

## المعالجة الإعلامية للتنمية السياحية في الجزائر

### الصحافة الإلكترونية الجزائرية نموذجاً -

الأستاذة : بورقعة سمية

أستاذ مساعد أ

قسم الإعلام و الاتصال -جامعة عنابة-

تحتل قضايا التنمية السياحية في الإعلام الجديد الذي يتميز بالكونية و الوسائط الإعلامية المتعددة من صوت، صورة و فيديو... ، أهمية قصوى في إطار الجهود التي تبذل من أجل النهوض بواقع صناعة و تفعيل الساحة بإعتبار الجمهور جمهور العالم ككل إرتباطا بالوسيلة الإعلامية العالمية و الحقيقة أن الحاجة إلى إعلام سياحي جزائري يتمتع بالكفاءة و المهنية و بالإمكانات اللازمة ،ليقوم بممارسة دوره في خلق دوافع السفر، و تنشيط السياحة الداخلية ، و جذب الساحة الخارجية هو ما يشكل هاجس هذه الدراسة،و التي تسعى من خلالها إلى تحليل واقع معالجة الإعلام الجزائري

- متصلا في الصحافة الإلكترونية لواقع و آفاق التنمية السياحية لدولة تتمتع بموروث متعدد المزايا يؤهلها بأن تحظى بمكانة في مساق الدول الأكثر جذبا للسياحة في العالم

فجاءت دراستنا هذه للإجابة على التساؤلات الجوهرية التالية :

\_ ما مدى إهتمام الإعلام الجزائري متمثلا في الصحافة الإلكترونية بقضايا التنمية السياحية؟

\_ فيما تتجلى مضامينها؟كيف عولجت؟ و ما الهدف من جمهورها؟

\_ و من الجهات الفاعلة للإهتمام بهذا إعلام سياحي؟

### مقدمة:

تزرخ الساحة الإعلامية الجزائرية اليوم مع التقدم الهائل لتكنولوجيا وسائل

الإعلام والاتصال وفي مقدمتها الأنترنت بالعديد من المناسبات الإعلامية سواء

المكتوبة أو المسموعة أو المرئية.

ولعل التكلم عن هذه الوسائل في ظل التقدم التكنولوجي هذا يقودنا إلى الحديث عن الاستفادة الكبيرة لقطاع الإعلام بجميع الوسائط المتعددة من صوت، وصورة وكلمة في وسيلة إعلامية واحدة وهي الشبكة المعلوماتية.

فالقارئ يقرأ ويشاهد ويتفاعل مع صحيفة مكتوبة كانت في الماضي لا توفر له تلك التفاعلية أما اليوم فهي تمدّه بكل هذه المميزات والامكانيات سواء في مواقع التواصل الاجتماعي، أو المنتديات أو الصحف الإلكترونية أو التلفزيون التفاعلي والمجلات الإلكترونية، ووكالات السياحة الإلكترونية فقارئ اليوم أصبح وهو في مكانه يزور جميع المعالم السياحية ويعرف عنها أبسط التفاصيل وأكثر الصور والفيديوهات اثارة وجمالية.

هذا الواقع التكنولوجي الذي تعيشه جعل من اهتمام الباحثة وتساؤلاتنا عن مدى استفادة القطاع الإعلامي الجزائري من هذه الامكانيات والتكنولوجيات لتنمية قطاع السياحة في الجزائر.

فما لا شك فيهما أن الإعلام بأنواعه و مجالات أدائه المختلفة أصبح أهم و أخطر وسيلة لتكوين رأي عام جماهيري على كافة المستويات و في مختلف الاتجاهات و هنا تبرز أهمية الدور الذي يجب على الإعلام الجزائري بوسائله المختلفة سواء مرئي أو مسموع أو مقروء بالإضافة إلى كبار الكتاب وطبقة المثقفين الذين لهم شعبية على المستوى العام في دعم التوجيهات الاقتصادية للدولة الجزائرية مما له الأثر الايجابي على خلق أشكال اقتصادية جديدة تسهم في توسيع البنية التحتية للاقتصاد الجزائري وتحقيق الغايات المنشودة منه.

