

جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



الموضوع:

دور تكنولوجيا الاتصال في تفعيل السياحة
الجزائرية
دراسة حالة على موظفي - مديرية السياحة -
الأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

د. حسين بن سليم

إعداد الطالبتين:

- حنان بزيان

- سهام بومعالي

السنة الجامعية 2016/2015

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أُحْمَدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

عملا بحديث الرسول صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس لم يشكر الله ومن أهدى إليكم معروفا فكافئوه فإن لم تستطيعوا فادعوا له"

نتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذ المشرف: د حسين بن سليم على
مجهوداته الجبارة وإلى كل الأساتذة الذين رافقونا في مشوارنا
الدراسي و لكل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز هذا
العمل .





إهداء



إلى روح خالي الطاهرة أهدي عملي



حنان



الإهداء

إلى حكمتي وعلمي.....إلى أدبي وحلميإلى ينبوع

الصبر والتفؤل.

إلى منبع البركات "أمي".....أهدي إليك

ثمرة جهدي

يا من أحمل إسمك بكل فخر.....يا من علمتني معنى الحياة

إلى أعظم رجل في الكون.....إلى سدي وقوتي بعد الله

"أبي"

إلى كل إخوتي وأخواتي

إلى كل من ساهم في رعايتي.....إلى كل عائلة "بومعالي"

إلى كل من له الفضل في التحاقني بهذا التخصص،

إلى كل من نصنني، إلى كل من كسر إحباطي وكان سندا

لي ومرشدي

أهدي عملي هذا.

سهام



الفهرس

فهرس المحتويات

الصفحة

الشكر

الإهداء

فهرس الموضوعات

فهراس الجداول

مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول

4. أولاً: مشكلة الدراسة.....
- 4 ثانياً: فرضيات الدراسة.....
- 5 ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع.....
- 6 رابعاً: أهمية الدراسة.....
- 6 خامساً: أهداف الدراسة.....
- 7 سادساً: الإطار العام للدراسة.....
- 7 سابعاً: أدوات الدراسة.....
- 8 ثامناً: المنهج المستعمل.....
- 9 تاسعاً: الدراسات السابقة.....
- 12 عاشرًا: صعوبات البحث.....
- 13

29	تمهيد.....
21	المبحث الأول: التكنولوجيا.....
21	المطلب الأول: تعريف التكنولوجيا.....
21	المطلب الثاني: أنواع التكنولوجيا.....
24	المطلب الثالث: خصائص التكنولوجيا.....
25	المطلب الرابع: أهمية التكنولوجيا.....
26	المطلب الخامس: وظائف التكنولوجيا.....
29	المبحث الثاني: الاتصال.....
29	المطلب الأول: تعريف الاتصال.....
30	المطلب الثاني: أنواع الاتصال.....
31	المطلب الثالث: عناصر الاتصال.....
32	المطلب الرابع: أهمية الاتصال وانواعه.....
33	المطلب الخامس: العملية الاتصال.....
40	المبحث الثالث: تكنولوجيا الاتصال.....
40	المطلب الأول: التطور التاريخي لتكنولوجيا الاتصال.....
44	المطلب الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال.....
46	المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....
51	المطلب الرابع: التقارب التكنولوجي.....

المطلب الخامس: الجهود الجزائرية في مجال إدماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة.....	56
خلاصة الفصل.....	59

تمهيد.....	61
المبحث الأول: السياحة.....	63
المطلب الأول: نشأة ومفهوم السياحة.....	63
المطلب الثاني: خصائص السياحة.....	68
المطلب الثالث: أنواع السياحة.....	69
المطلب الرابع: أهمية السياحة.....	71
المطلب الخامس: المقومات السياحية.....	74
المبحث الثاني: السياحة بالجزائر.....	76
المطلب الأول: تاريخ ظهور السياحة بالجزائر.....	76
المطلب الثاني: أنواع السياحة بالجزائر.....	78
المطلب الثالث: مميزات السياحة بالجزائر.....	80
المطلب الرابع: أهم المقومات السياحية بالجزائر.....	83
المطلب الخامس: مؤسسات القطاع السياحي بالجزائر.....	84
المطلب السادس: السياحة ضمن المخططات.....	88
المطلب السابع: الآفاق المستقبلية للسياحة بالجزائر والاقتراعات.....	96
المبحث الثالث: السياحة بولاية الأغواط.....	99
المطلب الأول: لمحة عن ولاية الأغواط.....	99
المطلب الثاني: المؤهلات السياحية بالولاية وأهم الوكالات والفنادق.....	101
المطلب الثالث: الإحصائيات السياحية بالولاية من سنة 2013-2015.....	108
المطلب الرابع: وسائل تكنولوجيا الاتصال و السياحة بالجزائر وولاية الاغواط.....	111
خاتمة الفصل.....	121

- المبحث الأول : المبحث الأول: مديرية السياحة والصناعة التقليدية بالأغواط.....123
- المطلب الأول: تعريف مديرية السياحة بالأغواط..... 123
- المطلب الثاني: مصالح مديرية السياحة والصناعة التقليدية.....124
- المطلب الثالث: مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية.....124
- المبحث الثاني: غرفة الصناعة التقليدية والحرف بالأغواط.....126
- المطلب الأول: تعريف الصناعة التقليدية.....126
- المطلب الثاني: مهام غرفة الصناعة التقليدية.....126
- المطلب الثالث: انجازات قطاعات الصناعة التقليدية.....127
- المطلب الرابع: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة لولاية الأغواط.....129
- المبحث الثالث: تحليل البيانات.....130
- المطلب الأول: تفرغ وتحليل البيانات الخاصة بدراسة حالة.....130
- المبحث الرابع: المقابلة.....156
- التوصيات والاقتراحات.....166
- الخاتمة.....168

الملاحق

فهرس الجـ داول

رقم	عنوان	الصفحة
01	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	130
02	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	131
03	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	132
04	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية	132
05	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوظيفة التي يشغلونها	133
06	اهتمام ومتابعة تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمديرية السياحة	134
07	طبيعة الاتصالات التي تقوم بها مديريكم	134
08	وسائل الاتصالات المستخدمة في العمل بالنسبة لأفراد العينة	135
09	امتلاك عمال مديرية السياحة لجهاز الحاسوب	136
10	درجة استخدام جهاز الحاسوب	136
11	جيل الحاسوب الذي تستخدمه	137
12	وجود تكوين معلوماتية لعمال السياحة من عدمه	137
13	مجالات استخدام جهاز الحاسوب	138
14	أنواع استعمالات الحاسوب بالمديرية	138
15	مدى استعانة عمال المديرية بالأسلوب اليدوي	139
16	وجود ربط لجهاز الحاسوب بالانترنت للعمل بمديرية السياحة	140
17	مدى استخدام شبكة الانترنت بالمديرية	140
18	مجالات استخدام شبكة الانترنت	141
19	في حالة عدم استعماله للشبكة	141
20	أسباب ربط مصالحكم بالانترنت	142
21	وجود صعوبات أثناء استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة	142
22	إذا كانت هناك معرفة مسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة	143

143	كيف يتم تحصيل ذلك	23
144	الغرض من استعمال تكنولوجيا الاتصال	24
144	أهم الحصص التدريبية للتحكم أكثر في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة	25
145	درجة التحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال بعد التدريب	26
145	أثر التجديد الذي أدخلته تكنولوجيا الاتصال في شكل العمل بالمديرية	27
146	نمط التغيير الذي أحدث بالمديرية بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال	28
146	مساهمة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الاتصال داخل مديرية السياحة	29
147	تحسين الاتصال داخل المديرية	30
147	زيادة تكنولوجيا الاتصال في تفعيل الاتصال الخارجي	31
148	كيفية تفعيل الاتصال الخارجي	32
149	دور تكنولوجيا الاتصال في تحسين مردودية النشاط	33
149	أسباب تحسين إنتاجية العمل عن طريق تكنولوجيا الاتصال	34
150	اهتمام المسؤولين بتكنولوجيا الاتصال داخل المديرية في الترويج للسياحة	35
151	مساهمة الموقع الخاص بالمديرية بتعزيز النشاط السياحي	36
152	مساهمة تكنولوجيا الاتصال لدى مديريكم في دعم وتسويق السياحة الداخلية	37
152	الوسائل الاتصالية المستخدمة في تلقي المهام	38
153	عن أي الوسائل الاتصالية تتلقى مهامك	39
153	تقييم استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمديرية السياحة	40

مفصلة

مقدمة:

يعيش العالم فقرة تكنولوجية هائلة نجمت عن ضخامة الأعمال الفكرية والإبداعية التي توصل إليها الإنسان، وقد مسّ هذا التطور العلمي الهائل كافة مناحي الحياة وعلى وجه الخصوص الجانب الاقتصادي حيث تحول الاقتصاد العالمي من الاقتصاد الصناعي القائم على رأس مال إلى الاقتصاد المعلوماتي أو المعرفي القائم على المعرفة والمعلومة، حيث تعد هاتين الأخيرتين من المقادير المهمة لتحقيق رفاهية المجتمع .

في هذا العصر يتزايد فيه دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في صياغة الحاضر وتشكيل المستقبل كما أنها متطلب أساسي في شتى مجالات الحياة إذ لا بد من أن تشهد الأوساط المؤسساتية محليا وعربيا وعالميا اهتماما متزايد بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات نحو تفعيل واقع السياحة وينبغي التعامل معها كمصدر للإنتاج وأداة تساهم بفعالية في تحقيق أهداف المديرية ولهذا فرضت تكنولوجيا الاتصال نفسها شيئا فشيئا واقتحمت كل المجالات بسرعة مدهشة مما أصبح العالم قرية واحدة و ألغت بذلك كل الحواجز الزمنية والمكانية، حيث سكنت كل العالم من الاتصال وتبادل المعلومات، وأصبحت بذلك التكنولوجيا قوة كبرى في عجلة التنمية وخاصة الاقتصادية منها التي كان لها الفضل الكبير في تغير نمط و إدارة المؤسسات ومواكبة كل التغيرات بما فيها العلمية الاتصالية التي تعتبر الركيزة الأساسية للاتصال بالمحيط الخارجي الذي يساعد على التأقلم مع الاقتصاد الجديد الذي يبني على دعم الاتصال عبر مختلف المجالات من خلال توفير المعلومات والمعطيات و البيانات المناسبة .

وهذه التحولات أدت إلى اشتداد المنافسة بين المؤسسات حيث أثرت على أنماط التسيير المنتهجة من طرف المؤسسات و نوعية الخدمات إضافة إلى طريقة التواصل المؤسسة مع مختلف الجماهير و بروز دراسات وتوجهات جديدة حول كيفية توظيف متغيرات المحيط في صالحها والمؤسسات هي ملزمة بالتكيف مع متطلبات العصر التي تتجه ديناميكيتها للتغير بشكل سريع والحفاظ على نجاحها وتطورها وضرورة وضع نظام لتسيير واستغلال ومتابعة مختلف التطورات وتخصيص لها إستراتيجية العاملة للمؤسسة حيث يجب على مديري المؤسسات اليوم الاهتمام بالعنصر التكنولوجي و البشري خاصة مع

ظهور هذه التحولات و تأهيله علميا مع هذه التطورات أو أن يكون توظيفه في بداية الأمر على أساس التكوين و الكفاءة التي تتوافق مع التطورات التي حدثت و بناءا على ما تقدم لا يمكن لأية مجهودات أو أنشطة في المجال السياحي أن تتجح إلا بوجود استراتيجيات مناسبة تتوافق و مستوى التيسير متصل بالمستوى الاتصالي خصوصا و ذلك التخطيط السليم للاتصال السياحي بعناصره هو الضمان الأكيد لوجود السياحة كبديل مكمل لرفاهية الإنسان من جهة و كمصدر اقتصادي من جهة أخرى .

من الناحية المحلية تمثل الكنوز السياحية المتنوعة في الجزائر ثورة ثانية محل الثورة النفطية التي تقدم للجزيرة الجزائرية مليارات الدولارات سنويا، إذ مات م الاهتمام بتطوير هذا الجانب بالشكل السليم من الناحيتين الإدارية والاتصالية ذلك أن المؤهلات السياحية التي تزر بها بلادنا وتراثها الفني ومناخها المتنوع و صحراءها الجميلة، وفضاءاتها الطبيعية الهائلة التي تشكل عوامل أساسية في إعداد منتوجات سياحية متميزة و فريدة من نوعها .

يمكن التقليل أو التغاضي عن أهميتها الإنسانية الاقتصادية والحضارية، إذ فلا بد من مبادرات ومشاريع و خطط اتصالية مدروسة لتطويرها وترويجها وتسويقها بالكل العلمي الصحيح .

كما أن مستقبل الجزائر الاقتصادي سيتوقف على مدى الاستفادة من هذه الكنوز الطبيعية الخلابة، الأماكن الأثرية (الشريط الساحلي، الأماكن الصحراوية، الحمامات الطبيعية..). فالسياحة ببعدها الاقتصادي والاجتماعي والثقافي هي مورد متكامل يتطلب التخطيط، التنفيذ، الترويج.

الفصل الأول: الإطار العام و المنهجي للدراسة

الجانب النظري

تمهيد

- 1 - مشكلة الدراسة
- 2 - فرضيات الدراسة
- 3 - أسباب اختيار الموضوع
- 4 - أهمية الدراسة
- 5 - أهداف الدراسة
- 6 - تحديد نوع الدراسة
- 7 - المنهج المستعمل
- 8 - أدوات الدراسة
- 9 - الدراسات السابقة
- 10 - تحديد المفاهيم والمصطلحات

1- طرح الإشكالية:

من المؤكد أن الظهور المتنوع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في مختلف القطاعات بما فيها السياحة أدى إلى خلق مشكلات فرضت على الباحثين والدارسين ضرورة معالجة هذه القضايا وتصنيفها على حسب كل الجوانب إذ تعتبر تكنولوجيا الاتصال من الأدوات القوية المشاركة في السوق العالمية الهامة و الحاسمة في دفع التنمية الاقتصادية و هو ما يمثل تطور في الفكر السياحي و مع تعاظم التوجه إلى استخدام تكنولوجيا الاتصالات في كافة مجالات الأعمال بدأت تقاس المشروعات و مدى تطورها بمدى استخدامها للتقنيات الحديثة التي تتناسب مع المجال الذي تعمل فيه ، ولعل أن هذه القضية لفتت انتباهنا وجعلتنا نحدد إطار الإشكالية والتي تتمحور في مايلي:

ما هو الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال لتفعيل السياحة بالجزائر ؟

وتتفرع الإشكالية المحددة للدراسة إلى التساؤلات التالية :

ما هو الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال في تحقيق التواصل بين مؤسساتها بالاعتماد على ؟

- ما هي الاستراتيجيات المستخدمة من طرف مديرية السياحة للاعتماد على تكنولوجيا الاتصال لتطوير منشآتها في الجزائر ؟

- ما هو دور تكنولوجيا الاتصال في إبراز السياحة الداخلية في الجزائر لدى الأجانب ؟

2- فرضيات الدراسة:

- تعتبر تكنولوجيا الاتصال من بين الوسائل الحديثة المعتمدة لدى المؤسسات السياحية الجزائرية لتحقيق التواصل بينها .

- تعتمد المؤسسة السياحية بالاعتماد على تكنولوجيا الاتصال من خلال استراتيجيات تضعها لتطوير نفسها و منشآتها .

- تقوم تكنولوجيا الاتصال بدور كبير في إبراز مكانة السياحة الداخلية في الجزائر لدى الأجانب .

3- أسباب اختيار الموضوع:**3-1- أسباب ذاتية:**

- أهمية وطبيعة الموضوع هي التي جعلتنا نسلط الضوء على القطاع السياحي بالاغواطو على الدور والأهمية الذي يلعبه في سير المعلومات داخل الهيكل التنظيمي للمديرية وخارجها.

- تطور نظم الاتصال وأساليب وتعاظم دوره في حياة الإنسان.

- الأهمية القصوى التي تحتلها السياحة في العالم باعتباره القطاع الوحيد الذي يمكن أن ينافس الذهب و البترول و القمح.

- مكانة وأهمية استخدام تكنولوجيا حديثة للاتصال وعن الدور الذي تقوم به في سير المعلومات وعن مدى وكيفية استخدامها وأثرها الذي أصبح الشغل الشاغل للعاملين والمسؤولين.

- الرغبة في الإطلاع على مدى فاعلية استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في مديرية السياحة بالاغواط.

3-2- أسباب موضوعية:

- تسليط الضوء أكثر لمعرفة مدى تأثيرات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مديرية السياحة بالاغواط .

- اعتبار تكنولوجيا الاتصال الحديثة ذات أهمية كبيرة في استخدامها بمديرية السياحة.

- الأهمية البالغة التي يحظى بها موضوع دراستنا في ظل استخدامات التكنولوجيا في كل المجالات .

- اهتمامنا باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مديريات السياحة بصفة خاصة وما يوليه من أهمية كبيرة في هذا القطاع وفي التنمية الاقتصادية.

4- أهمية الدراسة:

تتلخص أهمية دراستنا للموضوع في نقاط مهمة:

الاهتمام الكبير الذي توليه مديرية السياحة باكتسابها لوسائل تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في ظل التنافس الشديد الحاصل لهذا أصبح من الضروري وجوده دال المؤسسة.

و محاولة بناء قناعة وأرضية علمية صحيحة لدى مديرية السياحة الجزائرية بضرورة إنشاء بنية تحتية صلبة ومدى مواكبة التطورات والتغيرات التي تطرأ على العالم وعلى رأسها التكنولوجيا الحديثة للبقاء في السوق.

الكشف على أهم سمات وخصائص استخدام تكنولوجيا الحديثة وخدماته التي تقدمها داخل مديرية السياحة.

و حاجة مديرية السياحة اليوم إلى وجود وسيط بينها وبين جمهورها من أجل التعريف بخدماتها وتحسين صورتها لدى جمهورها.

5- أهداف الدراسة:

- التعرف على الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا الاتصال على أرض الواقع في مديرية السياحة.

- الكشف عن التأثيرات الناتجة عن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مديرية السياحة.

- مدى مساهمة هذه التكنولوجيا في تفعيل العلاقات بين أفراد المديرية ودورها في القضاء على مختلف العوائق التي تعرقل من سيرورة العمل.

- التعرف على مدى كفاءة استخدام التكنولوجيا من قبل العاملين.

_ معرفة الدور الذي تقوم به تكنولوجيا الاتصال في ابراز مكانة السياحة بمدينة الاغواط.

_ معرفة دور تكنولوجيا الاتصال في تحقيق التواصل بين المؤسسات السياحية .

6- الإطار العام للدراسة:

وهو الإطار الذي فيه البحث بصفة موضوعية.

6-1- الإطار الزمني: وهي الفترة التي تم من خلالها جمع المعلومات والبيانات سواء النظرية أو الميدانية وتوزيع استمارات الاستبيان الخاصة بالدراسة وينحصر الإطار الزمني لبحثنا من السنة الجامعية 2015_2016.

6-2- الإطار المكاني: وهي الجهة المعنية بالدراسة والمتمثلة في مديرية السياحة لولاية الأغواط.

7- أدوات الدراسة:

الأداة التي استعملناها في هذا البحث هي من الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع البيانات الأولية الأساسية ومباشرة العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقا و ذلك بهدف التعريف على حقائق معينة أو جهات نظر المبحوثين واتجاهاتها أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفع إلى تصرفات سلوكية معينة.¹

• الاستبيان:

هو من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعا في منهج المسح، حيث يتم استعمال الاستمارة التي هي نموذج الأسئلة التي توجه الأفراد بغية الحصول على معطيات وبيانات معينة فهي نظام يتضمن مجموعة من الأسئلة والتساؤلات والاستفهامات حول موضوع الدراسة حيث أنها تسهل العمل وتيسره.²

تصميم الاستمارة يعتبر من الأمور المهمة والضرورية على الباحث مراعاة الحذر في تصميم الاستمارة لتظهر بالشكل الصحيح الجيد والمناسب لأغراض البحث والاستمارة

1 سمير محمد حسين: بحوث الإعلام الآلي الأسس والمبادئ، بدون طبعة، عالم الكتاب، القاهرة 2005.

2 عمار بوحوش، محمد ذنبيات: مناهج البحث العلمي، ب ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999، ص

مؤلفة من صفحة واحدة أو عدة صفحات وتتضمن مجموعة الأسئلة والاستفسارات التي توجه من المفردات لغرض جمع البيانات أو المعلومات بواسطتها.¹

• المقابلة:

وتعتبر استبيان شفوي يقوم من خلاله الباحث بجمع البيانات أو المعلومات الشفوية من المفردات تحت الدراسة، والفرق الأساسي بين الاستبيان والمقابلة يكمن في أن المفردة تحت الدراسة تقوم بكتابة الإجابة في الاستبيان بينما يقوم الباحث بكتابة الإجابة عند المقابلة وبالتالي فإن هذا الفرق يبين وبوضوح أهمية إجراء المقابلة وخصوصا عندما يكون الباحث أو الشخص الذي سيقوم بالمقابلة ذو دراية واسعة وذو تأهيل جيد لإجراء المقابلات.²

ولقد اعتمدنا على المقابلة في دراستنا من اجل جمع البيانات حول مديرية السياحة بولاية الأغواط ومعرفة مدى استخدام عمال المديرية لتكنولوجيا الاتصال.

8- المنهج المستعمل:

تحتاج كل دراسة علمية إلى مجموعة من المناهج قد تكون رئيسية أو مكملة تساعد على فهم وتحليل الظاهرة محل البحث بشكل علمي وموضوعي، وقد اعتمدنا في دراسة الإشكالية على المنهج الوصفي لوصف الظاهرة موضوع الدراسة، تدرج دراستنا هذه ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى تحقيق مقارنة بين الجوانب النظرية والتطبيقية للموضوع، والتعرف على الظاهرة بطريقة وصفية تحليلية مبنية على الدقة والموضوعية و استعنا كذلك بمنهج دراسة حالة و المنهج التاريخي .

وقد اعتمدنا في دراستنا على أسس علمية كان علينا أن نعتمد على منهج من المناهج المعروفة لأنه أمر ضروري في أي بحث علمي، فهو الطريق الذي يستعين به الباحث

¹ دلال القاضي ومحمد البياتي، منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل باستخدام البرنامج الإحصائي ، spss ، 16،

عمان دار الحامد للنشر والتوزيع ، 2008 ، ص 129.

² نفس المرجع ، ص 123.

ويتبعه في كامل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج موضوعية ، بالإضافة إلى المنهج التحليلي لتحليلها.

• مجتمع البحث:

مديرية السياحة لولاية الأغواط

هي عبارة عن هيئة عمومية ذات طابع إداري وتعتبر بمثابة إحدى المصالح الخارجية لوزارة السياحة، تقع بحي ساسي بولفعة -الأغواط-.

• عينة البحث:

هي طريقة من طرق البحث وجمع المعلومات ونأخذ عينة من مجموع للانتقال من الجزء إلى الكل أو التوصل إلى الحكم على المجتمع في ضوء بعض أفرادها.¹

• نوع العينة:

اعتمدنا على المسح الشامل وقمنا بعملية توزيع استمارة الاستبيان داخل مديرية السياحة بولاية الأغواط باعتبار المبحوثين هم العاملين بالمديرية.

• حجم المجتمع:

إن مجتمع البحث مجتمع محدود من حيث عدد مفرداته ووحداته حيث يعمل بمديرية السياحة حوالي 30 عامل وبغرفة الصناعة التقليدية حوالي عشرين عامل وبهدف الحصول على نتائج موضوعية تعبر عن مجتمع البحث ف إن حجم العينة التي شملتها الدراسة والمعينة بالاستمارة الاستبائية هو 50 عامل.

حيث اعتمدنا في دراستنا على المسح الشامل لأننا قمنا بدراسة حالة مديرية السياحة بولاية الأغواط.

¹دلال القاضي ومحمد البياتي، نفس المرجع ، ص 130 .

9- دراسات سابقة:

8-1- الدراسة الأولى:¹

-دراسة زلماط مريم لسنة 2009 تحت عنوان :

دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية

دراسة حالة سوناطراك فرع STH" بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير بمدرسة الدكتوراه تخصص تسيير الموارد البشرية في جامعة أبو بكر بلقايد" و لقد تطرق الباحث في هذه الدراسة إلى إشكالية تتعلق بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومدى مساهمتها في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية والتحديات التي تواجهها وما يتطلب من متطلبات مهمة سواء على مستوى التكنولوجيا أو التنظيم والهدف منها البحث عن موضوعات.

8-2- الدراسة الثانية:

-دراسة الطالب محمد سعدو تحت عنوان.²

" LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION ET LEUR IMPACT SUR LE MANGEMENT ORGANISATIONNEL D'UNE ENTREPRISE , CAS DE L'INTRAIT DE NAFTAL "

مذكرة ماجستير تسيير المنظمات، جامعة بومرداس، 2008.

تناول الباحث في هذه الدراسة الآثار التنظيمية التي تنجم عن استخدام أحد التكنولوجيات الحديثة في المعلومات والاتصال، وقد خلص إلى أن دخول هاته الأخيرة على المؤسسة يؤدي إلى تغييرات تنظيمية سواء على مستوى البناء التنظيمي أو أساليب أداء الأعمال وتقنيات التسيير في المؤسسة وجاءت هذه الدراسة لتبيان نوع آخر من الآثار التي تترتب على إدماج هذه التكنولوجيات ألا و هي الآثار على القدرة التنافسية للمؤسسة.

¹- زلماط مريم، رسالة ماجستير بعنوان "دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية"، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، السنة الجامعية 2008-2009.

²- محمد سعدو، مذكرة ماجستير بعنوان " تسيير المنظمات"، جامعة بومرداس، السنة الجامعية 2007-2008.

8-3- الدراسة الثالثة: ¹

دراسة الهادي بوقفلول، 2007، وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم جامعة باجي مختار عنابة - بعنوان

الآثار المترتبة على إدماج تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على إدارة المؤسسة من الناحية التنظيمية والإستراتيجية دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الجزائرية والهدف من هذه الدراسة هو معرفة إن كانت المؤسسات الجزائرية مجهزة بما فيه الكفاية من ناحية التكنولوجيا المعلومات والاتصال، وإن كانت الموارد المادية والبشرية التي تتوفر عليها كافية لتوظيف هذه التكنولوجيات ومعرفة مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الجانب التنظيمي والاختيارات الإستراتيجية وهيكل المهارات والكفاءات في المؤسسات الجزائرية.

- وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى التجهيز في المؤسسات موضوع الدراسة بمختلف التجهيزات والموارد المعلوماتية من حواسيب وبرامج معلوماتية وبنى تحتية يبقى دون المستوى رغم التفاوت الملاحظ في هذا المجال من مؤسسة لأخرى والذي يرجع بالأساس للإمكانيات التي تتوفر عليها كل مؤسسة وطبيعتها القانونية، وكذا مستوى إدراك مسيريتها لما تتيحه هذه التجهيزات في توطين وإدماج تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومن الناحية التنظيمية يبقى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضعيف جدا، وفيما يتعلق بالإستراتيجية المتبعة في المؤسسات موضوع الدراسة فإن إدماج بعض تكنولوجيات المعلومات والاتصال كالانترنت وتطبيقات الانترنت لم يؤد بحسب الفئات المستوجبة إلى تغييرات عميقة كما أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال لم تؤد على العموم إحداث تأثيرات عميقة في هذا المجال يجمعون على عدم كفاية الموارد البشرية المتوفرة للتحكم في استخدام هذه التكنولوجيات وان ذلك يتطلب بالأساس القيام بدورات تدريبية.

¹ - الهادي بوقفلول، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه بعنوان " الآثار المترتبة على إدماج تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على إدارة المؤسسة من الناحية التنظيمية والإستراتيجية دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الجزائرية"، جامعة باجي مختار عنابة، السنة الجامعية 2006-2007.

كما توصلت الدراسة إلى أن التكنولوجيات تمكن من معالجة حجم أضخم للمعلومات ومن التخفيض النسبي لوقت أداء العمل ولكن تأثيرها على تحسين الإنتاجية وتخفيض التكاليف الكلية وتحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة للزبائن يبقى ضعيف بإجماع أغلب المستجوبين.

8-4- الدراسة رابعة:¹

أطروحة للحصول على شهادة الماجستير للطالبة سريو زوييدة تحت عنوان **التخطيط الاستراتيجي للسياحة الجزائرية وآفاقها المستقبلية (2006)**

تطرقت الباحثة إلى التخطيط الاستراتيجي المفاهيم العامة للسياحة ودورها الاقتصادي ودور التخطيط الاستراتيجي في دعم التنمية السياحية بالجزائر وتوصلت إلى أن غياب إستراتيجية وطنية واضحة لتنمية القطاع السياحي، وإلى ضعف هام فيه نتيجة عدم استقرار البرامج والسياسات التنموية السياحية إضافة إلى تناقضات بين تشجيع السياحة الدولية على حساب الداخلي مع تخلي الدولة على خيارها في تنمية السياحة الدولية إصلاح السياحة الداخلية.

9- صعوبات البحث:

كل البحوث بطبيعة الحال لا تخلو من صعوبات وعراقيل، حيث واجهتنا مشكلة الحصول على الإحصائيات واختلاف الآراء بالنسبة للباحثين في هذا الموضوع وذلك من منطلق الجهة التي ينتمي إليها أو الزاوية التي ينظر منها أو الفكرة التي يريد أن يقنع بها الآخر.

¹ - سيار زوييدة، أطروحة للحصول على شهادة الماجستير بعنوان "التخطيط الاستراتيجي للسياحة الجزائرية وآفاقها المستقبلية"، السنة الجامعية 2005-2006.

10- تحديد المفاهيم والمصطلحات الدراسة:

10-1- تعريف التكنولوجيا:

تكنولوجيا لغة: لفظ تكنولوجيا مصطلح يوناني الأصل (TECHNOLOGIE) وهي مشتقة من كلمتين (TECHNE) وتعني التقنية أو فن وكلمة (LOGIS) أو (LIGOS) وتعني علم + دراسة¹.

ويعرفها القاموس الجديد للطلاب أن التكنولوجيا هي التقنية، وهي علم الفنون والمهن.²

• اصطلاحاً: يعرفها سمير عدي بأنه: "الأدوات والوسائل التي تستخدم لأغراض علمية تطبيقية التي تظهر في إطار ظروفه الاجتماعية والمراحل التاريخية.³ و تعرف أيضاً: تتضمن هذه التكنولوجيا جميع الاستعمالات من حواسيب، شبكات اتصال وأجهزة تداول المعلومات سلكية ولاسلكية، حيث تتمثل عادة في أجهزة الاتصال من هواتف، فاكس⁴، أنترنت، وهي تستخدم بغرض أداءه مختلف المهام الإلزامية إلى تحقيق أهداف المؤسسة.⁵

تعريف التكنولوجيا: تعرف بأنها: "تشير إلى الوسائل والأجهزة التي يستخدمها الإنسان في توجيه شؤون حياته وبالتالي هي الاستخدام المهني لمختلف مجالات المعرفة".

ويعرفها زاهر أحمد الذي حددها في ثلاث مفاهيم أساسية:

1 نصيرة بوجمعة سعدي: قواعد نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1982، ص 8.

2 على بن هادية وآخرون: القاموس الجديد للطلاب، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط1، 1991، ص 190.

3 محمد عبد الشفيق عيسى: العالم الثالث والتحدي التكنولوجي الغربي، بيروت، دار الطباعة والنشر، ط 1، 1984، ص 35.

4 حسن عمار مكاوي، محمود سليمان علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، (القاهرة، مراكز للتعليم المفتوح، دط، 2000، ص 33.

5 إبراهيم بختي: صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلاقتها بتنمية وتطوير الداء، المؤتمر الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات، ورقة: كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، 8-9 مارس 2005، ص 318.

التكنولوجيا كعلمية: وهو التطبيق المنظم للمحتوى العلمي أو المعلومات بغرض أداء محدد يؤدي في النهاية إلى حل مشكلة معينة.

التكنولوجيا كمنتج: محصلة تطبيق الأساليب العلمية، يكون في المساعدة في إنتاج الآلات software والمواد الخام hardware والخامات ويطلق على الآلات.

التكنولوجيا كمزيج للأسلوب والمنتج: من هذا يتضح أن عملية الاختراع تصاحبها عملية الإنتاج، وبالتالي لا يمكن فصل تكنولوجيا كأسلوب عنها كمنتج، وأوضح مثال على ذلك هو الحاسب الآلي فنفس الجهاز يصاحبه تطور دائم في إنتاج البرامج وتوسع كبير فيها.¹

وتعرف أيضا على أنها: " منظومة متكاملة من الأجهزة والبرمجيات والإجراءات والعمليات التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف المنشودة بفاعلية وكفاءة."²

تعرف أيضا بأنها: " المجموع الكلي للمعرفة المكتسبة والخبرة المستخدمة في إنتاج السلع والخدمات في نطاق اجتماعي اقتصادي معين، من أجل إشباع حاجة المجتمع التي تحدد بدورها كم ونوع السلعة والخدمة."³

لكن هذا التعريف أعطى لتكنولوجيا بعدا سييسولوجي حيث ربط فيها بين النظام الرأسمالي والاقتصادي والاجتماعي.

وتعرف التكنولوجيا بأنها: "أي أداة أو وسيلة تساعد على إنتاج وتخزين استقبال أو عرض البيانات أو هي الآلات والأجهزة الخاصة أو الوسائل التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها."⁴

1 عبد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني (دراسة تطبيقية ميدانية)، ذ.م.ن المكتب الجامعي الحديث، د ط، 2005، ص ص 82-83.

2 طارق محمود عباس: مجتمع المعلومات الرقمي، القاهرة، المرآة الأصيل للطباعة والنشر والتوزيع، د ط، 2003، ص 149.

3 محمد الزغبى: التغيير الاجتماعي، القاهرة، دار الطليعة، د ط، 1998، ص 25.

4 حسن عماد مكاي، محمود سليمان علم الدين: مرجع سابق، ص 18.

10-2- مفهوم الإتصال:

يعرف الإتصال لغة: اتصل يتصل اتصل اتصالاً، الشيء بالشيء، التصق به.¹

• اصطلاحاً:

يعرفه كارل هوفنند: أن الإتصال هو العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدّل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسائل).²

ويعرفه مصطفى عشوي: أن الإتصال عبارة عن عملية إرسال واستقبال رموز أو رسائل سواء كانت هذه الرموز شفوية أو كتابية أو لفظية أو غير لفظية، ويعتبر الإتصال أساس التفاعل الاجتماعي الذي يؤدي إلى نشوء علاقات متنوعة ومتعددة في مختلف المرافق سواء كان ذلك بين شخصين أو أكثر.

يقول توبرت ويتر: أن الإتصال بمعناه الواسع يتضمن كل الإجراءات التي يمكن بمقتضاها أن يؤثر عقل بشري على عقل آخر أو جهاز على جهاز آخر.³

تعريف آخر لأحمد فؤاد: مجموعة من الإجراءات والطرق والوسائل والترتيبات التي تكمل إنتاج وتوصيل واستخدام البيانات اللازمة توفرها لاتخاذ قرارات سليمة الاتجاه وصحيحة التوقيت.⁴

ويعرفها جورج لندبرج: أن كلمة الإتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز وتكون الرموز عبارة عن حركات أو صور أو لغة أو شيء آخر، تعمل كمنبه للسلوك أي أن الإتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز.⁵

1 عزي عبد الرحمان: عالم الإتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، د ط، 1989، ص 27.

2 جيهان أحمد، مرجع سابق، ص 53.

3 إبراهيم القمري: الإدارة دراسة نظرية وتطبيقية، القاهرة، دار الجامعات المصرية، ط3، 1982، ص 453.

4 جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، د ط، 1978، ص ص 50-52.

5 Jacqueldrevie, demis hadan: comunicator, 5^{eme}ed, dolloz, (paris: 1997) p442.

ونلاحظ أن كل هذه التعاريف جعلت من الاتصال عملية ديناميكية تركز على التأثير والتأثر من خلال إبرازها لعملية التفاعل بين المرسل والمستقبل للرسالة.

ويعرف بأنه: الاشتراك في معلومة ما أو فكرة أو موقف معين بغية تحقيقه وهو يستلزم أربعة عناصر منسقة في نظام وهي المصدر الرسالة-المستقبل- الحامل أي الوسيلة التي تتكفل باتصال الرسالة إلى المستقبل.¹

ويعرف سمير حسن الاتصال على أنه: "ذلك النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو الشبوع لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية، وذلك عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين".²

ومن خلال هذه التعاريف نجد أنهم اعتبروا أن الاتصال يتم بين البشر دون سواهم، فحين نجد أن هناك أطراف أخرى من العلماء والباحثين توسعوا في هذا المفهوم وجعلوا من الاتصال عملية تتم بين الكائنات وحتى الأجهزة والوسائل والآلات وبعبارة أخرى إن الاتصال هو كل نشاط فيه معلومات مشتركة بين أطراف أخرى.

يعرف كولي الاتصال على أنه: " الآلية التي تمكن من قيام العلاقات الاجتماعية وتطويرها ويتكون من كافة الرموز الروحية ووسائل نقلها عبر المكان وحفظها عبر الزمان، هذا وتشمل تعبيرات الوجه والإيماءات والأصوات والكلمات والكتابات والصحف وغيره من الوسائل والمنجزات التي لها أن تسيطر على المكان والزمان".³

¹ جيهان أحمد رشتي: المرجع السابق، ص 54.

² حسن عمار مكاي، ليلي حسين: الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط 4، 2003، ص 24.

³ محمد دروبي: الصحافة والصحفي المعاصر، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط 1، 1996، ص 33.

التعريف الإجرائي:

- **الاتصال:** هو العملية التي يتم من خلالها نقل المعارف والمعلومات من شخص إلى آخر وتبادل الخبرات عبر مختلف الوسائل الاتصالية، وتكون بصفة مباشرة أو غير مباشرة قصد التفاعل معها، من خلال التأثير والتأثر فيه، ومن أجل بلوغ الأهداف المسطرة.

- **تكنولوجيا الاتصال:** يعرف المعجم الإعلامي بأنها: مجل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والإدارية والتنظيمية المستخدمة في جميع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات.¹

- **اصطلاحاً:** تعريف تكنولوجيا الاتصال بأنها: أي أداة أو جهاز أو وسيلة تساعد على إنتاج تخزين استقبال أو عرض البيانات أو هي الآلات والأجهزة الخاصة، أو الوسائل التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها.²

ركزت هذه التعاريف على أن التكنولوجيا مجملة بين كونها علم التقنيات والآلات ووسائل تستخدم في نقل وتوصيل المعلومات إلى كافة الأفراد والمجتمعات.

يعرف عبد الحميد شكري تكنولوجيا الاتصال أنها: " مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية الإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات.³

- تعريف إجرائي:

هي مختلف التقنيات والوسائل المتطورة التي مست وسائل الاتصال المتنوعة التي سهلت من تدفق المعلومات وتنظيم العملية الاتصالية لمديرية السياحة بالاغواط.

¹ محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، القاهرة، دار الفجر، د ط، 2004، ص 16.

² حسن عماد مكاوي، محمود سليمان علم الدين: مرجع سابق، ص 63.

³ عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الاتصال إنتاج البرام في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، د ط، 1996، ص 57.

- تعريف السياحة: مشتقة من الفعل الثلاثي ساح ويقال سيحان الماء، سائح جمع سياح والعامه تقول سواح سيح جعله يسيح.¹

يعرفها جوبيرفرويلر الألماني الجنسية عام 1905 بأنها: "ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى مولد الأحاسيس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا نمو الاتصالات على الأخص بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة إشباع نطاق التجارة والصناعة سواء كانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمره تقدم وسائل النقل."²

¹ المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق للتوزيع، المكتبة الشرقية، بيروت، 2000، ص 368.

² محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، ص 292.

الفصل الثاني: تكنولوجيا الإتصال

تمهيد

- 1 - المبحث الأول: التكنولوجيا
 - 2 - المبحث الثاني: الإتصال
 - 3 - المبحث الثالث: تكنولوجيا الإتصال
- خلاصة الفصل

تمهيد:

أحدثت التطورات التقنية الحديثة التي يشهدها العالم ثورة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على مدى السنوات القليلة الماضية، مما أدى إلى ظهور تغيرات نوعية في العديد من أوجه الحياة وبوتيرة عالية، حيث مهدت لعملية الانتقال من المجتمع الصناعي إلى المجتمع المعلومات، وقد أخذت هذه الثورة تترك أثارها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها على المجتمع المعاصر بشكل غير مسبوق كما ونوعا.

