاعل الحضاري بين الشعوب..²

1. تسويق ذكي ومستدام للوجهات السياحية

¹ حمدان ناصر، السياحة الافتراضية في العالم العربي: الفرص والتحديات (بيروت. دار الفكر المعاصر. 2022)، 9.

² الشامي فاطمة. الاتجاهات الحديثة في السياحة الرقمية (القاهرة. منشورات جامعة القاهرة، 2021)، 61.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

تعتبر السياحة الافتراضية وسيلة فعالة للترويج الذكي والمستدام للمواقع السياحية. حيث يمكن للدول والمؤسسات السياحية إنشاء جولات افتراضية تفاعلية تنقل الرسائل التسويقية بدقة واحترافية. تتيح هذه التقنية عرض المواقع في أفضل حالاتها دون التقيد بمواسم الذروة أو الظروف الجوية، مما يعزز من صورتها الذهنية لدى الجمهور. وبالتالي، تعزز هذه الطريقة من حضور الوجهات السياحية على الساحة الدولية دون تحميلها أعباء بيئية أو لوجستية.¹

2. حماية الإرث الثقافي من الاندثار

تقدم السياحة الافتراضية وسيلة لحفظ وعرض التراث الثقافي والمعماري بشكل رقمي يحاكي الواقع، مما يساهم في توثيق المواقع المهددة بالزوال بسبب عوامل الزمن أو الحروب أو الكوارث الطبيعية. تتيح هذه التجارب الرقمية للزوار التفاعل مع معالم أثرية نادرة قد تكون مغلقة أو غير آمنة للزيارة الفعلية، مما يعزز الوعي بقيمتها ويساعد في حمايتها من التدهور من خلال تقليل الازدحام البشري.²

3. خلق فرص جديدة للعمل في السياحة الرقمية

أسهم التحول نحو السياحة الافتراضية في ظهور مهن جديدة وغير تقليدية، مثل مصممي الجولات الافتراضية، والمصورين ثلاثي الأبعاد، والمبرمجين المتخصصين في الواقع المعزز. كما أتاح هذا التحول فرصاً للمؤسسات الناشئة في المجال التكنولوجي للعمل في قطاع السياحة، مما ساهم في تنويع النشاط الاقتصادي وتعزيز ريادة الأعمال. تمثل هذه الوظائف المستحدثة نقلة نوعية في مفاهيم العمل السياحي، الذي لم يعد يقتصر على الأدلاء أو موظفي الفنادق فقط.³

4. دعم التعليم والسياحة التربوية التفاعلية

¹ حمدان ناصر. مرجع سبق ذكره، 41.

² زروقي كمال. "دور التكنولوجيا في تنمية السياحة الافتراضية (الجزائر، مجلة السياحة والتنمية الاقتصادية، العدد 7، 2023)، 75.

³ عيسى ريم. "السياحة الافتراضية كآلية بديلة في ظل الأزمات" (مجلة الاقتصاد الرقمي والسياحة الحديثة، المجلد 3، العدد 2، 2021)، 116.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

أصبحت السياحة الافتراضية أداة تعليمية متطورة تجمع بين الترفيه والمعرفة، حيث يمكن للطلاب زيارة المتاحف والمواقع التاريخية والتجول فيها بشكل افتراضي كجزء من دروسهم. يعزز هذا الأسلوب فعالية التعلم، خاصة في المواد المتعلقة بالجغرافيا والتاريخ والفنون. كما توفر هذه الوسائل فرصة لاستكشاف عوالم بعيدة بطريقة آمنة ومجانية، مما يساهم في تعزيز حب المعرفة والاستكشاف لدى الشباب.¹

5. استمرارية النشاط السياحي في أوقات الأزمات

أظهرت السياحة الافتراضية قدرتها على إنقاذ قطاع السياحة من التوقف التام خلال فترات الأزمات، مثل جائحة كوفيد-19، عندما أُغلقت الحدود والمطارات. فقد ساعدت هذه التقنية المؤسسات السياحية في الحفاظ على تواصلها مع الجمهور، وأعادت الأمل في العودة التدريجية للسياحة التقليدية، مما جعلها خيارًا استراتيجيًا للاستعداد للمستقبل. وقد تحولت السياحة الافتراضية من مجرد بديل مؤقت إلى ركيزة أساسية ومتكاملة في المنظومة السياحية.²

6. تشجيع السياحة التحضيرية (Pre-Travel Experience)

تمنح السياحة الافتراضية المهتمين بالسفر فرصة "المعاينة المسبقة" للوجهات السياحية، مما يسهل عليهم اتخاذ قرارات مدروسة قبل القيام بالسفر الفعلي. من خلال التجول الرقمي في الفنادق، والمعالم السياحية، والمطاعم، يمكن للسائح أن يحصل على صورة واضحة ودقيقة عن المكان، مما يقلل من التردد ويزيد من فرص الحجز. هذا النوع من التفاعل يعزز ثقة المستهلك، ويجعل تجربة السفر تبدأ منذ مرحلة التخطيط.³

7. تخفيض التكاليف التشغيلية للمؤسسات السياحية

تساهم السياحة الافتراضية في مساعدة المؤسسات الفندقية ووكالات السفر على تقليل التكاليف المرتبطة بالبنية التحتية، مثل الحاجة إلى توظيف عدد كبير من المرشدين أو طباعة

¹ العيساوي محمد. التكنولوجيا والتعليم السياحي (عمان. دار الهدى للنشر، 2020)، 95.

² بن عبد الله أحلام. "التحول الرقمي في السياحة: من الترف إلى الضرورة". (مجلة السياحة والتحول

التكنولوجي، جامعة البليدة 2، العدد 4. 2022)، 104.

³ محفوظ سارة. "التسويق الرقمي في قطاع السياحة: السياحة الافتراضية كنموذج". (مجلة الدراسات الاقتصادية

المعاصرة، العدد 9، جامعة قسنطينة. 2023)، 48.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

الكتيبات والمطبوعات السياحية. كما أن الترويج الرقمي يقلل من نفقات الحملات الإعلانية التقليدية، ويوفر قنوات اتصال مباشرة ودائمة مع العملاء المحتملين. وبالتالي، يصبح النموذج الرقمي خيارًا أكثر كفاءة واستدامة من الناحية الاقتصادية.¹

8. دعم السياحة الداخلية وإعادة اكتشاف الهوية الثقافية

تُعتبر السياحة الافتراضية أداة فعّالة في تشجيع المواطنين على اكتشاف مناطقهم ومواقعهم المحلية التي قد تكون مهملة أو غير معروفة. إذ يجهل العديد من الأفراد وجود معالم سياحية فريدة في محيطهم الجغرافي حتى يتعرفوا عليها عبر الوسائل الرقمية. هذا الأمر يعزز شعور الفخر بالانتماء ويقوي الروابط الثقافية مع التراث الوطني، كما يساهم في دعم الاقتصاد المحلي من خلال توجيه الاهتمام نحو السياحة الداخلية.²

9. المساهمة في الدمج الاجتماعي وتكافؤ الفرص

تتيح السياحة الافتراضية لذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن والمرضى فرصة الاستمتاع بتجارب سياحية كانت في السابق بعيدة عن متناولهم. فهي تزيل الحواجز المادية وتوفر لهم رحلة رقمية مريحة وآمنة، مع إمكانية التفاعل الصوتي أو البصري مع البيئة المعروضة. تمثل هذه الإمكانية بعدًا إنسانيًا مهمًا يعزز مفهوم الشمولية والعدالة الاجتماعية في حق الاستكشاف والمعرفة.³

10. تقوية العلاقة بين المتاحف والجمهور العام

أعادت السياحة الافتراضية تعريف دور المتاحف والمراكز الثقافية، حيث لم تعد الزيارات مقتصرة على المكان والزمان. فقد قدمت المتاحف العالمية والعربية جولات رقمية تفاعلية، تضمنت عرضًا مفصلاً للمقتنيات وشرحًا صوتيًا بعدة لغات، مما ساهم في زيادة عدد الزوار

¹ منصورى ليلى. إدارة الابتكار في القطاع السياحي (الجزائر. دار الوعي. 2022)، 88.

² بوسالم نذير. "الرقمنة في خدمة السياحة الداخلية". (مجلة السياحة المحلية والتنمية المستدامة، العدد 5، جامعة المدية. 2021)، 73.

³ يوسفى عبد الرحمن. "السياحة الرقمية وذوو الاحتياجات الخاصة: نحو عدالة سياحية". (مجلة التكنولوجيات الناشئة والمجتمع، العدد 3، جامعة مستغانم. 2022)، 59.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

المهتمين، بما في ذلك الأطفال والشباب الذين لم يزوروا المتاحف من قبل. هذه المرونة أسهمت في تجديد الاهتمام بالثقافة المادية وغير المادية.¹

11. دعم الاستدامة السياحية في المناطق الهشة

تُعد السياحة الافتراضية حلاً مثاليًا لحماية المواقع البيئية الحساسة، مثل الكهوف النادرة والغابات التي لا تتحمل أعدادًا كبيرة من الزوار، بالإضافة إلى المعالم التاريخية القابلة للتلف. بدلاً من استقبال آلاف الزوار يوميًا، تُقدم التجربة بشكل افتراضي، مما يقلل الضغط على هذه المواقع ويساهم في الحفاظ على قيمتها الثقافية والطبيعية دون التعرض لأضرار مباشرة. وهذا يتماشى مع مبادئ السياحة المسؤولة بيئيًا.²

ثانيًا: الآثار السلبية المرتبطة بالسياحة الافتراضية

1. ضعف البنية التحتية الرقمية في بعض الدول

على الرغم من التقدم التكنولوجي الذي يشهده العالم، إلا أن بعض الدول النامية، بما في ذلك الجزائر، لا تزال تواجه تحديات في البنية التحتية الرقمية. من أبرز هذه التحديات انخفاض سرعة الإنترنت وارتفاع تكاليفه، مما يشكل عائقًا أمام تطوير السياحة الافتراضية. إن غياب هذه الأسس التكنولوجية يعوق إنتاج محتوى رقمي متميز ويجعل من الصعب تقديم تجربة افتراضية سلسلة للسياح.³

2. فقدان عنصر التفاعل الحسي والوجداني

تستند التجربة السياحية الحقيقية إلى تفاعل حسي شامل، يتضمن استنشاق رائحة البحر، وتذوق الأطعمة المحلية، والاستماع إلى الأصوات الطبيعية، والتواصل مع السكان المحليين. وعلى الرغم من تقدم السياحة الافتراضية، إلا أنها لا تزال غير قادرة على محاكاة هذه الأبعاد

¹ قريشي منال. "التحول الرقمي في المتاحف الجزائرية: السياحة الافتراضية كآلية جذب ثقافي". (مجلة التراث الثقافي والتقنيات الحديثة، العدد 6، جامعة باتنة. 2023)، 101.

² سنوسي جميلة. السياحة البيئية والرقمنة في الجزائر (الجزائر. دار البصائر، 2021)، 67.

³ بوخاتم محمد. "التحول الرقمي ومعيقاته في القطاع السياحي الجزائري". (مجلة الاقتصاد والتسويق السياحي، العدد 8، جامعة ورقلة. 2022)، 42.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

الحسية والعاطفية، مما يجعل التجربة غير مكتملة بالنسبة للعديد من السياح الذين يسعون إلى المتعة الواقعية والتجريبية.¹

3. خطر تقليص فرص العمل في القطاع السياحي التقليدي

من بين الآثار السلبية المحتملة للسياحة الافتراضية، يبرز تهديد بعض الوظائف المرتبطة بالنشاط السياحي المباشر، مثل عمل المرشدين السياحيين، وسائقي النقل السياحي، والباعة التقليديين. فمع تزايد الاعتماد على التكنولوجيا، يتناقص الطلب على الخدمات البشرية المباشرة، مما قد يؤدي إلى حدوث اختلالات اجتماعية واقتصادية، خصوصاً في الدول التي تعتمد على السياحة كمصدر رئيسي للدخل.²

4. التفاوت في إمكانية الوصول الرقمي بين الفئات

لا تتمتع جميع الفئات المجتمعية بنفس القدرة على الاستفادة من السياحة الافتراضية، حيث يوجد تفاوت ملحوظ بين الأفراد الذين يمتلكون أجهزة رقمية حديثة وخبرة في التكنولوجيا، وبين الفئات الضعيفة مثل كبار السن وسكان المناطق الريفية. هذا التفاوت يعزز الفجوة الرقمية ويؤدي إلى نوع من التمييز في الوصول إلى المعرفة وفرص الاستكشاف.³

5. خطر سرقة البيانات والخصوصية الرقمية

مع تزايد استخدام الواقع الافتراضي، تبرز تحديات تتعلق بأمن المعلومات وخصوصية المستخدمين. حيث تتطلب العديد من تطبيقات السياحة الافتراضية تسجيل بيانات حساسة، مما

¹ الزاوي حنان. "محدودية التجربة السياحية الرقمية: قراءة في أبعاد السياحة الحسية". (مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 4، جامعة بجاية. 2021)، 58.

² قنون ياسر. "التكنولوجيا والسياحة: ما بين الفرص والمخاطر الاجتماعية". (مجلة العمل والتنمية الاجتماعية، العدد 5، جامعة البليدة 2. 2023)، 66.

