

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

Université Chadli Bendjedid – El Tarf

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

Faculté des Sciences humaines et sociales

قسم علم الاجتماع

Département de Science sociale

الرقم التسلسلي:

مذكرة مقدمة في إطار متطلبات نيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: اتصال

تحت عنوان:

دور الرقمنة في الترويج للسياحة التراثية

– دراسة ميدانية بمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية الطارف –

تحت إشراف:

أ. د/ بوخاري أم هاني

من إعداد الطالبتين:

– بوخبيزة أمنا

– تمراوي ميلودة

لجنة المناقشة

الصفة	مؤسسة الانتساب	الرتبة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	جامعة الطارف	أستاذ التعليم العالي	أ. د. زويبي سارة
مشرفا و مقرر	جامعة الطارف	أستاذ التعليم العالي	أ. د. بوخاري أم هاني
ممتحنا	جامعة الطارف	أستاذ التعليم العالي	د. بوحنكة نذير

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

عندما يكون العمل رائعا والعطاء مميزا

وحين يكون الإبداع منهجا

سيصبح الشكر واجبا والثناء لازما

أستاذتنا الدكتورة الكريمة الفاضلة "بوخاري أم هاني"

سرنا أن نتقدم بالشكر والتقدير لجهودك المميزة وتوجيهاتك العلمية التي لا تقدر بثمن،

والتي ساهمت بشكل كبير في إتمام واستكمال هذا العمل.

نسأل الله تعالى أن تبارك في جهودك وللسير على درب الخير خطاك

كما نشكر كل الأساتذة والزملاء

ونتوجه بخالص شكرنا وتقديرنا الى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز وإتمام هذا العمل.

بوخبيزة أمناء

وقراوي ميلودة

إهداء

"بسم خالقي وميسر أموري وعصمت أمري، لك كل الحمد والامتنان"

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا على البدء والختام.

وآخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين

وصلت رحلتي الجامعية إلى نهايتها بعد تعب ومشقة.. وها أنا اليوم أتوج

لحظاتي الأخيرة من بحث تخرجي بكل همة ونشاط.

أهدي هذا النجاح الى نفسي أولا، وأمتن لكل من كان له فضل في مسيرتي وساعدني ولو باليسير،

مرت قاطرة البحث بكثير من العوائق، ومع ذلك حاولت أن أخطاها بتبات بفضل من الله.

وبكل حب أهدي ثمرة نجاحي وتخرجي:

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها، واحتضني قلبها قبل يدها وسهلت لي الشدائد بدعائها،

إلى القلب الحنون وسر قوتي ونجاحي حيي: أمي

الى الذي زين اسمي بأجمل الألقاب، من دعمني وأعطاني بلا مقابل، فخري واعتزازي: أبي

إلى من ساندني بكل حب عند ضعفي وشجعني وأوصلت العطاء دون مقابل، الى من كانت جزء من هذه الانتصارات:

أختي

الى من شد به الله عضدي وكان خير معين: أخي

الى من ربنتي صغيرة وعجز قلبي عن وصف حرقة فراقك ومن راودتني أجمل الذكريات معك:

جدتي الغالية رحمها الله.

إلى من تحلت بالإخاء وتميزت بالوفاء والعطاء رفيقتي في المشوار: صديقتي (ميلودة)

الى صديقة السنين وصاحبة الشدائد التي سعت معي في تمام هذه المسيرة: صديقتنا روميضاء

الى الأستاذة المشرفة الدكتورة "بوخاري أم هاني" التي أنارت دروبنا بالمعرفة





الإهداء

بعد مسيرة دراسية دامت سنوات حملت في طيلتها الكثير من الصعوبات والمشقة والتعب ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي أقطف ثمار تعبي وارفع قبعتي بكل فخر فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا لإنك وفققتني على إتمام هذا العمل وتحقيق حلمي

أهدي هذا النجاح إلى:

إلى الذي زين اسمي بأجمل الألقاب وفارقني وروحه ما زالت ترفرف في سماء حياتي إلى تلك الروح الطاهرة والدي -رحمه الله عبد السلام-.

إلى من كانت الداعمة الأولى والأبدية ملاكي الطاهر من كان وجودها يمدني بالسعي دون ملل دكتورتي الأولى

"أمي سميرة"

إلى خيرتي أيامي وضلعي الثابت وأمان حياتي "أختي وأخي"

إلى الذين ييهجهم نجاحي ولكل من كان عوناً وسنداً في هذا الطريق

لأصدقاء ورفقاء السنين وأصحاب الشدائد والأزمات "أمناء، هاجر، رانيا"

إلى صديقتي وجارتي فكانت خير معين "تركية، أية"

إلى صاحبة الفضل في أول وآخر خطواتنا الدكتورة الفاضلة "بوخاري أم هاني"

ها أنا اليوم أتممت أول ثماري راجية من الله تعالى أن ينفعني بما علمني

وأن يعلمني ما أجهل

ويجعله حجة لي لا علي.

"مبلودة"



ملخص الدراسة

الملخص:

تهدف الدراسة الى تسليط الضوء على دور الرقمنة كأحد أشكال التكنولوجيا الحديثة، التي تطورت وتوسعت في جميع مجالات الحياة بصفة عامة وفي مجال السياحة بصفة خاصة، وقد أدت الرقمنة الى ثورة في صناعة السياحة حيث غيرت طريقة تخطيط وتجربة السفر بشكل كبير وعملت على الترويج للسياحة وجذب المزيد من السياح، مع تقديم إمكانيات هائلة لتعزيز السياحة التراثية وحفظ التراث الثقافي للأجيال القادمة.

فرقمنة التراث أصبحت فرصة هائلة للترويج للسياحة التراثية وجذب الزوار من مختلف أنحاء العالم، فمن خلال الاستثمار المناسب في البنية التحتية الرقمية وتطوير المهارات اللازمة، يمكن للرقمنة أن تساهم في تنمية الاقتصاد المحلي وتثري تجربة الزوار للمواقع الأثرية.

ومنه تبلورت مشكلة الدراسة الحالية في التساؤل المركزي التالي: كيف تساهم الرقمنة في

الترويج للسياحة التراثية؟

والذي تفرعت عنه الأسئلة التالية:

- كيف تساهم الرقمنة في الترويج للتراث التاريخي؟
 - كيف تساهم الرقمنة في الترويج للموارد التراثية البيئية الطبيعية؟
- اعتمدنا على إجراءات وأسس منهجية في الدراسة الميدانية، حيث تم إتباعنا المنهج الوصفي، أما بالنسبة للأدوات المستخدمة في جمع المعطيات الميدانية ثم الاعتماد على الاستمارة.
- وتوصلت الدراسة الى النتائج التالية:
- تساهم الرقمنة في الترويج للتراث التاريخي وذلك من خلال تثمين المناطق الأثرية كذلك تخصيص موارد مالية لها.
 - تساهم الرقمنة في الترويج للموارد التراثية البيئية الطبيعية من خلال إنشاء مواقع وتطبيقات لعرض المعلومات حول هذه الموارد، استخدام الصور والفيديوهات.

Summary

The study aims to shed light on the role of digitization as a form of modern technology that has developed and expanded in all areas of life in general and in the field of tourism in particular. Digitization has led to a revolution in the tourism industry, significantly changing the way travel is planned and experienced. It has promoted tourism and attracted more tourists while providing immense opportunities to enhance heritage tourism and preserve cultural heritage for future generations. The digitization of heritage has become a tremendous opportunity to promote heritage tourism and attract visitors from around the world. Through appropriate investment in digital infrastructure and the development of necessary skills, digitization can contribute to local economic development and enrich the visitor experience at archaeological sites.

Thus, the central problem of the current study emerged in the following main question : **How does digitization contribute to promoting heritage tourism?**

From this, the following questions branched out:

- 1 .How does digitization contribute to promoting historical heritage?
- 2 .How does digitization contribute to promoting natural environmental heritage resources?

We relied on methodological procedures and foundations in the field study, following the descriptive method. As for the tools used in collecting field data, we relied on the questionnaire.

The study concluded with the following results:

- 1 .Digitization contributes to promoting historical heritage by valuing archaeological sites and allocating financial resources to them.
- 2 .Digitization promotes natural environmental heritage resources by creating websites and applications to display information about these resources, using images and videos.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى	الرقم
	شكر وتقدير	
	إهداء	
	فهرس المحتويات	
	فهرس الجداول	
	فهرس الأشكال	
	فهرس الملاحق	
	الملخص	
أب	مقدمة	
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة		
04	تمهيد	
05	الإشكالية	1
06	أسباب اختيار الموضوع	2
06	أهداف الدراسة	3
06	أهمية الدراسة	4
06	تحديد المفاهيم	5
14	الدراسات السابقة	6
20	المقاربة النظرية	7
الفصل الثاني: مدخل نظري حول الرقمنة		
24	تمهيد	
25	مفهوم الرقمنة	1
25	نشأة الرقمنة	2
27	خصائص الرقمنة	3
28	أهمية الرقمنة	4
30	أشكال الرقمنة	5
32	خلاصة الفصل	
الفصل الثالث: مدخل نظري حول الترويج السياحي		
34	تمهيد	

35	مفهوم الترويج السياحي	1
35	دوافع الجذب السياحي	2
36	أهمية الترويج السياحي	3
37	أهداف الترويج السياحي	4
37	وسائل الترويج السياحي	5
40	خلاصة الفصل	
الفصل الرابع: استخدامات الرقمنة في السياحة التراثية		
42	تمهيد	
43	مفهوم السياحة التراثية	1
44	تعميم الرقمنة في القطاع السياحي	2
45	دور الترويج الرقمي للسياحة التراثية في تحسين الجودة السياحية	3
46	خلاصة الفصل	
الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة		
48	تمهيد	
49	الإطار المنهجي للدراسة	1
49	المنهج المتبع في الدراسة	1-1
50	المصادر والأدوات والتقنيات المستعملة في جمع البيانات	2-1
51	مجالات الدراسة	3-1
54	الإطار الميداني للدراسة	2
54	تفريغ البيانات، تحليلها، وتفسيرها	1-2
59	عرض وتحليل نتائج الفرضيات	2-2
71	استخلاص النتائج العامة	3
74	توصيات الدراسة	4
76	خاتمة	
78	قائمة المصادر والمراجع	
84	الملاحق	

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
54	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
55	توزيع أفراد العينة حسب السن	02
56	توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	03
57	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	04
57	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	05
58	توزيع أفراد العينة حسب الرتبة المهنية	06
59	توزيع أفراد العينة حسب معرفة إذا كان للرقمنة دور في الحفاظ على التراث التاريخي	07
59	توزيع أفراد العينة حسب الرغبة في المشاركة في مشاريع ومبادرات تهدف الى استخدام الرقمنة في الحفاظ على التراث التاريخي	08
60	توزيع أفراد العينة حسب معرفتهم إذا كان السائح ينجذب تجاه المناطق الأثرية	09
60	توزيع أفراد العينة حسب معرفة إذا كان هناك تعاون مع الباحثين من أجل التثمين	10
60	توزيع أفراد العينة حسب أهم الطرق للحفاظ على التراث التاريخي	11
61	توزيع أفراد العينة حسب كيفية الاستفادة من التراث التاريخي	12
62	توزيع أفراد العينة حسب طرق جمع المعلومات حول المناطق التاريخية	13
62	توزيع أفراد العينة حسب طرق جمع المعلومات حول المناطق التاريخية	14
63	توزيع أفراد العينة حسب معرفة أكثر فئة مستهدفة من خلال رقمنة التراث التاريخي	15
64	توزيع أفراد العينة حسب معرفة التأثيرات الإيجابية لرقمنة التراث التاريخي على المجتمع	16
64	توزيع أفراد العينة حسب أهم التحديات التي تواجه رقمنة التراث التاريخي	17
65	توزيع أفراد العينة حسب أفضل الأدوات الرقمية التي تساهم في الترويج للموارد الطبيعية البيئية	18
65	توزيع أفراد العينة حسب الإجراءات الرقمية التي يمكن استخدامها لتعزيز السياحة التراثية البيئية الطبيعية في مختلف القطاعات	19
66	توزيع أفراد العينة حسب رؤيتهم إذا يتم الاستناد الى مختصين في المنطقة للتعريف بالموارد التراثية البيئية الطبيعية	20
67	توزيع أفراد العينة حسب إذا كانوا يعملون على رفع الوعي لدى السائح	21
67	توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم إذا كانت الرقمنة تساهم في رفع السياحة البيئية الطبيعية لدى الجمهور المستخدم	22
68	توزيع أفراد العينة حسب إمكانية استخدام التكنولوجيا الرقمية لزيادة الوعي بالتراث البيئي الطبيعي	23
69	توزيع أفراد العينة حسب أهم قنوات التوزيع الأكثر فعالية للوصول الى جمهور مستهدف لتراث	24

	بيئي طبيعي	
69	توزيع أفراد العينة حسب أقصى الممارسات لقياس فعالية حملات الترويج للموارد البيئية الطبيعية	25
70	توزيع أفراد العينة حول إمكانية تطوير محتوى تسويقي جذاب للتراث البيئي الطبيعي	26
70	توزيع أفراد العينة حسب أهم التحديات التي تواجه الترويج للموارد التراثية الطبيعية عبر الرقمنة	27

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
54	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
55	شكل رقم (02) توزيع أفراد العينة حسب السن	02
56	توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	03
57	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	04
57	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	05
58	توزيع أفراد العينة حسب الرتبة المهنية	06

فهرس الملاحق

فهرس الملاحق:

الصفحة	العنوان	الرقم
84	التنظيم الهيكلي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية الطارف	01
85	طلب اذن بدخول المؤسسة لإنجاز بحث علمي	02
89	الاستمارة	03

مقدمة

مقدمة:

عرف العالم بأجمعه ثورة من التكنولوجيا والوسائل التقنية الحديثة التي جعلته يبدووا كقريّة صغيرة من خلال سهولة الربط بين دوله، فقد ساهمت هذه التكنولوجيا في خدمة البشرية في جميع مناحي الحياة، ولقد عمل الإنسان على استغلال هذا التقدم العلمي لخدمته في العديد من الأصعدة سواء على المستوى الشخصي والاجتماعي أو العملي وغيره.

ومن هنا ظهرت فكرة النقل من إدارة الأشياء إلى إدارة الرقميات، ومن الخدمة المباشرة إلى الخدمة عن بعد، فأصبح الاعتماد على البيئة الرقمية في الوقت الحاضر حتمية في قطاع السياحة باعتباره أكبر عامل لجلب العملة الصعبة في البلاد المستضيفة وهو ما أدى إلى رقمنة السياحة التراثية لتكون أكثر فعالية وإنتاجية، كما تهدف الرقمنة إلى تعزيز تجربة السائح من خلال تقديم خدمات أكثر سلاسة وتحسين التفاعل بين الجهات السياحية وتوفير المعلومات وتسهيل الإجراءات لاختصار الوقت وتعزيز التواصل والعمل على تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية، كما ساهمت الرقمنة في تنمية وتغيير الافكار من خلال خلق حالة من الوعي نحو ضرورة تسخير الرقمية كأداة للترويج للسياحة التراثية من خلال تشكيل صورة ذهنية لقطاع السياحة مما يزيد قدرتها على اكتساب المزيد من الزبائن الذين يشاركون في البرامج السياحية، فالترويج هو عماد السياحة التراثية لما له دور في تنشيط هذا القطاع وإحداث معرفة بين السائح والمعلومات التي تصله من خلال الجهود الترويجية، فما جدوى أن تمتلك الدولة كل عناصر الجذب السياحي دون أن يعرف الآخرون عنها شيئاً فالسياحة تقوم أساساً على فكرة التنقل والبحث عن فضاءات جديدة غالباً ما تمتد خارج حدود الدولة، وهذا ما دفع صناعة السياحة التراثية بكل أنماطها أن تقوم على استخدام الفضاءات الرقمية فهي تمثل القاعدة الأساسية والخيار الرئيسي لكل نشاط سياحي باختلاف طبيعته وموضوعه، ولعل ذلك يعود إلى أن قطاع السياحة يعتبر من أهم القطاعات التي استفادت من المزايا التي أفرزتها الثورة الرقمية من خلال استغلال مختلف الأدوات والآليات التي توفرها الرقمنة، كما أن السباحة التراثية تتصف بالديناميكية والتي تعكس مدى التقدم الحضاري للدول، بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الأمم والشعوب نتيجة بروز التطور الرقمي.

ومنه فقد قسمت الدراسة الى خمسة فصول:

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة، تطرقنا فيه الى الإشكالية وأسباب اختيار الموضوع

وأهمية الدراسة وأهدافها وكذلك تحديد المفاهيم والدراسات السابقة والمقاربة النظرية.

الفصل الثاني: مدخل نظري حول الرقمنة وتطرقنا فيه الى مفهوم الرقمنة، نشأة الرقمنة، خصائص الرقمنة وأهميتها وأشكال الرقمنة.

الفصل الثالث: مدخل نظري حول الترويج السياحي والذي تطرقنا من خلاله إلى مفهوم و دوافع الجذب السياحي وأهمية وأهداف الترويج السياحي وكذلك وسائل الترويج السياحي.

الفصل الرابع: استخدامات الرقمنة في السياحة التراثية والذي تناولنا فيه مفهوم السياحة التراثية وتعميم الرقمنة في القطاع السياحية وأيضا دور الترويج الرقمي للسياحة التراثية في تحسين الجودة السياحية.

الفصل الخامس: الدراسة الميدانية وإجراءاتها المنهجية، فقمنا بعرض وتحليلنا نتائج كل فرضية على حدا وفي الأخير عرض أهم النتائج المتوصل اليها من خلال الاستنتاج العام للدراسة و طرح أهم التوصيات.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للدراسة

الفصل الأول:

1. الإشكالية
2. أسباب اختيار الموضوع
3. أهداف الدراسة
4. أهمية الدراسة
5. تحديد المفاهيم
6. الدراسات السابقة
7. المقاربة النظرية

1: الإشكالية.

مثل التطور التكنولوجي في العالم تحولا كبيرا في القرن الحادي والعشرين حيث تأثرت جميع جوانب الحياة البشرية بالتكنولوجيا المتقدمة، وقد أحدثت التقنيات الجديدة ثورة في الاتصالات والمعلوماتية والطب والطاقة والنقل وغيرها. وأسهمت هذه التطورات التكنولوجية في تحسين حياة الناس، وتوسيع الفرص في جميع مناحي الحياة بما في ذلك المجال الثقافي حيث لعبت الثقافة دورا حاسما في توجيه المجتمعات ووضع القرارات الحكومية لترقيتها، وتوسيع الفرص الاقتصادية للخروج من الأزمات وتعزيز التواصل والتفاعل بين الأفراد والمجتمعات، كما يسرت التكنولوجيا ولا سيما الرقمية الانتفاع بمختلف مصادر المعلومات في مختلف أنحاء العالم، حيث أصبح التطور التكنولوجي ضرورة حتمية باعتباره البنية الأساسية لصناعة السياحة من خلال المساهمة في التعريف والترويج وحفظ التراث السياحي للشعوب الذي يعد اليوم من أبرز مقومات الجذب السياحي من خلال إدخال طرق رقمية ناجحة وفعالة تساهم في تنشيط هذا التراث وصوننا له من الاندثار.

فمن شأنها أن تصون علاقة الإنسان الوطيدة بتراثه كونها المحدد الأساسي لهويته، والرباط لحاضره بتاريخه وماضيه، وبذلك أصبح الإنسان ينتمي إلى تراثه انتماءً كبيراً ويتباهى به، ويمنع المساس به أو تشويهه؛ لما له من قيمة كبيرة تشغل تفكيره وعاداته وتقاليده.

وإنّ الاهتمام برقمنة التراث السياحي للمجتمعات والاهتمام بنشره رقمياً والتأسيس لتراث رقمي موثق جعل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال أداة إيجابية فعالة لخدمته في ظل العمل على تحقيق التنوع الاقتصادي من خلال الاستفادة من مقومات التراث وتحقيق استقطاب سياحي.

والجزائر بحكم موقعها الجغرافي وغناها بالثروات الطبيعية عرفت منذ القدم تعاقبا وتمازجا كبيرا للحضارات ما أوردها تراث متنوع وغني والذي يجب توليه اهتماما وعناية خاصة في محاولة استثماره في صناعة السياحة، إذ يعتبر قطاع السياحة في الجزائر من بين أهم القطاعات الإستراتيجية لجعله أكثر جاذبية واستقطاب للسياح.

وباعتبار الرقمنة تهتم بكل المناطق الجغرافية وتعرف بها متجاوزة حدود الزمان والمكان فقد وقع اهتمامنا على دورها في الترويج للسياحة بالمنطقة وهو ما دفعنا الى دراسة هذا الموضوع من

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

خلال طرحنا للتساؤل المركزي الرئيسي التالي: كيف تساهم الرقمنة في الترويج للسياحة التراثية بالمنطقة؟

ويندرج ضمنه مجموعة من التساؤلات الفرعية:

أ. كيف تساهم الرقمنة في الترويج للتراث التاريخي للمنطقة؟

ب. كيف تساهم الرقمنة في الترويج للموارد التراثية البيئية الطبيعية للمنطقة؟

الفرضيات:

– الفرضية الرئيسية:

تساهم الرقمنة في الترويج للسياحة التراثية بالمنطقة.

الفرضيات الفرعية:

أ- تساهم الرقمنة في الترويج للتراث التاريخي بالمنطقة.

ب- تساهم الرقمنة في الترويج للموارد البيئية الطبيعية بالمنطقة.

2: أسباب اختيار الموضوع:

هناك العديد من الأسباب التي دفعتنا الى اختيار هذا الموضوع منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي.

أ- الأسباب الذاتية:

- الميل الشخصي والاهتمام بالمواضيع التي تخص الرقمنة والترويج السياحي.
- المبادرة الذاتية لمعالجة المشكلة والوصول الى حلول تمكننا بالنهوض بالسياحة الرقمية وفهم وكيفية الترويج للسياحة التراثية من خلال الرقمنة.
- القناعة الدور الذي تؤديه الرقمنة في الترويج للسياحة على المستوى الوطني والمحلي.
- القناعة بأهمية رقمنة التراث السياحي في الحفاظ على الهوية.

ب- أسباب موضوعية:

- هناك عدة أسباب موضوعية جعلتنا نختار هذا الموضوع من بينها:
- محاولة تسليط الضوء على دور الرقمنة وأهميتها في الترويج للسياحة التراثية.
- قلة وندرة البحوث المتخصصة في هذا المجال وكذا الدراسات التي تناولت هذا الموضوع لا سيما المحلية.

- ان موضوع رقمنة التراث كقيمة علمية تتطلب من الباحث التوسع لمعالجة الموضوع والبحث المستمر للتطلع على مستجدات التقدم العلمي والتكنولوجي في هذا المجال.

3: أهداف الدراسة.