وكان الأساس في ثورة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات هي التلاقي والترابط الذي تم بين عتاد وأجهزة الكمبيوتر والبرمجيات. وكذا شبكات الاتصالات وعلى مدى نصف القرن العشرين وبداية الألفية الثالثة ارتقت هذه التكنولوجيا خلال سلسلة من النقلات النوعية صوب الأصغر والأسرع والأكفأ والأسهل استخداما.

يعيش العالم اليوم مرحلة جديدة. حيث تمثل شبكة المعلومات والاتصال أحد مظاهر هذه الثورة، فهي تؤدي دورا أساسيا في صياغة الأنشطة الرئيسية للإنسان في شتى نواحي الحياة. حيث من خلاله تم إزالة حواجز المكان والزمان، وأصبح الاتصال الالكتروني وتبادل الإخبار ونقل المعلومات في أقصر وقت وتبادل التكاليف على حقائق ملموسة. لقد ظهر في عصرنا الكثير من وسائل الاتصال والإعلام الجديدة وتقنياتها المختلفة ولعبت دورا هاما في شتى مناحي الحياة.

وعليه فقد أصبح إدماج تكنولوجيات المعلومات والاتصال بمديرية السياحة ضروري وهذا من خلال الفرص التي تتيحها تطبيقات تكنولوجيا

المبحث الأول: التكنولوجيا

المطلب الأول: تعريف التكنولوجيا

تعد كلمة تكنولوجيا technologie من المصطلحات التي تواجه الكثير من الالتباس والتأويل، إذ يستخدمها البعض كمرادف للتنفيذ technique في حين يرى آخرون اختلافاً واضحاً بينهما، ويرجع أصل التكنولوجيا إلى اليونانية التي تتكون من مقطعين هما (techno) تعني التشغيل الصناعي والثاني (logos) أي العلم أو المنهج لذا تكون بكلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي.¹

وقد ظهر تعريف أكثر اتساعاً عرف التكنولوجيا على أنها² "وسيلة الأفراد باستخدام المعرفة لزيادة قدرتهم العملية"

ويوجد من عرف التكنولوجيا على أنها "استخدام المعرفة العملية لتحديد أسلوب عمل شيء والذي يمكن تكراره".

المطلب الثاني: أنواع التكنولوجيا

يتم تصنيف التكنولوجيا على عدة أسس منها مايلي:

أولاً: على أساس درجة التحكم:

1 التكنولوجيا الأساسية: وهي تكنولوجيا مشاعة تقريباً، وتمتلكها المؤسسات

الصناعية و المسلم به أن درجة التحكم فيها كبيرة جداً.

2 تكنولوجيا التمايز: وهي عكس النوع السابق، حيث تملكها مؤسسة واحدة أو عدد

محدود من المؤسسات الصناعية وهي التكنولوجيا التي تتميز بها عن منافسيها المباشرين.

¹ - محمد الصيرفي: إدارة تكنولوجيا المعلومات، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2009، ص13.

² - عوض مختار هلودة، المراكز التكنولوجية ودورها في نقل وتوطين التكنولوجيا، ط 1، المكتبة الأكاديمية للنشر،

ثانيا: على أساس موضوعها¹

- تكنولوجيا المنتج: وهي التكنولوجيا المحتواة في المنتج النهائي والمكونة له.
- تكنولوجيا أسلوب الإنتاج : وهي تلك المستخدمة في عمليات الصنع وعمليات التركيب والمراقبة.
- تكنولوجيا التسيير: وهي الخدمة من معالجة مشاكل التصميم و التنظيم وتسيير نفقات الموارد، ومن أمثلتها البرامج والتطبيقات التسييرية (نظم دعم القرارات، نظم دعم المديرينالخ).
- تكنولوجيا التصميم: هي التي تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة، كالتصميم لمساعدة الحاسوب.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: وهي التي تستخدم في معالجة المعلومات والمعطيات ونقلها، تتزايد أهميتها باستمرار نظراً للدور الذي تلعبه في جزء من عملية التسيير، الذي يعتمد على جمع و معالجة و بث المعلومات.

ثالثا: على أساس أطوار حياتها

حيث أن التكنولوجيا تمر بعدة مراحل (الانطلاق-النمو-النضج-الزوال) ووفقا لذلك تنقسم إلى:

- 1 -تكنولوجيا وليدة.
- 2 -تكنولوجيا في مرحلة النمو.
- 3 -تكنولوجيا في مرحلة النضج.

¹-لمين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2003/2004، ص 9-11.

رابعاً: على أساس محل استخدامها

1- تكنولوجيا مستخدمة داخل مؤسسة : وتكون درجة التحكم فيها ذات مستوى عال من الكفاءة والخبرة وفضلها تكون المؤسسة مستقلة عن المحيط الخارجي.

2- تكنولوجيا مستخدمة خارج المؤسسة : هو عدم توفر هذه التكنولوجيا داخل المؤسسة لأسباب أخرى تجعلها ترتبط بالتبعية للمحيط الخارجي من موردي أو مقدمي تراخيص استغلالها.

خامساً: على أساس كثافة رأس المال

1- تكنولوجيا المكثفة للعمل : وهي تلك التي تؤدي إلى تخفيض نسبة رأس المال الوحدة من الإنتاج، فيما يتطلب زيادة في عدد وحدات العمل اللازمة لإنتاج تلك الوحدة، ويفضل تطبيقها في دول ذات الكثافة السكانية والفقيرة في الموارد ورؤوس الأموال.

2- التكنولوجيا المكثفة لرأس المال: وهي التي تزيد من رأس المال اللازم لإنتاج وحدة من الإنتاج مقابل تخفيض وحدة العمل ، وهي تتناسب في الغالب مع الدول التي تتوفر على رؤوس أموال كبيرة.

3- تكنولوجيا الم حيدة: هي تكنولوجيا يتغير فيها معامل رأس المال والعمل بنسبة واحدة لذلك فإنها تبقى على المعامل في اغلب الأحيان بنسبة واحدة.

سادساً: على أساس درجة التعقيد¹

التكنولوجيات ذات الدرجة العالية: وهي تكنولوجيا شديدة التعقيد والتي من الصعب على المؤسسات الوطنية في الدول النامية تحقيق استغلالها إلا بطلب المعونة من صاحب البراعة

¹ - روماني أحمد، تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الإتصال التجاري، دراسة حالة شركة طهراوي للفلاحة والتجارة العامة والأشغال الكبرى، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، السنة الجامعية: 2007-2008.

المطلب الثالث: خصائص التكنولوجيا

تتمثل مختلف خصائص التكنولوجيا فيمايلي:¹

- التكنولوجيا علم مستقل له أصوله وأهدافه ونظرياته.
- التكنولوجيا علم تطبيقي يسعى لتطبيق المعرفة.
- التكنولوجيا عملية تمس حياة الإنسان.
- التكنولوجيا عملية تشمل مدخلات و عمليات ومخرجات.
- التكنولوجيا عملية شاملة لجميع العمليات الخاصة بالتصميم و التطوير والإدارة.
- التكنولوجيا عملية ديناميكية أي أنها حالة من التفاعل النشط المستمر بين المكونات.
- التكنولوجيا هادفة تهدف للوصول إلى حل المشكلات.
- التكنولوجيا متطورة ذاتيا تستمر دائما في عمليات المراجعة والتعديل والتحسين.

. مراحل تطور التكنولوجيا:

مرت التكنولوجيا كغيرها من جوانب المعرفة الإنسانية عبر مراحل أهمها:² - مرحلة الصناعات اليدوية (handicraft)

- مرحلة الآلية او المكننة (Mechanization)
- مرحلة الانتاج الواسع (massproduction)
- مرحلة التحكم الآلي (automation)
- مرحلة التحكم الذاتي (cybermation)

والتي الملاحظ في أيامنا هذه أن جميع مراحل التكنولوجيا أعلاه هي مستخدمة وفي مختلف المجتمعات الإنسانية وفي مختلف مجالات الحياة أيضا رغم التطورات التي

¹ - نصيرة بوجمعة سعدي: عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1992 ، ص 18.

² - غسان قاسم داود الآمي، إدارة التكنولوجيا (مفاهيم ومدخيل تقنيات تطبيقات عملية) الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص ص20-29.

طرت على المراحل الأولى من التطور كما أن استخدام الحاسب والتقنيات الحديثة أدى إلى تأثير كبير في عمل المؤسسات المعاصرة إذ غزى و شكل مكثف و متزايد في جوانب الأداء الفني والإداري في المؤسسات حسب مستويات استخداماتها لتكنولوجيا.

المطلب الرابع: أهمية التكنولوجيا

تبرز أهمية التكنولوجيا في التنمية من اسماها فيما يلي:¹

- زيادة القدر المتاح من الموارد الطبيعية الموجودة عن طريق اكتشاف وإضافة موارد جديدة أو من خلال ابتكار وسائل فعالة وأكثر قدرة على الكشف عن ما هو موجود من هذه الموارد.

1- إضافة استخدامات جديدة للموارد الاقتصادية، تسمح بزيادة القيمة الاقتصادية للموردة، أي زيادة درجة الانتفاع الاقتصادي من هذه الموارد.

2- ابتكار وسائل إنتاجية تتبع الإجلال بين الموارد بالشكل الذي يقلل من استخدام الموارد النادرة بزيادة استخدام الموارد المتوفرة، وبالشكل الذي يقود إلى زيادة الإنتاج من خلال ذلك.

3- زيادة إنتاجية الموارد الموجودة، أي تحقيق الاقتصاد في استخدام الموارد المتاحة في العمليات الإنتاجية من خلال التوصل إلى استنباط أساليب تضمن الكفاءة الإنتاجية، وبما يتحقق الزيادة في إنتاجية الموارد.

4- اكتشاف طرق ووسائل إنتاج جديدة ومن خلال التطور التكنولوجي وبالشكل الذي ينتج زيادة الإنتاج وتحسين نوعيته، إضافة إلى تقليل الكلفة بتحقيق الكفاءة.

عندما تبقى منظمة تكنولوجيا معنية لابد لها من مراعاة:

- تكلفتها القاعدية.

¹ - خلف ف: "اقتصاد المعرفة"، الطبعة الأولى، الأردن، عالم الكتب الحديث، 2007 ص ص 148، 147.

- رد فعل العاملين إزاء هذه التكنولوجيا.

- التدريب اللازم لها.

- المنافع المنتظرة منها.

المطلب الخامس: وظائف التكنولوجيا في حياة الفرد والجماعة

إن الانتشار الواسع والمسارع في تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة في وقتنا حاضر، أدى إلى زيادة التفاوت الجاهير حولها واستفادة مما قدمته من خدمات اتصالية وإعلامية في شتى الميدان ومما لا شك فيه إن هذه الوظائف تختلف من وسيلة أخرى ولكنها تعمل من أجل هدف واحد هو خدمة الإنسان وتسهيل طرق حديثة في البيئة الاجتماعية وتختلف ميادين الاستعادة من هذه التكنولوجيات من ميدان إلى آخر فنجد (ميدان تعليم التربية، الإعلان، التسلية والترفيه، التوثيق) ومن بين هذه الوظائف التي جاءت بها تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة نذكر:

1- **وظيفة التوثيق:** لعبت تكنولوجيا الاتصال ممثلة بالحاسوب و الأقراص المضغوطة وآلات التصوير الرقمية دور كبيراً في توثيق الإنتاج الفكري في مجال الاتصال والإعلام، وذلك بتناول البحوث والدراسات الأكاديمية والتطبيقية والعلمية المتخصصة في فروع الإعلام بتناولها لعمليات التجميع: ووضع النظم والأساليب الفنية الكفيلة باسترجاع مضمون هذا الإنتاج وتحليله من خلال فهرسته وتصنيفه ثم الإعلام عنه ليتحقق الاستخدام الأمثل لمثل هذا الرصيد الفكري.¹

2- **تعمل تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة على تقديم المعلومات الممتدة والمتنوعة التي تتميز بضخامة الشكل غير المسبوق.** ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاجاً للتطور غير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات الذي استفاد منه الاتصال الرقمي وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات

¹ - محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات، الاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، القاهرة: دار السحاب، ط1، 2005، ص 75.

وانتشارها التي غطت كل المجالات نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الإتصال والمعلومات وأهمها سعة التخزين.¹

3- عملت تكنولوجيا الإتصال والإعلام الجديدة على زيادة سر عتوإعداد الرسائل الإعلامية وفي القدرات العالية من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة (من مطبوعة إلى مرئية ومن مرئية إلى مطبوعة) وفي القدرة على نشرها و توزيعها وتغطي حاجزي الزمان والمكان.²

4- ظهور الحاسب الشخصي والتوسع في استخداماتهويتيح قائمة ضخمة من الخدمات والمعلومات سواء للاستخدام الشخصي أو إمكانية الاستفادة من المعلومات التي تقدمها شبكات المعلومات.³

5- تجاوز القيود والعزلة التي يفرضها الإتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن اتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، حيث لا يتم الإتصال وجها لوجه ولكن من خلال المحادثات والبريد الإلكتروني والحوارات، مع الآخرين لا يعرف بعضهم البعض ولا تميزهم سمات خاصة سوى مايفرضه الواقع وحاجاته. بدا من الصداقات الجديدة مع الآخرين في ثقافات مختلفة إلى اتصال بهذه الثقافات ذاتها وتجوّل خلالها بمايلي حاجة الفرد.

6- وفي إطار الوظيفة السابقة تنشأ ما يسمى بالمجتمعات الافتراضيةcommunitiesvirtual التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد مثل مناهضة العنصرية أو تحرير الجنس والنوع.

¹ - محمد عبد الحميد، الإتصال والإعلام على شبكة الانترنت، القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط 2، 2007، ص 52.

² - شطاح محمد، وآخرون: القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية، عين مليلة، دار الهدى، دي، ص 28 بتصرف.

³ - إياد شاكرا البكري: تقنيات الإتصال بين زمنين، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع ، 2003 ، ص ص 25-26.

7- قدمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومن خلال الأجيال الجديدة للهاتف والفاكس فرصة المشاركة في الندوات خلال طرح تساؤلات ومناقشة بعض الموضوعات. كما اتسعت دائرة التعليم المفتوح أو التعليم عن بعد التي بدأت بالجامعات وتقديم المحاضرات من خلال الانترنت.¹

8- ظهور العديد من الخدمات الاتصال الجديدة مثل الفيديو تكس والتل نكست والبريد الالكتروني والأقراص المدمجة cd التي تمكّن تخزين مكتبة عملاقة على قمة مكتب صغير. مما يسمح بالإشغال من معالجة 15000 أمر في الثانية عام 1972 كما تم في هذه المرحلة رفع القدرة تخزين المعلومات بتكلفه أقل وذلك مع تطور الذكريات الفرعية القادرة على استيعاب معلومات كبيرة بتكاليف أقل.

المبحث الثاني: الاتصال

المطلب الأول: تعريف الاتصال

يعرف مارتن أندرسون الاتصال بأنه "العملية التي نفهم من خلالها الآخرين ويفهموننا، كما يعرفه بأنه العملية التي يتفاعل معها الناس من أجل التكامل الذاتي والاجتماعي".²

أما الموسوعة Quillet فعرف الاتصال بأنه: "الدخول في علاقة مع طرف أو أطراف أخرى وهو التعريف نفسه الذي قدمته موسوعة Larousse بشأنه أن يكون في علاقة خاصة أو رسمية مع جهة أو جهات عديدة".³

ويعرف الاتصال بأنه اشتراك و مشاركة في المعنى من خلال التفاعل الرمزي ، تتميز بالانتشار في الزمان و المكان فضلا عن استمراريته وقابليتها ، وقد أشار " جورج

¹ - محمد عبد الحميد، مرجع السابق، ص ص 53-55.

² عدلي عاطف:الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار الفكر العربي القاهرة 1993 ص13

³ احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية. بن عكنون الجزائر، 2003، ص 21-22.

ميت "أن عملية الاتصال لا يمكن أن تتحقق وأنها تحدث في حد ذاتها ولكنها تقوم من أساسها على أنها تتم من خلال عملية تفاعلية كعرض أساسي لقيام الاتصال المرغوب، ما دام الاتصال من عملية تفاعل فانه بذلك يصبح من العمليات الاجتماعية المستمرة ، وذلك أن الإنسان يعيش طوال يومه بل طوال عمره في اتصالات لا تنتهي من اجل إشباع احتياجاته المتعددة.¹

ويعرف دومينيك فولتن: "الاتصال بأنه احد ابرز رموز القرن العشرين و هدفه الأمثل هو تقريب الناس والقيم والثقافات وهو احد محصلات حركة التحرر وقد رافق تطوره المعارف من اجل الحرية وحقوق الإنسان والديمقراطي.²

مهما تعددت التعاريف لكلمة الاتصال فان مفهومها يكمن دائما في العلاقة التبادلية بين الطرفين أو أكثر، وهي العلاقة القائمة بين المرسل والمستقبل يشتركان في عملية تبادل المعاني باستخدام نظام معين من الإشارات والرموز مفهومه من كلا الطرفين ، حتى يعي كل ما يقوله الطرف الآخر من معاني تحقيقا للاستجابة المطلوبة بينهما.³

¹ أبو نجا محمد العمري: الاتصال في الخدمة الاجتماعية - دار المعرفة الجامعية 1986، ص 22-18

² مي عبد الله سنو: الاتصال في عصر العولمة: الدور والتحديات الجديدة - دار النهضة العربية للطباعة و النشر بيروت 2001، ص 33

³ فضيل دليو: الاتصال، مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 16.

المطلب الثاني: أنواع الاتصال

يمكن أن يرى الاتصال من عدة نواحي نذكر منها.¹

2 1 من ناحية اتجاه الاتصال: وهناك

- اتصال صاعد: ويكون من المرؤوس إلى الرئيس.
- اتصال هابط: ويكون من الرئيس إلى المرؤوس.
- اتصال أفقي: وهو الذي يتم بين الزملاء والإدارات والأقسام الموجودة في نفس المستوى التنظيمي كما انه يدعي الاتصال الجانبي.

2 2 من ناحية الالتزام بقنوات الاتصال الرسمية: وهناك

- اتصال رسمي: يتم عبر القنوات الرسمية المحددة في المؤسسة.
- اتصال غير رسمي: يتم خارج إطار القنوات الرسمية التي حددتها المؤسسة.

2 3 من ناحية الأسلوب أي الوسيلة:

- اتصال شفهي: وهو يستخدم وسيلة شفوية مباشرة أو غير مباشرة.
- اتصال كتابي: وهو الذي يستخدم وسيلة كتابية غير مباشرة.
- اتصال رمزي: أي وسيلة رمزية كالحركة و ما شابهها.
- اتصال بوسيلة: و الذي يتم بأحد الوسائل الحديثة.

2 4 من ناحية مكان المستقبل أو المرسل:

- اتصال داخلي: و يكون أطراف الاتصال داخل المؤسسة أو الوحدة.
- اتصال خارجي: وهو الذي يكون فيه أحد أطراف الاتصال خارج المؤسسة أو الوحدة.

2 5 تبعا لشخصية أطراف الاتصال:

- اتصال ايجابي: وهو النموذج السليم للاتصال، و يتم فيه عرض وجهة نظر الشخص وأيضا عرض وجهة الطرف الآخر.

¹ عبد المجيد قدرى: اتصالات الأزمات و إدارة الأزمات، دارالجامعة الجديدة للنشر، 2008، ص 35-37.

اتصال سلبي (انهزامي): حيث يتنازل الشخص عن حقه في التعبير عن رأيه أو مناقشة آراء الطرف الآخر ويعود ذلك إلى الطرف الآخر، دون أي فرصة للتغيير من مواقفه أو لآرائه.

المطلب الثالث: عناصر الاتصال

من اجل القيام بعملية الاتصال يجب توفر العناصر التالية:

- مرسل (Sender) أو مصدر (Source) أو قائم بالاتصال (communication) يقوم ببحث المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعاني إلى الآخرين.
- رسالة (Message) تحتوي على الرموز اللغوية ، اللفظية، غير لغوية غير لفظية التي تعتبر من المعلومات أو الأفكار أو المعاني.
- مستقبل (Récepteur) أو المتلقي (Auditeur) يستقبل الرسالة ومحتواها.

الوسيلة (Cannel) أو وسيط (Modem) نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل خاصة إذا تباعدت المسافات بينهم أو زاد عدد المستقبلين المتلقين وتتطور هذه الوسيلة في الحجم والقدرة بازدياد المسافة وعدد المتلقين وانتشارهم ، ويضاف إلى ذلك أن المرسل عندما يصيغ رسالته في محتوى ما بواسطة رموز معينة فإنه يسعى إلى تحقيق أهداف معينة من العملية الاتصالية ويتوقع من المستقبل رد فعل (réaction) أو استجابة (Réponse) إلى تحقيق الهدف من عدمه.¹

المطلب الرابع: أهمية الاتصال

يمكن تشبيه الاتصال في المؤسسة بال دم الذي يجري في عروق الإنسان والذي يحمل الغذاء إلى كافة أنحاء الجسم، وأيضا هكذا هو الحال بالنسبة للاتصال فلا يمكن تسيير دور المنظمة (المؤسسة) ما لم يكن هناك أنظمة اتصالات جيدة لأنه وسيلة لانتقال المعلومات

¹ منال طلعت محمود: مدخل إلى عالم الاتصال المكتب الجامعي، الحديث الاسكندرية، 2002، ص 71-72.

ووسيلة المديين في إدارة أنشطتهم الإدارية وفي تحقيق أهداف المؤسسة ككل والاتصال له أهمية كبيرة منها:¹

- شرح طريقة أداء العمل للمرؤوسين وعلاقتهم بباقي الوظائف في المؤسسة.
- إعطاء المرؤوسين عن مدى تقدمه في الانجاز.
- إعطاء معلومات عن الإجراءات والتطبيقات التنظيمية تقديم معلومات ذات طبيعة إيديولوجية كإقناع المرؤوسين بأهداف المؤسسة.
- نصح المرؤوسين ومساعدتهم في تحفيز وحل مشاكل العاملين.
- تبليغ الرئيس عما تم انجازه.
- تشجيع التعاون بين زملاء أوبين الوحدات.
- تحديد الأهداف الواجب تنفيذها
- التعرف على المشاكل وسبل علاجها.
- تقييم الأداء وإنتاجية العمل.
- التأثير في الآخرين وقيادتهم.
- التنسيق بين المهام والوحدات المختلفة.

المطلب الخامس: العملية الاتصالية

إن الكيفية التي يتم فيها نقل المعلومات و تعديل السلوك وقيادة و توجيه الأفراد وأخذ الاستشارة تعرف بالعملية الاتصالية. حيث انه لإتمام العملية الاتصالية يجب توفر الشروط والعناصر الآتية: المرسل، الرسالة، وسيلة الاتصال والمستقبل.

¹ - صباح حميد وغازي فرحات أبو زيتون، الاتصالات الإدارية، أسس ومفاهيم ومراسلات الأعمال، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007، ص ص 18-19.

أما عن المرسل أو المصدر فالمورد البشري بالمؤسسة يمثل هذا العنصر ، حيث يأمر بإرسال الرسائل لمحاولة التأثير في السلوكيات ومواقف المستقبلين والرسالة لما لها من أهمية لذا يركز على مضمونها ويستعمل لنقلها وسائل مختلفة تتحدد حسب شروط معينة قد ترجع إلى الأهداف المرسومة أو الإمكانيات المالية المتوفرة أو نوعية البنية لتصل في الأخير إلى المستقبل.¹

- المرسل: وهو العنصر الأول والأساسي في عملية الاتصال والحركة الأولى في دورتها ومسيرتها و يسمى أحيانا المصدر أو مصدر المعلومات أو المتصل والمرسل هو مسمى الرسالة الذي عليه أن يسعى إلى النجاح في مهمته المتمثلة بتوصيل الرسالة إلى المستقبل.²

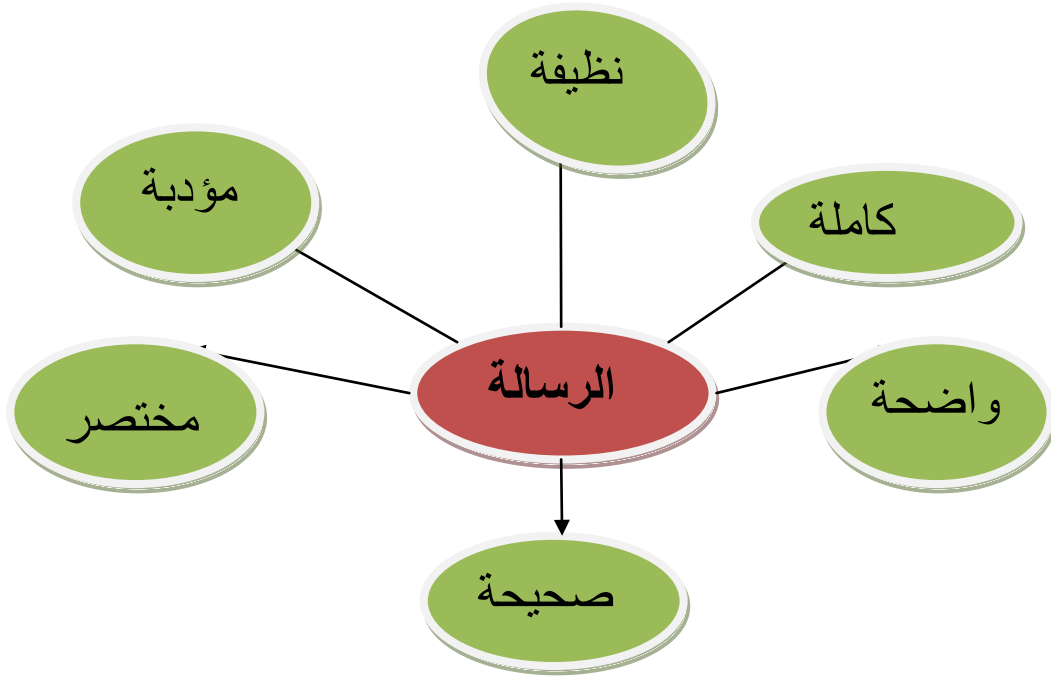
بمعنى أن المرسل هو الجهة التي تبعث و ترسل المعلومات بهدف تفعيل السلوك محدد ، ويعتمد المرسل في العملية الاتصالية بغض النظر عن المستويات الإدارية.

- الرسالة: تعد الرسالة احد مكونات العملية الاتصالية فبعد ترجمة أفكار المتصل إلى مجموعة من الرموز ذات الدلالة و من ثم إلى لغة تعبر عن غرضه من الاتصال .ليتم بعدها توفير الشكل أو الإطار الذي يمكن من خلاله التعبير عن أفكار المتصل كرسالة.³

¹J, p.helfer, politique commercial, librariewilbert -paris,1987,P 135

²ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة ط1، دارالصفاء، عمان، الأردن، 2005، ص 45.

³ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، مرجع سابق، ص46.



الشكل رقم (01)

ويمكن تلخيص صفات الرسالة الجيدة في 6 صفات من خلال هذا الشكل

➤ المصدر: ربحي مصطفى عليان ، عدنان محمود الطوباسي ، الاتصال والعلاقات العامة ط1، دار البيضاء، عمان الأردن 2005، ص 53.

فعند صياغة الرسالة يتم ترجمة الآراء و الأفكار والمعاني والمشاعر والمفاهيم إلى عبارات وكلمات وخرائط وبيانات إحصائية وغيره ا. وتعد مرحلة مهمة في العملية الاتصالية والتي تؤدي إلى تحقيق الاتصال الفعال.

- وسيلة الاتصال: هي الرابطة بين المرسل والمستقبل وهذه الوسيلة مختلفة الأنواع فمنها المكتوب والشفهي والتقني بحيث تكون هذه الوسيلة مناسبة وتتلاءم تماما مع موضوع الاتصال من حيث الأهمية، السرية، الوقت، السرعة.¹

- المستقبل: هو الفرد أو الجهة إلي توجه إليها الرسالة، يجب على المستقبل القيام بحل أو فك رموز الرسالة بغية التوصل إلى تفسير محتوياتها وفهم معناها وينعكس ذلك عادة في

¹ امين عبد العزيز حسن، إدارة الأعمال وتحديات القرن الحادي والعشرين، دار قباء، القاهرة، مصر، 2001، ص 177.

أنماط السلوك المختلفة التي يقوم بها المستقبل ولذلك يجب ألا يقاس نجاح عملية الاتصال وتحقيق الهدف.¹

- **الاستجابة:** تتمثل في الأثر المستهدف من جهود الاتصال ، إذ يمكن من خلالها التحقق من نجاح العملية الاتصالية أو فشلها عن طريق ما يصل إلى المرسل من معلومات من المستقبل حول نجاحه أو إخفاقه في هدفه مما يساعده على إعادة النظر في توجيه الرسالة مرة ثانية.²

نماذج الاتصال وأنواعه:

أولاً: نماذج الاتصال:

لقد ظهرت نماذج تحاول تقديم عملية الاتصال من خلال تحديد عناصرها ومكوناتها الرئيسية وترتيبها وطبيعة العلاقات فيما بينها، ويعرف النموذج بأنه بناء من الرموز والقوانين العامة التي يفترض أن تماثل مجموعة من النقاط ذات العملية ببناء قائم أو بعملية ما، والنموذج لا غنى عنه لفهم العمليات المعقدة مثل عملية الاتصال وهي طريقة مفيدة للتفكير إذ أنه وصف واضح يتيح لنا النظر في الأجزاء الرئيسية والعلاقات بينهما، ويمكن توضيح أو عرض نماذج الاتصال بنوعين رئيسيين هما:

- **النموذج اللفظي:** ويوضح لنا عناصر العمليات من خلال الكلمات.

- **النموذج التصويري:** الذي يوضح بالرسم عناصر ومكونات النماذج.

ويعد نموذج أرسطو أقدم نموذج للاتصال، والاتصال عنده نشاط شفوي يحاول فيها المتحدث أن يقنع غيره و أن يحقق هدفه مع مستمع عن طريق صياغة قوية ماهرة للحجج التي يعرفها، أما نموذج الاتصال عند أرسطو فتكون من: المتحدث، القضية، الكلام، المستمع.

¹ ربحي مصطفى عليان، عدنان، محمود الطوبلسي، مرجع سبق ذكره ص 57

² أمين عبد العزيز حسن، مرجع سبق ذكره ص 178

ومن أشهر النماذج اللفظية وأقدمها نجد:

1- نموذج لازويل: وهو الذي يعبر عنه في صيغة تساؤلات فقد كان ولا يزال مجال نقاشات كثيرة حول العملية الاتصالية و مضامينها، وقد قدم لازويلنموذجه في عبارته الشهيرة:¹

Whosays ?	- من الذي يقول ؟
?What	- ماذا يقول ؟
?How	- كيف يقول ؟
In with chanel ?	- بأي وسيلة ؟
To who ?	- لمن يقول ؟
Withwhateffect ?	- ماهو التأثير الناجم عن ذلك ؟

مع أن نموذج لازويل يمثل أشهر تساؤل كان ولا يزال يعمل بمثابة الموجه للعديد من الدراسات الإعلامية، لكنه أهمل وبصورة واضحة الواقع الاجتماعي والاقتصادي الذي تتم فيه وعبره عملية الاتصال، بمعنى آخر أن نموذج لازويل أو عبارته تحوله إلى واحدة من الأسس العملية في دراسة الاتصال، كل تساؤل من التساؤلات الستة المذكورة لها معنى وقصد محدد، من يقول؟ يعني دراسة المصدر، ماذا يقول؟ تعني دراسة الرسالة ومضمونها وما تحمله من معلومات وآراء ربما أفكار جديدة، ولمن يقول؟ تعني دراسة المستقبل فردا أو جمهورا، وكيف يقول؟ يشير إلى دراسة الوسيلة المستخدمة في إيصال الرسالة، ثم الأثر في أي دراسة النتائج المترتبة عن عملية الاتصال ، أما "برادرك" فقد أضاف إلى نموذج لازويل عنصرين من عناصر عملية الاتصال وهما:

1 - تحت أي ظرف يتم إرسال رسالة.

2 - ماهو هدف المتصل يقول شيئا (من إرسال رسالة).

ومع أنهما عنصران مهمات في عملية الاتصال إلا

¹ - حميد جاعد محسن الديلمي، التخطيط الاعلامي، المفاهيم والإطار العام، جامعة بغداد، كلية الآداب، ط 1، 1998،

لأن برادوك أيضا إهمال ردة فعل أو التغذية الراجعة في نموذج الذي يتلخص على نحو التالي:

من ؟ ماذا يقول ؟ بأية وسيلة؟
لمن ؟ تحت أي تأثير ؟ لأي هدف؟

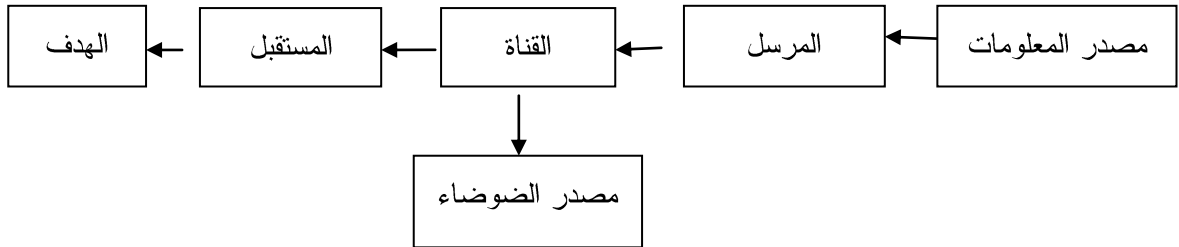
2- نموذج شانون أوفير :

في عام 1994 نشر شانون نتائج البحث الذي أجراه لشركة ريبيل الهاتف وكانت النتائج في أساس نموذج شانون قوويفر الإتصال، وقد وصف شانون ووفير الإتصال من خلال سنة عناصر رئيسة:

1 - مصدر المعلومات ؟ 4- المستقبل ؟

2 - المرسل ؟ 5- الهدف ؟

3 - القناة أو وسيلة ؟ 6- مصدر الضوضاء ؟



- ويعد نموذج شانون، ويعد من أكثر نماذج الإتصال شهرة، حيث اعتبر أساسها للنماذج اللاحقة، وقد أخل شانون وزميله مصطلح ضوضاء ليرمز لأي تشويش يتداخل مع إرسال الإشارة من مصدرها أهدافها كالتشويش في جهاز الراديو، وصفحات جديدة غير واضحة¹shannan

وظائف الإتصال:

¹ ريجي مصطفى عليان ، مرجع سابق، ص 74.

الاتصال وظائف متعددة سواء اعتبرناه بذلك وسيلة للتوصل في المجت مع الكبير أو وسيلة للتفاعل الاجتماعي:

- الاتصال يساعد في نقل التراث الحضاري بين الأجيال المتعاقبة: حيثيساعد الاتصال في نقل أطر الحياة التي عاشها الإنسان عبر الفترات التاريخية إلى الأجيال المتعاقبة، ويساعد أيضا في إبراز نواحي الحياة المختلفة وأنماط السلوك التي كانت سائدة.

- الاتصال يعمل على دعم العلاقات الإنسانية:كل علاقة إنسانية تعني أن هناك اتصالا يشكل مابين مجموعة من الأفراد أو الجماعات لذلك يحول لبعض القول أن العلاقات الإنسانية الجيدة تعني اتصالات جيدة وفعالة وأن أية عقبات تقف في سبيل تحقيق هذا الاتصال الجيد يؤثر تأثير سيئا على هذه العلاقات.

وساعد الاتصال كذلك على تبادل الخبرات وأساليب الحياة وقوالب السلوك بين أفراد المجتمع الواحدة أو بين الأفراد في المجتمعات المختلفة التي يحدث بينها أنواع مختلفة من الاتصال وما نشاهده من انتقال بعض النماذج الثقافية أو العادات أو تقاليد أو غيرها من مجتمع إلى مجتمع آخر شاهد على ذلك في إمكانية التفاهم و تبادل الخبرات في المجتمع الواحد أو بين المجتمعات المختلفة.¹

و بناءا على هذا فان الاتصال يساهم بصورة فعالة في التعارف الاجتماعي ككل حيث يعمل الاتصال على خلق فرص الاحتكاك وتقارب الأفراد والجماعات على المستويين العقلي والعاطفي.²

- الحوار والنقاش:يسمح الاتصال بين الأفراد توفير فرص النقاش وتبادل أطراف الحديث حول المواضيع المختلفة والمناقشة عبارة عن نشاط جماعي يأخذ طابع الحوار الكلامي المنظم الذي يدور حول موضوع معين أو مشكلة معينة، وللمناقشة فوائد كثيرة منها

¹ - أبو النجا محمد العمري، الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، ص ص 139-143 بتصرف.

² - حيزي خليل الجميلي، الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية، المكتبة الجامعية الحديثة، الإسكندرية، 1985، ص 28.

إيجابية الأعضاء ومساعدتهم على التركيز والانتباه وإتاحة الفرصة لأكثر عدد من الأعضاء في المساهمة والتفاعل والمشاركة في تحمل المسؤولية.

- **عوامل زيادة فعالية الاتصال:** إن الاتصالات التي تجري يوميا كثيرة ومتعددة لكنها ليست كلها فعالة ومن أهم مقومات وعوامل زيادة الاتصال ما يلي:¹

أ- **الإصغاء:** من مقومات الاتصال الفعال إصغاء المدير لموظفيه حيث يعطي الموظف الفرصة للتعبير الكامل عما يريد، وكذلك أيضا إصغاء الموظفين للمدير بكل عناية لكي يتسنى لهم فهم الموضوع ويستطيعون المناقشة إذا أرادوا.

ويتمثل إصغاء المدير إلى موظفيه من خلال الاهتمام بمقترحاتهم ومشكلاتهم ووجهات نظرهم وأن يكون بعيدا عن كل ما يشعر الموظف بعدم أهمية مثل الانشغال على سبيل المثال.

ب- **الشرح:** يتطلب الاتصال الفعال من المدير أن يوضح أفكاره حتى تكون مؤثرة وسهلة الفهم وأن يكون أسلوب التخاطب من الدقة والجذب بحيث يجلب انتباه العاملين وأن يحرص على أن تكون أفكارهم منظمة ومتسلسلة مما يكون الأثر له الواضح على فعالية وكفاءة الاتصال.

ج- **السؤال والمناقشة:** وهو سؤال المدير لنفسه مثل الاتصال عن الهدف الذي يريد من خلال الاتصال وكذلك عن ردة فعل العاملين من جراء هذا الاتصال وبنفس الوقت وأن يتيح الوقت للموظفين من أجل أن يسألوا ويستفسروا وأن يشجعهم على المبادرة وطرح الأفكار وبذلك يتحقق الاتصال الفعال.

د- **التقييم:** تقييم المدير لاتصالاته يفيد كأسلوب رقابة وأسلوب تحفيز حيث يساعد على تحسين الأداء معتمداً ذلك على التغذية العكسية للاتصال التي تفيد في تعديل وتعبير عن بعض النواحي.

¹ - محمد رسلان الجبوشي، جميلة جاب الله، الإدارة علم وتطبيق، دار المديرية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن

هـ- الاستجابة: وهي عبارة عن مراعاة الظروف والوقف الكلمات والقرارات وأوجه سلوك الإتصال الأخرى فتوقف الإتصال الأهمية في نجاحا لاتصال.

كما أن مراعاة النواحي النفسية والظروف الخاصة والعامة يكون من أسباب نجاح الإتصال

المبحث الثالث: تكنولوجيا الإتصال

المطلب الأول: التطور التاريخي لتكنولوجيا الإتصال.

وجدت وسائل الإتصال بوجود الإنسان وبالبحاح الحاجة المتواصلة لصناعة طقوس اتصالية تسمح باستمرار النوع الإنساني وتطوير تفاعله مع الآخر داخل هذا العالم. ولكنها مرت بمراحل تطور عديدة أفرزت عدة أنواع متفاوتة في الكم والكيف والمدى.