³ بودالية أسماء. "الفجوة الرقمية وتأثيرها على العدالة السياحية". (مجلة تقنيات الإعلام والسياحة، العدد 6، جامعة الجزائر 3. 2022)، 92.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

يعرضها لخطر الاختراق أو الاستغلال التجاري دون الحصول على إذن مسبق. وهذا يثير قلق المستخدمين بشأن أمانهم الرقمي.¹

6. احتمال التشويه الثقافي عبر التمثيل غير الدقيق

في بعض الأحيان، تعرض منصات السياحة الافتراضية صوراً نمطية أو مبالغ فيها لبعض الثقافات لجذب الانتباه، مما يؤدي إلى تشويه صورة الشعوب وهويتها المحلية. بالإضافة إلى ذلك، قد يتسبب التمثيل الرقمي في تحويل التراث الثقافي إلى منتج تجاري، مما يغفل الأبعاد الحقيقية والرمزية للمكان.²

7. الاعتماد المفرط على التكنولوجيا في السياحة

على الرغم من الفوائد المتعددة، فإن الاعتماد الكلي على التكنولوجيا في قطاع السياحة قد يضعف من قدرات الإبداع والتفاعل البشري. فالأدوات الرقمية لا تستطيع دائماً استبدال العلاقات الاجتماعية التي تتشكل أثناء السفر، مما قد يحول السياحة إلى تجربة فردية مغلقة بدلاً من أن تكون تجربة تفاعلية غنية.³

المطلب الثاني: التحديات والقيود التي تواجه السياحة الافتراضية

على الرغم من الإمكانيات الكبيرة التي توفرها السياحة الافتراضية، إلا أن هذا المجال يواجه تحديات وقيود قد تعرقل انتشاره وتطوره بالشكل المطلوب. فالتقنيات المتقدمة المستخدمة تتطلب بنية تحتية رقمية قوية وتكاليف مرتفعة، كما أن الفجوة الرقمية بين الدول والمجتمعات قد تحد من إمكانية الوصول إليها. بالإضافة إلى ذلك، تفتقر السياحة الافتراضية إلى بعض الجوانب الحسية والتجارب الواقعية التي تقدمها السياحة التقليدية، مما يؤثر على مستوى التفاعل

¹ مسعودي كمال. "الأمن السيبراني في بيئة السياحة الرقمية". (مجلة القانون والتكنولوجيا، العدد 3، جامعة سطيف. 2021)، 37.

² عوادي فريدة. "السياحة الرقمية وسؤال الأصالة: قراءة في العلاقة بين التكنولوجيا والتراث". (مجلة الثقافة والمجتمع، العدد 7، جامعة قالمة. 2023)، 51.

³ خليفي نادية. "التحول الرقمي والانعكاسات النفسية على سلوك السائح". (مجلة العلوم النفسية والسياحية، العدد 2، جامعة جيجل. 2022)، 83.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

ورضا بعض المستخدمين. لذا، تبرز أهمية دراسة هذه التحديات والعمل على إيجاد حلول مبتكرة لتجاوزها وتعزيز فعالية هذا النمط السياحي الجديد.

1. محدودية التفاعل الإنساني والحوار الثقافي المباشر

تُعتبر قلة التفاعل المباشر بين السائح والمجتمع المضيف من أبرز عيوب السياحة الافتراضية، حيث يُعد هذا التفاعل أساساً لتجربة سياحية حقيقية. فعندما يتجول السائح في أزقة مدينة تاريخية أو يتحدث مع سكانها، يكتسب من هذا اللقاء مشاعر وعواطف لا يمكن تعويضها عبر الوسائل الرقمية. تساهم التفاعلات غير الرسمية، مثل ابتسامة عابر سبيل، أو نداء بائع، أو ملاحظة عفوية من مرشد سياحي، في تشكيل تجربة شخصية فريدة. في السياحة الافتراضية، يفتقد هذا البعد الإنساني، مما يجعل الرحلة تبدو كعرض خالٍ من الروح، حيث تنقطع الصلة بين "الزائر" والمكان الذي يزوره.¹

2. التفاوت الرقمي بين فئات المجتمع

لا تزال العديد من المجتمعات، خصوصاً في الدول النامية، تواجه فجوة رقمية كبيرة تتمثل في نقص البنية التحتية التكنولوجية، وارتفاع تكاليف الأجهزة الذكية، بالإضافة إلى ضعف مستوى التعليم في استخدام الوسائل الرقمية. هذه الظروف تحرم شريحة واسعة من السكان، خاصة الفئات الفقيرة وكبار السن وسكان المناطق النائية، من الاستفادة من تجربة السياحة الافتراضية. ولا يقتصر هذا التفاوت على كونه مشكلة تقنية فحسب، بل يتحول أيضاً إلى فجوة معرفية وثقافية بين من يستطيعون الوصول إلى العالم الرقمي ومن لا يستطيعون، مما يؤدي إلى نوع من "الإقصاء السياحي" الرقمي.²

3. ضعف الإحساس بالمكان والانغماس العاطفي

¹ بن شعبان، نسرین. "البعد الإنساني في التجربة السياحية بين الواقع والافتراض". (مجلة الثقافة والسياحة المعاصرة، جامعة سطيف، العدد 7، 2023)، 85.

² عليوي، نوال. "الفجوة الرقمية وانعكاساتها على التحول السياحي في العالم العربي". (مجلة البحوث الاجتماعية والإنسانية، جامعة جيجل، العدد 12، 2022)، 70.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

تستند القيمة السياحية في جوهرها إلى تفاعل السائح جسديًا وعاطفيًا مع المكان، وهو ما تعجز الوسائط الرقمية عن تقليده بدقة. فمشاهدة شلال عبر الشاشة لا تتيح للسائح تجربة رذاذ الماء أو سماع صوت تدفقه، كما أن التجول في معبد أثري من خلال صورة بانورامية لا يمكن أن يعكس شعور المشي في أروقتة المظلمة وعبق قدسيته. تمثل السياحة الواقعية تجربة حسية متكاملة يصعب على التكنولوجيا، حتى في أفضل حالاتها، نقلها بصدق. لذلك، تظل السياحة الافتراضية تجربة معرفية باردة تفتقر إلى الدفء الذي يوفره الوجود المادي المباشر.¹

4. تحديث المحتوى الرقمي باستمرار

تُعتبر عملية تحديث المحتوى الافتراضي تحديًا كبيرًا للجهات السياحية، خاصة في ظل التغيرات السريعة التي تطرأ على المواقع السياحية، مثل أعمال الترميم، وتغير العادات، أو الأحداث الموسمية. إذا لم يتم تحديث الجولة الافتراضية بشكل دوري، قد يحصل الزائر على معلومات قديمة أو صور لا تعكس الواقع الحالي، مما يؤدي إلى فجوة بين التوقعات والواقع. بالإضافة إلى ذلك، فإن عملية التحديث تتطلب موارد بشرية وفنية كبيرة، وهو ما قد لا يتوفر في العديد من الجهات الناشئة التي تفتقر إلى ميزانيات مخصصة لتحديث المحتوى الرقمي.²

5. غياب البعد الاقتصادي المباشر للمجتمع المحلي

تساهم السياحة الواقعية بشكل مباشر في خلق فرص العمل وتنشيط الاقتصاد المحلي من خلال إنفاق السائحين على الطعام والنقل والإقامة والهدايا التذكارية. في المقابل، تذهب عوائد السياحة الافتراضية غالبًا إلى شركات التكنولوجيا التي تنتج المحتوى أو تدير المنصات الرقمية، مما يقلل من استفادة المجتمع المحلي. هذه الحالة قد تؤدي إلى تفاقم التهميش

¹ سواهلية عبد الحق. "السياحة الافتراضية كوسيط ثقافي: أبعادها وحدودها". (مجلة التراث والسياحة، جامعة تلمسان، العدد 8، 2021)، 58.

² زروق الطيب. "مصادقية المحتوى في السياحة الرقمية: بين الواقع والتوقعات". (مجلة الاقتصاد الرقمي والسياحة الذكية، جامعة قسنطينة، العدد 5، 2023)، 94.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

الاقتصادي للوجهات التي تعتمد على السياحة الواقعية، وتثير تساؤلات حول "عدالة" توزيع العوائد السياحية في عصر الرقمنة.¹

6. خطر تراجع السياحة الواقعية في بعض الفئات

مع تيسير الوصول إلى المحتوى الافتراضي، قد تدفع السياحة الرقمية بعض الأفراد إلى الاكتفاء بالتجربة الافتراضية بدلاً من السفر الفعلي، خاصة بين فئة الشباب التي تتجذب للتكنولوجيا، أو في حالات الأزمات مثل الجائحات أو النزاعات. هذا التحول في السلوك قد يؤثر سلباً على قطاع السياحة التقليدية، مما يؤدي إلى انخفاض عدد الزوار الفعليين، وبالتالي ينعكس ذلك سلباً على أصحاب الفنادق، والمرشدين السياحيين، ووسائل النقل المحلية، مما يهدد مداخيل قطاع كامل يعتمد على التفاعل المباشر.²

7. محدودية القدرات التقنية لدى الوجهات السياحية الناشئة

تواجه العديد من الوجهات السياحية في الدول النامية تحديات كبيرة بسبب ضعف البنية التحتية التكنولوجية اللازمة لإنشاء محتوى سياحي افتراضي احترافي، مثل التصوير ثلاثي الأبعاد والجولات التفاعلية باستخدام تقنية الواقع المعزز. تتطلب هذه العمليات تجهيزات متطورة وكوادر متخصصة، بالإضافة إلى تكاليف مالية مرتفعة. نتيجة لذلك، تظل العديد من المواقع التراثية والتاريخية، على الرغم من قيمتها الثقافية العالية، غير ممثلة في الفضاء الرقمي، مما يعزز الفجوة بين الوجهات التي تتمتع بالموارد والتمثيل وتلك التي تعاني من ظروف تقنية صعبة.³

8. ضعف التشريعات المنظمة للملكية الفكرية في السياحة الرقمية

¹ لعروسي هاجر. "الأثر الاقتصادي غير المباشر للسياحة الرقمية على المجتمعات المحلية". (مجلة التنمية الاقتصادية المستدامة، جامعة ورقلة، العدد 10، 2022)، 76.

² بلقاسم فيصل. "السياحة الافتراضية والطلب السياحي التقليدي: دراسة تحليلية". (مجلة آفاق السياحة والتنمية، جامعة البليدة، العدد 9، 2023)، 102.

³ دريدي آمنة. "التقنيات الرقمية الحديثة وتحديات إدماج الوجهات الناشئة في السياحة الافتراضية". (مجلة التكنولوجيات الجديدة في السياحة، جامعة تبسة، العدد 6، 2023)، 74.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

تُعد حماية المحتوى السياحي الافتراضي من القرصنة أو الاستغلال غير المشروع واحدة من أبرز التحديات القانونية. يتفاقم هذا الأمر بسبب غياب تشريعات واضحة تضمن حقوق الملكية الفكرية للمصممين أو للدول المالكة لهذا المحتوى. على سبيل المثال، يمكن أن تقوم جهات أجنبية بنسخ جولات افتراضية وبيعها دون الرجوع إلى أصحابها، مما يؤدي إلى فقدان الدولة لمصدر دخل مهم ويخلق نزاعات قانونية عبر الحدود، في ظل ضعف آليات الرقابة الرقمية المتاحة.¹

9. صعوبة خلق شعور بالانتماء والهوية الثقافية

تتمثل إحدى الوظائف غير المعلنة للسياحة الواقعية في تعزيز الشعور بالانتماء الثقافي، سواء لدى السائح أو لدى سكان المنطقة المستقبلة. فالتفاعل المباشر مع المكان، واللغة، والطقوس، وحتى العادات اليومية، يمنح السائح تجارب إنسانية حقيقية تعمق ارتباطه بالبيئة الثقافية. في المقابل، تصبح السياحة الافتراضية تجربة باهتة، محصورة في إطار الشاشة، وتفتقر إلى عفوية المواقف الاجتماعية. وهذا يجعل من الصعب بناء شعور قوي بالهوية والانتماء من خلال السياحة الرقمية مقارنة بالسياحة الواقعية.²

10. هشاشة التجربة في حال انقطاع التكنولوجيا

تعتمد السياحة الافتراضية بشكل كامل على الاتصال المستمر بالإنترنت وكفاءة الأجهزة الذكية. أي خلل بسيط في هذه السلسلة التقنية، سواء كان انقطاعاً في الكهرباء، ضعفاً في شبكة الاتصال، أو أعطالاً في التطبيقات، يمكن أن يؤدي إلى انهيار التجربة بأكملها. وهذا يثير تساؤلات حول موثوقية السياحة الافتراضية، خاصة في الدول التي تعاني من أزمات طاقة أو

¹ عزوز أمينة. "التحديات القانونية للسياحة الافتراضية: بين الحاجة إلى التشريع وحدود الحماية". (مجلة القانون الرقمي والسياسات السياحية، جامعة عنابة، العدد 4، 2022)، 66.

² قريشي سمير. "البعد الثقافي والوجداني في السياحة الرقمية: إشكالية الهوية والانتماء". (مجلة العلوم الاجتماعية والثقافية، جامعة المسيلة، العدد 11، 2023)، 91.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

ضعف في البنية التحتية الرقمية، مما يجعل هذه التجربة أكثر عرضة للفشل بدلاً من أن تكون بديلاً مستقرًا.¹

11. الإشباع المعرفي السريع وفقدان عنصر المفاجأة

تتميز السياحة الافتراضية بتوفير معلومات وفيرة في فترة زمنية قصيرة، حيث تعرض المواقع من زوايا متعددة تقريبًا، مما يؤدي إلى نوع من الإشباع المعرفي السريع. هذا الإشباع قد يجعل التجربة الحقيقية لاحقًا تبدو أقل إثارة أو باهتة، إذ يشعر السائح وكأنه "زار المكان من قبل". بالإضافة إلى ذلك، فإن أحد أبرز عناصر الجذب في السياحة الواقعية - وهو عنصر المفاجأة والاكتشاف - يتلاشى أو يتقلص بشكل كبير في السياحة الافتراضية، مما يفقدها جزءًا كبيرًا من جاذبيتها.²

12. تهديد الخصوصية والبيانات الشخصية

مع تزايد استخدام منصات الواقع الافتراضي، يتم جمع كميات ضخمة من بيانات المستخدمين، مثل المواقع التي يزورونها، اهتماماتهم، سلوكيات تصفحهم، وحتى تفاعلاتهم الصوتية. إذا لم يتم حماية هذه البيانات بشكل صارم، فقد تُستغل من قبل جهات خارجية لأغراض تجارية أو أمنية، مما يشكل تهديدًا واضحًا لخصوصية الزوار الرقميين. وفي ظل غياب أنظمة قانونية شاملة لحماية البيانات السياحية، تظل مخاطر انتهاك الخصوصية قائمة وواقعية.³

خلاصة الفصل:

يتضح من خلال ما تم تقديمه في هذا الفصل أن السياحة الافتراضية لم تعد مجرد بديل مؤقت للسياحة التقليدية، بل أصبحت خيارًا استراتيجيًا معتمدًا في العديد من الدول للترويج للوجهات السياحية، خاصة تلك التي تعاني من ضعف الجاذبية أو صعوبة الوصول. بفضل

¹ بوليفة نذير. "استدامة التجربة السياحية الرقمية: دراسة في هشاشة البنية التحتية الرقمية". (مجلة الدراسات الاقتصادية الحديثة، جامعة البويرة، العدد 3، 2021)، 55.

