وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الدكتور يحي فارس – المدية –
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية في الجزائر

دراسة وصفية مسحية لطلبة كلية علوم الإعلام والاتصال في يحي فارس بالمدية

في الفترة الممتدة بين ماي – جوان 2021

مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

من إعداد الطالبات:

ساكت هداية

معمر كنزة

الأستاذة المشرفة:

عفان إيمان

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الصفة
أ/ بووزة آية	رئيسا
د / عفان إيمان	مشرفا ومقررا
شاكر فزاني إبراهيم	عضوا مناقشا

السنة الدراسية: 2021 / 2022


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

تلوح في سماء القلب نجوم كثيرة لا يخفت بريقها أبدا

لأنها تحمل قلوبا أصيلة لا تتبدل ولا تتحول

فشكرا لأنكي شمس بين نجوم القلب

أتقدم بخالص الشكر إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة " عفان إيمان " على إرشاداتها وتوجيهاتها الحكيمة والرشيدة، وإتاحتها طيلة فترة إنجاز هذه المذكرة.

الشكر الموصول أيضا إلى الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة الذين تفضلوا بقراءة المذكرة.

كما لا يفوتني أيضا أن أشكر كل عمال جامعة المدية أساتذة كانوا أوإداريين.

الطالبين ساكت هداية ومعمر كنزة

إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد:

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكراتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضله تعالى مهداة إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما نورا لدربي

لكل العائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال من إخوة عبد الرحيم وعبد الرؤوف وأختي إيمان

إلى رفيقة المشوار التي قاسمتني لحظات رعاها الله ووفقها معمر كنزة

إلى كل من كان لهم أثر على حياتي، وإلى كل من أحبهم قلبي

الطالبة ساكت هداية

إهداء

إلى من تعجز الكلمات عن ذكر مآثرها، إلى الشمس التي

أنارت دربي بوجودها، إلى التي لن أوفها حقها مهما قلت فيها أمي العزيزة

الغالية أطال الله في عمرها

إلى صاحب القلب الكبير ونور أيامي

إلى من أفتخر بحملي إسمه أبي الكريم أطال الله في عمره

إلى إخوتي الأعزاء بشير، عز الدين، بشرى رمز المحبة والإخاء

إلى صديقتي الغالية على قلبي هداية

إلى ثمرة جهدي وميسرة أشهر من العمل الدؤوب

إلى كل من همه أمري وأسعده نجاحي

الطالبة معمر كنزة

مقدمة

أولا : الإطار المنهجي للدراسة

01- الإشكالية .

02- التساؤلات .

03- تحديد المفاهيم .

04- أسباب إختيار الموضوع .

05- أهداف الدراسة.

06- أهمية الدراسة .

07- المناهج و التقنيات المتبعة في الدراسة .

08- أداة الدراسة .

09- مجتمع الدراسة و العينة .

10- الدراسات السابقة .

ثانيا : الإطار النظري

الفصل الأول : مواقع التواصل الإجتماعي

تمهيد

المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الإجتماعي .

المطلب الأول : مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي.

المطلب الثاني : نشأة مواقع التواصل الإجتماعي .

المطلب الثالث : خصائص مواقع التواصل الإجتماعي .

المبحث الثاني : أهم مواقع التواصل الإجتماعي .

المطلب الأول : موقع الفايس بوك.

المطلب الثاني : موقع اليوتيوب .

المطلب الثالث : موقع تويتر .

المبحث الثالث : دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي و أهميتها .

المطلب الأول : دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي .

المطلب الثاني : إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الإجتماعي .

المطلب الثالث : أهمية مواقع التواصل الإجتماعي .

خلاصة الفصل

الفصل الثاني : المقومات السياحية في الجزائر

تمهيد

المبحث الأول : ماهية السياحة .

المطلب الأول : مفهوم السياحة .

المطلب الثاني : أهمية السياحة .

المبحث الثاني : مقومات الجذب السياحي .

المطلب الأول : المقومات الطبيعية .

المطلب الثاني : المقومات الثقافية (المقومات أثرية التاريخية ، الإنسانية ، الدينية).

المطلب الثالث : مقومات الجذب الإصطناعي .

المبحث الثالث : الركائز الأساسية لنهوض السياحة في الجزائر (مخطط تهيئة السياحية).

المطلب الأول : الركائز الأساسية لنهوض السياحة بالجزائر .

المطلب الثاني : مشروع تخطيط التوجيهي للتهيئة السياحية .

المطلب الثالث : التسويق السياحي عبر مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك) .

خلاصة الفصل

ثالثا : الإطار التطبيقي

المبحث الأول : التحليل الكمي و الكيفي للبيانات وفق الجداول البسيطة .

المبحث الثاني : التحليل الكمي و الكيفي للبيانات وفق الجداول المركبة .

نتائج الدراسة .

خاتمة .

قائمة المصادر و المراجع .

ملاحق الدراسة .

الجداول .

فهرس الدراسة .

مقدمة

مقدمة:

تعتبر السياحة من بين أكثر النشاطات الإنسانية المهمة للنهوض بالقطاع الإقتصادي في العالم والذي ينعكس بالإيجاب على المستويات الأخرى كالمستوى الثقافي والمستوى الإجتماعي.

وبالرغم من أهمية القطاع السياحي في مختلف دول العالم إذ أننا لا نجده يحظى بالإهتمام في الجزائر خاصة من قبل الطلبة الجامعيين ، مما أدى إلى عدم قدرة الأفراد المحليين والأجانب الإطلاع على الإمكانيات السياحية التي تتوفر عليها المنطقة ، إذ بعد الترويج أحد العناصر الهامة المسؤولة عن تعريف السياح بالمنتجات السياحية.

ومع تطورات التكنولوجية التي عرفها العالم والتي أحدثت نقلة نوعية في عالم الإعلام والإتصال ، ظهور شبكة الأنترنت التي قربت بين أفراد المجتمع الواحد والمجتمعات فيما بينها وألغت جميع الحدود الزمانية والمكانية ، مما جعلت العالم بمثابة قرية صغيرة ، بحيث أصبحت عملية نقل وتبادل المعلومات والأحداث والخبرات والثقافات سهلة في جميع أنحاء العالم.

ومن بين التطورات الحاصلة والتي مست شبكة الأنترنت هي مواقع التواصل الإجتماعي التي زاد الإهتمام بها نظرا للأدوار التي تلعبها في حياة الفرد والمجتمع ومن بين هذه المواقع موقع الفايس بوك وتويتر واليوتيوب وغيرها.

ويعد الفايس بوك من أهم هذه المواقع نظرا لإستخدامه الواسع بين الأفراد في العالم الإفتراضي من خلال تبادل المعلومات والمعارف المختلفة إلى أن أصبح أداة ترويجية ، بحيث أنه يقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات ومن بين هاته المجالات المجال السياسي الذي أصبح ذا أهمية قصوى في وقتنا الحالي خاصة في الجزائر وذلك لما تحتويه من مناطق سياحية ، ومن بين هذه الأماكن السياحية في الجزائر نجد ولاية المدية التي تتميز بمعالم سياحية منها السياحة الطبيعية والسياحة التاريخية والتي أصبحت حل إهتمام للكثير خاصة في ظل الإعتماد على واقع التواصل الإجتماعي كالفايسبوك والتي تساهم بشكل كبير في الترويج والتعريف بالمقومات السياحية.

وعلى هذا الأساس حاولنا من خلال دراستنا الحالية تسليط الضوء على دور مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك) في التعريف بالمقومات السياحية في الجزائر (ولاية المدية نموذجا)

وقد ارتأينا تقسيم هذه الدراسة إلى أربعة فصول:

فصل منهجي ، فصلين نظريين ، فصل تطبيقي.

حيث تطرقنا في الفصل الأول " المنهجي " الذي جاء تحت عنوان: الإجراءات المنهجية للدراسة بحيث قمنا بتحديد الإشكالية ، أسباب إختيار الموضوع ، أهمية إختيار الموضوع ، وأهداف الدراسة ومنهج الدراسة ،عرض الدراسات السابقة التي لها علاقة بالدراسة وعينتها.

أما الفصل الثاني فقد خصصناه للحديث عن مواقع التواصل الإجتماعي حيث تضمن تمهيد ثم مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي والنشأة ، الخصائص ، أهم مواقع التواصل الإجتماعي ودوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأهميته.

أما فيما يخص الفصل الثالث الذي جاء بعنوان: المقومات السياحية في الجزائر فتناولنا فيه مفهوم السياحة وأهميتها ثم مقومات الجذب السياحي ، الركائز الأساسية للنهوض بالسياحة في الجزائر (مخطط تهيئة السياحة)

أما بالنسبة للفصل الرابع: الذي يتمثل في الإطار التطبيقي فقمنا بجمع وتحليل البيانات كميا وكيفيا وعرض النتائج العامة لنصل بعد ذلك للخاتمة التي حددت ما قمنا باستخلاصه في الدراسة النظرية والتطبيقية.

الإطار المنهجي

01. الإشكالية:

شهد العالم اليوم في ظل التطورات في تكنولوجيا الإعلام والإتصال طفرة نوعية جديدة في عالم الشبكات مما أدى إلى إنتشار واسع وسريع في عوالم الإتصال والتواصل، وسهل وتيرة الحياة وممارسة الأعمال والمجالات العلمية المختلفة خاصة مع ظهور مواقع التواصل الإجتماعي التي باتت تعد من أبرز منتجات تكنولوجيا الأنترنت وأكثرها شعبية حيث إكتسبت دورا مهما في حياة الفرد والمجتمع، ليس على الصعيد الإجتماعي فحسب، بل على مختلف الأصعدة: الثقافية والسياسية والإقتصادية وحتى السياحية هذه الأخيرة التي أصبحت تعد حاليا من أكثر القطاعات الإقتصادية أهمية على مستوى العالمي لما تحققه من مداخيل وأرباح تعجز عن تحقيقها الكثير من القطاعات الأخرى.

وقد تزايد إهتمام الجزائر في السنوات الأخيرة بالقطاع السياحي، بشقيه الداخلي والخارجي، وعملت على التعريف بالمقومات السياحية التي تزخر بها مختلف مناطق الوطن بشتى الأساليب الترويجية وعلى رأسها مواقع التواصل الإجتماعي التي جعلت من العالم قرية صغيرة بحق.

وقد إرتأينا من خلال دراستنا هذه أن نسلط الضوء على مدى مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية كونها إحدى أهم مناطق الإستقطاب السياحي في الجزائر لما تتمتع به من خصائص طبيعية وثقافية وتاريخية تخولها لذلك، حيث نسعى إلى الإجابة عن التساؤل المحوري التالي:

- ما هوالدور الذي تلعبه مواقع التواصل الإجتماعي (الفايسبوك) في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية بالنسبة لطلبة جامعة يحيى فارس ؟

2 - تساؤلات الدراسة:

1- ما هي أنماط استخدام طلبة جامعة يحيى فارس بالمدية لمواقع التواصل الإجتماعي (الفايسبوك) ؟

2- كيف تساهم مواقع التواصل الإجتماعي (الفايسبوك) في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية حسب طلبة يحيى فارس ؟

3- ما مدى نجاح مواقع التواصل الإجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية بالنسبة لطلبة جامعة يحيى فارس ؟

3- تحديد مفاهيم الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم أحد أهم الخطوات التي يحتاجها الباحث في دراسته بهدف الإتفاق على المحددات الخاصة لكل مفهوم.

الدور:

لغة:

دار، يدور، دورا ودورانا، الشيء تحرك بشكل دائرة.[1]

إصطلاحا:

هونمط من الأفعال والتصرفات يقوم بها شخص ما، يشغل مكانة معينة في موقف معين يتضمن تفاعلا وهي المهام الواجب القيام بها.[2]

تعريف الإجرائي:

هوما يقوم به كل فرد من وظائف ومهام مناطة به بإعتباره عنصرا هاما في تنظيم أومؤسسة ما، إذ كل فرد في أي تنظيم لديه أدوار محددة يجب أن يقوم بها.

الموقع:

لغة:

مصدر ميمي من وقع، وقع من، له موقع عند فلان، إسم مكان من وقع.[3]

إصطلاحا:

يعرف بأنه مكان أومساحة يتم تخصيصها على شكل شبكة الأنترنت وهويحتوي على الكثير من المعلومات كما يجب أن يقدم خدمات تفاعلية أخرى للمستخدم، وكل موقع مقسم إلى عدة صفحات مع وجود صفحة رئيسية للموقع home page، وكل صفحة في الموقع عبارة عن نسق خاص أونظام معين ترتب فيه المعلومات بشكل منسق سواء كانت نصا، صورة صوتية، أوغير صوتية.[4]

التواصل:

لغة:

بالرجوع إلى مادة الوصل ،فإن الواووالصاد واللام أصل واحد يدل على ضم الشيء إلى شيء حتى يعلقه.[5]

---

[1] إبن منظور، **لسان العرب** ،دار صادر للطباعة والنشر، لبنان ،1997م،ص 157.

[2] إبراهيم مذكور وآخرون، **معجم العلوم الإجتماعية**، مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975 ،ص 200.

[3] عصام نور الدين، **معجم نور الدين الوسيط (عربي عربي)**، بيروت، دار الكتب العلمية، 2005م، ص 168.

[4] https M //bo7ooth.info تاريخ الإطلاع 2021/05/29

[5] أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الوازي، تحقيق عبد السلام محمد هارون، **معجم مقاييس اللغة**، دار الفكر، 1399هجري، ص 115.

إصطلاحا:

مفهوم يعني إستمرار العلاقة المتينة بين طرفي العلاقة المشاركين فيها.[1]

إنفتاح الذات على الآخر في علاقة حية لا تنقطع حتى تعود من جديد.

وعرفه الدكتور عمر نصر الله: بأنه علاقة بين فردين على الأقل كل منهما يمثل تنشيط الذات.[2]

التعريف الإجرائي:

التواصل هوبناء علاقة بين فردين أودولتين أومجتمعين، مما يحقق المنفعة المتبادلة بين الطرفين.

الإجتماعي:

لغة:

بالنظر في مادة الجمع نجد أن " الجيم والميم والعين " أصل واحد ،يدل على تضام الشيء، يقال جمعت الشيء جمعا.[3]

ويقول الله عز وجل: { إنما المؤمنون الذين آمنوا بالله ورسوله وإذا كانوا معه على أمر جامع لم يذهبوا حتى يستأذنوه } سورة النور { الآية: 62 }.[4]

إصطللاحا:

هو مجموعة من الأفراد يربط بينهما رابط مشترك يجعلها تعيش عيشة مشتركة تنظم حياتها في علاقات منتظمة معترف بها فيما بينهم.[5]

التعريف الإجرائي:

هو مصطلح يجمع عدد كبير من الأفراد المستقرين الذي تجمعهم روابط ومصالح مشتركة ترافقها أنظمة تهدف إلى ضبط سلوكهم.

المقومات:

لغة: جمع مقوم وجمعها أيضا المقومون، والإسم الفاعل منها هوالقوم وتعني ما يعطي قيمة لأي عمل أو مجموعة وتعني أيضا جمع ما يتكون منه الجسم أوالجهاز.[6]

---

[1] عصام سليمان الموسى ،**المدخل في الإتصال الجماهيري**، ط 01، مكتبة الكتاني أبرد، 1998م، ص 22.

[2] محمود حسن إسماعيل، **مبادئ علم الإتصال والنظريات**، الدار العالمية لنشر والتوزيع، 2003م، ص 30.

[3] إبراهيم مصطفى وآخرون، **المعجم الوسيط – مجمع اللغة العربية**، دار الدعوة ط 04 2004م، ص 135.

[4] القرآن الكريم سورة النور الآية: (62).

[5] محمد أمين المصري، **المجتمع الإسلامي**، دار الأرقم، الكويت، 2009، ص 12.

[6] أحمد زكي بدوي – صديقة يوسف محمود، **المعجم العربي – الميسر**، دار الكتاب اللبناني، دار الكتاب المصري ص 218.