- تهدف هذه الدراسة الى تحقيق مجموعة من الأهداف منها:
- محاولة التحسيس بأهمية الرقمنة في الترويج للسياحة التراثية.
- التعرف على دور الرقمنة في المساهمة في الترويج للتراث التاريخي بالمنطقة.
- التعرف على دور الرقمنة في الترويج للموارد البيئية الطبيعية بالمنطقة.
- التعرف على دور الرقمنة في زيادة الترويج للسياحة وزيادة فعاليتها.
- إظهار أهمية تزايد رقمنة السياحة التراثية ودورها في الحفاظ عليها.

4: أهمية الدراسة.

يعد موضوع الرقمنة من المواضيع التي لها أهمية كبيرة بسبب التطور الذي يشهده العالم، فهي تساهم في الترويج وحفظ التراث الذي يعد من أبرز مقومات الجذب السياحي. فقطاع السياحة أصبح يعتمد كثيرا على الرقمنة ويعتبرها ضرورية لا يمكن الاستغناء عنها، لذا نسعى من خلال بحثنا هذا الرقمنة السياحة التراثية وكذا استعمال طرق عصرية متطورة أكثر سعيا وراء تسهيل الوصول الى مختلف المواقع التراثية السياحية التاريخية والطبيعية.

5: تحديد المفاهيم.

1- الدور:

- أ- لغة: مادة (د.و.ر) الدور الطبقة من الشيء المدار بعضه فوق بعض وهو أيضا النوبة¹.
- ب- اصطلاحا: الدور هو النموذج المنظم لسيرة أو لوضعية أو موقف الفرد في الجماعة، ويحمل هذا الأخير قيمة وظيفية ويتضمن حقوق وواجبات².

¹ بن عروس محمد لمين، الدور والمكانة الاجتماعية في المجتمع، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، المجلد السادس، العدد الرابع، ديسمبر 2021. ص 556.

² مقعد يوسف، دور الإعلام السياحي في تنشيط السياحة الجزائرية، دراسة ميدانية على عينة من الوكالات السياحية في الشرق الجزائري، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص

- تعريف ليفي: "يرى أن الدور هو بمثابة مركز متميز في نطاق بيان اجتماعي معين"
- تعريف بارسونز: "يرى أن الدور هو ما يقوم بفعله الفاعل الاجتماعي في علاقة مع الآخرين."
- تعريف مكدول: "يشير أن الدور يعتبر نموذجاً من السلوك المتوقع والمرتبط موقع معين في مجتمع معين"¹

ج- إجراءات:

الدور هو أداة مفيدة لفهم السلوك الاجتماعي، وقد تختلف سلوكيات الفرد في إطار دوره اعتماداً على السياق والمواقف المختلفة.

2- مفهوم الرقمنة:

أ. لغة: تدل مادة رقم في المعاجم اللغوية العربية على جملة من المعاني أهمها التعجيم والبيان والكتابة والقلم والخط. ويقول ابن منظور "الرقم والترقيم بتعجيم الكتاب، ورقم الكتاب يرقمه رقماً أعجمه وبينه، وكتاب مرقوم، أي قد بنيت حروفه بعلاماتها من التنقيط وقوله عز وجل "كتاب مرقوم" كتاب مكتوب والمرقم القلم: ضرب مخطط من الوسعي ورقم الثوب برقمه رقماً ورقمه خطه.

ب. اصطلاحاً: عرفت الرقمنة على أنها عملية استنساخ رقمية تمكن من تحويل الوثيقة مهما كان نوعها ووعاؤها إلى سلسلة رقمية، ويواكب هذا العمل التقني عمل فكري مكثفي لتنظيم ما بعد المعلومات من أجل فهرستها وجدولتها وتمثيل محتوى النص المرقم، وتختلف وتتعدد المفاهيم المتعلقة بمصطلح الرقمنة تبعاً للسياق الذي يستخدم فيه حيث يلاحظ أن الترقيم أو الرقمية تعني: في مجال الحاسب الآلي: تحويل البيانات إلى شكل رقمي بحيث يمكن معالجتها بواسطة الحاسب.

إعلام سياحي. قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، الحاج لخضر، 2020-2021، ص36.

¹ قارة غانية، تومي جمعية، دور السياحة في الاقتصاد المحلي - مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران - نموذجاً - مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص -اتصال سياحي شعبة علوم الإعلام والاتصال قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، 2015-2016، ص20.

في سياق نظم المعلومات: تحويل النصوص المطبوعة مثل الكتب والصور سواء كانت صور فوتوغرافية أو إيضاحات أو خرائط ... وغيرها من المواد التقليدية من أشكالها التي يمكن أن تقرأ بواسطة الإنسان أي تناظرية إلى الأشكال التي يقرأ فيها بواسطة الحاسب الآلي، أي إلى إشارات أو "Scanning" وذلك عن طريق استخدام أجهزة الماسح الضوئي "Signalsbinary" ثنائية عن طريق الكاميرات الرقمية التي ينتج عنها أشكال يتم عرضها على شاشة الحاسب.

في سياق الاتصالات بعيدة المدى: تشير إلى تحويل الإشارات التناظرية المستمرة إلى إشارات رقمية ثنائية¹.

هناك عدة تعريفات للرقمنة، وهناك من يعرفها بأنها عملية تحويل مصادر المعلومات من الشكل التقليدي إلى الرقمي، وتقوم مؤسسات المعلومات باتخاذ هذا الإجراء بهدف توفير أكبر قدر من مصادر المعلومات للمستفيدين.

وينظر تيري كان "Tonykun" إلى الرقمنة على أنها عملية تحويل مصادر المعلومات على اختلاف أشكالها مثل الكتب والدوريات والتسجيلات والصور الثابتة إلى شكل مقروء بواسطة تقنيات الحاسبات الآلية عبر النظام الثنائي (Bits) وتحويل المعلومات إلى مجموعة من الأرقام الثنائية. ويتم القيام بهذه العملية بفض لمجموعة من التقنيات والأجهزة المتخصصة.

وتشعر شارلوت بيرسي "Charlottsbares" إلى الرقمنة على أنها منهج يسمح بتحويل البيانات والمعلومات من النظام التناظري إلى النظام الرقمي.

وقدم دوو جهودجز "Dovc Hodges" مفهوم آخر تم تبنيه من جانب المكتبة الوطنية الكندية ويعتبر فيه الرقمنة إجراء لتحويل المحتوى الفكري المتاح على وسيط تخزين فزيائي تقليدي مثل: مقالات الدوريات، الكتب، المخطوطات، الخرائط وغيرها إلى شكل رقمي.

ج. اجرائيا:

¹ ميلودة حمدو، دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في المرفق العمومي دراسة حالة بلدية أنفوسة ولاية ورقلة (2021-2022)، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في ميدان الحقوق والعلوم السياسية تخصص تنظيمات سياسية وإدارية، قسم العلوم السياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2020/2021، ص 10-11.

الرقمنة هي عملية تحويل المعلومات من شكل ورقي الى رقمي، يشمل ذلك تحويل الصور الوثائق، الصوت الى اشكال رقمية، كما تساعد الرقمنة على التواصل بشكل أسرع وأسهل مع أي شخص في أي مكان في العالم، وتعتبر ظاهرة عالمية ذات تأثير كبير على مختلف جوانب الحياة بما فيها السياحة والتراث...

3- مفهوم الترويج:

أ. لغة:

كلمة الترويج باللغة العربية تعني راج الشيء، أي تعاطاه الناس وشاع بينهم أي عرف به وهذا يعني أن الترويج هو الاتصال بالآخرين وتعريفهم بأنواع السلع والخدمات التي بحوزة البائع¹. إن كلمة الترويج باللغة العربية تعني: راج - راجا: "نفق"، وروجه ترويجا: نفقته إذن كلمة ترويج تعني تنفيق هذا الشيء لا بد من الاتصال بالآخرين وتعريفهم بالمنتج الذي يملكه صاحبه².

ب. اصطلاحا:

هو مجموعة من الاتصالات التي يقوم بها المنتج لتعريف المستهلك بالسلع والخدمات المنتجة من قبله من خلال توصيل المعلومات الخاصة بهذه السلع والخدمات من خصائص وفوائد والتأثير عليه وإقناعه ودفعه لشرائها.

- هو الوظيفة التسويقية المتعلقة بالإخبار والتأثير على القرار الشرائي للمستهلك.

¹ كباب منال، دور استراتيجية الترويج في تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة الوطنية، دراسة حالة المؤسسة الوطنية لأجهزة القياس والمراقبة (AMC) العلمة سطيف، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف مسيلة 2007 ص49.

² بلحاج مريم، عبد الرحمان نصيرة، أثر الترويج السياحي في الأداء التسويقي لمؤسسات الصناعة التقليدية والحرف، دراسة آراء عينة من الحرفيين في ولاية أدرار، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة احمد دراية - الجزائر، 2022-2023، ص5.

- يعرف الترويج بأنه أنشطة الاتصال التي يقوم بها المسوقون لإخبار وإقناع وتذكير المشتريين المحتملين بمنتجات الشركة والتأثير آرائهم والحصول منهم على ردود فعل إيجابية تجاه الشركة ومنتجاتها.

- ويعرفه راشمان بأنه: نشاط الاتصال التسويقي لإبلاغ الأفراد والمنشآت أو تذكيرهم لحثهم والتأثير عليهم لقبول السلعة أو الخدمة أو الفكرة ثم البحث عنها إما لإعادة بيعها أو استخدامها.

- فقد عرف كيرنان ورفاقه بأن الجهد المبذول من جانب البائع لا اقناع المستهلكين بقبول معلومات معنية عن سلعة أو خدمة وحفظها في ذهنه بشكل تمكنه من استرجاعها وبصورة أكثر تحديدا فإن الترويج ينطوي على محاولة من جانب البائع لتقديم سلعة أو خدمة بأسلوب يتم من خلال التأثير على أذهان أفراد الجمهور ثم إقناع هؤلاء بها وبالتالي شرائها ويستلزم ذلك بالضرورة عملية تدقيق معلومات من جانب البائع إلى المشتري المرتقب بشكل مباشر أو غير مباشر.

- أما كيكدا فقد عرف الترويج بأنه: نظام اتصال يقوم على نقل معلومات سلعة أو خدمة، بأسلوب إقناعي وجمهور مستهدف من المستهلكين أفراد على قبول السلعة أو الخدمة المروج لها¹

- وحسب معهد ترويج المبيعات (ISP) الترويج هو مجموعة من تقنيات التسويق التكتيكي (للأعمال التجارية) مصممة في إطار إستراتيجيه تسويقية قيمة إلى منتج/خدمة من أجل الوصول إلى أهداف تسويقية وتجارية محددة.

- الترويج هو أحد أنشطة الاتصالات التسويقية وهدفه يتمثل في إقناع أو إخبار أو تذكير الزبائن بالسلع أو الخدمات المنتجة.

- كما يعرف كذلك على أنه: مجموعة النشاطات المتعلقة بتزويد المستهلك بمعلومات عن مزايا المنتج بهدف إثارة اهتمامه وإقناعه بتمايز المنتج عن منتجات المنافسين ودفعه الى الشراء.

- هو نشاط تسويقي ينطوي على عملية اتصال اقناعي، يتم من خلال التعريف بسلعة أو خدمة أو فكرة أو شخص أو نمط سلوك معين، يهدف التأثير على أذهان أفراد جمهور معين لاستمالة استجابتهم السلوكية إزاء ما يروج له.

¹ الزاوي عبد القادر، دحمان عبد الوهاب، فعالية إستراتيجية الترويج في تعزيز الميزة التنافسية دراسة حالة مدرسة آفاق الإعلام الآلي وتعليم اللغات بولاية أدرار، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، شعبة علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة احمد دراية، أدرار السنة الجامعية 2017-2018، ص3.

- يعتبر الترويج نشاط من أنشطة التسويق الذي يركز على عملية الاتصال الإقناعي، وتتم هذه العملية من خلال التعريف بالمنتج الذي قد يكون سلعة أو خدمة أو فكرة أو شخص أو نمط سلوكي معين حسب يهدف هذا النشاط إلى التأثير في أذهان الجمهور المستهدف وتحقيق استجابة إيجابية.

- تعتبر الترويج هو ذلك الجزء من الاتصالات الذي يهدف إلى إعلام وإقناع وتذكير المستهلك بالسلعة التي تنتجها الشركة والتأثير فيه لقبولها واستخدامها.

- الترويج هو عملية اتصال تسويقي يعمل على توفير المعلومات اللازمة والملائمة للمستهلك من سلعة أو خدمة أو فكرة معنية بهدف إخبار أو إقناع أو تذكير الجمهور المستهدف بالمنتج والتأثير على أذهانهم لخلق رد فعل إيجابي إزاء ما يروج له¹.

ج. اجرائيا:

هو مجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى إيصال رسالة الشركة التسويقية للعملاء المستهدفين، وهو جزء مهم من أي إستراتيجية تسويقية ناجحة، كما يعتبر عملية تواصلية تهدف إلى خلق الوعي بالمنتج أو الخدمة وبناء علاقات مع العملاء وتحفيز المبيعات والعمل على اقناع المستهلك باعتباره جانب الاتصال في العملية التسويقية.

4- مفهوم السياحة:

أ. لغة: يعني السفر والتجوال بالانتقال من مكان إلى آخر، فإذا كان هذا الانتقال من مدينة إلى أخرى يسمى سياحة داخلية، أما إذا كان من دولة إلى أخرى يسمى سياحة خارجية.

يعود مفهوم السياحة الكلمة "TOUR" المشتقة من الكلمة اللاتينية "TORNO"، ففي عام 1943 ولأول مرة تم استخدام المفهوم "Tourism" ليبدل على السفر والتجوال من مكان لآخر. ويتضمن هذا المفهوم كل المهن التي تنتسب كل الحاجات المختلفة للمسافرين، كما أن السفر أو

¹أقمر اوي نوال، أثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية، دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة تخصص إدارة البيئة والسياحة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر - 3، السنة الجامعية 2010-2011 ص54-55.

الترحال "Travel" ممكن أن يعتبر سياحة إذا كان مؤقتاً، وغير اخباري بحيث لا يكون فيه البحث عن العمل أو نشاطات ربحية¹

ب. اصطلاحاً: وقد اختلف في تعريف السياحة، تبعاً لاختلاف التخصصات العلمية التي تتناول هذه الظاهرة بالدراسة والتحليل، وما هو ملفت للنظر تطور مفهوم السياحة من فترة زمنية لأخرى نظراً لتطور ظاهرة السياحة نفسها، وقد ظهرت العديد من التعاريف:

عرفها الاستاذ علي أحمد هارون بأنها مجموعة الأنشطة الحضارية والاقتصادية والتنظيمية الخاصة بانتقال الأفراد إلى بلاد غير بلادهم وإقامتهم لمدة لا تقل عن 24 ساعة لأي غرض كان ما عدا العمل الذي يدفع أجره داخل البلد المزار.

أما منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (O.E.C.D) فتري في السياحة أنها صناعة تعتمد على حركة السكان أكثر من البضائع²

أما السياحة وفق تعريف "فوولر الألماني" بأنها ظاهرة من الظواهر العصر تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة.

وقد عرفها ويغنز (wegener) "جميع أشكال السفر والإقامة للسكان غير محليين" اما روبنسون (Robinson) وقد عرف السياحة بأنها انتقال الأفراد خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها مدة تزيد على أربع وعشرين ساعة ونقل عن عام واحد على أن لا يكون الهدف من وراء ذلك الإقامة الدائمة أو العمل أو الدراسة أو مجرد عبور الدولة الأخرى.

ويشير بوركارت وميدلك (Borkant and Medlik) أنها استخدام محدد لوقت الفراغ ولكل أشكال الاستجمام، أنها تشمل جميع أشكال السفر ولكن ليس كلها³.

¹ بعوط لزهري، الترويج للمقومات السياحية ودوره في تحقيق التنمية المحلية "حالة ولاية قالمة"، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر تخصص: تسويق فندي وسياحي، قسم العلوم التجارية، لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة 8 ماي 1945 قالمة 2017/2018 ص10.

² حمزة عبد الحليم درادكه وآخرون، مبادئ السياحة - Principle Tourism - الطبعة الأولى 2014م - 1435هـ دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان 2013 ص18.

² أشرف عبد الله الضباعين، مواقع التراث الثقافية ادارة وسياحة وتسويق.

ج. إجراءات:

يمكن اعتبار السياحة أنها نشاط يتضمن سفر الفرد من مكان إقامته المعتاد إلى مكان آخر لمدة زمنية محددة، بغرض القيام بأنشطة معينة. كما تعتبر ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة والترفيه والتغير وتمثل فرصة فريدة لفهم العالم بشكل أفضل.

5- مفهوم السياحة التراثية.

أ. اصطلاحاً:

فهي تشير إلى تجربة سفر باتجاه الماضي حيث أصالة الجذور وعمق التاريخ، فهي تركز أساساً على الشواهد التراث الثقافي للمجتمعات التي تعد نقطة الانطلاق نحو المستقبل من خلال ما أنتجته الحضارات والأمم السابقة في كافة مجالات الحياة المادية والمعنوية، تنقسم موارد التراث إلى موارد تراثية بيئية طبيعية كالمحميات النباتية، الحيوانية، المائية الغابات والمواقع ذات الجمال الطبيعي وموارد تراث من صنع البشر تنقسم بدورها إلى تراث مادي يشمل القطع الأثرية، المعالم، المباني، اللوحات النفسية وتراث غير مادي يضم المأثورات الشعبية المعتقدات المعارف وعليه تعني السياحة التراثية بالشق المادي للتراث الثقافي¹.

- تتنوع السياحة حسب طبيعة نشاطاتها المختلفة ومن حيث الغاية من الزيارات من حيث المكان والزمان المتعلقان بالزيارة، ولهذا فإن السياحة التراثية ترتبط بكل ما هو تراث وثقافة وعادات وتقاليد وفن معماري وهندسي، أي هي كل سياحة يكون موضوعها التراث والباعث الأساسي عليها الثقافة وزيارة المعالم لتاريخية والمواقع الأثرية والمتاحف، فهناك من يعرفها على أنها: السياحة التي تهتم بالآثار والتراث الثقافي الذي يشمل المواقع الأثرية والتاريخية والأعمال الفنية والمناظر الطبيعية ويكون الدافع الرئيسي فيه هو الخصائص الأثرية للموقع تبعاً لرؤية السياح للكثير والتراث.

³ مالكي خميسة، الاستهداف السياحي في إدارة الفعاليات الثقافية: شهر التراث نموذجاً، مذكرة تخرج: مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر مهني في إدارة الأعمال السياحية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، التخصص: إدارة أعمال السياحية للسنة الدراسية الجامعية 2021-2022، ص16.

وهذا ما أكدته منظمة اليونسكو حينما عرفت السياحة التراثية على أنها: السفر المهتم بتجربة البيئات الثقافية بما في ذلك مواقع طبيعية ومبينة وفنون مرئية وأساليب حياة وقيم وعادات ومناسبات خاصة¹.

أما من الناحية القانونية فلقد تطرق قانون 03-01 في المادة 03 منه إلى السياحة التراثية من خلال تعريفه للسياحة الثقافية على أنه كل نشاط استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة والانفعالات من خلال اكتشاف تراث عمراني مثل المدن والقرى والمعالم التاريخية والحدائق والمباني الدينية أو تراث روعي مثل الحفلات التقليدية والتقاليد الوطنية أو المحلية وهو التعريف الذي اعتمدته كما أشرنا سابقا منظمة اليونسكو للسياحة التراثية².

ج. اجرائيا:

السياحة التراثية هي نوع من السياحة تهدف إلى تجربة واستكشاف التراث الثقافي والحضاري لمكان معين من خلال زيارة المواقع الأثرية والتاريخية والمعالم الثقافية، كما تساعد على كسر الحواجز بين الثقافات وتعزيز التفاهم والتسامح، كما تقدم السياحة التراثية للسياح تجارب سياحية فريدة من نوعها لا يمكن العثور عليها في أي مكان آخر.

سادسا: الدراسات السابقة.

تستمد أي دراسة مشروعيتها المعرفية والمنهجية من مجموعة من الدراسات البحوث التي تلقى، فالبحوث السابقة هي إلهام لا غنى عنها بالنسبة للباحث، فكل بحث ما هو إلا امتداد للبحوث التي سبقت لذلك لا بد من استعراض أهم الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة "نهلة عبد الوهاب عبد الصادق مشمور" و"سماح عبد الحفيظ يوسف": "تأثير التحول الرقمي على القدرة التنافسية والقيمة المضافة للقطاع السياحي" مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة (JAATH) المجلد 21، العدد 3 (ديسمبر 2021).

¹ حسن حميدة، التراث الثقافي والسياحة العلاقة والحماية، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية السياسية، المجلد 06/ العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسي، جامعة البليدة 02 الجزائر 2022 ص380.

² المرجع السابق، لـ حسن حميدة، التراث الثقافي والسياحة العلاقة والحماية، ص381

تمحورت إشكالية الدراسة حول التعرف على دور التحول الرقمي وأثره على تنمية القطاع السياحي المصري وذلك من خلال طرح التساؤلات التالية:

1. ما دور الثقافة الرقمية في تنمية وتنشيط القطاع السياحي المصري في ظل التحولات المشاركة في الخدمات الرقمية وتنوعها من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؟
2. ما القيمة المضافة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطاع السياحة؟
3. ما معوقات تنفيذ التحول الرقمي في القطاع السياحي المصري من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج الاستنباطي، كما تم الاعتماد على استمارات الاستقصاء التي تم تصميمها طبق لمقياس (Likert) الخماسي في جمع البيانات الميدانية، كما اعتمدت هذه الدراسة على العينة العشوائية البسيطة من مجتمع الدراسة التي بلغت 150 مفردة. وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية.

- غالبية أفراد عينة الدراسة ترى وجود أهمية لمحددات توافر البنية الأساسية والإستراتيجيات الأساسية اللازمة لتطبيق التحول الرقمي بالإضافة إلى أهمية العمل على إزالة الصعوبات التي تواجه تطبيق التحول الرقمي في السياحة المصرية وتطوير المنتج السياحي. كما أوضحت نتائج الدراسة الى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أهمية توافر البنية الأساسية والإستراتيجية اللازمة لتطبيق التحول الرقمي وبين تطور المنتج السياحي، وبين توافر الخدمات الرقمية الخاصة بمجال السياحة بين تطوير المنتج السياحي. هناك أهمية للتحول الرقمي في تطوير المنتج السياحي.

تعقيب الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات التي لها صلة بموضوع دراستنا والتي تصب في قالب واحد وهو الرقمنة والسياحة، لكن الدراستين تختلفان من حيث الإطار العام الذي يتم فيه دراسة هذا الموضوع.

الدراسة الثانية: محمد نايف الصرايرة: "السياحة التراثية ودورها في صناعة السياحة وتفعيل عملية استقطاب السائحين الى الأردن" المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، يصدرها كلية السياحة والفنادق، المجلة (11)، العدد (1/2) سبتمبر 2017.

تتمحور مشكلة الدراسة حول معرفة واقع عملية استقطاب السائحين إلى الأردن متخذة السياحة التراثية ودورها في صناعة السياحة وتفعيل استقطاب السائحين إلى الأردن، وتبحث أنواع المعوقات والصعوبات التي تواجه هذا النوع من السياحة.

ومن خلاله تم طرح التساؤلات التالية:

1. ما هي الأساليب الحالية المتبعة للحفاظ على المواقع الأثرية؟
 2. ما هي فرص تطوير هذا النوع من السياحة؟
 3. كيف يمكن تفعيل أساليب الحفاظ على المواقع التراثية من خلال التجارب العالمية والاستفادة منها في عملية استقطاب السائحين؟
- اعتمد على منهج جمع وتحليل البيانات، تم توزيع 300 استبانة عاد منها 285 استبانة وتم استبعاد 9 استبيانات، لذلك تم الاعتماد على 276 استبانة، جمعت البيانات منهم عن طريق الاستبيان ويمثلون مجتمع البحث وعينة الدراسة.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السياحة التراثية ودورها في صناعة السياحة وتفعيل عملية استقطاب السائحين إلى الأردن، إلا أنه لا يوجد اهتمام كافي بإعادة ترميم المواقع التراثية.
- يوجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين النشاطات والمهرجانات التراثية ودورها في صناعة السياحة وتفعيل عملية استقطاب السائحين إلى الأردن، باستثناء أن السائحين لا يخططوا لزيارة الأردن مرة أخرى للمشاركة في النشاطات والمهرجانات التي تقام في المواقع التراثية.
- توجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين الفعاليات التراثية المتوفرة على تنشيط حركة السياحة وصناعة السياحة وتفعيل عملية استقطاب السائحين إلى الأردن إلا أن السائح لا يعتبر حضور ومشاهدة النشاطات التي تقام في الأماكن التراثية الدافع الرئيسي للقيام برحلته السياحية إلى الأردن، ولا يشجعه اقام نشاطات في الأماكن التراثية على زيارة هذه الأماكن أكثر من مرة.
- يوجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين الدعاية والإعلان المتوفرة على تنشيط حركة السياحة التراثية وتفعيل عملية استقطاب السائحين إلى الأردن، إلا أنه لا يتم توفير المعلومات اللازمة حول المساحة التراثية في الأردن بالشكل الكافي في الخارج.

تعقيب على الدراسة:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تشمل المتغير الثاني لدراستنا الا وهو السياحة التراثية، تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا المنهج وأدوات جمع البيانات.

الدراسة الثالثة: دراسة عبادي محمد وزهواني عبد الرزاق: تجليات التحول الرقمي ودوره في تفعيل السياحة الداخلية - اتصالات الجزائر نموذجا - مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد: 08 العدد: 03، 2019.

حيث تلخصت إشكالية البحث فيما يلي:

▪ هل واكب القطاع السياحي في الجزائر التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؟

▪ وما الذي يمكن أن تقدمه اتصالات الجزائر من خدمات لقطاع السياحة الداخلية؟

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في عرض الإطار النظري ومحاولة تحليل واستقراء الأرقام والإحصاءات في هذا الخصوص، بالإضافة الى الاعتماد على مراجع متخصصة في هذا المجال تخدم موضوع الدراسة.

توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- تأخر الجزائر في مجال الرقمنة للترويج السياحي مقارنة بدول الجوار.

- ان الجزائر تمتلك إمكانيات سياحية هائلة وتنافسية ان أمكن استغلالها أحسن استغلال.

- استعمال تقنيات الرقمنة والاتصال تساهم في دفع عجلة قطاع السياحة بالجزائر (السياحة الإلكترونية)

-الإمكانيات الكبيرة المتوفرة لدى اتصالات الجزائر (وسائل الرقمنة) يمكن أن تساهم في تنشيط قطاع السياحة.

تعقيب على الدراسة:

تتفق الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في أنهما تبحثان في موضوع واحد وهو إبراز أهمية تقنيات الرقمنة ومعلومات الاتصال في تنشيط قطاع السياحة في الجزائر، وهذا له علاقة بموضوع بحثنا أو موضوع الدراسة الحالي "دور الرقمنة في الترويج للسياحة التراثية" بالإضافة الى هذا أنه تم في كلا الدراسين عرض نظم التكنولوجيا الرقمية للترويج السياحي ومواكبة التطورات التكنولوجية في مجال الرقمنة.

2.2 الدراسة الرابعة: دراسة الطالبتين الدمزة آية، قمادي منى

"تكنولوجيا المعلومات بالتنظيمات السياحية ودورها في نشر الثقافة السياحية"

مذكرة شهادة الماستر، جامعة العربي التبسي - تبسة -2021-2022

تهدف الدراسة للإجابة على السؤال الرئيسي التالي: ما الدور الذي تقوم به تكنولوجيا

المعلومات لنشر الثقافة السياحية؟

وانطلاقاً من الإشكالية تم صياغة فرضيتين وهما كالآتي:

- لشبكة الأنترنت دور إيجابي في الترويج للبرامج السياحية.
- أثرت التقنيات الحديثة بشكل إيجابي على جودة الخدمات السياحية المقدمة من طرف الوكالة السياحية.

اعتمدت الطالبتين في دراستهما على المنهج الوصفي، وتم الاعتماد على الاستمارة جمع

البيانات الميدانية

- كما اعتمدت على العينة الفردية في الدراسة.

- وقد توفرت الدراسة على النتائج التالية:

1. نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الأولى:

- تلعب الانترنت دور مهم وفعال خاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر كطريق يربط بين الوكالة السياحية والزبون وذلك بالرجوع إلى الجدول 8 الذي يعبر عن نسبة استخدام الوكالات السياحية لمواقع التواصل الاجتماعي التي تقدر بنسبة 97%.

- الترويج للسياحة الخارجية التي تمكن الوكالات السياحية في استخدام التكنولوجيا. وخاصة الانترنت وذلك بالرجوع للجدول رقم 11 الذي يبين أن الترويج يكون أكثر بالنسبة للسياحة الخارجية بنسبة 19%.

- تعدد المصادر لإعداد البرامج السياحية وهذا يفيد إمام المدير المسير بمختلف المعلومات السياحية لاستهداف أكبر عدد من الزبائن وذلك بالرجوع للجدول رقم 14، 16، 18، 20، الذي يتم توضيح فيه نسبة كبيرة في الاعتماد على المعلومات الطبيعية والثقافية والدينية والتاريخية.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الثانية:

- عمل الوكالات السياحية مرتبط ارتباطا كبيرا بالتطور التكنولوجي وما صاحبه من تقنيات حديثة وهذا ما بالرجوع إلى الجدول رقم 25، 27 الذي يتم فيه توضيح نسب استعمال الحجز الإلكتروني واستخدام التطبيقات والمنصات الافتراضية بنسب كبيرة.

- رغم التطور الحامل وتكنولوجيا المعلومات التي انتشرت انتشار واسع إلا أن هناك فئة لا تعتمد على السياحة الإلكترونية لعدم الوثوق في الثقافة الإلكترونية استخدام التقنيات الحديثة سهل العمل واختصر الوقت على الزبون بدل البحث المكثف عن الخدمات التي تناسبه من خلال الجدول 31

- التقنيات الحديثة ساهمت في تطور وتعدد اختلاف الخدمات المقدمة لتناسب أي زبون معها مهما كانت مطالباته فالخدمات المقدمة تتجلى في التخطيط والحجز والتسويق والترويج الإلكتروني من خلال الجدول رقم 32 حمل الذي يبين أن نسبة الكبيرة تتفق مع العديد من المؤسسات لتطور من خدماتها.

تعقيب على الدراسة:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونهما يدرسان التطور الحاصل والتكنولوجيا التي اقتحمت العالم فرضت نفسها على التنظيمات السياحية، وكذا التقنيات الحديثة التي سهلت الترويج للسياحة، كما تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج وأدوات جمع البيانات، كما اختلفنا في نوع العينة المستخدمة في الدراسة.

الدراسة الخامسة: دراسة الطالبات كوثر حداد، ليندة درش، آية فاطمة الزهرة بن مبارك "رقمنة الإرشاد السياحي"، مذكرة تخرج/ مؤسسة ناشئة مقدمة لنيل شهادة ماستر مهني، جامعة 8 ماي 1945 - قالمة -2022-2023 تهدف الدراسة للإجابة على السؤال الرئيسي التالي: كيف تساهم عملية رقمنة الإرشاد السياحي في ترقية وتطوير السياحة في الجزائر؟

بعبارة أخرى، كيف يمكن تحويل قطاع الإرشاد السياحي من نظام تقليدي إلى نظام رقمي يساهم في تطوير قطاع السياحة؟

وانطلاقا من الإشكالية ثم صياغة فرضيتين وهما كالآتي:

- كلما زاد الاهتمام برقمنة الإرشاد السياحي كلما ساهم ذلك في تحسين تجربة السياح وزيادة نسبة الزوار.

- كلما تم استخدام تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي وتطبيقات الهواتف الذكية كلما تحسنت خدمة الإرشاد السياحي.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

اعتمدت الطالبات في دراستهما على المنهج التاريخي المقارن والمنهج الإحصائي وقد تم الاعتماد على الاستمارة في جمع البيانات الميدانية.

وقد توفرت الدراسة على النتائج التالية:

- رقمنة الإرشاد السياحي تسهم في زيادة وصولية المعلومات السياحية وتحسين توافرها بشكل سريع وسهل.

- تتيح تقنيات الارشاد الرقمي فرصا لتخصيص الجولات السياحية وفقا لاهتمامات السائحين وتفضيلاتهم الشخصية.

- الارشاد الرقمي يساهم في تعزيز المشاركة الفعالة للسياح في الثقافة والتراث المحلي.

- الارشاد السياحي الرقمي يحسن تجربة التفاعل مع الوجهات السياحية لفضل استخدام التطبيقات والأدوات الرقمية ويعزز وصول السائح إلى معلومات دقيقة محدثة.

- استخدام التكنولوجيا في الإرشاد السياحي يمكن أن يساعد في تعزيز التفاعل بين السائحين والمرشدين السياحيين.

تعقيب على الدراسة:

حاولت الباحثتين من خلال هذه الدراسة إلقاء الضوء على أهمية التطور التكنولوجي في تعزيز تجربة السياحة وتسهيل الوصول إلى المعلومات السياحية وكذا لفوائد المحتملة في رقمنة الإرشاد السياحي وتوفير مساهمات في تحسين هذا القطاع فاعتمدنا على هذه الدراسة لأنها تعتبر من أهم الإضافات العلمية.

الدراسة السادسة:

دراسة "Tiffany beck" سنة 2014 تحت عنوان التقنيات الرقمية والسياحة مذكرة ماجستير متعدد التخصصات في الدراسات السياحية (MIT).

تهدف هذه الدراسة للإجابة عن الأسئلة البحثية التالية:

- إلى أي مدى غيرت التقنيات الرقمية طريقة الناس للتواصل اليومي؟

- ما هي القنوات/ الوسائط الرقمية المستخدمة ولأي غرض؟

- تسعى هذه الدراسة إلى فهم تأثير التقنيات الرقمية في السياحة وأيضا توضح كيف تفرض

التقنيات الرقمية التغيرات في الاتصالات السياحية.

اعتمدت هذه الدراسة على منهج تحليل المحتوى، منهج دراسة الحالة.

سابعاً: المقاربة النظرية للدراسة.

أ. الحتمية التكنولوجية:

لقد اعتمدنا في دراستنا هذه والمتمثلة في "دور الرقمنة في الترويج للسياحة التراثية نظرية الحتمية التكنولوجية" والتي جاء بها الباحث "مارشال ماكلوهان" والتي تهتم بدراسة الوسائل الإلكترونية في ظل التطور التكنولوجي، ولأن موضوع دراستنا يتمحور حول الرقمنة ثم اختيارنا لنموذج من هذه النظرية لأنه يخدم موضوع دراستنا.

تعتبر النظرية التي جاء بها "مارشال ماكلوهان" من أكثر النظريات التي تحدثت على دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات.

تعتبر وسائل الإعلام أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم أو أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي.

بعد اطلاعنا على هذه النظرية يمكننا إسقاط نظرية الحتمية التكنولوجية بالقول أن وسائل الاتصال هي وسائل لنشر المعلومات وهي جزء من سلسلة التقدم التكنولوجي حيث أن الرقمنة جاءت بعد سلسلة من التطورات في التقدم في مجال التكنولوجيا المعلومات والاتصال، والذي دفعنا إلى التخلي مبدئياً على بعض المعاملات الورقية بإعتبار أن التطورات تحتم على التقدم التكنولوجي، والذي أدى إلى ظهور الرقمنة وذلك تبعاً للدول المتطورة التي تقدم على هذه الوسائل ما جعل الجزائر تسير على هذا المنهج وجاء تحديث الرقمية كحتمية للالتحاق بهذه التطورات، حيث تحدث التطورات الرقمية ثورة في قطاع السياحة وتؤثر على مختلف جوانبه بما في ذلك: التسويق (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتسويق للوجهات السياحية)، الحجز (حجز الرحلات الجوية والإقامة عبر الأنترنت)، التجربة (استخدام تطبيقات الهاتف المحمول للتنقل في الوجهات السياحية).

ب. نظرية الاستخدامات والإشباع:

بما أن دراستنا حول الرقمنة ودورها في الترويج للسياحة التراثية، فإننا اعتمدنا على نظرية "الاستخدامات والإشباع" والتي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفة منظمة، وتهتم أيضاً بالسماط الفردية وعلاقتها بالرضا والإشباع وأنماط الدوافع والحاجات الفردية والمدخل السلوكي الذي تعتمد عليه الدراسات لرصد عادات وكثافة التعرف وذلك في إطار مدخل

الاستخدامات والاشباع. فيمكننا إسقاط نظرية الاستخدامات والاشباع بالقول بأنها من أهم النظريات الهامة في مجال الترويج والتسويق حيث تفسر دوافع استخدام الأفراد للتكنولوجيا والمنتجات والخدمات المختلفة، وفي سياق السياحة يمكن تطبيق هذه النظرية لفهم سلوكيات السياح ودوافعهم لاستخدام التكنولوجيا الرقمية في رحلاتهم مثل: البحث عن المعلومات حول الوجهات السياحية مثل المطاعم، الأنشطة، ...

استخدام المنصات الإلكترونية لحجز تذاكر الطيران، مقارنة الأسعار من خلال العثور على أفضل عروض السفر.

ومن خلال تطبيق هذه النظرية بشكل فعال، ويمكن لشركات السياحة تحسين تجربة السفر لعملائها، تعزيز رضا العملاء، وجذب المزيد من السياح.

ج. نظرية انتشار المبتكرات:

لقد اعتمدنا في دراستنا هذه والمتمثلة في "دور الرقمنة في الترويج للسياحة التراثية" على نظرية "انتشار المبتكرات" والتي جاء بها الباحث "إيفرت روجرز"، والتي تهتم بدراسة الابتكارات الجديدة في ظل التطور التكنولوجي، ولأن موضوع دراستنا يتمحور حول الرقمنة ثم اختيارنا لنموذج من هذه النظرية لأنه يخدم موضوع دراستنا.

تعتبر النظرية التي جاء بها "إيفرت روجرز" من أكثر النظريات التي تحدثت عن كيفية تبني الجمهور للمستحدثات، أي كل الابتكارات الجديدة في كل المجالات.

تلعب وسائل الاعلام دورا هاما في تغيير طريقة تخطيط الناس لرحلاتهم ومشاركتها، بعد اطلاعنا على هذه النظرية يمكننا إسقاط نظرية انتشار المبتكرات بالقول أن قنوات وسائل الاعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات، حيث تكون قنوات الاتصال الشخص أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول الابتكار الجديد حيث أن الرقمنة تساهم في فهم كيفية تبني الأشخاص للتكنولوجيا الجديدة في السياحة، وكيفية تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة للمنتجات والخدمات السياحية الجديدة، كما ساهمت في تعميم تجارب سياحية تلبي احتياجات مختلف شرائح المتبنين كما عملت الرقمنة في تقييم تأثير التكنولوجيا الجديدة على صناعة السياحة في مختلف جوانبها من بينها حجز السفر عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي حيث تم استخدام مواقع التواصل من قبل المبتكرين والمتبنين الأوائل لمشاركة تجاربهم السفرية، تطبيقات الهاتف المحمول

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

حيث أصبحت تطبيقات الهاتف المحمول للسياحة شائعة بشكل متزايد وذلك لتسهيل التنقل في الوجهات السياحية.

الفصل الثاني:

مدخل نظري حول الرقمنة

الفصل الثاني:

تمهيد

1. مفهوم الرقمنة

2. نشأة الرقمنة

3. خصائص الرقمنة

4. أهمية الرقمنة

5. أشكال الرقمنة

خلاصة الفصل

تمهيد:

شهد العالم خلال العقود الأخيرة ثورة هائلة في مختلف المجالات، من أبرزها ثورة المعلومات والاتصالات والتي أدت إلى تحويل العديد من جوانب الحياة إلى عالم رقمي، تعرف هذه التحولات باسم "الرقمنة" ومن هذا المنطلق سنحاول من خلال هذا الفصل إلقاء الضوء على أهم العناصر المرتبطة بالرقمنة من مفهوم ونشأة المفهوم، خصائص الرقمنة، أهمية الرقمنة وأشكال الرقمنة.

1. مفهوم الرقمنة:

الرقمنة هي شكل من أشكال التوثيق الإلكتروني، حيث تتم عملية الرقمنة لنقل الوثيقة على وسيط الكتروني، هذا التحول يستدعي التعرف على كل الطرق والأساليب القائمة لاختيار ما يتناسب مع الوظيفة التي يستعمل فيها. وأصبح أمراً ضرورياً لحل الكثير من المشكلات المعاصرة، عرفها القاموس الموسوعي للمعلومات والتوثيق على أنها عملية الكترونية لإنتاج رموز الكترونية أو رقمية سواء من خلال وثيقة أو شيء مادي، أو من خلال إشارات إلكترونية تناظرية، حيث يتم عن طريقها تحويل المعلومات من حالتها الحقيقية إلى شكل رقمي سواء كانت هذه المعلومات صور، بيانات شخصية، ملف صوتي، أو أي شكل آخر.

فالرقمنة هي تحويل معلومات على اختلاف أشكالها إلى شكل مقروء بواسطة تقنيات الحاسبات الآلية عبر النظام الثنائي، والذي يعتبر وحدة المعلومات الأساسية لنظام معلومات يستند إلى الحاسبات الآلية. وتحويل المعلومات إلى مجموعة من الأرقام الثنائية، ويتم القيام بهذه العملية بفضل الاستناد إلى مجموعة التقنيات والأجهزة المتخصصة¹

2. نشأة الرقمنة:

يرجع مفهوم الرقمنة إلى تطورات تاريخية عديدة في مرافق ومؤسسات المعلومات، تسير بعض الأنشطة المكتبية بعد إدخال الحاسب الآلي فيها في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا، منذ الخمسينات حسب هرتز من خلال النتائج المحققة لاختفاء السجلات البطاقية الورقية لتحل محلها السجلات الإلكترونية والتي تسمح للمكتبات المشاركة في شبكات السجلات وتبادلها لتحل محلها السجلات الكترونية وفي مجال الفهرسة التعاونية وكذلك في الإعارة بين المكتبات حسب مشروع المكتبة الكونية مقادها توحيد الفهارس ونفوذها في كل مكتبات العالم من طرف القوى العظمى الغربية أو ما تعرف بمجموعة السبعة في جويلية 1994.

بغرض جعل كل المصادر قابلة للبحث فيها عبر شبكة الانترنت باعتبارها فضاء المعلومات والمعرفة في المكتبات، ليتمد بعدها إلى اجتماعات عديدة بين القوى العظمى لرقمنة المكتبات بتكثيف الربط الرقمي بين مختلف المكتبات بنية توسيع المعرفة إلى توسع الحدود، وجاءت بعد

¹ رزق العين نوال، أهمية الرقمنة والتكنولوجيات الحديثة في إدارة التراث الثقافي والتعريف به، مجلة "منبر التراث الأثري" المجلد 12، العدد: 01 2023 ص269.

العديد من الاجتماعات بين هذه القوى، ومن أهمها اجتماع بروكسل سنة 1995 لدعم التنمية في المجال الاقتصادي والاجتماعي والعلمي والثقافي الذي تبنته الولايات المتحدة الأمريكية، بتمويل من المؤسسة القومية للعلوم والوكالة القضائية التابعة لوزارة الدفاع، ليشمل هذا المشروع إقامة مكتبات رقمية تساهم في البحث العلمي للتعليم العالي بدعم من المؤسسات الفاعلة في الولايات المتحدة الأمريكية¹.

انتقلت بعدها إلى أوروبا بمشاريع مماثلة أطلق عليها اسم ذاكرة ميموريا، بمشاركة المكتبة الوطنية الفرنسية (وأكسفورد تاست أرشيف) ومعهد (تولون) للأبحاث العلمية والمؤسسات في المعلوماتية، أو ما يعرف بالتوجه نحو حفظ الإنتاج الفكري الإلكتروني لقطاعات نوعية وموضوعية، ليرتبط بعدها بمكتبات العديد من الدول المتقدمة من خلال مشروعات عملاقة للمكتبات الرقمية.

ان المتبع لمسار الرقمنة المكتبية يدرك أن هذا التحول جاء نتيجة تحديات عرفتتها تقنيات المعلومات والاتصال الذي مكن المكتبات من تدعيم إستراتيجيتها لتنمية أدائها، فهذا التطور الهائل للمعلومات والاتصال التي حققته مجالات عديدة نتيجة توظيف البرمجيات والانترنت وصولاً إلى المفردات والمصطلحات.

أما فيما يكتبه ويقوله الباحثون والمتخصصون في مجال المكتبات الرقمية التي تطور استخدامها في اختزان البيانات البيولوجرافية واسترجاعها وبثها إلى الجهات المستفيدة الأخرى. بدأت تتردد مصطلحات عديدة مشابهة مثل (المكتبة الافتراضية، المكتبة الإلكترونية، المكتبة الرقمية) كل هذه المصطلحات بقيت تتسم بالغموض لتعدد مصطلحاتها، حيث سماها "ليكليدر" بمكتبة المستقبل، وسماها "الانكيستر" دون ورق، إلا أن أهمها اختلفت هذه التسميات يبقى جوهرها واحد وهو ادخال تطبيقات الحاسوب والشبكات في تنظيم الوثائق وإدارة واسترجاع المعلومات.