² بوشخي، رابح. "الفرق النفسي بين السياحة الواقعية والافتراضية: دراسة سلوكية تحليلية". (مجلة علم النفس السياحي والتسويق الثقافي، جامعة باتنة، العدد 5، 2022)، 84.

³ بوزيد، خديجة. "السياحة الرقمية وأخلاقيات حماية البيانات الشخصية". (مجلة التكنولوجيا والمجتمع الرقمي، جامعة مستغانم، العدد 7، 2023)، 73.

الفصل الأول: السياحة الافتراضية، المفاهيم والأسس

التقدم التكنولوجي في مجالات التصوير ثلاثي الأبعاد، والواقع الافتراضي، والذكاء الاصطناعي، استطاعت السياحة الافتراضية تجاوز الحواجز الجغرافية وتقديم تجارب غامرة تعزز من صورة المواقع السياحية وتزيد من فرص جذب الزوار. كما أظهرت المقارنات بين عدد من الدول تفاوتاً في مستوى الاستثمار في هذا المجال، حيث برزت نماذج رائدة حققت نتائج ملموسة في التسويق السياحي الرقمي. لذا، يتطلب تطوير السياحة الافتراضية في السياقات المحلية تكاملاً بين البنية التحتية التقنية والدعم المؤسسي، بالإضافة إلى استراتيجية واضحة للترويج تعتمد على محتوى جذاب وتجربة تفاعلية.

1

**الفصل الثاني: السياحة
الاقتصادية في الجزائر
وإمكاناتها في الترويج
السياحي: دراسة مقارنة**

تمهيد:

في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، أصبحت السياحة الافتراضية أداة فعالة للترويج السياحي، حيث تتيح للمستخدمين استكشاف الوجهات السياحية عن بُعد. تمتلك الجزائر مقومات سياحية كبيرة، لكنها لا تزال بحاجة إلى وسائل ترويج حديثة تتماشى مع العصر. لذا، تبرز أهمية دراسة السياحة الافتراضية كوسيلة لتعزيز الصورة السياحية للجزائر، خاصة من خلال مقارنة تجربتها مع تجارب دول أخرى رائدة في هذا المجال.

المبحث الأول: السياحة الافتراضية في الجزائر

على الرغم من تنوع الجزائر الطبيعي وغناها بالتراث الثقافي والتاريخي، إلا أن السياحة الافتراضية لا تزال في مراحلها الأولى ولم تحظَ بعد بالاهتمام الكافي من الجهات المعنية. تظل التجارب الجزائرية في هذا المجال محدودة، وغالبًا ما تعتمد على مبادرات فردية أو جهود محلية بسيطة، دون وجود استراتيجية وطنية واضحة لاستغلال التكنولوجيا في الترويج السياحي. يُعزى هذا التأخر إلى ضعف البنية التحتية الرقمية، ونقص الاستثمار في تقنيات الواقع الافتراضي، بالإضافة إلى غياب التكوين المتخصص في هذا المجال. ورغم هذه التحديات، تمثل السياحة الافتراضية فرصة واحدة للجزائر لتجاوز العقبات التقليدية، والتعريف بمواقعها السياحية على مستوى عالمي بطريقة حديثة وجذابة.

المطلب الأول: استخدام التكنولوجيا في القطاع السياحي الجزائري

تعتبر التكنولوجيا في العصر الحالي من العوامل الأساسية التي تساهم في تطوير القطاع السياحي، حيث تعمل على تحسين الخدمات، وزيادة جاذبية الوجهات السياحية، وتسهيل الوصول إلى المعلومات. ومع ذلك، يواجه القطاع السياحي في الجزائر تأخرًا ملحوظًا في هذا المجال. فرغم الإمكانيات السياحية الواسعة التي تمتلكها الجزائر، إلا أن الاستخدام الفعّال للتكنولوجيا في هذا القطاع لا يزال محدودًا وغير منظم.

1. ضعف البنية التحتية الرقمية:

تواجه السياحة في الجزائر تحديات تتعلق بضعف البنية التحتية الرقمية، خصوصًا في المناطق الداخلية والصحراوية التي تتمتع بمقومات سياحية هامة. حيث تفقر العديد من هذه المناطق إلى تغطية إنترنت مستقرة، بالإضافة إلى نقص الخدمات التقنية اللازمة لدعم الأنشطة السياحية. وهذا يعوق إمكانية إدماج تقنيات مثل الواقع الافتراضي أو الترويج السياحي الرقمي. وقد أشار عبد القادر بوشة إلى أن غياب بنية رقمية قوية يُعد عائقًا رئيسيًا أمام رقمنة السياحة

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

الجزائرية، مؤكداً على ضرورة الاستثمار في البنية الرقمية لمواكبة التحولات العالمية في هذا القطاع.¹

2. نقص التكوين والتأهيل الرقمي للعاملين:

تعتبر الكوادر البشرية عنصراً أساسياً في نجاح أي عملية رقمية. ومع ذلك، يفتقر معظم العاملين في قطاع السياحة الجزائرية إلى المهارات الرقمية الأساسية، بالإضافة إلى نقص التكوين في تقنيات التسويق السياحي الإلكتروني، مما يؤثر سلباً على جودة الخدمات السياحية المقدمة. وأشارت فاطمة الزهراء قديش إلى أن تعزيز رأس المال البشري من خلال التدريب في تقنيات الإعلام والاتصال يعد من الشروط الضرورية لرقمنة القطاع السياحي وتحقيق التنمية السياحية المستدامة.²

3. غياب استراتيجية وطنية متكاملة:

على الرغم من الجهود الفردية المحدودة التي تبذلها بعض الوكالات السياحية الجزائرية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، إلا أن هذه المبادرات تظل مشتتة وغير مدعومة بسياسة وطنية موحدة. تفتقر الجزائر إلى خطة واضحة لدمج التكنولوجيا الرقمية في الترويج للسياحة. في هذا السياق، يشير نور الدين قدور إلى ضرورة وجود استراتيجية رقمية وطنية تهدف إلى تطوير المحتوى السياحي الرقمي، وربط الفاعلين في القطاع بمنصات إلكترونية موحدة، بالإضافة إلى تنظيم دورات تدريبية للعاملين في هذا المجال.³

4. السياحة الافتراضية كحل واعد:

تُعتبر السياحة الافتراضية من الحلول الفعّالة التي يمكن أن تساعد في مواجهة العديد من التحديات، خاصةً فيما يتعلق بالترويج للمناطق النائية أو التي يصعب الوصول إليها. يُعرف هذا النوع من السياحة بأنه تجربة رقمية تتيح للزوار استكشاف المواقع السياحية من خلال تقنيات

¹ عبد القادر بوشة. تحديات السياحة الرقمية في الجزائر: الواقع والحلول. (الجزائر: دار النشر الأكاديمية، 2021)، 88.

² فاطمة الزهراء قديش. إدارة تكنولوجيا المعلومات في القطاع السياحي. (الجزائر: دار المعرفة الجامعية، 2019)، 65.

³ نور الدين قدور. التكنولوجيا والسياحة: رؤية مستقبلية للجزائر. (الجزائر: دار الفكر، 2020)، 56.

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

الواقع الافتراضي أو الجولات التفاعلية. وقد أبرز محمد بن سعد في دراسته أهمية هذه التقنية، مشيراً إلى أن الجزائر تمتلك تراثاً غنياً يمكن تسويقه افتراضياً كخطوة أولى لجذب السياح، مثل مدينة جميلة، وتيمقاد، والواحات الصحراوية. كما شدد على ضرورة إنتاج محتوى افتراضي تفاعلي.¹

5. تجارب دولية مقارنة:

على الجانب الآخر، تمكنت عدة دول مثل اليابان وإسبانيا وكوريا الجنوبية من دمج التكنولوجيا في قطاع السياحة بفعالية. حيث تُستخدم تطبيقات الواقع المعزز، والجولات التفاعلية، والتسويق الرقمي المتقدم لتعزيز الجذب السياحي. وأشارت ليزا موريس إلى أن هذه التقنيات أسهمت في تحسين تجربة الزوار، وزيادة أعداد السياح، وتعزيز الصورة العالمية للوجهات السياحية. كما أوضحت أن الدول النامية يمكنها تحقيق نتائج إيجابية مشابهة إذا تم الاستثمار بشكل مناسب في هذا المجال.²

المطلب الثاني: التحديات والفرص المتاحة لتطبيق السياحة الافتراضية في الجزائر

في ظل التطورات التكنولوجية السريعة، أصبحت السياحة الافتراضية خياراً واعداً يمكن أن يساهم في revitalizing القطاع السياحي في الجزائر، خاصةً مع ما تتمتع به البلاد من مقومات طبيعية وتاريخية فريدة. يتيح هذا النوع من السياحة فرصاً جديدة للتعريف بالتراث الثقافي والحضاري للجزائر دون الحاجة إلى السفر الفعلي، مما يشكل فرصة كبيرة لجذب الزوار من مختلف أنحاء العالم.

أولاً: التحديات التي تواجه تطبيق السياحة الافتراضية في الجزائر

مع التقدم السريع في التكنولوجيا الرقمية، أصبحت السياحة الافتراضية وسيلة حديثة لتعزيز القطاع السياحي وتوسيع الوصول إلى الوجهات السياحية. ومع ذلك، يواجه تطبيق هذا

¹ محمد بن سعد. السياحة الافتراضية كأداة للترويج السياحي: الحالة الجزائرية. (الجزائر: دار المستقبل،

2020)، 140.

² Lisa Morris. Modern Technology in the Tourism Sector: Realities and Prospects. (London: Tourism Press, 2019) 120.

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

المفهوم في الجزائر مجموعة من التحديات التي تعيق تقدمه، على الرغم من الإمكانيات الكبيرة التي تمتلكها البلاد في هذا المجال. إن فهم هذه التحديات يُعتبر خطوة أساسية لوضع حلول فعّالة تتماشى مع التحول الرقمي العالمي.

1. ضعف البنية التحتية الرقمية والتكنولوجية

تعتبر البنية التحتية الرقمية من المتطلبات الأساسية لتفعيل السياحة الافتراضية، التي تعتمد على وجود شبكة إنترنت سريعة، بالإضافة إلى أجهزة وتقنيات متطورة مثل الكاميرات ثلاثية الأبعاد وخوادم التخزين القوية. ومع ذلك، فإن الجزائر تواجه تحديات كبيرة في هذا المجال، حيث تعاني التغطية الرقمية من ضعف ملحوظ، خاصة في المناطق السياحية النائية مثل الجنوب والهضاب العليا، مما يعيق إمكانية تطبيق تقنيات الواقع الافتراضي بشكل واسع.¹

2. نقص الكفاءات والخبرات المتخصصة

تعاني المؤسسات السياحية في الجزائر من نقص في الكوادر البشرية المؤهلة في مجالات تكنولوجيا المعلومات، خاصة في تطوير المحتوى الرقمي السياحي ثلاثي الأبعاد، بالإضافة إلى تطبيقات الواقع الافتراضي والواقع المعزز. كما أن عدم وجود برامج تدريب مهني متخصصة في هذا المجال يعقد من إمكانية تطبيق هذا النوع من السياحة.²

3. غياب استراتيجية وطنية رقمية واضحة

حتى الآن، لا توجد سياسة وطنية شاملة تتبنى مشروع السياحة الافتراضية ضمن رؤية استراتيجية لتطوير القطاع السياحي. ما نراه هو جهود فردية أو تجارب محلية صغيرة لم تصل إلى مستوى البرامج المنظمة والمدعومة من قبل الدولة.³

4. ضعف التمويل والاستثمار في الابتكار الرقمي

¹ بوشة عبد القادر. تحديات السياحة الرقمية في (الجزائر. دار النشر الأكاديمية، 2021)، 88

² قديش فاطمة الزهراء. مرجع سبق ذكره ، 65

³ قدور نور الدين. مرجع سبق ذكره ، 56

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

تتطلب السياحة الافتراضية استثمارات كبيرة في البرمجيات والمعدات والتدريب، مما يشكل عائقاً كبيراً للعديد من الفاعلين السياحيين المحليين، خاصة في ظل نقص الدعم الحكومي الكافي أو التمويل من القطاع الخاص.¹

ثانياً: الفرص المتاحة لتطبيق السياحة الافتراضية في الجزائر

في ظل التحولات الرقمية التي يشهدها العالم، أصبحت السياحة الافتراضية واحدة من الحلول المبتكرة التي تتيح للدول الترويج لمقوماتها السياحية بطرق حديثة وجذابة. ونظراً لما تتمتع به الجزائر من تنوع طبيعي وتاريخي كبير، فإن اعتماد السياحة الافتراضية يمثل فرصة واعدة لعرض هذا الغنى الثقافي على الساحة العالمية، خاصة في عصر تلعب فيه التكنولوجيا دوراً محورياً في تشكيل تجارب السفر والمعرفة.