كما أن للإعلام دور أساسي في مكافحة كافة صور الفساد سواء على مستوى الأجهزة الحكومية أو المستثمر وأيضا المواطنين مما له الأثر الايجابي في خلق مناخ مناسب للعمل في كافة القطاعات الاقتصادية وهنا أخص القطاع السياحي وهنا أيضا يكون دور الإعلام في محاربة الفساد دور ايجابي ولبس مجرد نشر صور فساد فقط لمحاربة، ولكن يجب على الإعلام اتخاذ أسلوب الاقناع والتوجيه

والتخلي عن السلوكيات المرتبطة بالفساد استنادا على مصلحة البلاد العليا والانتماء لهذا الوطن والنهوض به.

وبما أن الملف السياحي الجزائري هو من الملفات الأقل اهتماما مقارنة بالملفات الأخرى رغم أن الجزائر تتوفر على جميع مقومات السياحة العامة بكامل أنواعها المختلفة لأسباب كثيرة إذ تمتلك الجزائر الموقع الممتاز بين قارات العالم إلى جانب الجو المعتدل طوال العام، وما تمتلكه من شواطئ رائعة على البحر الأبيض المتوسط إلى جانب وجود صحراء هائلة وطبيعة جبلية رائعة من شمالها إلى جنوبها.

إذ تمتلك الجزائر الجمال الطبيعي الزاخر كذلك بالصناعات التقليدية لكل وجهة سياحية تجعلها بلد سياحي من التراث الأول، مؤسسة وسائل الإعلام في التعامل مع التطورات الاقتصادية المحلية، والدولية مسؤولية كبيرة تستوجب التحلي بقدر كامل من المصادقة والعطاء لصناعة وتنمية السياحة في بلد يمتلك كل شيء.

وهنا يبرز دور الإعلام الجزائري في ضرورة توسيع القاعدة الشعبية بضرورة الاهتمام بهذا الملف السياحي وتكوين رأي عام جزائري واسع لدعم هذا الملف وتحفيز الحكومة الجزائرية بضرورة التوجه إلى إعادة النظر في المنظومة السياحية بالكامل من حيث الشكل والمضمون وطبقا للقوانين الحالية والمنظمة لها، ولكن بمنظور علمي اقتصادي يقيم على دراسات اقتصادية واقعية مع إعادة التخطيط لها.

فلقد صرح كاتب الدولة المكلف بالسياحة في الجزائر.

بأنه من المرتقب أن يصل عدد السياح إلى 3 ملايين و 200 ألف سائح في نهاية العام الجاري مشيرا إلى أن عدد السياح الذين يقصدون الجزائر في ارتفاع

متواصل وأن السداسي الأول من هذه السنة عرف اقبال أزيد من مليون و 300 ألف سائح.

كما أكد على دور وسائل الإعلام المكتوبة والمرئية والمسموعة في القيام بنشاطات تحسيسية وتوعوية لترقية قطاع السياحة ودعم الثقافة السياحية لدى المواطنين وقال الوزير في هذا الاطار أن مشاركة الإعلام في الترويج للسياحة لا رجعة فيها باعتبار الإعلام مرآة السياحة الجزائرية ووسيلة لتحسين وجهتها وقصدها مبررا أهمية توجيه البرامج الإعلامية نحو انجاز مقالات وأشرطة تروج للسياحة المحلية كما جدد دعمه لفكرة استناد نادي الصحافيين المتخصصين في مجال السياحة لترقية العمل الصحفي في الميدان خدمة السياحة.

وكذا ادراج وسائل تكنولوجيايات الإعلام والاتصال في مختلف نشاطات وترقية استخدام الطاقات المتجددة .

باعتبار السياحة تشكل في العصر الحديث طابع دولي ومأمون المخاطر وقد أدى ذلك إلى زيادة تنقل السياح المتواصل بين أنحاء العالم، وأصبحت السياحة قطاعا هاما وكبيرا بالنسبة لاقتصاديات الدول حيث حرصت على التسهيل لمواطنيها بغرض السياحة لزيادة اطلاعهم وثقافتهم والاستمتاع بأوقاتهم والتخلص من الضغوط الناجمة عن العمل والعلاقات الاقتصادية والاجتماعية ودخلت بعض الدول في منافسات مع دول أخرى لإبراز معاناتها من كافة الوجوه بغية جذب السائحين إليها الحاملين مبالغ مالية لصررها داخل بلدانهم في صناعة مربحة.

## تعريف التنمية السياحية:

تعرف على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل إيجاد فرص عمل جديدة ومداخل جديدة<sup>1</sup>

والتنمية السياحية هي "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الانتاجية في القطاع السياحي"<sup>2</sup>

ونشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب للسياحيين التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة.

فالتنمية السياحية هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع.

## عناصر التنمية السياحية:

وتتكون من عناصر عدة أهمها:

- عناصر الجذب السياحي وتشمل العناصر الطبيعية مثل: أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان كالمنازل والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية.
- النقل بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي.
- أماكن النوم سواء التجاري منها كالفنادق والموتيلات وأماكن النوم الخاص مثل: بيوت الضيافة، شقق الايجار.

<sup>1</sup>كافي حسين، رؤية عصرية للتنمية السياحية، النهضة المصرية، القاهرة، 1987، ص 37

- التسهيلات المساندة بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك.
- خدمات البنية التحتية كالمياه والكهرباء والاتصالات.

ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معا.

### أهداف الدراسة:

تحاول هذه الدراسة تحليل المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية السياحية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية من خلال إبراز وحدة الموضوع نظرا لما يحتله الإعلام السياحي من أهمية قصوى للعالم أجمع والجزائر بخاصة من أجل النهوض بواقع صناعة السياحة في الجزائر في وقت تواجه فيه الصناعة، إشكالية تدني مستوى الثقة بسبب نقص المعالجات الإعلامية لقضايا التنمية السياحية.

كما تتطلع هذه الدراسة إلى ضرورة تبني استراتيجية إعلام سياحي في وسائل الإعلام الجزائرية على شكل رسائل إعلامية نوعية ومعرفية وإقناعية باعتماد أفضل المداخل التي من شأنها أن تساهم في نشر الثقافة السياحية في الداخل، يلامس اهتمام السياح الجزائريين وغيرهم ويعزز دوره بصفة جزء من النظام السياحي ومحفز هام لقطاع السياحة في الجزائر.

### عينة الدراسة:

قامت الباحثة بمسح شامل للصحف الإلكترونية الجزائرية لمدة شهر من خلال تفصي المواضيع الإعلامية التي عالجت القضايا التنموية لقطاع السياحة.

بما فيها الصحف المحلية، التي وجدت من الحقل الإلكتروني (الرقمي) مساحة لإنشاء صحف لها والتي تبنت سياسات إعلامية واضحة وجاءت الرسائل

والمعالجات الإعلامية 5 مقالات ولقد اعتمدت الباحثة نوعين من الرسائل التي تم توجيهها إلى الجمهور المستهدف خاصة والقارئ عامة.

## 1. الرسالة التعريفية:

واستهدفت هذه الرسائل التعريف ببعض المناطق السياحية كأفلو، الأغواط، تكجدة، جيجل، قالمة، الحمامات المعدنية، كمنتج سياحي من خلال عرض مزاياه، وتنوعه، وهي رسائل جاءت على شكل مقالات بأقلام صحفيين ومراسلين لبعض المناطق هدفها ربما لم يكن جليا في محاولة اجتذاب المزيد من حركة السياحة الإقليمية والدولية.

## 2. الرسالة الإقناعية:

واستهدفت الرسالة الإقناعية للمعالجة الإعلامية لقضايا التنمية السياحية في الجزائر بمقالات كشف مضمونها عن تكرار كلمة تحفيز الجمهور المستهدف للسفر إلى الجزائر بشكل مباشر ومن خلال برنامج يضم دول أخرى في المنطقة وذلك من خلال إبراز المزايا التنافسية للمنتج السياحي في الجزائر.

ووضعت على شكل أهداف أسست لموضوع المعالجة الإعلامية سطرتها الباحثة في هذه المحاور الأساسية لعرض الدراسة بشكل أوضح.

## أ. الموضوع الرئيس:

- تعزيز روح الانتماء للوطن والوعي بمصالحه العليمان خلال ما اتضح في المقالات كأفكار فرعية وجاء كالآتي:
- إبراز الوجه الحضاري المشرق للجزائر أرضا وإنسانا.
- إبراز المقومات السياحية للجزائر من منتجات ومرافق.
- تحفيز دوافع الجمهور نحو التمتع بإمكانيات السياحة المحلية.

فجاء من خلال ما تم تحديده في السياق الاقتصادي لمواضيع التنمية السياحية.

### أ. الموضوع الرئيس:

- تعظيم مساهمة قطاع السياحة في الانتاج المحلي الاجمالي واتضح جليا في مضمون الأفكار التالية:

- التعريف بفرص الاستثمار المتاحة في المجال السياحي.
- دعم النشاط التسويقي لمجلس الترويج السياحي في الأسواق المحلية والدولية.
- ابراز دور قطاع السياحة في توفير فرص العمل، والتأثير الايجابي لصناعة السياحة في الأنشطة الاقتصادية الأخرى.
- تعزيز مبدأ الشراكة بين مديريات وكالات السياحة ومختلف القطاعات المعنية بالسياحة.
- توفير بيئة حرة لتبادل المعلومات بشأن الأهمية الاقتصادية للسياحة وجاءت المواضيع التي أخـت سابقا اجتماعيا لموضوع التنمية السياحية نت خلال الجمل التالية:
- تعزيز التفاعلات الايجابية لدى المجتمع تجاه السياحة.

### ب. المواضيع الفرعية:

- دفع المجتمع لتقبل السياحة باعتبارها نشاط انساني بمرود اقتصادي وبعد ثقافي.
- ارشاد المجتمع إلى الاستقلال الأمثل للإجازات وأوقات الفراغ.
- ابراز القيم الاجتماعية الحميدة والأصلية لدى المجتمع الجزائري والتي ترتقي بتعامل الفرد مع الضيف أو السائح إلى مستوى الترحيب والاحترام.
- تكريس النظرة السلبية تجاه أعمال التقطع والسرقة والاختطاف، باعتبارها أفعال مجرمة لا أخلاقية.



- توفير بيئة حرة لتداول المعلومات بشأن الأهمية الاجتماعية للسياحة واحتلت المواضيع البيئية كسباق للتنمية السياحية المواضيع التالية:

### أ. الموضوع الرئيسي:

- دعم وتشجيع التعامل الرشيد مع البيئة، والحفاظ على استدامة الموارد الطبيعية وحسن استغلالها.

### ب. الموضوع الفرعي:

- التعريف بمقومات السياحة البيئية.
- ارشاد المجتمع إلى التعامل الأمثل مع عناصر البيئة الطبيعية.
- تشجيع الاستغلال الأمثل للمحميات الطبيعية في جذب السياح من الداخل والخارج.
- التوعية بأهمية الالتزام بمبدأ تقييم الأثر البيئي للمشروعات السياحية.
- توفير بيئة حرة لتداول المعلومات بشأن البعد البيئي لصناعة السياحة في الجزائر.
- وتجلي التوجه الثقافي لموضوع التنمية السياحية من خلال المعالجة الإعلامية واضحة من خلال:

### أ. الموضوع الرئيسي:

- تعزيز اليقين بأن السياحة تعتبر مجالا هاما للتفاعل الثقافي بين الشعوب وأداة للتعاون المشترك فيما بينها للحفاظ على التنوع الثقافي.

### ب. المواضيع الفرعية:

- إبراز الموروث الثقافي والحضاري المادي وغير المادي للجزائر.
- دعم جهود الحفاظ على التراث الثقافي الشفهي والمادي للجزائر.
- تشجيع التوجه نحو استغلال الصناعة الحرفية والفنون في تنشيط السياحة إلى الجزائر.

- تشجيع الانتاج على ثقافات وحضارات الشعوب وتعزيز قيم للتفاهم والتآخي والسلام، وتعزيز الاحترام الكامل لخصوصية وعادات وتقاليد المجتمع.
- توفير بيئة حرة لتداول المعلومات بشأن البعد الثقافي لصناعة السياحة في الجزائر.
- وتعميق حركة السياحة العربية البيئية مع الاعتراف بالسياحة لكل مجتمع.
- ففضايا السياحة المحلية اكتسحت جانبا واضحا لهذه المعالجات وانقسمت إلى رسائل توعوية بالدرجة الأولى باعتبار الرسالة التوعوية في المعالجات الإعلامية لقضايا التنمية السياحية تأخذ جانبا مهما إذ تستهدف الرسالة التوعوية للإعلام السياحي تعزيز الوعي لدى الجمهور المستهدف بالسياحة بشكل عام، وبالسياحة المحلية بشكل خاص، وتسعى إلى غرس القنوات الايجابية لديه تجاه السياحة وتحفز الدوافع الايجابية للعمل من أجل الارتقاء بالسياحة وتطويرها.

رغم هذه المواضيع المهمة والتي اعتمدها الباحثة في الدراسة القليلة، ربما لمدة الدراسة التي كانت مدة شهر قراءة في الصحف الجزائرية الإلكترونية كاملة إلا أن ما لاحظته الباحثة هو غياب اطار تنظيمي ومهني للإعلام السياحي في الصحف الإلكترونية الجزائرية خاصة والإعلام الجزائري بجميع وسائله المكتوبة والسمعية والبصرية، لماذا نحن نتكلم عن صحافة إلكترونية لأنها تشمل جميع هذه الوسائط السمعية البصرية والمكتوبة.

فمثل هكذا اطار تنظيمي ومهني للإعلام السياحي لممارسة مهنية إعلامية سياحية متخصصة أكثر انضباطا ودقة وموضوعية خلال فترة معالجة إعلامية لقضايا التنمية السياحية بهدف تأمين مناخ مفعم بالثقة بالمنتج

السياحي على المستويين الداخلي والخارجي، وعلى فائدة المسؤولية الوطنية تجاه صناعة السياحة في الجزائر.

وكالات السياحة والجهات المسؤولة عن السياحة من مديريات وقطاع وزاري بموجب القانون تتولى مسؤولية الاشراف المهني على لجان التنشيط السياحي في وحدات السلطة المحلية بالإضافة إلى ما يقوم به بشكل مباشر من انتاج مواد إعلامية سياحية متخصصة وتنظيم أنشطة ذات طابع إعلامي سياحي ترويجي في الداخل والخارج.

تعطي هذه الاستراتيجية للهيئات المسؤولة على قطاع السياحة، أيضا الحق على الاشراف المهني للمؤسسات الإعلامية الرسمية كالتلفزيون والصحف ووكالات الأنباء والإذاعة والإذاعات المحلية ومنظمات المجتمع المدني التي تقوم بممارسة الإعلام السياحي وتنتج مواد إعلامية سياحية وذلك وفق آلية تتسم بالديناميكية لا تعيق، بل تعزز المبادرات الايجابية في هذا المجال على أن يتم الاشراف على مستويين:

### أ. المهني:

أي أن الوزارة تمثل مرجعية معلوماتية للإعلام وقضايا التنمية السياحية ذات الطابع المعرفي والتأثير الكبير في وعي الفئات المستهدفة.

### ب. التنسيقي:

أي أن الوزارة تمثل مرجعية مهنية فيما يتعلق بالتناول الإخباري للقضايا والفعاليات والأحداث السياحية.

## الخاتمة:

لقد تزايد الدور الذي يقوم به الإعلام في السنوات الأخيرة، وأصبح يشكل ضرورة ماسة لعمل في العديد من المجالات الاجتماعية والصناعية والاقتصادية والثقافية، ويمكن لكل دولة أن تستعين بالإعلام من أبسط مؤسساتها أو أفرادها.

فالإعلام هو في حقيقة الأمر فلسفة الدولة للترويج بمقوماتها السياحية من خلال وسائل الاتصال والإعلام المختلفة بغرض كسب ثقة الجمهور وتأييده وقبوله الوجهة السياحية المعلن عنها.

ويستطيع الإعلام متمثلا في وسائل الإعلام المكتوبة والمرئية والمسموعة القيام بنشاطات تحسيسية وتوعوية لترقية قطاع حيث أصبحت السياحة في العصر الحديث ذات طابع دولي ومأمون المخاطر وقد أدى ذلك إلى زيادة تنقل السياح المتواصل بين أنحاء العالم وأصبحت السياحة قطاعا هاما وكبيرا بالنسبة لاقتصاديات الدول حيث حرصت على التسهيل لمواطنيها بغرض السياحة لزيادة اطلاعهم وثقافتهم والاستمتاع بأوقاتهم والتخلص من الضغوط الناجمة عن العمل والعلاقات الاقتصادية والاجتماعية ودخلت بعض الدول في منافسات اسست لمثل هكذا توجه اعلامى سياحى تنموى وهذا ما ينقص التوجهات الاعلامية الحديثة فى اعلامنا وتتطلع هذه الدراسة الى زيادة اهتمام وتبنى اكثر لمثل هذا التوجه والجزائر تتمتع بكل ما يسمح لها من تموضع فى خانة الدول الاكثر جذبا للسياح.

