

## الانفتاح على الإعلام السياحي كإستراتيجية لنشر الوعي

### السياحي في الجزائر

د. جميل نسيمة، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة

في ظل ما تعانيه دول العالم اليوم من اضطرابات اقتصادية تأثر على استقرارها، أصبح من الضروري إيجاد سبل وقواعد جديدة من أجل حماية هذه الدول من الوقوع في الأزمات. خاصة الدول التي تعتمد في اقتصادها على موارد محددة، وصارت تفكر بشكل جدي في بدائل تمكنها من مواجهة الأزمات.

تصنف الجزائر ضمن الدول التي تركز في مداخلها على النفط والغاز، رغم أنها تمتلك مصادر عديدة لم يتم استغلالها بشكل جيد إلى حد الآن. ولعل أهم هذه المصادر هو السياحة، ذلك أن الجزائر تتفرد بمقومات طبيعية وحضارية جد مميزة تجعلها من أكثر الدول جذبا للسياحة بما تحويه من تنوع يسمح بممارسة كل الأنواع السياحية.

كما ينظر إلى الجزائر على أنها تملك الكثير من المواقع والأثار التي تؤهلها لمكانة سياحية مرموقة، لكن وجود مقومات سياحية تشجع قطاع السياحة لا يكفي لجلب السياح، بل لابد من وجود قاعدة إعلامية تعرف بهذا المنتج السياحي

## "لاغوسرا" في ضيافة المعارف، جامعة وهران 2

مخبر الأنساق، النبئات، المهاجج والممارسات: الفلسفة، العلوم الاجتماعية والترجمة  
مخبر الفلسفة وتاريخ الزمن الحاضر

والثقافي، حيث تعتبر الممارسات الاتصالية المروجة للسياحة، بمثابة الوسيط بين الهيئات السياحية وجماهيرها، وذلك من خلال الانفتاح على الإعلام السياحي، كصورة من صور الإعلام المتعددة، ليؤثر إيجابيا على التدفق السياحي وتنمية ثقافة سياحية لدى الجمهور.

إذ أصبح من بين أهم أدوار الإعلام: إظهار الصورة المناسبة للدولة والتعريف بمواردها وثقافتها، خلق وعي سياحي وجلب اهتمام الجمهور داخل أو خارج البلد عبر مختلف الوسائل الإعلامية.

ولأهمية الإعلام السياحي كثير من الدول تريد الاستفادة أكثر من هذا التخصص لاستقطاب وجذب السياح لذا انتهجت سياسة الانفتاح في هذا المجال رغم اختلاف وتباين المواقف حول هذا الانفتاح.

نحاول من خلال هذه الورقة البحثية تحديد مفهوم الإعلام السياحي وعلاقته بنشر الوعي في المجتمع وكذا أهم الممارسات والهيئات الداعمة للإعلام السياحي

ماهية الإعلام السياحي:

يتزايد دور الإعلام في المجتمع يوما بعد يوم، من خلال مساهمته في التنشئة الاجتماعية، في بناء الدول، في تعزيز الحوار بين الثقافات والحضارات وفي تشكيل الرأي العام، حيث يقوم بتوجيه المجتمع وثقافته وتوعيته، كما يؤدي دوراً إستراتيجياً في التنمية المستدامة لمختلف المجالات والقطاعات. فيعكس الإعلام القوى السياسية والاقتصادية، والتي تمثل الحدود التي يحدث فيها التفاعل،

فالبينة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية والسياحية تحدد ملامح وسائل الاتصال الجماهيري.<sup>1</sup>

للإعلام دور هام في مجال السياحة من خلال تعدد وتنوع وسائله وبقدر ما للإعلام السياحي من أثر إيجابي في عملية الترويج للسياحة، بقدر ما هناك حاجة ملحة لدوره الفعال في عملية التنمية السياحية من خلال وسائله المختلفة والتي بفضلها يستقي الفرد معلوماته عن المناطق السياحية.  
مفهوم الإعلام السياحي:

يعد الإعلام السياحي أحد أشكال الإعلام إذ يعتبر « كافة أوجه النشاط الاتصالي المخطط والمستمر التي يمارسها إعلاميون ومتخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار والمعلومات الصحيحة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل وأشكال الاتصال المختلفة وبكافة الأساليب الفنية للإقناع والتأثير من أجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية ومن أجل التأثير في أكبر عدد من الأفراد للإقامة بعيدا عن موطن إقامتهم سواء داخل البلاد أو خارجها». <sup>2</sup> فيقوم الإعلام السياحي بمخاطبة الجمهور الداخلي والخارجي مخاطبة موضوعية مستخدما عوامل الجذب والتشويق في تقديم المنتج السياحي بقصد إثارة اهتمامه بأهمية السياحة وفوائدها.<sup>3</sup>

ويقوم الإعلام السياحي بإيضاح الجوانب الإيجابية وعناصر الجذب السياحي وزوايا الإثارة الطبيعية، وإبراز النشاطات التي تمارس والجوانب التطويرية

<sup>1</sup> د. مصطفى يوسف، كافي. الأمن السياحي. عمان: الحامد، 2014، ص 163.

<sup>2</sup> محمد منير الحجاب، الاعلام السياحي، القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع، ، 2003، ص 63.

<sup>3</sup> د فؤادة ، عبد المنعم البكري. التسويق السياحي. القاهرة: عالم الكتب، 2007، ص 179.

## "لاغوسرا" في ضيافة المعارف، جامعة وهران 2

مخبر الأنساق، البنيات، المهاجج والممارسات: الفلسفة، العلوم الاجتماعية والترجمة  
مخبر الفلسفة وتاريخ الزمن الحاضر

والاستثمارات التي تحصل في الإطار السياحي لتحفيز الفرد على الاتجاه نحو الحركة السياحية واستقطاب السياح إلى مراكز الإثارة والترفيه بغرض التوعية وضرورة نمو الوعي السياحي لديه.<sup>4</sup>

واستنادا ما تقدم يمكن تلخيص مفهوم الإعلام السياحي على أنه أحد أشكال الإعلام الحديث الذي يتناول جل قضايا السياحة والذي ظهر بهدف تنمية الجوانب المعرفية لدى الجمهور في هذا المجال وذلك من خلال الممارسات الاتصالية التي تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة والهيئات الرسمية والغير الرسمية. بالتالي تأتي أهمية الإعلام السياحي لتساهم في تنمية الاقتصاد من خلال خلق فرص للاستثمار في هذا المجال وبث روح تنافسية بين مختلف المناطق السياحية والمستثمرين، والترويج لمختلف الخدمات من أجل التنمية السياحية. أما أهمية الإعلام السياحي من الناحية الاجتماعية والثقافية تتجسد في تحقيق التوعية السياحية<sup>5</sup> إذ يعد انخفاض مستوى الوعي السياحي لدى الجمهور من معيقات التنمية السياحية، حيث تتعاضم أهمية الإعلام لنشر الثقافة والمعرفة السياحية وترسيخ المبادئ والقيم من أجل الممارسة السياحية من طرف الجمهور ومن أجل إدراك هذا الأخير لواقع السياحة في بلده.

### مفهوم الوعي السياحي:

هو اكتساب الفرد للمعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم لكي يسلك الفرد سلوكا سياحيا رشيدا نحو المظاهر السياحية وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية

<sup>4</sup> د. فؤادة، البكري. الإعلام السياحي. القاهرة: دار نهضة الشرق، 2001، ص 89.

<sup>5</sup> أ.د. محمد منير، حجاب. الإعلام السياحي. مرجع سبق ذكره، ص 71.

والسياح.<sup>6</sup> ويعد مفهوم الوعي السياحي من المفاهيم الحديثة في الكثير من الدراسات المتخصصة في المجال السياحي خصوصا في المجتمعات العربية، كون انه لا يعتمد عليه من طرف المستوى الرسمي المتمثل في الهيئات والمؤسسات المرتبطة بصناعة السياحة كأسلوب لترسيخ أهمية صناعة السياحة وتشجيع الحركة السياحية الداخلية<sup>7</sup> وذلك من خلال مختلف الوسائل والممارسات التي تهدف إلى رفع درجة الوعي لدى الجمهور وتحقيق التنمية السياحية المستدامة.

الممارسات الاتصالية المساهمة في نشر الوعي السياحي:

تتمثل جل الممارسات الاتصالية في المجال السياحي في مختلف الأساليب التي يتم من خلالها تمرير الرسائل الاتصالية. ذات طابع توعوي والتي تعتبر كخطوة أولى للاعتماد على الإعلام في المجال السياحي وذلك بتعزيز الوعي لدى الجمهور المستهدف تجاه السياحة الداخلية وكخطوة ثانية يتم تمرير رسائل تعريفية تهدف إلى تعريف المواطن بأهم المغريات السياحية المحلية وكذا التظاهرات والفعاليات التي يشهدها الوطن وعليه فمن المؤكد أنه إذا تحققت أهداف هذه الرسائل ويتم ترسيخ أهمية السياحة لدى المواطن بالضرورة سيتحقق الهدف الثالث وهو تمرير رسائل إقناعية تؤثر على الجمهور بتعزيز القناعة بإيجابيات السياحة الداخلية وتحفيزهم لممارسة السياحة.

<sup>6</sup> هناء حامد زهران، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، عالم الكتاب، القاهرة 2004، ص 24.  
د. محمد عباس إبراهيم، السياحة والموروث الحضاري في أنثروبولوجيا السياحة. القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2013، ص 84.

## "لاغوسرا" في ضيافة المعارف، جامعة وهران 2

مخبر الأنساق، البنيات، المهاجج والممارسات: الفلسفة، العلوم الاجتماعية والترجمة  
مخبر الفلسفة وتاريخ الزمن الحاضر

ففي مجال الإعلام السياحي يمكن تقسيم الممارسات الاتصالية التي تساهم في تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور على النحو التالي<sup>8</sup>:

- الندوات السياحية:

تستخدم كأسلوب فعال للإعلام عن برامج السياحة والإعلان عنها بأسلوب المناظرة بين مجموعة من المتخصصين في السياحة.

- الصحف والمجلات :

تمثل أحد الوسائل الرئيسية في مخاطبة الجمهور السياحي لانتشارها الواسع وبتكلفة منخفضة، لنشر مختلف المواضيع حول الوجهات السياحية في الوطن.

- الإذاعة:

وهي من أنجح وسائل الإعلام السياحي أيضا تستخدم لتنشيط التعاقدات السياحية ليتم التفاعل بين هذه الوسيلة والمجتمع. ويتخذ الإعلام السياحي للتأثير على الجمهور أشكالاً اتصالية مختلفة مثل: التمثيلية والريبورتاجات الإذاعية، و البرامج المخصصة للتعريف بالتراث والإعلان.<sup>9</sup>

- التلفزيون :

وهو أكثر الوسائل جماهيرية وشعبية ونطاقاً في العصر الحديث وعن طريق الإعلام التلفزيوني يمكن بث عدد من البرامج والإعلانات السياحية.

- المسابقات الرياضية :

تمثل المسابقات الرياضية، وخاصة الأولمبيات والبطولات الدولية وسيلة هامة يمكن استخدامها في الدعاية والإعلام السياحي.

<sup>8</sup> Marc Boyer et Philippe Viallon. La communication touristique. Paris : presses universitaires de France, 1994, p 38

<sup>9</sup> محمد منير الحجاب، الاعلام السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 262.

مخبر الأنساق، البنيات، النماذج والممارسات: الفلسفة، العلوم الاجتماعية والترجمة  
مخبر الفلسفة وتاريخ الزمن الحاضر

## - الفرق المسرحية والكشفية والموسيقية:

وتعد اليوم من أكثر المجموعات القادرة على إقامة النشاطات الثقافية المرتبطة بالمجال السياحي ويمثل التراث الأدبي والاجتماعي والموسيقي مادة ثقافية سياحية حية ومعبرة عن واقع البلاد، ويمكن التعريف بهذا التراث من خلال تنظيم المسرحيات والحفلات الموسيقية والعروض الكشفية في الأماكن التاريخية والأثرية. وفي الجزائر نجد العديد من المهرجانات منها الدولية، الوطنية والمحلية<sup>10</sup> سواء في المسرح أو الموسيقى أو الرقص والفلكلور.

## - الكتب والأدلة السياحية:

وهو وسيلة تجسد المقومات السياحية بالجمع بين الصورة والكلمة مما يرسخ الصورة السياحية في ذهن الجمهور إذ يعد واجهة عرض لكل مزايا الجذب السياحي.

## - اللافتات والملصقات السياحية:

تعتبر اللافتات و الملصقات وسيلة فعالة لجذب اهتمام السياح وللتذكير بالمقاصد السياحية والتأكيد على نوعية الرسالة الاتصالية، فهي تعتمد على الجودة الفنية والعرض على نطاق واسع.

## - المعارض والصالونات السياحية:

وهو أسلوب اتصالي يتم فيه التعريف بمختلف البنيات التحتية والفوقية للسياحة من طرف الهيئات الرسمية والغير الرسمية.

الإعلام السياحي في الجزائر الواقع والمأمول:

قبل تقديم نظرة شاملة عن واقع الإعلام السياحي في الجزائر لبد من سرد أهم الموارد التي تزخر بها الجزائر والتي تحتاج إلى التعريف بها على نطاق واسع. موارد ومواقع السياحة المصنفة في الجزائر:

## 1-الإمكانيات التاريخية والحضارية للسياحة في الجزائر:

تعد الجزائر واحدة من البلدان المتميزة بغنى وتنوع موروثها الثقافي، فهي بحق متحف للتراث. فانتفاء الجزائر إلى الفضاء المتوسطي والإسلامي والإفريقي في نفس الوقت وتعاقب العديد من الحضارات القديمة عليها جعلها تنفرد بمعالم تاريخية وحضارية متنوعة، رموز فنية وبنائيات ذات طابع معماري تقليدي معاصر، فنجد في منطقة السواحل، وهضاب الأطلس الشمالي والسهول الشمالية، الكثير من المواقع الأثرية والتي تعود أصولها إلى عهد الرومان والعرب المسلمين وللتأكيد على الغنى التراثي التي تزخر به الجزائر نذكر مواقعها السبعة المصنفة كتراث ثقافي عالمي من طرف المنظمة الدولية UNESCO " وهي كالتالي<sup>11</sup>:

- قلعة بني حماد تم التصنيف عام 1980.
- مدينة "جميلة" الأثرية تم التصنيف عام 1982.
- حظيرة الطاسيلي ناجر تم التصنيف عام 1982.
- مدينة "تيمقاد" الأثرية تم التصنيف عام 1982: (أعمدة الكابيتول، ماكسيموس، قوس النصر، المسرح الروماني).
- مدينة تيبازة الأثرية تم التصنيف عام 1982.

<sup>11</sup> المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي. مشروع التقرير حول المساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية. الجزائر، 2000، 63.

مخبر الأنساق، البنيات، الهياكل والمارسبات: الفلسفة، العلوم الاجتماعية والترجمة  
مخبر الفلسفة وتاريخ الزمن الحاضر

- وادي ميزاب تم التصنيف عام 1982.

- قسبة الجزائر تم التصنيف عام 1992.

## 2\_ الأقطاب الاجتماعية والثقافية والسياحية:

من أجل وضع نموذج لتنمية المناطق الساحلية، حددت دراسة المخطط الوطني للنشاط البيئي سبعة أقطاب اجتماعية سياحية<sup>12</sup> وهذا بإدماج التراث، السياحة الثقافية والترفيهية ضمن الحياة الاجتماعية.

### - القطب الأول:

شرشال، تيبازة، الجزائر العاصمة، منطقة القبائل:

يتمحور هذا القطب حول المواقع الأثرية القديمة لمنطقة شرشال بمدينة تيبازة بما فيها من آثار رومانية وكذا حي القسبة بالجزائر العاصمة ومختلف المعالم الأثرية الموجودة بها والقرى والمواقع الطبيعية لمنطقة القبائل وكذا الشواطئ الممتدة في غرب الجزائر العاصمة وشرقها.

### - القطب الثاني:

قطب سياحي متشكل من المثلث " بجاية، جميلة، و سطيف":

يضم هذا القطب، الآثار التي تعود إلى العصور القديمة والقرون الوسطى لمدينة بجاية والآثار القديمة لمدينة جميلة المصنفة ضمن التراث العالمي، دون أن ننسى الآثار التي تزخر بها مدينة سطيف التي كانت تعتبر إحدى أهم المدن في العهد الروماني، ثم العهد الإسلامي، إذ تشهد عليها الآثار العديدة التي إكتشفت هناك.

<sup>12</sup> Conseil National Economique et social. Projet de rapport de la contribution pour la redéfinition de la politique nationale du tourisme. Alger : 2000 p 64-65.

## "لاغوسرا" في ضيافة المعارف، جامعة وهران 2

مخبر الأنساق، البنيات، المهاج والممارسات: الفلسفة، العلوم الاجتماعية والترجمة  
مخبر الفلسفة وتاريخ الزمن الحاضر

من بين هذه المناطق الطبيعية الجميلة التي تميز هذا القطب نجد منطقة " تيشي " الساحلية والطريق الساحلي لمدينة " جيجل " وجبالها ومغاراتها العجيبة والشبه جزيرة "زياما منصورية" ومنعرجات " خراطة " وكذا الحمامات المعدنية  
\_ القطب الثالث:

وهران، تلمسان:

تضم هي الأخرى مناطق أثرية تاريخية تعود إلى العهد الإسباني والعثماني إلى جانب مساجد تلمسان وتراثها العريق.

- القطب الرابع:

عنابة، قالمة، سوق أهراس، الطارف:

تحتوي على الآثار الرومانية والحظيرة الطبيعية بمدينة الطارف، كذلك تزخر مدينة عنابة بمواقع سياحية وتشهد فعاليات ثقافية خاصة بالنسبة للسياح المسيحيين، حيث تقام فيها بشهر أفريل طقوس دينية في عيد الفصح\*، ومن أهم المعالم التاريخية والدينية لهذه المنطقة التي تتردد عليها الزيارات، منطقة الضريح القديس "سانت أقوستن" saint Augustin " المعروف عالميا والذي يمكن أن يمثل مركزا هاما للسياحة الدينية والثقافية.

القطب الخامس:

الأوراس، تيمقاد، قلعة بني حماد، بسكرة، بوسعادة:

يمزج هذا القطب بين جمال منعرجات غوفي وأودية الأوراس وجبالها وشموخ آثار تيمقاد وتازولت والتاريخ الحافل لقلعة بني حماد.

- القطب السادس:

\* هو عيد عبور المسيح من الموت وقيامته إلى الحياة، وهو عيد أم المسيح.

غرداية، تيميمون: حيث تتميز بعمارتها الخلاب وقصورها الشامخة.

## - القطب السابع:

الطاسيلي، الهقار: يعد هذا القطب غني عن التعريف حيث يتوفر على إمكانيات هائلة في مجال السياحة الثقافية لما تحويه من رسوم و نقوش صخرية هذا إلى جانب إمكانية تواجد سياحة المغامرات، كسباق السيارات و ركوب الجمال لى غيرها من النشاطات.

## 3\_ - الصناعات التقليدية المساهمة في التنمية السياحية بالجزائر:

صار من الضروري إعطاء المكانة الحقيقية لقطاع الصناعات التقليدية وإعادة الإعتبار له، كونه يمثل حلقة وصل بين ماضي وحاضر البلد كما له دور لا يستهان به في خلق مناصب شغل وتحسين المداخل السياحية. ويكتسي دور الصناعة التقليدية في ترقية السياحة نفس الأهمية التي يحظى بها دور السياحة في تنمية الإقتصاد التقليدي وتثمينه.

تعتبر الصناعات التقليدية في الجزائر فنا حضاريا وتختلف حسب المناطق وتشمل سلسلة غنية من المنتجات كالفخار، الخزف الفني، النسيج، الحلفاء، الزرابي، الحلي، النحاس، الجلود، الآلات الموسيقية، الخشب والزجاج، فممنذ يناير 1996، قامت السلطات الجزائرية بتشريع الصناعات التقليدية والفنية بواسطة القانون 01/96 الذي يحدد شروط وقواعد ممارسة الحرف التقليدية في الجزائر ومن أجل هذا الغرض تم إنشاء 20 غرفة للصناعات التقليدية والحرف وقامت كذلك الجزائر بإنشاء الوكالات الوطنية للصناعات التقليدية التي تختص بترقية المنتج التقليدي وطنيا ودوليا من خلال المشاركة في التظاهرات الإحترافية وتنظيم الصالونات الجهوية المتخصصة، إضافة إلى صالون دولي سنوي ينظم بالجزائر.

#### 4- التظاهرات والأحداث الثقافية والسياحية:

تعتبر التظاهرات والأحداث الثقافية والسياحية من بين الأعمال الترقوية الهامة التي تساهم في التعريف بالتراث الثقافي والحضاري والتاريخي الذي يشكل إحدى العناصر الأساسية للمنتج السياحي.

لهذا الغرض، يجب أن يشمل البرنامج الترقوي على محور هام يتعلق بإحياء المواسم والأعياد المحلية بتنظيم تظاهرات احتفالية من أجل إبراز الثقافات والعادات والتقاليد والفنون المحلية واستغلالها لأغراض سياحية عن طريق تطوير وتسويق المنتجات، كما ينبغي تنظيم مهرجانات جهوية ومخصصة حول مواضيع مختلفة بهدف تنشيط مختلف الأنواع السياحية وشرط أن يكون العمل مشترك بين وزارة السياحة ووزارات آخر لتدعيم النشاط السياحي في الجزائر.

من أهم التظاهرات الثقافية التي صارت تنظمها الجزائر والتي تساهم في السياحة والتعريف بالمدن المستضيفة، حيث أصبحت كوسائط ثقافية بينها وبين الشعوب، تحفز السياح إلى زيارة منطقة معينة والبقاء فيها لفترة زمنية محددة ومن هذه الوسائط<sup>13</sup>:

#### المديريات والمراكز الثقافية:

إن نشاط المديريات الثقافية في هذا المضمار يمكن أن يكون رافدا ناجعا لتنشيط السياحة سواء بالنسبة للسياحة الداخلية أو الوافدة، وتستطيع هذه المديريات التابعة لوزارات الثقافة أو السياحة أن تنظم المعارض والصالونات

<sup>13</sup> Valéry, Patin. *Tourisme et patrimoine*. Paris : la documentation française, 2005, p43-45.

## "لاغوسرا" في ضيافة المعارف، جامعة وهران 2

مخبر الأنساق، البنيات، المهاجج والمارسبات: الفلسفة، العلوم الاجتماعية والترجمة  
مخبر الفلسفة وتاريخ الزمن الحاضر

الفنية (حيث نظم أول صالون للفن المعاصر الجزائري في شهر جوان 1964<sup>14</sup> وكان ذلك اليوم كانطلاقة لمثل هذه الفعاليات الثقافية) ومختلف النشاطات الفنية التي تجذب السياح، من خلال ما تقوم به من نشاطات ثقافية متنوعة، ففي الجزائر جرت العادة بالقيام بالتبادل الثقافي سواء ما بين المدن أو البلدان وهذا خاصة منذ سنة 2007 عندما شهدت العاصمة الجزائرية تظاهرات "الجزائر عاصمة الثقافة العربية" حيث حضر هذا العرس الثقافي والجماهيري وفود من مختلف الأقطار العربية حاملة معها ثقافتها بغية عرض صورة عن تراثها والتعرف عن التراث الجزائري، نشطت كذلك مديريات الثقافة برنامج ثقافي تحت تسمية "شهر التراث" حيث تقوم كل منطقة بعرض مختلف نشاطاتها الثقافية (قيام بمعارض صور، صالونات للمأكولات وكذا معارض للصناعات التقليدية... الخ) وهناك برنامج ثاني تحت تسمية "الأسبوع الثقافي" وهو برنامج تبادلي بين مدينتين حيث تنتقل مدينة بتراثها وتقاليدها وفنونها ولمسات من تاريخها لكي تعرضها على مدينة أخرى وتقوم هذه الأخيرة بنفس العملية. وانتقلت من الأسابيع الثقافية الوطنية إلى الدولية حيث انطلقت فعاليات الأسبوع الثقافي الجزائري في بلدان أخرى مثل الأسبوع الثقافي الجزائري بالمملكة العربية السعودية الذي أقيم في شهر سبتمبر 2009، كما احتضنت الجزائر أسابيع ثقافية لدول أخرى مثل الأسبوع الثقافي الفلسطيني، الليبي ومؤخرا الميكسيكي.

ومن بين المهرجانات والمؤتمرات التي ساهمت في التعريف بالتراث الجزائري في سنة 2009، انطلاق فعاليات المهرجان الإفريقي الثاني بالجزائر والتي شاركت فيه جل بلدان القارة السمراء. لمدة أسبوعين، وكذا تنظيم المؤتمر الدولي للطريقة

<sup>14</sup> Wadi ,Bouzar *la culture en question*, Alger, Edition ENAL, 1984, p 113.

الصوفية بمدينة مستغانم حيث حضر هذه التظاهرة جمهور غير ووفود من مختلف البلدان يختلفون في اللغات والثقافات، كذلك تنظيم الجزائر لفعاليات " فلسطين العاصمة الأبدية للثقافة العربية " والذي شمل عدة ممارسات ثقافية من بينها عرض العديد من الأفلام السينمائية والعروض المسرحية والسهرات الموسيقية تخليدا للتراث والثقافة الفلسطينية، وكذا تظاهرة عاصمة الثقافة الإسلامية ثم تظاهرة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية، وتبقى القائمة طويلة لمثل هذه الممارسات التي تجسد صورة حسنة عن البلاد وتروج له الداخليًا وخارجيًا.

يتوقف نجاح أي دولة من الدول في تشجيع السياحة، على كفاءتها في توظيف الإعلام للترويج لثرواتها السياحية باستمرار. وتعتبر جل الممارسات الاتصالية المستعان بها في مجال السياحة، بمثابة الوسيط، بين الهيئات السياحية وجمهورها بهدف جذب واستقطاب عدد كبير من السياح وتحفيز دوافع الإقبال على السياحة الداخلية.

فإمكانيات الجزائر في المجال السياحي ثرية ومتنوعة من خلال ما تملكه من إرث إيكولوجي ومتاحف تاريخية وثقافية ومعالم أثرية ونشاطات حرفية وكذلك فنون شعبية وحفلات محلية. لكن وجود مقومات سياحية تشجع قطاع السياحة لا يكفي لجلب السياح، بل لابد من وجود قاعدة إعلامية تعرف بهذا المنتج السياحي والثقافي، حيث في حقيقة الأمر لا تزال وسائل الإعلام في بلادنا متواضعة في تناولها لمواضيع السياحة، فعلى الرغم من إقدام بعض الصحف الوطنية العمومية والخاصة أو برامج تلفزيونية وإذاعية على تشجيع السياحة، يعد هذا الجهد قليل ولا يكفي لنجاح الإعلام السياحي في بلادنا، فالاهتمام بالإعلام في المجال السياحي لا ينفصل عن ضرورة توفير عوامل أخرى تدعمه وتعطي لدوره أهمية أكبر وبالتالي تتمثل في تهيئة الموارد والإمكانيات الطبيعية والبشرية والمالية، لأن

## "لاغوسرا" في ضيافة المعارف، جامعة وهران 2

مخبر الأنساق، البنيات، المهاجج والممارسات: الفلسفة، العلوم الاجتماعية والترجمة  
مخبر الفلسفة وتاريخ الزمن الحاضر

الإعلام كأداة وصناعة يحتاج إلى وسائل بشرية تتحكم فيه وتسيره ويحتاج إلى متخصصين في مجال السياحة، بالإضافة إلى الوسائل المادية المتمثلة في توفير رؤوس أموال من أجل الاستثمار في هذا مجال، لذلك فإن الانفتاح على الإعلام السياحي بات ضرورة ملحة لنشر وعي السياحي من خلال تكثيف البرامج التوعوية و توجيه برامج إعلامية خاصة بالسياحية الداخلية بمختلف أنماطها ( صحراوية، علاجية، شاطئية، ترفيهية، ثقافية).

وانطلاقا من كون أن عملية تنمية الوعي السياحي قضية الجميع لبد من خلق علاقة مابين وسائل الإعلام وكل الهيئات الرسمية والغير الرسمية المشرفة عن السياحة وكذا الجهات التي من المفروض تكون داعمة لها مثل الوزارات (وزارة الثقافة، وزارة التربية والتعليم، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي...) سفارات الجزائر في الخارج، الخطوط الجوية الجزائرية لنشر الثقافة السياحية على مستوى كل الوطن والتي سيكن لها دور فعال في تنمية السياحة،