1. التنوع الطبيعي والثقافي كمصدر غني للمحتوى الافتراضي

تتميز الجزائر بتنوعها الطبيعي والثقافي الغني، الذي يشمل الصحاري والشواطئ والمعالم الأثرية والمدن القديمة، بالإضافة إلى المواقع المدرجة ضمن التراث العالمي لليونسكو. هذا التنوع يجعلها مؤهلة لإنتاج محتوى افتراضي جذاب يُستخدم في الترويج الرقمي على الصعيد العالمي.²

2. ارتفاع استخدام الإنترنت والهاتف الذكي بين الشباب

تشهد الجزائر زيادة ملحوظة في عدد مستخدمي الإنترنت والهواتف الذكية، لاسيما بين الشباب، مما يوفر بيئة مناسبة لتعزيز التجارب السياحية الافتراضية من خلال تطبيقات الهواتف والمواقع الإلكترونية.³

3. اهتمام السياح الأجانب بتجربة المواقع افتراضياً قبل زيارتها فعلياً

¹ بن سعد محمد. مرجع سبق ذكره ، 144

² بن سعد محمد. المرجع نفسه، 140

³ قديش، فاطمة الزهراء. مرجع سبق ذكره ، 72

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

يميل السياح الدوليون إلى استكشاف الوجهات السياحية الجديدة عبر الإنترنت قبل اتخاذ قرار السفر. ومن هنا، تتيح السياحة الافتراضية فرصة قيمة لعرض المعالم السياحية في الجزائر، مما يساعد على جذب الزوار الأجانب وزيادة عدد السياح الفعليين.¹

4. إمكانية تجاوز القيود الجغرافية والظروف الأمنية

تعتبر السياحة الافتراضية حلاً مبتكراً في الأوقات التي يصعب فيها التنقل، سواء بسبب المسافات البعيدة أو الظروف الصحية أو الأمنية. لذا، تُعد هذه السياحة أداة فعالة لترويج الجزائر كوجهة آمنة وسهلة الوصول.²

على الرغم من التحديات العديدة التي تواجه تطبيق السياحة الافتراضية في الجزائر، إلا أن الفرص المتاحة تبرز بوضوح أهمية الاستثمار في هذا المجال، خاصة في ظل التقدم الرقمي العالمي والاتجاه المتزايد نحو الرقمنة. لذا، من الضروري اعتماد رؤية استراتيجية وطنية تتضمن تطوير البنية التحتية، وتدريب الموارد البشرية، وتعزيز الشراكات مع القطاع التكنولوجي.

المبحث الثاني: تجارب مقارنة ودروس مستفادة للجزائر

¹ Morris, Lisa. Référence précédemment citée, 120

² قدور نور الدين. مرجع سبق ذكره ، 59.

أصبحت السياحة الافتراضية خيارًا استراتيجيًا تتبناه العديد من الدول لتعزيز جاذبيتها السياحية. وفي هذا السياق، تبرز التجريتان التونسية والمصرية كنموذجين إقليميين ناجحين في استخدام التكنولوجيا الحديثة لدعم القطاع السياحي. وتكمن أهمية دراسة هذه التجارب في استخلاص الدروس التي يمكن أن تستفيد منها الجزائر لتطوير رؤيتها الرقمية وتفعيل أدوات الترويج الافتراضي بما يتناسب مع خصوصياتها الثقافية والسياحية.

المطلب الأول: التجربة التونسية والمصرية في السياحة الافتراضية

في السنوات الأخيرة، حققت بعض الدول العربية، مثل تونس ومصر، تقدمًا ملحوظًا في مجال السياحة الافتراضية. حيث استثمرت هذه الدول في التكنولوجيا لعرض معالمها السياحية والثقافية بأسلوب مبتكر وتفاعلي. وقد أسهمت هذه التجارب في تعزيز الترويج السياحي وجذب الزوار الافتراضيين، خاصة خلال الأزمات مثل جائحة كورونا. مما يجعلها نماذج يُمكن أن تستفيد منها دول أخرى، مثل الجزائر..

أولاً: التجربة التونسية في السياحة الافتراضية

1. **المبادرات الرقمية التفاعلية:** طورت تونس منصات رقمية متطورة تهدف إلى تعزيز الترويج للمعالم السياحية من خلال تقنيات الواقع الافتراضي، خاصة بعد أزمة كوفيد-19. ومن أبرز هذه المبادرات مشروع "Visit Tunisia 360"، الذي يوفر جولات افتراضية للمواقع الأثرية باستخدام التصوير البانورامي ثلاثي الأبعاد. وقد تم تنفيذ هذا المشروع بالتعاون بين وزارة السياحة ومركز الإعلامية بوزارة الثقافة، مما ساهم في تقديم صورة تفاعلية حديثة للمعالم السياحية، مثل موقع قرطاج والمدينة العتيقة في تونس العاصمة، للسياح الأجانب.¹

2. **إدماج السياحة الافتراضية في التعليم السياحي:** بدأت بعض الجامعات التونسية، مثل المعهد العالي للسياحة في سوسة، في دمج مواد تكنولوجيا السياحة، بما في ذلك تقنيات الواقع الافتراضي والتصميم ثلاثي الأبعاد، ضمن برامجها التعليمية. يهدف هذا الاتجاه

¹ بن عيسى نادية. التحول الرقمي في السياحة التونسية (تونس. دار الفنون، 2021)، 103

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

إلى تزويد الطلاب بالمهارات اللازمة لتطوير محتوى سياحي رقمي يتماشى مع التحولات العالمية في هذا القطاع.¹

3. **تحديات التجربة التونسية:** على الرغم من الجهود المبذولة، لا تزال التجربة التونسية تواجه تحديات تتعلق بقلّة الدعم المالي وعدم استقرار البنية التحتية الرقمية، خصوصاً في المناطق الداخلية. بالإضافة إلى ذلك، يُعتبر نقص الكفاءات المتخصصة في تصميم المحتوى الافتراضي عقبة أمام توسيع استخدام هذه التكنولوجيا.²

ثانياً: التجربة المصرية في السياحة الافتراضية

حققت مصر تقدماً ملحوظاً في مجال السياحة الافتراضية، حيث قامت وزارة السياحة والآثار المصرية بإطلاق مجموعة من المبادرات الرقمية التي تهدف إلى تعزيز الترويج للمعالم السياحية والثقافية من خلال استخدام تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز.

1. مبادرة "إيكو إيجيبت" للترويج للمحميات الطبيعية

أطلقت وزارة البيئة المصرية، بالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مبادرة "إيكو إيجيبت"، التي تشمل جولات افتراضية في 12 محمية طبيعية، مثل وادي الجمال، وادي الريان، وكهف سنور. تتيح هذه المبادرة للمستخدمين فرصة استكشاف التنوع البيولوجي والمناظر الطبيعية الخلابة باستخدام تقنيات الواقع الافتراضي بزاوية 360 درجة. وتهدف المبادرة إلى تعزيز السياحة البيئية والحفاظ على المحميات الطبيعية.³

2. الجولات الافتراضية للمواقع الأثرية والمتاحف

في سياق سعيها لتعزيز التراث الثقافي، أطلقت وزارة السياحة والآثار المصرية مجموعة من الجولات الافتراضية للمواقع الأثرية والمتاحف، بما في ذلك متحف الفن الإسلامي ومقبرة منّا

¹ الحبيب عادل. التعليم الرقمي والسياحة الافتراضية (تونس. دار الأفق، ، 2022)، 70

² بن عيسى نادية. مرجع سبق ذكره ، 109

³ فريق مشروع تكامل التنوع البيولوجي في السياحة المصرية، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، "السياحة الافتراضية الرائدة في المحميات الطبيعية في مصر"، 28 أبريل 2022.

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

في طيبة. تتيح هذه الجولات للمستخدمين فرصة استكشاف المعالم التاريخية عن بُعد، مما يساهم في الحفاظ على هذه المواقع وزيادة الوعي الثقافي¹.

3. التعاون الدولي في مجال التراث الرقمي

في مارس 2023، قامت وزارة السياحة والآثار بالتعاون مع السفارة الإيطالية في القاهرة بتنظيم معرض افتراضي تحت عنوان "تجربة التراث الافتراضي - جسر رقمي بين مصر وإيطاليا". اعتمد المعرض على تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز لعرض المعالم السياحية في كل من القاهرة وروما، مما يساهم في تعزيز التبادل الثقافي بين البلدين².

4. استخدام الواقع المعزز في المتاحف

في نوفمبر 2024، أطلقت وزارة السياحة والآثار المصرية بالتعاون مع شركة ميتا مشروع "إحياء"، الذي يتيح للزوار التفاعل مع القطع الأثرية عبر تقنيات الواقع المعزز. من خلال هذا المشروع، يمكن للزوار مشاهدة التماثيل الملكية، مثل تمثال الملكة حتشبسوت وتوت عنخ آمون، كما كانت في شكلها الأصلي، مما يعزز تجربة الزوار ويجذب الأجيال الشابة³.

5. تطوير المتاحف الرقمية

تعمل وزارة السياحة والآثار المصرية على تطوير المتاحف الرقمية، مما يتيح للزوار فرصة استكشاف المعروضات عن بُعد. يُعتبر هذا التوجه جزءًا من استراتيجية الوزارة الرامية إلى تعزيز الوصول إلى التراث الثقافي المصري من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة⁴.

¹ مصطفى ماري، "كيف نفذت مصر التحول الرقمي في جميع مجالات السياحة والآثار؟"، مصر اليوم، 27 يونيو 2021

² وزارة السياحة والآثار المصرية، "إحياء التراث الافتراضي: جسر رقمي بين مصر وإيطاليا"، 15 مارس 2023.

³ وزارة السياحة والآثار المصرية، "إطلاق مشروع 'إحياء' للواقع المعزز في المتاحف المصرية"، 10 نوفمبر 2024.

⁴ مصطفى ماري، "مرجع سبق ذكره"، 27 يونيو 2021

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

تسعى وزارة السياحة والآثار المصرية إلى تطوير المتاحف الرقمية، مما يوفر للزوار إمكانية استكشاف المعروضات عن بُعد. يُعد هذا التوجه جزءًا من استراتيجية الوزارة التي تهدف إلى تعزيز الوصول إلى التراث الثقافي المصري عبر الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة..

ثالثاً: دروس مستخلصة للجزائر

أهمية التحول الرقمي: تُظهر التجربتان التونسية والمصرية أن رقمنة القطاع السياحي تعزز من تنافسيته على الصعيدين الإقليمي والدولي.

دور القطاع الخاص: كان دعم المشاريع الناشئة والشركات الرقمية عنصراً أساسياً في نجاح التجربة المصرية.

الاندماج الأكاديمي: دمج التعليم السياحي مع التكنولوجيا أسفر عن تطوير كفاءات قادرة على تلبية المتطلبات الرقمية المعاصرة.

المطلب الثاني: سبل استفادة الجزائر من التجارب الدولية في الترويج السياحي الافتراضي

في ظل التحول الرقمي الذي يشهده قطاع السياحة على مستوى العالم، أصبحت السياحة الافتراضية وسيلة فعّالة للترويج للمعالم السياحية دون الحاجة إلى السفر الفعلي. وقد تمكنت عدة دول، مثل مصر وتونس، من استغلال هذه التكنولوجيا لعرض تراثها وثقافتها بشكل واسع. ومن هنا، تملك الجزائر فرصة قيمة للاستفادة من هذه التجارب الدولية، من خلال دراسة النماذج الناجحة وتكييفها بما يتناسب مع خصوصياتها الثقافية والجغرافية، مما يسهم في تعزيز صورتها السياحية عالمياً بأساليب مبتكرة وجذابة.

1. تعزيز البنية التحتية الرقمية في المناطق السياحية

لتحقيق النجاح في الترويج الافتراضي للسياحة في الجزائر، يجب توفير بيئة رقمية مناسبة تتضمن تغطية قوية للإنترنت، خاصة في المناطق النائية التي تتمتع بجاذبية سياحية، مثل الطاسيلي، الهقار، الواحات الجنوبية، والسواحل الممتدة. وتبرز التجارب الدولية، خصوصاً

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

في مصر، كمثال على دور البنية التحتية الرقمية في دعم السياحة، حيث تم توسيع تغطية الإنترنت عالي السرعة (5G/4G) في عدد من المناطق السياحية والأثرية، بما في ذلك الأقصر، أسوان، وشرم الشيخ، ما ساعد الشركات السياحية على تطوير محتوى افتراضي وتسويقه رقمياً.¹

2. تطوير المحتوى الافتراضي المحلي

من أهم مجالات الاستفادة، يجب التركيز على إنتاج محتوى سياحي افتراضي عالي الجودة يعكس تنوع التراث الجزائري. وقد أظهرت التجربة التونسية أن استخدام التصوير البانورامي والفيديوهات بتقنية 360 درجة، كما في مشروع "تونس 360"، أحدث تحولاً كبيراً في تقديم صورة افتراضية واقعية للسائح، سواء في المدينة العتيقة أو في المواقع الأثرية مثل قرطاج.²

3. دعم المبادرات الشبابية في المجال الرقمي

نجحت مصر في تحفيز الشركات الناشئة على تطوير تطبيقات ومواقع رقمية موجهة للقطاع السياحي، وذلك بفضل برامج دعم وتمويل حكومي مخصصة لريادة الأعمال التكنولوجية. وقد أطلقت وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بالتعاون مع وزارة السياحة والآثار، مبادرات لتشجيع الشباب على إنشاء مشاريع مبتكرة في مجالات مثل الجولات الافتراضية، وتطبيقات الهواتف الذكية الخاصة بالتراث السياحي يمكن للجزائر أن تستفيد من هذا النموذج من خلال إرساء برامج مماثلة لدعم الريادة الرقمية في السياحة، وتوفير فضاءات العمل الجماعي وحاضنات المشاريع التي تستهدف المبدعين في مجالي السياحة والتكنولوجيا.³

4. رقمنة التراث الثقافي والمتاحف

¹ وزارة السياحة المصرية، "البوابة الرسمية للتراث السياحي المصري"، اطلع عليه بتاريخ 3 جوان، 2025، <https://egymonuments.gov.eg>

² بين عيسى نادية. التحول الرقمي في السياحة التونسية (تونس. دار الفنون، ، 2021)، 102.

³ وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. "خطة تطوير البنية التحتية الرقمية في القطاع السياحي." اطلع عليه بتاريخ 3 جوان، 2025. <https://mcit.gov.eg>.

تعتبر المتاحف والمواقع التاريخية كنوزًا يمكن تحويلها إلى محتوى افتراضي جذاب، من خلال جولات تفاعلية أو نماذج ثلاثية الأبعاد. قامت مصر وتونس بإطلاق مشاريع رقمية تتيح للزوار استكشاف مصر القديمة، مما يمنح السياح فرصة اكتشاف هذه المواقع من أي مكان في العالم. كما يمكن للجزائر أن تعمل على رقمنة متاحف مثل البارود، ومواقع تاريخية مثل جميلة وتيمقاد، وتوفيرها عبر تطبيق موحد.¹

5. إدماج السياحة الرقمية في المنظومة التعليمية

لا يمكن تحقيق التحول نحو الترويج السياحي الرقمي دون وجود كفاءات بشرية متخصصة. وقد قامت تونس بإدخال وحدات تعليمية تتعلق بتكنولوجيا السياحة في مؤسساتها الجامعية، مثل المعهد العالي للسياحة في سوسة. من جهة أخرى، يمكن للجزائر أن تضيف وحدات دراسية تتناول الذكاء الاصطناعي، التصميم ثلاثي الأبعاد، والتسويق الإلكتروني السياحي ضمن برامج التعليم الجامعي والمعاهد المتخصصة.²

6. إنشاء منصة رقمية وطنية للسياحة الافتراضية

تُعد المنصات الرقمية المتخصصة من بين أهم الآليات الحديثة في ترويج الوجهات السياحية، خصوصاً مع تنامي الطلب على التجارب الافتراضية عن بُعد. إذ أظهرت التجارب الدولية أن غياب منصة رسمية موحدة يؤدي إلى تشتت المحتوى وصعوبة الوصول إليه من طرف الجمهور المستهدف وفي هذا السياق، قامت السلطات السياحية في مصر بإطلاق مشاريع رقمية موجهة لعرض التراث السياحي في صيغة افتراضية، عبر مواقع إلكترونية متخصصة مثال على ذلك "Virtual Heritage Experience" وهي الجسر الرقمي الذي يربط بين مصر وإيطاليا، بالتعاون مع مؤسسات ثقافية وتقنية. وقد مكّنت هذه المبادرات من تحسين وصول الزوار إلى المواقع الأثرية رقمياً، وتوسيع جمهورها ليشمل المهتمين من خارج البلد بناءً عليه، يمكن للجزائر أن تطوّر منصة وطنية رسمية للسياحة الافتراضية، تكون بمثابة مرجع رقمي موثوق، تعرض من خلالها جولات تفاعلية، فيديوهات، صور ثلاثية الأبعاد، وخرائط موجهة، مع

¹ وزارة السياحة المصرية. مرجع سبق ذكره .

² الحبيب عادل. مرجع سبق ذكره، 71.

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

دعم اللغات الأجنبية. وينبغي أن يتم تطوير هذه المنصة بشراكة بين وزارة السياحة، الجامعات، والمبتكرين المحليين في مجال الرقمنة، لضمان جودة المحتوى وانفتاحه على الأسواق الدولية.¹

7. الترويج السياحي عبر وسائل التواصل الاجتماعي

تشير الأدبيات المتخصصة إلى أن الاعتماد على الفيديوهات القصيرة، البث المباشر، والتعاون مع صنّاع المحتوى أصبح من أبرز استراتيجيات التسويق السياحي في العصر الرقمي. حيث يؤكد محمد القرشي أن "وسائل الإعلام الجديدة مكّنت المؤسسات السياحية من تجاوز الوسائل التقليدية والوصول المباشر إلى السائح المحتمل، دون وسيط تجاري أو بروتوكولي في هذا السياق، اعتمدت مصر في حملاتها السياحية على إنتاج مقاطع مرئية جذابة ونشرها من خلال حملة People to People التي استهدفت تحديث صورة البلاد وتعزيز تنوعها الثقافي والسياحي. كما شملت الحملة التعاون مع مؤثرين دوليين لتوسيع الانتشار وبالنسبة للجزائر، فإن تفعيل هذا النمط من الترويج يتطلب تكوين فرق إعلامية شبابية متخصصة في صناعة المحتوى السياحي، وتشجيع الابتكار في إنتاج الفيديوهات التفاعلية، مع خلق شراكات مع مؤثرين محترفين قادرين على تمثيل الوجه السياحي الوطني في مختلف المنصات العالمية"²

¹ وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. مرجع سبق ذكره ، 137.

² وزارة السياحة المصرية. "People to People: الحملة الرسمية للترويج السياحي لمصر". اطلع عليه بتاريخ

19 جوان، 2025، <https://www.egypt.travel/experience/people-to-people>

المبحث الثالث: الأطر الاستراتيجية والتنظيمية لتفعيل السياحة الافتراضية في الجزائر

تُعتبر السياحة الافتراضية من الابتكارات الحديثة التي أصبحت لها مكانة بارزة في قطاع السياحة، خاصة في ظل التطور التكنولوجي السريع والحاجة إلى أساليب جديدة للترويج والاستكشاف السياحي دون الحاجة إلى التنقل الفعلي. وفي السياق الجزائري، يُعد من الضروري وضع استراتيجيات تنظيمية واضحة لتفعيل هذا النوع الجديد من السياحة، بما يضمن توافقه مع التحولات الرقمية العالمية وتكييفه مع الخصائص المحلية من حيث الموارد والبنية التحتية والقدرات المؤسسية. إن العمل على تحديد معالم هذه الاستراتيجيات يُعتبر خطوة أساسية نحو تحويل السياحة الافتراضية من فكرة نظرية إلى واقع عملي يُساهم في تنمية القطاع السياحي الوطني ويعزز من جاذبية الجزائر كوجهة سياحية رقمية.¹

المطلب الأول: السياسات العمومية والاستراتيجيات الوطنية لدعم التحول الرقمي في السياحة

في ظل التحديات الاقتصادية والتطور التكنولوجي السريع، أصبح التحول الرقمي في قطاع السياحة أولوية للعديد من الحكومات حول العالم. وقد أدركت العديد من الدول أهمية دمج التكنولوجيا في هذا القطاع بهدف تحسين تجربة السياح، وزيادة الكفاءة، وتوسيع الفرص الاقتصادية. في هذا الإطار، وضعت العديد من البلدان سياسات عامة واستراتيجيات وطنية تدعم هذا التحول، حيث تشمل هذه السياسات تطوير البنية التحتية الرقمية، وتدريب الكوادر البشرية، وتحفيز الابتكار في تقديم الخدمات السياحية. تهدف هذه السياسات إلى تحقيق تكامل بين التكنولوجيا والتنمية السياحية المستدامة، مما يعزز القدرة التنافسية للقطاع السياحي في الأسواق العالمية.

¹ بوخروبة محمد. السياحة الذكية والافتراضية كخيار استراتيجي لتنمية القطاع السياحي في الجزائر. (مجلة الدراسات الاقتصادية، جامعة المسيلة، العدد 18، 2022)، 145.

1. تبني التحول الرقمي كخيار تنموي طويل المدى

في ظل التحديات الاقتصادية والرهانات التنموية الحالية، أصبحت الرقمنة خيارًا استراتيجيًا لا غنى عنه لتطوير مختلف القطاعات، وخاصة قطاع السياحة. وقد أدركت السلطات الجزائرية أهمية هذا التحول، فبادرت إلى إدراج الرقمنة ضمن السياسات العامة الكبرى التي تهدف إلى تنويع الاقتصاد الوطني وتقليل الاعتماد على المحروقات. وبأتي قطاع السياحة في قلب هذا التوجه، نظرًا لقدراته الكبيرة على الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية، سواء في الترويج للوجهات السياحية أو في تحسين تجربة السائح. ومن أبرز ملامح هذا التوجه هو الإعلان الرسمي عن "الاستراتيجية الوطنية للرقمنة"، التي تمثل مرجعية شاملة لجميع القطاعات، وتحدد مراحل وأهداف دقيقة للتحول الرقمي.¹

2. التحول الرقمي في صلب رؤية وزارة السياحة

عملت وزارة السياحة والصناعة التقليدية على موازنة سياساتها وبرامجها مع الأهداف الوطنية للتحول الرقمي، حيث وضعت تعزيز استخدام الوسائل الرقمية في إدارة وترويج السياحة ضمن أولوياتها. وقد أطلقت الوزارة مجموعة من المبادرات الهادفة إلى رقمنة الخدمات السياحية، من أبرزها تشجيع الفنادق والوكالات السياحية على إنشاء مواقع إلكترونية احترافية، وتسهيل عمليات الحجز والدفع الإلكتروني. كما بدأت في تصميم بوابة وطنية سياحية رقمية تقدم محتوى مرئي وسمعي عالي الجودة عن المواقع السياحية، مما يساهم في الترويج للوجهة الجزائرية على الصعيدين المحلي والدولي. يعكس هذا التوجه إدراك الوزارة بأن السياحة في العصر الحديث تعتمد بشكل متزايد على الابتكار التكنولوجي، الذي يتيح للزبائن استكشاف وتجربة المواقع عن بُعد قبل اتخاذ قرار السفر.²

3. دعم الابتكار الرقمي من خلال الشراكات الوطنية

¹ وزارة الرقمنة والإحصائيات. الاستراتيجية الوطنية للرقمنة في الجزائر. (الجزائر: منشورات رسمية، 2023)، 15.

² وزارة السياحة والصناعة التقليدية. تقرير حول آفاق رقمنة القطاع السياحي في الجزائر (الجزائر: مطبعة الوزارة، 2022)، 10.

لم تعد الدولة هي الجهة الوحيدة المسؤولة عن تطوير السياحة الرقمية، بل بدأت في فتح المجال أمام القطاع الخاص والشركات الناشئة للمشاركة في هذا التحول. وقد شجعت الحكومة على إقامة شراكات فعالة بين القطاعين العام والخاص، من خلال تقديم حوافز لتطوير تطبيقات سياحية ذكية، ومنصات إلكترونية للحجز، وأنظمة توجيه رقمية تفاعلية. كما تم دعم الشباب أصحاب المشاريع التكنولوجية عبر برامج مثل "ANSEJ" و "ALGERIAN STARTUP FUND"، لتقديم حلول رقمية تساهم في تحسين الخدمات السياحية. وتبرز أهمية هذه الشراكات في إدخال ديناميكية جديدة إلى القطاع، تعتمد على الابتكار والاستجابة السريعة لاحتياجات السوق.¹

4. ضعف البنية التحتية كعائق أمام التنفيذ الميداني

على الرغم من وضوح الرؤية الرسمية وتعدد المبادرات، إلا أن التطبيق العملي يواجه عدة تحديات، أبرزها ضعف البنية التحتية الرقمية في العديد من المناطق السياحية، خاصة في الجنوب والمناطق الجبلية، حيث تفتقر بعض المناطق إلى تغطية الإنترنت أو تكون التغطية ضعيفة للغاية. هذا الأمر يعوق دمج الخدمات الرقمية في التجربة السياحية. بالإضافة إلى ذلك، لا يزال العديد من العاملين في القطاع السياحي يفتقرون إلى التدريب الرقمي الكافي، سواء في استخدام التكنولوجيا أو في الترويج الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي. ولتجاوز هذه التحديات، من الضروري وضع برامج تدريبية فعالة، بالإضافة إلى استثمارات حقيقية في البنية التحتية الرقمية، لضمان شمولية الرقمنة وعدم اقتصرها على مناطق معينة دون غيرها.²

5. الحاجة إلى إطار تشريعي محفز للرقمنة السياحية

من الجوانب التي لا تزال بحاجة إلى مزيد من الاهتمام هو الإطار القانوني والتنظيمي الذي ينظم السياحة الرقمية. على الرغم من وجود إرادة سياسية، إلا أن بعض القوانين لم تتطور بعد لتواكب التقدم التكنولوجي في هذا المجال. على سبيل المثال، تفتقر النصوص القانونية إلى

¹ بوهالي عبد المجيد. الشراكة بين القطاعين العام والخاص ورقمنة السياحة في الجزائر. (مجلة اقتصاديات الأعمال، جامعة الجزائر 3، العدد 6، 2021)، 111.

² بن عامر ياسين. إكراهات التحول الرقمي في القطاع السياحي الجزائري. (مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة بسكرة، العدد 14، 2023)، 122.

