

الميديا الجديدة و السلوك السياحي لدى الشباب
-دراسة تقييمية-

د/ سعد بلمداني ، جامعة الاغواط
belmadanirabia@gmail.com

ملخص :

اصبحت السياحة صناعة قائمة بحد ذاتها ، فاعتمدت عليها اقتصاديات العديد من الدول ، خاصة في ظل التحولات الجذرية التي شهدها الاقتصاد العالمي ، وتماشيا مع التطورات التكنولوجية الخاصة وتداخلها في جميع مناحي حياة الفرد ، الأمر الذي أعطى للتكنولوجيا قوة ومكانة كبيرة في قيادة الاقتصاد العالمي على اختلاف قطاعاته ، وبالتركيز على الميديا الجديدة وتطبيقاتها وعلى أثرها الكبير على الشباب اليوم ، وعلى قدرتها في اقتحام مجالات الأنشطة الاقتصادية كالترويق والتسويق والبيع ، خاصة وان البحث عن أفضل أنواع المنتجات والخدمات والأسعار التنافسية التي حققت للفرد حاجياته ورغباته تتم عن طريق شبكة الانترنت . ونظرا لسمات مواقع التواصل الاجتماعي اتسمت بالسرعة والانتشار والتأثيرات الممتدة من الرسالة الى الوسيلة الى الجماهير ، داخل المجتمع الواحد أوبين المجتمعات ، وفي ظل التطورات التي يشهدها قطاع السياحة باعتباره من اهم القطاعات الاقتصادية وأكثرها تأثرا بالمنافسة نتيجة التحديات الكبرى والتطورات الهائلة في مجال صناعة السياحة ، حتم على هذا القطاع المواكبة لضمان استمرارية . مما سمح بظهور مفهوم جديد " السياحة الالكترونية " الذي أعطت له الدول المهتمة بصناعة السياحة مكانة كبيرة في انتاج الخدمات والمنتجات السياحية والترويق لها وتسويقها وتصريفها ، والاستفادة من الفرص الكبيرة التي توفرها السياحة الالكترونية بزيادة معدل النمو الاقتصادي ، ومساهمتها في زيادة حركة التجارة الخارجية . فالسياحة الالكترونية تضمن للمستثمرين الإقبال المتزايد والدائم للزوار باعتبارهم زبائن محتملين والحفاظ على الزبائن الدائمين ، من خلال التأثير فيهم بتحريك دوافعهم وفهم حاجياتهم .

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي ، السياحة ، الشباب ، السياحة الالكترونية

مدخل لفهم شبكات التواصل الاجتماعي:

لغة: في التعريف اللغوي سنحاول تجزئة المفهوم المركب :

- ش. ب.ك : الشبك الخط والتداخل ومنه تشبيك الأصابع والشبابة واحدة الشبابيك المشبكة من الحديد والشبكة التي يصاد بها وجمعها شبك واشتبك الظلام اختلط .¹

1- ابن منظور ، مصدر سبق ذكره ، ج3، ص275.

- التواصل : تواصل الشخصان اجتماعيا واتفقا .²

- اجتماعي : ج . م . ع منسوب إلى الاجتماع، هو اجتماعي بطبعه : له نظرة تميل إلى معايشة الناس في المجتمع والاختلاط بهم.³

وفي اللغة الانجليزية social media تعني الترجمة الحرفية الوسائط الاجتماعية ، لكن ليست الكلمة الدقيقة لوصف عملية التفاعل ، ونجد كذلك مصطلح آخر social newrking أي الترابط الشبكي ، لكن يعتبر تعبير التواصل الاجتماعي هو الأدق.

ب. اصطلاحا : يشير مصطلح اجتماعي إلى احدى الاحتياجات الغريزية التي لاغنى للناس عنها في بناء حياتهم فطبيعة الحياة البشرية تقتضي تواصل الناس مع بعضهم البعض .⁴

والإنسان كائن اجتماعي مثلما عرفه الكثير من الفلاسفة ، فهو لا يعيش إلا في الجماعة بخلاف الكثير من الحيوانات التي قد تعيش بمفردها لذلك فإن أي فكرة أو أي اختراع جديد ، يتسم بالتفاعل لابد أن يجد مكانه بين الناس أو فئات من الناس وهذا ما حققته فكرة شبكات التواصل الاجتماعي.

والشبكات الاجتماعية عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع أو أكثر من أنواع الترابط التي تشمل القيم والرؤى ، والأفكار المشتركة ، والاتصال الاجتماعي ، والقربة ، والصراع ، والتبادلات المالية والتجارية ، والعضوية المشتركة في هذه المنظمات والمجموعات المشاركة في حدث معين وجوانب أخرى عديدة في علاقات الانسان.⁵

وعرفها الضراب بانها : " مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع إفتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد ، جامعة ، مدرسة ، شركة . . .) ."⁶

وعرف سافكو شبكات التواصل الاجتماعي بأنها : " الوسائط التي نستخدمها لنكون اجتماعيين"⁷ ويرى الشهري بأنها : " منظومة من الشبكات الالكترونية تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات ، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة او الثانوية"⁸

وعرفها بويد أنديليسيون بانها : " خدمات تعتمد على الانترنت وتسمح للأفراد بما يلي :⁹

2- المصدر نفسه ، ج 2، ص341.

3- المصدر نفسه ، ج 1 ، ص 206.

4- Manuel castells and Custavocardoso, The network society from knowledge to policy, The johs hopkins university, Wachington, 2005, p8.

5- Ibid, p9.

6- محمد سيد ريان ، الإعلام الجديد ، ط01 ، مركز الأهرام للترجمة والنشر والتوزيع ، مصر ، 2013 ، ص 12.

7- المرجع نفسه ، ص 12.

8- الشهري فايز بن عبد الله ، الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراقبين " ، صحيفة الرياض ، ع 07، 14776، 2012/08/15.

9- Amir Nlichtand and Jordan Isiegel, the social dimensions of entre prenemship, Oxford hand book of entre preneurship, Oxford university press, 2006, p22-23.

- بناء ملف شخصي عام أو شبه عام ضمن إطار محدد.
- تظهر لائحة المستخدمين الذين يشاركون مع بعضهم.
- عرض قائمة الاتصال وما قام به الآخرون داخل نفس النظام.

شبكات التواصل الاجتماعي: حتمية الاستخدام

الشبكة الاجتماعية الرقمية هي مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية وتعتمد دراسة الشبكات الاجتماعية على نظرية الشبكات مستخدمة المنحنيات* ، والتحليل السوسيولوجي هو مجال دراسة الشبكات الاجتماعية وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقة الصداقة ، كما تطلق على الشبكات الاجتماعية* الرقمية عدة تسميات منها الويب 2.0 ، الشبكات الرقمية الاجتماعية ، الشبكات الاجتماعية ، وسائل الإعلام الاجتماعية ، مواقع الشبكات الاجتماعية. فالشبكة الاجتماعية هي بنية اجتماعية ديناميكية مشكلة من قمم وأطراف ، فالقمم تشير الى أشخاص أو منظمات ، وهي مرتبطة ببعضها البعض بتفاعلات اجتماعية.¹⁰

عند الحديث عن الشبكات الاجتماعية نجدها نتيجة تكاثف جانبيين : من جهة الجانب الاجتماعي والمجتمعي والجانب الآخر هو الجانب التكنولوجي والانترنت ، فمن وجهة نظر اجتماعية حسب واز رمان وفروست الشبكة الاجتماعية هي مجموع العلاقات بين الكيانات الاجتماعية (أفراد) ، ويمكن أن يقتصر الاتصال بين هؤلاء الأفراد على علاقات تعاونية ، صداقة ، استشهادات ببيولوجرافية ، وتكون هذه المصادر رسمية وغير رسمية ، ملموسة وغير ملموسة.¹¹

من أجل تحليل الشبكات الاجتماعية يرى فروست و وارزمان ضرورة التركيز على ثلاثة مفاهيم أساسية:¹²

- الفواعل وأفعالهم ككيانات مستقلة.
 - بيئة توفر فرصا للاعبين وتمارس ضغوطا على أفعالهم الفردية .
 - الهياكل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي لها تأثير في طبيعة العلاقات بين اللاعبين .
- وبهذا يكون لدينا كل المفاهيم السوسيولوجية لتعريف الشبكة الاجتماعية : الأشخاص ، والعلاقات الخاصة بهم (اتصالات) ، أوجه التقارب بينهم والبيئة المحيطة هم .

* - نظرية الشبكات هو مجال من علوم الشبكات ، وجزء من نظرية الرسوم البيانية ، لها تطبيقات في العديد من التخصصات ، وتتمثل نظرية الشبكة بدراسة الرسوم البيانية كتمثيل للعلاقات المتماثلة ، أو بشكل أعم للعلاقات غير المتكافئة بين كائنات منفصلة . وتشمل تطبيقات نظرية الشبكة شبكات الدعم اللوجستي ، شبكة الويب العالمية، شبكة تنظيم الجينات، وشبكات الأيض، والشبكات الاجتماعية، والشبكات المعرفية ، بالإضافة إلى العديد من التطبيقات الأخرى.

* - يرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعية إلى عالم الاجتماع جون بارنز في 1954.

10 - مرسي مشري ، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف ، مجلة المستقبل العربي ، عدد 29 أبريل 2011 ، مركز دراسات الوحدة العربية ، لبنان ، 2011 ، ص 150.

2- Stqnley Wasserman, and Katherine Faust, Social network analysis::ethods and applications, structural analysis in the social sciences, ca:bridge university prees, NEW YORK, 2004, p20.

12 - Ibid, p22.

أما من وجهة نظر تكنولوجيا فالشبكة تشمل مجموع المعدات الموصولة مع بعضها البعض ، التي تستعمل من أجل نقل كم متدفق من المعلومات ، فيوجد شبكات الكومبيوتر التي نجدها في المؤسسات ، شبكات الهاتف أو كذلك شبكة الشبكات وهي الانترنت ، التي تسمح بربط علاقات بين آلاف الأشخاص حول موضوع محل اهتمام مشترك ، أو السماح لهم بتبادل المعلومات ، أو كذلك المشاركة في التظاهرات ، وكل هذا يحدث عن بعد ومن دون اتصال حقيقي .¹³

هناك عدة تسميات تطلق على شبكات التواصل الاجتماعية مثل : البرامج الاجتماعية ، إلا أن البرامج الاجتماعية ليست في الأصل سبب بروز الشبكات الاجتماعية الرقمية ، فكل فرد يملك شبكته الاجتماعية الخاصة به سواء كان موصولا بشبكة الانترنت أم لا ، فالشبكات الاجتماعية كانت دائما موجودة ، حيث نجد نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط علاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل . أما الانترنت فقد ساهمت في تضخيم الظاهرة وتطوير الممارسات المرتبطة بالشبكات الاجتماعية ، كما تسمى وسائل الاعلام الاجتماعية وهي الانترنت المبنية على التطبيقات (APPLICATIONS) التي تركز على بناء الشبكات الاجتماعية أو علاقات اجتماعية بين البشر ذوي الاهتمامات المشتركة أو النشاطات المشتركة . وتعتمد مواقع الاعلام الاجتماعية اساسا على التمثيل لكل مستخدم (ملف شخصي PROFILE) وكذلك خدمات متعددة أخرى ، حيث تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار ، النشاطات ، الأحداث ، الاهتمامات في اطار شبكاتهم الشخصية ، بالاضافة إلى توسيع اطار تطبيقاتهم من خلال تزايد تأثيرهم في المجتمع والحكومة .¹⁴

إن التفسير السوسيولوجي أقرب إلى تفسير نشأة شبكات التواصل الرقمية ، فغريزة الاجتماع لدى الفرد جعلته يسعى دائما إلى التعرف إلى الآخرين من خلال الحديث اليهم ومحاولة التعرف عليهم ، حيث إن الاستمالة بالردشة بالكومبيوتر تساهم في خلق السلوك القبلي عبر الانترنت لدى الفرد ، كما يسميها جانيس بليدل ، فشبكات التواصل الاجتماعية الرقمية ، كما يقول بليدل : " ليست تجاور مجموعة أفراد معزولين ، وإنما هي هيكل اجتماعي حقيقي يستند إلى تماسك أعضائه عبر مستويين :

- داخل الجماعة من خلال المشاركة في استخدام اللغة ، الرموز ، الحالات العاطفية.
- بالمقابل مع العالم الخارجي ، من خلال المنطق المانوي (MANICHENNE) حيث يتواجه النقيضان "هم" و"نحن".¹⁵

¹³- Philippe Torloting ,Enjeux et perspectives des réseaux sociaux,mémoire de master en marketing management et technologies de l'information,institut superieur du commerce , paris,2006,p10.

14 - مرسى مشري ، مرجع سبق ذكره ، ص 152.

15 - المرجع نفسه ، ص 152.

ويضيف بليل أن الاستراتيجيات القبلية من أجل البقاء تعتمد على توسيع إقليم نشاطهم ، من خلال مضاعفة عدد الأصدقاء في مواقع كالفيسبوك ، والدفاع عنهم ضد الهجمات الخارجية (تعليقات سلبية ، التحرش ، الاستفزاز المعنوي ، التخريب) .

وبعد تشكل الجماعة الالكترونية عبر الانترنت ، تأخذ بالبحث عن بعضها البعض عبر فضاءات مستقل خاصة بهم (ألعاب ، تسلية ، مجال مهني) ، فضاءات حيث يحس الفرد بأنه مركز اهتمام الجماعة ، وهذا ما يسمى بالفردانية الرقمية في الشبكة التي ولد الشعور بالأنسنة الاجتماعية .

كما تولد الدردشة بالكومبيوتر النزعة بالتواجد معا ، والبحث دائما عن الآخرين ورغبة في مد الروابط معهم ، وهي تشبه إلى حد كبير النزعة الاجتماعية في التواجد كل مساء مع الأصدقاء في المقاهي في العلاقات الاجتماعية العادية ، وبالتالي يصبح المجال الالكتروني الرقمي ميدان تطور هوية الفرد ، حيث يقيم به ويتطور فيه ، ليصبح محرك تطور هويته وشخصيته.¹⁶

ولقد عرفت شبكات التواصل الاجتماعية رواجاً كبيراً من قبل الشباب في كل أنحاء العالم ، حيث بلغ عدد المشتركين في شبكات التواصل الاجتماعي 22 مليون مشترك في فرنسا وحدها فقط ، أي بنسبة 64 بالمائة من عدد السكان ، وبنسبة ارتفاع تقدر بـ 45 بالمائة مقارنة بسنة 2007 ، حيث احتل موقع فايسبوك الصدارة بـ 12 مليون زائر في فرنسا وحدها (200 مليون في العالم) ، وبنسبة ارتفاع تقدر بـ 443 بالمائة ، كما قدر عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعية في الولايات المتحدة بـ 133 مليون مستخدم سنة 2008 ، أي بنسبة زيادة سنوية تقدر بـ 9 بالمائة ، في حين نجدها تعرف ارتفاعاً في باقي أرجاء العالم ، حيث تقدر نسبة الزيادة السنوية في عدد المشتركين بـ 23 بالمائة في آسيا ومنطقة المحيط الهادئ ، و 35 بالمائة في أوروبا ، و 33 بالمائة في أمريكا اللاتينية ، و 66 بالمائة في الشرق الأوسط وأفريقيا ، وهذا حسب احصائيات موقع كوم سكور come score.¹⁷

وفي دراسة احصائية أخرى صدرت عن موقع strategy analytics فإن شعبية المواقع الاجتماعية في تزايد مستمر ، حيث يقدر عدد المستخدمين لهذه المواقع بـ 489 مليوناً سنة 2008 ليتضاعف سنة 2011 إلى 907 ملايين مستخدم ، ويتوقع أن يصل عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعية إلى حوالي مليار وخمسة ملايين مستخدم بحلول 2012.¹⁸

ونتيجة هذا الرواج فتحت أهم وسائل الاعلام نوافذ لها على شبكات التواصل الاجتماعية ، مثل القنوات الفضائية ، من أجل تحقيق المزيد من المتابعة لبرامجها ، وكذلك من أجل تحصيل المزيد من المعلومات عبر هذه الشبكات ، كما يرى ديفيد بال أستاذ التسويق بكلية وارنتون أن نجاح هذه المواقع واستمرارها يعتمد على قدرتها

¹⁶ - François Perea , L'identité numérique: de la cité à l'écran. Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique, les enjeux de l'information et de la communication ; vol 1 ; cairne, p147.

¹⁷ - المرجع نفسه ، ص 44.

¹⁸ - مرسى مشري ، مرجع سبق ذكره ، ص 154.

على شد انتباه أعضائها ، ويقول إن بعض هذه المواقع واستمرارها يعتمد على قدرتها على شد انتباه أعضائها ، ويقول إن بعض هذه المواقع سوف يأتي ويذهب ، ويقدم مثالا موقع friendster الذي أنشئ عبر شبكة الانترنت سنة 2003 ، وبسرعة أصبح يملك 20 مليون زائر ، وفي اواخر 2005 انخفض عدد الزائرين إلى أقل من مليون بعد ماي سبيس my space.¹⁹

وتتميز شبكات التواصل الاجتماعي أو الانترنت الاجتماعية بعدة مميزات أهمها:²⁰

1. التشاركية والتفاعلية: إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته في الشبكة بكل المعلومات المتعلقة به سواء بشخصه (أذواق، ملابس، رياضة، موسيقى) أو المتعلقة بثقافته لغته، دينه، تقاليده ، أو المتعلقة بموطنه (من خلال نشر خرائط وصور عن مدينته ، أو أصدقائه ، بعض المعالم الأثرية ببلده) التي يرغب في إيصالها إلى الطرف الآخر

2. الحضور الدائم غير المادي: حيث لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم ، إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر من خلال ترك رسالة نصية ، أو صور أو معلومات عن افلام أو موسيقى أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر ، الذي يمكن أن يرد عليه بنفس الطريقة من دون أن يلتقيا في وقت متزامن ، كما يمكن لهما الاتصال مباشرة سواء من خلال الدردشة النصية أو من خلال الدردشة الشفوية باستعمال الميكروفون ، وكلتا الحالتين تتطلب أن يكون أحد الطرفين ملما بلغة الآخر (كتابة ونطقا) لتسهيل عملية التواصل ، وغالبا ما يكون الطرف الأضعف ثقافيا مطالبا باتقان لغة مخاطبه.

3. الوضوح الهوياتي: وهو شيء تلقائي يحدث بين الطرفين لأن الغاية هي التعرف إلى الآخر وتعريف بالأنا . بالإضافة إلى الخصائص العامة للاعلام الجديد كالانتشار وسهولة الاستخدام وغيرها .

وتعتبر أهم أشكال شبكات التواصل الاجتماعي هي : الفايسبوك والتويتر واليوتوب ، وهذا لا يعني وجود أشكال أخرى لكن على الأقل على المستوى العربي تعتبر هذه الأشكال الأكثر انتشارا وهو ما جعلها مجالا للدراسة. وشبكات التواصل الاجتماعي المقصودة هنا هي :

1. الفايسبوك facebook: موقع اجتماعي على شبكة الأنترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم ، أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب ، ويمكن للمستخدمين في الموقع الاشتراك في شبكة أو أكثر ، مثل المدارس أو أماكن العمل أو المناطق الجغرافية أو المجموعات الاجتماعية وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء والذين هم في نفس الشبكة ، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ، ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية .²¹

¹⁹ - Laurent Collée , ibid,p17.

20 - مرسي مشري ، مرجع سبق ذكره ، ص 157-158.

²¹ - Ibid,p24.

2. التويتر twitter: هو خدمة تدوين إجتماعية صغيرة تسمح للأعضاء المسجلين بنشر منشورات صغيرة تسمى tweet ، ويستطيع الأعضاء النشر ومتابعة منشورات الآخرين من خلال استخدام منصات وأجهزة عديدة ، ويمكن الرد أو النشر على تويتر باستخدام الهاتف المحمول بواسطة الرسالة النصية ، أو من خلال واجهة المستخدم على الموقع.²²

3. اليوتوب you tube: موقع خدمة مشاركة للفيديو يحمل شعار " بث نفسك " broadcast yourself ويسمح لمستخدميه بمشاهدة الفيديوهات المنشورة من مستخدمين آخرين ، وكذلك تحميل الفيديوهات الخاصة بهم.²³

شبكات التواصل الاجتماعي والشباب:

إن الربط العائلي بين الشريحة الشبانية وهذا الوسط الافتراضي يرجع إلى النسبة الكبيرة التي يظهر بها الفاعلون الشباب في هذا الوسط، حيث يعتبر موضوع البحث في العلاقة بين هذه الفضاءات والشباب من المواضيع الأكثر تناولا في جل بلدان العالم لكون الشباب يمثل الشريحة الاجتماعية الأكثر استهلاكاً لهذه الفضاءات. فالشباب اليوم يوصف بجيل الابهام*، أو بجيل الترحال**، وتوفر مختلف الوسائط الجديدة بصفة عامة فرصا للاتصال التي يدمجها الشباب في حياته اليومية للحفاظ على الروابط الاجتماعية والعلاقات وتشكيلها وتعزيزها، ومع ذلك فإن ازدياد شعبية وسائط الاتصال لم تعوض أشكالا أخرى من الاتصال، لأن الشباب يستخدم أكثر من وسيلة في نفس الوقت.²⁴

ولقد عالج الباحثون العلاقة بين الشباب والفضاءات الافتراضية من منظورات مختلفة وفي سياقات ثقافية متباينة مما سمح بإعادة النظر في العديد من المفاهيم والتصنيفات، والوصول الى استنتاج تدعمه الكثير من المعطيات الميدانية ومفاده أن هذه الفضاءات تُشكل الشباب وبذوره يُشكل الشباب هذه الفضاءات. إذ يلاحظ ان الشباب في جميع بلدان العالم يتميز بألفة أكثر بالانترنت والهاتف المحمول و...، وهو القوة الأولى المتبينة لمختلف التكنولوجيات الجديدة²⁵، والتي تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد نتائجها.

فالشباب يُظهر رغبة ملحة في التعبير الحر عن نفسه، وتكمن فيه استعدادات التمرد عن الثقافة والتقاليد السائدة، وبالتالي يتبع الشباب استراتيجيات استخدام خاصة به لتبني الفضاءات الافتراضية وتكييفها من أجل الابداع الثقافي والاتصال الاجتماعي.²⁶

²² - Ibid,p24.

²³ - Ibid,p25.

* - بالنظر لعلاقته بالهاتف المحمول، واستخدام أصبح الابهام أساسا في صياغة الرسائل.

** - للتنقل من وسط لآخر.

24 - السعيد بومعيرة، المعول والمحلي في الدراسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري: دراسة ميدانية، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي : الشباب والاتصال والميديا، تونس، 2010، ص

209.

25 - الفقرة 11 من اعلان المبادئ للمؤتمر الدولي من أجل مجتمع المعلومات ودور الشباب المنعقد في جينيف، ديسمبر 2010.

26 - السعيد بومعيرة، مرجع سبق ذكره، ص 209.

وقد ترتب على انتشار شبكات التواصل الاجتماعي تزايداً مطرداً في استخدامها حتى وصل عدد مستخدمي شبكة التويتر في العالم العربي نحو 6.5 ملايين مستخدم، بينما زاد عدد مستخدمي الفيسبوك عن 800 مليون مستخدم في العالم، وتجدر الإشارة أن هذه الإحصائيات لعام 2012 ولنا أن نتخيل الزيادة التي وصلنا إليها الآن²⁷. وفي تقرير أصدرته (وحدة مختبر المستهلك) في شركة (إريكسون) لسنة 2015، تنامي استعمال الانترنت في الجزائر، إلى "تزايد استخدامه داخل أوساط الشباب الذين أصبحت عاداتهم الاستهلاكية مماثلة لعادات نظرائهم في أوروبا وأمريكا" وأفاد التقرير أن ارتفاع استخدام الانترنت يقف وراءه الشباب، ممن تتراوح أعمارهم بين 15 و24 سنة، إذ تزداد عادات استخدامهم الأسبوعي لخدمات الانترنت والتطبيقات الذكية، وقال التقرير أن الجزائر على غرار كل من المغرب وتونس، أصبحت تشهد تحولات عميقة على مستوى توجهات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بفضل الشباب الذين ترتفع وسطهم نسبة الولج إلى الانترنت إلى 70 في المائة. وسجل التقرير أن 97 في المائة من أصحاب الهواتف الذكية في المغرب العربي والجزائر تحديداً، يستخدمون تطبيقات الهواتف النقالة، من أجل ولوج الشبكات الاجتماعية بالدرجة الأولى²⁸.

فرضت المتغيرات التكنولوجية والتطور في تقنية المعلومات والاتصالات صوراً حديثة للتعامل في مقدمتها الخدمات السياحية الالكترونية التي أصبحت في الوقت الحالي ضرورة حتمية لا يمكن لأي نشاط سياحي تجاهله. الأمر الذي أدى إلى ظهور المواقع السياحية المختلفة على شبكة الانترنت والتي لا تستخدم في التسويق السياحي الالكتروني فحسب بل تتعدى ذلك إلى إمكانية الحجز والدفع الالكتروني للرحلات السياحية. ونتيجة لذلك ظهر في منذ السنوات الماضية مفهوم السياحة الالكترونية، هذه المفهوم الجديد الذي أدى إلى تشكيل صورة جديدة للصناعة السياحية والترويج لمنتجاتها من خلال عدم الاعتماد فقط على الموروث الحضاري والثقافي كعامل وحيد في جذب السياحي ولكن باستغلال مفهوم الاستثمار في الثقافة وسياحة المعلومات.

- ماهية السياحة المغربية :

مفهوم السياحة :

إن أول ما سنحاول التطرق إليه هو إعطاء مدلول لمفهوم السياحة لغة اصطلاحاً، كما اختلف تعريف هذا المدلول من وجهة نظر رجال العلم إلى السياحة من حيث جوهرها فهي علم جديد اشترك في تكوينه عدد من العلوم الأخرى لذا تتعدد التعاريف وتتعدد المقاربات وتختلف الأهداف والنتائج. ولمعرفة وتحديد مفهوم السياحة نستعرض مفاهيم والتعاريف والاتجاهات النظرية التي تتعلق بها:

²⁷ - فهد بن علي الطيار، مرجع سبق ذكره، ص196.

²⁸ - هشام حدوم، 70 بلاتمة من الجزائريين مدمنون على الفيسبوك والفاير ، جريدة البلاد ، العدد: 31219، 2015/02/06، ص 19.

التعريف اللغوي: السياحة لغة هي الضرب في الارض حيث اشتقت من سيق الماء وسياحته وساح يسبح سياحتا إذا جرى على وجه الارض، السياحة هي الذهاب في الارض للعبادة والترهب، وساح في الأرض يسبح سياحة وسيوحا وسيحا وسيحانا أي ذهب في الارض⁽²⁹⁾.

وهذا ما ورد في قوله تعالى ﴿بَرَاءَةٌ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ إِلَى الَّذِينَ عَاهَدْتُمْ مِنَ الْمُشْرِكِينَ (1) فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ﴾³⁰ حيث ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في ثلاث مواضع أو مواطن من القرآن الكريم، ورد قوله تعالى ﴿التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾³¹، وورد قوله تعالى ﴿عَسَى رَبُّهُ أَنْ طَلَّقَنَّ أَنْ يُبْدِلَهُ أَزْوَاجًا خَيْرًا مِنْكُنْ مُسْلِمَاتٍ مُؤْمِنَاتٍ قَانِتَاتٍ تَائِبَاتٍ عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ ثَيِّبَاتٍ وَأَبْكَارًا﴾³². وعليه نقول بأن كلمة سياحة هي كلمة عربية معروفة عند العرب منذ القدم، وقد ورد ذكرها في القرآن الكريم.

أما في اللغة الانجليزية نجد كلمة Tour وتعني يجرول أو يدور، ما كلمة Tourism فقد استعملت أول مرة في أواخر القرن 18 في إنجلترا للدلالة على رحلة النبلاء الانجليز إلى أوروبا خصوصا إلى فرنسا لمتابعة الدراسة، ثم انتقل استخدامها إلى الدول الأوروبية للدلالة على شخص يسافر بهدف الاستجمام أو التعلم أو الاستشفاء. وكلمة Tour هي سلف ما نسميه اليوم Tourism باللغة الانجليزية وقد انتقلت كلمتا Tourist، Tourism إلى كل اللغات تقريبا في نهاية القرن 19، و وصفت لها تعاريف ومفاهيم محددة، فقد عرف السائح في سنة 1937 من طرف الخبراء ولأغراض احصائية بأنه: "كل شخص مسافر بغر 2 المتعة مبتعدا عن مقر سكناه لاكثر من 24 ساعة ولاق من سنة، أما التنقلات التي تقل عن 24 ساعة فتعتبر نزاهات"⁽³³⁾.

والان سوف نعرف بعض التعاريف لعدد من العلماء والباحثين والمهتمين بالسياحة. التعريف الصطلاحي: يعرف قاموس لاروس La Rousse السياحة بأنها: "عبارة عن مجموعة من الأنشطة المتعلقة بالاسفار والاستجمام أو نشاط سفر وزيارة موقعا من اجل المتعة والترفيه عن النفس"⁽³⁴⁾. أما قاموس Petit Robert فقد عرف السياحة بأنها: "الأنشطة المتعلقة بتنقل السياح وإقامتهم خارج سكناهم"⁽³⁵⁾. أما معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية فقد عرف السياحة بأنها: "انتقال أي شخص من مكان إقامته إلى مكان آخر لمدة قصيرة نسبيا والانفاق من مذكراته وليس من العمل في المكان الذي يزوره، وقد ينشد السائح مجرد زيارة

(29) ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثالث، دار صادر، بيروت .

³⁰ القرآن الكريم ، سورة التوبة ، الاية (2-1)

³¹ القرآن الكريم ، سورة التوبة الاية (111-112)

³² القرآن الكريم ، سورة التحريم ، الاية (5)

(33) Boyer (Marc) ، L'Invention du tourisme ، Art de vivre ، Découvertes Gallimard ، Paris ، 1996 p 93.

(34) La rousse- Borda: Dictionnaire de français N 00/06/79686 ، Imprimé on France ، 1997.

(35) Le petit (Robert) ، Dictionnaire de français ، 1987 ، p 1018.

أو تمضية الاجازة أو الصحة أو الدراسة، وبذلك ينتقل السواح بصفتهم مستهلكين لا منتجين وقد تكون السياحة داخلية أو خارجية⁽³⁶⁾.

في عام 1905 عرف (جوير فولر) E.guyer Feuller الالمانى السياحة بأنها: "ظاهرة من الظواهر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو، والاحساس بمجال الطبيعة وتذوقها، والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاص، وهي ثمرة تقدم وسائل النقل"⁽³⁷⁾.

هذا التعريف اهتم فقط بالجوانب الانسانية والنفسية وأهمل الجانب الاقتصادي والثقافي، وفي العام 1910 عرف العالم النمساوي (هيرمان فون شوليرون) Herlman von Sholleron على أنها: "الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا تلك العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الاجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة"⁽³⁸⁾.

هذا التعريف ركز على الجانب الاقتصادي للسياحة وأهمل الجانب النفسي والثقافي. وفي العام 1935 عرف العالم السويسري (جلاكسمان) R.Glucksman على أنها: "مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما، وبين الاشخاص الذين يقيمون في هذا المكان"⁽³⁹⁾.

يركز هذا التعريف فقط على العلاقات الانسانية التي تنشأ بين السائح والسكان الاصليين. وفي العام 1959 عرفها العالم السويسري (هونزيمبر) رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين بأنها: "مجموعة العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر وإقامة مؤقتة لشخص اجنبي في مكان ما، بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة ولا ترتبط بنشاط يحقق ربحا للشخص الاجنبي".

تعريف الهيئات والمؤتمرات: أما منظمة السياحة العلمية فقد عرفت السياحة بأنها: "نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الافراد من مكان الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق اخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة، ولا تزيد عن عام كامل لغرض من أغراض السياحة المعروفة ماعدا الدراسة والعمل"⁽⁴⁰⁾.

وفي مؤتمر الامم المتحدة لعام 1963 الذي انعقد في روما للسياحة والسفر الدولي بأنها ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 12 شهرا، بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية، والسياسة كالتأثير لها جناحان يتمثلان في السياحة الداخلية أو الخارجية". وهذا التعريف يبرز نفس الحقائق السالفة الذكر.

(36) أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان بيروت، 1978، ص 427.

(37) محمود كمال، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975، ص 13.

(38) شوقي حسين، السياسة التسويقية في مجال السياحة، الدار الجامعية للكتاب، القاهرة، 1975، ص 24.

(39) ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 1997، ص 22-93.

(40) محمد منير حجاب، الاعلام السياحي، دار الفجر، القاهرة، 2002، ص 21-22.

وفي مؤتمر أوتوا بكندا عام 1991 تم تعريف السياحة بأنها: "الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لفترة معينة من الزمن، لا يكن غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه"⁽⁴¹⁾.

وتعرفها الاكاديمية الدولية للسياحة بأنها: "اصطلاح يطلق على الرحلات الترفيهية وعلى هذا الاساس هي مجموعة الأنشطة الانسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات الترفيهية، وهي صناعة تتعاون على سد حاجات السائح"⁽⁴²⁾.

وقد اعتبر هذا التعريف السياحة صناعة قائمة بذاتها. وتعريفها مدرسة الفكر السويسرية من خلال الجنرال Kraft & Hunziker بأنها: "مجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة لسفر وإقامة الشخص الاجنبي إقامة مؤقتة، بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل مأجور"⁽⁴³⁾.

ومما تقدم نستنتج أن السياحة ظاهرة اجتماعية تتمثل في انتقال الفرد من البلد الذي يقيم فيه على سبيل الاعتياد إلى بلد آخر لاي غرض غير الهجرة أو العمل، فهي عبارة عن مزيج بين مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، لهذا اصحبت تشكل من جهة ظاهرة اجتماعية تتمثل في اشباع رغبات الافراد والمتمثلة في الراحة والاستجمام والاطلاع وحضور التظاهرات الثقافية والرياضية والتجاري، وظاهرة اقتصادية من جهة أخرى إذ تعتبر صناعة تختص بتقديم الخدمات وتساهم شأنها شأن القطاعات الأخرى في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. والان نستعرض بعض التعاريف لعدد من العلماء والباحثين والمهتمين بالسياحة حيث السياحة في جوهرها هي علم اشترك في تكوينه العديد من العلوم الأخرى.

تعريفها لدى رجال العلم: فالاقتصاديون ينظرون إلى السياحة من وجهة الطلب على خدمات السفر والمواصلات والاقامة (الفنادق، الشقق والمعسكرات) وكل ما يتصل بالرحلة المعينة من خدمات سلع، وينظرون إليها من جانب العرض على أنها صناعة منتجة للخدمات المذكورة.

أما علماء الاجتماع: فينظرون إلى السياحة على أنها رغبة في التعرف على أنماط أخرى من العلاقات الاجتماعية، أو ثقافات وعادات وتقاليد الشعوب الأخرى، ويرى البعض الآخر أن السياحة تعين الحركية الاجتماعية التي تتم إراديا أو اختياريا⁽⁴⁴⁾.

أما الانتربولوجيون: فينظرون إلى السياحة على أنها وسيلة للاتصال الثقافي والحضاري الذي يساعد على تكون الشخصية القومية، وتقليل المسافات الاجتماعية بين الشعوب.

(41) محيي الدين محمد مسعد، الاطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، 2002، ص 61-62.

(42) علي أحمد هارون، أسس الجغرافيا السياحية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص126.

(43) Tessa (Ahmed)، Economie touristique et aménagement du territoire، OPU، Algérie، 1993، p 21.

(44) امال الحمالي، السياحة والتنمية الاجتماعية في جمهورية مصر العربية، جامعة المنصورة، القاهرة، 1988، ص26.

أما علماء القانون: فيهتمون في تعريفهم أو دراساتهم للسياحة على الإجراءات الرسمية الخاصة بالانتقال وكيفية الدخول وفترة الإقامة المسموح بها والتشريعات الخاصة بالمؤسسات والهيئات القائمة على السياحة والاهتمام بالسائح⁽⁴⁵⁾.

أما من الناحية الثقافية: فالسياحة تتركز على ثقافة الأماكن فالأفراد الذين نزورهم، كما تتركز أيضا على يقافة الزائرين وذلك فيما يتعلق بالآثار الثقافي من فلكلور وآثار وتقاليد وعادات وقيم ... الخ، وطريقة تفكير الأفراد التي تدخل عليها تعديلات حسنة أم سيئة، فالحاجة إلى الراحة إذن تمكن الأفراد من اكتشاف عدة حضارات وشعوب⁽⁴⁶⁾.

أنواع السياحة:

تختلف تقسيمات السياحة باختلاف معايير تقسيمها وباختلاف الأهداف المراد الوصول إليها، سنعتمد في تقسيمنا للسياحة في هذه الدراسة على معيار الأهداف والرغبات التي يسعى السائح إلى الوصول إليها.

1- السياحة الثقافية:

يقصد بها كل استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة من خلال اكتشاف تراث عمراني، على غرار المعالم التاريخية والدينية أو تراث روحي، على غرار التقاليد والعادات الوطنية والمحلية.

2- السياحية الترفيهية:

يتمثل الدافع الأساسي وراءها في رغبة الشخص في الاستمتاع والترفيه عن النفس، فهذا النمط من السياحة يتضمن ممارسة الهوايات المختلفة على غرار الصيد، الغوص في البحار والتزلج على الثلوج. كما يتضمن زيارة المناطق الجبلية والصحراوية وشواطئ البحر التي تبعث الهدوء في النفس، الراحة والاستقرار. ويرتكز هذا النوع من السياحة على فرعين أساسيين هما: سياحة الشواطئ والسياحة الصحراوية.

3- السياحة العلاجية:

عرفها الاتحاد العالمي للسياحة أنها تقديم التسهيلات الصحية باستخدام المصادر الطبيعية للدولة، ويشكل خاص المياه المعدنية والمناخ.

ويمكن تعريف السياحة العلاجية على أنها انتقال الأشخاص من بلدانهم الأصلية إلى بلدان أخرى بهدف الاستفادة من العناصر الطبيعية التي وهبها الله لهذه المناطق في مجال العلاج والاستشفاء.

4- السياحة الرياضية:

أصبحت السياحة الرياضية في العصر الحالي من أهم أنواع السياحة لما توفره من إيرادات هام إلى جانب التعريف بمختلف أشكال السياحة الأخرى وباقي القطاعات الأخرى في الدول المصدرة لهذا النوع من السياحة، وتعتمد على

(45) وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2006، ص 36-36.

(46) Organisation mondiale du tourisme، Dimension humaine et sociale de l'activité touristique، Mexico، 1988، p6.

مجموعة من النشاطات الرياضية على غرار أنشطة سباق السيارات، التزحلق على الثلوج وغيرها من الأنشطة الرياضية.

الاسس السياحية:

1- الطلب السياحي: يقصد به مجموع الاتجاهات، الرغبات وردود الفعل اتجاه منطقة معينة، كما أن الرغبة في السفر تعبر عن دافع ثانوي في سلم الدوافع النفسية، بعد الدوافع الأصلية التي تقوم على اسس بيولوجية على غرار الجوع، العطش وغيرها.

2- العرض السياحي: يتجسد العرض السياحي في مجموعة عناصر ومقومات غير متجانسة من حيث طبيعتها، إلا أنها متكاملة فيما بينها من أجل تحقيق اشباع رغبات السائحين المختلفة.

وببساطة فالعرض السياحي هو كل ما يمكن عرضه من مغريات و وسائل للسائح. ويتميز العرض السياحي بثلاث خصائص رئيسية، تتمثل فيما يلي:

- عدم المرونة وعدم القابلية للتغير وفق رغبات وأذواق السائحين، خاصة بالنسبة للعناصر الطبيعية والتاريخية.
- استقلالية عناصره عن بعضها البعض، فتلك الطبيعية مستقلة عن الصناعية.
- المنتج السياحي لا ينتقل إلى السائحين وإنما يحدث العكس.

3- التسويق السياحي: هو ذلك النشاط الإداري والفني الذي تقوم به هيئات ومؤسسات داخل الدولة وخارجها، للتعرف على الاسواق السياحية الحالية والمحتملة، والتأثير فيها لتنمية الحركة السياحية الدولية القادمة منها.

ويتضمن التسويق السياحي تسويق المنتج السياحي والتعريف به، داخليا وخارجيا في سوق السياحة العالمية عبر قنوات منظمة من أجل إثارة الدوافع المختلفة لدى السائحين، لرفع حجم الطلب على المنتج السياحي للدول المصدرة للسائحين وإحداث نمو في الحركة السياحية الدولية.

وفي الواقع فإن عملية تنشيط التسويق السياحي تتوقف على مدى قوة المنتج السياحي، دور الاعلام في التعريف بمقومات الدولة السياحية، إلى جانب الظروف الامنية والسياسية في الدولة المصدرة للسياحة والدولة المستوردة لها.

4- الإيرادات السياحية والاستثمار السياحي:

* الإيرادات السياحية: هي كل ما تحققه الدولة من إيرادات من السائحين وما تحققه السياحة كنشاط اقتصادي وكوعاء ضريبي، إلى جانب ما يحققه الافراد، الشركات الوطنية، المؤسسات العمومية والخاصة في مجال السياحة، الفنادق، الطيران والملاحة. وتتأثر هذه الإيرادات بمجموعة من العوامل والمتغيرات منها:

- قوة المنتج السياحي للدولة.
- مستوى الخدمات السياحية المختلفة في الدولة.
- أسعار السلع والخدمات السياحية في الدولة.

- مدى الوعي السياحي في الدولة.
- قدرة السائحين على الانفاق السياحي.
- طبيعة النظام السياسي والاقتصادي في الدولة المصدرة للسياحة وفي الدول المصدرة للسائحين، إلى جانب العلاقة بين الدولتين.
- الوضع الأمني في الدولة المصدرة للسياحة.
- حجم الامكانيات الطبيعية والمادية المتوفرة في الدولة السياحية.
- * الاستثمار السياحي: يتمثل في مجموع ما ينفق في قطاع السياحة وما تستقطبه الدولة من استثمارات اجنبية موجهة لهذا القطاع. ويعتبر الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة لما تتيحه من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة. كما أن تطور الاستثمار السياحي يتوقف على مدى تدفق رؤوس الاموال المحلية والاجنبية للاستثمار في مجال السياحة، إلى جانب قوة المنتج السياحي المعروض وحجم الطلب عليه في سوق السياحة العالمية ومدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق السياحي للتعريف بمنتجها السياحي.
- 5- مبادئ وشروط ممارسة السياحة:
 - توفر مراكز دخول محددة تزود السائح بالمعلومات اللازمة عن منطقة السياحة من خلال المجتمع المحلي للمنطقة.
 - إدارة سليمة للموارد الطبيعية والتنوع الحيوي بطرق مستدامة بيئياً.
 - وضع قوانين صارمة وفاعلة لاستيعاب أعداد السياح وحمايتهم وحماية المواقع البيئية في نفس الوقت.
 - دمج سكان المجتمع المحلي وتوعيتهم وتنقيفهم بيئياً وسياحياً، وتوفير مشاريع اقتصادية للدخل من خلال تطوير صناعات سياحية وتحسين ظروف معيشتهم.
 - التعاون من اجل انجاح السياحة البيئية بتعاون مختلف القطاعات المختصة بالسياحة والبيئة معا.
- 6- إجراء عملية لتنظيم السياحة:
 - هناك جملة من المعايير تعتبر اجراءات عملية لتنظيم السياحة أهمها:
 - احترام القوانين المحلية والاقليمية والعالمية المتعلقة بقضايا البيئة والمحافظة على التراث الحضاري.
 - مراعاة القدرة الاستيعابية وعدم تخطيها.
 - تنمية الوعي البيئي للسكان المحليين.
 - اختيار وسائل نقل غير ملوثة للبيئة.
 - تشجيع إعادة التدوير وإعادة التصنيع والزراعة العضوية.

خاتمة :

اكتسبت التكنولوجيات الحديثة وفي مقدمتها الانترنت في الوقت الحالي أبعادا اقتصادية وتنموية جد إستراتيجية ، استفادة منها جميع القطاعات فقد عملت على تحويل الاقتصاد التقليدي إلى اقتصاد رقمي معرفي ، تمثل فيه الموارد اللامادية . المعرفة والمعلومة . أهم وسائل الإنتاج . فالتكنولوجيات الحديثة أصبحت عاملا حيويا في إحداث التنمية المتكاملة ، فاستخدامها لأغراض العمليات التجارية لزيادة توليد الدخل وزيادة إنتاجية العمل قلصت من تكلفة المعاملات وزادة من فرصة الوصول إلى الأسواق وربط المتعاملين مع بعضهم البعض وغيرها من المزايا التي توفرها لكل من المورد والمستهلك .

إن بتنوع شبكات التواصل الاجتماعي وانتشارها وسهولة استخدامها ، وتغطية شبكة الانترنت لكل مناطق الكرة الأرضية برزت عدة مفاهيم جديدة كالتجارة الالكترونية والإدارة الالكترونية والتسويق الالكتروني والسياحة الالكترونية ، هذه المفاهيم التي عرفتها العديد من الدول واستخدمت في إطار استراتيجيات النهوض بالقطاع السياحي بها

وبما أن السياحة كظاهرة اجتماعية واقتصادية تعد عاملا من عوامل التطور والتنمية ونشاطا يكمل بقية الأنشطة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية ، وكصناعة متكاملة تتضمن التخطيط والاستثمار والترويج والتسويق لمنتجاتها ، فقد أصبح تطوير الخدمات السياحية والاهتمام بالجودة من بين اهم أسس زيادة القدرة التنافسية في القطاع السياحي للدول الثلاث ، وعلى هذا الأساس أصبح اهتمام النشاط السياحي لكل من تونس والجزائر والمغرب من خلال استراتيجيات تنمية السياحة ، منصبا نحو تطوير الخدمات وتحسين جودتها وتوفير متطلبات السياحة الالكترونية وتأهيل العامل البشري .

مراجع ومصادر الدراسة :

1. المصادر :

.القران الكريم ، عن رواية ورش عن نافع

2. المراجع :

- ✓ إبراهيم عبد الله المسلمي: نشأة وسائل الإعلام وتطورها، القاهرة: دار الفكر العربي، ط2، 2005
- ✓ أحمد الجلال، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 1988
- ✓ أسماء فلحي، معادلة المجال الافتراضي والمجال الواقعي بالمغرب ، مركز دراسات الوحدة العربية ، لبنان 2013،
- ✓ أمال الحمامي، السياحة والتنمية الاجتماعية في جمهورية مصر العربية، جامعة المنصورة، القاهرة،
- ✓ باسل مروان، القطاع السياحي في ظل العولمة ،دار الهناء للنشر ،لبنان ،2008

- ✓ رحيمة الطيب عيساني: الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على العلام المرئي والمسموع، الرياض: جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، 2010
- ✓ زيد سلمان عبوي، السياحة في الوطن العربي ، الطبعة الاولى ، دار الراية للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن، 2008.
- ✓ سامية الساعاتي ،تصميم البحوث الاجتماعية ،نسق منهجي جديد ، دار النهضة العربي، بيروت ،1982
- ✓ سامية الساعاتي ، الشباب والتغيير الاجتماعي سلسلة شبابنا أماننا . ، الدار المصرية اللبنانية ،سنة 2003
- ✓ سامية الساعاتي: الثقافة والشخصية، بيروت: دار النهضة العربية، ط3، 1998.
- ✓ سعيد يس عامر، علي محمد عبد الوهاب: الفكر المعاصر في التنظيم والإدارة، القاهرة: مركز وليد سبر قيس، ط2، 1998
- ✓ شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، القاهرة: المكتبة الإعلامية، 2000
- ✓ شطاح محمد وآخرون: القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية، (عين ميلة: دار الهدى، 2002).
- ✓ شوقي حسين، السياسة التسويقية في مجال السياحة، الدار الجامعية للكتاب، القاهرة، 1975
- ✓ شادي ناصيف، فضائح الفايس بوك، القاهرة: دار الكتاب العربي، مصر، 2009.
- ✓ علي بن عبد الله عسيري: الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للإنترنت، (الرياض: مركز البحوث والدراسات، جامعة نايف العربية الأمنية، ط1، 2004.
- ✓ على أحمد هارون، أسس الجغرافيا السياحية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000
- ✓ محمود كامل، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، القاهرة : الهيئه المصريه العامه للكتاب، 1975
- ✓ مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999
- ✓ محمد منير حجاب، الاعلام السياحي، دار الفجر، القاهرة، 2002
- ✓ محيي الدين محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2002
- ✓ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 1997
- ✓ عبد الفتاح عبد النبي: تكنولوجيا الاتصال والثقافة، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1990.
- ✓ محمود الفطافطة: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، رام الله- فلسطين: المركز الفلسطيني للتنمية والحريات مدى، 2011

- ✓ ليلي أحمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، عمان: مكتبة الفلاح، الأردن، 2012.
- ✓ عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، الأردن: دار وائل، 2011.
- ✓ مي العبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة الحديثة، بيروت، 2006.
- ✓ محمد العقاب: الإنترنت وعصر ثورة المعلومات، الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر، ط1، 2001.
- ✓ عماد عبد الوهاب الصباغ، الحاسوب في إدارة الأعمال، عمان: دار الثقافة، 1996.
- ✓ صابر محمد عمار: التجارة الإلكترونية. مجالاتها ومتطلباتها، سوريا، النور للطباعة والنشر، 2003.
- ✓ طارق حماد: التجارة الإلكترونية: المفاهيم - التجارب - التحديات - الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الإسكندرية: الدار الجامعية، 2003.
- ✓ محمد علي محمد وآخرون: المرجع في العلوم الاجتماعية، مصر: دار المعرفة الجامعية، 1985.
- ✓ عزت حجازي: الشباب العربي والمشكلات التي يواجهونها، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون، 1978.
- ✓ عبد العاطي السيد: صراع الأجيال، دراسة في ثقافة الشباب، مصر: دار المعرفة الجامعية، 1990.
- ✓ ليلة علي، الشباب والمجتمع، أبعاد الاتصال والانفصال، مصر: المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، 2004.
- ✓ فاروق مداس، قاموس مصطلحات علم الاجتماع، سلسلة قوانين المنار، دار مدني، الجزائر 2003
- ✓ فرنسوا لسلي، نقولا مكاريز، ترجمة: فؤاد شاهين، وسائل الاتصال المتعددة ملتي ميديا، بيروت: دار عوידات للنشر والطباعة، ط1، 2001
- ✓ عبد المجيد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- ✓ Richard Harrison، Michel Thomas، identity in online communities: social networking sites and language learning، inter national journal of emerging technologies & society، vol 7، N°2، 2009.
- ✓ M. Danah Boyd، B. Ellison Nicile، social net work sites: definition، history and scholarship، journal of omputer mediated communication، vol 13، N°01، 2010
- ✓ Postnote، ICT in developing countries، parliamentary office of sciences and technology، 2006،
- ✓ Boyer (Marc)، L'Invention du tourism، Art de vivre، Découvertes Gallimard، Paris، 1996
- ✓ Cyril balaise، le commerce électronique entre professionnel (Internet)، paris، faculté de droit، 2004