إصطلاحا:

هي العوامل أو العناصر الأساسية للشيء.[1]

السياحة:

لغة:

تسيحا، أسيح، تسيح، تسيح فلان، مطاوع سيح، تنقل في البلاد للتنزه. [2]

إصطلاحا:

السياحة مجموعة من الأنشطة الحضارية والثقافية والإقتصادية والتي يقوم بها الفرد الذي ينقل من بلد إلى بلد آخر، ويستمر وجوده بها أكثر من يوم على الأقل، وتتعدد الأغراض التي سافر من أجلها إلا أنها لا تشمل العمل.[3]

4- أسباب إختيار الموضوع:

إن إختيارنا لهذا الموضوع لم يكن عشوائيا أو بمحض الصدفة وإنما قمنا بإختياره لعدة أسباب ودوافع موضوعية وأكاديمية تبرر هذا الإختيار يمكن حصرها فيما يلي:

1- الأسباب الذاتية:

- الرغبة في الدراسة مثل هذه المواضيع التي لم تلاقي أهمية كبيرة من قبل الطلبة والباحثين.
- رغبتنا في إشباع فضولنا العلمي من خلال دراستنا للموضوع.

الميل الطبيعي للبحث والإستطلاع حول الموضوع.

2- الأسباب الموضوعية:

- وجود إمكانية البحث كونه جديد وواسع من جهة وفتح المجال أمام الطلبة الجامعيين للبحث أكثر في الموضوع.
- السياحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي من المواضيع التي لا تزال غير واضحة المعالم من حيث التطبيق في وطننا ، كما أنها تثير الكثير من التساؤلات والغموض.
- أهمية الموضوع بالنسبة للمؤسسات والوكالات السياحية خصوصا في ظل العولمة.
- الإهتمام المتزايد والتوجه الكثيف للتعريف بمقومات السياحة عبر مواقع التواصل الإجتماعي

[1] أحمد زكي بدوي – صديقة يوسف محمود ،نفس المرجع السابق، ص 230.
[2] إبراهيم مصطفى وآخرون ،نفس المرجع السابق، ص 140.
[3] تاريخ الإطلاع 2021/05/29 https M //bo7ooth.info

5- أهداف الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي مجالا واسعا تختلف أهدافه وتتعدد معطياته ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي الذي يلازمه ، وإزالة الغموض عن بعض القضايا ولذلك تهدف دراسة دور مواقع التواصل الإجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية في الجزائر إلى الأهداف التالية:

- دراسة ماهية مواقع التواصل الإجتماعي ومعرفة الواقع الفعلي لمدى إستخدامها بين الطلبة الجامعيين.
- التأكيد على أهمية الكبرى التي تلعبها مواقع التواصل الإجتماعي وعلى رأسها الفايس بوك ، وضرورة إستخدامها لتنشيط السياحة في الجزائر.
- التعرف على اراء المبحوثين (الطلبة) إتجاه الدور الذي يلعبه الفايس بوك في التعريف بالمقومات السياحية في الجزائر.

6-أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية العلمية للدراسة في تناول موضوع حديث ظهر في الآونة الأخيرة وهو مواقع التواصل الإجتماعي وكيفية الإستفادة منها داخل القطاع السياحة الجزائرية خاصة في ظل ندرة الدراسات الجامعية التي تناولت هذا الموضوع في مجال السياحة ، أما أهمية العملية للدراسة تتمثل في الوقوف على الوضع الحالي لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي للتعريف بالمقومات السياحة الجزائرية داخل الشركات والمؤسسات السياحية وكذا واقع إستخدامها بين طلبة الجامعة.

7-منهج الدراسة:

تلعب مناهج البحث العلمي دورا أساسيا في الكشف عن ظواهر التي يجهلها الإنسان ، كما تساعده على فهم المحيط به ، وعادة ما يتوقف تحديد منهج الدراسة على الهدف الذي نسعى للوصول إليه.

المنهج هو عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث إتباعها في إطار تطبيق الإلتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره البحثي من حيث نقطة الإنطلاق وخط السير ونقطة الوصول مما جعل العديد من الباحثين يشبهون المنهج بالطريق الواضح المحدد المراحل. [1]

[1] موريس أنجرس ،**منهجية البحث العلمي والعلوم الإنسانية – تدريبات عملية**، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006م، ص 98.

وفي كتاب (البحث العلمي) الدكتور محمد زيان عمر: قد حد العلماء المنهج بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة لدينا، أومن أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون.[1]

وقد إعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي كونه المنهج المناسب للدراسة ، فالمنهج المسحي هوالمنهج الذي يقوم على جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها ويعتبر الأكثر إستخداما في أبحاث الإعلام وذلك لمرونته ، كما إعتمدنا على أسلوب المسح بالعينة بدلا من المسح الشامل من أجل الحصول على نتائج دقيقة وواضحة وبالتالي يمكننا تعميم النتائج.

ويعرف الدكتور محمد زيان عمر بأنه: دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي، دون أي تدخل من قبل الباحث، أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير إصطناعية، كما هو الحال في المنهج التجريبي.[2]

كما أن منهج المسحي ينتمي إلى المنهج الوصفي والذي يعرف بأنه:

المنهج الوصفي هي إجراء من أجل الحصول على حقائق وبيانات مع تفسير لكيفية إرتباط هذه البيانات بمشكلة الدراسة، ويجب أن يمتد أبعد من مجرد جمع البيانات فإذا لم تكن البيانات بمثابة الدليل الذي يحمل معنى لمشكلة البحث.[3]

8- أدوات جمع البيانات:

تستند الدراسات العلمية على مجموعة من الأدوات التي تنقل البحث من المشاكل ومتغيرات غامضة ومشوهة إلى حقائق واضحة ودقيقة وأدوات جمع البيانات في البحث العلمي هي العامل الأول في كشف دقيق عن التفاصيل الغامضة وشرح أسبابها ودرجة تأثر المحيط بها ، فهي تستهدف عينات للوصول إلي تفسير لبعض النقاط والعقبات التي تواجههم فيما يخص الدراسة ، ومن بين الأدوات البحث العلمي نستخدم في دراستنا:

الإستبيان:

يعد الإستبيان أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها والإستبيان لا يمكن أن يمثل الموضوع ولا يمكن أن يمثل المبحوثين ولكنه يمثل توقعات الباحث.

---

[1] عبد الهادي الفضلي، **أصول البحث** ،ط 01، دار المؤرخ العربي، بيروت، 1992م، ص 51.

[2] محمد زيان عمر، **البحث العلمي منهجه وتقنياته**، ط 01، مطبعة خالد حسين الطرابيشي، الرياض، ص 124

[3] مروان عبد المجيد إبراهيم، **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، ط 01 ،مؤسسة الوراق، عمان، 2000م، ص 60.

ويعرف موريس أنجرس الإستبيان: أنه تعرف في شكلها الأكثر شيوعا بسبر الآراء، وتقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد وبطريقة موجهة، وذلك صيغ الإجابات تحدد مسبقا، هذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف الإكتشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات كمية.[1]

وقد تم تصميم الإستمارة إنطلاقا من التساؤلات التي جاءت في الإشكالية، وتم توزيعها إلكترونيا عن طريق تطبيق google drive وذلك من أجل الإجابة عن التساؤلات المطروحة، وقد تكونت الإستمارة بدورها إلى أربع محاور:

[1] **موريس أنجرس**، المرجع السابق، ص 204.

المحور الأول: أسئلة البيانات الشخصية.

المحور الثاني: أنماط إستخدام طلبة جامعة يحي فارس بالمدية لمواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك).

المحور الثالث: ساهمة مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك) في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية حسب طلبة يحي فارس.

المحور الرابع: مدى نجاح مواقع التواصل الإجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية بالنسبة لطلبة يحي فارس.

ملاحظة: قمنا بتوزيع الإستمارة على 60 طالبا من جامعة الدكتور يحي فارس بولاية المدية وقاموا بالإجابة 51 طالبا فقط.

9- مجتمع البحث والعينة:

مجتمع البحث:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع الدراسة من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الإنسانية والإجتماعية وهي التي بدورها تتطلب من الباحث دقة ووضوح حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وتعميم نتائجه ، كما يقوم مجتمع البحث على تحديد حجم المجتمع وما يحتويه من مفردات

ويعرف مجتمع البحث بأنه:

جمع المعطيات من كل فرد في نطاق البحث وهذا أمر نادر وصعب الحدود.[1]

ويعرف أيضا:

هو جميع الأفراد والأحداث أو المنظمات أو أي شيء آخر يمثل موضوع البحث.[2]

وقد تمثل مجتمع دراستنا في طلبة جامعة الدكتور يحي فارس بولاية المدية ، حيث قدر مجتمع دراستنا الكلي إلى 60 طالبا في الجامعة.

العينة:

تعتبر العينة التي تجري عليها الدراسة من أهم الأعمال التي يقوم بها الباحث "فالعينة هي عبارة عن مجموعة من الأفراد والظواهر التي تشكل المجتمع الأصلي للدراسة حيث يتم إختيارها بطريقة معينة ، ومن خلالها يمكن تعميم النتائج التي يتم الحصول عليها على مجتمع الدراسة الأصلي وكذلك هي إختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث ، إختيارا عشوائيا أو منظما. [3]

وتعرف أيضا:

---

[1] ندى غنيم ،**أدوات البحث العلمي**، جامعة دمشق، سوريا، 1999م، ص 45.

[2] كمال علي الغول، **منهجية البحث العلمي**، تونس، 2020م، ص 28.

[3] ندى غنيم، المرجع السابق نفسه، ص 48.

هي جزء من المجتمع البحث يحتوي على بعض العناصر التي تم إختيارها بطريقة معينة وذلك بقصد دراسة خصائص المجتمع البحث وتعرف بأنها جزء ممثل لمجتمع البحث.[1]

كما إعتمدنا في دراستنا هذه على العينة القصدية حيث أن إختيار العينة كان له علاقة بإشكالية البحث ، وإختيارنا للمفردة بطريقة سليمة ، فقد شملت دراستنا على نوع من العينة وهو:

أنها تمثلت في طلبة جامعة الدكتور يحي فارس الذي يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي داخل الجامعة ، وقد إستخدمنا 60 طالبا.

وتعرف العينة القصدية على أنها:

التي يقوم بها الباحث بإختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هوشخصيا باقتناء مفردات ممثلة اكثر من غيرها، مما يبحث من معلومات وبيانات، وهذا لادراكه مسبق ومعرفته جيد ة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة [2]

10- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

وهي دراسة لمرزاقة بلبابة والمرسومة ب **" تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على القيم الإجتماعية للطلبة الجامعيين "**

وكانت الإشكالية الخاصة كالتالي:

ما تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على القيم الإجتماعية لدى الطلبة الجامعيين ؟

وأحيطت بالتساؤلات التالية:

- ماهي عادات وأنماط لإستخدام المبحوثين للصفحات الإجتماعية على مواقع التواصل الإجتماعي ؟
- فيما تتمثل التأثيرات السلبية المعرفية الوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الإجتماعي على القيم الإجتماعية لدى الطلبة الجامعيين ؟
- ما الآثار الإجابية المعرفية الوجدانية والسلوكية التي تتركها مواقع التواصل الإجتماعي في القيم الإجتماعية لدى الطلبة الجامعيين ؟

إستخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج المسحي كونه ملائم مع طبيعة دراستها، وإستخدمت عدة أدوات منها الإستبيان.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة:

---

[1] كمال علي الغول،المرجع السابق نفسه، ص .31

[2] أحمد بن مرسلي، مناهج **البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997، ص 198.

- يستخدم الطلبة مواقع التواصل الإجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات، ويميلون إلى إستخدام أسماء مستعارة، ويفضل معظمهم موقع الفايس بوك ثم تطبيق الأنستغرام.
- أضعفت مواقع التواصل الإجتماعي علاقات الطلبة الإجتماعية ،خاصة علاقاتهم الأسرية منها.
- ساعدت مواقع التواصل الإجتماعي المبحوثين في فهم وإستيعاب قيمة العمل الجماعي ومنهم من ساعدتهم إستيعاب قيمة الترابط الأسري.[1]

الدراسة الثانية:

دراسة لطالبة حميش نورية والرسومة **" تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الإتصال الأسري موقع الفايس بوك نموذجا "**

كانت الإشكالية الخاصة لها كتالي:

ما مدى تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الإتصال الأسري عند المراهق ؟

وأحيطت الإشكالية البحث تساؤلات التالية:

- ما الدافع وراء إستخدام الفايس بوك من طرف أفراد الأسرة ؟
- ما الإشباع المحقق لأفراد الأسرة من بعد إستخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي ؟
- كيف يؤثر إستخدام الفايس بوك على العلاقات الأسرية ؟

إستخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج المسحي كونه يتلائم مع دراستها، وإعتمدت على عدة أدوات منها الإستبيان والملاحظة.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة:

- أكد أغلب المبحوثين أنهم يمتلكون إشتراكات الأنترنت ولذا فالفترات المفضلة لديهم لإستخدام الفايس بوك هي الفترة الليلية ويستغرقون أكثر من 3 ساعات.
- يستخدم المبحوثين الفايس بوك بغرض الدردشة والتعرف على الأصدقاء وإقامة علاقات عاطفية ويظهر هذا من خلال قائمة الأصدقاء الخاصة بالمبحوثين حيث نجد أنها تقتصر على الجنس الآخر فقط.
- أثر الفايس بوك سلبا على التواصل المراهقين مع أسرهم نظرا للوقت الطويل الذي يقضونه في إستخدام الفايس بوك.[2]

[1] مرزاقة بلبالة، **تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على القيم الإجتماعية للطلبة الجامعيين** مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019م.

[2] نورية حميش، **تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الإتصال الأسري**، مذكرة الماستر كلية العلوم الإجتماعية، جامعة عبد الحميد إبن باديس، مستغانم، 2016م.

الدراسة الثالثة:

دراسة لطالب بلقرع أحمد والمرسومة ب **" مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في التعريف بالمعالم السياحية لولاية برج بوعريريج "**

كانت الإشكالية الخاصة لها كالتالي:

ما مدى مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في التعريف بالمعالم السياحية لولاية برج بوعريريج ؟

وأحيطت إشكالية البحث بالتساؤلات التالية:

- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للغرض السياحي؟
- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمعالم السياحية لولاية برج بوعريريج؟
- ما مدى نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمعالم السياحية لولاية برج بوعريريج؟

إستخدم الباحث في دراسته على عدة مناهج منها المنهج الوصفي والمنهج المسحي لأن يجدهما المنهجين الأنسب لدراسته، وإعتمد على عدة أدوات في دراسته الإستبيان والملاحظة.

وأهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة:

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمعالم السياحية بشكل متوسط.
- تصنف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها أداة فعالة للترويج للمعالم السياحية بشكل متوسط.
- أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متوسط في التعريف بالمعالم السياحية لولاية برج بوعريريج [1]

[1] أحمد بلقرع، **مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في التعريف بالمعالم السياحية لولاية برج بوعريريج**، مذكرة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017م.

الإطار النظري

الفصل الأول:

مدخل إلى مواقع التواصل الإجتماعي

تمهيد

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الإجتماعي.

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي.

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الإجتماعي.

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الإجتماعي.

المبحث الثاني: أهم مواقع التواصل الإجتماعي.

المطلب الأول: موقع الفايس بوك.

المطلب الثاني: موقع اليوتيوب.

المطلب الثالث: موقع تويتر.

المبحث الثالث: دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأهميتها.

المطلب الأول: دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي.

المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الإجتماعي.

المطلب الثالث: أهمية مواقع التواصل الإجتماعي.

خلاصة الفصل.