هذا التطور الطويل لحوالي نصف القرن تبين أن هناك تسميات فرضت نفسها على أدبيات علوم المكتبات والمعلومات والمكتبات الإلكترونية أو الرقمية أو الافتراضية والتي حصل خلط فيما بينها، ينبغي توضيحها حسب ما تشمله هذه المصطلحات من معاني إضافة إلى الأشكال المختلفة و

¹ بن دادي هشام، سعيدات عبد القادر معمر، رقمنة الخدمة العمومية ومبدأ قابلية المرفق العمومي للتكيف، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر في الحقوق تخصص: قانون عام اقتصادي، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - 2021-2022 ص11.

الإشارات التناظرية التي تشمل كل المواد الرقمية من أصل الكتروني وتتطلب جهاز الكتروني لتصبح مقروءة، لأنها عبارة الكترونية تشير إلى كيفية عمل الأجهزة أكثر من أنها صفة البيانات التي تحويها، وعليه فإن المكتبة الإلكترونية تتألف من كل الموارد الموجودة في المكتبات التي أدخلت أجهزة الكترونية والتي توجد في المكتبة الرقمية، فالمكتبة الإلكترونية هو المصطلح الأعم الأوسع دلالة حيث يشمل كلا من التناظري والرقمي ويضم كل الجهود التي ترمي الى استخدام أجهزة الكترونية مثل آلات الفيديو وقارئات الميكروفيلم والحاسب وهي تشمل مواد الإلكترونيات ورقمية، غير أن هذه المصطلحات ما تزال رغم شيوعها تعاني الكثير من الخلط والاضطراب بسبب عدم اهتمام عدد من المنظرين العرب للكتابة الرقمية والمهتمين بها بتحديد دلالة هذه المصطلحات وضبط حدودها¹.

3. خصائص الرقمنة:

للرقمنة عدة خصائص منها:

- **تقليل الوقت:** فالتكنولوجيا تجعل كل الأماكن الكترونيا - متجاورة.
- **تقليل المكان:** تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها ببسر وسهولة.
- **تقاسم المهام الفكرية مع الآلة:** نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث ونظام الذكاء الصناعي مما يجعل تكنولوجيا المعلومات تساهم في تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم.
- **تكوين شبكات الاتصال:** تتحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين وكذا منتجي الآلات ويسمح بتبادل المعلومات مع بقية النشاطات الأخرى.
- **التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت، فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة.

¹ صباح شارف، مروى كشرود، دور الرقمنة في عصرنة الإدارة الجزائرية قطاع العدالة نموذجا، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر تخصص قانون اداري، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2020/2019، ص7-8

- **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية استقبال الرسالة في اي وقت يناسب المستخدم، والمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.
- **اللامركزية:** خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فالإنترنت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الإنترنت.
- **قابلية التوصيل:** إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي يتم فيه الصنع، على مستوى العالم بأكمله¹
- **قابلية التحرك والحركة:** أي أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته، أي من أي مكان عن طريق وسائل الاتصال كثيرة من الحاسب الآلي.
- **قابلية التحويل:** وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط الى آخر كتحويل الرسالة المسموعة الى رسالة مطبوعة أو مقروءة.
- **الاجماهيرية:** إمكانية توجيه الرسالة الإتصالية الى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة الى جماهير ضخمة، وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك.
- **الشيوع والانتشار:** وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع ليشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم بحيث تكتب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمط مرن.
- **العالمية والكونية:** وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيا حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم فهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونياً²

4. أهمية الرقمنة:

للتعرف إلى أهمية الرقمنة، من المناسب الإشارة إلى أن رقمنة مصدر المعلومات متاح على وسيط تخزين تقليدي تزيد من إمكانية الاستفادة من خلال تسير عمليات الوصول والاطلاع عليه،

¹ علا سفيان، فغير جيلالي، دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر تخصص: إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، جامعة ابن خلدون - تيارت - 2019-2020 ص15-16

² المقدم عبد الغني، مدلل عبد الفتاح، الرقمنة كمدخل لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر، قطاع العدالة نموذجاً، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية تخصص سياسة عامة وإدارة محلية، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي 2016-2017، ص31-32.

حيث أصبح من الإمكان إجراء البحث أو الاستعلام داخل النصوص الكاملة لمصادر المعلومات، والاستعانة بمجموعات من الروابط الفائقة «Hypertext» والتي تحيل القارئ مباشرة على النصوص التي ينبغي الاطلاع عليها إلى جانب إحالته إلى المصادر الخارجية مرتبطة بموضوع بحثه.

ويحدد "بيير إيفا دوشومان، (1997 صفحة 132) مجموعة الأهداف الأساسية المنشودة تحقيقها من وراء الرقمنة والتي يمكن تلخيصها في أنها تتيح الفرصة أمام:

- حماية المجموعات الأصلية والنادرة: حيث تمثل الرقمنة وسيلة فاعلة لحفظ مصادر المعلومات النادرة والقيمة، أو تلك التي تكون حالتها المادية هشّة وبالتالي لا يسمح للمستخدمين الاطلاع عليها، كما تعمل على تقليص أو إلغاء الاطلاع على المصادر الأصلية، وذلك لإتاحة نسخة بديلة في شكل الكتروني في متناول المستخدمين.

- التشارك في المصادر والمجموعات: تمثلاً مكانية استخدام المصدر الرقمي من جانب عدة مستفيدين في الوقت نفسه اتجاهاً ينبغي أن يؤخذ في الاعتبار من أجل القضاء على مشكلة النسخ المحدودة من المجموعات التقليدية والتي تحدد عدد المستخدمين الراغبين في الاطلاع على مصدر المعلومات في ضوء عدد النسخ المتاحة منه.

- الاطلاع على النصوص: بالرغم من أن الاتصال الفيزيائي للمستخدم من مصدر المعلومات التقليدي قد ينقطع مع عملية الرقمنة، إلى أن هذه العملية يمكن أن تتيح في بعض الأحوال القراءة الأفضل من تلك التي تتيحها النص الأصلي، كما توفر يعني الإمكانيات والخدمات التي من شأنها تسهيل قراءة النص مثل إجراء تكبير النص وتصغيره "الزوم" والانتقال السريع إلى أي جزئية من جزئيات النص من خلال منظومة الروابط الفائقة إلى جانب إمكانية محاكاة وسيما الاطلاع الرقمي "الكتاب الرقمي" للكتاب التقليدي الورقي¹.

زيادة قيمة النصوص: يمكن أن تمثل الرقمنة فرصة الاستفادة القصوى من مصادر المعلومات القيمة أو النادرة والتي يمكن أن تكون في بعض الأحوال غير منشورة على نطاق واسع، ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال إعادة إتاحة هذه المصادر سواء في شكل أقراص مليزرة «CD-ROM» أو

¹ شروق مسعودان، أثر الرقمنة على جودة الخدمات، مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، تخصص تسويق خدمات، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل - 2021-2022 ص4.

أقرص مدمجة، والتجهيزات المادية والبرمجيات وجميع المكونات التي لا غنى عنها من أجل تنظيم مصادر المعلومات الإلكترونية وحفظها واسترجاعها، وتتمثل الإشكالية الرئيسية في قضية التقدم السريع لتقنيات المعلومات حيث أنها تتطور بسرعة وبشكل سريع ودون توقف، الأمر الذي تكتنفه صعوبة الاطلاع على المعلومات المسجلة على وسائط تخزين المعلومات.

5. أشكال الرقمنة:

بشكل نص: أين يمكن ادخال بعض التحويلات والتعديلات عليها وذلك بعد معالجة النص بمساعدة برنامج خاص بالتعرف على الحروف مثل MICROSOFT OFFICE ، بصيغة (pptx, docx, xlsx) ببرامجه المتعددة. سواء الكتابة او الحسابات وانجاز الرسومات والمنحنيات البيانية، أو تحضير المحاضرات، والتعرف الضوئي على الحروف بصيغة OCR وتظهر بصفة متواصلة على الشاشة الكمبيوتر.

يعد من الأشكال الأولى المستعملة في توثيق التراث الثقافي حيث انتقل الإنسان من الكتابة باليد الى الكتابة على الآلة الراقنة وبعدها الى استعمال الحاسوب الآلي الذي تطورت برامجه مما سمح بتسهيل عملية رقمنة التراث، وبعد أن كان النص يكتب وحده والصور تدخل وحدها أصبح بإمكان الباحث أن يجمعها كلها في ملف واحد وباستعمال برنامج واحد، فكل التطورات الحديثة لوسائل الرقمنة والبرامج وتحديثها أصبح هدفه الوحيد هو تسهيل الاستعمال وريح الوقت والمال والدقة.

بشكل صورة: هي تحويل رقمي للمنظر الطبيعي في الفضاء الواقعي، وتستعمل في ذلك عدة وسائل وآليات حديثة كأجهزة السكانير، الكاميرا الرقمية ... الخ، وتكلفتها تكون منخفضة مقارنة بالنص ومحافظة على فكرة الكاتب، كما ينصح بخا لأنواع التالية من الوثائق: المخطوطات، الخرائط، البطاقات، اللوحات، المصغرات العلمية والأفلام.

يعد التوثيق بالصور من الأشكال الأولى التي ظهرت مقارنة بالأشكال الأخرى حيث يعود الى القرن 18م والصور الأولى كانت باللونين الأبيض والأسود ولكنها وبفضل التطور

التكنولوجيا أصبحت بالألوان وتيم تحسين دقتها وسهولة استعمالها مع الوقت حيث أصبحت تدرج في كل الأجهزة الواسعة الاستعمال كالهواتف النقالة وغيرها¹

بشكل صوت: هي تحويل رقمي لصوت المتحدث وتسجيله بعد معالجته وتحسينه على شكل wma, mp3 .. الخ ومثلا سماع صوت مرتل للقرآن في الحاسوب، ما هو إلا تحويل رقمي لصوت المرتل الأصلي. حيث يتم تسجيله بجهاز تسجيل الصوت من ثم معالجته ببرامج خاصة للحصول على الجودة العالية.

وهذا الشكل من الرقمنة يعد ضروريا لتسجيل الأصوات المختلفة من قراءة، شعر، غناء ويساعد كثيرا في توثيق التراث الثقافي اللامادي كالأغاني التراثية مثل مدح سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم، أغاني الأعراس التراثية، الشعر الذي يلقي في الأعراس.

بشكل صوت وصورة في نفس الوقت: وهو مزج للشكلين السابقين. تحصل في النهاية على فيديو يسجل على شكل avi, DVD وتتم الرقمنة في هذه الحالة باستعمال كاميرات رقمية لتصوير الأفلام الوثائقية عند العالم الأثرية والعادات والتقاليد وغيرها. ان هذا الشكل يعد نتيجة من تطوير الأشكال السابقة وضمها مع بعضها البعض ما ينتج شكلا متكاملًا يضم الكتابة والصوت والصورة وهو ما نلاحظه حاليا في مخرجات الأفلام ما تحتويه من صورة وكتابات وصوت²

¹سيد إدريس يوسف، دور الرقمنة والتكنولوجيات الحديثة في التعريف بالتراث الثقافية وتثمينه، مجلة منبر التراث الأثري 2021-04-30 volume 10 numéro 1 ص288-289

² المرجع نفسه ص290-291.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل يتبين لنا أن الرقمنة مفهوم واسع ويتميز بعدة مزايا من أبرزها حفظ المعلومات وتخزينها وإتاحة الدخول إلى مصادر المعلومات والمعرفة. كما أن الرقمنة تمكن من تقاسم المعلومات بين الأشخاص والهيئات رقمياً مع إمكانية الوصول لها من أي مكان.

الفصل الثالث

مدخل نظري حول الترويج السياحي

الفصل الثالث:

تمهيد

1. مفهوم الترويج السياحي
2. دوافع الجذب السياحي
3. أهمية الترويج السياحي
4. أهداف الترويج السياحي وظائفه
5. وسائل الترويج السياحي

خلاصة الفصل

تمهيد:

في عالم يسوده التنافس المحموم، تبرز صناعة السياحة كقطاع حيوي يضخ دماء الحياة في اقتصاديات الدول ويشكل حسن للتواصل بين الثقافات والحضارات، ولأن النجاح في هذا المجال يتطلب أكثر من مجرد معالم خلابة ومرافق فخمة.

يأتي الترويج السياحي ليكمل الصورة ليصبح بمثابة البوصلة التي ترشد السائح نحو وجهته المختارة والسفير الذي يروج لجمالها وثقافتها.

و عليه سنتطرق من خلال هذا الفصل الى مفهوم الترويج السياحي, ودوافع الجذب السياحي, أهمية الترويج السياحي, أهداف الترويج السياحي ووظائفه ووسائل الترويج السياحي.

1. مفهوم الترويج السياحي:

لا يختلف مفهوم الترويج السياحي كثيرا عن مفهوم الترويج. وقد وردت العديد من التعريفات، فقد عرف الترويج السياحي إلى أنه: عملية تعريف المستهلك بالمنتج وخصائصه ووظائفه ومزاياه وكيفية استخدامه، وأماكن وجوده في السوق ومحاولة التأثير في المستهلك، وحثه وإقناعه بشراء المنتج أو الخدمة السياحية، وبالتالي فإن صناعة السياحة هي مزيج لعناصر ملموسة وأخرى غير ملموسة تتطلب مزيجا ملائما لإشباع حاجات السائحين والمستهلكين وأذواقهم وتحويل السائحين المحتملين إلى سائحين فعليين، والمحافظة على السياحة المتكررة باستمرار. والاستجابة للمتغيرات التي تحدث¹.

كما يعرف بأنه التنسيق بين مقدم الخدمة في إقامة منافذ للمعلومات وفي تسجيل جهود مقدم الخدمة للسائح أو في قبول فكرة معينة، وهو أحد عناصر المزيج التسويقي حيث لا يمكن الاستغناء عنه النشاط الترويجي السياحي لتحقيق أهداف تسويقية للمؤسسات السياحية².

يعرف أيضا بأنه عملية اتصال تسويقية مباشرة أو غير مباشرة تعمل على توصيل البيانات والمعلومات للسائح عن الفكرة أو الخدمة المراد الترويج لها، وإقناعه على الحصول على الخدمات السياحية عن طريق وكلاء السياحة والسفر، وعبر مختلف وسائل الترويج المقنعة والتي تسمى بالمزيج الترويجي السياحي³.

2. دوافع الجذب السياحي:

عبر علم النفس الحديث والعلوم السلوكية عن الدوافع بالحاجات، وإذ يمكن الاستفادة عن ديناميكية هرم "ماسلو" في تصنيف الحاجات، فالإنسان عندما يسعى لإشباع حاجاته فإن هناك قوة داخلية تحركه، لكنها تكون غامضة وغير محددة ولكي تصبح هذه الحاجات والدوافع رغبات محددة

¹ سمير كحيط، سمير الكريطي، دور الاعلام في الترويج السياحي: دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016 ص70.

² بوملية أصيلة، عريس ياسمين، دور الترويج السياحي للجمعية في تفعيل النشاط السياحي، دراسة حالة جمعية السفير السياحية، ولاية جيجل، مذكرة مقدمة استكمالاً لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص لتسويق سياحي وفندقي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2020/2019، ص4.

³ الداودي الشيخ، الترويج السياحي كأسلوب لترقية القطاع السياحي في الجزائر، كلية العلوم التجارية والعلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، ص129.

الفصل الثالث: مدخل نظري حول الترويج السياحي

يجب تحريضها أو تحريكها عن طريق الإعلانات والتسويق السياحي حتى لا يسعى الفرد إلى إشباعها لأنها أصبحت مدركة وواضحة بالنسبة له وفي كثير من الأحيان يسعى الإنسان إلى إشباع أكثر من دوافع أو حاجة في وقت واحد، كأن يكون جائعاً ويدعو معه بعض أصدقائه للغداء وفي مكان سياحي مثل على بحيرة جميلة، فيكون بذلك أراضى حاجات ودوافع عدة مثل والجوع (حاجة فيزيولوجية) دعوة الاصدقاء (الحاجة اجتماعية)، المكان السياحي (حاجة تقدير الذات والاحترام) وقد تكون السياحة لإرضاء حاجات مرتبطة بالدوافع الأساسية، كالحاجة إلى الترويج عن النفس والتقليل من الضغوط النفسية الناتجة عن العمل، والتخلص من روتين الحياة ورتابتها، ويمكن أن تضاف أيها الحاجة المعرفية وحب الاطلاع والفضول وهي مرتبطة بحاجات توكيد الذات مثل زيارة الآثار والمتاحف وحضور المهرجان والحفلات¹.

3. أهمية الترويج السياحي:

تتمثل أهمية الترويج السياحية فيما يلي:

أولاً: تحقيق النوعية السياحية: فانخفاض مستوى الوعي السياحي لدى الجمهور يعد أحد العوامل التي تعوق السياحة عن أداء دورها في تنمية المجتمع والارتقاء به وأحد العوامل الخطيرة التي تفقد المنتج السياحي أهم مقوماته التي يتميز بها، لذلك فتحقيق النوعية السياحية مهمة جداً.

ثانياً: تحفيز الطلب على المضمون السياحي: فالمضمون السياحي لدولة أو منظمة ما هو إلا إجمالي عناصر الجذب السياحي التي تجذب السياح الى تلك الدولة وتدفعهم الى زيارتها للاستمتاع بالسياحة فيها.

ثالثاً: نشر المعرفة السياحية: يعد الترويج أحد الوسائل الأساسية لنشر المعرفة والثقافة السياحية لدى الجمهور الداخلي والخارجي، فمن خلال المعلومات التي تنتشر عن الآثار والمعالم السياحية والخدمات والبرامج المختلفة وعن أوجه الجذب والاستثمار يؤثر آراء واتجاهات الجمهور.

رابعاً: تحقيق الاقتناع لدى السائح: يتحقق التنشيط السياحي باستخدام كافة الأنشطة الترويجية والأساليب الإقناعية التي تساعد على زيادة أعداد السائحين الفعليين والمرتبين من داخل الدولة أو

¹محمد خطاب، الاعلام السياحي والعلاقات العامة، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، وسط البلد، مجمع الفيض، الطابق الثالث، الطبعة الأولى، 2016، ص47-48.

الفصل الثالث: مدخل نظري حول الترويج السياحي

من خارجها، بالإضافة الى ذلك تهدف هذه الجهود الى تحفيز المسؤولين عن الشركات والمؤسسات والهيئات السياحية لزيادة جهودها لاجتذاب أكبر عدد من السائحين¹.

4. أهداف الترويج السياحي ووظائفه:

إنّ التجارب لأي عملية ترويج هي الشراء والقناعة لأن هدف منظم عملية الاتصال هو معرفته كيف يحول الجمهور المستهدف إلى حالة يكون فيها مستعدا للشراء.

- تزويد المعلومات عن المنظمة السياحية ومنتجاتها وخدماتها.

- شرح وتوضيح أعمال ونشاطات المنظمة السياحية.

- جذب السائح والحصول على ولاءه.

- تقليل تقلبات المبيعات.

- اعداد وتهيئة الإدراك والانتباه لدى السائح.

- معرفة السياح المستهدفين.

الإعلام: ويقصد به نشر المعلومات الضرورية بين السائحين [المستهلكين] أو الجمهور المستهدف التعريف إلى المنتج أو الخدمة السياحية ويمكن توافرها بميزاتها التي تميز عن غيرها.

الإقناع: ويقصد به استمالة الجمهور المستهلك [السائحين] الحاليين والمرقبين إلى شراء منتج الى شراء المنتج أو الخدمة السياحية، من خلال التركيز على المنافع والفوائد التي تحققها لهم.

التذكير: يعني التوسع في تقديم المنتج أو الخدمة السياحية بحسب حاجة السوق المستهدف وتبنيه الجمهور المستهلك [السائحين] إلى المنتج أو الخدمة لا يزالان متوفرين.

التعزيز: هو زيادة رضا السائحين عن المنتج أو الخدمة السياحية بعد شرائها والحصول على ولائهم لها، وجعلهم يتحدثون عنها إلى غيرهم، وتعميق شعورهم بالفخر ومن ثم تكوين صورة جيدة عن هذا المنتج أو الخدمة السياحية في أذهان هؤلاء السائحين².

¹ محمد خليل الكسواني، التسويق السياحي، دار الابتكار للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2017، ص 62-63.
² كموش بشري، بن حداد دنيا، بوخناف ونام، دور اليوتوبرز الأجانب في الترويج السياحي للجزائر دراسة تحليلية لقناتي jasonbillam - benNco، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، السنة الجامعية 2023/2022، ص 16-17

5. وسائل الترويج السياحي:

اختلفت وتعددت الوسائل المستخدمة في الترويج السياحي ومن أهمها:

أولاً: الإعلان الداخلي والخارجي:

الإعلان عن طريق العديد من الوسائل الإعلامية المختلفة كالصحف وغيرها، وكذا النشر بهدف تنوير الرأي العام وتصحيح مفاهيمه، بالإضافة إلى العلاقات العامة من أجل خلق صورة إيجابية، ونجد هنا أن السياح يفضلون الإعلانات الهادفة والمصممة جيداً لجذب السياح سواء داخل البلاد أو خارجها، وهنا يجب على الوكالات السياحية اختيار المزيح الإعلاني المناسب والملائم والمقبول من قبل السياح.

ثانياً: المنشورات والمطبوعات السياحية.

تقوم الهيئة السياحية بإصدار مطبوعات لها علاقة بالسياحة، وفي هذه المطبوعات يجب إعطاء الفكرة والانتطباع الجيدة عن السياحة، وهي تعتبر الدليل المحتمل الذي يعطي كافة المعلومات عن المواقع السياحية من أجل اتخاذ القرار من طرف السياح.

لكن يجب الأخذ بعين الاعتبار شكل ومحتوى التراث المطبوعة من تناسق وجذب في الألوان واحترام المواعيد والبرامج المسطرة لكل رحلة سياحية، ويتم إعدادها من طرق أطراف لهم كفاية كبيرة في السياحة والسياح، وكذلك توسيع وإيجاد منافذ وقنوات مناسبة للترويج السياحي.

ثالثاً: المواد الدعائية السياحية.

الدعاية من أهم الوسائل الترويجية التي يعتمد عليها في التأثير على قرارات واتجاهات السائح، هناك عدة وسائل تستخدم في الدعاية لكن يجب أن تأخذ تصاميم محددة من أهمها الوسائل الصوتية المرئية، المؤتمرات الصحفية، التلفاز، وفئة آخر تفضل قراءة الصحف والمجلات وهكذا فالدعاية الأثر المتحقق لأي جهد ترويجي ممارس من قبل كافة الوسائل السابقة منفردة كانت أو مجتمعة، وتكون عاملاً مساعداً في إحداث الأهداف الإيجابية الموجودة عن هذا الموقع السياحي أو ذلك¹.