فقد كانت وسائل الإتصال في العصور القديمة عبارة عن طبولا ودخانا ونارا وخيلا هذا بالإضافة إلى الحفر على الأشجار والألواح الأعمدة المنصوبة في المعابد أو الميادين العامة. من جهة ثانية كان التجار يحملون معهم في أسفارهما لأخبار كما كان المنادون ينشرونها ويعلنون أوامر الحكام. يمكن بالإضافة في الأخير إلى جميع هذه الوسائل المتقدمة وسيلة هامة هي وسيلة الإتصال الشخصي.¹

فالإنسان اجتماعي بطبعه و لذلك ينقل خبراته للآخرين عن طريق التواصل بينهم ، لذلك فقد ابتكر حينها وسائل بدائية حسبما أتيج له فاستخدم صوته ثم يده في الكتابة والرسم والإشارة وكانت تلك هي الثورة الأولى في مجال الإتصال سماها DANIEL BELL بمرحلة اللغة الملفوظة حتى وصلت أخيرا تلك الرموز والإشارات والكتابات إلى حروف هجائية منظمة. ولولا حروف الكتابة هذه لظلت الغالبية العظمى من سكان العالم تعاني من الأمية.²

¹- فضيل دليو، مقدمة في وسائل الإتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص53.

²- عبد الباسط محمد عبد الوهاب : استخدام تكنولوجيا الإتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني دراسة تطبيقية وميدانية، أفريل، 2005، ص90.

وسماها DANEIL BELL بمرحلة اللغة المكتوبة Writing واستطاع الإنسان بها أن يحفظ ما ابتكره عبر الزمن ويوزعها عبر المكان في سجلات مادية، وكانت أكثر فعالية في الحديث والكلام. تعد هذه الثورة الثانية في مجال الاتصال وكانت اقرب وسيلة حينها هي الأحجار والعظام والخشب فكان نقلها عبر المكان غير ميسور فاستطاع الإنسان بهذه الوسائل أن يعبر رغم بدائيته.

كما أن استعمال الطبول والنار والحمام الزاجل والمرايا العاكسة . ثم تطور الأمر إلى اكتشاف ورق البردي فسهل عليه حمله ، وظل العقل البشري يتطلع للمزيد من التطور حتى وصل به ذلك إلى اختراع الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر تقريبا ، وسهّلت تلك الوسيلة سبل المعرفة للإنسان وبفضلها انتشرت الصحف في العالم . و تعد هذه الثورة الثالثة في مجال الاتصال الإنساني، حيث مهدت إلى ميلاد وسائل أخرى تعتمد غالبيتها على وجود أشياء مصاحبة لها يستطيع من خلالها نقل رسائله المبسطة إلى الآخرين والتي سماها DANIEL BELL بمرحلة الاتصال السلكية واللاسلكية Télécommunication وكانت هذه الوسيلة أكثر قدرة على تلبية حاجته ، إذ كانت تتطلب وجود خط رؤية بين المرسل والمستقبل فقد ظهر التلغراف كأداة اتصال عبر شبكات من الأسلاك، ففي عام 1976 استطاع Graham Bell أن يخترع التلفزيون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة، وأماكن من أجل أن تصل إلى أطراف ثمانية بواسطة البرق والهاتف والمذياع.¹ وبظهورها تعد الثورة الرابعة في مجال الاتصال ثم استخدمت تكنولوجيا أخرى وهي الكاميرا خاصة في مجال السينما.

واستطاع الأخوان Lumière افتتاح السينما في باريس عام 1895 وأصبحت السينما أول وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة ثم تلاها محاولة الاتصال عن طريق جهاز اللاسلكي . فكانت الإذاعة وأهم ما ميّزها هو عدم وجود ما يعيقها عن المستقبلين لها نتيجة لذلك ظهرت أول محطة للراديو في أمريكا. الذي كان نجاحها لإنشاء محطات أخرى في العالم ثم اخترعت أشرطة الكاسيت المسموعة والمرئية مسهلا بذلك للإنسان التواصل مع الآخرين. واستأثر الراديو باهتمام العائلات في عدد من دول العالم في ساعات المساء من

¹حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، المصرية، اللبنانية، القاهرة، 1993، ص43

الثلاثينيات حتى منتصف السبعينيات و مازال التأثير بذلك الاهتمام في أماكن متعددة ولكن أقل ما كان في الماضي لوجود منافسين له.

وأهم مظهر التلفزيون بعد الحرب العالمية الثانية شهدت تكنولوجيا التلفزيون تحسن في تقديم صور أكثر دقة ووضوحاً حتى يومنا هذا لا يزال منافساً قوياً لغيره من الوسائل الإعلامية الأخرى. ولا شك أن من أهم اختراعات القرن هو اختراع الحاسب الإلكتروني الذي ظهر هو الآخر في الأربعينيات من هذا القرن على يدي العالمين Van newmann و William cholet¹ ثم أخيراً أحدثتها الأقمار الصناعية من إمكانية نقل الحدث لحظة وقوعه على شاشة التلفزيون في أي مكان وإلى مكان آخر يبعده آلاف الأميال.

تعد هذه الثورة الخامسة في المجال الإنساني، فالناس في كل عصر اظهروا مقدرة ملحوظة على الأخر بتكنولوجيا عصرهم وطبقوها بطرق عصرية تتناسب لحل مشكلات حياتهم العملية. ولعل أبرز مظاهر تلك الثورة الاتصالية يتمثل في انتشار الإنترنت. فقد اجتمع علماء الاتصال والمعلومات أن إنجازها يعتبر أهم إنجاز في أواخر القرن العشرين فمن الواضح أن العلم والتكنولوجيا كانا في العصور السابقة يسيران بخطى بطيئة نسبياً. فان تطورها وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية بدأ يأخذ شكل فقرات متلاحقة، الأمر الذي يجعل المرء حتى الذي يمتلك درجة عالية من الثقافة يشعر بصعوبة متزايدة في ملاحقة واستيعاب هذا التدفق الهادر من إنجازات العلم والتكنولوجيا.²

وقد استطاع الإنسان عن طريق اختراع هذه الوسائل الفنية وتحسينها وزيادة عددها أن يحرر عملية الاتصال من قيود الزمان والمكان. حيث مكنت هذه الثورة الاتصالية التطور الراهن في تكنولوجيا المعلومات الذي يعتمد على المزج بين كل الأدوات والوسائط أو الأجهزة أو الأنظمة الفنية التالية:

- الحاسبات الإلكترونية.
- الاتصالات السلكية واللاسلكية.

¹ - حمدي حسن محمود: مقدمة في وسائل وأساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص 13.

² - عبد الباسط محمد عبد الوهاب: مرجع السابق ص 92.

- شبكات الميكرويف.
- الأقمار الصناعية.
- الألياف البصرية.
- أشعة الليزر.
- الجمع التصويري للحروف.¹

كما أن الثورة السادسة أخذت في التشكل تحت أنظارنا وتتمثل في شبكات المعلومات، "الطريق السريع للمعلومات". تمثل شبكة الانترنت النموذج الأمثل للشبكات لذلك يطلق عليها شبكة الشبكات لما تضمنه من عدد مهول من الشبكات المترابطة بما أنها تمثل تلخيصا لكافة فعاليات وسائل الاتصال بما توفره من قدرة على الجمع بين كافة الأشكال الاتصالية النصية والصوتية والمرئية (القدرة على الجمع بين كافة الأنواع الاتصالية) الإعلامية والاتصالية والمعلوماتية رغم القدرات الفائقة لشبكة الانترنت مقارنة بكافة وسائل الاتصال التي سبقتها. إلا أنها تمثل الطريق غير الممهّد مقارنة بالفعاليات الطموحة للطريق السريع للمعلومات. ذلك الطريق الذي قررت الدول الصناعية السبع في اجتماعها في بروكسل عام 1995 إنشائه من خلال الربط بين نظم المعلومات في كل الدول المتقدمة باستخدام شبكة عملاقة من كابلات الألياف الصوتية. وذلك بتكلفة تزيد عن ألف مليار دولار وبالتالي فإن ما تطرحه فعاليات شبكة الانترنت في العالم اليوم تمثل النموذج المصغر لما سيكون عليه المستقبل القريب مع فعاليات الطريق السريع للمعلومات المتمثلة في القدرة على الجمع بين كافة الأشكال والأنواع الاتصالية ونقلها إلى كافة أرجاء العالم بسرعة عالية عبر بنية تحتية من التجهيزات التكنولوجية المتقدمة والبرمجيات فائقة الذكاء الأمر الذي سيؤدي إلى تجاوز طرق وظيفة نقل المعلومات

¹ - محمود علم الدين :تكنولوجيا المعلومات ، وصناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة،

والانتقال إلى وظيفة نقل المعرفة هذا يوضح ب أن ثورة الإتصال السادسة التي ماز الت ملامحها بتلفئف يوما بعد آخر هي ثورة المعرفة.¹

وتأسيسا على هذا يتضح من خلال استعراض كل هذه المراحل من التطور لوسائل والتكنولوجيايات الإتصال أن هذه التغيرات الحاصلة هي جزء لا يتجزأ من منظومة أو معادلة التغير الذي يصيب المجتمعات باستمرار . ولذلك فهي تشكل اتجاهها لا رجعة فيه بل يقتضي فقط إيجاد المعادلة الصحيحة للتعايش مع معطياته ومقتضياته بوعي أكثر .

المطب الثاني: مراحل تطور تكنولوجيايات المعلومات والإتصال:

إن مصطلح التكنولوجيايات المعلومات والإتصال ليس وليد الساعة وذلك لكون ارتبط بالمعلومات والإتصال التي سبقت التكنولوجيا بمفهومها الحديث وبذلك فقط مرّ هذا المفهوم بعدة مراحل تاريخية ارتبطت فيما بينها، والتي نوجزها بخمس مراحل أساسية:

- 1- ثورة المعلومات والإتصال الأولى: وتتمثل في اختراع الكتابة ومعرفة الإنسان لها مثل الكتابة المسمارية والسومرية ثم الكتابة التصويرية وحتى ظهور الحروف والتي عملت على إنهاء عهد المعلومات الشفهية التي تنتهي بوفاة الإنسان أضعف قدراته الذهنية.²
- 2- ثورة المعلومات والإتصال الثانية: اقترنت هذه المرحلة بظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر بمختلف أنواعها وتطورها (الطباعة الحجرية الثابتة، الحروف المعدنية الثابتة ثم الطباعة المعدنية المتحركة)، ويتفق معظم المؤرخين على أن "يوحنا

¹ - محمد محفوظ تكنولوجيا الإتصال. دراسة في الأبعاد النظرية و العلمية لتكنولوجيا الإتصال ، جامعة بيروت العربية، الاسكندرية، 2005، ص22.

² - إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزعبي، نظم المعلومات الإدارية، دار الصفاء للطباعة و النشر و التوزيع، الأردن، 2004، ص 118.

جوننبرغ" هو أولى من فكر في اختراع الطباعة والحروف المعدنية المنفصلة وذلك حوالي 1436، وأتم طباعة الكتاب المقدس باللغة اللاتينية في عام 1455.¹

3- ثورة المعلومات والاتصال الثالثة: وتتمثل باختراع مختلف أنواع مصادر المعلومات المسموعة والمرئية كالهاتف، المذياع (الراديو)، واللاسلكي والتلفزيون وما شابه ذلك من الموارد السمعية والبصرية.²

4- ثورة المعلومات والاتصال الرابعة: وتتمثل باختراع الحاسوب وتطويره عبر مراحل وأجيال متعددة.³

5- ثورة المعلومات والاتصال الخامسة: وتتمثل في التزاوج والترابط الهائل ما بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة وتكنولوجيا الاتصالات المختلفة الأنواع والاتجاهات التي حققت إمكانية تناقل كميات هائلة من البيانات والمعلومات وعبر مسافات جغرافية هائلة بسرعة فائقة وبغض النظر عن الزمان والمكان وصولاً إلى شبكات المعلومات وفي قمتها شبكة الانترنت.⁴

ويوضح الشكل التالي مراحل الخمسة المتعاقبة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الشكل رقم (1): ثورات المعلومات والاتصال الخمسة المتعاقبة

ثورة المعلومات والاتصال الأولى : الكتابة

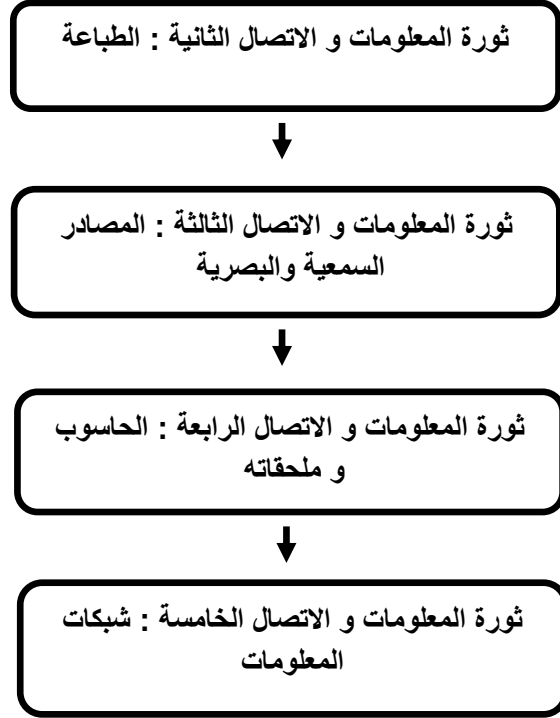


¹ - حسن عماد المكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية، اللبنانية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص 43.

² - عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها (الوقائق للنشر والتوزيع، الأردن، 2002)، ص 85.

³ - نفس المرجع ، ص 85 .

⁴ - إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزعبي ، مرجع سبق ذكره ، ص 118 .



المصدر: عامر إبراهيم قندبلجي، إيمان فاضل السامرائي، مرجع سابق، ص 86.

المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

تتمثل أهم خصائص تكنولوجيا المعلومات و الاتصال فيما يلي:

1- **التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مرسل ومستقبل في نفس الوقت فالمعنيين بعملية الاتصال بإمكانهم تبادل الأدوار والمهام، وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل.

2- **الالتزامية:**نعني بذلك استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين في عملية الاتصال غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.

- 3- **اللامركزية:** هذه الخاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فالانترنت تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الانترنت على مستوى العالم بأسره.
- 4- **قابلية التواصل:** أي إمكانية الربط بين أجهزة الاتصال المختلفة الصنع، وذلك بغض النظر عن الشركة أو البلد المنتج لهذه الأجهزة.
- 5- **قابلية التحرك والحركة:** أي يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاتها، من أي مكان عن طريق وسائل كثيرة مثل الحاسب الآلي النقال والهاتف النقال.
- 6- **قابلية التحويل:** بمعنى إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة.
- 7- **اللاجماهيرية:** إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة، بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة، وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك كما أنها تسمح بالجمع بين الأنواع المختلفة للاتصالات.
- 8- **الشيوع والانتشار:** يعني قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم، بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنظمها المرنة.
- 9- **العالمية والكونية:** المقصود به المحيط الذي تعيش فيه هذه التكنولوجيا، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف محيط عملها، فتسمح مثلاً لرأس المال أن يتدفق إلكترونياً، خاصة بالنظر إلى سهولة المعاملات التجارية التي يحركها رأس المال المعلوماتي ليسمح لها باختزال عائق المسافة والمكان على المستوى الدولي.¹
- 10- **تخفيض الوقت:** بإمكاننا القول ودون مبالغة أن تكنولوجيا المعلومات تمكنت من اقتصاد الوقت والمكان، وخير دليل على ذلك شبكة الانترنت، التي تسمح لكل واحد منّا بالحصول على ما يلزمه من معلومات في وقت قصير جداً مهما كان موقعه الجغرافي،

¹-بومايلة سعاد وفارس بوبا كور، أثر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد، المناجمنت العدد 03، مارس 2004، ص 205-206.

بالإضافة إلى ذلك فإن تكنولوجيا المعلومات، قد ساهمت في رفع الثقل عن المهام المتعبة للعامل، من خلال معالجة المعلومات ونقلها مع إنجاز العمليات في الثانية الواحدة وبدقة متناهية لم يكن يتصورها العقل البشري.

11- تقليص المكان: تنتج تكنولوجيا المعلومات وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات والتي يمكن الوصول إليها ببسر وسهولة.

12- المرونة: تعددت استعمالات تكنولوجيا المعلومات بتعدد الاحتياجات لها وابتسط مثال على ذلك الحاسوب الذي نستعمله في حياتنا اليومية والعملية، فهو أداة لكتابة النصوص ومعالجتها والقيام بالعمليات المعقدة وحتى القيام بالاتصال من بعيد أو من القرب، كما أنها تمنح للإنتاج كفاءة عالية، وهذا ما يكسب تكنولوجيا المعلومات مرونة كبيرة بالمقارنة مع آلة محدودة الاستعمال.

13- النممنة: نقصد بالنممنة الأسرع والأصغر والأقل تكلفة، وهي من أهم ميزات تكنولوجيا المعلومات، فهي تتميز بالتحسن الدائم في سرعتها وسعة ذاكرتها مع انخفاض في أسعارها بنسبة 25% سنويا، مما جعلها موضوع طلب دائم وكبير في جميع الميادين الخاصة بميدان التسيير.

14- اقتسام المهام الفكرية مع الآلة: نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث والنظام.¹

15- النمو بمتواليّة هندسية: كلما تغير نظام تكنولوجيا المعلومات، كلما تغير النظام الاقتصادي، مما يؤدي إلى التغير السريع في قطاعات الأعمال الأخرى وبالتالي إمكانية تكيفها مع هذا التغير في مجالات الأعمال المختلفة.²

¹ - محمد فتحي عبد الهادي، المعلومات وتكنولوجيات المعلومات على أعتاب قرن جديد، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، مصر: 2000، ص 155.

² - مزهر شعبان العاني، العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، إثراء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن ، 2008، ص 78.

➤ تأثير تكنولوجيا الإتصال الحديثة على الوسائل والجمهور والمجتمع:

أنوّت التطورات الراهنة في تكنولوجيا على الإتصال الجماهيري وعلى وسائله ويمكن رصد بعض التآثيرات التي أحدثتها التطورات الراهنة في تكنولوجيا وعلى وسائل الإتصال في الجوانب الآتية:

- التآثيرات على وسائل الإتصال: ويمكن حصرها في:

أن التكنولوجيا الجديدة لا تلغي وسائل الإتصال القديمة بل تطورها، فعلى مستوى الإتصال الذاتي مثلا كانت الوسائل هي: تدوين الملاحظات، المذكرات الشخصية، أما المستحدثات التكنولوجية فهي: الأشرطة المسموعة، الحاسبات الالكترونية، وعلى مستوى الإتصال الجماهيري كانت الوسائل هي الجريدة، الراديو، التلفزيون، أما الآن نجد التلفزيون بالاشتراك أنظمة المعلومات الرقمية، الكتاب الالكتروني.¹

إن الشكل أو النمط الإنتاجي العام المسيطرة الذي كان يميز التطورات التكنولوجية السابقة هو ظهور مراكز توزيع على نطاق واسع من مصادر مركزية حدده إلى أعداد من الجماهير لا تتوتبط بوحدة زمانية ومكانية، بينما نمط حالي الإتصال الجماهيري يتميز بالتوجه إلى جماهير قليلة محددة جغرافيا من خلال مراكز إقليمية مختلفة التوازن بين المركز والأطراف. إن حدود أو الفروق التي كانت تميز وسائل الإتصال الجماهيري من بعضها البعض وقد زال بعضها والبعض الآخر في طريقة للزوال.

ولم تعد الحدود بين الأنماط المختلفة والمتنوعة من وسائل الإتصال حادة جدا كان من قبل. فالأفلام السينمائية نجدها الآن متاحة للعرض في دور السينما وعلى شاشات التلفزيون وعلى أشرطة فيديو كاست.²

¹ - محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والإتصال ومستقبل صناعة الصحافة، القاهرة، دار الرحاب، 2005 ، ص ص 179-180.

² - المرجع نفسه، ص 180.

إن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإتصال خاصة في مجال الإرسال والاستقبال التليفزيوني كان لها أثارها على بعض الوسائل الأخرى كالسينما والصحافة،

إن وسائل الإتصال الجماهيرية أصبحت تتسم بالطابع الدولي أو العالمي، حيث أحدثت الثورة المعاصرة طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي أو عالمية الإتصال.

2- التأثيرات على الجمهور: يلاحظ إن تطور وسائل الإتصال الجماهيرية قد صاحبه أيضا تطور الجمهور معها، ويمكن تحديد تأثيرات ثورة الإتصال الراهنة على الجمهور في الجوانب التالية:

- تعدد قنوات الإتصال المتاحة أمام فرد.

- إن هذه التكنولوجيات الاتصالية الراهنة تتسم بسمة أساسية وجديدة في الوقت نفسه على عالم صناعة الإتصال وهي التفاعل بين المستقبل والمرسل وإمكانية تحكّم المستقبل في العملية الاتصالية وهذا يعطي للمستقبل سيطرة أكبر على عملية الإتصال مما يساعده على التكيف مع انفجار المعلومات كمّا وكيفاً والسيطرة عليها من خلال الانتقاد والاختيار.

ونتيجة لتلك الانتقائية التي أتاحتها تكنولوجيا الإتصال الحديثة فلن من المتوقع أن يؤدي ذلك على مدى الطويل إلى عزل أفراد الجمهور لأنفسهم عن المعلومات التي قد يجدونها غير سارة أو مزعجة أو جادة ومؤثرة وليست مسلية، وزيادة عمليات الإدراك والتعرض الانتقائي.

إن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإتصال كان لها تأثيرها على عادات استخدام الجمهور الإتصال.¹

3- تأثيرها على المجتمع: وتظهر التأثيرات الاجتماعية عند استخدامها لحل المشكلات الاجتماعية والإنسانية. كالاستعانة بها في التشخيصات الطبية وتطبيق القوانين ومساهمتها في زيادة الإنتاجية واستخدامها لوظائف جديدة في العمل، كما اعتبرت مسؤولة عن ارتفاع مستوى المعيشة وذلك نتيجة لانجاز المهام الإدارية و الإنتاجية في زمن وجيز، حيث

¹ - محمود علم الدين . مرجع السابق ذكره، ص ص 189-190.

وفرت الوقت للعديد من الأفراد وقضت على العديدة من المهام المتعبة والمملة وبصفة عامة رفعت من مستوى جودة أداء الأعمال الحياتية.¹ كما برزت تأثيراتها بشدة على مجالي الخصوصية والجانب النفسي والاجتماعي.

المطلب الرابع: التقارب التكنولوجي

أولاً: تعريف التقارب التكنولوجي

يعرف التقارب في جوهره بأنه التقاء تكنولوجيات مختلفة معا أو انصهار تكنولوجيين أو أكثر لتكون شيئاً جديداً يجمع صفات كل منها على حدٍ إلا أنه يكون منفرداً تماماً في صفاته حدث هذا الاندماج أو تقارب نتيجة التطور الحاصل لكل عنصر من عناصر تكنولوجية المعلوماتية من جهة. وتكنولوجية الاتصال من جهة أخرى وهذا ابتداء من الجيل الخامس يمكن تمثيل هذا التقارب على الشكل التالي:

ثانياً: طبيعة التقارب التكنولوجي.

- المعلوماتية العتاد والبرمجيات:

أ- العتاد: لقد عرف العتاد المعلوماتي تطورات متعددة من مرحلة إلى أخرى، كل مرحلة أو محطة من هذه المحطات يعبر عنها في البرامج المتخصصة ب: أجيال الحاسوب، لذا سنعرف هنا الحاسوب ونذكر أهم هذه المراحل:

1- تعريف الحاسوب: يعرف الحاسوب أنه آلة تقوم بأداء العمليات الحسابية والمنطقية على البيانات الرقمية بوسائل إلكترونية وتحت تحكم البرامج المخزنة به.

كما يعرف كذلك بأنه عبارة عن جهاز إلكتروني مكون من مجموعة تعمل معاً لمعالجة وتشغيل البيانات بسرعة ودقة ويقوم هذا الجهاز بقبول البيانات وتلقيها وتخزين آلياته

¹ - عماد عبد الوهاب الصياغ، الحاسوب في إدارة الأعمال، 5 عمان، دار الثقافة، 1996، ص ص 380-382.

يجرى عليها العمليات الحسابية والمقارنة بين شيئين أو أكثر ثم يستخرج وتستخلص هذه العمليات. كل ذلك وفقا وإتباعا لتوجيهات مجموعة تفصيلية بأمر وتعليمات تسمى برامج، وهذه البرامج معدة ومخزنة مسبقا ويقوم الحاسوب بأداء مثل هذه العمليات على البيانات الرقمية والأبجدية أو عليها معا.

ويتميز الحاسوب بعدة خصائص منها:

- الدقة في أداء العمليات.
- السرعة العالية التي تساعد على توفير الوقت في أداء العمليات.
- المرونة في تأدية العديد من الأعمال وعدم الاقتصار على أداء عمل واحد فقط.
- السعة الكبيرة في تخزين البيانات والسرعة في استرجاعها عند الطلب.
- قابلية التوسيع والنمو في ذاكرته الأصلية والذاكرات الثانوية التي تلحق به، وإضافة ملحقات مساعدة.

2- تطور الحاسوب عبر الأجيال:

أولا: الجيل الأول (1946-1959)

ظهر هذا الجيل بجامعة pennsylvanie ما بين 1944-1946 من خلال أعمال موشيليو إيكارت لتصميم وإنشاء أول آلة حاسبة الكترونية عرفت هذه الآلة كانت تعمل بمبدأ الصمامات المفرغة حيث كان عدد الصمامات التي تحتويها تبلغ حوالي 1500 صمام: كما شغلت هذه الآلة لوحدها أكثر من قاعة ، كما كانت تستهلك الكثير من الطاقة

من إفرازها الكثير من الحرارة، حيث كان يتطلب مساحة تناهز 160 متر مربعا لتركيزه وكان يزن قرابة 30 طنا وعموما تميز هذا الجيل بما يلي:¹

- استخدام الصمامات إلكترونية المفرغة وكانت درجة الحرارة العالية تؤدي إلى تغيير، الصمامات بمعدل صمام كل يوم.
- كانت عملية البرمجة تتم بواسطة لغة الآلة.
- سرعة تنفيذ العمليات البطيئة.
- نتيجة الاستخدام الصمامات الالكترونية المفرغة فلن حجم آلات الجيل الأولى الكبير مكان واسع.
- تحتاج إلى تبريد كبير نظرا للحرارة الكبيرة التي تنتج من الصمامات المفرغة.

ثانيا- الجيل لثاني (1895-1965)²

نظرا للمساوئ التي كان يمتاز بها الجيل الأول من الحواسيب دأبت جهود الباحثين لأجل إلغاء هذا الأخيرة فأثمرت هذه الجهود بإمكانية استعمال ترانسستور منذ الخمسينات شهد تعميم استعمال ترانزستور الذي اجتاح كل سوق الالكترونى في اقل من 10 سنوات، حيث عرض مكان الصمامات المفرغة ومن أبرز أنواع هذا الجيل ATLAS, IBM 1401، وقد ساعدت ذلك في التغلب على مشكلة الحرارة وتقليل معدلات أخطاء والتوافق، كما وفر في الطاقة الكهربائية اللازمة للتشغيل وقد ساهم في تقليل التكلفة عما كانت عليه في الجيل الأول.

ومن خلال هذه المرحلة اكتشفت أولى الشبكات المعلوماتية كما أمكن للمبرمج استعمال لغة تناسب نوع المشكلة المطروحة، فاستعملت لغة فورترون في الميدان العلمي ولغة

¹- مراد رابيس، مذكرة تخرج شهادة الماجستير، اثر التكنولوجيا على الموارد البشرية في المؤسسة، قسم علوم

التسيير، فرع إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، السنة الجامعية: 2005-2006، ص 36

²- مراد رابيس، مرجع سبق ذكره، ص 36.

كوبول في ميدان التسيير وغيرها من لغات البرمجة مثل باسكال أهم خصائص هذا الجيل في مايلي:

- استخدام ترانزستور.
- بسبب صغر حجم ترانزستور بدأت تظهر أجهزة صغيرة
- سرعة تنفيذ العمليات.
- استخدام الذاكرة القلوب الممغنطة.
- استخدمت أنظمة التحكم في الإدخال والإخراج.
- استخدمت لغات عالية المستوى مثل الفورترون وكوبول.

الجيل الثالث: (1964 - 1970)

الفرق الوحيد بين الجيل الثاني والثالث هو الحجم فقط، حيث تم استعمال الالكترونيات الدقيقة المتناهية الصغر وذلك باستعمال أو إدماج الدوائر الالكترونية المتكاملة. مما يسمح بالانتقال من معالجة 15000 أمر في الثانية عام 1966 إلى 35000 أمر في الثانية عام 1972 كما تم في هذه المرحلة رفع قدرة تخزين المعلومات بتكلفة اقل وذلك مع تطور الذاكرات الفرعية والقادرة على استيعاب معلومات كبيرة بتكاليف أقل كما تم تطوير لغات برمجة متطورة على غرار لغة المبرمجة بازيك basic خلال سنة 1964 ولغة البرمجة باسكال pascal خلال سنة 1976 كما تميز هذا الجيل بتطوير نظم تشغيل الحواسيب وخاصة نظام التشغيل يونيكس unix كما تم إحداث شبكة حواسيب موزعة بين أربعة جامعات أمريكية.

أهم ما ميز هذا الجيل من الحواسيب السرعة الفائقة والدقة المتناهية وإمكانية التخزين الكبيرة استخدام نظام المشاركة في الوقت أي إمكانية استغلال موارد الحاسوب من طرف عدد مستعملين بصفة متزامنة وهو ما نعبره بالوقت المشترك.

الجيل الرابع (بداية من 1970)¹

ارتبط هذا الجيل باكتشاف و تطوير المعالجات الميكروية (micro processors) التي تعتمد تقنية دمج أكبر عدد ممكن من المكونات الأساسية على شريحة واحدة. كما تم التوصل فيه لصناعة الذاكرات المعتمدة على شرائح الـ SRAM ذات الحجم المتناهي الصغر ولكن بسعات تخزينه كبيرا جدا. مما أدى إلى انتشار الكمبيوترات الشخصية التي أصبحت تؤثر في كثير من مجالات الحياة المعاصرة.²

وأهم ما يميز هذا الأجيال :

- زيادة إمكانية و طاقة و حدوث الإدخال و الإخراج

- الدوائر المتكاملة ذات الشرائح العصبية التي تمتاز بالعمل وقتا أطول و قدرة أعلى وسرعة فائقة

- تشغيل أكثر من برنامج في وقت واحد، حسب ترتيب الذي وضعت به البرامج المراد تنفيذها بوحدات الدخول.

الجيل الخامس: (الآن نحو المستقبل)

هذا الجيل في الطريقة للظهور، فالعديد من مشاريع الأبحاث مستمرة في كل من اليابان والولايات المتحدة وأوروبا لهذا النوع من الحواسيب الذكية. والتي يمكنها القيام بكثير من أعمال المكاتب في القرن الحادي والعشرين.

¹ - مراد رايس، مرجع سابق ذكره، ص 36.

² - مراد رايس، مرجع سبق ذكره، ص 36.

والباحثون يريدون إدماج اللغة العادية، كتابة، صوت في الاتصال بين المستخدم الآلة وبالتالي هو جبل المستقبل الذي تسارع فيه الأبحاث و بتزايد الاستثمارات نحو تطويره. بحيث تزداد قدراته على القراءة وكتابة لغات عديدة أو التفكير مليا إلى حد يشبه العملية التي يقوم بها المخ البشري وبذلك سيضم الكمبيوتر المستهدف أوسوبر كمبيوتر على دوائر متكاملة أكبر كثيرا سيحتوي على ذاكرات حجمها عشرات آلاف على ذاكرات الأجهزة الحالية.

المطلب الخامس: الجهود الجزائرية في مجال إدماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة

واجهت المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تغيرا كبيرا وسريعا. سواء على مستوى المحيط الوطني أو العالمي. فلو تطرقنا إلى التطور التاريخي الذي مرت به المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لوجدناه منذ بداية المخططات التنموية تمتعت بإمكانيات مادية ومالية ضخمة استخدمت كأساس للسياسات أو المخططات التنموية والتغير الاقتصادي والاجتماعي.

ويمكن إبراز أهم سمات هذا التطور كما يلي:¹

التميز بالتخطيط المركزي حيث اتسمت هذه الفترة بضعف مستويات الأداء عموما. انخفاض مستوى الإنتاج، تعطل روح المبادرة لدى المسير وغير ذلك.

-محاولة وضع إصلاح شامل ابتداء من الثمانينات . حيث بدا الاهتمام بمعيار الفعالية الاقتصادية والبحث عن الترشيح الاقتصادي. ثم تمت إعادة الهيكلة وإعادة النظر في أسلوب المركزية المفرطة وكيفية استغلال الطاقات الإنتاجية. غير أن مستويات الأداء لم تتغير نسبيا

بعد إعادة الهيكلة اعتمد مشروع استقلالية المؤسسات العمومية ثم تلتها الخوصصة

¹ - ناصر دادي عدو ان: الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية، دراسة نظرية. د.م.ن.ا.د.ن. 2004،

إن التحولات الاقتصادية التي شهدتها الجزائر وما زالت تشهدها. أشعلت روح المنافسة المحلية والخارجية كما حركت نوعا ما العزيمة والإرادة في التحديث والعصرنة لطرق وأساليب الإنتاج والتسويق الحديثة. وما ساعد على ذلك هو موجة الإصلاحات التي مست الجوانب التنظيمية والقانونية والمؤسسية التي كانت في مجموعها من أجل الرفع من القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الوطنية. وانطلاقا من أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة من أهم المتغيرات التي تحقق ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية تبدأ الاستفسارات حول الإستراتيجية ومبادرات الدولة الجزائرية في إدماج هذا المبتكر الجديد إلى مؤسساتنا الاقتصادية.

❖ إستراتيجية الجزائر في تبني التكنولوجيات:

نظرا لأهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة. عملت الدول على تكوين وتطوير قاعدة تكنولوجية صلبة. والجزائر كغيرها من الدول أصبحت واعية بأهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في المؤسسات. ولذلك لجأت خلال العشرينات الأخيرة إلى وضع إستراتيجية استهدفت من خلالها ترقية مجال تكنولوجيا الاتصال. وقد سطرت لهذا الغرض برنامجا صناعيا يتكون من ثلاث مراحل هي كالآتي:

المرحلة الأولى 1985-1987: سعى برنامج المرحلة الأولى إلى إقامة النشاطات

المتكاملة والتركيبية للحواسيب الدقيقة وتكثيف الطاقات الوطنية بغية تطوير تطبيقات البرمجيات التي تحظى باهتمام دول العالم.

المرحلة الثانية 1987-1992: في هذه المرحلة تم توسيع استخدام الحواسيب الدقيقة

وتطوير برمجيات والصيانة

المرحلة الثالثة 1992-2000: ساهمت هذه المرحلة في تعميق صناعة الحواسيب

الوطنية وذلك من خلال الاعتماد على المنتجات المحلية بدل عمليات الاستيراد المتواصلة وهي تشمل البرمجيات والمكونات وعمليات الصيانة.¹

¹- طراد خوجة سميرة، الإدارة الجزائرية في ظل ثورة المعلوماتية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع تنمية الموارد البشرية، قسم علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، 2004-2005، صص 54-55.

حاولت الجزائر خلال هذه المراحل. انتهاج سياسة التصنيع المكثف بغية الانتقال من إشكالية التحويل التكنولوجي الذي يعتبر رهانا أساسيا للسياسات الصناعية .

لقد أبدت الجزائر حاجة ملحة لتطوير هذه الصناعة الحديثة منذ الثمانينات وبالرغم من موجوداتها المعتمدة فقد لجأت إلى عمليات الاستيراد والاستعانة بإطارات الأجنبية. ومع ذلك تبقى المؤسسات الجزائرية بعيدة عن تحقيق الاستقلالية التكنولوجية.

المبادرات عملت الجزائر منذ عدة سنوات على تعزيز قدرتها على تعزيز قدرتها التعليمية والإدارية لمواكبة التغيرات التقنية والاقتصادية وذلك من خلال عدة إجراءات جاءت لتجسيد الدور المستمر الذي أصبحت تضطلع به تكنولوجيا الإتصال الحديثة في تأهيل المؤسسات الاقتصادية ورفع مستوى الأداء ومن مبادراتها.¹

البحث والتطوير.

نشر الحواسيب.

شبكة الأنترنت.

خاتمة الفصل:

يتسم عالمنا المعاصر الذي يوصف بعصر العولمة والتكنولوجيا الإتصال والمعلومات والانفجار المعرفي بالتغيرات المتلاحقة والتطورات المستمرة في جميع مجالات الحياة، حيث أضحت هذه التغيرات تلامس كل جزء من حياتنا، وعليه فإن التكيف مع هذه

¹ - طراد خوجة سميرة، مرجع سبق ذكره، ص 54-55.

التغيرات السريعة والمتواصلة يعد من أبرز التحديات التي تواجهها المجتمعات الإنسانية بصفة عامة.

تسارعت وتوالت التطورات في ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصال خلال الربع الأخير من القرن العشرين حيث أحدثت أثرا بارزا على نمط العمل داخل المديرية وسارعت على تحسين الأداء بفضل تطبيقاتها في مختلف الميادين.

الفصل الثالث: السياحة

تمهيد

- 1 -المبحث الأول: نشأة السياحة وتطورها
- 2 - المبحث الثاني: السياحة بالجزائر
- 3 -المبحث الثالث: السياحة بولاية الأغواط

خاتمة الفصل

تمهيد:

تمثل السياحة في الوقت الحاضر نشاطاً اقتصادياً مهماً تحرص الدول على تنميته لكونه مورداً اقتصادياً يسهم في زيادة الدخل القومي، كما أنها تساهم في استغلال موارد

المنطقة السياحية بشكل أفضل ، مما يدفع ذلك لتحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة بين أقاليم تلك الدول .

وقد أصبح النشاط السياحي في الجزائر محل اهتمام استراتيجيات خطط التنمية بالجزائر، وذلك الاعتماد على مصادر اقتصادية غير بترولية من جهة ، وكذلك استثمار المقومات السياحية وجذب سكان الجزائر إلى السياحة الداخلية من جهة أخرى ومنطقة الاغواط تمتلك مقومات سياحية منها ما يرتبط بالمقومات الطبيعية من وجود بيئات متباينة إضافة إلى غنى المنطقة في مقومات السياحة الثقافية، ولكن هذه المقومات رغم أهميتها وقدرتها على تقديم نشاط سياحي فاعل، إلا أن تلك المقومات لم تستثمر بشكل تنموي، وأن ما يبذل في مجال التنمية السياحية لم يرقى إلى الاستغلال الأمثل للمقومات السياحية في منطقة الاغواط. ليس فقط في مجال خدمات البنية التحتية التي تخدم التنمية السياحية، وإنما أيضاً في مجال الدراسات التي تبرز إمكانات ومقومات منطقة الاغواط كمناطق سياحية.

وفي ضوء ذلك تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على مقومات المنطقة السياحية في مجالات الطبيعية والبشرية والثقافية، وإبراز تلك المقومات، وكذلك إبراز ما هو موجود حالياً من بنية أساسية لخدمة قطاع السياحة.

ولكون النشاط السياحي يحظى حالياً باهتمام خاص، ولحصر المقومات السياحية في مدن الجزائر المختلفة، فإن هذه الدراسة تأتي كمنظومة لإبراز مقومات منطقة الاغواط السياحية بهدف التكامل بين مناطق الجزائر في المجال السياحي، يعد النشاط السياحي اليوم من ابرز النشاطات في مختلف البلاد وذلك لكثافة الأعداد البشرية التي تطمح لقضاء إجازة سياحية مهما كانت قصيرة وهذا الاتساع الهائل لمجالات النشاط السياحي لم يكن على هذا المستوى أو قريباً منه قبل عشر سنوات مثلاً لكن المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية من جهة ، وكثافة الإعلام السياحي من جهة أخرى كل ذلك ساهم في وجود هذه القفزة السياحية العالمية. فالاتجاه العالمي إلى تقليل ساعات العمل وتوفير إجازات أكثر مع محاصرة الإعلام السياحي للأفراد جعل الكثيرين يخططون منذ وقت مبكر من العام لقضاء إجازة سياحية مهما كانت قصيرة.

إن النشاط السياحي أصبح واقعا ملموسا، والتعامل معه ودراسته والتخطيط له وتوجيهه وتوظيفه للمصالح العامة يتفق مع منطق الحكمة، ان الاهتمام بالسياحة يمكن أن يكون وسيلة جيدة لتخفيف الإنفاق على السياحة الخارجية ذلك ان الكثير من العائلات عندما تحزم حقائبها للسفر تنشد جوا من الراحة وتغيير رتابة الحياة التي عاشتها السنة كاملة أو عدد من السنوات، فإذا توفر لها هذا الجو داخل البلاد فإنها سوف تفضله على السفر للخارج وما فيه من المعاناة والمشكلات الكثيرة من النواحي الأمنية والأخلاقية والتي بدأت كثير من العائلات تواجهها في رحلاتها الصيفية بشكل خاص .

المبحث الأول: نشأة السياحة ومقوماتها

المطلب الأول: ماهية السياحة

أولاً: نشأة السياحة وتطورها

مما لا شك فيه أن تاريخ السياحة لا يمكن تحديده غير أن تطورها كان عبر الزمن من خلال تعدد أشكالها وأهدافها فقد بدأ الإنسان الأول حياته وهو يسعى وراء الاستقرار على الأرض مما أدى إلى التنقل والترحال سائحا في أرجاء الكرة الأرضية وبعد أن استقر في مكان معين استمر يتنقل باحثا عن المتعة واكتساب ما يحيط به والاحتكاك بغيره، هذا التغير يوازيه تطور هائل في وسائل النقل والاتصال والمنشآت السياحية.

ويمكن تقسيم مراحل تطور السياحة إلى أربع مراحل:

-مرحلة الحضارات القديمة: وتشمل هذه المرحلة الفترة الأولى من حياة الإنسان أي من العصر البدائي أين كان سفر الإنسان مربوط باستقراره والبحث عن وسائل العيش الهني من توفر الأكل والأمن ولم تكن هناك قوانين تحكم تصرف الإنسان وتحدد حقوقه وواجباته ولا تحد من ترحاله سوى قوانين الطبيعة ولم تكن هناك جيوش تحميه من الغزو والاعتداء عليه ولم تكن العلوم تقدمت فتخدم الإنسان فتوفر له ما يحميه من الحر ولا وسائل نقل تسهل السفر فقد كان ينتقل الإنسان من الأرض القاحلة إلى الأرض الخصبة ومن المكان الذي يخاف فيه إلى المكان الآمن فكان السفر لا يخضع لتعقيدات بل كان ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الإنسان ويهدف إلى إشباع نزواته واستيفاء احتياجاته الشخصية.

وقد كان للفينيقيين سبق في الاهتمام بالتجارة والتنقل فقد عرفوا بحب المخاطرة والترحال البحري بحثا عن المعرفة والكسب المادي فالتجار الفينيقيين ركبوا البحر في كل الاتجاهات خاصة بعد القرن 13 قبل الميلاد¹.

-مرحلة العصور الوسطى: بقيت السياحة في العصور الوسطى في الفترة من القرن 5 إلى القرن 15 بمدلولها الحالي مجهولة لدى الشعوب بل إن السفر والانتقال بقي بدائيا كما كان في العصور الأولى مع تطور يسير إذ تميزت هذه الفترة بالصراعات مما

¹ خالد كواش، السياحة، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2007، ص 12.

أفقد الناس عنصر الأمان وساءت أحوال الناس ومن ثم نقص السفر والترحال وزاد الاهتمام بالكنيسة، كما عرفت هذه الفترة قيام بعض المستكشفين بأسفار طويلة كان من نتائجها سنة 1492م اكتشاف القارة الأمريكية من طرف كريستوف كولومبوس.

في هذه الحقبة التاريخية كانت الحضارة الإسلامية في أوج ازدهارها فاهتمت بالعلوم والفنون والآداب والعمارة وزادت حركة الناس في مختلف أنحاء البلاد الإسلامية وقد ساهمت الحضارة الإسلامية في إنشاء عدد من المدن أصبحت قبلة للسواح من كل أصقاع العالم كبغداد وقرطبة فضلا عن المنشآت السياحية والحمامات التي أنشأت في هذه الحقبة سيما في القاهرة، الإسكندرية، البصرة، دمشق، الأندلس... الخ، كما تميزت هذه الفترة بظهور بعض الجامعات العريقة بأوربا مثل جامعة السربون بفرنسا وجامعة أكسفورد بانجلترا مما جعل البلدين قبلة لعدد من طلاب العلم وبالتالي نوع من السياحة غير أنه في هذه الفترة مصطلح السياحة بمدلوله الحالي لم يظهر بعد.

-السياحة في العصر الحديث: تمتد هذه المرحلة بين القرن 16م ونهاية القرن 19م، فقد شهدت اكتشافات جديدة أهمها اكتشاف استراليا عام 1605م ونيوزيلاند عام 1769م¹، وعرفت كذلك بالرحلات الأوربية إلى إفريقيا وتطور الآلة ووسائل المواصلات والاتصالات، وعرفت المرحلة كذلك بعض القوانين المنظمة للنشاط السياحي نتيجة الحدود السياسية للدول فأصبح السفر يخضع للتأشيرات وجوازات السفر.

العصر الحديث للسياحة شمل أيضا فترة الثورة الصناعية سيما في أوربا وشهد العالم ارتفاعا في مستوى المعيشة وتطور في وسائل النقل، الأمر الذي ضاعف من الطلب السياحي وعرف العالم تنظيم أول رحلة سياحية من خلال Thomas Cook عام 1841م في بريطانيا، حيث قام بنقل مجموعة أشخاص من الطبقات الشعبية بواسطة القطار لزيارة البحر لمدة يوم واحد قاصدا إبعادهم عن جو الفقر والبؤس والعمل المزري.

المرحلة المعاصرة أو مرحلة السياحة: يعتبر القرن 20م بما أحدثه من ابتكارات " قرن السياحة" كما أن النصف الأخير منه يوصف "بعصر السياحة" فرغم أن القرن عرف

¹ خالد كواش، المرجع السابق، ص 16.

حربين عالميتين مدمرتين وعديد من الحروب في العالم إلا انه شهد تطور هائل في النشاط السياحي أو ما يعرف بالاقتصاد السياحي.

ففي هذا العصر فعلا أصبح العالم قرية صغيرة يمكن أن تزور قاراته الخمسة في يوم واحد وعرف أيضا التطور الهائل في مجال المنشآت السياحية بمختلف انواعها وظهرت الفنادق العملاقة جدا والسلاسل الفندقية التي ساهمت في تطوير حقيقي للنشاط السياحي في العالم.

المرحلة تميزت أيضا بظهور المنظمات السياحية وأهمها المنظمة العالمية للسياحة التابعة لهيئة الأمم المتحدة.

ثانيا: مفهوم السياحة

بالتأكيد لا يمكن حصر السياحة في تعريف وحد وذلك بالنظر في الأهمية الكبيرة التي أصبحت تلعبها مما جعلها محل اهتمام كبير من قبل الباحثين

فالسياحة يمكن أن يطلق عليها لغة: "الذهاب إلى الأرض للعبادة والترهب، ساح في الأرض يسيح سياحة وسيوحا وسيحا سياحا أي ذهب"¹.

يمكن أن نطلق عليها اصطلاحا التعاريف التالية :

- عرفها هرمان سنة 1910 على أنها مجموع العمليات المتداخلة وخاصة الاقتصادية فيها، المتعلقة مباشرة بدخول الأجانب، إقامتهم وتحركاتهم داخل وخارج حدود الدولة أو منطقة جغرافية².

¹ مصطفى عبد القادر، دور الاعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية، عمان، ط1، 1999، ص 70.

² -بودي عبد القادر، أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2006.

- وعرف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي الذي انعقد في روما سنة 1963 السياحة على أنها ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن اثنا عشر شهرا¹.

- وجاء في مؤتمر أوتاوا للسياحة المنعقد بكندا في جوان 1991 أن السياحة هي مجموع الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى خارج بيئته المعتادة لمدة من الزمن وان لا يكون غرضه من السفر هو ممارسة نشاط يكتسب به دخلا في المكان الذي يسافر إليه².

وكل هذه التعاريف المختلفة دفعت بالمنظمة العالمية للسياحة سنة 1993 بوضع تعريف خاص فعرفت على أنها أنشطة الأشخاص المسافرين من أماكنهم والإقامة في أماكن خارج إقامتهم المعتادة لمدة لا تزيد عن سنة مستمرة لقضاء عطلة أو الأعمال أو لأغراض أخرى³.

تعريف المختصين والباحثين ورد أول تعريف للسياحة سنة 1905، للألماني FREULER.E.G، السياحة هي ظاهرة من ظواهر عصرنا، تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة، وإلى تغيير الهواء، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس إلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في (5) مناطق لها طبيعتها الخاصة وأيضا إلى نمو الاتصالات بين الشعوب المختلفة⁴.

تعريف مسي ودي ماير- المدير المساعد لمكتب السياحة بالكنغو البلجيكي سنة 1952- السياحة هي مجموعة التنقلات البشرية والأنشطة المترتبة عليها والناجمة عن ابتعاد الإنسان عن موطنه تحقيقا لرغبة الانطلاق الكامنة في كل فرد⁵.

¹ - محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، بدون سنة نشر، ص 61.

² نفس المرجع السابق، ص 62.

³ - خريوطي صلاح الدين، السياحة المستدامة، دار رضا للنشر، دمشق، سوريا، 2004، ص 20.

⁴ احمد الجلال، دراسات في جغرافية السياحة، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 1998، ص 25.

⁵ الحسن حسن، التفاوض والعلاقات العامة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 1993، ص 72.

على حسب المنظمة العالمية للسياحة كلمة السياحة تحتوي على مفهومين:

أ- السائح: كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره 24 سا على الأقل بحيث أسباب الزيارة تكون من أجل الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، الديانة، الرياضة أو من أجل القيام بأعمال عائلية، حضور مؤتمرات، الدورات علمية ثقافية سياسية.

ب- المتجول: كل زائر مؤقت لا تتجاوز مدة إقامته 24 سا على الأكثر خارج مقر إقامته المعتاد وهذا التعريف ليس معتمدا في بعض الدول حيث أن هناك البعض يعتبر السائح كل شخص يقيم بعيد عن مقر إقامته المعتاد؛ فألمانيا تعتبر السائح كل شخص يبقى أربعة أيام فأكثر خارج مقر إقامته.

أما بالنسبة للجزائر فقد تعريف المنظمة العالمية للسياحة إلى أنها أضافت بعض المفاهيم بهدف السماح باستعمال معقول للمعلومات الخاصة بالسياحة أهمها:

أ- الدخول كل مسافر على الحدود وداخل التراب الوطني، خارج مساحة العبور يعتبر داخلا.

ب- المسافر كل شخص داخل التراب الوطني مهما كانت دوافع هذا الدخول ومهما كان مكان إقامته وجنسيته باستثناء الجوالين في رحلة بحرية، فالجولة في رحلة بحرية هو كل زائر يدخل الحدود الوطنية ويغادرها في نفس السفينة التي جاء فيها والتي يسكن على متنها طوال مدة إقامته في البلد.

ج- الزائر كل من دخل الجزائر من غير أن يقيم فيها عادة ولا يمارس فيها أي مهنة مقابل اجر وهذا التعريف يشمل فئتين من الزوار هما السواح والجوالين.

د- السائح؛ كل زائر لفترة محدودة يبقى على الأقل 24 سا في البلاد يمكن تلخيص دوافع زيارته في الأغراض التالية: المتعة - العطللة - أسباب صحية - دراسة - دواعي دينية - رياضة - أشغال - زيارة الأقارب - مهمة - اجتماع...

ه- غير المقيمين هم السواح - الجوالين - المسافرين - العابرون للجزائر باستثناء الجوالين في رحلة بحرية

و- المقيمون: هم المسافرون غير الجوالين في رحلة بحرية وغير المقيمين كل الجزائريون يعيشون مقيمون.¹

ي- الجوال هو الزائر لمدة محدودة إقامته في الجزائر لا تتجاوز 24 ساعة وهذا المفهوم ينطبق على كل المسافرين الذين هم في جولة بحرية ما عدا المسافرين الذين يمكن اعتبارهم من الناحية القانونية لم يدخلوا التراب فضلا عن مكان الحدود العاملين في الجزائر.

المطلب الثاني: خصائص السياحة

للسياحة عدة خصائص ندرجها في ما يلي :

1- تعتبر السياحة منتج غير مادي لا يمكن نقله من مكان إلى آخر لذلك فإن الدولة المستقبلية لا تتحمل نفقات نقل المنتجات خارج حدودها.

2- المنتج السياحي عبارة عن منتج مركب، حيث انه مزيج من مجموعة عناصر تتكامل مع بعضها البعض وترتبط بالقطاعات الأخرى ، فالسياح يستهلكون مجموعة من السلع والخدمات التي تبيعها، المنتجات السياحية كالإقامة والإطعام ومنها ما يتعلق بالمنشآت التجارية والخدمات الأخرى، مثل الإجراءات الجمركية وهذه العناصر متكاملة في جلب سائح بحيث عند انخفاض مستوى السلعة والخدمة في الفنادق يؤثر سلبا على التدفق السياحي.²

3- تشكل الموارد السياحية (الطبيعية، التاريخية، الأثرية) عوامل الجذب السياحي وهي لا تعطي عائد بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي، ومع توفر مجموعة من

¹ خالد كواش، أهمية السياحة والصناعة التقليدية في التنمية، الملتقى الدولي حول واقع ومستقبل الصناعات التقليدية في الجزائر، دار الثقافة، بشار، ديسمبر 2003، ص 95 ص 96.

² كواش خالد، الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة حالة الجزائر، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 13، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص 51.

السلع والخدمات المساعدة والتي تشكل التسهيلات السياحية من خلال توفير الهياكل القاعدية (شبكات النقل، المياه، الكهرباء، وسائل الاتصال، الأمن) منشآت الإقامة مثل الهياكل الفندقية والقرى السياحية توفر مختلف أشكال النقل (الجوي، البري، البحري) وتور المنشآت السياحية والترفيهية المتعلقة بالتسليية ومحلات بيع الهدايا التذكارية

4- تعتبر السياحة منتج تصديري ويتميز بعدم الاستقرار نظرا لوجود تأثيرات خارجية ومرونة عالية بالنسبة للسعر وللدخل فضلا عن الموسمية التي يتميز بها النشاط السياحي¹.

5- المنتج السياحي غير قابل للتخزين ويتعلق بنشاط متقلب لذلك يجب مواجهة التراجع في بعض الفترات من خلال تخفيض الأسعار وجودة الخدمات لتحفيز الطلب

6- تتعرض المنتجات السياحية لمنافسة دولية حادة لذلك يجب استقطاب الطلب السياحي من خلال توفير كافة شروط الراحة وإرضاء الزبون

المطلب الثالث: أنواع السياحة

أهم أنواع السياحة شيوعا:

- السياحة الدينية: ويمكن تعريفها بأنها ذلك التدفق المنظم من السواح القادمين من الداخل والخارج بهدف التعرف على الأماكن الدينية وتاريخها وبما يمثله من قيم روحية

¹ نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1991، ص 13.

لهذا الدين أو المعتقد وتعكس من وجهة نظر أصحابها جزءا مهما من احترام السائح لمعتقداته كالحج مثلا وتعد السياحة الدينية من أقدم أنواع السياحة على الإطلاق¹.

- **السياحة الاستشفائية أو العلاجية:** ويعد هذا النوع من السياحة من أهم الأنواع بالنظر إلى الزاميته واللجوء الاضطراري إليه أحيانا كثيرة فالمريض لا بد أن يعالج مهما كانت التكاليف وتتحصر في أماكن محددة في العالم تتميز بمناخها الصحي وغناها بالمياه المعدنية والعيون الساخنة والحمامات فضلا على توفرها على المستشفيات ومصحة خاصة بالأمراض التي تكون غالبا مستعصية وتعتمد السياحة الاستشفائية على خصائص الطبيعة الموهوبة من الخالق

- **السياحة الترفيهية:** في هذا النوع يكون القصد هو الراحة التامة من كل أتعاب العمل والضغوط المحيطة بالفرد وحياته اليومية بحيث يذهب السائح إلى مكان ما يتوفر على شروط الترفيه على النفس وتجديد نشاطه وحيويته وقضاء يوم فراغه أو عطلته في جو مناسب ، ويحتل هذا النوع المركز الأول في ترتيب أنواع السياحة حول العالم².

- **السياحة الثقافية:** وهي ذات أساس ذهني يهدف السائح من خلاله التعلم والاطلاع على أشياء جديدة من تاريخ الشعوب وحضاراتها وتشمل كذلك الندوات والدورات الثقافية والمعارض والمسابقات الثقافية والاطلاع على ثقافات الحضارات القديمة"الفرعونية -

الرومانية... الخ"

- **السياحة الاقتصادية:** يصطلح عليها أيضا سياحة الأعمال ويدخل في نطاقه حضور المعارض الدولية وهي السياحة التي يقوم فيها أصحاب الأعمال والمؤسسات الكبرى بزيارة الدول الأخرى لغرض متابعة أشغالهم ويستغلون الفرصة للاستجمام وقضاء أوقات في مناطق سياحية

¹ مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، ط 1، المؤسسة الجامعية، عمان، 1999، ص 45.

² منشورات المنظمة العالمية للسياحة.

- **سياحة المؤتمرات:** وهي السياحة التي تحدث جراء اللقاءات التي تخصص لدراسة وبحث قضية أو مشكلة ما، إذ أن هذه المؤتمرات والفضاءات لكون مصاحبة بخدمات سياحية متطورة ووسائل اتصال حديثة جدا ووسائل نقل متطورة وتكون المؤتمرات غالبا في مدن ودول مشهورة التميز السياحي وتشمل سياحة المؤتمرات أنشطة حضور المجتمعات بمختلف أنواعها من سياسية ، علمية ، فنية ومهنية وكذلك الندوات والمؤتمرات بكافة صورها وهو ما يتطلب توفر تسهيلات وخدمات معينة ، وتتميز هذه السياحة بمستوى إنفاق عالي فالسائح في هذا النوع ينفق حوالي ثلاثة أضعاف ما ينفقه السائح العادي وتمثل السياحة هذه 10% من مداخيل السياحة في فرنسا ففي سنة 2004 كان نشاط المؤتمرات في فرنسا وحدها عائده قدره 3.5 مليار أورو وحوالي 30.000 عامل وهذا راجع إلى ما تحوزه فرنسا من هياكل استقبال هائلة¹.

- **السياحة الرياضية:** والمقصود بها المشاركة في المنافسات الرياضية المختلفة ومن أشهرها الألعاب الأولمبية وكأس العالم في كرة القدم ولعل من مظاهرها تنافس الدول والمدن على تنظيم المنافسات الرياضية على أراضيها مما يجعلها قبلة لعدد كبير من السواح كمتفرجين ومناصرين لرياضيهم.

- **سياحة التعلم والتدريس:** وتختلف عن السياحة الثقافية فهذا النوع من السياحة مرتبط بالدراسة في المعاهد الأكاديمية والجامعات وحضور الدورات التكوينية والتدريبية الذي يكون مصحوبا بالتجوال والتعرف على الدول أو المدن وتعلم فنون الاتصال مع الشعوب الأخرى.

المطلب الرابع: أهمية السياحة

تكتسي السياحة أهمية بالغة نظرا لارتباطها مع العديد من القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وأصبحت السياحة تمثل أكبر صناعة في العالم لما تحققه من نتائج معتبرة من حيث الإيرادات ومناصب الشغل التي تحدثها وتكمن أهميتها في:

¹ منشورات المنظمة العالمية للسياحة.

الأهمية الاقتصادية السياحية:

خلق مناصب شغل: إن القطاع السياحي كثيف التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهزه بمستلزمات الإنتاج فالسياحة لها القدرة على توليد مناصب عمل أكثر من اغلب الأنشطة الصناعية الكلاسيكية فهي تعتمد على العنصر البشري بشكل كبير لذلك تعمل على تحقيق فرص عمل كثيرة وتقليل معدلات البطالة¹.

- يحتل النشاط السياحي مكانا هاما في الاقتصاد العالمي ويعرف نمو مستمر منذ نهاية الحرب العالمية الثانية وأصبح حاليا صناعة العصر حيث ارتقى قطاع السياحة إلى المرتبة الأولى بالمقارنة مع القطاعات الأخرى في التجارة العالمية².

توفير مداخيل من العملة الصعبة : تساهم السياحة في توفير جزء من العملة الصعبة ويمكن تلخيص ذلك في:

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة

- المدفوعات التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد

- فروق تحويل العملة³.

- تشكل السياحة وعاء ضريبيا هاما حيث من خلالها تستطيع الدولة تحقيق إيرادات ضريبية معتبرة وذلك من خلال تحصيل عدة أشكال من الضرائب والرسوم التي تفرض على النشاط السياحي

¹ هواري معراج وجرادات محمد سليمان، السياحة وأثرها في التنمية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث، العدد 03، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2005، ص 22.

² هواري معراج نفس المرجع السابق، ص 22.

³ احمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، مصر ط 2، 1999، ص 17.

تحسين ميزان المدفوعات: تساهم السياحة كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية ، الإيرادات السيادية التي تقوم الدولة بتحصيلها من جمهور السائحين، خلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى¹.

الأهمية الاجتماعية والثقافية للسياحة:

- السياحة مطلب اجتماعي ونفسي هام من أجل استعادة الإنسان لنشاطه وعودته للعمل بكفاءة من جديد.
- تساهم السياحة في التطور الاجتماعي في الدول السياحية، حيث تتاح الفرصة أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة من خلال تعاملهم واتصالهم المباشر مع السياح وهو ما يعمل على انفتاحهم على العالم الخارجي².
- تساهم السياحة في الحد من ظاهرة البطالة وتحسين مستوى المعيشة³.
- تعد السياحة أداة للاتصال الفكري وتبادل الثقافة والعادات والتقاليد بين الشعوب وأداة لإيجاد مناخ مشبع بروح التفاهم والتسامح مما يعزز السلم في العالم⁴.
- تعمل السياحة على انتشار ثقافات الشعوب وحضارات الامم بين الاقاليم العالم المختلفة، كما تعمل على زيادة معرفة الشعوب ببعضها البعض وتوطيد العلاقات وتقريب المسافات الثقافية بينهم¹.

¹ آسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2002، ص 32.

² هدى سيد لطيف، السياحة النظرية والتطبيقية، الشركة العربية للنشر والتوزيع القاهرة، 1994، ص 44.

³ يسرى دعبس، العلاقات الاجتماعية للسائح، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، 1993، ص 120.

⁴ هالة الرفاعي، التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، 1998، ص 223.

الأهمية السياسية للسياحة:

- تساعد السياحة على التقارب السياسي وتحسين العلاقات بين الدول².
- تساهم السياحة في المعرفة الحقيقية لأوضاع الشعوب وبالتالي تصحح الانطباعات الخاطئة السائدة في دولة ما، وتعطي صورة حقيقية لمختلف الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
- تنمي السياحة الصلة والعاطف وروح التعاون مابين الشعوب، خاصة في حالة ظهور نزاعات أو كوارث طبيعية وذلك من خلال المساندة وتقديم المساعدة.

المطلب الخامس: مقومات السياحة

- **المقومات الطبيعية:** تمثل كافة الظروف التي تشكل مقصدا للسائحين للتمتع بجمال الطبيعة والابتعاد عن التلوث والازدحام وتوتر الأعصاب التي تسم الحياة الحضرية وتشمل ما يلي:
- **المناخ:** يفضل السائحون الجو المعتدل الجاف حيث يكون الانتقال إلى المناطق الدافئة شتاءا والمناطق الجبلية وشواطئ البحار صيفا.
- **الحمامات المعدنية:** سواء بالنسبة للمرضى قصد العلاج أو الأصحاء الذين يرغبون اللجوء إلى مكان تتوفر فيه أسباب الراحة والمتعة.
- مغريات طبيعية أخرى؛ مثل شواطئ البحار والجبال والصحاري.

¹ عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، الاردن، ط 1، 1999، ص 22.

² محمد فرحي وصالح بزة، تنمية السوق السياحية بالجزائر، دراسة حالة ولاية المسيلة، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 17، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008، ص 51.

2- المقومات التاريخية والأثرية: تعتبر المقومات التاريخية والأثرية مغريات سياحية هامة فالتعرف على الحضارات والتاريخ الإنساني له متعة ذهنية رفيعة حيث أن الآثار في أهميتها وتوجد في مصر أهم مجموعة أثرية في العالم كالأهرامات¹.

3- المقومات الاجتماعية والدينية: تتمثل المقومات الاجتماعية في طريقة حياة الشعوب وسلوكها في شكل الفنون الشعبية بطبوعها المختلفة الثقافات والعادات لدى السكان، أما المقومات الدينية فتشمل الأماكن المقدسة والآثار الدينية كالمساجد، الكنائس.

4- المقومات المادية والخدمية: تتمثل في مدى توفر البنى التحتية كالمطارات والطرق بالإضافة إلى مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، البنوك والعمران فضلا عن الخدمات المكملة كالبريد، الإطعام، الفنادق، النقل، مراكز الترفيه والشركات السياحية.

¹ نعيم الظاهر وسراب الياس، مبادئ السياحة، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، ط2007، ص 146.

المبحث الثاني: السياحة في الجزائر

المطلب الأول: تاريخ ظهور السياحة في الجزائر.

باعتبار الظاهرة السياحية في الجزائر حديثة النشأة فإن ظهورها في الجزائر يعود إلى الحقبة الاستعمارية أي قبل الاستقلال (1962) ويعود ذلك إلى بداية القرن 19 خلال الاحتلال الفرنسي ففي سنة 1897 أسس المستعمر اللجنة الشتوية الجزائرية¹. وبواسطة الرعاية والإشهار تمكنت من تنظيم قوافل سياحية عديدة من أوروبا نحو الجزائر. فهذه المرحلة جلبت العديد من السياح الأوربيين لاكتشاف المناظر الطبيعية لبلادنا وهو ما دفع المستعمر الفرنسي إلى التفكير في إنشاء هياكل قاعدية لتلبية حاجات الزبائن الأوربيين (السياح) وفي سنة 1914 تم تشكيل نقابة سياحية في مدينة وهران وفي 1916 تشكلت نقابة سياحية في قسنطينة وفي سنة 1919 تشكلت فدرالية السياحة والتي تجمع 20 نقابة سياحية تواجدت آنذاك وفي نفس السنة تم إنشاء القرض الفندقي المكلف بمنح القروض للمستثمرين في المجال السياحي وفي سنة 1931 تم إنشاء الديوان الجزائري للنشاط الاقتصادي والسياحي الذي كان يهدف إلى تنمية السياحة وأصبح يسمى فيما بعد بمركز التنمية السياحية واستمر نشاطه حتى بعد الاستقلال².

ولقد بلغ عدد السياح في الجزائر سنة 1950 حوالي 150 ألف سائح، لذا أدرك المستعمر آنذاك أهمية الموارد السياحية في الجزائر والبرنامج الموسع الذي تم وضعه والخاص بالتجهيزات السياحية في مخطط قسنطينة سنة 1957 والخاص بإنجاز 17200³ غرفة لفنادق حضرية 17% منها ممرزة في الجزائر العاصمة.

¹ مروان الكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، مكتبة مجدلاوي، 1977

² خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، ص 224

³ الدليل الاقتصادي والاجتماعي المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، 1989

ثانياً: واقع القطاع السياحي في الجزائر بعد الاستقلال

بعد الاستقلال وجدت الجزائر آنذاك نفسها أمام هياكل سياحية فقيرة وعاجزة عن تلبية الطلب السياحي من حيث عدم كفايتها أو مواكبتها لما تزخر به بلادنا من تنوع سياحي كبير إلا أن الدولة بادرت إلى إنشاء برنامج يهدف إلى تهيئة مناطق التوسع السياحي وذلك في الفترة ما بين سنة 1962 و1966 من أجل بناء مرافق الأعمال

والمؤتمرات والملتقيات المختلفة و حددت في ثلاث مناطق كبرى هي :

(1)الجهة الغربية للجزائر العاصمة: مركب موريتي-سيدي فرج-مركب تيارزة

(2)الجهة الشرقية: سرايدي لعنابة-فندق بالقالة

(3)الجهة الغربية للوطن: الأندلسيات-وهران¹.

وابتداءً من سنة 1966 ومع صدور أول وثيقة رسمية يوم: 26 مارس 1966 التي تعتبر بداية الاهتمام الحقيقي بالسياحة من قبل الدولة فبعد تقييم شامل وعام للمشاكل التي كان يعاني منها القطاع السياحي وحصر مجمل الثروات السياحية عن الوطن من طرف وزارة السياحة، اعتماداً على هذا تم تحديد سياسة الدولة في هذا القطاع في وثيقة صادرة عن الحكومة سنة 1966 سميت ميثاق السياحة وفيها حددت التوجيهات الأساسية للقطاع السياحي والمتمثلة في:

- توجيه النشاط السياحي نحو السياحة الدولية أي الخارجية من أجل جلب العملة الصعبة وذلك لحاجة الجزائر لموارد مالية معتبرة لتغطية وتمويل برامج التنمية المختلفة
- خلق مناصب شغل من خلال توسيع هياكل هذا القطاع مع إدماج الجزائر في السوق الدولية للسياحة ومن أجل بلوغ تلك الأهداف تم تحديد إستراتيجية لتنمية القطاع كما يلي:

أ-الشروع في تطوير الصناعة الفندقية حيث برمج إنشاء 11 ألف سرير عند بداية المخطط الثلاثي مع اختيار الفنادق والمطاعم والمقاهي ذات الطابع السياحي وإصلاحها وإعادة تهيئتها مما يجعلها تتماشى وتنوع الزبائن المقصودين (السواح الأجانب)

بإصلاح كل المرافق المخصصة للسياحة عبر الشواطئ-الصحراء-والمناطق السياحية الجبلية والريفية

ب-إحصاء كل الآثار السياحية والتاريخية وتحسينها مع تنمية الجوانب الثقافية والفنية وخلق تقاليد وثقافة سياحية لدى المواطن الجزائري.

ج-الشروع في إقامة الهياكل اللازمة لتكوين الإطارات السياحية المختصة واليد العاملة المؤهلة¹.

د- تسهيل عملية الدخول عبر الحدود والمطارات وإنشاء الوكالات السياحية في الداخل والخارج بغرض الدعاية والإشهار للمنتوج الجزائري²

المطلب الثاني: أنواع السياحة المتواجدة بالجزائر:

أولاً: السياحة الشاطئية: وهي تعد من أكثر الأشكال السياحية انتشارا في الجزائر، نظرا للامتداد الشاطئي هذا ما أدى إلى التوجه بالانشغالات نحو القطاع السياحي في السنوات الماضية إلى انجاز برامج تنموية للتوسع السياحي عبر الشاطئ

ويتخلل الساحل الجزائري مجموعة من الشواطئ التي تزخر بطبيعة ساحرة مثل: بجاية-جيجل وذلك لاتصال الشاطئ بالغابات والجبال المباشرة ورغم كل ما يتميز به هذا الفضاء السياحي إلا أنه لم يتم استغلاله كليا لأنه لا يوجد به مؤسسات إيواء التي تعد مصدر للجذب السياحي

¹ ميثاق السياحة 1966، ص 04

² ميثاق السياحة 1966، ص 04

ثانيا: السياحة الجهوية: تمتلك الجزائر إمكانات هامة في الحمامات المعدنية حيث تم إحصاء 202 نقطة للحمامات المعدنية يمكن أن تشغل لتوسيع المنتجات السياحية هذه الحمامات تتركز معظمها في الشمال وهي أنواع:

– منابع مياه ذات حرارة منخفضة

– منابع مياه ذات حرارة متوسطة

– منابع مياه ذات حرارة مرتفعة

كما نجد أن هذه المنابع المائية المعدنية الموجودة في الجزائر تتصف بميزة جد هامة فهي تمثل العلاج للعديد من الأمراض وهذا ما يجعلها وجهة الكثير من السياح ومن أهم الحمامات المعدنية المتواجدة في الجزائر¹.

الجدول يبين أهم الحمامات المعدنية في الجزائر

الولاية	المواد
عين الدفلى	ريغة
قائمة	شلالة
سطيف	قرقور
بسكرة	الصالحين
تلمسان	بوحجر
عين تموشنت	بوضيفية

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية

¹ وزارة السياحة والصناعات التقليدية

ثالثا: السياحة الثقافية:¹ هذا النوع من السياحة يكاد ينعدم في الجزائر بسبب عدم وجود اهتمام من طرف السكان وتبقى حكرا على السواح الأجانب مهما يكن ينبغي أن يشكل تعميم السياحة الثقافية هدفا لتقييم التراث الثقافي علم الأثریات والمتاحف والمسارح...

رابعا: السياحة الريفية: ينبغي العناية بالسياحة وتشجيعها في المناطق الريفية بأشكال المناسبة مثل: التجوال، الصيد وذلك للحد من ظاهرة النزوح الريفي وتوفير مناصب الشغل والتحقيق من حدة الآثار السلبية الناجمة عن العزلة.

خامسا: السياحة الصحراوية: لا تقتصر السياحة في المناطق الساحلية فقط بل تتعدى إلى المناطق الصحراوية التي تعتبر متاحف في الهواء الطلق حيث توجد بها نقوش ورسوم على الصخور وهي تعكس الحضارات القديمة وهذا ما يجعلها قطب يجلب الكثير والكثير من السياح الأجانب خاصة

المطلب الثالث: مميزات السياحة في الجزائر ومقوماتها

للجزائر مؤهلات سياحية متنوعة تجعلها ترقى بالقطاع السياحي إلى أعلى المراتب فهي تمتاز بتراث طبيعي غني وحضارة ثقافية وتاريخية متنوعة.

أولا: الخصائص الطبيعية والجغرافية: تقع الجزائر في الشمال الإفريقي تتربع على مساحة قدرها 2.381.741 كم وشريط ساحلها يبلغ 1200 كلم وعدد سكانها لا يفوق 35 مليون نسمة لموقع الجزائر أهمية إستراتيجية وخصائص حيوية تجمع بين ميزات نادرة استمدتها من موقعها المتوسط في خريطة العالم القديم فهي جسر تواصل ومحور التقاء بين إفريقيا وأوربا وبين المغرب العربي والشرق الأوسط وممرا حيويا للعديد من طرق الانتقال العالمية برا وبحرا وجوا.²

ويمكن التمييز بين منطقتين في الجزائر هما:

¹وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

² محمد الهادي لعروق، أطلس العالم والجزائر، دار الهدى، الجزائر، 2002، ص 12.

- منطقة الشمال: وتضم المناطق النيلية والمناطق السهلية (وهي مناطق عرضية أكثر منها طولية) وهي تضم بذلك أخصب الأراضي من حيث الزراعة وتحتوي السهول على الجبال (الونشريس، القبائل، تلمسان...) وجبال الأطلس الصحراوي والذي يتكون بدوره على جبال (العمور، أولاد نايل...)

- منطقة الجنوب الصحراوي: إن للطبيعة الصحراوية ثلاث صفات رئيسية وتتمثل في الهضاب الأرضية وتسمى بالحماة والدروع والثانية في العروق وهي العرق العربي الكبير والعرق الشرقي الكبير وعرق الشاش والثالثة طبيعة الهقار.

والتي يتواجد بها أعلى قمة وهي قمة نهات بـ 3003م، كما يتميز مناخ المنطقة الصحراوية بقلة كمية الأمطار التي لا تزيد عن 1500 ملم في السنة وحرارة شديدة في النهار ومنخفضة في الليل ويسودها المناخ الجاف الذي يتميز بموسم حار طويل يمتد من ماي إلى سبتمبر وبقية الأشهر بمناخ متوسط الحرارة والغطاء النباتي متكون من واحات النخيل وحشائش الاستبس والحلفاء وتبلغ مساحة الصحراء الجزائرية حوالي 2 مليون كلم² موزعة على خمسة مناطق كبرى هي: أدرار - إليزي - وادي ميزاب - تمنراست - تندوف.

- المناخ: تتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاث أنواع من المناخ:

- مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب: ودرجة الحرارة متوسطة عموما في هذه المناطق من شهر أكتوبر إلى أبريل وتقارب 18 درجة أما في شهر جويلية وأوت فتصل أكثر من 30 درجة ويكون الجو حارا ورطبا

- مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا: يتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من أكتوبر إلى ماي وتصل الحرارة أحيانا إلى 5 درجات أو أقل في بعض المناطق أما باقي أشهر السنة فتتميز بحرارة جافة وتصل إلى أكثر من 30 درجة

- مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات: ويتميز بموسم طويل حار من شهر ماي إلى سبتمبر حيث تصل درجة الحرارة أحيانا إلى أكثر من 40 درجة أما باقي أشهر السنة فتتميز بمناخ متوسطي ودافئ هذا ما يمكن نشاط حركة السواح في فصل الشتاء

المناطق الجبلية: أهم ما يميز المناطق الجبلية في الجزائر وجود سلسلتي الأطلس التليو الأطلس الصحراوي والتي تعطيان فرص الاكتشاف والصيد وأهم المرتفعات السياحية نجد محطة الشريعة والتي تمارس فيها رياضة التزلج على الثلج بالإضافة إلى محطة تيكجدة¹.

المحطات المعدنية: الجزائر بلد غني بطبيعته الساحرة وقدراته السياحية والثقافية الهائلة والمتعددة وحتى الطبيعة كان لها الفضل في أن تمنح الجزائر مناظر خلابة كما وهبتها العديد من المنابع المعدنية بخصائص علاجية مؤكدة. تبين حسب الدراسة التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وجود 202 منبع للمياه المعدنية يتركز أغلبها في شمال البلاد ومن أهم هذه الحمامات نجد: حمام ريغة بعين الدفلى، حمام بوحنيقية بمعسكر، حمام قرقور بسطيف، حمام الصالحين بالمدينة².

ثانيا: الخصائص التاريخية والثقافية: أن المعالم التاريخية والحضارية المتنوعة التي تنفرد بها الجزائر جعلها مهد للحضارة الاسبانية وشاهدا حيا على انتمائها للفضاء الإسلامي³. المتوسطي والإفريقي فالمعالم الأثرية والمتاحف والوثائق التاريخية في الجزائر تشهد على عراققة وعظمة الحضارات المتعاقبة من الأمازيغية إلى الفينيقية إلى البيزنطية إلى الرومانية وأخيرا الإسلامية التي فرضت نفسها عبر التاريخ والشاهد عليها قلعة بني حماد ببجاية وقد صنفت منظمة اليونيسكو سبعة مناطق أثرية ضمن قائمة التراث العالمي التاريخي وهي: منطقة الطاسيلي، تيبازة، جميلة، تيمقاد، وادي ميزاب، حي القصبه والهقار.

¹ صالح فلاحي، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، في الملتقى الدولي الأول، الاقتصاد الجزائري في الأفق الثالثة، جامعة البليدة، الجزائر، 20-21 ماي 2002، ص 05.

² بزة صالح، أحمد بن قطاف، التنمية السياحية المستدامة "دوامه أداء فعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر"، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول فعالية الأداء في المؤسسة الاقتصادية، جامعة المسيلة، 2009.

³ المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، مساهمة من أجل تحديد السياسة السياحية الوطنية، الدورة 16 نوفمبر

المطلب الرابع: أهم المقومات السياحية في الجزائر¹

-20000000 كم² من أجمل صحاري العالم.

-ثروة أركيولوجية الموقع الجغرافي الاستراتيجي الذي تتميز به الجزائر بوجودها على ضفة البحر الأبيض المتوسط وكبوابة لإفريقيا.

-مناخ لطيف بـ 3000 ساعة في السنة شمالا و365 يوما جنوبا.

-شريط ساحلي بطول 1200 كلم به أجمل الشواطئ وأجمل الخلجان وأجمل الغابات.

-صحراء مساحتها وتاريخية هائلة من بقايا أكبر الحضارات التي عرفها التاريخ موزعة عبر كامل التراب الوطني.

-ثروة حموية كبيرة ذات قيمة علاجية كبيرة مع توفر حوالي 220 منبع حموي معروف.

-قرب الجزائر من أهم البلدان المصدرة للسياح (أوربا).

-توفر هياكل قاعدية معتبرة (طرق، موانئ، مطارات).

-وجود طلب حقيقي على المنتج السياحي الوطني الأول (الصحراء، الآثار).

-السواحل ومناطق التوسع السياحي لا تزال عذراء مما يجعل الاستثمار المستقبلي فيها زاخر.

-تنامي إرادة الدولة لتدعيم التنمية السياحية المستدامة.

¹- المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، مساهمة من أجل تحديد السياسة السياحية الوطنية، الدورة 16 نوفمبر

المطلب الخامس: مؤسسات القطاع السياحي:¹

أولاً: الديوان الوطني للسياحة (ONAT):

يعتبر هذا الديوان أول مؤسسة سياحية قصد تنمية القطاع حيث أنشأ بموجب الأمر 62-27 المؤرخ في 25 أوت 1962 من مهامه:

- ممارسة الوصايا والرقابة على كل الهيئات والإدارات التي تقوم بالنشاط السياحي.
- استشارة السلطات العمومية حول المشاكل السياحية والدعاية والإشهار.
- تطبيق النصوص والقوانين المتعلقة بالتنظيم في المجال السياحي.
- ترقية المنتج السياحي.

وفي سنة 1964 وبعد إنشاء وزارة السياحة أصبح هذا الديوان يعمل تحت وصيتها وأسندت له المهام التالية:

- الدعاية والإشهار السياحي.
- انجاز الاستثمار السياحي.

ثانياً: النادي السياحي الجزائري (TCA):

أنشأ هذا النادي في سنة 1962 وتتمثل مهمته في:

- القيام بتنشيط وتسويق المنتج السياحي والجزائري.
- تنسيق وتنظيم التظاهرات السياحية مع المؤسسات السياحية الوطنية والدولية.
- تنظيم رحلات دينية (الحج والعمرة).

¹ الديوان الوطني للسياحة (مدير مصلحة العلاقات العامة والاتصال).

ثالثا: المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET):

أنشأت هذه المؤسسة بموجب المرسوم رقم 80-74 المؤرخ في 15 مارس 1980 أسندت لها مهام القيام بالدراسات التقنية للمشاريع السياحية ومهمته التنسيق بين المؤسسات التالية:

- 17 مؤسسة مختصة في التسيير السياحي.
- 03 مؤسسات تكوينية (الجزائر، بوسعادة، تيزي وزو)
- 50 وكالة للسفر معتمدة من طرف ONT وتمثل مهامها في:
- تقديم خدمات للسياح.
- تنظيم رحلات وزيارات بداخل وخارج الوطن.
- التكفل بحجز الغرف في الفنادق.

❖ الديوان الوطني للسياحة:¹

بادرت الجزائر بعد الاستقلال بهيكله القطاع السياحي عن طريق إنشاء مؤسسات تعمل على تسييره وتطويره ونجد من بين هذه المؤسسات (الديوان الوطني للسياحة) الذي تتمثل مهمته في ترقية صورة الجزائر والعمل على وضع المنتج السياحي الجزائري في الأسواق الدولية من خلال انتهاج إستراتيجية اتصال شاملة وفعالة.

تعريفه: الديوان الوطني للسياحة مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تأسس بموجب صدور المرسوم 88-214 المؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1409هـ الموافق لـ 31/10/1988 المتضمن إنشاء وتنظيم الديوان الوطني للسياحة غير أن نشاطه لم يصبح عمليا إلا سنة 1990 أين صدر المرسوم التنفيذي المعدل والمكمل رقم 22-409 المؤرخ بـ 22/12/1990 والرسوم التنفيذية رقم 92-402 المؤرخ في 31/10/1992 المتمم والمعدل للمرسوم رقم 88-214.

¹ - مصدر، الديوان الوطني للسياحة.

ولقد عدد المرسوم التنفيذي رقم 92-402 مهام الديوان الوطني وكيفية تنظيمه إذ نصت المادة الثانية منه على اعتبار الديوان أداة في يد وزارة السياحة والبيئة وتهيئة الإقليم لتصور تحقيق ترقية السياحة ودراسة السوق والعلاقات العامة وبالتالي تكليف الديوان الوطني بوظيفة تسويقية بحتة.

مهام الديوان الوطني للسياحة¹

1- في مجال الترقية والاتصال:

- القيام بدراسات تتعلق بالتسويق والترقية والعلاقات العامة.
- جمع وتحليل واستغلال المعلومات والإحصائيات المتعلقة بالترقية السياحية وخاصة تقييم قدرات ونتائج العمليات المحققة.
- المشاركة في التظاهرات الداخلية المتعلقة بالسياحة.
- تنمية وتطوير التبادل بين مختلف المعاهد والمنظمات الخارجية في ميدان الترقية السياحية.

2- في مجال التخطيط:

- يحدد محاور تنمية القطاع السياحي في الأمدن المتوسط والطويل ويقترحها.
- ينجز الدراسات العامة بتحديد مناطق التوسع السياحي في إطار مخطط التهيئة الإقليمية أو يأمر بانجازها.
- يوجه الاستثمارات العمومية والخاصة في ميدان السياحة ويشجعها بتدابير خاصة في إطار التشريع السياحي الجاري العمل به.

¹ - مصدر، الديوان الوطني للسياحة.

- ينسق ويتابع وفقا للأحكام التشريعية المعمول بها في كل مشروع استثمار سياحي أجنبي في الجزائر.
- ينجز أي دراسة عامة أو نوعية تربط بهدف أو تأمر بانجازها.
- يقوم بأي بحث أو دراسة لفهم حركة السوق السياحي الداخلي والخارجي.
- يشارك في أعداد منظومات التكوين في القطاع ويسهر على ملائمة برنامج التكوين للتكنولوجيات الجديدة الخاصة بالقطاع.

3- في مجال ضبط المقاييس

- يحدد التقنيين الذي تخضع له الأعمال الفندقية والسياحية وتسهر على تطبيقه.
- يحدد القواعد النوعية لاستغلال الموارد الخاصة للحمامات المعدنية ورقابتها في إطار التشريع الجاري العمل به.
- يحدد المعايير التقنية والخاصة بالتسيير الفندقي والسياحي.
- يضع أسس ترتيب المؤسسات الفندقية ويسهر على تطبيقها.¹
- يسلم الرخص والاعتمادات القانونية.

أهداف الديوان الوطني للسياحة

1- الأهداف العامة:

- رد الاعتبار للثروات السياحية والثقافية للجزائر.
- إعطاء صورة سياحية جزائرية جديدة للعالم.
- تحقيق التوازن بين العرض والطلب على مستوى مختلف الأسواق.
- تطوير السياحة الخاصة بأصحاب الدخل المتوسطة والمرتفعة.

¹ مصدر الديوان الوطني للسياحة.

- التحسيس بالمحيط السياحي.

2- الأهداف الخاصة:

2-1- على مستوى السياحة الوطنية

- تحسيس المواطن والمؤسسات بالنشاط السياحي.

- تطوير صياغة العطل بالتماشي مع نوعية الطلب المحلي.

2-2- على مستوى السياحة الدولية:

- تشكيل صورة جديدة للسياحة الجزائرية.

- الرفع من إيرادات القطاع السياحي.

- البحث عن الأسواق الجديدة.

- ترقية وتشجيع الاستثمارات في الميدان السياحي.

- تطوير منتجات سياحية جديدة تستجيب لحاجات السائح الأجنبي.

- تكييف العرض مع الطلب الدولي.¹

المطلب السادس: السياحة ضمن المخططات والحركات الخمس للتفعيل السياحي

1- السياحة ضمن المخططات

1-1- السياحة ضمن المخطط الثلاثي: بعدما حددت الحكومة أهدافها من التنمية

السياحية وحددت نوع السياحة التي ترغب في تطويرها، حاولت ترجمة ذلك من خلال المخطط الثلاثي حيث سجلت السياحة ضمن الاستثمارات الوطنية التي ترصدها الدولة للمشاريع التنموية بمختلف القطاعات الاقتصادية وكان الهدف من وراء ذلك هو جعل القطاع السياحي يساهم في عملية التنمية الوطنية ولكن برامج تنمية القطاع السياحي

¹ المصدر: الديوان الوطني للسياحة.

حظيت بنفس العناية اللازمة مثل بقية القطاعات الاقتصادية الأخرى (القطاع الصناعي، الزراعي، التعليم... إلخ)

2-1- السياحة ضمن المخطط الرباعي الأول: جاء هذا المخطط بنفس أهداف المخطط السابق تقريبا وهي العمل على بناء مرافق سياحية موجهة بالدرجة الأولى للسياحة الخارجية حيث ترمي الأهداف المسطرة في هذا البرنامج إلى استقبال أكثر من مليون سائح مع بداية العشرية.

ونقول أن المخطط الرباعي الأول في المجال السياحي كان كسابقه من حيث العجز المسجل في الانجاز وعدم بلوغ الأهداف المسطرة في هذا المخطط وهي بوجه خاص:
أ- زيادة الدخل من العملة الصعبة عن طريق السياحة الخارجية.

ب- خلق مناصب شغل جديدة من خلال توسيع هياكل الاستقبال والهياكل المرافقة لها.

3-1- السياحة ضمن المخطط الرباعي الثاني (1974-1977): عرفت هذه الفترة عدة تغيرات تمثلت فيما يلي:¹

أ- إلحاق المصالح التجارية التابعة بـ (Sonatour) بالوكالة التجارية للسياحة (ATA) لكن هذه الأخيرة أثبتت عدم نجاعتها ولم تدم العملية سوى سنين.

ب- في سنة 1976 أنشئت الشركة الوطنية للسياحة (SAN-ALTOUR) التي أسندت إليها مهمة تسويق المنتج السياحي الجزائري.

ج- إنشاء مؤسسة الأعمال السياحية الجزائرية (ETT) التي تولت مهمة انجاز مشاريع التنمية السياحية لكن هي الأخرى فشلت فمن بين 50000 سرير المبرمج انجازها لم ينجز سوى 18000 سرير، وفي هذا المخطط وصل حجم الاستثمارات المرصودة لهذه الفترة حوالي 1230 مليون دينار جزائري أي بزيادة تفوق 100% عما كان عليه الحجم في المخطط الرباعي الأول غير أن ذلك لا يعني أن القطاع ارتفع في سلم أولويات التنمية

¹تقرير صادر عن وزارة السياحة، سنة 2001.

الوطنية لأن مقدار الزيادة المقررة في هذا المخطط كانت نفسها بالنسبة لجميع القطاعات الأخرى، وذلك بسبب زيادة حجم الميزانية العامة وارتفاع تكاليف الاستثمار في جميع القطاعات مما يجعل مكانة السياحة ثابتة في السياسة التنموية للدولة الجزائرية عبر المخططات الثلاثة.

4-1- السياحة ضمن المخطط الخماسي الأول (1980-1984): إن ما يميز هذا المخطط هو بلوغ الوعي لدى المسيرين بضرورة إحداث التوازن الجهوي والأولوية التي أعطيت للسياحة الحضرية دون سواها في المخططات السابقة فقد خصص مبلغ 34000 مليون دينار¹ لتغطية التكاليف الخاصة بتطوير ثلاث مناطق سياحية نموذجية في شرق وغرب ووسط البلاد والموجهة أساسا نحو السياحة الداخلية والتي توافقت التقاليد الجزائرية ووزعت هذه المبالغ كما يلي:

1.6 مليار سنتيم جزائري مخصصة للمشاريع الجديدة قيد الانجاز و 1.8 مليار سنتيم جزائري مخصصة للمشاريع الجديدة.

جدول يبين المشاريع المبرمجة في المخطط الخماسي الأول:

النوع	ساحلي	صحراوي	مناخي	حضر ي	تخميم	حمامات	المجموع
عدد المشاريع	02	01	05	32	40	09	89
عدد الأسرة	3300	2350	1150	6900	1200	1650	16550

¹- Ministère de planification et de l'aménagement du territoire général du plan pentagonal. 1980-1984

2- السياحة ضمن المخطط الخماسي الثاني:

أدركت الدولة الجزائرية في هذا المخطط أهمية السياحة في تفعيل النشاط الاقتصادي لذا خصصت برنامجا كبيرا¹، هدفه متابعة سياسة التهيئة السياحية وتطوير الحمامات المعدنية والمناخية وكذا تنويع المتعاملين كالجماعات المحلية والقطاع الخاص والعمل على لامركزية الاستثمار والتحكم في الطلب السياحي.

2-1- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر (SDAT 2025): من أجل

النهوض بالقطاع السياحي اتبعت الجزائر إستراتيجية تنموية تعكس السياسة السياحية الجديدة التي انتهجتها مؤخرا قصد تحديد وجهة الجزائر وجعلها قطب يجذب السواح الأجانب وذلك من خلال المخطط الوطني للتهيئة السياحية SDAT 2025.

تعريفه: هو أداة تترجم إرادة الدولة تثمين القدرات الطبيعية الثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، قصد الارتقاء بها درجة الامتياز في المنطقة الأورومتوسطية، هو وثيقة تعلن لجميع الفاعلين وجميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي الإقليمي للآفاق 2025.²

وهذا المخطط جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية SNAT2005 وهي أيضا التتويج لمسار طويل من الأبحاث والتحقيقات والدراسات والخبرات وهو بالتالي نتيجة لتفكير طويل وتشاور واسع مع الفاعلين الوطنيين والمحليين العموميين والخواص على امتداد السنوات الجهوية والخلاصات التي توصلت إليها.

2 2 أهم الرهانات الخمسة للتحويل السياسي في الجزائر:

هناك العديد من الرهانات للتحويل السياحي في الجزائر من حيث انعكاساتها على بقية الأنشطة التشغيل التنموية المحلية، الثقافة، صورة الجزائر.

¹ وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تقرير حول المخطط الخماسي الأول، 1980.

² المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، م ت ت س 2025، وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الكتاب 1، تشخيص وفحص المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، السياحة الجزائرية، جانفي 2008، ص 15.

- **الرهانات الاقتصادية:** بإضافة إلى الموارد من وسائل الدفع الخارجي التي توفرها السياحة وآثارها على ميزان المدفوعات تنتج السياحة آثارا على القطاعات المنتجة الأخرى (فلاحة، الصناعة التقليدية، الخدمات...إلخ).

- **رهانات التشغيل:** تمثل السياحة زيادة عن تشغيلها لأعداد كبيرة ومكثفة من اليد العاملة في المناصب المباشرة والغير مباشرة وسيلة فعالة لإدماج عدد كبير من الشباب البطال في الحياة الاجتماعية والمهنية وتساهم على هذا الصعيد الحد من الهجرة ونزوح السكان وخاصة من داخل البلاد نحو الساحل كما شكل من جهة أخرى فرصة ثمينة لدفع الحركات الاقتصادية الإقليمية.

- **رهانات التهيئة الجهوية والتنمية المحلية:** تشكل السياحة أحد العناصر الأساسية لأية سياسة لتهيئة الجهوية والتنمية المحلية للأقاليم، ان لم تكن السياحة هي العامل الأول المهيكل للفضاء الجيوقتصادي وأكثر من ذلك هي عامل تحسيس وتوعية بيداغوجية بالمبادئ المرتبطة بالبيئة من خلال مساهمتها في التنمية المحلية ضمن منطوق اقتصادي يثمن ويحافظ على الموارد المادية والغير مادية وهكذا تتعارض السياحة المستدامة مع جميع أشكال التثمين التي يمكن أن تشكل تهديدا للبيئة.

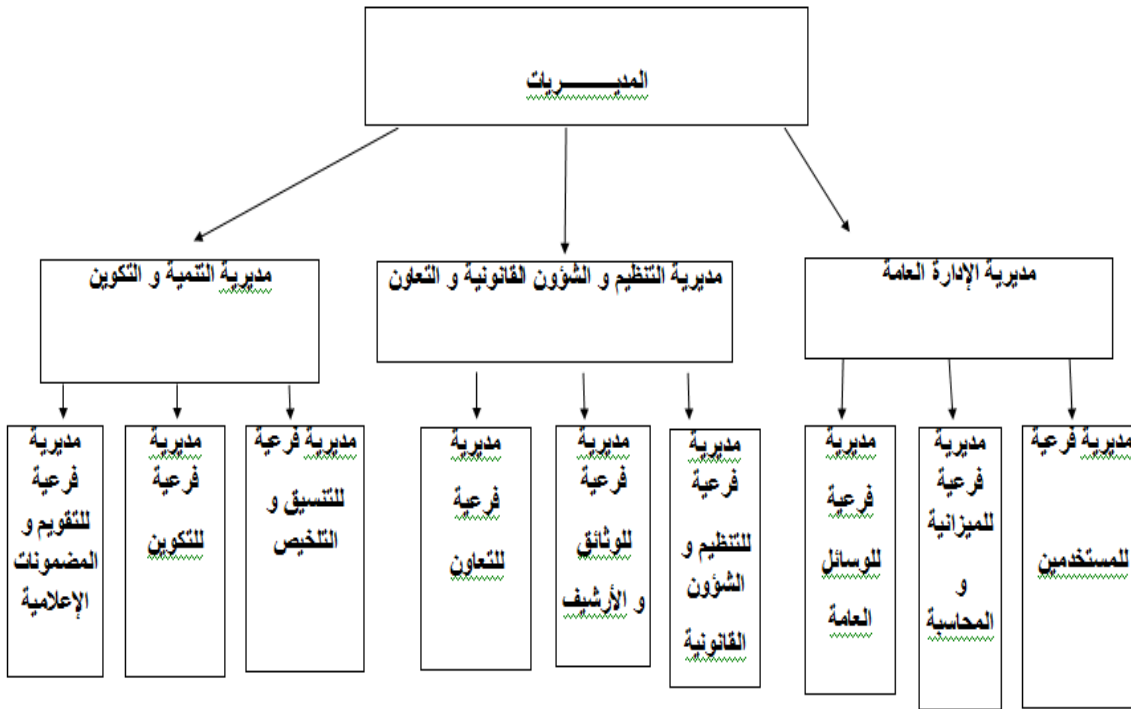
- **الرهانات الثقافية:** تسمح السياحة كعامل انفتاح وتبادل بين الثقافات لتثمين التراث الثقافي الغني، المادي والروحي في بلادنا وانها أيضا عامل سلام وحوار بين الثقافات.

- **رهانات الصورة:** تشكل السياحة عامل تحسين لصورة البلاد وتساهم بقوة في تقويم وجاذبية من جهة والجزائر خاصة في ميدان الاستثمار والتدفق السياحي.¹

¹- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، م ت ت س 2025، وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الكتاب 1، تشخيص وفحص المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، السياحة الجزائرية، جانفي 2008، ص 15.

شكل رقم 01

مخطط إدارة السياحة في الجزائر¹



المصدر: الديوان الوطني للسياحة " مدير مصلحة العلاقات العامة والاتصال "

¹ - المصدر: الديوان الوطني للسياحة " مدير مصلحة العلاقات العامة والاتصال ".

الحركات الخمس للتفعيل السياحي في الجزائر

الحركة الأولى: مخطط وجهة الجزائر

على غرار الدول السياحية في العالم يتوجب على الجزائر أن تكون وجهة سياحية وتضاعف جاذبيتها وأن تلبي الاحتياجات الوطنية والدولية من خدمات سياحية ولذلك عليها اختيار أوراقها القوية بغية تقويم صورتها المتمثلة في مناخها، أصالة المواقع، الجنوب الكبير، التنوع الثقافي... الخ.

تبقى ترقية صورة الجزائر مسألة لتصبح وجهة سياحية كاملة فالهدف هو زيادة شهرة الجزائر وإعطاء صورة شاملة جذابة، وجهة سياحية تنافسية ولهذا المخطط أهداف هي:

- بناء صورة جديدة.
- إبراز الميزات الجوهرية للوجهة.
- تنظيم حملات اتصال متعددة التأثير.
- إعداد تحليل متخصص عن العرض الحالي في الجزائر وكذا تحليل المنافسة.
- أفضل إستراتيجية في الاستهداف لجذب المزيد من السواح.
- التكفل بالتدفق المتزايد للسواح.
- وضع إستراتيجية (أي إرسال قواعد لوكالات الاتصال بالبلدان أو غيرها والتي تستطيع أن تحول التوصيات الإستراتيجية إلى حملات ترقية فعالة.

الحركة الثانية: الأقطاب السياحية للامتياز (POT)

هذه الحركة الهدف منها إبراز الأقطاب السياحية المهمة المعترف بها كنموذج من قبل السوق السياحي الدولي والقطب السياحي "هي تركيبة القوى السياحية بامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية والإدارات السياحية في التعاون مع مشاريع التنمية الإقليمية والأقطاب السياحية متعددة الأبعاد، يدمج المنطق

الاجتماعي (الاحتياجات الأولية للسكان) الثقافية، الإقليمية، التجارية، كما يركز على السياحة الصحراوية، سياحة الاستجمام، السياحة العلاجية.

فالجائر حددت سبعة أقطاب بامتياز هي:¹

- القطب السياحي لامتياز شمال شرق.
- القطب السياحي لامتياز شمال الوسط.
- القطب السياحي لامتياز شمال غرب.
- القطب السياحي لامتياز جنوب شرق (الواحات)
- القطب السياحي لامتياز جنوب غرب (توات قرارة)
- القطب السياحي لامتياز للجنوب الكبير (الطاسيلي ناج)
- القطب السياحي لامتياز للجنوب الكبير (الهقار).

الحركة الثالثة: مخطط النوعية السياحية (PQT)

أصبحت النوعية مطلباً ضرورياً يرمي إلى تطوير العرض السياحي الوطني فهو يعتمد على التكوين والامتياز تكنولوجياً.

الحركة الرابعة: مخطط الشراكة العامة-الخاصة

هذه الحركة تعني القيام بشراكة عامة وخاصة في المجال السياحي من أجل التطوير والتنمية السياحية والمسمى من هذه الشراكة هو تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية: النظافة، المياه، التطهير، الطاقة.. إلخ، تسهيل الوصول إلى المواقع السياحية والقرى وصياغة الثروة الطبيعية والبيئية، تعميم السياحة وتشجيع الخدمات النوعية والسياحية مع التكوين المستمر.

¹ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 37.

وهذه الشراكة تتم بين مختلف الفاعلين والعاملين في شبكة إنتاج وتوزيع المنتجات السياحية وربط المرقين والمستثمرين بالمختصين لتشجيع إنشاء مشاريع سياحية كبرى جذابة للسواح خاصة الأجانب منهم.

الحركية الخامسة: مخطط تمويل السياحة (PFT)

إن هذا المخطط هو عبارة عن خطط تهدف إلى تحديد كيفية تمويل المشاريع السياحية وربط الفاعلين في المجال السياحي بمجال التمويل وإحداث صيغ قانونية ومالية للتمويل وتسهيل وتكثيف التمويل البنكي.

ويتعلق هذا المخطط بـ: مرافقة المستثمرين والمرقين وأصحاب المشاريع المساعدة وتسهيل التمويل البنكي وتمديد مدة القروض.

المطلب السابع: الأفاق المستقبلية

على الجزائر الاهتمام بتممين مؤهلاتها السياحية المتنوعة والكثيرة والتي تتمثل في:

- 1- **تثمين المؤهلات الموروثة:** تراث طبيعي غني، ثقافي وتاريخي لأن الجزائر محظوظة بامتلاكها مثل هذه المؤهلات خاصة التراث الفريد من نوعه ذي القيمة الاستثنائية (جنوب الصحراء).
- 2- **الهيكل المادية والروحية:** (مؤهلات قائمة) وذلك في انجاز هياكل ومشاريع كبرى وخاصة في ميدان النقل، الري، والطاقة والتكنولوجيا الإعلام والاتصال وكذلك بالاعتماد على تطوير:
- 3- **حاجيات الراحة وترقية المواطنين:** ويكون ذلك من خلال:
 - تطوير عرض مهيكّل من السياحة الشاطئية تتلاءم وحاجيات العائلات الجزائرية.
 - تأهيل مورد الحمامات المعدنية حتى تأخذ مكانها في السوق الوطنية للسياحة العلاجية والصحية.
 - تطوير فضاءات الترفيه في المناطق الحضرية الموجهة للشباب.

4- حاجيات الجديدة للزبائن الدوليين:

- تطوير شبكة للمحطات-المراحل حول المحاور الكبرى للطرق.
- تطوير بالدرجة الأولى للمواقع بالنسبة للأحواض الإدارية المصدرة للسياح مع التركيز على الخصوص على السياحة الشاطئية، الصحراوية، الثقافية، الحضارية، الأعمال، سياحة (الغوص، الصيد، المشي، القولف، التسلق...إلخ).
- كما جعلت السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي وذلك بترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات وتنظيم العرض السياحي باتجاه السوق الوطنية وإعطاء الجزائر انتشار ساحلي وجعلها وجهة امتياز ومنازة في حوض المتوسط هذا قصد المساهمة في خلق وظائف جديدة وصورة أساسية في الاقتصاد العام للبلاد.

5- الانطلاق في المشاريع ذات الأولوية من خلال:²

- زيادة الاستثمارات السياحية الوطنية.
- فنادق الشبكة عدد الأسرة بجميع أنواعها.
- القرى السياحية للامتياز والأرضيات الجديدة المتكاملة المخصصة للتنوع السياحي من بينها: مسيدة بالطارف، أقبو ببجاية، بوهارون والعقيد عباس بتييزة.
- الحضائر البيئية والسياحية مثل حديقة الدنيا بعنابة، قسنطينة، الجزائر.
- مراكز العلاج الصحي والرفاهية: حمام قرقور وملوان والشريعة.

اقتراحات مقدمة في المجال السياحي:

- تسخير وسائل الإعلام للتعريف بالكنوز السياحية المتنوعة التي تزخر بها بلادنا.
- وضع استراتيجيات سياحية تركز على المنطق وتتبع من واقع الجزائر وتفتح على الثقافات السياحية في العالم.

² المخطط التوجيهي للتنمية السياحية، ص 19.

- إنشاء معاهد متخصصة في السياحة تعمل على إرساء ثقافة سياحية لدى القائمين على المرافق السياحية المختلفة كل في موقعه ولدى المواطنين بواسطة الإشهار للتمكن من استمرارية الجهود وتجسيد الأهداف بتكلفة أقل وربح أكبر.
- صياغة نموذج لكل منطقة من المناطق السياحية بحيث ينفرد كل نموذج عن الآخر بما يتلاءم وطبيعة كل منطقة وما تزخر به من إمكانيات سياحية.
- إتقان اللغات الأجنبية الأكثر رواجاً في العالم كاللغة الانجليزية من طرف المرشدين لإمكانية التماور والتفاهم وتجنب الحرج الذي ينجر عن استعمال لغة لا يفهمها السائح.
- وجوب التحلي بالياقة الأدبية في التعامل مع السياح، محليين كانوا أم أجانب ولا يمكن أن يحدث ذلك إلا بالاختيار الدقيق لأشخاص اعتماداً على معايير موضوعية. اعتماد الصدق في الكلمة والتفاني في العمل والحفاظ على الأمانة والرزانة في التعامل.³

³ طالب دليّة، وهراني عبد الكريم، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة: نحو تنمية سياحية مستدامة.

المبحث الثالث : السياحة بولاية الاغواط

المطلب الأول: لمحة عن ولاية الاغواط¹

- الموقع والمساحة:

تقع الاغواط جنوب الجزائر العاصمة على بعد 400 كم على ضفاف واد مزي بين سفوح الأطلس الصحراوي وهضبة الصحراء ، يحدها من الشمال ولاية تيارت من الجنوب ، ولاية غرداية و من الشرق ولاية الجلفة و من الغرب ولاية البيض .
تتربع على مساحة قدرها 25052 كم وتضم عشرة دوائر متفرقة الى 24 بلدية وبلغ عدد سكانها 501.145 نسمة في 2009/12/31 .

المناخ تعرف الاغواط مناخا شبه جاف بارد شتاء و حار جاف صيفا

- المجال الحيوي: ينقسم المجال الحيوي للاغواط إلى ثلاث مناطق رئيسية هي:

- 1- منطقة الهضاب العليا السهبية: تنتشر بها الحلفاء على نطاق واسع وهي ذات طابع رعوي وفلاحي ، تضم كل من قلعة سيدي سعد، البيضاء وعين سيدي علي
- 2- منطقة الاطلس الصحراوي: هي منطقة جبلية مرتفعة ذات طابع صخري تضم كل من الغيشة ، بريدة ، وادمره، تاويالة، الحاج مشري ، سيدي بوزيد، سباق، واد مزي، مادنة وأقلو أعلى منطقة تبلغ 1406م وهي محطة مناخية هامة تتساقط بها الثلوج في فصل الشتاء .

- 3- منطقة الهضبة الصحراوية: تنتشر بها تربية المواشي خاصة الاغنام والماعز كما تعيش بها مجموعة من البدو الرحل تضم كل من الغواط-عين ماضي - حاسي الرمل - حاسي الدلاعة - سيدي مخلوف - قصر الحيران - الحويطة - العاسفية تاجرونة والخنق.

¹- مديرية السياحة لولاية الأغواط

الاعواط تضم كل من القصر العتيق "زقاق الحاج"-حصن مروان-حصن بوسكران جبل فرومونتان المصنف كمعلم تاريخي منذ 1950-ساحتي النجمة وسي الحواس-ضريح سيدي لباج عيسى الاب الروحي لمدينة الاعواط - المسجد العتيق بني سنة 1480 والذي يحضى بهتمام كبير من طرف سكان المدينة بصفته الجامع الذي تتردد عليه الكثير من الاعلام مثل سيدي الحاج عيسى والرحالة الناصري ومؤسس الطريقة التيجانية سيدي حمد التيجاني والشيخ مبارك الملي ومدرسته القرآنية التي تخرج منها العديد من الائمة وكذا الحي العتيق بواحته الجنوبية الرائعة بالاضافة الى مدرسة أحمد شطة وجامع الصومعة " الصفاح " والكنيسة القديمة وقد صنفت مدينة الاعواط كمحطة سياحية منذ 1998

- السياحة بولاية الاعواط

لمحة عن ولاية الاعواط:

تتألق ولاية الاعواط بجمال مناظرها التي تتنوع من طبيعة صحراوية الى طبيعة تلبية ومن حدائق فردوسية وشلالات وأنهار إلى سهوب وخضرة وسلاسل جبلية كل ذلك جعلها تكتسب قيمة سياحية بطبيعتها التي فتنت العديد من المبدعين الجزائريين ومغاربة وأوروبيين رسامون كانوا أم شعراء... فكانت مصدر إلهام وإبداع لهؤلاء فجادوا بأعمال خالدة ذاع صيتها نذكر منها تحفة الحاج نصر الدين ديني Etienne dinet سطوع الاعواط - 1885 وكذلك تحفة جون ميليا- الاعواط حيث المنازل محاطة بالحدائق 1923 .

إن القيمة السياحية لا تتجسد في جمالها الطبيعي فحسب بل هناك عوامل جذب كفيلة بان تجعلها محطة هامة لاستقطاب السياح الوطنيين والأجانب.

تعرف الولاية العديد من الحرف التقليدية التي تشكل مصدر رزق لأصحابها فهي معروفة بزربية جبل ل العصور وزربية عين ماضي والجربي ، البرنوس المصنوع من الوبر او الصوف وصناعة الجلود والنعال والصناعة الفخارية

ومحافظة على حياة ثقافية وفنية برع الحرفيون القدامى في صناعة الآلات الموسيقية " القيتار - الكمان - المزمار " مثل سيدي مبروك أحسن حرفي جزائري سنة 1954 " تخصص خشب " رحمه الله ودون أن ننسى علي العمري الذي نال الجائزة الوطنية للحرف الفنية لعام 2004 وكذلك الطاهر جديد في الإبداع الرملي .

المطلب الثاني: المؤهلات السياحية للولاية² واهم الوكالات والفنادق بالولاية:

المناظر الطبيعية:

تتوفر الاغواط على مؤهلات وموارد سياحية تجعلها مقصد سياحي هام بحيث حضنتها الطبيعة بأروع المناظر والمناطق السياحية وهي بحاجة ماسة لجلب المزيد من المستثمرين في هذا المجال ، حيث خصصت لهم ثلاثة مناطق توسع سياحي في كل من بلديات الاغواط ، عين ماضي آفلو .

الموقع الجغرافي للولاية جعلها تتمتع بمعالم طبيعية جذابة ومنفردة ارتسمت في واحات النخيل الساحرة بكل من الاغواط - العس افية - لالماية - البساتين والحدائق الفردوسية بالإضافة إلى الشلالات الأنهار الطبيعية والمناجم المائية المتفجرة من الصخور مانحة اياها ملامح الأطلسي الخلابة في كل من الغيشة سبقاق ، السلاسل الجبلية للأطلس الصحراوي الشامخة والجبل الأزرق ذوي الألوان الرائعة والسهوب والهضاب الصحراوية المنبسطة وكذا منظر غروب الشمس المنقطع النظير .

المعالم التاريخية والأثرية :

تتمثل في الرسومات السخرية التي تركز في كل من الغشبية ، بريدة وسيدي مخلوف يعود تاريخها الى 7000 سنة قبل الميلاد تصور لنا حياة الإنسان البدائي اليومية كالصيد وبعض الحيوانات التي عاشت في محيطه الأبقار الأحصنة والفيلة ... القبور العملاقة للقبائل البربرية في الحويصلة الى جانب الحصون والقلاع التي تعود الى الفترة الفرنسية مثل حصن بوسكران ، حصن موران وحصن آفلو ومركز قيادة جبهة

²مديرية السياحة لولاية الأغواط.

التحرير الوطني بواد مزي وكذا القصور القديمة التي ترجع إلى حقبة تاريخية متفاوتة³ بربرية وإسلامية .

المعالم الدينية والثقافية:³

تزدخر الأغواط بمعالم ثقافية ودينية تعو كل سائح لزيارتها حتى تسرد عليه سيرتها العبقية، من أهمها: مقر الزاوية التيجانية ومسجدها بعين ماضي منشأ مقدم الطريقة سيدي أحمد التيجاني، زاوية سيدي الحاج عيسى والمسجد العتيق بالأغواط، ضريح سيدي عبد القادر الجيلاني وأخرى لا تقل أهمية عن المذكورة.

ومن الطرق الصوفية المعروفة بالولاية: التيجانية، الهبرية، القادرية، العزقرية، الشاذلية وأخرى تحوز على نفس القدر والرفعة.

المعالم السياحية العلمية:

وتتمثل في فوهة مادنة مكان سقوط نيزك ضخم يعود تاريخه إلى 3 ملايين سنة، صنف العلماء هذا الموقع السياحي العلمي النادر من بين أكبر الفوهات في العالم بعد تلك الفوهتين المتواجدين بأريزونا وسيبيريا، سد جذب المياه الجوفية Enfro-Flux بتاجموت الذي يعد تحفة علمية عبقرية وخارقة في تخزين المياه الجوفية واستغلالها وهو الوحيد على المستوى الإفريقي والثاني على المستوى العالمي بعد سد أفغانستان.

الأعياد والوعادات:

تبتهج أيام الاغواط بإحياء أعياد محلية ووعادات تتم عن عمق تراث هذه المدينة و ثراء ثقافتها الشعبية ليجد السائح فيها الفرجة والمتعة اللامحدودة ومن بين هذه التظاهرات:

عيد الربيع و عدة وعدات من بينها: و عدة سيدي عطاء الله، و عدة سيدي مخلوف، و عدة سيدي ناصر و عدة سيدي بلقاسم و سيدي بولفعة.

³- مديرية السياحة لولاية الأغواط.

تقام الاحتفالات بتنظيم سباق الخيول ، المشور والفانتازيا وتتخللها نغمات فلكلورية وشعر بدوي إلى جانب عرض حرف وصناعات تقليدية.

الصناعات التقليدية:

تعرف الاغواط بتنوع الصناعات التقليدية والحرف نظرا للمسات الابداعية لحرفييها وغنى المواد الأولية التي تكتنزها من جلود، صوف، وبر، طين ورمل...الخ.

تصدر الصناعات التقليدية نسيج الزرابي كزربية جبل عمور بأفلو وزربية عين ماضي والجربي، الألبسة التقليدية كالبرانس والقشاييات الصوفية، وصناعة الحلفاء كالحصائر والمضلات والسلال ، الصناعة الظينية والرملية مثل الأواني والتحف ولوحات تزيينية هذا بالإضافة الى الحدادة وصناعة الآلات الموسيقية.

الفن المطبخي:

للأطباق الأغواطية نكهة خاصة مستمدة من عراقة وأصالة المنطقة، ومن أشهر هذه الأطباق: المشوي، والكسكى الشهير بالكابويا- كالأباز- المردود، الرفيس، المسمن، والبسيصة...

الاستثمار ومناطق التوسع السياحي:

تعد الأغواط أرضية خصبة لاحتضان المشاريع السياحية الواعدة بسبب توافر كل العوامل التي من شأنها إنجاح هذه العملية، إذ خصصت مديرية السياحة ثلاث مناطق توسع سياحي بكل من: أفلو، عين ماضي، الأغواط بغية توفير العقار السياحي لتجسيد هذه المشاريع خاصة وأن هذه المناطق واقعة على مسالك الطرق الوطنية أو الولائية وتوفرها على مؤهلات سياحية معتبرة.

اعتمادا على المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والمخطط الترقوي السياحي لولاية الأغواط تسعى مديرية السياحة إلى توسيع سلة المنتجات السياحية وذلك بتطوير سياحة

الأعمال، السياحة الاستكشافية، السياحة الروحية، السياحة الثقافية، السياحة الرياضية،
سياحة الصبي⁴.

جدول يوضح أهم المناطق السياحية بالولاية:

المنطقة	أهم المناطق السياحية
الغيشة	تزرخ هذه المنطقة بمناظر طبيعية فاتنة تتجلى في الشلالات الينابيع و الطاحونة المائية و ما زاد من قيمتها السياحية تواجد خمسة مواقع للسومات و النقوش الصخرية في كل من الخيطرة ، الحمرة ، حرك الترك و حجرات الناقة و قد صنفت كمعالم سياحية سنة 1913 كما اعتبرت منظمة اليونسكو رسمة عين سفيسيقة كرمز لحماية الطفولة سنة 1986.
سيدي مخلوف	تشتهر هذه المنطقة برسوماتها الصخرية التي تضمنت أعداداً وأنواعاً كثيرة من الحيوانات كالفيلة و الأحصنة التي توجد في كل من جبل الحصباية و واد رميلة و قد صنفتها الوزارة كمعالم تاريخية منذ سنة 1982 .
حاسي الدلاعة	تتفرد هذه المدينة بموقع سياحي علمي يتمثل في فوهة مادنة مكان سقوط النيزك هي من أكبر الفوهات في العالم ، يبلغ محيطها 5340 م وعمقها أكثر من 67 م ، أما قطرها فيقدر ب 1750 متر ، و يعود تاريخ هذه الفوهة إلى 3 ملايين سنة .
العسافية	يمكنكم زيارة قصرها الصحراوي المشيد الذي يعود إلى سنة 1753 م المسجد العتيق الذي يعود إلى القرن 16 م كما تتميز بواحات النخيل و حافظها على نظام السقي التقليدي المعروف بالفقارة الفريد من نوعه على مستوى الأطلس الصحراوي
عين ماضي	و تتضمن قصر التيجانيين العتيق ، الزاوية التيجانية التي أسسها الولي الصالح سيدي أحمد التيجاني (1737-1815) مؤسس الطريقة التيجانية والذي يعود له الفضل في نشر الإسلام في الدول الأفريقية و خاصة منها الغربية و لهذه الطريقة شهرة عالمية حيث يفوق اتباعها 400 مليون مريد منتشر في جميع أرجاء العالم و قد صنفت الزاوية التيجانية كمعلم تاريخي سنة 1999 ، يستطيع السائح أيضا زيارة قصر كوردان مقر إقامة الحاج عمار التيجاني و زوجته الفرنسية أوريلي بيكار.
تاجموت	يتواجد بها سد جذب المياه الجوفية الوحيد على المستوى الأفريقي و قد بني بين سنتي 1947 و 1951 م بالإضافة إلى القصر العتيق ، الحصن القديم و ضريح سيدي عطاء الله .

⁴ - مديرية السياحة لولاية الأغواط

<p>تتضمن قصر يعود إلى القرن السابع عشر ميلادي ، يأخذ تصميمه نموذج قلعة محصنة في قلب جبل عمور يتضمن بابين عاليين و يتميز بأسواره الضخمة التي يتراوح علوها بين 5م و 8 م و تحمل زواياها الأربع أبراج ، هذا إلى جانب جبل التوميات و ينابيع المياه الرقراقة .</p>	تاويالة
<p>يتواجد به مركز قيادة لجيش التحرير الوطني إبان الثورة التحريرية و أطلال القصور ذات الأصول البربرية مثل : قصر الرومية ، قصر قاعة الصبيان و قصر النموس ، قصر بكمة ، قصر فرو ، قصر قليتات و قصر الفروج .</p>	وادي مزي
<p>تضم القصر الصحراوي الذي شيده محمد بن يوسف ، كهوف الملح بجبل ميمونة ، و بقايا حيوانية و نباتية متحجرة و رسومات حجرية تقع بخنقة سيدي إبراهيم ، خنقة الملح و كاف ميزاب</p>	تاجرونة
<p>تعد هذه المدينة منطقة مناخية مهمة ، فهي ترتفع بحوالي 1406 م عن مستوى سطح البحر ، تتساقط الثلوج بها في فصل الشتاء و تتميز باعتدال مناخها سائر أيام السنة تشتهر بالصناعة النسيجية أهمها زربية جبل عمور و حرف أخرى ترتبط بتربية الخيول كصناعة النعال و السروج، هذا ما يجعل منها منطقة ذات مؤهلات عالية للتوسع السياح⁵.</p>	أفلو
<p>تتواجد بها أطلال القصور البربرية و أسوارها و منها : قصر الهمام ، قصر سكلافة ، قصر سرقادة ، خنقة عزيز و خنقة عثمان .</p>	وادي مرة
<p>تتضمن قصور ذات أصول بربرية و منها قصر أوزادجا و قصر تامدة تحتفل هذه المدينة في فصل الخريف بوعدي سيدي بلقاسم و سيدي بولفعة .</p>	قلعة سيدي سعد
<p>تضم هي أيضا قصورا بربرية منها قصر باربار و قصر عزوز ، قصر البخيت قصر زغدود و قصر الدويس ، تطلق على هذه المدينة تسمية مدينة الينابيع لاحتوائها على أزيد من 100 منبع مائي عذب يأخذ منها واد الشلف منشأه .</p>	سبفاق

⁵مديرية السياحة لولاية الاغواط .

هناك ثمانية (08) مؤسسات فندقية على مستوى الولاية بقدره ايواء 384 سرير موزعة كما يلي:⁶

جدول يوضح أهم المؤسسات الفندقية بولاية الأغواط

التصنيف	البلدية	عدد الغرف	قدرة الايواء	المؤسسة الفندقية
3*	الاغواط	43	63	مرحبا
2*	الاغواط	36	54	البستان
1*	آفلو	22	53	أفنان
في طور التصنيف	آفلو	18	37	طيبة
	آفلو	15	36	الفضل
	الاغواط	23	60	الصحراوي
	الاغواط	39	72	السيشل
	الاغواط	12	24	رانيا
			384	المجموع

جدول يوضح أهم الوكالات السياحية بالولاية

الصف	إسم الوكالة
ب	الشيخ بن راشد
ب	مادنة تور (فرع)
أ	أزواوترافل
ب	فرع وكالة عبد الدائم
ب	فرع وكالة الهزيل
ب	مزي للسياحة و الأسفار
ب	أفلو للسياحة و الأسفار
ب	بلغزال للسياحة و الأسفار

⁶ مديرية السياحة لولاية الاغواط .

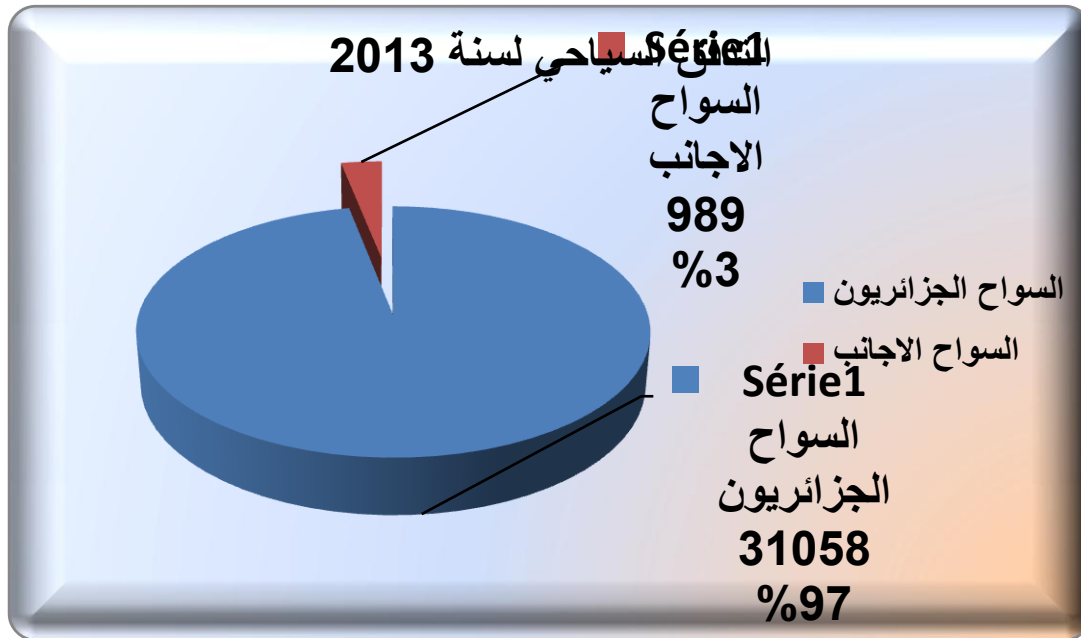
ب	فرع وكالة إسمهان تور
ب	وكالة الرش ⁷

المطلب الثالث: الإحصائيات لعدد السواح بالولاية لسنوات 2013، 2014، 2015.

1- معطيات إحصائية لسنة 2013:

بلغ عدد السواح لسنة 2013: 32047 سائح منها: 31058 سائح جزائري و989 سائح أجنبي⁸:

التدفق السياحي	العدد	النسبة
السواح الجزائريون	31058	96,91%
السواح الاجانب	989	3,09%
المجموع العام	32047	100,00%



⁷مديرية السياحة لولاية الاغواط .

⁸مديرية السياحة لولاية الاغواط .

2- معطيات إحصائية لسنة 2014

- التدفق السياحي:

بلغ عدد السواح لسنة 2014: 30288 سائح، منها 29225 سائح جزائري و 1063 سائح أجنبي.⁹

التدفق السياحي	العدد	النسبة
السواح الأجانب	1063	3,5%
السواح الجزائريون	29225	96,5%
المجموع العام	30288	100,00%

- مقارنة التدفق السياحي لسنتي 2013 و 2014

التدفق السياحي	السنوات		نسبة التطور
	سنة 2013	سنة 2014	
السواح الأجانب	989	1063	+7,5%
السواح الجزائريون	31058	29225	-5,99%
المجموع العام	32047	30288	-5,5%

3- معطيات إحصائية لسنة 2015

⁹ مديرية السياحة لولاية الاغواط .

التدفق السياحي:

بلغ عدد السواح لسنة 2015 : 28750 سائح منها : 27891 سائح جزائري و 859 سائح أجنبي¹⁰.

التدفق السياحي	العدد	النسبة
السواح الأجانب	27891	97,01%
السواح الجزائريون	859	2,99%
المجموع العام	28750	100,00%

مقارنة التدفق السياحي لسنتي 2015 و 2014

التدفق السياحي	السنوات		نسبة التطور
	سنة 2014	سنة 2015	
السواح الأجانب	29225	27891	-4,56%
السواح الجزائريون	1063	859	-19,19%
المجموع العام	30288	28750	-5,08%

نلاحظ تراجع في عدد السواح الوافدين إلى الولاية خلال سنة 2015 بالمقارنة مع السنة الماضية بنسبة 5,08%، وقد يرجع ذلك إلى توقف فندق السيشل عن الإستغلال لمدة حوالي ثلاثة أشهر .

¹⁰ مديرية السياحة لولاية الاغواط .

المطلب الرابع: وسائل تكنولوجيا الاتصال والسياحة في الجزائر وولاية الأغواط.

في ظل عصر المعلوماتية وثورة تكنولوجيا الاتصالات حدث تطور كبير في بيئة المشروعات السياحية وذلك بتوجهها للاعتماد على تقنيات الاتصالات وهذا يمثل تطورا في الفكر السياحي، إلا أن الصناعة السياحية لم تستثني أي وسيلة أو تقنية اتصالية لخدمتها بل تعتمد على كل هذه التقنيات وتحاول الاستفادة قدر المستطاع من مزاياها.

التقدم في مجال بنية تكنولوجيا الاتصالات:

تتعلق هذه المتطلبات بحالة البنية التقنية الموجودة وكيفية تطويرها واستثمار الموجود منها في مجال السياحة ويشمل ذلك:

- تنمية البنية الأساسية لوسائل الاتصال والمعلوماتية الحديثة، لإتاحة فرص أوسع للاتصال بخدمات الانترنت سواء في دولة المنتج السياحي أو الدول المستهدفة بالتسويق السياحي.
- تشجيع ظهور الوسيط الالكتروني في قطاع السياحة وهذا من خلال العمل على تشجيع إقامة شبكة من المواقع الالكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة ويتم ذلك بالتعاون مع الوسطاء التقليديين في مجال السياحة فكلاهما مكملا للآخر.
- خلق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الالكترونية المقدمة على شبكة الانترنت وتوفير الدعم الفني والمعلوماتي لهذه المواقع ويلزم ان يتم تصميم هذه المواقع وفق المعايير العالمية المتعارف عليها وذلك حتى يمكن لها التنافس مع غيرها من المواقع السياحية المنافسة في الدول الأخرى¹¹.

¹¹ عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، ط 1، القاهرة، دار الفكر العربي، 1996، ص 65.

الوسائل الورقية وتأثيرها على السياحة:

1- الوثائق: هو نوع من الاتصال المكتوب الذي يترك أثراً، وهي وسيلة ورقية قديمة وتكمن أهمية هذه الوثائق كونها وسيلة حفظ هامة استخدمها المتخصصون في السياحة من أجل تدوين وجمع وعرض معلومات تقدم للسائح وتمنحه إجابات وافية عن تاريخ المنطقة وخصوصيتها وعن التساؤلات العامة التي عادة ما يطرحها السائح، وتعد الوثائق ورغم التطور التكنولوجي الحديث، أداة فعالة وإيجابية حتى في عصرنا الحالي، وتستخدمه أغلب المؤسسات السياحية المرسلة.

2- المطويات: وهي شكل ورقي يقدم بطريقة جميلة وجذابة تستهوي السائح وتعطيه طابعا فهي تحمل صورا عن مراحات المنطقة المستقبلية بأشكال وألوان تستلزم نوعية جيدة من الورق لكنها تمتاز بقصر عمر استخدامها، أي أنها تصلح للاستخدام لفترة معينة دون فترة أخرى، وهناك ما يسمى بالمطوية الالكترونية¹².

3- الكتيبات: لديها نفس شروط المطوية، ولكنها تتميز باحتوائها على صفحات متسلسلة الترقيم، وهي تشبه في شكلها الكتاب ومدة استعمالها تكون طويلة قد تصل إلى سنة كاملة، ويستعملها خاصة المتعاملون السياحيون لوكالات الحجز حيث يقدمونها للزبائن، لكن ما يعيب هذه الكتيبات هو كثرة تكرار هذه المعلومات عبر صفحاتها رغم أنها تهدف بذلك الى توضيح أكثر.

4- الإعلانات الملصقة: وهي تعتبر من أقدم وسائل الترويج السياحي وتتطلب الاهتمام أكثر بالجانب الجمالي لها من صور وأشكال وأوان جذابة، أما الطابع الإعلامي فتجعله ثانويا وغالبا ما يلفت انتباه الزائر وجود هذه الملصقات بأحجام مختلفة وأشكال متنوعة خاصة في الصالونات أو المعارض السياحية والمنافسة في هذا المجال تتزايد كثيرا

¹² عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، ط 1، القاهرة، دار الفكر العربي، 1996، ص 66.

فأصبحت كل وكالة أو شركة سياحية تسعى لأن تبرز ملصقاتها من حيث النوعية والجودة على حساب ملصقات الشركة، لأنها تعكس بشكل أو بآخر صورتها ومكانتها¹³.

الوسائل الالكترونية والسمعية البصرية وتأثيرها على تفعيل النشاط السياحي.

- **الراديو:** هو صوت يعبر عن حركة أو مشاعر تخلق صوراً ذهنية¹⁴، وقد استغلت السياحة هذه الوسيلة لبث رسائلها عن طريق الإعلانات حول المنتجات والخدمات السياحية التي تقدمها من حيث شعرت بأهمية ذلك في جلب المهتمين وجذبهم من أجل إرضائهم والتأثير على سلوكياتهم وتغيير اتجاهاتهم مما جعل العديد من الشركات السياحية والمنشآت الفندقية تتنافس بإعلاناتها وبرامجها الإذاعية محاولة في ذلك إثارة فضول أكبر عدد من السياح والزوار.

- **التلفزيون:** هو أكثر أجهزة الاتصال الجماهيرية تأثيراً لأنه يخاطب العين والأذن معا بالصوت والصورة فيحصل الإنسان على 90% من معلوماته عن طريق العين، 8% عن طريق السمع و 2% عن طريق الحواس الأخرى.

ويعد التلفزيون وسيلة الكترونية لنقل الأخبار والأفكار والمعلومات والثقافة والفنون والعلوم، ويقدم رسائله الإعلامية إلى خليط من الثقافات وأعمار مختلفة وهو ما استخدمته الصناعة السياحية من خلال القيام بإعلانات وتقديم معلومات حول المنتج السياحي المستهدف وكذلك عن طريق عرض ثقافة وتاريخ مناطق معينة بهدف الترويج لها خاصة مع انتشار قنوات تلفزيونية فضائية متنوعة عبر العالم مما جعل الكون في غرفة واحدة بل أن بعض الشركات السياحية القوية أنشأت قنوات متخصصة، تعرض فيها كل العروض التي تمنحها في شكل متطور يعتمد على أحدث التقنيات وموجه للعالم كله وتدعو السياح لزيارة مواقعها ولعل الإشهار يعد أكثر تقنية متداولة في وسيلتي التلفزيون والإذاعة، وهو عادة ما يحقق نتائج ملموسة ولكن هذا يبقى معتمداً على طبيعة السوق، موسمية النشاط السياحي والوسيلة المستخدمة بشكل أساسي.

¹³. Marc Boyer et Philippe Viallon , op,ctt,p33

¹⁴ عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، ط 1، القاهرة، دار الفكر العربي، 1996، ص 67.

- الأفلام الوثائقية: يقوم المتخصصون الاتصاليون بالتنسيق مع التلفزيون بإخراج أفلام وثائقية موجهة لجمهور مستهدف تعرض فيها خدمات ومنتجات سياحية متنوعة وتشجع بها الناس على السفر وزيارة مواقع مثيرة.

- شريط الفيديو: ظهر شريط الفيديو في سنة 1956 لتسجيل البرامج التلفزيونية على شرائط مغناطيسية وما إن جاء عام 1961 حتى أصبح التسجيل على الفيديو أمراً شائعاً وحل محلات التسجيلات السينمائية وقد أستخدم كوسيلة للاتصال السياحي تعرض على السياح مثلاً: نزلاء الفندق ما يجهلونه عن الموقع الذي اختاروه فيقوم الفندق بالتعاقد مع الشركة السياحية المرشدة وعرض شريط فيديو يضم كل الجوانب الخفية ويقدم صورة حية عن المنتج السياحي المراد تطويره¹⁵.

- البريد الإلكتروني (Email): يعد شكلاً خاماً وجديداً في الاتصال ويشكل قسماً هاماً في شبكة اليوم لأن المتخصص للبريد ينتظر دائماً رداً يتفاعل مع طلباته حيث يستطيع المشترك في الأنترنت من خلال هذه الخدمة إرسال واستقبال رسائل إلكترونية من جميع أنحاء العالم في لحظات معدودة ، حيث تملك كل دولة أو هيئة متصلة بالأنترنت رمزها الخاص كما يتيح إرسال رسالة واحدة إلى عدد كبير من الأشخاص في وقت واحد.

- الهاتف: يعتبر الهاتف أحد وسائل التواصل السياحي وكذلك من خلال إرسال رسائل لوزارة السياحة عبر رسائل SMS للمتعاملين وذلك مثلاً للتذكير باليوم الوطني أو العالمي للسياحة، وبأهمية السياحة المحلية خاصة.

- الإشهار السياحي: ويكون إما عن طريق شبكة الأنترنت أو التلفزيون وذلك بعرض صور عن المناطق السياحية المراد الترويج لها والتعريف بها وتقديمها للسواح بطريقة تستهويهم وتستقطبهم وأصبح الإشهار السياحي يعد أحد أحدث الوسائل الاتصالية الأكثر رواجاً.

¹⁵ عبد المجيد شكري، المرجع نفسه، ص 67.

- الأترنت: تلعب دورا هاما في التنمية السياحية بما أنها تعتبر أحد وسائل تكنولوجيا الاتصال:

- **تقليل التكاليف:** يتحقق ذلك من خلال تقليل الحاجة للاستفسارات المتعلقة بالمبيعات والتسويق التي ترد وتعالج من خلال الهاتف بالإضافة إلى تقليل الحاجة لطباعة وتوزيع مواد الاتصالات التسويقية حيث تتم هذه العملية من خلال الموقع الشبكي بدلا من وسائل الاتصال التقليدية.

- **القدرة:** توفر الأترنت فرص جديدة للسلع والخدمات الجديدة وأيضا لاستغلال الأسواق الجديدة.

- **الميزة التنافسية:** عندما تكون الشركة قادرة على تقديم قدرات جديدة أمام منافسيها فإنها، والحالة هذه تحقق ميزة لحين امتلاك المنافسين لنفس قدرات هذه الشركة.

- **تحسين الاتصالات:**¹⁶ وتشمل على الاتصالات المحسنة مع العملاء والعاملين والمزودين والموزعين، فالأترنت تتيح للشركة فرص ذهبية لتحسين وتفعيل مستوى الاتصالات المباشرة مع هذه الأطراف وبشكل يحقق الأهداف المنشودة لكافة أطراف العلاقة والواقع أن تكنولوجيا المعلومات برمتها إنما تستهدف أساسا إدامة أفضل العلاقات مع هذه الأطراف من خلال ما تتيحه من وسائل راقية.

- **الرقابة:** توفر الأترنت وشبكات الأترنت بحوث تسويقية أفضل من خلال متابعة ودراسة سلوك العميل وكيفية قيام العاملين بتقديم العملاء.

- **تحسين خدمة العملاء:** توفر الأترنت مجالات أفضل وفرص ذهبية للعملاء للتفاعل مع الشركة بشكل مباشر وفعال كما تستفيد الشركة من قواعد البيانات الخاصة بالعملاء للتواصل مع هؤلاء وتلبية حاجاتهم ورغباتهم بشكل أمثل، الأمر الذي ينعكس بالإيجاب على مستويات الرضا لديهم.

¹⁶ مرجع سبق ذكره، ص 68.

- للانترنت القدرة على ربط المؤسسة بالعالم الخارجي، ووسيلة جيدة للتسويق كما تعمل على تدنئة التكاليف¹⁷.

وفي السياحة الحديثة، نجدها تختلف اختلافا كبيرا عن السياحة في الماضي فبدخول عصر الاتصالات وتقنية المعلومات والطفرة الهائلة في وسائل الانتقال ودخول عصر الانترنت ازدادت السياحة المتصلة بالانترنت واكتسبت شكلا جديدا وأهمية أكبر وظهر ذلك جليا في زيادة اهتمام الدول بمثل هذا النشاط ومحاولة تنميته والاستفادة منه إلى أقصى درجة ممكنة حتى صارت السياحة في العالم عنوانا على عصر التقدم والتطور فهي تستخدم الأعمال الالكترونية في مجال السفر والسياحة واستخدام تقنيات الانترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين.

وفي السياحة الحديثة، يتم استخدام الأعمال الإلكترونية والانترنت في مجال السفر والسياحة للحصول على تسهيلات أكثر فعالية للموردين والمستهلكين السياحيين لذا أصبح بالإمكان استخدام التقنيات الحديثة في عرض المنتجات وتقديمها للسائح على شبكة المعلومات، ويشمل ذلك كافة العمليات السياحية من عروض البرامج السياحية وحجز الرحلات السياحية وتنظيمها من خلال الانترنت وخدمات مابعد الحصول على الخدمة وتنفيذ المعاملات التي تتم بين مؤسسة سياحية ومستهلك -سائح- من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بحيث تتلاقى فيه عروض الخدمات السياحية من خلال شبكة المعلومات الدولية -الانترنت- مع رغبات جموع السائحين الراغبين في قبول هذه الخدمات السياحية المقدمة عبر شبكة الانترنت.

وتشجع الانترنت اليوم التبادلات والمبيعات عن بعد، كما تمنح للحرفيين إمكانيات الحصول على المعلومات الملائمة من أجل تحضير العروض وتقديمها.

أهمية استخدام الانترنت في مجال تنشيط السياحة:

¹⁷ Claire Breeds, Marketing direct sur internet, 2ème édition, Paris, Vuibert, 2001, P

تتبع أهمية الانترنت من خلال المنافع الضخمة التي تقدمها سواء لمقدمي الخدمات السياحية أو للسائحين أنفسهم والتي تسهم في تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية ولعل من أهم هذه المنافع:

-تيسير تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة من خلال تأمين المعلومات السياحية المطلوبة على مدار 24 ساعة في اليوم و 7 أيام في الأسبوع.

-تأمين الثقة في وسائل الدفع عبر الانترنت.

-أصبح بإمكان المستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاجها عن المنتج السياحي من خلال شبكة الانترنت.

-إن استخدام القنوات الالكترونية المتنوعة يساعد على التعرف على السلع والخدمات السياحية مثل الفنادق والمطاعم ووكالات السفر وشركات الطيران.

-تسهيل وتسريع التواصل بين منتج الخدمة السياحية والوسيط وإجراء الصفقات مع شريحة كبيرة من المستهدفين.

-تحسين الأداء الاقتصادي للمنشآت السياحية خاصة الصغيرة والمتوسطة منها، وكذلك لتخفيض تكاليف الخدمات السياحية مما ينعكس بدوره على أسعار البرامج السياحية وكذلك سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتناسب مع شرائح مختلفة من السائحين إلى جانب زيادة القدرة التنافسية للشركات السياحية¹⁸.

-توفر فرصاً وخيارات متنوعة من حيث مواعيد رحلات الطيران ولأنواع الفنادق وأسعارها ونوع السياحة المطلوبة سواء كانت تاريخية أو ترفيهية أو غيرها في وقت قصير بدلاً من مراجعة مكاتب السفرات¹⁹.

متابعة أحمد غاوي، علي غامدي، المستقبل أمامها برغم تأخرها في منطقتنا " السياحة الالكترونية" تسهم في تخفيض تكاليف الرحلات السياحية¹⁸. <http://www.alriyath.com/5/4/2016/article400230.html>

الخضري اختصاصي تسويق، السياحة الالكترونية ومردودها على صناعة السياحة، مارس 2009
News ID :49188¹⁹؛[http://www.ndp.ogr.eg/ar/News/view News Details.aspx](http://www.ndp.ogr.eg/ar/News/view%20News%20Details.aspx)

-الانترنت يجعل السائح يعيش تجربة السفر من خلال التجوال في الأماكن التي يريد السفر إليها بعيدا عن عوامل أخرى ممكن أن تؤثر على اختياره في مكاتب السفريات.

-سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة وذلك من خلال قياسات الرأي التي يمكن من خلالها معرفة التوجهات السياحية الجديدة والخدمات الأساسية والمكملة التي يحتاجها السائحون.

-استخدام الانترنت والتكنولوجيا دليل على تقدم البنية التكنولوجية والخدمات في البلاد بما يسهم في زيادة الاستثمارات الأجنبية.

-زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية بما يسهم في زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها وهو ما ينعكس في النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي.

ثم أن هناك وسائل أخرى استخدمت كتقنية من تقنيات الاتصال السياحي كالفنونات السياحية الأخرى مثل المعارض الدولية؛ التي تقام من أجل عرض أفكار ومنتوج وتقنيات جديدة موجهة للجمهور العريض وغالبا ما تستخدم هذه الوسيلة في الصالونات الدولية ومن بين هذه الوسائل ما يسمى بالتظاهرات :

- تنظيم التظاهرات والملتقيات والصالونات.

- الصالون الدولي للسياحة والأسفار.

- اليوم العالمي للسياحة.

إضافة إلى كل تلك التظاهرات الوطنية والدينية والثقافية، التنسيق ما بين المديريات الولائية والمشاركة في جل المناسبات الوطنية والولائية وحتى الدولية ليحصل الاندماج الثقافي السياحي التي من شأنها المساهمة في تطوير القطاع ويوجد تبادلا خاص بقطاع السياحة والصناعة التقليدية بين الولايات يخص تبادل وتسويق المنتج الصناعي التقليدي والمحلي والتعريف به سياحيا مثل:

- الربيع الصحراوي.

- الربيع الأغواطي.

- اليوم العالمي للسياحة 25 جوان²⁰.

وبالتالي فإنه لم يحدث أن استطاعت وسيلة اتصالية أن قضت تماما على وسيلة اتصالية أخرى، فقد استطاعت كافة الوسائل التعايش معا، وكان على كل وسيلة تواجهها وسيلة أخرى أكثر حداثة وأكثر كفاءة وقدرة على تحقيق أهداف الاتصال، وأن تواجه هذه المنافسة بابتداع أسلوب جديد وتقنية متطورة تتكيف مع الأوضاع التنافسية الجديدة.

جملة النتائج الأولية الواجب توفرها بقطاع السياحة بالأغواط:

- إن الاغواط تزخر بإمكانيات هامة سواء كانت طبيعية أو ثقافية أو أثرية، وما يبقى إلا أن تولي اهتمام باستغلالها بالطريقة المناسبة والمنطقية.

- هناك طلب محتمل وكامن لدى الجزائريين والأجانب على المنتج السياحي الجزائري ينتظر من يحركه.

- تكاثف جميع الفعاليات المسؤولة في القطاع كل حسب مهمته.

- إعادة تكوين وتأهيل الإطارات يؤدي إلى تقديم خدمات ذات مستوى راقى.

- توفير البنى القاعدية خاصة الفنادق على اعتبارها وسيلة من وسائل استقطاب السياح.

- توفير وسائل الدعم لتطوير السياحة مثل: توفير خدمات راقية وتحسين نوعية الأداء بالإضافة إلى القيام بتكوين الأفراد في مجال الخدمات السياحية، من خلال برامج خاصة.

- ان تطوير السياحة الجزائرية يتطلب تكاثف جميع الفعاليات المسؤولة في القطاع كل حسب مهمته.

- تسهيل عملية حصول المستثمرين على القروض لانجاز المشاريع السياحية.

²⁰ مديرية السياحة لولاية الأغواط.

- تطوير الرقابة على السوق السياحي ووضع إجراءات وقوانين واضحة وصارمة.
- إنشاء قوانين خاصة بالسياحة وبال عقار السياحي.
- التسيير الجيد لقطاع السياحة، يساعد على تنفيذ مختلف السياسات والبرامج.
- كما يمكن القول أن أي سياسة أو تخطيط لابد له من ارادة جادة وصارمة من أجل تطبيقه وتنفيذه في الواقع، والسياحة الجزائرية بحاجة الى ارادة سياسية فعالة لمسؤوليها من أجل تطويرها وتتميتها.
- الاهتمام بعنصر الاتصال على أساس أنه وسيلة ضرورية وهامة²¹.
- للاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال تطوير وتنمية الخدمات السياحية لابد من اتخاذ تدابير منها**
- توفير الإطار التنظيمي والمؤسسي.
- البنية القانونية والتشريعية المنظمة لذلك.
- إتباع سياسات مشجعة لاستخدام تطبيقات الانترنت في المعاملات السياحية.
- العمل على رفع كفاءة المواقع السياحية الموجودة.
- تنسيق الجهود الدولية للاستفادة من تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في السياحة.
- توفير البنية التحتية الملائمة للسياحة الالكترونية.
- ارقام القطاع الخاص للاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

²¹ مديرية السياحة لولاية الأغواط.

- تشجيع البنوك للمشروعات الصغيرة والمتوسطة والسياحية على تطوير أنشطتها وإدارتها وتشغيلها باستخدام تقنيات المعلومات وتذليل العقبات أمام حصولها على التمويل اللازم لذلك حتى يتسنى لنا مواكبة المتغيرات العالمية.
- اهتمام البنوك بتخطيط أنشطة التسويق الإلكتروني لديها مع وضع قطاع السياحة كأحد أهم القطاعات ذات صلة بالتجارة الإلكترونية²².

²² مديرية السياحة لولاية الأغواط.

خاتمة الفصل:

من خلال دراستنا لواقع السياحة ودور تكنولوجيا الاتصال وسبل تنميتها سواء على المستوى المحلي والوطني أو الدولي ، هناك تطور كبير في بيئة المشروعات السياحية وذلك بتوجهها للاعتماد على تقنيات الاتصالات والمعلومات وانفتاحها على عصر المعلوماتية وثورة تكنولوجيا الاتصالات ، مما يمثل تطورا في الفكر السياحي .

لان السياحة بدورها أصبحت ظاهرة دولية ضخمة لا يمكن تجاهلها وأصبحت السياحة اليوم مطلبا ملحا من مطالب الإنسان وبدأت المنظمات والدول تنهت بصناعة السياحة وأصبحت السياحة احد السبل لحل المشكلات الاقتصادية فقطاع السياحة بدوره يساهم وينمي شتى القطاعات وينعكس ذلك جليا من خلال اهتمام المنظمات الدولية بهذا القطاع وتاطير خطط استتراجية لتنميته .

والجزائر معنية أكثر بهذا المجال اذ يجب عليها إعطاء أهمية أكثر للقطاع ومحاولة النهوض به وخاصة وان الجزائر تمتلك ثروة وإمكانيات سياحية لا يستهان بها ، ومحاولة قيامها بالموازنة بين قطاع المحروقات وقطاع السياحة لان طاقتها غير مستغلة في هذا المجال فالكنوز المحلية السياحية بالجزائر بحاجة ماسة إلى من ينهض بها وتطويرها لأنه وبكل بساطة قطاع السياحة لا يحتاج إلى الكثير من العلوم والتقنيات .

فعلى الجزائر وضع خطة محكمة واستغلال الإمكانيات المتاحة والاستثمار في تكنولوجيا الاتصالات الحديثة والنهوض اكثر بالقطاع للوصول الى متطلبات السوق السياحية العالمية.

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

تمهيد

1 - المبحث الأول: مديرية السياحة لولاية الأغواط

2 - المبحث الثاني: غرفة الصناعة التقليدية لولاية الأغواط ومهامها.

3 - المبحث الثالث: تحليل البيانات

4 - المبحث الرابع: المقابلة

خلاصة الفصل

المبحث الأول: مديرية السياحة والصناعة التقليدية بالأغواط¹

المطلب الأول: تعريف مديرية السياحة بالأغواط

تعتبر مديرية السياحة والصناعة التقليدية المحرك الأساسي للأنشطة والمشاريع السياحية في الولاية، وهي عبارة عن هيئة عمومية ذات طابع إداري، وتعتبر بمثابة إحدى المصالح الخارجية لوزارة السياحة، تقع في حي ساسي بولفعة بالأغواط.

وهذا وفقا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 95/260 المؤرخ بتاريخ 1995 والمتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية وقد تم إعادة تنظيم هذه المصالح بموجب المرسوم التنفيذي رقم 2000/376 المؤرخ في 22 أكتوبر 2000 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 95/260.

وفي عام 2010 نشرت الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية في عددها 63 المرسوم التنفيذي رقم 10/257 المؤرخ في 12 ذي القعدة 1431 هـ الموافق لـ 20 أكتوبر 2010 م المتضمن إنشاء مصالح خارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية وتحديد مهامها في القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 28 جمادى الثاني 1433 هـ الموافق لـ 20 ماي 2012 م تم تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية في المكاتب.

¹ - مطوية من إنتاج مديرية السياحة بالأغواط.

المطلب الثاني: مصالح مديرية السياحة والصناعة التقليدية:

1 مصلحة الإدارة والوسائل: تتكون من ثلاث مكاتب:

- مكتب المستخدمين والتكوين.

- مكتب الميزانية والمحاسبة.

- مكتب الوسائل العامة.

2 مصلحة السياحة: تتكون من ثلاث مكاتب:

- مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية.

- مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء.

- مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.

3 مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف:

- مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية والمهن.

- مكتب الدراسات والإحصاء.

المطلب الثالث: مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية

تكلف مديرية السياحة والصناعة التقليدية طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 10/257 المؤرخ في 12 ذي القعدة 1431 هـ الموافق لـ 20 أكتوبر 2010 م في المادة الأولى بما يلي:¹

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية.

- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية.

- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تثمين القدرات المحلية.

- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية.

- تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقويم نتائجها.

¹ - مطوية من إنتاج مديرية السياحة بالأغواط.

- جمع وتحليل وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشرها.
- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية لاسيما في ميادين الاستثمار وتكوين الموارد البشرية.
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران وتثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي.
- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية.
- السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال.
- المساهمة في تحسين الخدمة السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السياحي.
- السهر على تلبية حاجات المواطنين وتطلعات السواح في مجال الراحة والاستجمام والترفيه.
- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز والتسيير في جانبه السياحي.
- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية.
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.
- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطة والحركة الجموعية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي.
- المشاركة بالاتصال مع القطاعات المعنية في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعارف وتثمين الموارد البشرية.
- المساهمة في إعداد المخطط السنوي والمتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية.
- إعداد حصيلة النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.¹

¹- مطوية من إنتاج مديرية السياحة بالأغواط.

المبحث الثاني: غرفة الصناعة التقليدية والحرف بالأغواط¹

المطلب الأول: تعريف الصناعة التقليدية:

إن الصناعة التقليدية باعتبارها تكريسا للممارسة الفنية هي انعكاس للماضي الحضاري سواء في صيغته المادية أو الروحية فلقد ضلت عبقرية الإبداع الفني أو الحرفي بالأغواط تسابير حاجيات الحياة اليومية مفصحة بذلك عن الذوق الرفيع والمهارات التي يتميز بها سكان منطقة الاغواط منذ القدم، ولصناعة الملابس والحلي والزرابي والأواني وغيرها عمد الصانع التقليدي الى استعمال عناصر طبيعية من ماء وتراب وحديد وصوف... وبين يدي المعلم وأمام أعين المتعلم الفاحصة تتحول المواد، فتأخذ أشكالا شتى ومتنوعة. وهكذا ظل نظام المعلم والمتعلم النابع من تقليد عريق القدم الضامن لاستمرار توارث المهارات عبر العصور، وهو ما يجعل من الصانع التقليدي في الاغواط كتابا مفتوحا على الماضي وفنانا يتطابق حاضره بماضيه التليد.

ومن الأصالة إلى المعاصرة تفتح الصناعة التقليدية على التكنولوجيا الحديثة لتأخذ المكانة اللائقة بها في الاقتصاد الوطني باعتبارها عنصر توازن اجتماعي واقتصادي.

المطلب الثاني: مهام غرفة الصناعة التقليدية

- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية.
- المبادرة بكل اجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية.
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له.
- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية.
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية.

¹- مطوية من إنتاج مديرية السياحة بالأغواط.

- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.
 - المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية.
 - تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.
 - المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية.
 - جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها.
 - تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها.
 - ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية.
 - إعداد الحصيلة الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية.
- المطلب الثالث: انجازات قطاعات الصناعة التقليدية:¹**

3-1- التكوين والتمهين:

- تكوين 54 حامل مشروع جديد يتضمن أحسن الأساليب لإنشاء مؤسسة CREE.
- تأهيل 136 حامل مشروع في كيفية تسيير مؤسسة GERME من خلال تنظيم 5 دورات.
- تكوين لفائدة حرفي الخزف والفخار بمشاركة الوكالة الإسبانية للتعاون الدولي في تقنيات الإنتاج والطهي وعددهم 07.
- تكوين إطار في CISCO.
- تكوين 05 حرفيين في DESIGN.
- تكوين 04 حرفيين في MARKETING.
- تكوين إطارات الغرفة، مكون مؤهل ومعتمد من قبل المكتب الدولي للعمل.
- تكوين إطار في الجانب التقني المتعلق بمراقبة الجودة ودمغ الزرابي.

¹- مطوية من إنتاج مديرية السياحة بالأغواط.

3-2- تطوير هياكل الصناعة التقليدية:

استفادت ولاية الاغواط من عملية انجاز وتهيئة هياكل خاصة بالصناعة التقليدية:

- دار الصناعة التقليدية بالاغواط.

العنوان:

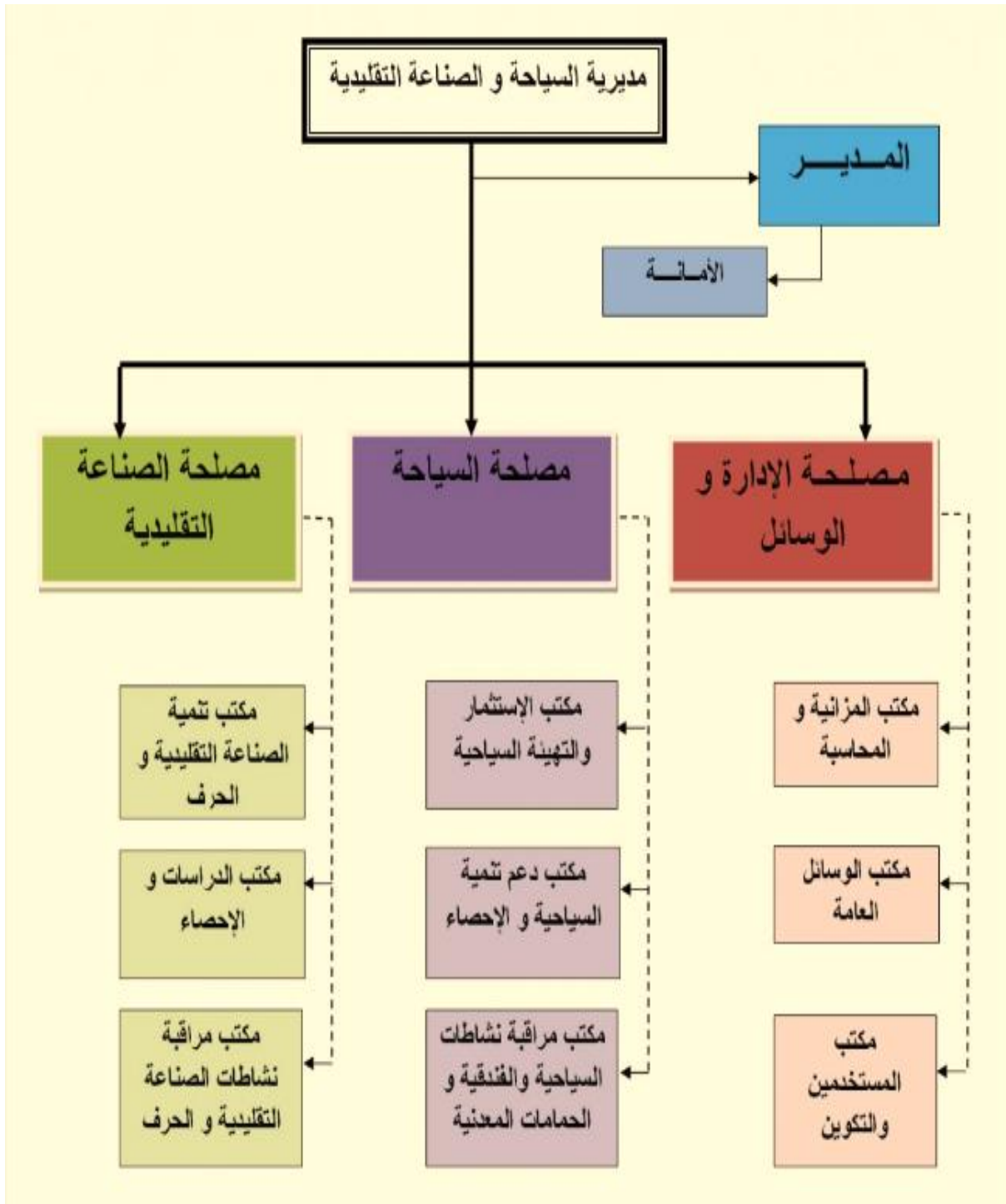
- غرفة الصناعة التقليدية والحرف للاغواط

- ص ب 8370 المقام الاغواط

- حي 600 مسكن الاغواط

- دار الصناعة التقليدية بأفلو والمشروع قيد الدراسة.

المطلب الرابع: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة التقليدية لولاية الأغواط¹



المصدر: مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية الاغواط

¹ - المصدر: مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية الأغواط.

المبحث الثالث: تحليل البيانات

المطلب الأول: تفرغ وتحليل البيانات الخاصة بدراسة حالة

1- البيانات الشخصية:

تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين وخلفياتهم، وكثيرا ما يعتمد عليها كمؤشرات في تحليل البيانات والمعطيات حسب تقتضيه متغيرات الدراسة وأهدافها.

