



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 - قالمة -



كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية .

قسم : علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات.

تخصص : اتصال وعلاقات عامة.

مساهمة الإتصال الرقمي في تنمية السياحة المستدامة
- دراسة وصفية تحليلية للصفحة الرسمية للمنظمة الوطنية للسياحة
المستدامة - (الجزائر العاصمة)

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

من إعداد الطلبة :

إشراف

د. أميرة علوي

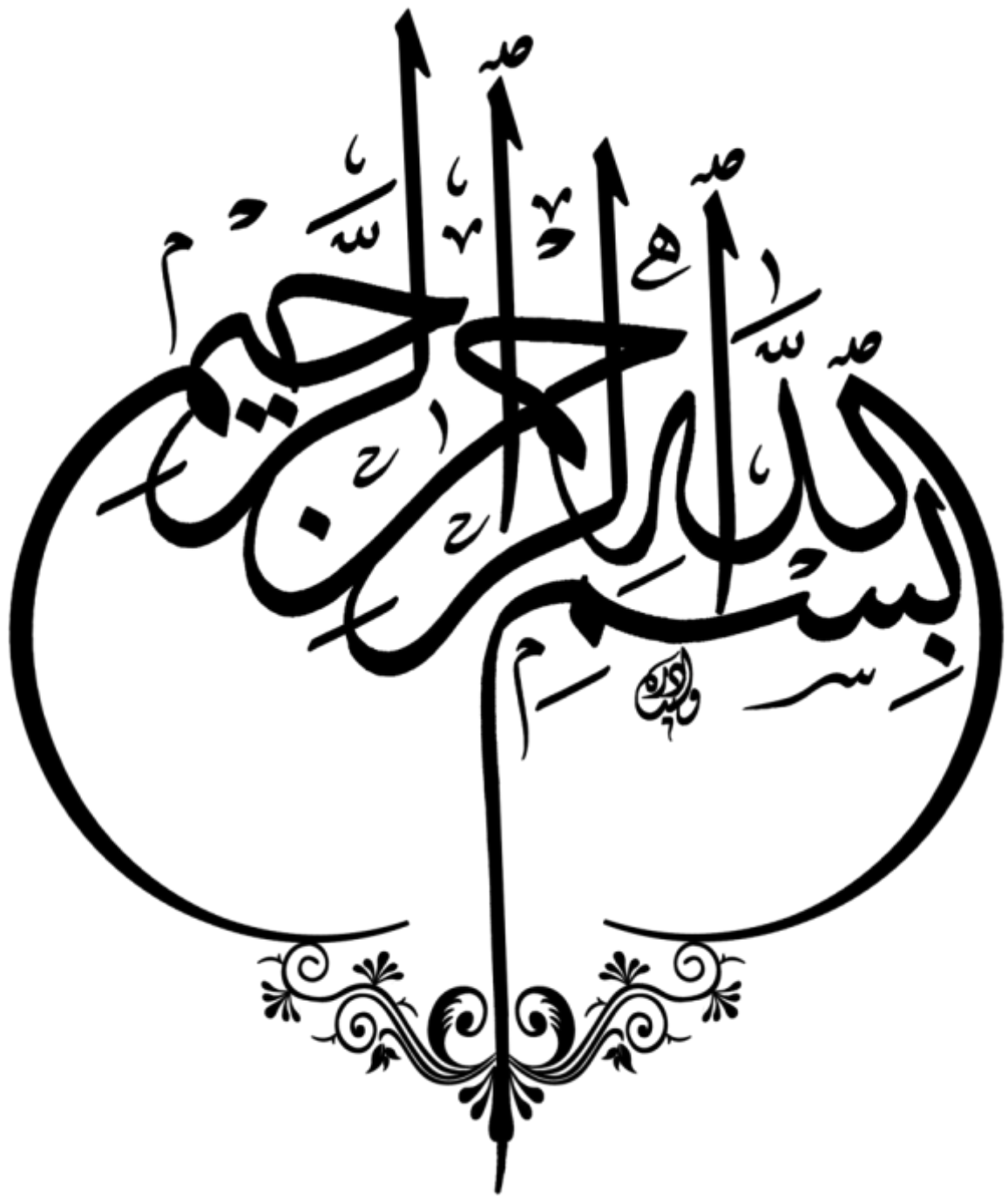
ضيف الله نسرين .

مشعلي صديقة .

توبي بلال .

لجنة المناقشة :

الجامعة	الصفة	الإسم واللقب
جامعة 08 ماي 1945 - قالمة -	رئيسا	بركان الياس
جامعة 08 ماي 1945 - قالمة -	مشرفا ومقررا	علوي أميرة
جامعة 08 ماي 1945 - قالمة -	ممتحنا	عبد العزيز بوصفط





شكر وتقدير

نشكر الله عزوجل على نعمه وفضائله ، الحمد لله على نعمة الإسلام والعلم وكفى بيها نعمة
وبعد :

الشكر للتي مدت لنا يد العون فكانت نعمة المرشدة والموجهة الاستاذة الفاضلة

"أميرة علوي" جزاها الله خيرا

كما أتوجه بالشكر الى الاستاذة الافاضل أعضاء لجنة المناقشة الذين أشرفوا بقبولهم مناقشة
هذا العمل.

إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد من معلومات وتوجيهات

بارك الله فيكم جميعا





بعميق الفرح والسعادة أهدي حبي وتقديري وتخرجي هذا إلى :
إلى من مسكت بيدي من الصغر ولم تسمح لي أن أقع أبداً إلى قدوتي ونبراسي الذي
ينير دربي

أمي العزيزة حفظها الله
إلى الذي كان ينتظر مني هذه اللحظات لكي يشاركني أفراحي إلى من تمنيت أن
يكون معي طيلة مشواري الدراسي
أبي الغالي رحمه الله
إلى مصدر سعادتي وسندي في الحياة
إخوتي خاصة (هندة - بثينة - نهاد - سهيلة - حسينة - سارة)
إلى من منحني القوة والعزيمة لمواصلة الدرب إلى رفيقة دربي ونبض قلبي وتوأم
روحي رمز الصداقة الغالية على قلبي "صديقة مشعلي"
لمن كان دائماً سابقاً في فعل الخير وتقديم المساعدة "صديقي أيوب" حفظك الله.

إلى كل من كان أثر في حياتي.....

نسرين





أهدي ثمرة نجاحي هذا إلى حبيبة قلبي أُمي الغالية وسندي بعد الله أبي الغالي إلى أبي
الثاني وسندي في الحياة أخي "عبد الرحمن"
وإلى من كنو معي في الاوقات الصعبة أخواتي الغاليات "وسام" و"شهرة"
إلى من عثرت عليها صدفة فكانت أجمل ماساقها الي القدر إلى من رافقتني منذ ان حملنا
حقتب صغيرة ومعكي سرت الدرب خطوة بخطوة "نسرین ضيف الله"
لمن كان دائما سلبقا في فعل الخير وتقديم المساعدة "صديقي أيوب" حفظك الله.

صديقة





إلى الأنا والذات التي أملكها ثابرت وكافحت لتجعل من المحال ممكن ...
إلى من كنت النور في عتمة الدهر والصر الرحب الذي يمدك بالأمل في واقع الأحلام
فيه لاتكتمل

إلى عزتي ومعزتي أبي ذاك السند الذي لا يكل ولا يمل
إلى من كان إختلافنا معهم إختلاف الأرحام فقط إلى كل قريب آمن بنا وكان له بالغ
الآثر في مسيرتنا

إلى هذا الجمع المبارك [لجنة] الذي تبني عملنا واخذ يرافقه في خطواته الأولى إلى
سبيل الرشاد

أهدي لكم ثمرة تعبٍ و جل طاقة آلا وهو عملي هذا

توبي بلال



الملخص:

عالجت هذه الدراسة موضوع مساهمة الإتصال الرقمي في تنمية السياحة المستدامة ومدى إستخداماته بإعتباره المحرك الأساسي للكثير من التعاملات في الخدمات السياحية وذلك من خلال فرض تطبيقات الحديثة التعامل .

وقد هدفت الدراسة إلى الكشف عن مساهمة الوسائل الرقمية في تحقيق السياحة المستدامة والتعرف على الدور الذي يلعبه الإتصال الرقمي في تنشيط الخدمة السياحية .

ومن أجل تحقيق الاهداف البحثية لهذه الدراسة تم الإعتماد على منهج الدراسات الوصفية وأداة الإستمارة من أجل جمع البيانات الميدانية ، حيث وزعت استمارة إلكترونية على متابعي الصفحة الرسمية للمنظمة الوطنية للسياحة المستدامة على عينة عددها 105 .

تم الوصول إلى عدة نتائج بتقديم بعض التوصيات لأخذها بعين الاعتبار في تعزيز إستخدام الإتصال الرقمي في المنظمات السياحية .

الكلمات المفتاحية : الإتصال الرقمي ، السياحية، السياحة المستدامة، الإتصال .

Abstract:

This study addressed the issue of the contribution of digital communication to the development of sustainable tourism and the extent of its uses as the main driver for many transactions in tourism services, through the imposition of modern applications of dealing.

The study aimed to reveal the impact and contribution of digital means in achieving sustainable tourism and to identify the role that digital communication plays in activating tourism service.

In order to achieve the research objectives of this study, the descriptive studies approach and the questionnaire tool were relied upon in order to collect field data. An electronic form was distributed to the followers of the official page of the National Organization for Sustainable Tourism on a sample of 105.

Several results were reached, and it ends with some recommendations to be taken into account in promoting the use of digital communication in tourism organizations.

Keywords: digital communication, services, sustainable tourism, communication



فهرس
المحتويات

فهرس المحتويات	
الرقم	العنوان
	شكر وإهداء
	ملخص
I - IV	الفهرس
أ - ب	مقدمة عامة
الجانب المنهجي للدراسة	
02	1- تحديد الإشكالية
04	2- أسباب دراسة الموضوع
05	3- أهمية دراسة الموضوع
05	4- الدراسات السابقة
10	5- منهج الدراسة
10	6- مجتمع البحث وعينته
10	7- أدوات جمع البيانات
11	8- مجالات الدراسة
الفصل الأول : الإتصال الرقمي	
13	1-1 : نشأة الإتصال الرقمي
14	2-1: تعريف الإتصال الرقمي
14	3-1: خصائص الإتصال الرقمي
16	4-1 مستويات الإتصال الرقمي
18	5-1: وظائف الإتصال الرقمي
19	6-1 : تطبيقات الإتصال الرقمي
23	7-1: عيوب الإتصال الرقمي
الفصل الثاني : السياحة المستدامة	
25	1-2: مفهوم السياحة المستدامة
26	2-2: نظام السياحة المستدامة
28	3-2: مبادئ السياحة المستدامة

29	4-2: مقارنة بين السياحة التقليدية والسياحة المستدامة
30	5-2: مكونات السياحة المستدامة
31	6-2: أهمية السياحة المستدامة
31	7-2: متطلبات تحقيق السياحة المستدامة
33	8-2: السياحة المستدامة بالجزائر
الفصل الثالث : دراسة وصفية تحليلية عن المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة (الجزائر العاصمة)	
37	1-3: التعريف بالمنظمة الوطنية للسياحة المستدامة
37	2-3: البطاقة التقنية للجمعية
38	3-3: أهداف المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة
38	4-3: القيم والرؤية الخاصة بالمنظمة الوطنية للسياحة المستدامة
40	5-3: تحليل بيانات الإستبيان
58	6-3: النتائج العامة
59	7-3: التوصيات والإقتراحات
61	خاتمة عامة
63	قائمة المصادر والمراجع
الملاحق	

◆ قائمة الأشكال :

الصفحة	الشكل	الرقم
17	عناصر الإتصال الرقمي من خلال الشبكات	01
25	متطلبات لإدارة السياحة المستدامة	02
27	عناصر الإتصال الرقمي من خلال الشبكات	03
40	متغير العمر	04
41	متغير العمر	05
42	المستوى الدراسي	06
43	المهنة	07
44	أنواع السفر	08
45	إختيار الوجهة السياحية	09
46	نوع السياحة المستدامة المفضلة.	10
47	الإدراك بوجود سياحة مستدامة .	11
48	يوضح ماإذا كانت صفحة المنظمة ساهمت في التعريف بالسياحة المستدامة	12
49	مدى الإهتمام بالسياحة المستدامة.	13
50	الدافع الرئيسي لممارسة السياحة المستدامة	14
51	إدراك أهمية السياحة المستدامة من خلال الإتصال الرقمي	15
52	التعرف على السياحة المستدامة عبر وسائل الإتصال الرقمي	16
53	الشعور إتجاه المحتوى الذي تقدمه صفحة المنظمة او حسابها على الأنستغرام	17
54	مشاركة المضمون الذي تقدمه المنظمة عبر الأنترنت مع جماهيره الآخرين	18
55	إدراك ما إذا كان المحتوى الرقمي الذي تبته المنظمة يؤثر على المتابعين .	19
56	المعوقات التي تواجهه في إطار تحقيق السياحة المستدامة على صاحب المحتوى الرقمي .	20
57	المعوقات التي تواجهه في إطار تحقيق السياحة المستدامة على صاحب المحتوى الرقمي	21

◆ قائمة الملاحق

الملحق	الرقم
الإستبيان	01
رمز وعلامة المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة (logo)	02
لقطة شاشة من الإستمارة الإلكترونية	03

◆ قائمة المختصرات :

- ✓ ش.ت.إ. : شبكات التواصل الإجتماعي .
- ✓ م.و.س.م : المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة .

مقدمة

يعتبر الاتصال الرقمي في الوقت الحالي عنصر تنظيمي جد مهم لسير نشاطات أي مؤسسة وتحقيق مختلف أهدافها المسطرة، فهو عملية جماعية فلا بد من مرسل ومستقبل دون وجود تشويش حتى نضمن وصول الرسالة بشكل سليم .

مع مرور الزمن شهد مايعرف بالإتصال مختلف التطورات في الوسائل خصوصا مع ظهور مايعرف بالثورة الرقمية التي شملت جميع القطاعات والتي ساهمت بشكل كبير جدا في تحسين أداء الإتصال وتغيير أسلوبه وزيادة سرعته، فالقد غدا الإتصال الرقمي واحد من الجوانب الأساسية للحياة الحديثة وأصبح جزء لا يتجزء من حياتنا اليومية ، كما يعتبر ركيزة أساسية وضرورية لتحقيق التواصل بين مختلف الهياكل والتنظيمات ، ولذلك نجد كفاءة أي إدارة مرابط بمدى إعتمادها وإستخدامها لوسائل الإتصال الرقمي ، وذلك بسبب أهميته البالغة التي يقدمها داخل الإدارة، من خلال تسهيل سير العمل وزيادة وتيرة التواصل بين الموظفين ، وهذا ما سوف يزيد من نشاطهم وتحقيق أداء وظيفي أكبر .

فالإتصال الرقمي ضرورة حتمية لدى أي مؤسسة من أجل ضمان سير عملها، وذلك من خلال ماتقدمه أجهزته من دقة عالية وهذا ما سوف يساهم في دعم نشاطاتها المختلفة ، ومن بين القطاعات التي إستفادت من خدمات من خدمات الإتصال الرقمي نجد قطاع السياحة الذي يعتبر أحد أهم الركائز الأقتصادية للبلد ، فهي من أكبر القطاعات التي تحقق التنمية الإقتصادية، فهي تلعب دور جد هام من خلال تأمين العملة الصعبة وكذلك محاولة التخفيف من مشكلة البطالة وذلك بخلق فرص عمل جديدة، وبطبيعة الحال السياحة لايمكن ان تساهم في التنمية إلا اذا تحققت بشكل مستدام، فلقد غدت السياحة المستدامة منهجا تقوم عليه العديد من المؤسسات السياحية العالمية ، كما أن تطبيقه غير مكلفا ماديا، بل أن تطبيقه يعتمد على ثلاث جوانب : أولا البعد المادي لأصحاب المشاريع السياحية ، وثانيا البعد الاجتماعي بإعتبار أن المؤسسات السياحية جزء من المجتمع، أما البعد الثالث فهو البيئة ، ولذلك يجب الحفاظ على مختلف الموارد البيئية المختلفة ووضع حد للإستغلال المفرط لها وذلك لضمان حصة الأجيال القادمة. وتعزيز مايعرف بالتنمية المستدامة

وفي هذا السياق ، يلعب الإتصال الرقمي دورا حيويا في تعزيز وتنمية السياحة المستدامة. يسمح التواصل الرقمي للمسافرين بالوصول إلى معلومات وموارد هامة قبل وأثناء رحلاتهم. مما يتيح لهم فرصة تخطيط رحلاتهم بشكل

مستدام وتحقيق أقصى إستفادة منها، وبفضل التكنولوجيا، يمكن للمسافرين تصفح الواجهات المحتملة والاستكشافات المستدامة وتحديد الأنشطة والخدمات التي تتوافق مع قيمهم البيئية والاجتماعية.

بالإضافة إلى ذلك ، يعزز الاتصال الرقمي التواصل بين المسافرين والمجتمعات المحلية ، مما يزيد الوعي بالثقافة والتقاليد المحلية ويعطي الفرصة للمسافرين لدعم الإقتصاد المحلي من خلال التعامل مع الشركات والمتاجر المحلية. يمكن للمسافرين أيضا مشاركة تجاربهم وتوصياتهم عبر منصات التواصل الإجتماعي ، وهذا ما سوف يساهم في جذب مزيد من السياح المستدامين إلى الوجهة.

علاوة على ذلك، يمكن للاتصال الرقمي أن يكون أداة قوية في تعزيز التوعية بأهمية الحفاظ على البيئة والعمل على التأثير على عادات الزوار وذلك من خلال التنديد بضرورة تطبيق السياحة البيئية المستدامة .

الإطار المنهجي للدراسة

الجانب المنهجي للدراسة .

1. تحديد الإشكالية .
2. أسباب إختيار الموضوع .
3. أهمية الموضوع .
4. الدراسات السابقة .
5. منهج الدراسة .
6. عينة الدراسة .
7. أدوات جمع البيانات .
8. مجالات الدراسة .

الجانب المنهجي للدراسة :

1. تحديد الإشكالية .

تلعب السياحة دورا مهما في زيادة دخل دول العالم وانعاش قطاعات مهمة كالنقل والإطعام والفندقة وتوفير مناصب عمل لسكان المنطقة السياحية وغيرها، ناهيك من كونها نشاطا إنسانيا يجعل العالم أكثر ترابطا وتماسكا وانفتاحا، والدليل على ذلك أن أي توقف أو خلل من شأنه أن يعيق هذا النشاط وتترتب عليه عواقب وخيمة ولعل أفضل مثال تأثير أزمة كورونا المستجد على صناعة السياحة التي اعتبرت أكثر القطاعات تضررا بسبب الأزمة فعلى مدار عام منذ إندلاع هذه الجائحة، نشرت الهيئات المعنية أرقاما مخيفة : حيث سجلت المقاصد السياحية تراجعاً في عدد السياح الأجانب عام 2020 بمقدار مليار سائح مقارنة بعام 2019، أدى الإنخفاض الحاد في حركة السفر الدولي إلى خسارة بلغت نحو 1.3 ترليون دولار من عائدات التصدير، أي ما يربو على 11 ضعف الخسارة التي تكبدها العالم في أثناء الأزمة الاقتصادية الأخيرة عام 2009.

وتعرض ما يتراوح : بين 100 مليون إلى 120 مليون وظيفة في قطاع السياحة للخطر، نسبة كبيرة منها في الشركات الصغيرة والمتوسطة (ماري، 2021). هذه الأرقام الضخمة إن دلت على شيء فإنما تدل على الأهمية البالغة لقطاع السياحة وأن الإهتمام بهذا القطاع والعمل على تطويره أصبح ضرورة من أجل إزدهار اقتصاد الدول ولا يجب اعتباره مجرد نشاط ترفيهي يمارس بطريقة عشوائية .

رغم أن السياحة تعتبر عمودا مهما للتنمية إلا أن هذا لا ينفي أن لها تأثيرات سلبية عديدة فهي مساهم مهم في تغيير المناخ، والذي يمثل حاليا حوالي 5% من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون العالمية، التي تم انشاؤها بشكل رئيسي عن طريق النقل، وأيضا من خلال تشغيل المرافق السياحية مثل الإقامة، كما يمكن أن يكون التلوث المحلي للأراضي والمياه بسبب سوء المعالجة من النفايات الصلبة والسائلة من قبل الشركات السياحية والأنشطة السياحية، مشكلة في بعض الأحيان، كما أن شركات الإقامة غالبا ما تكون من المستخدمين الرئيسيين للموارد غير المتجددة والقيمة مثل: الأرض والطاقة والمياه، في بعض المناطق قد يستخدم منتجع سياحي كمية من المياه لكل شخص أكثر بكثير من استخدامات المجتمع المحلي وقد تكون للسياحة كذلك آثار سلبية على المجتمع المحلي كزيادة الجريمة والإستغلال الجنسي وتهديد التقاليد والقيم الثقافية والاجتماعية (OMT، 2013).