¹ علاوي عبد القادر، كرشي مختار، الترويج السياحي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، دراسة حالة الوكالات السياحية لولاية تيارت، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص تسويق خدمات، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون - تيارت - 2022/2021 ص11.

رابعاً: العلاقات العامة السياحية:

تعمل العلاقات العامة على نشر الوعد السياحي وتنمية روح الاطلاع والمعرفة بكل ما يتعلق بالسياحة.

ويتراوح دور العلاقات العامة في السياحة بين تقديم التسهيلات من استقبال وتوديع، تصاريح وزيادة أو استضافة كاملة، وبين توفير المعلومات الخاصة بالنشاط السياحي وبين رسم المخططات العلمية والواقعية للمنشأة بغرض التأثير في الجمهور ودفعه الى التجارب مع الشراء والموافقة. كما تعمل على تحسين صورة وسمعة المؤسسات السياحية، وزيادة اهتمام الجمهور السياح بالعرض الذي تقدمه هذه المؤسسات، إضافة إلى أنها تلعب دوراً في زيادة التدفق السياحي للمناطق السياحية وبالتالي زيادة الطلب على الخدمات السياحية وتطويرها¹.

¹ قريجة عائشة، استراتيجيات الاتصال والترويج السياحي بالجزائر، دراسة ميدانية بمديرية السياحة وبعض الوكالات السياحية بولاية جيجل، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع العلاقات العامة، قسم علم اجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2018/2017، ص86.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تقدم يعد الترويج السياحي أحد الوسائل الأساسية لنشر المعرفة والثقافة السياحية لدى الجمهور الداخلي والخارجي، كما يعتبر أداة هامة لتنمية قطاع السياحة وجذب السياح إلى أي وجهة سياحية، ويجب على كل وجهة سياحية أن تطور إستراتيجية ترويجية فعالة تتناسب مع إمكانياتها واحتياجاتها، فهو ركيزة أساسية لنمو أي وجهة سياحية، ولا بد من إتباع استراتيجيات مدروسة تراعي احتياجات السائحين، وتقدم لهم تجارب مميزة تشجعهم على العودة مرة أخرى.

الفصل الرابع

استخدامات الرقمنة في السياحة

التراثية

الفصل الرابع:

تمهيد

1. مفهوم السياحة التراثية
2. تعميم الرقمنة في القطاع السياحي
3. دور الترويج الرقمي للسياحة التراثية في تحسين الجودة السياحية

خلاصة الفصل

تمهيد:

يشهد العالم اليوم ثورة تقنية هائلة تحدث تغييرات جذرية في مختلف مجالات الحياة، بما في ذلك قطاع السياحة، وتلعب الرقمنة دورا محوريا في تطوير السياحة التراثية، من خلال فتح آفاق جديدة للحفاظ على المواقع والمقتنيات الاثرية، وتعزيز التواصل مع الزوار، وتقديم تجارب سياحية غنية وفريدة من نوعها.

وانطلاقا مما سبق سوف نتطرق إلى مجموعة من المفاهيم في هذا والمتمثلة في العناصر التالية: مفهوم السياحة التراثية، تعميم الرقمنة في القطاع السياحي ودور الترويج الرقمي للسياحة التراثية في تحسين الجودة السياحية

1. مفهوم السياحة التراثية **Tourisme**:

السياحة بمفهومها الحديث هي صناعة القرن الحادي والعشرين وهي ظاهرة اجتماعية وإنسانية عرفها الإنسان منذ أن خلق الله الأرض وما عليها فهي قديمة قدم الحياة عريقة عراقية التاريخ.

وكان أول تعريف للسياحة للباحث الألماني "جون بير فريدير" عام 1905 حيث قال: "هي ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضاً إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة والصناعة وهذا هو مفهوم السياحة الأول، أما عن محاولات الباحثين لتعريف السياحة التي وردت حول هذا المفهوم والتي تضم معنى السفر والسياحة فنذكر:

- إن السياحة نشاطاً إنسانياً، وظاهرة اجتماعية، تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى خارج دولهم ومجتمعاتهم، لفترات مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة، ولا تزيد على عام كامل لغرض من أعراض السياحة المعروفة.

- السياحة موضوع حديث يشكل جزءاً كبيراً من الاقتصاد العالمي والتكنولوجيا، فهناك الكثير من الخرافات والأفكار الخاطئة عن هذا النشاط يظن غالبية الناس أن السياحة هي مجرد نشاط للراحة، ويبدو أن الأمر مختلف تماماً في ذلك فعلياً ننظر في مختلف التعريفات السياحية التي تعطينا فكرة عن الخصائص الرئيسية، فهي تعريفات تساعدنا على تحديد ما يدرس في السياحة ولكن علينا أيضاً أن نفهم كيف تعمل السياحة.

- إن السياحة حركة مؤقتة للسكان أو الناس لمناطق معينة خارج مناطق سكنهم وإقامتهم الدائمة. وتشمل السياحة جميع النشاطات التي تمارس في مناطق الهدف وكذلك جميع الخدمات والتسهيلات التي تم توفيرها لممارسة هذه النشاطات.

والسياحة بهذا المفهوم نوع من أنواع السفر الذي يختلف عن رحلة العمل اليومية أو هجرة أو التسويق أو الإقامة الدائمة.

- السياحة هي عالم السفر وصناعة السفر، فالسياحة تشمل السفر والعمل والقيام برحلات إلى أماكن خارج أماكن الإقامة الدائمة، لزيارة مجتمع آخر بغرض السفر والمتعة الدائمة.

الفصل الرابع: استخدامات الرقمنة في السياحة التراثية

- كما أن السياحة هي حركة الاشخاص الذين يبتعدون مؤقتا عن مقر إقامتهم للإقامة في مكان آخر طالما كانوا يستخدمون الإمكانيات الاقتصادية والثقافية مرضين بذلك مطالب الحياة أو الثقافة أو الرغبات الشخصية.

- وقد تعني انتقال أي شخص من مكان إقامته إلى مكان آخر لمدة قصيرة نسبيا، والإنفاق من مدخراته، وليس من العمل في المكان الذي يزوره وقد ينشد السائح مجرد الزيارة أو قضاء الإجازة أو الحج أو العلاج أو الدراسة وبناء عليه ينتقل السائح وبصفتهم مستهلكين لا منتجين، وقد تكون السياحة داخلية أو خارجية.

- السياحة هي مجموعة الظواهر والعلاقات الناشئة عن السفر والاقامة لغير المقيمين ما دامت لا تؤدي إلى إقامة دائمة وليست مرتبطة بأي نشاط آخر¹.

مفهوم السياحة التراثية:

بسبب بروز مفهوم السياحة التراثية حديث الظهور في مجال النشاط السياحي وباعتبارها جزءا من السياحة الثقافية، ونتيجة للاهتمام العلمي المتأخر بها عبر إدراجها كنوع جديد من أنواع السياحة المتخصصة، فقد تم تعريفها بأنها تلك السياحة التي تتمحور حول السفر لاكتشاف تراث مدينة أو دولة أو بلد، ويسمح هذا النوع من السياحة للمسافرين بتجربة العادات والتقاليد والتاريخ والثقافة المحلية.

- غير أن الصندوق الوطني الأمريكي لصون التراث التاريخي يعرف السياحة التراثية على أنها تجربة السفر إلى الأماكن والأنشطة التي تمثل أصالة قصص الناس من الماضي والحاضر التي تشمل التاريخ والثقافة والموارد الطبيعية².

¹ أمينة عبد الله سالم علي، أثر السياحة في تطوير بعض الحرف والصناعات التقليدية، دراسة انتربولوجية، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع دسوق، شارع شركات، ميدان المحطة، 2015، ص19.

² عبد الله كبار، السياحة التراثية ودورها في تفعيل الاهتمام بالتراث الثقافي والمعالم التاريخية والمجتمع المحلي، قراءة سوسيو استشرافية في أفق تشجيع الفرد الجزائري على إحياء ثقافة التواصل مع التاريخ والتراث السياحي المحلي، مجلة العلوم الإسلامية والحضارة، المجلد 08، العدد 01، السنة 2023، ص348.

2. تعميم الرقمنة في القطاع السياحي:

يشهد العالم اليوم تطورات وإبتكارات في مختلف الميادين والمجالات حيث تسعى دول جاهدة الى مواكبة هذه التطورات الحاصلة خاصة مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصال حيث أصبحت الخدمات السياحية مرتبطة ارتباطا كبيرا مع هذه التكنولوجيا (السياحة الالكترونية). فالسياحة الإلكترونية هي عبارة عن نمط سياحي يتم تنفيذ بعض معاملاته التي تتم بين المؤسسة السياحية وأخرى أو بين مؤسسة السياحة ومستهلك وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

وهي استخدام الأعمال الإلكترونية في مجال السياحة والسفر، واستخدام تقنيات الأنترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول الى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين، وهذه الاستخدامات تشمل كافة العمليات السياحية النمطية المعروضة من عروض البرامج السياحية، حجز الرحلات السياحية وتنظيمها من خلال الأنترنت وخدمات ما بعد الحصول على المنتج (الخدمات السياحية)¹.

3. دور الترويج الرقمي للسياحة التراثية في تحسين الجودة السياحية:

يفيد الترويج الرقمي للسياحة التراثية في إعطاء مرونة أوفر لحماية وترقية الممتلكات الثقافية حسب طبيعتها وتصنيفها ضمن مشتملات التراث المحددة في القانون رقم 98-04، الذي وضع المشرع فيه ضوابط عامة للحماية والتمثين الهدف الرئيسي منها التعريف بالتراث، حفظه وصونه في إطار إدخال تقنيات ووسائل ذكية لرقمنة التراث، والسعي إلى تهيئته السياحية بالنظر إلى قيمته وآثاره التي تبرز التعابير الثقافية والتنوع السائد في مختلف الأزمنة².

¹عبادي محمد، زهواني عبد الرزاق، تجليات التحول الرقمي ودوره في تفعيل السياحة الداخلية -اتصالات الجزائر نموذجا-، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08، العدد 03، السنة 2019، ص 151-152.

² مصطفىاوي عابدة، حرقاس زكريا، التثمين الرقمي للتراث ودوره في تحسين التنمية السياحية، جامعة البلدية 02، الجزائر، ص 11.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تقدم نرى بأن الرقمنة تقدم إمكانيات هائلة لتطوير السياحة التراثية والحفاظ على الإرث الثقافي للأجيال القادمة، من خلال الاستثمار في التقنيات الرقمية، يمكننا ضمان حماية المواقع والمقتنيات الأثرية وتعزيز التواصل مع الزوار وتقديم تجارب سياحية ثرية لا تنسى.

الفصل الخامس

الإطار المنهجي والميداني للدراسة

الفصل الخامس:

تمهيد

1. الإطار المنهجي للدراسة

1.1. المنهج المتبّع في الدراسة

2.1. المصادر والأدوات والتقنيات المستعملة في جمع

البيانات

3.1. مجالات الدراسة

2. الإطار الميداني للدراسة

1.2. تفرّغ البيانات، تحليلها، وتفسيرها

2.2. عرض وتحليل نتائج الفرضيات

3. استخلاص النتائج العامة

4. توصيات الدراسة

تمهيد:

بعدها تطرقنا للجانب النظري الخاص بموضوع دراستنا، والذي يمثل الأرضية التي تركز عليها هذه الدراسة وفي هذا الفصل سوف نتطرق الى مجموعة الإجراءات المنهجية الخاصة بهذه الدراسة التي تعتبر من أهم المراحل التي يتضمنها البحث العلمي. ومن خلالها نصل الى نتائج علمية موضوعية وبالتالي سوق نعرض أهم الإجراءات المنهجية التي اعتمدنا عليها بداية من المنهج المستخدم، المصادر والأدوات والتقنيات المستعملة في جمع البيانات، مجتمع ثم تحليل البيانات الميدانية لنصل في الأخير الى الاستنتاج العام للدراسة.

1- الإطار المنهجي للدراسة:

1-1- المنهج المتبع في الدراسة:

إن اختيار منهج الدراسة من أساسيات إنجاز بحث علمي، فكل سؤال مطروح يتطلب خطة علمية واضحة تتضمن منهجية تقود الباحث إلى إنجاز بحثه بطريقة علمية ومنطقية وما يضمن الوصول الى نتائج واضحة¹. يختلف باختلاف المواضيع ولكل منهج خصائصه ووظيفته التي يستخدمها كل باحث في ميدان اختصاصه.²

يعرف المنهج بأنه أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج ودقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة.³

وانطلاقاً من موضوع بحثنا والمتمثل في دور الرقمنة في "الترويج للسياحة التراثية" تبين لنا أن أنسب منهج يخدم الهدف المسطر هو المنهج الوصفي.

فالمنهج الوصفي هو المنهج الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها كمياً أو كيفياً.. كما يعتمد على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً الاستخلاص دلالتها والوصول الى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو والموضوع محل البحث.⁴

وهذا البحث يعتمد على المنهج الوصفي الذي يعني بوصف الظاهرة موضوع الدراسة "دور الرقمنة في الترويج للسياحة التراثية" بهدف وصف خصائص الظاهرة وأبعادها في إطار معين يتم من خلاله تجميع البيانات والمعلومات اللازمة عن هذه الظاهرة وتنظيم هذه البيانات وتحليلها للوصول الى الأسباب هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها وبالتالي استخلاص نتائج يمكن تعميمها.

¹ نجاة لحضيري وآخرون، أصول البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، كتاب جماعي، ص19.

² عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2.

³ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، الطبعة الثالثة، مكتبة الوسطية للنشر والتوزيع، ص35.

⁴ سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، ص126.

وعليه فإن هذا المنهج في الأساس يهدف الى وصف الظاهرة أي وصف الدور الذي تقوم به الرقمنة للترويج للسياحة التراثية والتعرف على الأسباب الكامنة للظاهرة لنصل في الأخير الى نتائج علمية.

1-2- أدوات جمع البيانات:

بعد تحديدنا لمنهج الدراسة لابد من تحديد واختيار أدوات التي تم اعتمادها لمجمع البيانات من الميدان حول موضوع الدراسة، وعليه من خلال الغوص في ثنايا مفاهيم وأبعاد الدراسة نجد أن أداة جمع البيانات والمتمثلة في الاستمارة هي الأنسب في دراسة موضوعنا. اعتمدت هذه الدراسة على مصادر وأدوات للحصول على المعلومات اللازمة للتعرف على واقع أهمية الرقمنة في الترويج للسياحة التراثية ثم تصنيفها كما يلي:

اعتمدنا في جمع البيانات على مصادر أولية وأخرى ثانوية، و تم الحصول على البيانات الثانوية من الأدبيات المتوفرة في مختلف المداخل النظرية التي اهتمت بموضوع الرقمنة وأهميتها في الترويج للسياحة التراثية. وكذلك بعض الدراسات العربية والجزائرية والأجنبية، أما البيانات الأولية تم الحصول عليها من خلال الدراسة الميدانية.

أ. الاستمارة:

تعتبر هذه الأداة واسعة الانتشار في كثير من التخصصات ولها العديد من المميزات التي تجعلها سهلة الاستخدام منها قلة التكلفة، ووفرة البيانات التي تقدمها، تضم مجموعة من التساؤلات وقد ترسل أحيانا بالبرية للمبحوثين.¹

ويعرفها فاخر عاقل أنها: " أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي، وهيا مستعملة على نطاق واسع للحصول على الحقائق والتوصل الى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء، وتضم عدد من الأسئلة يطلب من المبحوث أن يجيب عنها بنفسه"، والأسئلة نوعان أسئلة مغلقة وأسئلة مفتوحة.²

¹ أحمد مصطفى محمد خاطر، استخدام المنهج العلمي في بحوث الخدمة الاجتماعية، العلاقة التلازمية في التطور - المناهج - نماذج ونظريات الممارسة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007 ص 182

² ليندة لطاد بن محرز وآخرون. منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، الطبعة الأولى، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية برلين - ألمانيا 2019. ص 71

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

وبناء على ذلك، قمنا بوضع استمارة بحث تضم العديد من الأسئلة منها 27 سؤال موزعة الى ثلاث محاور كالتالي:

- المحور الأول: يتضمن المحور الأول البيانات الشخصية للمبحوثين، وتضم الأسئلة (من 01 الى 06)

سؤال موزعة الله ثلاث محاور كالتالي:

- المحور الثاني: حول مساهمة الرقمنة في الترويج للسياحة التراثية (من 07 الى 17).

- المحور الثالث: حول مساهمة الرقمنة في الترويج للموارد التراثية البيئية الطبيعية (من 17 الى 27).

3-1- مجالات الدراسة:

1.3. المجال المكاني:

وتتمثل في مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية الطارف.

مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية الطارف:

هي هيئة عمومية تابعة للمصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 10-257 مؤرخ في 10 أكتوبر 2010، المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية وتحديد مهامها وتنظيمها.

انشأت مديرية السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي بالمرسوم التنفيذي رقم 260/95 المؤرخ في 29/08/1995 والمرسوم التنفيذي رقم 05 - 2016 المتضمن إنشاء المديرية. تقع بالحي الإداري الجديد بولاية الطارف، حيث تتوسط مجموعة من المؤسسات العمومية من الجهة اليمنى الرقابة المالية ومن الجهة اليسرى مديرية النقل ومن الجهة الخلفية مديرية البيئة وفي الجهة الأمامية محافظة الغابات ومديرية التربية.

تضم المديرية 3 مصالح كل مصلحة بها 3 مكاتب:

- مصلحة الإدارة والوسائل: تضم 3 مكاتب (مكتب المستخدمين والتكوين، مكتب الميزانية والمحاسبة، مكتب الوسائل العامة).
- مصلحة السياحة تضم 3 مكاتب (مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية، مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء، مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات)

- مصلحة الصناعة التقليدية: تضم 3 مكاتب (مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف، مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية والمهن، مكتب الدراسات والإحصاء).

1.3. المجال الزمني:

يمثل المجال الزمني الفترة التي تستغرقها الدراسة من بدايتها الى غاية كتابة تقريرها النهائي، وقد تمت على مراحل:

المرحلة الأولى:

الاستطلاع على الظروف المحيطة بالموضوع لأنها جديدة ولا تتوفر على معلومات وبيانات كثيرة، بالإضافة الى نقص الدراسات السابقة حولها، لهذا حاولنا الإلمام بمختلف المعلومات عنها عن طريق:

- الاطلاع على كتب لها علاقة بالموضوع، الرسائل الجامعية (ماستر دكتوراه).
- التحدث مع بعض الموظفين بقطاع مديرية السياحة.
- صياغة بعض العروض العامة صياغة دقيقة محددة.

المرحلة الثانية:

في هذه المرحلة تم تصميم هيكل البحث و تحرير الجانب النظري وامتد ذلك من شهر جانفي الى نهاية مارس.

المرحلة الثالثة:

مرحلة اعداد أدوات جمع البيانات بناء الاستمارة أولا وإجراء التعديلات عليها في كل مرة، ثم النزول بها الى الميدان صورة نهائية.

المرحلة الرابعة:

تم في هذه المرحلة تبويب البيانات الميدانية وتحليلها وتفسيرها ثم استخلاص نتائج الدراسة في صورتها النهائية.

3.3. المجال البشري:

شمل المجال البشري للدراسة مجموعة من الموظفين بقطاع مديرية السياحة، وتم اختيار 20 فردا أجريت عليهم الدراسة على طريق توزيع الاستمارات، حيث يشمل العدد الإجمالي للموظفين 25 موظف منهم من كانوا في عطل سنوية وعطل مرضية.

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

مجتمع البحث هو العينة التي تجرى عليها الدراسة الميدانية، وذلك وفقا للمنهج المختار والمناسب.

فالعينة عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتقسيمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.¹ ونظرا لأن مجتمع البحث صغير، فقد اعتمدنا على المسح الشامل الذي يعرف بأنه المسوحات التي تشمل كافة مفردات مجتمع البحث ويقصد بالمجتمع مجموع وحدات البحث والدراسة التي يراد الحصول على معطيات عنها سواء كانت وحدة العد اتساعا أو نباتا أو جمادا إلا أن عملية العد الكامل للمسوحات الشاملة باهظة التكاليف سواء من الناحية المالية أو الوقت حيث يعتبر المسح الشامل عن المعطيات التي يتم جمعها من مفردات المجتمع الإحصائي ماديا ويتم تكوين المسح الشامل إما من خلال شموله كافة مفردات المجتمع الإحصائي عنها سمي المسح الشامل أو التعداد أو بشموله جزء من المجتمع الإحصائي ويطلق عليه المسح بالعينة.²

¹ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، الطبعة الثانية، وائل للطباعة والنشر، 1999، ص 84.

² هاني أمينة. أهمية الاعلام الأمني في الوقاية من حوادث المرور في الجزائر، دراسة ميدانية بمديرية أمن ولاية الطارف، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر علم اجتماع، تخصص اتصال، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشاذلي بن جديد الطارف 2020/2019 ص77.

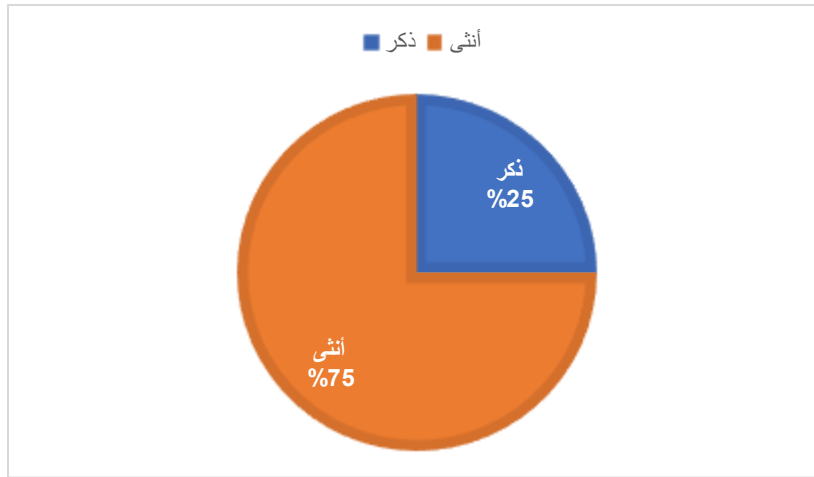
2. الإطار الميداني للدراسة:

1.2. تفريغ البيانات، تفسيرها، وتحليلها.

أ. المحور الأول: خصائص العينة

جدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
%25	05	ذكر
%75	15	أنثى
%100	20	المجموع



شكل رقم (01) توزيع أفراد العينة حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة من الإناث حيث بلغت النسبة %75 مقابل نسبة %25 من الذكور، وهذا راجع لأن تركيبة المجتمع الجزائري يغلب عليها الطابع الأنثوي كما أن التطور الحاصل في جميع المجالات شكل نوعا من الانفتاح الاجتماعي الذي جعل المرأة تطمح للاستقلالية وتحقيق ذاتها الاجتماعية ذلك ما جعلها تكتسح ميدان الشغل ومن ناحية أخرى نجد ارتباط الذكور بالانخراط في الخدمة العسكرية وتأخرهم في الاندماج في قطاع العمل.

