



جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم



كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

روبورتاج مصور حول السياحة الالكترونية في الجزائر

ولاية مستغانم نموذجا

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

تخصص اتصال سياحي

من إعداد الطالبتين:

- هاشمي خيرة

- غانمي آسيا

أمام لجنة لمناقشة

مرواني محمد استاذ محاضر رئيسا

مخفي امين استاذ محاضر مقرا

بوخرافه جيلالي استاذ محاضر محضرا

السنة الجامعية: 2015/2016

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"وقل رب زدني علما"

صدق الله العظيم

الآية: 114 من سورة طه

إهداء

إلى الغالية العزيزة في قلبي، جدتي، رحمها الله، واسكنها فسيح جنانه أهدي لكي
ثمرة دراسة الجامعة.

المشعل الذي يضيء دربي، قاموس أفكاري ومنجد انطباعي أبي العزیز "مختار".
العين الساهرة على رعايتي و القلب الحنون و الصدر الرحيم أمي الغالية "أمينة".

أخي و أختي اللذان دعماني في طريقي لطلب العلم و أتمنى لهما دوام التفوق، أعمامي
و عماتي و خالتي و كل الأقارب و الأحبة.

إلى من رافقتني في إتمام هذا العمل صديقتي "آسيا".

كل زملائي و أصدقائي ولأحبة و الجيران.

إلى أستاذي الفاضل "مخفي أمين".

كل من ساهم في نشأتي و تعليمي من أساتذة و معلمين.

أهدي هذا العمل المتواضع

خبرة

إهداء

إلى من علمتني أن الحياة تجارب، وكل نجاح بجهد وصدق

إلى من علمتني أن الحياة صبر، وكل مشقة في الدنيا خبرة

إلى أمي "فاطمة" أطال الله في عمرها.

إلى من ساندني في المشقة والمحن، وأعانني لبلوغ قمة النجاح أبي "خالي".

إلى زوجي الحبيب "سمير"

إلى جميع أفراد عائلتي وخص بالذكر: أخواني محمد ومنصور و رشيدة ونصيرة وجميلة.

إلى الكتاكيت الصغار: عبد الحق، شريفة.

إلى من أفرح للقيامهم واتالم لفراقهم: آسيا، نجاة .

إلى الأستاذ الفاضل مخفي أمين.

إلى كل من ذكرهم قلبي ونسيهم قلبي، إلى كل طلبة السنة الثانية ماستر اتصال سياحي.

شكر وعرفان

بِعون الله تم إتمام هذا العمل العلمي ، فله الحمد والشكر
على نعمة العلم ، وعلى توفيقنا على إتمام هذا العمل العلمي.
كما نشكر:

-الأستاذ الدكتور مخفي أمين على قبوله الإشراف على هذا
العمل ، وعلى توجيهاته وملاحظاته القيمة.

-كما نشكر القائمين على مديرية السياحة لولاية مستغانم ،
على مساعدتنا في إنجاز هذا العمل ، وذلك بتدعيمنا بمختلف
المراجع المتوفرة لديهم.

الفهرس

الإهداء.

مقدمة عامة.

الكلمات المفتاحية .
الإطار النظري

الفصل الأول: الروبورتاج.

تمهيد

تعريف الروبورتاج وتاريخه

أنواع الروبورتاج وخصائصه

مراحل إعداد الروبورتاج

..... خلاصة الفصل

الفصل الثاني: السياحة الإلكترونية

..... تمهيد

مفاهيم عامة في السياحة.....

مفهوم السياحة الالكترونية.....

تجربة الجزائر في السياحة الالكترونية.....

.....**خلاصة الفصل**.....

الإطار التطبيقي

- التعرف بمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم
- المهام التي تقوم بها المديرية
- الفنادق والوكالات السياحية التابعة للمديرية
- مدى استعمال المديرية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في التعرف بخدماتها السياحية
- مراحل إعداد الروبورتاج.....
- نص التعليق النهائي.....
- الخاتمة.....
- قائمة المراجع.
- الملاحق.

مقدمة عامة

مقدمة

الجزائر واحدة من دول العالم الثالث التي تزخر بمقومات سياحية طبيعية هائلة، يفترض أن تجعلها قبلة للسياح من كل أصقاع العالم، فهي تتوفر على البحر ، الصحراء ، الجبال ، السهول ،... إلخ ، غير أن السياحة فيها تكاد تكون منعدمة ونصيب الجزائر من السياحة الدولية بعيدا عما يفترض أن يكون عليه ، فالسياحة لم تعد مجرد نشاط ترفيهي للإنسان للأكل والشرب واللهو، بل أصبحت صناعة تصديرية بمعنى الكلمة تلعب دور مهم في عملية التنمية الاقتصادية ، لهذا وجب العمل على تطويرها والإعتماد عليها كبديل للبتروال من خلال إعتماد القطاع السياحي كقطاع حيوي يسير بطرق علمية وتقنيات حديثة.

فإن التوجه الحديث في تسويق الخدمة هو الاعتماد بدرجة كبيرة على وسائل الاتصال الحديثة واستخدام شبكة الانترنت في التعاملات بين الشركات والاتصال مع الزبائن، لما يحققه من سرعه واختصار في الجهد والوقت وتقريب المسافات بين الدول، وقد فرضت المتغيرات التكنولوجية والتطور في تقنية المعلومات والاتصالات صوراََ حديثة للتعامل في مقدمتها الخدمات السياحية الإلكترونية التي أصبحت في الوقت الحالي ضرورة حتمية لا يمكن لأي نشاط سياحي تجاهله، ومنه نطرح التساؤلات الآتية: **السؤال الجوهرى:** ما واقع السياحة الإلكترونية في الجزائر وما هي آفاق تطورها؟

ومنه تتفرع الأسئلة الآتية:

1- ماهو الدور الذي تلعبه المؤسسات السياحية في التعريف بالخدمة السياحية عبر شبكة الانترنت؟.

2- ماهي المتطلبات العامة لتطبيق السياحة الالكترونية؟.

3- ماهو واقع السياحة الالكترونية في الجزائر؟.

4- ماهي الجهود الوطنية لتنشيط السياحة الالكترونية؟.

فكرة الموضوع: رغم التطور الذي عرفته وسائل الاتصال في عصرنا الحالي، إلا انه لم يصل بها إلى مرحلة نهائية ولن تصل إلى تلك المرحلة أبدا، إلا انه في غمرة المساعي الرسمية، والاسراتيجيات المتقدمة لتطوير السياحة، والنهوض بهذا القطاع الحساس برز في عصر الانترنت حركة الكترونية بدأت تعرف طريقها في هذه السنوات الأخيرة، والتي أصبحت تعرف بالسياحة الالكترونية، *tourisme electronic*.

والسياحة الالكترونية هي نمط سياحي يتم تنفيذ بعض معاملاته والتي تتم بين مؤسسة سياحية وأخرى أو بين مؤسسة سياحية ومستهلك سائح، من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ولعل من أسباب قوة استخدامها هو الأهمية الكبرى التي توليها الدول المتطورة للتقدم التكنولوجي الحادث في شبكة المعلومات، وتميزها بالفاعلية والوصول المباشر من قبل المستفيدين إليها.

السياحة الالكترونية أصبحت في السنوات الأخيرة شائعة الصيت، وكثيرة الاستخدام خاصة من قبل الدول التي تملك مقومات سياحية هائلة تحتاج إلى الترويج لها مثل تونس والأردن وتركيا.

هذا ما يدفعنا إلى معرفة ما المقصود بالسياحة الالكترونية، وما الذي تقدمه، ثم كيف واقعها في الجزائر.

النوع الصحفي المختار: اعتمدنا في الدراسة على تقنية الروبورتاج المصور، لأنها تتناسب مع الموضوع وأهدافه، والروبورتاج هو فن من فنون الكتابة الصحفية، يهدف إلى

الإخبار وإعطاء المعلومة مع الاعتماد على الوصف وذلك بأسلوب أدبي متميز. وهو أيضا نوع صحفي مهمته الأساسية تصوير الحياة الإنسانية وإلقاء الضوء على علاقتها مع ربط ذلك كله بشكل غير مباشر وبأسلوب ينتهج بقدر من الجمالية والاعتماد على الصور بمجمل الشروط الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تشكل الأرضية لهذه الحياة الإنسانية التي يصورها الروبورتاج، فكتابة الروبورتاج تحتاج إلى تفاصيل وأسلوب حي ذات مستوى فني جمالي.