- ومن هذا المنطق اشتملت استمارة هذه الدراسة على محور خاص بالبيانات الشخصية والتي تضم أربعة (4) أسئلة تتعلق بـ: السن، المستوى التعليمي، الأقدمية.

جدول رقم (01): توزيع المبحوثين حسب الجنس

النسبة%	التكرار	الجنس
58%	29	ذكر
42%	21	أنثى
100%	50	المجموع

يبين الجدول الاول توزيع المبحوثين حسب الجنس، حيث بلغت نسبة الذكور 58%، بينما قدرت نسبة الإناث 42%، وبذلك يتجاوز عدد الذكور عدد الإناث من المبحوثين، ويعود سبب ارتفاع نسبة الذكور مقارنة بنسبة الإناث الى عامل الوقت والمجهود الكبير الذي يتطلبه العمل الميداني وهذا ما تأكده النتائج في الجدول ، أو يعود إلى طبيعة العمل التي تفرض بلوغ نسبة الذكور عن الإناث كما أن استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال تطلب الاعتماد على الكفاءة في استخدامها .

جدول رقم (02): توزيع المبحوثين حسب السن

المجموع		الجنس				المتغير
		أنثى		ذكر		
النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	
%24	12	%19,04	04	%27,58	08	من 30 سنة
%40	20	%42,85	09	%37,93	11	من 31 إلى 40 سنة
%24	12	%23,80	05	%24,13	07	من 41 إلى 50 سنة
%12	06	%14,28	03	%10,34	03	من 51 فما فوق
%100	50	%100	21	%100	29	المجموع

من أهم محددات خصائص العينة المدروسة تحديد السن، وانطلاقاً من هذا الجدول نلاحظ أن الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 30 إلى أقل من 40 سنة يحتلون أكبر نسبة والمقدرة بـ: 21%، وهذا ما أكدها المستجوبين ويمكن تفسيرها بأنها مرحلة العطاء وبذل المجهودات. وعادت الفئة % بينما تأتي في المرحلة الثانية الفئة من 40 إلى أقل من 50 سنة نسبة 24% والتي تضم طاقة شبابية تستوعب العمل % الثالثة سن 20 إلى أقل من 30 سنة بنسبة 22% وهؤلاء الأفراد لديهم 12% بالمدرية. والإفراد الذين يبلغون 50 سنة فما فوق بنسبة

الأقدمية والخبرة في العمل.

جدول رقم (03): توزيع المبحوثين بحسب المستوى التعليمي

النسبة%	التكرار	المستوى التعليمي
10%	5	متوسط
18%	9	ثانوي
72%	36	جامعي
100%	50	المجموع

وهذه نسبة % يتوزع أجزاء العينة إلى ثلاث فئات الأساسية يحتل فيها الجامعيون المرتبة الأولى بنسبة 72% بحيث أن حاجة المؤسسة الى الجامعيين أمر ضروري نظرا لحاجة التأطير في تسير شؤونها بينما قدرت نسبة ذوي المستوى الثانوي، وهي نسبة لأبأس بها نوعا ما نظر لكونها تمتلك هاته الفئة مستوى لا بأس به يعتمد عليه في العمل . % ب 18 ، أما المرتبة الأخيرة للمستوى المتوسط والذين يؤديون مهام مكملة للأعمال المتعلقة بالمؤسسة كالحراس والشائقين وغيرهم من الفئات الأخرى التي تقوم بمهام داخلية تابعة للمؤسسة وخارجها .

جدول رقم(04): توزيع المبحوثين حسب الخبرة المهنية (الاقدمية)

النسبة%	التكرار	الأقدمية بالسنوات
20%	10	أقل من 5 سنوات
28%	14	من 5 الى 10 سنوات
52%	26	من 10 سنوات فما

		فوق
%100	50	المجموع

ممن قضاوا من 10 سنوات فما فوق في وظيفتهم % يتضح من خلال الجدول رقم (04) نسبة 52% من 5 إلى 10 سنوات وتعود الفئة الأخيرة لأقل من 5 سنوات بنسبة 20 % أو ما نسبة 28 وتبين النسب احتواء المديرية على خيارات عديدة تستفيد منها مديرية السياحة . بالإضافة إلى ذلك ستساعدنا هذه الفئة على معرفة واقع تطوير في المديرية.

جدول (05): توزيع المبحوثين حسب الوظيفة التي يشغلونها

المجموع		الجنس				المتغير
		أنثى		ذكر		
النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	
%80	40	66,66 %	14	89,65 %	26	موظف
%10	05	14,28 %	03	%6,89	02	إطار
%10	05	%4,76	01	13,79 %	04	إطار سامي
%100	50	%100	21	%100	29	المجموع

يبين لنا الجدول الموضح أعلاه أن نسبة المبحوثين حسب الوظيفة التي يشغلونها بللمديرية، وهي بنسبة 89,65 موظف من جنس الذكور مما يؤكد ضرورة الوظيفة لهذا الجنس ، أما إطار سامي فنسبة 13,79 حاجة المؤسسة تفرض ذلك ، و 6,89% نفس الأمر للإطارات ، أما الإناث فنسبة الموظفين في جنس الأنثى أكثر ب 66,66 كذلك بعض الوظائف ضروري من

الاعتماد على جنس الأنتى كالاتقبال والإرشاد ، إطار ب 14,28 مما يؤكد بوجود تفاوت مع الذكور في ذلك .

المحور الثاني: مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة المديرية السياحة:

جدول رقم (06): اهتمام ومتابعة تكنولوجيا الاتصال الحديثة

النسبة %	التكرار	هل أنت مهتم بمتابعة تكنولوجيا الاتصال الحديثة ؟
80%	40	نعم
20%	10	لا
100%	50	المجموع

حسب الجدول المبين أعلاه يتضح لنا أن هنالك اهتمام كبير تكنولوجيا الاتصال و دورها بنسبة أما بنسبة الذين لا يهتمون % الفعال بمدرية السياحة و هذا ما أكد 40 مستوجب 80 وهي نسبة جيدة دليل على أهمية تكنولوجيا ت الإعلام والاتصال لدى كل فرد من أفراد المبحوثين ، أما من أجابوا ب لا فنقدر بنسبة 20 وهذا ربما يعود الى عدم وجود ضرورة تفرض عليهم في استخدام هاته التكنولوجيات وقد يعود السبب الى طبيعة العمل .

الجدول رقم (07): طبيعة الاتصالات التي تقوم بها المديرية

النسبة %	التكرار	ما طبيعة الاتصالات التي تقوم بها مديرتكم؟

26%	13	داخلية
18%	9	خارجية
56%	28	معا
100%	50	المجموع

من أفراد العينة أن طبيعية الاتصالات داخل يتضح من خلال رقم (07) أن نسبة 56 المديرية عملية مخطط من المنظمة ومفروضة نتيجة التغيرات الحاصلة في البيئة، أنها عملية مفروضة نتيجة التغيرات الحاصلة في البيئة المحيطة في حيث ، ويرى نسبة 26 فقط أن الاتصال يحدث داخلي وهذا ربما طبيعة العمل الموجود فرضت عليه ذلك في حين يرى نسبة 18% أنها عملية خارجية لأن ذلك يرتبط بالذي يقوم بأعمال خارج المؤسسة .

جدول رقم (08): وسائل الاتصالات المستخدمة في العمل بالنسبة للأفراد العينة

النسبة %	التكرار	العبارة
22%	11	جهاز الحاسوب
16%	10	لوحة الإعلانات
20%	8	الفاكس
12%	6	شبكة الانترنت
8%	4	التقرير
6%	3	الاجتماعات
	/	Intranet شبكة
	/	الانترنيت
16%	8	ixtranet شبكة الاكسترنات

		الهاتف
%100	50	المجموع

يوضح الجدول رقم (08) عدد وجود أي نسبة معلومة بمعنى أن كل الوسائل متوفرة و مستخدمة لمديرية السياحة ماعدا شبكة الانترنت والاكسترنيت تعد مستخدمة من طرف المديرية أما بالنسبة للنتائج فهي متباينة ويبين لنا الجدول أن وسائل الاتصال الحديثة لم تقضي على الوسائل الكلاسيكية.

فالتقدير يعد من أهم وسائل الاتصال بالمديرية بنسبة وتكرار والملاحظ أن جهاز الحاسوب أيضا يستخدم من طرف كل مفردات العينة وهذا مؤشر ايجابي ،أما بالنسبة لتكرار جهاز الحاسوب والنسبة كما يأتي استخدام كل من الفاكس بنسبة والهاتف.

جدول رقم (9): امتلاك عامل بمديرية السياحة لجهاز الحاسوب

النسبة %	التكرار	البيانات
%84	42	نعم
%16	8	لا
%100	50	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول أن 84% من عمال مديرية السياحة يمتلكون جهاز حاسوب وهذا ما يؤكد الحاجة المتعلقة بالعمل التي تفرض عليهم وجود هذه التجهيزات .

أما الفئة الذين لا يمتلكون جهاز حاسوب في مناصب عملهم في مكانهم 16% حسب نتائج المتحصل عليها وهذا ربما يعود لعدم حاجة هاته الفئة للتكنولوجيات الحديثة أو أن طبيعة العمل لا تفرض عليهم ذلك .

جدول رقم (10): درجة استخدام جهاز الحاسوب

النسبة %	التكرار	ما درجة استخدام لجهاز الحاسوب
16%	8	منخفضة
50%	25	متوسطة
34%	17	مرتفعة
100%	50	المجموع

إن التحكم في استخدام جهاز الحاسوب يعكس قوة أو ضعف استخدامه و تبين من الجدول أعلاه، ان 17 مفردة من مجموع 50 تتحكم في استخدام الحاسوب بصيغة مرتفعة وهذا يعود بطبيعية الحال يعود الشروط التي تفرضها المؤسسة أثناء التوظيف أو تخصيص تكوين . بينما تتحكم 25% في استخدام جهاز الحاسوب ربما بعدم حاجة العمل لذلك .. بصفة ضعيفة 16% ممكن هاته الفئة لا تزال تنظر عدم ضرورة هاته التكنولوجيات .

جدول رقم (11): جيل حاسوب الذي تستخدمه

النسبة %	التكرار	ما هو جيل الحاسوب الذي تستخدمه
----------	---------	--------------------------------

p1 الجيل الأول	5	%10
p2 الجيل الثاني	5	%10
P3 الجيل الثالث	9	%18
p4 الجيل الرابع	31	%62
المجموع	50	%100

الجدول رقم (11) بوضح بالنتائج أي صنف من جيل الحاسوب الذي يستخدمه الحاصل بمديريةالمرتبة الاولى بنسبة 62 % وفي يحتل p4 السياحة ، وبينت النسب أن الجيل الرابعبنسبة واحدةp2 و الثاني P1 بنسبة 18 % . أما الجيل الاول p3 المرتبة الثانية الجيل الثالث قدرت ب 10% .

الجدول رقم (12): وجود تكوين معلوماتية لعمال السياحة من عدمه

هل لديك تكوين في المعلوماتية	التكرار	النسبة
نعم	44	%88
لا	6	%12
المجموع	50	%100

يظهر من خلال الجدول رقم 12 ان نسبة التكوين في المعلوماتية حسب النتائج المحصل عليها 88% في المجال بينما 12% غير مكونين تشير هذه النسبة الى وجود مستوى قاعدي أساسي للعمال في المعلوماتية.

جدول رقم (13): مجالات استخدام جهاز الحاسوب

مجالات استخدام جهاز الحاسوب	التكرار	النسبة%
كتابة التقارير	17	%34
حفظ المعلومات	16	%32
تدوين جديد بالمدرية	8	%16

القيام بالإحصاءات	9	18%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (13) أن 34% من مقدرات العينة تستخدم جهاز الحاسوب في كتابة التقارير لأن العصرية فرضت ذلك . من جهة أخرى تستخدم لحفظ المعلومات ب 32% لأن تشمل على برامج تمكن من ذلك كاستخدام الأقراص المضغوطة ، ثم القيام بالإحصائيات ب 18% وهذا لامتلاك برامج الحساب spss ، و 16 تدوين جديد بالمديرية أي ما تحتاج من تدوين معلومات متعلقة بها .

جدول رقم (14): أنواع استعمالات الحاسوب بالمديرية

المجموع		الجنس				المتغير
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	ت	النسبة	ت	
18%	09	14,28%	03	20,68%	06	الاطلاع على قاعدة البيانات
26%	13	28,57%	06	24,13%	07	إرسال واستقبال الملفات عن طريق الشبكة الداخلية
36%	18	33,33%	07	37,93%	11	البحث في الأنترنت عن معلومات حول مجال عملك
08%	04	40,76%	01	10,34%	03	الاتصال بالزبائن أو الموردين عن طريق البريد الإلكتروني
12%	06	19,04%	04	06,89%	02	الاتصال بالزملاء في مختلف فروع المديرية عن طريق البريد الإلكتروني
100%	50	100%	21	100%	29	المجموع

يبين الجدول رقم (14) أن استعمالات الحاسوب التي يقوم بها عمال المديرية أن عمليات البحث في الانترنت عن معلومات تخص مجال العمل المرتبة الأولى ب 36% تليها إرسال واستقبال الملفات عن طريق الشبكة الداخلية ب 26% ثم الاطلاع على قاعدة البيانات بنسبة 18% والنسبة الأخير في الاتصال بالزملاء في مختلف فروع المديرية عن طريق البريد الإلكتروني . بنسبة 12% حسب ما يوضحه الجدول .

في حالة الإجابة ب استعانتكم بالأسلوب اليدوي هل يرجع ذلك إلى

النسبة	التكرار	البيانات
%34	17	طبيعة العمل تتطلب ذلك
%10	5	توقف الحاسوب عن العمل
%12	6	عدد اقتناعك بجدوى العمل بالحاسوب
%44	22	إعداد مسودات أولية
%100	50	المجموع

من خلال الجدول يتضح لنا أن هنالك نتائج متباينة بالاستعانة بالأسلوب اليدوي، فنرى أن أعلى نسبة برأي العمال تكون بأعداد مسودات أولوية بنسبة 44% ثم تليها طبيعة العمل التي تتطلب ذلك بنسبة 34% وفي ثالث مرتبة عدم الاقتناع بجدوى العمل الحاسوب 12% وآخر مرتبة تتوقف الحاسوب عن العمل بنسبة 10%

جدول رقم (15) يوضح مدى استعانة عمال المديرية بالأسلوب اليدوي:

النسبة	التكرار	مدى استعانة بالأسلوب اليدوي
%26	13	دائما
%26	13	حاليا
%38	19	أحيانا
%10	5	نادرا
%100	50	المجموع

إن كثرة الأعمال وتعقدها من اللجوء إلى الأسلوب الآلي ورغم ذلك يبقى اعتماد الأسلوب اليدوي في بعض الأحيان مقبول نظرا العجز الأسلوب الآلي في أمور مح ددة . ولهذا بصفة دائمة . وقدرت نسبة الذين يستعينون بيه نادرا % 10 فأن 13 مفردة بمعدل 26 ب 10% كما تستعين 13 مفردة غالبا أما أحيانا فنسبة الاستعانة بها 38%.

جدول رقم (16) يوضح لنا بوجود رابط الجهاز الحاسوب الانترنت للعمال بالمديرية

السياحة:

النسبة	التكرار	البيانات
%64	32	نعم
%36	18	لا
%100	50	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن أكثر مكاتب الإدارية مزودون بشبكة الانترنت وهذا باستجواب ل32 منفردة ب 64 % والنسبة غير مزودة بهذا الشبكة هم 36 %

جدول رقم (17): مدى استخدام شبكة الانترنت بالمديرية

المجموع		الجنس				المتغير
		أنثى		ذكر		
النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	
%58	29	%38,09	08	%72,41	21	دائما
%14	07	%14,28	03	%13,79	04	غالبا
%12	06	%19,04	04	%06,89	02	أحيانا
%16	08	%28,57	06	%06,89	02	نادرا
%100	50	%100	21	%100	29	المجموع

شبكة الانترنت وسيلة الاتصال ونقل المعلومات ظهرت حديثا وانتشر استخدامها بصورة مذهلة سبب طبيعتها الديناميكية و الجدول الموضح أعلاه بين أن 56 % من المبحوثين يستخدمون شبكة الانترنت. بينما أغلب الذين يستخدمون و الذين يستخدمونه أحيانا في المرتبة واحدة بنسبة 14 % ورغم ما توفره و ما تقدمه الانترنت من فوائد نسبة 10% من المبحوثين نادرا ما يستخدمونه.

جدول رقم (18) يوضح مجالات استخدام شبكة الانترنت:

النسبة	التكرار	مجالات استخدام شبكة الانترنت
%48	24	الحصول على المعلومات
%24	12	تبادل معلومات مع الآخرين
%20	10	نقل الملفات
%6	3	المحادثة
%2	1	الترفيه
%100	50	المجموع

الانترنت تعتبر وسيلة اتصال فعالة تربط المديرية بالمحيط الخارجي و يوضح جدول مبين أعلاه أن نسبة استغلال هذه الشبكة في الحصول على معلومة بنسبة مرتفعة تقدر ب 48% ذلك لأنها تعتبر أكبر مزود معلومات كما تستخدم لتبادل المعلومات مع الآخرين وهذا ما أجاب عنه 24 % وعادت نسبة نقل الملفات ويتم خصوصا عن طريق البريد الالكتروني بنسبة 20 % . أما المحادثة فقد أفدنا 3 مفردات بنسبة 6 % وتعود النسبة الأخيرة للترقية بمفورته واحدة ونسبة تقدر ب 2 %

جدول رقم (19): بين في حالة عدم استخدام استعماله للشبكة

النسبة	التكرار	أسباب عدم استعمال الانترنت
%26	13	لأنك تظن أنها غير مفيدة
%16	8	غير متاحة لك
%24	12	استخدامها مضيعة للوقت
%34	17	لا أحسن استخدامها
%100	50	المجموع

بين الجدول رقم (18) أن أعلى نسبة من غير المستخدمين لشبكة الانترنت و المقدره ب 34 % لا يجسنون استخدامها. ومن غير المستخدمين لها يظنون أنها غير مفيدة 26 % ونسبة الثالثة المقدره ب 24 % يرون أن استخدامها مضيعة للوقت ، فيما ترجع بنسبة 16 % من المبحوثين إلى عدم استخدامها في عدم توفر الوقت والكثرة الاشتغالات.

جدول رقم (20): يوضح أسباب رابط مصالحكم بالانترنت

النسبة	التكرار	ما أسباب رابط مصالحكم بالانترنت
18%	9	ضرورة في المعينات السياحية
30%	15	لأنها أصبحت ضرورة للتعامل مع العاملين في القطاع السياحي
22%	11	ترويج المنتجات السياحية
30%	15	مسايرة التطور التكنولوجي
100%	50	المجموع

بين لنا الجدول أن النسب متقاربة نوعا ما وله هدف واحد وهو الترويج السياحة تكنولوجيا الحديثة فأعلى نسبة في مسايرة للتطور التكنولوجيا. لأنها أصبحت ضرورة للتعامل مع العاملين في القطاع الصحي 30 % و النسبة ثانية هي الترويج للمنتجات السياحية بنسبة 22 % و النسبة الأخير 18 % أنها أصبحت ضرورة في المعينات السياحية.

جدول رقم (21): يوضح لنا بوجود صعوبات أثناء استخدامك تكنولوجيا الاتصال الحديثة

النسبة	التكرار	مواجهة صعوبات
30%	15	نعم
70%	35	لا
100%	50	المجموع

من الجدول الموضح رقم (21) أن 70% من المفردات العينة لأتواجه صعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بينما تواجه 30 % من مفردات العينة صعوبات في ذلك.

جدول رقم (22): يبين إذا كانت هنالك معرفة مسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لمديرية السياحة:

النسبة	التكرار	البيانات
--------	---------	----------

62%	31	نعم
38%	19	لا
100%	50	المجموع

يبين الجدول رقم (22) ان 62% من الباحثين كانت لديهم معرفة مسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لان اغلب الموظفين ذوي تكوين جامعي ولو انها تبقى غير كافية. بينما عن 38% من عدم معرفتهم المسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

جدول رقم (23): يبين كيف تم تحصيل ذلك

النسبة %	التكرار	البيانات
34%	17	عن طريق المديرية
66%	33	عن خارج المديرية
100%	50	المجموع

يبين الجدول أهم مصدر للمعرفة المسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث عبر عن ذلك بنسبة 66% من المستجوبين من خارج المديرية. اما بنسبة 34% عن طريق المديرية وهذا ما يدل على ان الموظفين اعتمدوا على انفسهم بالتكوين الذاتي وهذا يعتبر غير كافي وغير ممنهج لان استخدام الخاص بوسائل وبرامج يحتاج للتدريب على هذه البرامج.

جدول رقم (24): يبين الغرض من استعمال تكنولوجيا

النسب %	التكرار	البيانات
---------	---------	----------

48%	24	- تسهيل الاتصالات الإدارية - مديرية السياحة
28%	14	- التعريف بالمدرية
24%	12	- السياحة عبر شبكة الويب - إمكانية تطبيق التسويق - الإلكتروني السياحي
100%	50	المجموع

ينتج لنا من خلال الجدول ما يلي : إن أكبر نسبة كان الغرض استعمال تكنولوجيا الاتصال في تسهيل الاتصالات الإدارية لمديرية السياحة بنسبة 48%. أما النسبة الثانية فكانت تعريف لمديرية السياحة عبر شبكة الويب بنسبة 28%. أما النسبة الثالثة فكانت إمكانية تطبيق التسويق الإلكتروني السياحي بنسبة 24 %

جدول (25): يبين اهم حصص التدريبية للتحكم اكثر في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة

النسبة%	التكرار	البيانات
88%	44	نعم
12%	6	لا
100%	50	المجموع

تساهم الحصص التدريبية في مرونة قوة العمل من خلال تمكين الأفراد من التحكم في التكنولوجيا والتقنيات المتطورة. يوضح الجدول إن اغلب المبحوثين و المقدره نسبتهم ب 88% يستفيدون من الحصص التدريبية فيبلغ عددهم 12%

جدول رقم (26): يبين إذا كانت الإجابة بنعم كيف يتم ذلك

النسبة	التكرار	البيانات
--------	---------	----------

دورات تكوينية	44	%88
تربصات	6	%12
المجموع	50	%100

يوضح الجدول أعلاه أعلى نسبة هي التي تخص الدورات التكوينية بنسبة 88% أما بالنسبة للتربصات فقد كانت بنسبة 12% حسب الأفراد المستجوبين.

جدول رقم (27): يبين درجة التحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال بعد التدريب

النسبة %	التكرار	ما درجة استخدامك لتكنولوجيا الاتصال بعد التدريب
%34	17	جيدة
%58	29	متوسطة
%8	4	ضعيفة
% 100	50	المجموع

تشير البيانات الإحصائية من خلال الجدول أعلاه أن التحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بدرجة متوسطة بعد التكوين قدرت ب 58% بينما بلغت نسبة الذين يستخدمونه بصورة جيدة 34%. أما النسبة الأخيرة وهي فئة ضعيفة والتي قدرت ب 8%.

المحور الثالث : أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على مستوى أداء العمال بمديرية السياحة

جدول رقم (28): يبين اثر التجديد الذي أدخلته تكنولوجيا الاتصال في شكل العمل بالمديرية لديك

النسبة %	التكرار	البيانات
74	37	كثيرا
18	9	قليلا
8	4	لا
%100	50	المجموع

تشير البيانات الإحصائية في الجدول أعلاه أن نسبة 74 % من المبحوثين أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أحدثت تجديدا وتغيرا على شكل العمل بالمديرية . أما الفئة الثانية والتي أنها حاولت التجديد قليلا بنسبة 18 % أما الفئة الأخيرة فكانت النسبة 8 %

جدول رقم (29): يبين نمط التغيير الذي حدث بالمديرية بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال

النسبة	التكرار	نمط التغيير بعد إدخال تكنولوجيا
24	12	تحسين أساليب العمل نحو الأفضل
28	14	تحسين الأداء
48	24	سرعة إتمام المهام
100	50	المجموع

يبين الجدول التالي أن نسبة 48% من المبحوثين أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أحدثت تجديدا على مستوى سرعة المعابر .

- أما النمط الثاني فكان في تحسين الأداء بنسبة 28 % أما نسبة 24% فكانت تدور حول تحسين أساليب العمل نحو الأفضل.

جدول رقم (30): يبين مساهمة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الاتصال داخل مديرية السياحة

النسبة	التكرار	مساهمة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الاتصال داخل مديرية السياحة
58	29	شكل جيد
40	20	متوسط
02	01	ضعيف
% 100	50	المجموع

إن خاصية السرعة في الأداء التي تتميز بها التقنيات الاتصالية الحديثة أدت في إحدى صورها إلى تحسين الأداء بين الوحدات الإدارية للمديرية وهذا ما تؤكدته معطيات الجدول المبين أعلاه إذ يرى 58% من المبحوثين أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهمت بشكل جيد في تحسين طرق وأساليب الاتصال الداخلي. وبدرجة 40% متوسطة لأن الاتصال الداخلي ينشأ على طرق أخرى وبدرجة 2% من المستجوبين يرون أنها ضعيفة تكاد تنعدم هذه النسبة .

جدول رقم(31): يبين أنها إذا حسنت الاتصال داخل المديرية كيف ذلك

النسبة	التكرار	البيانات
4	02	سرعة تناول المعلومة
22	11	سرعة وصول المعلومة
38	19	سهولة الاتصال بين الموظفين
36	18	قضت على عوائق الاتصال

المجموع	50	% 100
---------	----	-------

يتضح لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه أن نسبة 38% من الموافقين على أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسنت الاتصال الداخلي ويرون أنها استطاعت تحقيق ذلك عن طريق سهولة الاتصال بين الموظفين 36% من المبحوثين يرون أن تكنولوجيا الاتصال حسنت الاتصال الداخلي وأنها قضت على عوائق الاتصال 22% من المبحوثين الذين يرون أن تكنولوجيا حسنت الاتصال الداخلي وخاصة أنها تتبع المشاركة في الملفات وسرعة وصولها، أما النسبة الأخيرة فكانت 4% وهذا أفادنا به المبحوثين بتداول المعلومة.

جدول رقم (32): يبين زيادة تكنولوجيا الاتصال في تفعيل الاتصال الخارجي

البيانات	التكرار	النسبة
شكل جيد	21	21
متوسط	28	56
ضعيف	01	02
المجموع	50	100

الجدول يوضح ان 56% من المبحوثين ان تكنولوجيا الاتصال تزيد من تفعيل الاتصال الخارجي للمؤسسة وهذا نظرا لقدرة اتساع وشمول بعض الوسائل كالانترنت أو استخدام بعض الرسائل القصيرة عبر الهاتف النقال ، أما بشكل جيد فتقدر ب 21% وهذا ربما لإرجاعها لأسباب أخرى كالاتصال المباشر، والذي أجابوا ب 02 % فهي نسبة ضعيفة تكاد تنعدم .

جدول (33): فعلت الاتصال الخارجي كيف ذلك

النسبة	التكرار	البيانات
04%	02	التعريف بالمديرية وتفصيلها بصورة أكبر
24%	12	تحسين صورة المديرية
36%	18	استقطاب السواح من مختلف الأنحاء
26%	13	ربط مديرية السياحة بالجمهور الخارجي
10%	05	تسهيل الاتصال بالمؤشرات الأخرى
100%	50	المجموع

تعد تكنولوجيا الاتصال من أهم القنوات الحديثة لتحسين صورة المديرية لدى الزبائن والمتعاملين بعدما كانت تستعمل طرق تقليدية كالمعارض ، الإعلانات، والصور، هذا ما يراه 36% من المبحوثين الذين وافقوا على أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسنت الاتصال الخارجي، كما أنها زادت من المبحوثين وذلك خاصة عن طريق موقعها الإلكتروني (www.....) (والذي يضم معلومات حول السياحة. 24% فهي من المبحوثين الذين يرون ذلك في تحسين صورة المديرية وتعود بنسبة 10% في تسهيل الاتصال بالمؤسسات الأخرى ونسبة الأخيرة حسب أفراد العينة 4% التعريف بالمديرية ومعاملتها بصورة أكبر.

جدول (34): هل تعتقد أن تكنولوجيا الاتصال استطاعت تحسين مردودية النشاط السياحي

النسبة	التكرار	البيانات
24	21	جيدة
52	26	متوسط
6	03	ضعيفة
100	50	المجموع

حسب الجدول الموضح فان 26 من أفراد العينة يرون أنها استطاعت تحسين مردودية النشاط السياحي بمعدل 52% أكثر من النصف يرون بأنها متوسطة ربما يعيدونه لأسباب أخرى أما بالنسبة لأفراد العينة الثانية فيرى 21 منهم بمعدل 24% أنها حسنت بشكل جيد وهذا لنظرتهم لدور التكنولوجيات ما تحققه من نجاحات ، أما الفئة الأخيرة فيرى 6% من المستجوبين وهي الفئة الضعيفة أنها حسنت بدرجة النشاط السياحي قد تعود أسباب نظرتهم هذه إلى لعدم استخدام هذه التكنولوجيات.

جدول رقم (35): في حالة استطاعت تكنولوجيا الاتصال في تحسين إنتاجية العمل

فهل يعود ذلك الى:

النسبة	التكرار	البيانات
24	12	زيادة الدقة في الأداء
22	11	السرعة في الأداء
24	12	الرفع من كفاءة العمل
30	15	سهولة الوصول إلى الزبون وإرضائه
100	50	المجموع

ساهمت تكنولوجيا الاتصال في تحسين إنتاجية العمل وجودتها عن طريق أساليب جديدة تتم بفعالية وكفاءة، ومن خلال الموضح يرى 30% من المبحوثين سهولة الوصول إلى زبون وإرضائه وهذا أهم ما تريد الوصول إليه مديرية السياحة في حين يرى 24% من كل زيادة الدقة في الآراء والرفع من كفاءة العمل حسب المبحوثين المستجوبين والسرعة في الآراء بنسبة 22% نتيجة الشمولية والتطور والدقة التي تعتمد عليها هاته التكنولوجيات .

المحور الرابع: تكنولوجيا الاتصال في تفعيل السياحة بالمديرية:

جدول رقم (36): اهتمام المسؤولين تكنولوجيا الاتصال داخل المديرية في الترويج للسياحة

المجموع		الجنس				المتغير
		انثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	ت	النسبة	ت	
90%	45	85,71%	18	93,10%	27	نعم
10%	05	14,28%	03	06,89%	02	لا
100%	50	100%	21	100%	29	المجموع

يوضح الجدول رقم (36) أن 93,10% من مفردات العينة ذكور يوافقون على فكرة ان تكنولوجيا الاتصال تساهم في ترويج للخدمات السياحية أما الإناث فتقدر ب 85,71% مما يؤكد نظرة الذكور أكثر من الإناث في حين أن الإجابة ب لا فهي عند الإناث أكثر من الذكور بنسبة 14,28% و 06,89% قد تعود الى طبيعة الاختلاف الى تعدد وجهات النظر .

جدول رقم (37): مساعدة الموقع الالكتروني الخاص بالمديرية بتعزيز النشاط
السياحي

النسبة	التكرار	البيانات
90	45	نعم
10	5	لا
100	50	المجموع

يساعد الموقع الالكتروني الخاص بالمديرية لتعزيز النشاط السياحي.... WWW ، والذي يضم معلومات وهذا بدوره يساهم في ربط المديرية بالجمهور الخارجي خاصة عن طريق فضاء الزبون الذي خصصت فيه المديرية بريدا الكترونيا لتبادل الانشغالات 90% من المبحوثين يوافقون على ذلك نظرا لاعتباره النقطة التي تصل بين الزبون والمؤسسة ،10% ترجعا لوسائل أخرى كرقم الهاتف أو الاشهارات التي تقوم بها عبر وسائل الإعلام.

جدول رقم(38): مساهمة تكنولوجيا الاتصال لدى مديريتكم في دعم وتسويق السياحة
الداخلية

النسبة	التكرار	البيانات
94	47	نعم
6	3	لا
100	50	المجموع

تساهم تكنولوجيا الاتصال في دعم و تسويق السياحة الداخلية لمحاولة شرح ووضع خطط واضحة وإستراتيجية فعالة لتنميتها وترويجها وتطويرها . كما يرى 94% في مساهمة التكنولوجيا في دعم وتسويق السيادة الداخلية لأن السياحة شركة تحتاج الى التسويق في أداء مهامها ، في حين يرى 6% من المبحوثين عدم فعالية تكنولوجيا الاتصال. وهي نسبة قليلة قد تجعل أهمية ذلك .

جدول رقم(39): عن طريق أي الوسائل الاتصالية تتلقى مهامك

النسبة	التكرار	البيانات
16	8	البريد الالكتروني
20	10	التكليف الكتابي
64	32	الاتصال المباشر
100	50	المجموع

يهدف هذا الجدول إلى معرفة عن طريق أي الوسائل الاتصالية فيتلقى العمال بالمديرية مهامهم وكما يبدو من النتائج فان نسبة 64% الاتصال المباشر وهذا نظرا لأهمية هذا النوع من الاتصال لأنه يربط الطرفين ببعضهم البعض ، نسبة 20% التكليف الكتابي وإعطاء الأوامر بوثائق إدارية وهذا يعني ضرورة الاعتماد على الوثيقة مهم . بينما يكلف 16% بالبريد الالكتروني وللإجابة عن انشغالات الزبائن وهذا يتطلب بعد المسافة لذا يمكن تسهيل الاعمال الكاملة عن طريق البريد .

جدول رقم (40): في رأيك ما هي أنجح الطرق للترويج للخدمات السياحية بالمنطقة

النسبة	التكرار	البيانات
24	12	وضع مطويات وملصقات للتعريف بها
24	12	المشاركة في المعارض الداخلية والخارجية

52	26	دليل خاص بالمنطقة
100	50	المجموع

شهدت الحركة السياحية ديناميكية هائلة انعكست على جميع أشكالها و ذلك بمساهمة تكنولوجيا الاتصال ، فدليل الخاص بالمنطقة حسب المبحوثين يمثل 52% وهذا نظرا لتمكنه من المعلومة المتعلقة بالمنطقة في حين النسب متساوية للمطويات والمشاركة في المعارض الداخلية والخارجية حسب المبحوثين وهذا ربما يعود الى عدم قدرة استيعاب المتلقي للمعلومة من خلال المطويات والمشاركة في المعارض .

جدول رقم (41): يمثل تقييم لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لمديية السياحة

النسب	التكرار	البيانات
18	9	جيد
74	37	متوسط
8	4	ضعيف
100	50	المجموع

نلاحظ من الجدول رقم (41) إن نسبة 74% لا يرون من الفئة المتوسطة إن تكنولوجيا الاتصال تساهم في تفعيل السياحة وهي وسيلة لزيادة تفعيلها بشكل عصري . في حين يرى 18% من فئة محدودة لكن يجب إعداد إستراتيجية تقديمه كاملة لواقع السياحة .

نتائج الدراسة:

أظهرت الدراسة أن تكنولوجيا الاتصال من بين الوسائل الحديثة التي تعتمد عليها المؤسسات في تحقيق التواصل تعتبر هذه الفرضية صحيحة وذلك من خلال استخدام الخدمات التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات والاتصال في وسائل الإعلام بفضل الإخراج الجيد للمطويات ومزج الألوان وكذا الديناميكية في الإعلان الإلكتروني والتوسيع في المجال الإعلام المسموع .

أظهرت الدراسة أن المؤسسة السياحية لمدينة الاغواط تعتمد على تكنولوجيا الاتصال من خلال استراتيجيات وضعتها لتطوير نفسها ومنشاتها.

بالرجوع إلى الفصل الثاني بالضبط إلى الخدمات التي تقدمها الانترنت وكذلك في الإطار الميداني تتأكد صحة الفرضية.

أظهرت الدراسة تكنولوجيا الاتصال من أهم ما تعتمد عليه الجزائر في إدراج سياستها لدى الأجانب، وتسمح تكنولوجيا الاتصال بالتعريف أكثر بمديرية السياحة والترويج لمنتجاتها السياحية، وفي مقدمتها شبكة الانترنت التي تعتبر نوع جديد من الأسواق وهي الأسواق الافتراضية، فهي بالتأكيد تساعد على فتح المجال للسياحة في الجزائر.

أظهرت الدراسة أن السياحة تعد كبديل لإنعاش الاقتصاد الوطني يتبين لنا من خلال الدراسة إن السياحة تعد كبديل لإنعاش الاقتصاد الوطني، فتأثر وتتأثر بالشكل الذي ينعكس إيجابا في القدرة على تشجيع السياحة وتحفيز القائمين على هذا المجال باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

أظهرت الدراسة أن استعمال مديرية السياحة لوسائل الاتصال الحديثة إلى تدعيم الروابط مع الشركاء والمحيط الداخلي والخارجي للمديرية.

المبحث الرابع : إستراتيجية عمل مديرية السياحة لولاية الاغواط وأهمية تكنولوجيا الاتصال في تفعيل السياحة بالولاية.

1- المقابلة رقم (01):¹⁶⁸

البيانات الشخصية:

الاسم واللقب: بن جمعة مصطفى

الجنس: ذكر

الوظيفة: مفتش في مديرية السياحة لولاية الاغواط

الاقدمية: 05 سنوات.

مضمون المقابلة:

1- هل للمؤسسة موقع الكتروني وصفحة تواصل اجتماعي؟

❖ نعم يوجد بريد الكتروني dta-laghouat@yahoo.com، وصفحة تواصل

اجتماعي DTAlaghouatdtalaghouat.

2- كيف يعتمد موظفي مديرية السياحة على تكنولوجيا الاتصال في أداء مهامهم؟

¹⁶⁸ مقابلة مع بن جمعة مصطفى، مفتش في مديرية السياحة لولاية الأغواط، يوم: 2016.05.01 على الساعة:

.11:00

❖ من جانب اتصالي خاصة في التواصل مع الوزارة عن طريق البريد الالكتروني.

3- كيف تفسرون دور تكنولوجيا الاتصال في أداء الإشهار السياحي؟

❖ يساعد على الإشهار بطريقة سهلة وبسرعة فائقة.

4- هل تتعاملون مع إذاعة الاغواط الجهوية في تقديم ومضاتكم الاشهارية المتعلقة بالسياحة المحلية للولاية؟

❖ نعم، هناك تعامل مع الإذاعة الجهوية للولاية، وخاصة في الأيام والتظاهرات السياحية.

5- إذا كانت هناك برامج سياحية عبر الإذاعة الجهوية للولاية، هل ترونها كافية؟.

❖ لا ، بالتأكيد غير كافية.

6- هل تتعاملون مع التلفزيون الوطني في التعريف بالسياحة المحلية لولاية الاغواط؟.

❖ نعم، بالتأكيد خاصة في الأشرطة الوثائقية التي تخص السياحة الدينية،"خاصة الزاوية التيجانية".

7- هل تساهم السياحة المحلية في ولاية الاغواط في دعم الاقتصاد المحلي للولاية؟.

❖ بالتأكيد، نعم مثل: التشغيل والعمل الصعبة... الخ.

8- هل هناك جوائز تحفيزية لوسائل الإعلام المساهمة في القطاع السياحي للولاية؟.

❖ لا، لا توجد جوائز تحفيزية.

9- ما هي العلاقات التي تربطكم بالقطاعات الأخرى، أهمها البيئة، البلدية؟

❖ التنسيق في الزيارات الرسمية- التظاهرات السياحية- التظاهرات الدينية والوطنية والمحلية.

10- هل تعتمدون على قوانين صارمة في الحفاظ على المناطق السياحية بالولاية؟

❖ لا توجد لدينا صلاحيات من قبل هذا المجال فهي من صلاحيات مديرية الثقافة وبالأخص مصلحة الآثار هي التي لها الدور الكبير.

11- هل تتعاملون مع شركات الهاتف النقال في تقديم إشهاركم السياحي؟

❖ لا يوجد تعامل بين مديرية السياحة وشركات الهاتف النقال.

12- كيف تقيمون نشاط السياحة بالولاية؟

❖ نحو الأفضل، ويتجلى ذلك:

❖ في المقر الجديد، التوظيف، زيادة عدد السواح، زيادة الوكالات السياحية، زيادة الفنادق

13- ما هي المعوقات التي تواجهونها؟

❖ نقص الثقافة السياحية لدى المواطنين.

❖ انعدام الثقافة في الاستثمار السياحي.

14- ما هي الاقتراحات الممكنة التي تقدمونها؟

❖ ربط الجامعة بمديرية السياحة.

