

## دور وسائل الإعلام والآثاري تنشيط وتطوير القطاع السياحي بالمناطق الصحراوية- الجزائر أنموذجا-

بوزياني زبيدة<sup>(1)</sup>

بوزياني فاطمة الزهراء<sup>(2)</sup>

### مقدمة:

لقد أصبحت وسائل الإعلام بالنسبة للمجتمعات المعاصرة ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها، فهي تساهم في التعبير عن رغبات الناس وتطلعاتهم وميولاتهم واهتماماتهم ، ويلعب الاتصال الدولي دورا بارزا في نقل قيم وأفكار ومعتقدات وثقافة المجتمعات. إن التحرير الإعلامي يعني إعداد وسائل واقعية موحدة تبث لتصل إلى أعداد كبيرة من الناس. بمعنى أن الوسائل الواقعية هي تحرير إعلامي يعتمد على مجموعة الأخبار والمعلومات التي تدور حول الأحداث وتنشرها الصحف وتذيعها الإذاعة وبقية وسائل الإعلام، لذلك نجد أن للاتصال دور مهم في التعريف بالآثار وتنشيط السياحة الصحراوية؟ وكيف نوظف وسائل الإعلام والاتصال في تحقيق هذا الهدف؟ وما هي سبل تطوير وتجسيد السياحة بالمناطق الصحراوية؟.

للخصوص في هذا الموضوع لا بد من الوقوف على العديد من المفاهيم التي تبرز لنا كيفية الاهتمام بالقطاع السياحي و محاولة إيجاد بعض الحلول للارتقاء به.

إن الاتصال أو التواصل هو انتقال المعلومات من فرد أو جماعة إلى أخرى سواء عن طريق الكلام والحديث أو من خلال وسائل أخرى كالتلفاز والمذياع والصحف والانترنت.<sup>(3)</sup>

### 1. تأثير ودور وسائل الإعلام في المجتمع:

إن البحث عن أدوار وسائل الإعلام في بناء الحقائق الاجتماعية وتقديمها للناس في صور قد تختلف عن الواقع الحقيقي، فيدركه الناس على هذا الأساس، ومن هذا المنطلق يكون لوسائل الإعلام القدرة على تزييف الحقائق الاجتماعية و تزييف

المعاني وتقديمها للناس من منظور مالك الوسيلة وليس من منظور الحقيقة، حيث تقوم الصحافة بالتأثير على الرأي العام برسم صور زائفة عن الواقع والأحداث ما يؤثر في سلوكهم تجاه هذه الوقائع والأحداث. ولهذا يلعب مجال الاتصال دورا كبيرا في الترويج للقطاعات السياحية. ولهذا نجد في عدة نقط ألا وهي:<sup>(4)</sup>

■ نشر المعلومات وتوزيع المعرفة.

■ نظرا لتعاظم دور وسائل الإعلام وسيادتها في مجال عرض الأفكار ونشرها، فإن الأفراد في المجتمع يعتمدون عليها دون مقارنتها مع الواقع.

■ تساهم هذه الحقائق في عمليات التغيير في المجتمع ، و يتأثر بها أفراد في البناء الثقافي و الاجتماعي.<sup>(5)</sup> ومن خلال التلفزة والراديو يمكننا تغيير ذهنية الأفراد بالتوجه نحو المناطق السياحية الصحراوية وبأنها توفر نفس أجواء المناطق التلية حيث المناخ الملائم والمواصلات وما إلى ذلك، سواء أكان ذلك بالنسبة للأفراد المحليين من مختلف الولايات أو الأجانب .

■ وعليه فهو يؤثر في المعرفة والسلوك ويؤثر على الفرد والجماعة والنظام الاجتماعي للمجتمع<sup>(6)</sup> مثل طريقة التعامل مع السياح .

■ تصحيح الفكرة الشائعة لدى المجتمعات الغربية التي تنظر للمجتمعات العربية على أنها مجتمعات إرهابية لذلك فقد سجل تراجع في عدد السياح، وعليه لا بد للدول العربية من إعادة إنعاش القطاع السياحي من خلال تصحيح الحقائق الزائفة التي تغيرت والتي روجت إليها أمريكا مثل العراق. وبالنسبة للجزائر فقد عاشت عشرية سوداء، ولكن حاليا تغيرت الأمور من خلال الاستقرار السياسي والأمني ما يدعو إلى ضرورة تغيير كل الأفكار التي ارتبطت وجمعت بين الجزائر والإرهاب لجلب السياح وطمأنتهم والنهوض بقطاع يمكن أن يحسن معيشة العديد من الأفراد من خلال مناصب الشغل.

### 2. وظائف الإعلام في مجال التنمية: إن لوسائل الاتصال وظائف

تنموية ضرورية للاتصال الجماهيري منها:

● نقل الأخبار والتزويد بالمعلومات.

● الربط والتفسير والهدف منه تحسين نوعية فائدة المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون به وما يعملوه. لذلك يمكن جعلهم يفكرون على الأقل بالمناطق الصحراوية).

● الإعلان والتسويق والترويج لعدة قطاعات ومجالات، حيث يقوم بخدمة وتنشيط الحركة الاقتصادية والتجارية الوطنية خاصة لدول العالم الثالث، فإن له فوائد اقتصادية كثيرة للمساعدة في توسيع السوق.<sup>(7)</sup> (مثل الاهتمام بالحرف اليدوية لتسويق المنتجات).

- ونرى أن الاتصال يقوم بمجموعة أساسية من الوظائف، والتي تحقق مجموعة من التأثيرات المتنوعة والبعيدة النتائج سواء على مستوى الفرد أو الجماعة أو المجتمع.
- الإسهام في التبادل العلمي و الثقافي و نشر الوعي.
- يمكنّ الإعلام الشعبي من الانفتاح على الحضارات والثقافات.<sup>(8)</sup>

### 3. مجال السياحة عبر الإنترنت:

نظرا للتقدم التكنولوجي الذي يشهده العالم اليوم تحرص كافة وزارات السياحة على مستوى العالم على ربط المنشآت السياحية في مجتمعنا بشبكة الإنترنت ووضع معلومات سياحية عن المناطق السياحية يتضمن معلومات وافية عن التاريخ الحضاري للمعالم السياحية وكيفية حجز الفنادق واستئجار السيارات السياحية و كل ما يلزم السائح من أسماء المراكز الثقافية وعناوينها وأرقام هواتفها، وأسماء الأماكن السياحية وأيام عطلها مع الصور الفوتوغرافية، وخرائط الأماكن الأثرية وحركة المطارات والموانئ والمواصلات، وهذه المعلومات تروّج للمجتمعات الخارجية، لذلك تلعب شبكة الإنترنت دورا في تغيير طرق الأداء الاقتصادي في المجتمع.<sup>(9)</sup> وبالنسبة للمواقع الشبكية للإنترنت، فهي بمثابة مكتبة ومخزن ولوحة إعلانات في الوقت نفسه. وعليه فالتحتوى هو البضاعة الرئيسية (إشارة البدء)، وهي ما يجب أن يمتلكه المرء ليحقق النجاح على الشبكة، مثل الوكالات السياحية التي تعطي معلومات عنها، وما ينشر إلا أقل من القليل.

والأقطار العربية الوحيدة التي نشرت معلومات على الشبكة العالمية للمعلومات كانت حتى 1995م بالكويت و المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة، بعدها دول عربية أخرى مثل لبنان والجزائر.<sup>(10)</sup>

وإن من يبحث عن هذه البرامج الخاصة بالسياحة الصحراوية لا يجد منها إلا القليل بسبب غياب استراتيجيات التسويق علما أن القطاع السياحي مصدر من مصادر الدخل القومي بالدول ، حيث يحتل الصدارة الأولى بالمغرب و تونس، وذلك يلعب الإعلام دورا مهما في ترويج وتنشيط القطاع السياحي عامة و الصحراوي خاصة.