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

وضوح فيما يتعلق بحماية البيانات الشخصية للسياح عبر التطبيقات الرقمية، وكذلك تلك التي تنظم بدقة العمليات التجارية السياحية الإلكترونية. لذا، يُعتبر تحديث القوانين خطوة أساسية لضمان نجاح الاستراتيجيات الرقمية وتوفير بيئة قانونية جاذبة للمستثمرين والفاعلين في هذا القطاع.¹

6. رقمنة التراث الثقافي كأداة جاذبة للسياحة

أدركت الجهات المسؤولة عن القطاع السياحي في الجزائر أن رقمنة التراث الثقافي تُعد وسيلة فعّالة لتعزيز السياحة الوطنية، خاصة في ظل ما تمتلكه البلاد من مواقع أثرية وموروث ثقافي غير مادي غني. ومن هنا، بدأت بعض المبادرات التي تهدف إلى توثيق التراث المحلي رقمياً، من خلال تصوير المواقع التاريخية بتقنية ثلاثية الأبعاد، وتطوير محتوى تفاعلي يسلط الضوء على العادات والتقاليد، بالإضافة إلى تنظيم زيارات افتراضية للمتاحف. ورغم أن هذه الخطوات لا تزال في مراحلها الأولى، إلا أنها تفتح آفاقاً واسعة أمام السياحة التعليمية والثقافية، مما يتيح للجزائر الوصول إلى شريحة كبيرة من السياح الأجانب عن بُعد.²

7. الترويج الخارجي عبر المنصات العالمية

في عصر العولمة الرقمية، لم يعد الترويج للسياحة مقتصرًا على الكتيبات التقليدية والمعارض الدولية، بل أصبحت منصات الحجز العالمية ومواقع السفر الكبرى مثل TripAdvisor و Booking.com و Airbnb تلعب دوراً محورياً في توجيه اختيارات السياح. انطلاقاً من ذلك، بدأت الدولة الجزائرية، بالتعاون مع بعض الوكالات، في إدراج وجهاتها السياحية على هذه المنصات، بالإضافة إلى تطوير محتوى رقمي متميز يعكس جمال الطبيعة

¹ سماحي نوال. الحاجة إلى تحديث التشريعات لمواكبة السياحة الرقمية في الجزائر. (مجلة القانون والتنمية، جامعة ورقلة، العدد 9، 2022)، 76.

² شوشان سمير. الرقمنة ودورها في ترميم التراث الثقافي والسياحي في الجزائر. (مجلة التراث والسياحة، جامعة باتنة، العدد 5، 2022)، 90.

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

والثقافة الجزائرية. كما يتم التعاون مع مؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي لإنتاج محتوى مرئي جذاب يروج للجزائر كوجهة سياحية فريدة.¹

8. برامج تكوينية لتحسين الكفاءات الرقمية للعاملين في القطاع السياحي

لا يمكن تحقيق أي تحول رقمي ناجح في القطاع السياحي دون تأهيل الكوادر البشرية المسؤولة عن إدارته. لذلك، بدأت وزارة السياحة بالتعاون مع وزارة التعليم العالي والتكوين المهني في إدخال وحدات تدريبية متخصصة في الرقمنة ضمن مناهج معاهد الفندقية والسياحية. بالإضافة إلى ذلك، تم تنظيم دورات تدريبية للمرشدين السياحيين وأصحاب الفنادق لتعليمهم كيفية استخدام البرمجيات السياحية والتفاعل مع المنصات الرقمية. كما أطلقت مسابقات وطنية في مجال الابتكار السياحي الرقمي لتشجيع الشباب على تقديم أفكارهم ومشاريعهم في تطوير السياحة الذكية.²

9. إشراك الجماعات المحلية في رقمنة المقومات السياحية

تعتبر البلديات والولايات الجزائرية عنصراً أساسياً في تنفيذ السياسات الرقمية على المستوى المحلي. وقد بادرت بعض الجماعات المحلية بإطلاق مشاريع تهدف إلى رقمنة المعلومات السياحية، من خلال تطوير تطبيقات تعرّف بالمواقع السياحية وتوفير خرائط تفاعلية وخدمات توجيه للسائح. كما بدأت بعض البلديات في تحديث لافتاتها السياحية لتشمل رموز QR، مما يتيح للسائح تحميل معلومات فورية. من المتوقع أن يعزز هذا الاتجاه اللامركزية في الترويج السياحي ويشرك المجتمعات المحلية في جهود التنمية السياحية المستدامة.³

10. توظيف الذكاء الاصطناعي والتحليلات الرقمية في اتخاذ القرار السياحي

¹ بوقطاية أمينة. التسويق السياحي الرقمي ودوره في الترويج للوجهة الجزائرية. (مجلة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، العدد 19، 2023)، 44.

² حمودي ليلي. التكوين السياحي في الجزائر بين متطلبات السوق والتحول الرقمي. (مجلة التكوين والتطوير، جامعة سطيف، العدد 8، 2022)، 29.

³ عكاشة زكرياء. دور الجماعات المحلية في تطوير السياحة الرقمية بالجزائر. (مجلة التنمية المحلية، جامعة المدية، العدد 7، 2023)، 65.

على الرغم من أن التجربة الجزائرية لا تزال في مراحلها الأولى في هذا المجال، إلا أن هناك توجهاً نحو دمج أدوات الذكاء الاصطناعي في القطاع السياحي. يتم ذلك من خلال تحليل سلوك السائحين باستخدام البيانات الضخمة، مما يساعد على فهم ميولاتهم وتفضيلاتهم. يتيح هذا الأمر للجهات المعنية اتخاذ قرارات أكثر دقة بشأن تطوير العروض السياحية وتصميم خدمات تتناسب مع احتياجات الزوار. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً حيوياً في إدارة الحشود خلال الفعاليات السياحية، وكذلك في تعزيز الأمن السياحي.¹

المطلب الثاني: آليات الشراكة والحوكمة والتنسيق بين الفاعلين في مجال السياحة الافتراضية

تعتبر آليات الشراكة والحوكمة والتنسيق بين الفاعلين في مجال السياحة الافتراضية من العوامل الأساسية لنجاح هذا القطاع الناشئ. يتطلب توسيع نطاق السياحة الافتراضية تعاوناً وثيقاً بين عدة جهات، مثل الحكومات، وشركات التكنولوجيا، والمنظمات غير الحكومية، وقطاع السياحة الخاص. من خلال إقامة شراكات استراتيجية، يمكن تبادل الخبرات والموارد، مما يعزز الابتكار ويساهم في تطوير المحتوى الرقمي. بالإضافة إلى ذلك، يضمن وجود إطار حوكمة واضح تنسيقاً فعالاً بين هذه الأطراف، ويساعد في صياغة سياسات واستراتيجيات مستدامة تساهم في نجاح السياحة الافتراضية على المدى الطويل..

1. التنسيق المؤسسي بين وزارة السياحة وباقي القطاعات ذات الصلة

لا يمكن لأي مشروع وطني طموح أن يحقق النجاح دون وجود تنسيق فعال بين الفاعلين الرئيسيين فيه، والسياحة الافتراضية ليست استثناءً من ذلك. في الجزائر، لا تزال وزارة السياحة تعمل بشكل شبه مستقل عن القطاعات الأخرى التي تلعب دوراً مباشراً في صناعة المحتوى الرقمي والتكنولوجي، مثل وزارة الرقمنة والإحصائيات، ووزارة الثقافة، ووزارة الاتصال، ووزارة التعليم العالي. كل من هذه الوزارات تمتلك جزءاً من الإمكانيات أو الموارد الضرورية لإنتاج تجربة سياحية افتراضية متكاملة. لذا، من الضروري إنشاء إطار رسمي، ربما على شكل لجنة دائمة

¹ بن ناصر هدى. إمكانيات الذكاء الاصطناعي في تطوير السياحة الذكية في الجزائر. (مجلة الاقتصاد الرقمي، جامعة قسنطينة، العدد 4، 2024)، 52.

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

بين الوزارات، تتولى دراسة وإطلاق مشاريع السياحة الرقمية بشكل مشترك، وتحديد أولويات العمل والتمويل، وتوزيع الأدوار بطريقة تضمن تكامل الجهود بدلاً من تكرارها أو تشتيتها.¹

2. تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص (Public-Private Partnership)

يمثل القطاع الخاص في الجزائر، على الرغم من التحديات التي يواجهها، مصدرًا هامًا للمهارات والخبرات في مجالات التكنولوجيا والإبداع الرقمي. تمتلك شركات البرمجيات، استوديوهات تصميم المحتوى، الوكالات السياحية، وشركات التسويق الرقمي القدرة على المساهمة بشكل فعال في تطوير السياحة الافتراضية. ومع ذلك، فإن غياب الحوافز التشجيعية وعدم وجود إطار قانوني مرن لتنظيم الشراكات يعيق العديد من هذه الشركات عن الانخراط في مشاريع سياحية رقمية. يكمن الحل في وضع سياسة واضحة تهدف إلى تحفيز الشراكات بين القطاعين، من خلال تقديم تخفيضات ضريبية، أو عقود شراكة تنافسية، أو حتى إدراج السياحة الافتراضية ضمن مشاريع حاضنات الأعمال ودعم المؤسسات الناشئة.²

3. الحوكمة التشاركية في صياغة السياسات السياحية الرقمية

تعتمد السياحة الافتراضية على بيئة ديناميكية وسريعة التغير، مما يستدعي صياغة سياسات مرنة وغير بيروقراطية. ينبغي أن تنبع هذه السياسات من تفاعل مستمر بين صانعي القرار والجهات المعنية على الأرض، مثل الجمعيات المهنية، والشباب المبتكر، والجامعات، والمجتمع المدني. من الأمثلة الناجحة على ذلك تنظيم "منتديات وطنية للسياحة الرقمية"، حيث يجتمع جميع الأطراف المعنية لتبادل الأفكار والرؤى والمشاركة في وضع خريطة الطريق. تعكس

¹ بن عيسى عبد الغني. الحوكمة في الإدارة السياحية بين التخطيط والتفعيل الرقمي (الجزائر. دار الهدى، ، 2021)، 45.

² شيتور نادية. الشراكة بين القطاعين العام والخاص كآلية لتطوير السياحة في الجزائر. (المجلة الجزائرية للاقتصاد والتنمية، العدد 18، 2022)، 139.

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

هذه الحوكمة التشاركية التزام السلطات بتنفيذ الاقتراحات القابلة للتطبيق وتقييم تأثير السياسات المعتمدة من خلال مؤشرات أداء رقمية واضحة وشفافة.¹

4. إشراك الجامعات ومراكز البحث في تقديم الحلول الرقمية

تعتبر الجامعات ومراكز البحث الوطنية مصدراً بشرياً ضخماً يمكن استغلاله في تطوير منظومة سياحية رقمية متقدمة. تمتلك الجزائر العديد من المعاهد والجامعات التي تقدم برامج في مجالات مثل علوم الإعلام الآلي، الذكاء الاصطناعي، التاريخ، علم الآثار، واللغات، وهي تخصصات يمكن استخدامها في إنتاج محتوى سياحي افتراضي غني وموثوق. على سبيل المثال، يمكن للطلاب إنشاء زيارات افتراضية ثلاثية الأبعاد لمواقع أثرية، أو تطوير تطبيقات تستخدم الواقع المعزز للتعرف على المعالم السياحية. كما يمكن للجامعات أن تُنشئ مختبرات بحثية تركز على تطوير حلول للواقع الافتراضي بتكاليف منخفضة..²

5. دور الجماعات المحلية في إدارة السياحة الرقمية

تمتلك الجماعات المحلية ثروة من المعلومات والمعرفة حول التراث الثقافي والسياحي الذي يميز كل منطقة، لكنها غالباً ما تُستبعد من مشاريع السياحة الرقمية. في هذا الإطار، يمكن تعزيز دور البلديات كمراكز رئيسية في رقمنة التراث المحلي، من خلال تقديم المحتوى، أو دعم المبادرات الشبابية، أو حتى إنشاء صفحات ومواقع رسمية تعرض معالمها السياحية بأسلوب رقمي تفاعلي. ومن الضروري أيضاً تزويد الجماعات المحلية بالميزانيات والكوادر التقنية اللازمة لتمكينها من أداء هذا الدور بفعالية.³

6. إنشاء مرصد وطني للسياحة الافتراضية

¹ أحمد عبد القادر. الحوكمة الرشيدة وآثارها على القطاع السياحي الرقمي. (مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تبسة، العدد 26، 2021)، 88.

² بوحسون نوال. دور الجامعة الجزائرية في دعم التحول الرقمي السياحي. (أعمال الملتقى الوطني حول الابتكار في القطاع السياحي، جامعة مستغانم، 2023)، 61.

³ فتحي زهير. التسيير المحلي والمشاركة في التنمية السياحية الرقمية. (مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية، جامعة قالم، العدد 20، 2022)، 106.

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

إن إنشاء مرصد متخصص لمتابعة السياحة الافتراضية سيوفر للسلطات والمهنيين قاعدة بيانات دقيقة يمكن الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات. يمكن أن يتولى هذا المرصد جمع وتحليل المعلومات المتعلقة بتفاعل المستخدمين مع المنصات السياحية الرقمية، وتقييم جودة المحتوى الافتراضي، ورصد مدى تأثير الحملات الرقمية على السياح المحليين والأجانب. كما يمكنه إصدار تقارير دورية تسلط الضوء على نقاط القوة والضعف، وتقديم توصيات عملية لتحسين الأداء الرقمي في مجال السياحة.¹

7. تطوير منظومة قانونية مرنة تحكم السياحة الرقمية

تعتبر عدم وجود إطار قانوني واضح ومتكامل من أبرز التحديات التي تعيق تفعيل السياحة الافتراضية في الجزائر. فالقوانين الحالية إما أنها تقليدية ولا تتماشى مع التطورات التكنولوجية، أو أنها تفتقر إلى الوضوح ولا تحدد المسؤوليات بين المعنيين. لذلك، يُعد من الضروري إعادة النظر في المنظومة التشريعية المتعلقة بالسياحة، لتشمل نماذج جديدة مثل العروض السياحية الرقمية، وخدمات الواقع المعزز، والزيارات الافتراضية كجزء من الأنشطة السياحية المعترف بها رسميًا. بالإضافة إلى ذلك، ينبغي وضع قوانين لحماية حقوق النشر المتعلقة بالمحتوى الافتراضي السياحي، وتعزيز الاستثمار في هذا المجال من خلال تقديم حوافز ضريبية وتنظيمية.²

8. إنشاء منصات رقمية وطنية موحدة للعرض السياحي الافتراضي

تعاني التجربة الرقمية في الجزائر من عدم التنسيق، حيث تقوم عدة جهات بإنتاج محتويات سياحية رقمية بشكل منفصل. لذا، يُقترح إنشاء منصة وطنية موحدة تجمع جميع العروض الرقمية من مختلف ولايات البلاد بطريقة احترافية ومتعددة اللغات. ينبغي أن تتجاوز هذه المنصة كونها مجرد موقع إلكتروني، لتقدم تجارب تفاعلية غامرة، مثل الجولات الافتراضية بزاوية 360 درجة، وعروض الواقع الافتراضي، ودلائل سياحية رقمية مدعومة بالذكاء

¹ مراد علي. مقترح لإنشاء مرصد رقمي لتقييم السياحة الافتراضية في الجزائر. (المجلة الجزائرية للتنمية السياحية، العدد 5، 2023)، 92.