والروبورتاج يعرض شريحة من الواقع التي تدور حول حادثة واقعية بهدف جعلها فعالة من الناحية الصحفية، وهو أيضا يعالج أشخاصا حقيقيين ضمن ظروف معينة. فالروبورتاج هو النوع الصحفي الأحسن والنسب لتجسيد المواضيع التي تقوم على الوصف الحيوي المباشر للوقائع والحقائق. والروبورتاج من هدفه أن يجعلك تسمع وترى بما سمعه ورآه وأحس به الصحفي نفسه.. فالصحفي المعد للروبورتاج يعير حواسه لغيره، فهو يمثل القراء والمستمعين.

أسباب اختيار الموضوع:

(أ) ذاتية:- الاهتمام الشخصي بتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة؛

-ملاحظة وجود العدد القليل من البحوث العلمية الأكاديمية حول السياحة الالكترونية؛

-ملاحظة تراجع كبير في الترويج السياحي الالكتروني؛

(ب) موضوعية:- ظهور مواقع وشبكات تواصل اجتماعي تساهم في التعريف بالخدمات السياحية؛

-أهمية استخدام الانترنت في مجال الترويج للمنتجات والخدمات السياحية؛

-أهمية استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال السياحة؛

-أهداف الموضوع:-إبراز نجاعة شبكة الانترنت في التأثير والدعوة إلى استهلاك الخدمة السياحية ؛

-إبراز الإضافات التي يقدمها الإشهار السياحي الالكتروني مقارنة بالإشهار التقليدي ؛

- المكانة التي أصبحت تحتلها السياحة الالكترونية بين المتعاملين في السوق السياحي العالمي؛

- تسليط الضوء على السياحة الالكترونية في الجزائر بما في ذلك الفنادق ووكالات السفر واستخدامها للحجز الالكتروني؛

- مدى استخدام تقنيات الانترنت من اجل تفعيل عمل الموردين السياحيين الجزائريين؛

- ضرورة تفعيل العمل الالكتروني.

صعوبات البحث:هناك عدة صعوبات كانت حائل بيننا وبين المعلومة في الكثير من الأحيان،أهمها قلة المراجع حول الموضوع ،

الكلمات المفتاحية

الروبورتاج: لغة: تتكون هذه الكلمة من RE-PORT-AGE، تعني نقل السلع من ميناء إلى آخر أي إرجاع الشيء إلى مكانه الأصلي.¹

اصطلاحاً: هو نوع صحفي مهمته الأساسية تصوير الحياة الإنسانية، وإلقاء الضوء على علاقتها، مع ربط ذلك بشكل غير مباشر بأسلوب يتمتع بقدر من الجمالية، والاعتماد على الصور.²

وقد اعتمدنا على الروبورتاج المصور، الذي يعتمد على تقنية التصوير واللقطة، بحيث وصفنا السياحة الالكترونية في ولاية مستغانم متبعين مع ذلك الصورة والصوت.

السياحة: لغة: اشتقت كلمة السياحة من الفعل الثلاثي(ساح) وهو يدل على جملة من المعاني هي: السبولة والجريان الذهاب والسير-لزوم المسجد-مداومة الصوم- الرجوع من مكان إلى مكان-تنميط الكلام وتخطيطه.³

¹-إبراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص 155 .

²-نصر الدين العياضي، اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2007، ص 131 .

³-فؤاد البكري، الإعلام السياحي، ص 13 ، عن المعجم الوسيط، ص484 .

اصطلاحاً: ظاهرة من ظواهر النشاط الإنساني، عرفت منذ القدم على أنها عمليات الانتقال الوقتية التي يقوم بها الأشخاص، فيتركون مواطنهم أو مجال إقامتهم، إلى أماكن، أو بلاد أخرى، لأغراض غير الإقامة على سبيل الاعتياد.¹

السياحة الالكترونية: هي تطبيق التجارة الالكترونية في المجال السياحي، داخل الإطار العام للخدمات الالكترونية *electronic services* التي تشمل على كل من الأعمال الالكترونية و التجارة الالكترونية، حيث أنها تعتبر هي العنصر المحقق لنجاح كل منها عن طريق إضافة القيمة المطلوبة للمنتج، و التي تحقق إشباع حاجة العميل.¹

ولاية مستغانم: ولاية مستغانم هي إحدى ولايات الجزائر تقع في الجهة الشمالية على شاطئ البحر الأبيض المتوسط. وعاصمة الولاية هي مدينة مستغانم، إحدى أهم المدن الساحلية وتتمتع بجمال رائع وهي ثاني أهم مدينة في الغرب الجزائري بعد مدينة وهران.

تبلغ مساحتها 2.269 كم²، وتتكون من 10 دوائر و 32 بلدية.³

¹ فواد. البكري، الإعلام السياحي، ص 11 ، عن حسن رجب، نهضة السياحة ومستقبلها، ص ، 13 (بدون تاريخ) .

²- هند محمد حامد، التجارة الالكترونية في المجال السياحي، القاهرة، 2003، ص 153 و ص 151 .

³<http://mosta-forum.7olm.org/t72-topic.le> 04/01/2016.18 :33.

الإطار النظري

المفصل الأول

تمهيد الفصل

يعد الروبورتاج من أهم الأنواع الصحفية التي لها وقع على الجمهور، والتي تعكس المتغيرات الاجتماعية، الثقافية والسيكولوجية للمجتمع، من خلال الواقع، لذلك يتزايد استعماله في الصحافة المعاصرة، ويتطور باستمرار لأنه نوع صحفي قادر على إضفاء التمايز والانفراد في مضمون الرسالة الإعلامية، بحيث لا يكتفي فيه الصحفي بتقديم تقرير عن واقعة فقط، وإنما يترك شخصيته وأحاسيسه تتدخلان في اختيار الأحداث للسرد والمعالجة.

المبحث الأول: مفهوم الروبورتاج وتاريخه

1 مفهوم الروبورتاج: الروبورتاج هو فن من فنون الكتابة الصحفية، ونوع من الأنواع الإخبارية، ويسمى بالاستطلاع كذلك، حيث يقوم بتصوير الواقع ونقله إلى الجمهور كما هو دون إصدار أحكام.

لغة: كلمة الروبورتاج مشتقة من الفعل الانجليزي Report والتي اشتقت منها اسم "Reporter" أي المخبر الصحفي، والتي تعني "نقل الشيء من مكان إلى آخر

أو بالأحرى "إرجاع الشيء إلى مكانه ا واصله". ويعرف في قاموس la rousse انه مجموعة من المعلومات المثبة أو المرسله عن طريق الصحافة أو الإذاعة أو التلفزة، وذلك حول موضوع معين.¹

اصطلاحا: الروبورتاج هو مجموعة من مواد صحفية « Articles » إخبارية، ينتقي الصحفي أو المخبر عناصرها من المكان الذي جرت فيه الحادثة، سواء أثناء وقوعها، أو من شاهدها مباشرة. ويكتفي الصحفي فيها "بالنقل الموضوعي" بشكل رائع وفاتن لما شاهده وسمعه.

الروبورتاج في حد ذاته هو نوع شخصي مهمته الأساسية تصوير الحياة الإنسانية وإلقاء الضوء على العلاقات الإنسانية مع ربط ذلك كله، بشكل غير مباشر وبأسلوب يتمتع بقدر من الجمالية والاعتماد على الصور، وهو نوع صحفي يتمتع بجمالية الأسلوب وشفافيته وبمقدرته على التأثير.²

يقوم الروبورتاج بتصوير الواقع ونقله إلى الجمهور، وهو كما يقول الدكتور سامي ذبيان " تصوير بالكلمات، تتحول معه الكلمة أو الجملة إلى كاميرا".

وهذا يعني أن الصحفي الذي يكتب الروبورتاج يجب أن يتمتع بمقدرة على الوصف والسردي. فلا يقول مثلا: "في المدينة الفلانية أشجار النخيل عالية جدا." بل يقتضي هذا النوع من الكتابة الصحفية أن نقول مثلا: "وأشجار النخيل تتسابق في الوصول إلى السماء."¹

1- إبراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص66.

2- نصر الدين العياضي، اقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2007، ص130- ص131- ص132.

1 محمد لعقاب، الصحفي الناجح، ط2، دار هومة للنشر والطباعة، الجزائر، 2006، ص 83 .

1-2 تاريخ الروبورتاج

يعتبر الانجليز من الأوائل الذين استخدموا كلمة Report وقصدوا بها دورات البرلمان أو الفيضانات والحروب.... الخ.

ان تاريخ الروبورتاج يعود إلى سنة 1906، زمن بين مؤسسي هذا النوع الصحفي نذكر الأديب الفرنسي

"إميل زوالا" صاحب كتاب « l'assommoir »، والكاتب الأمريكي "ابتن سنكلر" وكتابه الغاية المتوحشة « la jungle »، والكاتب الأمريكي "جون ريد" في كتابه "عشرة أيام هزت العالم"، ورحلات الكاتب كيش إلى الصين.

