الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم
University of Mostaganem - Abdelhamid Ibn Badis
كلية الأدب العربي والفنون
Faculty of Arabic Literature and Arts
UNIVERSITE Abdelhamid Ibn Badis MOSTAGANEM
قسم الفنون

الإعلام السياحي والمحافظة على المـوروث الثقـافي

مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في الفنون البصرية

تخصص: إدارة الأعمال الفنية والثقافية

إعداد الطالب:
– طراش ياسين

إشـــراف الأستاذ:
أ.نور الدين معروف

لجنة المناقشـــة

اسم ولقب الأستـــاذ(ة)	الرتبة العلمية	الصفة في اللجنة
د. بن عبد الله بن ساحة	محاضـــر أ	رئيســـا
أ. نور الدين معروف	أستـاذ مساعد ب	مشرفا ومقررا
د. حكيم بن يلس	محاضـــر ب	مناقشـــا

السنة الجامعيـــة: 2022/2021

بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

الحمد لله الذي وفقا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد و النجاح وبفضله تعالى مهداة الى الوالدين الكريمين أبي العزيز أطال في عمره وألبسه ثوب الصحة والعافية إلى رمز الحب و الحنان ينبوع الصبر أمي الحبيبة الغالية إلى من كان عوني إلى الارواح الطيبة اخوتي و أصدقائي .

ياسين طراش

شكر و تقدير

بسم الله والحمد لله والصلاه والسلام على خير خلق الله سيدنا مُحَمَّد صلى الله عليه وسلم

والشكر الخالص والحمد لله الذي تفضل علينا واعاننا برحمته وقوته والقائل من يتوكل على الله فهو حبيبه

نتقدم بالشكر الجزيل الى من أول بحثنا بالعناية وسدد خطة عملنا ونصحنا الاستاذ معروف نور الدين اطال الله عمره وادامه في خدمه العلم ونقدم شكرا الجزيل الى كل من قدم لنا يد العون دون ان ننسى من ساعدنا و شجعنا من بعيد او قريب في إنجاز هذا البحث و تقبلوا منا فائق عبارات الاحترام و التقدير و الامتنان و العرفان و شكرا

مقدمة

يعد الإعلام السياحي عاملا أساسا في التعريف بالموروث الثقافي بكل أنواعه سواء منقول أو غير منقول من خلال إعطائه الصورة الصحيحة وإبرازه للأجيال والتعريف به باستخدام أشكال متعددة ووسائل وأدوات الإعلام بالإضافة إلى ترسيخ وإحياء التراث الثقافي لدى كل مجتمع.

زيادة عن وسائل الإعلام المختلفة سمعية بصرية ...الخ، المدعمة لمجال الحفاظ على الموروث المتخصصة قي مجال الإعلام السياحي بالجزائر والذي يعد الوسيلة الإعلامية الأساسية في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري فكان لجريدة السياحي دورا هاما غي تقديم الرسالة الإعلامية التي تبرز الموروث الثقافي الجزائري في نقله للأجيال ومنعه من الإندثار لذا جاءت هذه الدراسة لتبرز أهمية الإعلام السياحي في تثمين وإحياء الموروث الثقافي وحمايته والحفاظ عليه كامل أساسي في تدعيم وتعزيزه.

يتمحور موضوع دراستنا حول الإعلام السياحي ودوره في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري وذلك من خلال درسه وصفيه تحليلية لجريدة السياحي الجزائرية المتخصصة في مجال الإعلام السياحي بما أنها الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي تنشط مستوى الجزائر ولدراسة هذا الموضوع أعددنا الخطة التالية:

تضم الإطار العام للدراسة تناولنا فيه الإشكالية العامة والتساؤلات فرعية، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، الدراسات السابقة، تحديد المفاهيم، والمدخل النظري للدراسة.

الجانب النظري للدراسة تناولنا فيه فصلين هما:

- **الفصل الأول** حول الإعلام السياحي يحتوي على أربعة مباحث، فالمبحث الأول أتى بعنوان أهمية الإعلام وخصائصه وأهدافه، أما المبحث الثاني بعنوان أهمية السياحة وأنواعها وأركانها، والمبحث الثالث أهمية الإعلام السياحي وخصائصه وأهدافه أما المبحث الرابع وظائف الإعلام السياحي وأشكاله، ويندرج تحت كل مبحث عدة مطالب.

- أما **الفصل الثاني** حول الموروث الثقافي يحتوي على مبحثين، فالمبحث الأول أتى بعنوان التراث والثقافة، والمبحث الثاني تقسيمات وعناصر الموروث الثقافي والحفاظ عليه.

أما **الجانب التطبيقي للدراسة** يحتوي على فصلين:

- في **الفصل الأول** حول التعريف بمجال الدراسة والإجراءات المنهجية.
- أما **الفصل الثاني** فخصصناه لعرض وتحليل نتائج الدراسة ويندرج تحت كل مبحث مطلبين.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

تمهيد

يمر البحث العلمي بخطوات منهجية تحديد مسار سيره بشكل دقيق، وهذا ما خضع بحثنا في المرحلة الأولى منه حيث بدأنا بصياغة الإشكالية في إطار العام، ثم التركيز على موضوع الدراسة وطرح السؤال الرئيسي ثم حصر الهدف من وراء دراستنا والذي من خلاله ثم صياغة مجموعة من الأسئلة الفرعية التي في ضوئها يسير عليها البحث الميداني و تأتي بعد ذلك خطوة توضيح الأسباب التي أدت إلى اختيار الموضوع وأهميته بالإضافة إلى أهداف الدراسة، كما تم تحديد المدخل النظري للدراسة.

1- الإشكالية:

تعد السياحة موردا من الموارد الاقتصادية التي تعتمد معظم الدول في العالم، ومصدرا ومدخل أساسي في النهوض بالاقتصاد من خلال المداخيل الحالية التي تساهم في خزينة الدولة فهي تغيرها من الموارد الاقتصادية الأخرى التي تساهم على زيادة الدخل القومي أو مصدر للعمولات الصعبة، وتربط أساسا بمختلف القيم الحضارية والثقافية وبما توفر عليه مختلف الحضارات من معالم تاريخية وسياحية وآثار....الخ، وهي تعبر عن مجمل ما تتوفر عليه مختلف الحضارات ومشاهد ثقافية وتشكل في مجملها جسرا مرتبط بين مختلف الشعوب.

التراث يبين ويصر على الجانب التعبيري الثقافي والجانب المعيشي للشعوب والمجموعات والأفراد سواء في العصور الحديثة أو القديمة أو المتوسطة، ويسهل التراث المعارف و الابدعات والقيم الحضارية والثقافية وطبيعة العلاقات مابين الأفراد الناشرين للتراث الشعبي وبين المنتجين للتراث والابتكار عنصر أخر مهم في التراث الثقافي.

فالثقافة تعتبر شكل من إشكال التعبير الفني وتعد مقوم أساسي للسياحة تعمل على إنماء القطاع السياحي ككل وتحقق تنمية شاملة فالثقافة اليوم نتيجة للتطور والتقنيات والتكنولوجيا أدى توسعها واتساع نطاق في مختلف مناطق العالم كما يعد الإعلام من أهم الوسائل التي تنشر الثقافة وتفعلها في جميع أرجاء العالم فهي المحور التي يعتمد عليها قطاع السياحي بمختلف الطرق تزخر به الدول من الحضارات من ثقافات ومجالاتها المتعددة.

يعمل الإعلام السياحي على التعريف بتزخرف البلاد من معالم سياحية سواء كانت طبيعية أو أثرية أو فندقية ...الخ لو لمظاهر أخر آو مجال من مجلات الإعلام السياحي وذلك باستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية المتطورة من أفلام، إعلانات قادرة على جواب السياح الأجانب ومواطنين للبلاد فهو حقبة محورية للصناعة السياحية والتعريف بالموروث الثقافي فهو يعمل على ترويج السياحي وإبراز مختلف ما تزخر به مختلف البلدان من موروث مادي أو غير مادي.

ارتبطت الاستفادة من الإعلام في نشاط التسويق السياحي فمحرري الأخبار السياحية في وسائل الإعلام المختلفة وكذالك رؤساء التحرير الصف والمجلات ودور النشر والإذاعة والتلفزيون وكذالك العاملين في هذه الأجهزة فضلا عن الإمكانيات ومكانة هذه المؤسسات وتأثيرها على السوق السياحية تجمل محور السياحة يسعون إلى الحصول على أخبار سياحية منها وكل منهم حريص على تسجيل سبق إخباري عنها وتخطيطها للسياحة القادمة وكيفية تناولها للأخبار الخاصة بالموروث الثقافي.

تعد الجزائر البلدة التي تحمل موقعا استراتجيا هاما في حوض البحر الأبيض المتوسط كما توفر على أكثر من المناطق الأثرية المنتشرة في إفريقيا غنى و تنوعا، إلا الكثير مما غير مشغل بصورة ايجابية، ولكن في السنوات الأخيرة مصرة تبادر الجزائر من اجل تنمية لسياحة وإعادة بناء الصورة السياحية وإعادة بناء الصورة السياحية في الخارج وتثمن الطاقات الثقافية والحضارية من خلال ترقية هذا القطاع وتنشيط والتعريف به حيث من بين ما تقوم به الجزائر حاليا من اجل تحسين وضعية قطاع السياحة و إنشاء وزارة الثقافة التي من شأنها التكفل بجميع المؤسسات والأجهزة المرتبطة مباشرة بتنمية السياحة.

تعد جريدة السياحي من الجرائد المتخصصة في مجال السياحة في الجزائر فهي أول مجلة تنشط في هذا المجال وبدايتها كانت عبر موقع إلكتروني حتى تم التصريح لها بالصدور ورقيا تحت اسم الوسيط السياحي إلى غاية اواخر2013 أطلق عليها اسم السياحي فهي جريدة تصدر أسبوعيا وهي تنشط في مجال السياحة ولها صفحات متخصصة في الموروث الثقافي الجزائري.

وانطلاقا مما سبق نخرج الإشكالية التالية:

-كيف ساهم الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري من خلال جريدة السياحي؟

2- التساؤلات

وللإجابة على الإشكالية الرئيسية نطرح التساؤلات التالية:

- ما هو حجم المساحة التي أولتها جريدة السياحي لمواضيع الموروث الثقافي.
- ما هي أهم الفنون التحريرية التي تستخدمها جريدة "السياحي" في تناولها لمواضيع الموروث الثقافي الجزائر؟
- ما نوع المعلومات التي تعمل على تمريرها جريدة السياحي؟
- إلى أي مدى فصلت جريدة السياحي بين الموروث الثقافي المنقول والغير منقول؟
- ما هي المجالات التي قدمتها جريدة السياحي في رسالتها الإعلامية حول الحفاظ على الموروث الثقافي؟
- ما هي أبرز المصادر التي اعتمدت عليها جريدة السياحي في تناولها لموضوعات الموروث الثقافي؟
- ما هو هدف جريدة السياحي من نشرها لمواضيع النشر الثقافي؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

لقد اخترنا موضوع البحث من غير المواضيع الأخرى للأسباب التالية:

أ- أسباب ذاتية:

هناك عدة أسباب ذاتية دفعتني إلى القيام بهذه الدراسة نذكر منها ما يلي:

1- الرغبة في دراسة الموروث الثقافي الجزائري.

2- الاهتمام الشخصي لدراسة واقع الإعلام السياحي في الجزائر.

3- الاطلاع أكثر على الموروثات الثقافية التي تزخر بها الجزائر.

ب- أسباب موضوعية:

هنا عدة أسباب موضوعية تجعلنا نختار موضوع دراستنا ونذكر منا:

1- حداثة الموضوع من ناحية ارتباط الإعلام المتخصص (السياحي) والمحافظة على الموروث الثقافي الجزائري.

2- التعرف على أنواع الإعلام المتخصص آلا وهو الإعلام السياحي.

3- تعدد وتنوع الموروث الثقافي الجزائري مما يجعلنا نقوم بدراسة حولها(عادات، تقاليد، ألبسة، غذاء...).

4- أهداف الدراسة:

من أهم الأهداف التي نسعى وراءها من خلال دراستنا هي:

1- تقيم وتحليل الموروث الثقافي في الجزائر من خلال جريدة السياحي.

2- التعرف على الأنواع والقوالب الصحفية المستخدمة في عرض الموروث الثقافي الجزائري في جريدة السياحي.

3- إبرز المصادر التي اعتنت عليها جريدة السياحي في عرض الموروث الثقافي الجزائري.

4- التعرف على الإعلام السياحي وتعرف على أهم أنشطته ومجالاته.

5- إبراز دور الإعلام السياحي وأهميته في التعرف على الموروث الثقافي في الجزائري.

5- أهمية الدراسة:

إن لكل عمل أهمية فلولا أهمية الشيء لما قمنا به فدراستا هذه لها أهمية كبيرة متمثلة في:

1- كسب معلومات أكثر عن الموروث الثقافي الجزائري.

2- دراسة الإعلام السياحي من حيث الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري

3- دور الإعلام السياحي في نقل الموروث الثقافي الجزائري وترسيخيه في لأذهان الجمهور.

6- المدخل النظري:

تتطلب الدراسات في مجال علوم الإعلام والاتصال الارتكاز على نظرية تخدم أهداف الموضوع فاعتمدنا على **نظرية الغرس الثقافي** التي توضح مدى مساهمة تعرض لوسائل الإعلامية في تكون مفاهيم الجمهور عن العالم الحقيق حيث ترى نظرية الغرس أن التلفزيون من بين وسائل الإعلام الأخرى يكتسب موقع رئيسي في حياتنا اليومية من خلال تقديمه لرسائل رمزية عن الواقع الحقيق[1]، وجريدة السياحي تعد من بين وسائل الإعلام المتخصصة في مجال السياحة التي لها موقع رئيسي وتؤثر في الجمهور من خلال المواضيع التي

[1]- مرفت الطربيش، عبد العزيز السيد، **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 304.

تنشرها عن السياحة والتراث الثقافي الجزائري، وتعد **نظرية الغرس** الثقافي المدخل النظري المناسب لهذه الدراسة حيث تعرف على أنها غرس مكونات معرفية ثقافية تقوم بها مصادر المعلومات وبالتالي فنظرية الغرس ليست نظرية حول تأثير وسائل الإعلام في حدّ ذاتها ولكنها تضع تقريرا حول الثقافة التي تحملها الرسالة الإعلامية.

7- نوع الدراسة ومنهجها

إن أي بحث علمي يحتاج إلى المنهج الذي يسير عليه من أجل الوصول إلى نتائج لاكتشاف الحقائق أو لتحقيق الهدف قصد الوصول إليه من إعداد البحث[1].

وتندرج دراستنا هذه ضمن الدراسات التحليلية، حيث تهدف البحوث الوصفية إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها[2].

الكثير من بحوث الإعلام تصنف ضمن البحوث الوصفية مثلها هو الحال لدراستنا إذ أن نوعية البحث هي التي تفرض نوع المنهج الذي يجب استخدامه، فإننا نسعى من خلال وسيلة الإعلام ألا وهي الجريدة السياحية وهي نوع من أنواع الإعلام المكتوب المتخصص في مجال السياحة والتي توجه إلى مختلف شرائح المجتمع وبما أن موضوع بحثنا ينصب في دراسة دور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي من خلال مضمون جريدة السياحي، سنعتمد على المنهج الوصفي التحليلي إذ يعد ملائما لهذه الدراسات.

فالمنهج الوصفي يعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميا عن طريق جمع المعلومات عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة[3]، في حين المنهج التحليلي يعتمد على الأسلوب الكمي والكيفي وهو وسيلة لمعرفة دقائق الموضوع.

8- أدوات جمع البيانات:

إن أكثر التقنيات شيوعا ما يتعلق بالدراسات الإعلامية هي تقنية تحليل المضمون، حيث نقصد بكلمة تحليل تفكيك الكل إلى عناصره وأقسامه المكونة له، أما كلمة مضمون فيقصد بها ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التصويري أو الإمائي من معاني مختلفة فيقوم الفرد بالتعبير عنها في شكل رموز وفق تنظيم معين لتحقيق غايات اتصالية مع الآخرين[4].

---

[1]- محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في البحوث الإعلامية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979، ص16.

[2]- محمد منير حجاب، **أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية**، ط3، دار الفجرن القاهرة، 2002، ص 86.

[3]- شوقي درويش اللبان، هشام عبد المنصور، **مقدمة في مناهج البحث العلمي**، دار العربي للنشر والتوزيع القاهرة، 2008، ص86.

[4]- أحمد بن مرسلي، **استخدامات تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية**، المجلة التاريخية للاتصال، الجزائر، معهد علوم الإعلام والاتصال، العدد 14، 1996، ص20.

والمحتوى الإعلامي هو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة لتستهدف جمهورا محددا ومتميزا بسماته وإحتياجاته واهتماماته[1]، وتسهيل عليه إدراك محتوى هذه الرسالة وما تحمله من معاني وأفكار.

يتطلب الجانب التحليلي لدراستنا الوصفية الاعتماد على تقنية تحليل المضمون الذي يرى لازويل أنه "يستهدف الوصف الدقيق والموضوعي لما يقال عن الموضوع في وقت معين"[2]، والهدف هنا من استخدامه وهو دراسته محتوى وسيلة إعلامية مكتوبة، وهي جريدة السياحي الجزائرية من خلال تحليل الرسالة الإعلامية التي تنشرها جريدة السياحي للتعريف والحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري.

ويتم تحليل محتوى المادة الإعلامية إلى وحدات قابلة للعد والقياس، وهذه المرحلة أول الخطواة تمثل السمات الأساسية للتحليل الكمي والتي تنطلق من:

1- تصنيف المحتوى وتحديد الفئات.

2- تحديد وحدات التحليل.

3- تصميم استمارة مع جمع البيانات فيها.

* **تصنيف المحتوى وتحليل الفئات**: وهي مرحلة من مراحل تحليل المضمون تنطلق من النص المراد تحليله، وتدوين الكل إلى تقسيمات ذات خصائص ومواصفات تجسد عمليات المفاهيم النظرية والفرضية والتساؤلات التي يثيرها البحث، وهي وحدات يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة ويعطى وجودها أو غيابها وتكرارها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج تبعا لأغراض البحث[3].

* **اختبار الفئات**: أركانا تؤدي وظيفة تصنيف المحتوى كميا ويشترط في اختبارها الخصائص التالية:

1- أن تكون الفئات شاملة: لابد أن يكون تصنيف مجموع المحتوى شاملا.

2- أن تكون الفئات الخاصة: فلا يمكن أن تنتمي نفس العناصر إلى عدة فئات.

3- أن تكون الفئات موضوعية: يجب أن تكون خصائص الفئة كافية الوضوح وتتحدد الفئات في نوعين أساسيين هما[4]:

1/ فئة الشكل:

وهي تلك التي تجيب على السؤال "كيف قيل"؟

---

[1]- محمد عبد الحميد، **مرجع سبق ذكره**، ص 16-17.

[2]- محمد زيان عمر، **البحث العلمي ومناهجه وتقنياته**، ط4، دار الشروق، المملكلة العربية السعودية، 1983، ص 290.

[3]- محمد عبد الحميد، **مرجع سبق ذكره**، ص 17.

[4]- مرجع نفسه، ص 112.

فئة قيمة الموضوع: وتخص فئة الموضوع تيبوغرافيا من حيث موقع النصوص، أنما العناوين، الصور، وإستخدام الألوان وهي تجيب على السؤال التالي:

ما هي قيمة التي أعطتها جريدة "السياحي" للموضوع من حيث الموقع والعناوين والصور، استخدام الألوان؟

فئة حجم التغطية: وتخص حجم مساحة، العناوين، الصور إذن للإجابة عن القيمة فإن حجم التغطية المكثف يدل على أهمية الموضوع أو الحدث بالنسبة للصحيفة.

2/ فئات المضمون:

وهي الفئات التي تجيب على السؤال "ماذا قيل؟" وتشمل ما يلي:

– **فئة الموضوع:** وهي المستخدمة غالبا تجيب على السؤال ماذا يعالج في العملية الاتصالية، وكان يعتمد عليها في تصنيف المواد المكتبية وأركان الصحف الكبرى، وتضمن في دراستنا هذه فئة المعلومات وفئة تقسيمات التراث.

– **فئة الاتجاه:** وهي أما تبحث عن أسباب اتجاه العملية الاتصالية لماذا معارضة أو محايدة؟ وإما عن الهدف الذي تريد إتباعه وفي دراستنا لهذه الفئة تناولنا فئة توجهات جريدة السياحي (الهدف).

– **فئة المصدر:** وهي الفئة التي تصنف المحتوى إلى مصدره وتناولنا في دراستنا هذه المصدر الذي اعتمدت عليه جريدة السياحي في تناولها لمواضيع الموروث الثقافي.

– **وقد اخترت في هذا البحث الوحدة التالية:**

* **وحدة الموضوع:** وتعرف أيضا بوحدة الفكرة التي يدور حولها الموضوع، لذا تستخدم كوحدة عد في قياس الموضوعات، كوحدة تسجيل في حساب الأفكار الخاصة بالأسباب والدوافع والآراء والتصرفات والقيم والاعتقادات والاتجاهات...إلخ، ووحدة الفكرة غير ثابتة الشكل، من حيث الظهور في العثور عليها في جملة أو فقرة كاملة أو نص مستقل، وهي مرتبطة الظهور هنا حسب المستوى اللغوي، الذي يجرى على أساسه التحليل[1].

وقد وقع اختيارنا لوحدة الموضوع دون الوحدات اللغوية الأخرى وذلك نظرا لانعدام الإمكانيات التقنية وأدوات الترميز.

انطلاق من الفئات والوحدة التي قدمناها، سنقوم في دراستنا بإجراء عمليتي التحليل الكمي والكيفي لمحتوى المادة الإعلامية المتعلقة بدور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري من خلال جريدة "السياحي".

[1]– أحمد بن مرسلي، **مرجع سبق ذكره**، ص 261.

للتأكد من سلامة وصحة الفئات المصممة قمنا أولا بالتأكد من صدق الفئات المصممة وذلك من خلال إخضاع استمارة تحليل المحتوى للتحكيم من طرف مجموعة من أساتذة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة:

- ولد جاب الله سعاد.
- بوبكر بوعزيز.
- لعزيزي سعاد.
- بن عيسى .
- يوسفي عبد العالي.

كما قمنا باختبار ثبات فئات التحليل بإشراك محكمين اثنين وتوصلنا إلى النتائج التالية:

- سعاد ولد جاب الله: أستاذة بقسم علوم الإعلام والاتصال جامعة المسيلة.
- سبع فضيلة: أستاذة بقسم علوم الإعلام والاتصال جامعة آكلي ولد الحاج بويرة.

وقد قدم "**هولستي**" معادلة لقياس الثبات هي كالآتي:

الثبات= $\frac{M2}{N1+N2}$

حيث:

M: عدد قراءات الترميز المتفق عليها

N1+N2" المجموع الكلي لقرارات الترميز من قبل المحكمين الأول والثاني على التوالي.

$N1$ ⟵ 10 وحدات

$N2$ ⟵ 12 وحدة

$M2$ ⟵ 9 وحدات

وهذا يستلزم معامل الثبات:

$$0.81 = \frac{18}{22} = \frac{9\times 2}{12+10}$$

ومنه معامل الثبات يساوي: 0.81

ومنه يمكن القول أن عامل الثبات قد تحقق في مجال هذه الدراسة.

9- مجتمع البحث:

يقصد بمجتمع البحث جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها فمجتمع الدراسة في هذه الدراسة جريدة السياحي الجزائرية.