² بن حمو كمال. السياسات القانونية للسياحة الذكية في الجزائر. (مجلة القانون والتكنولوجيا، جامعة البليدة، العدد 12، 2022)، 74.

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

الاصطناعي. يتطلب تنفيذ هذا المشروع شراكة متكاملة بين الوزارات، وشركات التكنولوجيا، والمبدعين الشباب.¹

9. تحفيز البلديات على إطلاق مبادرات رقمية محلية

تعتبر البلديات عنصراً أساسياً في تعزيز السياحة المحلية، ويمكن أن تصبح فاعلاً رئيسياً في إنتاج محتوى افتراضي محلي يُبرز الخصائص الثقافية لكل منطقة. يُقترح تخصيص جوائز تنافسية أو تقديم دعم مالي للبلديات التي تُطلق منصات أو تطبيقات رقمية تعرض معالمها السياحية، وتشجع الشباب المحلي على المشاركة في الإنتاج الرقمي. هذا النهج لا يُعزز السياحة فحسب، بل يُساهم أيضاً في بناء اقتصاد معرفي محلي يعتمد على الإبداع.²

10. إقامة شبكات تنسيقية بين المهنيين والمؤسسات

تعتبر إنشاء شبكات مهنية تجمع بين الفاعلين في مجال السياحة الافتراضية، مثل المرشدين السياحيين، مطوري التطبيقات، المصورين، الأكاديميين، وأصحاب المشاريع، من الخطوات العملية الهامة لتعزيز التنسيق في هذا المجال. يمكن تنظيم لقاءات دورية وورش عمل لتبادل التجارب والخبرات، مما يساهم في تسريع الابتكار وتحقيق التكامل بين المخرجات. من الضروري أن تحظى هذه الشبكات بدعم من وزارة السياحة والمؤسسات الأكاديمية، لتكتسب قيمة تنظيمية واستراتيجية في رسم خريطة رقمية وطنية.³

11. تعزيز التعاون بين الجامعات والمؤسسات السياحية الرقمية

تضطلع الجامعات بدور أساسي في تزويد السياحة الافتراضية بالموارد البشرية والتكنولوجية اللازمة، سواء من خلال الأبحاث الأكاديمية أو من خلال مشاريع الطلاب في مجالات الإعلام الآلي، التصميم الرقمي، والسياحة الثقافية. بناءً على ذلك، من الضروري تعزيز

¹ سليمان، مريم. منصات السياحة الذكية كأداة لتحسين تجربة الزائر. (مجلة السياحة الرقمية، جامعة الجزائر 3، العدد 4، 2023)، 51.

² حمدي عبد المالك. دور الجماعات المحلية في تطوير السياحة المستدامة. (مجلة الاقتصاد المحلي والتنمية، جامعة ورقلة، العدد 11، 2021)، 102.

³ بن زيان لطفي. العمل الشبكي ودوره في تنشيط الاقتصاد السياحي الرقمي. (ملتقى السياحة التشاركية، جامعة قسنطينة 2، 2022)، 89.

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

الشراكات الفعالة بين الجامعات ومؤسسات السياحة بهدف تطوير تطبيقات افتراضية، أو تنظيم مشاريع تخرج تركز على توثيق التراث الوطني رقمياً. كما يمكن إدخال برامج تدريبية مهنية مشتركة لتأهيل الكوادر البشرية في تقنيات الواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي المخصصة لقطاع السياحة.¹

12. إشراك الجالية الجزائرية في الخارج في الترويج الافتراضي

تعتبر الجالية الجزائرية في الخارج مصدراً مهماً للدبلوماسية السياحية، نظراً لارتباطها العاطفي بالوطن الأم وامتلاكها لمهارات تكنولوجية وإعلامية متطورة. يمكن استغلال هذا الرأسمال البشري من خلال إشراك أبناء الجالية في إنتاج وترويج محتوى افتراضي يعكس معالم السياحة الجزائرية، بالإضافة إلى نقل الخبرات العالمية إلى الداخل. على سبيل المثال، يمكن إنشاء شبكة رقمية تضم مصممين جزائريين مقيمين في الخارج لتطوير منتجات رقمية تفاعلية تستهدف الجمهور الأجنبي.²

13. تأسيس مرصد وطنية لمتابعة وتقييم مشاريع السياحة الافتراضية

مع تزايد عدد المبادرات الرقمية في مجال السياحة، تبرز أهمية إنشاء مرصد وطني متخصص في متابعة وتقييم أداء المشاريع المتعلقة بالسياحة الافتراضية. سيوفر هذا المرصد بيانات دقيقة تساهم في تحسين استراتيجيات الحوكمة وتوجيه الاستثمارات نحو القطاعات الأكثر ربحية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يعزز الشفافية ويساعد في تحديد العقبات التنظيمية أو التكنولوجية التي تواجه المعنيين في هذا القطاع.³

14. تعزيز المقاربة التشاركية مع الجمعيات الثقافية والمجتمع المدني

¹ قريشي نوال. التكامل الجامعي-الاقتصادي في السياحة الذكية: الواقع والآفاق. (مجلة التعليم العالي والابتكار، جامعة وهران، العدد 6، 2023)، 118.

² عويطي سمير. دور الجالية الوطنية في دعم الاقتصاد الثقافي والسياحي. (مجلة شؤون الهجرة والتنمية، جامعة الجزائر 2، العدد 3، 2022)، 64.

³ قنان سليم. حوكمة المشاريع السياحية الرقمية: نحو رؤية تقييمية. (أعمال الملتقى الوطني حول الرقمنة والسياحة، جامعة المدية، 2023)، 33.

تؤدي الجمعيات الثقافية والمجتمع المدني دورًا حيويًا في توثيق التراث المحلي وتقديمه بأسلوب إبداعي. في مجال السياحة الافتراضية، يمكن لهذه الجهات أن تساهم في جمع المواد التراثية مثل الصور والحكايات والتسجيلات، بالإضافة إلى تنظيم ورش عمل رقمية تستهدف الشباب. كما يمكنها التنسيق مع البلديات والمراكز الثقافية لإقامة معارض رقمية تسلط الضوء على التاريخ المحلي والمواقع السياحية المهجورة. تضمن هذه المقاربة إشراك المجتمع في إنتاج محتوى يعكس هويته الحقيقية ويعزز ارتباطه بالمكان.¹

15. إنشاء حاضنات أعمال متخصصة في السياحة الافتراضية

تُعتبر إنشاء حاضنات أعمال مخصصة للمشاريع السياحية الرقمية من أبرز الآليات التي يمكن أن تسرع ظهور منظومة سياحة رقمية فعّالة في الجزائر. توفر هذه الحاضنات بيئة داعمة للشباب المبتكرين من خلال تقديم التوجيه، التمويل الأولي، والتدريب الفني والتسويقي. كما تُعدّ نقطة التقاء بين رواد الأعمال والمستثمرين والممولين، مما يساهم في تعزيز مناخ ريادة الأعمال في هذا القطاع الحيوي.²

16. تكامل الأدوار بين وزارة السياحة ووزارة الرقمنة والذكاء الاصطناعي

لتحقيق تنسيق فعال ومستدام بين الجهات المعنية، من الضروري وجود تكامل مؤسسي بين وزارة السياحة ووزارة الرقمنة. حيث تتولى وزارة السياحة مسؤولية وضع الرؤية السياحية والإشراف على الجهات والمحتوى الثقافي، بينما تركز وزارة الرقمنة على توفير البنية التحتية الرقمية، وتعزيز الابتكار التكنولوجي، وتطوير المهارات الرقمية. إن التعاون بين الوزارتين في إعداد خارطة طريق مشتركة للسياحة الافتراضية سيساهم في تعزيز قواعد الحوكمة وتقليل التداخل الإداري.³

¹ زغبيدي أحلام، دور المجتمع المدني في المحافظة على التراث الثقافي غير المادي. (مجلة التراث والهوية، جامعة مستغانم، العدد 5، 2021)، 77.

² قشي رضا، دور الحاضنات في دعم المقاولاتية السياحية الرقمية. (مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة بسكرة، العدد 9، 2023)، 91.

³ بوخاتم آسيا، الحوكمة الرقمية والتكامل بين القطاعات: السياحة نموذجاً. (ملتقى الحوكمة الرقمية، جامعة باتنة 1، 2022)، 48.

17. تفعيل الشراكة مع شركات الاتصالات لضمان الوصولية

تعتبر شركات الاتصالات مثل اتصالات الجزائر، موبيليس، وأوريدو شريكاً استراتيجياً أساسياً في نجاح أي مشروع سياحي افتراضي. فبدون إنترنت عالي الجودة، يصبح من الصعب تصفح المحتوى التفاعلي أو القيام بجولات افتراضية. لذا، تبرز أهمية توقيع اتفاقيات شراكة مع هذه الشركات لتوفير تغطية قوية في المناطق السياحية، بالإضافة إلى تقديم عروض خاصة للسياح والمستخدمين المحليين. كما يمكن أن تشمل هذه الشراكات المشاركة في تمويل أو إطلاق تطبيقات رقمية تساهم في تعزيز السياحة الوطنية.¹

18. إشراك القطاع المالي في دعم المشاريع السياحية الرقمية

يعتبر نقص التمويل من أبرز التحديات التي تواجه المشاريع الرقمية في قطاع السياحة، خاصةً مع تردد البنوك في دعم المشاريع غير التقليدية. لمعالجة هذه المشكلة، يمكن اقتراح إنشاء خطوط تمويل خاصة بالتعاون بين البنوك العامة والخاصة ووزارة السياحة، بهدف دعم التطبيقات والمنصات والمحتويات الرقمية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن الاستفادة من التمويل الجماعي أو إنشاء صناديق استثمار مشتركة بالتنسيق مع صناديق دعم ريادة الأعمال.²

خلاصة الفصل:

تمثل السياحة الافتراضية فرصة واحدة للجزائر لتعزيز جهودها في الترويج السياحي وجذب الزوار من مختلف أنحاء العالم، خاصة في ظل التطور التكنولوجي السريع. وعلى الرغم من أن التجربة الجزائرية لا تزال في مراحلها الأولى، إلا أنها تمتلك إمكانات كبيرة يمكن استغلالها، مثل التنوع الطبيعي والثقافي والمواقع التاريخية الغنية. وقد حققت التجربتان التونسية والمصرية نتائج إيجابية في هذا المجال، مما يوفر للجزائر نماذج عملية يمكن الاستفادة منها.

¹ مزور عبد الرزاق. دور البنية التحتية الرقمية في دعم الاقتصاد السياحي الافتراضي. (مجلة الاقتصاد والتقنية، جامعة سطيف، العدد 7، 2023)، 59.

² عيساوي نذير. مساهمة القطاع المالي في تنمية السياحة الذكية. (مجلة التنمية والاستثمار، جامعة برج بوعريش، العدد 10، 2022)، 66.

الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة

لتحقيق هذا الهدف، يجب العمل على تطوير البنية التحتية الرقمية، وتعزيز الابتكار المحلي، وإنشاء منصات سياحية افتراضية متطورة تعكس صورة الجزائر كوجهة سياحية رقمية رائدة.



خاتمة

خاتمة

في ضوء التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العالم، برزت السياحة الافتراضية كأحد الحلول المبتكرة التي أعادت تشكيل العلاقة بين السائح والوجهة السياحية، من خلال إتاحة تجارب استكشافية غامرة دون الحاجة إلى التنقل المادي. وقد أثبتت هذه الأداة فعاليتها في فترات الأزمات، خاصة خلال جائحة كوفيد-19، حيث شكلت بديلاً عملياً لتعويض القيود المفروضة على السفر، ومكنت العديد من الدول من الحفاظ على تواصلها مع الجمهور السياحي.

ومع أن السياحة الافتراضية تتيح فرصاً واعدة في مجال الترويج السياحي، إلا أنها لا تزال تواجه مجموعة من التحديات، أبرزها الفجوة الرقمية، والقصور في التجربة الحسية، إلى جانب محدودية الوصول إلى بعض الفئات. كما أن فعاليتها تختلف حسب نوع الوجهة ومدى نضجها الرقمي.

وعليه فقد خلصت هذه الدراسة إلى أن السياحة الافتراضية تمثل تغييراً جذرياً في أساليب الترويج السياحي الحديثة، حيث تتيح تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز إمكانيات هائلة لتقديم تجارب غامرة تنثري التصور المسبق للسائح وتزيد من جاذبية الوجهات السياحية.

تناول الفصل الأول الإطار النظري لهذا المفهوم، من خلال الوقوف على نشأته، سماته، تقنياته، ومتطلباته الأساسية، مع التركيز على الأبعاد التقنية والبشرية والمؤسسية التي يقوم عليها. كما تم التطرق إلى أهم المزايا التي توفرها هذه الصيغة من السياحة، بالإضافة إلى التحديات التي تعيق انتشارها في عدد من السياقات.

أما الفصل الثاني، فقد استعرض تجارب مقارنة لدول تبنت السياحة الافتراضية في سياساتها الترويجية، حيث أظهرت نتائج هذه النماذج أن الاستثمار في المحتوى الرقمي والتقنيات التفاعلية يمكن أن يسهم بشكل فعال في رفع جاذبية الوجهات، وتحقيق أهداف تسويقية ملموسة.