تشير هذه السلبيات إلى الحاجة إلى إدارة السياحة بعناية شديدة وإشراك جميع الجهات الفاعلة .

مع ظهور إهتمامات إجتماعية وبيئية جديدة، تواجه التنمية والسياحة بشكل متزايد مسألة توافقها مع التنمية البشرية للسكان المحليين وحماية البيئة ، أدت هذه المخاوف المرتبطة بظهور فكرة التنمية المستدامة، إلى ظهور مفهوم السياحة المستدامة (Le,2012)، هذا التوجه الذي يوعد إلى الحفاظ على الموارد السياحية (الطبيعية والثقافية، والتاريخية....) بطريقة تجعل من الممكن الإستمرار في استخدامها في المستقبل، مع افادة المجتمع الحالي، يعد دمج التنمية السياحية على جميع مستويات النشاط السياحي أحد التحديات الأساسية لسياحة الغد . من أجل تنفيذ هذه الممارسة المبتكرة وتكييف تسويق العرض، من الضروري معرفة توقعات وسلوك الإستهلاك، فمثلا استنادا إلى دراسة نوعية ومسح كمي تم اجراءه . بين المستهلكين الألمان والإنجليز والفرنسيين ثم تحديد دوافع ومزايا الإستهلاك، وكذلك المكايح الموجودة، من المؤكد أن هؤلاء العملاء متحمسون ومستعدون للمراهنة على التنمية المستدامة، ومع ذلك فهم لا يرغبون في التلاعب بهم أو التخلي عن العادات (pappalardoet mantel,s,d) .

الجزائر بدورها وضعت المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 الذي يوضح كيف تنوي الدولة أن تضمن في إطار التنمية المستدامة والتوازن الثلاثي للعدالة الإجتماعية والكفاءة الإقتصادية والإستدامة البيئية في جميع انحاء البلاد (SDAT،2030) وقد ركز المخطط على خمس حركيات للتفعيل السياحي بالجزائر: مخطط وجهة الجزائر، الأقطاب السياحية السبع للإمتياز، مخطط نوعية السياحة، الشراكة العمومية والخاصة، مخطط التمويل، تحقيق أهداف السياحة، السياحة المستدامة عملية تشاركية تضم العدد من الجهات الفاعلة التي تعمل وفق استراتيجيات مسطرة، تبدأ من تحليل السياق والإمكانيات وتحديد الأهداف والقرارات المتعلقة بالخبرات الإستراتيجية ثم صياغة السياسات وبرامج العمل .

مع الإستخدامات المتزايدة للتقنيات الرقمية المتنامية، يشهد قطاع السياحة بدوره تغير عميق، حيث أصبح بإمكان المسافرين الوصول الرقمي للمعلومات السياحية المستهدفة واللحضية في كل مرحلة من مراحل التنظيم والحجز وأصبحت الأنترنت بديلا لوسائل الترويج التقليدي، أصبح بالإمكان تقديم زيادة زيادة افتراضية للعميل أو حتى إعطائه لنحة عن عطلته من خلال صور وفيديوهات قصيرة وبإمكانه كذلك الإطلاع على شهادات العملاء السابقين وجميع المعلومات التي من شأنها أن تقنعه بالحجز (CHEBALLAH،2022) وبإمكان البلدان والجهات المستضيفة كذلك الترويج لأنماط الإستهلاك ومحاوله التأثير على الزوار الذين لا يرغبون في التخلي عن عادات رحلاتهم.

المنظكة الوطنية للسياحة المستدامة (ontd) تهدف إلى العمل بكل الوسائل المتوافقة مع هدفها ونظامها الأساسي ، لحماية البيئة الطبيعية والبشرية والثرات من خلال السياحة وتسعى إلى تحقيق العديد من الأهداف المتعلقة

بالسياحة المستدامة كتعزيز السلوك المسؤول بيئيا من خلال الإكتشاف والتعليم والمعلومات والعمل ، تحسين الوعي والمعرفة المحلية بقضايا الإستدامة في السياحة من خلال التواصل والتدريب ... (ontd,2019) . من أجل تحقيق هذه الأهداف تستغل المنظمة الإتصال الرقمي من خلال صفحتها على Facebook التي تضم 1223 متابع وحساب Instagram يضم 2015 متابع .

إنطلاقا من الطرح السابق تتمحور إشكالية بحثنا في التساؤل الرئيسي التالي:

✚ ما هو الدور الذي يمكن أن يلعبه الإتصال الرقمي في إطار السياحة المستدامة لدى المنظمة الوطنية

للسياحة المستدامة ؟

وتندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية :

- ◆ ماهي المزايا التي يقدمها الإتصال الرقمي في إطار دعم السياحة المستدامة ؟
- ◆ ماهي أهم المعوقات التي تواجه الإتصال الرقمي في إطار دعم السياحة المستدامة ؟
- ◆ إلى أي مدى يمكن للإتصال الرقمي التأثير على الزوار من أجل تبني نهج السياحة المستدامة ؟

2.- اسباب إختيار الموضوع

إن اختيار موضوع ما في مجال البحث العلمي لا يكون بطريقة عشوائية، بل يكون له مجموعة من الأسباب والدوافع، وعليه فإن اختيارنا لهذا الموضوع كان نتيجة عدة أسباب . ذاتية وموضوعية والتي تتلخص فيمايلي:

◆ الأسباب الذاتية :

- إرتباط موضوع الدراسة بمجال تخصصنا .
- رغبتنا الشديدة وفضولنا في دراسة الموضوع .
- الرغبة في زيادة كفاءتنا في البحث العلمي حول هذا الموضوع .
- الميول الشخصي والرغبة في معرفة دور الإتصال الرقمي في قطاع السياحة المستدامة .
- نقص مجال البحث في هذه الدراسة وهو ما جعلنا محط الإطلاع .

◆ الأسباب الموضوعية :

- القدرة على دراسة الموضوع نظريًا وعمليًا.

- تعزيز البحث في الاتصالات الرقمية والسياحة المستدامة.
- التعرف على الدور الذي تلعبه الاتصالات الرقمية اليوم ومساهمتها في تطوير الخدمات السياحية.
- فهم الوضع الحالي للسياحة في ضوء أهمية الاتصال الرقمي وتطوير التكنولوجيا .

3. أهمية الموضوع .

تكمن أهمية هذه الدراسة في :

- حداثة موضوع الدراسة .
- كون الإتصال الرقمي ورقة رابحة تعتمد عليها معظم القطاعات خاصة السياحي منها الذي أصبح من أهم القطاعات المساهمة في تطوير الإقتصاد بشكل كبير .
- حيوية هذا الموضوع لما يقدمه من المعرفة والمعلومات التي يوفرها حول دور الاتصال الرقمي في تنشيط السياحة المستدامة .
- الوعي بضرورة وجود قطاع سياحي مستدام .
- الدور المهم للاتصالات الرقمية في تنمية وتنشيط السياحة المستدامة .
- تسليط الضوء على الكيفية التي يؤثر بها الإتصال الرقمي على صورة المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة .

4. الدراسات السابقة .

- ومن الرسائل والأطروحات التي تناولت موضوع السياحة والاتصالات الحديثة يمكننا من الإطلاع على مجموعة منها.
- دراسة " إغالون نورة " بعنوان " دور الإتصال الرقمي في تنمية السياحة في الجزائر " (قراءة تحليلية لموقع الوكالتين السياحيتين " فيزا ترافل " و " الطاسيلي " - بورقلة -)، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام سنة 2019/2018 .
- إنطلقت هذه الدراسة من المقدمة التي تتمحور حول مساهمة الإتصال الرقمي في تنمية وتطوير السياحة، في ظل التساؤل الرئيسي التالي : كيف تساهم المواقع الإلكترونية للوكالات السياحية " فيزا ترافل " و " الطاسيلي " في تنمية السياحة الوطنية .

- نجد أن هذه الدراسة هدفت إلى معرفة الأشكال الترويجية والإعلانية التي تعتمد عليها هذه الوكالات وأهم الخدمات التي تعرضها هذه المواقع .

- الأنماط التفاعلية التي تعتمد عليها الوكالات في هذه المواقع .

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وعلى منهج تحليل المضمون، واعتمدت أداة تحليل المضمون لجمع البيانات .

وهو ما ساهم في التوصل إلى عدة نتائج خاصة بالدراسة أهمها :

- جل الوكالات السياحية تستخدم الإتصال الرقمي (المواقع الإلكترونية) لغايات الترويج والتنمية السياحية .

- للإتصال الرقمي أهمية جد معتبرة في تنشيط القطاع السياحي .

- تلعب السياحة دور مهم في بناء مواقع تستطيع جذب الزبائن وتصريف المنتجات والتغلب على العوائق في ظل تبني هذا النوع من الإتصال .

- مستقبل السياحة في الجزائر وبالاعتماد على الإتصال الرقمي سيكون أعلى مستوى من التطور والإزدهار .

- دراسة جهاد خلوط بعنوان " مساهمة تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تسويق المنتج السياحي " (دراسة عينة من الوكالات السياحية بالشرق الجزائري)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث LMD في العلوم التجارية، تخصص التسويق السياحي، جامعة بسكرة، سنة 2020/2019.

انطلقت هذه الدراسة من الإشكالية التي تتمحور حول العلاقة بين تأثير التسويق الإلكتروني للخدمات السياحية والقدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في القطاع السياحي للولاية، ومن هنا جاء التساؤل الرئيسي للدراسة على النحو التالي : كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تسويق المنتج السياحي ؟

واستخدمت هذه الدراسة المزج بين المنهج الوصفي من جهة والمنهج التفسيري من جهة أخرى بالإعتماد على الإستمارة والمقابلة كأدوات لجمع بيانات الدراسة .

ونجد هذه الدراسة هدفت إلى معرفة :

- كيفية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تسويق المنتج السياحي .

- معرفة كيف ساهمت تكنولوجيا المعلومات والإتصال في الخدمة السياحية .

- معرفة واقع السياحة في الجزائر بمختلف جوانبها .

وبطبيعة الحال وكأي دراسة تم التوصل إلى عدة نتائج والتي تتلخص أهمها فيما يلي :

- حداثة استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في قطاع السياحة .

- الأهمية البالغة للتسويق الإلكتروني كأحد أسباب التسويق الحديثة .

- ضرورة استخدام التكنولوجيا في المجال السياحي كأحد العوامل التي تستند إليها المؤسسات لتدعيم المنافسة والتميز في السوق .

- دراسة حدة عمري بعنوان " التسويق الإلكتروني للخدمات السياحية وأثره في دعم القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة " (دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي - بسكرة-) أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علوم التسيير، جامعة بسكرة، سنة

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية تتحور حول العلاقة تأثير التسويق الإلكتروني للخدمات السياحية والقدرة التنافسية لولاية بسكرة، حيث تم صياغة تساؤل رئيسي للإشكالية على النحو التالي : هل هناك علاقة تأثير بين السوق الإلكترونية للخدمات السياحية والقدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في القطاع السياحي لولاية بسكرة ؟

نجد في هذه الدراسة تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي بإستخدام الإستبيان وتحليل نتائجه بالأدوات الإحصائية المناسبة بالإضافة إلى الملاحظة والمقابلة .

وقد هدفت هذه الدراسة إلى :

- التعرف على العوامل التي تساعد في نجاح التسويق الإلكتروني للمؤسسات السياحية الصغيرة والمتوسطة .

- الكشف عن واقع تبني المؤسسات السياحية الصغيرة والمتوسطة لولاية بسكرة لوسائل التسويق الإلكتروني .

- معرفة الإطار العام لتبني التسويق الإلكتروني للمؤسسات السياحية .

ومن أهم نتائج هذه الدراسة نذكر :

- انخفاض مستوى تبني تقنيات التسويق الإلكتروني في المؤسسات السياحية الصغيرة بالإضافة إلى وجود علاقة بين استخدام التسويق الإلكتروني والمؤسسات السياحية تبعا لحجمها .

- الأهمية البالغة في اتجاه جميع مؤسسات الخدمات السياحية الصغيرة والمتوسطة بصفة عامة وفي ولاية بسكرة بصفة خاصة إلى مجال استخدام المصادر والقنوات الجديدة للمعلومات السياحية.

- دراسة براحلية فاطمة الزهراء، دزيري جميل منال، هرامزة لينة، تحت عنوان " مساهمة الإتصال الرقمي في تطوير الخدمات السياحية " (تحليل مضمون لصفحتي أطلس التونسية ويوبي تور الجزائرية على الفيسبوك)، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص إتصال وعلاقات عامة، جامعة 08 ماي 1945 -قلمة- ، سنة 2020/2019.

وانطلقت هذه الدراسة من نقطة تهدف إلى تسليط الضوء على مساهمة الإتصال الرقمي في تطوير الخدمات السياحية وتفعيلها وتنشيطها، ومن هنا تم صياغة التساؤل الرئيسي كالآتي :

ما مدى مساهمة الإتصال الرقمي في تطوير الخدمات السياحية في وكالتي يوبي تور الجزائرية ووكالة أطلس التونسية ؟ حيث تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وعلى أداة تحليل المضمون التي تم فيها تفرغ البيانات، تمثل هدف هذه الدراسة في معرفة الدور الذي يلعبه الإتصال الرقمي في تفعيل الخدمات السياحية ومعرفة مدى مساهمته في تطوير هذه الخدمات وكذلك معرفة مختلف المعوقات التي تحول دون استخدام الإتصال الرقمي من طرف الوكالات السياحية .

وتم الخروج بعدة نتائج أهمها :

- حتمية استخدام الإتصال الرقمي من طرف الوكالات السياحية وذلك لأهميته البالغة فهو يقلص من تكلفة المعاملات وزيادة فرصة الوصول إلى الأسواق .

- ضرورة توفير بيئة رقمية لتخفيض عنصر المسافة، الوقت، الجهد والتكاليف، وهذا ما اعتمدته كل من وكالتي يوبي تور الجزائرية واطلس التونسية مما ساهم في توسيع نطاق خدماتهما وزيادة تعاملاتهما مع الزبائن .

- دراسة أشرف عبد الرحيم الرفاعي - بعنوان :

The role of interactive platforms in promotion tourism media in Jordan from the point of view of current and Arab tourists.

" دور شبكات التواصل الإجتماعي في الترويج الإعلامي للسياحة في الأردن من وجهة نظر السائحين المحليين والعرب " تحت اشراف الدكتور أحمد علي عريقات، قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام قسم الصحافة والإعلام، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط، 2019.

انطلقت الدراسة من إشكالية هدفته معرفة الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تنشيط العمل السياحي وتطوير السياحة في الأردن من وجهة نظر السياح المحليين والعرب .

ومن هنا تم صياغة عدة أسئلة منها :

- ما دور ش.ت.إ في الترويج الإعلامي للسياحة في الأردن؟

- ما مدى نجاح ش.ت.إ في تعريف السياح (المحليين والعرب) بالمعالم السياحية في الأردن؟

من أهداف هذه الدراسة وبشكل رئيسي هو التعرف على دور ش.ت.إ في الترويج للسياحة الأردنية وبشكل فرعي معرفة دور ش.ت.إ في نشر الأخبار المتعلقة بالخدمات السياحية الأردنية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها :

- هناك دور مرتفع ل ش.ت.إ في نشر الأخبار والبيانات المتعلقة بالخدمات السياحية المقدمة .

- هناك دور كبير لهذه الشبكات في توصيل الإعلانات السياحية للسياح .

- وإعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي واعتمدت الإستبيان كأداة لجمع المعلومات .

-Se la et al (2017) the relational paradigm in the strategies used by

destination marketing organization. interaction and social roles in

institutional tourism websites revista

" النموذج العلائقي في الاستراتيجيات المستخدمة من قبل منظمات تسويق الوجها، ودور المواقع الاجتماعية في تفعيل السياحة "

- هدفت هذه الدراسة إلى قياس درجة تفاعلية الموقع الإلكتروني على مستوى مدير المستخدم .

- معرفة الجهات السياحية على مواقع التواصل .

- تقييم عمل شبكة الويب الاجتماعية .

حيث تم الإعتماد في هذه الدراسة على المنهج التحريبي التحليلي، وعلى أداة الإستمارة وقدرت عينة الدراسة بـ (20) موقعا إلكترونيا رسميا لمناطق مختلفة في اسبانيا.

ومن أهم نتائج الدراسة :

- في غالب الاحيان نجد فشل مواقع الويب في انشاء قناة اتصال ثنائية بين مديري ومستخدمي مواقع الويب .
- حققت المواقع الإلكترونية للمناطق ذات الحكم الذاتي نقاط على المواقع الرسمية

5. منهج الدراسة .

يعتبر المنهج المستخدم في أي دراسة من الخطوات الرئيسية المتبعة من طرف أي باحث، وبمأن دراستنا تهدف لمعرفة مدى مساهمة الإتصال الرقمي في تنمية السياحة المستدامة على المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة فقد إعتدنا على منهج الدراسات الوصفية.

وهذا لكونه الأكثر ملائمة على وصف مكانة وأهمية الإتصال الرقمي ومعرفة أهم وسائله المستخدمة في المؤسسات السياحية ومدى اعتمادها عليه في الترويج لخدماتها السياحية ومحاولة تحقيق مبدئ السياحة المستدامة ، وكونه يقوم بتزويد الباحث بمعرفة حقيقية عن الوضع الراهن للظاهرة المعاشة .

6. عينة الدراسة .

إن اختيار عينة الدراسة من أهم الأعمال التي يقوم عليها الباحث، فيجب أن تكون ممثلة للمجتمع الأصلي، وتعرف بأنها مجموعة من الوحدات المستخرجة من مجتمع بحثي واحد والتي تتوفر على تلك المتغيرات التي يريد الباحث أن يدرسها (بن جخدل، 2019، ص.14).

ولقد تمثلت عينة بحثنا في 105 عينة حيث قمنا بصياغة إستمارة إلكترونية وتوزيعها عبر الصفحة الرسمية للمنظمة الوطنية للسياحة المستدامة مستهدفة متابعي الوكالة .

7. أدوات جمع البيانات .

من المسلم به أن نجاح اي بحث علمي وتحقيق أهدافه يتوقف على حسن اختيار الأدوات المناسبة للحصول على البيانات .

ولالإجابة عن أسئلة الدراسة الخاصة بموضوعنا المتمثل في " مساهمة الإتصال الرقمي في تنمية السياحة المستدامة " إعتدنا على أداة إستمارة الإستبيان كأداة رئيسية للبحث من أجل جمع المعلومات بشكل معمق عن المبحوثين وإثراء الموضوع بالمعلومات من مختلف الجوانب.

✓ إستمارة الإستبيان :

- حيث تعرف إستمارة الإستبيان على أنها ترجمة أهداف البحث الإجرائية المستمدة من فرضيات الدراسة (سيدي علي، 2022، ص.773).

كما يمكن أيضا تعريف الإستبيان بأنه أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث .

لقد وجهت الإستمارة الخاصة بموضوع بحثنا (للمتابعين الصفحة الرسمية للمنظمة الوطنية للسياحة المستدامة)، بحيث تمحورت هذه الإستمارة الإلكترونية ، حول مجموعة من الأسئلة والتي كانت مقسمة إلى ماييلي:

◆ المحور الأول : البيانات الشخصية .

◆ المحور الثاني : معارف وتصورات واستعدادات الباحثين حول السياحة المستدامة .

◆ المحور الثالث : مزايا الإتصال الرقمي في إطار تنمية السياحة المستدامة .

◆ المحور الرابع : المعوقات التي تواجه الإتصال الرقمي .

- وكان المجال الزمني الخاص بهذه الدراسة من 01 ماي 2023 إلى 25 ماي 2023

- وقد تم الحصول على 101 رد من أصل 105.

8. مجالات الدراسة .

- المجال الزمني

تم الشروع في إنجاز هذه الدراسة في (جانفي 2023) بحيث تجزأت هذه الدراسة إلى ثلاث أقسام :

◆ الجانب المنهجي : إستمر البحث فيه خلال الفترة الممتدة من (جانفي 2023) إلى (فيفري 2023)

◆ الجانب النظري : إستمر البحث فيه خلال الفترة الممتدة من (فيفري 2023) إلى (أفريل 2023)

◆ الجانب التطبيقي : إستمر البحث فيه طوال الفترة الممتدة من (ماي 2023) إلى (أواخر شهر ماي)

- المجال المكاني:

◆ أجريت هذه الدراسة على المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة بالجزائر العاصمة .



الفصل الأول
الإتصال الرقمي

1-1 : نشأة الإتصال الرقمي .