10- عينة الدراسة:

تعتبر دراسة العينات من الدراسات الأساسية في بحوث الإعلام وتعرف العينة على أنها جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته، ممثلة بنسبة مئوية يتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته[1]، ولقد وقع اختيارنا في دراستنا هذه على العينة العشوائية وذلك طبقا لسمات وخصائص تتوفر في المفردات وتخدم أهداف البحث وتعتبر العينة العشوائية وتعرف العينة العشوائية على أنها: "العينة العشوائية البسيطة يتم اختيارها بطريقة تتيح لكل فرد من أفراد مجتمع موضوع الدراسة احتمالا متساويا للظهور في العينة، ويمكن حسابه وكذلك فإن لكل مجموعة من مجموعات الفرصة نفسها في الحصول على الفرص المتساوية للظهور، ومن أهم الشروط الواجب توافرها في هذه العينة هو وجود اشتراك وحدات المجتمع المأخوذة منها العينة في الصفات والظهور"[2].

فقد وقع اختيارنا على 14 عددا لجريدة السياحي للفترة الممتدة من شهر أكتوبر 2016 إلى غاية مارس 2017.

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أعداد عينة البحث حسب الصدور

الرقم التسلسلي	التاريخ	رقم عدد الصدور
01	30 أوت إلى 5 سبتمبر 2016	90
02	15-21 سبتمبر 2016	91
03	16-22 أكتوبر 2016	93
04	25-31 أكتوبر 2016	94
05	03-09 نوفمبر 2016	95
06	16-22 نوفمبر 2016	96
07	12-18 ديسمبر 2016	98
08	19-26 ديسمبر 2016	99
09	01-07 جانفي 2017	100
10	14-20 جانفي 2017	101
11	04-10 فيفري 2017	102
12	23 فيفري إلى 01 مارس 2017	103
13	08-14 مارس 2017	104
14	18-24 مارس 2017	105

[1]- يوسف تمار، **تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين**، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص21.

[2]- رئيش زرواتي، **منهجية البحث العلمي دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع**، عين مليلية-الجزائر، 2007، ص332.

11- تحديد المفاهيم:

- **الإعلام**: هناك تعاريف متعددة للإعلام باعتبار العصر الذي فيه هو عصر الإعلام وعصر الاتصال الجماهيري فتطور وسائل الإعلام وعلوم الاتصال جعلت الإعلام جزء أساسيا في حياتنا اليومية ومن بين هذه التعاريف نذكر ما يلي:

1- لغة: مصدر الفعل الرباعي أعلم يقال: أعلم يعلم إعلاما... وأعلمته بالأمر: أنلفته إياه، وأطلعته عليه جاء في لغة العرب: "استعمل لي خبر فلان وأعلم فيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه". [1]

2- اصطلاحا:

كلمته الإعلام مشتقة من العلم، تقول العرب استعمله الخبر فأعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته يكون الإعلام نقل الخبر وهو نفس المعنى الذي يطلقه العلماء عملية الإعلام يقول الدكتور عبد اللطيف حمزة: "الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحفية والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة..." ويقول فرنان تيرو: "الإعلام هو نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور". [2]

- **تعريف السياحة**:

هناك مجموعة من التعاريف المختلفة للسياحة نذكر منها:

التعريف الذي قدمته جوير فولو (الألماني) عام 1905م كأول تعريف محدد بأنها "ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغير الهواء وإلى مولد الإحساس بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة وإلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعور وأوساط مختلفة من الجماعة الإنسانية.

وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة سواء كانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمرة تقدم وسائل النقل[3].

وفي تعريف آخر هي: "سفر الفرد لمكان يختلف عن بيئته العادية بشرط أن يكون هدفه الزيارة فقط وان يقضي على الأقل ليلة واحدة في ذلك المكان"[4].

---

[1]- محمد منير حجاب، **المعجم الإعلامي**، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004، ص 21.

[2]- زهير إحدادن، **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طبعة الخامسة، 2014، ص 13.

[3]- محمود كامل، **السياحة الحديثة "علما وتطبيقا"**، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1975، ص 13.

[4]- خالد كواش، **السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها**، دار التنوير، الجزائر، 2007، ص 10.

– تعريف الإعلام السياحي:

هو احد أشكال الإعلام المتخصص ويتمثل في كافة أوجه النشاط الاتصالية المخططة والمستمرة والتي يمارسها إعلاميون متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والسليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل وأشكال الاتصال المختلفة وبكافة الأساليب الفنية للإقناع والتأثير من اجل تهيئة الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية ومن اجل اجتذاب اكبر غدد من الأفراد للإقامة بعيدا عن موطن إقامتهم سواء داخل البلاد أو خارجها من ناحية أخرى [1] ويقد به إقناع الجمهور وإثارة اهتمامه بأهمية السياحة وفوائدها[2] .

– تعريف الإجرائي للإعلام السياحي:

هوا نشاط اتصالي يخاطب الجمهور عن جريدة السياحي عن طرق أشكال وصور بأساليب فنية من تقرير تحقيق، أخبار، مقالات...بهدف الإقناع والتأثير وتوعية الفرد بأهمية السياحة وفوائدها.

– تعريف الموروث الثقافي:

أولا: مفهوم التراث.

أ– لغة:

جاء في الكثير م نكتب الآثار العربية "أن التراث هو ما يخلفه الرجل لورثته، وأهله ورث أو وراث، وقيل الورث والميراث في المجال، والإرث في الحسب "ما يشير الميراث الثقافي لأن الحسب هو مفاخر الآباء وشرف الفعال التي يرثها الآباء عن الآباء ويتغنون بها ويفاخر".[3]

ب– اصطلاحا:

هو الإرث الثقافي المادي والغير المادي الذي يخلق من جيل إلى آخر والذي يميز كل بلاد أو حضارة عن الأخرى. [4]

هو جميع الممتلكات الثقافي الثابتة منها والمنقول التي ورثها الجيل الحالي عن الأسلاف ولها قيمة ثقافي وحضارية غير عادية ولا يمكن تعريفها إن فقدت أو تلفت، بمعناه العام إذن يشمل كل ما خلفته لنا الأجيال السابقة في مخلف الميادين الدينية والفكرية والأدبية والتاريخية والأثرية والمعمارية... وآثار ذلك في أخلاق أمة

---

[1]– محمد منير حجاب: **الإعلام السياحي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص 63.

[2]– فؤاد البكري: **الإعلام السياحي**، دار النهضة الشرق، القاهرة، 2001، ص101.

[3]– ادريس فرقوة: **التراث في المشرح الجزائري**، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ص 27.

[4]– جميل نسيمة: **السياحة الثقافية وتثمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر**، كلية العلوم الاجتماعية، تخصص علوم الإعلام والاتصال، مذكرة لنيل شهادة ماجستير جامعة وهران، 2009-2010، ص 36.

مشا وأنماط عيشها وسلوكها بقطع النظر عن اختلاف الأديان والمذاهب، أما معناه الخاص فإنه يطلق على نتاج الفكر البشري الذي سبقنا الإنسان المعاصر يصبح هو بدوره من التراث بعد فترة قصيرة.[1]

التعريف الإجرائي:

يشكل التراث ثورة حضارية تمثل قيم وأفكار ومعتقدات وعادات وتقاليد شعوب ويعد امتداد للماضي في جزئياته وتفاصيله.

ثانيا– تعريف الثقافة:

لغة: لم تشر المعاجم العربية القديمة إلى مفهوم "الثقافة" ولم تحددها تحديدا معينا، فابن منظور يقول في مادة (ث، ق، ق): "يقال ثقفت الشيء وه وسرعة التعليم". [2]

فالثقافة في المعاجم العربية يعني الذكاء ولفطنة وإنما تجاوزت هذا المدلول إلى مدلول أوسع.[3]

اصطلاحا: يشير مجدي وهبة في تعريفه للثقافة إلى أربعة معاني وهي:

1– الثقافة هي رياضة الملكات البشرية والتي تتجسد في مختلف الإنجاز.

2– إنما ترقية للعقل والأخلاق وتنمية الذوق السليم في مختلف الفنون والآداب الجميل.

3– تعد إحدى مراحل التقدم في حضارة ما.

4– إنما من السمات المميزة لإحدى مراحل التقدم في الحضارات.

والثقافة بالمعنى التقليدي تعني الإنتاج الأدبي والفكري والفني وبمعناها الأنثروبولوجي الموسع تعني أنماط السلوك المادية والمعنوية السائدة في مجتمع من المجتمعات ومعنى الثقافة اليوم تعني حمل النشاطات والمشروعات والقيم المشتركة التي تكون أساس الرغبة في الحياة المشتركة لدى أمة من أمم. [4]

هو حصيلة خيرات أسلافنا الفكرية والاجتماعية والمادية، أي انه الموروث الثقافي والاجتماعي والمادي المكتوب والشفوي، الرسمي والشعبي واللغوي وغير اللغوي، خلال حياتنا (تصرفاتنا، تعبيرنا، طرائق تفكيرنا...).

تعريف الإجرائي:

هو مجموعة المواريث التي تعالجها جريدة السياحي وتتطرق لها بنوع من الشرح والتفصيل باستخدام مختلف القوالب الصحفية.

---

[1]– إعراب فهيمة، **التراث والسياحة**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التراث والدراسات الأثرية، 2010–2011، ص 5.

[2]– ابن منظور، **لسان العرب**، مج 1، ج6، ص 492.

[3]– مجدي وهبة، كامل المهندس، **معجم المصطلحات العربية في اللغة والآداب**، مكتبة لبنان، ط2، بيروت، 1994–1984، ص 123.

[4]– سليم جهان عبد الله الدائم، وآخرون، **الثقافة العربية أسئلة التطور والمستقبل**، مركز الدراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 2003، ص 279.

12- الأساليب الإحصائية:

لقد تم الاعتماد في هذا الدراسة على عدة أساليب إحصائية هي:

- معادلة "**هولستي**" لقياس الثبات المحتوى:

الثبات= $\frac{M2}{N1+N2}$

- التكرار والنسب المئوية للتعرف على فئات تحليل المحتوى وفق القانون التالي:

لـدينا النسـبة المؤويـة "س", تكـرار العينـة "ك",مجموع العينة "ن"

حيث: ن ⟵ 100%

ك ⟵ س%

س= (ك/ن) 100%

- مساحة الموضوع بغرض معرفة ما مدى أهمية الموروث الثقافي من خلال جريدة "السياحي" وفق القانون التالي:

المساحة = الطول × العرض

13- الدراسات السابقة:

عنـد دراسـتنا لإعـلام السـياحي ودوره في الحفـاظ علـى لمـوروث الثقـافي الجزائـري لا يمكننـا تجاهـل الدارسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع ومن أهم الدراسات نجد:

- الدراسة الأولى:2016/2015

مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة المسيلة للطالبة بن سليمان "الإعلام السياحي المكتوب في الجزائر" تمحورت الإشكالية:

ما هو واقع الإعلام السياحي المكتوب في الجزائر؟

واستعانت كذلك بالتساؤلات التالية:

- ما هو الإعلام السياحي؟
- هل تعكس مجلة السياحي واقع الإعلام المكتوب في الجزائر؟
- ما هي خصائص الشكلية التي تتميز بها مجلة السياحي؟
- ما هي أهم المواضيع التي تتطرق إليها مجلة السياحي؟

حيث سعت هذه الدراسة إلي دراسة واقع الأعلام السياحي في الجزائر، حيث تتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوطنية التحليلية، باستخدام أداة جمع البيانات المقابلة، والملاحظة كما طبقت العينة العشوائية وقع الاختبار على 09 أعداد لمجلة السياحي للفترة الممتدة 28 ديسمبر 2014 إلى غاية 30 مارس 2015 واختيار مجموعة من أعداد التي تطرق إليها موضوع الدراسة وتحليل هذه الأعداد من حيث الشكل والمضمون، وتوصلت إلى عدة نتائج من أهما:

- إن تجربة الإعلام السياحي في الجزائر مازالت لم تلقى رواجا كبيرا من الصحفيين المتخصصين.
- للإعلام السياحي دور استراتيجي في تطويلا صناعة السياحة والترويج لها من خلال نقل الصورة الحقيقية عن البلاد وهذا راجع لما يروج له الإعلام الغربي عن صورة الجزائر للسياحة الخارجية.

- الدراسة الثانية: 2010/2009

مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الإعلام والاتصال جامعة وهران للطالبة جميل نسمة السياحة الثقافية وتامين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر تتمحور الإشكالية: كيف صارت توظف البرامج الخاصة في التلفزيون الجزائري للمساهم في السياحة الثقافية وتأمين التراث؟ كما أدرجت التساؤلات التالية: ما هي الرسالة الإعلامية التي يعمل برنامج الحصة التلفزيونية الخاصة "مرحبا" تمريرها؟ ما هي أهم مواضيع معلومات حصة "مرحبا" ومصادرها، التي تجسد صورة عن موارد ومواقع السياحة الثقافية وعن التراث الجزائري؟

- ما هي أهم القوالب الفنية المستعملة في برنامج حصة"مرحبا"؟.

حيث سعت هذه الدراسة إلى دراسة الإعلام السمعي البصري من خلال حصة "مرحبا"ودورها في نقل الرسالة الإعلامية وتثمين التراث الجزائري والسياحة الثقافية، تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية باستخدام أداة جمع البيانات المقابلة وتحليل المضمون طبق هذه الأدوات على العينة القصدية، وتهتم هذه الدراسة بتحليل عينة من برنامج "مرحبا" في الفترة الممتدة من 01 أفريل 2009 إلى 24 جوان 2009 بمعدل أربع حصص في كل شهر وبذلك كانت عدة المفردات المختارة هي 12 وقد أخذنا أربع منها للتحليل.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها:

-أهم الأنواع السياحية المعالجة في البرنامج هي السياحة الثقافية قي المرتبة الأولى.

- أهم المجالات التي تطرق إليها البرنامج هي المعالم الأثرية.

مواضيع المعلومات التي قدمت من خلال البرنامج خصه "مرحبا" ومن إنتاج مختلف محطات التلفزيون الجهوية، تناولت في معظمها الجوانب السياحية والمعلومات عن التراث، وأحيانا الثقافة.

التعقيب على الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: عالجت هذه الدراسة واقع الإعلام السياحي في الجزائر من خلال وسيلة إعلامية مكتوبة جريدة "السياحي" بإستخدام تحليل مضمون لجريدة السياحي ككل.

الدراسة الثانية: عالجت هذه الدراسة نوع من أنواع السياحة ألا وهو السياحة الثقافية ودورها في تثمين التراث من خلال وسيلة إعلامية سمعية بصرية لتحليل مضمون حصة "مرحبا".

– أما موضوع دراستنا فقد جاء لإبراز نوع من أنواع الإعلام المتخصص في مجال السياحة ودوره بالحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري بمختلف أشكاله من خلال تحليل مضمون جريدة "السياحي الأسبوعية".

الفصل الثاني

الإعلام السياحي

تمهيد

يعتبر الإعلام وسيلة التواصل أساسي بين مختلف الأفراد في شتى أنحاء العالم رغم تعدد وسائله ومجالاته وهذا لارتباطه الوثيق لمفهوم المعلومة التي أصبحت تشغل بال المتلقي يتفرغ هذا الأخير إلى إعلام ثقافي، رياضي، سياسي، اقتصادي وإعلام سياحي.

فالإعلام السياحي هو أحد أشكال الإعلام المتخصص ويعرف على أنه كافة أوجه النشاط الاتصالية المخططة التي يمارسها إعلاميون متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الأخبار والمعلومات السليمة عن القضايا ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية وهذا من أجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور.

وفي بداية الفصل تكلمنا على الإعلام وأهدافه وخصائصه بالإضافة إلى السياحة وأركانها، أهميتها وأنواعها وعلاقة كل من الإعلام بالسياحة، ثم عرجنا على الإعلام السياحي من خلال التطرق إلى أهميته وخصائصه وأهدافه وكذا وظائفه وأشكاله.

المبحث الأول: الإعلام أهميته، خصائصه و أهدافه.

المطلب الأول: أهمية الإعلام.

تبرز أهمية الإعلام من خلال الوظائف والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها للفرد والمجتمع، وقد زادت أهميته في المجتمع الحديث من خلال ما يلي:

- التقدم العلمي: التقدم السريع جعل من الإعلام عنصرا هاما لاتصال هذا التقدم إلى جميع أفراد المجتمع.
- الانفجار السكاني: لا يستطيع أفراد المجتمع الاتصال بمصادر المعلومات والأخبار إلا من خلال وسائل الإعلام.
- الانفجار المعرفي: وهذا مرتبط بالانفجار السكاني، فالمعارف في ازدياد عن طريق إحدى وسائل الإعلام.
- التنشئة الاجتماعية والتكيف: ساهمت وسائل الإعلام لتنشئة الاجتماعية وساعدت الأفراد على التكيف من خلال نثر الوعي الاجتماعي والحفاظ على العادات والتقاليد وتوحيد المجتمع في نسق واحد.
- ربط المجتمعات: وذلك عن طريق نقل الفكر والأخبار والأحداث. [1]

المطلب الثاني: خصائص الإعلام.

يتميز الإعلام بثلاثة مميزات هي:

- الإعلام هو نشاط اتصالي يتضمن كافة عناصر العملية الاتصالية.
- الإعلام هو التعبير الحقيقي عن وعي وأفكار وميول واتجاهات وقيم وعادات وتقاليد.
- الإعلام نشاط يتميز بالدقة والوضوح والتجديد والصدق. [2]

المطلب الثالث: أهداف الإعلام.

يهدف الإعلام إلى:

- نقل المعلومات العلمية والأدبية والاجتماعية والسياسية التي تحدث في العالم.
- تأثير في آراء وأفكار الأفراد وتشكيلها.
- توسيع إدراك الجماهير عن طريق تزويدهم بالمعارف.
- تأثير تجاري لترويج سلع معينة.[3]

---

[1]- نعيم الظاهر، عبد الجابر تيم، **وسائل الاتصال السياحي**، دار اليازوري، العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2001، ص 44.

[2]- إبراهيم إمام، ص 214.

[3]- عبد القادر حاتم، **الإعلام والدعاية نظريات وتجارب**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، د.ط، 1996، ص 100.

المبحث الثاني: السياحة أهميتها، أنواعها و أركانها وعلاقتها بالإعلام.

المطلب الأول: أهمية السياحة.

تعد السياحة من أهم القطاعات التي تساهم في الدخل الاقتصادي والاجتماعي مدخلا للتبادل الثقافي والحضاري وبهذا فإن لها أهمية متعددة على مختلف مجالات الحياة فيما يلي نحاول تقديم باختصار أهمية السياحة على مختلف مجالات الحياة:

– جلب العملات الصعبة وتوسيع نطاقات الاستثمار الأجنبية وخلق مناصب عمل مما يؤدي إلى تضخيم الناتج الاقتصادي والاجتماعي للدول السياحية. [1]

– تساهم في نقل وتبادل الحضاري والثقافي بين مختلف الأمم، وتعمل على تثمين العلاقات وتقليص مسافات الثقافية والفكرية، كما تمكن أهمية تساهم في الحفاظ على التراث التاريخية والثقافي للشعوب والكشف لمختلف الطبوع الثقافية والفنون والآداب والتأثير في السياح تأثيرا ثقافيا. [2]

– تعطي السياحة فرصة استغلال المواد الطبيعية وتدفع بمسؤولي القطاع السياحي للمحافظة عليها وترقيتها وبالتالي فأهميتها تكمل بإهتمامها بالبعد الجمالي للمواد السياحية

المطلب الثاني: أنواع السياحة.

هناك عدة أنواع للسياحة.

1- سياحة تبعا لعدد الأشخاص المسافرين نجد فيها السياحة الفردية والجماعية.

2- سياحة تبعا لوسيلة المواصلات المستخدمة وتضم سياحة برية، بحرية، أو نهرية وسياحة جوية.

3- سياحة وفقا للسن ويتدرج ضمنها سياحة شباب (16-30)، سياحة متوسطي السن بين (30-60سنة) سياحة كبار السن 4 فوق (60 سنة).

4- سياحة وفقا لمتوسط الإنفاق نجد فيها سياحة الأثرياء الذين يسافرون بوسائلهم الخاصة وسياحة الطبقة المتميزة التي تمتاز بنوعيات ممتازة من الخدمات.

5- سياحة وفقا لبرنامج سياحي تندرج ضمنها السياحة الموسمية والسياحة العابة وتكون غير مخطط من طرف السائح، مثل العبور بمنقطة أثناء القيام برحلة لمنطقة أخرى. [3]

---

[1]- محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 82 .

[2]- عثمان محمد غنيم، سعد نبيل بنيتا، **التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل**، دار صفاء للنشر، الأردن، 1999، ص22.

[3]- محمد منير حجاب، **مرجع سبق ذكره**، ص 85.

6- سياحة وفقا للدوافع: وتنحصر السياحة وفقا لهذا التضيق في السياحة الترفيهية تجذب أكبر من 75% من السياح، السياحة الثقافية تهدف لإشباع رغبة معرفية، سياحة العلاجية هدفها يكون العلاج، سياحة دينية بزيارة الأماكن المقدسة، سياحة الرياضية، سياحة المعارض والمهرجانات. [1]

المطلب الثالث: أركان السياحة.

للسياحة أركان أساسية ترتكز عليها نذكرها:

1- النقل: ترتبط صناعة السياحة بصناعة النقل وتعتبر أحد الأركان الأساسية للنشاط السياحي فبدون نقل لا وجود للتنقل السياحي.

2- الإيواء: وهي أول ما يبحث أنه السائح عند وصوله لدولة محل السياحة فهو ركن أساسي.

3- البرامج: نجاح السياحة مرتبط بالبرامج السياحية وتشمل زيارة المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والراحة، المناطق العلاجية والطبيعية بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى كالمحلات والأسواق والمتنزهات.

4- البنية التحتية: وتتمثل في الخدمات الأولية الواجب توفرها في أي مشروع سياحي أو منطقة سياحية وتتمثل في شبكات المياه والصرف الصحي الكهربائي الغاز والخدمات البنكية. [2]

المطلب الرابع: علاقة الإعلام بالسياحة.

العلاقة بين الإعلام والسياحة علاقة تبادلية يمكن الوقوف عليها من خلال محورين مختلفين:

المحور الأول: رؤية واسعة عامة.

تقر هذه الرؤية بأن العلاقة بين الإعلام والسياحة هي علاقة الجزء بالكل فالسياحة تعد عملا اتصاليا بحد ذاته وتقوم بجزء مهم من وظائف الاتصال بإيصال رسالة ما غلى جمهور معين باستخدام الدعاية والإعلام عن واقع الشعب وطريقة معاملتهم للسياح فالإعلام هو أحد أدوات الأساسية لبناء شخصية البلاد على نطاق دولي لهذا أصبح توظيف السياحة كأداة هامة لإبراز الوجه الحضاري وثائقي للدول.

المحور الثاني: رؤية تفصيلة.

الإعلام والسياحة نشاطي مختلفين بينهما قاسم مشترك، فالسياحة منتج بحاجة ضرورية إلى الإعلام للتعريف بمقومتها وأنشطتها لاستقطاب السياح، ولا يمكن تحقيق هذا دون وسائل إعلام التي تسهل النشاط

---

[1]- فتحي محمد الشرقاوي، نرمين الحطاب، وائل أمين، **مبادئ علم السياحة**، مكتبة بستان المعرفة، القاهرة، 2006، ص 72.

[2]- عوينات عبد القادر، **السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2015) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي السياحي 2025**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم علوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، 2012، 2013، ص 40.

السياحي، فالدور الأساسي الذي تمارسه وسائل الإعلام في دعم صناعة السياحة هو تثقيف السائحين، وتتيح فرصة للمستثمرين والعاملين القائمين على مجال السياحي في زيادة عدد الاستثمارات والتعريف بها. [1]

المبحث الثالث: أهمية الإعلام السياحي وخصائصه وأهدافه.