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

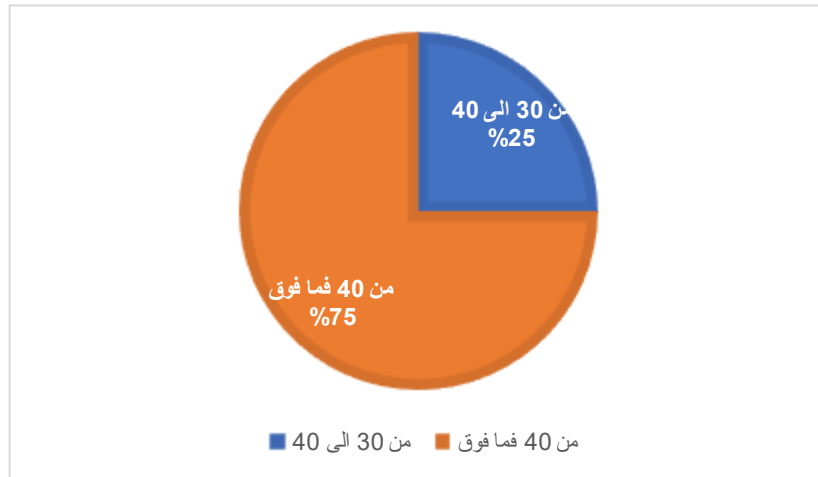
جدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
/	/	من 20-30
%30	6	من 30-40
%70	14	من 40 وما فوق
%100	20	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (02) أن أكثر المبحوثين من عمال مديرية السياحة أعمارهم من 40 سنة وما فوق بنسبة 70% أما نسبة 30%.

فهي تمثل العمال الذين يتراوح سنهم من 30 إلى 40 سنة، أما نسبة أفراد العينة التي تتراوح أعمارهم من 20 إلى 30 سنة فهي منعدمة.

ويفسر تقدم السن لدى أفراد المبحوثين نظرا لكون التوظيف داخل المؤسسات العمومية لم يحض منذ فترة بعيدة بتوظيف كبير عدا الفترة الأخيرة التي شهدت إدماج العديد من العمال في الإطار سياسة التشغيل التي انتهجتها الدولة مؤخرا.



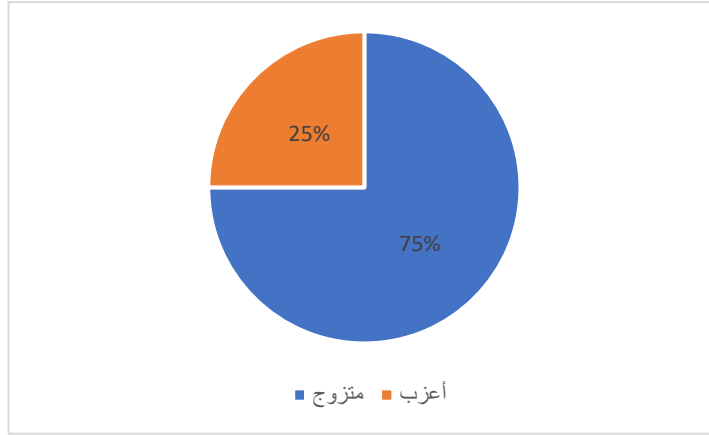
شكل رقم (02) توزيع أفراد العينة حسب السن

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

جدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية

النسبة المئوية	التكرار	الحالة العائلية
75%	15	متزوج
25%	5	أعزب
100%	20	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (03) أن معظم المنخرطين في قطاع مديرية السياحة من الفئة متزوج وذلك بنسبة 75%، تليها في المرتبة الثانية ونسبة 25% فئة أعزب، حيث ان أغلبية العمال أعمارهم متقدمة تفوق الأربعين وهي مرحلة الاستقرار وبناء الأسرة وهو ما يتوافق ما ثقافة المجتمع حيث يعتبر الاستقرار المادي - توظيفاً - مؤشراً قوياً لبناء أسرة.



شكل رقم (03) توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية

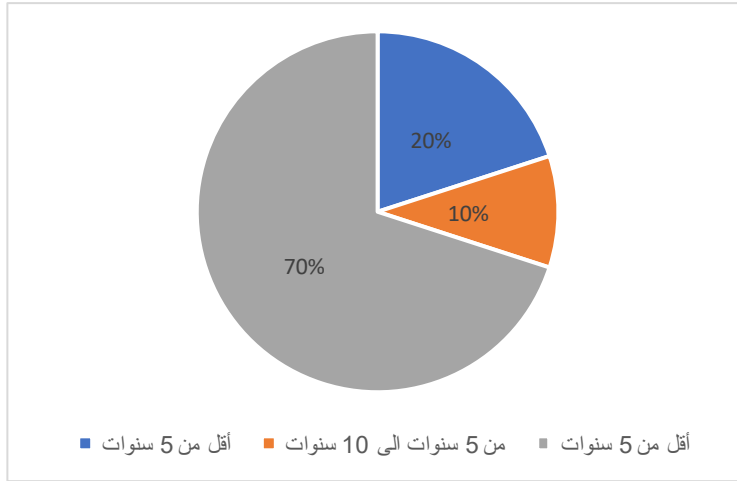
جدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخبرة المهنية
20%	4	أقل من 5 سنوات
10%	2	من 5 الى 10 سنوات
70%	14	أكثر من 10 سنوات
100%	20	المجموع

يتضح لنا من خلال الأرقام الواردة عن الدراسة الميدانية الموضحة في الجدول أعلاه ان أكثر نسبة لسنوات الخبرة المهنية هي من لديهم خبرة أكثر من 10 سنوات بنسبة 70% بالتفاوت الكبير مع من لديهم أقل من 5 سنوات بنسبة 20% وفيما تبقى من لديهم خبرة من 5 الى 10

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

سنوات نسبة 10% وعليه نستنتج أن المؤسسة مزيج بين أصحاب الخبرة والأقل منهم في ذلك وأن العمل في مثل هذه المؤسسات يتطلب زاد معرفي وكفاءة تقنية تؤهل للعمل.

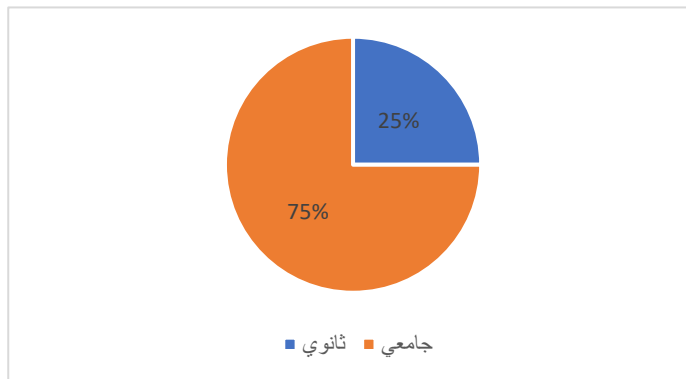


شكل رقم (04) توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

جدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
25%	5	ثانوي
75%	15	جامعي
100%	20	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (05) أن أكثر نسبة من أفراد مديرية السياحة ذات المستوى الجامعي نسبة 75% و 25% مستوى ثانوي، ويرجع ذلك الى ارتفاع نسبة الفئة المثقفة والمتعلمة.



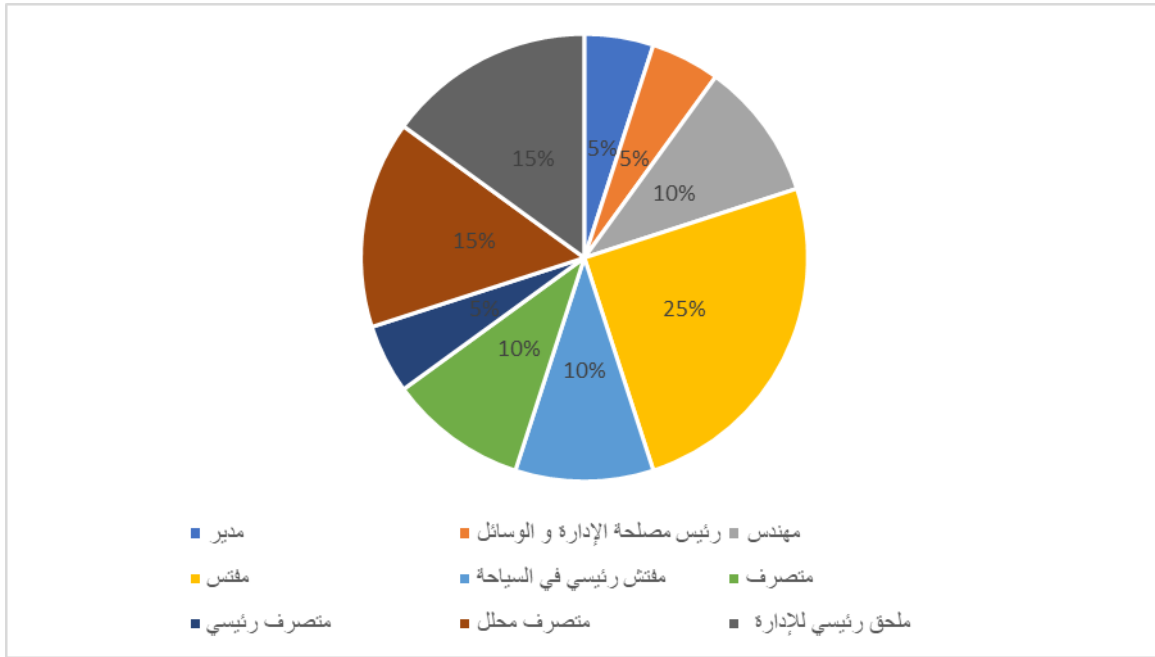
شكل رقم (05) توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

جدول رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب الرتبة المهنية

الرتبة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
مدير	1	5%
رئيس مصلحة الإدارة والوسائل	1	5%
مهندس	2	10%
مفتش	5	25%
مفتش رئيسي في السياحة	2	10%
متصرف	2	10%
متصرف رئيسي	1	5%
متصرف محلل	3	15%
ملحق رئيسي للإدارة	3	15%
المجموع	20	100%

نلاحظ من خلال الشواهد الكمية الموضحة في الجدول أعلاه رقم (06) أن أكثر نسبة مت الرتبة المهنية هي مفتش بنسبة 25%، تفوق رتبة متصرف محلل وملحق رئيسي للإدارة بنسبة 15% تليها نسبة 10% لرتبة مهندس، مفتش رئيسي في السياحة ومتصرف، 5% لكل من مدير، رئيس مصلحة الإدارة والوسائل ومتصرف رئيسي.



شكل رقم (06) توزيع أفراد العينة حسب الرتبة المهنية

2-2- عرض وتحليل نتائج الفرضيات:

عرض معطيات الفرضية الأولى:

جدول رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب معرفة إذا كان للرقمنة دور في الحفاظ على التراث التاريخي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
95%	19	نعم
5%	1	لا
100%	20	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يبين أن أغلبية أفراد العينة والتي قدرت نسبتهم بـ 95% يعتقدون أن الرقمنة يمكن أن تلعب دوراً في الحفاظ على التراث التاريخي، فيمكن أن يكون ذلك من خلال حماية التراث من التلف فالرقمنة تحفظ نسخاً رقمية من القطع الأثرية وغيرها من أشكال التراث، كما تتيح للباحثين والجمهور الوصول إلى التراث من أي مكان في العالم دون الحاجة إلى السفر، ويمكن استخدام تقنيات الرقمنة للمحافظة على التراث، تليها نسبة ضئيلة جداً بلغت 5% ممن عبروا عن عدم اعتقاد أن للرقمنة دور في الحفاظ على التراث التاريخي.

جدول رقم (08): توزيع أفراد العينة حسب الرغبة في المشاركة في مشاريع ومبادرات تهدف إلى استخدام الرقمنة في الحفاظ على التراث التاريخي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
85%	17	نعم
15%	3	لا
100%	20	المجموع

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن أغلبية أفراد العينة التي قدرت نسبتهم بـ 85% يودون المشاركة في مشاريع أو مبادرات تهدف إلى استخدام الرقمنة في الحفاظ على التراث التاريخي، وفي المقابل نجد نسبة 15% ممن أجابوا عكس ذلك. أي أنهم لا يريدون المشاركة في مشاريع تهدف إلى استخدام الرقمنة في الحفاظ على التراث التاريخي فد يرجع ذلك لعدم الرغبة الشخصية في المشاركة في مثل هذه المبادرات.

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

جدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب معرفتهم إذا كان السائح يجذب تجاه المناطق الأثرية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
90%	18	نعم
10%	2	لا
100%	20	المجموع

نلاحظ من خلال المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول أعلاه أن نسبة 90% من أفراد العينة أجابوا بأنهم يجدون أن السائح يجذب تجاه المناطق الأثرية، راجع ذلك الى ان المناطق الأثرية توفر فرصة للتعرف على تاريخ وثقافة الحضارات القديمة، تميز المناطق الأثرية بمعالم معمارية تجذب السياح من جميع أنحاء العالم، وفي المقابل نجد من أجابوا على عكس ذلك نسبة 10% أي أنهم لا يجدون السائح يجذب تجاه المناطق الأثرية، يمكن أن يكون ذلك راجع الى نقص الوعي أو عدم دراية بعض السائحين بأهمية المناطق الأثرية وقيمتها الثقافية والتاريخية.

جدول رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب معرفة إذا كان هناك تعاون مع الباحثين من أجل

التثمين

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
80%	16	نعم
20%	4	لا
100%	20	المجموع

يوضح لنا الجدول رقم (10) أن معظم أفراد العينة يرون بأن هناك تعاون مع الباحثين من أجل التثمين وذلك بنسبة 80%, بينما نجد في المقابل نسبة 20% من أفراد العينة من يرون عكس ذلك أي لا يوجد تعاون مع الباحثين من أجل التثمين.

جدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب أهم الطرق للحفاظ على التراث التاريخي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
33%	15	توثيق التراث
28%	13	حماية المواقع الأثرية
24%	11	نشر الوعي
15%	7	دعم المؤسسات
100%	46	المجموع

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

ملاحظة: عند الإجابات تفوق عدد المبحوثين، لأن المبحوثين يمكنهم الإجابة في أكثر من خانة، نلاحظ من خلال الإحصائيات الواردة في الجدول رقم (11) أن نسبة 33% من أفراد العينة أجابوا بأن توثيق التراث من أهم الطرق للحفاظ على التراث التاريخي ويمكن أن يكون سبب ذلك أنه يوفر معلومات قيمة عن الماضي ويساعد في الحفاظ على ذاكرة الأماكن والأحداث والشخصيات المهمة ويمنع ضياعها مع مرور الوقت، أما حماية المواقع وقد حلت ثانياً بنسبة 28% كونها تعتبر مصدراً هاماً للمعرفة العلمية ومن خلال دراسة هذه المواقع يمكننا معرفة كيف تطورت الحضارات عبر الزمن وأيضاً تساهم هذه المواقع في جذب السياح من جميع أنحاء العالم، وتليها نسبة 24% من أهم طريقة للحفاظ على التراث التاريخي والمتمثلة في نشر الوعي وقد تمثل هذه الطريقة يصبح أفراد المجتمع أكثر إدراكاً بهويتهم الثقافية وشعورهم بالانتماء وزيادة الحرص عليها تراثهم والحفاظ عليه من التلف والضياع، وفي الأخير نسبة ضئيلة من أجابوا بأن دعم المؤسسات هي أهم طريقة للحفاظ على التراث التاريخي وذلك بنسبة 15% حيث تعتبر هذا الأخير أمر ضروري لضمان حماية هذا الإرث الثمين.

جدول رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب كيفية الاستفادة من التراث التاريخي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
التعليم	15	35%
الفنون	5	17%
البحث العلمي	14	48%
المجموع	29	100%

ملاحظة: عدد الإجابات تفوق عدد المبحوثين، لأن المبحوثين يمكنهم الإجابة في أكثر من خانة. من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ بأن الطريقة المثلى للاستفادة من التراث التاريخي تكون عبر البحث العلمي وذلك بنسبة 48% وذلك راجع إلى أن التراث التاريخي يعد ثروة غنية بالمعارف والخبرات التي يمكن الاستفادة منها في مختلف المجالات فالبحث العلمي يمثل أداة فعالة لفهم هذا التراث واستثماره بشكل أفضل، وقد حلت ثانياً بنسبة 35% من موظفي المؤسسة من أجابوا بطريقة التعليم ويمكن أن يكون في نظرهم أن الاستفادة من التراث التاريخي عن طريق التعليم أمر ضروري لبناء جيل متعلم وواع ومتقّف، وتليها الفنون ونسبة ضئيلة تقدر بـ 17%.

جدول رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب طرق جمع المعلومات حول المناطق التاريخية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
39%	12	مستجدات تاريخية
45%	14	مؤرخين
16%	5	تسجيلات صوتية
100%	31	المجموع

ملاحظة: عدد الإجابات تفوق عدد المبحوثين لأن المبحوثين يمكنهم الإجابة في أكثر من خانة. بتحليل البيانات المتعلقة بالجدول رقم (13) يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين يرون أن المؤرخين هم الفئة التي يتم جمع المعلومات من خلالها حول المناطق التاريخية وذلك بنسبة 45% وذلك راجع الى أن المؤرخين من خلال دراستهم للمواقع والمباني والقطع الأثرية يمكنهم من تكوين صورة شاملة من مختلف العصور، وفهم الثقافات والمعتقدات التي سادت في الماضي، وتليها نسبة 39% من الذين أجابوا أنه يتم جمع المعلومات حول المناطق التاريخية من المستجدات التاريخية لأن في نظرهم تعد هذه المستجدات مصدر غني بالمعلومات حول المواقع والمناطق التاريخية، وفي المقابل نجد نسبة 16% من الذين يرون أن التسجيلات الصوتية هي التي يتم من خلالها جمع المعلومات حول المناطق الأثرية .

جدول رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب طرق جمع المعلومات حول المناطق التاريخية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
20%	6	ماسحات ضوئية
13%	4	كاميرات
23%	7	برامج
44%	13	صفحات انترنت
100%	30	المجموع

ملاحظة: عدد الإجابات تفوق عدد المبحوثين، لأن المبحوثين يمكنهم الإجابة في أكثر من خانة. نلاحظ من خلال استقراء معطيات الجدول رقم (14) بأن معظم أفراد العينة يرون أن صفحات الانترنت من أكثر الأدوات الرقمية التي تساعد أو يمكن استخدامها لرقمنة التراث التاريخي وذلك بنسبة 44% فربما هذا راجع الى أن صفحات الانترنت تقد العديد من الإمكانيات

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

لرقمنة التراث التاريخي وتعزيز الوصول إليه مثل إنشاء مواقع الكترونية للمتاحف والمواقع الأثرية كذلك استخدام منصات التواصل الاجتماعي للتواصل والترويج للفعاليات المتعلقة بالتراث التاريخي، ثم نجد نسبة 23% ممن أجابوا برامج فقد تقدم هذه البرامج إمكانيات هائلة لرقمنة التراث التاريخي وإتاحته للجمهور، ثم تليها نسبة 20% والمتمثلة في الماسحات الضوئية فبسبب ذلك يمكن أن يكون راجع الى ان المسح الضوئي يقوم بإنشاء نسخ رقمية عالية الدقة من القطع الأثرية والمخطوطات و الوثائق الأخرى، وفي الأخير لنسبة 13% ممن أجابوا باستخدام الكاميرات لرقمنة التراث التاريخية.

جدول رقم (15): توزيع أفراد العينة حسب معرفة أكثر فئة مستهدفة من خلال رقمنة التراث التاريخي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
29%	14	الجمهور العام
27%	13	الباحثون
23%	11	السياح
21%	10	الطلاب
100%	48	المجموع

ملاحظة: عدد الإجابات تفوق عدد المبحوثين لأن المبحوثين يمكنهم الإجابة في أكثر من خانة. تبين لنا من خلال الاطلاع على البيانات أعلاه أن أكبر فئة مستهدفة من خلال رقمنة التراث التاريخي بنسبة 29% هم الجمهور العام وذلك راجع إلى الخبرة الواسعة التي يملكها الجمهور في مجالات مختلفة مثل التاريخ وتكنولوجيا المعلومات كما يساهم في تعزيز مشاركة المجتمع في الحفاظ على التراث التاريخي ونقله للأجيال، تليها فئة الباحثون بنسبة 27% كونهم يتمتعون بفهم دقيق للتاريخ مما يمكنهم من وضع المواد التراثية في سياقها الصحيح وفهم أهميتها، فيما احتلت المرتبة الثالثة فئة السياح بنسبة 23% لأنه غالبا ما يكون السياح معرفة محلية بالتاريخ والثقافة للموقع الذي يزورونه، أما أخيرا فكانت فئة الطلاب 21% كون أن الطلاب يتمتعون بمهارات تقنية عالية، حيث نشأوا في عصر التكنولوجيا الرقمية كما نستخلص أن رقمنة التراث التاريخي مست كل الشرائح.

جدول رقم (16): توزيع أفراد العينة حسب معرفة التأثيرات الإيجابية لرقمنة التراث التاريخي على المجتمع

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
22%	12	تعزيز الهوية الوطنية
15%	8	مكافحة سرقة الآثار
15%	8	دمج التكنولوجيا
22%	12	تنمية السياحة الثقافية
26%	14	حماية التراث من التلف
100%	54	المجموع

ملاحظة: عدد الإجابات تفوق عدد المبحوثين لأن المبحوثين يمكنهم الإجابة في أكثر من خانة. بعد تحليل البيانات تبين لنا أن نسبة 26% من حماية التراث من التلف يعتبر من التأثيرات الإيجابية لرقمنة التراث التاريخي على المجتمع وهذا راجع إلى كون الرقمنة تساهم في الحفاظ على التراث من التلف والضياع من خلال إنشاء نسخ رقمية من القطع الأثرية والمخطوطات على الموارد التاريخية الأخرى وتتساوى النسبة بين تعزيز الهوية الوطنية وتنمية السياحة الثقافية والتي قدرت بـ 22% كون الرقمنة تساهم في الحفاظ على اللغة الوطنية وتعزيز استخدامها، وأيضا تتساوى النسبة بين كل من مكافحة سرقة الآثار ودمج التكنولوجيا في التعليم والتي قدرت بـ 15% حيث تمكن تقنيات التحقيق الرقمي من تحديد هوية المتورطين في سرقة الآثار وبيعها.