تمهيد

تعتبر الأنترنت من أهم التكنولوجيات المعاصرة كونها تساهم في نشر مختلف المعلومات والأفكار والآراء والثقافات ، وحققت التواصل بين الأفراد والمجتمع، وذلك عبر مواقع التواصل الإجتماعي التي حققت نجاحا وشهرة عالمية فأصبحت أكثر تأثيرا على الفرد من المميزات التي تحظى بها ،كما أن مواقع التواصل الإجتماعي تستخدم في شتى اليادين والمجالات والتي من بينهم المجال الإقتصادي ، السياسي ، الثقافي ، والسياحي وغيرها من المجالات.

ويتطرق الفصل الأول إلى مواقع التواصل الإجتماعي إضافة إلى مفهومها ونشأتها وأهم هاته المواقع ثم خصائصها.

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الإجتماعي

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي

تعددت تعاريف مواقع التواصل الإجتماعي بين العديد من الباحثين ومن أبرز هذه التعاريف نذكر:

هي مواقع تصنف ضمن الجيل الثاني للويب وسميت إجتماعية لأنها أتت من مفهوم " بناء مجتمعات " بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم إهتمامات مشتركة في تصفح الأنترنت، والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهمه وأخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه.[1]

وفي تعريف آخر:

بأنه عبارة عن مواقع وتطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على أحد مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك، تويتر،...) ضمن نطاق شبكة الأنترنت العالمية ويب، يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة إنطلاق ووجود إلكتروني وشخصية إفتراضية لنشر البيانات، التعليقات، الوثائق، الصور، أفلام الفيديو.[2]

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الإجتماعي

بدأت مواقع التواصل الإجتماعي في أواخر التسعينات من القرن العشرين ، كما بدأت الشركات ببناء مواقع التواصل الإجتماعي فعلى الرغم من وجود العديد من الوسائل التي كانت موجودة إلا أنها لم تحقق نجاحا ولم تكن كافية وإستمر هذا الأمر حتى عام 1997م ظهر موقع تواصل إجتماعي فعال وهوموقع six degrees حيث سمح الموقع لمستخدميه بإنشاء ملفات شخصية وإرسال الرسائل إلى مستخدمين آخرين.

ويعتبر القرن الحادي والعشرين العصر الذهبي لظهور مواقع التواصل الإجتماعي حيث شهد هذا القرن أن معظم مواقع التواصل الإجتماعي إنتشارا في الوقت الراهن وفي عام 2003م ظهر موقع التواصل إجتماعي جديد وهو موقع friendster الذي أتيح لمستخدميه إمكانية مشاركة الصور ومقاطع فيديو، كما شهد عام 2003م إطلاق موقع تواصل إجتماعي جديد وهو موقع my space خلال الفترة الممتدة من 2005-2008م والذي وفر لمستخدميه الألعاب الإلكترونية إضافة إلى مميزات أخرى ، غير أن هذا الموقع إنخفضت شعبيته وتراجعت بظهور موقع الفايس بوك ، ثم عام

[1] جبريل بن حسن العريشي وآخرون، **الشبكات الإجتماعية والقيم – رؤية تحليلية**، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015م.

[2] مركز الحرب الناعمة للدراسات، **شبكات التواصل الإجتماعي – منصات للحرب الأمريكية الناعمة**، مكتبة مؤمن قريش، بيروت، 2012م، ص 25.

2005م ظهر موقع أخر يسمى اليوتيوب ثم عام 2006م إنتشر موقع الفايس بوك ليكون متاحا لجميع مستخدمين حول العالم بعد أن كان متاحا لطلاب الجامعة وفقط ومنذ أن أسسه مارك زوكربيرج عام 2004م ليصبح موقع الفايس بوك أحد أشهر مواقع التواصل الإجتماعي ليصل إلى 1.7 مليار مستخدم. [1]

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الإجتماعي

لمواقع التواصل الإجتماعي خصائص عديدة تتميز بها تجعلها تختلف عن بقية المواقع في شبكة الأنترنت وهي كالتالي:

1- التعريف بالذات:

وتعتبر خطوة مهمة في مواقع التواصل الإجتماعي فهي إنشاء صفحة معلومات شخصية ، وهي صفحة التي يضعها المستخدم ويقوم بالتعريف بنفسه من خلال الصور والنصوص والفيديوهات. [2]

2- سهولة الإستخدام:

تسهل هذه الخاصية على المستخدم التفاعل وتمنحه المشاركة في أنترنت وخلق موقع إجتماعي حيث أن هذا الأخير مفتوح أمام جميع المستخدمين.[3]

3- العلاقات:

وهما الأشخاص الذي يتعرف عليهم الشخص لغرض معين فتطلق مواقع التواصل الإجتماعي " الصديق " على هذا الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء.[4]

4- إرسال الرسائل:

وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أولم يكن في قائمة الأصدقاء.[5]

---

[1] أماني جمال مجاهد، **الشبكات الإجتماعية في تقديم خدمات مكتبة متطورة – دراسة المعلومات**، جامعة المنوفية، ماي 2010.

[2] مريم نورمان، **إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية**، شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012م.

[3] بوعمر سهيلة، **إتجاهات النفسية الإجتماعية للطلبة الجامعيين نحوشبكات التواصل الإجتماعي**، مذكرة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة محمد خيضر، 2015م.

[4] أمينة عادل سليمان السيد وآخرون، **الشبكات الإجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة**، المكتبات والمعلومات المصرية، مصر، 2009م.

[5] رحمة بن سلمان وآخرون، العنف **والسياسة في المجتمعات العربية المعاصرة، ثنائية الثقافية والخطاب**، مركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، لبنان، 2017، ص 170.

5- السرعة:

سمحت مواقع التواصل الإجتماعي بتبادل المعلومات والأفكار والأراء بطريقة سريعة وكسرت حاجز الزمان والمكان ويشار إلى الإتصال أوالترابط غير العادي الذي يعني في فحواه عدم التأكد من المصدر ومعالجة المعلومات بطريقة غير كافية ما قد يؤثر في النتائج المترتبة.[1]

[1] رحمة بن سلمان وآخرون، المرجع السابق نفسه، ص 171.

المبحث الثاني: أهم مواقع التواصل الإجتماعي

المطلب الأول: موقع الفايس بوك

يعتبر الفايس بوك موقع من مواقع التواصل الإجتماعي الأكثر إستخداما في كافة أنحاء العالم تأسس على مارك زاكربيرج في عام 2004م ، كان في بدايته يستخدم لفئة الطلبة في جامعة هارفرد الأمريكية ثم إنتقل إلى الجامعات الأخرى في أمريكا ، بدأ موقع الفايس بوك بإظهار الصور الشخصية ثم تطور هذا الموقع وأصبح ل 21 مليون مشترك في هذا الموقع فقط تحول من موقع الطلبة إلى موقع التواصل للجماهير.

المطلب االثاني: موقع اليوتيوب

هوأحد مواقع التواصل الإجتماعي عنوانه هوwww.youtube.com تأسس هذا الموقع عام 2005م على يد ثلاثة موظفين في شركة pay pal المتخصصة في التجارة الإلكترونية وهما (تشارهيرلي ، ستيف تشين ، جاود كريم) في مدينة كاليفورنيا ، يستخدم هذا الموقع لعرض مواقع مفاطع الأفلام ، ومقاطع الموسيقى والفيديوكما أن موقع اليوتيوب يسمح ويدعم نشاط التحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني ،.....

المطلب الثالث: موقع التويتر

ظهر موقع التويتر في مارس 2006م على يد (جاك دورزي ، بيزستون ، إيفان ويليامز) وأتيح للجمهور في جويلية 2006 يسمح هذا الموقع لمستخدميه بإرسال تحديثات وتدوينات مصغرة لا تتجاوز 1470 حرفا ، ويعتبر موقع التويتر الأكثر شعبية ويضم 100 مليون مستخدم في جميع أنحاء العالم سواء صحفيين أوفنانين وحتى الشخصيات العامة والمنظمات الحكومية وغير الحكومية ، يمكن للمستخدمين الإشتراك على تغريدات المستخدمين الأخرين.[1]

[1] وائل مبارك خضر فصل الله ،**أثر الفايس بوك على المجتمع**، المكتبة الوطنية للنشر وتوزيع، الخرطوم، 2012،ص2012

المبحث الثالث: دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأهميتها

المطلب الأول: دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

تتعدد دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي فيما يلي:

- تبادل المعلومات والأفكار والأراء والمعارف بين الأفراد
- إنشاء مواقع وصفحات خاصة بالأفراد وإنشاء مجموعات
- التعارف بين الأشخاص بين مختلف الجنسين وتكوين الصداقات والعلاقات في مختلف المواقع
- تعتبر هذه المواقع أداة فعالة لسهولة الإتصال بين الأفراد
- توفر هذه المواقع التسلية والرفاهية للأشخاص
- تقوم على الدعاية والإعلام .[1]

المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الإجتماعي

1- الإيجابيات:

- تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي وسيلة مهمة لتجاوز حاجز الرقابة في نشر المعلومة والأخبار
- التواصل مع الغير سواء كان مختلف في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد
- تساعد المستخدمين على المشاركة ودعم الحملات كالحملات الإنتخابية والنشاطات الخيرية وذلك عبر الإنضمام إلى هذه المجموعات
- تسهل الإتصال لمستخدميها كطلبة العلم والصحفيين والمؤثرين والفنانين والسياسيين في المجتمع مباشرة دون وسائط
- تسهل للمستخدمين التواصل المشترك بينهم سواء كانت من العالم المتقدم أومن العالم المتخلف وكسب ثقافة الغير. [2]

2- السلبيات:

- قد تنعكس هذه المواقع على المستخدمين في حياته اليومية وذلك بالتجسس والمراقبة لكل الأفعال والأعمال التي يقوم بها المستخدم
- يضيع المستخدمين الكثير من الوقت أثناء الجلوس أمام هذه المواقع مما يؤثر على علاقاته مع أهله وأصدقائه ومحيطه

---

[1] بوعمر سهيلة، **إتجاهات النفسية الإجتماعية للطلبة الجامعيين نحوشبكات التواصل الإجتماعي**، مذكرة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة محمد خيضر، 2015م، 115.

[2] مشطري مرسي، **شبكات التواصل الإجتماعي الرقمي**، مجلة المستقل العربي، لبنان، جانفي 2012م.ص 160

- قد تقود هذه المواقع المستخدمين إلى العزلة الإجتماعية وهذا كان من بين أهداف مواقع التواصل الإجتماعي وأن تبعد الأشخاص عن عالم الحقيقي والدخول في عالم الإفتراضي
- تؤثر هذه المواقع الشباب عن دراستهم ورسوبهم وحتى الإنقطاع عن الدراسة والبعد عن المشاركة في الفعاليات التي يقيمها المجتمع
- نشر الأخبار والمعلومات الخاطئة عن الأشخاص لتشويه سمعة أوالإبتزاز
- تخلق هذه المواقع الكثير من الأضرار سواء كانت مادية أونفسية للشباب.[1]

المطلب الثالث: أهمية مواقع التواصل الإجتماعي

إن مواقع التواصل الإجتماعي مكانة هامة في حياة الفرد والمجتمع وأصبحت جزء لا يتجزء منه ، ودخلت في كافة المجالات كالتعليم والسياحة والتجارة وغيرها وأتيحت لمستخدميها نقل الأفكار وتبادل المعلومات ووفرت التسلية والرفاهية ، وتعتبر مواقع التواصل الإجتماعي أنها:

- التواصل مع أفراد المجتمع والأصدقاء وذلك من أجل بناء علاقات قوية
- التواصل والتفاعل الكثير من الأشخاص مع بعضهم البعض في وقت واحد وبدون تكلفة
- تكوين علاقات في مختلف أنحاء العالم مما يسمح لهم بالتعرف على ثقافات المجتمعات الجديدة والتعرف على عادات وتقاليد الغير.[2]

[1] مشطري مرسي، المرجع السابق نفسه، ص 160-161.
[2] علي خليل، **شبكات التواصل الإجتماعي**، دار أسامة لنشر والتوزيع، 2014م، ص 75.

خلاصة الفصل:

أصبحت مواقع التواصل الإجتماعي جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية ، فقد وفرت لنا العديد من الخدمات منها توفير المعلومات والأخبار حول ما يدور في الواقع ،منحتنا المشاركة في هذه المواقع كالتعاليق والمشاركة ووفرت لنا التسلية والترفيه وأصبحت لها مكانة هامة في حياة الفرد والمجتمع ودخلت في العديد من المجالات كالسياسة ، الثقافة ، الإقتصاد وبفضلها أظهر الفرد مواهبه وإبدعاته للغير قصد الإستفادة منها وعرفتنا على عادات وتقاليد أخرين.

كما عرفتنا مواقع التواصل الإجتماعي على عدة مجالات من بينها المجال السياحي الذي يعتبر القطاع الأكثر أهمية ويعتبر المجال الحافز لكل سائح وباحث لما تحتويه من أثار لجذب السياح وحب الإكتشاف والتعلم وحب التمتع بالطبيعة وحتى التعرف على مختلف الحضارات.

الفصل الثاني: المقومات السياحية في الجزائر

تمهيد

المبحث الأول: ماهية السياحة.

المطلب الأول: مفهوم السياحة.

المطلب الثاني: أهمية السياحة.

المبحث الثاني: مقومات الجذب السياحي.

المطلب الأول: المقومات الطبيعية.

المطلب الثاني: المقومات الثقافية (المقومات أثرية التاريخية، الإنسانية، الدينية).

المطلب الثالث: مقومات الجذب الإصطناعي.

المبحث الثالث: الركائز الأساسية لنهوض السياحة في الجزائر (مخطط تهيئة السياحية).

المطلب الأول: الركائز الأساسية لنهوض السياحة بالجزائر.

المطلب الثاني: مشروع تخطيط التوجيهي للتهيئة السياحية.

المطلب الثالث: التسويق السياحي عبر مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك).

خلاصة الفصل

تمهيد

إعتاد الإنسان في حياته اليومية على التنقل وحب الاكتشاف في أماكن جديدة بحثا عن أشكال أخرى للحياة ، وأخذ الفرد من السياحة تجربة جديدة حيث تعلم فيها الفرد الكثير ، فالسياحة بدورها هي عنصر أساسي في مختلف البلدان مما يميزها عن بعضها البعض ، كما أن السائح يحتك بأجواء مختلفة تقدم له كل جديد وتطلعه على كافة المعلومات ومعارف واسعة.

وتعتبر الجزائر مقصدا سياحيا ونقطة لجذب السياح من مختلف أنحاء العالم لما تضمه من معالم أثار والمناطق سياحية ، نظرا لإتساع مساحتها ، وكونها أكبر دولة عربية وإفريقية ووقوعها على ساحل البحر الأبيض المتوسط مما زادها رونقا وجمالا.

المبحث الأول: ماهية السياحية

المطلب الأول: مفهوم السياحة

عرف عدد كبير من الخبراء والباحثين والمهتمين السياحة ، فتعددت هذه التعاريف وتناولت مفهوم السياحة تبعا لاختلاف وجهات النظر.

أما أول تعريف للسياحة فقد كان للباحث الألماني (جون ببرفرديلر) عام 1905م ويعرف السياحة بأنها: الظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة ، وإلى شعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة ، وأيضا إلى نموالإتصالات على الأخص بين الشعوب مختلفة من الجماعات الإنسانية وهي الإتصالات التي كانت ثمرة لإتساع نطاق التجارة والصناعة.[1]

وعرفها العالم الإقتصادي النمساوي (شوليرن) في عام 1910م ، بأنها مجموع كل الظواهر ذات الطابع الإقتصادي التي تترتب على وصول المسافرين إلى منطقة ما أودولة معينة وإقامتهم فيها ورحيلهم عنها وهي الظواهر التي تترابط بالتبعية. [2]

تعريف السائح:

يعرفه الإتحاد الدولي للصحفيين والكتاب السياحيين بفرنسا: أن هوشخص الذي يتنقل بغرض ما خارج الأفق الذي إعتاد الإقامة فيه وينتفع بوقت فراغه لإشباع رغبة الإستطلاع تحت أي شكل من أشكال هذه الرغبة وسد حاجة من الإستجمام والمتعة. [3]

المطلب الثاني: أهمية السياحة

تتمثل الأهمية للسياحة في عدة مجالات من بينها نجد:

1- الأهمية السياسية:

2- تتضح الأهمية السياسية لسياحة كرد فعل مباشر من تعامل الدول مع بعضها البعض والزيارات السياحية المتبادلة بينهم ولقد لعبت الحركة السياحية دورا هاما في العلاقات الدولية ، بحيث أصبحت تمثل أحد الإتجاهات الحديثة لتقليل حدة الصراعات والخلافات الدولية التي تنشأ بين الدول المتنازعة أوالمتحاربة ، لذلك فإن السياحة أصبحت رمزا من رموز السلام والتآخي بين الدول.