إلى جانب الإعلام و الاتصال هناك عامل الممتلك الثقافي أو الآثار التي تجلب الباحثين لدراساتها كالتاسيلي أو لتنقيها أو للترويج عن النفس من خلال السفر لهذه المواقع السياحية. لذلك لابد من الإحياء الوظيفي إما من خلال الشكل أو الوظيفة.<sup>(11)</sup>

هناك العديد من القصور الصحراوية التي أصبحت الآن في حالة يرثى لها بسبب غياب عملية الإحياء الوظيفي(كبعض قصور

البيض و تاغيت بشار التي لا يوجد بها إلا فندق واحد والهقار والتاسيلي وتمنراست وتميمون وغيرها من ولايات الجزائر الصحراوية). أغلب المدن الصحراوية تفتقر للمطاعم والفنادق الضخمة ووسائل المواصلات (رباعية الدفع وغالية الكراء) إلى جانب المرشدين السياحيين المعتمدين من الدولة أو الحاصلين على شهادات بعلم الآثار.

### 4. استخدام تقنيات الاتصال بقطاع السياحة:

هناك تجربة تم استخدامها بالأردن ولبنان وفلسطين ومصر وسوريا، سنوات 2000-2003، مع نخبة من المؤسسات الدراسية البحثية لإجراء سلسلة من الدراسات الميدانية بها، من خلال رفع تقنية المعلومات، ما أدى لتنشيط قطاع السياحة وقطاعات أخرى.<sup>(12)</sup>

### 5. سبل تطوير النشاط السياحي في منطقة الجنوب الجزائري:

المعروف عن السياحة أنها تدعم القطاع الاقتصادي وتساهم في خلق مناصب الشغل، و هي كذلك نشاط اقتصادي يعتمد على الإنتاج و التوزيع و الاستهلاك و إعداد الدراسات والكفاءات البشرية اللازمة للتكيف مع التطورات الراهنة في عصر أصبحت تقاس حضارة المجتمعات بما تمتلكه من تكنولوجيا الإعلام والاتصال وحسن استغلالها و توظيفها في كافة المجالات كالمجال السياحي، لذلك لابد من:

▪ تحسين نوعية الخدمات السياحية من خلال المراقبة والتفتيش، والتطبيق الصارم للقوانين، و فتح المخيمات السياحية مع وسائل الاتصال.

▪ الاهتمام بالمحيط و بعث ثقافة بيئية بين فئات المجتمع مع إعادة النظر في الإمكانيات الفندقية المتوفرة(وهذا مالا يتوفر بمنطقنا السياحية).

▪ تكوين الإطار السياحية.

▪ فتح قنوات التواصل مع الأطراف المشاركة في تنشيط القطاع السياحي كجمعية الوكالات السياحية، التي لها علاقة بممارسة النشاط السياحي.<sup>(13)</sup>

▪ يلعب القطاع السياحي دورا هاما في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة، لذلك نجد أن من خصائصه استثمار الموارد الطبيعية و البشرية المتاحة بالمنطقة كالأماكن التاريخية و الأثرية.<sup>(14)</sup>

- تجهيز الخرائط الخاصة بالمواقع الأثرية لتسهيل حركة السياح، وأحسن تجربة على ذلك، الدول الغربية التي يتجول سائحوها دون الحاجة للمرشد السياحي للتجوال بحرية أكثر أو في حالة عدم تواجد المرشد.
- تحسيس الأفراد بقيمة المدخول السياحي، من خلال الحصص التلفزيونية التي لا تُنشط هذا القطاع ولا تحسس به إلا بموسم الصيف الذي يجلب الناس للمواقع البحرية ما يجعل المواقع الصحراوية مهمة.
- تنظيم المهرجانات بشكل مكثف أكثر، إلى جانب تنظيم المنتقيات الدولية التي يحضرها باحثون من دول مختلفة ما يساهم في التعريف بها.
- تنظيم المسابقات الرياضية الكبيرة كسباق السيارات الذي تنظمه المغرب " من المملكة المغربية إلى أبيديجان".
- دعوة المستثمرين الجزائريين والدوليين وتحفيزهم لإقامة بعض المشاريع كبناء الفنادق وأماكن للترفيه.

## 6. مقارنة بين استخدام الانترنت بمواقع مغربية و جزائرية:

من خلال الموقع الرسمي لوزارة السياحة المغربية نجد أن الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة به عدة أقسام، ولكل واحد منها مهام منها مهام مديرية الإستراتيجية و التعاون التي تقوم بإنجاز الدراسات والأبحاث الإستراتيجية وضمان رصد إستراتيجي للرفع من تنافسية القطاع السياحي وكذا تامين أثر القطاع السياحي على الاقتصاد الوطني و نشر المعلومات المتعلقة بالقطاع السياحي وإقامة وترسيخ علاقات التعاون على الصعيد الثنائي ومع المؤسسات الدولية المتخصصة.

ووصلت عائدات الأسفار بملايين الدراهم بالقطاع السياحي المغربي، في أبريل 2010 م إلى 4126 مليون درهم.

وفي أبريل 2011 م بلغت 4214 مليون درهم وهذا دليل على قيام الوزارة بالتنسيق مع مختلف فروعها لتدارك أي مشاكل ممكنة الحدوث. وبهذا الموقع هناك العديد من المواقع التي تعرض السياحة الصحراوية والريفية والجبالية على حدى، مع الإشارة للفنادق والنقل والمطارات والحالة الجوية، ما يسهل ويساعد حركة الأجانب أثناء تواجدهم بالبلد.<sup>(15)</sup>

وبالنسبة لموقع وزارة السياحة الجزائرية<sup>(16)</sup> فيضم جميع الأمور التي يحتاجها السائح منها الفنادق والمطاعم والوكالات السياحية وفي حالة لم يكن للسائح معرفة باللغة العربية فلديه خيارات أخرى لمعرفة محتوى الموقع تضمنت اللغة الفرنسية واللغة الانجليزية، ما يجعله تحت تصرف جميع السياح، وبالأخص اللغة الانجليزية لغة العصر.

فما بين سنة 1990م وسنة 1996م، انخفض عدد السياح من 359895 إلى 18000، مثلما هو مبين في الجدول التالي:<sup>(17)</sup>

السنة	الأجانب	الاجموع
1990	685815	1136918
1991	722682	1193210
1992	624096	1119548
1993	571993	127545
1994	336226	804713
1995	97648	519576
1996	93491	6049689
1999	147611	755286
2000	175538	865994

**الجدول رقم 01:** توزيع عدد الأجانب خلال الفترة 1990م-2000م.

وبالنسبة للنصوص التشريعية التي تهدف لترقية هذا القطاع، بالقوانين الجزائرية نذكر المرسوم التنفيذي رقم 08-384 المؤرخ في يوليو سنة 2008 والذي يتضمن تأسيس المهرجان الدولي للسياحة الصحراوية بالجزائر، ما يجعل المناطق السياحية قبلة للفنانين والصحفيين ورجال الأعمال، وهنا يمكن نقل صورة ثراء الجزائر بالصحراء لأفراد ليست لهم معرفة سابقة بما.

وبالنسبة لبلدنا فتحتل فيه الصحراء مساحة كبرى من المساحة العامة لهذا لا بد من خلق استراتيجيات جديدة تغير وتوظف هذا القطاع كمورد بديل عن النفط. إذ للجزائر تراث ومخزون أثري لا زال في قيد الإهمال، لذلك لا بد من وضع استراتيجيات جديدة ومبتكرة

لتنميته والتعريف به كتراث غني بخصائص ومميزات لا يمكن إيجادها بدول أخرى، إضافة إلى ما له من علاقات كثيرة مع قطاعات أخرى كالاتصال والثقافة وتشغيل الشباب، ولا يمكن تحقيق هذا الهدف إلا بالاهتمام بقطاع الإعلام والاتصال بأنواعه .

علما أن بلادنا تتوفر على الشروط الأساسية لقيام سياحة رائدة بما نظرا لتوفر المظاهر الطبيعية المتنوعة، والمواقع الأثرية المختلفة، والمناخ المعتدل، وهي شروط محفزة لتنمية سياحية لا شك أنها ستعود على البلاد بمردود اقتصادي ومالي معتبر، فضلا عن إسهامها في تشرب عدد هام من اليد العاملة عن العمل، وتتطلب السياحة توفير الإطار البشري الكفاء، وذلك لاعتماد السياحة على التوظيف الجيد لمصادر القوى البشرية المدربة، التي تمتلك القدرة على التصرف بحكمة، والتعامل بطرق فنية في العلاقات الانسانية، بحيث يضمن وجود الشخص المناسب في المكان المناسب وفي الوقت المناسب، على أن يشمل جميع المستويات: الإدارية والتشغيلية والتنظيمية للعميلة، وذلك على المستوى الوطني والمحلي والإقليمي.<sup>(18)</sup> وفي جانب الاستثمار يمكن أن تتخذ الدولة بعض الإجراءات المحفزة بالمنطقة تتمثل في: تسهيل اجراءات القروض المالية والتخلص من العراقيل البيروقراطية، وتقوية عملية الترويج للمنتوج الساحي المحلي، وتهئية المسالك الموجودة لتسهيل عملية التنقل واختصارها، غلى جانب تزويد السياح باحتياجاتهم من الماء والبنزين، على طول الدورات السياحية بالصحراء.<sup>(19)</sup>

## الهوامش:

1. أستاذة بعلم الاجتماع /جامعة تلمسان.
2. أستاذة بعلم الآثار/جامعة تلمسان
3. أنتوني غدنز، علم الاجتماع (مع مداخلات عربية)، تر:فايز الصباغ ، ط:01، مؤسسة ترجمان، الأردن، 2005، ص501
4. نفسه، ص501
5. بلقاسو بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع، دار الخلدونية، الأردن، 2007، ص36-41.
6. صالح خليل أبو اصبح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار المجدلاوي ، الاردن، 2004، ص220.
7. نفسه، ص206، 204.
8. نفسه، ص209، 205.
9. محمد علي البدوي، دراسات سوسيو-إعلامية، دار النهضة العربية، لبنان، 2006، ص252، 256.
10. مي العبد الله ستو، الاتصال في عصر العولمة والتحديات الجديدة، الدار الجامعية للطباعة و النشر و التوزيع، بيروت-لبنان، 1999، ص135-136.
11. بوزار حبيبة، حماية و ترقية قطاع الآثار تلمسان أنموذجا، ع:03، صدى الجامعة، مجلة جامعية شهرية، جامعة أبي بكر بلقايد، 2009، ص15.
12. أنتوني غدنز، مرجع سابق، ص513.
13. نجادي سارة، تطوير النشاط السياحي في منطقة الجنوب، ع:05، م.علمية نصف سنوية، منشورات جامعة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2003-2004، ص46-47.
14. خالد كواش، السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص04-43.
15. الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة السياحة المغربية [www.tourisme.gov.ma](http://www.tourisme.gov.ma) أو [webmaster@tourisme.gov.ma](mailto:webmaster@tourisme.gov.ma)
16. الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة السياحة الجزائرية، [www.tourisme.dz](http://www.tourisme.dz)
17. بلالطة مبارك، الاستثمارات السياحية في الجزائر، ع:05، م.علمية نصف سنوية، منشورات جامعة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2003-2004، ص71
18. لعرج محمود عبد العزيز ، التراث الثقافي والسياحة، ع:05، م.علمية نصف سنوية، منشورات جامعة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2003-2004، ص13-15.
19. نجادي سارة، تطوير النشاط السياحي في منطقة الجنوب، ع:05، م.علمية نصف سنوية، منشورات جامعة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2003-2004، ص48.