❖ النهوض بالقطاع السياحي، وذلك لإيجاد بديل للخروج من اقتصاد المحروقات.

❖ الحث على ترسيخ الثقافة السياحية لدى المواطنين.

❖ تقديم دعوة للمستثمرين للتوجه إلى الاستثمار السياحي المحلي¹⁶⁹.

2- المقابلة رقم (02):¹⁷⁰

¹⁶⁹مقابلة مع بن جمعة مصطفى، مفتش في مديرية السياحة لولاية الأغواط، يوم: 2016.05.01 على الساعة:

.11:00

البيانات الشخصية:

الاسم واللقب: علالي كريمة

الجنس: أنثى

الوظيفة: مفتشة في مديرية السياحة لولاية الأغواط

الاقدمية: 03 سنوات.

مضمون المقابلة:

1- هل للمؤسسة موقع الكتروني وصفحة تواصل اجتماعي؟

❖ نعم يوجد بريد الكتروني dta-laghouat@yahoo.com وصفحة تواصل اجتماعي DTAlaghouatdtalaghouat.

2- كيف يعتمد موظفي مديرية السياحة على تكنولوجيا الاتصال في أداء مهامهم؟

❖ نعمتد عليها في التسريع في العمل وتسهيل تداول المعلومة بين الإدارات سواء داخل محيط الولاية أو خارجه.

3- كيف تفسرون دور تكنولوجيا الاتصال في أداء الإشهار السياحي؟

❖ الإشهار السياحي عن طريق الدليل السياحي المعد من طرف المديرية-الخريطة السياحية- الأقراص المضغوطة التي تحتوي على أفلام فيديو للمواقع السياحية المتواجدة بالولاية، إلا أن الدور الأساسي للإشهار يقع على عاتق الوكالات السياحية.

4- هل تتعاملون مع إذاعة الاغواط الجهوية في تقديم ومضاتكم الاشهارية المتعلقة بالسياحة المحلية للولاية؟

¹⁷⁰ مقابلة مع علالي كريمة، مفتشة في مديرية السياحة لولاية الأغواط، يوم: 2016.05.01 على الساعة:

❖ نعم لدينا عدة حصص مسجلة على مستوى إذاعة الاغواط للتعريف بالمنتوج السياحي للولاية.

5- إذا كانت هناك برامج سياحية عبر الإذاعة المحلية، هل ترونها كافية؟.

❖ لا، ليست كافية لأن السياحة اليوم أصبحت القطاع البديل المعتمد عليه من أجل النهوض بالاقتصاد الوطني.

6- هل تتعاملون مع التلفزيون الوطني في التعريف بالسياحة المحلية لولاية الاغواط؟.

❖ نعم، سجلت مصالح المديرية عدة حصص وريپورتاجات مع عدة قنوات تم فيها الحث والتعريف بأهم المناطق التي تحتوي على مناظر خلابة وموروث ثقافي، كمنطقة الغيشة، كاف الملح، بخدش، عين ماضي، سد تاجموت، سيدي مخلوف... الخ.

7- هل تساهم السياحة المحلية بولاية الاغواط في دعم الاقتصاد المحلي للولاية؟.

❖ لم يصل بعد مستوى السياحة المحلية للمساهمة في دعم الاقتصاد المحلي للولاية لكن للصناعة التقليدية التي تمتاز بها الولاية دور في ذلك.

8- هل هناك جوائز تحفيزية لوسائل الإعلام المساهمة في القطاع السياحي للولاية؟.

❖ لا يوجد، لكن بدار الصناعة التقليدية والحرف لديها جوائز تحفيزية ومسابقات.

9- ما هي العلاقات التي تربطكم بالقطاعات الأخرى، أهمها البيئية، البلدية؟

❖ هذه المديرية تعمل معها بالتنسيق من أجل تسهيل الإجراءات الإدارية للمستثمرين في المجال السياحي وكذا الفنادق والوكالات.

10- هل تعتمدون على قوانين صارمة في الحفاظ على المناطق السياحية بالولاية؟

❖ هناك قوانين مسطرة من طرف الوزارة المكلفة وليس من طرف المديرية وهناك جهات خاصة تعمل على تطبيقها.

11- هل تتعاملون مع شركات الهاتف النقال في تقديم إشهاركم السياحي؟

❖ لا نتعامل مع شركات الهاتف النقال.

12- كيف تقيمون نشاط السياحة بالولاية؟

❖ لدينا اليوم العالمي للسياحة، اليوم الوطني للسياحة، الربيع الصحراوي، الربيع الاغواطي، الصالون الدولي للسياحة والأسفار.

13- ما هي المعوقات التي تواجهونها؟

❖ العجز الكمي والنوعي لهياكل الإيواء، ضعف الاستغلال للمرافق الثقافية، نقص المساهمات الجموعية، نقص وسائل النقل وخدماته.

14- ما هي الاقتراحات الممكنة التي تقدمونها؟

❖ تنمية العلاقات بين كل القطاعات.

❖ استقطاب المستثمرين المحليين والأجانب.

❖ الاهتمام بالموارد البشرية، بإنشاء مراكز ومعاهد لتكوين متخصصين في الميدان السياحي.

❖ إنشاء متاحف.

❖ التنسيق بين مديرية الثقافة ومديرية السياحة¹⁷¹.

3- المقابلة رقم (03):¹⁷²

البيانات الشخصية:

الاسم واللقب: مكي محمد

¹⁷¹ مقابلة مع علالي كريمة، مفتشة في مديرية السياحة لولاية الأغواط، يوم: 2016.05.01 على الساعة:

14:00.

¹⁷² مقابلة مع مكي محمد، متصرف بمديرية السياحة لولاية الأغواط، يوم: 2016.05.02 على الساعة: 10:00.

الجنس: ذكر

الوظيفة: متصرف بمديرية السياحة لولاية الأغواط.

الإقامة: 05 سنوات.

مضمون المقابلة:

1- هل للمؤسسة موقع الكتروني وصفحة تواصل اجتماعي؟

❖ نعم يوجد بريد الكتروني dta-laghouat@yahoo.com وصفحة تواصل اجتماعي DTAlaghouatdtalaghouat.

2- كيف يعتمد موظفي مديرية السياحة على تكنولوجيا الاتصال في أداء مهامهم؟

❖ يعتمد عليها بشكل نسبي في أداء المهام من خلال حصرها في بعض المكاتب مثل؛ مكتب المفتشين.

3- كيف تفسرون دور تكنولوجيا الاتصال في أداء الإشهار السياحي؟

❖ تلعب تكنولوجيا الاتصال دورا مهما وأساسيا في أداء الإشهار السياحي من خلال التعريف بالمناطق السياحية وإبراز أهم المعالم السياحية وتحديد أماكن تواجد الهياكل السياحية مثل؛ الفنادق، المطاعم...الخ.

4- هل تتعاملون مع إذاعة الاغواط الجهوية في تقديم ومضاتكم الاشهارية المتعلقة بالسياحة المحلية للولاية؟

❖ لا.

5- إذا كانت هناك برامج سياحية عبر الإذاعة الجهوية، هل ترونها كافية؟.

❖ لا.

6- هل تتعاملون مع التلفزيون الوطني في التعريف بالسياحة المحلية لولاية الاغواط؟.

❖ نادرا.

7- هل تساهم السياحة المحلية بولاية الأغواط في دعم الاقتصاد المحلي للولاية؟.

❖ بشكل نسبي.

8- هل هناك جوائز تحفيزية لوسائل الإعلام المساهمة في القطاع السياحي للولاية؟.

❖ لا يوجد هذا النوع من المبادرات.

9- ما هي العلاقات التي تربطكم بالقطاعات الأخرى، أهمها البيئة، البلدية؟

❖ علاقات إدارية لتسهيل عمل المديرية والمستثمرين.

10- هل تعتمدون على قوانين صارمة في الحفاظ على المناطق السياحية بالولاية؟

❖ هناك قوانين لكن ليست من صلاحيات المديرية.

11- هل تتعاملون مع شركات الهاتف النقال في تقديم إشهاركم السياحي؟

❖ لا نتعامل مع شركات الهاتف النقال.

12- كيف تقيمون نشاط السياحة بالولاية؟

❖ في تحسن مستمر وتقدم واضح.

13- ما هي المعوقات التي تواجهونها؟

❖ نقص الثقافة السياحية لدى المواطن.

❖ عدم ارتقاء السياحة إلى المستوى المطلوب في البلاد.

14- ما هي الاقتراحات الممكنة التي تقدمونها؟

❖ الاهتمام أكثر بقطاع السياحة ومنحه الأولوية¹⁷³.

¹⁷³مقابلة مع مكي محمد، متصرف بمديرية السياحة لولاية الأغواط، يوم: 2016.05.02 على الساعة: 10:00.

تحليل المقابلة:

تقييم نتائج دراسة حالة بمديرية السياحة:

بناء على مختلف المعلومات المحصل عليها من دراستنا بمديرية السياحة بالاغواط سواء من خلال المقابلة او الملاحظة وبعد تحليل المعلومات تم التوصل إلى مجموعة من النتائج:

أولاً: الجدير بالذكر وهو أن كل المبحوثين كانت تتوفر لديهم خلفية لا بأس بها تتجلى في فهمهم لجل الأسئلة المطروحة و الإجابة عليها بقدر المعلومات التي كانت يهمنها الحصول عليها و هذا ما يدل على وعي كل منهم بمهامه و الخبرة المكتسبة خلال المشوار المهني

إنأول ما يمكن استنتاجه من خلال زيارتنا للمديرية و دراس نتا المسقطة أن المديرية تولي اهتماما كبيرا للسياح أو الزبائن وتسعى جاهدة للحفاظ على وفائهم لها ورضاهم وهذا نابع من طبيعة نشاط المديرية في حد ذاته وبالإضافة إلى ما سبق فان وجود المديرية في مستوى واحد مع باقي المؤسسات الأخرى يعكس الأهمية البالغة للجانب التسويقي.

وبالنسبة لجهاز العلاقات العامة فلا توجد خلية أو جهاز خاص به وإنما النشاطات التي تقوم بها المديرية إزاء المجتمع الداخلي والخارجي لها تأثير فيه وتتأثر به تأكيد على وجود هذا النوع من العلاقات وتتعدد هذه النشاطات من مشاركة في المعارض الوطنية والدولية ورعاية التظاهرات المهنية والعلمية ضف إلى ذلك حرصها على الاهتمام بالجمهور الداخلي (العمال) والخارجي العملاء والهيئات العمومية وبهذا التنوع تكون قد رسمت لنفسها صورة حسنة في أوساط المجتمع الذي تنشط فيه مما يساعدها على كسب ثقة زبائنها.

وبداية من إدخال تكنولوجيا الاتصال بمديرية السياحة لدليل على مدى وعي ويقظة مسؤوليها بالتطورات الحاصلة في المجال التكنولوجي والدور المتنامي لها في التأثير على المجالات الأخرى وخصوصا المجال الاقتصادي لذلك سارعت المديرية في إدماج بعض

التكنولوجيات التي من شأنها تطوير نشاطاتها وعصرنة أعمالها بما يحقق الأهداف العامة لها وفي هذا الإطار تم إنشاء موقع الكتروني خاص بمديرية السياحة وكذا البريد الالكتروني وهذا لا يعني التخلي عن الأدوات الأخرى كالهاتف والفاكس وغيرها من التجهيزات المكتبية والإدارية ووفقا لدراستنا فقد أسهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير الاتصال داخل المديرية في حد ذاتها وتجلى ذلك في:

- ادماج تكنولوجيا الاتصال في الترويج للسياحة من خلال الاعلان الالكتروني المتواجد عبر موقع المديرية

- الاستفادة من الخدمات المعلوماتية مثل المطوية الالكترونية ولقد ساعد إنشاء الموقع الالكتروني للمديرية على تسهيل أعمالها وتحديث وتطوير نشاطاتها من خلال: شبكة الانترنت بالنسبة للمديرية إذ تعتبر بنك للمعلومات وكذلك من خلال طبيعة نشاطها بغية اكتساب الخبرات والبحث عن مصادر للتطوير.

- تمثل الانترنت فرصة للمديرية للتعريف بها أكثر عبر موقعها عن طريق التصفح والاطلاع على عروض الأعمال والمناقصات عبر المواقع الخاصة بهذا المجال.
- إزالة الحواجز الجغرافية وفتح الحدود للتعريف أكثر بالمديرية والترويج للمنطقة على الصعيد الوطني والدولي.

- تساعد شبكة الانترنت في القيام بالأعمال الروتينية للمديرية وخاصة لدى الوكالات السياحية كحجم الذاكر عند السفر وتحويل الأموال.
- كما يساهم البريد الالكتروني للمديرية في رفع الحواجز الإدارية والإجراءات البيروقراطية ويتجلى ذلك بالسرعة في إيصال انشغالات واهتمامات السياح لتلبية احتياجاتهم في وقت قصير بالإضافة إلى التغذية العكسية المتعلقة بالاعتراضات وانتقادات السواح وهذا ما يندرج ضمن التسويق التفاعلي.

آفاق وطموحات المديرية:

تطمح مديرية السياحة بولاية الاغواط بشكل كبير إلى تعزيز مكانتها وهذا ما يسمح باكتساب الخبرة وفتح المجال أمام التكنولوجيا.

من خلال مقابلاتنا التي قمنا بإجرائها لاحظنا من خلال الأجوبة المقدمة من طرف
إطارات مديرية السياحة لولاية الاغواط، أن المديرية تقوم بدور فعال في الربط بين
مختلف المصالح والتنسيق بين مختلف المديريات للقيام بالنشاطات والتظاهرات وأن عمل
المديرية لا يقوم على الإشهار السياحي فهو ليس من صلاحيات المديرية، وأنها تعتمد
على تكنولوجيا الاتصال التي تؤدي دورا فعالا في عمل المديرية لكن بطريقة نسبية فقط،
لم تلقى بعد إلى المستوى المطلوب فتطمح مديرية السياحة بولاية الاغواط بشكل كبير إلى
تعزيز مكانتها وهذا ما يسمح باكتساب الخبرة و فتح المجال أمام تكنولوجيا ومواكبة
التطورات الراهنة

الغائبة

الخاتمة:

نستنتج مما سبق أن تكنولوجيات الإعلام والاتصال دور فعال في تسير قطاع السياح بل الأكثر من ذلك أن لها أهمية كبر تبرز من خلال تطوير نشاطات السياحة وتسهيل عملية التعرف للمواطن على المناطق السياحية التي تتميز بها الجزائر ، وهذا ما تقوم به الوسائل التقليدية كالتلفزيون نظرا لتمييزه بخصائص أكثر تأثيرا على كل شرائح المجتمع ، وخاصة أنه يربط بين الصوت والصورة أما الراديو فبطبيعة الحال ، فهو الأكثر انتشارا وأصالة وقدا من أي وسيلة فمن بين خصائصه انه يعتمد على السماع واستخدامه لتخيل المكان أو الحدث وعند وصولا إلى عصر الحداثة أكثر على مستوى الوسائل التكنولوجية وخاصة عند ظهور الشبكة العنكبوتية أصبح بإمكان الشخص الإبحار أكثر الأماكن السياحية وطلب التعرف عليها في وقت دون التقيد بذلك فمثلا سكان منطقة في العالم عند رغبتهم في التعرف على اكبر الصحاري في العالم أو القصور التاريخية فإن الشبكة الدولية تمكنهم من الحصول على العديد من الاختيارات دون عناء هذا من جهة، أما من الجانب الأخر فإن لتكنولوجيات الإعلام والاتصال مكانة مهمة عند الموظفين في قطاع السياحة وخاصة عند أداء مهامهم الداخلية والخارجية إذا نقول في الأخير لا يمكن أن يكتمل دور هذه التكنولوجيات بدون وجود العامل البشري.

التوصيات

التوصيات

الاقتراحات والاستنتاجات المقدمة في المجال السياحي:

نظرا للتحويلات الاقتصادية التي تعيشها الجزائر على غرار دول العالم وبناءا على الدراسة النظرية والميدانية التي تضمنها البحث والنتائج السابقة يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التالية:

- إيلاء أهمية أكبر للاتصال في المديرية خاصة وأنها ذات طبيعة خدمتية.
- استقطاب وتعيين أفراد مختصين وذوي كفاءات للقيام بأنشطة الاتصال في المديرية
- العمل على انتهاز أساليب علمية في تسيير العملية الترويجية عموما والتحكم الجيد في استخدام التكنولوجيا الاتصالية .
- القيام بعملية تكميم الأهداف خاصة للتمكن من تقديم .
- ربط أهداف الاتصال بالأهداف العامة للمديرية .
- ضرورة إعداد إستراتيجية سياحية شاملة واضحة المعالم تقوم على تشجيع الاستثمار السياحي وعصرنة المنظومة التكوينية في المجال السياحي وكذلك العمل بالتخطيط والتسويق السياحيين للتعريف بالمنتوج السياحي الجزائري.
- الاهتمام بقطاع السياحة واعتباره من أولويات عمل برنامج الحكومة.
- إعادة تفعيل وتنشيط مهام الوكالات السياحية.
- تحسين صورة السياحة في الجزائر دوليا والسياحة المحلية مثل ولاية الاغواط من خلال تنظيم الملتقيات والمعارض واستغلال كافة وسائل الاتصال وخاصة الانترنت.
- نشر الوعي السياحي لدى المواطنين وتوعيتهم بمدى أهمية السياحة وذلك عن طريق الحركات الجمعوية والمؤسسات التعليمية ومختلف وسائل الاعلام.
- إنعاش قطاع السياحة وترقيته من خلال توفير الموارد المالية اللازمة لتمويل المشاريع المرتبطة بهذا القطاع فضلا عن مختلف التسهيلات الجمركية والحوافز الجبائية.
- إشراك القطاع الخاص والاستثمار الأجنبي في النشاط السياحي.
- تحسين مستوى الخدمات الفندقية وتوفير وسائل الراحة والترفيه بالقرب من المناطق السياحية مع ضرورة وجود مرشدين سياحيين أكفاء في هذه المناطق.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

المراجع:الكتب

- 1 -ابراهيم القمري، الادارة دراسة نظرية وتطبيقية القاهرة دار الجامعات المصرية، ط3 1982،
- 2 -ابراهيم بختي ، صناعة تكنولوجيايات المعلومات والاتصال وعلاقتها بالتنمية وتطوير الذات ، المؤتمر الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات ، ورقلة ، كلية الحقوق والعلوم والاقتصادية ، 08/09/مارس/2005
- 3 -ابو النجا محمد العمري .الاتصال في الخدمة الاجتماعية .دار المعرفة الجامعية .بتصرف، الاحصائي، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع 2008
- 4 -أحمد الجلاذ، دراسات في جغرافية السياحة،عالم الكتب والنشر القاهرة ،1998 .
- 5 -احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في الخدمة الاجتماعية دار المعرفة الجامعية 1986
- 6 -احمد ساهر، عبد السلام أبو قحف ،تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية،ط1،المكتب العربي،الحديث مصر1999.
- 7 -آسيا محمد امام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية دار الصفاء للنشر والتوزيع ،الأردن ط1 1999.
- 8 -امين عبد العزيز حسن، ادارة الاعمال وتحديات القرن الحادي والعشرين، دار قباء، القاهرة مصر، 2001
- 9 -اياد شاكر البكري :تقنيات الاتصال بين الزمنين عمان :دار الشروق للنشر والتوزيع 2003
- 10 - ايمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزعبي نظم المعلومات الادارية دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع ،الاردن 2004
- 11 - بومائلة سعاد و فارس بو بكر .اثر التكنولوجيايات الحديثة للاعلام و الاتصال في المؤسسة .الاقتصادية .المناجمنت .العدد 03 مارس

- 12 - جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام القاهرة دار الفكر دار العربي، دط 1978
- 13 - الحسن حسن، التفاوض والعلاقات العامة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر بيروت، 1993.
- 14 - حسن عماد المكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، الاردن 2003
- 15 - حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات المصرية اللبنانية القاهرة 1993
- 16 - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة القاهرة الدار المصرية اللبنانية 2003،
- 17 - حسن عماد مكاوي، محمود سليمان، علم الدين تكنولوجيا المعلومات والاتصال القاهرة مرارز للتعليم المفتوح، دط 2000،
- 18 - حسن عمار مكاوي، محمد سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، القاهرة، مرارز التعليم المفتوح، د ط 2000
- 19 - حمدي حسن محمود، مقدمة في وسائل واساليب الاتصال دار الفكر العربي، القاهرة، 1987
- 20 - حميد جاعد، محسن الديلمي، التخطيط الاعلامي المفاهيم والاطار العام جامعة بغداد كلية الاداب، ط1، 1998
- 21 - خالد كواش، السياحة، ط1، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر 2007.
- 22 - خربوطلي صلاح الدين، السياحة المستدامة، دار الرضا للنشر، دمشق سوريا، 2004.
- 23 - خلف ف، إقتصاد المعرفة، الطبعة الأولى، الأردن، عالم الكتب الحديث، 2007.
- 24 - خيرى خليل الجميلي :الاتصال و وسائله في الخدمة الاجتماعية .المكتبة الجامعية الحديثة الإسكندرية 1985

- 25 - دلال القاضي ومحمد البياني منهجية واساليب البحث العلمي وتحليل باستخدام البرنامج
- 26 - ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، دار الصفاء عمان، الاردن 2005
- 27 - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الآلي، الأسس و المبادئ، بدون طبعة، عالم الكتب، القاهرة 2005
- 28 - صالح خليل ابو اصبع.الاتصال الجماهيري .دار الشروق. الاردن -عمان 1999.
- 29 - صباح حميد وغازي فرحات ابو زيتون ،الاتصالات الادارية اسس ومفاهيم ومراسلات الاعمال، دار حامد للنشر والتوزيع ،ط2007
- 30 - طارق محمود عباس، مجتمع المعلومات الرقمي القاهرة المراز الاصيل للطباعة والنشر والتوزيع، دط 2003،
- 31 - طالب دليلة وهراني عبد الكريم السياحة أحد محركات التنمية المستدامة: نحو تنمية مستدامة سياحية.
- 32 - عامر ابراهيم قنديلجي، ايمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها الوفاق للنشر والتوزيع، الاردن2002
- 33 - عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الاذاعي والتلفزيوني دراسة تطبيقية ميدانية ذ م ن المكتب الجامعي الحديث، دط 2005،
- 34 - عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الاذاعي والتلفزيوني دراسة تطبيقية وميدانية ،افريل، 2005
- 35 - عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون القاهرة دار الفكر العربي، دط 1996،
- 36 - عبد المجيد شكري، تكنولوجيا، الاتصال، ط 1، القاهرة، دار الفكر العربي1996.

- 37 - عبد المجيد قدري، اتصالات الازمة وادارة الازمات دار الجامعة الجديدة للنشر، 2008
- 38 - عثمان محمد غنيم، بينهم نبيل سعد، التخطيط السياسي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، الاردن 1999.
- 39 - عدلي عاطف الاتصال والراي العام الاسس النظرية والاسهامات العربية دار الفكر العربي القاهرة 1993
- 40 - عزي عبد الرحمان عالم الاتصال الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية دط 1989
- 41 - علي بن هادية وآخرون ، القاموس الجديد للطلاب ، الجزائر ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، ط1 ، 1991
- 42 - عماد عبد الوهاب الصباغ، الحاسوب في إدارة الأعمال، عمان، دار الثقافة، 1996.
- 43 - عمار بوحوش، محمد نبيات ، مناهج البحث العلمي ، ب ط ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1999
- 44 - عوض مختار هلودة، المراكز التكنولوجية ودورها في نقل وتوطين التكنولوجيا ، ط1، المكتبة الاكاديمية للنشر 1999
- 45 - غسان قاسم داود الامي، ادارة التكنولوجيا مفاهيم ومداخل تقنيات تطبيقات عملية الطبعة الاولى دار المناهج النشر والتوزيع، عمان 2007
- 46 - فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003
- 47 - فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية ،ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1998
- 48 - محمد الزعبي، التغيير الاجتماعي القاهرة دار الطليعة، دط، 1998
- 49 - محمد الصيرفي، ادارة تكنولوجيا المعلومات، ط 1، دار الفكر الجامعي الاسكندرية ،مصر، 2009

- 50 - محمد الهادي العروق، أطلس العالم والجزائر، دار الهدى، الجزائر 2002.
- 51 - محمد دروبي، الصحافة والصحفي المعاصر بيروت المؤسسة العربية العربية للدراسات والنشر 1996 ط1
- 52 - محمد رسلان الجيوشي، جميلة جاد الله، الادارة علم وتطبيق دار المديرية للنشر والتوزيع، ط1 الاردن.
- 53 - محمد عبد الحميد :الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت :القاهرة عالم الكتب للنشر و التوزيع ط 2007
- 54 - محمد عبد الحميد :الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت (القاهرة .عالم الكتب للنشر و التوزيع ط 1 2007
- 55 - محمد عبدالشفيق عيسى ، العالم الثالث و التحدي التكنولوجي الغربي ، ببيروت ، دار الطباعة النشر ، ط1، 1984
- 56 - محمد فتحي عبد الهادي، المعلومات وتكنولوجيات المعلومات على اعتبار قرن جديد مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، مصر، 2000
- 57 - محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي القاهرة دار الفجر، دط 2004،
- 58 - محمود علم الدين :تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و مستقبل صناعة الصحافة (القاهرة :دار السحاب ط 1 2005)
- 59 - محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري العربي للنشر والتوزيع القاهرة، 1990
- 60 - محي محمد مسعد الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي المكتب العربي الحديث الإسكندرية ، بدون سنة نشر.
- 61 - مزهر شعبان العاني، العملية الادارية وتكنولوجيا المعلومات اثراء للنشر والتوزيع ،عمان الاردن، 2008

- 62 - مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، ط 1، المؤسسة
الجامعية عمان 1999.
- 63 - مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، ط 1، المؤسسة
الجامعية عمان 1999.
- 64 - منال طلعت محمود، مدخل الى عالم الاتصال المكتب الجامعي الحديث
الاسكندرية، 2002
- 65 - المنجد في اللغة والاعلام دار المشرق للتوزيع المكتبة الشرقية، بيروت
2000، ص 368
- 66 - مودانالسكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، مكتبة محمد لاوي، 1977.
- 67 - مي عبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة دار
النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت 2001،
- 68 - ناصر دادي عدوان، الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية دراسة
نظرية د م ن ا د ن 2004
- 69 - نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية 1991.
- 70 - نصيرة بوجمعة سعدي، قواعد نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي،
الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992
- 71 - نصيرة بوجمعة سعدي، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل ديوان
المطبوعات الجامعية الجزائر 1992
- 72 - نصيرة بوجمعة سعدي، قواعد نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي
الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية 1982
- 73 - نعيم الطاهر وسراب اليأس مبادئ السياحة، الطبعة الثانية دار المسيرة للنشر
والتوزيع، الاردن 2007.
- 74 - هدى سيد لطيف، السياحة النظرية والتطبيقية، الشركة العربية للنشر
والتوزيع القاهرة 1994.

المجلات:

- 1- بن ببريكة عبد الوهاب .بن العركي زينب :اثر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في وضع عجلة التنمية .مجلة الباحث. عدد 07 .جامعة قاصدى مرباح .ورقلة 2002.
- 2 -خالد كواش مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر مجلة اقتصاديات شمال افريقيا العدد الأول .
- 3 -خالد كواش: الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في الجزائر مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 13، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 2005.
- 4 -سميرة طراد خوجة، أداء الإدارة الجزائرية في ظل ثورة المعلوماتية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع تنمية الموارد البشرية، قسم علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، 2004-2005.
- 5 -شطاح محمد و (آخرون) :القنوات الفضائية و تأثيراتها على القيم الاجتماعية و الثقافية و السلوكية لدى الشباب الجزائري.دراسة ميدانية (عين مليلة : دار الهدى .د.بيتنصرف)دراسة جامعية
- 6 -محجوب يدة آخرون الجودة والاحترافية مفتاح الوجهة السياحية الجزائرية مجلة الأبحاث الاقتصادية العدد 13تصدر عن دار الأبحاث للترجمة والنشر والتوزيع الجزائر 2009.
- 7 -محمد فرحي وصالح بزة تنمية السوق السياحية بالجزائر دراسة حالة ولاية المسيلة مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة العدد 17 كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 2008.
- 8 -هواري عراج وجودات محمد سليمان السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري مجلة البحث العدد 03 كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية جامعة ورقلة الجزائر 2005.

الملتقيات:

- 1- جزة صالح أحمد بن قطاف التنمية السياحية المستدامة دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر داخلة مقدمة للملتقى الدولي حمل فعالية الأداء في المؤسسة الاقتصادية جامعة المسيلة.
- 2- بن سعيد محمد .الحمد عباس .تكنولوجيا الاعلام و الاتصال و التنمية الاقتصادية .الملقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات .المعرفة الركيزة الجديدة و التحدي الثقافي للمؤسسات الاقتصادية. جامعة محمد خيضر بسكرة .كلية العلوم الاقتصادية والتسيير 13/12 نوفمبر 2005
- 3- بوقلقول الهادي .بالغارسة عبد اللطيف :الآثار المترتبة على إدماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال من الناحية الإستراتيجية والتنظيمية.وشروط تطبيقها في المؤسسة الجزائرية .الملتقى الدولي الثاني حول حركة تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة .ابتكارات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و التكوين .جامعة محمد خيضر .بسكرة 13.12.2016.افريل 2016
- 4- خالد كواش اهمية السياحة والصناعة التقليدية في التنمية الملتقى الدولي حول دافع ومستقبل الصناعات التقليدية في الجزائر، دار الثقافة، بشار، ديسمبر، 2003.
- 5- صلاح قلاحي النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي في الملتقى الدولي الأول للاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة جامعة البلدية الجزائر 21.20.ماي 2002.
- 6- المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي مساهمة من اجل تحديد السياسة السياحية الوطنية الدورة 16 نوفمبر 2000.
- 7- هالة الرفاعي التأثيرات والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي الملتقى المصري للإبداع والتنمية مصر 1998.
- 8- يسرى دعيس العلاقات الاجتماعية للسائح الملتقى المصري للإبداع والتنمية مصر 1993.

الأطروحات:

- 1- جودي عبد القادر أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر أطروحة دكتوراه جامعة الجزائر 2006.
- 2- مراد رايس، مذكرة تخرج شهادة الماجستير ،اثر تكنولوجيا على موارد البشرية في المؤسسة 2005 2006

3- رماني احمد، تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاتصال التجاري دراسة حالة شركة طهراوي للفلاحة والتجارة العامة والاشغال الكبرى، جامعة محمد خيضر، 2007 2008

4- لمين علوي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على تحسين الاداء الاقتصادي للمؤسسة رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة الجزائر، 2003 2004

المواقع الالكترونية:

1 متابعة احمد عاوي علي الغاسدي المستقبل أمامها برغم تأخرها في منطقتنا السياحة الالكترونية تسهم في تخفيض تكاليف الرحلات السياحية الخصري اختصاصي تسويق السياحة الالكترونية ومردودها على صناعة السياحة مارس 2009.

<http://www.alriyath.com/2016/4/5/article400230.html>

• news 2016/4/5/http/www.hdp.arg.eg/ar/news/wiew details.aspx ? news i d=49188

المقابلات:

-مقابلة مع مصطفى بن جمعة مفتش إطار بمديرية السياحة لولاية الاغواط يوم 2016/4/30.

-مقابلة مع علالي كريمة مفتشة بمديرية السياحة لولاية الاغواط يوم 2016/5/1.

-مقابلة مع حكي محمد متصرف بمديرية السياحة لولاية الاغواط يوم 2016/5/2.

المخططات

-المخطط التوجيهي للتنمية السياحية.

-المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.م ت ث س 2025.ذرارة تهيئة الأقليم والبيئة

والسياحة الكتاب 1، تشخيص وفحص المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ،

الجزائرية، جانفي 2008.

الوزارة والمديريات:

- الديوان الوطني للسياحة.
- غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية الاغواط .
- مديرية السياحة لولاية الأغواط .
- وزارة السياحة والصناعة التقليدية التقرير جعل المخطط الخماسي الأول 1980.

التقارير:

- تقرير حول طلبات الاستثمار السياحي، جويلية 2004 .
- تقرير صادر عن وزارة السياحة سنة 2001.
- الدليل الاقتصادي والاجتماعي المؤسسة الوطنية للنشر والاشهار الجزائر 1989.

المنشورات:

-منشورات المنظمة العالمية للسياحة

قائمة المراجع باللغة الفرنسية

- 1- claire breeds marketing direct sur internet 2émé editionrarisvuubert 2001._marc bayer etphilipevialloctt
- 2- bilan du développement du secteur touristique .62/77 minstée du tourisme.
- 3- ministère de phanification et de l.aménagement du territoire générale du plan pentagonal 1890_1984.
- 4- Gillespie a, traduit et adapté par ben salah m : op, cit,
- 5- J ,PHELPER ,POLITIQUECOMMERCIAL ,LIBERARIE WILBERT PARIS 1987 .

اللاحق

جامعة عمار ثليجي- بالأغواط-
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم : العلوم الإنسانية

الاستمارة



استمارة بعنوان:

دور تكنولوجيا الاتصال في تفعيل السياحة بالجزائر

دراسة حالة مديرية السياحة

الأستاذ

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر في علوم إعلام الإتصال

تخصص: اتصال و علاقات عامة

إعداد الطالبتين:

تحت إشراف الأستاذ:

* حنان بزيــــــــــــــــان د. حسين بن سليم

* سهام بومعالي

السنة الجامعية 2015 – 2016

1. المحور الأول : البيانات الشخصية :

1) الجنس ذكر أنثى

2) السن من 20 إلى أقل من 30 سنة

من 30 إلى أقل من 40 سنة

من 40 إلى أقل من 50 سنة

من 50 سنة فما فوق

3) المستوى التعليمي:

متوسط

ثانوي

جامعي

4) الخبرة العلمية:

أقل من 5 سنوات

من 5 إلى 10 سنوات

من 10 سنوات فما فوق

5) ما هي الوظيفة التي تشغلها بالمديرية.

موظف

إطار

إطار سامي

2. المحور الثاني: مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمديرية السياحة

6) هل أنت مهتم بمتابعة تكنولوجيا الاتصال الحديثة ؟

نعم لا

(7) ما هي طبيعة الاتصالات التي تقوم بها مديريتكم؟

داخلية خارجية معا

(8) ما هي وسائل الاتصالات التي تستخدمها في عملك؟

- الفاكس Fax

- لوحة الاعلانات

- جهاز الحاسوب Computer

- التقرير

- شبكة الانترنت Internet

- الاجتماعات

- شبكة الانترنت Intranet

- شبكة الاكسترانت Extranet

- الهاتف

(9) هل تملك جهاز حاسوب في منصبك؟

نعم لا

(10) ما درجة استخدامك للحاسوب؟

منخفضة متوسطة

(11) ما هو جيل الحاسوب الذي تستخدمه؟

الجيل الأول P1

الجيل الثاني P2

الجيل الثالث P3

الجيل الرابع P4

12) هل لديك تكوين في المعلوماتية؟

نعم لا

13) إذا كنت تستخدم جهاز الحاسوب في عملك فيما تستخدمه؟

كتابة التقارير
 حفظ المعلومات
 تدوين جديد بالمديرية
 القيام بالإحصاءات
 القيام بالإحصاءات

14) ما هي استعمالات الحاسوب التي تقوم بها؟

- الاطلاع على قاعدة البيانات
- ارسال و استقبال الملفات عن طريق الشبكة الداخلية
- البحث في الانترنت عن معلومات حول مجال عملك
- الاتصال بالزبائن أو الموردين عن طريق البريد الالكتروني
- الاتصال بالزملاء في مختلف فروع المديرية عن طريق البريد الالكتروني

15) بالإضافة إلى استخدام الحاسوب في عملك، هل زالت تستخدم الكتابة اليدوية؟

دائماً لا نأ

16) هل لديك رابط بجهاز حاسوبك بالانترنت؟

نعم لا

17) هل تستخدم شبكة الانترنت؟

دائماً لا بآنا

في حال استخدامك للانترنت ، فيم تستخدمها ؟

- الحصول على المعلومات
- نقل ملفات
- تبادل معلومات مع الآخرين
- المحادثة
- الترفيه

في حالة عدم استعمالك ، لماذا في رأيك ؟

- لأنك تظن أنها غير مفيدة
- غير متاحة لك
- استخدامها مضيعة للوقت
- لا تحسن استخدامها

18) ما أسباب ربط مصالحكم بالانترنت ؟

- ضرورة في الهيئات السياحية
- لأنه أصبح ضرورة للتعامل مع العاملين في القطاع السياحي
- ترويج المنتجات السياحية
- مساهمة التطور التكنولوجي في المجال السياحي

19) هل توجه صعوبات أثناء استخدامك لتكنولوجيا الاتصال الحديثة؟

نعم لا

20) هل كانت لك معرفة مسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة؟ نعم لا

في حال الإجابة بنعم ، كيف حصلت على ذلك ؟

عن طريق المدير من خارج المديرية

21) ما الغرض من استعمال تكنولوجيا الاتصال ؟

- تسهيل الاتصالات الإدارية بمديرية السياحة

- التعريف بمديرية السياحة عبر شبكة الويب

- امكانية تطبيق التسويق الالكتروني السياحي

22) هل تضمن المديرية حاليا حصص تدريبية للتحكم أكثر في استخدام تكنولوجيا الاتصال؟

نعم

لا

تربصات

دورات تكوينية

إذا كانت نعم، كيف يتم ذلك ؟

23) ما هي درجة تحكمك في استخدام تكنولوجيا الاتصال بعد التدريب ؟

ضعيفة

متوسطة

جيد

3- المحور الثالث: أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على مستوى أداء العمال بمديرية السياحة

في رأيك هل أحدث إدخال تكنولوجيا الاتصال تجديدا في شكل العمل بالمديرية لديك ؟

لا

قليلا

كثيرا

24) ما هو نمط التغيير الذي أحدثت بالمديرية بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال؟

- تحسين أساليب العمل نحو الأفضل

- تحسين الأداء

- سرعة إتمام المهام

25) هل تعتقد أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تساهم في تحسين الاتصال داخل مديرية السياحة

ضعيف

متوسط

بشكل جيد

إذا كنت تعتقد أنها حسنت الاتصال داخل المديرية، فهل يرجع ذلك إلى:

- سرعة تداول المعلومة

- سرعة وصول المعلومة

- سهولة الاتصال بين الموظفين

- قضت على عوائق الاتصال

-

26) هل ترى أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة زاد في فعالية الاتصال الخارجي؟

بشكل جيد متوسط ضعيف

في حالة أن تكنولوجيا الاتصال فعلت الاتصال الخارجي، لماذا في رأيك؟

- التعريف بالمديرية و متعاملها بصورة أكبر

- تحسين صورة المديرية

- استقطاب السواح من مختلف الأنحاء

- ربط مديرية السياحة بالجمهور الخارجي

- تسهيل الاتصال بالمؤسسات الأخرى

27) هل تعتقد ان تكنولوجيا الاتصال الحديثة استطاعت تحسين مردودية النشاط

السياحي؟

جيدة متوسط ضعيف

في حالة استطاعت تكنولوجيا الاتصال تحسين إنتاجية العمل فهل يعود ذلك إلى :

- زيادة الدقة في الأداء

- السرعة في الأداء

- الرفع من كفاءة العمل

- سهولة الوصول إلى الزبون و إرضائه

4- المحور الرابع: دور تكنولوجيا الاتصال في تفعيل السياحة بالمديرية

28) هل يهتم المسؤولون بتكنولوجيا الاتصال داخل المديرية في الترويج للسياحة؟

نعم لا

29) هل يساعد الموقع الالكتروني الخاص بالمديرية بتعزيز النشاط السياحي ؟

نعم لا

30) هل تساهم تكنولوجيا الاتصال لدى مديرينكم في دعم و تسويق السياحة الداخلية؟

نعم لا

31) عن طريق أي الوسائل الاتصالية تتلقى مهامك ؟

البريد الالكتروني التكاليف الكتابي الاتصال المباشر

32) في رأيك ، ما هي أنجح الطرق للترويج للخدمات السياحية بالمنطقة؟

- وضع مطويات و ملصقات للتعريف بها
- المشاركة في المعارض الداخلية و الخارجية
- دليل خاص بالمنطقة

33) ما هو تقييمك لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمديرية السياحة ؟

جيد متوسط ضعيف