يتميز الإعلام السياحي، بأهمية كبيرة وخصائص تميزه عن أنواع الإعلام الأخرى كما أن أهدافه متعددة نذكر منها:

المطلب الأول: أهمية الإعلام السياحي.

تمكن أهمية الإعلام السياحي في ضوء التفاعل بين عناصر النشاط السياحي الذي يتكون من أربعة عناصر هي:

العرض السياحي، الطلب السياحي، التسويق السياحي، السفر عن الريف التفاعل المستمر بين هذه العناصر والأنشطة الإعلامية التي تنم حركة ونمو النشاط السياحي وتتحدد على ضوء هذه التفاعل أهمية الإعلام السياحي على النحو التالي: [2]

– تحقيق الوعي:

تتزايد أهمية الإعلام السياحي للتوعية والتثقيف الجماهير داخليا عن طريق إتباع الأساليب الملائمة لزيادة إدراك جميع أفراد المجتمع وفهمه لواقع السياحة في بلدهم، ويعمل وسائل الاتصال الجماهير بتكامل مع الاتصال الشخصي والجماهيري في العمل على زيادة الوعي السياحي.

– تحفيز الطلب عل المضمون السياحي:

تحفيز الطلب على المضمون السياحي تأكيد أهمية الاتصال الشخصي والجمعي أيضا من خلال عدة جوانب أخرى مثل: (المشاركة في المؤتمرات والمعارض، استضافة الشخصيات السياحية والإعلامية، تعميق الصلة مع قنوات التوزيع التقليدية (وكالات السياحة، بيروت، الشباب...).

– الترويج والخدمات السياحية:

هو أحد عناصر الترويج التسويق السياحي ومن مكونات الترويج السياحي، البيع، الإعلانات، الإعلام، تنشيط المبيعات، ويتم من خلال الاتصال عبر أنشطة بصورة مباشرة أو غير مباشرة، بالسائح لإقناعه بأهمية التعامل على برنامج معين.

---

[1]– هباش بن رجاء الحربي، سعود السبق السهلي، **الإعلام السياحي مفاهيم وتطبيقات**، دار أسامة للنشر والتويزع، الأردن، د.ط، 2015، ص 30.

[2]– المرجع نفسه، ص 15.

– **نشر المعرفة السياحية:** يعتبر الإعلام أحد الوسائل لنشر الثقافة السياحية لدى الجمهور من خلال وسائل الإعلام (الصحف، والمجالات، الإذاعة، والتلفزيون، وأنترنت) عن طريق كل هذه الوسائل يستقي الفرد معلومات سياحية ذات طابع إعلامي. [1]

– **احتياجات السياحة إلى الإعلام:**

يتم نمو السياحي وفق تخطيط دقيق لبرنامج إعلامي محكم فيه كافة الاعتبارات الإعلامية، كما تستخدم فيه كافة الأنشطة الاتصالية والأساليب الاقناعية عن طريق جهاز إعلامي يقوم على أساس علمي تراعي فيه بمتطلبات الإعلام والدعاية السياحية والقادرة على متابعة التطور السياحي وأهمها:

– التركيز الإعلامي على صورة الحاجة التي تجذب السياح.

– ملائمة الأنشطة الإعلامية لعادات وتقاليد وتاريخ الشعوب التي يتوجه بها النشاط.

– التعريف بالمقومات أو المغريات السياحية مثل (التسهيلات السياحية، حالة الموانئ، والمطارات، السكك الحديدية، كرم الضيافة، وسائل الترفيه، المعالم السياحية...). [2]

– **تحقيق الإقناع لدى السائح:**

يتحقق النشاط السياحي بإستخدام كافة الأنشطة الإعلامية وأساليب الإقناعية التي تساعد على زيادة أعداد السائحين الفعليين والمرتقبين من داخل الدول وخارجها إلى جانب زيادة أعداد السائحين الفعليين، يساهم الإعلام في تحقيق أهداف أخرى للتنشيط السياحي تتمثل في:

– مواجهة المنافسة السياحية في الدول الأخرى.

– المحافظة على السائحين الفعليين وإجتذابهم لتجربة الزيادة والاستمتاع بالعالم السياحية المختلفة.[3]

المطلب الثاني: خصائص الإعلام السياحي:

يركز الإعلام السياحي على التعريف بالتسهيلات السياحية التي تقدم للسياح يتمتع بها كل منهم عند قدومه للمقصد السياحي كل قيد على حركته وحريته ويترتب عليه أثر عكسي سواء في إمتداد إقامته أو في معاودته للزيادة لو في دعوته لغيره مع اقاربه وأصدقائه لزيادة البلاد والتي زاروها من أبر خصائص الإعلام السياحي ما يلي:

– أن يقدم بصورة متجانسة عادات وتقاليد الشعوب.

– أن يأتي معبرا عن حضارة الشعوب القديمة ونهضتها الحديثة.

---

[1] – محمد منير حجاب، **مرجع سبق ذكره**، ص 73.

[2] – المرجع نفسه، ص 74.

[3] – صباح سليمان، **الإعلام السياحي المكتوب في الجزائر**، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والإتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015-2016، ص 22.

– تقديم المقومات السياحية من فنادق ووسائل الترفيه وتسهيلات السفر.

– التعريف بالمقومات السياحية وتسهيلات الدخول والإجراءات الجمركية.

– ملائمة الأنشطة الإعلامية لعادات وتقاليد وتاريخ شعوب. [1]

المطلب الثالث: أهداف الإعلام السياحي.

يهدف الإعلام السياحي إلى عدة أهداف (إقتصادية – اجتماعي بيئية، ثقافية) فيما يلي نعرض أبرزها:

– **أهداف وطنية:** يتمثل غرس الانتماء لدى المواطنين وإبراز الوجه الحضري والمتميز للبلاد وتحفيز على السياحة الداخلية.

– **أهداف بيئة:** يدعم التوجه الإيجابي للتعامل مع البيئة في البلد إضافة إلى تنمية الوعي بأساليب استخدام الأمثل للمنتجات السياحية.

– **أهداف اجتماعية:** التوجه الاجتماعي لصناعة السياحة وتهيئة المجتمع لنقل السياحة، يحمل على تعزيز احترام المواطنين للسياحة بجميع فئاتهم وأنواعهم.

– **الأهداف الثقافية:** يعرف بالتراث الثقافي المادي وغير المادي للبلاد ودعم احترام السياح غير مواطنين لخصوصية المجتمع وثقافته وعلى تشجيع المحافظة على الفنون والصناعات والحرف التقليدية.

– **أهداف اقتصادية:** يلعب دورا باديا في إنعاش الاستثمار الإيجابي لصناعة السياحة في دعم الاقتصاد الوطني، كما يعمل على تعزيز مبدأ الشراكة بين وزارة السياحة وجميع القطاعات المجتمع ذات العلاقة بقطاع السياحة.

المبحث الخامس: وظائف الإعلام السياحي وأشكاله.

المطلب الأول: وظائف الإعلام السياحي.

لا تختلف وظائف الإعلام السياحي عن باقي الوظائف الأخرى في جانب التخصص في مجال السياحي ويمكن إجمال الوظائف الأساسية للإعلام السياحي فيما يلي:

– **الإخبار والإعلام:** يعني تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور مما يجعلهم يتعرفون على قمة ما يحيط بهم ويعملون على تقديمه في افضل صورة تجذب السائح من مختلف وجهات العالم[2].

---

[1]– صلاح الدين عبد الوهاب: **التخطيط السياحي**، دار القومية للطباعة والنشر، مصر، د.ط، 2002، ص 77.

[2]– محمد منير حجاب، **مرجع سبق ذكره**، ص81.

– **التفسير**: هو تزويد الجمهور بخلفيات وتفاصيل الأحداث والقضايا والمشكلات السياحية الراهنة وشرح جداول التنمية السياحية، وتقدم بطريقة بسيطة وخالية من التفاصيل العملية وتوقظ الجمهور وتثير انتباهه وتهيء ذهنه للمشاركة في مناقشتها.

– **التثقيف والتعليم**: الإعلام من أهم وسائل التثقيف يمكن أن تتم عملية التوعية بقضايا التنمية السياحية وغيرها من القضايا ووضع الحلول لها من خلال أشكال الاتصال المختلفة.

– **الإقناع**: هو جهد اتصالي مخطط ومدروس ومستمر للتأثير في الآخرين وتعديل معتقداتهم وقيمهم وميولهم من خلال الاستخدام المتعمد لوسائل الإعلام وذلك لدفع الجماهير إلى موقف إيجابي وفعال للسياحة وتحسين الصورة الذهنية[1] السياحة لدى الجماهير في كافة القطاعات وتدعيم الاعتقاد بأهمية الثقافة والاجتماعية والاقتصادية وتأكيد مدى الاستفادة المحققة في إزدهار السياحة ومن ناحية أخرى تحقيق الاقناع يعد من أهم الوظائف الإعلامية لدوره في تعميق مفهوم الوعي السياحي.

– **نشر الثقافة**: عن طريق عرض مجموعات القيم والمفاهيم والمعتقدات وأساليب الحياة المختلفة للجمهور سواء كانت محلية أو عالمية والسياحة في تحقيقها كظاهرة حضارية تعد أحد أهم وسائل الاتصال الثقافي بين أهم والشعوب وهنا التوضيح بالنسبة للجمهور الداخلي أي السياحة ما دامت تتم في ضوء. [2] الضوابط والمعايير الأخلاقية فهي لا تتعارض مع قيم وتقاليد مجتمعنا وتعاليم الدين الإسلامي فعن طريقها يتحقق التفاهم بين الشعوب الأرض.

– **الترفيه**: وهو هدف من أهداف وسائل الإعلام يمكن الفرد من مواجهة أعباء الحياة، فمن خلال القنوات المختلفة يمكن الإنسان أن يرى الشخصيات ويشاهد التجارب والخبرات فترسخ في الأذهان وهو ما يعتبره العلماء أساسا لعملية التنمية والتحول الاجتماعي.

خدمة السياسية القومية السياحية: ذلك بفتح صفحات الجرائد وقنوات التلفزيون وغيرها لعرض القضايا والمشكلات والسياسات السياحية ومناقشتها وتشجيع مشاركة المواطنين فضلا عن تغطية الشؤون السياحية الدولية بشكل موضوعي يساهم في تنمية الوعي السياحي الجمهور.

التسويق والإعلان: الإعلام بوسائله المختلفة بعد من أهم الوسائل التي تلجأ إليها المؤسسات والشركات والهيئات السياحية للإعلان عن البرامج السياحية والإعلانات تتناول البرامج السياحية الداخلية وهذا

---

[1]– فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق **وتخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا**، عالم الكتب لنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2007، ص 18.

[2]– صباح سليمان، **مرجع سبق ذكره**، ص 25.

الإعلام والاقتصاد في السياحي إلى جانب أهمية لتغطية الموضوعات السياحية في إطار الخطة القومية العامة فهو فيفيد الجمهور بتوفير لهذه المعلومات الضرورية كما أنه مصدرا أساسيا لتمويل وسائل الإعلام. [1]

المطلب الثاني: أشكال الإعلام السياحي.

أن الأشكال الإعلامية التي يمكن الإستعانة بها في مجال السياحة تعتبر بمثابة همزة الوصل بين أي مؤسسة وجماهير المختلفة وذلك من خلال الإعلان، الدعاية، العلاقات العامة حيث تتكامل هذه الوسائل وتتعاون معا لتحقيق أهداف العملية السياحية لتركيزها على:

- تنمية الوعي السياحي بأهمية السياحية ودورها.
- تدعيم السلوك الجمهور الداخلي، نحوى الثورة السياحية ونمو حسن معاملة السائحين.
- التأثير في الجمهور الخارجي وزيادة أعداد السياح المرتقب من هنا تتطرق إلى هذه الأشكال أي الإعلان والدعاية والعلاقات العامة.

1- الإعلان السياحي:

يعد أهم وسائل الاتصال بالسائح لتعريفه بالبرامج السياحية، ويعرف بأنه تلك الجهود غير الشخصية التي تعمل على التأثير في الوجدان وعواطف ومدركات السياح وتوجيه سلوكهم السياحي نحو التقاعد مع شركة سياحية محددة. [2]

فالإعلانات له دور كبير في توجيه السياح إلى منطقة ما بالترويج لها وما تتوفر عليه من أمن وإستقرار وأسعار معقولة.

وتكمن أهمية كونه يحمل على زيادة الطلب على البرامج السياحية وإطالة فترة حياتها وتعريف بما لزيادة الإقبال عليها، كما يحمل على الترويج أنماط حياتية جديدة.

ويمتاز الإعلان السياحي بخصائص عدة منها:

- تجانس رسالة الإعلان مع عادات وتقاليد المجتمع الذي تخاطبه.
- يعتمد على حقائق وبينات صادقة عن الخدمات المقدمة دون مبالغة.
- يعبر عن المحفزات السياحية وعناصر جد سياحي مثل التسهيلات ومستوى الخدمة والمعالم السياحية. [3]

---

[1]- صباح سليمان، **مرجع سبق ذكره**، ص 84.

[2]- محمد منير حجاب، **مرجع سبق ذكره**، ص 89-90.

[3]- مرجع نفسه، ص 96.

2- الدعاية السياحية:

تعرف الدعاية في مجال السياحة بأنها أداة الاتصال المجانية وغير شخصية لعرض السلع والخدمات والأفكار السياحية للجماهير المستهدفة بواسطة ثالث أو جهة غير ذات مصلحة.[1]

حيث تحمل في التأثير على آراء وإتجاهات ومواقف السياح من خلال التكرار وعرض الرأي على انه حقيقي وخلق والتجديد وتوظيف العاطفة،[2] بإستخدام وسائل الإعلام السياحي (الكتيبات، الصحف، النشريات، الانترنت...).

3- العلاقات العامة:

تعد شكل مهم من أشكال الإعلام السياحي فهي التي تجمع بين المهتمين بالسياحة داخل البلاد وخارجها فهي تهدف إلى بناء لبنة دعائية سياحية قوية تكون نواة الحملات السياحية:

وللعلاقات العامة في المجال سياحي أدوار ومهام متعددة نذكر منها:

- دراسة الاتجاهات العامة في السوق السياسي المحلي والدولي.
- الإحاطة بالتطورات التي تحدث في مجال السياحة العالمية.
- تمثل حلقة وصل بين الهيئات الرسمية وشركات السياحية في الداخل والخارج.

[1]- طه أحمد عبيد، **مشكلات التسويق السياحي**، مكتبة الجامعية الحديثة الإسكندرية، مصر، د.ط، 2010، ص 92.

[2]- منير حجاب، **مرجع سبق ذكر**، ص 105.

خلاصة الفصل:

خلصت الدراسة في هذا الفصل إلى أن الهدف من الإعلام هو نقل المعلومات والمعارف وتأثير في آراء وأفكار الأفراد توسيع إدراك الجمهور ومن أهم خصائصه أن يتميز بالدقة والوضوح تزيد أهميته في التقدم العلمي والانفجار السكاني فهو يربط بين المجتمعات في نقله للأفكار وربطها.

أما السياحة فهي تقوم على أركان أساسية من نقل وإيواء وبرامج كما أنها تعتمد على البنية التحتية وتكمن أهميتها في جلب العملة الصعبة وتساهم في نقل وتبادل الحضارات والثقافات كما تحضى فرص استغلال المواد الطبيعية فالإعلام والسياحة علاقة تبادلية تتمحور في محورين أساسيين هما رؤية واسعة عامة ورؤية تفصيلية.

كما أن أهمية الإعلام السياحي وخصائصه وأهدافه تكمن في تحقيق الوعي، وتحفيز الطلب على المضمون السياحي، الترويج والخدمات السياحية كما يهدف إلى نشر معرفة سياحية.

فالسياحة تحتاج إلى الإعلام في تحقيق الإقناع لدى السائح وتعطي صورة متجانسة لعادات وتقاليد الشعوب وتعريف بالمقومات السياحية، كما يهدف إلى نشر معرفة سياحية.

فالسياحة تحتاج إلى الإعلام في تحقيق الإقناع لدى السائح وتعطي صورة متجانسة لعادات وتقاليد الشعوب وتعريف بمقومات السياحية، ويهدف الإعلام السياحي إلى عدة أهداف منها أهداف وطنية اجتماعية وثقافية كذلك إلى أهداف اقتصادية، ومن أهم وظائف الإعلام السياحي الأخبار، الإعلام والتفسير، التثقيف، التعليم والترفيه، ونشر الثقافة وأشكاله متعددة من أبرزها الإعلانات السياحية، الدعاية والعلاقات العامة.

الفصل الثالث

الموروث الثقافي

تمهيد

في هذا الفصل سوف نتطرق إلى الموروث الثقافي، بذكر مميزات الثقافة وأنواعها وعلاقتها بالتراث باعتباره مجموعة العناصر المتناقلة من جيل إلى آخر التي أنتجها الإنسان في الماضي والحاضر.

تم التعريج على تقسيمات التراث الثقافي وعناصره المختلفة من عناصر فكرية واجتماعية بالإضافة إلى التطرق إلى وسائل الحفاظ على الموارد التراثية وحمايتها.

المبحث الأول: التراث والثقافة.

المطلب الأول: مميزات الثقافة.

تتميز الثقافة بعدة مميزات هي:

- الثقافة هي إنتاج بشري خالص.
- الثقافة مكتسبة من المجتمع فهي لا تولد مع الفرد، وإنما تخترع من العقل.
- الثقافة ليست جامدة فهي تتغير وتعدل بما يضيفه الأجيال الجديدة لها من خبرات وقيم وأنماط سلوك.
- تعد الثقافة عملية لها مدخلات تشمل كل العناصر المادية والمعنوية للمجتمع ومخرجات تشمل ما يتم استيعابه والتفاعل معه من تلك العناصر لتنتج لنا ثقافة خاصة بالمجتمع.
- الثقافة تتوارث من جيل إلى آخر على شكل نضم، تقاليد وعادات، كما أنها تنتقل من وسط اجتماعي إلى آخر.
- تمتاز بالتكامل رغم تغيرها والاتساق بين عناصرها المختلفة. [1]

المطلب الثاني: أنواع الثقافة.

للثقافة نوعان الثقافة المادية والثقافة اللامادية.

1- الثقافة المادية:

وهي كل ما يستطيع أن يلمسه الإنسان من عناصر وأشياء والتي يسعى الإنسان لإكتسابها من أجل إشباع حاجته الأساسية وتشمل الأواني الفخارية التي استخدمها الإنسان البدائي والعمارة بشكل عام كالمواقع الأثرية والمدن العتيقة والمتاحف ومختلف وسائل النقل والمباني والمنشآت، كما تشمل أيضا الفنون والآداب أو ما يطلق عليه بالتراث الأدبي والفني وتتمثل في الملابس والحلي، الآلات الموسيقية والمخطوطات والصناعات الحرفية اليدوية.

فالثقافة المادية تمتاز بشكل ومظهر فيزيقي ووجود ملموس ومحسوس فهي منتج من صنع الإنسان بغض النظر عن حجمها وشكلها واستخدامها. [2]

---

[1]- النجاني ميانة، **دور التراث المادي واللامادي لمجتمع واد سوف في تحديد ملامح الهوية الثقافية وتكاملها**، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة واد سوف، الجزائر، العدد السادس، أفريل 2014، ص3.

[2]- خليفة حسين العسال: **بحوث في الثقافة الإسلامية**، الدوحة، دار الحكمة للنشر، الجزائر، 1993، ص43.

2- الثقافة اللامادية:

وهي كل مادة ابتكره الإنسان واستخدمه في تفسير سلوكه وأفعاله بشرط أن لا تخرج من نطاق عقله وتفكيره.

فهي تمثل جميع السمات الثقافية الغير ملموسة كالمهارات الفنية والمعتقدات والاتجاهات واللغة، والأسطورة والحكاية والأمثال وكل ما يعبر عن مظهر الفكر والإيديولوجي للتفاعل الإنساني، فالثقافة اللامادية تلعب دورا هاما في سلوكنا وحياتنا اليومية.

فمهما تكن الثقافة المادية واللامادية، فهما وجهان لعملة واحدة وهي ثقافة المجتمع فكل منها يؤثر ويتأثر بالآخر.

المطلب الثالث: علاقة التراث بالثقافة.

هناك العديد من الدارسين لا يفرقون بين التراث والثقافة ويعتبرهم كلا متكاملا فتعريف علماء الأنتروبولوجيا للتراث قريب من تعريفهم للثقافة فهناك ن يعرف التراث بقوله بأنه هو الثقافة ومجموع العناصر الثقافية التي يتلقاها من جيل إلى آخر والمنقولة إلينا. [1]

فيكون التراث بذلك يمثل مجموعة العناصر الثقافية المتناقلة من الأجداد إلى الأحفاد فهو شكل ثقافي يتميز بسمة الانتقال الاجتماعي، ويجمع بين مختلف الموارد الثقافية سواء فكرية أو مادية لتكسبه صفة البقاء والاستمرارية.

[1]- يسمينة شرابي، **الموروث الثقافي في أدب الرحلة الجزائري**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، قسم اللغة والأدب كلية الأدب واللغات، جامعة البويرة، 2013، ص 11.

المبحث الثاني: تقسيمات وعناصر الموروث الثقافي والحفاظ عليه.

المطلب الأول: تقسيمات التراث الثقافي.

ينقسم التراث الثقافي قسمين هما:

1- التراث الثقافي الغير منقول:

وهو كل ممتلكات الثقافة التي لها قيمة وطنية أو إنسانية من الناحية التاريخية العلمية والفنية خصوصا وتشمل المواقع والمعالم والمنشآت المعمارية وأعمال النحت والرسم المعماري وهياكل ذات طابع أثري والتي تكتسب أهمية بحكم طابعها الأثري والتاريخي وتفردها وانسجامها واندماجها مع محيطها فهي تشمل المدن التاريخية الحية والمدن الجديدة والمدن المندثرة التي تؤرخ لفترة زمنية محددة.

2- التراث الثقافي المنقول:

وهو مجموع الممتلكات المنقولة المتكونة من الحفريات الأثرية والأدوات الحجرية التي تعود إلى ما قبل التاريخ والبقايا الأدبية والنقوش والمخططات والأرشيف ومجموع الأعمال الفنية كالرسوم والمنحوتات والصور الفوتوغرافية والأفلام وكل شاهد على مجموع تيارات الفكرية والعادات والهوية والفن أو الأحداث. [1]

المطلب الثاني: عناصر الموروث الثقافي.

يوجد عدة تقسيمات للموروث الثقافي فمنهم من يصره في موروث مادي ولا مادي ومنهم من يحصره في ثلاثة تقسيمات وتتمثل في فكري اجتماعي، موروث مادي وفنون شعبية.

1- الموروث الفكري:

ويسمى كذلك بالموروث الثقافي والموروث الفكري مرتبط بالنتاج الأدبي والفكري والعلمي الذي خلفه لنا علماؤنا ومفكرونا سالفا قبل عصر النهضة بل، أن مجدي وهبة قد حصر التراث عامة في ما خلفه السلف من آثار علمية وفكرية وأدبية.

2- الموروث الاجتماعي:

ويقصد به تلك السلوكات والفكرية التي مارسها أجدادنا وانتقلت إلينا وتنحصر في:

أ- المعتقدات: وهي مجمل ما يؤمن به الشعب بما يتعلق بالعالم ويعد ميدان من ميادين التراث الشعبي تهتم بالبحث عن تصورات ناس وبعض الظواهر الطبيعية والنفسية فهي مرتبطة بالأفكار، ومحاولة تفسير لعقلية الإنسان للأمور الخلفية.

ب- العادات والتقاليد: ترتبط بسلوك الإنساني اليومي مع نفس وعلاقته مع آخر يخضع لها كل أفراد المجتمع ويمارسون بطريقة عقوبة فهي مقدسة بالنسبة لهم وتختلف باختلاف المجتمع والزمن، وتنحصر كما حددها عبد

[1]- يسمينة شرابي، **مرجع سبق ذكره**، ص 12.