في الثمانينات من القرن الماضي توصل العلماء إلى إمكانية تقديم الإرشادات الثمائية في شكل إشارات رقمية، ومنذ ذلك الحين بدأت هذه التكنولوجيا الرقمية تحل تدريجياً محل معدات التناظرية التقليدية القديمة، كما نلمس مدى ما بلغته الاتصالات من سهولة ويسر في عصر الإتصال الإلكتروني والفضائيات، وتطورات وإنجازات علمية فتحت المجال أمام قفزات هائلة شكلت نقاط تحول في مسار التقدم الإتصالي منذ النصف الثاني من القرن 20 وبداية الألفية الثالثة مع 2001 م وتتمثل هذه الفترات في (مناعي، 2021، ص.25).

- الفترة الأولى :

تمثلت في اختراع الترانزستور عام 1948 م على يد بعض العلماء الأمريكيين " براتان برادين " ، " شوكلي " وحصولهم على جائزة نوبل عام 1956، نضراً لإنجازهم هذا الكبير وأثرهم في تصغير حجم أجهزة الإرسال والإستقبال في نظم الاتصالات (مناعي، 2021، ص.25).

- الفترة الثانية :

ترتبط بالتوصل إلى صناعة دوائر متكاملة صغيرة الحجم عالية الكثافة، وبفضل هذه الفترة أمكن تصغير حجم الحسابات لتصبح حاسبا شخصيا صغيرا يمكن حمله (مناعي، 2021، ص.25).

- الفترة الثالثة :

وقد تحققت عندما قام العالم الأمريكي " شانون " بنشر بحثه الذي وضع الأساس للإتصالات الرقمية التي تتميز بكفاءتها العالية .

- إن مسيرة هذا التطور اتجهت في خط متسارع نحو مرحلة الإتصال الإلكتروني، والذي شهد تقدماً هائلاً وتشعباً كبيراً في مجال الاتصالات حتى أضحى من الصعوبة ملاحقة تطورها : ومن هذه المجالات :

- مجال الإتصال بين الحاسبات الإلكترونية وشبكات الإتصال .

- مجال الإتصال عبر أرقام الفضاء والسماوات المفتوحة .

- الإتصال عبر الألياف الضوئية واكتشاف أشعة الليزر ثم الطفرة " الثورة " الكبرى وهي الاتصالات الشخصية المتنقلة " اتصالات المحمول " (مناعي، 2021، ص.25).

1-2: تعريف الإتصال الرقمي .

- يعرف الإتصال الرقمي بأنه الإتصال الذي يركز على استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها بإعتبارها الوسيلة الوحيدة والأساسية بين أطرافه (سيدي دريس، 2021، ص.34).

- كما يعرف بأنه : العملة الاجتماعية التي يكون فيها الإتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الإتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة (عودة الشمالية وكافي، 2015، ص.67).

- وأيضاً عرف أنه عملية اتصالية تتم بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الإتصالية واستقبالها من خلال النظم الرقمية بالإعتماد على ربط جهاز الحاسب الآلي بشبكة الأنترنت بخدماتها المتنوعة ويشار إليه بالإتصال الرقمي الافتراضي، والذي أدى إلى التواصل عن طريق الشبكات على نحو : FACEBOOK, YOUTUBE, TWITTER ومؤتمرات المجموعات الإخبارية إلخ (نيح ، 2018، ص.24).

- كما يعرف أنه العملية التي يحدث فيها الإتصال عن بعد بين طرفين أو عدة أطراف يتبادلون بينهم المعلومات ويتم ترميز ومعالجة هذه المعلومات بواسطة النظم الرقمية وبعد ذلك يأتي الارسال والاستقبال بين مختلف الأدوار، وهو اتصال عن بعد سواء ثنائياً أو جماعياً، فالنظم الرقمية ومستحدثاتها ضرورة لتحقيق الإتصال ووظائفه (معامري ، 2019، ص.33-34).

- ويعرف أيضاً:

يطلق مصطلح الثورة الرقمية على العصر الحالي بعد الإندماج بين تكنولوجيا المعلوماتية والإتصال وتعني كلمة رقمي من الناحية التقنية هو أن الحروف والصور والأصوات يحول إلى بيانات رقمية (آحاد وأصفار) يمكن تخزينها بواسطة أجهزة الحاسوب (إغالون، 2019، ص.6).

1-3: خصائص الإتصال الرقمي .

من بين أهم المزايا التي يتميز بها الإتصال الرقمي :

- التفاعلية : (بن عمروش، ص.157).

وانتهاء فكرة الإتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل وهو مكان يتسم به الإتصال الجماهيري والثقافي اعتماداً على وسائل الإتصال الجماهيري التقليدية، حيث أصبح الإتصال في اتجاهين تتبادل فيه أطراف عملية الإتصال

الأدوار، وتحقيق التفاعل فيما بينها، حيث أن التفاعلية في نظم المعلومات الرقمية تعطي المستخدم USER ، تأثيراً يمتد إلى السيطرة على المخرجات، بل يصل إلى التأثير في بناء المحتوى وتوجيهه (بن عمروش، ص.157).

- التنوع :

مع تطور المستحدثات الرقمية في الإتصال وتعددتها، بالإضافة إلى ارتفاع القدرة على الإنتاج والتخزين للمحتوى الإتصالي أدى ذلك إلى التنوع في عناصر العملية الإتصالية التي وفرت للمتلقى اختيارات أكبر لتوظيف عملية الإتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للإتصال .

- التكامل :

تتيح عملية الإتصال الرقمي " عبر شبكات الإتصال " مختلف نظم الإتصال وأشكاله مما يوفر للمستخدم ما يراه مطلوباً من تخزين وطباعة وتسجيل أو ارسال، لأن هذا النظام يوفر مختلف أساليب التعرف والإتاحة والتخزين بأسلوب كامل (احمد خلدون ، مفلح العلي، 2014، ص.86).

- الفردية والتجزئة :

يحقق الإتصال الرقمي للمستخدم حرية كبيرة في التجول والاختيار والإستخدام، كلما تؤكد على سرية الإتصال وخصوصيته، وعلى تحكم أطراف الإتصال في عملية الإتصال والتحكم الذاتي مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية، وبذلك يتوفر المستخدم أرفع درجات الفردية والحفاظة على الخصوصية في الإتصال، كما أن تنوع مجالات المعلومات المتاحة على شبكات الأنترنت، إلى الوصول إلى فئات جماهيرية فرعية من المتلقين، وهذا الإتصال يتيح لهذه الفئات معلومات دقيقة لا تستطيع وسائل الإعلام الجماهيرية إيصاله، ويؤدي في نفس الوقت إلى تقنيات جمهور المستخدمين وإلى تجزئته (احمد خلدون ، مفلح العلي، 2014، ص.86-87).

- تجاوز الحدود الثقافية :

شبكة الأنترنت هي مجموعة شبكات دولية وإقليمية تزداد يوماً بعد يوم ويزداد معها عدد المستخدمين لهذه الشبكة نتيجة توافر إمكانية ورخص تكلفة، مما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية، هذا ما جعل الكثير في الدول إلى انشاء طرق المعلومات السريعة، إلا تعبيراً عن إدراكها لأهمية الإتصال الثقافي العالمي، وتدعيمها للوظائف العديدة التي تؤديها هذه الشبكات على المستوى العالمي كالتجارة الإلكترونية (احمد خلدون ، مفلح العلي، 2014، ص.87).

- الإستغراق في الإتصال :

شجع إنخفاض تكلفة الإتصال الرقمي على عملية الإتصال الرقمي، والإستغراق في البرامج المتاحة بغية التعلم، كما ساعد إنتشار الوسائل الفاتقة على التحول وبالتالي الإستغراق أكثر بين المعلومات والأفكار، كما أدى هذا إلى طول الوقت المتاح للإستخدام مقارنة بالوقت المخصص للوسائل الأخرى وقد لوحظ أن الإستغراق قد يزيد من العزلة الاجتماعية للفرد، كما يترتب علميا أثار غير صحية أثناء عملية الجلوس مطولا أمام الجهاز لذا يجب أخذ الإحتياطات الصحية اللازمة وتخفيف التعرض للإدمان (احمد خلدون ، مفلح العلي، ص.88).

كما أيضا يمكننا ذكر خصائص ومزايا أخرى منها : النشاط، القوة، الذكاء العالي، المرونة، الشمول، والتأمين ، وهذا ما يسمح بتحقيق قدر عالي من جودة الإستخدام (مكاوي،1993، ص.151-153).

1-4 : مستويات الإتصال الرقمي :

ساعدت تكنولوجيا النظام الرقمية على تطوير مستويات وأشكال الإتصال القائمة وتطوير أو توفير أشكال حديثة فيها ، بحيث تؤدي في النهاية إلى تعظيم الإستفادة في توظيف التكنولوجيا في مجال الإتصال والمعلومات وتشمل هذه المستويات في الآتي (مفلح العلي، خلدون أحمد، 2014، ص.88).

- الإتصال بالحاسوب وبرامجه :

في هذه الحالة يكون الكمبيوتر هو نفسه وبالبرامج التي تمثل قاعدة بيانات طرفا في عملية الإتصال والتفاعل مع هذه البرامج يتم وفق أسلوب تصميمها والهدف منها تعليمي أو ترفيهي (مفلح العلي، خلدون أحمد، 2014، ص.88).

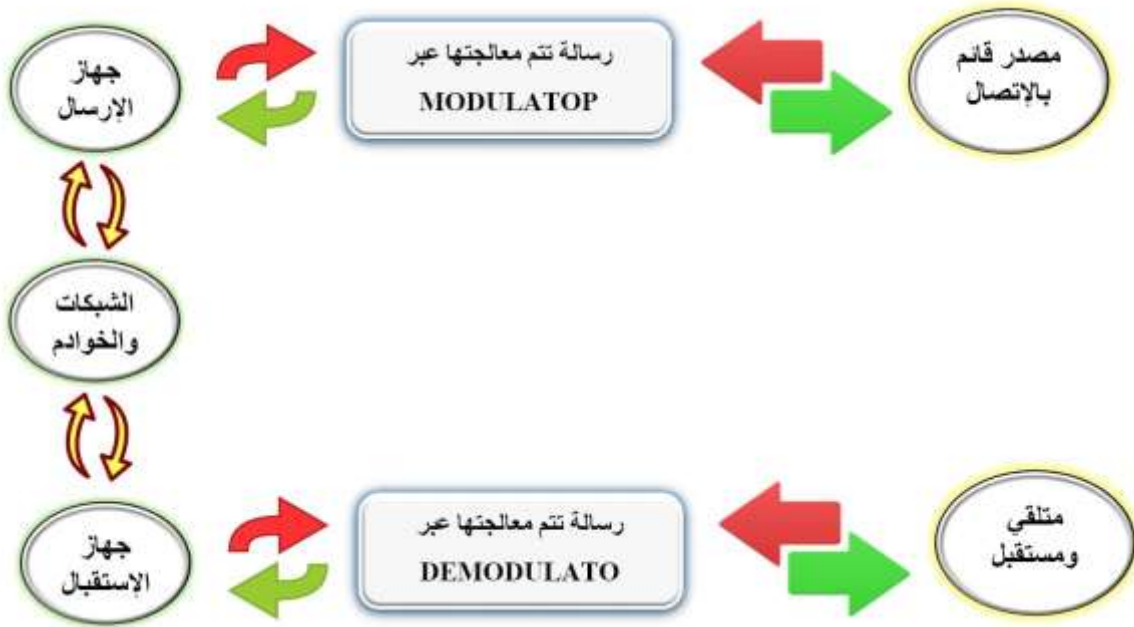
- الإتصال بقواعد البيانات :

في هذه الحالة يعتبر الكمبيوتر جهاز أو طريقة لقواعد البيانات التي يتم تخزينها على حساب رئيسي يتصل بعدد من الحواسيب لتبادل البيانات إما عن طريق الكابل أو عن طريق شبكة الأنترنت، ونجد هذا النوع من الإتصال لا يتوفر على قدر كبير من التفاعلية حيث تقوم حدود التفاعلية عند حدود الدخول والإتاحة والتجول بين البيانات (مفلح العلي، خلدون أحمد، 2014، ص.89).

- الإتصال المباشر من خلال الشبكات : وهو الإتصال الذي يتم عبر شبكات الإتصال والمعلومات وذلك من خلال كارت Modem وخط التليفون والذي يتم عبر الإتصال وهذا الإتصال إما يمون مكتوبا عبر الرسائل أو أن يكون صوتيا أو بالصورة كما يحدث في المؤتمرات عبر الفيديو، وهذا الإتصال إما يكون مع الفرد أو مع مجموعات

كما يحصل في news groupe وأشكال هذا الإتصال يجب أن يكون متزامنا أما الإتصال فهو في الغالب متزامن وفي هذه الحالة تتألف عناصر الإتصال الرقمي عبر الشبكات (مفلح العلي، خلدون أحمد، 2014، ص.89).

الشكل (01) : عناصر الإتصال الرقمي من خلال الشبكات .



المصدر: (مصطفى، 2016، ص.89).

1-5: وظائف الإتصال الرقمي .

يمكن تخلصين أهم الوظائف الأساسية للإتصال الرقمي كالاتي:

- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الإتصال الرقمي :

حيث أن الفرد أصبح يتعامل مع الحاسب لمدة طويلة بعيد عن الآخرين ويتم من خلال إتصال بمحادثات ليس وجه لوجه لمدة طويلة، حيث أن من اللبنة الأساسية لهذا الإتصال تمكين مجموعات حوار بين الأصدقاء، ولذلك سوء الإعتقاد بأن الفرد في الإتصال الرقمي قام بتسريع دائرة علاقاته تحت واقع جديد يرسمه الأفراد لأنفسهم (معمرى، السباعي، 2020، ص.29).

- ترصد العديد من المواقع الإلكترونية :

الواقع والأحداث التي تدور في بقاع كثيرة في أنحاء العالم وكتابة التقارير الإخبارية والتعليقات عليها في إطار الخدمة الإعلامية المتكاملة التي تراها هذه المواقع (براحلية، 2020، ص.29).

- القدرة على القيام بالتعبئة لتأكيد الأفكار التي تناديها المواقع ومناهضة غيرها من الأفكار:

بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا و الأفراد في وقت معين يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الأنترنت (براحلية، 2020، ص.329).

- تقوم المواقع المنتشرة على الأنترنت بتقديم معلومات كثيرة من الأحداث في الداخل أو الخارج:

وهي بذلك تقدم وظيفة إخبارية تساعدها في ذلك سهولة الإتصال بها وفورية الإعلام (براحلية، 2020، ص.29).

- تدعيم التأثيرات الوجدانية والسلوكية :

تتبلور هذه التأثيرات من خلال الرسائل التي يتبادلها الأفراد على مواقع الشبكة أو الإتصال بالغير، حيث تدعم هذه الرسائل مشاعر الخوف والقلق والتوتر وعدم الإستقرار والأزمات، وهذا ما رأناه من خلال ما نشر بين مستخدمي Facebook و twitter وغيرها من خدمات الإتصال الرقمية حول أحداث تونس لتنتقل العدوى إلى مصر ثم تليها معظم الدول العربية من خلال فيديوهات التحريض والتعبئة ضد الأنظمة العربية (نييح، 2018، ص.55).

- التسلية والترفيه :

إن مفهوم نظام المعلومات في الإتصال الرقمي لا يقف على تدعيم الإتصال بالغير ومعرفة الأخبار لكنه يمتد لشمول التسلية أيضا بإعتبارها أحد أهداف المستخدم والتي يسعى إلى تحقيقها (نييح، 2018، ص. 55-56).

- التعبير الحر :

يوفر الإتصال الرقمي خدمات متعددة وفضاءات واسعة لحرية الرأي والتعبير في ظل إنعدام مثيلاتها في وسائل الإعلام والإتصال التقليدية، وهذا رغم عمليات الحجب والرقابة على الكثير منها خاصة في الدول العربية بسبب دكتاتورية السلطة فيها (نييح، 2018، ص. 57-58).

1-6 : تطبيقات الإتصال الرقمي .

1-6-1 : الأنترنت :

هن مجموعة الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض في مختلف أنحاء العالم يمكن بواسطتها نقل المعلومات وتبادلها من عدد غير محدود من المرسلين إلى عدد غير محدود من المستقبلين بحيث يمكن للمستخدم لها الدخول من أي مكان وفي أي وقت (بركاش، بوشعير، 2016، ص. 42).

1-6-2 : نشأة وتطور الأنترنت :

تعتبر شبكة الأنترنت من أهم الوسائل المعلوماتية وأحدثها، حيث يعيد بعضهم بداية تاريخ الحاسوب إلى العصور القديمة مع إختراع بعض آلات الحاسب بهدف العملية الحسابية، غير أن التطور الكبير للجهاز لم يبرز إلا في القرن 20 فقد قام مجموعة من المهندسين الأمريكيين المتخصصين من شركة IBM الأمريكية بتطوير آلة حاسبة في الفترة "1939-1944" وتلاحقت بعد ذلك التطورات التي أدت إلى نشأة الحاسوب الحديث، ثم أطلق الإتحاد السوفياتي سنة 1951 أول قمر صناعي يدور حول الأرض .

وفي 02 جانفي 1969 تمكن علماء الأبحاث في وكالة ARPA من الإتصال ببعضهم من خلال شبكة مكونة من أجهزة كمبيوتر.

وفي عام 1971 تطورت الشبكة حيث وصلت إلى عشرين موقع وفي عام 1972 أعلنت الحكومة الأمريكية رسميا شبكة ARPANET كشبكة دفاع DEFENS DATA NETWORK .

وفي عام 1981 انتشرت شبكة APRANET إلى أكثر من 2000 موقع وإنضمت إليه الكثير من أجهزة الكمبيوتر ذات أنظمة التشغيل المختلفة .

وفي عام 1986 أمكن ربط خمس مراكز للكمبيوترات العملاقة واطلق عليها إسم شبكة مؤسسة العلوم الوطنية NSF NET والتي أصبحت فيما بعد العمود الفقري والأساسي لنمو وإزدهار شبكة الأنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية وفي دول العالم وفي مطلع التسعينيات ارتبطت معظم الشبكات المحلية والإقليمية بموجب البروتوكول لتشكيل الشبكة الجديدة "WWW" WORLD WIDE والتي تعرف بالأنترنت، ثم تحول تشكيلها إلى ما يشبه الجهاز العصبي للمجتمع المعاصر .

وفي عام 2000 تجاوز معدل الإنفاق العام على الأنترنت 2.3 مليار دولار حيث تشير إحصائيات منظمة اليونيسكو العالمية بأن المعارف الإنسانية تتضاعف بمعدلات هائلة وذلك نظرا لما تمتلكه من قدرات في نقل ونشر المعلومات (بركاش، بوشعير، 2016، ص.42).

1-6-3- متطلبات الأنترنت :

- **جهاز الحاسوب :** والذي يتميز بالمواصفات التالية (بركاش، بوشعير، 2016، ص.45).

- حاسوب من أي طراز بذاكرة لا تقل عن 8 ميغابايت .

- قرص صلب توجد فيه مساحة كافية لإستيعاب برامج الإتصال مع أكثر من نظام .

- دعم للصور الملونة عالية الدقة بجودة تدعم الصور والألوان .

- معدات ووسائط متعددة مثل بطاقة الصوت وجهاز ميكروفون .

- **جهاز مودم :** عبارة عن قطعة يتم تركيبها داخل جهاز الحاسوب لتوصل البيانات الرقمية الصادرة من الحاسوب إلى إشارات يمكن نقلها عبر التلفون والعكس (بركاش، بوشعير، 2016، ص.45).

- **خط الهاتف :** هو خط الهاتف العادي التقليدي حيث يتم استخدام أسلاك الشبكة الهاتفية العامة التي تغطي معظم المناطق بدلا من إنشاء شبكة جديدة متخصصة للإتصال بين الحواسيب حيث يتم استخدام الشبكة الهاتفية العامة وما يعزها من نظم الأقمار الصناعية (بركاش، بوشعير، 2016، ص.45).

- **متصفح الأنترنت :** هو برنامج نستطيع من خلاله التعامل مع خدمة الأنترنت أي الشبكة التي تسمح بإستخدام الأنترنت (بركاش، بوشعير، 2016، ص. 45).

1-6-4: وظائف الأنترنت :

ويمكن تلخيصها في مايلي : (بركاش، بوشعير، 2016، ص.46).

- خدمة البريد الإلكتروني : هي الخدمة التي تشرف على الإرسال والإستقبال من حاسوب إلى آخر .
- خدمة بروتوكول لنقل الملفات : تسمح هذه الخدمة بنقل الملفات من حاسب إلى آخر .
- خدمة تلنت **TELENT** : وهي التي تمكن من قراءة مقالات أو كتب أو ممارسة بعض الألعاب وتقدم إلى الجامعات والمكتبات وهيأت البحث دخولا لا مجانيا إلى خدماته .