كما ذكر الروبورتاج الصحفي في الصحافة الفرنسية فنجد "البار لندن" الذي يعتبر من اكبر كتاب هذا النوع الصحفي، فقد اشتغل كمراسل حربي أثناء الحرب العالمية الأولى في جريدة « le matin »

و « le petit journal »، وانطلق بعدها يجوب الأقطار والأمصار يكتب الروبورتاجات عن سوريا،

ولبنان، وفلسطين، ومصر، والعربية السعودية، وروسيا، وبلغاريا، وقبرص.... الخ، ومن أشهر سلسلة الروبورتاجات التي أصدرها « Dante n'avait rien vu » وروبورتاج حول مصير صيادي اللؤلؤ

« pêcheurs de perles »

كما نجد الرحالة ابن بطوطة في رحلاته إلى إفريقيا واسبيا (1304-1377)، وكذا كتابات سليمان بن الصيام الملياني وابن علي الشريف عن رحلتها إلى فرنسا سنة 1852م.

تعود البدايات الأولى للروبورتاج في الصحافة مع ما قامت به جريدة "التايمز" من تتبع لحرب "القرم" والكتابة عنها. وبالتدريج ترسخ الروبورتاج كنوع صحفي، فعلى سبيل المثال نجد هيئة تحرير "نوفال ليترار" « nouvelle littéraire » استدعت نخبة من الكتاب المشهورين للمساهمة في الركن الجديد الذي استحدثته في صفحاتها: الروبورتاج الصحفي.¹

بينما هناك تقديرات أخرى ترى أن أول روبورتاج صحفي حدث في 5 سبتمبر 1723 في تشيكوسلوفاكيا عندما وصف حفل تنصيب الملك كارل الثالث. وظهر أول روبورتاج سياسي في إنجلترا عندما نقلت أخبار البرلمان.²

¹- نصر الدين العياضي، اقتربات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 136 ص 137 ص 138

²- محمد لعقاب، الصحفي الناجح، ط2، دار هومة للنشر والطباعة، الجزائر، 2006، ص 86 .

-المبحث الثاني:أنواع الروبورتاج وخصائصه

1-2-أنواع الروبورتاج

يمكن تقسيمه إلى عدة أقسام

(أ)-التصنيف الأول:مباشر وغير مباشر

(1)-مباشر: هو الذي يقوم به الصحفي من جريدة أو إذاعة أو تلفزيون،حيث يقوم بالنزول إلى الميدان ويجري روبورتاجه،وتقوم تلك الجريدة أو الإذاعة أو التلفزيون بنشره أو بثه أو إذاعته،أي أن هذا الروبورتاج من إعداد الجريدة أو الإذاعة أو التلفزة نفسها.

(2)- غير مباشر: وهو ذلك الروبورتاج الذي تنتجه مؤسسة إعلامية أخرى كوكالة الأنباء مثلا،حيث يقوم صحفي من وكالة أنباء معينة بالنزول إلى الميدان ويجري روبورتاجا حول موضوع معين،ثم تشتريه الإذاعة أو الجريدة أو التلفزة وتقوم ببثه أو نشره أو إذاعته.

(ب)-التصنيف الثاني:روبورتاج يرتبط بالحدث وروبورتاج يرتبط بالموضوع.

(1)-روبورتاج يرتبط بالحدث: نعني به ذلك الروبورتاج الآني الذي يمكن للصحفي بموجبه أن يقوم بروبورتاج حول مؤتمر صحفي أو ندوة صحفية،أو مسيرة سياسية أو زيارة ميدانية لرئيس الحكومة،أو وزير معين إلى منطقة معينة. وهذا النوع من الروبورتاجات عادة ما تشتهر به التلفزة بفضل ميزة الصورة التي تتمتع بها وتفرد بها عن وسائل الإعلام الأخرى.

(2)- روبورتاج يرتبط بالموضوع: وهو الذي يدور حول القضايا والأحداث الغير آنية،أي لا ترتبط بالحدث مثل،الروبورتاجات التي تدور حول الطفولة والبيئة،والمدن،والمناطق السياحية،أي أن الصحفي يقوم باستطلاع ظاهرو أو مكان أو مؤسسة وغيرها.¹

(ج)-التصنيف الثالث:حسب طبيعة الموضوع.

نجد في هذا التصنيف عدة أنواع للروبورتاج حسب طبيعة الموضوع منها:

1-روبورتاج سياسي:يدور حول القضايا السياسية،والوقائع التي لها علاقة بالسياسة،مثل قضايا الأمن والإرهاب وغيرها؛

-روبورتاج اجتماعي: ويرتبط مضمونه بالمواضيع الاجتماعية،كالطفولة والمرأة
والبطالة،والتشرد وما إلى ذلك؛

3-روبورتاج ثقافي: ويدور حول المواضيع الثقافية كالمطالعة،بيع الكتب،التردد على
المكتبات،والملتقيات الفكرية؛

4-روبورتاج سياحي:وهو نوع من الروبورتاجات يرتكز على الأمكنة،والمناطق والمنتجات
السياحية،وغيرها.(1)

2-2 خصائص الروبورتاج:

- 1- الروبورتاج يترك الصحفي يقوم بدور الشاهد المفضل الذي يعبر عن حواسه للجمهور، ويجعله يعيش ما عاشه؛
- 2- يجسد التطلع لمعرفة الأشياء والأشخاص والشعور بالمشاركة في الصيرورة الاجتماعية. ومنه يعد هذا النوع الصحفي شكلا من أشكال توصيل الجمهور إلى ما هو أصيل في الواقع ؛
- 3- إن لغة الروبورتاج هي لغة الحياة اليومية المتدفقة: كلمات ملموسة وجمل قصيرة تحافظ على إيقاعها، وجملة من استشهادات بأقوال من لهم علاقة بالحدث للتعبير عن حالتهم الفكرية والروحية؛
- 4- الروبورتاج يتضمن جانبا ذاتيا، بكل تأكيد، وبعدها نقديا للأشياء والأفعال، ويتطلب قدرا كبيرا من الصرامة في نقل الأخبار وعناصرها؛
- 5- لا يكتفي الروبورتاج بتجميع المعلومات من الأشخاص، ولكنه يوظف أيضا، حاسة الملاحظة التي يملكها كل صحفي؛
- 6- عند كتابة الروبورتاج يتقيد الصحفي بواقعية الأحداث، ويلتزم بالوفاء المطلق للحقائق التي تملك قوة وثائقية، ويقدم الأشخاص الموجودين فعلا في الواقع؛
- 7- الروبورتاج الصحفي لا يعتمد على التحليل والتنظير والاستنتاجات، ولا على التعليق وإبداء الرأي الواضح والمكشوف إزاء الأحداث والوقائع، بل يرتكز بدرجة أساسية على الوصف. 1

3-المبحث الثالث:مراحل إعداد الروبورتاج

هناك طريقتان لإعداد الروبورتاج

الطريقة الأولى:وتتمثل في عدم الانطلاق من أي خطة والشروع مباشرة في تصوير ما يمكن تصويره،فهذا الروبورتاج يعادي فكرة البناء المسبق لمادته ،وقد بينت التجارب ان هذه الطريقة مكلفة جدا ،فهي تصوير كميات هائلة من المناظر ولا تستغل إلا جزءا قليلا منها،كما ان الارتجالية التي تطبعها قد تجعل ما تريد توصيله للجمهور ينفلت من يدها.

الطريقة الثانية: تنطلق من التحضير المسبق،ومن التزود بالمعارف وإدراك ما يريد الروبورتاج قوله أو إيصاله، ويمر الروبورتاج بثلاثة مراحل: 1

1-مرحلة ما قبل التصوير: وهي مرحلة الإعداد المسبق للعمل بحيث أن الصحفي هنا يقوم بجمع ما استطاع من وثائق وأرشيف ومعلومات واستجابات للأشخاص الذين لهم علاقة بالموضوع المعالج هذا إن لم يكن الصحفي مختصا أما إن كان مختصا فان نظرة سريعة على ملف الموضوع تكفيه وتساعده للإعداد لهذا العمل وبعد ذلك يضع خطة عمل ينتقل أثرها إلى المرحلة التالية.

2- مرحلة التصوير: تحتاج هذه المرحلة إلى وسائل التصوير والتسجيل مثل آلة الكاميرا آلة التسجيل وضبط الصوت فيصور الصحفي ما يهمله وما يمكن أن يساعده من صور ويسجل كل الاستجابات الهامة مع الشخصيات المعنية بالموضوع فهذه عبارة عن جمع المادة الخام التي لا تهيئ ولا تصوير جاهزة إلا بالانتقال بها إلى المرحلة الثالثة.

3¹-مرحلة ما بعد التصوير: تبدأ هذه المرحلة بعد جمع المادة الفيلمية ومشاهدتها حيث يضع الصحفي هيكل روبرتاجه المعالج للحدث فيرتب الصور ويعلق عليها ويتم ذلك بعملية المونتاج والميكساج.ثم يوضع جنريك البداية والنهاية 2.

1-نصر الدين العياضي،نفس المرجع،ص 145 .

2--عبد الباسط سلماني،سحر التصوير،ص1،دار الثقافة للنشر،القاهرة،2005،ص 40

المونتاج في الروبورتاج السمعي البصري:

المونتاج كلمة فرنسية « montage »، ويعادلها بالانجليزية « Editing »، وتعني تركيب اللقطات ومشاهدة الفيلم المصور وفق شروط عينية للتتابع الزمني، ولا شك أن قيمة الفيلم تعتمد على قيمة المونتاج إلى حد كبير.

وتبدأ مرحلة المونتاج، بعد اكتمال مرحلة التصوير، والتي يجب أن يكون المخرج والمصور عالمين بها من أحجام اللقطات، والتكوينات داخل اللقطة وزوايا التصوير، فالمونتاج ليس فقط مجرد تركيب وإصاق، بل هو فن إبداعي تفكيري وهو عملية تقطيع أجزاء الفيلم لإبعاد اللقطات الغير مطلوبة، وترتيب باقي اللقطات وربطها مع مراعاة تسلسل الموضوع وفق النص المطلوب. 1

ويعمل المونتاج على أداء مهام أبرزها مايلي:

- حذف الأجزاء الزائدة من المشاهد؛

- تصحيح أخطاء التصوير إن أمكن؛

- إضافة عناصر خارجية للفيلم "صور ثابتة"؛

- إضافة مؤثرات مختلفة مثل الانتقالات والتمويهات؛

- ترتيب المشاهد حسب المخطط الموضوع لها؛

- اخذ اللقطات والمشاهد المناسبة حيث أن الصورة تعبر أكثر عن المعلومة وتكون متبوعة بتعليق

بسيط؛

- جعل ترابط بين اللقطات؛

- خلق نوع من الاتزان في الفيلم؛

وبعد إتمام عملية اختيار اللقطات، يركب نص التعليق والموسيقى المناسبة لتتم عملية

الميكساج. 2.

1

1-نور الدين بليل، دليل الكتابات الصحفية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999، ص67.

خلاصة الفصل

الروبورتاج هو مراقبة عمليات وتطورات الواقع من أصلها، منشئها، تكوينها وتطوراتها، بحيث تحمل الكاميرا إلى المشاهدين صور الحاضر، وتخلق تأثير الحضور الناجمة عن المشاركة.

هذا التأثير الذي يعبر عن نفسه بأقصى قدر من القوة والوضوح، لا تستطيع أن تحققه أية وسيلة إعلام جماهيرية أخرى، وهو الذي يسمى قوة تأثير الحضور أو المشاركة وذلك عن طريق التفاعل مع اللقطات المركبة عن طريق عملية المونتاج.

الفصل الثاني

تمديد الفصل

إن السياحة تعد أحد القطاعات الأكثر أهمية و ديناميكية عبر العالم، فهي قادرة على جلب مدا خيل هامة من العملة الصعبة و امتصاص البطالة و ترقية مناطق بأكملها ، و لهذا فكثير من الدول جعلت من هذا القطاع حجر أساس اقتصادها الوطني ، و أصبح ناتجها الداخلي الخام يرتكز بشكل كبير على النشاط السياحي عبر مداخيل شبكاتنا السياحية.

-المبحث الأول: مفاهيم عامة بالسياحة

1-1-التعريف بالسياحة: اختلفت تعاريف السياحة و تعددت و ذلك نظرا لتطور مفهومها من فترة لأخرى ، و اختلاف وجهة النظر إليها بين الباحثين و الهيئات و المنظمات الدولية، إذ هناك من ينظر للسياحة على أنها ظاهرة اجتماعية ، و منهم من يراها على أنها ظاهرة اقتصادية، بالإضافة إلى وجود مجموعة من المصطلحات المرتبطة بمفهوم السياحة¹.

لغة: تعني التجوال و عبارة ساح في الأرض تعني ذهب و سار على وجه الأرض. 1
كما ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم وذلك في عدة مواضع، فيقول الله تعالى " **فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله و أن الله مخزي الكافرين** ". 2

وبالتالي السياحة في الشريعة الإسلامية تعني ذلك النشاط أو الفعل البشري الذي تقيده جملة من التعاليم الشرعية، مع إتباع آداب و سنن يستحسن مراعاتها من قبل السائحين تقاديا الوقوع في المحظورات التي نهى عنها الإسلام.

اصطلاحا: تعني مجموع العلاقات التي تترتب على سفر و إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما ، و أن لا ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحا لهذا الأجنبي. 3

ورغم صعوبة إيجاد تعريف شامل للسياحة نظرا لتعدد و اختلاف تعاريفها بحسب الزاوية التي ينظر إليها منها ، إلا أنه يمكن أن نورد التعاريف التالية لأجل تبسيط مفهوم السياحة كما يلي:

- أعطى الألماني **جوبير فولر** المفهوم الحديث للسياحة سنة 1905 و وصف السياحة بأنها "ظاهرة تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة و تغيير الهواء ، و إلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة و نمو هذا الإحساس، و الشعور بالبهجة و المتعة، و خاصة بين الشعوب و أوساط مختلفة بين الجماعات الإنسانية ، و هي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة و الصناعة و ثمرة وسائل النقل .

ما يلاحظ على هذا التعريف أنه اهتم بجانب واحد وأهمل جوانب أخرى ، حيث ركز على الجانب الاجتماعي للسياحة ، وأغفل عن الجانب الاقتصادي و البيئي لها. 4

1- لكواش خالد ، السياحة مفهومها ، أركانها ، أنواعها ، الطبعة الأولى ، دار التنوير، الجزائر ، 2007 ، ص22.

2-سورة التوبة الآية 02.

3-محمود كامل، السياحة الحديثة، الهيئة المصرفية للكتاب ، مصر ، 1975 ، ص 16 .

4 - أحمد الجلال ، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب ، القاهرة ، مصر 1988 ، ص 18 .

تعريف زكي خليل المساعد " :السياحة عبارة عن انتقال الناس بشكل مؤقت إلى أماكن خارج سكنهم أو أعمالهم الاعتيادية ، والنشاطات التي يقوم بها خلال الإقامة في تلك الأماكن ، والوسائل التي توفر إشباع حاجاتهم " .¹

1-2-أنواع السياحة

لقد اعتمدنا في سردنا لأنواع السياحة على معيار الهدف و معيار المنطقة الجغرافية ، فحسب معيار الهدف يمكن تقسيم السياحة إلى أنواع متعددة منها السياحة الدينية و الإستشفائية و السياحة البيئية ، أما حسب معيار المنطقة الجغرافية فتوجد السياحة الداخلية و الإقليمية و الخارجية.

أولا :السياحة حسب المنطقة الجغرافية وتنقسم إلى:

أ - **سياحة داخلية** :و تعني سفر مواطني الدولة داخل حدود بلدانهم؛

ب - **سياحة إقليمية** :هي السفر و التنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية، الدول الإفريقية؛

ت - **سياحة خارجية** :و هي انتقال الأفراد أو السياح انتقالا مؤقتا من بلد لآخر من أجل السياحة و التعرف على بلاد جديدة و عادات أهلها و طرق معيشتهم و تفكيرهم و مدى ما قدموه من انجازات؛

ثانيا:السياحة حسب الهدف

تنقسم السياحة حسب الهدف إلى:

أ - **السياحة الدينية** :و تعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية ، ومن أشهر المواقع الدينية في العالم نجد مكة المكرمة و المدينة المنورة في المملكة العربية السعودية؛

ب - **السياحة العلاجية** : و هي سياحة لإمتاع النفس و الجسد معا بالعلاج ، وتعتمد على استخدام المراكز و المستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية و كوادر بشرية لديها من الكفاءة ما تساهم في علاج الأفراد الذين يلجئون إلى هذه المراكز؛

ت - **السياحة الإستشفائية** :و هي زيارة المنتجعات السياحية التي خصصت لهذا الغرض، و تعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرضى و شفائهم مثل الينابيع المعدنية والكبريتية و الرمال و الشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض.¹

ث - **السياحة البيئية**: وهي السفر و الانتقال من مكان إلى آخر بغرض الاستمتاع و الدراسة و التقدير بروح المسؤولية للمناطق الطبيعية و ما يصابها من مظاهر ثقافية تقليدية ، و بتعبير آخر هي السفر من أجل زيارة المحميات الطبيعية ، و التي تهدف جميعها إلى المحافظة على الموروثات السياحية الحضارية و الأثرية و البيئية و الطبيعية؛

ج - **السياحة التاريخية**: يعد هذا النوع من أحسن أنواع السياحة، حيث تجذب أفواج كبيرة من السياح ، خاصة إذا توفرت هذه الآثار التاريخية على مراكز للراحة و الترفيه و على كل ضرورات المحافظة عليها؛

ح - **السياحة الثقافية**: يهتم هذا النوع من السياحة بشريحة معينة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة و التعليم؛

خ - **السياحة الاجتماعية**: تسمى أيضا السياحة الشعبية أو سياحة الإجازات ، والسبب في تواجد مثل هذا النوع هو أن السياحة كانت مقتصرة في القدم على الطبقات الثرية فقط؛

د - **السياحة الترفيهية**: و هي من أقدم أنواع السياحة و أكثرها انتشارا، حيث يعتبر حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق اجتذابا لحركة السياحة الترفيهية، لما يتمتع به من مقومات كثيرة كاعتدال المناخ بالإضافة إلى الشواطئ الجاذبة للسياح؛

ذ - **سياحة المؤتمرات**: ارتبط هذا النوع من الساحة بالعلاقات بين أغلب دول العالم ، و يعتمد النهوض بهذا النوع من السياحة على توفر عوامل عدة منها اعتدال المناخ ، و وجود الفنادق و القاعات المجهزة لعقد الاجتماعات و المطارات الدولية؛

ر - **السياحة الرياضية**: يقصد بها الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها.¹

-تعتبر السياحة منتوج غير مادي ، و بالتالي لا يمكن نقله من مكان لآخر.

1-3 خصائص السياحة

للسياحة مجموعة من الخصائص والشروط نوجزها فيما يلي:

-المنتوج السياحي¹ مركب : إذ أنه مزيج من مجموعة عناصر مع بعضها البعض ، و تتشابه مع قطاعات أخرى ، حيث أن السياح يستهلكون السلع و الخدمات التي تقدمها المنشآت السياحية كالإقامة و الإطعام ، و يستهلكون كذلك سلع و خدمات تقدمها منشآت أخرى ، مع العلم أن هذه العناصر متكاملة من حيث جلبها للسياح؛

-المنتوج السياحي غير قابل للتخزين : لذلك يجب مواجهة التقلبات بتخفيض الأسعار والرفع من جودة الخدمات ، لزيادة الطلب على المنتج السياحي؛

-تواجه المنتجات السياحية منافسة دولية كبيرة ، و لهذا وجب توفير كل شروط الطلب السياحي لإرضاء الزبون؛

-يعتبر المنتج السياحي منتج قابل للتصدير ، ولهذا فهو يتأثر بالعوامل الخارجية ، و هي تمثل كذلك عرضا للخدمات و ليست منتوجات مادية يمكن نقله من مكان لآخر ، أي أن المستهلك يأتي بنفسه إلى مكان المنتج السياحي للحصول عليها؛

-تتميز بعض المناطق السياحية بأنها موسمية النمط.¹

كواش خالد ، الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة - حالة الجزائر ، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و التجارة ، العدد 13 ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2005 ، ص51 .

المبحث الثاني: أهمية السياحة الالكترونية

2-1 تعريف السياحة الالكترونية: تعرف السياحة الالكترونية على أنها "تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغرض انجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة ، بالاعتماد على مبادئ وأسس التجارة الالكترونية ، وتعدى في الواقع مفهومها إلى أبعد من ذلك ، فهي تشمل السياحة المتنقلة أو الجواله المستخدمة للأجهزة الالكترونية المحمولة وغيرها.¹

كما تعرف على أنها " استخدام الأعمال الالكترونية في مجال السفر والسياحة، واستخدام تقنيات الانترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين². "

ومنه نستطيع القول أن السياحة الالكترونية مفهوم حديث وهو مرتبط ارتباطا وثيقا بمفهوم التجارة الالكترونية، من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغية الحصول على أكثر تسهيلات، وتتكون السياحة الالكترونية من ثلاث أطراف هي:
- المؤسسة السياحية مقدمة الخدمة السياحية؛

-الرابط بين السائح و المؤسسة السياحية والمتمثل في مواقع الواب (الانترنت)؛

-المستهدف من عملية التسويق السياحي والخدمة السياحية (السائح) .

وتتمتع السياحة الالكترونية بمزايا عديدة هي :
-استخدام السياحة الالكترونية يؤدي إلى تخفيض تكاليف الخدمات السياحية؛
-سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة؛
-زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية.¹

¹ بختي إبراهيم وشعوبي محمد فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة ، مجلة الباحث ، العدد 07 ، 2010، ص 276.

² Anis Khanchouch-e-tourism, an innovative approach for the Small and medium-fizzed tourism enterprise intunis,OCDE,2004.

2-2 متطلبات قيام السياحة الالكترونية

تحتاج السياحة الالكترونية إلى توافر عدة متطلبات حتى يمكن تطبيقها، يمكن تلخيصها فيما يلي:

1 توفر إطار مؤسسي وتنظيمي

يتعلق هذا الجانب بأهمية التعاون بين مؤسسات الحكومة وبعضها البعض، وكذلك الشراكة مع القطاع الخاص والمجتمع المدني عن طريق إبراز المزايا التي تعود على كل فاعل من جراء تطبيق نظم التجارة الالكترونية في مجال النشاط السياحي.

-وجود إطار قانوني و تشريعي محدد على المستويين الدولي والمحلي

تعتبر السياحة الالكترونية جزءاً لا يتجزأ من التجارة الدولية والتي تعمل في إطار الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات بمنظمة التجارة العالمية، ويمكن تحديد أهم المتطلبات القانونية اللازمة لتنظيم السياحة الالكترونية فيما يلي:

-وجود نظام قانوني متكامل للمعاملات الإلكترونية على الصعيدين الدولي والوطني يتكاتف مع جهود الدول الحثيثة في توفير الإمكانيات المادية والفنية لشركات السياحة للعمل على تفعيل نمط السياحة الإلكترونية؛

-وجود تشريعات ولوائح منظمة لعمل المؤسسات والوكالات السياحية تتواءم مع الأشكال المستحدثة التي فرضتها السياحة الإلكترونية مثل الشركات السياحية الإلكترونية، وتضع القواعد الخاصة بتنظيم التوقيع الإلكتروني والدفع الإلكتروني وغيرها من وسائل المعاملات الإلكترونية؛

-وضع تشريعات قانونية خاصة بتنظيم عمل المرشدين السياحيين تشمل بيان التزاماتهم وشروط العمل والقدر المعرفي الواجب توافره في من يزاول هذه المهنة، ويراعى فيها العلم الكافي بكل الوسائل التكنولوجية الحديثة والتعامل مع أجهزة الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت بصفتها الأداة الحقيقية للسياحة الإلكترونية.

3-التقدم في مجال بنية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات²

تتعلق هذه المتطلبات بحالة البنية التقنية الموجودة، وكيفية تطويرها واستثمار الموجود منها في مجال السياحة الالكترونية. ويشمل ذلك ما يلي:

¹ - بزقاري عيلة وبركان دليلة، المواقع الالكترونية كأداة لتسويق وترويج الخدمات السياحية – دراسة حالة مديرية السياحة لولاية بسكرة، الملتقى الدولي حول " اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة"، مرجع سبق ذكره، ص 06.

² يوسف محمد الورداني، كيفية تنظيم السياحة الالكترونية ومردودها على صناعة السياحة، مارس، 2008. (<http://historicalcities.wordpress.com/24/12/2015.12:36>)

تنمية البنية الأساسية لوسائل الاتصال والمعلوماتية الحديثة لإتاحة فرصة أوسع للاتصال بخدمات الإنترنت سواء في دولة المنتج السياحي أو الدول المستهدفة بالتسويق السياحي؛

-تشجيع ظهور الوسيط الإلكتروني في قطاع السياحة، وهذا من خلال العمل على تشجيع إقامة شبكة من المواقع الإلكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة. ويتم ذلك بالتعاون مع الوسطاء التقليديين في مجال السياحة فكلاهما مكملًا للآخر؛

خلق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الإلكترونية المتقدمة على شبكة الانترنت، ويلزم أن يتم تصميم هذه المواقع وفق المعايير العالمية المتعارف عليها.

4- استخدام التجارة الإلكترونية في المعاملات المختلفة

ويشمل ذلك استخدام تطبيقات الانترنت والتجارة الإلكترونية في المجالات المرتبطة بالسياحة الإلكترونية كتذاكر وخدمات الطيران، والخدمات الفندقية، وشركات النقل وتأجير السيارات، والمطاعم السياحية. ويتعلق ذلك باستخدام أنظمة الحجز الآلي من خلال الانترنت في حجز وشراء تذاكر الطيران وغرف الفنادق، وفي إتاحة خدمات الانترنت سواء أثناء السفر على متن الطائرات أو أثناء إقامة السائح في الفنادق.

