

مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك السياحي لدى الشباب: دراسة تقييمية  
**Social networking sites and their relationship to the behaviour of tourism  
among youth : Evaluation Study**

د / سعد بلمداني\*

ملخص:

تبحث هذه الدراسة في العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك السياحي لدى الشباب، حيث يتطرق الباحث إلى التعريف بأهم مواقع التواصل الاجتماعي الشائعة والأكثر استخداما من قبل الشباب، وذلك من حيث حتمية استخدامها من طرف الشباب من جهة، ومن جهة أخرى باعتبارها فضاء للتشاركية والتفاعلية و اتاحتها خاصية الحضور الدائم غير المادي إضافة إلى الوضوح الهوياتي بهاته المواقع. كما تعرض الدراسة أيضا علاقة الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي في إطار أنها تعد نافذة للترويج وتشجيع السلوك السياحي باعتبار السياحة استثمار يدر على اقتصاد الدولة بالعوائد المادية التي تعمل على رفع الاقتصاديات الدولية.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، السياحة، الشباب

**Abstract:**

This study examines the relationship between social networking sites and tourism behavior among young people, where the researcher addresses the definition of the most common social networking sites and most used by the youth. In terms of the inevitability of their use by the youth that from one side, And on the other side as a space for sharing and interactivity and made available the presence of permanent non-physical addition to the clarity of identities in terms of sites. The study also shows the youth's relationship with the social networking sites as part of the promotion of tourist behavior and as an investment that helps the economy of the countries with the material revenues that are working to raise international economies.

**Key words:** social networking, Tourism, Youth

\* أستاذ مساعد في الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة سعيدة: الجزائر

## مقدمة:

عرفت السياحة كظاهرة إنسانية تطورات متسارعة ارتبطت بالتطورات العلمية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والتكنولوجية، حيث زادت أهميتها في حياة الفرد الحالي، وأصبحت صناعة قائمة بجد ذاتها ، فاعتمدت عليها اقتصاديات العديد من الدول ،خاصة في ظل التحولات الجذرية التي شهدها الاقتصاد العالمي ،وتماشيا مع التطورات التكنولوجية الخاصة وتداخلها في جميع مناحي حياة الفرد ،الأمر الذي أعطى للتكنولوجيا قوة ومكانة كبيرة في قيادة الاقتصاد العالمي على اختلاف قطاعاته .

وبالتكيز على الانترنت وتطبيقاتها وعلى أثرها الكبير على الشباب اليوم ، وعلى قدرتها في اقتحام مجالات الأنشطة الاقتصادية كالترويج والتسويق والبيع ،خاصة وان البحث عن أفضل أنواع المنتجات والخدمات والأسعار التنافسية التي حققت للفرد حاجياته ورغباته تتم عن طريق شبكة الانترنت .

ونظرا لسماة مواقع التواصل الاجتماعي اتسمت بالسرعة والانتشار والتأثيرات الممتدة من الرسالة إلى الوسيلة إلى الجماهير ، داخل المجتمع الواحد وبين المجتمعات، و في ظل التطورات التي يشهدها قطاع السياحة باعتباره من اهم القطاعات الاقتصادية وأكثرها تأثرا بالمنافسة نتيجة التحديات الكبرى والتطورات الهائلة في مجال صناعة السياحة ، حتم على هذا القطاع المواكبة لضمان استمرارية . مما سمح بظهور مفهوم جديد " السياحة الالكترونية " الذي أعطت له الدول المهتمة بصناعة السياحة مكانة كبيرة في انتاج الخدمات والمنتجات السياحية والترويج لها وتسويقها وتصريفها ،والاستفادة من الفرص الكبيرة التي توفرها السياحة الالكترونية بزيادة معدل النمو الاقتصادي ،ومساهمتها في زيادة حركة التجارة الخارجية . فالسياحة الالكترونية تضمن للمستثمرين الإقبال المتزايد والدائم للزوار باعتبارهم زبائن محتملين والحفاظ على الزبائن الدائمين، من خلال التأثير فيهم بتنحريك دوافعهم وفهم حاجياتهم .

## 1- مدخل مفاهيمي لشبكات التواصل الاجتماعي:

لغة: في التعريف اللغوي سنحاول تجزئة المفهوم المركب:

- ش. ب.ك : الشبك الخلط والتداخل ومنه تشبيك الأصابع والشبابة واحدة الشبائيك المشبكية من الحديد والشبكية التي يصاد بها وجمعها شبك واشتبك الظلام اختلط . (ابن منظور، د.ت: 275)

- التواصل : تواصل الشخصان اجتماعا واتفقا . ( ابن منظور، د.ت: 341)

- اجتماعي : ج.م.ع منسوب إلى الاجتماع ، هو اجتماعي بطبعه : له نظرة تميل إلى معايشة الناس في المجتمع والاختلاط بهم. (ابن منظور، د.ت: 206)

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

ب. اصطلاحا : يشير مصطلح اجتماعي إلى إحدى الحالات الغريزية التي لاغنى للناس عنها في بناء حياتهم فطبيعة الحياة البشرية تقتضي تواصل الناس مع بعضهم البعض. (Castells, and Custavocardoso, 2005: 08)

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

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

وعرفها الضراب بانها : " مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...) (ريان، 2013: 12) ، وقد عرف سافكو شبكات التواصل الاجتماعي بأنها : " الوسائط التي نستخدمها لنكون اجتماعيين"<sup>1</sup> (ريان، 2013: 12)

ويرى الشهري بأنها : " منظومة من الشبكات الالكترونية تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة

او الثانوية" (الشهري، 2012: 15)، كما يعرفها بويد أنديليسون بأنها: "خدمات تعتمد على الانترنت وتسمح للأفراد بما يلي: (Nlichtand, and Isiegel, 2006 : P.22-23)

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

## 2- شبكات التواصل الاجتماعي وحمية الاستخدام:

الشبكة الاجتماعية الرقمية هي مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية وتعتمد دراسة الشبكات الاجتماعية على نظرية الشبكات مستخدمة المنحنيات\*، والتحليل السوسيولوجي هو مجال دراسة الشبكات الاجتماعية وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقة الصداقة، كما تطلق على الشبكات الاجتماعية\* الرقمية عدة تسميات منها الويب 2.0، الشبكات الرقمية الاجتماعية، الشبكات الاجتماعية، وسائل الإعلام الاجتماعية، مواقع الشبكات الاجتماعية. فالشبكة الاجتماعية هي بنية اجتماعية ديناميكية مشكّلة من قمم وأطراف، فالقمم تشير إلى أشخاص أو منظمات، وهي مرتبطة ببعضها البعض بتفاعلات اجتماعية. (مرسي، 2011: 150)

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

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

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

ملموسة. (Wasserman, and Faust, 2004, P.20) ، ومن أجل تحليل الشبكات الاجتماعية يرى فروست و وارزمان ضرورة التركيز على ثلاثة مفاهيم أساسية: (Wasserman, and Faust, 2004, P.22)

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

أما من وجهة نظر تكنولوجية فالشبكة تشمل مجموع المعدات الموصولة مع بعضها البعض ، التي تستعمل من أجل نقل كم متدفق من المعلومات ، فيوجد شبكات الكمبيوتر التي نجدها في المؤسسات ، شبكات الهاتف أو كذلك شبكة الشبكات وهي الانترنت ، التي تسمح بربط علاقات بين آلاف الأشخاص حول موضوع محل اهتمام مشترك ، أو السماح لهم بتبادل المعلومات ، أو كذلك المشاركة في التظاهرات ، وكل هذا يحدث عن بعد ومن دون اتصال حقيقي. (Torloting, 2006 : P.06)

هناك عدة تسميات تطلق على شبكات التواصل الاجتماعية مثل: البرامج الاجتماعية، إلا أن البرامج الاجتماعية ليست في الأصل سبب بروز الشبكات الاجتماعية الرقمية، فكل فرد يملك شبكته الاجتماعية الخاصة به سواء كان موصولا بشبكة الانترنت أم لا، فالشبكات الاجتماعية كانت دائما موجودة، حيث نجد نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط علاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل. أما الانترنت فقد ساهمت في تضخيم الظاهرة وتطوير الممارسات المرتبطة بالشبكات الاجتماعية، كما تسمى وسائل الإعلام الاجتماعية وهي الانترنت المبنية على التطبيقات ( APPLICATIONS ) التي تركز على بناء الشبكات الاجتماعية أو علاقات اجتماعية بين البشر ذوي الاهتمامات المشتركة أو النشاطات المشتركة . وتعتمد مواقع الإعلام الاجتماعية اساسا على التمثيل لكل مستخدم ( ملف شخصي PROFILE ) وكذلك خدمات متعددة أخرى ، حيث تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار ، النشاطات ، الأحداث ، الاهتمامات في اطار شبكاتهم الشخصية ، بالإضافة إلى توسيع اطار تطبيقاتهم من خلال تزايد تأثيرهم في المجتمع والحكومة. (مرسي، 2011: 152)

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

- داخل الجماعة من خلال المشاركة في استخدام اللغة ، الرموز ، الحالات العاطفية.
  - بالمقابل مع العالم الخارجي ، من خلال المنطق المانوي (MANICHENNE) حيث يتواجه النقيضان "هم" و"نحن". (مرسي، 2011: 152)
- ويضيف بليدل أن الاستراتيجيات القبلية من أجل البقاء تعتمد على توسيع إقليم نشاطهم ، من خلال مضاعفة عدد الأصدقاء في مواقع كالفيسبوك ، والدفاع عنهم ضد الهجمات الخارجية ( تعليقات سلبية ، التحرش ، الاستفزاز المعنوي ، التخريب ) .

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

كما تولد الدردشة بالكومبيوتر النزعة بالتواجد معا ، والبحث دائما عن الآخرين ورغبة في مد الروابط معهم ، وهي تشبه إلى حد كبير النزعة الاجتماعية في التواجد كل مساء مع الأصدقاء في المقاهي في العلاقات الاجتماعية العادية ، وبالتالي يصبح المجال الالكتروني الرقمي ميدان تطور هوية الفرد ، حيث يقيم به ويتطور فيه ، ليصبح محرك تطور هويته وشخصيته. (Peria :147)

ولقد عرفت شبكات التواصل الاجتماعية رواجاً كبيراً من قبل الشباب في كل أنحاء العالم ، حيث بلغ عدد المشتركين في شبكات التواصل الاجتماعي 22 مليون مشترك في فرنسا وحدها فقط ، أي بنسبة 64 بالمائة من عدد السكان ، وبنسبة ارتفاع تقدر بـ 45 بالمائة مقارنة بسنة 2007 ، حيث احتل موقع فيسبوك الصدارة بـ 12 مليون زائر في فرنسا وحدها ( 200 مليون في العالم ) ، وبنسبة ارتفاع تقدر بـ 443 بالمائة ، كما قدر عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعية في الولايات المتحدة بـ 133 مليون مستخدم سنة 2008 ، أي بنسبة زيادة سنوية تقدر

ب9 بالمائة، في حين نجدها تعرف ارتفاعا في باقي أرجاء العالم، حيث تقدر نسبة الزيادة السنوية في عدد المشتركين ب23 بالمائة في آسيا ومنطقة المحيط الهادئ، و35 بالمائة في أوروبا، و33 بالمائة في أمريكا اللاتينية، و66 بالمائة في الشرق الأوسط وأفريقيا، وهذا حسب احصائيات موقع "كوم سكور (Peria :147) .

وفي دراسة احصائية أخرى صدرت عن موقع strategy analytics فإن شعبية المواقع الاجتماعية في تزايد مستمر ، حيث يقدر عدد المستخدمين لهذه المواقع ب489 مليونا سنة 2008 ليتضاعف سنة 2011 إلى 907 ملايين مستخدم ، ويتوقع أن يصل عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعية إلى حوالي مليار وخمسة ملايين مستخدم بحوالي 2012. (مرسي، 2011: 154)

ونتيجة هذا الرواج فتحت أهم وسائل الإعلام نوافذ لها على شبكات التواصل الاجتماعية، مثل القنوات الفضائية ، من أجل تحقيق المزيد من المتابعة لبرامجها ، وكذلك من أجل تحصيل المزيد من المعلومات عبر هذه الشبكات، كما يرى ديفيد بال أستاذ التسويق بكلية وارنتون أن نجاح هذه المواقع واستمرارها يعتمد على قدرتها على شد انتباه أعضائها ، ويقول إن بعض هذه المواقع واستمرارها يعتمد على قدرتها على شد انتباه أعضائها ، ويقول إن بعض هذه المواقع سوف يأتي ويذهب ، ويقدم مثلا موقع friendster الذي أنشئ عبر شبكة الانترنت سنة 2003 ، وبسرعة أصبح يملك 20 مليون زائر ، وفي اواخر 2005 انخفض عدد الزائرين إلى أقل من مليون بعد "ماي سبيس my space" . (Laurent :17)

وتتميز شبكات التواصل الاجتماعي أو الانترنت الاجتماعية بعدة مميزات أهمها: (مرسي، 2011: 157-158)

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

- **الحضور الدائم غير المادي:** حيث لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم ، إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر من خلال ترك رسالة نصية ، أو صور أو معلومات عن افلام أو موسيقى أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر ، الذي يمكن أن يرد عليه بنفس الطريقة من دون أن يلتقيا في وقت متزامن

، كما يمكن لهما الاتصال مباشرة سواء من خلال الدردشة النصية أو من خلال الدردشة الشفهية باستعمال الميكروفون ، وكلتا الحالتين تتطلب أن يكون أحد الطرفين ملما بلغة الآخر (كتابة ونطقا) لتسهيل عملية التواصل ، وغالبا ما يكون الطرف الأضعف ثقافيا مطالبا باتقان لغة مخاطبه.

• **الوضوح الهوياتي:** وهو شيء تلقائي يحدث بين الطرفين لأن الغاية هي التعرف إلى الآخر وتعريف بالآنا . بالإضافة إلى الخصائص العامة للإعلام الجديد كالانتشار وسهولة الاستخدام وغيرها .

وتعتبر أهم أشكال شبكات التواصل الاجتماعي هي : الفيسبوك والتويتر واليوتوب ، وهذا لا يعني وجود أشكال أخرى لكن على الأقل على المستوى العربي تعتبر هذه الأشكال الأكثر انتشارا وهو ما جعلها مجالاً للدراسة؛ منها:

أ. **الفيسبوك facebook:** موقع اجتماعي على شبكة الأنترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم ، أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب ، ويمكن للمشاركين في الموقع الاشتراك في شبكة أو أكثر ، مثل المدارس أو أماكن العمل أو المناطق الجغرافية أو المجموعات الاجتماعية وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء والذين هم في نفس الشبكة ، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ، ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية .(Laurent :24)

ب. **التويتر twitter:** هو خدمة تدوين اجتماعية صغيرة تسمح للأعضاء المسجلين بنشر منشورات صغيرة تسمى tweet ، ويستطيع الأعضاء النشر ومتابعة منشورات الآخرين من خلال استخدام منصات وأجهزة عديدة ، ويمكن الرد أو النشر على تويتر باستخدام الهاتف المحمول بواسطة الرسالة النصية ، أو من خلال واجهة المستخدم على الموقع .(Laurent :24)

ج. **إلوتوب you tube:** موقع خدمة مشاركة للفيديو يحمل شعار " بث نفسك " broadcast yourself . ويسمح لمستخدميه بمشاهدة الفيديوهات المنشورة من مستخدمين آخرين ، وكذلك تحميل الفيديوهات الخاصة بهم .(Laurent :25)

## 3- علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي:

إن الربط العلائقي بين الشريحة الشبانية وهذا الوسط الافتراضي يرجع إلى النسبة الكبيرة التي يظهر بها الفاعلون الشباب في هذا الوسط، حيث يعتبر موضوع البحث في العلاقة بين هذه الفضاءات والشباب من المواضيع الأكثر تناولا في جل بلدان العالم لكون الشباب يمثل الشريحة الاجتماعية الأكثر استهلاكاً لهذه الفضاءات.

فالشباب اليوم يوصف بجيل الابهام\*، أو بجيل الترحال\*\*، وتوفر مختلف الوسائط الجديدة بصفة عامة فرصا للاتصال التي يدمجها الشباب في حياته اليومية للحفاظ على الروابط الاجتماعية والعلاقات وتشكيلها وتعزيزها، ومع ذلك فإن ازدياد شعبية وسائط الاتصال لم تعوض أشكالا أخرى من الاتصال، لأن الشباب يستخدم أكثر من وسيلة في نفس الوقت. (بومعيرة، 2010: 209)

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

فالشباب يُظهر رغبة ملحّة في التعبير الحر عن نفسه، وتكمن فيه استعدادات التمرد عن الثقافة والتقاليد السائدة، وبالتالي يتبع الشباب استراتيجيات استخدام خاصة به لتبني الفضاءات الافتراضية وتكييفها من أجل الابداع الثقافي والاتصال الاجتماعي (بومعيرة، 2010: 209)

وقد ترتب على انتشار شبكات التواصل الاجتماعي تزايدا مطردا في استخدامها حتى وصل عدد مستخدمي شبكة التويتر في العالم العربي نحو 6.5 ملايين مستخدم، بينما زاد عدد مستخدمي الفيسبوك عن 800 مليون مستخدم في العالم، وتجدر الإشارة ان هذه الاحصائيات لعام 2012 ولنا أن نتخيل الزيادة التي وصلنا إليها الآن. (الطيار، د.ت: 196).

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

\*\*- للتنقل من وسط لآخر.

وفي تقرير أصدرته (وحدة مختبر المستهلك) في شركة (إريكسون) لسنة 2015، تنامي استعمال الانترنت في الجزائر، إلى " تزايد استخدامه داخل أوساط الشباب الذين أصبحت عاداتهم الاستهلاكية مماثلة لعادات نظرائهم في أوروبا وأمريكا" وأفاد التقرير أن ارتفاع استخدام الانترنت يقف وراءه الشباب، ممن تتراوح أعمارهم بين 15 و24 سنة، إذ تزداد عادات استخدامهم الاسبوعي لخدمات الانترنت والتطبيقات الذكية، وقال التقرير أن الجزائر على غرار كل من المغرب وتونس، أصبحت تشهد تحولات عميقة على مستوى توجهات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بفضل الشباب الذين ترتفع وسطهم نسبة الولوج إلى الانترنت إلى 70 في المائة. وسجل التقرير ان 97 في المائة من أصحاب الهواتف الذكية في المغرب العربي والجزائر تحديدا، يستخدمون تطبيقات الهواتف النقالة، من أجل ولوج الشبكات الاجتماعية بالدرجة الأولى. (حدوم، 2015: 19)

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

#### 4- ماهية السياحة المغربية :

#### 4-1- مفهوم السياحة:

إن أول ما سنحاول التطرق إليه هو إعطاء مدلول لمفهوم السياحة لغة اصطلاحا، كما اختلف تعريف هذا المدلول من وجهة نظر رجال العلم إلى السياحة من حيث جوهرها فهي علم جديد اشترك في تكوينه عدد من العلوم الأخرى لذا تعدد التعاريف وتنوع المقاربات وتختلف الأهداف والنتائج.

ولمعرفة وتحديد مفهوم السياحة نستعرض مفاهيم والتعاريف والاتجاهات النظرية التي تتعلق بها:

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

وهذا ما ورد في قوله تعالى ﴿ بَرَاءَةٌ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ إِلَى الَّذِينَ عَاهَدْتُمْ مِنَ الْمُشْرِكِينَ فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ ﴾ (سورة التوبة، الآية: 01-02) حيث ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في ثلاث مواضع أو مواطن من القرآن الكريم، ورد قوله تعالى ﴿ التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ ﴾ (سورة التوبة، الآية: 111-112)، وورد قوله تعالى ﴿ عَسَىٰ رَبُّهُ إِنْ طَلَّقَكُنَّ أَنْ يُبَدِّلَهُ أَزْوَاجًا خَيْرًا مِنْكُنَّ مُسْلِمَاتٍ مُؤْمِنَاتٍ قَانِتَاتٍ تَائِبَاتٍ عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ ثَيِّبَاتٍ وَأَبْكَارًا ﴾ (سورة التحريم، الآية: 05). وعليه نقول بأن كلمة سياحة هي كلمة عربية معروفة عند العرب منذ القدم، وقد ورد ذكرها في القرآن الكريم.

أما في اللغة الانجليزية نجد كلمة Tour وتعني يجول أو يدور، ما كلمة Tourism فقد استعملت أول مرة في أواخر القرن 18 في إنجلترا للدلالة على رحلة النبلاء الانجليز إلى أوروبا خصوصا إلى فرنسا لمتابعة الدراسة، ثم انتقل استخدامها إلى الدول الاوربية للدلالة على شخص يسافر بهدف الاستحمام أو التعلم أو الاستشفاء. وكلمة Tour هي سلف ما نسميه اليوم Tourism باللغة الانجليزية وقد انتقلت كلمتا Tourist، Tourism إلى كل اللغات تقريبا في نهاية القرن 19، و وصفت لها تعاريف ومفاهيم محددة، فقد عرف السائح في سنة 1937 من طرف الخبراء ولأغراض احصائية بأنه: "كل شخص مسافر بغير المتعة مبتعدا عن مقر سكناه لأكثر من 24 ساعة ولأقل من سنة، أما التنقلات التي تقل عن 24 ساعة فتعتبر زهات". (Boyer, 1996 : 93)

والآن سوف نعرف بعض التعاريف لعدد من العلماء والباحثين والمهتمين بالسياحة.

**التعريف الاصطلاحي:** يعرف قاموس لاروس La Rousse السياحة بأنها: "عبارة عن مجموعة من الانشطة المتعلقة بالأسفار والاستحمام أو نشاط سفر وزيارة موقع من أجل المتعة والترفيه عن النفس." (la rousse, 1997).

أما قاموس Petit Robert فقد عرف السياحة بأنها: "الانشطة المتعلقة بتنقل السياح وإقامتهم خارج سكناهم" (Le petit robert, 1987 : 1018).

أما معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية فقد عرف السياحة بأنها: "انتقال أي شخص من مكان إقامته إلى مكان آخر لمدة قصيرة نسبياً والانفاق من مديراته وليس من العمل في المكان الذي يزوره، وقد ينشد السائح مجرد زيارة أو تضيئة الاجازة أو الصحة أو الدراسة، وبذلك ينتقل السواح بصفتهم مستهلكين لا منتجين وقد تكون السياحة داخلية أو خارجية"

في عام 1905 عرف (جوهر فولر) E.guyer Feuller الألماني السياحة بأنها: "ظاهرة من الظواهر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستحمام وتغيير الجو، والاحساس بمجال الطبيعة وتذوقها، والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاص، وهي ثمرة تقدم وسائل النقل" (كمال، 1975: 13)

هذا التعريف اهتم فقط بالجوانب الانسانية والنفسية وأهم الجانب الاقتصادي والثقافي، وفي العام 1910 عرف العالم النمساوي (هيرمان فون شوليرون) Herlman von Sholleron على أنها: "الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصاً تلك العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الاجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة". (حسين، 1975: 24)

هذا التعريف ركز على الجانب الاقتصادي للسياحة واهمل الجانب النفسي والثقافي. وفي العام 1935 عرف العالم السويسري (جلاكسمان) R.Glucksman على أنها: "مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما، وبين الاشخاص الذين يقيمون في هذا المكان". (عبد العزيز، 1997: 22-96)

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

تعريف الهيئات والمؤتمرات: أما منظمة السياحة العلمية فقد عرفت السياحة بأنها: "نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الافراد من مكان الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق اخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة، ولا تزيد عن عام كامل لغرض من أغراض السياحة المعروفة ماعدا الدراسة والعمل". (حجاب، 2002: 21-22)

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

وفي مؤتمر أوتاوا بكندا عام 1991 تم تعريف السياحة بأنها: "الانشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لفترة معينة من الزمن، لا يكن غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه" (مسعد، 2002: 61-62)

وتعرفها الاكاديمية الدولية للسياحة بأنها: "اصطلاح يطلق على الرحلات الترفيهية وعلى هذا الاساس هي مجموعة الانشطة الانسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات الترفيهية، وهي صناعة تتعاون على سد حاجات السائح" (هارون، 2000: 126).

وقد اعتبر هذا التعريف السياحة صناعة قائمة بذاتها. وتعريفها مدرسة الفكر السويسرية من خلال الجنرال Kraft & Hunziker بأنها: "مجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة لسفر وإقامة الشخص الاجنبي إقامة مؤقتة، بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل مأجور". (Tessa, 1993 : 21)

ومما تقدم نستنتج أن السياحة ظاهرة اجتماعية تتمثل في انتقال الفرد من البلد الذي يقيم فيه على سبيل الاعتياد إلى بلد اخر لأي غرض غير الهجرة أو العمل، فهي عبارة عن مزيج بين مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، لهذا اصحبت تشكل من جهة ظاهرة اجتماعية تتمثل في اشباع رغبات الافراد والمتمثلة في الراحة والاستجمام والاطلاع وحضور التظاهرات الثقافية والرياضية والتجارية، وظاهرة اقتصادية من جهة اخرى إذ تعتبر صناعة تختص بتقديم الخدمات وتساهم شأنها شأن القطاعات الاخرى في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

والان نستعرض بعض التعاريف لعدد من العلماء والباحثين والمهتمين بالسياحة حيث السياحة في جوهرها هي علم اشترك في تكوينه العديد من العلوم الأخرى.

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

أما علماء الاجتماع: فينظرون إلى السياحة على أنها رغبة في التعرف على أنماط أخرى من العلاقات الاجتماعية، أو ثقافات وعادات وتقاليد الشعوب الأخرى، ويرى البعض الآخر أن السياحة تعين الحركة الاجتماعية التي تتم إراديا أو اختياريا. (الحمامي، 1988: 26)

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

أما علماء القانون: فيهتمون في تعريفهم أو دراساتهم للسياحة على الاجراءات الرسمية الخاصة بالانتقال وكيفية الدخول وفترة الاقامة المسموح بها والتشريعات الخاصة بالمؤسسات والهيئات القائمة على السياحة والاهتمام بالسائح. (ابراهيم، 2006: 36)

أما من الناحية الثقافية: فالسياحة تتركز على ثقافة الاماكن للأفراد الذين نزورهم، كما تتركز أيضا على ثقافة الزائرين وذلك فيما يتعلق بالإرث الثقافي من فلكلور وآثار وتقاليد وعادات وقيم ... الخ، وطريقة تفكير الافراد التي تدخل عليها تعديلات حسنة أم سيئة، فالحاجة إلى الراحة إذن تمكن الافراد من اكتشاف عدة حضارات وشعوب. (Organisation Mondial du Tourisme, 1988 : 06)

#### 4-2- أنواع السياحة:

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

#### 4-2-1- السياحة الثقافية:

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

#### 4-2-2- السياحة الترفيهية:

يتمثل الدافع الاسري وراءها في رغبة الشخص في الاستمتاع والترفيه عن النفس، فهذا النمط من السياحة يتضمن ممارسة الهوايات المختلفة على غرار الصيد، الغوص في البحار والتزلج على الثلوج. كما يتضمن زيارة المناطق الجبلية

والصحراوية وشواطئ البحر التي تبعث الهدوء في النفس، الراحة والاستقرار . ويرتكز هذا النوع من السياحة على فرعين أساسيين هما: سياحة الشواطئ والسياحة الصحراوية.

#### 4-2-3- السياحة العلاجية:

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

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

#### 4-2-4- السياحة الرياضية:

أصبحت السياحة الرياضية في العصر الحالي من أهم أنواع السياحة لما توفره من إيرادات هام إلى جانب التعريف بمختلف أشكال السياحة الأخرى وباقي القطاعات الأخرى في الدول المصدرة لهذا النوع من السياحة، وتعتمد على مجموعة من النشاطات الرياضية على غرار أنشطة سباق السيارات، التزلج على الثلوج وغيرها من الأنشطة الرياضية.

#### 4-3- أسس السياحة:

4-3-1- **الطلب السياحي:** يقصد به مجموع الاتجاهات، الرغبات وردود الفعل اتجاه منطقة معينة، كما أن الرغبة في السفر تعبر عن دافع ثانوي في سلم الدوافع النفسية، بعد الدوافع الأصلية التي تقوم على أساس بيولوجية على غرار الجوع، العطش وغيرها.

4-3-2- **العرض السياحي:** يتجسد العرض السياحي في مجموعة عناصر ومقومات غير متجانسة من حيث طبيعتها، إلا أنها متكاملة فيما بينها من أجل تحقيق إشباع رغبات السائحين المختلفة.

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

- عدم المرونة وعدم القابلية للتغيير وفق رغبات وأذواق السائحين، خاصة بالنسبة للعناصر الطبيعية والتاريخية.

- استقلالية عناصره عن بعضها البعض، فتلك الطبيعية مستقلة عن الصناعية.

- المنتج السياحي لا ينتقل إلى السائحين وإنما يحدث العكس.

4-3-3- التسويق السياحي: هو ذلك النشاط الإداري والفني الذي تقوم به هيئات ومؤسسات داخل الدولة وخارجها، للتعرف على الأسواق السياحية الحالية والمحتملة، والتأثير فيها لتنمية الحركة السياحية الدولية القادمة منها.

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

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

4-3-4- الإيرادات السياحية والاستثمار السياحي:

4-3-4-1: الإيرادات السياحية: هي كل ما تحققه الدولة من إيرادات من السائحين وما تحققه السياحة كنشاط اقتصادي وكوعاء ضريبي، إلى جانب ما يحققه الافراد، الشركات الوطنية، المؤسسات العمومية والخاصة في مجال السياحة، الفنادق، الطيران والملاحة. وتتأثر هذه الإيرادات بمجموعة من العوامل والمتغيرات منها:

-قوة المنتج السياحي للدولة.

-مستوى الخدمات السياحية المختلفة في الدولة

-أسعار السلع والخدمات السياحية في الدولة.

-مدى الوعي السياحي في الدولة.

-قدرة السائحين على الانفاق السياحي.

-طبيعة النظام السياسي والاقتصادي في الدولة المصدرة للسياحة وفي الدول المصدرة للسائحين، إلى جانب العلاقة بين الدولتين.

-الوضع الامني في الدولة المصدرة للسياحة

حجم الامكانيات الطبيعية والمادية المتوفرة في الدولة السياحية.

4-3-4: الاستثمار السياحي: يتمثل في مجموع ما ينفق في قطاع السياحة وما تستقطبه الدولة من استثمارات اجنبية موجهة لهذا القطاع. ويعتبر الاستثمار السياحي من الانشطة الواعدة لما تتيحه من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة. كما أن تطور الاستثمار السياحي يتوقف على مدى تدفق رؤوس الاموال المحلية والاجنبية للاستثمار في مجال السياحة، إلى جانب قوة المنتج السياحي المعروض وحجم الطلب عليه في سوق السياحة العالمية ومدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق السياحي للتعريف بمنتوجها السياحي.

#### 4-4: مبادئ وشروط ممارسة السياحة:

- توفر مراكز دخول محددة تزود السائح بالمعلومات اللازمة عن منطقة السياحة من خلال المجتمع المحلي للمنطقة.
- إدارة سليمة للموارد الطبيعية والتنوع الحيوي بطرق مستدامة بيئيا.
- وضع قوانين صارمة وفاعلة لاستيعاب أعداد السياح وحمايتهم وحماية المواقع البيئية في نفس الوقت.
- دمج سكان المجتمع المحلي وتوعيتهم وتثقيفهم بيئيا وسياحيا، وتوفير مشاريع اقتصادية للدخل من خلال تطوير صناعات سياحية وتحسين ظروف معيشتهم.
- التعاون من اجل النجاح السياحة البيئية بتعاون مختلف القطاعات المختصة بالسياحة والبيئة معا.

#### 4-5: إجراء عملية لتنظيم السياحة: هناك جملة من المعايير تعتبر اجراءات عملية لتنظيم السياحة أهمها:

- احترام القوانين المحلية والاقليمية والعالمية المتعلقة بقضايا البيئة والمحافظة على التراث الحضاري.
- مراعاة القدرة الاستيعابية وعدم تخطيها.
- تنمية الوعي البيئي للسكان المحليين.
- اختيار وسائل نقل غير ملوثة للبيئة.
- تشجيع إعادة التدوير وإعادة التصنيع والزراعة العضوية.

خاتمة :

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

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

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

## المصادر والمراجع:

أولا: المصادر والمراجع باللغة العربية:

## 1. المصادر :

- القرآن الكريم ، عن رواية ورش عن نافع

## 2. المراجع :

- إبراهيم وفاء زكي (2006). دور السياحة في التنمية الاجتماعية. القاهرة: المكتب الجامعي الحديث.
- ابن منظور ، مصدر سبق ذكره ، ج3.
- بدوي أحمد زكي (1978) معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت: مكتبة لبنان.
- بومعيزة السعيد (2010) المعولم والمحلي في الدراسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري: دراسة ميدانية، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي : الشباب والاتصال والميديا، تونس.
- توفيق ماهر عبد العزيز (1997) صناعة السياحة، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
- حجاب محمد منير (2002) الإعلام السياحي. القاهرة: دار الفجر.
- حدوم هشام (2015). 70 بالمائة من الجزائريين مدمنون على الفيسبوك والفاير، جريدة البلاد، العدد: 31219.
- حسين شوقي (1975) السياسة التسويقية في مجال السياحة، القاهرة: الدار الجامعية للكتاب، القاهرة.
- الحمامي آمال (1988) السياحة والتنمية الاجتماعية في جمهورية مصر العربية. القاهرة: جامعة المنصورة، القاهرة.
- ريان محمد سيد (2013).الإعلام الجديد ، ط01 ، مصر: مركز الأهرام للترجمة والنشر والتوزيع.
- الشهري فايز بن عبد الله(2012). الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين" ، صحيفة الرياض ، العدد 14776.
- الطيار فهد بن علي (2010) من أجل مجتمع المعلومات ودور الشباب جينيف: المؤتمر الدولي.
- على أحمد هارون (2000).أسس الجغرافيا السياحية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- كمال محمود (1975) السياحة الحديثة علما وتطبيقا، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

- مسعد حبيي الدين محمد (2002) الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي . الاسكندرية: المكتب العربي الحديث.

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

ثانيا: المصادر والمراجع باللغة الأجنبية:

- Amir Nlichtand and Jordan Isiegel, (2006. ) The social dimensions, Oxford hand book of Oxford university press.
- François Perea, L'identité Numérique: de la cité à l'écran. Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique, les enjeux de l'information et de la communication ; vol 1.
- Manuel castells and Custavocardoso, (2005)The network society from knowledge to policy ,Washington University University.
- Philippe Torloting . (2006).Enjeux et perspectives des réseaux sociaux, mémoire de master en marketing management et technologies de l'information, Paris : institut supérieur du commerce
- Stanley Wasserman, and Katherine Faust,(2004) Social network analysis: Methods and applications, structural analysis in the social sciences ,(2004) NEW YORK: Cambridge University press.