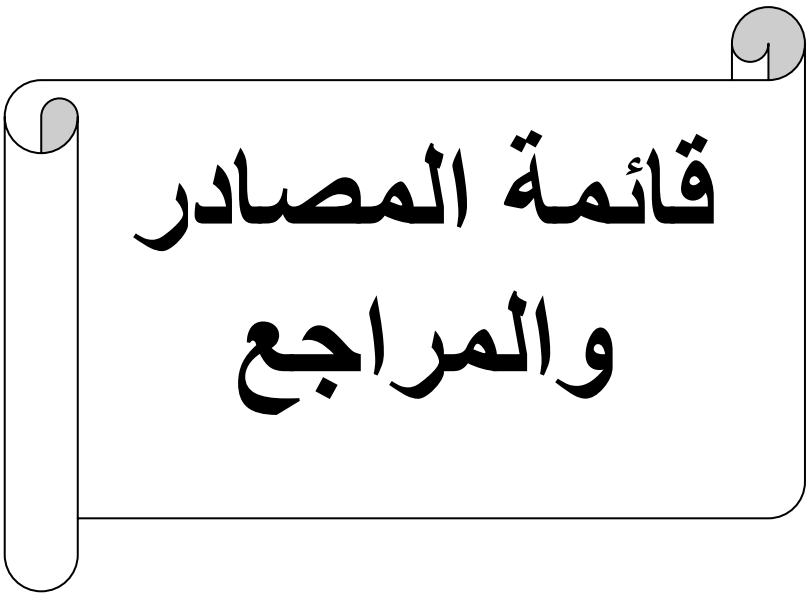
ومن هنا نستنتج أن السياحة الافتراضية لم تعد اختياراً ثانوياً أو بديلاً مؤقتاً، بل أصبحت عنصراً أساسياً في استراتيجيات الترويج السياحي المعاصر، بما يتطلب دعمها من خلال سياسات رقمية متكاملة، واستثمار جاد في التكنولوجيا والمحتوى، وتعزيز التعاون بين مختلف الفاعلين في القطاع. بعبارة أخرى، فإنه لا يمكن اعتبار السياحة الافتراضية كبديل كامل للسياحة التقليدية، بل تمثل أداة تكميلية تعزز الجهود الترويجية وتفتح آفاقاً جديدة لتسويق الوجهات بطرق أكثر حداثة وجذباً. ويظل الاستثمار في البنية

خاتمة

التحتية الرقمية، وتطوير محتوى افتراضي عالي الجودة، من أبرز العوامل التي ستحدد مستقبل هذه الأداة في المشهد السياحي العالمي.

في ضوء ما لخصته هذه الدراسة من نتائج نظرية ومقارنة، بالإمكان طرح مجموعة من التوصيات التي من شأنها دعم فعالية السياحة الافتراضية كأداة استراتيجية للترويج السياحي، وهي كالآتي:

1. الاستثمار في التقنيات الرقمية الحديثة، لاسيما الواقع الافتراضي والواقع المعزز، باعتبارها أدوات أساسية في بناء تجارب سياحية رقمية تفاعلية.
2. إنتاج محتوى سياحي افتراضي عالي الجودة يعكس الخصوصية الثقافية للمعالم، مع الاهتمام بالتنوع البصري واللغوي، لتوسيع نطاق الجمهور المستهدف.
3. تعزيز التكوين والتدريب المتخصص في مجالات التكنولوجيا والسياحة الرقمية، عن طريق دمج هذه المحاور في البرامج الجامعية والدورات المهنية.
4. إطلاق منصات رسمية افتراضية متكاملة بإشراف جهات سياحية مختصة، لعرض جولات افتراضية منظمة للمواقع الأثرية والثقافية والطبيعية.
5. تطوير شراكات فعالة بين القطاعين العام والخاص (PPP)، لتسريع رقمنة القطاع السياحي وتوفير تمويل مستمر للمشاريع الرقمية.
6. الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة في السياحة الافتراضية، من خلال تبادل الخبرات والممارسات الناجحة في تطوير المحتوى وتوظيف التكنولوجيا.
7. دعم البحث العلمي في السياحة الرقمية وتشجيع الدراسات التطبيقية التي تقدّر أثر السياحة الافتراضية على السلوك السياحي وتصورات السائحين



قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

1. أحمد عبد القادر .الحوكمة الرشيدة وآثارها على القطاع السياحي الرقمي .دار النشر، 2021.
2. بن زيدان عبد القادر .الرقمنة والسياحة: جدلية التفاعل والتنمية .دار المسيرة، الجزائر، 2022.
3. بن عيسى عبد الحفيظ .التحول الرقمي وآفاق السياحة الذكية في الجزائر .دار الهدى، الجزائر، 2023.
4. بوحوش نذير .التقنيات الحديثة في صناعة السياحة الرقمية .دار الفتح، الجزائر، 2020.
5. بولحية سعاد .السياحة الافتراضية كخيار بديل في ظل التحولات العالمية .دار النخبة، الجزائر، 2021.
6. الحبيب عادل .التعليم الرقمي والسياحة الافتراضية .دار الأفق، تونس، 2022.
7. شحاته أحمد .السياحة الإلكترونية: الأسس النظرية والتطبيقات العملية .دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2020.
8. صابر محمد جمال الدين .السياحة في عصر الرقمنة .دار الهدى، القاهرة، 2021.
9. علي منى محمد .الاقتصاد السياحي وأثره في التنمية .دار الفكر العربي، القاهرة، 2019.
10. عمار عبد الحق .السياحة الذكية في العالم الرقمي .دار الحكمة، الجزائر، 2023.
11. العيساوي محمد .التكنولوجيا والتعليم السياحي .دار الهدى للنشر، عمان، 2020.
12. قانة خديجة .أثر التكنولوجيا الحديثة على قطاع السياحة .دار الكتاب الجامعي، الجزائر، 2020.
13. قواسمية آسيا .دور الجامعة الجزائرية في دعم الاقتصاد السياحي .دار النبراس، الجزائر، 2022.
14. لطرش فتيحة .التكنولوجيا والسياحة المستدامة في الجزائر .دار المجد، الجزائر، 2021.
15. محمد بن سعد .السياحة الافتراضية كأداة للترويج السياحي: الحالة الجزائرية .دار المستقبل، 2020.
16. محمود جلال .إدارة وتخطيط التسويق السياحي .دار المسيرة، عمان، 2019.
17. مرزوق عبد القادر .السياحة الثقافية والتبادل الحضاري .دار الفجر، تونس، 2022.
18. المنصوري حسان .السلوك السياحي: بين الواقع والمأمول .دار البصائر، بيروت، 2020.

قائمة المصادر والمراجع

19. نور الدين قدور .التكنولوجيا والسياحة: رؤية مستقبلية للجزائر .دار الفكر، الجزائر، 2020.

ثانياً: المجلات الأكاديمية

1. بلقاسم فيصل. "السياحة الافتراضية والطلب السياحي التقليدي: دراسة تحليلية". مجلة آفاق السياحة والتنمية، جامعة البليدة، العدد 9، 2023.
2. بن حمو كمال. "السياسات القانونية للسياحة الذكية في الجزائر". مجلة القانون والتكنولوجيا، جامعة البليدة، العدد 12، 2022.
3. بن شعبان، نسرین. "البعد الإنساني في التجربة السياحية بين الواقع والافتراض". مجلة الثقافة والسياحة المعاصرة، جامعة سطيف، العدد 7، 2023.
4. بن عبد الله أحلام. "التحول الرقمي في السياحة: من الترف إلى الضرورة". مجلة السياحة والتحول التكنولوجي، جامعة البليدة 2، العدد 4، 2022.
5. بن ناصر هدى. "إمكانات الذكاء الاصطناعي في تطوير السياحة الذكية في الجزائر". مجلة الاقتصاد الرقمي، جامعة قسنطينة، العدد 4، 2024.
6. بودالية أسماء. "الفجوة الرقمية وتأثيرها على العدالة السياحية". مجلة تقنيات الإعلام والسياحة، العدد 6، جامعة الجزائر 3، 2022.
7. بوزيد خديجة. "السياحة الرقمية وأخلاقيات حماية البيانات الشخصية". مجلة التكنولوجيا والمجتمع الرقمي، جامعة مستغانم، العدد 7، 2023.
8. بوسالم نذير. "الرقمنة في خدمة السياحة الداخلية". مجلة السياحة المحلية والتنمية المستدامة، العدد 5، جامعة المدية، 2021.
9. بوشیخي رابح. "الفرق النفسي بين السياحة الواقعية والافتراضية: دراسة سلوكية تحليلية". مجلة علم النفس السياحي والتسويق الثقافي، جامعة باتنة، العدد 5، 2022.
10. دريدي آمنة. "التقنيات الرقمية الحديثة وتحديات إدماج الوجهات الناشئة في السياحة الافتراضية". مجلة التكنولوجيات الجديدة في السياحة، جامعة تبسة، العدد 6، 2023.
11. عزوز أمينة. "التحديات القانونية للسياحة الافتراضية: بين الحاجة إلى التشريع وحدود الحماية". مجلة القانون الرقمي والسياسات السياحية، جامعة عنابة، العدد 4، 2022.

قائمة المصادر والمراجع

12. عيسى ريم. "السياحة الافتراضية كآلية بديلة في ظل الأزمات". مجلة الاقتصاد الرقمي والسياحة الحديثة، المجلد 3، العدد 2، 2021.
13. قريشي سمير. "البعد الثقافي والوجداني في السياحة الرقمية: إشكالية الهوية والانتماء". مجلة العلوم الاجتماعية والثقافية، جامعة المسيلة، العدد 11، 2023.
14. محفوظ سارة. "التسويق الرقمي في قطاع السياحة: السياحة الافتراضية كنموذج". مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، العدد 9، جامعة قسنطينة، 2023.

ثالثاً: مذكرات التخرج

1. بن زيان لطفي. العمل الشبكي ودوره في تنشيط الاقتصاد السياحي الرقمي. ملتقى السياحة التشاركية، جامعة قسنطينة 2، 2022.
2. بوخاتم آسيا. الحوكمة الرقمية والتكامل بين القطاعات: السياحة نموذجاً. ملتقى الحوكمة الرقمية، جامعة باتنة 1، 2022.
3. فنان سليم. حوكمة المشاريع السياحية الرقمية: نحو رؤية تقييمية. أعمال الملتقى الوطني حول الرقمنة والسياحة، جامعة المدية، 2023.

رابعاً: تقارير الوزارات والمؤسسات الحكومية

1. فريق مشروع تكامل التنوع البيولوجي في السياحة المصرية، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي . السياحة الافتراضية الرائدة في المحميات الطبيعية في مصر 28 أبريل 2022.
2. وزارة الرقمنة والإحصائيات. الاستراتيجية الوطنية للرقمنة في الجزائر. الجزائر: منشورات رسمية، 2023.
3. وزارة السياحة والآثار المصرية، "إحياء التراث الافتراضي: جسر رقمي بين مصر وإيطاليا"، 15 مارس 2023.
4. وزارة السياحة والآثار المصرية، "إطلاق مشروع 'إحياء' للواقع المعزز في المتاحف المصرية"، 10 نوفمبر 2024.
5. وزارة السياحة والصناعة التقليدية. تقرير حول آفاق رقمنة القطاع السياحي في الجزائر. الجزائر: مطبعة الوزارة، 2022.

خامساً: المراجع الأجنبية

1. Lisa Morris. Modern Technology in the Tourism Sector: Realities and Prospects.
London: Tourism Press, 2019.

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
شكر وعرفان	
إهداء	
فهرس الموضوعات	
قائمة الملاحق	
مقدمة	18-15
الفصل الأول: السياحة الافتراضية: المفاهيم والأسس النظرية	
تمهيد	20
المبحث الأول: السياحة الافتراضية كمدخل مفاهيمي حديث	21
المطلب الأول: مفهوم السياحة الافتراضية ونشأتها	21
المطلب الثاني: الفرق بين السياحة التقليدية والسياحة الافتراضية	23
المبحث الثاني: متطلبات السياحة الافتراضية وتقنياتها الحديثة	28
المطلب الأول: المتطلبات التكنولوجية (الواقع الافتراضي، الواقع المعزز، الذكاء الاصطناعي)	28
المطلب الثاني: البنية التحتية والمؤسساتية لدعم السياحة الافتراضية	30
المبحث الثالث: الآثار والمزايا والتحديات المرتبطة بالسياحة الافتراضية	34
المطلب الأول: مزايا السياحة الافتراضية وآثارها الإيجابية	34
المطلب الثاني: التحديات والقيود التي تواجه السياحة الافتراضية	40
خلاصة الفصل	46
الفصل الثاني: السياحة الافتراضية في الجزائر وإمكاناتها في الترويج السياحي: دراسة مقارنة	
تمهيد	48
المبحث الأول: السياحة الافتراضية في الجزائر	49
المطلب الأول: استخدام التكنولوجيا في القطاع السياحي الجزائري	49
المطلب الثاني: التحديات والفرص المتاحة لتطبيق السياحة الافتراضية في الجزائر	51

55	المبحث الثاني: تجارب مقارنة ودروس مستفادة للجزائر
55	 المطلب الأول: التجربة التونسية والمصرية في السياحة الافتراضية
58	 المطلب الثاني: سبل استفادة الجزائر من التجارب الدولية في الترويج السياحي الافتراضي
61	المبحث الثالث: الأطر الاستراتيجية والتنظيمية لتفعيل السياحة الافتراضية في الجزائر
61	 المطلب الأول: السياسات العمومية والاستراتيجيات الوطنية لدعم التحول الرقمي في السياحة
66	 المطلب الثاني: آليات الشراكة والحوكمة والتنسيق بين الفاعلين في مجال السياحة الافتراضية
74	خلاصة الفصل
75	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق