السياحة الافتراضية كرؤية لتفعيل السياحة الجزائرية-مع الاشارة لبعض التجارب العربية

زهيرة دحماني

لامية حليمي

المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي

ديسمبر 2025 المجلد– 12 العدد. 01

الصفحات من 027 إلى 068

E-ISSN 2676-2218

P-ISSN 2352-9660

المقال متوفر على الرابط التالي:

****

https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/583

****

للاستشهاد بهذا المقال

دحماني ز، حليمي ل، (2025)، " السياحة الافتراضية كرؤية لتفعيل السياحة الجزائرية-مع الاشارة لبعض التجارب العربية"، *المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي*، المجلد 12. العدد 01، ص .027-068.

السياحة الافتراضية كرؤية لتفعيل السياحة الجزائرية–مع الاشارة لبعض التجارب العربية

Virtual tourism as a vision to activate Algerian tourism - with reference to some Arab experiences

زهيرة دحماني (1)
جامعة بومرداس، (الجزائر)
z.dahmani@univ-boumerdes.dz

لامية حليمي
جامعة بومرداس، (الجزائر)
l.halimi@univ-boumerdes.dz

تاريخ الارسال: 2025/03/26

تاريخ القبول: 2025/10/06

الملخص:

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على دور السياحة الافتراضية في تعزيز القطاع السياحي بالجزائر، مستفيدة من التجارب الناجحة في بعض الدول العربية. وتبرز أهميتها في تقديم رؤية لتفعيل السياحة الافتراضية كأداة اقتصادية حديثة قادرة على تجاوز العقبات التقليدية، خاصة في ظل التطور التكنولوجي المتسارع. وأظهرت النتائج أن التكنولوجيا تسهم بشكل كبير في تحويل المواقع السياحية إلى تجارب افتراضية غامرة، كما هو الحال في دول مثل السعودية والإمارات ومصر والأردن. ورغم التحسن الطفيف في مؤشر التنافسية السياحية العالمي بين 2019 و2024، تبقى الجزائر متأخرة، حيث تعاني مواقعها الإلكترونية السياحية من نقص التحديث والمحتوى الجذاب.

الكلمات الدالة: السياحة الافتراضية، التكنولوجيا، الرقمنة، السياحة الجزائرية.

تصنيف جال: L83 ، O33، L86،O53

Abstract: This study aims to explore the potential of virtual tourism to enhance Algeria's tourism sector, drawing lessons from successful Arab experiences. The importance of the study lies in presenting a vision to activate virtual tourism as a new economic driver capable of addressing traditional challenges amidst rapid technological advancements. The results indicate that technology plays a crucial role in transforming tourist sites into immersive virtual experiences, as evidenced by cases in Saudi Arabia, the UAE, Egypt, and Jordan. Despite slight improvements in Algeria's global tourism competitiveness index (2019–2024), the country remains behind, characterized by underdeveloped and insufficiently engaging tourism websites. Nonetheless, Algeria's rich heritage sites, such as Timgad, Djemila, and the Casbah, hold substantial potential to leverage virtual tourism for attracting more visitors.

Key words: virtual tourism; Technology; Digitization; Algerian Tourism

JEL classification: L83; O33; L86; O53

(1) المؤلف المراسل

المقدمة:

في العقود الأخيرة، شهد العالم ثورة تكنولوجية غيرت ملامح الحياة اليومية وامتدت تأثيراتها إلى مختلف القطاعات، بما في ذلك قطاع السياحة. إذ أصبحت الرقمنة جزءًا لا يتجزأ من التجربة السياحية، حيث أتاحت التقنيات الحديثة مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز فرصًا جديدة لاستكشاف الوجهات السياحية بطرق لم تكن ممكنة من قبل. في هذا السياق، تأتي السياحة الافتراضية كحل مبتكر يمزج بين التكنولوجيا والرحلات التقليدية، مما يتيح للسياح من جميع أنحاء العالم فرصة استكشاف المواقع الثقافية والتاريخية والطبيعية دون الحاجة إلى السفر الفعلي.

تعد الجزائر بمواردها الطبيعية الغنية وتاريخها العريق واحدة من الدول التي يمكن أن تستفيد بشكل كبير من هذا الاتجاه الجديد. ومع ذلك، فإن تحقيق هذه الاستفادة يتطلب فهمًا عميقًا لمقومات السياحة الافتراضية وكيف يمكن دمجها بشكل فعال مع الجهود الوطنية لتعزيز السياحة. في الوقت نفسه، يمكن النظر إلى تجارب دول عربية أخرى في هذا المجال كأمثلة ملهمة يمكن أن تسهم في توجيه الجهود الجزائرية نحو تحقيق نجاح مماثل.

انطلاقا مما سبق تتمحور الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة حول كيفية تفعيل السياحة الافتراضية في الجزائر والاستفادة من التجارب العربية الناجحة في هذا المجال. ومن هذه الإشكالية الرئيسية تتفرع التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي المقومات الأساسية للسياحة الافتراضية وكيف يمكن دمجها مع الرقمنة؟

- ما هي أبرز التجارب العربية الناجحة في السياحة الافتراضية وما الدروس المستفادة منها؟
- ما هو واقع السياحة الافتراضية في الجزائر وما هي المتطلبات اللازمة لتطويرها؟

وترتكز هذه الدراسة على الفرضية الرئيسية التالية:

تفعيل السياحة الافتراضية في الجزائر يعتمد على دمج المقومات الأساسية للسياحة الرقمية مع الاستفادة من التجارب العربية الناجحة، مما سيساهم في تحسين جودة الخدمات السياحية وزيادة جاذبية الوجهات السياحية الجزائرية.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الإمكانيات التي تقدمها السياحة الافتراضية لتعزيز القطاع السياحي في الجزائر، مع التركيز على الدروس المستفادة من بعض التجارب العربية، حيث سيتم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، إذ سيتم تحليل الوضع الحالي للسياحة الافتراضية في الجزائر واستعراض التجارب العربية الناجحة، بالإضافة إلى تقديم توصيات عملية لتفعيل هذا النوع من السياحة.

وقد تم رصد جملة من الدراسات السابقة، حيث سنقوم باستعراض ما له علاقة مباشرة بالموضوع فيما يلي:

- دراسة (هدى وسرمد، 2017) تمثلت الاشكالية الرئيسية لهذه الدراسة في: ما مدى التأثير الذي يولده التوجه للسياحة الافتراضية في التنمية

السياحية واستدامتها، بمساعدة تكنولوجيا المعلومات المتطورة؟ لتخلص الدراسة إلى أنه وبالرغم من إتساع شبكة الانترنت، إلاّ أنّ مجال السياحة الافتراضية لا يزال محدودا، كما أنه هناك ارتباط وثيق بين السياحة الافتراضية والتنمية السياحية المستدامة.

- دراسة (ابن بريكة وعمري، 2017) التي أكدت على مدى استفادة مؤسسات القطاع السياحي من التطبيقات الالكترونية، باعتبار السياحة الميدان الأكثر إقبالا على استثمار تكنولوجيا الاعلام والاتصال.
- دراسة (Peter and Alan, 2016) التي ركزت على الاستخدام الناجح للسياحة الثقافية الافتراضية والطرق التي يمكن بها للواقع الافتراضي أن يضيف قيمة إلى عروض السياحة الثقافية.
- دراسة (صفية، 2015) التي أكدت على دور التكنولوجيا الرقمية على تطوير القطاع السياحي وإمكانية استثمارها في إحداث منظومة سياحية في الجزائر، ترتقي إلى مستوى السياحة العالمية.
- دراسة (بختي وفوزي، 2010) التي بينت دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة وتحقيق الاتصال الجيد بين الدول المصدرة للسياحة والدول المستقبلة للسياح، وتقديم خدمات سياحية وفندقية مميزة لهم.

كما سيتم اعتماد هيكلة تتناسب ومعالجة هذا الموضوع، حيث سنتناول مفهوم السياحة الافتراضية ومقوماتها، إذ سيتم استعراض العلاقة بين السياحة والرقمنة وأهمية الواقع الافتراضي في تعزيز التجارب السياحية. وكذا مقومات السياحة الافتراضية. بعد ذلك، سيتم عرض تجارب عربية ناجحة في هذا

المجال مع استخلاص الدروس المستفادة منها. وفيما يتعلق بالجزائر، ستتم مناقشة واقع السياحة الافتراضية فيها، مع تحليل موقعها في تقرير التنافسية السياحية العالمي بالإضافة إلى عرض بعض الجهود المبذولة لتفعيل السياحة الافتراضية ومتطلبات تحقيق ذلك.