[1] أحمد محمود، **صناعة السياحة**، دار الكنوز المعرفة العلمية للنشر وتوزيع، عمان، 2007م. ص 25
[2] محمد منير حجاب، **الإعلام السياحي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002م، ص 21.
[3] محمد منير حجاب، المرجع السابق نفسه، ص 22.

3- الأهمية الثقافية:

تمثل السياحة وسيلة حضارية إجتماعية لنقل وتبادل الثقافات والحضارات بين شعوب العالم المختلفة فعن طريقتها يتحقق التبادل الثقافي بين الدول السياحية وبعضها البعض ، حيث تنتقل اللغات والمعتقدات الفكرية ة الآداب والفنون ومختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها فتؤثر فيها ثقافيا وتتأثر هي أيضا بما في الدولة السياحية من ثقافة وحضارة وبذلك يتحقق التأثير الثقافي للسياحة الذي يمثل محورا هاما من محاور التنمية في المجتمع.

4- الأهمية الإجتماعية:

ترتبط السياحة إرتباطا وثيقا بالمجتمع حيث يتفاعل – كأحد مدخلات النظام السياحي – مع البيئة الإجتماعية في دولة الزيارة لكي ينتج في النهاية الآثار الإجتماعية المختلفة التي تتمثل في بعض الجوانب الهامة مثل:

التوازن الإجتماعي: حيث تتقارب الطبقات الإجتماعية من بعضها البعض نتيجة لزيادة دخول الأفراد والعاملين في الحقل السياحي بشكل مباشر وغير مباشر مما يؤدي إلى توازن المجتمع. [1]

[1] محمد منير حجاب، المرجع السابق نفسه، ص 22.

المبحث الثاني: المقومات الجذب السياحي

هناك العديد من مقومات الجذب السياحي في الجزائر ومن بينها نجد:

المطلب الأول: المقومات الطبيعية

تعتبر المقومات الطبيعية ركنا أساسيا في الجذب السياحي فيميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها ثلاثة أنواع من المناخ منها البحر الأبيض المتوسط ويشمل المناطق الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة تقدر ب 18 درجة مئوية ، بالإضافة إلى المناخ الشبه الجاف الذي يشمل مناطق الهضاب العليا ويتميز بفصل بارد طويل وأحيانا رطب ، ونجد المناخ الصحراوي يغطي المناطق واسعة من الجزائر يتميز بأمطار قليلة وغير منتظمة.

من جهة أخرى تمتلك الجزائر تضاريس متباينة ، فنجد في الشمال سهول التل الجزائري مثل سهل متيجة ، وهران ، عنابة ويأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية منها جبال شيليا بالأوراس ، قمة لالة خديجة بجبال جرجرة والشريعة ، ونجد في الجنوب الأطلس الصحراوي الممتد على مساحات شاسعة ، وقمة الأهقار والطاسيلي أين يوجد بها أعلى قمة في الجزائر.[1]

كما نرى من بين الولايات في الجزائر ولاية المدية أيضا التي تشهد على مقومات طبيعية متنوعة وقبل أن نتطرق إليها يمكن الحديث عن ولاية المدية بأنها:

تقع ولاية المدية في الأطلس التلي، على إرتفاع 600م و1700م عن سطح البحر، وتبعد عن الجزائر العاصمة بحوالي 88 كلم، تحدها من الشمال ولاية البليدة ومن الجنوب ولاية الجلفة ومن الشرق ولايتا المسيلة والبويرة وغربا ولايا عين الدفلى وتيسمسيلت، تتربع على مساحة تقدر ب 8700 كلم مربع، وبتعداد سكاني قدره 935.029 نسمة حسب الإحصاء السكاني الأخير، تضم إداريا 64 بلدية و19 دائرة.

تعتبر ولاية المدية حلقة وصل بين الشمال والجنوب من خلال شبكة الطرق الوطنية رقم (1) و(8)، وعبر طريقان (18) و(40) الواصلان بين الشرق والغرب، إضافة إلى طرق الولائية والبلدية فنجد أنها تعتبر بفضل موقعها الجغرافي همزة وصل بين الساحل والهضاب العليا وهي ذات طابع فلاحي رعوي إذ تقدر الأراضي الفلاحية بمساحة 341.000 هكتار ومساحة غابية تقدر ب 161.885 هكتار ، تتوفر على إمكانيات حقيقية للنشاطات الإقتصادية المتعددة.

يتميز مناخ المدية بخصائص فرضتها عوامل طبيعية منها:

- إرتفاعها ب 1240 م عن مستوى سطح البحر (قمة بن شكاو).

[1] سهيلة حبال، نور الدين حاروش، **مساهمة القطاع السياحي في الإقتصاد الجزائري**، مجلة آفاق علمية، الجزائر، العدد 02، 2019م.

- وقوعها في سلسلة الأطلس التلي.
- تعرضها للرياح والتيارات الهوائية الغربية.[1]

المطلب الثاني: المقومات الثقافية (المقومات الأثرية التاريخية ، الإنسانية ،الدينية)

التاريخ من جهته مقوم من مقومات السياحية في الجزائر ، فالمعالم التاريخية والحضارية التي تنفرد بها الجزائر وتؤرخ للحضارة الإنسانية وشاهدا حيا على إنتمائها للفضاء الإسلامي والمتوسطي والإفريقي ،ومنه فالمعالم الأثرية والمتاحف والوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر ، تشهد على عراقة وعظمة الحضارات المتعاقبة على المنطقة ويمكن ذكر بعض المناطق التاريخية والأثرية كتيمقاد وتيبازة وجميلة ، وتضم على إثر هذا التنوع الأثري عديد المتاحف التي تستقرئ التاريخ ، فنجد المتحف الوطني سيرتا ويقع بمدينة قسنطينة ، والمتحف الوطني للفنون الجميلة بالحامة ، كما تزخر الجزائر بمجموعة من الصناعات التقليدية والحرفية التي تنتشر في مختلف الجهات من الوطن ، والتي تعكس صورة متميزة للثقافة الجزائرية ، فهي تشكل وعاء مناسب للنشاط السياحي ، ومن بين هذه الصناعات نجد صناعات النحت والنحاس ، الخزف والفخار وصناعة المجوهرات.[2]

ويمكن الحديث عن ولاية المدية التي تحمل تاريخا عريقا وأثريا وعريقا في الجزائر خاصة أنها مثلت حصنا للإمبراطورية الرومانية، ومدينة هامة في الفتوحات الإسلامية وكانت بايلك التيطري أثناء الوجود العثماني، أما خلال فترة الإحتلال الفرنسي فهي مثال للمقاومة الشعبية وأرض للبطولات الثورية، وهي اليوم مدينة تستحق الطواف بأرجائها للتعرف على كنوزها التاريخية.

أما عن الجانب الثقافي للولاية فإن هي غنية بمعالمها الثقافية التي تحفظ في ذاكرة المنطقة وتطالعها الأجيال دوما، وهي أيضا شواهد عمرانية قيمة، فنجد أن دار الأمير عبد القادر تقع وسط ولاية المدية فهي تحفة معمارية عثمانية فريدة بهندستها الرائعة التي تجمع بين الطابع المغربي والمشرقي وقصر العتيق بقصر البخاري إحتل المعلم مكانا إستراتيجيا ذوحصانة دفاعية حفاظا على سلامة وأمن ساكنيه ،وبالتالي فمجال الثقافة يعكس عادات وتقاليد السكان.

وتنتشر بولاية المدية العديد من الزوايا والأضرحة التي تعد معالم دينية قيمة، إلى جانب أهدافها الدينية والإجتماعية وتعليم القرآن، منها: زاوية الشيخ المحجوب ببلدية المدية، وتعتبر من أقدم زوايا المنطقة.[3]

---

[1] دليل سياحي، **المدية فاتنة التيطري الأسطورية، ص 08.**
[2] سهيلة حبال، نور الدين حاروش، **مساهمة القطاع السياحي في الإقتصاد الجزائري**، المرجع السابق نفسه.
[3] دليل سياحي، **المدية فاتنة التيطري الأسطورية، ص 08.**

المطلب الثالث: مقومات الجذب الإصطناعي (المقومات الحديثة)

إجتمعت في الجزائر ثلاثية الجغرافيا والتاريخ والحضارة لتعطي للمنطقة أصولا ومقومات سياحية رائعة ومتنوعة تفتقر إليها أغلب الوجهات السياحية العالمية، لذلك فإن إستغلال هذه المقومات إستغلالا عقلانيا ورشيدا بإمكانه الرقى بالصناعة السياحية لتصبح الجزائر من بين أهم المقاصد السياحية في العالم وهوما يعكس إيجابيا على باقي القطاعات الأخرى كالقطاع الإقتصادي مثلا.[1]

ولم تتخلى ولاية المدية كذلك عن هذه المقومات بل ساهمت أيضا في ذلك ،حيث تسعى نحوترقية الصناعة السياحية في الولاية وتنعكس إيجابيا على أغلب القطاعات أيضا لتلعب دورا فعالا ومحركا في التنمية وإستقبال مشاريع الإستثمار في القطاع وإستغلال هذه الإمكانيات، وتشجع على التأسيس لعدة مشاريع سياحية واعدة منها إقامة الفنادق والمطاعم السياحية، مدن وحدائق الترفيه والألعاب والأندية الترفيهية وضمان الراحة والإستجمام.[2]

[1] سهيلة حبال، نور الدين حاروش، **مساهمة القطاع السياحي في الإقتصاد الجزائري**، المرجع السابق نفسه.
[2] دليل سياحي، **المدية فاتنة التيطري الأسطورية**، **ص35.**

المبحث الثالث: الركائز الأساسية لنهوض السياحة في الجزائر (مخطط تهيئة السياحية)

المطلب الأول: الركائز الأساسية لنهوض السياحة بالجزائر

لم تعد السياحة اليوم نشاطا ترفيهيا ثانويا بل صارت صناعة تدر دخلا كبيرا على البلدان التي تتميز بالجاذبية السياحية، والجزائر إنطلاقا مما سبق تتوفر على جميع المقومات التي تؤهلها لتكون قطبا سياحيا بإمتياز في منطقة شمال إفريقيا على الأقل بضفتيه الشمالية والجنوبية، كما أن صناعة السياحة تعد البديل الإستراتيجي خاصة بعد إنحصار وتراجع مداخيل التقليدية التي تعتمد عليها الجزائر جراء تصديرها للمحروقات، وعليه فقد أعدت الجزائر مخطط توجيهي للتهيئة السياحية حتى آفاق 2030، بإمكانه فتح الفضاء السياحي الجزائري.[1]

المطلب الثاني: مشروع تخطيط التوجيهي للتهيئة السياحية

يشكل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية مرجعا لسياسة جديدة تبنتها الدولة، ويعد جزءا من المخطط الوطني للتهيئة الإقليم في آفاق 2030 sdat، حيث تم إعداده سنة 2007 من قبل وزارة تهيئة الإقليم والبيئة بالتعاون مع اللجنة الفرنسية (ODIT France) التي كانت بكتابة تقرير الخبرة حول النقاط والمحاور المرجعية لهذا المخطط، ويتضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية نظرة لبجزلئر للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق على المدى القصير 2009، المدى المتوسط 2015، المدى الطويل 2030، فهوالمرآة العاكسة لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل الرقي الإجتماعي والإقتصادي على الصعيد الوطني طيلة العشرية القادمة

كما حدد هذا المخطط عدة أهداف كبرى لتنفيذ سياسة جديدة وهي:

تثمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بإمتياز.

تنشيط التوازنات الكبرى وإنعكاسها على القطاعات الكبرى.

تثمين التراث التاريخي والثقافي مع مراعاة خصوصية كل التراب الوطني.[2]

[1] سهيلة حبال، نور الدين حاروش، **مساهمة القطاع السياحي في الإقتصاد الجزائري، المرجع السابق نفسه.**
[2] سهيلة حبال، نور الدين حاروش، **مساهمة القطاع السياحي في الإقتصاد الجزائري، المرجع السابق نفسه.**

المطلب الثالث: التسويق السياحي عبر مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك)

نجد أن التسويق السياحي عبر مواقع التواصل الإجتماعي بمثابة المفتاح الرئيسي الذي يحقق أهداف أي مؤسسة، فالجدير باذكر أن مواقع التواصل الإجتماعي تحظى بمصداقية كبيرة من صناع القرار والشركات السياحية والفنادق وكافة مزودي الخدمات السياحية في تسويق منتجاتها وهذا لما يتميز به من تحديد الدقيق لإحتياجات الأسواق المستهدفة وضمان التفاعل الإيجابي مع متطلبات الراغبين في مواجهة المنافسين، ومن خلال مواقع التواصل الإجتماعي مثل الفايس بوك، تويتر واليوتيوب يمكن للجميع التعرف على معظم مواقع السياحة العالمية من خلال متابعة الصور الإلكترونية ومقاطع الفيديوفعلى سبيل المثال نجد:

وصل عدد مستخدمي الفايس بوك إلى ما يزيد عن 800 مليون ناشط والذين يعتمدون في بحثهم على أفضل البرامج وأرخص الأسعار سواء عند إختيارهم للفنادق أولخطوط الطيران وغيرها، وكذلك يعمل على تبادل المعلومات والمناقشات مع الأصدقاء والتعريف على عادات وتقاليد البلد المستهدف للسياحة، وبالتالي يمكن من خلال هذه المواقع السفر إلى البلدان التي نريدها إفتراضيا والتخطيط بشكل دقيق لمسار الرحلة والحجز في الأماكن التي نفضلها والتعرف على الخدمات السياحية المقدمة في الفنادق والمنتجعات ومواقع الزيارة.[1]

[1] بوقنون نهاد وآخرون ،**دور مواقع التواصل الإجتماعي في التعريف بامقومات السياحية الجزائرية**، مذكرة الماستر كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة 08 ماي 1945، 2017، 110.

خلاصة الفصل

نستخلص مما سبق أن الأفراد والمجتمع حظيت بمجال جد متطور ليس كباقي المجالات في عالمنا المعاصر هذا، فالمجال السياحي حفز الأفراد على حب الإكتشاف والإطلاع والتعرف على مختلف الحضارات، وبالتالي أصبح المجال السياحي نشاطا يعمل على التفاعل بين الفرد والمجتمع

كما منح النظام الذي يتسع ليشمل مختلف الأنشطة الإنتاجية وكذا الخدماتية التي تميزه عن باقي المجالات الأخرى.

ويوفر الترفيه والتسلية وإكتشاف عادات وتقاليد الغير، ويتعاون هذا المجال على إشباع رغبات السائح.

الإطار التطبيقي

المبحث الأول: تقديم شامل لميدان البحث

1-التعريف بولاية المدية

تقع ولاية المدية في الأطلس التلي، على إرتفاع 600م و1700م عن سطح البحر، وتبعد عن الجزائر العاصمة بحوالي 88 كلم، تحدها من الشمال ولاية البليدة ومن الجنوب ولاية الجلفة ومن الشرق ولايتا المسيلة والبويرة وغربا ولايا عين الدفلى وتيسمسيلت، تتربع على مساحة تقدر ب 8700 كلم مربع، وبتعداد سكاني قدره 935.029 نسمة حسب الإحصاء السكاني الأخير، تضم إداريا 64 بلدية و19 دائرة.