1-6-5 : إيجابيات وسلبيات الأنترنت :

- الإيجابيات :

- ومن أهم إيجابياتها نذكر مايلي : (بركاش، بوشعير، 2016، ص.47).
- تفيد القراء والباحثين للحصول على المعلومات التي يبحثون عنها .
- الأنترنت قمة التطور التكنولوجي المعاصر .
- زيادة وسائل الترفيه والترويح .
- الطلب عن بعد .
- المساعدة في محو الأمية .

- السلبيات :

- ونذكر منها مايلي : (بركاش، بوشعير، 2016، ص.48).
- التحديث المستمر لمعلوماتها يسبب الإرباك عن الرجوع من المعلومات السابقة .
- إحتوائها على معلومات لا أخلاقية وتافهة .
- ضياع للوقت .
- المشاكل الصحية

1-6-6: صحافة المواطن

تعرف صحافة المواطن بأنها فعل مواطن أو مجموعة من المواطنين يلعبون دورا فعالا في عملية جمع وإعداد التلفاز وتحليل ونشر الأخبار والمعلومات التي قد تكون صورة أو فيديو أو غير ذلك في مدوناتهم الشخصية أو حساباتهم، فهي على نقيض الصحافة التقليدية التي تجلب الأخبار وتشجعها ليلتقاها الجمهور بطريقة عمودية فصحافة المواطن تتخاطب مع الأخبار بطريقة أفقية ومع انتشار وإزدياد عدد مستخدمي الأنترنت عبر العالم والتطور المستمر لتطبيقاته على الشبكة وارتبطت صحافة المواطن بنشاط المواطنين أو المستخدمين لتطبيقاتها نذكر منها : (بركاش، بوشعير، 2016، ص.49).

1-6-7: شبكات التواصل الإجتماعي :

هو مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الأنترنت حيث تتيح خدمة التواصل لمستخدميها في بيئة مجتمع إفتراضي وفق لإهتماماتهم وانتمائهم بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر بإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي ينتجوها للعرض أي تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور والأفلام والفيديو (بركاش، بوشعير، 2016، ص.50).

ومن بين شبكات التواصل نذكر :

- **موقع الفيسبوك** : هو أحد شبكات التواصل الإجتماعي تم إنشائه في فيفري 2004 من طرف مارك زوكربيرغ، وقد كان في البداية متاح للطلاب فقط في جامعة هارفارد ثم فتح لكل طلبة الجامعات ثم الثانويات، ولعدد محدد من الشركات حتى تم فتحه رسميا في 2007 للعامة (بركاش، بوشعير، 2016، ص.51).

- **موقع التويتز** : هو موقع مصغر من مواقع الشبكات الإجتماعية يسمح لمستخدميه بإرسال وقراءة لا تتجاوز 140 حرف ثم إنشائه في مارس 2006 من طرف الأمريكي جاك دروسي كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة OBVIOUS الأمريكية، بعد ذلك تم إطلاقه رسميا في أكتوبر 2006 (بركاش، بوشعير، 2016، ص.51)..

- **المدونات** : كلمة المدونة هي تعريف للكلمة اللاتينية BLOK وهي إختصار لـ WEB BLOK وتعني سجل الشبكة وبإضافة ER إلى آخرها تتحول إلى فاعل BLOGGER أي مدونة وتعتبر المدونة أحد أشكال المنظومة التفاعلية الإلكترونية الأكثر أهمية إذ يعتبر موقع شخص على شبكة الأنترنت أو هو عبارة عن صفحة في الشبكة تظهر عليها تدوينات مدخلات أو معلومات مؤرخة ومرتبة ترتيبا تزامنيا وتساعدنا يتحكم في عملية النشر مدير أو ناشر المدونة (بركاش، بوشعير، 2016، ص.51).

- **المنتديات** : عبارة عن برمجيات يتم تركيبها على مواقع الأنترنت لتسمح بتلقي مساهمات وأفكار وآراء من قبل اي شخص يسجل نفسه في المنتدى والإشتراك لا يكلف سوى كتابة الإيميل وكلمة السر الخاصة به ويصبح بذلك عضوا مشتركا في المجموعة أو المنتدى ويمكن عرض مساهماته وآرائه على المشاركين الآخرين في اللحظة نفسها ثم إتاحة الفرصة لكل المشتركين لقراءة المساهمة فوراً والرد عليها سواء بالإتفاق أو الإختلاف أو حتى بالدفاع أو الهجوم (بركاش، بوشعير، 2016، ص.53).

- **مواقع الويكي** : هي مواقع التحرير للناشرين يمكن لأي فرد كتابة ونشر وتعديل مضامينها ومقالاتها عبر إضافة أشياء أخرى فالويكي موقع نشط يمكن لأي زائر أن يغير صفحاته حسب مشيئته ويكتب ما يرغب فيه من معلومات ومن أشهر مواقع الويكي موقع ويكيبيديا (بركاش، بوشعير، 2016، ص.53).

- **اليوتيوب** : يعد أهم وأشهر المواقع لرفع الفيديوهات على مستوى العالم وأسس بواسطة ثلاث موظفين من شركة BALBAY وهم شاد هارلي وشان ستيف وجواد كريم فقد بدأت فكرة إنشائه سنة 2005، اما في أكتوبر 2006 كانت من أهم اللحظات في تاريخ الموقع حيث قامت شركة قول بالإستحواذ على موقع اليوتيوب بصفقة ضخمة بلغت قيمتها 55.1 مليار دولار والآن يقدم الموقع خدماته كأحد الخدمات الفرعية للشركة ويقع مقرها في مدينة سان برونو في ولاية كاليفورنيا (بركاش، بوشعير، 2016، ص.53).

1-7 : عيوب الإتصال الرقمي .

ونلخص أهم عيوب الإتصال الرقمي كمايلي :

- ان هذه التكنولوجيا أقل إجتماعية وعاطفية كما انه على الرغم مما قدمته من خبرة عالية في مجال تحرير التعبير إلا أن هذه الحرية تقيدت بقيود سياسية فليس هناك ضمان لتكنولوجيا الإتصال الرقمي الحديثة، وإنها تؤدي عصر جديد مختلف ينطوي على المزيد من حرية التعبير فنحن نرى العكس وذلك استنادا لعدة مؤشرات، وهي تؤدي لإنقسام الجمهور العريض ذات الإتجاهات المتباينة التي تؤدي إلى لتقليص الخبرات المشتركة لمختلف أفراد المجتمع، ونرى أن الإتصال يغلب عليه عامل التحسس وهكذا يكون قد انتهك الخصوصيات، كما أنها توسع الهوة المعرفية بين من يملكون التكنولوجيا الرقمية وبين من يفتقرون لها ناهيك عن الغزو الثقافي وانحيار للقيم والتقاليد السائدة في المجتمعات.
- وأما كل سلبيات وإيجابيات عالم الرقمنة علينا التخطيط لبرنامج موسع ومسطر للإستفادة منها من التركيز على تفادي سلبياتها أو التقليل منها (معمرى والسباعي، 2019، ص ص.41-42).



الفصل الثاني
السياحة المستدامة

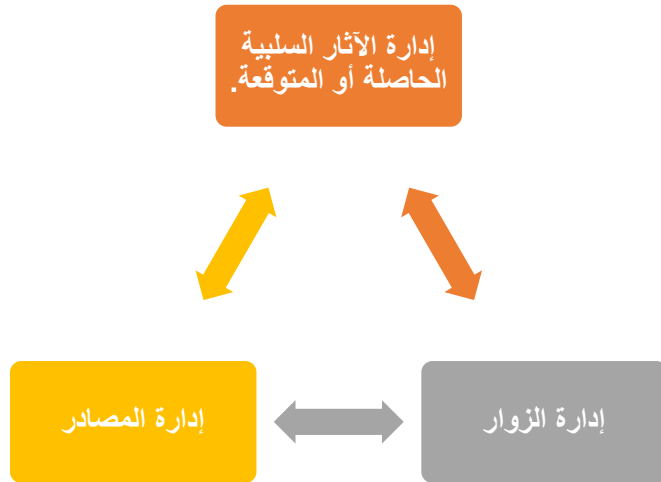
2-1: مفهوم السياحة المستدامة .

تعرف السياحة المستدامة على أنها نقطة التلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم ، مما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطوير المستقبلي ، بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية ، لكنها في نفس الوقت تحافظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي وجميع أنظمة الحياة.(بن غضبان،2013،ص.98).

فالسياحة المستدامة هي الإستخدام الأمثل للموارد الطبيعية، بما في ذلك مصادر التنوع الحيوي ، وتخفيف آثار السياحة على البيئة والثقافة ، وتعظيم الفائدة مع حماية البيئة والمجتمعات المحلية (بن غضبان ، 2013 ، ص.98) .

ويمكن تعريفها بأنها نقطة التلاقي بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم ، مما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطوير المستقبلي بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية ،وهي كذلك تحدد الهيكل التنظيمي المطلوب للوصول إلى هذه الأهداف (معاوية ، ص.10) .

الشكل (02): متطلبات لإدارة السياحة المستدامة .



الصدر:(السعيد وعبالي،2018،ص.258) .

- ويمكن تعريفها بأنها السياحة التي تلبي احتياجات السياح والمناطق المضيفة بحماية وتعزيز الفرص المتاحة للمستقبلي، فه أيضا جملة القواعد المرشدة في إدارة مختلف الموارد (الإقتصادية، الثقافية، الإجتماعية)، ويمكن اعتبارها عملية تغيير، يكون فيها استغلال الموارد واتجاه الاستثمارات، والتطور التكنولوجي والتغيير المؤسساتي في حالة انسجام وتعمل على تعزيز إمكانية ربط الحاضر والمستقبل لتلبية الحاجات الأساسية للسياح (بولجبال، 2021، ص.192).

2-2 : نظام السياحة المستدامة .

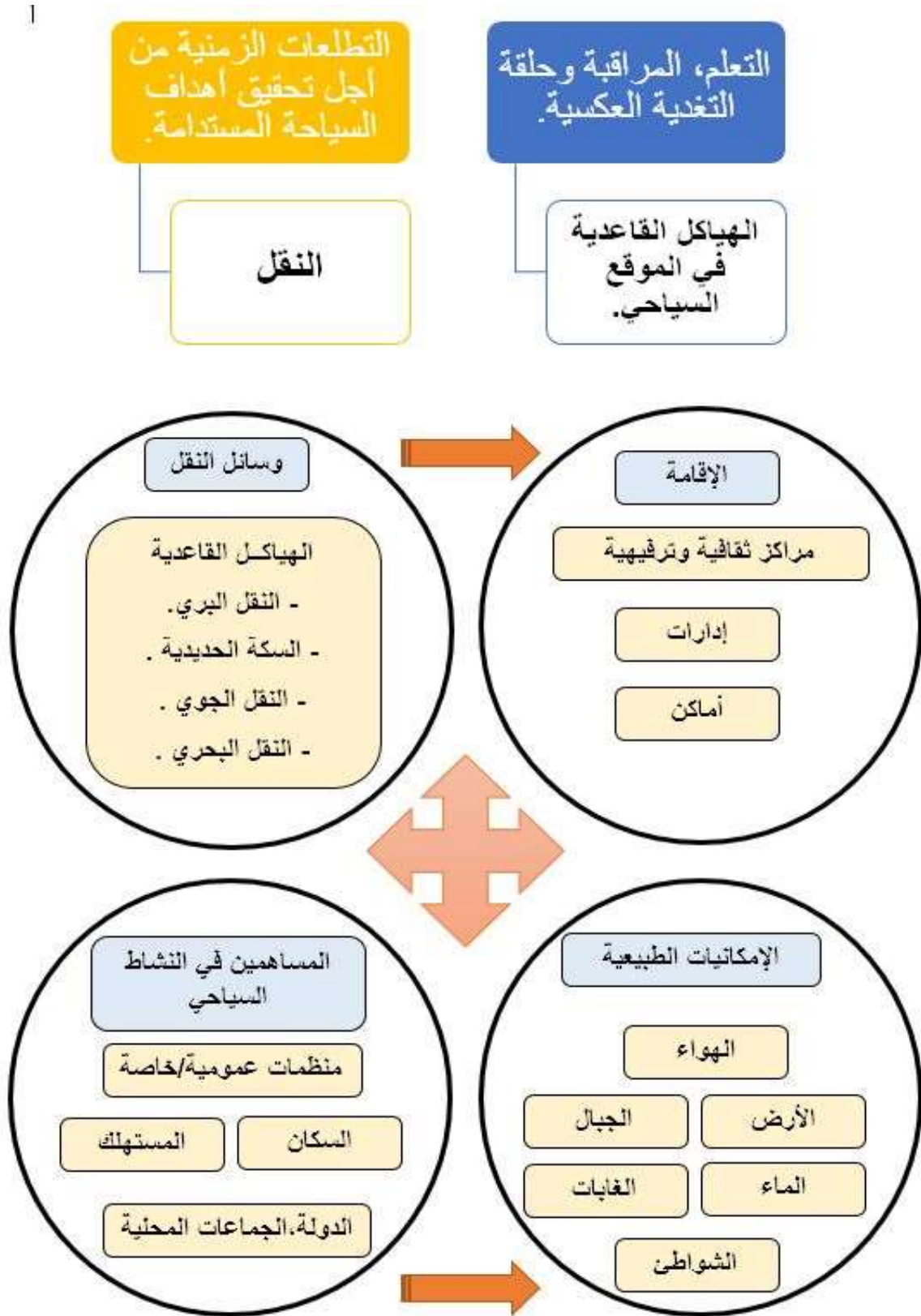
يمكن اعتبار السياحة المستدامة نظام معقد، متكون من مجموعة من الأنظمة التحتية التي تتفاعل بصور ديناميكية من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف المتمثلة في : خلق الثروة، الشغل والحصول على العملة الصعبة وكذلك المكتسبات والمعتقدات الثقافية، في حالة حدوث أي خلل في سيرورة الأنظمة التحتية فهذا سوف يؤدي إلى فشل هذا النظام المعقد (بن بوزيان، 2012، ص.39).

وهناك عدة عوامل تساهم في انجاح نظام السياحة المستدامة ويمكن تلخيصها في مايلي : (بن بوزيان، 2012، ص.39)

- يجب احترام المبادئ الأخلاقية التي تحترم ثقافة، بيئة واقتصاد المنطقة المضيفة .
- ضرورة وجود إدارة سليمة للموارد الطبيعية والبشرية من أجل المحافظة على حصة الأجيال القادمة .
- توعية السكان المحليين بيئيا وسياسيا .

ويمكن تلخيص العناصر المكونة لنظام التنمية المستدامة في الشكل الآتي :

الشكل (03) : نظام السياحة المستدامة



المصدر: (بن بوزيان، 2012، ص.40).

2-3 : مبادئ السياحة المستدامة

لتحقيق سياحة مستدامة، نستخدم بعض المبادئ والأنظمة وهي على النحو التالي: (حاوشيش، 2019، ص.336).

- وجود مراكز دخول في المواقع السياحية لتنظيم حركة السياح وتزويدهم بالمعلومات الضرورية.
 - ضرورة توفر مراكز للزوار تقدم معلومات شاملة عن النواقع، وتقديم ارشادات حول كيفية التعامل مع الموقع، وهنا يفضل أن يعمل في هذه المراكز السكان المحليون الذين يدبرون على إدارة الموقع والتعامل مع معطياته الطبيعية .
 - ضرورة وجود قوانين تضمن السيطرة على أعداد السياح الوافدين وتحقيق الحماية لهم وتأمينهم بكافة الخدمات .
 - دمج السكان المحليين وتوعيتهم بيئيا وسياحيا .
 - العمل على نجاح السياحة البيئية من خلال تعاون كل القطاعات ذات العلاقة بالسياحة، مثل (القطاع الحكومي والخاص، السكان المحليين، المؤسسات الرسمية) .
 - توفير مشاريع مدرة للدخل للسكان المحليين، مثل الصناعات الحرفية التقليدية وتشجيع الزراعة العضوية وكذلك العمل كمرشدين سياحيين .
 - ضرورة وجود ادارة سليمة للموارد الطبيعية والبشرية للمنطقة وبهذا يمكنها أن تحافظ على حصة الأجيال القادمة
 - التوعية والتثقيف البيئي من خلال توعية السكان المحليين بأهمية المحافظة على البيئة، وذلك بمختلف الوسائل مثل اللوحات الإرشادية .
 - تحديد القدرة الإستيعابية للمكان السياحي ونقصد عدم حدوث إكتضاظ وإزدحام في المنطقة السياحية وذلك حتى لا يؤثر على البيئة من جهة وعلى السياح من جهة أخرى .
- وهناك عدة مصطلحات للقدرة الإستيعابية : منها:(حاوشيش، 2019، ص.336).
- الطاقة الإحتمالية المكانية : تعتمد على قدرة المكان في استيعاب الحد الأعلى من السياح، حسب الخدمة المتوفرة في الموقع . (حاوشيش، ص.336) .
 - الطاقة الإحتمالية البيئية : تعتمد على الحد الأعلى من الزوار الذين يمكن استقبالهم بدون حدوث تأثير على البيئة والسكان المحليين .

- الطاقة الإحتمالية النباتية والحيوانية : تعتمد على الحد الأدنى من الزوار الذين يفترض وجودهم دون التأثير على الحياة الفطرية .

- الطاقة الإحتمالية للسياحة البيئية : أي الحد الأعلى لوجود السياح في الموقع والقدرة على التوفير لهم كافة المتطلبات، دون إكتضاط، دون أن يؤثر عددهم على الحياة البيئية والإجتماعية للموقع.

4-2 : مقارنة بين السياحة التقليدية والسياحة المستدامة.

السياحة التقليدية	السياحة المستدامة
مفاهيم عامة	
تنمية سريعة	تنمية تتم على مراحل
ليس لها حدود	لها حدود وطاقات استيعابية محددة
قصيرة الأجل	طويلة الأجل
سياحة الكم	سياحة الكيف
إدارة عمليات التنمية من الخارج	إدارة عمليات التنمية عن طريق س.م .
استراتيجيات التنمية	
تنمية بدون تخطيط	تخطيط ثم تنمية
تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة	تخطيط شامل متكامل
التركيز على انشاء وحدات لقضاء الإجازات	مراعاة الشروط البيئية في البناء
مباني حضرية تقليدية	أنماط معمارية محلية
برنامج خطط المشروعات	برنامج خطط مبنية على مفهوم الإستدامة
مواصفات السائح	
أعداد كثيفة من السياح	حركة أفراد ومجموعات صغيرة
ضوضاء وأصوات مزعجة	رزانة وهدهوء في الاداء
زيارة مكان واحد في الغالب	احتمال تكرار الزيارة مرة أخرى للمكان
مستويات ثقافية مختلفة	مستوى عالي من الثقافة والتعليم

المصدر: (حاوشيش، 2019، ص.335)

ومن هنا يمكننا القول أن السياحة المستدامة تراعي الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الحالية والمستقبلية.

2-5: مكونات السياحة المستدامة

تتضمن مكونات السياحة المستدامة في مكونين أساسيين ألا وهما المكون المادي والمعنوي، وسوف نوضح هذا في الشرح التالي :

2-5-1: المكون المادي :

ويتجلى بأنه يعمل على توريث الطاقة الإنتاجية للأجيال القادمة بنفس قوتها أو بقوة أكبر، بحيث نضمن أن هذا لن يؤثر على حصة الأجيال القادمة أي ان استهلاك الكميات اليوم لا يعيق الكميات المطلوبة استهلاكها غدا . (عمراني، 2021، ص.87) .

2-5-2: المكون المعنوي :

كما نعرف أن السياحة هي مجموعة من الإحتكاكات بين نوعين من الثقافات (ثقافة المجتمع السائح وثقافة المجتمع المضيف) وهذا ما سوف يجعل هناك تواصل اجتماعي وتواصل بيئي .

فالسياحة المستدامة من المنظور الاجتماعي تهدف إلى تطوير سياحة ذات وجه بشري مع تفادي كافة المشكلات ذات النسيج الاجتماعي أو الثقافي، لذلك يجب الخضوع لرغبات عدة طوائف : (عمراني، 2021، ص.87-89).

- السياح : هنا يجب تقديم ما يتلائم ويتمشى مع رغباتهم .
- موظفوا السياحة : يتوجب تحسين ظروف عمل الموظفين و إتاحة فرصة التأهيل المتواصل معهم .
- سكان المقصد السياحي : يعني أن تكون السياحة تتلائم مع ثقافة سكان المقصد، وأن تساهم في رفع مستوى دخلهم ومعيشتهم ، ولهذا تحتاج السياحة المستدامة إلى تحقيق التلائم مع ثقافة وتطلعات سكان المقصد السياحي .
- التواصل البيئي : يجب المحافظة على الموارد الطبيعية (هواء، ماء، تربة) من أجل الأجيال القادمة، من خلال الإستغلال العقلاني لهذه الموارد ومضاعفة الإجراءات الهادفة للحفاظ على كفاءة هذه الموارد .

2-6 : أهمية السياحة المستدامة

تمثل السياحة قطاعا اقتصاديا رئيسيا لخدمة الإقتصاد والمجتمع، وهي بذلك تقوم بدفع عجلة النمو السياحي ومن ثم النمو الإقتصادي، فالسياحة المستدامة لا تكمن أهميتها في الجانب الإقتصادي فقط بل تتعدى إلى الجانب الإجتماعي والبيئي (بن غضبان، 2013، ص.101).

2-6-1 : الأهمية الإقتصادية للسياحة المستدامة

حيث تمثل قطاعا اقتصاديا لضخ العملات الصعبة، وجذب الإستثمارات الاجنبية وكذلك توفير فرص العمل، وتتلخص أهميتها الإقتصادية فيما يلي (غضبان، 2013، ص.101).

- توفير فرص عمل جديدة : حسب تقارير المجل المالي للسياحة والسفر، فإن السياحة ساهمت في إيجاد أكثر من مليون فرصة عمل شهريا وهذا ما سوف يساهم في زيادة المداخل الفردية ورفع المستوى المعيشي والتخفيف من نسبة البطالة .

- توفير العملة الصعبة : تعمل السياحة من خلال عائداتها على توفير العملة الصعبة، نتيجة بيع الخدمات السياحية، مما ينعكس أثره على تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات، وهذا سوف ينجم عليه تحسين مستوى المعيشة ودعم التنمية الشاملة على المستوى المحلي والوطني .

- مساهمة السياحة المستدامة في إيرادات الدولة : تتلخص هذه الإيرادات في الرسوم والضرائب الجمركية على السلع والخدمات ورسوم العبور وقدرت المنظمة العالمية للسياحة استنادا إلى دراسة قام بها 230 خبير بـ 415.4 مليار دولار سنة 2003 مقابل 474.2 مليار دولار سنة 2002 ، بزيادة قيمتها 40 مليار دولار.

2-6-2 : الأهمية الإجتماعية للسياحة المستدامة

يمكن اعتبار البعد الإجتماعي والثقافي في السياحة، عملية التنمية السياحة المستدامة أحد مكونات المنتج السياحي في الدول السياحية وايضا كعنصر أساسي في عملية التنمية السياحية، وعليه نجد السياحة المستدامة تعمل على (بن غضبان، 2013، ص.106-107).

- المساهمة في الامتصاص من نسبة البطالة، وذلك من خلال خلق فرص عمل في الدولة المستقبلية للسياح، وفتح مجال واسع للتشغيل .

ومن هذا المنطلق يعتبر الإستثمار السياحي في كثير من الدول النامية مخرجا لأزمة البطالة .

- تحسين المستوى المعيشي: فعند توفر فرص العمل هذا ما سوف يساهم في رفع مستوى المعيشة وزيادة الدخل .
- خلق حركة إجتماعية : ونقصد تدفق السياح الأجانب إلى مختلف دول المعمورة أو إنتقال السائح من منطقة لأخرى، وتؤدي الحركة إلى تعميم العلاقات بين السائحين والمواطنين في الدولة المستقبلية، وهنا سوف يتم تبادل حضاري مما يؤدي إلى بناء جسور علاقات طيبة مع الأمم .

2-6-3: الأهمية البيئية للسياحة المستدامة .

إن اقامة تنمية سياحية مستدامة أمر يترتب عليه الحفاظ على البيئة الموجودة، لأنها القاعدة الأساسية التي يقوم عليها هذا النشاط .

فالسياحة المستدامة في جوهرها هي عملية تغيير فيكون فيها استغلال الموارد ووجهة التطور التكنولوجي ، والتغير المؤسساتي في حالة إنسجام، وهذه العملية سوف يكون لها تأثير على البيئة ، ونجد خبراء إهتموا بالأثر المتبادل بين السياحة والبيئة منذ فترة طويلة، لأن البيئة السليمة هي التي تساهم في تقدم قطاع السياحة، وتحقيق تنمية سياحية متوازنة، ولهذا جاءت أهمية تطبيق التنمية المستدامة على صناعة السياحة في العالم ، وذلك لحماية المناطق البيئية، كما نجد استخدام السياحة للبيئة بهدم قيمتها ، أي أن السياحة تقدم نفسها بنفسها، ولقد تضمن اعلان مؤتمر السياحة العالمي سنة 1980، أن الدول في حاجة إلى اعطاء الأولوية لمراقبة استخدام السياحة للموارد البيئية المعتمدة. (بن غضبان، 2013، ص.107).

ومن هنا يمكننا القول أن السياحة المستدامة، ذات أهمية بالغة في عدة مجالات سواء اقتصادية، اجتماعية، أو بيئية، فهي جزء لا يتجزء من التراث الطبيعي، ولذلك وجب المحافظة على البيئة والإستغلال العقلاني للموارد البيئية دون نسيان حصة الأجيال القادمة، فإدارة السياحة بشكل صحيح ورشيد سوف يحافظ على البيئة والتراث ويرفع مستوى حياة الإنسان .

2-7: متطلبات تحقيق التنمية السياحية المستدامة .

يمكن تحقيقها عن طريق تفعيل بعض متطلباتها والتي تترطب في مايلي : (خليفة، 2018، ص.10-11).

2-7-1: متطلبات تنظيمية : تتعلق بالعوامل التنظيمية والإدارية التي تحدد القواعد والضوابط التي تم النشاط السياحي سواء وزارات أو أجهزة الثقافة أو القطاع السياحي بأكمله من تحديد الإختصاصات في الأجهزة المعنية المختلفة .

2-7-2: متطلبات بيئية : تختص المتطلبات البيئية بحماية البيئة والحفاظ عليها لكي يكون جو ملائم لإستقبال السياح، فالتنمية البيئية مرتبطة بالتنمية السياحية، حيث تلعب دور هام في عملية الجذب السياحي متضمنة حماية الموارد .

2-7-3: متطلبات إدارية : المطالب الإدارية هي المطالب المتعلقة بإدارة النشاط السياحي والعاملين في المجال السياحي

2-7-4: متطلبات عامة : تتضمن المتطلبات العامة الخدمات تقدمها الدولة وتضعها في خلطتها العامة مثل الخدمات التي تقدم لتنمية الحركة السياحية في الدولة ولتنمية صناعة السياحة من قوانين وتسهيلات للمشاريع السياحية وغيرها.

2-8 : السياحة المستدامة بالجزائر بين معطيات الواقع وتحديات المستقبل.

2-8-1: استراتيجية التنمية السياحية بالجزائر .

2-8-1-1: برنامج تنمية القطاع السياحي وفقا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025:

تعد التهيئة السياحية أحد أهم الآليات الداعمة لحركة الإستثمار السياحي بالجزائر إذ عرفها القانون 01/03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة على أنها : " مجموعة أشغال إنجاز المنشآت القاعدية لفضاءات ومساحات موجهة لإستقبال إستثمارات سياحية تتجسد في الدراسات في تحديد طبيعة عمليات مشاريع الأنشطة للمنشآت المراد تحقيقها " .

ويشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بمثابة الوثيقة التي تعلن من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات عن مشروعها السياحي آفاق 2025، وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تامين القدرات الطبيعية الثقافية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية (السعيد ، عبدلي، 2018، ص.265) .

ويهدف هذا المخطط إلى تحقيق عدة غايات أساسية نذكر منها: (السعيد ، عبدلي، 2018، ص.265) .

- التوفيق بين الترقية السياحية والبيئية لتحقيق التنمية المستدامة .

- توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى كالصناعة التقليدية، النقل، الخدمات، الصناعة .. الخ.

- التحسين المستمر لصورة الجزائر، حيث يتم تحسين وتطوير هذه الصورة على مستوى المتعاملين الإقتصاديين وكذلك السائح الأجنبي وإعطائه كل الضمانات فيما يخص الجوانب الأمنية، وكذلك توفير حاجات السائح بالإضافة إلى تقديم امتيازات للمستثمرين الوطنيين والأجانب .

2-1-8-2: طريقة تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025:

وهو كالتالي: (السعيد ، عبدلي، 2018، ص.266)

- إقامة هياكل للقيادة : بتعيين مدير للهيئة ورؤساء المهام المكلفين المحليين بالمهام، وذلك لتقييم المخطط التوجيهي وشرح أهدافه .

- تنظيم ورشات عمل لكل مشروع من أجل معالجة جميع الإشكاليات المتعلقة بالفروع العقارية والهياكل المالية وغيرها

- تقديم الإستراتيجية وفق كل قطب سياحي، إذ يتوجب على كل مكلف بمهمة محلية، أن يحدد مراحل تنفيذ المخطط على مستوى قطبه .

- إنطلاق المرحلة قبل العملية للمخطط : من خلال إجتماع إتصالي من أجل دراسة المشروع ومتابعته .

- إنطلاق الورشات والمفاوضات الأولية، بعد إنطلاق الورشات يتعين الشروع في المفاوضات لتنفيذ المشاريع المبرمجة.

- استراتيجية الترقية والإتصال : من خلال التوجه الإعلامي إلى المحترفين من متعاملين سياحيين ووكالات السفر، لإستعادة صورة الجزائر، ويجب أن تكون استراتيجية مدروسة وفق مراحل اي تحديد الأسواق المستهدفة، المنتجات، وسائل الإتصال إلخ .

2-1-8-3:مشكلات التنمية السياحية المستدامة بالجزائر : تم احصاء مجموعة من المعوقات التي حالت دون

تطور في القطاع السياحي ونذكر منها مايلي :

- غياب نظرة لمنتجات السياحة بالجزائر : غياب مواقع جذابة ومتميزة، مواقع بلا صيانة، غياب التشاور حول الأمور السياسية وتمفصل ضعيف مع حقائق الميدان .

- إيواء وفندقة : طاقات غير كافية ونوعية سيئة، هياكل إيواء غالية نسبيا، نجد فقط 10% من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية .

- ضعف نوعية المنتج وخدمات السياحة الجزائرية : انعدام النظافة والفضاءات العامة والخاصة، غياب خدمات جذابة لإبراز المنتجات المحلية .

- ضعف تكنولوجيا الإعلام والاتصال في السياحة : عدم كفاية مواقع الأنترنت مع التركيز على ترقية الصحراء والإكتشاف الثقافي .

- ضعف نوعية النقل والمواصلات : عدم القدرة على خدمات نقل كمية ونوعية متكيفة مع الطلب، وكذلك غلاء المبالغ وعدم تنسيق الرحلات .

- الأمن مسألة أساسية : غياب الأمن الصحي الغذائي وغيره . (السعيد، عبدلي ، 2018، ص.267).

- عجز تسويق وجهة الجزائر : من خلال الإتصال الداخلي والخارجي وضعف في التعاون بين مختلف القطاعات وفي قطاع السياحة، عجز في الإعلام الإتصالي الإيجابي، وانعدام أدوات للإعلام، وسائل ترفيه غير مؤهلة لا تتماشى مع تقنيات الإتصال الحديث، وغياب أنشطة إعلامية. (السعيد، عبدلي، 2018، ص.268).

ومن هنا نستنتج أن هناك عدة مشاكل تقف في وجه القطاع السياحي ويجب العمل على التغلب عليها بمختلف الوسائل .

2-1-8-4: الحلول المقترحة

- تأهيل العنصر البشري الكفؤ :

الذي يعد الروح أو المحرك الرئيسي للبرامج الاقتصادية، لذا يجب التوجه نحو الإستثمار في الموارد البشرية من خلال تأهيلها، وذلك لتقديم سير البرامج التنموية خاصة في قطاع السياحي (السعيد ، عبدلي، 2018، ص.268).

- رفع حجم الإستثمارات الموجهة للقطاع السياحي:

أي ضعف الإستثمارات المخصصة لها، نجد أن إجمالي الإستثمارات الموجهة لهذا القطاع لا تتجاوز 3 ملايين دولار، وهي نسبة ضعيفة جدا، لهذا يجب رفع حجم الإستثمارات الموجهة للإستثمار السياحي . (السعيد ، عبدلي، 2018، ص.268).



الفصل الثالث
الجانب التطبيقي

**دراسة وصفية تحليلية للصفحة الرسمية
للمنظمة الوطنية للسياحة المستدامة**

3-1 : التعريف بالمنظمة الوطنية للسياحة المستدامة

من خلال التواصل مع رئيس المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة (بوسدي محمد سليم) توصلنا إلة مجموعة من القيم تلخص كالتالي :

المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة بإختصاراً "ONTD" أنشئت بموجب القانون رقم 12_6 المؤرخ 12 يناير المتعلق بالجمعيات ، وهي جمعية وطنية معترف بها على أنها ذات منفعة عامة منذ عام 2020 تمت الموافقة عليها لتعزيز السياحة وحماية الطبيعة لأنشطتها السياحية المستدامة وتطوير مهنة السياحة في بعدها الثلاثي الاجتماعي، البيئي ، والإقتصادي والعمل بكل الوسائل المتوافقة مع هدفها ونظامها الأساسي.

3-2 : البطاقة التقنية للجمعية

- إسم الجمعية: المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة(م.و.س.م)

- رئيس الجمعية : بوسدي محمد سليم

- تاريخ التأسيس: 2019-10-12

- وصل تسجيل الإعتماد رقم: 0\01

- الصادر بتاريخ: 16 فبراير 2020

- المقر(العنوان الجهوي): 08 نهج سعيد يعقوب بلدية الجزائر الوسطى

- الهاتف: 556675217(+213) ، (+213)557151423

- الفاكس: (+213)021515613

- البريد الإلكتروني :

- ontd.tourismedurable@gmail.com/salim.boussedi.sb@gmail.com

- الفايسبوك:

- Organisation Nationale du tourisme Durable

- التويتر:

- Ontd tourisme durable

- الأنستغرام:

- ontd tourisme durable

- مجالات النشاط: السياحة/البيئة/التنمية المستدامة .

- جمعية ذات طابع وطني

- عدد المنخرطين: 57

- مبلغ رسوم العضوية والإنخراط: للطلاب=500دج ، للموظفين =1000دج .

المصدر : (مقابلة هاتفية مع رئيس الجمعية بوسدي

3-3 : أهداف المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة

من خلال التواصل مع رئيس المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة (بوسدي محمد سليم) توصلنا إلة مجموعة من القيم تلخص كالتالي :

- التعريف بمفهوم السياحة البيئية كبديل عن السياحة التقليدية والترويج لها بهدف الحفاظ على الموارد الطبيعية وبناء جسور تعاون مع السكان المحليين في مجال السياحة المستدامة.
- المساهمة في الحفاظ على التراث الوطني الإنساني والثقافي و الطبيعي والترويج للسياحة البيئية في الجزائر، لاسيما المواقع الأثرية والتاريخية الجزائرية.
- تنظيم ورشات وملتقيات وأيام تحسيسية في مجال السياحة المستدامة.
- المساهمة في تكوين مرشدي السياحة البيئية والمشاركة في جميع الأنشطة في الإقتصاد الأخضر.
- تحقيق برامج ومشاريع المواطنة البيئية التي تساهم في المحافظة والإصلاح البيئي من أجل التنمية المستدامة
- المساهمة في ترويج وتنمية السياحة الصحراوية والواحات.
- المساهمة في تعزيز الإقتصاد الأزرق وإرساء مبادئ الثقافة البيئية لدى الأطفال والشباب في المجتمع.
- تنظيم حملات تطوعية في المسائل المتعلقة في إحياء السياحة الداخلية مع العمل على جذب السواح الأجانب وذلك بالتنسيق مع التمثيليات الاجنبية المعتمدة في الجزائر
- ربط علاقات شراكة مع المنظمات الوطنية و الدولية التي تسعى لتحقيق نفس الأهداف بعد الترخيس المسبق من السلطات المختصة بخصوص المنظمات الدولية.

3-4 : القيم و الرؤية الخاصة بالمنظمة الوطنية للسياحة المستدامة

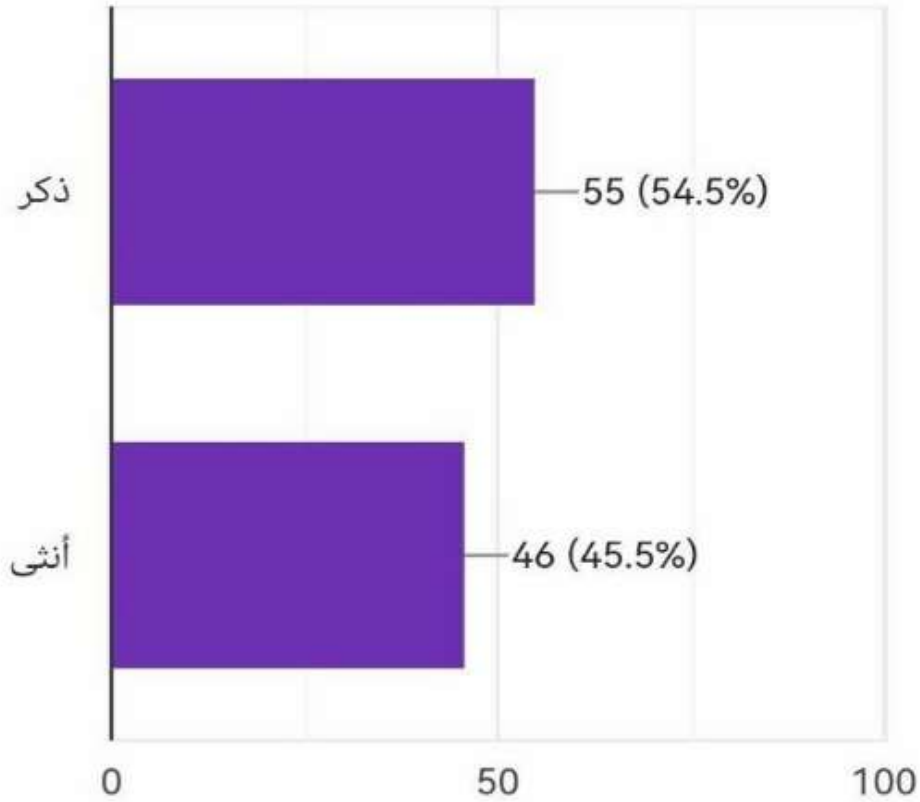
من خلال التواصل مع رئيس المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة (بوسدي محمد سليم) توصلنا إلة مجموعة من القيم تلخص كالتالي :

- قيم المشاركة تعطي معنى لأفعال ONTD .
- المحافظة على التماسك كما تشكل مصدر للتحفيز.

- جمعية مدنية مستقلة وغير سياسية.
- الأمانة والتضامن والمشاركة بروح الحوار : تنوي التصرف بكفاءة وموضوعية وحساسية تجاه الآخرين
- العمل من اجل المصلحة العامة.
- إحترام الطبيعة ضروري لتنمية المجتمعات.
- أما فيما يخص رؤية الجمعية
- طبيعة عظيمة ،تحميها السياحة البيئية وتعززها.
- إعادة تصميم السفر،وأكثر إيكولوجية وفائدة للصحة.
- مجتمعات ملتزمة تعرض بفخر تراثها
- والتي تستفيد من الفوائد الإقتصادية والاجتماعية للنشاط.
- معالم المدينة السائحون المتمكنون القلقون بشأن بصمتهم على البيئات التي يزورونها.
- شركات معترف بها لممارساتها النموذجية والمبتكرة في مجال السياحة المستدامة.

3-5 : تحليل بيانات الإستبيان .

الشكل رقم (4) : متغير الجنس



- من خلال النتائج الموضحة على الشكل تبين لنا أن نسبة 54.5% من أفراد العينة ذكور ونسبة 45,5% إناث ويمكننا تفسير إرتفاع نسبة الذكور عن الإناث لأن فئة الذكور أكثر إهتماما باسياحة ولهم حرية التنقل دون أي قيود .