1. مدخل مفاهيمي حول السياحة الإفتراضية ومقوماتها.

تعد السياحة الافتراضية من الظواهر الحديثة التي ظهرت مع التقدم التكنولوجي والرقمنة المتسارعة، حيث تتيح هذه التقنية للناس استكشاف الوجهات السياحية وتجربة المعالم الثقافية والتاريخية بشكل افتراضي دون الحاجة إلى السفر الفعلي. يشكل هذا التحول الرقمي فرصة كبيرة لتعزيز القطاع السياحي من خلال توفير تجارب غامرة ومبتكرة تساهم في توسيع نطاق الوصول إلى المواقع السياحية وتعزيز التبادل الثقافي العالمي. في هذا السياق، سنقوم باستعراض المفاهيم الأساسية والمقومات التي تدعم السياحة الافتراضية وتبرز أهميتها المتزايدة في عالمنا المعاصر.

1.1 السياحة والرقمنة.

في العصر الحديث، شهد قطاع السياحة تطورًا ملحوظًا بفضل التحول الرقمي الذي أعاد تشكيل كيفية تقديم الخدمات وتجربة الزوار. يُعرّف مفهوم السياحة على أنه الانتقال إلى أماكن جديدة بهدف الاستكشاف أو الترفيه، وقد أخذ هذا المفهوم أبعادًا جديدة مع دخول التكنولوجيا الرقمية، حيث أصبح التحول

الرقمي جزءًا لا يتجزأ من قطاع السياحة، إذ أتاح للوجهات السياحية تحسين تفاعلها مع الزوار وتقديم خدمات مبتكرة عبر الإنترنت. ومع تطور السياحة الرقمية، باتت التجارب السياحية أكثر تخصيصًا ومرونة، مما يعزز من جاذبية الوجهات ويعزز كفاءة العمليات في القطاع بأكمله.

1.1.1 تعريف السياحة

تعرف المنظمة العالمية للسياحة السياحة بأنها (عيشي، 2011، صفحة 4) " نشاط من الأنشطة التي تتعلق بخروج الفرد عن الوسط الذي يقيم فيه و لمدة لا تتجاوز السنة متواصلة، لغرض الترفيه و الاستمتاع أو غيرها على ألاّ تكون مرتبطة بممارسة نشاط بهدف الحصول على دخل'.

كما عرفتها المنظمة نفسها عام بأنها (Ulrike & Gretzel, 2015, pp. 179-188) " ظاهرة اجتماعية، ثقافية و اقتصادية تتبع حركة الأفراد إلى البلدان و الأماكن خارج بيئتهم المعتادة لأغراض شخصية أو وظيفية أو علمية".

2.1.1. التحول الرقمي في قطاع السياحة

إن التحول الرقمي في قطاع السياحة هو عملية تبني التقنيات الرقمية، لتحسين تجربة السفر والسياحة، حيث يتضمن هذا التحول تغييرات في كيفية تسويق وترويج الوجهات السياحية وكذلك تحسين عمليات الحجز والإدارة وصولًا لتوفير تجارب سياحية غامرة باستخدام تقنيات مثل: الواقع الافتراضي والواقع المعزز.

يهدف التحول الرقمي في قطاع السياحة إلى تعزيز تجربة السائح من خلال تقديم خدمات أكثر سلاسة وشخصية وتحسين التفاعل بين الوجهات السياحية والزوار، من خلال الاستفادة من البيانات وتحليلها، كما يساهم هذا النهج في تحقيق تطلعات صناعة السياحة وتعزيز الاستدامة والتنمية الاقتصادية لهذا القطاع (مركز الاستشارات التقنية، 2023، صفحة 10).

إنّ انتشار وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتبنيها في مختلف الممارسات والأنشطة الافتراضية ومن بينها القطاع السياحي، قد أفرز ظهور مفاهيم جديدة، تتمثل في هذا السياق في السياحة الرقمية أو الذكية، أي تلك التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتعتمد بشكل كبير على الانترنت، بالتالي يمكن النظر إليها كجيل جديد وتحول منطقي للسياحة.

بناءا على ما سبق تعرف **السياحة الرقمية** بأنها (Benyon, A, & al, 2014, pp. 521-529): " الدعم الرقمي للتجربة السياحية قبل و أثناء و بعد النشاط السياحي، و قد يكون هذا النشاط توصية لمساعدة شخص ما في العثور على سكن مناسب أثناء التخطيط للعطلة السياحية أو تطبيقات الارشادات السياحية على الهاتف الذكي عندما يكون هناك (في الوجهة السياحية)، أو القدرة على الاستكشاف السهل لصور (الوجهات السياحية)... و هم في المنزل" .

3.1.1 تطور السياحة الرقمية

تعد الأحداث التالية من أبرز المحطات، التي ساهمت في تطور صناعة السياحة استجابة للتقدم التقني. وتحول طريقة السياح في السفر و كيف تحولت

الصناعة استجابة لظهور الأدوات الرقمية، بدءًا من انتشار الإنترنت على نطاق واسع في التسعينيات إلى ظهور سلسلة الكتل (مركز الاستشارات التقنية، 2023، صفحة 7):

أ- **ظهور الإنترنت (فترة التسعينيات):** أدى الانتشار الواسع النطاق للإنترنت في التسعينيات إلى وضع الأساس للسياحة الرقمية، حيث سمح بإنشاء مواقع الانترنت ووكالات السفر عبر الإنترنت والأشكال المبكرة لأنظمة الحجز عبر الإنترنت.

ب- **وكالات السفر عبر الإنترنت (Online Travel Agencies أواخر التسعينيات – أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين** بدأت شركات مثل إكسبيديا وبوكينج (Expedia ,Booking.com تكتسب شعبية، مما مكن المسافرين من البحث وحجز رحلات الطيران والفنادق وخدمات السفر الأخرى عبر الإنترنت.

ج- **ظهور المراجعات والتقييمات عبر الإنترنت (العقد الأول من القرن الحادي والعشرين):** سمح ظهور منصات مثل موقع تريب ادفايزر (TripAdvisor) للمسافرين بمشاركة تجاربهم وآرائهم حول الوجهات وأماكن الإقامة والمعالم السياحية، مما أثر على قرارات المسافرين الآخرين.

د- **ظهور وسائل التواصل الاجتماعي (منتصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرين):** لعبت منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك

وانستجرام (Facebook et Instagram) دورًا مهمًا في الترويج لتجارب السفر ومشاركة الصور والتأثير على اتجاهات السفر.

ه- **ثورة الأجهزة المحمولة:** أدى انتشار الهواتف الذكية وتطبيقات الأجهزة المحمولة إلى تغيير الطريقة التي يصل بها الأشخاص إلى المعلومات والخدمات قبل وأثناء سفرهم، حيث سهلت التطبيقات الخاصة بالسفر التخطيط للرحلات والتنقل والوصول إلى المعلومات المتعلقة بالسفر.

و- **التخصيص وتحليل البيانات:** بمساعدة تحليلات البيانات بدأت شركات السفر في تقديم تجارب أكثر تخصيصا للمستخدمين وتصميم توصيات بناءً على تفصيلات المستخدم وسلوكه.

ز- **الواقع الافتراضي (VR) و الواقع المعزز (AR):** تم استخدام تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز في صناعة السفر لتوفير تجارب غامرة وجولات افتراضية للمتاحف والمناطق السياحية.

ح- **تطبيقات غيرت أماكن إقامة السياح:** أحدثت خدمات مثل أير بي إن بي (Airbnb) ثورة في الطريقة التي يحجز بها المسافرين أماكن الإقامة، من خلال تمكين الأفراد من تأجير منازلهم أو غرفهم الاحتياطية للمسافرين.

ط- **سلسلة الكتل (Blockchain) :**تم استخدامها في قطاع السفر مما وفر فوائد محتملة مثل المعاملات الآمنة وتقليل الاحتيال.

2.1. الواقع الافتراضي والسياحة الافتراضية

تشير كلمة الافتراضي – موشويتز– إلى الشكل غير التقليدي لمجتمعات يعتمد بناؤها على تكنولوجيا الحواسيب دون التقيد بحدود الزمان والمكان والحدود الفيزيقية التي تحكم البيئات الواقعية.

فكثيرا ما يصعب على بعضهم السفر والتنقل من بلد لآخر، إما لأسباب مادية أو صحية أو اجتماعية، غير أنّ " السياحة الافتراضية " على شبكة الانترنت تفتح الأبواب للتجول في مناطق متعددة من العالم بالصوت والصورة، فيتمتع السائح برؤية الجبال دون أن تطأها قدماه و يشعر بجمال الطبيعة و أصوات الشلالات المائية و هو في منزله و أمام حاسوبه.

1.2.1 مفهوم الواقع الافتراضي

الواقع الافتراضي من وجهة نظر المعلوماتية، هو فرع من المنتجات الالكترونية، التي تشكل تجسيدا حاسوبيا ثلاثي الأبعاد مرتبط مع إمكانية تضمين مواضيع متنوعة، يكون من الممكن التعامل معها بشكل تفاعلي في بيئة ثلاثية الأبعاد (بركات، 2011، الصفحات 409-410).

يعرف الواقع الافتراضي أيضا على أنه (الجابر، 2009، صفحة 2) " بيئة تفاعلية ثلاثية الأبعاد مصممة بواسطة برامج حاسوبية، يحيط هذا الواقع بالمستخدم و يدخله في عالم وهمي، حيث يبدو هذا العالم و كأنه واقعي و الواقع الافتراضي قد يكون خياليا أو يكون تجسيدا للواقع الحقيقي و يتم التفاعل مع هذا الواقع نتيجة التفاعلات التي تحدث بين البيئة الافتراضية و حواس المستخدم و استجاباته".

أما الواقع الافتراضي في السياحة فهو التمثيل الواقعي للمواقع السياحية و الأثرية، بحيث ينقل المستخدم إلى الواقع الافتراضي بشكل تفاعلي عبر أجهزة الكمبيوتر، و يعيش معها و بينها بشكل ثلاثي الأبعاد و يتعامل معها في الزمن الحقيقي و كأنها أشياء حقيقية موجودة على أرض الواقع، و يتيح له الحركة بداخلها و المشاهدة و التفاعل مع العناصر عن طريق أدوات معدة و مصممة الغرض (مصطفى، 2019، صفحة 356).

فالواقع الافتراضي يمّكن الفرد من المرور بخبرات قد لا يستطيع أن يتعلمها في الواقع الحقيقي لعدة أسباب منها: خطورة التنفيذ في الواقع، التكلفة المالية العالية، ضيق الوقت وغيرها.

2.2.1 الواقع المعزز.

نظرا لحداثة هذا المفهوم، فقد تعددت المصطلحات التي تشير إليه، فمن خلال الرجوع إلى أدبيات الواقع المعزز نلاحظ كثيرا من المصطلحات المرادفة لهذا المفهوم مثل: الواقع المضاف، الواقع المزيد، الواقع المحسن، الواقع المدمج و الحقيقة المعززة و جميعها مصطلحات تدل على الواقع المعزز، يعود الاختلاف في الألفاظ لطبيعة الترجمة و قد عرف بيج Beige الواقع المعزز بأنه "(الحسيني، 2017، صفحة 28) نظام يعتمد على رؤية العالم الحقيقي بشكل مباشر من خلال الوجود عن بعد، إذ تتم في هذه العملية مطابقة الصور الصناعية بالصور الحقيقية لتزويدنا بعناصر حقيقية و معلومات إضافية ربما تكون خفية عند رؤيتها من خلال العين البشرية".

3.2.1 الجولات الافتراضية (الهياجي، 2019، صفحة 55)

توسم الجولات الافتراضية بأنها" بيئة تفاعلية تسمح للسائح بزيارة أي مكان وذلك باستخدام أنواع مختلفة من الوسائط مثل الصور، العروض ثلاثية الأبعاد، الفيديو، الصوت والعروض البانورامية وغالبا ما يكون لدى الزائر إحساس بالحركة أو المشي أثناء الجولة الافتراضية.

تعد الجولات الافتراضية أحد المستحدثات التكنولوجية في العصر الرقمي التي ظهرت بقوة عبر الانترنت، وكان أول إستخدام لها عام 1994م، وتمثلت في زيارة متحف عن طريق توفير جولة على الأقدام ثلاثية الأبعاد في قلعة **(Dudley Castle)** في انجلترا، والتي تصور القلعة كما كانت عام 1555 وقد استندت إلى التحكم بواسطة الحاسب عن طريق نظام صممه مهندس بريطاني إسمه **كولين جونسن**، ثم أصبحت الجولات الافتراضية وسيلة فعالة لعرض بعض المواقع الأثرية والسياحية والمتاحف.

4.2.1 السياحة الافتراضية

بناءا على ما سبق يمكن تعريف السياحة الافتراضية بأنها (بركنو، 2019، صفحة 59) تجربة سياحية في بيئة إلكترونية كبديل للتجربة الفعلية أو الرحلة المادية، يسمح هذا النوع من السياحة بالسفر إلى الأماكن عبر تقنيات جديدة خالية من القيود المعتادة على الوقت و المسافة و التكلفة و الضعف البشري."

كما تعرف السياحة الافتراضية بأنها (ماضوي و بن جرودة، 2020، صفحة 53): نشاط لزيارة مواقع ذات اهتمام عبر الانترنت دون السفر شخصيا لهذه

الأماكن، و هي الملاحة في شوارع و مناطق بيئات الواقع الافتراضي، بهدف الانتقال جسديا إلى أماكن مادية و زمن يتسم باللحظة من دون السفر إلى هناك بشكل تقليدي، عن طريق الجولات الافتراضية التي تحاكي المكان، و تتألف عادة من سلسلة من صور الفيديو، كما يمكن أيضا استخدام عناصر الوسائط المتعددة الأخرى مثل: المؤثرات الصوتية، الموسيقى، السرد القصصي و النصوص المكتوبة.

من خلال هذين التعريفين يتبين لنا بأنّ السياحة الافتراضية تختلف عن السياحة التقليدية كما يظهره الجدول الموالي:

الجدول رقم 01: الفرق بين السياحة الافتراضية و السياحة التقليدية

السياحة التقليدية	السياحة الافتراضية
الانتقال الحقيقي من محل الإقامة الحقيقي إلى أماكن القصد السياحي	الانتقال الافتراضي إلى أماكن القصد فكرا و ليس جسديا
تحتاج إلى المال	تكاليفها محدودة جدا
تشترط وجود وقت فراغ لممارستها	يمكن ممارستها في أي وقت
تعتمد على العنصر الطبيعي و البشري في توفير خدماتها	تعتمد على التكنولوجيا و التقنيات الحديثة في تقديم خدماتها
تعتمد على الموسمية في أغلب أنواعها	لا تعتمد على الموسمية
تأثيرها مباشر على الدخل القومي	تأثير محدود في الدخل القومي
توفر فرص عمل للكثير من التخصصات الفنية و الحرفية	توفر فرص عمل لتخصصات معينة لها علاقة بالتكنولوجيا و التقنيات الحديثة.

المصدر (مخلف و هداب، 2017، صفحة 253)

3.1 أهمية السياحة الافتراضية

تبرز أهمية السياحة الافتراضية من المنافع الضخمة التي توفرها، سواء لمقدمي الخدمات السياحية أم للسائحين أنفسهم والتي تساهم في تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية...، حيث أصبحت خدمات السياحة من خلال الانترنت صناعة تدر مليارات الدولارات متجاوزة خدمات الحجوزات التقليدية لمقاعد شركات الطيران وغرف الفنادق وغيرها إلى خدمات أكثر تفاعلية.

و من بين فوائد تطبيق الواقع الافتراضي في السياحة ما يلي (الهياجي، 2019، الصفحات 72-73):

- القدرة على خلق تجارب إفتراضية قد يقبلها السياح كبديل عن الزيارات الحقيقية إلى المواقع المحفوفة بالمخاطر؛
- تعد طريقة الواقع الافتراضي هي الأكثر ذكاء وفعالية من حيث تكلفة الترويج بصريا للمواقع السياحية، وهي بمثابة أداة مفيدة جدا للحصول على الارشادات وتجربة مكان معين قبل اتّخاذ قرار زيارته؛
- توفير عنصر الحماية والمحافظة على المواقع التاريخية والأعمال المعمارية والفنية ذات الموروث الانساني والحضاري؛
- يستفاد من تسويق المقاصد السياحية الافتراضية في زيادة الحصة السوقية العالمية، ويساهم في وضع المواقع السياحية على الخريطة السياحية العالمية، من خلال ابتكار وسائل تكنولوجية وإضافة ميزة نسبية وتنافسية عالية باستخدام هذه الوسائل؛

- تساهم التقنيات التفاعلية للواقع الافتراضي في زيادة التعلم والتعرف على المواقع السياحية.

كما أن تطبيق تقنيات السياحة الافتراضية، يحقق مجموعة من الفوائد الاقتصادية الملموسة المباشرة و غير المباشرة و التي يمكن إبرازها في النقاط الموالية (مصطفى، 2019، صفحة 359):

- **الفوائد الاقتصادية الملموسة المباشرة:** وتتمثل في الاعلانات التجارية و تسويق عروض المؤسسات السياحية.
- **الفوائد الاقتصادية الملموسة غير المباشرة:** وتتمثل في:

- التوعية بأهمية الآثار والمتاحف والتعريف بها، من خلال أوعية النشر المختلفة، فعاليات العرض، بهدف جذب القطاعين العام والخاص والفئات السياحية المستهدفة نحو الاهتمام بالآثار والمتاحف؛
- تشجيع زيارة السياح الداخليين والأجانب وبالتالي زيادة الحركة السياحية؛
- الحصول على دعم المسؤولين ومتخذي القرار ومختلف أفراد المجتمع.

4.1 مقومات السياحة الافتراضية

توجد ثلاث مقومات رئيسية للسياحة الافتراضية و يمكن اختصارها فيما يلي (مصطفى، 2019، صفحة 358) :

1.4.1 الإبداع

تشكل المنافسة عنصرا دافعا إلى الإبداع والابتكار في تقديم الخدمات السياحية، وهناك أربعة أشكال من الابداع التي يمكن أن ترتبط بشكل مباشر مع قطاع السياحة وهي:

- **المنتج السياحي:** إذ ترتبط عملية الابداع بالمنتج الذي غالبا ما يتم إضفاء ما هو جديد عليه؛
- **التقنية:** حيث تكمن عملية الإبداع في استخدام التقنيات الحديثة ومدى التطور الحاصل فيها؛
- **الإدارة:** يكمن الإبداع في طبيعة الإدارة التي تشكل العمل وذلك عن طريق تطوير عملية الأداء المنظمي بشكل جديد؛
- **عملية الإبداع اللوجيستية:** وهي عملية إبراز الروابط الخارجية مع الزبون.

إنّ أولى بدايات الابداع هي التحري ثم يليها فعل الاستغراق وهو الذي يكمن في إحساس المبدع _ الصانع للعمل السياحي_ بالصورة الجمالية في سياق التكوينات وكتلة من الإطارات غير الواضحة، فيأتي دور المتلقي للإبداع وهو السائح الذي يتولد في داخله نوع من الاتحاد بين البيئة الافتراضية التي تترجم لتتحول إلى حقيقة واقعية يعيشها.

2.4.1 الحقيقة الخيالية

وتمثل المشي عن طريق عالم افتراضي مكونه الأساسي هو نظام الكهف وهو عبارة عن غرفة تكون على شكلين هما:

- غرفة تحتوي على كاميرات، حيث يمكن للسائح أن يشاهد كل شيء من حوله داخل هذا الفضاء الافتراضي، أو أن يجد شخصا بعيدا عنه في بلد آخر موجود معه داخل هذا الكهف وكأنه يجلس أمامه؛
- الاستعانة بنظارات ثلاثية الأبعاد داخل الكهف، حيث يتمكن من الدخول في عالم خيالي أكثر دقة، وهنا يتم تطبيق بيئة مماثلة للبيئة الحقيقية التي ينتقل إليها الشخص افتراضيا عن طريق الحاسوب.

3.4.1 التذوق الجمالي

ويقصد به ذلك الشعور الجمالي الذي ينبعث بداخل المستخدم للسياحة الافتراضية في لحظة الانغماس في الفضاء الافتراضي، عندما تعرض أمامه المشاهد الصورية والبيئة الفنية بشكل خاص والحالة الجمالية بشكل عام، حيث يشعر مستخدم السياحة الافتراضية بالمتعة والسرور المقترن بالشعور بالاكتشاف والتأمل والتغيّر المعرفي والدهشة والتوقع والتخيّل والشعور بالغموض وحب الاستطلاع.

2.تجارب عربية في السياحة الافتراضية وبعض الدروس المستفادة منها

تعد السياحة واحدة من أهم مصادر الدخل في الاقتصاد الوطني للعديد من الدول العربية، حيث تمثل أحد أهم مكونات الصادرات الخدمية ذات التأثير

الكبير في ميزان المدفوعات، كما أنها من الأنشطة التي تساهم بفعالية في زيادة الناتج المحلي الإجمالي، وزيادة إيرادات النقد الأجنبي.

وعلى الرغم من امتلاك العالم العربي مقومات سياحية كبيرة يمكنها أن تؤهله لأن يكون من أكثر مناطق العالم جذبا للسياح، إلاّ أنّ حصته من السياحة العالمية قليلة ولا تتجاوز 5%، وهي لا تتناسب مع ما يزخر به العالم العربي من ثروات طبيعية وثقافية وحضارية مختلفة، كما أنّ المؤشرات السياحية تظهر تباينا كبيرا للسياحة في كل دولة من الدول العربية، من حيث عدد السياح، البنية التحتية والبيئة التشريعية والتنظيمية. حيث تعد السياحة في بعض الدول العربية عاملا تنمويا رئيسيا ومحركا للاقتصاد الوطني، بمساهمة تصل إلى 20% من الناتج المحلي كما هو الحال في لبنان ومصر 10%.

أما فيما يخص السياحة الافتراضية بالدول العربية، فإنّ التجربة تختلف من دولة لأخرى وما يميزها إجمالا أنها ما تزال حديثة، وتتوفر على مواقع محدودة لا تسمح بتقييمها.

1.2 عرض تجارب عربية في السياحة الافتراضية

سنستعرض فيما يلي بعض التجارب للسياحة الافتراضية في الدول العربية، التي تمكنت من استخدام التكنولوجيا، لتعزيز جاذبيتها السياحية وتقديم تجارب فريدة من نوعها للزوار من مختلف أنحاء العالم.

2. 1.1 تجربة المملكة العربية السعودية

تعتمد وزارة السياحة في المملكة تطبيقا إلكترونيا، يتيح تجربة سياحية فريدة من نوعها بواسطة تكنولوجيا " Holo Journey "، التي تسمح للمستخدمين بالقيام بجولات افتراضية في المتاحف والمناطق الأثرية السعودية، حيث طورت هذه الأخيرة في نهاية سنة 2011 تطبيقا يسمى **المستكشف السياحي**، و الذي يستعرض المواقع و الخدمات السياحية، باستخدام تقنيات نظم المعلومات الجغرافية باللغتين العربية والإنجليزية و يهدف إلى توفير المعلومات عن المواقع السياحية المهمة بالمملكة مع توفير خرائط وجولات افتراضية كالرحلة الافتراضية في واد لجب مدينة جيزان (البوابة الالكترونية العرب، 2024).

كما قدمت الهيئة العامة للسياحة والآثار مشروعا تجريبيا قائما على استخدام تقنية الواقع الافتراضي، و ذلك للتعريف بأهم المواقع السياحية والآثارية المنتشرة في المملكة و قد تم بالفعل الانتهاء من تغطية 40 موقعا سياحيا، تتلخص فكرة هذا المشروع في عرض نماذج ثلاثية الأبعاد، تتيح للسائح القيام بجولات افتراضية في معالم المملكة التي يرغب في زيارتها والتعرف عليها (سالمة و عبد الوهاب، 2019، الصفحات 137-138).

2.1.2 تجربة الإمارات العربية المتحدة

بالنسبة لدولة الامارات، تم توفير العديد من المنشآت السياحية والترفيهية بالتعاون مع الدوائر المختصة، التي تمكن كافة أفراد العائلة من اختبارها عبر

الانترنت، لزيارة أبرز عشر معالم سياحية والشكل التالي يوضح الوجهات العشر التي يمكن زيارتها افتراضيا:

الشكل رقم 01 : عشر وجهات يمكن زيارتها افتراضيا في دولة الإمارات العربية المتحدة



المصدر: (محمدي، 2021، الصفحات 115-117)

من خلال الشكل أعلاه يمكن استعراض التجربة الافتراضية لمتحف اللوفر بأبوظبي على سبيل المثال كما يلي:

إفتتح متحف اللوفر أبوظبي في نوفمبر 2017، وقد بدأت الجولات الافتراضية بعد فترة وجيزة من الافتتاح كجزء من استراتيجية المتحف لتعزيز الوصول إلى الفن والثقافة، حيث يوفر المتحف جولات افتراضية تتيح للزوار استكشاف الأعمال الفنية والمعارض الخاصة من خلال تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز، لتوفير جولات تفاعلية ثلاثية الأبعاد، هذه الجولات التي تُمكن الزوار من التجول في المتحف وكأنهم هناك فعليًا، مع إمكانية التفاعل مع

المعروضات والحصول على معلومات تفصيلية حول كل قطعة. وقد تعاون متحف اللوفر أبو ظبي مع شركات تقنية رائدة مثل "جوجل" من خلال مبادرة "الفنون والثقافة" (Google Arts & Culture) التي تقدم جولات افتراضية للمتحف، كما تم التعاون مع شركات محلية وعالمية لتطوير منصات رقمية تتيح للزوار تجربة غامرة عن بعد.

هذا وكما أطلقت دائرة الثقافة والسياحة في أبو ظبي مبادرة لمنح الزوار تجربة تفاعلية شاملة، باستخدام تقنية الـ 360 درجة، حيث تتيح القيام بجولة افتراضية في الأماكن السياحية في أبو ظبي. كذلك أطلقت هيئة الثقافة والفنون في دبي موقع "دبي 360" الإلكتروني، الذي يتيح التجوال في أهم المواقع التراثية والثقافية التابعة لها (فلاق، شارفي، و آخرون، 2020، الصفحات 347-348).

3.1.2 تجربة مصر

حرصت وزارة السياحة والآثار المصرية على إتاحة الجولات الإفتراضية لعدد من المتاحف المصرية، خلال عام 2020 ومنها المتحف المصري بالتحري، المتحف القبطي، المتحف الحيواني الموجود بحديقة الحيوان بالجيزة ومتحف الفن الإسلامي، حيث تساهم الجولات الافتراضية في الترويج للمتاحف المصرية وتحسين الصورة الذهنية لدى السائحين عن مصر. كما تعمل التقنيات التكنولوجية كلوحات العرض المتحفية التفاعلية و تقنية الهولوجرام و الواقع المعزز، على توفير تجربة مرئية وصوتية للسائحين داخل المتاحف المصرية و ذلك من خلال الأجهزة المادية والبرامج المدمجة و لا تقتصر فوائد الاعتماد على التقنيات في

الحفاظ على المقتنيات المتحفية وحفظها رقميا، بل يمتد تأثيرها إلى السائح من خلال تحسين تجربته و زيادة رضاه (الشحات، عبد المجيد، و آخرون، 2024، صفحة 184).

هذا وكما تعد أهرامات مصر من أبرز الأمثلة عن السياحة الافتراضية في هذا البلد، حيث تقع هذه الأهرامات في منطقة الجيزة بالقرب من القاهرة، وهي من أقدم وأشهر المعالم الأثرية في العالم وتشمل الأهرامات الثلاثة الكبرى (خوفو، خفرع، ومنقرع) بالإضافة إلى تمثال أبو الهول، وتعتبر من عجائب الدنيا السبع.

وفيما يتعلق بالتجربة الافتراضية للأهرامات، فقد بدأت الجولات الافتراضية لها في العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين، مع تزايد الإهتمام باستخدام التكنولوجيا لتعزيز السياحة الثقافية، حيث تم تطوير جولات افتراضية، تتيح للزوار استكشاف الأهرامات من الداخل والخارج، باستخدام تقنيات التصوير ثلاثي الأبعاد والواقع الافتراضي، إذ تقدم تجربة غامرة تمكن الزوار من فهم العمارة والتاريخ المرتبط بهذه الهياكل الضخمة.

وفيما يخص الشراكة مع جهات أخرى، فقد تعاونت وزارة السياحة والآثار المصرية مع شركات مثل "سيمنز "لتطوير تقنيات الواقع الافتراضي التي تعزز من تجربة الزوار، بالإضافة إلى ذلك تم العمل مع شركات مثل " Virtual Reality Egypt" لتقديم جولات افتراضية متكاملة.

4.1.2 تجربة الأردن

تعتبر الأردن من السباقين في حقل "السياحة الافتراضية، فمند سنوات تمكن ثلاث شباب من تأسيس موقع جولات افتراضية vrjordan.com لزيارة أبرز المواقع الأثرية والحضارية عبر الصور والفيديوهات بالأبعاد الثلاثية و بتقنيات تصويرية متقدمة، تجذب الزائرين والسواح العرب والأجانب لزيارة تلك المناطق فعليا، كما قامت هيئة تنشيط السياحة بالأردن، بإطلاق موقع "زورو الأردن من البيت"، يسمح الموقع بالتجوال في المعالم السياحية الأردنية ، وتأتي هذه الخطوة ضمن استراتيجية الهيئة للعمل على تطوير حلول ذكية ومبتكرة، تتيح استخدام نظم المعلومات الجغرافية والإستفادة منها في الترويج للسياحة والمساهمة في تعزيز المستخدمين في مختلف المجالات.

وأطلقت الهيئة أيضا على صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وسم "خليك بالبيت وسنقدم لك ثقافتنا واثارنا " وأشارت إلى جولة لاكتشاف مجموعة من المناطق والمعالم الأثرية مثل : قلعة الشوبك الشهيرة و متحف الأردن– الذي يعتبر مركزا شاملا للعلم والمعرفة يعكس تاريخ وحضارة الأردن بأسلوب علمي مبتكر– (بوهني و بربار، 2022، الصفحات 188–189).

ويمكن للزائر أن يتجول كذلك في العاصمة عمان وأهم معالمها التاريخية والحضارية، كالمدرج الروماني والمتحفين المرفقين به، و هما متحف الأزياء والحلي، و متحف الحياة الشعبية، ثم مسرح الأوديون وجبل القلعة و مسجد أبودرويش و المسجد الحسيني بوسط البلد، إضافة إلى متحف "شوف عمان "

في مبنى أمانة عمان الكبرى، و موقع أهل الكهف بمنطقة أبوعلندا، و شوارع عمان الحديثة و أسواقها و مجمعاتها التجارية الكبرى و كذلك مدينة جرش بآثارها المختلفة، و عجلون بقلعتها التاريخية و مواقعها الطبيعية، وفي الجنوب يتيح الموقع للزائر التعرف بالتفصيل إلى كافة مواقع ومعالم مدينة البتراء التاريخية كالدير والخزنة والسيق وقصر البنت والمحكة وغيرها، فالبتراء تعد من مواقع التراث العالمي التي تواكب العصر، بفضل سلسلة من الكاميرات التي تقدم بثا مباشرا للموقع المذهل مع إطلالات ساحرة على الجبال المحيطة، و يتجول الموقع أيضا في العقبة ووادي رم ووادي الموجب وغيرها من المواقع (البوابة الالكترونية العرب، 2024)

وفيما يخص التجربة الافتراضية لمدينة البتراء، فقد تعاونت الجهات المسؤولة مع شركات مثل "Flyover Zone" التي تقدم جولات افتراضية للمواقع الأثرية حول العالم، كما تم التعاون مع Google Street" «Viewلتقديم صور بانورامية للموقع، مما يسهل على الزوار استكشافه افتراضيًا.

2.2 الدروس المستفادة من هذه التجارب

تعتبر التجارب المشار إليها أعلاه، جزءًا من الاتجاه العالمي نحو استخدام التكنولوجيا لتعزيز السياحة الثقافية والتراثية، فمن خلال تقديم تجارب افتراضية، تستطيع هذه المواقع جذب جمهور عالمي وتقديم محتوى تعليمي غني وتقليل الأثر البيئي على المواقع التاريخية.

كما أنّ هذه المبادرات تعكس كيف يمكن للتكنولوجيا، أن تلعب دورًا حاسمًا في الحفاظ على التراث الثقافي وتعزيزه. وبعد استعراض تجارب كل دولة المملكة

العربية السعودية، الإمارات العربية المتحدة، مصر والأردن حول السياحة الافتراضية، يمكن تلخيص أهم الدروس المستفادة منها فيما يلي:

1.2.2 التكنولوجيا كعامل تمكين

أظهرت هذه التجارب أن استخدام التكنولوجيا المتقدمة، يمكن أن يعزز من جاذبية المواقع السياحية ويجعلها متاحة لجمهور عالمي، حيث تلعب التكنولوجيا دورًا محوريًا في تحويل المواقع السياحية إلى تجارب افتراضية غامرة، من خلال استخدام تقنيات مثل: الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) ، إذ يمكن للزوار استكشاف المواقع السياحية بشكل تفاعلي دون الحاجة إلى السفر الفعلي.

2.2.2 الشراكات الفعالة

توفر الشراكات مع الشركات التقنية الرائدة، الخبرات والموارد اللازمة، لتطوير منصات سياحية افتراضية متقدمة، بالتالي المساهمة في تسريع عملية التحول الرقمي للمواقع السياحية.

3.2.2 التسويق العالمي

من خلال تقديم جولات افتراضية، يمكن للمواقع السياحية الوصول إلى جمهور عالمي وزيادة الاهتمام بالمواقع الثقافية والتاريخية، مما يعزز من مكانتها كوجهات سياحية عالمية.

4.2.2 التعليم والتوعية الثقافية

السياحة الافتراضية ليست مجرد أداة ترفيهية، بل يمكن أن تكون وسيلة فعالة للتعليم والتوعية الثقافية، مما يساهم في تعزيز الفهم الثقافي والتاريخي للمواقع السياحية.

3. واقع السياحة الافتراضية في الجزائر ومتطلبات تفعيلها

في العصر الرقمي الذي نعيشه اليوم، أصبحت السياحة الافتراضية واحدة من الأدوات الأساسية لتعزيز القطاع السياحي وتوسيع آفاقه. في هذا السياق، تسعى الجزائر إلى استكشاف إمكانيات هذه التقنية لتعزيز مكانتها السياحية على المستوى العالمي. سنقوم في هذا القسم باستعراض واقع السياحة الافتراضية في الجزائر، حيث سنلقي نظرة على موقع الجزائر في التقارير العالمية المتعلقة بالتنافسية السياحية، كما سنستعرض بعض التجارب والمبادرات التي تم تنفيذها في الجزائر لتفعيل هذا النوع من السياحة، كما سنناقش بعض الاستراتيجيات المقترحة، لتفعيل السياحة الافتراضية في الجزائر، بما في ذلك تطوير البنية التحتية التكنولوجية والتسويق الرقمي ودعم الابتكار المحلي.

1.3 موقع الجزائر في تقرير التنافسية السياحية العالمي وواقع ترويجها السياحي

بحسب الشكل أدناه، وحسب تقرير التنافسية السياحية العالمي لسنة 2024 احتلت الجزائر المرتبة 98 بعدد نقاط 3,42 نقطة، في حين كانت تحتل المرتبة 116 بعدد نقاط 3.1 نقطة في 2019 وهذا ما يظهر تحسن مؤشر التنافسية

بالجزائر، غير أنّ هذه الأخيرة تبقى متأخرة بذلك عن العديد من الدول العربية والإفريقية، وفق ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم 02: الترتيب العالمي للدول العربية بحسب مؤشر تنمية السفر والسياحة لعام 2024



المصدر: (المنتدى الاقتصادي العالمي، 2024)

وباستعراض المواقع الإلكترونية للهيئات والمؤسسات العمومية التي تعنى بالترويج السياحي، نجدها ضعيفة وتفتقد للمحتوى السياحي، إلى جانب عدم تحيينها وغياب التطبيقات الإلكترونية الحديثة المستخدمة في الترويج السياحي ومن هذه المواقع:

– موقع الديوان الوطني للسياحة " https://www.ont.dz" متوقف منذ مدة طويلة؛

– موقع مؤسسة الديوان الوطني الجزائري للسياحة"https//www.onatdz.com " :الموقع متاح باللغة الفرنسية فقط وكأن المسؤولين عن الموقع لم يضعوا في حسبانهم إلا السائح الأجنبي الذي يتقن اللغة الفرنسية، والأهم من ذلك أن الموقع لا يحتوي على تقنيات الواقع الافتراضي؛

– موقع الوزارة الوصية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية https://www.mta.gov.dz/الموقع يدعم اللغات عربية، فرنسية، غير أنه موقع عادي لا يحتوي على التقنيات الحديثة المتعلقة بالواقع الافتراضي ويفتقد لفيديوهات تعرف بالوجهات السياحية الجزائرية، وحتى الصور تفتقد للجودة العالية؛

– موقع :(https://www.visitalgeria.dz) لا يمكن تصفحه إلا بالنسخة الإنجليزية، وهو الآخر يبقى بعيدا عن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، أمّا عن منصات التواصل الاجتماعي لهذه المواقع، فهي لا تستجيب لتطلعات السياح الذين يبحثون دائما عما هو جديد حول السياحة الجزائرية.

2.3 عرض بعض المجهودات لتفعيل السياحة الافتراضية بالجزائر

وجّه وزير السياحة والصناعة التقليدية "حسن مرموري"، تعليمات إلى كافة المؤسسات التابعة للقطاع، مشددًا على أهمية تعزيز مفهوم "السياحة الافتراضية" بهدف الترويج الرقمي لوجهة الجزائر وللمنتجات التقليدية الجزائرية دون الحاجة إلى التنقل. وأكد على ضرورة تنظيم زيارات إفتراضية تسهم في تسهيل اختيار الوجهات السياحية المحلية والمنتجات التقليدية الوطنية، خاصة في ظل التأثيرات التي خلفتها جائحة فيروس كورونا. وتُتاح هذه التقنية الحديثة عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، وإنستغرام الخاصة بوزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، بالإضافة إلى البوابة الجزائرية (الديوان الوطني للسياحة، فيروس كورونا: دعوة إلى تفعيل السياحة الافتراضية للترويج لوجهة الجزائر، 2020).

كما شهد الصالون الدولي للسياحة والأسفار والنقل ومعدات الفنادق والإطعام، الذي أقيم في وهران خلال شهر فيفري 2024، فرصة مميزة للترويج للوجهة السياحية الجزائرية. وقد تم ذلك من خلال استخدام وسائل ترويجية تقليدية مثل المطويات والكتيبات، وأخرى حديثة كمنصات التواصل الاجتماعي والزيارات الافتراضية، بهدف تعزيز السياحة في الجزائر التي شهدت تطورًا ملحوظًا بعد جائحة كورونا.

هذا الحدث، الذي نظمته وكالة "أسترا" تحت رعاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية ووالي ولاية وهران، استقطب أكثر من 250 عارضًا من دول مختلفة، منها الجزائر، تونس، تركيا، قطر، مصر، وروسيا. وتم خلال المعرض عرض زيارات افتراضية للمواقع السياحية الجزائرية باستخدام تقنية ثلاثية الأبعاد، التي تبناها الديوان الوطني للسياحة. وتأتي هذه التقنية كجزء من استراتيجية الوزارة الرامية إلى رقمنة القطاع، حيث تم استخدامها في معارض دولية ومحلية للترويج لمقاصد الجزائر السياحية. و قد شملت الزيارات الافتراضية التي تم تطويرها بعد اقتناء الديوان الوطني للسياحة أجهزة الواقع الافتراضي في عام 2022، مواقعا بارزة مثل حصن 23 في الحي العتيق "القصبة" بالعاصمة، متحف "جميلة" في سطيف، وقصر "الدراع" في تيميمون. كما يخطط الديوان لإنتاج أفلام ثلاثية الأبعاد لمواقع سياحية أخرى، مثل "أسكرام" في تمنراست والموقع الأثري "سانتا كروز" في وهران، الذي يتميز بإطلالات خلابة على مدينة وهران ومنطقتها

الساحلية (الديوان الوطني للسياحة، الزيارات الافتراضية للمناطق السياحية الجزائرية تجلب المهنيين و عشاق السفر، 2024)

3.3 متطلبات تفعيل السياحة الافتراضية في الجزائر

تتطلب السياحة الافتراضية مجموعة من الشروط الأساسية لضمان تطبيقها بنجاح، خاصة في الدول النامية. ولا تقتصر هذه المتطلبات على البنية التحتية السياحية فقط، بل تمتد لتشمل الإطار المؤسسي والتنظيمي الذي ينظم العمل، وكذلك البنية التشريعية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى التطور في مجال تكنولوجيا المعلومات. ومن المتوقع أن يؤدي التوسع في استخدام السياحة الافتراضية إلى إحداث تغيير في هيكل قطاع السياحة التقليدي.

استنادًا إلى ما سبق، يمكننا اقتراح بعض المتطلبات الأساسية لتفعيل السياحة الافتراضية في الجزائر، ومن أبرزها:

1.3.3 تحديد المواقع السياحية الملائمة

هناك العديد من المواقع السياحية في الجزائر التي تمتلك مقومات تجعلها مثالية لتطبيق السياحة الافتراضية، وذلك بفضل تاريخها العريق وجمالها الطبيعي. ومن بين أبرز هذه المواقع:

تيمقاد: مدينة أثرية رومانية تُعد من أبرز المعالم التاريخية في الجزائر، حيث يمكن استخدام تقنيات الواقع الافتراضي لإعادة إحياء تاريخها وجذب الزوار من مختلف أنحاء العالم.

جميلة: موقع أثري آخر يعكس الحضارة الرومانية في الجزائر، ويمكن عبر السياحة الافتراضية تقديم تجربة غنية تُظهر عظمة هذا الموقع التاريخي.

قصر المشور بتلمسان: معلم تاريخي يعكس التراث المعماري والثقافي للمنطقة، ويمكن تطوير جولات افتراضية داخله لعرض تفاصيله الفريدة وإبراز قيمته التاريخية.

الأطلس الصحراوي: يوفر تجربة فريدة للتفاعل مع البيئة الصحراوية والمناظر الطبيعية الخلابة.

القصبة في الجزائر العاصمة: تُعتبر القصبة أحد المواقع التاريخية المدرجة ضمن التراث العالمي لليونسكو، وتوفر تجربة غنية للتعرف على العمارة التقليدية والثقافة المحلية.

هضبة الهقار: تتميز هذه المنطقة بتضاريسها الفريدة وجمالها الطبيعي، وتُعد مكاناً مثالياً لاستخدام تقنيات الواقع الافتراضي لاستكشافها.

وادي مزاب: مدينة غرداية في وادي مزاب تقدم تجربة ثقافية وتاريخية غنية، وتُعد مثالاً رائعاً للعمارة الإسلامية التقليدية.

تاسيلي ناجر: تحتوي على أحد أكبر المتاحف المفتوحة للفن الصخري في العالم، ويمكن للسياحة الافتراضية أن توفر وسيلة مثالية لاستكشاف هذه الرسومات والنقوش القديمة.

مدينة قسنطينة: تعرف بجسورها المعلقة ومعالمها التاريخية، مما يجعلها موقعاً جذاباً لتجارب الواقع الافتراضي.

هذه المواقع تمثل فرصاً استثنائية لتطبيق السياحة الافتراضية في الجزائر، حيث يمكن للسياح من جميع أنحاء العالم استكشاف هذه الكنوز الثقافية والتاريخية والطبيعية دون الحاجة إلى السفر الفعلي، مما يعزز من جاذبية الجزائر كوجهة سياحية عالمية.

2.3.3 تطوير البنية التحتية التكنولوجية

تحتاج الجزائر، في هذا السياق، لتفعيل السياحة الافتراضية إلى اتباع الاستراتيجيات التالية:

- تطوير استراتيجيات للسياحة الافتراضية في إطار تبني إستراتيجية تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، إعتمادا على تبادل الأفكار من الممارسين لهذه السياحة في مختلف الدول، و استنباط الحلول لتذليل تحديات و عوائق تبني التكنولوجيا على مختلف المستويات (الهياجي، 2019، صفحة 77)؛
- تعزيز الابتكار المحلي عبر دعم الشركات الناشئة الوطنية المتخصصة في التكنولوجيا، بهدف ابتكار حلول متقدمة ومبدعة لتطوير السياحة الافتراضية.
- يمكن للجزائر إقامة شراكات مع شركات تقنية عالمية ومحلية مثل "جوجل" و"مايكروسوفت" لتطوير منصات سياحية افتراضية؛
- على كل المؤسسات و الهيئات السياحية، تبني مفهوم تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في ميدان الخدمات السياحية الالكترونية بين

مختلف فروعها، لكي تستطيع لفت انتباه السياح و إقناعهم بأهمية المزايا التي تقدمها؛

- توسيع نطاق شبكة الإنترنت وزيادة عدد البوابات، لضمان اتصال مستمر وسريع يلبي الاحتياجات المطلوبة؛
- إنشاء قواعد بيانات شاملة ومتكاملة تتعلق بالموارد السياحية والمنتجات السياحية، مع دعم المواقع الافتراضية المرتبطة بهذا القطاع بكافة المعلومات اللازمة. وتُعد هذه المهمة من مسؤوليات وزارة السياحة بشكل خاص؛
- التركيز على تخطيط وتصميم المواقع الإلكترونية بطريقة تبرز الصورة السياحية بشكل جذاب واحترافي؛
- توظيف تقنيات الواقع الافتراضي كأداة لزيادة التشويق وتقديم معلومات إضافية، مما يعزز تجربة زيارة المواقع السياحية ويساهم في رفع الطلب على السياحة؛

3.3.3 التسويق الرقمي والعالمي

وذلك من خلال:

- الاستعانة بوسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية للترويج للسياحة الافتراضية في الجزائر على الصعيد العالمي؛
- إنتاج محتوى رقمي مميز وجذاب يعكس الثقافة والتاريخ الجزائري ويستهدف جمهوراً دولياً واسعاً؛

- استغلال انتشار شبكات الإنترنت والأجهزة الذكية لتوسيع نطاق استخدام تقنيات السياحة الافتراضية في التعريف بالمواقع السياحية؛
- اعتماد الجولات الافتراضية كوسيلة تسويقية فعّالة للوصول إلى السياح من مختلف أنحاء العالم.

4.3.3 التعليم والتدريب: وذلك من خلال:

- تقديم برامج تدريبية للعاملين في قطاع السياحة حول كيفية استخدام وتطوير تقنيات السياحة الافتراضية؛
- تطوير محتوى تعليمي مصاحب للجولات الافتراضية، مما يعزز من القيمة التعليمية لهذه الجولات؛
- التعاون مع المؤسسات التعليمية والثقافية، لتطوير برامج تعليمية تعتمد على السياحة الافتراضية، لتعزيز الوعي الثقافي والتاريخي.

5.3.3 الدعم الحكومي: وذلك من خلال:

- الحاجة إلى سياسات داعمة من الحكومة، لتشجيع الاستثمار في السياحة الافتراضية؛
- إنشاء هيئة أو لجنة مختصة لتطوير وتنظيم السياحة الافتراضية في الجزائر، مما يساعد في توجيه الجهود وتنسيقها بشكل فعال؛

بناءا على ما سبق، يمكن القول أنه لتفعيل السياحة الافتراضية في الجزائر، يتوجب عليها تحديد مواقعها السياحية الغنية بالتاريخ والطبيعة مثل تيمقاد والقصبة، كما يتطلب ذلك تطوير البنية التحتية التكنولوجية ودعم الابتكار المحلي والتعاون مع شركات تقنية عالمية. كما يلعب التسويق الرقمي دورًا أساسيًا في

الترويج للسياحة الافتراضية على المستوى العالمي. بالإضافة إلى ذلك، يعد التعليم والتدريب للكوادر البشرية ضروريين لضمان نجاح هذه المبادرات.

الخاتمة

تناولت هذه الدراسة موضوع السياحة الافتراضية كإحدى الظواهر الحديثة التي ظهرت نتيجة للتقدم التكنولوجي والرقمنة المتسارعة. حيث يساهم هذا النوع من السياحة في توسيع نطاق الوصول إلى المواقع السياحية، مما يعزز من التبادل الثقافي العالمي ويتيح للبلدان فرصة استقطاب زوار من مختلف أنحاء العالم. في هذا السياق، تم تحليل السياحة الافتراضية من خلال استعراض المفاهيم الأساسية والمقومات التي تدعمها، مع التركيز على تجارب ناجحة في دول عربية أخرى وكيف يمكن للجزائر الاستفادة منها.

كما أشارت الدراسة أنّ الجزائر برغم امتلاكها لمواقع سياحية غنية ومتنوعة ما زالت بحاجة إلى تعزيز بنيتها التحتية الرقمية واستثمار المزيد في التكنولوجيا لتحقيق أقصى استفادة من الإمكانات التي تقدمها السياحة الافتراضية. ومن خلال دراسة الواقع الحالي والتحديات التي تواجهها الجزائر في هذا المجال تقدم المداخلة رؤى وتوصيات تهدف إلى تطوير السياحة الافتراضية، كوسيلة لتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز مكانة الجزائر على الخارطة السياحية العالمية ومن بين النتائج المتوصل إليها:

- أظهرت الدراسة أن التكنولوجيا تلعب دورًا حاسمًا في تحويل المواقع السياحية إلى تجارب افتراضية غامرة، من خلال استخدام تقنيات مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز؛
- استعرضت الدراسة تجارب ناجحة في دول عربية مثل: السعودية الإمارات، مصر والأردن، حيث تم تطبيق التكنولوجيا لتعزيز جاذبية المواقع السياحية وتقديم محتوى تعليمي غني، مما ساهم في تقليل الأثر البيئي على المواقع التاريخية؛
- رغم التحسن في مؤشر التنافسية السياحية العالمي فيما بين 2019 و2024 إلا أنّ الجزائر، ما زالت متأخرة مقارنة بدول أخرى في المنطقة، كما أنّ المواقع الإلكترونية للهيئات السياحية تفتقر للتحديث والمحتوى الجذاب ولا تستخدم التقنيات الحديثة بشكل كافٍ؛
- تمتلك الجزائر مواقع سياحية غنية ومتنوعة يمكن أن تستفيد بشكل كبير من تطبيق السياحة الافتراضية مثل: تيمقاد، جميلة، والقصبة في الجزائر العاصمة...، مما يتيح فرصًا كبيرة لجذب الزوار من جميع أنحاء العالم.

واستنادًا إلى التحليل الشامل للواقع الحالي للسياحة الافتراضية في الجزائر وتجارب بعض الدول الشقيقة، نقدم مجموعة من التوصيات التي تهدف إلى تعزيز هذا القطاع الحيوي وتحقيق أقصى استفادة من الإمكانات التكنولوجية المتاحة:

- يجب على الجزائر الاستثمار في تطوير البنية التحتية التكنولوجية، بما في ذلك توسيع شبكة الإنترنت وزيادة عدد البوابات الرقمية؛
- تشجيع الابتكار المحلي عبر دعم الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا لتطوير حلول مبتكرة للسياحة الافتراضية؛
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية للترويج للسياحة الافتراضية الجزائرية؛
- تطوير محتوى رقمي جذاب يعكس الثقافة والتاريخ الجزائري ويستهدف جمهورًا عالميًا، مع التركيز على استخدام الجولات الافتراضية كأداة تسويقية؛
- الحاجة إلى سياسات داعمة من الحكومة لتشجيع الاستثمار في السياحة الافتراضية؛
- إنشاء هيئة مختصة لتطوير وتنظيم السياحة الافتراضية في الجزائر، مما يساعد في توجيه الجهود وتنسيقها بشكل فعال.
- تقديم برامج تدريبية للعاملين في قطاع السياحة حول كيفية استخدام وتطوير تقنيات السياحة الافتراضية.
- تحديد وتطوير المواقع السياحية الملائمة لتطبيق السياحة الافتراضية، مثل تيمقاد والقصبة وهضبة الهقار... و الاستفادة من تقنيات الواقع الافتراضي لتعزيز جاذبيتها وجعلها متاحة للزوار عالميًا.

قائمة المراجع

المراجع بالعربية

المقالات

1. سالمة، أ، عبد الوهاب، م، (2019): دور الواقع الافتراضي في تنشيط الحركة السياحية إلى مصر، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، *17*(2)، 135-146.

2. بوهني د، بربار ن، (2022): دور السياحة الافتراضية في تسويق الوجهات السياحية لدى وكالات السياحة و االأسفار –عرض تجارب دولية، مجلة الأبحاث الإقتصادية، *71* (17)، 176-195.

3. مصطفى، ز، (2017) السياحة الافتراضية وتأثيرها على دافعية الزوار لزيارة مرقد الصحابي سلمان المحمدي، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد: 113، 355-368.

4. فلاق، ص، شارفي، س، فوقة، ف، (2020): السياحة الافتراضية كمدخل لتفعيل القطاع السياحي في ظل جائحة كورونا مع الاشارة لإمارة دبي، مجلة أبعاد إقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، *10*(2)، 335-351.

5. ماضوي ع، بن جرودة ح، (2020): نحو تفعيل السياحة الافتراضية لتنشيط الوجهات السياحية في ظل أزمة فيروس كورونا كوفيد 19، مجلة بحوث الإدارة و الإقتصاد، *2*(2) ،50-63.

6. بركات، م، (2011): الواقع الافتراضي: فرصه و مخاطره و تطوره– دراسة نظرية– مجلة جامعة دمشق، *22*(2).

7. الشحات، ن، عبد المجيد، د، وأخرون (2024): الاتجاهات الحديثة للتقنيات التكنولوجية في المتاحف الافتراضية ودورها في زيادة الجذب السياحي، مجلة إتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، *26*(2)، 179-204.
8. بركنو ن، (2019): دور الواقع الافتراضي في تنمية الصناعة السياحية، مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، *2*(3)، 54-69.
9. محمدي، ف، (2021)، السياحة الافتراضية كبديل إستراتيجي للسياحة التقليدية في ظل أزمة جائحة كورونا، مجلة معالم للدراسات الإعلامية و الإتصالية، 3(2)، 93-124.
10. مخلف، ه و هداب، س، (2017). السياحة الافتراضية وتكنولوجيا المعلومات ودورهما في تحقيق التنمية المستدامة، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، 12(54)، 249-263.

الرسائل العلمية والأطروحات

1. الحسيني م، (2017)، أثر استخدام تقنية الواقع المعزز في وحدة من مقرر الحاسب الآلي في تحصيل واتجاه طالبات المرحلة الثانوية، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
2. عيشي، صليحة (2011)، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر و تونس والمغرب، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر. تم الاسترجاع من موقع :
/تحميل/الأداء-و-الأثر-الإقتصادي-و-الإجتماعي-ل/ketabpedia.com

وثائق مختلفة

1. الهياجي، ي، (2019)، *الفضاء الرقمي و السياحة الافتراضية العربية: البناء و السيرورة، مؤتمر الإبداعات الثقافية في العصر الرقمي، دار الفرقد*، دمشق، سوريا.

2. مركز الاستشارات التقنية، (2023)، تقرير السياحة الرقمية، وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، المملكة العربية السعودية.
3. الجابر، ع، (2009): إستخدام تكنولوجيا الواقع الافتراضي ونظم المعلومات الجغرافية في المجال السياحي، مركز المعلومات والأبحاث السياحية- ماس- الهيئة العامة للسياحة والآثار، المملكة العربية السعودية.
4. المنتدى الاقتصادي العالمي، (2024)، تقرير التنافسية السياحية العالمي لعام 2024. تم الاسترداد من:
https://arabic.cnn.com/travel/article/2024/05/30/world-best-tourism-
5. الديوان الوطني للسياحة،(2024)، *الزيارات الإفتراضية للمناطق السياحية الجزائرية تجلب المهنيين وعشاق السفر*، تاريخ النشر 2024/02/22، تمت الزيارة بتاريخ 2024/10/20,الساعة 14:30، منشور على البوابة الالكترونية وكالة الانباء الجزائرية، متوفر على الرابط:
https://www.aps.dz/ar/economie/157499-2024-02-22-11-25-45#
6. البوابة الالكترونية العرب، (2024)، السياحة الافتراضية.. جولات في أنحاء العالم من المنزل، تاريخ النشر 2020/03/29، تمت الزيارة بتاريخ 2024/10/20، منشور على البوابة الالكترونية العرب، متوفر على الرابط:
السياحة-الافتراضية-جولات-في-أنحاء-العالم-من-المنزل/alarab.co.uk
7. الديوان الوطني للسياحة ، (2020)، فيروس كورونا: دعوة إلى تفعيل السياحة الافتراضية للترويج لوجهة الجزائر، تاريخ الاسترداد 10 أكتوبر 2024، من وكالة الأنباء الجزائرية، متوفرة على الرابط:
https://www.aps.dz/ar/economie/86025-2020-04-06-22-51-33

المراجع باللغة الأجنبية

1. Ulrike, Gretzel et al. (2015): *Smart Tourism: Foundation and development*, Electron Market.
2. Benyon, D., Quigley, A., O'keefe, B., & Riva, G. (2014): Presence and digital tourism. AI & society, 29.