تعتبر ولاية المدية من المدن التاريخية والأثرية العريقة في الجزائر خاصة أنها مثلت حصنا للإمبراطورية الرومانية، ومدينة هامة في الفتوحات الإسلامية ،وكانت بايلك التيطري أثناء الوجود العثماني، أما خلال فترة الإحتلال الفرنسي فهي مثال للمقاومة الشعبية وأرض للبطولات الثورية، وهي اليوم مدينة تستحق الطواف بأرجائها للتعرف على كنوزها التاريخية.

كما أن ولاية المدية بمواقعها السياحية وكنوزها الحضارية، تفتح أبوابها لجميع الزائرين وتتيح المستثمرين فرصة وضع أسس لمشاريعهم وفتح المجال لتفعيل حركية النشاط السياحي، مؤهلات سياحية غنية ومتنوعة تمنح متعة لا مثيل لها، وخيارات كثيرة للتمتع بلحظات رائعة بين المواقع الطبيعية الملهمة ،والمدن الأثرية والمعالم التاريخية أين يأخذ الزائر شغف الفضول في جولات مميزة في جولات مميزة ستبقى راسخة في مذكرات السائح.

يمثل السعي الحثيث نحوترقية النشاط السياحي في ولاية المدية أحد الأهداف الإستراتيجية، لما لديه من انعكاس إيجابي على أغلب القطاعات، لتلعب السياحة دورا محركا وفعالا في التنمية واستقبال مشاريع استثمار في القطاع واستغلال هذه الإمكانيات كما تشجع على تأسيس مشاريع سياحية منها إقامة الفنادق والمطاعم وحدائق الترفيه والأندية الترفيهية فهي مؤهلات تضمن الراحة والإستجمام

وتعتبر الصناعات التقليدية واحدة من المؤهلات السياحية التي تزخر بها الولاية ورمزا من رموز الهوية الحضارية والإجتماعية والثقافية، ما تزال أنامل الحرفيين تجسد تصاميم وتشكيلات رائعة بطابعها المحلي والفني الأصيل، فهي تفتح الإستثمار واسعا وتساهم بجدية في جعل هذه المنطقة متاحة ووجهة سياحية ثرية ونجد من بين هذه الصناعات: صناعة الحلفاء والطرز على القماش.

ويعد اللباس التقليدي سفيرا دائما لعادات كل منطقة وتقاليدها، موروث يعكس القيم الفنية والحضارية التي تطبع المدية، يتفنن الحرفيون في تصميم ألبسة تقليدية نسائية تتزين بمختلف أشكال الطرز وألوانه من الفتلة والمجبود ،ترتدي النساء الحايك الذي يعتبر روح الماضي، ومحرمة الفتول، أما الرجال فيرتدون القشابية والقندورة والبرنوس وتصنع إما من الوبر أوالصوف.

أما عن أكل ولاية المدية هوأحد مؤشرات ولاية المدية وعلى رأسها العصبان، الكسكس بكل أنواعه، الرفيس وأطباق تحضر تزامنا مع بعض المناسبات ذات الطابع إجتماعي أوديني ومن الحلويات نجد المقروط، التشاراك، البقلاوة، الغريبية،....

كما تقام في ولاية المدية مهرجانات وتظاهرات ثقافية منها: مهرجان المسرح الفكاهي الذي تأسس سنة 2003، المهرجان المحلي للفنون والثقافات الشعبية للولاية، أيام الأغنية الشعبية والخط العربي

ولاية المدية غناها الخالق عن باقي وسائر مناطق الوطن مما جعلها تتنوع بمقومات عديدة، فهذا التنوع يجعل ولاية المدية استثنائية في جمالها ويوجب تنظيمها ومرافقتها للنهوض بها وعرض منتوجات ذات مواصفات تؤهلها لإحتلال مكانة خاصة ومميزة، والطموح ودعم النموخلق الثروة وتنويع الاقتصاد بها.

فولاية المدية غنية بثورتها الطبيعية مما تجذب السائح وتشوقه لرؤيتها وتوفر له الراحة التامة من خلال مواقعها ومناطقها المختلفة، فسائح هنا دائما يحب الإطلاع والكشف عن هذه المناطق وحب التعلم لعاداتها وتقاليدها، وتنوعها الثقافي والسياحي وغيرها.

التحليل الكمي والكيفي للبيانات الميدانية

التحليل الكمي والكيفي للبيانات وفق الجداول البسيطة.

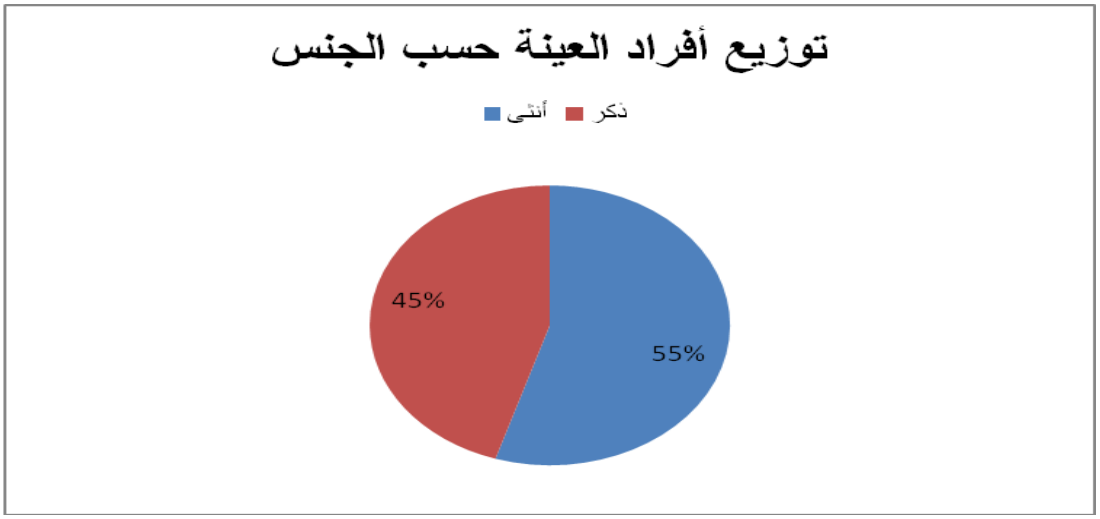
المحور الأول: البيانات الشخصية

تساعدنا البيانات الشخصية في التعرف على خصائص المبحوثين مما يعتمد عليهم كمؤشرات أودليل في تحليل البيانات والمعطيات الميدانية، وإشتملت هذه الدراسة على محور الأول وهوخاص بالبيانات الشخصية.

الجدول رقم (1):يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	23	% 45.1
أنثى	28	% 54.9
المجموع	51	% 100

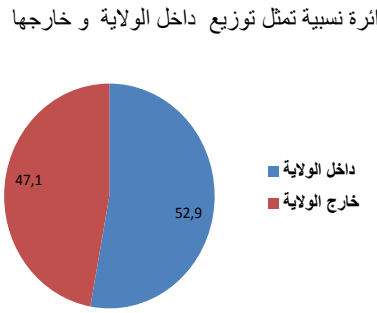
يمثل الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس، حيث بلغ عدد المفردات من جنس الذكور 23 مفردة أي بنسبة 45.1 % وأما المفردات من جنس الأنثى قد بلغ 28 مفردة أي بنسبة 54.9 % مقارنة بعدد الذكور وسبب يعود إلى كون الإناث في الوسط الجامعي أكثر من الذكور وبالتالي فإن نسبة فئة الذكور كانت أقل نسبة من فئة الإناث.



الجدول رقم (2):يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير داخل وخارج الولاية

داخل الولاية وخارجها	التكرار	النسبة
داخل الولاية	27	% 52.9
خارج الولاية	24	% 47.1
المجموع	51	% 100

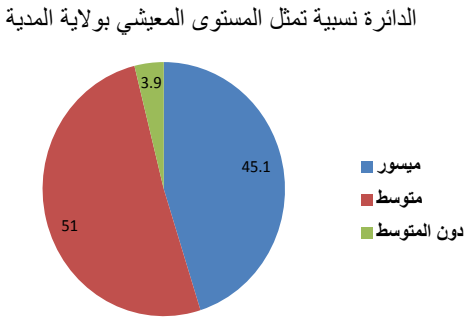
يتضح من البيانات المبوبة في الجدول أعلاه أن بلغ عدد المفردات من داخل الولاية بلغ 27 مفردة أي بنسبة 52.9 % وبلغ عدد المفردات خارج الولاية 24 مفردة أي بنسبة 47.1 % فكان عدد القاطنين بالولاية أكثر من القاطنين خارج الولاية وذلك أن فئة القاطنين داخل الولاية أكثر من فئة القاطنين خارج الولاية، حيث نرى أن راجع إلى بعد المسافة والنقل.



الجدول رقم (3): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى المعيشي

المستوى المعيشي	التكرار	النسبة
ميسور	23	% 45.1
متوسط	26	% 51
دون الوسط	02	% 3.9
المجموع	51	% 100

يبين الجدول أعلاه الحالة التي يعيشها المبحوثين ومن خلال إجاباتهم فقط تبين أن عدد مفردات مستوى الميسور ب 23 مفردة بنسبة 45.1 % وعدد مفردات مستوى المتوسط 26 مفردة بنسبة 51 % وهومستوى الأكثر بينهم ونرى عدد مفردات دون الوسط بلغ 02 بنسبة 3.9 % وهوأقل نسبة مقارنة بهم، وبالتالي يتضح لنا أن نسبة المستوى المتوسط أعلى نسبة، مما يعني أن أغلبية الطلبة ذات الدخل المتوسط.



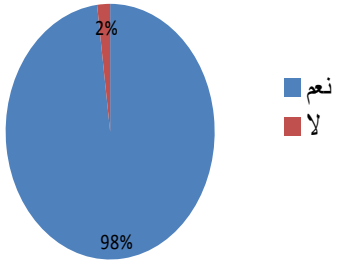
المحور الأول: أنماط إستخدام طلبة جامعة يحي فارس بالمدية لمواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك).

الجدول رقم (1): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير مستخدمي الفايس بوك.

مستخدمي الفايس بوك	التكرار	النسبة
نعم	50	% 98
لا	01	% 02
المجموع	51	% 100

يوضح لنا الجدول أعلاه أن عدد مفردات مستخدمي الفايس بوك أعلى حيث بلغت 50 مفردة بنسبة 98 % وبلغ عدد المفردات الذي لم يستخدموا الفايس بوك 01 بنسبة 02 % وهي نسبة ضئيلة جدا فعدد الأفراد الذي يستخدمون الفايس بوك نسبة كبيرة جدا وكون الفايس بوك أكثر إستخداما، أكثر شيوعا من مواقع التواصل الأخرى وذلك أن الفايس بوك له شعبية كبيرة يحظى بها

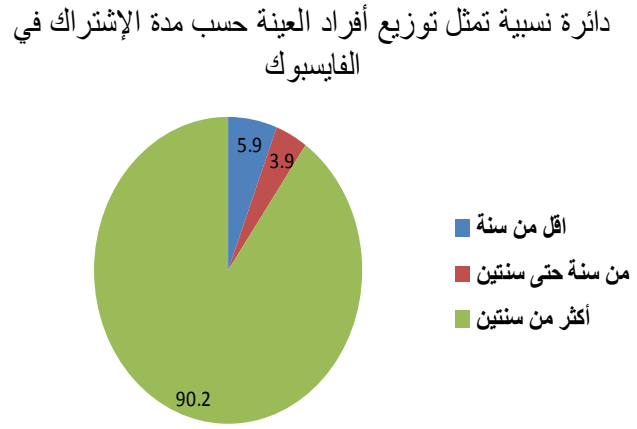
دائرة نسبية لمستخدمي الفايسبوك طلبة جامعة يحيى فارس



الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة الإشتراك في الفايس بوك:

مدة الإشتراك في الفايس بوك	التكرار	النسبة
أقل من سنة	03	% 5.9
من سنة حتى سنتين	02	% 3.9
أكثر من سنتين	46	% 90.2
المجموع	51	% 100

يوضح عدد المفردات في الذي إشتركوا في الفايس بوك أل من سنة بلغت 03 بنسبة 5.9 % وعدد المفردات التي كانت مشاركتهم في الفايس بوك أكثر من سنتين 02 أي بنسبة قدرت 3.9 % والذين إشتركوا لأكثر من سنتين في هذا الموقع بلغت عدد مفرداتها 46 أي بنسبة 90.2 % وهذا أن نسبتهم أكثر بسبب إنتشار الواسع لهذا الموقع، فمعظم مستخدمي الفايس بوك لهم أكثر من سنتين في الإشتراك فيه وبطبيعة الحال هناك أيضا فئة لهم أقل من سنتين في الإشتراك في الفايس بوك.

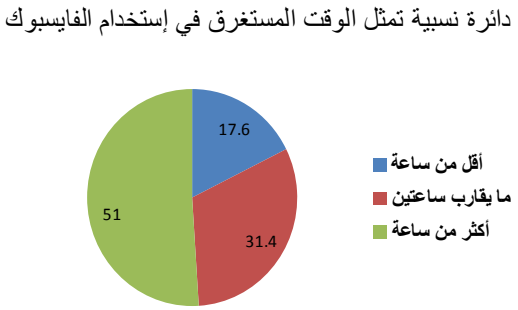


الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوقت المستغرق في إستخدام الفايس بوك.

المدة الزمنية	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	09	% 17.6
ما يقارب ساعتين	16	% 31.4
أكثر من ساعتين	26	% 51
المجموع	51	%100

هذا الجدول يبين مدة الزمنية التي يستغرقها أفراد العينة حيث أن عدد المفردات الذي يستغرقون مدة الزمنية للفايس بوك أقل من ساعة بلغت 09 بنسبة 17.6 % وعدد مفردات الذين يستغرقون الفايس بوك ما يقارب ساعتين 16 بنسبة 31.4 % أما عدد المفردات التي تستغرق الوقت في هذا الموقع بلغت 26 بنسبة 51% وهذا سبب أنه يعود إلى إدمان هذا الموقع وإستغراق معظم وقتهم فيه هناك من يستغرق الوقت بما يكفي في الفايس بوك فيستغرقون الوقت أكثر فيه وتختلف من شخص لآخر

على حسب الهدف من إستغراق الوقت فيه فهناك من أجل العمل أوالتقافة، وهناك فئة أخرى من أجل الترفيه وغيرها.



جدول رقم (4): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير دوافع إستخدام الفايس بوك.

دوافع إستخدام الفايس بوك	التكرار	النسبة
تعليمية	08	% 15.7
ثقافية	07	% 13.7
إجتماعية	19	% 37.3
ترفيهية	13	% 25.5
دوافع أخرى	04	% 8
المجموع	51	% 100

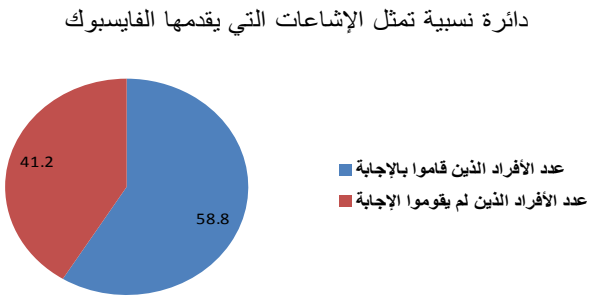
يمثل الجدول أعلاه دوافع إستخدام الفايس بوك فكل فرد من أفراد العينة يستخدم الفايس بوك على حسب رغباته وتطلعاته فنجد أن هناك دوافع تعليمية تقدر عدد مفرداتها ب 08 بنسبة 15.7 % أما الثقافية بلغت 07 بنسبة 13.7 % وأكثر من ذلك الإجتماعية التي بلغت 19 بنسبة 37.3 % كون مواقع التواصل الإجتماعية تمثل المجال الإجتماعي ونجد أيضا الترفيهية التي تقدر ب 13 بنسبة 25.5 % وهناك من إختار دوافع أخرى يساهم فيها الفايس بوك وهي 04 بنسبة 8 % وهذا يبقى رأي أفراد العينة.



الجدول رقم (5): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الإشباعات التي يقدمها الفايس بوك.

الإشباعات التي يقدمها الفايس بوك	التكرار	النسبة %
عدد الأفراد الذين قاموبالإجابة	30	%58.8
عدد الأفراد الذين لم يقوموا بالإجابة	21	% 41.2
المجموع	51	% 100

في هذا الجدول يبين أن هناك أفراد من العينة قاموا بالإجابة على هذا السؤال وكانت الإجابات مختلفة على حسب الأفراد وبلغت ب 30 بنسبة 58.8 % ، بينما هناك عينة لم يقوموا بالإجابة مطلقا قدرت ب 21 بنسبة 41.2 % ونحن بدورنا نحترم رأيهم لأن كل فرد يستخدم الفايس بوك على حسب رغبته فالذي قدموا الإجابات أكيد لهم إشباعات وراء إستخدامهم للفايس بوك في الحين أن هناك لا إشباعات لهم في الفايس بوك ولا هدف منه بمعنى أن يملؤون به فراغاتهم وفقط

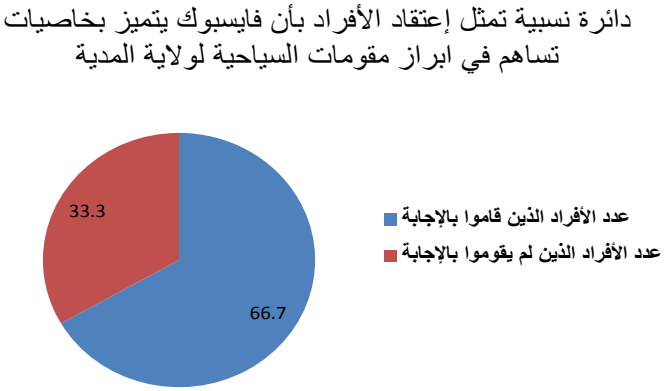


المحور الثاني: مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك) في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية.

الجدول رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير إعتقاد الأفراد بأن الفايس بوك يتميز بخاصيات تساهم في إبراز المقومات السياحية لولاية المدية.

خاصية الفايس بوك في إبراز المقومات السياحية لولاية المدية	التكرار	النسبة %
عدد الأفراد الذين قاموبالإجابة	34	% 66.7
عدد الأفراد الذين لم يقوموا بالإجابة	17	% 33.3
المجموع	51	% 100

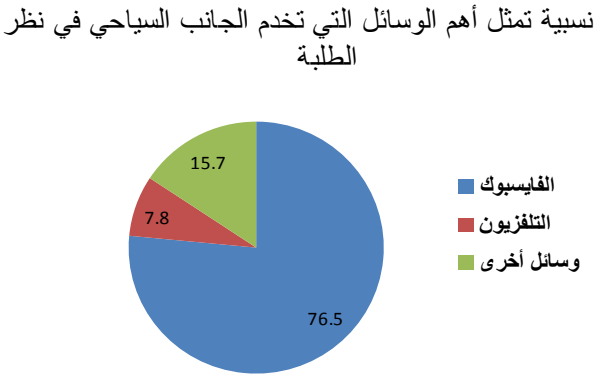
في هذا الجدول يبين أن هناك أفراد من العينة قاموا بالإجابة على هذا السؤال وكانت الإجابات مختلفة على حسب الأفراد أي على حسب إعتقادهم وآرائهم قدرت ب 34 بنسبة 66.7 % ، بينما هناك عينة لم يقوموا بالإجابة ومثلت ب 17 بنسبة 33.3 % وهي نسبة أقل مقارنة بالآخرين ،ويتضح لنا أن هناك من يرى أن الفايس بوك يساهم في هذه المقومات السياحية لولاية المدية ويتميز بخاصيات فعالة في المقابل فئة لم تقوم بالإجابة وذلك أن الفايس بوك لا يتميز بخاصيات تساهم في بناء ونموالسياحة.



الجدول رقم (2):يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير أهم الوسائل التي تخدم الجانب السياحي في نظر الطلبة

أهم الوسائل	التكرار	النسبة %
الفايس بوك	39	% 76.5
التلفزيون	04	% 7.8
وسائل أخرى	08	% 15.7
المجموع	51	% 100

يوضح هذا الجدول أن أفراد العينة يتابعون الجانب السياحي بوسائل مختلفة فإختار معظم الأفراد أن الفايس بوك قدرت ب 39 بنسبة 76.5 % وآخرون كان رأيهم التلفزيون ب 04 بنسبة 7.8 % وهناك من يتابعون بوسائل أخرى والتي قدرت ب 08 بنسبة 15.7 فالجانب السياحي دعمه الفايس بوك في آونة الأخيرة بشكل كبير ،ويتضح لنا أن معظم الطلبة يتابعون صفحات في الفايس بوك وإكتشفوا أن موقع الفايس بوك هوأكثر الذي يخدم الجانب السياحي في نظرهم أما باقي الوسائل لا تخدم الجانب السياحي وإذا كانت تخدمه فأكيد تكون بنسبة قليلة.

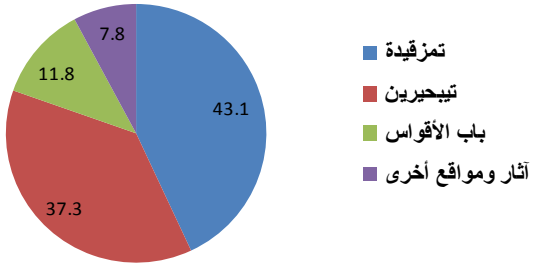


الجدول رقم (3): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير الآثار والمواقع السياحية لولاية المدية التي تناولها الفايس بوك

الآثار والمواقع السياحية لولاية المدية	التكرار	النسبة
تمزقيدة (الضاية)	22	% 43.1
تيبحيرين	19	% 37.3
باب الأقواس	06	% 11.8
آثار ومواقع أخرى	04	% 7.8
المجموع	51	% 100

هناك العديد من الآثار والمواقع في ولاية المدية زارها أفراد العينة الذي إعتمدنا عليهم من خلال الإستمارة ونحن إخترنا أهم الأماكن الذي تناولها الفايس بوك في مختلف صفحاته، فبلغت تمزقيدة 22 بنسبة 43.1 % وهي من أهم المواقع التي يزورها الأفراد ثم تيبحيرين 19 بنسبة 37.3 % ثم نجد باب الأقواس التي قدرت ب 06 بنسبة 11.8 % وهناك من إختار مواقع أخرى يزورها قدرت ب 04 بنسبة 7.8 % لأن ولاية المدية غنية بمواقعها وكثيفة وكل موقع يختلف عن الثاني وعلى حسب المنطقة.

دائرة نسبية تمثل الآثار والمواقع السياحية لولاية المدية التي تناولها الفايسبوك

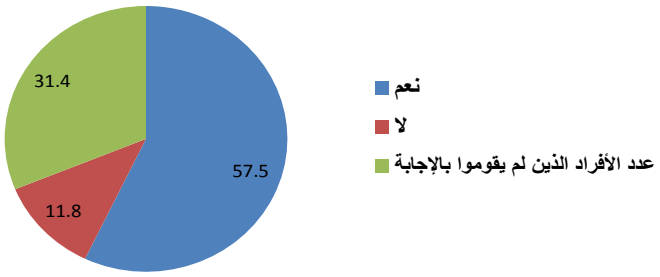


الجدول رقم (4): يمثل يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير الترويج السياحي على الفايس بوك إلى زيارة مكان ما من خلال صفحاته.

مساهمة الفايس بوك في الترويج السياحي	التكرار	النسبة %
نعم	29	% 57.5
لا	06	% 11.8
عدد الأفراد الذين لم يقوموا بالإجابة	16	% 31.4
المجموع	51	% 100

يساهم هذا الجدول أن الفايس بوك من خلال صفحاته يروج للسياحة أكثر مما يؤدي إلى زيارة الأفراد بفضل صفحاته هذه بلغ عدد متابعين هذه الصفحات ب 29 بنسبة 57.5 % وعدد الأفراد الذي لم قالوا بأن الصفحات لا تروج للسياحة ب 06 بنسبة 11.8 % وبينما هناك أشخاص نستطيع القول عليهم أنهم لا يتابعون صفحات السياحية للفايس بوك وأنهم لم يزوروا الأماكن السياحية من خلال صفحات الفايس بوك قدرت ب 04 أي بنسبة 7.8 % مثل ما يوجد أفراد زاروا أماكن بفضل صفحات الفايس بوك مثل ما يوجد أفراد لم يزوروا الأماكن السياحية ولم يتابعوا هذه الصفحات.

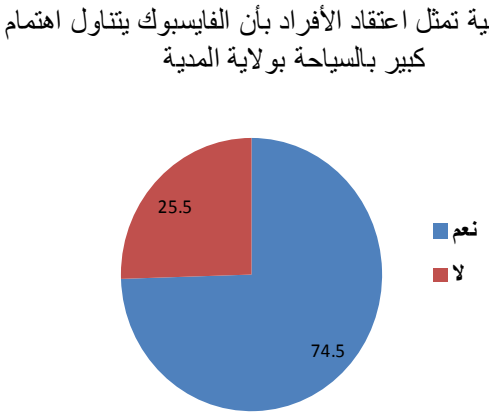
دائرة نسبية تمثل الترويج السياحي على الفايسبوك إلى زيارة مكان من خلال صفحاته



الجدول رقم (5): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير إعتقاد الأفراد بأن الفايس بوك يتناول إهتمام كبير بولاية المدية

زيادة الإهتمام بالمعالم السياحية لولاية المدية	التكرار	النسبة %
نعم	38	% 74.5
لا	13	% 25.5
المجموع	51	% 100

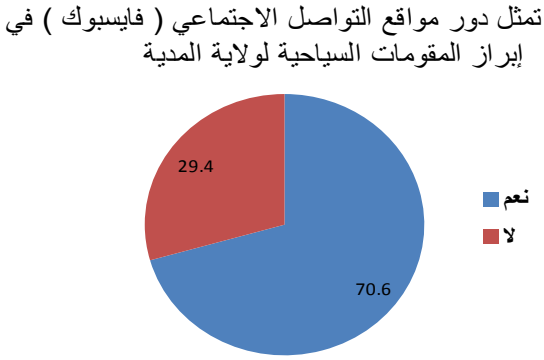
يمثل هذا الجدول بزيادة الإهتمام الفايس بوك بالسياحة لولاية المدية حيث أن عدد المفردات العينة معظم إجاباتهم كانت بنعم فقدرت ب 38 بنسبة 74.5 أي يرون أن موقع الفايس بوك إهتم بالمجال السياحي لولاية المدية وفي مقابل كانت إجابة ب لا 13 بنسبة 25.5 % ونستنتج أن هذا الموقع له آلية فعالة في تحفيزالأفراد على الجانب السياحي كما أن الفايس بوك في آونة الأخير إهتم بالجانب السياحي لولاية المدية التي تتميز بختلف مواقعها الجميلة والباهرة التي أبهرت المتطلعين على هذا الموقع وشوق متابعيه لزيارتها.



الجدول رقم (6): يمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير دور مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك) في إبراز المقومات السياحية لولاية المدية.

دور الفايس بوك في إبراز المقومات السياحية لولاية المدية	التكرار	النسبة %
نعم	36	% 70.6
لا	15	% 29.4
المجموع	51	% 100

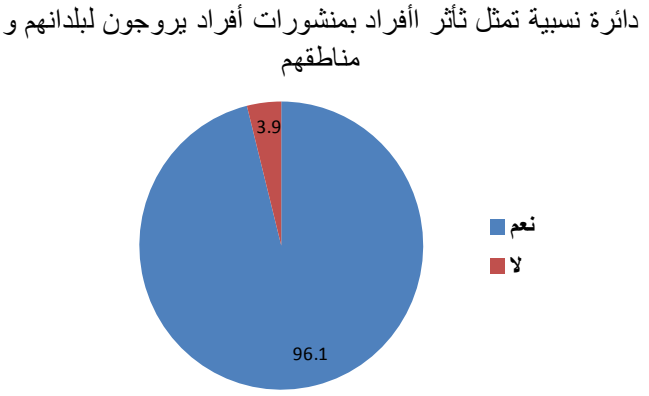
لعب الفايس بوك دورا كبيرا في إبراز المقومات الموجودة في ولاية المدية حيث يوجد عينات أجابت بنعم ب 36 أي بنسبة 70.6 % بينما الآخرون أجابوا ب لا وقدرت 15 بنسبة 29.4 % وبالتالي نقول أن الفايس بوك له دور كبير في المجال السياحي ويهتم به لأن الفايس بوك أبرز فعلا هذه المقومات السياحية في مختلف مناطقها وبالتالي فإن هذا الموقع ساهم في فعالية هذه المقومات.



الجدول رقم (07): يمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير تأثر الأفراد بنشاط أفراد آخرين على الفايس بوك يروجون لبلدانهم ومناطقهم.

تأثر الأفراد بنشاط الأفراد على الفايس بوك	التكرار	النسبة
نعم	49	% 96.1
لا	2	% 3.9
المجموع	51	% 100

في هذا الجدول يمثل تأثر الأفراد بأفراد آخرين من خلال ترويجهم لبلدانهم ومناطقهم على صفحات الفايس بوك فأجابوا بنعم 49 بنسبة 96.1 % وأجابوا ب لا 2 بنسبة 3.9 % فقط وهي نسبة جد ضئيلة مقارنة بالإجابات الأخرى وبالتالي هناك أفراد يؤثرون بشكل كبير على أفراد آخرين مما يجعلهم ينتمون إلى هذه المناطق ويهتمون بمتابعة الأفراد المروجون أكثر فهم بدورهم صانعوا المحتوى ومؤثرين.

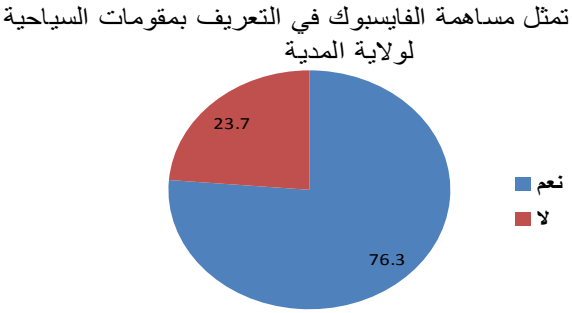


المحور الثالث: مدى نجاح مواقع التواصل الإجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية بالنسبة لطلبة جامعة يحي فارس.

الجدول رقم (01):يمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير مساهمة الفايس بوك في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية

مساهمة الفايس بوك في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية	التكرار	النسبة %
نعم	39	% 76.3
لا	12	% 23.7
المجموع	51	% 100

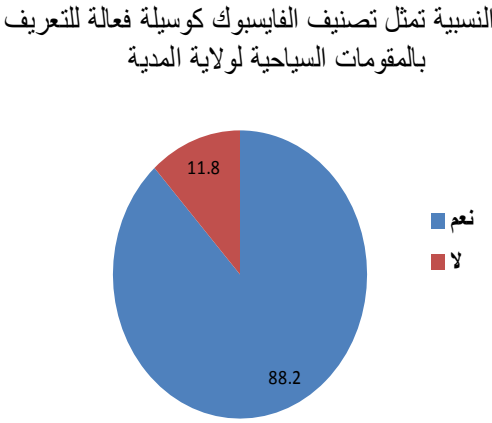
من خلال نتائج هذا الجدول الذي يمثل مساهمة موقع الفايس بوك في التعريف بالمقومات السياحية بولاية المدية يتضح لنا أن النسبة التي حظيت بنسبة كبيرة هي الإجابة بنعم وبلغت 39 نسبة 76.3 % تليها نسبة قليلة وكانت الإجابة ب لا 12 بنسبة 23.7 % ومن هنا نرى أن موقع الفايس بوك يساهم بالمقومات السياحية بدرجة كبيرة حيث أن هذا الموقع نحج في مساهمة التعريف بالمقومات الساحية ولعب دورا كبيرا في ذلك.