جدول رقم (17): توزيع أفراد العينة حسب أهم التحديات التي تواجه رقمنة التراث التاريخي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
38%	12	تكلفة رقمنة الموارد التراثية
31%	10	صعوبة الحصول على بعض المواد
31%	10	ضمان حقوق الملكية الفكرية للمواد التراثية
100%	32	المجموع

ملاحظة: عدد الإجابات تفوق عدد المبحوثين، لأن المبحوثين يمكنهم الإجابة في أكثر من خانة.

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (17) أن نسبة 38% من أفراد العينة يرون بأن التحديات التي تواجه رقمنة التراث التاريخية هي تكلفة رقمنة المواد التراثية وذلك يمكن أن يكون راجع إلى نقص التمويل فغالبا ما تفتقر المؤسسات مثل المتاحف إلى الموارد المالية الكافية لرقمنة مجموعاتها التاريخية بشكل شامل، وتتساوى النسبة بين صعوبة الحصول على بعض المواد وضمان حقوق الملكية الفكرية للمواد التراثية والتي قدرت بـ 31% عرض معطيات الفرضية الثانية:

جدول رقم (18): توزيع أفراد العينة حسب أفضل الأدوات الرقمية التي تساهم في الترويج للموارد الطبيعية البيئية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
39%	15	مواقع التواصل الاجتماعي
24%	9	تطبيقات
37%	14	منصات الكترونية
100%	31	المجموع

ملاحظة: عدد الإجابات تفوق عدد المبحوثين لأن المبحوثين يمكنهم الإجابة على أكثر من خانة من خلال الجدول أعلاه يتبين أن الوسيلة الاتصالية التي ساهمت بشكل كبير في الترويج للموارد الطبيعية البيئية هي مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 39% لكون مواقع التواصل الاجتماعي يمكن استخدامها في جذب الاستثمار وتعزيز التعاون الدولي لحماية البيئة والتعاون مع المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الوعي بالقضايا البيئية، أما المنصات الالكترونية فقد حلت ثانيا بس 37% كونها تساهم في بناء مجتمعات افتراضية للأشخاص المهتمين بالقضايا البيئية، مما يتيح لهم تبادل الخبرات والأفكار والتعاون في مشاريع مشتركة. أما التطبيقات فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 24% من خلال ما تقدمه من معلومات مخصصة لكل مستخدم بناء على احتياجاته واهتماماته مما يساعد على تحسين تجربة المستخدم وزيادة فعالية الترويج.

جدول رقم (19): توزيع أفراد العينة حسب الإجراءات الرقمية التي يمكن استخدامها لتعزيز السياحة التراثية البيئية الطبيعية في مختلف القطاعات

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
27%	11	الحفاظ

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

20%	8	فيسبوك
24%	10	مواقع الواب
29%	12	التنسيق مع الوكالات
100%	41	المجموع

ملاحظة: عدد الإجابات تفوق عدد المبحوثين لأن المبحوثين يمكنهم الإجابة على أكثر من خانة. توضح البيانات المجمعة فيما يخص بالإجراءات الرقمية التي يمكن استخدامها في تعزيز السياحة البيئية في مختلف القطاعات تبين أن نسبة 29% من أفراد العينة الذين أكدوا على أهمية التنسيق مع الوكالات السياحية وذلك راجع لكونها تساهم في تطوير منتجات سياحية تلبي احتياجات الزوار المهتمين بالسياحة البيئية مثل برامج مراقبة الحياة البرية أو رحلات المشي لمسافات طويلة في المناطق الطبيعية وبناء شراكات مع الجهات المعنية مثل المنظمات الغير الحكومية والجامعات وغيرها، أما من الجانب الآخر فقد عبر قرابة 27% من أفراد العينة على الحفاظ مما يجعله عامل جذب هام للسياح كما يساهم الحفاظ على البيئة في تحسين الخدمات السياحية المقدمة وتعزيز محورة الوجهة السياحية فقد احتل المرتبة الثالثة بنسبة 24% من خلال يبرزه مواقع الواب من أهمية في تعزيز السياحة البيئية في مختلف القطاعات من خلال الوصول الى جمهور عالمي من المهتمين بالسياحة البيئية مما يساعد على الترويج للمواقع والمنتجات السياحية على نطاق واسع، أما الفئة الأقل فتري أن الفيسبوك قدرت نسبه 20%.

جدول رقم (20): توزيع أفراد العينة حسب رؤيتهم إذا يتم الاستناد الى مختصين في المنطقة للتعريف بالموارد التراثية البيئية الطبيعية

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	19	95%
	16	66%
	4	17%
	4	17%
	24	100%
لا	1	5%
المجموع	20	100%

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

نلاحظ من خلال المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول أعلاه أن نسبة 95% من أفراد العينة أجابوا بأنهم يستندون إلى مختصين في المنطقة للتعريف بالموارد التراثية البيئية الطبيعية، وفي المقابل نجد نسبة 5% ممن هم عكس ذلك أي أنه لم يستند إلى مختصين في المنطقة للتعريف بالموارد التراثية البيئية الطبيعية، وقد يرجع ذلك لعدم الرغبة الشخصية في الاستناد على المختصين، بينما نرى أن من ساهموا بالموارد التراثية البيئية الطبيعية كان نتيجة الاعتماد على أساتذة باحثين بنسبة 66% وذلك يرجع كون أن الأساتذة الباحثين يمتلكون مهارات بحثية متقدمة تمكنهم من جمع وتحليل البيانات كذلك مهارات تواصل قوية تمكنهم من شرح وتوضيح مفاهيم التراث البيئي الطبيعي من خلال برامج التعليم والتدريب. وتتساوى النسبة بين مؤسسات في المجال ومديرية حماية الغابات بنسبة 17% وذلك يرجع أن المؤسسات تمتلك خبرات واسعة ومتراكمة في مجال التراث البيئي وذلك من خلال الأبحاث والدراسات الميدانية والتعاون مع الخبراء والمتخصصين. وكون مديرية حماية الغابات تتمتع بمهام واختصاصات واسعة تشمل حصر وتسجيل الموارد الطبيعية، وتحديد قيمتها التراثية وتطوير خطط لإدارتها وحمايتها.

جدول رقم (21): توزيع أفراد العينة حسب إذا كانوا يعملون على رفع الوعي لدى السائح

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
95%	19	نعم
5%	1	لا
100%	31	المجموع

توضح النتائج الخاصة أن العدد الأكبر من أفراد العينة الذين يعملون على رفع الوعي لدى السائح بلغت 95% ويرجع ذلك دعم المجتمعات المحلية لرفع الوعي لدى السائح يعد خطوة هامة لضمان مستقبل السياحة، فمن خلال رفع الوعي يمكننا تشجيع السياح على السفر وتحسين تجربة سفرهم وتعزيز الوعي بالتراث، أما الجانب الآخر فقد عبروا بنسبة ضئيلة جدا بلغت 5% على عدم العمل على رفع الوعي لدى السائح.

جدول رقم (22): توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم إذا كانت الرقمنة تساهم في رفع السياحة

البيئية الطبيعية لدى الجمهور المستخدم

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
في حالة الإجابة بنعم	التكرار	النسبة المئوية

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

39%	12	زيارة بعض المناطق	100%	20	نعم
35%	11	البحث عن معلومات أكثر حولها			
26%	8	وضع برنامج لزيارتها			
100%	31	المجموع	/	/	لا
			100%	20	المجموع

نلاحظ من خلال المعطيات الاحصائية الواردة في الجدول أعلاه أن نسبة 100% من أفراد العينة أجابوا بأنهم يرون بأن الرقمنة تساهم في رفع السياحة البيئية الطبيعية لدى الجمهور المستخدم كونها تساهم في نشر الوعي بأهمية السياحة البيئية، والأخير تتعدم النسبة الخاصة بمساهمة الرقمنة في رفع السياحة البيئية الطبيعية لدى الجمهور المستخدم، بينما نرى أن من ساهم في رفع السياحة البيئية الطبيعية لدى الجمهور المستخدم كان نتيجة زيارة بعض المناطق بنسبة 39% وتليها بنسبة 35% البحث عن معلومات أكثر حولها. وأخيرا وبنسبة 26% وهو القيام بوضع برنامج لزيارتها. جدول رقم (23): توزيع أفراد العينة حسب إمكانية استخدام التكنولوجيا الرقمية لزيادة الوعي بالتراث البيئي الطبيعي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
22%	12	تطبيقات الهاتف المحمول
13%	7	تطبيقات التعرف على النباتات والحيوانات
18%	10	تطبيقات مسارات المشي لمسافات طويلة
22%	12	وسائل التواصل الاجتماعي
25%	14	خرجات سياحية
100%	55	المجموع

ملاحظة: عدد الإجابات تفوق عدد المبحوثين لأن المبحوثين يمكنهم الإجابة على أكثر من خانة. من خلال الجدول تبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يرون أن استخدام التكنولوجيا الرقمية لزيادة الوعي بالتراث البيئي الطبيعي كان نتيجة الخرجات السياحية بنسبة 25% وهذا راجع إلى استخدامات التطبيقات والمواقع الالكترونية لتوفير معلومات شاملة عن التراث البيئي الطبيعي كما تتيح التكنولوجيا الرقمية للزوار الحصول على معلومات دقيقة ومحدثة في أي وقت وفي أي مكان وجعل التجربة السياحية أكثر جاذبية وتفاعلية وتعزيز شعور الزوار بالارتباط بالبيئة، وتتساوى النسبة بين تطبيقات الهاتف المحمول ووسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 22% من أجل نشر

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

المعلومات والتوعية والتواصل مع الجمهور، وتليها تطبيقات مسارات المشي لمسافات طويلة بنسبة 18% من خلال زيادة الوصول إلى المعلومة وتعزيز المشاركة ودعم الحفاظ على البيئة، وأخيرا تطبيقات التعرف على النباتات والحيوانات بنسبة 13%.

جدول رقم (24): توزيع أفراد العينة حسب أهم قنوات التوزيع الأكثر فعالية للوصول الى جمهور مستهدف لتراث بيئي طبيعي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
46%	15	المدونات والمواقع الإلكترونية
18%	6	الفعاليات
36%	12	التعاون مع المنظمات البيئية وعلمية
100%	33	المجموع

ملاحظة: عدد الإجابات تفوق عدد المبحوثين لأن المبحوثين يمكنهم الإجابة على أكثر من خانة. من خلال ما هو مبين أعلاه تظهر النتائج ما يلي: أغلبية افراد العينة في مديرية السياحة بولاية الطارف يقدمون بنسبة 46% على المدونات والمواقع الإلكترونية في قنوات التسويق للوصول إلى جمهور مستهدف لتراث بيئي طبيعي وهذا راجع إلى تعزيز علامتها التجارية وتحسين عائد الاستثمار واكتساب ميزة تنافسية، فيما تليها بنسبة 36% التعاون مع المنظمات البيئية العلمية من أجل تعزيز حماية البيئة ودعم التقدم العلمي، أما ثالثا وبنسبة ضئيلة من يعتمدون على الفعاليات بنسبة 18% وهذا راجع الى قلة المشاركة وعدم الوصول إلى الجمهور المستهدف.

جدول رقم (25): توزيع أفراد العينة حسب أقصى الممارسات لقياس فعالية حملات الترويج للموارد البيئية الطبيعية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
27%	8	عدد متابعي الصفحة الخاصة بالسياحة التراثية البيئية الطبيعية
33%	10	احصائيات حول الوكالات السياحية
40%	12	بيانات ومعطيات حول دخول السياح للمناطق التراثية البيئية الطبيعية
100%	33	المجموع

ملاحظة: عدد الإجابات تفوق عدد المبحوثين لأن المبحوثين يمكنهم الإجابة على أكثر من خانة. من خلال الجدول تبين لنا أن أفضل الممارسات لقياس فعالية حملات الترويج للموارد البيئية الطبيعية تتمثل في بيانات أو معطيات حول دخول السياح للمناطق لنسبة 40% وذلك يرجع كون أن

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

بيانات دخول السياح توفر لنا معلومات قيمة حول مدى نجاح حملات الترويج في جذب الزوار إلى المناطق الطبيعية كما يمكن استخدامها لتحديد المناطق الطبيعية التي تحتاج إلى المزيد من الإشهار. بشكل عام تعد البيانات والمعطيات أداة قيمة لقياس حملات الترويج، وتليها إحصائيات حول الوكالات السياحية بنسبة 33% لأنه يمكن لهذه الوكالات السياحية أن توفر بيانات حول عدد الزوار الذين حجزوا رحلات إلى مناطق طبيعية محددة بالإضافة إلى نفقاتهم ومدة إقامتهم فالوكالات السياحية تعد شريكا قيما للمسوقين الذين يروجون للموارد البيئية الطبيعية، أما أخيرا فجاءت نسبة عدد متابعين الصفحة الخاصة بالسياحة التراثية بنسبة 27% لأنها تعتبر مقياسا رئيسيا لمدى وصول حملة الترويج، كلما زاد عدد المتابعين زاد عدد الأشخاص الذين من المحتمل أن يروا منشورات الحملة.

جدول رقم (26): توزيع أفراد العينة حول إمكانية تطوير محتوى تسويقي جذاب للتراث البيئي الطبيعي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
36%	12	تحديد الجمهور المستهدف
18%	6	تحديد الرسالة الرئيسية
46%	15	استخدام الصور ومقاطع فيديو
100%	33	المجموع

ملاحظة: عدد الإجابات تفوق عدد المبحوثين، لأن المبحوثين يمكنهم الإجابة في أكثر من خانة. بعد تحليل البيانات تدين لنا أنه يمكن تطوير محتوى تسويقي جذاب للتراث البيئي الطبيعي هي استخدام الصور ومقاطع الفيديو بنسبة 46% وذلك راجع إلى أن الناس أكثر عرضة للانتباه إلى الصور ومقاطع الفيديو مما يزيد من فرص جذب انتباههم إلى محتوى أكثر تأثيرا على المشاهدين، أما من الجانب الآخر فقد عبر 36% من أفراد العينة على أن تحديد الجمهور المستهدف له دور في تطوير محتوى تسويقي جذاب فمجرد التعرف على الجمهور يمكن إنشاء محتوى يلبي احتياجات السوق وأخيرا وبنسبة ضئيلة قدرت 18% يتم تحديد الرسالة الرئيسية.

جدول رقم (27): توزيع أفراد العينة حسب أهم التحديات التي تواجه الترويج للموارد التراثية الطبيعية عبر الرقمنة

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
29%	14	نقص الموارد المالية
10%	5	عدم كفاية الربط بالإنترنت
15%	7	غياب التنظيم
25%	12	نقص المهارة التقنية
21%	10	نقص المعلومات حول الموارد التراثية الطبيعية البيئية
100%	48	المجموع

ملاحظة: عدد الإجابات تفوق عدد المبحوثين لأن المبحوثين يمكنهم اختيار على أكثر من خانة. بالاطلاع على النتائج المستخلصة من أفراد العينة يظهر أن أغلبية التحديات التي تواجه الترويج للموارد التراثية الطبيعية عبر الرقمنة هي نقص الموارد المالية بنسبة 29% وذلك راجع لعدم وجود ميزانيات مخصصة للترويج الرقمي للموارد الطبيعية، وتليها نقص المهارة التقنية بنسبة 25% ويكون نتيجة ضعف التدريب في مجال التكنولوجيا الرقمية وصعوبة جذب الموظفين ذوي المهارات التقنية، وتليها نقص المعلومات حول الموارد التراثية الطبيعية البيئية بنسبة 21% فيما تعبر النسبة ما قبل الأخيرة والتي تمثلت في غياب التنظيم بنسبة 15% ويرجع ذلك إلى عدم وجود خطة إستراتيجية متكاملة وعدم وجود تنسيق بين الجهات المختلفة وأخيرا عدم كفاية الربط بالإنترنت بنسبة 10%.

3. النتائج العامة للدراسة:

بعد نزولنا للميدان واجرائنا للجانب الميداني لدراستنا المتمحورة حول استخدامنا لأدوات جمع البيانات والمتمثلة في مصادر المعلومات من وثائق ومراجع والاستمارة، وعقب تفسيرنا وتحليلنا للمعطيات التي حصلنا عليها يمكننا القول بأن أهم النتائج التي توصلنا إليها جراء هذا البحث تتمحور حول تساؤلات الدراسة التي طرحناها في بداية دراستنا وضمت مجموعة من التساؤلات وللتأكد من صحة النتائج باعتبارها حجر الأساس للبحث الميداني، ويمكن عرضها على النحو التالي:

س 1: كيف تساهم الرقمنة في الترويج للتراث التاريخي؟

بخصوص هذا التساؤل توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

- توصلت الدراسة الى أن نسبة 95% من موظفي السياحة يعتقدون أن الرقمنة يمكن أن تلعب دورا في الحفاظ على التراث التاريخي، كما اشارت المعطيات الميدانية من خلال الجدول رقم (08) أن نسبة 85% يودون المشاركة في مشاريع أو مبادرات تهدف إلى استخدام الرقمنة في الحفاظ على التراث التاريخي.

- يمثل الجدول رقم (09) أن معظم أفراد العينة أجابوا بأنهم يجدون أن السائح يجذب تجاه المناطق الأثرية وذلك بنسبة 90%.

- وأشارت المعطيات الميدانية من خلال الجدول رقم (10) أن نسبة 80% من أفراد العينة يرون بأن هناك تعاون مع الباحثين من أجل التثمين.

- كما توصلت الدراسة الى أن أهم الطرق للحفاظ على التراث التاريخي هي توثيق التراث بنسبة 33% لأن في نظرهم أنه يوفر معلومات قيمة عن الماضي ويساعد في الحفاظ على ذاكرة الأماكن والأحداث والشخصيات المهمة ويمنع ضياعها مع مرور الوقت.

- ومن جهة أخرى كشفت المعطيات الميدانية أن معظم افراد العينة يمكنهم الاستفادة من التراث التاريخي عن طريق البحث العلمي وذلك بنسبة 48% وهذا راجع إلى كونه أداة فعالة لفهم هذا التراث واستثماره بشكل أفضل.

- كما أسفرت المعطيات الميدانية أن معظم أفراد العينة يرون انه يتم جمع المعلومات حول المناطق التاريخية من المؤرخين وذلك بنسبة 45%

- وأشارت المعطيات الميدانية أن نسبة 44% من أفراد العينة يرون أن أهم أداة رقمية يمكن استخدامها لرقمنة التراث التاريخي هي صفحات الأنترنت ذلك راجع أنها تقدم العديد من الإمكانيات لرقمنة التراث التاريخي مثل إنشاء مواقع الكترونية للمواقع الأثرية، استخدام منصات التواصل الاجتماعي للترويج للفعاليات المتعلقة بالتراث التاريخي.

- كما توصلت نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (15) أن نسبة 29% من أفراد العينة يرون أن الفئات المستهدفة من خلال رقمنة التراث التاريخي هي الجمهور العام.

- كما توصلت أيضا نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (16) أن معظم أفراد العينة أن من أهم التأثيرات الإيجابية لرقمنة التراث التاريخي على المجتمع هي حماية التراث من التلف وذلك بنسبة 26% ذلك راجع كون الرقمنة تساهم على الحفاظ على التراث من التلف والضياع من خلال إنشاء نسخ رقمية من القطع الأثرية والمخطوطات على الموارد التاريخية الأخرى.

- كما توصلت الدراسة من خلال الجدول رقم (17) أن نسبة 38% من أفراد العينة يرون بأن التحديات التي تواجه رقمنة التراث التاريخي هي تكلفة رقمنة المواد التراثية وذلك راجع الى نقص التمويل.

وبناء على ما سبق ذكره من نتائج تؤكد صحة الفرضية القائلة بأن الرقمنة تساهم في الترويج للتراث التاريخي.

أما بخصوص التساؤل الثاني والذي كان:

س 2: كيف تساهم الرقمنة في الترويج للموارد التراثية البيئية الطبيعية؟

- توصلت الدراسة الى أن أفضل الأدوات الرقمية التي تساهم في الترويج للموارد الطبيعية البيئية بنسبة 39% هي مواقع التواصل الاجتماعي لكونها تساهم في جذب الاستثمار والتعاون مع المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الوعي بالقضايا البيئية.

- من خلال الجدول رقم (19) أن أهم الإجراءات الرقمية التي يمكن استخدامها لتعزيز السياحة البيئية في مختلف القطاعات هي التنسيق مع الوكالات السياحية بنسبة 29% كما أشارت المعطيات الميدانية من خلال الجدول رقم (20) أن معظم أفراد العينة يستندون إلى مختصين في المنطقة للتعريف بالموارد التراثية البيئية الطبيعية بنسبة 95%، كما لاحظنا من خلال الجدول رقم (21) أن نسبة 95% يعملون على رفع الوعي لدى السائح، ورفع الوعي لدى السائح يعد خطوة هامة لضمان مستقبل السياحة، وأشارت المعطيات الإحصائية من خلال الجدول رقم (22) أن كل أفراد العينة يرون أن الرقمنة تساهم في رفع السياحة البيئية الطبيعية لدى الجمهور المستخدم بنسبة 100%، ومن خلال الجدول رقم (23) أن أغلبية أفراد العينة يرون أن إمكانية استخدام التكنولوجيا الرقمية لزيادة الوعي بالتراث البيئي الطبيعي كان نتيجة الخرجات السياحية بنسبة 25%، كما توصلت الدراسة من خلال نتائج الجدول رقم (24) أن قنوات التسويق الأكثر فعالية للوصول إلى جمهور مستهدف لتراث بيئي طبيعي متمثلة في المدونات والمواقع الى الالكترونية بنسبة 46% وهذا راجع لاكتسابها ميزة تنافسية، ومن خلال الجدول رقم (25) أن أفضل الممارسات لقياس فعالية حملات الترويج للموارد البيئية الطبيعية هي وجود بيانات او معطيات حول دخول السياح للمناطق التراثية البيئية بنسبة 40% كون أن البيانات توفر لنا معلومات قيمة حول مدى نجاح حملات الترويج في جذب الزوار إلى المناطق التراثية الطبيعية. لاحظنا أيضا من خلال الجدول رقم (26) أن تطوير

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

محتوى تسويقي جذاب للتراث البيئي الطبيعي بنسبة 46% يكون من خلال استخدام الصور ومقاطع فيديو ويرجع ذلك كون الناس هم أكثر عرضة للانتباه إلى الصور ومقاطع الفيديو مما يزيد من فرصة جذب انتباههم إلى محتوى أكثر تأثيراً على المشاهدين.

-كشفت المعطيات الميدانية من خلال الجدول رقم (27) أن أهم التحديات التي تواجه الترويج للموارد التراثية الطبيعية عبر الرقمنة بنسبة 29% هي نقص الموارد المالية ويرجع ذلك لعدم وجود ميزانيات المخصصة للترويج الرقمي.