الحميد بورايو في دور الحياة (الميلاد، ختام، الزواج، الوفاة...) بالإضافة إلى الأعياد والمناسبات الدينية والوطنية وكذا المعاملات الاجتماعية بين أفراد الجماعة، الضيافة وعلاقة الصغير بالكبير... الخ، ويعد هذا النوع من التراث المعنوي المنقول إليها عن طريق الممارسة، فهو مهدد بالضياع في أي وقت إن لم نصونه وننقله لأحفادنا.

ج- الموروث الشفوي: ترتبط بما أنتجه الذاكرة الاجتماعية ويترجم في عدة أشكال من قصص وأمثال، حكايات، أساطير أغاني بأنواعها، الأمثال والحكم، فهي بمثابة مخزون ثقافي متواجد في أذهان الأجداد والمنقول للأحفاد.

د- الموروث الثقافي المادي والفنون الشعبية: وهو كل ما يصنعه الإنسان في حياته العامة، وكل ينتجه العمل البشري من أشياء ملموسة وهي ذات طابع تقليدي، يحضى باهتمام بالغ من قبل أفراد المجتمع وتتمثل في الأكواخ والمعارات التي هجرها الإنسان وحل محلها عناصر أخرى كالمساكن والقصور.

وقد حاول علماء الأنتروبولوجيا تحديد العناصر الجزئية التي يندرج ضمنها هذا الموروث في آلات الموسيقية كالآلات النفخ والوترية، والإيقاع...الخ، والفنون الشعبية الفرلاوسية، الفلكلور الشعبي، والبارود، ...الخ، بالإضافة فنون التشكيل الشعبي والأشغال اليدوية المختلفة كالأزياء وصناعة الحلي، أدوات العمل الزراعي، الأدوات المنزلية بالإضافة إلى الصناعات الشعبية كصناعة الزرابي والفخار، والحلفاء.

المطلب الثالث: وسائل الحفاظ على الموارد التراثية وحمايتها

يعد منهج الحفاظ على موارد التراث الأساسي الذي تقوم عليه إدارة الموارد التراثية التي تتضمن التحكم في الحيز الجغرافي الذي توجد فيه هذه الموارد بطرق ووسائل شتى لتقليل من المخاطر التي تهديدها ومن ثم العمل على معالجتها و وضع الحلول المناسبة لها فإدارة التراث تعني في المقام الأول بالحفاظ على هذه الموارد من خلال: توثيقها، ترميمها، صيانتها، حمايتها، العمل على تقليل المخاطر في الدمار الذي يتهددها، وعلى هذا الأساس، حاولت تقديم وسائل ثلاث أراهم فاعلة قابلة للتطبيق على أن تواصل التفكير في وسائل الترميم وفي إيجاد آليات جديدة للتحكم في رصيدنا الحضاري الضخم فمن هذه الوسائل نجد[1].

[1]- اسماء محمد مصطفى، **الموروث الثقافي المادي وغير المادي للعراق وأهمية تعزيزه وحمايته من الضياع "الماضي يحاور الحاضر عن المستقبل"**، جانفي 2014، http://unesdos.unesco.org/images/0013/001325/132540f.pdf تاريخ الإطلاع: 2017/04/04 على الساعة: 20:35.

1- الحماية الإدارية:

- الجرد:

يعتبر هذا الإجراء أول شرط من شروط المحافظة خاصة لما يتعلق الأمر بالتراث المنقول لأنه يتعرض سرقة والتهريب.

- الترميم والصيانة:

هو عملية تهدف إلى بقاء على الطابع الخاص للتحف أو الأثر التاريخي الهدف من ورائها الحفاظ على القيم الفنية بشرط عدم المساس بالقيمة التاريخية والصيانة أو هي عبارة عن عمل أو مجموعة من أعمال الفنية التي تهدف إلى معالجة التلف بغية استرجاع الأصل إلى حالته الأصلية التي كان عليها سواء كان مبني على الملقي، والصيانة والترميم يهدف إلى إعادة الأصل إلى حالته الأولية، و عملية الترميم والصيانة المباني والمعالم التاريخية وتخضع لعدة خطوات أساسية قبل وأثناء عملية الترميم والصيانة منها[1].

- أعمال الدراسة والتوثيق

1- التصوير الفوتوغرافي.
2- المسح الضوئي.
3- حماية معرفة الأجسام المعدنية داخل الكتل.
4- الخواص الطبيعية والكيمائية للمواد الإنسانية المستخدمة بالمدن والمباني التريخية.

- ترميم ومعالجة الجدران

1- التدعيم.
2- العزل.
3- الحقن.

- أعمال الخشب والرخام والدهانات

1- التعقيم.
2- المعالجة.
3- التقوية.
4- العزل

كما أنه يجب أن تأمم المباني المجاورة أثناء عملية الترميم خاصة المباني[2].

[1]- عبد الكريم عزوق، **التراث الأثري، مفهومه أنواعه أهميته حمايته واستغلاله كثروة اقتصادية**، معهد الآثار، جامعة الجزائر2، ص6.
[2]- المرجع نفسه، ص6.

إذن فالمعالجة الخاصة بكل أداة أثرية تبعا للمادة المصنعة منها وكثير من هذه المعالجات تتم في المخبر نذكر منها الفخار أو الخزف[1].

أولا– استخراج من الموقع الأثري

1– حفظ المواد في أكياس مزودة بشرائح ورقية معلوماتية.

2– الرفع.

3– التقوية.

4– التنظيف.

5– الترقيم.

ثانيا– الترميم والمعالجة:

1– إلصاق الأجزاء الفخارية المكسورة و وصلها.

2– ترميم الأجزاء الناقصة.

3– إعادة اللون التقريبي.

4– البطاقة التقنية.

– الحماية العلمية:

عملية حماية التراث بوسائل بيداغوجية وبمناهج علمية يتطلب قبل كل شيء المحافظة على المؤسسات ذات الطابع العلمي والبيداغوجي ورفع مستوى الاهتمام بالتكوين المختصين في الميادين علم الآثار في الصيانة وفي الترميم ومجال تاريخ الفن...إلخ، وقد كان التقدم الحضاري داعيا إلى استخدام العلوم والوسائل والأساليب الحديثة[2].

ومن السياسات والتوجهات الخاصة للحفاظ على التراث نذكر منها:

– تعدد التخصصات تشمل كافة المجالات تضمن تاريخ، ثقافة وبيئة واجتماع واقتصاد وعمارة...إلخ.

– استخدام ما ينتجه البحث العلمي من تقدم تقني وعلمي وهندسي في هذه المجالات.

– التناسق والتوافق مع المعاهدات والتوصيات الدولية للحفاظ على الأبنية والمدن التاريخية والثقافية[3].

---

[1]– يوسف محمد عبد الله، **الحفاظ على الموروث الثقافي والحضاري وسبل تنميته**، جامعة صنعاء، ص12، https://www.yemen-nic.info/files/turism/studies/hefath.pdf، تاريخ الإطلاع 2017/04/05 على الساعة: 14:30.

[2]– فوزية قحطان محمد غالب، **حماية الموروث الشعبي في المجتمع اليمني "معوقات وإمكانيات"**، ص11، www.svu.edu.eg/arabic/links/، تاريخ الإطلاع 2017/04/05 على الساعة 18:11.

[3]– يوسف محمد عبد الله، **مرجع سبق ذكره**، ص 14.

– الحماية القانونية:

للتشريع دور فعال في الحماية القانونية للتراث ولكنه يفترض أن يكون مفهوما حتى يطبق تطبيقا فعليا، من بين أهم القوانين التي تنص على حماية التراث نجد ما يلي: في القانون الجزائري الأمر رقم 271/67 إلى القانون رقم 1998/04/98 المتعلق بحماية التراث الثقافي.

– يهدف القانون إلى التعريف بالتراث الثقافي ومن القواعد العامة لحماية والمحافظة عليه.

– ما يعد تراثا للأمة في مفهوم هذا القانون أن جميع الممتلكات الثقافية العقارية و العقارات بالتخصص والمنقولة الموجودة على أرض عقارات الأملاك الوطنية الموجودة في الطبقات الجوفية للمياه الداخلية والإقليمية الوطنية الموروثة في مختلف الحضارات الثقافية عبر العصور.

– كما تعد جزء من التراث الثقافي أيضا الممتلكات الثقافية غير المادية الناتجة عن التفاعل الاجتماعي.

– نستخلص من كل هذا أن هناك إرادة سياسية واضحة المعالم للشكل بالتراث الوطني كونه ملك للأمة الجزائرية ورغم ذلك يبقى هذا الإجراء يحتاج إلى تدعيم وتحض على الأقل بالنسبة لمحورين اثنين.

الأول– خاص بالبحث العلمي في المجال التراث بصفة عامة وعلى الآثار بصفة خاصة ويكون مرتبط بالرميم والصيانة والتهيئة.

ثانيا– له علاقة مباشرة بالأمن الوطني وما يترتب عن ذلك من محاربة تهريب التراث المنقول.[1]

[1]– أسماء محمد مصطفى، مرجع سبق ذكره.

خلاصة:

خلصت الدراسة في هذا الفصل أي أن الثقافة تتميز بعدة مميزاة أنها إنتاج بشري خالص، مكتسبة من المجتمع كما أنها ليست جامدة كما أنها تتوارث من جيل إلى آخر وهي أنواع مادية تمتاز بشكل ومظهر فيزيقي و وجود ملموس ومحسوس، والثقافة اللامادية وهي ابتكار الإنسان واستخدامه في تفسير سلوكه وأفعاله.

كما أن لها علاقة كبيرة بالتراث، فالتراث يمثل مجموعة العناصر الثقافية المتناقلة من الأجداد إلى الأحفاد فهو شكل ثقافي يتميز بسمت الانتقالية.

كما أن للموروث الثقافي تقسيمات وعناصر يجب الحفاظ عليها فهو موروث غير منقول (مجموعة الحفريات الأثرية...) التي لا يمكن نقلها، وموروث منقول وهو مجموعة الممتلكات الثقافية تتمثل قيمة وطنية وإنسانية، ويتسم بتقييمات من بينها موروث فكري اجتماعي وموروث مادي وفنون شعبية، ولكي لا يندثر يجب الحفاظ عليه بوسائل عدة من بينها الحماية الإدارية، خاصة للموروث المنقول وهذا من أجل ألا يهرب، والترميم والصيانة وهذا خاص بالتحف...إلخ، الحماية القانونية وهي قوانين تنص من أجل حماية الموروث الثقافي...إلخ.

الفصل الرابع

الجانب التطبيقي

تمهيد:

سنحاول في هذا الفصل إسقاط الدراسة النظرية ميدانيا من خلال دراسة دور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري بتصميم فئات تحليل المحتوى وتطبيقها على أعداد جريدة "السياحي" للإحاطة بأبعاد هذه الدراسة و تفسير ما نحصل عليه من خلال تحليل مضمون جريدة السياحي قمنا بتقسيم الجانب التطبيقي لهذه الدراسة إلى مبحثين:

المبحث الأول تقديم للجريدة المدروسة أما المبحث الثاني تحليل الكمي والكيفي لفائت الشكل والمضمون وعرض نتائج الدراسة المتحصل عليها وتقديم توصيات.

المبحث الأول :التعريف بمجال الدراسة

المطلب الأول :بطاقة فنية عن جريدة السياحي

"السياحي" هي صحيفة أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار وعرفت ظهورها في الساحة الإعلامية الجزائرية وهي الجريدة الإعلامية الأولى المختصة في السياحة تأسست على يد الإعلامية لمياء قاسمي في سنة 2013 وشعار المجلة "أيها الجزائري اكتشف الجزائر" اكتشف ثرائها وسحرها اكتشف جمالها اكتشف تاريخها السياحي فهذا هو المعني الحقيقي لشعار هذه الجريدة،فهي الجريدة الوحيدة في الجزائر المتخصصة في السياحة والأصغر في الجزائر،وفي بدايتها كانت عبر مواقع الالكترونية حتى تم التصريح لها بالصدور ورقيا وكانت تصدر تحت اسم الوسيط السياحي إلى غاية 2013 أطلق عليها اسم السياحي ونشر إلى غاية اليوم 105 عدد فقط هذا راجع إلى عدم انتظام صدورها ولقد توقفت مدة لغياب التمويل والإشهار لتعود بقوة وتكرم الصحيفة من طرف المركز العربي للإعلام السياحي لعام 2015 كرمت كأول جريدة سياحية جزائريا كما انتخبت مديرة الجريدة في مارس2016 نائب رئيس الجمعية الجزائرية للإعلام السياحي والبيئي الجزائر.

سبب التسمية كما صرحت الإعلامية قاسمي لمياء لسهولة الوصول الى المجلة وكذلك جذب القارئ بمجرد الاطلاع على العنوان، يوجد مقر الجريدة في العاصمة 22 شارع محمد العياشي بلوزداد، تصدر عن شركة الرؤية للإعلام والصحافة، ويتكون الطاقم الصحفي من مديرة المجلة لمياء قاسمي ومراسلين.

المديرة المسؤولة عن النشر : لمياء قاسمي

القسم التقني: أيت يونس ألياس

الطبع ENAP: المؤسسة الجزائرية للصحافة

الموقع الالكتروني :www.assayhi.com

رقم الهاتف:05.58.69.41.38

رقم الفاكس والهاتف الثابت :021.65.08.27

المطلب الثاني: أهداف الجريدة

أولا– أهداف المجلة:

قبل التطرق إلى أهداف المجلة نذكر أنها مجلة سياحية متخصصة في الجزائر وفي تصريحات للإعلامية لمياء قاسمي أكدت على ضرورة الإعلام السياحي في الجزائر من أجل الترويج للسياحة والعمل على نشر الوعي السياحي وانطلاقا من هذا هناك مجموعة من الأهداف التي تقوم عليها المجلة نذكر منها:

– غياب مجلة الصحف المتخصصة السياحية في الجزائر وتغطية لنقص الإعلام السياحي في الجزائر هذا ما أدى إلى ظهور مجلة السياحي ففي تصريح مديرة المجلة "أكدت على أن الفكرة كانت جريئة" لإطلاق هذا النوع

من الصحف وخاصة مع غياب شبه تام للإعلام السياحي في الجزائر كانت ضرورة وخاصة مع تطور الهائل الذي يعرفه قطاع السياحة في العالم

– دعم الإعلام السياحي الجزائري بما أن المجلة هي الوحيدة التي تنشط في هذا المجال تعمل من خلال هذا تقديم لمحة عن الجزائر ووجهة سياحية وتسويق للسياحة الداخلية والتعريف بالمناطق الأثرية وكذا التعريف بأعلامنا وتراثنا والعمل على المحافظة عليها

– إن الإعلام السياحي فرصة لترويج للقطاع السياحي والنهوض بيه لأنه أصبح تحديا ولم يعد مختصرا على موضوع جريدة أو برنامج تلفزيوني أو إذاعي

– ضرورة بناء إستراتيجية فالسياحة ليست مظاهر احتفالية وتغطية للمعارض و المجلة على وعي تام بأهمية السياحة في بلادنا كمورد اقتصادي هام يمكننا كطاقم شبابي لها من خلال هذه حبا ورغبة في تطويره واستشرافا للمستقبل ودعوة صناع القرار بأهمية هذه الصناعة في البلاد

– كذلك جاء شعار المجلة تحت "أيها الجزائري اكتشف الجزائر" فهي تقدم للقارئ كل ماله علاقة بالسياحة وهذا من شأنه خلق وعي أو ثقافة سياسية لدى القارئ بما تزخر به من إمكانيات سياحة فالهدف الرئيسي من وراء ذلك بعد نشر وعي ثقافي هو محاولة جذب و تغير وجهة السائح الجزائري إلى السياحة الداخلية على حساب الخارجية.

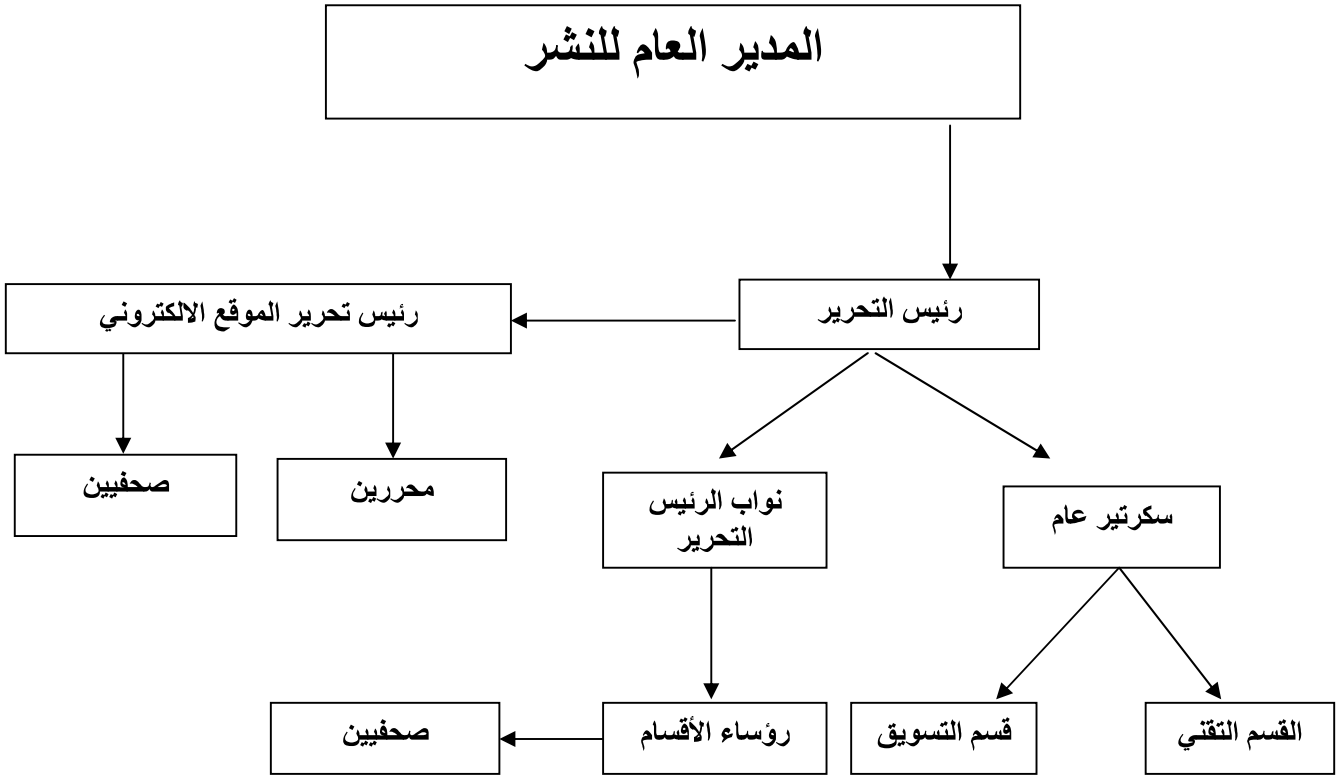
– إطلاق الجريدة أصبح أكثر من ضرورة وهذا راجع إلى أن السياحة أصبحت قطاعا قائما بذاته ويجب أن تواكب هذه التطورات صناعة إعلامية بارزة عالمية

–ونضرا لما تزخر بيه الجزائر من إمكانيات سياحية هائلة وفي ظل تنوع السياحة فهناك سياحة صحراوية وشاطئية وجبلية أصبح من الضروري التسويق لها والترويج لها والعمل على جذب السياح

– والجريدة تحاول إيصال صوتها إلى السائح الأجنبي بالترويج للسياحة الجزائرية وتصحيح صورة الجزائر بالخارج وما يروج له من إشاعات من خلال دحضها ومن خلال هذا المنبر الإعلامي جريدة السياحي .

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمجلة

الشكل رقم (01): يبين الهيكل التنظيمي لمجلة السياحي



المبحث الثاني: تحليل وعرض نتائج الدراسة

المطلب الأول التحليل الكمي وكيف لفئات الشكل.

استهدف هذا التحليل جانب "**كيف قيل**" فئات الشكل بمعنى كيف تم عرض المادة الإعلامية من حيث الشكل في جريدة السياحي الأسبوعية وقد تم تحديد ستة فئات باستخراج ستة جداول كل جدول تم عرض بياناته في دائرة نسبية وهي على التوالي:

1- فئة المساحة:

التي خصصتها جريدة السياحي لمواضيع الموروث الثقافي من المساحة الإجمالية للعينة (14) عددا.

2- فئة العناصر التيبوغرافية:

وتضم العناوين والصور والرسوم والألوان المستخدمة فيهما في معالجة الموضوع.

3- فئة الأنواع الصحفية.

وتضم أنواع الفنون التحريرية الخاصة لمواضيع الذي حرر به المادة الإعلامية للموضوع الموروث الثقافي) من خبر، روبورتاج، تقرير، مقال وأنواع أخرى.

4- فئة الموقع من حيث صفحات:

ومتمثلة في الصفحات التي تشير فيها موضوعات المتعلقة بالموروث الثقافي الجزائري من خلال جريدة السياحي الصفحة الأولى، الثانية، الصفحات الداخلية، الصفحة الأخيرة.

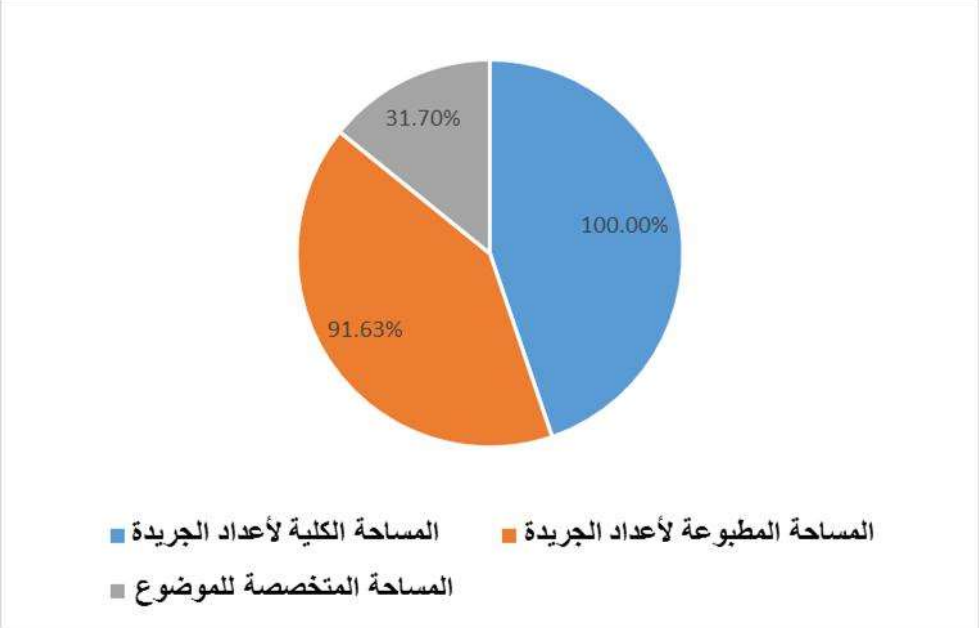
5- فئة الموقع من الصفحة:

وتخص الموقع الذي نشر فيها موضوع محل الدراسة في الصفحة أعلى اليمين، أعلى اليسار، أسفل اليمين، أسفل اليسار، وسط الصفحة.

1- فئة المساحة:

الجدول رقم (02): فئة المساحة المخصصة لموضوع الموروث الثقافي من خلال 14 عدد

المساحة	التكرار	النسبة
المساحة الكلية لأعداد الجريدة	28288	% 100
المساحة المطبوعة لأعداد الجريدة	25920	%91.63
المساحة المتخصصة للموضوع	8966	%31.70



الشكل رقم (02): تمثل بيانات الجدول رقم (02).

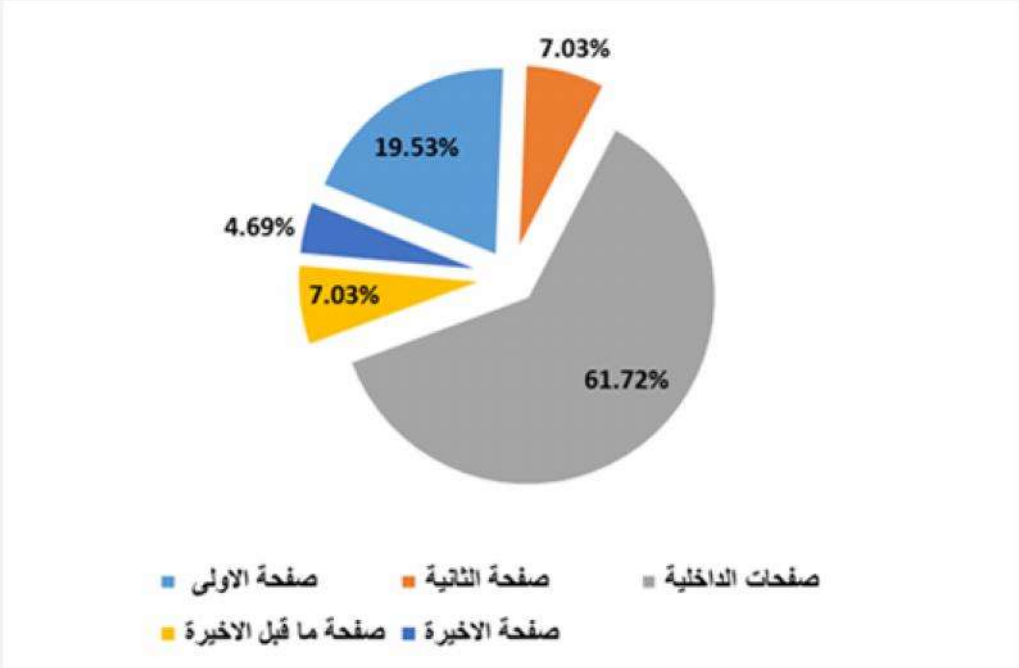
يبين الجدول أعلاه حجم المواضيع محل الدراسة التي تناولت موضوع الموروث الثقافي الجزائري لأعداد جريدة السياحي خلال سبعة أشهر (سبتمبر 2016- مارس 2017) والتي هي 14 عددا.

فقد تناولت نسبة 32% من المساحة الكلية لأعداد الجريدة 100% أي ما يعادل 32% من المساحة المطبوعة ثلث المساحة المطبوعة 92 % مما يثبت أن جريدة السياحة خصصت نسبة لا بأس بها لمواضيع الموروث الثقافي الجزائري وهذا راجع إلى أهمية الموضوع التي أولته جريدة السياحي لموضوع محل الدراسة، باعتبارها جريدة متخصصة في الإعلام السياحي فهو يمثل مادة إعلامية أساسية لها.

2- فئة الموقع من الصفحات

الجدول رقم (03) يمثل توزيع الموضوع من خلال صفحات جريدة السياحي.

الصفحات	التكرار	النسبة
صفحة الأولى	25	19.53%
صفحة الثانية	9	7.03%
صفحات الداخلية	79	61.72%
صفحة ما قبل الأخيرة	9	7.03%
صفحة الأخيرة	6	4.69%
المجموع	128	100%



الشكل رقم (03): تمثل بيانات الجدول رقم (03).

من خلال الجدول رقم (03) يتضح أن فئة الصفحات الداخلية جاءت بأكبر نسبة والتي تقدر بـ 61.72% لتليها في المرتبة الثانية الصفحة الأولى بنسبة 25% أما بالنسبة للصفحة الأخيرة فجاءت نسبة 4.69% بالنسبة الصفحة الثانية والصفحة ما قبل الأخيرة فجاءت بنسبة 7.03%.

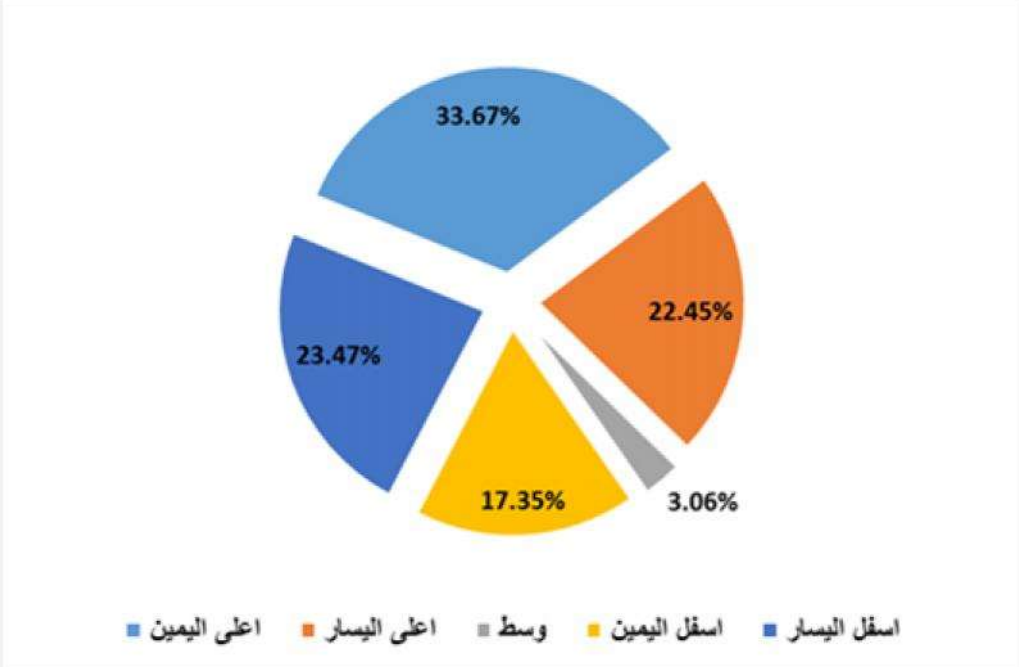
وبالنظر إلى اهمية الموضوع وخصوصية التاريخية والثقافية، خصصت جريدة السياحي في أعدادها 14 عددا خصصت لموضوع الموروث الثقافي الجزائري 128 صفحة من بينها 79 صفحة من الصفحات الداخلية وهذا راجع إلى اتساع المساحة فيها مما يسهل على كاتب الموضوع التوسع في كتابة بدون قيود صفحة من مجمل الأعداد التي تنشر فيها موضوعا الخاصة بالموروث الثقافي فجاءت لأهم المواضيع التي لها وزن لدى المجتمع الجزائري فالصفحة الأولى من الجريدة تجذب بشكل كبير القارئ، فهي بمثابة الواجهة الرئيسية للجريدة.

أما بالنسبة للصفحة ما قبل الأخير أستغل منها 9 صفحات فقط من مجمل الأعداد فهي الركن الثابت في جريدة السياحي جاءت تحت عنوان بساط الريح متمثلة في عدد من الصور التعبيرية احتلت مساحة الصفحة كاملة تمثلت في قعدات عاصمية، حُلي، صناعات تقليدية...

3- فئة الموقع من حيث الصفحة

الجدول رقم (04): يمثل موقع الموضوع من الصفحة لجريدة السياحي.

موقع موضوع في الصفحة	التكرار	النسبة
أعلى اليمين	33	%33.67
أعلى اليسار	22	%22.45
وسط	3	%3.06
أسفل اليمين	17	%17.35
أسفل اليسار	23	%23.47
المجموع	98	%100



الشكل رقم (04): تمثل بيانات الجدول رقم (04).

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (04) أن جريدة السياحي الأسبوعية فضلت الجزء العلوي من الجهة اليمنى لصفحات الجريدة لنشر مواضيع الموروث الثقافي الجزائري بنسبة 33.67%، أما الجزء السفلي من الجهة اليسرى لصفحات الجريدة فجاء في المرتبة الثانية بنسبة 23.47%، والجزء العلوي من الجهة اليسرى بنسبة 23.47%، والجزء السفلي الأيمن بنسبة 17%، أما وسط الصفحة فقد استغلته بنسبة ضئيلة

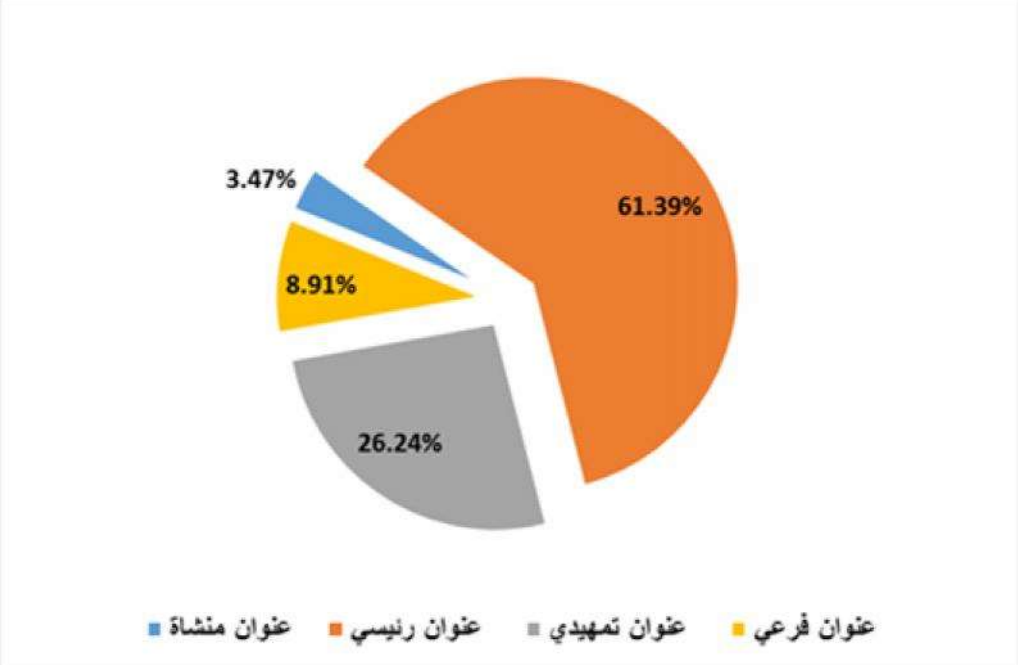
جدا 03%، ويعود هذا إلى مراعاة الجريدة إلى الأسس الفيزيولوجية لعين القارئ و أسلوب الإخراجي التي تعتمده لجريدة السياحي

4- الفئات التيبوغرافية: وتضم مايلي:

❖ **فئة العنوان:**

الجدول رقم (05): يمثل نوع عنوان مواضيع الموروث الثقافي من حيث الشكل في جريدة السياحي.

نوع العنوان	التكرار	النسبة
عنوان منشاة	7	%3.47
عنوان رئيسي	124	%61.39
عنوان تمهيدي	53	%26.24
عنوان فرعي	18	%8.91
المجموع	202	%100



الشكل رقم (05): تمثل بيانات الجدول رقم (05).

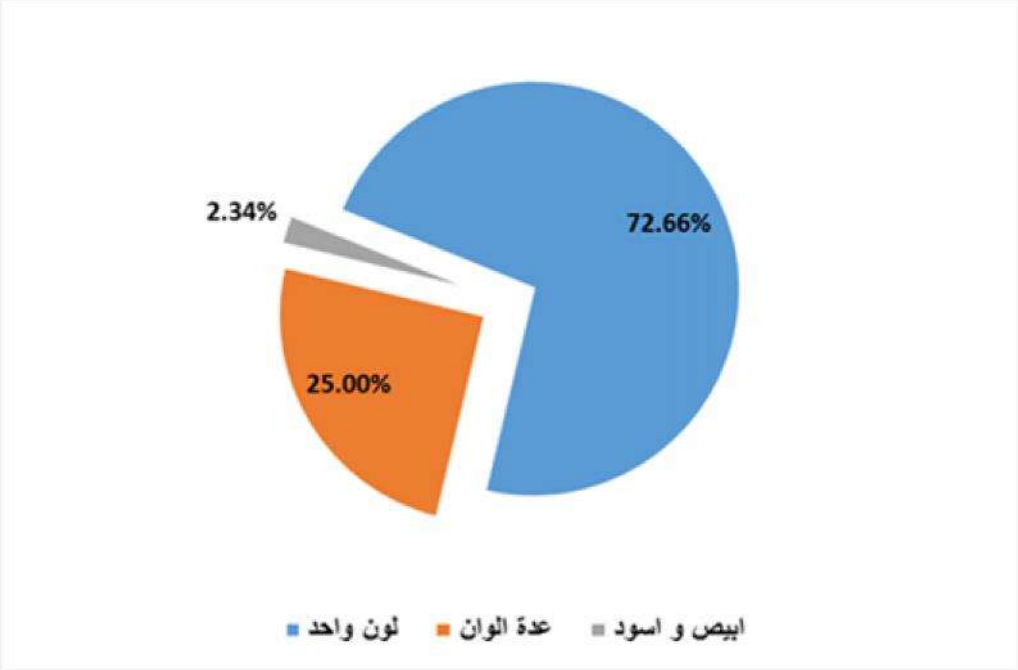
من خلال الجدول رقم (05) يظهر لنا العناوين التي استخدمتها صحيفة السياحي الأسبوعية في تناولها لمواضيع الموروث الثقافي الجزائري وهي على النحو التالي: عنوان منشآت رئيسي من حيث الأهمية، وكذا شدة تجربتها عن متن القالب الصحفي، فالعنوان الرئيسي استعمل بنسبة تقدر بـ 61.39% ونسبة العنوان التمهيدي تقدر بـ 26.24% أما العنوان الفرعي 8.91% أما عنوان المنشاة فاحتل المرتبة الأخيرة بـ 3.47%.

هذا ما يدل على أن جريدة السياحي اهتمت بالعنوان الرئيسي والتمهيدي لما له من أهمية في جذب القارئ لمتابعة قراءة الموضوع ولإبراز المواضيع المنشورة كما أن العناوين التمهيدية تلخص مضمون الفقرات التي تليه، وأهملت عنوان فرعي وعنوان المنشآت وهذا راجع إلى استخدامه بنسبة قليلة لان عنوان المنشآت يستخدم في غالب في الصفحة الأول لهذا استخدمت بشكل قليل في الصفحة الأولى لعنونة مواضيع الموروث الثقافي الجزائري.

❖ **فئة لون العنوان**

الجدول رقم (06): يمثل لون العنوان الذي استخدمته جريدة السياحي لمواضيع الموروث الثقافي.

لون العنوان	التكرار	النسبة
لون واحد	93	%72.66
عدة الوان	32	%25
ابيض و اسود	3	%2.34
المجموع	128	%100



الشكل رقم (06): تمثل بيانات الجدول رقم (06).

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (06) لون العنوان الذي تدرجه جريدة السياحي لمواضيع الموروث الثقافي ويحتل لون واحد للعنوان بنسبة 72.66% أما عدة ألوان فبنسبة 25% وفي الأخير لون الأبيض وأسود بنسبة 2.34%.

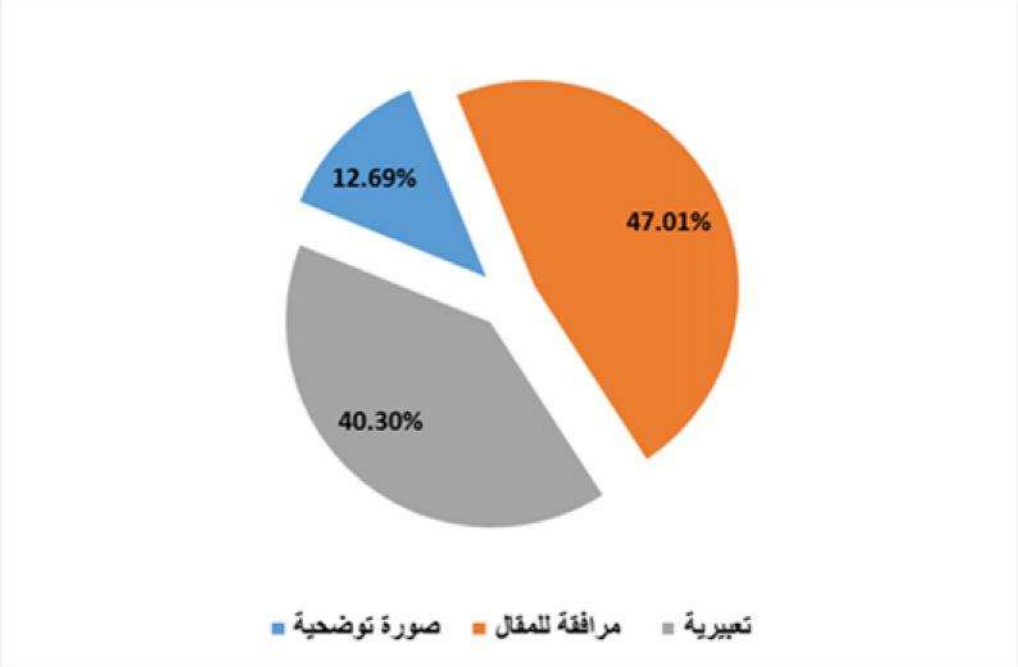
نظرا لاحتلال مواضيع الموروث الثقافي الجزائر في جريدة السياحي الصفحات الداخلية للجريدة فإنها استحوذت على لون العنوان بلون واحد بنسبة 72.66%، وإهمال العنوانين الملونة وهذا راجع إلى ندرة نشر

مواضيع الموضوع الثقافي في الصفحتين الأولى والأخيرة، لأن جريدة السياحي تستخدم الألوان في الصفحة الأولى والأخيرة فقط باعتبار الصفحات هته تمثل الواجهة الرئيسية للجريدة.

❖ **فئة الصورة**

الجدول رقم (07): يمثل نوع الصورة التي تعبر عن الموروث الثقافي من خلال جريدة السياحي

نوع الصورة	التكرار	النسبة
صورة توضحية	17	%12.69
مرافقة للمقال	63	%47.01
تعبيرية	54	%40.30
المجموع	134	%100



الشكل رقم (07): تمثل بيانات الجدول رقم (07).

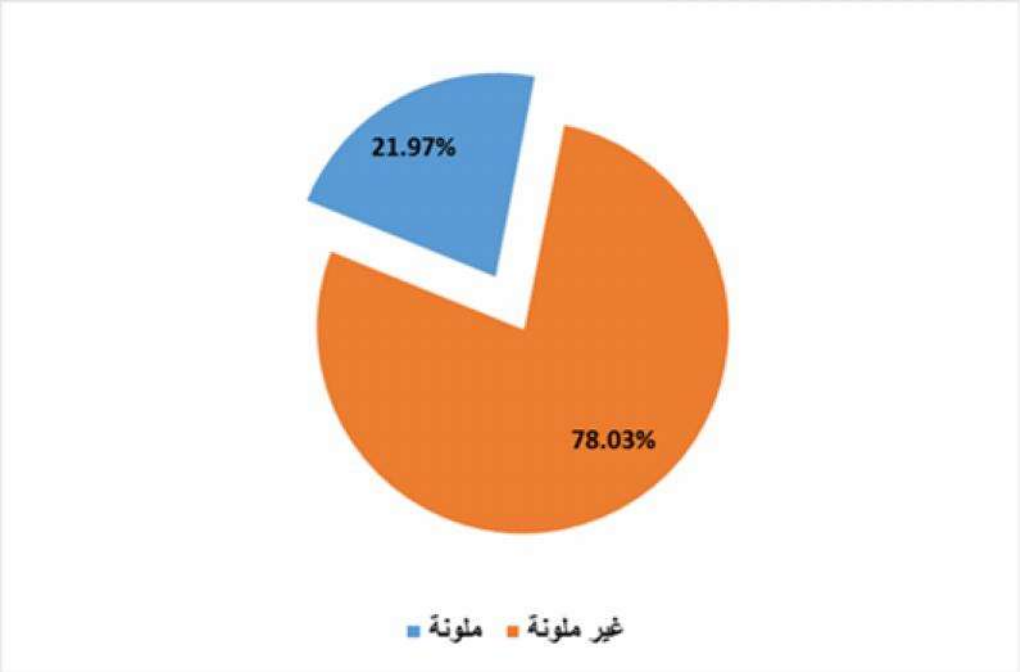
يبين لنا من خلال الجدول رقم (07) والذي يمثل نوع الصورة الصحفية التي تعبر عن موضوعات الموروث الثقافي الجزائري من خلال جريدة السياحي الأسبوعية فقد احتلت الصورة المرافقة للمقال المرتبة الأولى بنسبة 47.01% والصورة التعبيرية 40.30% أما الصورة التوضيحية بنسبة 12.69%.

مما يدل أن جريدة السياحي تولي اهتمام كبير للصورة في نشرها للمقالات المصاحبة لها من إبراز الموضوع أكثر وجذب انتباه القارئ أما الصورة التعبيرية فخصصت جريدة السياحي صفحات خاصة كاملة لمواضيع لموروث الثقافي الجزائري بصفة كبيرة.

❖ فئة لون الصورة

الجدول رقم (08): يمثل لون الصورة المستخدمة لمواضيع الموروث الثقافي لجريدة السياحي.

لون الصورة	التكرار	النسبة
ملونة	29	%21.97
غير ملونة	103	%78.03
المجموع	132	%100



الشكل رقم (08): تمثل بيانات الجدول رقم (08).

من خلال الجدول رقم (08) والذي يمثل لون الصورة المخصصة لمواضيع الموروث الثقافي في جريدة السياحي واتي حضت الصورة الغير ملون المرتبة الأولى بنسبة 78.03% والصورة الملونة بـ 21.97%.

فجريدة السياحي أهملت الصورة الملونة وركزت على نشر مواضيعها بصورة غير ملون وهذا نظرا إلى عدم استخدام جريدة السياحي إلى الألوان في الصفحات الداخلية.

5- فئة النوع الصحفي

الجدول رقم (09): يمثل النوع الصحفي الذي تناولته جريدة السياحي لمواضيع لمواريث

النوع الصحفي	التكرار	النسبة
الخبر	3	%3.23
اتقرير	15	%16.13
روبورتاج	53	%56.99
مقال	19	%20.43
أخرى	3	%3.23
المجموع	93	%100

الشكل رقم (09): تمثل بيانات الجدول رقم (09).

يوضح الجدول رقم (09) فئة الأنواع الصحفية المستعملة لمواضيع الموروث الثقافي الجزائري من خلال صحيفة السياحي الأسبوعية الروبورتاج جاء بالمرتبة الأولى بنسبة 56.13% من إجمالي مساحة الفنون التحريرية المستخدمة في نشر مواضيع الموروث الثقافي الجزائري ثم جاء في المرتبة الثانية المقال بنسبة 20% من إجمالي الفنون التحريرية أما المرتبة الثالثة جاء التقرير الصحفي بنسبة 16.13% من إجمالي الفنون التحريرية.

أما الخبر الصحفي نسبة 3.23% احتل هو وباقي الفنون التحريرية بنسبة متساوية من إجمالي الفنون التحريرية المستخدمة في الجريدة فهي لم تولي له اهتمام كبير واقتصر استخدامه في نشر أخبار لمواعيد احتفاليات لتظاهرات ثقافية ومهرجانات وغيرها.

ويرجع اهتمام جريدة السياحي للقالب الصحفي الروبورتاج بالدرجة الأولى حيث بلغت نسبة استعماله 56% إذ يعد نوع صحفي مهم جدا لإيصال الرسالة الإعلامية خاصا لمواضيع الموروث الثقافي الجزائري لأنه نوع تعبيري مهم وشارح يخاطب العاطفة وإحساس القارئ من خلال المحسنات البديعية والصور البيانية التي تأثير مباشر على القارئ كذلك لأنه من الانواع الصحفية التي تتيح للصحفي التعبير عن الموضوع بكل طلاقة، ثم يليه المقال نسبة 20.43% لأنه نوع الرأي الذي تعير عن صاحب المقال فهي لا تتقيد بسياسة التحريرية للجريدة ويتميز بحرية نوعا ما، أما التفريد فجاء بنسبة 16.13% واحتل المرتبة الثالثة لأن جريدة السياحي استغلته في نشر تقرير صحيفة من طرف مسؤولين.

المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون في إعداد صحيفة السياحي الأسبوعية.

استهدف هذا التحليل جانب "**ماذا قيل**" فئات المضمون، بمعنى كيف تم عرض مضمون المادة الإعلامية المنشورة في جريدة السياحي الأسبوعية وقد تم تحديد خمسة فئات باستخراج خمس جداول كل جدول تم عرض بياناته في الدوائر النسبية و هي على التوالي:

1- فئة المعلومات: وهي المعلومات التي خصصتها جريدة السياحي الأسبوعية حلو موضوع الموروث الثقافي الجزائري، وتناولنا فيها أربعة أنواع من المعلومات وهي على التوالي:

- معلومات سياحية.
- معلومات ثقافية.
- معلومات تاريخية.
- معلومات عن التراث.

2- فئة المصدر : وتخص مصدر المعلومات التي تنشرها جريدة السياحي حول الموروث الثقافي الجزائري وتناولنا فيها ما يلي:

- أسرة الجريدة.
- مسؤولين.

3- فئة تقسيمات التراث: خصصت لأنواع التراث بين المنقول والتراث الغير منقول.

4- مجالات الموروث الثقافي:

وتم التطرق فيها إلى أهم مجالات الموروث الثقافي الجزائر التي تم نشرها في جريدة السياحي الأسبوعية حوله وقد قسمت إلى:

- الصناعات التقليدية.
- معالم تاريخية.
- مهرجانات.

- مأكولات تقليدية.
- ملابس تقليدية.
- متاحف.
- مجالات أخرى.

5- فئة توجهات الجريدة (الهدف):

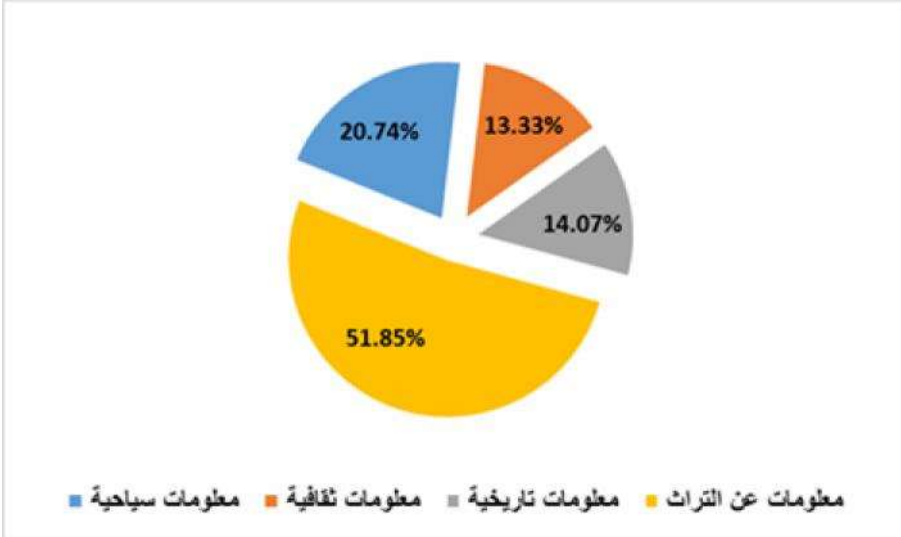
في هذه فئة تم عرض هدف جريدة السياحي الأسبوعية من حيث تناولها لمواضيع الموروث الثقافي الجزائري وتناولنا فيها ما يلي:

- تثمين التراث.
- الإعلام والأخبار.
- الإرشاد والتوعية.
- نشر الثقافة السياحية.

1- فئة المعلومات

الجدول رقم (10): يمثل المعلومات التي تناولتها جريدة السياحي لمواضيع الموروث الثقافي.

نوع المعلومات	التكرار	النسبة
معلومات سياحية	28	%20.74
معلومات ثقافية	18	%13.33
معلومات تاريخية	19	%14.07
معلومات عن التراث	70	%51.85
المجموع	135	%100



الشكل رقم (10):تمثل بيانات الجدول رقم (09).

من خلال الجدول رقم (10) يتضح لنا أن المعلومات عن التراث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 51.85% ويليها معلومات سياحية بنسبة 20.74% أما المعلومات التاريخية فجاء في المرتبة الثالثة بنسبة 14.07% أما المعلومات الثقافية جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 13.33%.

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (10) والذي يمثل أهم موضوعات المعلومات التي تقدمها جريدة السياحي الأسبوعية في أغلبها معلومات عن التراث بنسبة 51.85% حيث اختصت المعلومات عن التراث بتقديم بعض المعالم التاريخية والحديث عن التراث المتوارث وهو أداء ركوب الخيل، الألبسة التقليدية، صناعات تقليدية...الخ وتأتي في المرتبة الثانية معلومات سياحية بإظهار مختلف الأنواع والمناطق السياحية المتوفرة في المناطق مختلفة في الجزائر، من سياحة طبيعية وعلاجية... الخ، وتأتي في المرتبة الثالثة معلومات تاريخية تمثلت في قرية القليعة في برج بوعريريج، ترميم حي القصبة، كذلك كانت هناك صفحة كاملة في جريدة السياحي معنونة تحت اسم جذور في عمق التاريخ والتي تطرقت فيها لإبراز أهم الصناعات التقليدية كصناعة الأواني الفخارية، الحلي والمجوهرات، صناعة الزرابي... الخ، أما المعلومات ثقافية فاحتلت المرتبة الرابعة بنسبة 13.33% والتي عالجت فيها الجريدة معلومات عن مهرجانات مثل مهرجان التيارات للفروسية، كذلك عروض أزياء الألبسة تقليدية... الخ.

2- فئة المصدر:

الجدول رقم (11): يمثل مصدر الذي اعتمدت عليه جريدة السياحي الأسبوعية

	التكرار	النسبة%
اسرة الجريدة	123	%94.62
مسؤولين	7	%5.38
المجموع	130	%100

الشكل رقم (11): تمثل بيانات الجدول رقم (11).

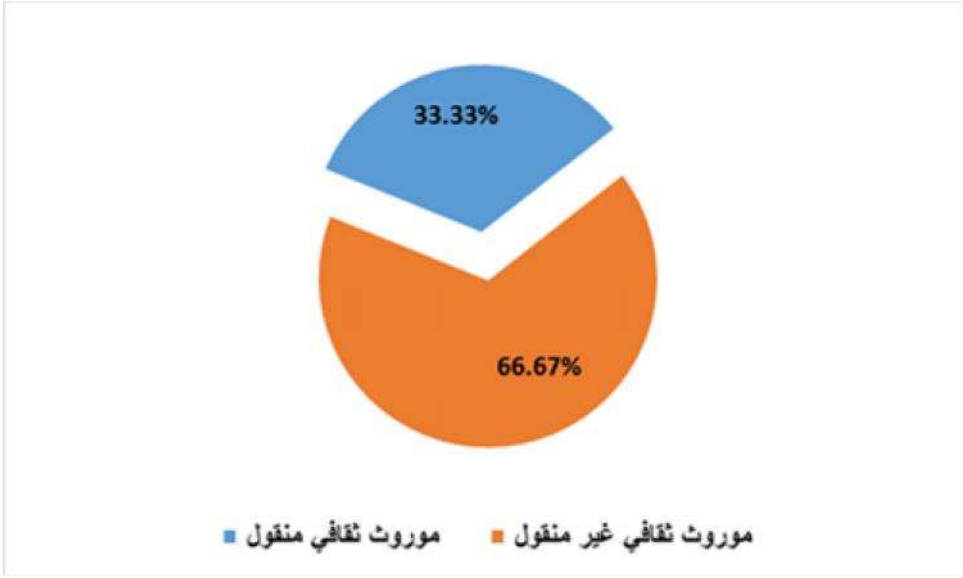
يتضح لنا من خلال الجدول رقم (11) أهم مصدر المعلومات المقدمة للجمهور تأتي من أسرة البرنامج وهذا بـ 94.62% ويليها المعلومات المعلومات المقدمة من المسؤولين بنسبة 5.38%.

يتضح لنا مدى مساهمة الإعلام في تشجيع على الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري من خلال مصادر المعلومات التي تقدمها جريدة السياحي وتكون أغلب مصادرة المعلومات التي تقدمة من أسرة البرنامج وذلك بنسبة 94.62% يتجسد ذلك في عمل كل الفرقة الصحيفة وفريق التحرير المختص لتحقيق المادة الإعلامية ألا وهي جريدة السياحي ويليها في المرتبة الثانية بنسبة ضئيلة المسؤولين بنسبة 5.38% فتمثل في الثقافة، وبالتالي إذ قمنا بمقارنة ما بين مصادر المعلومات وأنواع المعلومات نجد نفس التكرار إذ أن مجموع المعلومات كانت مقسمة بانتظام عاد مصادرها.

3- فئة تقسيمات التراث:

الجدول رقم (12): يمثل تقسيمات التراث من خلال جريدة السياحي.

تقسيم التراث	التكرار	النسبة%
موروث ثقافي منقول	44	%33.33
موروث ثقافي غير منقول	88	%66.67
المجموع	132	%100



الشكل رقم (12): تمثل بيانات الجدول رقم (12).

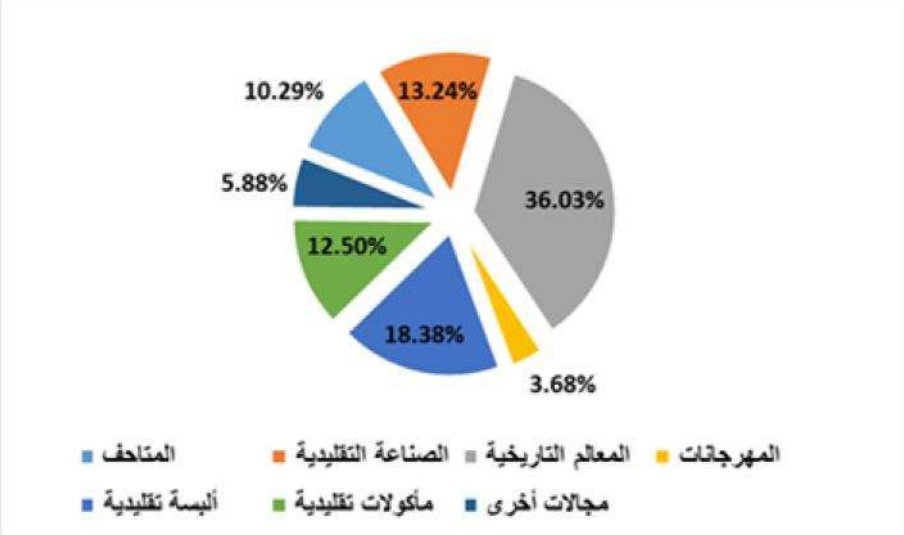
يتضح لنا من خلال الجدول رقم (12) الذي يمثل تقسيمات التراث من خلال جريدة السياحي الأسبوعية والتي تظهر فيها أن الموروث الثقافي الغير منقول في المرتبة الأولى بنسبة 66.67% ثم يليه التراث المنقول بنسبة 33.33%.

من نتائج الجدول رقم (12) يتبين لنا أن جريدة السياحي تثمين الموروث الثقافي غير منقول بدرجة كبيرة والمتمثل في قصر رياس البحر بالعاصمة، المتحف الوطني للآثار، متحف سيرتا، كذلك من خلال بقايا وآثار وشواهد تاريخية،... الخ، والتراث المنقول في المرتبة الثانية بنسبة 33.33% والمتمثل في اللباس التقليدي الجزائري، وكذا الصناعات التقليدية،... الخ، وهذا يدل أن جريدة السياحي تهتم بالموروث الثقافي الغير منقول لدرجة كبيرة.

4- فئة مجالات الموروث الثقافي

الجدول رقم (13): يمثل فئة مجالات الموروث الثقافي من خلال جريدة السياحي.

مجالات الموروث ثقافي	التكرار	النسبة%
المتاحف	14	%10.29
الصناعة التقليدية	18	%13.24
المعالم التاريخية	49	%36.03
المهرجانات	5	%3.68
ألبسة تقليدية	25	%18.38
مأكولات تقليدية	17	%12.50
مجالات أخرى	8	%5.88
المجموع	136	%100



الشكل رقم (13): تمثل بيانات الجدول رقم (13).

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (13) والذي يمثل فئة مجالات الموروث الثقافي الجزائري من خلال جريدة السياحي الأسبوعية والذي يحتل فيها المعالم أثرية بالدرجة الأولى بنسبة 36.03% ويليه الألبسة التقليدية بنسبة 12.5% والمرتبة الخامسة المتاحف أما المجالات الأخرى بنسبة 5.88% والمهرجانات بنسبة

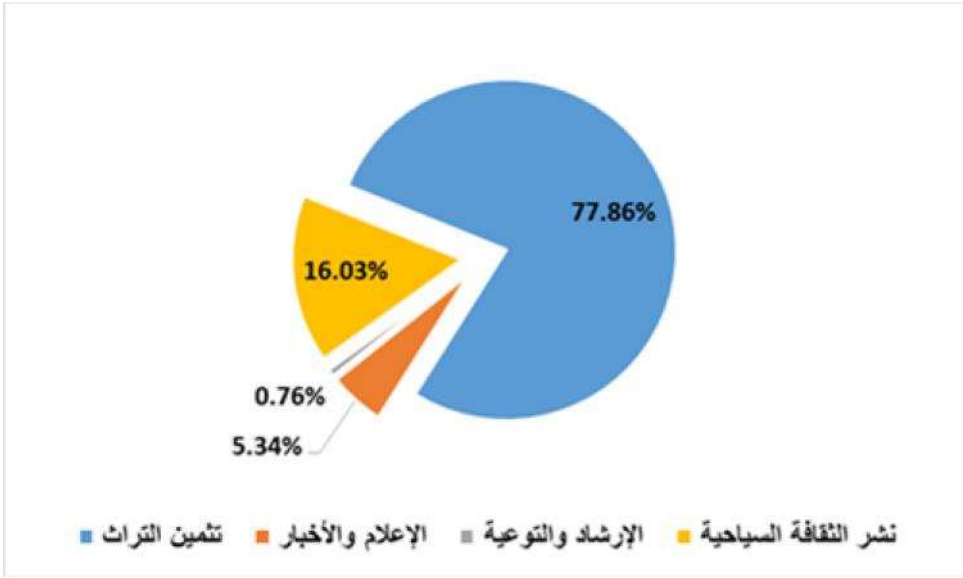
3.68% المجالات التي تتحدث عنها معلومات جريدة السياحي حسب تسلسلها ابتداء معالم أثرية ثم ألبسة تقليدية تليها صناعات تقليدية ثم مأكولات تقليدية، متاحف ومجالات أخرى فالمهرجانات.

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (13) الذي يمثل المجالات التي تتحدث عناه جريدة السياحي في مواضيع الموروث الثقافي الجزائري يتضح لنا أن المعالم الأثرية هي الأكثر تطرقا إليها في الجريدة وهذا بنسبة 36.03% والمتمثلة في قلعة بني حماد، معالم من أيول شرشال القديمة، ضريح ماسينيسا، المعلم التاريخية القليعة بأولاد سيدي براهيم، وتساهم هذه المعالم في خلق نوع من التثمين للموروث الثقافي الجزائري وتتخذ كباقة تعريف بالمدينة لكي تميزها عن المدن الأخرى، ثم تأتي في المرتبة الثانية، الألبسة التقليدية بنسبة 18.38% والمتمثلة في الزي التقليدية القبائلي، الزي العاصمي، وكذا اللباس النايلي والذي هو يعبر منطقة من مناطق الجزائر، المرتبة الثالثة فكانت للصناعات التقليدية بنسبة 13.24 % حيث اتسمت في أوساط المجتمع الجزائري بالتنوع صناعة الفخار، صناعة الحلي الفضية، صناعة الزرابي ولعبت المصنوعات دورا فعالا في الخدمات المحلية المنزلية والتي كانت تستمد موادها الاولية من نباتات الحيوانات، ومواد البناء وأصواف الأنعام وأشعار الماعز وأوبار الجمال... الخ، وفي المرتبة الرابعة تأتي المأكولات التقليدية بنسبة 12.5% وتتمثل في الزفيطي ...الخ، أما المرتبة الخامسة المتاحف بنسبة 10.29% والمتمثل في متحف نصر الدين ديني ببوسعادة، المتحف الوطني للآثار القديمة ...الخ وتضم هذه المتاحف كنوز أثرية وأحجار أثرية، أما المرتبة السادسة إلى مجالات أخرى والمتمثلة في مجمل العادات والتقاليد الموجودة في الجزائر من بينها وضع اللويزة في حنة العروس، كذلك تربية الخيول كحرفية متوارثة عبر الأجيال، المرتبة الأخيرة للمهرجانات وجاءت على شكل أخبار للإعلان على المهرجان فقط كالإعلان على مهرجان الفروسية... الخ.

5- فئة توجهات الجريدة (هدف):

الجدول رقم (14): يمثل هدف الجريدة السياحي من نشر مواضيع الموروث الثقافي.

	التكرار	النسبة%
تثمين التراث	102	%77.86
الإعلام والأخبار	7	%5.34
الإرشاد والتوعية	1	%0.76
نشر الثقافة السياحية	21	%16.03
المجموع	131	%100



الشكل رقم (14):تمثل بيانات الجدول رقم (14).

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (14) والذي يمثل فئة توجهات (هدف) جريدة السياحي الأسبوعية اتجاه ما تنشره من مواضيع حول الموروث الثقافي الجزائري والتي جاء في المرتبة الأولى تثمين التراث بنسبية 77.86% ثم نشر ثقافة سياحية بنسبة 16.03% وتليها الإعلام والأخبار بنسبة 5.34% وفي الأخير الإرشاد والتوعية بنسبة 0.76%.

توجهات جريدة السياحي الأسبوعية هدفها الأساسي تثمين التراث، نشر ثقافة سياحية، الإعلام والأخبار، وأخيرا الإرشاد والتوعية.

يبين لنا الجدول رقم (14) أن تثمين التراث هو الهدف الغالب في جريدة السياحي وهذا بنسبة 77.86% بحيث نلاحظ أنها تركز على الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري من خلال نشر مقالات وروبورتاجات حول الموروث الثقافي الجزائري كذلك بإبراز مكونات التراث المادي وغير مادي المصنف وطنيا والغير المصنف حيث تساهم بالتعريف به وبالتالي تساهم بطريقة مباشرة في الحفاظ عليه، أم المرتبة الثالثة نشر ثقافة سياحية بنسبة 16.03% أي محاولة ترسيخ للجمهور ماهية السياحة في أي منطقة من مناطق الجزائرية، ثم يليه الإعلام والإخبار بنسبة 5.34% وهو إعلام الجمهور على التظاهرات الثقافية في المرتبة الأخيرة الإرشاد والتوعية بنسبة 0.76% وثم من خلال توعية الجمهور بغنى بلادنا وتنوعها بالموروثات ثقافية وكذا إرشاد الزوار على الحفاظ عن مثل هذا الإرث وعدم إتلافه خاصة عند تردد الزوار إليه.

المبحث الثاني: نتائج الدراسة والتوصيات.

المطلب الأول: نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة من خلال التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون لجريدة السياحي الأسبوعية من خلال الموضوع التي نشرتها حول الموروث الثقافي الجزائري إلى جملة من النتائج يمكن تلخيصها فيما يلي:

1- القوالب الفنية التي تقدم بها مختلف أعدادها لجريدة السياحي هو الروبورتاج بالدرجة الأولى، وهذا راجع لفاعلية هذا النوع الصحفي في استخدامه للمحسنات البديعية التي تزيد من جمالية الرسالة الإعلامية وتوصيلها للجمهور.

2- إن المساحة التي أولتها جريدة السياحي للموضوع محل الدراسة كانت معتبرة مقارنة مع المساحة الكلية لها وهذا دليل على اهتمامها له.

3- أما بالنسبة للعناوين المتعلقة بموضوع الدراسة فقد كانت كلها تصب في اتجاه واحد وهو الحديث والإشارة إلى الموروث الثقافي الجزائري، وقد اعتمدت على العناوين بصفة عامة لجذب القارئ ومحاولة لفت انتباهه وهذا بالتركيز على كل مورث ثقافي على حد واعتمد جريدة السياحي على العنوان الرئيسي بشكل كبير خلال نشرها لمواضيع الموروث الثقافي لما يحمله الموضوع من أهمية بالغة في الوسط الجزائري، وكذلك باعتباره المادة رئيسية للجريدة وأيضا خصائص العنوان الرئيسي والتي تتمثل في جذب انتباه القارئ بالبند العريض.

4- كما اعتمد جريد السياحي على الصور المصاحبة للمقال بدرجة كبيرة لما تحمله من خصائص وتأثير في القارئ، وهي مكملة للمقال كذلك أعطت أولية كبيرة للصور التعبيرية لأنها تقريبا في كل عدد تخص صفحة كاملة من الصور التعبيرية التي تعبر على الموروث الثقافي الجزائري وهذا من خلال ركن خاص في جريدة السياحي "بساط الريح".

5- مواضيع المعلومات التي قدمت من خلال جريدة السياحي والتي هي وسيلة إعلامية مكتوبة متخصصة في مجال السياحة والأسفار، تناولت في معظمها الجوانب والمعلومات التي تخص التراث وأحيانا معلومات سياحية، حيث يدعم هذا الكم من المعلومات بطريقة مباشرة لتسريح عجلة تثمين التراث، أما بالنسبة للمعلومات الأخرى (تاريخ، ثقافة) فتأتي كمعلومات مدعمة للموروث الثقافي.

6- أغلب مصادر المعلومات التي تقدمها جريدة السياحي من أسرة الجريد حيث تحاول تقديم المعلومات للجمهور ونقل الرسالة الإعلامية بفضل جهود العاملين والقائمين على هذه الجريدة.

7- تعمل جريدة السياحي على تثمين التراث الغير منقول بدرجة كبيرة وهذا راجع إلى ما تحتويه الجزائر من ثراء لهذا الموروث معالم تاريخية، آثار حضارية... الخ، وهذا راجع إلى تعاقب الحضارات عليها.

8- أهم المجالات التي تطرق إليها جريدة السياحي في تناولها لموضوعات الموروث الثقافي هي المعالم الأثرية في المرتبة الأولى في مختلف أعدداها، أما بالنسبة كألبسة التقليدية والصناعات التقليدية والمتاحف كانت تقريبا في نفس المرتبة، ونجد أن كل المجالات تساهم بطريقة مباشرة في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري.

9- تبين أن الهدف الرئيسي من جريدة السياحي هو تثمين التراث بالدرجة الأولى وأعلى نسبة في كل أعداد الجريدة المدروسة وبالتالي تحقق هدف توصيل لرسالة الإعلامية في الحفاظ على الموروث الثقافي.

في مختلف أعداد جريدة السياحي الأربعة عشر وخلال سبعة أشهر، تناولت كم هائل من المواضيع ضمن رسالة إعلامية ذات طابع سياحي تسمح بالمساهمة في تضمين الموروث الثقافي وكون التراث هو القاعدة الأساسية لها فالإعلام السياحي له دور فعال في المساهمة في الحفاظ عليه وتثمينه والتعريف به، ففي هذه النقطة نرتقب بعض ركائز نظرية الغرس الثقافي التي تعاملنا بها، وهي اعتبار أن الإعلام المكتوب وسيلة فريدة، لها القدرة على الجذب من خلال الصورة الملونة إذ يعد الموزع الأساسي للصورة الذهنية، كما أنه يشكل الاتجاه السائد لثقافتنا وتراثنا من خلال تقديمها صورا واضحة وقدرتها على إشاعة الأنماط الموروث الثقافي الجزائري في المجتمع من خلال نقل الموروث الثقافي للأجيال، حيث تحمل مضامين جريدة السياحي مفاتيح الغرس الثقافي والذي يؤدي إلى نتائج مثمرة لها علاقة بالحفاظ على الموروث الثقافي الوطني وبالتشجيع وبالتالي تشجع على الإتباع على الإعلام السياحي.

من خلال المضمون الذي تقدمه جريدة السياحي عن الموروث الثقافي الجزائر وعن الغنى التراثي والثقافي، لمسنا أن هذا النقل الإعلامي اتسم بالطابع الإشهاري حيث لم يظهر سوى الجانب الإيجابي للموروث الثقافي، فرغم الجهود المعتبرة التي بذلتها الدولة من اجل الحفاظ على الموروث الثقافي في بلادنا ورغم الجهود الجبارة التي تسعى إلى تثمين التراث والحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري، إلا أننا نجد الكثير من المعالم الأثرية تعاني من عدم الترميم وبعض العادات التي اندثرت مع مرور الزمن، هو مالا يعكس الإمكانيات الحقيقية التي وفرتها الجزائر له، سواءا فيما يتعلق بالتراث المنقول والغير منقول الذي يكمله، أو من حيث الإمكانيات المادية والكفاءات البشرية المتوفرة له، فجريدة السياحي لم تركز على إبراز الجهود التي توفرها الدولة لتثمين الموروث الثقافي الجزائري بما فيها مختلف القوانين التي نصت على الحفاظ على الموروث الثقافي، كذلك لم يكن هناك توسع في المعلومات الثقافية عن الموروث الشفوي الذي لم يثمن بعد من طرف الدولة وقدرتها على تنظيم أركان خاصة في مختلف وسائل الإعلام، بالإضافة إلى بعض العادات والتقليد التي لم تلقى تثمين من طرف الدولة رغم أن هناك عادات بدأت تحييها من خلال المهرجانات والملتقيات كالتركيز على بعض الفنون الشعبية مثل الرقصة النايلية...إلخ، كما أن الجريدة لم تهتم بالطبخ التقليدي الجزائر بشكل كبير رغم أنه متنوع كاتخاذ الجزائر لمشهد واحد عندما ترمز إلى طبقها الرئيسي ألا وهو "الكسكس"، التي من المفروض لها عدة أطباق تخص كل منطقة في الجزائر، ناهيك على عدم تنظيم مهرجانات دولية لإبراز الموروث الثقافي الجزائر

للأجانب من أجل استقطاب السواح إلى الجزائر كما جعل الموروث الثقافي الجزائر حي في ذاكرة المهاجرين الجزائريين.

المطلب الثاني: التوصيات

خلصت الدراسة إلى التوصيات التالية:

- الاهتمام بالألوان خاصة في الصفحات الداخلية للجريدة.
- إنشاء موقع إعلامي على شبكة الانترنت للجريدة.
- الاهتمام أكثر بنشر مواضيع حول الموروث الثقافي المنقول وهذا من اجل نشره إلى أبعد رقعة في العالم.
- انتظامية الصدور لأنها غير ملتزمة بالصدور أسبوعيا.
- وضع إستراتيجية محكمة للتوزيع من أجل الوصول إلى كافة التراب الوطني.
- تغطية كافة المواريث الثقافية الخاصة بكل مناطق الوطن.

الخاتمة

الخاتمة:

في هذه الدراسة حاولنا التعرف على دور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري من خلال الإعلام السياحي والمتمثل في جريدة السياحي الأسبوعية ذلك من خلال تحليل مضمونها.

فالإعلام بكافة وسائله بما فيها وسائل الإعلام المكتوبة يلعب دورا هاما في تسليط الانتباه على القضايا الهامة فيخرجها من دائرة التعتيم إلى دائرة الحوار، المعالجة، والتثمين، وبفعل العكس حين يتجاهل تلك القضايا أو حيث يتحدث عنها دون أن يأخذ بعين الاعتبار المتغيرات التي تزيد من أهميتها أو تقلل من شأنها كموضوع الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري من خلال وسيلة إعلامية مكتوبة متخصصة في مجال الإعلام السياحي.

فتعرضت دراستنا هذه إلى جوانب عدة للحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري، انطلاقا من الإعلام وخصائصه وأهميته وأهدافه بشكل عام ثم حديث عن السياحة وأركانها وأهميتها وأنواعها وعلاقة الإعلام بالسياحة وأهمية الإعلام السياحي وخصائصه وأهدافه و وظائفه وأشكاله كذلك عرجنا على مميزات الثقافة، أنواعها وعلاقة التراث بالثقافة مرورا بتقسيمات التراث الثقافي وعناصر الموروث الثقافي و وسائل الحفاظ عل الموارد التراثية وحمايتها، وبالتالي التفكير في استثمار كافة الأساليب للإعلام السياحي المكتوب التي تشبع رغبات الجمهور مع تلبية احتياجاتهم المعرفية وتقديمها بالأساليب والأشكال التي يفضلونها لتحدث التأثير المرغوب فيه فجاءت هذه الدراسة لإلقاء نظرة عن كريفية تجسيد الإعلام السياحي المكتوب لصورة الموروث الثقافي عبر ربوع الوطن ضمن جريدة السياحي التي قامت بتمرير رسالة إعلامية ذات طابع سياحي ثقافي وفق قوالب فنية، وعناوين جذابة للفت انتباه القارئ بالتركيز على الموروث الثقافي والصورة المصاحبة للمقال لما تحمله من خصائص وتأثير في الجمهور ومن خلال موضوعات المعلومات السياحية والثقافية، والتراثية، والتاريخية، التي اندرجت تحت مختلف المجالات التي تطرقت إليها جريدة السياحي والتي ركزت على التراث الثقافي الوطني بجميع عناصره، كما اعتمدت في مصادر معلوماتها لمواضيع الموروث الثقافي على أسرت الجريدة مما يدل على اهتمامها به، وهدفها الرئيسي هو تثمين التراث بالدرجة الأولى.

تقدم مثل هذه الدراسة الفرصة لاكتشاف جزء من الموروث الثقافي الجزائري التي نقلت في شكل إعلام متخصص في مجال السياحة تهتم بغرس الموروث الثقافي الجزائري والذي صارت مؤخرا تشهد تنافسا حادا مع وسائل الإعلام الأخرى التي تعمل على البحث والتحري في الثقافة وتاريخ التراث الجزائري، نجد منها الانترنت التي فرضتها المتغيرات التكنولوجية والتطور في تقنية المعلومات والاتصالات بصورة حديثة لتتعامل في مقدمتها الحصص التراثية عبر مواقع الإلكترونية التي أصبحت في الوقت الحالي ضرورة حتمية.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع.

أولا– القواميس والمعاجم:

1. ابن منظور، لسان العرب، مج 1، ج6، دار المعارف، بيروت.
2. مجدي وهبة، كامل المهندس، معجم المصطلحات العربية في اللغة والآداب، مكتبة لبنان، ط2، بيروت، 1994-1984.

ثانيا– الكتب.

1. إحدادن زهير، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طبعة الخامسة، 2014.
2. البكري فؤاد عبد المنعم، التسويق وتخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا، عالم الكتب لنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2007.
3. البكري فؤاد: الإعلام السياحي،دار النهضة الشرق، القاهرة، 2001.
4. تمار يوسف، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
5. حاتم عبد القادر، الإعلام والدعاية نظريات وتجارب، الهيئة المصرية العامة للكتاب، د.ط، 1996.
6. حجاب محمد منير، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط3، دار الفجرن القاهرة، 2002.
7. حجاب محمد منير: الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2002.
8. حجاب محمد منير، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004.
9. خليفة حسين العسال .بحوث في الثقافة الإسلامية .الدوحة. دار الحكمة للنشر، الجزائر، 1993.
10. زرواتي رئيش، منهجية البحث العلمي دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلية–الجزائر، 2007.
11. سليم جهان عبد الله الدائم، وآخرون، الثقافة العربية أسئلة التطور والمستقبل، مركز الدراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 2003.
12. شوقي درويش اللبان، هشام عبد المنصور، مقدمة في مناهج البحث العلمي، دار العربي للنشر والتوزيع القاهرة، 2008.
13. صلاح الدين عبد الوهاب: التخطيط السياحي، دار القومية للطباعة والنشر، مصر، 2002.
14. الطربيش مرفت، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
15. طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، مكتبة الجامعية الحديثة الإسكندرية، مصر، 2010.
16. الظاهر نعيم، عبد الجابر تيم، وسائل الاتصال السياحي، دار اليازوري، العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، طبعة الأولى، 2001.
17. عبد الحميد محمد، تحليل المحتوى في البحوث الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979.

18. عثمان محمد غنيم، سعد نبيل بنيتا، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، دار صفاء للنشر، الأردن، 1999.
19. فتحي محمد الشرقاوي، نرمين الحطاب، وائل أمين، مبادئ علم السياحة، مكتبة بستان المعرفة، القاهرة، 2006.
20. فرقوة ادريس، التراث في المشرح الجزائري، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر.
21. كامل محمود، السياحة الحديثة "علما وتطبيقا"، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1975.
22. محمد زيان عمر، البحث العلمي ومناهجه وتقنياته، ط4، دار الشروق، المملكلة العربية السعودية، 1983.
23. هباس بن رجاء الحربي، سعود السيق السهلي، الإعلام السياحي مفاهيم وتطبيقاته، دار أسامة للنشر والتويزه، عمان، ط2، 2015.
24. هباش بن رجاء الحربي، سعود السبق السهلي، الإعلام السياحي مفاهيم وتطبيقات، دار أسامة للنشر والتويزع،/ الأردن، 2015.

ثالثا– المجلات والدوريات

25. اسماء محمد مصطفى، الموروث الثقافي المادي وغير المادي للعراق وأهمية تعزيزه وحمايته من الضياع "الماضي يحاور الحاضر عن المستقبل"، العدد الحادي والسبعون، كانون الثاني، 2014.
26. بن مرسلي أحمد، استخدامات تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، المجلة التاريخية للاتصال، الجزائر، معهد علوم الإعلام والاتصال، العدد 14، 1996.
27. ميانة النجاني، دور التراث المادي واللامادي لمجتمع واد سوف في تحديد ملامح الهوية الثقافية وتكاملها، العدد السادس، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة واد سوف، الجزائر.

رابعا– الرسائل الجامعية:

28. سليمان صباح، الإعلام السياحي المكتوب في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والإتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015-2016.
29. شرابي يسمينة، الموروث الثقافي في أدب الرحلة الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، قسم اللغة والأدب كلية الأدب واللغات، جامعة البويرة، 2012، 2013.
30. عوينات عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2015) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي السياحي 2025، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم علوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، 2012، 2013.

31. فهيمة إعراب، التراث والسياحة (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التراث والدراسات الأثرية، 2010-2011.

32. كواش خالد، السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها، دار التنوير، الجزائر، 2007.

33. نسيمة جميل، السياحة الثقافية وتثمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر، كلية العلوم الاجتماعية، تخصص علوم الإعلام والاتصال، مذكرة لنيل شهادة ماجستير جامعة وهران، 2009-2010.

خامسا- مواقع الانترنت:

34. قحطان محمد غالب فوزية، حماية الموروث الشعبي في المجتمع اليمني "معوقات وإمكانيات"، www.svu.edu.eg/arabic/links.

35. عزوق عبد الكريم، التراث الأثري، مفهومه أنواعه أهميته حمايته وإستغلاله كثروة اقتصادية، معهد الآثار، جامعة الجزائر2،
archeologie.univ-alger2.dz/module/annonces/nadwa2016.pdf

36. يوسف محمد عبد الله، الحفاظ على الموروث الثقافي والحضاري وسبل تنميته، جامعة صنعاء، www.yemen-nic.info/files/turism/studies/hefath.pdf

الملاحق

تعريف الإجرائي للفئات:

تم تقسيم فئات تحليل المضمون إلى قسمين أساسين هما فئات الشكل وفئات الموضوع كما تم تقسيم كل الفئة من هذه الفئات الى فئات رئيسية يندرج تحت كل فئة فئات ثانوية

أولا فئات الشكل:

ويقصد بها الفئات التي تبرز فيها الجانب الإخراجي الذي ظهر بيه موضوع الموروث الثقافي الجزائري من خلال جريدة السياحي الأسبوعية والتي من خلالها يتم تحديد مدى اهتمام جريدة السياحي بموضوع محل الدراسة .

الفئات الرئيسية والفئات الثانوية

1- فئة المساحة: ويقصد بها إبراز المساحة التي تناولتها جريدة السياحي لموضوع الموروث الثقافي الجزائري، واندرجت تحتها فئات ثانوية من اجل تحديد هذه المساحة.

- **المساحة الكلية:** وهي مساحة جريدة السياحي ككل.
- **المساحة المطبوعة:** وهي مساحة التي تم طبع فيها المادة الإعلامية التي تنشرها جريدة السياحي.
- **المساحة المخصصة للموضوع:** وهي المساحة التي خصصتها جريدة السياحي الأسبوعية لموضوع الموروث الثقافي الجزائري في مختلف إعدادها.

2- فئة الموقع من الصفحات: ويقصد بها موقع التي خصصته جريدة السياحي الأسبوعية لموضع الموروث الثقافي الجزائري من خلال الصفحات وتندرج تحت هذه الفئة عدة فئات ثانوية من اجل تحديد موقع موضوع محل الدراسة من خلال الصفحات.

- **الصفحة الأولى:** ويقصد بها الصفحة الأولى لجريدة السياحي الأسبوعية التي يتم نشر فيها موضوع الموروث الثقافي الجزائري لما تحتويه هذه الصفحة من خصائص لجذب القارئ إليها.
- **الصفحة الثانية:** ويقصد بها الصفحة الثانية لجريدة السياحي الأسبوعية التي يتم نشر فيها موضوع الموروث الثقافي الجزائري .
- **الصفحات الداخلية:** ويقصد بها الصفحات الداخلية لجريدة السياحي الأسبوعية التي يتم نشر فيها مواضيع الموروث الثقافي الجزائري لما تحتويه من خصائص،اتساع في المساحة
- **الصفحة ما قبل الأخيرة:** ويقصد بها الصفحة ما قبل الأخيرة لجريدة السياحي الأسبوعية التي تنشر فيها مواضيع الموروث الثقافي الجزائري.

الصفحة الأخيرة: ويقصد بها الصفحة الأخيرة لجريدة السياحي الأسبوعية التي يتم نشر فيها موضوع الموروث الثقافي الجزائري لما تحمله من خصائص فهي اعتبر الصفحة الأولي الثانية للجريدة

3- فئة الموقع من الصفحة: ويقصد بها موقع الذي خصصته جريدة السياحي الأسبوعية لموضوع الموروث الثقافي الجزائري من خلال الصفحة وتندرج تحت هذه الفئة فئات ثانوية من اجل تحديد موقع موضوع محل الدراسة من الصفحة .

- **أعلى اليسار**: ويقصد به أعلى يسار الصفحة جريدة السياحي الأسبوعية التي تنشر فيه موضوع الموروث الثقافي الجزائري .

- **أعلى اليمين**: ويقصد به أعلى يمين الصفحة جريدة السياحي الأسبوعية التي تنشر فيه موضوع الموروث الثقافي الجزائري.

-**وسط**: ويقصد به أعلى وسط الصفحة جريدة السياحي الأسبوعية التي تنشر فيه موضوع الموروث الثقافي الجزائري .

- **أسفل اليمين**: ويقصد به أسفل يمين الصفحة جريدة السياحي الأسبوعية التي تنشر فيه موضوع الموروث الثقافي الجزائري .

- **أسفل اليسار**: ويقصد به أسفل يسار الصفحة جريدة السياحي الأسبوعية التي تنشر فيه موضوع الموروث الثقافي الجزائري .

4- العناصر التيبوغرافية: ويقصد بها العناصر التيبوغرافية التي استخدمتها جريدة السياحي لموضوع الموروث الثقافي الجزائري من خلال الصور والرسوم ،العناوين واللون المستخدم فيهما ويندرج تحت هذه الفئة فئات ثانوية .

- **فئة العنوان**: ويقصد بها نوع العنوان المستخدم في جريدة السياحي الأسبوعية لموضوع الموروث الثقافي الجزائري من عنوان رئيسي، عنوان تمهيدي عنوان منشاة وعنوان فرعي.

- **لون العنوان**: ويقصد به لون العنوان المستخدم في جريدة السياحي الأسبوعية لموضوع الموروث الثقافي الجزائري.

- **فئة الصورة**: ويقصد بها نوع الصورة التي استخدمتها جريدة السياحي الأسبوعية لموضوع الموروث الثقافي الجزائري من خلال صور التوضيحية، صور تعبيرية وصور ومرافقة للمقال.

فئة لون الصورة: ويقصد به لون الصورة المستخدم في جريدة السياحي الأسبوعية لموضوع الموروث الثقافي الجزائري.

5- فئة النوع الصحفي: ويقصد بها لهم الأنواع التحريرية التي يتم تحرير بها موضوع الموروث الثقافي الجزائري، وتندر تحت هذه الفئة عدة فئات ثانوية.

- **الخبر:** وهو نوع صحفي الذي تحرير به جريدة السياحي لموضوع الموروث الثقافي الجزائري لما يحمله من خصائص فهو يصف بدقة الواقعة وغير متحيز تقدمه وسائل الإعلام عن حادثة أو واقعة تثير اهتمام جمهور هذه الوسيلة.

- **التقرير:** وهو نوع صحفي الذي تنشر به جريدة السياحي موضوع الموروث الثقافي الجزائري لما يحمله من خصائص فهو أهم الأنواع الإخبارية لأنه يقوم بنقل تفاصيل الواقعة والأحداث المحيطة بها.

- **الربورتاج:** وهو نوع صحفي الذي تستخدمه جريدة السياحي في احرير موضوع الموروث الثقافي الجزائري لما يحمله من خصائص فهو نوع تعبيري تكون الجمل حية مليئة بالصور البديعية حيث يعتبر تصوير الوقائع والأحداث ونقلها إلى الجمهور.

- **المقال:** وهو نوع الصحفي الذي يتم تحرير به جريدة السياحي الأسبوعية لموضوع المورث الثقافي الجزائري لما يحمله من خصائص فهو نوع مكتبي لا يستوجب على الصحفي النزول الى الميدان يقوم الصحفي فيه بجمع المعلومات على الموضوع فقط ويقوم بتحريره.

- **أخرى:** ويقصد بها الأنواع الصحفية الأخرى التي تستخدمها جريدة السياحي في تحريرها لمواضيع الموروث الثقافي الجزائري مثل المقابلة الصحفية والتحقيق ...الخ.

ثانيا: فئات الموضوع:

ويقصد بها الفئات المخصصة لموضوع محل الدراسة من خلال جريدة السياحي الأسبوعية.

1- فئة المعلومات:

ويقصد بها نوع المعلومات المقدمة من خلال جريدة السياحي الأسبوعية حول موضوع الموروث الثقافي الجزائري، وتندرج تحت هذه الفئة عدة فئات ثانوية.

- **فئة المعلومات سياحية:** ويقصد بها المعلومات الخاصة بالسياحة التي تنشرها جريدة السياحي وهي خاصة بالموروث الثقافي الجزائري مثل المناطق الأثرية ...الخ.

– **فئة المعلومات ثقافية**: ويقصد بها المعلومات الخاصة بالثقافة الجزائرية التي تنشرها جريدة السياحي وهي خاصة بالموروث الثقافي الجزائري **مثل** إعلانات والأخبار على موعد تظاهرات ثقافية، ...الخ.

– **معلومات تاريخية**: ويقصد بها المعلومات الخاصة بالتاريخ التي تنشرها جريدة السياحي وهي خاصة بالموروث الثقافي الجزائري مثل مواقع تاريخية.

– **معلومات عن التراث**: ويقصد بها المعلومات الخاصة بالتراث الجزائري التي تنشرها جريدة السياحي وهي خاصة بالموروث الثقافي الجزائري مثل الألبسة التقليدية، الأكل الشعبي، ...الخ.

2– فئة المصدر: ويقصد بها أهم المصادر التي اعتمدت عليها جريدة السياحي في انتقاء ونشر المواضيع الخاصة بالموروث الثقافي الجزائري، وتندرج تحت هذه الفئة فئتين أساسيتنين.

– **أسرة الجريدة**: ويقصد بها الصحفين والمتعاملين بالقطع مع جريدة السياحي في نقلها لمواضيع الخاصة بالموروث الثقافي الجزائري .

– **المسؤلين**: ويقصد بها أهم المسؤلين والمتحدثين باسم الدولة مثل وزارة السياحة في نقل ونشر مواضيع الموروث الثقافي الجزائري .

3– فئة تقسيمات الثراث:

و يقصد بها تقسيمات الموروث الثقافي الجزائري التي تنشرها جريدة السياحي الأسبوعية، وتندرج تحت هذه الفئة فئتين أساسياتين هما:

– **موروث ثقافي منقول**: ويقصد به مجموعة الممتلكات المنقولة من حفريات أثرية، مخطوطات ...الخ التي تنشرها جريدة السياحي في إعدادها.

– **موروث ثقافي غير منقول**: ويقصد به مجموعة الممتلكات الثقافية التي لها قيمة وطنية وإنسانية من الناحية التاريخية ،علمية والفنية مثل المواقع والمعالم والمنشات المعمارية ...الخ ذات طابع اثري الذي تنشره جريدة السياحي في مختلف إعدادها.

4– فئة مجالات الموروث الثقافي:

ويقصد بها أهم مجالات الموروث الثقافي التي تعمل جريدة السياحي على تمريره من خلال إعدادها، وتندرج تحت هذه الفئة عدة فئات

– **المتاحف**: ويقصد به ذلك المبنى الذي يحوي مجموعة الآثار الخاصة بالبلاد ومفتوح أبوابه إلى الجمهور والتي تنشر معلومات عليه جريدة السياحي.

– **الصناعات التقليدية**: ويقصد بها ذلك النتاج الحضاري لآلاف السنين من التفاعل الحي بين المجتمعات المحلية بما تحمله من رؤى وقيم حضارية وبيئتها الطبيعية وبين المجتمعات الأخرى، وهي رصيد ومخزون للخبرات الحياتية والإمكانات الإنتاجية الذاتية المتاحة داخل كل مجتمع محلي (حرف يدوية، صناعة الحلى، الفخار ...) والتي تعمل جريدة السياحي على نشرها ضمن إعدادها.

– **المعالم التاريخية**: ويقصد بها ذلك الموقع الذي يتضمن الدلائل الأثرية، والتي يتم دراستها والتي تقوم جريدة السياحي بترويج له من خلال ما تنشره ضمن إعدادها مثل مقام الشهيد ...الخ.

– **المهرجانات**: ويقصد بها احتفاليات تقوم كل عام تكون عادتا في إطار ثقافي فتقوم جريدة السياحي بنشر أخبار حولها

– **ألبسة تقليدية**: ويقصد بها مجموعة من الأزياء توارثها جيلا بع جيل وتقوم جريدة

– **مأكولات تقليدية**: ويقصد بها أصناف من الأطعمة التي يتورثها جيل بعد جيل فتعمل جريدة السياحي على ترسيها للأجيال .

5– فئة توجهات الجريدة (هدف):

ويقصد بها ما هدف جريدة السياحي من نشرها لموضوع الموروث الثقافي الجزائري في مختلف إعدادها، وتندرج تحت هذه الفئة اربعة فئات ثانوية

– **تثمين التراث**: ويقصد بها لن جريدة السياحي هدفها من نشر مواضيع الموروث الثقافي تثمين التراث.