5 -توافر بيئة ثقافية

من الضروري لتطبيق السياحة الإلكترونية والمعاملات المرتبطة بها، وجود بيئة ثقافية مهيأة لمثل هذا النوع من التعاملات. وهذا ما يدفع إلى ضرورة بناء إستراتيجية جديدة لهؤلاء الوسطاء التقليديين تؤهلهم للحاق بالسياحة الإلكترونية من خلال البرامج التدريبية التي تهدف للتوعية بأهمية الوعي بالتجارة الإلكترونية وارتباط السياحة الإلكترونية بها، وتزويدهم بالمهارات اللازمة لذلك.¹

¹يوسف محمد الورداني، كيفية تنظيم السياحة الإلكترونية ومردودها على صناعة السياحة، المرجع نفسه.

2-3 أهمية السياحة الإلكترونية

تبرز أهمية السياحة الإلكترونية من خلال الآثار الايجابية التي تتركها كما يلي:

1- تيسير تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة ، حيث تتسم الخدمات السياحية بأنها منتجات تتباين فيها المعلومات بشكل كبير فلا يمكن قياس جودتها إلا بالتجربة، وأنها تعتمد بالأساس على ثقة السائح في جودة الخدمات السياحية التي تقدمها الشركات والمؤسسات السياحية؛

2- تخفيض تكاليف الخدمات السياحية المقدمة ومن ثم تمتع المنتج السياحي بميزة مقارنة نتيجة لانخفاض الأسعار. فمن شأن استخدام السياحة الإلكترونية التقليل من تكاليف التسويق السياحي، وتكاليف الإنتاج (تسهيل وتسريع التواصل بين منتج الخدمة السياحية والوسيط)، وتكاليف التوزيع (تسهيل إجراء الصفقات مع شريحة كبيرة من المستهدفين)، بالإضافة إلى خفض حجم العمالة. فعلى سبيل المثال يمكن للسائح تسلم تذاكر الطيران الإلكترونية أو وقسيمة التبادل الخاصة بحجز أحد الفنادق من خلال بريده الإلكتروني؛

3-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؛

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

وتزداد أهمية السياحة الإلكترونية مع زيادة الاهتمام بالتجارة الإلكترونية فبعد أن كانت السياحة الإلكترونية تسهم بـ 7% من التجارة الإلكترونية زادت النسبة إلى 35% من إجمالي التجارة الإلكترونية في عام 2002.¹

1- أحمد حمد الله السمان، التجارة الإلكترونية وتنمية الصادرات ، سلسلة أوراق اقتصادية (جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، العدد 24، فبراير 2005)، ص 7 - ص 9.

المبحث الثالث: تجربة الجزائر في السياحة الالكترونية

تشكّل السياحة عاملا مهما في اقتصاد الدول المتطورة والنامية التي تستعمل وسائل تكنولوجية مختلفة للترويج لمنتوجها الاقتصادي والخدماتي وبهدف الجذب الكبير للسياح لزيارتها، فاستعملت السياحة الإلكترونية كوسيلة مهمة لتحقيق هذا الهدف باستغلال شبكة الأنترنت التي كسرت الحدود الجغرافية للدول، لكن يبدو أنّ السياحة الإلكترونية في الجزائر، ما تزال تسيّر بسرعة السلحفاة ولم تلتحق بعد بركب السياحة العالمية الالكترونية.

لو تتصفح المواقع الإلكترونية الخاصة بالسياحة في بلادنا سواء مواقع فنادق أو وكالات أسفار أو لمؤسسات عمومية، لوجدت العدد جدّ قليل، ولا يعكس ثلّة من القرارات التي اتخذت في هذا المجال بغرض تطويره ودفع عجلة التنمية السياحية بأنواعها، فغياب بنك معلومات سيّاحي ووجود مواقع سياحية برتبة "بريستيج" أو "مانكا" (عارضية)، فقط دون فعالية شكلا ومضمونا، فضلا عن توقف أرقام الهواتف عن الخدمة أو إذا تم الاتصال فالردّ أقرب إلى المستحيل، ويرجع السبب إلى ثقافة الإدارة السياحية الجزائرية وطريقة تعاملها مع الزبون والقوانين التقليدية التي تحكم التعاملات البنكية أو التجارية.

ورغم تفاؤله قال الخبير الاقتصادي عبد المالك سراي بأنّه متفائل بمستقبل أفضل للسياحة الالكترونية رغم تعثر الجهات الرسمية التي ما تزال -حسبه- متخوفة من فتح هذا الميدان إنّ صح التعبير، نظير عديد الاعتبارات أهمّها الهاجس السكني المتعلق بقلة الفنادق ذات الخدمات العالية، بغض النظر عن بعضها الموجود حاليا على مستوى الوطن، سواء في العاصمة أو وهران أو تلمسان، بحيث ما تزال ولايات أخرى من دون فنادق ذات خمسة نجوم أو أربعة نجوم، فضلا عن انعدامها كليّة في ولايات داخلية وصحراوية.

في الوقت الذي لا تزال فيه المعطيات غير دقيقة بشأن المقبلين على الحجز الإلكتروني دون التخليص طبعا عبر مواقع الوكالات السياحية الجزائرية، يبقى تطوير بوابة إلكترونية شاملة وجامعة ضرورة ملّحة تفتح شهية السائح الأجنبي إلى الجزائر من نافذة الأنترنت.¹

و تجدر الإشارة إلى عرض وضعية مواقع الواب السياحية بالجزائر، فهناك عدد من المواقع بعضها يعود إلى القطاع العام وبعضها الآخر يعود للقطاع الخاص، من بينها بوابة السياحة الرائدة المسماة www.algeriantourism.com وتعمل هذه البوابة على تأمين الاتصال والحجز مع مختلف وكالات السفر، " الجزائر سياحة والخطوط الجوية والفنادق السياحية وصولا إلى ما يتناسب مع ميزانية أي

¹ <http://www.echoroukonline.com.le> تاريخ الزيارة: 50 :05/01/2016.19

سائح والتي يضمن الموقع من خلاله عملية الحجز، ويعرض موقع "الجزائر سياحة" كافة المعلومات المتعلقة بالرحلات السياحية التي تنظم تباعا إلى الأماكن السياحية بالجزائر خصوصا منها الصحراوية.

أيضا يعرض الديوان الوطني للسياحة (www.ont-dz.org) التابع لوزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، معلومات سياحية حول الأماكن السياحية المصنفة من طرف اليونسكو وغيرها، ويحتوي على عناوين لوكالات سياحية وطنية، وإلى غيرها من المؤسسات السياحية بالبلاد من فنادق ومطاعم، مخيمات، متاحف، وحضائر سياحية؛ إلا أن الموقع يخلو من التفاعلية والدينامكية المطلوبة في مثل هذه المواقع، ويفتقر إلى الربط بمختلف الفاعلين في قطاع السياحة، خصوصا الفنادق، ووكالات السفر؛ ويجد، (المتصفح لموقع الديوان الوطني الجزائري للسياحة <http://www.onat-dz.com>) بأنه لا يختلف كثيرا عن سابقه.¹

¹<http://www.eden-algerie.com/actualite/spip.php?article3819/04/2006>

خلاصة الفصل

تعتبر السياحة الالكترونية عن مرحلة يمر بها القطاع السياحي معتمدا على التطور التكنولوجي القائم على ثورة المعلومات، وباستخدام شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) في الإعلان عن المنتجات والخدمات السياحية المختلفة، والمشروعات وطرق عرضها وتسويقها، حيث يرتبط كل هذا بتوافر المتطلبات الخاصة بالمعاملات الالكترونية في ظل إطار تشريعي ينظم المعاملات السياحية.

الإطار التطبيقي

- التعريف بمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم

انشأت مديرية السياحة بالولاية بموجب ترتيبات المرسوم التنفيذي رقم 95-260 المؤرخ في 29 أوت المتضمن إنشاء مصالح خارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية آنذاك.

وحتى يتسنى النهوض بالمهام المسندة إليها، تم رسم الهيكل التنظيمي حيث حدد المصالح والمكاتب الملحقة لها . وهذا بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-216 المؤرخ في 11 جويلية 2005 المتضمن إنشاء مديرية السياحة والقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 02 جوان 2007 .

وفي سنة 2010 تم إنشاء مرسوم تنفيذي رقم 10-257 مؤرخ في 10 أكتوبر 2010 والذي يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية وتحديد مهامها وتنظيمها.

تقع مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم بالحي الإداري صلامندر – مستغانم ، ذات طابع إداري خدماتي – رأس مالي، وتسير من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

-المهام التي تقوم بها المديرية

تهدف المديرية إلى تنفيذ كل التعليمات الوزارية ، والسهر على تطبيق القوانين والمراقبة الدائمة للمستثمرين والحرفيين.

وحسب المادة رقم 02 وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05-216 المؤرخ في 4 جمادى الأولى عام 1426 الموافق ل 11 يونيو سنة 2005 وبعد موافقة رئيس الجمهورية، فإنه تكلف مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية بما يلي:

في مجال السياحة

- 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 و الحمامات المعدنية وتقويم نتائجها ;
- جمع وتحليل و تزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية و المعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي و الحمامات المعدنية و ضمان نشرها ;
- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية و الأجنبية ، لاسيما في ميادين الاستثمار و تكوين الموارد البشرية ;
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم و العمران و تثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي ;
- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي و متابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية .
- السهر على مطابقة النشاطات السياحية و تطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال ;
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية ، لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة و حماية الصحة و الأمن المرتبطة بالنشاط السياحي ;
- السهر على تلبية حاجيات المواطنين و تطلعات السياح في مجال الراحة و الاستجمام و الترفيه ;
- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز و التسيير في جانبه السياحي ;
- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار و ترقية وجودة النشاطات السياحية ;
- المشاركة في إعداد و تنفيذ وتمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب و الهضاب العليا ;

- تنشيط و تأطير المصالح الخارجية و الفضاءات الوسيطة و الحركة الجمعوية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي ;
- المشاركة بالاتصال مع القطاعات المعنية ، في إعداد و تنفيذ أعمال التكوين و تحسين المستوى و تجديد المعارف و تثمين الموارد البشرية ;
- المساهمة في إعداد المخطط السنوية و المتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية؛
- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية و السنوية للنشاط السياحي .

2- في مجال الصناعة التقليدية

- إعداد مخطط عمل سنوي و متعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية ;
- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية ;
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية و المحافظة عليه و رد الاعتبار له .
- السهر على تطبيق و احترام القوانين و التنظيمات و المقاييس و النماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج و ممارسة أنشطة الصناعة التقليدية ;
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية ;
- المشاركة في إعداد و تنفيذ و تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب و الهضاب العليا ;
- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية ;
- تدعيم أعمال المنظمات و التجمعات المهنية و الجمعيات و الفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية و تنشيطها ;
- المبادرة بتحقيقات و دراسات ذات الطابع التقني و الاقتصادي و الاجتماعي و المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية ;
- جمع المعلومات و المعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية و ضمان توزيعها ;
- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية و الحرف و تنشيطها .
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز و التسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية ;
- إعداد الحصائل الثلاثية و السنوية لنشاط الصناعة التقليدية .

-الفنادق والوكالات السياحية التابعة للمديرية

إن مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم تضم 16 فندق و16 وكالة سياحية هي قيد الاستغلال في الوقت الحالي و تمارس نشاطاتها بشكل عادي . وهي كالتالي:

الفنادق

- المنتزه بناء رقم 42 صابلات مزهران؛
- السنوسية صلامندر مستغانم؛
- ساحل حي بن قادة الطيب مستغانم؛
- بلاسيو 28 شارع بن سي قدور مستغانم؛
- كيزة بناء رقم 28 صابلات مزهران؛
- موريسثاقا بناء رقم 45 صابلات مزهران؛
- Cote ouest بناء رقم 35 صابلات مزهران؛
- النخيل 14 ساحة الثقافة مستغانم.

المؤسسات المخصصة للفندقة:

- الجزاير 6 ساحة 1 نوفمبر 54 مستغانم؛
- الرياض ساحة الاخوة بن شيخ مستغانم؛
- دار المعلم 1 شارع خليفة محمد مستغانم.

المركبات السياحية:

- الأمرآء بناء رقم 91 صابلات مزهران؛
- الرحيل بناء رقم 85 صابلات مزهران.

المنزل:

- الباهية طريق وهران وريعة مزهران.

-مدى استعمال المديرية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في التعريف بخدماتها السياحية

ان مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم لا تمارس بصفة كلية تكنولوجيا الاتصال و المعلومات سواء في تعاملاتها الخدمية او حتى التعريف بخدماتها السياحية ، فقط تمتلك بريد الكتروني ليتم مراسلتها الكترونيا، وحسب المعلومات التي قدمت لنا من طرف مسؤول مصلحة متابعة النشاطات السياحية و الرقابة و كذلك المختص في الاعلام الالي على مستوى المديرية أنه كان هناك موقع الكتروني للمديرية ولكن تم غلقه نظرا لعدم دفع مستحقاته .

-مراحل انجاز الروبورتاج

(1) مرحلة ما قبل التصوير

التحضير: تعد مرحلة التحضير من أهم مراحل العمل، فهي تعتبر بمثابة نقطة البداية أو النقطة الأساسية. هذه المرحلة كانت في أغلبها اعتمادا على مواقع الإنترنت والمجلات الإلكترونية، إضافة الى بعض الكتب والمراجع من مكتبة الجامعة، فتعرفنا خلال هذه المرحلة أكثر على السياحة الإلكترونية

السينوبسيس: يتناول موضوع هذا الروبورتاج أداة إعلامية جديدة، تتمثل في السياحة الإلكترونية، والترويج والتعريف بالخدمات السياحية الفندقية ووكالات السفر بالجزائر،

البطاقة التقنية:

(2) مرحلة التصوير

2-1- المعاينة:

بعد التحضير للموضوع والاتفاق مع الأستاذ المشرف حول أطراف المقابلات وأماكن التصوير، وهم أصحاب الفنادق ووكالات السفر والأساتذة ، كانت البداية بمعاينة أماكن تصوير المقابلات اتجهنا أولا إلى فندق السنوسية، ثم

2-2: التصوير:

(3) مرحلة ما بعد التصوير

3-1 المشاهدة: بعد الانتهاء من التصوير تتم عملية المشاهدة لانتقاء أحسن اللقطات التي تثير الموضوع. ومن خلال هذه المرحلة، قمنا بمشاهدة المادة المصورة لعدة مرات حتى يتسنى لنا تحديد ما نحتاجه من مشاهد بين ما نستطيع الاستغناء عنه، ثم قمنا بترتيب اللقطات في خلية التركيب بشكل يخدم الروبورتاج، وهذا وفق سيناريو مسطر من أجل تسهيل عملية التحكم في المدة الزمنية المخصصة للروبورتاج.

3-2 التركيب: تعد عملية التركيب من أعقد وأهم المراحل، وعليه يتوقف نجاح أو فشل أي منتج سمعي بصري، والتركيب عملية تقنية يقوم بها المركب، وهي تعني تجميع اللقطات وربطها باستبعاد اللقطات الغير صالحة من حيث المضمون أو النوعية، وإضافة لقطات ما أو تبديل وترتيب اللقطات بطريقة المخالفة لترتيب تصويرها. والمركب هو الشخص المكلف بهذه العملية لأنه عمل معقد وسريع التأثير، حيث يتطلب الاختيار، الإلغاء، الإلصاق.. وفي عملنا قمنا بالاستعانة بخبير في التركيب والمونتاج نظرا لخبرته ومعرفتنا الضئيلة في ذلك، وهو ما سهل العمل أكثر. وقد تمت عملية التركيب في مدة أسبوعين تقريبا.

3-3 التعليق: إن التعليق في العمل المصور يساعد على توضيح الهدف المرجو و من خلال الألفاظ و العبارات الموحية يتضح المعنى، فالتعليق في الروبورتاج مع وجود الصورة يساعدنا على إيصال الرسالة الإعلامية بشكل جيد فتم كتابة التعليق بمراعاة كل من:

- السينوبسيس.
- أهداف الروبورتاج.
- المادة الخام التي حصلنا عليها.

3-4الموسيقى:

3-5المزج: هو عملية فنية تعني مزج الصوت والصورة بشكل متناسق وكامل، أو هو جمع الأصوات المختلفة المسجلة في عدة أشرطة و مزجها على فيلم أو شريط واحد. وتنتم هذه العملية بعد تركيبنا للصور و ضبط نص التعليق و الموسيقى و الأصوات المختلفة بالتوافق مع شريط الصور، حيث قمنا بإدراج الصوت والتعليق والموسيقى والمؤثرات الصوتية. لنصل إلى وضع اللمسات الأخيرة بكتابة جنيريك البداية و النهاية و أسماء الأشخاص الذين استجوبناهم أثناء الروبورتاج في حالة النهائية.