حسب النتائج فإننا نؤكد صحة الفرضية القائلة بأن: الرقمنة تساهم في الترويج للموارد التراثية البيئية الطبيعية

وعليه فإنه بعد كل النتائج التي توصلنا لها بعد الدراسة والتحليل وبناء على الفروض التي تم التحقق منها يمكن القول بصحة الفرضية الرئيسة التي اعتمدنا عليها في بناء الدراسة والتمثلة في أن: الرقمنة تساهم في الترويج للسياحة التراثية.

ونستج من عرضنا لنتائج الفرضية الثانية أن الرقمنة تساهم في الترويج للموارد التراثية البيئية وذلك من خلال رفع السياحة وتعزيزها في مختلف القطاعات كما نستنتج أن للرقمنة دور في زيادة الوعي بالتراث البيئي الطبيعي.

4: توصيات الدراسة

من خلال ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، يمكننا تقديم مجموعة من التوصيات أهمها:

1. وضع خطط واستراتيجيات مستقبلية حول تفعيل الرقمنة في القطاع السياحي وتكون مدروسة بشكل دقيق.
2. نوصي بتوظيف موارد بشرية من مرشدين سياحيين ومتخصصين في التراث وتكوينهم على استخدام التقنيات الرقمية وتقنيات الأرشفة والحفظ الرقمي.
3. دعم الشركات الناشئة التي تقدم حلولاً رقمية مبتكرة للترويج للسياحة التراثية وتمويل مشاريعها.
4. ضرورة الاهتمام بحماية البيانات والخصوصية في استخدام التقنيات الرقمية في قطاع السياحة.
5. توفير البنية التحتية التقنية اللازمة لتطوير الرقمنة في قطاع السياحة.
6. ينبغي تقديم التدريب والتأهيل المهني للمرشدين السياحيين لاستخدام التكنولوجيا بفعالية وتوفير تجارب سياحية محسنة.

الفصل الخامس: الإطار المنهجي والميداني للدراسة

7. نوصي بتعزيز التوعية بفوائد الرقمنة السياحية لدى السائحين وتوفير الدعم لحل المشاكل التقنية التي قد تواجههم.

8. ينبغي تطوير تطبيقات الهاتف المحمول والواجهات الرقمية بأسلوب سهل الاستخدام ومتوافق مع مختلف الأجهزة والمنصات.

خاتمة

خاتمة:

مما سبق يمكننا القول ان للرقمة دورا فعال في تنشيط قطاع السياحة و اعتباره البنية الأساسية للترويج للسياحة التراثية ,كما تعد الرقمنة احد مظاهر عصرنة القطاعات لكونها اكتسبت في الوقت الحالي ابعادا اقتصادية جد استراتيجية استفادت منها جميع القطاعات ,كونها تساهم في تحقيق مستوى اعلى من الشفافية و المصداقية و العمل على تنشيط الحملات الترويجية ,كما اثبتت التكنولوجيا الرقمية فعاليتها كأداة قوية للترويج للسياحة التراثية من خلال تقديم تجارب غنية للسياح و اشباع رغبات الزبون بما يتماشى مع احتياجاته و تحسين الكفاءة و تقليل التكاليف و تحسين تجربة المستخدم

كما تعد الرقمنة دورا محوريا في حفظ المعالم الاثرية و التاريخية و الطبيعية لكونها تشكل جزءا حيويا من تراث المجتمع مما يتيح للأجيال الحالية و المستقبلية التفاعل معها بطرق متقدمة ,و بما ان السياحة التراثية كظاهرة اجتماعية اقتصادية تعد عاملا من عوامل التطور و التنمية عن طريق تحضير المجتمعات العالمية و تثمين موروثها الإنساني المشترك او الوطني لما يحمله من هوية حضارية قيمة ملهمة توحد الشعوب على ثقافات متباينة في بنیان دولية تراثية و نشاط يكمل بقية الأنشطة الاقتصادية الثقافية و الاجتماعية و على هذا الأساس اصبح الاهتمام بالنشاط السياحي منصبا نحو تطوير الخدمات و تطوير الخدمات و الاهتمام بالجودة و تأهيل العامل البشري, و بفعل الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الرقمية يمكننا ضمان استدامة السياحة التراثية لكونها مهمة للغاية و خاصة اذا علمنا بان السائح يهتم بهذا النوع من السياحة بصفة خاصة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب.

- 1- أحمد مصطفى محمد خاطر، استخدام المنهج العلمي في بحوث الخدمة الاجتماعية، العلاقة التلازمية في التطور - المناهج - نماذج ونظريات الممارسة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007.
- 2- أمينة عبد الله سالم علي، أثر السياحة في تطوير بعض الحرف والصناعات التقليدية، دراسة أنثربولوجية، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع دسوق، شارع شركات، ميدان المحطة، 2015.
- 3- حمزة عبد الحليم درادكه وآخرون، مبادئ السياحة - Principle Tourism - الطبعة الأولى 2014م - 1435هـ دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان 2013.
- 4- سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان.
- 5- سمير كحيط، سمير الكريطي، دور الاعلام في الترويج السياحي: دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
- 6- عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية ط 2.
- 7- ليندة لطاد بن محرز وآخرون. منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، الطبعة الأولى، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية برلين - ألمانيا 2019.
- 8- محمد خطاب، الاعلام السياحي والعلاقات العامة، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، وسط البلد، مجمع الفحيص، الطابق الثالث، الطبعة الأولى، 2016.
- 9- محمد خليل الكسواني، التسويق السياحي، دار الابتكار للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2017.
- 10- محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، الطبعة الثالثة، مكتبة الوسطية للنشر والتوزيع.

11- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، الطبعة الثانية، وائل للطباعة والنشر، 1999.

12- نجاه لحضيري وآخرون، أصول البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، كتاب جماعي.

ثانيا: الرسائل العلمية والمذكرات

1- بعوط لزه، الترويج للمقومات السياحية ودوره في تحقيق التنمية المحلية "حالة ولاية قالمة"، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر تخصص تسويق فندقي وسياحي، قسم العلوم التجارية، لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة 8 ماي 1945 قالمة 2017/2018.

2- بلحاج مريم، عبد الرحمان نصيرة، أثر الترويج السياحي في الأداء التسويقي لمؤسسات الصناعة التقليدية والحرف، دراسة آراء عينة من الحرفيين في ولاية أدرار، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة احمد دراية - الجزائر، 2022-2023.

3- بن الزاوي عبد القادر، دحمان عبد الوهاب، فعالية إستراتيجية الترويج في تعزيز الميزة التنافسية دراسة حالة مدرسة آفاق الإعلام الآلي وتعليم اللغات بولاية أدرار، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، شعبة علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة احمد دراية، أدرار السنة الجامعية 2017-2018.

4- بن دادي هشام، سعيدات عبد القادر معمر، رقمنة الخدمة العمومية ومبدأ قابلية المرفق العمومي للتكيف، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر في الحقوق تخصص: قانون عام اقتصادي، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - 2021-2022.

5- بوملية أصيلة، عريس ياسمين، دور الترويج السياحي للجمعية في تفعيل النشاط السياحي، دراسة حالة جمعية السفير السياحية، ولاية جيجل، مذكرة مقدمة استكمالاً لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص لتسويق سياحي وفندقي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2019/2020.

- 6- شروق مسعودان، أثر الرقمنة على جودة الخدمات، مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، تخصص تسويق خدمات، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2021-2022.
- 7- صباح شارف، مروى كشرود، دور الرقمنة في عصرنة الإدارة الجزائرية قطاع العدالة نموذجاً، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر تخصص قانون اداري، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2019/2020.
- 8- علاء سفيان، فغير جيلالي، دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر تخصص: إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2019-2020.
- 9- علاوي عبد القادر، كرشي مختار، الترويج السياحي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، دراسة حالة الوكالات السياحية لولاية تيارت، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص تسويق خدمات، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون - تيارت - 2021/2022.
- 10- قارة غانية، تومي جمعية، دور السياحة في الاقتصاد المحلي - مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران - نموذجاً - مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص -اتصال سياحي شعبة علوم الإعلام والاتصال قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015-2016.
- 11- قريجة عائشة، استراتيجيات الاتصال والترويج السياحي بالجزائر، دراسة ميدانية بمديرية السياحة وبعض الوكالات السياحية بولاية جيجل، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع العلاقات العامة، قسم علم اجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017/2018.
- 12- قمر اوي نوال، أثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية، دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة تخصص إدارة البيئة والسياحة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر -3-، السنة الجامعية 2010-2011.

- 13- كباب منال، دور استراتيجية الترويج في تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة الوطنية، دراسة حالة المؤسسة الوطنية لأجهزة القياس والمراقبة (AMC) العلة سطييف، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف مسيلة 2007.
- 14- كموش بشري، بن حداد دنيا، بوخناف وئام، دور اليوتوبرز الأجنب في الترويج السياحي للجزائر دراسة تحليلية لقناتي benNco - jasonbillam، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، السنة الجامعية 2023/2022م.
- 15- المقدم عبد الغني، مدلل عبد الفتاح، الرقمنة كمدخل لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر، قطاع العدالة نموذجاً، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية تخصص سياسة عامة وإدارة محلية، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي 2016-2017.
- 16- مالكي خميسة، الاستهداف السياحي في إدارة الفعاليات الثقافية: شهر التراث نموذجاً، مذكرة تخرج: مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر مهني في إدارة الاعمال السياحية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، التخصص: إدارة أعمال السياحية للسنة الدراسية الجامعية 2021-2022.
- 17- مقعد يوسف، دور الإعلام السياحي في تنشيط السياحة الجزائرية، دراسة ميدانية على عينة من الوكالات السياحية في الشرق الجزائري، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام سياحي. قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة1، الحاج لخضر، 2020-2021.
- 18- ميلودة حمدو، دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في المرفق العمومي دراسة حالة بلدية أفوسة ولاية ورقلة (2021-2022)، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في ميدان الحقوق والعلوم السياسية تخصص تنظيمات سياسية وإدارية، قسم العلوم السياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2020/2021.

19- هاني أمينة، أهمية الاعلام الأمني في الوقاية من حوادث المرور في الجزائر، دراسة ميدانية بمديرية أمن ولاية الطارف، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر علم اجتماع، تخصص اتصال، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشاذلي بن جديد الطارف، 2020/2019.

ثالثا: المجالات.

1- الداودي الشيخ، الترويج السياحي كأسلوب لترقية القطاع السياحي في الجزائر، كلية العلوم التجارية والعلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3.

2- بن عروس محمد لمين، الدور والمكانة الاجتماعية في المجتمع، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، المجلد السادس، العدد الرابع، ديسمبر 2021.

3- حسن حميدة، التراث الثقافي والسياحة العلاقة والحماية، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية السياسية، المجلد 06/ العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسي، جامعة البليدة 02 الجزائر 2022.

4- رزق العين نوال، أهمية الرقمنة والتكنولوجيات الحديثة في إدارة التراث الثقافي والتعريف به، مجلة "منبر التراث الأثري"، المجلد 12، العدد 01، 2023.

5- سيد إدريس يوسف، دور الرقمنة والتكنولوجيات الحديثة في التعريف بالتراث الثقافي وتمثينه، مجلة منبر التراث الأثري 2021-04-30 volume 10 numéro 1.

6- عبادي محمد، زهواني عبد الرزاق، تجليات التحول الرقمي ودوره في تفعيل السياحة الداخلية -اتصالات الجزائر نموذجا-، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08، العدد 03، السنة 2019.

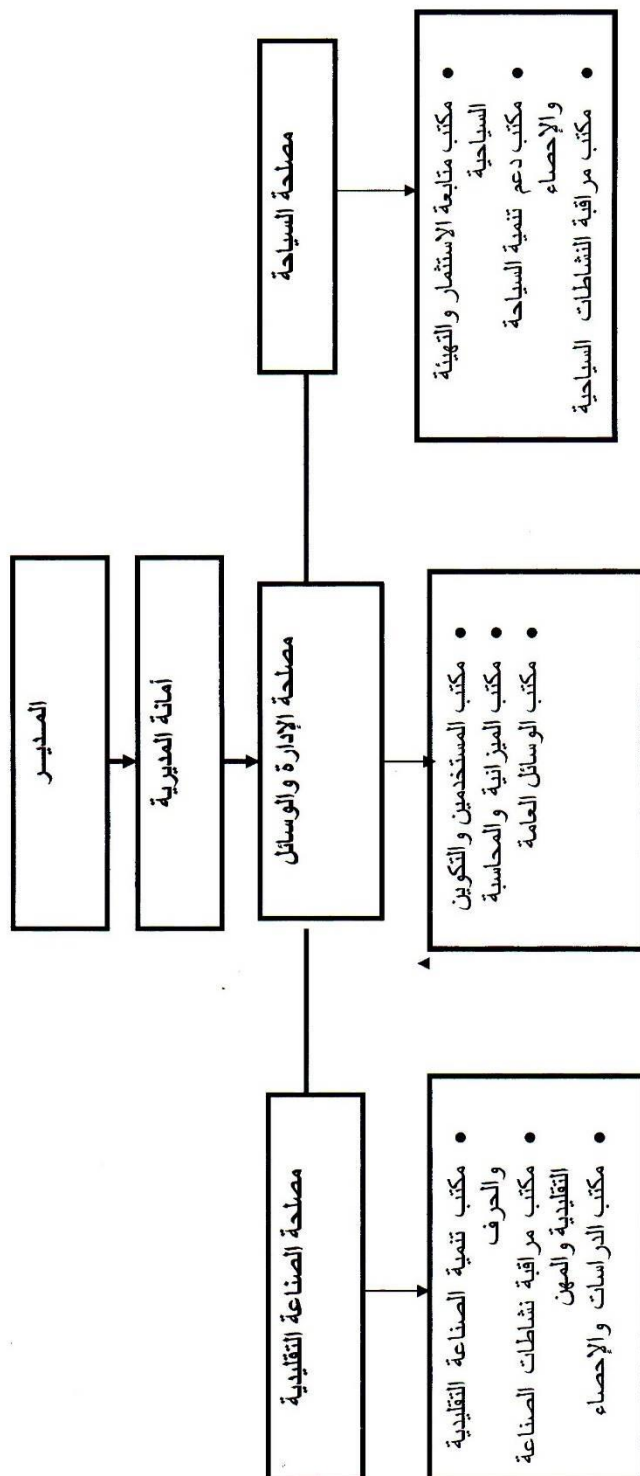
7- عبد الله كبار، السياحة التراثية ودورها في تفعيل الاهتمام بالتراث الثقافي والمعالم التاريخية والمجتمع المحلي، قراءة سوسيو استشرافية في أفق تشجيع الفرد الجزائري على إحياء ثقافة التواصل مع التاريخ والتراث السياحي المحلي، مجلة العلوم الإسلامية والحضارة، المجلد 08، العدد 01، السنة 2023.

8- مصطفى عابدة، حرقاس زكريا، التثمين الرقمي للتراث ودوره في تحسين التنمية السياحية، جامعة البليدة 02، الجزائر.

الملاحق

التنظيم الهيكلي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية
لولاية الطارف

ج





جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITÉ CHADLI BENDJEDID

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
Université Chadli Bendjedid- El Tarf
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
Faculté des sciences sociales et humaines
قسم علم الاجتماع
Département de Sociologie



جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITÉ CHADLI BENDJEDID

الطارف في:

المرجع رقم:

السيد/ مدير المؤسسة

الموضوع: طلب إذن بدخول المؤسسة لإنجاز بحث علمي ميداني

نحن رئيس قسم علم الاجتماع بجامعة الطارف نلتئم منكم التفضل بالسماح للطلبة الآتية
أسمائهم:

لو خيرة أعضاء لـ تقاروا صلوة

بدخول مؤسساتكم مع الالتزام بنظامها الداخلي وإجراءاتها التنظيمية والقانونية قصد إجراء
بحث ميداني لمذكرة التخرج ماستر علم الاجتماع



لسان علم الاجتماع L.M.D

تحت عنوان: دور الرقمنة في الترويج للسياحة التراثية

دراسة ميدانية بمؤسسة: جمعية السياحة والصناعة التقليدية لولاية الطارف

وذلك لفترة من 28 أفريل إلى 15 ماي على أن تتحمل المؤسسة المستقبلة
أي تأبعات مالية

وأخيرا نلتئم منكم في هذا الإطار تسهيل مهامهم ذات الصلة بالبحث العلمي.

تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام

توقيع الطلبة

(Signature)

(Signature)

رأيي و توقيع المؤسسة المستقبلة



جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
ناتبة رئيس قسم علم الاجتماع
مكلفة بالتدريس والتعليم
الاستشارة: غياي فاطمة

تسلمت نسخة من هذا الوثيقة و بتضمين منه
لحفظ الطالب () نسخة في
محافظة الطارف ولاية الطارف

ماجدة زناوي





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

Université Chadli Bendjedid – El Tarf

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

Faculté des Sciences humaines et sociales

قسم علم الاجتماع

Département de Science sociale

الرقم التمسلي:

تخصص: اتصال

استمارة مذكرة تخرج بعنوان:

دور الرقمنة في الترويج للسياحة التراثية

– دراسة ميدانية بمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية الطارف –

تحت إشراف:

أ. د/ بوخاري أم هاني

من إعداد الطالبتين:

– بوخيبة أمناء

– تمراوي ميلودة

ملاحظة: لا تستعمل البيانات الواردة في الاستمارة الا لأغراض علمية. والمعلومات المقدمة ستساهم في إثراء الموضوع

يرجى وضع العلامة (X) في المكان المناسب، ويمكن وضع العلامة في أكثر من خانة

السنة الجامعية: 2024/2023 م

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- السن:

من 20 الى 30
 من 30 الى 40
 من 40 فما فوق

3- الحالة العائلية:

أعزب
 متزوج
 أخرى

4- الخبرة المهنية:

أقل من 5 سنوات
 من 5 الى 10 سنوات
 أكثر من 10 سنوات

5- الرتبة المهنية:

ثانوي
 جامعي

6- الصفة:

مدير
 مهندس
 مفتش
 متصرف
 ملحق رئيسي للإدارة

- أخرى أذكر:

المحور الثاني: مساهمة الرقمنة في الترويج للتراث التاريخي

7- هل تعتقد أن الرقمنة يمكن أن تلعب دورا في الحفاظ على التراث التاريخي؟

نعم لا

8- هل تود المشاركة في مشاريع أو مبادرات تهدف الى استخدام الرقمنة في الحفاظ على التراث التاريخي؟

نعم لا

9- هل تجدون أن السائح ينجذب تجاه المناطق الأثرية؟

نعم لا

10- هل هناك تعاون مع الباحثين من أجل التثمين؟

نعم لا

11- ما هي أهم الطرق للحفاظ على التراث التاريخي؟

- توثيق التراث
- حماية المواقع الأثرية
- نشر الوعي
- دعم المؤسسات

- أخرى:

12- كيف يمكن الاستفادة من التراث التاريخي؟

- التعليم
- الفنون
- البحث العلمي
- أخرى

أذكره:

13- من أين يتم جمع المعلومات حول المناطق التاريخية؟

- مستجدات تاريخية
- مؤرخين
- تسجيلات صوتية
- أخرى

أذكر:

14- ما هي الأدوات الرقمية التي يمكن استخدامها لرقمنة التراث التاريخي؟

- مساحات ضوئية
- كاميرات
- برامج
- صفحات إنترنت

- أخرى

أذكر:

15- ما هي الفئات المستهدفة من خلال رقمنة التراث التاريخي؟

- الجمهور العام
- الباحثون
- السياح
- الطلاب
- أخرى

أذكر:

16- ما هي التأثيرات الإيجابية لرقمنة التراث التاريخي على المجتمع؟

- تعزيز الهوية الوطنية
- مكافحة سرقة الآثار
- دمج التكنولوجيا في التعليم
- تنمية السياحة الثقافية
- حماية التراث من التلف

- أخرى:

17- ما هي التحديات التي تواجه رقمنة التراث التاريخي؟

- تكلفة رقمنة المواد التراثية
- صعوبة الحصول على بعض المواد
- ضمان حقوق الملكية الفكرية للمواد التراثية
- أخرى أذكر:

المحور الثالث: مساهمة الرقمنة في الترويج للموارد التراثية البيئة الطبيعية

18- ما هي أفضل الأدوات الرقمية التي تساهم في الترويج للموارد الطبيعية البيئية؟

- مواقع التواصل الاجتماعي
- تطبيقات
- منصات الكترونية
- أخرى

أذكر:

19- ما هي الإجراءات الرقمية التي يمكن استخدامها لتعزيز السياحة البيئية في مختلف القطاعات؟

- الحفاظ
- فايسبوك
- مواقع الوب
- التنسيق مع الوكالات السياحية
- أخرى
- أذكر:

20- هل تستندون الى مختصين في المنطقة للتعريف بالموارد التراثية البيئية الطبيعية؟

- نعم
- لا

في حالة نعم كيف يتم ذلك؟

- الاعتماد على أساتذة باحثين
- مؤسسات في المجال
- مديرية حماية الغابات

21- هل تعملون على رفع الوعي لدى السائح؟:

- نعم
- لا

22- هل تعتقد أن الرقمنة تساهم في رفع السياحة البيئية الطبيعية لدى الجمهور المستخدم؟

- نعم - لا

إذا كانت الإجابة بنعم كيف؟

- زيارة تلك المناطق - البحث عن معلومات أكثر حولها - وضع برنامج لزيارتها
- أخرى:

23- كيف يمكن استخدام التكنولوجيا الرقمية لزيادة الوعي بالتراث البيئي الطبيعي؟

- تطبيقات الهاتف المحمول
- تطبيقات التعرف على النباتات والحيوانات
- تطبيقات مسارات المشي لمسافات طويلة
- وسائل التواصل الاجتماعي
- خرجات سياحية
- أخرى

أذكر:

24- ما هي قنوات التسويق الأكثر فعالية للوصول الى جمهور مستهدف لتراث بيئي طبيعي؟

- المدونات والمواقع الالكترونية
 - الفعاليات
 - التعاون مع المنظمات البيئية وعلمية
 - أخرى
- أذكر:

25- ما هي أفضل الممارسات لقياس فعالية حملات الترويج للموارد البيئية الطبيعية؟

- عدد متابعين الصفحة الخاصة بالسياحة التراثية
- احصائيات حول الوكالات السياحية
- بيانات أو معطيات حول دخول السياح للمناطق

26- كيف يمكن تطوير محتوى تسويقي جذاب للتراث البيئي الطبيعي؟

- تحديد الجمهور المستهدف
 - تحديد الرسالة الرئيسية
 - استخدام الصور ومقاطع فيديو
 - أخرى
- أذكر:

27- ما هي التحديات التي تواجه الترويج للموارد التراثية الطبيعية عبر الرقمنة؟

- نقص الموارد المالية
 - غياب التنظيم
 - عدم كفاية الربط بالإنترنت
 - نقص المهارة التقنية
 - نقص المعلومات حول الموارد التراثية الطبيعية البيئية
 - أخرى
- أذكر: