



خدماتنا

توفير المراجع

الاستشارات الأكاديمية

الترجمة الأكاديمية

ترشيح عناوين البحث

التحليل الاحصائي

خطة البحث العلمي

التدقيق اللغوي

الاطار النظري

التنسيق والفهرسة

الدراسات السابقة

النشر العلمي



احصل على خصم **10%** على جميع خدماتنا

عند طلب الخدمة من خلال الواتساب



دراسة

للاستشارات والتدريبات والترجمة

☎ 0096655026526 - 00966560972772
✉ info@drasah.net - info@drasah.com
www.drasah.com

السياحة كمدخل للتنمية الاقتصادية بالجزائر

دراسة تحليلية لأهم مواقع الانترنت الخاصة بالسياحة في الجزائر

أ. بلعربي غنية أ. عامري خديجة

جامعة برج بوعريريج جامعة الأغواط.

الملخص :

تعتبر السياحة كأحد الموارد الأساسية التي يمكن لأي دولة من الدول أن تعتمد عليها من أجل التنمية الاقتصادية و بالتالي التنمية الاجتماعية والثقافية إذا ما كانت هذه الدولة تتوفر على مناطق متنوعة وأثرية عريقة مرت بها عدة عصور، وكذلك من حيث التنوع الجغرافي و التنوع المناخي ، وفي تنوع العادات و التقاليد ينتج عنه تنوع في الثقافات داخل البلد الواحد ، وهذا ما يجعل هذه المنطقة وجهة للسواح من أجل التعرف على هذه المنطقة و التمتع بجمالها و التعرف على تاريخها العريق و على الاختلاف الحضاري والثقافي بها.

من هنا فإننا نجد أن الجزائر يتوفر بها جميع ما يجب أن يكون لكي تكون منطقة سياحية بالدرجة الأولى إذ أنها منطقة متكاملة من حيث التنوع الثقافي من الشمال إلى الجنوب و من الشرق إلى الغرب ، من حيث العادات والتقاليد كاللباس و الأكل و الفنون الشعبية والقيم الاجتماعية... الخ، وكذلك في التنوع التضاريسي والجغرافي من حيث السواحل البحرية و المناطق الصحراوية و المناطق الجبلية و كذلك في الإرث التاريخي الذي مرت به من خلال تعاقب عدة حضارات ما خلف إرثا تاريخيا عريقا و متنوعا لا يستهان به ، و بالتالي فهي منطقة سياحية يمكن للدولة أن تعتمد عليه لأنه يوجد بها جميع المتطلبات للقيام بهذا النشاط.

بالرغم من التنوع الثقافي و التاريخي و الجغرافي الذي تتمتع به الجزائر ، إلا أنه لا يمكن لأحد أن يتعرف على هذه المنطقة إذا لم تكن هنالك وسيلة اتصال يعتمد عليها

أ.بلعمرى غنية أ.عامري خديجة السياحة كمدخل للتنمية الاقتصادية بالجزائر: دراسة تحليلية

السائح من أجل التعرف على هذه الوجهة ، فالوسيلة تساهم في التعريف بالمنطقة وذكر الخصائص الثقافية و التاريخية والجغرافية المتعلقة بها ، والذي يجعل من أي شخص أن يرغب بزيارة هذه المنطقة أو هذا البلد والتعرف عليه عن كثب ، ولعل أحدث طرق الاتصال هي الانترنت التي تعتبر المصدر الأول في وقتنا الحالي لمعرفة أي شيء ، وخصوصا فيما يتعلق بخصوصيات أي بلد أو أي منطقة ما ، إذ أن الشخص إذا ما أراد أن يتعرف أو يزور بلد ما ، فإنه يلجأ إلى شبكة الانترنت لكي يتعرف على هذه المنطقة ، ولكي يقع في جمال وسحر هذا البلد وبالتالي ستكون وجهته السياحية.

لذلك ومن خلال هذه المقالة سنحاول معرفة ما للانترنت من دور في الترويج للسياحية بالجزائر وذلك من خلال تحليل أهم المواقع التي تختص بهذا المجال ، وكيف يتم الترويج لذلك؟

الكلمات المفتاحية : السياحة، التنمية الاقتصادية ، مواقع الأنترنت.

Résumé

Le tourisme est considérée comme l'une des ressources de base qui peut être exploitée par n'importe quel pays pour son développement économique et donc social et culturel, Si le pays contient des zones(domains) et sites archéologique antique, ainsi que sur le plan de la diversité géographique, la diversité du climat, la diversité des coutumes et des traditions, résultent la diversité des cultures dans le même pays, et c'est ce qui fait de cette région une destination pour les touristes afin d'identifier la région et profiter de sa beauté et de déterminer sa longue histoire et la différence de civilisation et sa culture .

L'Algérie contient toutes les richesses qui font une zone touristique de premier lieu, une région intégrée en termes de diversité culturelle du nord au sud et d'est en ouest en termes de coutumes et traditions dans sa gastronomie, ses tenues traditionnelles, ses arts populaires, et ses valeurs sociales..etc. Ainsi que dans la diversité de ses reliefs et les conditions géographiques des zones côtières et désertiques marins et les zones montagneuses, aussi dans l'héritage historique qui a été adoptée par l'Algérie dans la succession de plusieurs civilisations ont laissé un héritage historiquement bien fondé, diversifié et significatif, elle est donc une zone touristique que

l'état algérien peut exploiter dans l'industrie du tourisme pour toutes les conditions qui peuvent faire cette activité industrielle. En dépit de la diversité culturelle et historique et géographique dont jouit l'Algérie, personne ne peut la connaître sans moyen de communication pour identifier cette destination. Le moyen contribue à la définition de la région et ses caractéristiques culturelles, historiques et géographiques, pour la connaître de près. Internet est considéré comme le moyen de communication le plus utilisé et comme la principale source des connaissances actuelles, notamment en ce qui concerne les spécificités d'un pays ou d'une région, l'individu l'utilise à fin de connaître une région ou un pays quelconque, et ainsi il découvre sa beauté et son charme et donc optera à le visiter de près.

Ainsi, à travers cette communication, nous allons essayer de découvrir le rôle d'Internet dans la promotion de tourisme en Algérie, à travers l'analyse des plus importants sites du tourisme en Algérie, et comment il est promu?

أولا : تاريخ نشأة السياحة :

لقد تطور مفهوم السياحة ومعناها مع تطور المجتمعات وسوف نعرض بصورة مختصرة لأهم مراحل التطور التي مرت بها السياحة وهي :

1- **مرحلة العصور القديمة :** إن غريزة التنقل والترحال من مكان لآخر كانت موجودة عند الانسان منذ نشأته الأولى سعيا لحياة أفضل حيث لم تكن هناك منظمات أو جهات رسمية توفر له الاحتياجات الضرورية، فكان عليه أن يسعى إلى توفيرها بنفسه بدون وجود قوانين أو أعراف تحد و تحكم تصرفاته والتزاماته.⁽¹⁾ وقد بدأت هذه المرحلة مع نشأة حضارة بلاد الرافدين والفراعنة في 5000 قبل الميلاد وانتهت بسقوط الدولة الرومانية في نهاية القرن الرابع ومن خصائص هذه المرحلة هي⁽²⁾:

- ظهور الدول مثل الحضارة الفرعونية والحضارة الرومانية.

- ظهور العلوم وتطور وسائل النقل والمواصلات خاصة السفن الشراعية.

2- **مرحلة العصور الوسطى :** تبدأ المرحلة بسقوط الامبراطورية الرومانية حتى القرن الخامس عشر والمعروف أن الامبراطورية الرومانية آخر إمبراطورية نشأت في العصور

القديمية، وقد كانت مركز الاشعاع الفكري والحضاري والتجاري وكان لها الفضل الأكبر في تطوير حركة الأسفار عبر العالم⁽³⁾. وقد كان اتجاه السياحة في تلك العصور إلى التجارة، الحج، رحلات الدراسة، حيث انفرد العرب من الفترة الممتدة للقرن الرابع عشر والثامن عشر على تطوير مبادئ السياحة ووضع الأسس الأولى، وكانت البلاد الاسلامية أكثر تقدما من أوروبا وبغداد وقرطبة التي كانت أكثر المدن ثراء من حيث التجارة ومركز الحياة الثقافية والحضارية، وقد انطلق العرب يجوبون العالم ومن أشهرهم ابن بطوطة، ابن جبير، البيروني... وغيرهم، كما أخذت السياحة الدينية أبعاد جديدة في العصور الوسطى حيث كان الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون برحلاتهم الدينية إلى الأماكن المقدسة، وكثيرا منهم كتبوا أوصافا لرحلاتهم وفي نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة طالبي العلم الذين يقومون برحلات لغرض العلم والتعرف على آراء الغير والنظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى، هذه الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت قاصرة على طبقة الارستقراطيين لأن السفر يتطلب وقت فراغ وأموال فائضة عن الحاجة.

3- مرحلة العصر الحديث: بداية العصور الحديثة كانت في عصر النهضة التي حدثت فيها تغييرات عديدة في المجال العلمي مثل الاكتشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار، كما أحدثت الثورة الصناعية تغييرا واضحا في وسائل المواصلات وتطويرها ما أدى إلى سهولة السفر والتنقل واختصار الوقت وازدادت بعد الحرب العالمية الثانية حيث بدأ تطوير الطائرات الحربية إلى مدنية وكذلك السيارات والقطارات⁽⁴⁾ ويرى "دوكلاس بيرس" أن علم السياحة تطور تطورا ملحوظا بما يتوافق مع حركة السياحة الدولية بعد الحرب العالمية الثانية ويرجع ذلك إلى⁽⁵⁾ :

- التطورات التكنولوجية التي أدت إلى تحسين طرق و وسائل الانتاج مما أدى إلى توفير الجهد الانساني وتحسين ظروف العمل و زيادة أوقات الفراغ والإجازات الممنوحة.
- تقدم و تطور وسائل النقل و المواصلات و الاتصالات و بالتالي المسافات.
- سهولة تبادل الخبرات وانتشار المعرفة.
- ارتفاع معدلات الدخول و الثروات والنظرة للسياحة كضرورة حتمية.

- اهتمام المنظمات والهيئات الدولية والمجتمع الدولي بالسياحة وأهميتها اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا.

وعليه لم يعد سفر اليوم كشأنه بالأمس ، كما لم يعد رحالة اليوم مثل الرحالة القدامى لأن الثروة التكنولوجية وتقدم وسائل النقل وكثرة عدد المسافرين لم تجعل من المسافر رحالة (بالمعنى التقليدي) حيث تدير المكاتب السياحية وتعلن عن موضوع الرحلة في عدة طرق عن طريق وضع العديد من الصور التي تنقل الحقيقة وتكشف مختلف الأماكن التي تكون كامنة⁽⁶⁾. كذلك أصبح بإمكان المسافر في وقتنا الحالي أن يقوم بالحجز في الفنادق وفي المطاعم بسهولة وذلك عبر شبكة الانترنت التي يستعين بها لأجل ذلك.

ثانيا : تعريف السياحة

I. تعريفات لبعض الباحثين للسياحة :

- تعريف فونش وليرن **Vau Schuller** : يعرف السياحة على أنها : " كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب و إقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل وخارج منطقة أو ولاية أو دولة معينة".
- تعريف ماكننتوش **McIntosh** : يعرفها على أنها: " مجموعة الظواهر والعلاقات الناتجة عن عمليات التفاعل بين السياح ومنشآت الأعمال، و الدول والمجتمعات المضيفة وذلك بهدف استقطاب واستضافة هؤلاء السياح والزائرين"⁽⁷⁾.
- تعريف آكلور **Akoller** السويسري: للسياحة على حد قوله: " السياحة السويسرية تتكون من أولئك الأفراد الذين يقيمون مؤقتا بسويسرا بعيدا عن مقر إقامتهم للأسباب التالية⁽⁸⁾:"

- الأسباب الصحية أو الترويح أو إرضاء احتياجات ثقافية.

- الأسباب المهنية (رحلات رجال الأعمال، مؤتمرات).

- الأسباب التعليمية.

II. تعريف بعض المنظمات والمؤتمرات الدولية العالمية للسياحة :

- تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي : المنعقد في روما 1963م
أقر أن السياحة: " ظاهرة اجتماعية و إنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن أربعة وعشرين ساعة، لا تزيد عن اثني عشر شهرا بهدف السياحة الترفيهية، العلاجية أو التاريخية، و السياحة كالطائر لها جناحان هما السياحة الخارجية والداخلية"⁽⁹⁾.
- مؤتمر (أوتاوا) بكندا 1991 عرف السياحة بأنها: " الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة أقل من فترة معينة من الزمن، وأن يكون غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه"⁽¹⁰⁾.
- تعريف المنظمة العالمية للسياحة: أقرت المنظمة العالمية للسياحة على أنها: " مجموعة النشاطات التي يقوم بها الأفراد خلال السفر والانتقال إلى الأماكن خارج محيطهم المعتاد بغرض الراحة لأغراض أخرى"⁽¹¹⁾.

ثالثا: أنواع السياحة :

تتعدد أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات و الاحتياجات المختلفة فهناك السياحة الثقافية، الترفيهية، العلاجية وغيرها والتي ساعد على انتشارها التطور العلمي الاقتصادي والاجتماعي وما صاحبها من تطلعات ومتطلبات لم تكن معروفة من قبل مثل سياحة المؤتمرات والمعارض، وقد صنفت أنواع السياحة وذلك وفقا لعدة عناصر هي :

(12)

1- وفقا للدافع أو الهدف :

- السياحة الدينية : يمكن تعريف السياحة الدينية بأنها: " ذلك التدفق المنظم من السواح القادمين من الداخل أو الخارج بهدف التعرف على الأماكن الدينية و تاريخها وما تمثله من قيم روحية لهذا الدين أو المعتقد أو ذاك فهي سياحة تقليدية تمثل مصدرا للتعرف على التراث الديني لدولة ما مثل: زيارة مكة و المدينة المنورة بالنسبة للمسلمين و الفاتيكان بالنسبة للمسيحيين"⁽¹³⁾.

- **السياحة الرياضية** : يقصد بالسياحة الرياضية الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها مثل المشاركة في دورات الألعاب الأولمبية وبطولات العالم⁽¹⁴⁾. مثل مباريات كأس العالم مثلا و تنقل الانصار إلى البرازيل من أجل مساندة الفريق الوطني.
- **سياحة المؤتمرات**: يعتبر هذا النوع من أنماط السياحة الحديثة في أواخر القرن 20 حيث ارتبطت ارتباطا كبيرا بالنمو الحضاري الكبير الذي شهده العالم في السنوات العشرين الأخيرة وما تبع هذا من تطور كبير في العلاقات الاقتصادية ، السياسية ، الثقافية والاجتماعية بين معظم دول العالم ويرتبط هذا النوع بأنواع أخرى كسياحة المعارض ومن عوامل ظهورها هو زيادة التخصص العلمي والمهني ما يترتب على ذلك من تغير في التركيب الاجتماعي والتطور التكنولوجي الأمر الذي يؤدي إلى كثرة عقد اللقاءات العلمية والمهنية والثقافية...الخ⁽¹⁵⁾.
- **السياحة الثقافية** : عرف "سميث" السياحة الثقافية بأنها : " امتصاص السائح لمظاهر الحياة الماضية لمجتمعات قديمة ونلاحظ من خلال ذلك ظواهر مثل: أساليب المنازل والحرف ، ومعدلات الزراعة والري...⁽¹⁶⁾ والسفر له دور في الاطلاع على حياة الناس المتنوعة وثقافتهم وحضارتهم في الازمنة القديمة⁽¹⁷⁾.
- **السياحة العلاجية**: تعد من الأنواع الهامة للسياحة الحديثة خصوصا في الدول التي تتمتع بوجود العيون والآبار الكبريتية التي تساعد على الشفاء من بعض الأمراض، كما ترجع أهمية هذا النوع إلى التطور التكنولوجي والتقني وما تبعه من زيادة سرعة الحياة وضيق الوقت أدت إلى ظهور أمراض مثل القلق و التوتر النفسي مما دفع المعالجين للعودة إلى الطب الطبيعي عن طريق استخدام حمامات الرمال وعيون المياه الساخنة وأشعة الشمس وغيرها⁽¹⁸⁾.
- **السياحة الترفيهية**: كما يعرفها بعض المتخصصين هي تغيير مكان الإقامة لفترة لغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر، ويعتبر هذا النوع من أقدم

الأنواع السياحية التي عرفها العالم حيث تشير بعض الدراسات إلى أن السياحة الترفيهية تسير بمعدل أسرع من الأنواع الأخرى في كثير من الدول⁽¹⁹⁾.

2- وفقا للموقع الجغرافي:

- السياحة الداخلية : تمثل السياحة الداخلية انتقال مواطني داخل حدود دولتهم وهنا ينتقل السائح من مكان إقامته ليزور مكان آخر داخل حدود الدولة التي يقيم فيها وأن يقضي ليلة على الأقل في المكان المزار ليس بغرض العمل ولكن بغرض الترفيه والاستجمام أو لأسباب دينية أو حضور مؤتمر أو ندوة⁽²⁰⁾.

- السياحة الإقليمية : ويقصد بها السفر والتنقل بين الدول المجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية أو الأفريقية أو دول جنوب آسيا، وتتميز السياحة الإقليمية بقلّة التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لقصر المسافة التي يقطعها السائح بالإضافة إلى تنوع وتعدد وسائل النقل المتاحة مما يغري الكثيرين بالاتجاه نحو الدول القريبة⁽²¹⁾.

- السياحة الخارجية : ويقصد بها انتقال السواح الأجانب إلى بلد ما وهذا النوع من السياحة تشجعه معظم دول العالم وذلك للحصول على العملات الصعبة كما يتطلب هذا النوع خدمات مختلفة حيث كلما تنوعت الخدمات السياحية من ناحية الجودة والأسعار كلما زاد عدد السواح الأجانب، وعليه يعتمد هذا النوع من السياحة على : توفر الخدمات السياحية ، توفر الأمن والاستقرار واحترام السواح، ثبات القوانين وانخفاض الأسعار⁽²²⁾.

3- وفقا لمدة الإقامة⁽²³⁾:

- سياحة موسمية: ويقصد بها اتجاه السائحين في مواسم معينة صوب مناطق معينة دون أخرى كما هو الحال في اتجاه السائحين إلى الشواطئ و الجزر البحرية في فصل الاستجمام والاستمتاع باعتدال المناخ وممارسة الرياضة المائية و الغوص... الخ، و يندرج ضمن هذا النوع من السياحة زيارة الأماكن المقدسة في مواسم

أ. بلعمري غنية أ. عامري خديجة السياحة كمدخل للتنمية الاقتصادية بالجزائر: دراسة تحليلية
معينة وكذلك حضور الموالد وما يصاحبها من شعائر في مواعيد محددة من السنة
وهذا ما يطلق عليها سياحة موسمية لارتباطها بأوقات محددة من السنة.

- السياحة العابرة: ويتكون هذا النوع من السياحة من نوعين:

أ- سياحة عابرة تكون أثناء انتقال السواح بالطرق البرية عن طريق الحافلات
السياحية حيث أثناء توجهها إلى بلد ما يمر ببلد معين ويبقى فيها لمدة يوم
أو يومين ففي هذه الحالة تقوم بعض الشركات السياحية بتنظيم رحلات
سياحية قصيرة لهؤلاء السواح.

ب- سياحة عابرة تحصل أثناء الانتقال بالطائرات كأن يكون تعطل طائرة أو
وجود إضرابات ، فتقوم بعض الشركات السياحية بتنظيم رحلات لزيارة
أماكن أثرية ويكون هذا النوع من السياحة بدون تخطيط مسبق أو تنظيم ويتم
تنفيذ برامجه بسرعة كما تعتمد على المرونة المتوفرة في الشركات
السياحية⁽²⁴⁾.

4- وفقا للعدد :

- السياحة الفردية : هذا النوع من السياحة غير منظمة يقوم بها الشخص أو
مجموعة أشخاص لزيارة بلد أو مكان ما و تتراوح مدة الإقامة حسب تمتعهم
بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم وكل سائح من هذه المجموعة له دوافعه
الخاصة ورغباته الخاصة التي جاء لتحقيقها ومدى تمتع هؤلاء السواح بالخدمات
السياحية ، ويعتمد هذا النوع من السياحة على تأثير الأصدقاء أو تأثير الإعلان
والترويج السياحي ومدى ثقافة السائح⁽²⁵⁾.

- السياحة الجماعية : و تكون عندما يسافر السياح مع بعضهم جماعيا وضمن
برنامج يشمل الأماكن المراد زيارتها ومكان الإقامة والطعام وغيرها وتنضم عن طريق
وكالات السياحة والسفر وتنقسم إلى قسمين:

أ- سياحة غير منظمة : تنظم المجموعة الواحدة برنامج الرحلة لوحدها من
حيث مدة الإقامة في المناطق السياحية والإقليمية المراد استخدامها أي بدون
تخطيط مسبق.

أ. بلعمرى غنية أ. عامري خديجة السياحة كمدخل للتنمية الاقتصادية بالجزائر: دراسة تحليلية

ت- سياحة جماعية منظمة: يكون برنامج الرحلة معد مسبقا من قبل شركات السياحة أو وكالات السياحة والسفر ومحددة ظروف الطعام والمبيت والأماكن المراد زيارتها.

رابعا : الجانب الإمبريقي في تحليل محتوى مضمون المواقع الالكترونية ومدى كفايتها في الترويج للسياحة بالجزائر :

1. تصميم الدراسة الميدانية:

لقد تركز عمل بحثنا هذا على:

أ. تصميم المواقع الخاصة بالسياحة في الجزائر و التي اشتملت على 20 موقع الكتروني .

ب. أخذ مجموع من المواقع الالكترونية التي تهتم بالسياحة في الجزائر على شبكة الانترنت منها في الفترة الزمنية الممتدة من 1 ماي 2015 الى غاية 15 ماي 2015 آخذين بعين الاعتبار عدم تكرار العبارات والمواضيع التي نعالجها في الصفحات الالكترونية.

ج. تصنيف وتجميع المواضيع التي تحملها الصور إلى مواضيع أساسية بحيث تم جمعها في جداول وتم حساب تكراراتها.

2. منهج الدراسة:

استعملت الباحثتان المنهج الوصفي بطريقتين للتحليل (الكمي والكيفي) بالإضافة إلى ذلك تم الاستعانة بتقنية تحليل المحتوى من خلال تحليل خطاب الصور التي تم التقاطها.

الجدول رقم 01: يبين تصميم المواقع في شبكة الانترنت :

قمنا بحصر أهم المعايير التي يمكن تطبيقها على المواقع لمعرفة أهم المواقع التي تهتم بالسياحة في الجزائر ، وقمنا بتقسيم المعايير إلى ثلاثة مستويات-جيد - متوسط - ضعيف-على حسب جودته في الموقع ، من خلال مؤشرات في التصنيف كنوع الخط

أ. بلعمرى غنية أ. عامري خديجة السياحة كمدخل للتنمية الاقتصادية بالجزائر: دراسة تحليلية وتموضع الصور وعدد الزوار للموقع وسهولة الحصول على المعلومة ونظام أرشفة المواضيع واسترجاعها فكانت النتائج في :

النسبة	التكرار	تقييم المواقع الالكترونية
5%	01	جيد
10%	02	متوسط
85%	17	ضعيف
100%	20	المجموع

تحليل الجدول:

من خلال الجدول نجد أن نسبة 85% من تقييم المواقع الالكترونية المتخصصة في السياحة الجزائرية ضعيفة بحيث أن تصميم هاته المواقع لم تكن في شكل موقع مخصص للسياحة، وإنما كانت مجرد كتابات هامشية على شكل صفحات الكترونية تفتقد إلى معيار هوية الكاتب والجهات المسؤولة التي تتبنى ذلك، وفي معيار تقييم والاعتماد على مدلول الكتابات الالكترونية لا يمكن أن تستعمل كمرجع علمي لأن الأمانة العلمية لا يمكن أن تتحقق في الاعتماد على طروحات التي تشير إليها الكتابات كما أن أيضا هاته الكتابات الخاصة بالسياحة في الجزائر هي كتابات هامشية لا تمت ولا تعطي للمتصفح الشعور بالرضا وقبول محتواها لا من ناحية العرض في الصفحة ولا من ناحية تموضع النص وأسلوب العرض، فإن المتصفح من الولهة الأولى يفقد التواصل مع هذا الموقع والاعتماد عليه بحيث نجدها مثلا كعناوين فرعية في مشاركات في منتديات لا يمكن الوثوق فيها من مجرد الدخول إليها أو في صفحات المواقع الالكترونية الخاصة بالتواصل للتجمعات الافتراضية كالفيس بوك من خلال اشتراكات لأشخاص أو مؤسسات افتراضية غير معروفة.

من خلال الجدول أيضا نجد معيار جيد ومتوسط وفق النسب التالية 5% و 10% حيث نجد موقع وحيد و هو موقع عربي الذي يعرف باسم "بطوطة" يعطي صورة تحليلية لأهم المناطق السياحية بالجزائر و أهم الفنادق الكبرى و أهم المطاعم المتواجدة في

أ. بلعمري غنية أ. عامري خديجة السياحة كمدخل للتنمية الاقتصادية بالجزائر: دراسة تحليلية
المدن الكبرى كالجزائر العاصمة وهران و عنابة وإذا قورن هذا الموقع بالمواقع الأخرى
فهو جيد ولكنه غير موسع. أما النسبة البقية فهي متوسطة لعدد من المواقع التي تفتقد
إلى طابع تصميم الموقع وعرض الشواهد والصور التي تجس نبض الباحث والمهتم بالتعرف
على السياحة بالجزائر.

الجدول رقم 02 : يبين علاقة الموقع المتخصص في التراث الثقافي الوطني بالمؤسسة

الحكومية

النسبة	التكرار	علاقة الموقع المتخصص بالمؤسسة الحكومية
5%	1	مواقع حكومية متخصصة
95%	19	مواقع غير حكومية عشوائية
100%	20	المجموع

تحليل الجدول رقم (02):

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل تكملة للجدول السابق نجد النسبة
الكبيرة والتي تمثل 95% من المواقع أنها غير تابعة لجهاز الدولة أو الجهة الوصية
بالسياحة الجزائرية ، بحيث نجد أن مؤسسة الدولة تغيب مشروع إنشاء صفحات
الالكترونية عبر الانترنت تحت رقابة الدولة والجهات الفاعلة والتي إذا ما قورنت
بالدول العربية وخاصة تونس و المغرب اللتان استغلتا الموقع الجغرافي الذي تتمتع به
دول البحر الأبيض المتوسط جاعلين من السياحة المصدر الأول في الدخل الوطني وبالتالي
في التنمية السياحية و كذلك تركيا التي تسعى إلى تكثيف المواقع الالكترونية واعية بذلك
هاته الأخيرة وما لها من دور في النهوض بالاقتصاد الوطني بحيث نجد في مواقعها طرق
ترويجية وإغرائية تجعل من المسافر أن يجعل وجهته المقبلة إلى تركيا، بحيث تجد مثلا
أنواع السياحة في المواقع الالكترونية كالسياحة الشتوية وكذلك وضع موقع خاص بالعرب
اسمه "السياحة في تركيا للعرب" مرتبط بصفحة الفيس بوك وبه جميع ما يحتاجه
السائح لمعرفة وجهته المطلوبة ، إذ يوجد به دليل السواح ورقم الهاتف وذكر جميع
المناطق السياحية وكيفية الذهاب إليها وذكر أهم المأكولات المشهورة والحلويات التركية

أ. بلعمري غنية أ. عامري خديجة السياحة كمدخل للتنمية الاقتصادية بالجزائر: دراسة تحليلية

و كذلك ذكر العادات والتقاليد الخاصة بتركيا... وغيرها ، كذلك نجد نفس هذه المواقع بالمغرب التي تعتبر السياحة عماد الاقتصاد المغربي و التي تعطي هوية المجتمع والاعتزاز بالأصالة و المعاصرة ، و جذب السواح عن طريق التمسك بالعادات والتقاليد و الأبعاد التاريخية الخاصة بالمغرب ، إذ تؤكد بعدها الحضاري و الاجتماعي والثقافي في هذه المواقع الالكترونية الحكومية تابع لجهاز الدولة (ديوان السياحة بالمغرب) و مرتبط بصفحة الفيس بوك ، و الذي يوضح الخدمات السياحية في جميع النواحي و بجميع لغات التواصل. ونجد النسبة الضئيلة في المواقع الحكومية الوطنية تكاد معدومة ولا تراعي كبر الجزائر جغرافيا وثقافيا و هو موقع "الديوان الوطني للسياحة" الذي يفتقر إلى المقومات السياحية الأساسية مقارنة بالمواقع الالكترونية الخاصة بالمغرب و تركيا مثلا، إذ ذكر به بعض الجهات السياحية وليس كلها كالهقار ، غرداية أو ذكر هذه الجهات دون ذكر كيف يتم الذهاب إليها ولا يوجد لها صور توضح للسائح مدى جمال وسحر هذه المناطق ، وبالتالي لا ينجذب السائح الذي يتصفح في شبكة الانترنت ويبحث عن وجهة سياحية ترفيهية ملائمة والذي يريد اكتشاف والقيام بجولات سياحية بالجزائر ، وكذلك عدم ذكر الصناعات التقليدية وتنوع التراث الثقافي المادي واللامادي الذي تزخر به الجزائر على مستوى ربوع الوطن.

الجدول رقم 03: يبين مدلول الصور الخاصة بالجانب الثقافي للمواقع الالكترونية

مواضيع مواقع الأنترنت	التكرار	النسبة
الأكلات الشعبية والحلويات	52	23.74%
المناطق السياحية	47	18.27%
المعالم التاريخية و الأثرية	24	10.96%
العادات و التقاليد	40	21.46%
الصناعات التقليدية و الحرفية	24	10.96%
الخدمات السياحية	32	14.61%
المجموع	219	100%

تحليل الجدول:

من خلال الاطلاع على المواقع الالكترونية التي تمت معاينتها من خلال شبكة الانترنت وجمع الصور والمواضيع التي تعبر عنها الصور ومحتويات الكتابات في هاته المواقع تم حصر 219 صورة وموضوع إلا وأننا بعد تفيئة هاته المواضيع لكي يسهل معالجتها وحصرها كما هو موضح في الجدول رقم 03 فإن النسب الكبيرة في تكرار الموضوعات في صفحات المواقع تمس جانب الأكلات الشعبية والحلويات و العادات والتقاليد وفق النسب التالية 23.74% و 21.46% كما تمثل نسبة 18.28% المناطق السياحية و 14.21% الخدمات السياحية ، والتي ذكرت فيها بعض المناطق السياحية دون تفيئة الاختلافات في هذه المناطق ودون ذكر خاصية كل منطقة على حدا ، وبالنسبة للخدمات السياحية فإنها كانت تركز على المناطق الكبرى والمتمثلة في الفنادق والمطاعم دون أن تكون هنالك طريقة للحجز بها عن طريق الانترنت، والنسب القليلة تمس المعالم التاريخية والأثرية و الصناعات التقليدية والحرفية بنسبة 10.96%.

وبالتالي فإن المواضيع التي احتوتها مواقع الانترنت ركزت على الجانب المتعلق بالأكلات الشعبية والحلويات التقليدية و العادات والتقاليد أو بما يعرف بالتراث الثقافي ، حتى وإن كان يشمل جانب من الجوانب التي تجذب السياح إلا أنها غيبت الوجوهات السياحية التي تتمتع بها الجزائر والمتمثل في التنوع الجغرافي والحضاري والتاريخي الذي تزخر به في ربوع الوطن وكذلك أهملت جانب الخدمات السياحية المتوفر على مستوى المناطق السياحية حتى وإن كانت تفتقر للخدمات الراقية و الخاصة مثل المغرب وتركيا، إلا أننا لا ننكر أن الدولة أصبحت في الآونة الأخيرة تولي أهمية للسياحة بالجزائر الذي ينعكس بدوره على الاقتصاد الوطني الذي يساهم في تنميته ، لذلك نجد أن هذه المواقع الالكترونية الخاصة بالسياحة في الجزائر ، سطحية في معالجتها لهذا الموضوع وعدم انتظامها كمواقع متخصصة و ينقصها نوع من العمق في التحليل ونقص في تقنية عرض وأرشفة المواقع وأيضا جعلها مواقع يسهل البحث عليها في محركات البحث وبشكل متجدد يجعلها تؤسس قاعدة أساسية لتنمية السياحة في

أ. بلعمرى غنية أ. عامري خديجة السياحة كمدخل للتنمية الاقتصادية بالجزائر: دراسة تحليلية
الجزائر، أيضا وما يعاب على تلك المواقع ومعالجتها للمواضيع أنها غير واعية ومراعية
للتنوع الثقافي والتاريخي والاجتماعي و الحضاري للمجتمع عبر كامل التراب الوطني
لحدود الدولة الجزائرية والتي ينقصها أيضا البحث العلمي الجاد في السياحة بالجزائر
من خلال جملة الدراسات البحثية والعلمية التاريخية منها والاجتماعية و
الأنثروبولوجية و الاقتصادية و الثقافية... الخ التي تبين عمق تحليل المناطق السياحية
بالجزائر .

خامسا : أهم النتائج المتوصل إليها

قامت الدراسة بمراجعة وتحليل نماذج متعددة من الإنتاج الفكري المنشور في موضوع
تقويم المواقع على الإنترنت، من خلال إتباع منهج تحليل المحتوى، كما قامت بمسح
لدراسات عدد من المتخصصين في مجال تقييم تقنيات المعلومات لتجميع أهم معايير تقييم
المواقع المتاحة على الإنترنت، والتي يمكن للباحثين الاعتماد عليها والاسترشاد بها عند
إعداد مهامهم البحثية.

وبناء على ذلك تم التوصل إلى العديد من النتائج كالاتي :

- ✓ عدم وجود دراسات - إلا ما قل - تهتم بوضع آلية ومعايير يمكن من خلالها
دراسة وتقييم مواقع الأنترنت بصفة عامة والمواقع التي تهتم بالسياحة بصفة
خاصة ، إلا بعض الدراسات التي وضعت لتقييم نوعية خاصة من المواقع
كمواقع المكتبات والمواقع التعليمية وغيرها.
- ✓ عدم وجود مساهمات وطنية ومحلية تذكر سواء كانت مؤسساتية أو فردية
لوضع معايير معتمدة لتقويم مصادر المعلومات على الأنترنت، على خلاف
الدول المتقدمة التي تبذل جهود واضحة حيال هذا الموضوع.
- ✓ توصلت الدراسة في نتائجها التطبيقية إلى كثير من المعايير تم تصنيفها إلى
قسمين :

- أ- معايير فنية : وهي تلك المعايير التي تقيم المستوى الفني للموقع وكذلك تحكم
على المستوى التقني للموقع ، وقد حددت لذلك عدد من المعايير مثل :
التصميم و الوسائط المتعددة والصفحة الرئيسية والبحث وغيرها...

ب- معايير تحلل المحتوى أو المضمون : وهي تلك المعايير التي تحلل ما يحتويه الموقع من معلومات ومواد مقروءة أو مسموعة أو مرئية من حيث : الهدف من الموقع و المسؤولية والسهولة والاستخدام والحيوية والجاهزية والتنظيم والترتيب والخدمة الإخبارية وغيرها...

✓ هذه الدراسة هي محاولة لإيجاد آلية ومعايير لتقييم المواقع التي راعينا فيها الشمول والاستقصاء حتى تتضح الرؤيا أمام الباحثين والدارسين وكذلك القارئ على هذه المواقع ، ولتكون كمنظومة معيارية يمكن الرجوع إليها عند تقييم أي موقع على شبكة الإنترنت.

✓ ظهر من خلال الدراسة مدى الحاجة لتقييم المواقع التي تهتم بالسياحة في الجزائر من ناحية الإبداع والتصميم حيث يوجد قصور في هذا الجانب ، فتصميم المواقع يسير على وتيرة واحدة فهو محاكاة بعضهم لبعض يخلو من أي نوع من الإبداع إلا القليل.

✓ ضعف حجم الخدمات وكذا سبل التواصل التي تقدمها المواقع للجمهور .
✓ اختفاء أي معلومات عن أصحاب المواقع إلا ما قل ، قد يتذرع البعض بالحدز الأمني في بعض الدول ، لكن معرفة المسؤولين والمشرفين على المواقع يكسبه الثقة والطمأنينة من قبل المتلقي.

✓ غياب لغة الحوار بين المتخصصين في السياحة بالجزائر وبين المؤسسات المعنية بهذا الأمر من أجل توطيد علاقة تخدم كلا الطرفين وكذا جس نبض خطورة الأمر وما يترتب عليه من تغييب الأهمية للقطاع السياحي على حساب القطاعات الأخرى وذلك من أجل معرفة التغييرات و التطورات التنموية التي تحدث على مستوى القطاع السياحي.

✓ ضرورة إنشاء مواقع حكومية تابعة للجهات الوصية والمعنية بالسياحة في الجزائر على مستوى الانترنت تعتمد على معايير موضوعية في نقل المعرفة الخاصة بالمناطق السياحية وتكون لها مصداقية وتشمل جميع الجهات السياحية بالجزائر التي

تمثل صرحا كبيرا وتنوع تضاريسي و جغرافي ومناخي و ثقافي و اجتماعي..... وغيرها.

✓ التشجيع ، والإسهام في وضع وتحديث بنوك المعطيات السياحية و ذلك بالتعاون مع المنظمات الوطنية، والمحلية، والعالمية. هذه المعطيات أصبحت في متناول العامة عن طريق النشر واستعمال وسائل الإعلام وتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

✓ وجوب الاهتمام أكثر بالقطاع السياحي خصوصا و أن الجزائر تشهد نوعا من الاستقرار الأمني مقارنة بالدول العربية والافريقية لذلك فإن الاهتمام بالقطاع السياحي بلا شك سيساهم في التنمية الاقتصادية بشكل كبير وخصوصا لما تتمتع به الجزائر من تنوع في التضاريس و الآثار والتراث المادي واللامادي.... الخ.

الخاتمة:

تتمتع الجزائر بتنوع هائل في الموارد السياحية التي قد لا نجدها في بلد واحد، و بهذا توجب إعطاء الاهتمام الكبير بمسألة السياحة في الجزائر مثله مثل القطاع الصناعي والزراعي والاهتمام بالسياحة كأحد الموارد الأساسية مثلها مثل الموارد الطبيعية المتمثلة في البترول والغاز، وعليه نقل هاته الرسالة إلى جميع شرائح المجتمع من اجل توطيد العلاقة بين المجتمع والمؤسسات الحكومية و لتكوين مشروع هادف إلى صيانة السياحة الوطنية بمخططات عصرية استراتيجية تستند إلى تكنولوجيا الانترنت والإعلام وفق معايير عالمية تكون مرجع وأداة إعلامية والاعتماد على السياحة كدعامة أساسية من أجل التنمية الاقتصادية و الثقافية للبلاد .

الهوامش:

- 1- ماهر عبد العزيز توفيق ، صناعة السياحة، دار زهران، الأردن، 2008، ص14.
- 2- نعيم الطاهر و سراب إلياس، مبادئ السياحة، ط2 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الاردن، 2007، ص12.
- 3- المرجع السابق، ص ص 15-16.
- 4- ماهر عبد العزيز توفيق ، مرجع سابق، ص ص 17-19.

أ.بلعمري غنية أ.عامري خديجة السياحة كمدخل للتنمية الاقتصادية بالجزائر: دراسة تحليلية

- 5- وفاء زكي ابراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تقويمية للقرى السياحية، مصر، 2006، ص ص 66-67.
- 6- هالة عبد الرحمان الرفاعي، التأثيرات الاجتماعية و الثقافية للسياحة، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، 1998، ص 29.
- 7- حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، ط2، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص23.
- 8- يسرى دعبس ، السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، ط1، البيطاش للنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص14.
- 9- محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، ب سنة، ص61.
- 10- المرجع سابق، ص62.
- 11- Jean pierre et Michel Balfet, Management du tourisme, 2^{ème} Edition, Pearson Education, France, 2007, P4.
- 12- محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، ط1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص48.
- 13- محمد عبيدات، التسويق السياحي، ، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، 2005، ص141.
- 14- محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص62.
- 15- المرجع سابق، ص34.
- 16- يسرى دعبس، مرجع سابق، ص169.
- 17- عبد الإله أبو عياش وآخرون، مدخل إلى السياحة في الأردن بين النظرية والتطبيق، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، 2007، ص23.
- 18- يسرى دعبس، مرجع سابق، ص 174.
- 19- محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص56.
- 20- المرجع السابق، ص 56.
- 21- المرجع السابق، ص ص 49-50.

- 22- ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص ص 70-71.
- 23- يسرى دعبيس، مرجع سبق ذكره، ص 234.
- 24- فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية، ط1، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص ص 107-108.
- 25- المرجع السابق، ص 104.
- المواقع التي تمت بها الدراسة :
- 26- /http://www.ont.dz
- 27- http://www.startimes.com/f.aspx?t=33442665
- 28- http://www.batuta.com
- 29- http://ar.wikipedia.org
- 30- https://www.facebook.com/pages/tourisme-en-
alg%C3%A9rie/119092711464456?fref=ts
- 31- http://football.riadah.org/t11676-topic
- 32- http://www.vitamedz.com/ar/algerie/Siege-du-s-i-t-
tlemcen/18206/1.html
- 33- http://www.4algeria.com
- 34- /http://www.algeria.com/arabic/blog/algerian-handicraft
- 35- http://m.dreamscity.net/t57697.html
- 36- /https://travel.maktoob.com/vb/travel46577
- 37- http://www.djazair.com
- 38- http://www.djelfa.info/vb/showthread.php?t=136507
- 39- https://fr-fr.facebook.com/Tourismeen
- 40- http://www.hotelscombined.com/Place/Algiers.htm?file
ame=Algiers
- 41- http://www.tripadvisor.com/eg/SmartDeals-g293718-
Algiers_Algers_Province-Hotel-Deals.html
- 42- /http://newscafee.com
- 43- http://www.algerielle.com
- 44- https://www.facebook.com/pages/Tourisme-en-
algerie/200306213339501?fref=ts
- 45- em-lorak.7olm.org/t450-topic