جنريك البداية:

كلية العلوم الاجتماعية

جامعة عبد الحميد ابن باديس-مستغانم-

قسم علوم الإعلام والاتصال

يقدم:

روبورتاج مصور حول السياحة الالكترونية في الجزائر

تصوير:

تعليق:

تركيب :

إخراج:

من إعداد:

تحت إشراف:

الأستاذ: مخفي أمين

دورة ماي 2015/2016

جنريك النهاية:

كنتم مع:

روبورتاج مصور حول السياحة الالكترونية في الجزائر

تصوير:

هاشمي خيرة

غاني آسيا

تعليق:

هاشمي خيرة

تركيب: شريف احمد أمباركي

إخراج: هاشمي خيرة و غاني آسيا

تحت إشراف:

الأستاذ مخفي أمين

دورة جوان 2015/2016

البطاقة الفنية للروبورتاج:

العنوان: روبورتاج مصور

المدة: 26 د

إعداد: هاشمي خيرة و غاني آسيا

إشراف: الأستاذ مخفي أمين

الكاميرا المعتمدة: SAMSUNG

التعليق: هاشمي خيرة

التصوير: هاشمي خيرة و غاني آسيا

تركيب : احمد شريف مباركي

إخراج: هاشمي خيرة و غاني آسيا

موسيقى

نص التعليق:

تعد السياحة من ضمن الحاجات النفسية للإنسان، والتي أساسها الحاجة إلى الراحة و الاستجمام و الترويح عن النفس. فقد ظهر منذ سنوات قليلة مفهوم السياحة الالكترونية ، والتي تعني استخدام الأعمال الالكترونية في مجال السفر و السياحة و الاعتماد على تقنيات الانترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين و الوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين.

مساحة شاسعة تمتد بين شطآن البحر الأبيض المتوسط شمالا وأعماق الصحراء الكبرى جنوبا زاخرة بثروات من المقاصد السياحية المتنوعة لتصنع بتلك الأناقة اسم الجزائر ، فان شئت بحرا فأمامك نحو 1200 كم من الشواطئ الجميلة ذات الشمس و الهواء و الطقس المعتدل، وان شئت الصحراء ففيها امتداد لا ينتهي وبيئة ساحرة يمزج فيها الإنسان أصالة تقاليده مع صدق ترحيبه.

فالجزائر كغيرها من باقي الدول العربية تخطو بقوة نحو تطوير قطاعها السياحي و الارتقاء في مرافقه عن طريق الترويج الأمثل للخدمات و المقاصد السياحية الجديدة.

مستغانم، هذه المدينة الساحلية، تسجل كل عام عدد مرتفع من السياح، تتميز بجمال البحر و فوائد الطبيعة الخلابة.

لا تزال بعض من شواطئها العذراء و الشاسعة غير مستغلة وسط مناظر طبيعية جميلة، كما تتمتع بمساحات كبيرة شرقا على طول جبل الظهرة و المنحدرات و الغابات الساحلية إضافة إلى منطقة خصبة (المقطع) التي تستضيف العديد من أنواع الطيور المهاجرة في فصل الشتاء.

يحاط بالولاية شريط ساحلي يمتد على طول 124 كلم، ابتداء من شاطئ سيدي منصور ببلدية استيديا غربا نحو شاطئ البحارة بأولاد بوغالام شرقا. قد تم إحصاء سنة 2011 بما يقارب 21 شاطئ مفتوح للسباحة و البعض الآخر في حالته الطبيعية، حيث أن الأغلبية منها تتمتع بوجود غابات بالإضافة إلى لمسة غربية على المناظر الطبيعية و التي تزينها الكثبان الرملية على الشواطئ.

فقد شهد العالم تطورا تكنولوجيا في مختلف المجالات خاصة في المجال السياحي حيث اهتمت الدول المتقدمة باستخدام وسائل اتصال حديثة لتسويق الخدمة السياحية الكترونيا. فماذا عن واقع السياحة الالكترونية في الجزائر؟.

من الضروري لتطبيق السياحة الالكترونية في الجزائر والمعاملات المرتبطة بها وجود بيئة ثقافية مهيأة لمثل هذا النوع من التعاملات ، فلو قمت بتصفح المواقع الالكترونية الخاصة بالسياحة في بلادنا سواء مواقع فنادق أو وكالات سفر لوجدت العدد جد قليل أو شبه منعدم فهذه المواقع لا تعكس ثلة من القرارات التي اتخذت بغرض تطوير ودفع عجلة التنمية السياحية بأنواعها ، فماهي أسباب قلة هذه المواقع؟.

ربما يرجع السبب إلى ثقافة الإدارة السياحية الجزائرية و طريقة تعاملها مع الزبون و القوانين التقليدية التي تحكم التعاملات البنكية أو التجارية ، وكذلك ثقافة المواطن الجزائري.

ولتطبيق السياحة الالكترونية في الجزائر يجب توفر عدة متطلبات تقوم عليها ، وهذا ما يدفع إلى ضرورة بناء إستراتيجية للحاق بالسياحة عامة و السياحة الالكترونية خاصة من خلال برامج تدريبية ومعاهد و تخصصات في التكوين السياحي بهدف توعية وتزويد العاملين في هذا القطاع بالمهارات اللازمة لذلك.

وتبقى السياحة الالكترونية متأثرة بصفة كبيرة بالوضع غير المطمأن للاقتصاد الوطني، على عكس بعض الدول التي عرفت نهضة سياحية مهمة على غرار تونس و المغرب و تركيا، وعليه فان تبني سياسة لتدارك هذا التأخر و تطوير السياحة الالكترونية يبقى ضرورة حتمية ، بما في ذلك التركيز على الدفع الالكتروني وبنك معلومات الذي يعد دليلا شاملا للوجهات السياحية الجزائرية و خارطة معطيات للفنادق و الوكالات السياحية و غيرها ،في حين لم تعطي الحكومة أولوية للسياحة الالكترونية وذلك بدليل غياب مؤشراتنا في مواقع الانترنت وان وجدت فهي لاتعمل ، لذلك وجب على الحكومة أن تعيد النظر في هذا القطاع الحساس ، عن طريق توفير موارد بشرية متخصصة وخدمات الكترونية آمنة للزبون

الجزائر للأسف من بين الدول المتأخرة في مجال السياحة عامة والترويج للسياحة خاصة، وعدم وجود نية صادقة للنهوض بهذا القطاع الهام جدا.

جدول التقطيع التقني

خاتمة

خاتمة

قائمة المراجع

(أ) - المراجع باللغة العربية

- 1- محمود كامل، السياحة الحديثة، الهيئة المصرفية للكتاب، مصر، 1975، ص 16.
- 2- إبراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص 155.
- 3- أحمد الجلاّد، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، الطبعة الأولى، عالم الكتاب، القاهرة، مصر. 1988، ص 18.
- 4- نور الدين بليل، دليل الكتابات الصحفية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999، ص 67.
- 5- هند محمد حامد، التجارة الالكترونية في المجال السياحي، القاهرة، 2003، ص 153 و ص 151.
- 6- عبد الباسط سلّماني، سحر التصوير، ص1، دار الثقافة للنشر، القاهرة، 2005، ص 40.
- 7- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج، الأردن، 2005، ص 214.
- 8- محمد لعقاب، الصحفي الناجح، ط2، دار هومة للنشر والطباعة، الجزائر، 2006، ص 86، ص 87، ص 88.
- 9- نصر الدين العياضي، اقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2007، ص 131.
- 10- كواش خالد، السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها، الطبعة الأولى، دار التنوير، الجزائر، 2007، ص 22.
- 11- يوسف محمد ورداني، "كيفية تنظيم السياحة الالكترونية ومردودها على صناعة السياحة"، مارس، 2008.
- 12- فؤاد البكري، الإعلام السياحي، ص 11، عن حسن رجب، نهضة السياحة ومستقبلها، ص 13 (بدون تاريخ).
- 13- سورة التوبة الآية 02.

(ب)- المراجع باللغة الفرنسية

1-C /Cadet/ R.charles/ / J.l Galas , la communication par l' _image.série Nathan ,
Edition Silvie Gee, France, 1944, page, 134.

2- Anis Khanchouch-e-tourism, an innovative approach for the Small and medium-fizzed
tourism enterprise intunis,OCDE,2004

(ج)- مواقع من الانترنت

1-http://www.eden-algerie.com/actualite/spip.php?article38,19/04/2006

-2 <http://historicalcities.wordpress.com/24/12/2015.12:36>

-3<http://mosta-forum.7olm.org/t72-topic.le> 04/01/2016.18 :33 .3 -

-4- <http://www.echoroukonline.com.le> 05/01/2016.19 :50.

-5<http://www.onat-dz.com>.

(د)- المجلات

1-أحمد حمد الله السمان: التجارة الالكترونية وتنمية الصادرات ، سلسلة أوراق اقتصادية (جامعة
القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، العدد 24، فبراير 2005)، 7ص - ص 9.

2- بختي إبراهيم وشعوبي محمد فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة
والفندقة ، مجلة الباحث ، العدد07 ، 2010، ص276.

الملاحق