الشكل رقم (5) : متغير العمر

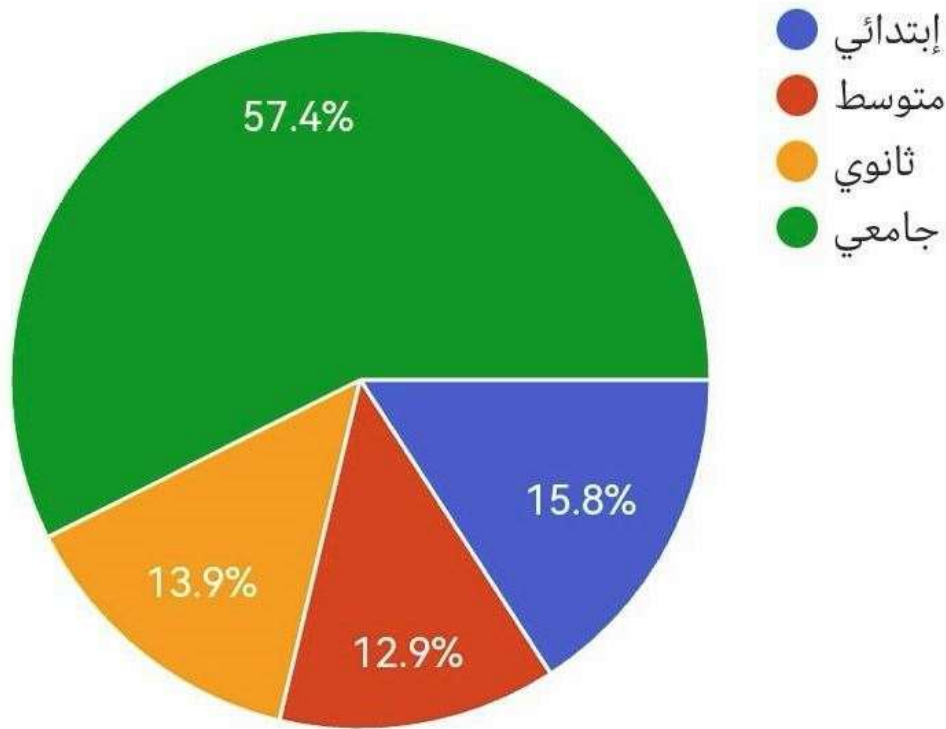


- من خلال الشكل رقم 5 تبين لنا:

من الواضح أن أكبر نسبة من العينة هي فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم أقل من 18، إلى 25 بانسبة 60.4%، تليها نسبة 25,7% للذين تتراوح أعمارهم من 25 إلى 35، في حين كانت أصغر نسبة والتي قدرت ب 13,9% للذين تتراوح أعمارهم من 35 إلى 50 فما فوق.

وهذا دليل على تنوع في الفئات المستخدمة لوسائل الاتصال الرقمي والمهتمة بآسياحة المستدامة وعدم إقتصارها على فئة عمرية واحدة، ونفسر عودة أكبر نسبة لفئة من 18 إلى 25 أنهم في عمر حب السفر، الاطلاع والإستكشاف ولهم القدرة الجسدية بالإضافة أنهم غير مقيدون بأي مسؤولية على عكس الفئات الأخرى.

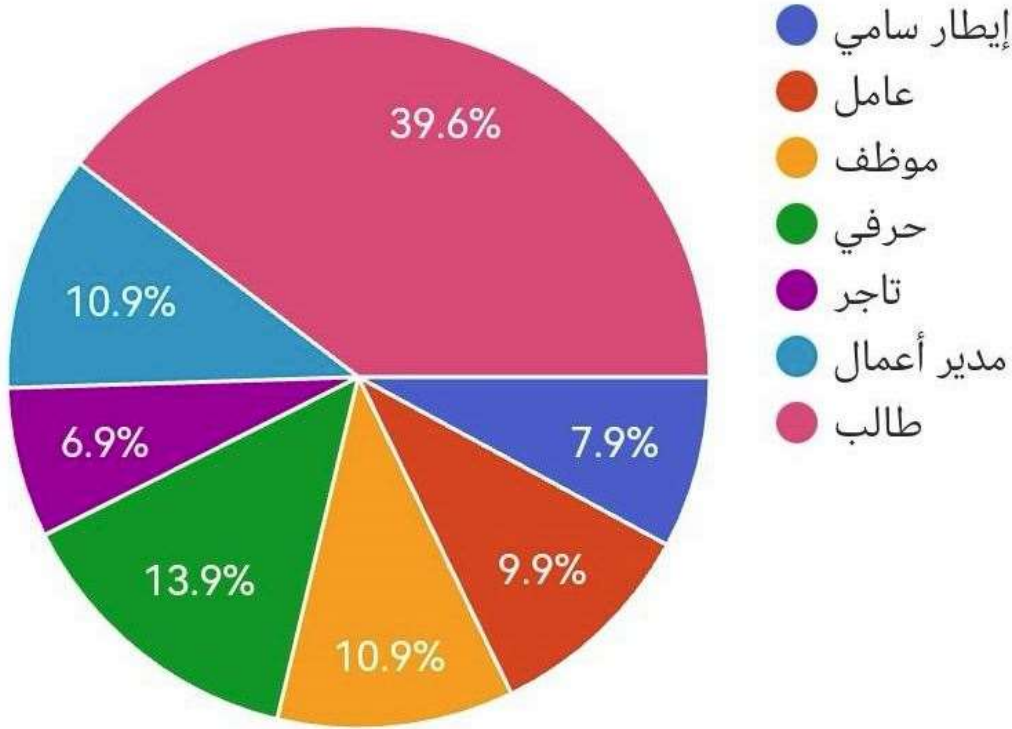
الشكل رقم (6) : المستوى الدراسي



من خلال هذ الدائرة النسبية الموضحة في الأعلى:

أن أعلى نسبة كانت لفئة ذوي المستوى الجامعي وذلك بنسبة 57.4%، تليها في المرتبة الثانية فئة المستوى الدراسي الإبتدائي بنسبة 15.8%، في حين كانت نسبة 13.9% لفئة المستوى الثانوي، وكانت المرتبة الأخيرة لفئة المستوى المتوسط بنسبة 12.9%، ويمكن إرجاع ذلك إلى إرتفاع نسبة الفئة المتعلمة والمثقفة في الجزائر وهي الأكثر إهتماما بمجال السياحة والاتصالات الرقمية الحديثة ولها إطلاع مسبق حول السياحة حيث إجتاحو دورات تكوينية خارجية وهم على إطلاق مكثف على صفحات ومواقع السياحة أو بالأحرى لهم علاقات مباشرة مع الوكالات السياحية وهذا من أجل قضاء العطل الموسمية والصيفية والرحلات المنظمة من طرف هذه الوكالات أو المؤسسات.

الشكل رقم (7) : المهنة



من خلال الدائرة النسبية يتضح لنا أن أكبر نسبة قدرت 39.6% لفئة الموظفين وذلك لأنهم المعنيين بالدرجة الأولى بالسياحة والإستجمام خلال فترة الراحة والعطل الصيفية بالإضافة إلى سياحة الأعمال التي غرضها حضور المعارض والمؤتمرات والاجتماعات أو الإشتراك بها ،في حين كانت النسب جد متقاربة للمهن الأخرى حيث إحتلت مهنة التجار المرتبة الأخيرة بنسبة 6.9% وهذا راجع إلى عزوف التجارين على الرغبة في السفر والسياحة.

الشكل رقم (8): أنواع السفر



بالإطلاع على النتائج المستخلصة من أفراد العينة يظهر أن غالبية المبحوثين يفضلون السفر مع العائلة والتي قدرت بنسبة 42.6%، ثم تليها فئة اللذين يفضلون السفر مع الاصدقاء بنسبة 29،7%، بينما كانت النسبة الاخيرة 11،9% للذين يقومون برحلات منظمة .

وهذا يدل على ان أغلب السياح يفضلون السفر مع العائلة وذلك لشعور الشخص المسافر بالمتعة والراحة في مشاركة أقرب الناس إليه الأماكن التي يجبها لقضاء وقت ممتع وصنع ذكريات جميلة وكذلك الإستفادة من الإمتيازات التي تمنح للرحلات العائلية (تمنح الأولوية للعائلات، تعطيهم من الإنتظار من الدور).

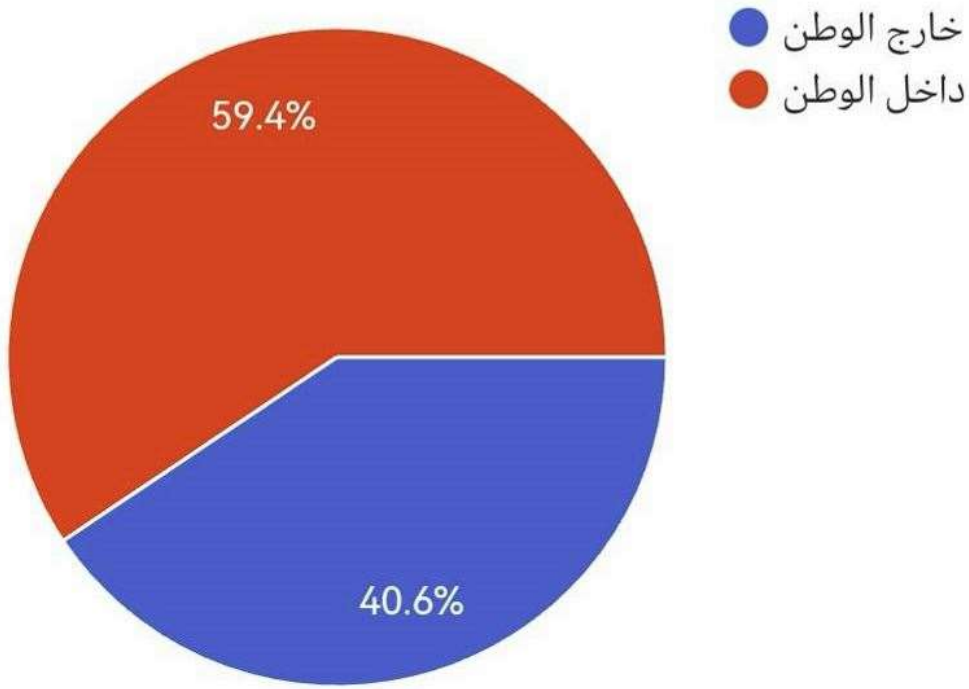
الشكل رقم (9) : إختيار الوجهة السياحية



من خلال النتائج الموضحة في الدائرة :

نجد أن عينة الدراسة يختارون وجهتهم السياحية من خلال آراء أصدقائهم وقدرت نسبتهم بنسبة 31.7%، وذلك راجع لأن الشخص يتأثر برأي المحيط الذي يعيش فيه من بينهم الأصدقاء فالتأثر بهم أمر لاشعوري بالإضافة إلى أن الأصدقاء لهم تجاربهم السياحية ولذلك يأخذ رأيهم بعين الاعتبار في حين كانت نسبة 27.7% للفئة التي تختار الوجهة السياحية عن طريق مهام العمل، بينما إحتلت المرتبة الأخيرة نسبة 1.7% للذين يختارون وجهتهم السياحية عن طريق البريد الإلكتروني

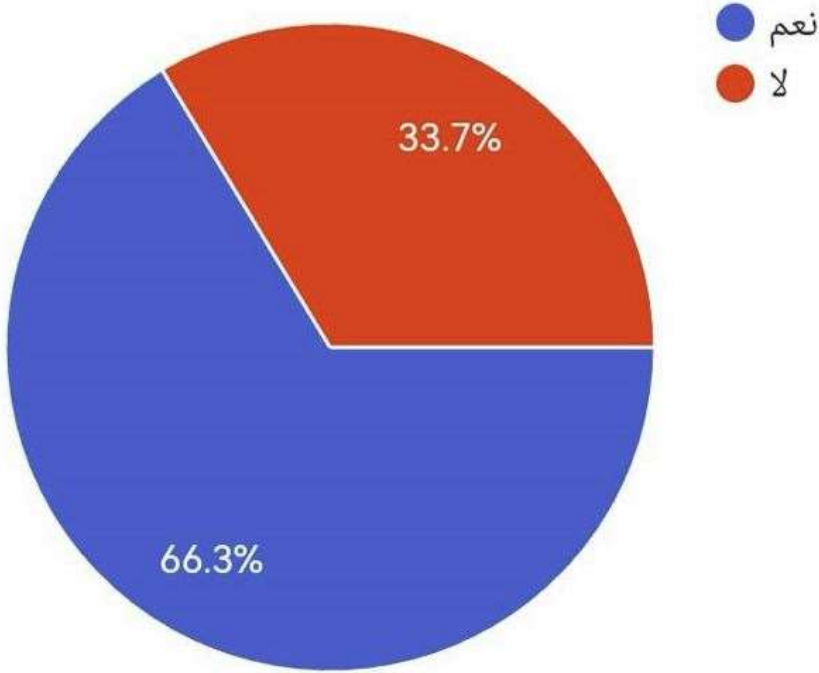
الشكل رقم (10): نوع السياحة المستدامة المفضلة.



من خلال النتائج الموجودة :

نرى أن أغلب السياحة المستدامة التي يقومون بها أفراد العينة كانت خارج الوطن والتي قدرت بنسبة 59.4% وهذا راجع إلى كثرة المناطق السياحية خارج الجزائر وحبهم للسفر والسياحة الخارجية، فإلى من المنطق السفر خارج البلاد فعامل تغيير الجو وللإسترخاء حسب رأي المبحوثين لا يكون داخل اوطنك الذي تعرفها شير بشير ، بينما كانت نسبة 40.6% وهي نسبة لا بأس بها وهذا دليل لعدم هدر جهدهم ووقتهم بالإضافة إلى أن السياحة الداخلية تتوافق مع عادات وتقاليد السياح وكذلك تتوافق أسعار الخدمات مع الوضع المادي للأفراد.

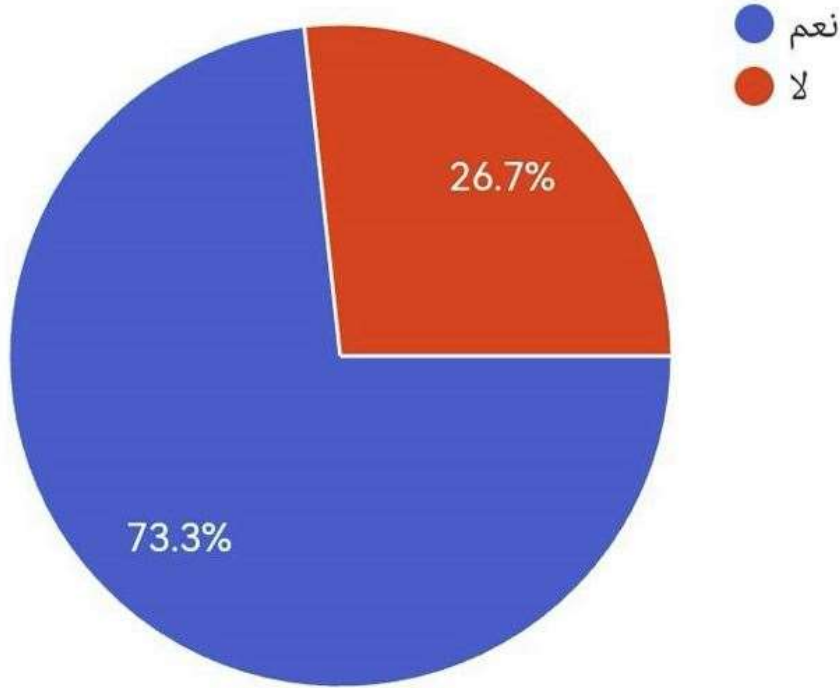
الشكل رقم (11): الإدراك بوجود سياحة مستدامة .



بعد تحليل البيانات تبين لنا أن:

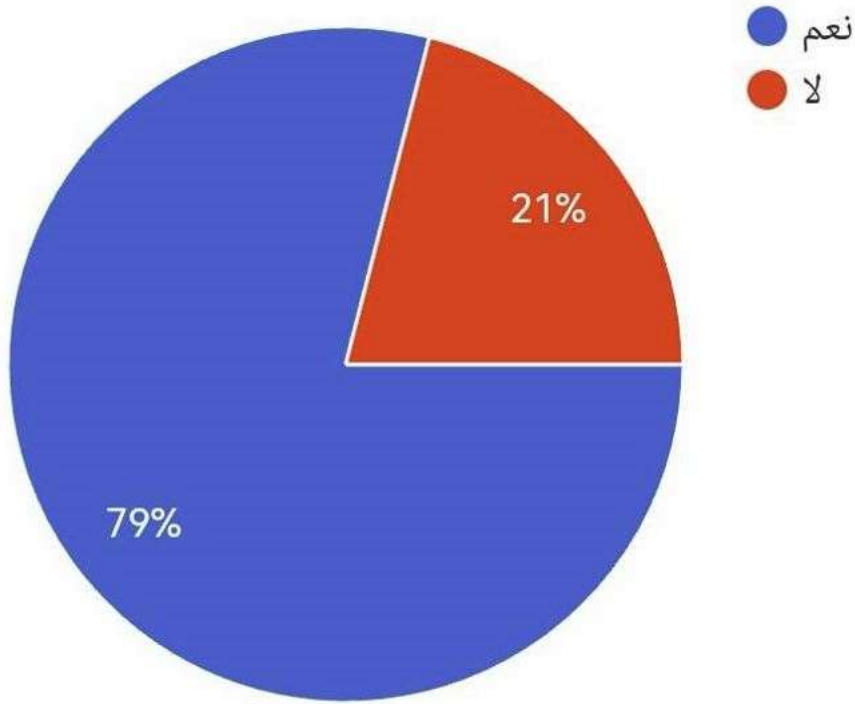
الذين سمعوا بوجود سياحة مستدامة من قبل هم أكبر فئة والتي قدرت بنسبة 66.3% في حين كانت نسبة 33.7% للذين ليس لديهم اي فكرة عن وجود مثل هذا النوع من السياحة من قبل ويمكن تفسير هذا بالسياسة المتهجة من طرف المنظمات للتعريف بالمناطق السياحية ومحاولة جذب السياح وتنشيط الحركة السياحية ونشر التوعية البيئية والتنديد بضرورة المحافظة على البيئة من خلال أسلوب الإستدامة في السياحة.

الشكل رقم (12) : يوضح مساهمة الصفحة في التعريف بالسياحة المستدامة .



من خلال الدائرة تبين لنا ان نسبة 73.3% من العينة صرحو بأن الصفحة الرسمية للمنظمة ساهمت بشكل كبير في تعريف متابعيها بمفهوم السياحة المستدامة من خلال ما ينشر على المواقع الإلكترونية الخاصة بها فهي تعمل جاهزة على نشر الوعي بأهمية تبني هذا النوع من السياحة، كما أنها تعمل على نشر هذه الثقافة من خلال تداول معلومات خاصة بالسياحة المستدامة وبذلك يصبح كل رائد لموقع المنظمة سائحا مستداما في، حين نجد نسبة 26.7% لفئة صرحت بأن صفحة المنظمة لم تساهم في التعريف بهذه السياحة .

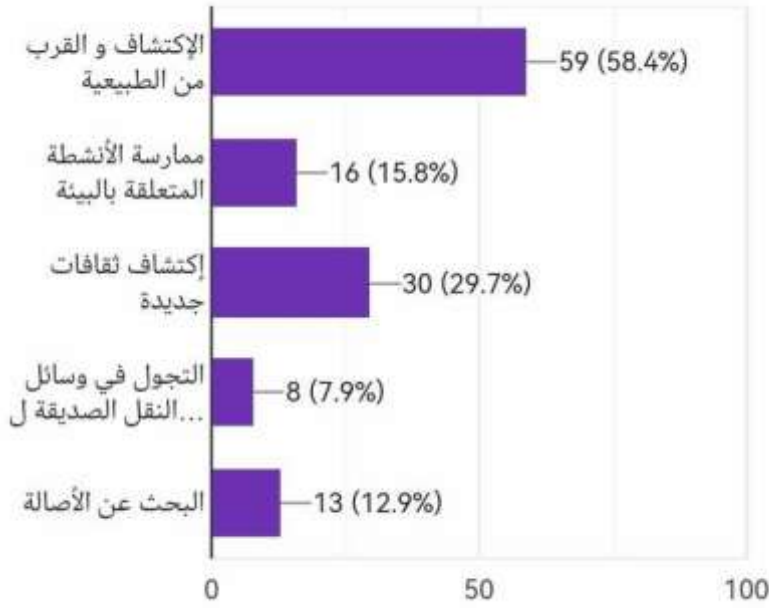
الجدول رقم (13): مدى الإهتمام بالسياحة المستدامة.



من خلال الدائرة النسبية يتبين :

أن الأغلبية من المتابعين مهتمين بما يعرف بالسياحة المستدامة وكانت نسبتهم 79% وهذا راجع كون أن هذا النوع من السياحة يلبي إحتياجات الزوار المختلفة كما يهتم بالجواب الإجتماعية والاقتصادية وخاصة البيئية وهذا ماسوف يضمن لنا تحقيق تنمية مستدامة أي الحفاظ على حصة الأجيال القادمة من الموارد البيئية كما أن هذا النوع من السياحة بهتم بالمجتمع المحلي ويساهم في تطويره إيجابيا من خلال توفير فرص عمل ، في حين نجد فئة قليلة غير مهتمة بالسياحة المستدامة والتي قدرت نسبتهم ب21% و هذه الفئة لا تعي المعنى الحقيقي لنوع من هذه السياحة.

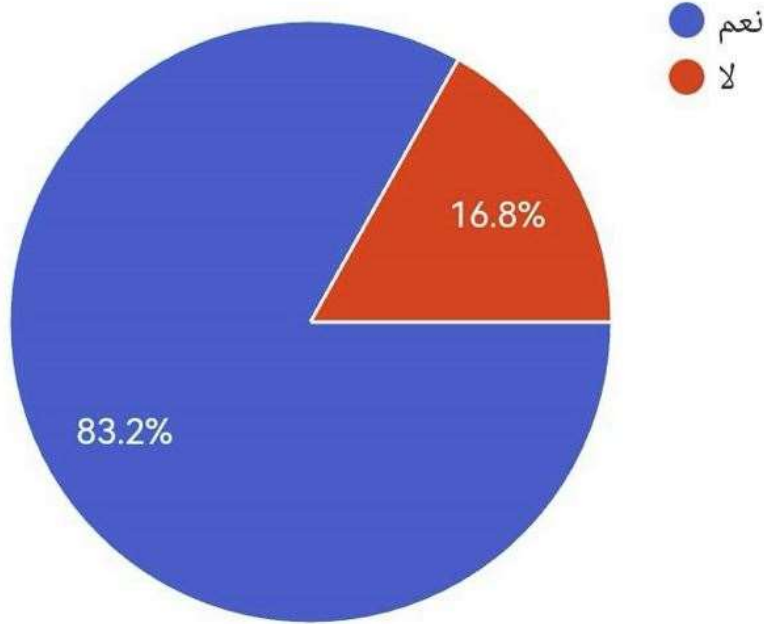
الشكل رقم (14): الدافع الرئيسي لممارسة السياحة المستدامة



توضح البيانات المجمعة فيما يخص الدافع الرئيسي من ممارسة السياحة المستدامة مايلي:

تراوحت نسبة الذين أجابو بأن دافعهم الرئيسي هو الاكتشاف والقرب من الطبيعة بنسبة 58.4% وذلك راجع إلى حبهم في القرب من الطبيعة والإستمتاع بمناظرها ،في حين إحتلت نسبة 29.7 المرتبة الثانية للفئة التي تهدف إلى إكتشاف ثقافات جديدة وهذا يعود إلى حب الإطلاع على ثقافات الشعوب المختلفة،في حين كانت المرتبة الأخيرة للذين كان دافعهم من السياحة التجول في وسائل النقل بنسبة 8%.

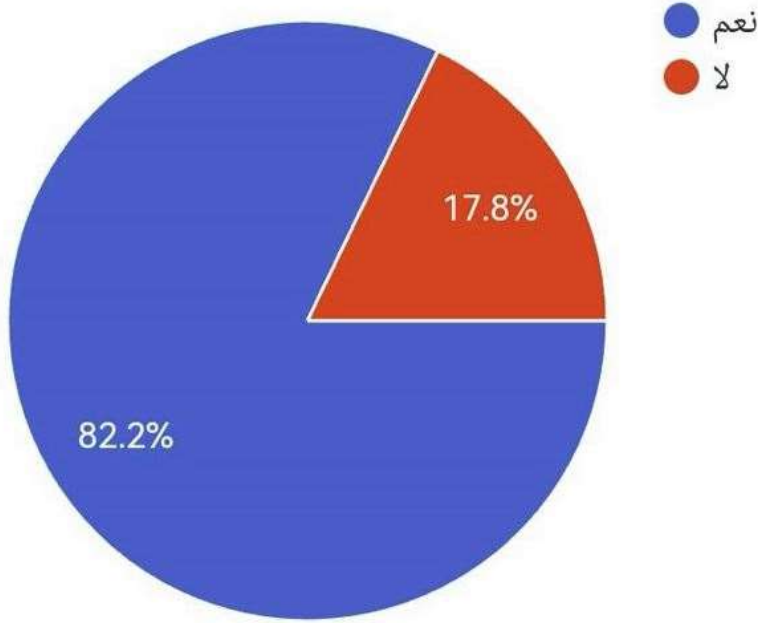
الشكل رقم (15): إدراك أهمية السياحة المستدامة من خلال الإتصال الرقمي



من خلال ما توضحه الدائرة يتبين :

أغلبية أفراد العينة والتي بلغت نسبتهم 83.2% صرحو بأن للإتصال الرقمي دور في إبراز أهمية السياحة المستدامة وهذا راجع كون أن التكنولوجيا أساسية في الترويج فوسائل الإتصال الرقمي ساهمت وبشكل كبير بتعريف رواد مواقع التواصل الإجتماعي بهذه السياحة وأهميتها البالغة التالي وجعل القطاع أكثر جذب لسياح داخل وخارج الوطن وإعطاء أكثر وضوح للبرامج المطروحة، بينما كانت نسبة الأفراد اللذين أجابو بأن وسائل الإتصال الرقمي ليس له دور في إبراز أهمية السياحة المستدامة وكانت نسبتهم 16.8% .

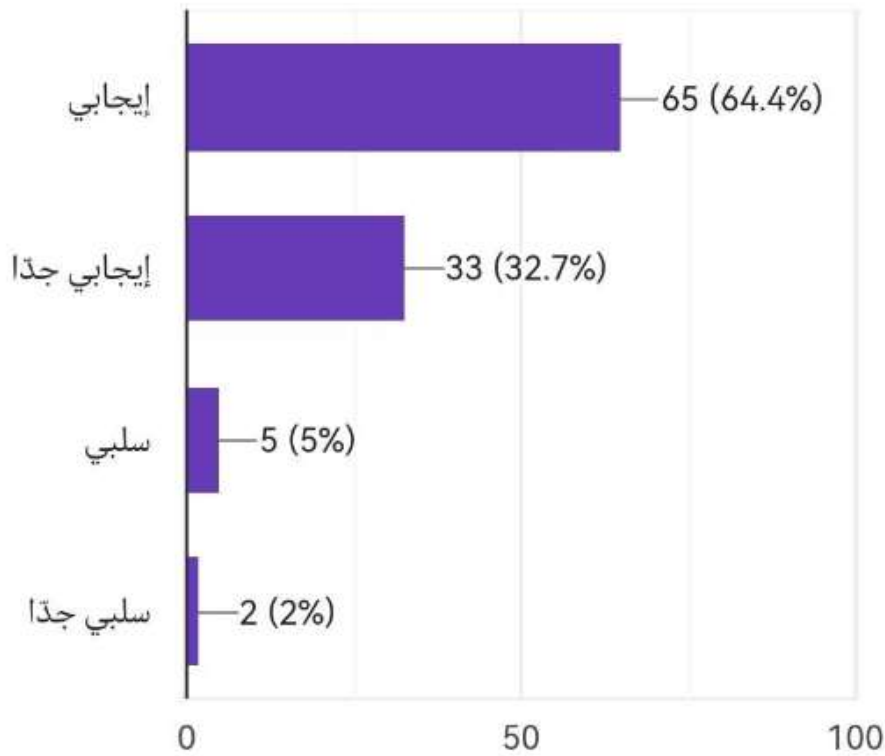
الشكل رقم (16) : التعرف على السياحة المستدامة عبر وسائل الإتصال الرقمي



من خلال الدائرة تبين:

ان أفراد العينة اللذين أجابو بأنهم تعرفو عن السياحة المستدامة عبر الإتصال الرقمي كانت نسبتهم 82.2% وهي نسبة جد مرتفعة في حين كانت النسبة الأقل للفئة التي صرحت عكس ذلك وكانت نسبتهم ب17.8% ويفسر ذلك بأن الإتصال الرقمي يعزز ويزود العملاء بجميع الخدمات ويطرح سياسية تخفيف تكاليف الخدمات في أرض الواقع ويقتصر عامل الزمن وهو أهم عامل.

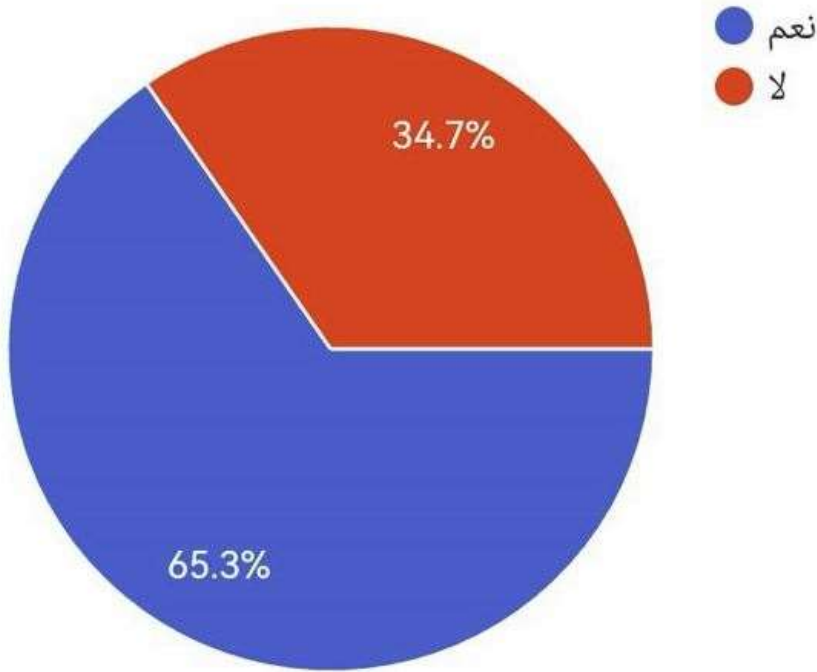
الشكل رقم (17) : الشعور إتجاه المحتوى الذي تقدمه صفحة المنظمة او حسابها على الأنستغرام



من خلال قراءتنا للنسب الموجودة تبين لنا:

العدد الأكبر من أفراد العينة هم من يحملون شعور إيجابي إتجاه المحتوى المقدم من خلال الصفحة الرسمية أو حسابها على الأنستغرام بنسبة 64.4%، في حين توجد نسبة ضئيلة والتي قدرت بـ 2% تعود للفئة التي تحمل شعور سلبي جدا حول المحتوى، ويوضح ذلك أن المحتوى الرقمي الذي تبثه المنظمة على المتابعين يؤثر من أجل تبني نهج السياحة المستدامة فالإتصال السياحي في المؤسسات له دور بارز إستنادا إلى إمكانيات التحفيز القوي للجماهير للإقبال على المنتجات السياحية والخدمات ولفت الأنظار للمناطق السياحية .

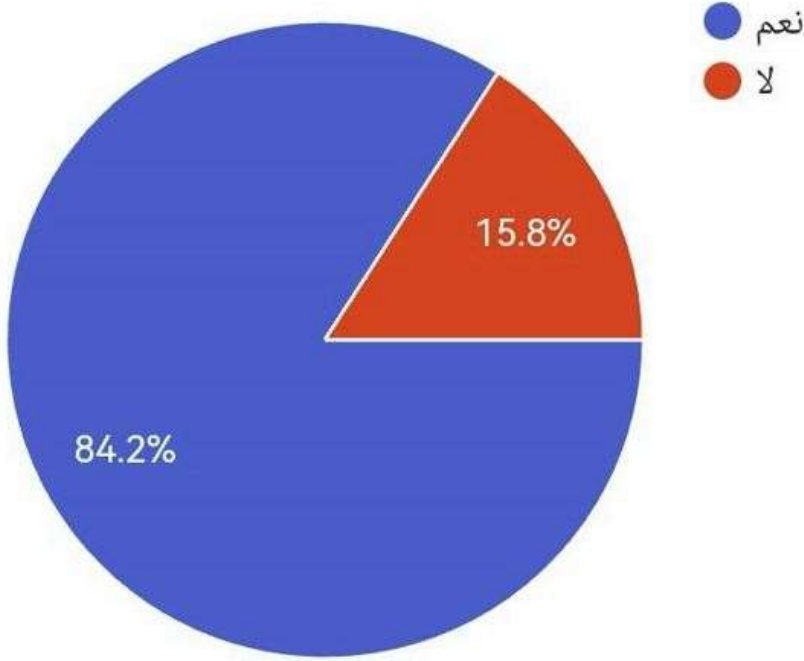
الشكل (18): مشاركة المضمون الذي تقدمه المنظمة عبر الأنترنت مع جماهيره الآخرين



من خلال النتائج الموضحة في الدائرة النسبية تبين لنا:

نسبة 75.3% للذين يشاركون المضمون الذي تقدمه الصفحة مع جماهيرهم الآخرين، وهذا يرجع إلى سرعة إنتقال المعلومات عبر الوسائل الإلكترونية حيث ساهمت بفعالية في جعل العالم الكبير يبدو كاقرية صغيرة وبهذا تحقق التكنولوجيا درجة عالية من التنافس بين الشركات والمؤسسات وتقدم العديد من الآليات المساعدة على ذلك ومن ضمنها التسويق عبر شبكة الأنترنت في حين كانت نسبة 34.7% للذين ادلو بعدم مشاركة المنظمة لمضمونها مع جماهيرها الآخرين.

الشكل رقم (19): إدراك ما إذا كان المحتوى الرقمي الذي تبثه المنظمة يؤثر على المتابعين من أجل تتبع نهج السياحة المستدامة.

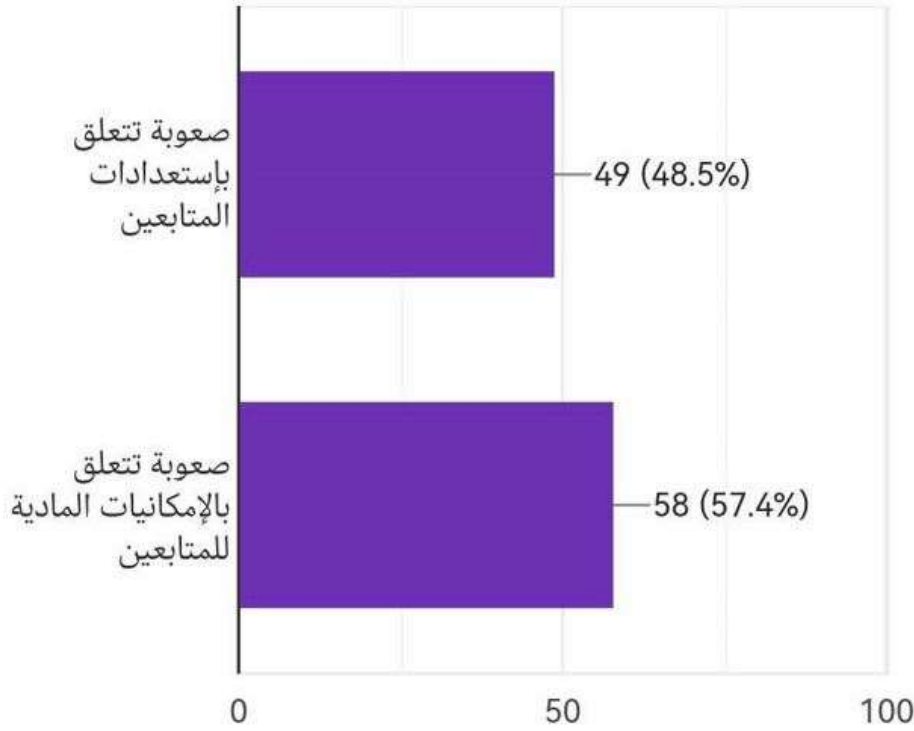


من خلال النتائج المتحصل عليها في الدائرة النسبية توضح ان:

نسبة اللذين أجابو بان المحتوى الرقمي الذي تبثه المنظمة يؤثر على المتابعين من أجل تتبع نهج السياحة المستدامة وكانت نسبتهم 84.2% وذلك لأن المحتوى المنشور يندد بضرورة إتباع مثل نوع من هذا السياحة وهذا ما سوف يساهم في الحفاظ على البيئة ومواردها و حصة الأجيال القادمة اي تحقيق تنمية مستدامة

في حين بلغت نسبة 15.8% للذين أجابو بأن المحتوى الذي تبثه المنظمة لا يؤثر على المتابعين من أجل تبني نهج السياحة المستدامة.

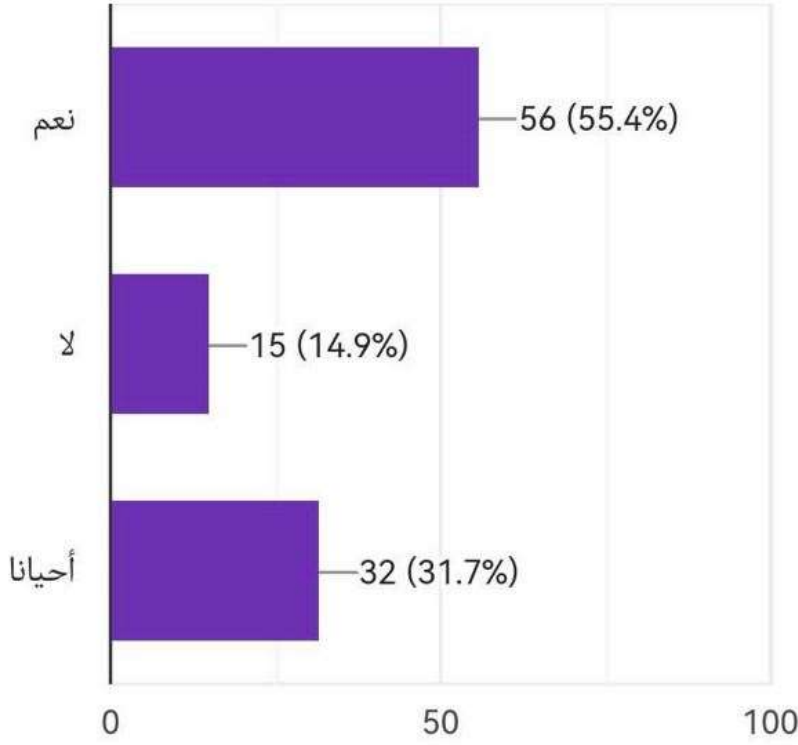
الشكل رقم (20): المعوقات التي تواجه في إطار تحقيق السياحة المستدامة على صاحب المحتوى الرقمي



من خلال النتائج المتحصل عليها في الدائرة النسبية تبين:

أن من أهم المعوقات التي تواجه صاحب المحتوى الرقمي في إطار تحقيق السياحة المستدامة هي صعوبة تتعلق بالإمكانيات المادية للمتابعين التي قدرت نسبتهم 57.4% وهذا مايفسر إلى عدم توفير إمتيازاتهم من الخدمات المقدمة مما يجب دفع الشركات السياحية إلى طرح تخفيضات للحصول على الخدمات المطروحة، في حين كانت نسبة 48.5% لصعوبة تتعلق بإستعدادات المتابعين .

الشكل رقم (21) : المعوقات التي تواجه في إطار تحقيق السياحة المستدامة على صاحب المحتوى الرقمي .



من خلال النتائج المتحصل عليها في الدائرة النسبية تبين أن:

من أهم المعوقات التي تواجه صاحب المحتوى الرقمي في إطار تحقيق السياحة المستدامة المخصص لإستخدام الإتصال الرقمي كانت إجابتهم بنعم وقدرت بنسبة 55.4% وهذا راجع إلى عدم الوعي بأهمية المحتوى الرقمي في الترويج لسياحة، في حين بلغت نسبة 31.7% للذين كانت إجابتهم لا.

3-6 : الإستخلاص .

على ضوء ما تم التطرق إليه ومن خلال تحليلنا لبينات الإستمارة الموزعة على عينة من متابعي صفحة المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة ،ومن خلال مختلف المعلومات المتحصل عليها توصلنا إلى عدة نتائج ويمكن تلخيصها على النحو الآتي:

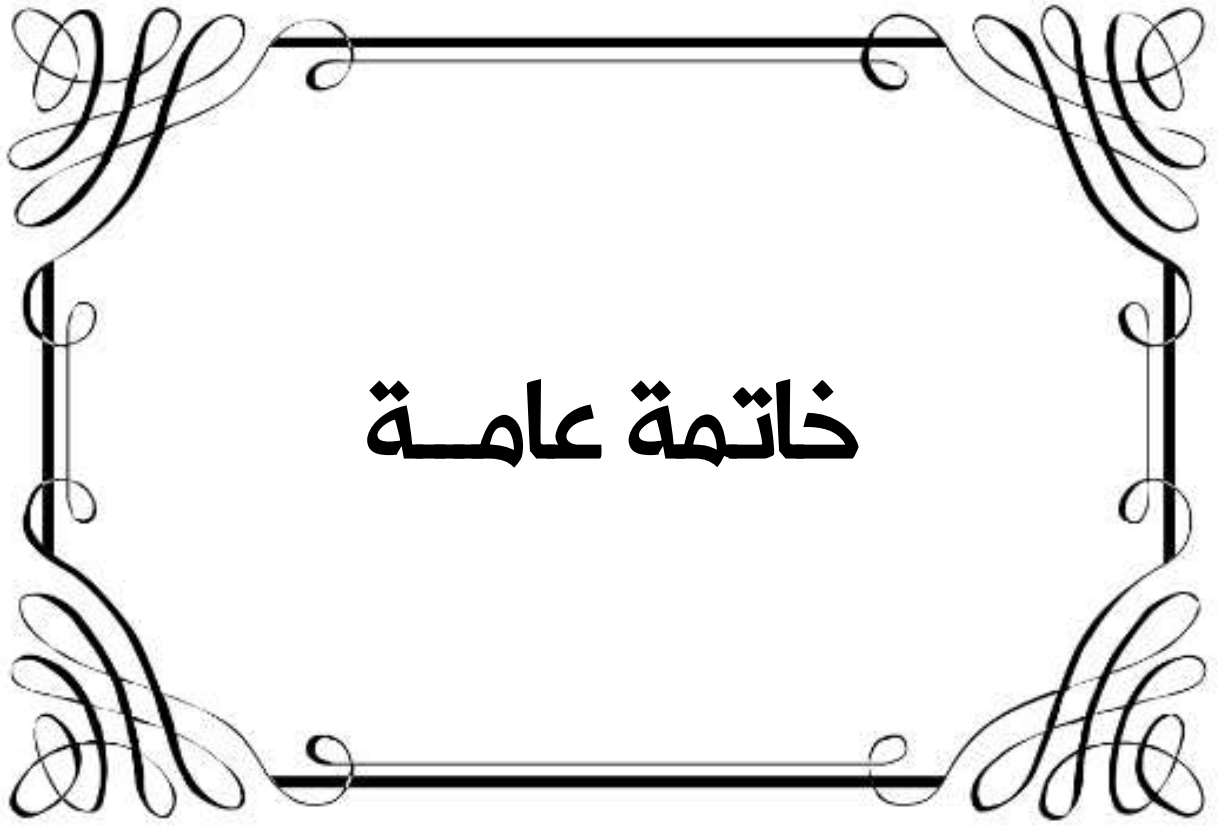
- تعتمد المنظمة على وسائل إتصال رقمية مختلفة ويعتبر الصفحة الرسمية على الفيسبوك الأكثر إستخداما.
- تسعى المنظمة لتجسيد هوية رقمية خاصة بها من خلال مواكبة التكنولوجيا الحديثة وتسهيل خدماتها ومعاملاتها السياحية المختلفة، بإعتماد على مايعرف باوسائل الاتصال الرقمي.
- تعتمد المنظمة على صفحة الفيسبوك في الترويج للسياحة المستدامة وذلك راجع لكونه الوسيلة الأمثل والأكثر إستخداما من طرف المتابعين.
- تعد جودة الخدمات المقدمة من طرف المنظمة من الأسباب التي دفعت العديد من المتابعين يتتبعون نهج السياحة المستدامة
- يعد الإتصال السياحي الرقمي أقوى أداة لدى المنظمات و المؤسسات السياحية ،فهو همزة وصل بين المؤسسة وجمهورها ،وكذلك الوصول إلى أكبر عدد ممكن من السياح بسهولة ودون تكلفة.
- لاحظنا أن فئة العمال هي الأكثر متابعة وإهتماما بمحتوى المنظمة وهذا يعود إلى رغبتهم في اكتشاف مثل هذا النوع من السياحة.
- معظم أنواع السفر التي يقوم بها المبحوثين هي مع العائلة.
- يتم اختيار الوجهة السياحة بناء على رأي الأصدقاء بانسبة كبيرة جديدة تم تليها نسب متقاربة تخص إختيار الوجهة السياحة بناء على ما ينشر عبر المواقع الإلكترونية.
- نجد عدد كبير من الناس يدركون لمفهوم السياحة السياحة المستدامة وأغلبهم مهتمون بها ويفضلون ممارستها خارج الوطن وهذا يعود لحبهم في الإطلاع على أماكن خارج الوطن.
- الدافع الرئيسي من ممارسة السياحة المستدامة هو الرغبة الشديدة في القرب من الطبيعة وإستكشافها.

- تبث المنظمة محتوى رقمي جد فعال ساهم في التأثير على المتابعين من اجل تبني أسلوب الإستدامة السياحية، بينما تقف في وجه تحقيق مثل هذا النوع من السياحة عدة معوقات من بينها الإمكانيات المادية الخاصة بالراغبين في السفر وقلة التمويل الخاصة بالإتصال الرقمي.

3-7 : التوصيات والإقتراحات:

بعد قيامنا بالدراسة الميدانية وتحليلنا للنتائج الخاصة بالأسئلة الموزعة على متابعي الصفحة الرسمية للمنظمة الوطنية للسياحة المستدامة توصلنا إلى أن هذه الجمعية بما عدة نقائص وتحتاج لعدة إقتراحات لسدها ويمكن ان نقدم مختلف التوصيات على الشكل التالي:

- ◆ زيادة الترويج لما يعرف بـسياحة المستدامة عبر الوسائل الرقمية.
- ◆ الإهتمام أكثر بمعرفة رغبات المتابعين.
- ◆ العمل على زيادة كفاءة المحتوى الرقمي.
- ◆ زيادة التمويل الخاص بالمحتوى الرقمي والتركيز عليه لأنه سر الوصول إلى الهدف .



خاتمة عامة

خاتمة

لقد أصبحت تقنيات الاتصال الرقمية في عصرنا الحالي جد مهمة وأساسية في تطوير السياحة المستدامة، فالإتصال الرقمي في مجال السياحة المستدامة يعتبر من أبرز العناصر التي تعتمد عليها المنظمات السياحية في الترويج للسياحة المستدامة وتعزيزها والتنديد بأهميتها سواء للزوار أو المجتمع المحلي، فهذا النوع من الإتصال يقدم مختلف المعلومات بشكل جد سريع حول الأماكن السياحية المستدامة، وتوضيح مختلف الممارسات الإيجابية التي يجب على الزوار إتباعها، ونجد أيضا من خلال المنصات الرقمية يمكننا تلبية رغبات الزوار وتقديم مختلف المعلومات التي تخص وجهتهم السياحية، وهذا بالطبع سوف يزيد من توقعات ممارسة السياحة المستدامة ، علاوة على ذلك ، يساهم الإتصال الرقمي في نشر الوعي البيئي وضرورة حماية البيئة ومواردها .



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع :

• الكتب :

- الحاج بن جخدل، سعد. (2019). العينة والمعاينة : مقدمة منهجية قصيرة جدا، ط.1. دار البداية .
- الجوهري، محمد . (2008) . طرق البحث الإجتماعي (ط.1) . الدار الدولية للإستثمارات الثقافية .
- بظاظوا ، إبراهيم ، نايف الصرايرة، محمد . (2012) . السياحة البيئية بين النظرية والتطبيق (ط.1) . دار الوراق.
- بن عبد الرحمان آل دغيم ، خالد . (2014) . الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية (ط.1) . دار أسامة.
- بن غضبان ، فؤاد . (2013) . السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق (ط.1) . دار الصفاء .
- حامد ، خالد . (2018) . منهجية البحث في العلوم الإجتماعية والإنسانية، (ط.1) . دار جسور .
- زكي ، داليا . (2021) . التنمية السياحية المستدامة، المعهد العالي للسياحة والفنادق .
- عماد مكاوي ، حسن . (1993) . تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات (ط.1) . الدار المصرية اللبنانية.
- كامل الجميلي، عبد العظيم ، اسماعيل العاني، ثناء . (2015) . الإعلام الجديد واشكاليات التواصل الرقمي (ط.1) . دار الأيام .
- مفلح العلي، رضوان، خلدون أحمد ، نيرمين . (2014) . مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والقضائي (ط.1) دار الحامد .
- يوسف كافي ، مصطفى . (2014) . السياحة البيئية المستدامة . تحدياتها وآفاقها المستقبلية ، دار مؤسسة رسلان.

• المقالات في المجالات العلمية :

- اعميري ، خالد ، عيساني ، عامر . (2022) . السياحة في الجزائر ومساهمتها في التنمية المستدامة . مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي 9 (2)، (253-262).
- السعيد، صالح ، عبدلي هالة . (2018) . دور الإستثمارات السياحية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة . مجلة البحوث والدراسات التجارية: العدد 4، (1-22) .

- إغالون، نورة (2019). دور الإتصال في تنمية السياحة في الجزائر . مجلة الإتصال والصحافة ، 06 (1)، (19-1) .
- بوطورة ، فضيلة، سمالي نوفل . (2020) . دور التخطيط السياحي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة حالة الجزائر في إطار المخطط التوجيهي للتنمية السياحية 2030، مجلة العلوم الإنسانية، 21 (1) ، (869-890) .
- بولجال، أميرة . (2021) . واقع التنمية المستدامة في استراتيجية التنمية السياحية بتركيا، مجلة أراء للدراسات الإقتصادية والإدارية، 3 (1)، (190-205) .
- تركية ، خليفة . (2018) . التنمية السياحية المستدامة واستراتيجية ترقيتها بالجزائر. المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، العدد (5)، (1-22) .
- حاوشيش ، إبتسام، بوعوينة، سليمة . (2015) . السياحة المستدامة في بعض الدول العربية. مجلة دفاتر البحوث العلمية ، العدد (06)، (330-344) .
- زاوش، رضا . (2022) . دور الإتصال الرقمي في تحقيق رضا الزبون. دراسة حالة مصرف السلام بالجزائر . أفريل. جوان ن 2022. مجلة المنهل الإقتصادي، 5 (2) ، (463-474) .
- سامي فطيمة، بن جمعة . (2019) . التنمية السياحية المستدامة كآلى لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر . مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية ، 1 (1) ، (105-115) .
- سيدي صالح ، صبرينة . (2022) . الإجراءات المنهجية لبناء الإستبيان والتحقق من صلاحيته . مجلة دراسات ، 11 (11) ، (746-731) .
- غواضني ، مليكة . (2021) . المقابلة كأداة من أدوات جمع المعطيات . مجلة العلوم الإنسانية ، 5 (2) ، (187-179) .
- لغريس ، سوهيلة ، عمراني ، محمد . (2021) . السياحة المستدامة كإستراتيجية للتنمية . سلسلة الأنوار . 11 (1) .

• الأطروحات والمذكرات .

- نبیح ، أمينة . (2013) . اتجاهات مستخدمي الإتصال الرقمي : دراسة ميدانية لمستخدمي Facebook في الجزائر، (أطروحة دوكتوراه) ، جامعة الجزائر 3 .
- بحشة ، فايزة ، وافية بالروايح . (2019) . السياحة المستدامة ودورها في تحسين تنافسية الوجهات السياحية (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير) جامعة محمد الصديق بن يحيى . جيجل .

- بركاش ، أماني ، بوشعير، سليمة . (2016) . توظيف الإعلام الجديد في الترويج للسياحة بالجزائر . من وجهة نظر الشباب الجامعي ، (مذكرة ماستر ، جامعة الصديق بن يحي . جيجل) . جامعة الصديق بن يحي . جيجل .
- معمري ، محمد، الذهبي المهدي ، السبتعي . (2019) . الإتصال الرقمي في مؤسسات التعليم العالي ، (مذكرة ماستر ، جامعة أحمد دراية أدرار) . جامعة أحمد دراية أدرار .
- مناعي ، ابتسام . (2021) . الإتصال الرقمي ودوره في تسيير الخدمة الجامعية ، (مذكرة ماستر ، جامعة العربي التبسي . تبسة) . جامعة العربي التبسي . تبسة .
- هرامزة لينة ، براحلية ، فاطمة الزهراء، دزيري جميل، منال . (2020) . مساهمة الإتصال الرقمي في تطوير الخدمات السياحية . (مذكرة ماستر ، جامعة 08 ماي 1945 قالة) . جامعة 08 ماي 1945 قالة .

محاضرات :

- بن غربية ، فلة ، محاضرة رقم 6، إتصال تنظيمي، جامعة وهران 1، . <https://eleanen.univ-oran1.dz>
- معاوية ، أحمد حسين . (2007) . السياحة المستدامة في الوطن العربي - مفهوم السياحة المستدامة وتطبيقاتها - جامعة عمان . <http://www.researchgate.net>

• المراجع باللغة الأجنبية :

- Organisation mondiale du tourisme, (2013), un tourisme durable pour le développement, guide du tourisme durable pour le développement : renforcement des capacités pour un tourisme durable pour le développement dans les pays en voie de développement.
- Mari elka pange stu, (30 avril 2021). Le tourisme dans un monde post-covid : trois mesures pour un avenir meilleur, at : <http://blogsworldbank.org/Fr>.
- Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme. (Janvier 2008) schéma d'aménagement touristique (soaj 2025). Livre 1 le diagnostic : audit du tourisme algérien.
- Thimy binhle, (2012). Tourisme et développement durable sur le littoral et les délabriez de nha trang (Vietnam). Thèse pour obtenir le grade de docteur de géographie, université de la renions, école doctorale. Lettres science humaines, at : <https://thesehaiscience/tel-01230947>.
- Michèle pappalardo et Christian mantel, (s, d). Tourisme et développement durable : de la connaissance des marchés à l'action marketing, Edition Atout. France, at : www.atout-France.fr.

• المنظمات والمؤسسات :

- المنظمة الوطنية للسياحة المستدامة (ontd)



قائمة الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعي 08 ماي 1945 – قالمة –



قسم: علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

سنة ثانية ماستر

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارة بحث حول

مساهمة الإتصال الرقمي في تنمية السياحة المستدامة
دراسة وصفية تحليلية للمنظمة الوطنية للسياحة

تحت إشراف :

♦ د. أميرة علوي .

من إعداد الطلبة :

✚ ضيف الله نسرين .

✚ مشعلي صديقة .

✚ توبي بلال .

ملاحظة : لا تستعمل البيانات الواردة في الإستمارة إلا لأغراض علمية ،
والمعلومات المحصلة ستساهم بشكل كبير في إثراء الموضوع .
يرجى وضع علامة (x) في المكان الذي يتوافق مع الإجابة

السنة الجامعية : 2023/2022

I. المحور الأول : البيانات الشخصية

1- الجنس : ذكر أنثى

2- السن :

• من 18 إلى 25 :

• من 25 إلى 30 :

من 35 إلى 50 فما فوق :

3- المستوى الدراسي :

• ابتدائي :

• متوسط :

• ثانوي :

• جامعي :

4- المهنة :

• طالب :

• مدير أعمال :

• تاجير :

• حرفي :

• عامل :

• موظف :

• اطار سامي :

5- ماهو أنواع السفر الذي تقوم به :

• مع العائلة :

• مع الأصدقاء :

• الأعمال لوحدهك :

• رحلة منظمة :

6- كيف تختار وجهتك السياحية :

- مهام العمل :
- آراء الأصدقاء :
- آراء المستهلكين عبر الأنترنت :
- الإعلان على جوجل أو محركات البحث :
- على شبكات التواصل الإجتماعي :
- على تطبيقات الهاتف المحمول :
- عن طريق البريد الإلكتروني :

7- ماهي أغلب السياحة المستدامة التي تقوم بها :

- خارج الوطن :
- داخل الوطن :

II. المحور الثاني : معارف وتصورات واستعدادات المبحوثين حول السياحة المستدامة.

8- هل سمعت على السياحة المستدامة مسبقا :

- نعم :
- لا :

9- هل متابعتك للصفحة عرفتك بالسياحة المستدامة :

- نعم :
- لا :

10- هل أنت مهتم بنوع من هذه السياحة :

- نعم :
- لا :

11- ماهو دافعك الرئيسي لممارسة السياحة المستدامة :

- الإكتشاف والقرب من الطبيعة
- ممارسة الأنشطة المتعلقة بالبيئة
- إكتشاف ثقافات جديدة

- التجور في وسائل النقل الصديقة للبيئة
- البحث عن الأصالة

III. المحور الثالث : مزايا الإتصال في إطار تنمية السياحة المستدامة .

12- هل جعلك الإتصال الرقمي تدرك أهمية السياحة المستدامة ؟

- نعم :
- لا :

13- هل تعرفت عن السياحة المستدامة عبر وسائل الإتصال الرقمي

- نعم :
- لا :

14- ماهو شعورك إتجاه المحتوى الذي تقدمه صفحة المنظمة أو حسابها على أنستغرام

- ايجابي :
- ايجابي جدا :
- سلبي :
- سلبي جدا :

15- هل تشارك المضمون الذي تقدمه المنظمة عبر الأنترنت مع جماهيرها الآخرين

- نعم :
- لا :

IV. المحور الرابع : المعوقات التي تواجه الإتصال الرقمي

16- هل تعتقد أن المحتوى الرقمي الذي تبثه المنظمة يؤثر على المتابعين من أجل تتبع نهج السياحة المستدامة ؟

- ❖ نعم :
- ❖ لا :

17- حسب رأيك ماهي أهم المعوقات التي تواجه في إطار تحقيق السياحة المستدامة على صاحب المحتوى الرقمي .

- ❖ صعوبة تتعلق بإستعدادات المتابعين :
- ❖ صعوبة تتعلق بالإمكانيات المادية للمتابعين :
- ❖ قلة التمويل المخصص في استخدام الإتصال الرقمي :
- نعم :
- لا :
- أحيانا :

الملحق رقم (01)



الملحق رقم (02)

- لقطة شاشة من الإستمارة الإلكترونية .

دليل إستمارة " مساهمة الإتصال الرقمي في تنمية السياحة المستدامة"

في إطار التحضير لمذكرة التخرج ، تم إنجاز هذا الإستبيان بهدف التعرف على مساهمة الإتصال الرقمي في تنمية السياحة المستدامة في منظمة الوطنية للسياحة المستدامة ، فالرجاء منكم الإجابة على عبارات الإستبيان و ذلك بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة ، علما بأن إجراء هذه الدراسة وجه لغاية علمية بحثية وأن تستخدم الاغراض البحث العلمي

Connectez-vous à Google pour enregistrer votre progression. En savoir plus

* Indique une question obligatoire

* المحور الأول : البيانات الشخصية

- ذكر
- أنثى

* العمر

- أقل من 18 إلى 25
- من 25 إلى 35
- من 35 إلى 50 فما فوق

* المستوى الدراسي

- ابتدائي
- متوسط
- ثانوي
- جامعي

* المهنة

- مدير أعمال
- حرفي
- طالب
- موظف
- تاجر
- عامل
- إيطار نسامي

* ماهي أنواع السفر التي تقوم بها ؟

- مع العائلة
- مع الأصدقاء
- الأعمال لوحدهك
- رحلة منظمة

كيف تختار وجهةك السياحية ؟

- مهام العمل
- آراء الأصدقاء
- آراء المستهلكين عبر الإنترنت
- الإعلان على جوجل أو محركات البحث
- على شبكات التواصل الإجتماعي
- على تطبيقات هاتف المحمول
- عن طريق البريد الإلكتروني

* ماهي أغلب السياحة المستخدمة التي تقوم بها ؟

- خارج الوطن
- داخل الوطن

المبحوثين حول السياحة المستخدمة: واستجدادات معارف وتصورات المحور الثاني:

Votre réponse _____

* ؟ على السياحة المستخدمة من قبل سمحت هل

- نعم
- لا

* ؟ متابعتك للصفحة عرفتك بالسياحة المستخدمة هل

- نعم
- لا

* ؟ أنت مهتم بنوع هذا السياحة هل

- نعم
- لا

* 11. ماهو دافعك الرئيسي لممارسة السياحة المستخدمة ؟

- الإكتشاف و القرب من الطبيعية
- ممارسة الأنشطة المتطرفة بالبيئة
- إكتشاف ثقافات جديدة
- التجول في وسائل النقل الصديقة للبيئة
- البحث عن الأصالة

المحور الثالث: مزايا الإتصال الرقمي في إطار تنمية السياحة المستدامة :

الخيار رقم 1

* جعلك الإتصال الرقمي تترك أهمية السياحة المستدامة؟ هل

نعم

لا

* هل تعرفت عن السياحة المستدامة عبر وسائل الإتصال الرقمي؟

نعم

لا

* ماهو شعورك إتجاه المحتوى الذي تقدمه صفحة المنظمة أو حسابها على أنستغرام؟

إيجابي

إيجابي جدًا

سلبي

سلبي جدًا

* هل تشارك المضمون الذي تقدمه المنظمة عبر الإنترنت مع جماهيرها الآخرين؟

نعم

لا

المحور الرابع: معوقات التي تواجه الإتصال الرقمي :

* تعتقد أن المحتوى الرقمي الذي تبثه المنظمة يؤثر على المتابعين من أجل تشجيع نهج السياحة المستدامة هل

نعم

لا

* حسب رأيك ماهي أهم المعوقات التي تواجه في إطار تحقيق السياحة المستدامة على صاحب المحتوى الرقمي ؟

صعوبة تتعلق بإستخدامات المتابعين

صعوبة تتعلق بالإمكانيات المالية للمتابعين

* قلة التمويل المخصص في استخدام الإتصال الرقمي

نعم

لا

أحيانا

عنوان بلا عنوان

Envoyer

Effacer le formulaire

N'envoyez jamais de mots de passe via Google Forms.

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google. [Signaler un cas d'utilisation abusive](#) - [Conditions d'utilisation](#) - [Règles de confidentialité](#)

Google Forms

الملحق رقم (03)