الجدول رقم (02): يمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير تصنيف الفايس بوك كوسيلة فعالة للتعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية.

تصنيف االفايسبوك كوسيلة فعالة للتعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية	التكرار	النسبة
نعم	45	% 88.2
لا	06	% 11.8
المجموع	51	% 100

نلاحظ في هذا الجدول المتعلق بتصنيف موقع الفايس بوك كوسيلة فعالة للتعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية، أن النسبة الذي أجابوا بنعم كانت 45 بنسبة 88.2 % أما النسبة الذي أجابوا ب لا فكانت 06 أي بنسبة 11.8 % ومن هنا نجد أن موقع الفايس بوك وسيلة فعالة في التعريف بالمقومات السياحية فمتابعي هذا الموقع يلاحظون أن يتميز بالتعريف بالمقومات السياحية بدرجة أولى ثم يأتي بعده باقي المواقع والوسائل كونه هوالأكثر رواجا للسياحة والتعريف بها.

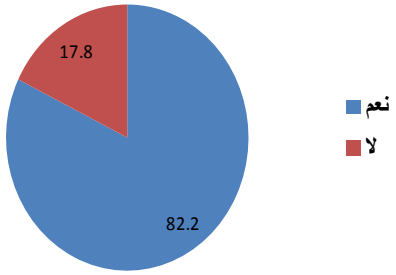


الجدول رقم (03): يوضح توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير أثر الفايس بوك على إهتمام بالسياحة في ولاية المدية

أثر الفايس بوك على الإهتمام بالسياحة في ولاية المدية	التكرار	النسبة %
نعم	42	% 82.2
لا	09	% 17.8
المجموع	51	% 100

نلاحظ أن من خلال الجدول المتعلق بمدى أثر الفايس بوك على الإهتمام بالسياحة في ولاية المدية بشكل إيجابي أن النسبة المتعلقة بالإجابة نعم كانت 42 بنسبة 82.2 % أما فيما يخص الإجابة ب لا فكانت 09 بنسبة 17.8 % فنقول أن موقع الفايس بوك له أثر كبير في التعريف بمعالم ولاية المدية وكانت النتائج لا بأس بها وحتى جيدة كما يعطي نظرة إيجابية ويمكنهم من حب معالم ولاية المدية والتعريف لها بموقع الفايس بوك من خلال الصور وروبورتاج وفيديوهات وغيرها.

دائرة نسبية تمثل أثر الفايسبوك على السياحة في ولاية المدية

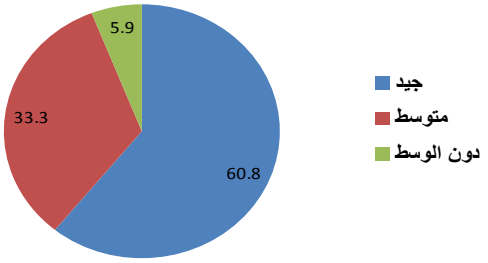


الجدول رقم (04): يمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير التقييم الشخصي لأداء مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك) في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية والترويج لها.

التقييم الشخصي	التكرار	النسبة
جيد	31	% 60.8
متوسط	17	% 33.3
دون الوسط	03	% 5.9
المجموع	51	% 100

يوضح هذا الجدول أعلاه ان عدد أفراد العينات وتقييمهم لأداء مواقع التواصل الإجتماعي خاصة موقع الفايس بوك في التعريف بامقومات السياحية والترويج لها أنها كانت نسبة جيدة وكان موقع الفايس بوك له أداء فعالا في الترويج بالسياحة فنجد نسبة جيدة بلغت قيمتها ب 31 بنسبة 60.8 % أما نسبة متوسط فقدرت 17 أي بنسبة 33.3% وفيما يخص نسبة دون الوسط فكانت منخفظة مقارنة بهم وقدرت ب 03 أي بنسبة 5.9 % ومن هنا نقول أن موقع الفايس بوك قد حفز الأفراد مما جعلهم يتابعون الفايس بوك بشكل كبير خاصة في المجال السياحي.

دائرة نسبية تمثل التقييم الشخصي لأداء مواقع التواصل الإجتماعي (فايسبوك) في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية

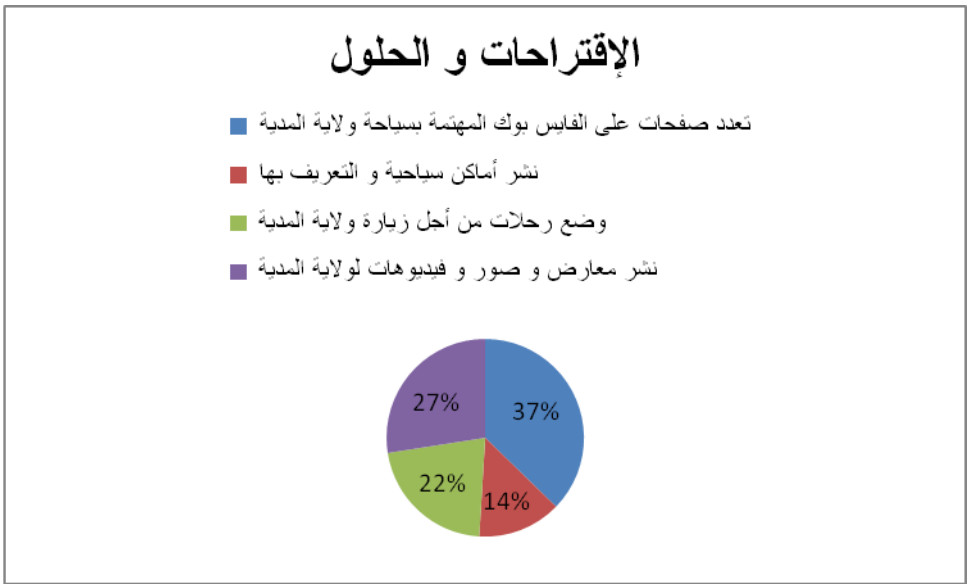


الجدول رقم (5): يمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير إقتراحات الطلبة لتفعيل دور الفايس بوك في الترويج للمقومات السياحية لولاية المدية.

الإجابات	التكرار	النسبة
تعدد صفحات على الفايس بوك المهتمة بسياحة لولاية المدية	19	%37.25
نشر أماكن سياحية والتعريف بها	07	%13.73
وضع رحلات من أجل زيارة ولاية المدية	11	%21.57
نشر معارض وصور وفيديوهات	14	%27.45
المجموع	51	%100

يبين الجدول أعلاه أن أفراد العينة يقترحون تعدد صفحات على الفايس بوك المهتمة بسياحة ولاية المدية والتي بلغت نسبتها 19 بنسبة 37.25% وفي المقابل بلغت نسبة الذين إقترحوا نشر أماكن سياحية والتعريف بها 07 من أفراد العينة وبنسبة 13.73%

أما أفراد العينة الموالية فاقترحت وضع رحلات من أجل زيارة ولاية المدية وقدرت 11بنسبة 21.57% في الحين أن هناك من إقترحوا نشر معارض وصور وفيديوهات لولاية المدية وقدرت 14 بنسبة 27.45% ومع الملاحظ عزوف عدد لا بأس به عن ويمكن تفسير ذلك بأن أفراد العينة يريدون أن تتعدد الصفحات على الفايس بوك التي تهتم بالسياحة لولاية المدية ويشجعون موقع الفايس بوك على المجال السياحي لأن هذا الموقع له القدرة في تعدد صفحات السياحية وبالتالي معظم أفراد العينة إقترحوا الفايس بوك خاصة وأن صفحات تهتم بالمجال السياحي



نتائج الدراسة:

بعد تحليل ومناقشة بيانات الدراسة، ومن خلال نتائج الإستمارة التي طرحناها على عينة من الأفراد تم التوصل إلى النتائج التالية:

النتائج العامة للتساؤل الفرعي الأول: أنماط إستخدام طلبة جامعة يحي فارس بالمدية لمواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك)

- كشفت القراءة الكمية والكيفية للبيانات المتحصل عليها أن المبحوثين يستخدمون الفايس بوك بشكل كبير وذلك أن هذا الموقع هوالأكثر إستخداما عن المواقع الأخرى والأكثر شيوعا وله شعبية كبيرة يتميز بها
- صرح أغلب المبحوثين أن معظمهم يشتركون في موقع الفايس بوك أكثرمن سنين وذلك لمجانيته وسهولة إستخدامه ويمكن لأي شخص فتح حساب الفايس بوك وإستخدامه
- أجاب بنسبة كبيرة أن المبحوثين يستغرقون الوقت في إستخدام الفايس بوك أكثر من ساعتين وذلك لأن يمتاز بالعديد من الخاصيات كالفيديوهات، صور،.....
- أظهرت الدراسة أن أغلبية الإجابات كانت أن المبحوثين يستخدمون موقع الفايس بوك لأغراض إجتماعية كالتواصل مع غيرهم

النتائج العامة للتساؤل الفرعي الثاني: مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك) في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية.

- صرح أغلب أفراد العينة على أنهم يعتقدون أن موقع الفايس بوك يتميز بخاصيات تساهم في إبراز المقومات السياحية لولاية المدية ونرى من بين هذه الخاصيات الروبورتاج، بورتريه...
- أجمع أغلب أفراد العينة أن الفايس بوك من بين أهم الوسائل التي تخدم الجانب السياحي من خلال عرض صفحاته التي تبرز ذلك وعلى سبيل المثال نجد media bachen
- بينت الدراسة أن أكثر مواقع السياحية التي لجأ إليها المبحوثين لولاية المدية والتي تناولها الفايس بوك هي تمزقيدة (الضاية) وذلك للمؤهلات التي تمتاز بها هذه المنطقة كالجبال، البحيرة، والمناظر الطبيعية
- صرحت الدراسة أن الترويج السياحي على موقع الفايس بوك إلى زيارة مكان ما من خلال صفحاته كانت بنسبة كبيرة أي أثر الفايس بوك بصفحاته على المبحوثين بدرجة كبيرة مثل صفحة السياحة في المدية
- أجمع أغلب أفراد العينة المدروسة أن موقع الفايس بوك لعب دورا كبيرا في إبراز بالمقومات السياحية لولاية المدية والملاحظ أن هذا الموقع أكثر إستخداما من طرف المبحوثين

النتائج العامة للتساؤل الفرعي الثالث: مدى نجاح مواقع التواصل الإجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية بالنسبة لطلبة جامعة يحي فارس.

- صنف أغلب أفراد العينة أن موقع الفايس بوك وسيلة فعالة للتعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية وذلك لإهتمام الفايس بوك بالجانب السياحي وكذلك إهتمام الطلبة بهذا الموقع كونه أكثر رواجا للسياحة أكثر من المواقع الأخرى
- أجاب معظم المبحوثين أن الفايس بوك أثر بشكل كبير وإهتم بالجانب السياحي لولاية المدية وهذا يعني أن يستخدم بدرجة كبيرة من طرف المبحوثين لأن هذا الموقع يمتاز بقدرات عالية خاصة في المجال السياحي

هناك بعض الحلول والمقترحات من المبحوثين لتفعيل دور الفايس بوك في الترويج للمقومات السياحية لولاية المدية ونجد منها:

- الإكثار من الفيديوهات التي تساهم في نشر السياحة في ولاية المدية.
- يجب ان تتعدد الصفحات على الفيس بوك المهتمة بسياحة ولاية المدية.
- نشر إعلان عن رحلات سياحية داخل ولاية مدية.
- نشر الوعي لدى فئة الشباب حول دور وأثر موقع الفايس بوك في التعريف بالمقومات السياحية والإستخدام الأمثل لهذا الموقع خاصة في الجانب السياحي.

الخاتمة

خاتمة

لعبت مواقع التواصل الإجتماعي دورا فعالا في إبراز المقومات السياحية لولاية المدية، وهذا نظرا لما تقدمه من خدمات وتبادل للمعارف والثقافات والتواصل بين الأفراد، ومن خلال الخاصيات التي تمتاز بها كالصور والفيديوهات والتعليقات، والتي بينت مدى إهتمام الطلبة الجامعيين بالجانب السياحي وهذا ما كشفت عنه النتائج مجسدة في تلك المساهمة التي تتركها مواقع التواصل الإجتماعي من تحفيز وتكوين إلى تشكيل أفكار ومعلومات ومعارف تخص المقومات السياحية لولاية المدية، وهذا ما يدفع الطالب إلى الإهتمام والرغبة في التعرف أكثر على هذه المقومات، فكلما زاد نشاط الطلبة على مواقع التواصل الإجتماعي بهدف التعريف بالمقومات السياحية كلما زاد الإقبال والتعرف عليها أكثر.

ومن خلال هذه الدراسة أن مواقع التواصل الإجتماعي هوالموقع المفضل لدى الطلبة الجامعيين لولاية المدية.

قائمة المراجع

قائمة المصادر:

القرآن الكريم سورة النور الآية: (62).

قائمة المراجع:

أحمد محمود، **صناعة السياحة**، دار الكنوز المعرفة العلمية للنشر وتوزيع، عمان، 2007م.

أمين رضا عبد الواحد، **إستخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الأنترنت**، منشورات جامعة البحرين، 2009م.

بدوي أحمد زكي – صديقة يوسف محمود، **المعجم العربي – الميسر**، دار الكتاب اللبناني، دار الكتاب المصري.

جبريل بن حسن العريشي وآخرون، **الشبكات الإجتماعية والقيم – رؤية تحليلية**، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015م.

حجاب محمد منير، **الإعلام السياحي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002م.

زيان محمد عمر، **البحث العلمي منهجه وتقنياته**، ط 01، مطبعة خالد حسين الطرابيشي، الرياض

السيد أمينة عادل سليمان وآخرون، **الشبكات الإجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة**، المكتبات والمعلومات المصرية، مصر، 2009م.

عاجم محمد، **الأنترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان إنعزال الشباب – عالم إفتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه** مكتبة الشرق الأوسط، 2010م.

علي خليل، **شبكات التواصل الإجتماعي**، دار أسامة لنشر والتوزيع، 2014م.

غنيم ندى ،**أدوات البحث العلمي**، جامعة دمشق، سوريا، 1999م.

الغول كمال علي، **منهجية البحث العلمي**، تونس، 2020م.

الفضلي عبد الهادي، **أصول البحث** ،ط 01، دار المؤرخ العربي، بيروت، 1992م

مجاهد أماني جمال، **الشبكات الإجتماعية في تقديم خدمات مكتبة متطورة – دراسة المعلومات**، جامعة المنوفية، ماي 2010.

محمود حسن إسماعيل، **مبادئ علم الإتصال والنظريات**، الدار العالمية لنشر والتوزيع، 2003م.

مرزوقي حسام الدين، **الشبكات الإجتماعية والإعلام**، جامعة عنابة، 2009م.

مروان عبد المجيد إبراهيم، **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، ط 01 ،مؤسسة الوراق، عمان، 2000م.

مشطري مرسي، **شبكات التواصل الإجتماعي الرقمي**، مجلة المستقل العربي، لبنان، جانفي 2012م.

موريس أنجرس ،**منهجية البحث العلمي والعلوم الإنسانية – تدريبات عملية**، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006م.

الموسى عصام سليمان ،**المدخل في الإتصال الجماهيري**، ط 01، مكتبة الكتاني أبرد، 1998م.

وائل مبارك خضر فيصل الله، **أثر الفايس بوك على المجتمع**، المكتبة الوطنية لنشر والتوزيع الخرطوم، 2012م.

المذكرات:

بلبالة مرزاقة، **تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على القيم الإجتماعية للطلبة الجامعيين** مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019م.

بلقرع أحمد، **مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في التعريف بالمعالم السياحية لولاية برج بوعريريج**، مذكرة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017م.

بوعمر سهيلة، **إتجاهات النفسية الإجتماعية للطلبة الجامعيين نحوشبكات التواصل الإجتماعي**، مذكرة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة محمد خيضر، 2015م.

حميش نورية، **تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الإتصال الأسري**، مذكرة الماستر كلية العلوم الإجتماعية، جامعة عبد الحميد إبن باديس، مستغانم، 2016م.

نورمان مريم، **إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية**، شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012م.

القواميس والمعاجم:

إبراهيم مصطفى وآخرون، **المعجم الوسيط – مجمع اللغة العربية**، دار الدعوة ط 04 2004م.

إبن منظور، **لسان العرب** ،دار صادر للطباعة والنشر، لبنان ،1997م.

عصام نور الدين، **معجم نور الدين الوسيط (عربي عربي)**، بيروت، دار الكتب العلمية، 2005م.

القزويني الوازي أحمد بن فارس بن زكارياء، تحقيق عبد السلام محمد هارون، **معجم مقاييس اللغة**، دار الفكر، 1399هجري.

مذكور إبراهيم وآخرون، **معجم العلوم الإجتماعية**، مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975.

المجلات والدويات والمقالات:

حبال سهيلة، حاروش نور الدين، **مساهمة القطاع السياحي في الإقتصاد الجزائري**، مجلة آفاق علمية، الجزائر، العدد 02، 2019م.

دليل سياحي، **المدية فاتنة التيطري الأسطورية**

مركز الحرب الناعمة للدراسات، **شبكات التواصل الإجتماعي – منصات للحرب الأمريكية الناعمة،** مكتبة مؤمن قريش، بيروت، 2012م.

المواقع الإلكترونية:

https M //bo7ooth.info

قائمة الملاحق

جامعة يحي فارس بالمدية
كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية
قسم علوم الإعلام والإتصال
تخصص سمعي بصري

إستمارة البحث بعنوان:

دور مواقع التواصل الإجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية في الجزائر
(دراسة وصفية مسحية لطلبة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية في جامعة يحي فارس بالمدية)

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال تخصص سمعي بصري، نرجومنكم التفضل بملء هذه الإستمارة بموضوعية مؤكدين لكم أن البيانات ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لأغراض هذا البحث العلمي.

من إعداد:
ساكت هداية
معمر كنزة

تحت إشراف:
أ/ عفان إيمان

ملاحظة: ضع علامة (x) في الخانة المناسبة مع إمكانية إختيار أكثر من الإحتمال

السنة الدراسية: 2021/2020

المحور الأول: أسئلة البيانات الشخصية

1.الجنس: أنثى ☐ ذكر ☐

2.الولاية: داخل الولاية ☐ خارج الولاية ☐

3.المستوى المعيشي: ميسور ☐ متوسط ☐ دون الوسط ☐

المحور الثاني: أنماط إستخدام طلبة جامعة يحي فارس بالمدية لمواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك)

4.هل أنت من مستخدمي الفايس بوك ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

5.منذ متى وأنت تملك حسابا على الفايس بوك ؟

أقل من سنة ☐

من سنة إلى سنتين ☐

أكثر من سنتين ☐

6.كم من الوقت تستغرق في إستخدام الفايس بوك ؟

أقل من ساعة ☐

ما يقارب ساعتين ☐

أكثر من ساعتين ☐

7.ما هي دوافع إستخدامك الفايس بوك ؟

تعليمية ☐ ثقافية ☐ إجتماعية ☐ ترفيهية ☐

أخرى أذكرها

.....

8.ما هي الإشباعات التي يقدمها لك الفايس بوك كمستخدم ؟

.....

المحور الثالث: مساهمة مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك) في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية.

9.في إعتقادك أن الفايس بوك يتميز بخاصيات تساهم في إبراز المقومات السياحية لولاية المدية ؟

.....

10.على أي وسيلة تعتمد على الترويج للأماكن السياحية ؟

الفايس بوك ☐ التلفزيون ☐ وسائل أخرى ☐

11.هل يمكنك ذكر بعض الآثار والمواقع السياحية بولاية المدية التي تناولها الفايس بوك ؟

تمزقيدة (الضاية) ☐

تيبحيرين ☐

باب الأقواس ☐

أخرى أذكرها

.....

12.هل سبق أن دفعتك صفحة الترويج السياحي على الفايس بوك إلى زيارة مكان ما ؟

.....

13.في إعتقادك هل تناول الفايس بوك بإهتمام كبيرالسياحة بولاية المدية ؟

نعم ☐ لا ☐

14.هل كانت الفايس بوك دور كاف في إبراز المقومات السياحية بالولاية ؟

نعم ☐ لا ☐

15.هل تأثرت بنشاط أفراد على الفايس بوك يروجون لبلدانهم ومناطقهم

نعم ☐ لا ☐

المحور الرابع: مدى نجاح موقع الفايس بوك في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية.

16.هل ساهم الفايس بوك في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية؟

نعم ☐ لا ☐

في كلتا الحالتين برر

.....

17.هل يمكن تصنيف الفايس بوك كوسيلة فعالة للتعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية؟

نعم ☐ لا ☐

في كلتا الحالتين برر

.....

18.هل كان للفايس بوك أثر على إهتمامك بالسياحة في ولاية المدية ؟

نعم ☐ لا ☐

في كلتا الحالتين برر

.....

19.ما تقييمك الشخصي لأداء مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك) في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية والترويج لها ؟

جيد ☐ متوسط ☐ دون الوسط ☐

20.ما هي إقتراحاتك لتفعيل دور الفايس بوك في الترويج للمقومات السياحية لولاية المدية ؟

.....

الملحق رقم 02: الأساتذة المحكمين للإستيبان

قائمة المحكمين للإستيبان

لقد تم عرض الإستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين بالكلية اللذين أفادونا بالتحكيم والذي كان في تصميم فلهم منا جزيل الشكر:

الأستاذة سكينة: أستاذة بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة قسنطينة، رتبة أستاذ محاضر قسم أ

الأستاذ بوغرارة حكيم: أستاذ بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة المدية رتبة أستاذ محاضر قسم أ

الملحق رقم 03: صور أهم المواقع لولاية المدية.

1- موقع تمزقيدة (الضاية)



2- موقع تيبحيرين.



3- موقع باب الأقواس.



فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
الجدول رقم (01)	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	36
الجدول رقم (02)	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير داخل وخارج الولاية	37
الجدول رقم (03)	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى المعيشي	38
الجدول رقم (04)	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير مستخدمي الفايس بوك	39
الجدول رقم (05)	جدول يمثل يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة الإشتراك في الفايس بوك	39
الجدول رقم (06)	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوقت المستغرق في إستخدام الفايسبوك	41
الجدول رقم (07)	جدول يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير دوافع إستخدام الفايس بوك	41
الجدول رقم (08)	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الإشباعات التي يقدمها الفايس بوك	42
الجدول رقم (09)	جدول يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير إعتقاد الأفراد بأن الفايس بوك يتميز بخاصيات تساهم في إبراز المقومات السياحية لولاية المدية	43
الجدول رقم (10)	جدول يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير أهم الوسائل التي تخدم الجانب السياحي في نظر الطلبة	44
الجدول رقم (11)	جدول يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير الآثار والمواقع السياحية لولاية المدية التي تناولها الفايس بوك	45
الجدول رقم (12)	جدول يمثل يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير الترويج السياحي على الفايس بوك إلى زيارة مكان ما من خلال صفحاته	46
الجدول رقم (13)	جدول يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير إعتقاد الأفراد بأن الفايس بوك يتناول إهتمام كبير بولاية المدية	47

الجدول رقم (14)	جدول يمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير دور مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك) في إبراز المقومات السياحية لولاية المدية	48
الجدول رقم (15)	جدول يمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير تأثر الأفراد بنشاط أفراد آخرين على الفايس بوك يروجون لبلدانهم ومناطقهم	49
الجدول رقم (16)	جدول يمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير مساهمة الفايس بوك في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية	50
الجدول رقم (17)	جدول يمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير تصنيف الفايس بوك كوسيلة فعالة للتعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية	51
الجدول رقم (18)	جدول يمثل يوضح توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير أثر الفايس بوك على إهتمام بالسياحة في ولاية المدية	52
الجدول رقم (19)	جدول يمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير التقييم الشخصي لأداء مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك) في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية والترويج لها.	53

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
الشكل رقم (01)	**دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس**	**36**
الشكل رقم (02)	**دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير داخل وخارج الولاية**	**37**
الشكل رقم (03)	**دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى المعيشي**	**38**
الشكل رقم (04)	**دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير مستخدمي الفايسبوك**	**39**
الشكل رقم (05)	**دائرة نسبية تمثل يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة الإشتراك في الفايس بوك**	**40**
الشكل رقم (06)	**دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوقت المستغرق في إستخدام الفايسبوك**	**41**
الشكل رقم (07)	**دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير دوافع إستخدام الفايس بوك**	**42**
الشكل رقم (08)	**دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الإشباعات التي يقدمها الفايس بوك**	**43**
الشكل رقم (09)	**دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير إعتقاد الأفراد بأن الفايس بوك يتميز بخاصيات تساهم في إبراز المقومات السياحية لولاية المدية**	**44**
الشكل رقم (10)	**دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير أهم الوسائل التي تخدم الجانب السياحي في نظر الطلبة**	**45**
الشكل رقم (11)	**دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير الآثار والمواقع السياحية لولاية المدية التي تناولها الفايس بوك**	**46**
الشكل رقم (12)	**دائرة نسبية تمثل يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير الترويج السياحي على الفايس بوك إلى زيارة مكان ما من خلال صفحاته**	**47**
الشكل رقم (13)	**دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير إعتقاد الأفراد بأن الفايس بوك يتناول إهتمام كبير بولاية المدية**	**48**

الشكل رقم (14)	دائرة نسبية تمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير دور مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك) في إبراز المقومات السياحية لولاية المدية	49
الشكل رقم (15)	دائرة نسبية تمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير تأثر الأفراد بنشاط أفراد آخرين على الفايس بوك يروجون لبلدانهم ومناطقهم	50
الشكل رقم (16)	دائرة نسبية تمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير مساهمة الفايس بوك في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية	51
الشكل رقم (17)	دائرة نسبية تمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير تصنيف الفايس بوك كوسيلة فعالة للتعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية	52
الشكل رقم (18)	دائرة نسبية تمثل يوضح توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير أثر الفايس بوك على إهتمام بالسياحة في ولاية المدية	53
الشكل رقم (19)	دائرة نسبية تمثل توزيع عدد أفراد العينة حسب المتغير التقييم الشخصي لأداء مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك) في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية والترويج لها	54

فهرس المحتويات

الفهرس:

العنوان	الصفحة
مقدمة	**أ - ب**
أولا: الإطار المنهجي للدراسة	**/**
- الإشكالية.	2
- التساؤلات.	2
- تحديد المفاهيم.	5-2
- أسباب إختيار الموضوع.	5
- أهداف الدراسة.	6
- أهمية الدراسة.	6
- المناهج والتقنيات المتبعة في الدراسة.	7-6
- أداة الدراسة.	8-7
- مجتمع الدراسة والعينة.	10-9
- الدراسات السابقة.	12-10
ثانيا: الإطار النظري	
الفصل الأول: مواقع التواصل الإجتماعي	
تمهيد	**15**
المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الإجتماعي.	**16**
المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي.	**16**
المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الإجتماعي.	**17-16**
المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الإجتماعي.	**18-17**
المبحث الثاني: أهم مواقع التواصل الإجتماعي.	**19**
المطلب الأول: موقع الفايس بوك.	**19**
المطلب الثاني: موقع اليوتيوب.	**19**
المطلب الثالث: موقع تويتر.	**19**
المبحث الثالث: دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأهميتها.	**20**
المطلب الأول: دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي.	**20**

المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الإجتماعي.	**20**
المطلب الثالث: أهمية مواقع التواصل الإجتماعي.	**21**
خلاصة الفصل	**22**
الفصل الثاني: المقومات السياحية في الجزائر	
تمهيد	**24**
المبحث الأول: ماهية السياحة.	**25**
المطلب الأول: مفهوم السياحة.	**25**
المطلب الثاني: أهمية السياحة.	**25**
المبحث الثاني: مقومات الجذب السياحي.	**27**
المطلب الأول: المقومات الطبيعية.	**27**
المطلب الثاني: المقومات الثقافية (المقومات أثرية التاريخية، الإنسانية، الدينية).	**28**
المطلب الثالث: مقومات الجذب الإصطناعي.	**29**
المبحث الثالث: الركائز الأساسية لنهوض السياحة في الجزائر (مخطط تهيئة السياحية).	**30**
المطلب الأول: الركائز الأساسية لنهوض السياحة بالجزائر.	**30**
المطلب الثاني: مشروع تخطيط التوجيهي للتهيئة السياحية.	**30**
المطلب الثالث: التسويق السياحي عبر مواقع التواصل الإجتماعي (الفايس بوك).	**31**
خلاصة الفصل	**32**
ثالثا: الإطار التطبيقي	
المبحث الأول: التحليل الكمي والكيفي للبيانات وفق الجداول البسيطة.	**55-34**
نتائج الدراسة.	57-56
خاتمة.	59
قائمة المصادر والمراجع.	63-61
ملاحق الدراسة.	74-65
فهرس الدراسة.	/

ملخص الدراسة:

أجريت هذه الدراسة على عينة من طلبة جامعة الدكتور يحي فارس بولاية المدية قسم علوم الإعلام والإتصال، بحيث هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الإجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية في الجزائر.

فإن هذه المواقع والتي من أشهرها الفايس بوك بإمكانها أن تربط الطلبة بالمقومات السياحية من خلال بناء صورة واضحة حول هاته المقومات، مما يؤكد على حقيقة أن موقع الفايس بوك عبارة عن أداة مروجة بدرجة كبيرة وهذا ما أكدته هذه الدراسة.

إعتمدنا على المنهج المستخدم في هذه الدراسة (المنهج المسحي).

قمنا بتحديد العينة ب 60 طالب

إعتمدنا على أداة الدراسة (إستبيان) كأداة لجمع المعلومات والبيانات الخاصة بهذه الدراسة.

ومن خلال هذه الدراسة إستنتجنا ما يلي:

- يساهم موقع الفايس بوك في التعريف بالمقومات السياحية.
- يصنف الفايس بوك بأنه أداة فعالة للترويج للمقومات السياحية لولاية المدية.
- نجح موقع الفايس بوك بشكل كبير في التعريف بالمقومات السياحية لولاية المدية

الكلمات المفتاحية: دور، مواقع التواصل الإجتماعي، المقومات السياحية.

:Résumé

Cette etude a été menee sur un echantiller d etudiants de luniversite d.r yahya fares dans letat de médea ، département des sciences des médias et de la communication de sorte que l'étude visait à identifier le role des sites de réseaux dans l'introduction des potentiels touristiques en algérie.

Ces sites، dont le plus connu est face book ، peuvent relier les étudiants aux potentiels touristiques en construisants une une image claire autour de ces ingrédients ، ce qui confirme le fait que face book est un outil très valorisé et c'est ce que confirme cette étude.

_ la méthode utilisée dans cette étude: la méthode

_ echantillon: l'echantillon a été déterminé par 60 étudiants qui hésitaient à utiliser face book

_ outil détude:nous somme appuyés sur le questionnaire comme outil de collecte d'informations de donné pour cette étude

Résultats de l'etude:

_ face book contribue à la définition des potentiels touristique.

_face book se classe comme un outil efficase pour promovior le potentiel touristique de l'etat de médéa

_ face book a réussi à présenter les potentie touristique de l'état de médée.