– **الإعلام والأخبار**: ويقصد بها لن جريدة السياحي هدفها من نشر مواضيع الموروث الثقافي هو الأخبار .

– **الإرشاد والتوعية**: ويقصد بها لن جريدة السياحي هدفها من نشر مواضيع الموروث الثقافي هو إرشاد الجمهور وتوعيتهم له.

– **نشر ثقافة سياحية**: ويقصد بها لن جريدة السياحي هدفها من نشر مواضيع الموروث الثقافي هو نشر ثقافة سياحية من خلال ما تنشره في مختلف إعدادها عنه.

استمارة تحليل مضمون

I- فئة الشكل

1- فئة المساحة:

- المساحة الكلية لأعداد الجريدة ☐
- المساحة المطبوعة لأعداد الجريدة ☐

المساحة المخصصة للموضوع☐

2- فئة الموقع من الصفحات:

صفحة الأولى ☐

صفحة الثانية☐

صفحات الداخلية☐

صفحة ما قبل الأخيرة☐

صفحة الأخيرة☐

3- فئة الموقع من حيث الصفحة

أعلى اليمين☐

أعلى اليسار☐

وسط☐

أسفل اليمين☐

أسفل اليسار☐

4- الفئات التيبوغرافية

*** فئة العنوان**

عنوان منشاة☐

عنوان رئيسي☐

عنوان تمهيدي☐

عنوان فرعي☐

*** فئة لون العنوان**

لون واحد☐

عدة الوان☐

ابيض و اسود☐

*** فئة الصورة**

صورة توضحية☐

مرافقة للمقال☐

تعبيرية☐

*** فئة لون الصورة**

ملونة☐

غير ملونة☐

5- فئة النوع الصحفي

الخبر☐

اتقرير☐

روبورتاج☐

مقال☐

أخرى☐

II- فئة المضمون

1- فئة المعلومات

معلومات سياحية☐

معلومات ثقافية☐

معلومات تاريخية☐

معلومات عن التراث☐

2- فئة المصدر

اسرة الجريدة☐

مسؤولين☐

3- فئة تقسيمات التراث

موروث ثقافي منقول☐

موروث ثقافي غير منقول☐

4- فئة مجالات الموروث الثقافي

المتاحف☐

الصناعة التقليدية☐

المعالم التاريخية☐

المهرجانات☐

ألبسة تقليدية☐

مأكولات تقليدية☐

مجالات أخرى☐

5- فئة توجهات الجريدة (هدف):

تثمين التراث☐

الإعلام والأخبار☐

الإرشاد والتوعية☐

نشر الثقافة السياحية☐

السياحي
ASSAYAHI
السياحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
●تابعونا على الأنترنت: www.assayahi.com ●
* العدد90 * من 30أوت الى 05 سبتمبر 2016 * الثمن :20دج *
الزي القبائلي
الجبة تراث قبائلي أصيل
باعتبارها فضاءا عائليا بامتياز
نحو تهيئة غابة باينام وتحويلها لقطب سياحي
شلالات وادي البارد بسطيف...
جنة السياحة الجبلية و هدوء يستقطب آلاف الزوار
الجزائر السياحية..الأفاق و التنمية
السياحي
تأخذكم في جولة لأروع معالم اليونان السياحية
10 أشياء
لا يفهمها إلا عشاق السفر
تيارت على موعد مع صالون الفرس
الصالون الوطني للفرس
9
Salon National du Cheval

السياحي
ASSAYAHI
السياحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
الأخيرة
16
العدد90 • من 30 أوت إلى05 سبتمبر 2016
عين الدفلى
البويرة
سيدى بلعباس
الجلفة
جمال بلادي
الشلف
مستغانم
باتنة
عنابة

السياحي
ASSAYAHI
السياحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
●تابعونا على الأنترنت: www.assayahi.com ●
* العدد 91 * من 15 الى 21 سبتمبر 2016 * الثمن :20دج *
تهيئة العديد من الفنادق
إطلاق أشغال في فندق الارز و المرسى
أبواب تلمسان العتيقة
بقايا أثار وشواهد تاريخية
المدير العام لمؤسسة الديوان الوطني للسياحة "محمد شريف سلاطنية" للسياحي:
إنجاز قرى سياحية في الجنوب الكبير لتطوير السياحة الصحراوية
●●تقديم عروض سياحية داخلية بأسعار تنافسية
نصائح سياحية
كيف تتفادى الازعاج في رحلاتك مع الأطفال
في نهاية موسم الاصطياف
موسم ناجح في تيزي وزو و بومرداس
السياحي تأخذكم في رحلة لإمارة موناكو
إمارة الأساطير

السياحي
ASSAYAHI
السياحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
الأخيرة
16
•العدد91• من 15 إلى21 سبتمبر 2016

المدير العام لمؤسسة الديوان الوطني للسياحة ''محمد شريف سلاطنية'' للسياحي:

إنجاز قرى سياحية في الجنوب الكبير لتطوير السياحة الصحراوية

●●تقديم عروض سياحية داخلية بأسعار تنافسية

يكشف المدير العام لمؤسسة الديوان الوطني للسياحة "محمد شريف سلاطنية" للسياحي عن العديد من المشاريع التي تسعى أوتات لتحقيقها في سبيل تطوير السياحة في الجزائر ومنها إنشاء قرى سياحية في جنوبنا الكبير من شأنها القضاء على ضعف هياكل الاستقبال و الترويج للسياحة الصحراوية في بلادنا كما تسعى مؤسسة الديوان الوطني للسياحة لتطوير السياحة الداخلية بتقديم عروض مميزة و أسعار تنافسية تستهدف كل فئات المجتمع من طلبة و حتى المسنين مع أخذ بعين الاعتبار عامل الأسعار.

حوار :توفيق بوسكين

من ضمن إستراتجيتنا في المستقبل هو تنويع المنتج ، الإشهار ،التواصل من خلال مكاتب الديوان ،تخفيضات مختلفة كذلك سنستثمر في القرى السياحية فنحن نعلم بان هناك نقص في الإيواء خاصة في الجنوب الكبير ففي الموسم السياحية وفي الشتاء أو في مناسبة رأس السنة غالبا ما يفوق العرض الطلب لهذا ارتأينا إنشاء قرى أو مخيمات سياحية للتقليص من العجز وهذا من خلال الإمكانيات التي يتوفر عليها الديوان على غرار المواصلات والمرشدين والإيواء

مثلا في الجزائر خلال سنوات 1970 و 1980 كان المواطن إذا رأى سائحا فانه يفرح لذلك لان هذا السائح هو مصدر رزق بالنسبة له .ففي الدول السياحية الجميع يعمل بداية من السائق إلى المطعم والفندق ..الجميع يعمل وكما هو معلوم اكبر قطاع يتوفر على مناصب الشغل في العالم هو قطاع السياحة ،إذن نحن الآن لا يوجد لدينا بديل غير العمل وتكوين الأشخاص عبر الفنادق والوكالات السياحية والمطارات والموانئ. فيجب العمل على خلق ثقافة سياحية وتعليم الأشخاص ما معنى السياحة وماذا سنجني من وراء السياحة.

●● السيلحي: "ما هو دور السياحة في دعم الاقتصاد الوطني وجعلها بديلا عن المحروقات؟

"محمد شريف سلاطنية": مؤسسة الديوان الوطني للسياحة يعتبر قاطرة التنمية السياحية الداخلية حيث يحتوي على 35 وكالة عبر الوطن ومن مهامنا تطوير السياحة الداخلية والترويج للوجهة السياحية الجزائرية،ولبلوغ هذه الأهداف قمنا بوضع إستراتجية تتمثل في تنويع المنتوج السياحي للوصول لأكبر عدد من السياح الجزائريين لأننا نتعامل مع مختلف فئات المجتمع

لدينا برامج خاصة بالطلبة وأخرى خاصة بالعائلات الجزائرية وعروض لما يسمى بسياحة المغامرة بالجنوب الكبير .لدينا كذلك إقامات خاصة بالمسنين ،فنحن نحاول أن نمس كامل فئات المجتمع لهذا وضعنا برنامج متنوع ومن خلاله نحاول جلب السائح الجزائري بعرض منتجات متنوعة وكذالك بوضع أسعار تتماشى والقدرة الشرائية للمواطن المتوسط الدخل لان السياحة في حد ذاتها هي عملية ترفيهية

كذلك من خلال الخدمات المتميزة قمنا في هذا الصدد بإبرام اتفاقيات مع مختلف الشركاء في المجال السياحي ،ففيما يخص الفنادق أبرمنا اتفاقية مع فنادق القطاع العمومي وكذالك مع الفدرالية الوطنية لفنادق القطاع الخاص ، ومن خلال هذه الاتفاقيات نعمل أولا على الحصول على أسعار تنافسية بالنسبة للأسعار العمومية وكذالك نفرض خدمات متميزة بالنسبة للزبون الذي يتعامل مع وكالات الديوان كما انه لدينا أولوية في الحجز لما يكثر الطلب . هذا فيما يخص الفنادق ، لدينا أيضا امتيازات تشمل تشمل المواصلات و الإيواء وكذلك التنشيط أثناء فترة الإقامة

فيما يخص هياكل الاستقبال قمنا بإبرام اتفاقيات في هذا الصدد. بالنسبة للنقل إذا كان المنتج يخص الجنوب الكبير فإننا تحصلنا على أسعار مع الخطوط الجوية الجزائرية حيث انه ابتداء من 10 أفراد نتحصل على تخفيض في سعر التذكرة يصل إلى 50 بالمئة وهذا مكسب مهم جدا بالنسبة للمنتج السياحي نفسه لان الشيء المسبب للفلاء في السياحة هو المواصلات . بالنسبة للمسالك السياحية عبر الطرقات الديوان تحصل على وسائل نقل هامة ومن الطراز الرفيع للتنقل عبر مختلف المواقع السياحية عبر الوطن .ومادام الحافلات هي ملك للديوان فنحن نتحكم في السعر ،لهذا استطيع القول بان الديوان يطرح في هذا المجال أسعار مقبولة جدا وفي متناول المواطن متوسط الدخل.

●● السيلحي: "ما هي ابرز البرامج المستقبلية للديوان؟

"محمد شريف سلاطنية": من ضمن إستراتجيتنا في المستقبل هو تنويع المنتج ، الإشهار ،التواصل من خلال مكاتب الديوان ،تخفيضات مختلفة كذلك سنستثمر في القرى السياحية فنحن نعلم بان هناك نقص في الإيواء خاصة في الجنوب الكبير ففي الموسم السياحية وفي الشتاء أو في مناسبة رأس السنة غالبا ما يفوق العرض الطلب لهذا ارتأينا إنشاء قرى أو مخيمات سياحية للتقليص من العجز وهذا من خلال الإمكانيات التي يتوفر عليها الديوان على غرار المواصلات والمرشدين والإيواء

كما نهتم أيضا بالتنشيط . هذه العوامل قد تجعل منا نتعامل بالجملة إن صح التعبير أي نمنح للوكالات السياحية الأخرى الفرصة للتعامل معنا في هذا الصدد

سنقوم بإنشاء قرية سياحية بتاغيت بولاية بشار ب300سرير كذلك انطلاق قرية سياحية أخرى بتيميمون بولاية أدرار . لدينا أيضا إقامة للديوان بجانت بولاية إليزي.

حيث قمنا بتأهيلها فأصبحت الآن تتوفر على 40سريرا بدلا من 20 سريرا كما تتوفر على جميع الشروط الضرورية . وأشير هنا إلى أن المجموعات المتوجهة للجنوب عادة لا تكون كبيرة وتكون متوسطة من 20 إلى 25 فردا لماذا لان هذه المجموعات تستغل الإقامة مدة يوم أويومين فقط أي أثناء الوصول والمغادرة أما باقي الإجازة فتقضيها هذه المجموعات في التنقل والمبيت في الخلاء وسط الصحراء لهذا عدد الأسرة لما يصل إلى 40 فهو شيء مهم جدا بالنسبة للجنوب

"محمد شريف سلاطنية": رغم كل ما ذكرته هل نعتبر أن مشكل نقص الهياكل ما يزال قائما؟

"محمد شريف سلاطنية": بالفعل كما ذكرت سابقا نلمس هذا النقص خاصة في موسم السياحة بالجنوب وهذا بفعل كثرة الطلب ونحن من خلال مبادرتنا فإننا نشجع الوكالات السياحية الخاصة للاستثمار في العطلة بالجنوب

●● السيلحي:هل من شان مشاريع الديوان السياحية المساهمة في توفير مناصب شغل جديدة ؟

"محمد شريف سلاطنية": طبعا انه مثلا إذا قمنا بانشاء 300 سرير في مشروع واحد فهذا سيخلق 150 منصب شغل .وإذا أنشأنا 600 فانه تكون لدينا 300 منصب شغل جديد وهكذا . كذالك لدينا مشروع في سوق الاثنين بولاية بجاية سنتطلق فيه مستقبلا.

●● السيلحي: "هل هذه المشاريع ستشجع المواطن على السياحة الداخلية

"محمد شريف سلاطنية": طبعا لما يكون العرض متوفرا و الأسعار تنافسية فهذا حتما سيكون عاملا هاما في تشجيع السياحة الداخلية.

●● السيلحي: "ما هو دور السياحة في دعم الاقتصاد الوطني وجعلها بديلا عن المحروقات؟

"محمد شريف سلاطنية":مثل ما هو حاصل في الدول السياحية على غرار الولايات المتحدة الأمريكية أو فرنسا ، ايطاليا . هذه الدول لديها ثروات باطنية لكن السياحة بالنسبة لهم هي أولوية الأولويات لان الاحتكاك بين الشعوب سيخلق تطورا لهذا البلد

مثلا في الجزائر خلال سنوات 1970 و 1980 كان المواطن إذا رأى سائحا فانه يفرح لذلك لان هذا السائح هو مصدر رزق بالنسبة له .ففي الدول السياحية الجميع يعمل بداية من السائق إلى المطعم والفندق ..الجميع يعمل وكما هو معلوم اكبر قطاع يتوفر على مناصب الشغل في العالم هو قطاع السياحة ،إذن نحن الآن لا يوجد لدينا بديل غير العمل وتكوين الأشخاص عبر الفنادق والوكالات السياحية والمطارات والموانئ. فيجب العمل على خلق ثقافة سياحية وتعليم الأشخاص ما معنى السياحة وماذا سنجني من وراء السياحة.

السياحي
ASSAYAHI
السياحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
●تابعونا على الأنترنت: www.assayahi.com ●
★ العدد94 ★ من25 الى 31 أكتوبر 2016 ★ الثمن:20دج ★
حديقة "تونس" بالعاصمة
متنفس العائلات العاصمية
لدعم السياحة الحموية بالجنوب
إعادة افتتاح الحمام المعدني تمزقيدة بعين صالح مطلع السنة القادمة
معالم البيض تتحدى الزمن
موروث ثقافي بحاجة لتنقيب
عناصر التسويق السياحي
المنتج السياحي أكثر العناصر أهمية في التسويق السياحي
أدرار..
امكانيات سياحية واعدة
مواقع سياحية فخمة

السياحي
ASSAYAHI
السياحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
الأخيرة
16
•العدد93• من 16 إلى 22 أكتوبر 2016

الجزائر متحف حي

معالم حاضرة تعانق التاريخ

تعد الجزائر من الدول القليلة التي مازالت محتفظة بأطلال كثيرة لمواقع ومدن عديدة تعود إلى الإمبراطورية الرومانية تلك الآثار التي يقف أمامها الجميع وقفة إعجاب والتي صنفت اليونسكو بعضها ضمن تراث الإنسانية العالمي فهي فعلا أطلال بقايا ما يربو عن 500 مدينة أقامتها الإمبراطورية الرومانية عبر أنحاء الجزائر في غضون 5قرون تقريبا.

كانت السيطرة على أفكار الجديدة أو إفريقيا الجديدة بطيئة وتدريجية ذلك أن روما غزت أولا السواحل الجزائرية أي المنشأة التجارية الفينيقية التي كانت قائمة أصلا قبل أن تتوغل روما في السهول لتنشئ حصونا أو مدنا ومن ثمة مستعمرات مثل لمباسيس لمباز تاموقادي "تيمقاد" وسطيفيس "سطيف" إبان حكم نيرفا تراجان المدون اسمه على قوس النصر بتاموغادي تخليدا لذكرى ذلك الإمبراطور مشيد المدينة.

ولئن كانت الإمبراطورية قد شملت في مجمل أراضيها على نحو ثلث الأراضي المغاربية الحالية بما فيها جزء من الجزائر تونس ليبيا ظلت لمدة لثلاثة قرون القلب النابض للجزائر الرومانية و المقر العام للقوات الرومانية كما كانت أيضا المنطلقة الأكثف عمرانا

في أيامنا هذه تكشف تلك الأطلال عن الروح الحضارية التي كانت روما آنذاك تصدرها عن مستعمراتها كما تنم عن الأهمية البالغة التي كانت الجزائر تكتسيها في أعين روما فقد كانت روما ترى أن الجزائر أكثر من مجرد مخزن للغلال يثير أطماعها.

شرشال

تعد شرشال أو القيصرية العتيقة الواقعة على مسافة 100 كم عن الجزائر العاصمة مدينة ساحلية خلابة تنعم بالسكينة والهدوء وتتمتع بصيت سياحي تتخللها الأطلال الرومانية الكاشفة عن عظمة هذه العاصمة الموريتانية القيصرية المشيدة على شاكلة روما بأمر من الملك "يوبا الثاني" على شرف قيصر.

تشمل مدينة شرشال حاليا الجزء الأكبر من القيصرية العتيقة ولكنها تحافظ مع ذلك

على بعض المواقع الأثرية التي تجعلها مدينة فريدة من نوعها تعد مدينة شرشال بمنزلة متحف من الآثار الرومانية مثل الرؤوس الضخمة والأعمدة ورتاج النص بالإضافة إلى جزء من المسرح في قلب المدينة إنه متحف حقيقي يتسنى لكل واحد الوقوف على نفائسه يشهد كل من طل من أطلال شرشال على عظمتها وعظمة الفنانين الذي شيدوها وزخرفوها.

متحف شرشال

يتضمن متحف شرشال متحفين يسردان الحكاية العجيبة للمدينة يقع أحد المتحفين على مشارف الساحة العمومية الفسيحة المحفوفة بأشجار معمرة يعود تاريخه إلى الحقبة الاستعمارية ويحوي آثار نفيسة خلفها الفينيقيون والرومانيون و العثمانيون والفرنسيون.

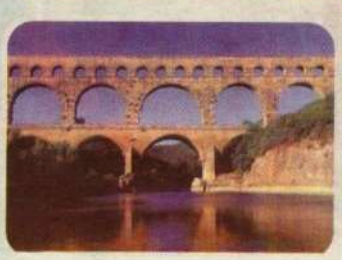
كما يتضمن بين جنباته منحوتات رائعة وتماثيل تحاكي بعض روائع الإغريق و الإمبراطورية الرومانية مثل تماثيل أبولون فينوس وهرقل.

وأما المتحف الثاني فهو حديث العهد مقارنة بالأول وهو واقع في قلب حظيرة الفسيفساء يتضمن تشكيلة ثرية من الفسيفساءات المسترجعة من أرضيات المنازل الفخمة في القيصرية العتيقة.

تيبازة

تيبازة مدينة سياحية خلابة تقع على بعد 70 كلم عن الجزائر العاصمة وهي بمنزلة محطة حموية شهيرة لاسيما بفضل مركبيها السياحيين تحتضن تيبازة في قلب المدينة أطلالا تعود لمدينة رومانية أسرة مصنفة ضمن التراث الإنساني العالمي منذ 1982 من قبل اليونسكو.

لئن كشف النقاب عن جزء كبير من المدينة التي



شيدها "يوبا الثاني" فإن الجزء الأخر لا زال نفيسا تحت أطلال من الثرى ينتظر اليوم الذي يبرز فيه للعالم بكل تاريخه وروعته.

يقع متحف تيبازة على الطريق الرئيس للمدينة العتيقة يحوي تشكيلة نفيسة من الآثار العتيقة إذ يجد فيه المرء مسلات خصصت لشتى الآلهة اليونيقية والرومانية بالإضافة إلى نواويس وقطع نقدية و أواني فخارية وحلي ناهيك عن قطع فسيفساء جميلة مناه البازليك القضائية.

جميلة

جميلة مشتقة من الجمال وهي اسم يطلق على كويكول تقع مدينة جميلة الرومانية على نحو 50 كليومتر من مدينة سطيف أو سطيفيس العتيقة

جميلة مدينة رائعة أسسها الإمبراطور "نيرفا تراجانفي" المدة المتراوحة بين 96-98 بعد الميلاد لفائدة قدامى محاربيه مدينة جميلة جوهرة معمارية بالنظر إلى اللمسات الفنية التي تبرز معالمها على الرغم من طبيعة الأراضي التي لا تساعد على إقامة مدينة يضاهي جماله جمال جميلة. وهي مصنفة من قبل اليونسكو مدينة كويكول ضمن التراث الإنساني العالمي.

متحف جميلة هو موقع يحوي على مجموعات أثرية هامة بالإضافة إلى التماثيل الشاهقة للسيفروس و غيرهم من الأباطرة الرومانيين و الآلهة يتضمن المتحف قطعا فسيفسائية تزين جدران القاعة المركزية بعض هذه القطع فريدة من نوعها والأجمل بينها تلك التي ترجع إلى العصر القديمة.

تيمقاد

كانت تيمقاد أو تاموقادي العتيقة من بين المدن الرومانية الأشد ازدهارا أقيمت على شكل روما بأمر من الإمبراطور "نيرفا تراجان" في العام 100 بعد الميلاد.

أحترم في هذه المدينة النوميدية الطقوس المعمارية الرومانية احتراما كاملا و اليوم تعد تيمقاد من المواقع المصنفة ضمن التراث الإنساني العالمي من قبل اليونسكو.

متحف "تيمقاد" بمنزلة متحف لمواقع متمركزة عند مدخل المدينة العتيقة يحوي أطلالا تعود لعصور غابرة.

يحتضن المتحف التماثيل والمسلات المنذرة لمختلف الآلهة مثل الإله ساتورن وقطع فسيفسائية تصور قصصا تزيح اللثام عن جم من المعلومات حول المعتقدات السائدة في العصور القديمة.

تيبدس : كانتديس أوروسبليكا

مدينة بربرية سيطر عليها الرومان تقع على بعد 30 كلم عن قسنطينة و يطلق عليها تسمية قسنطينة العتيقة و تقع شأنها شأن سيرتا العتيقة على سفح صخري سيرها حصن منيع وعلى الرغم من أن المدينة قد شهدت عدة تغيرات معمارية فإن العمران الروماني يعد رائعة فنية تمتاز عن المدن الأخرى الرومانية باللون الأحمر لبنايتها وتعد اليوم ضمن التراث الإنساني العالمي.

عنابة

عنابة أو هيبون من أجمل المدن التي شيدتها روما ولئن كانت المدينة عاصمة من عواصم الملك الأمازيغي ماسينيسا فإنها ارتبطت ابان الحكم الروماني ارتباطا وثيقا بالمسيحية والقديس اغسطين الذي أخلدها إلى الأبد حينما صار أسقف المدينة لمدة 30 سنة. وعلى الرغم من انصرام أزيد من 15 قرن فإن أطلال هذا الموقع مصنفة ضمن التراث الإنساني العالمي تشهد على عظمة المدينة وهيبتها.

المرجع
منشورات الديوان الوطني للسياحة

الجزائر السياحية الأفاق و التنمية
السياحي
ASSAYAHI
السياحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
●تابعونا على الأنترنت: www.assayahi.com ●
• العدد 93 • من 16 الى 22 أكتوبر 2018 • الثمن 20 دج •
خط جوي جديد يربط بين الجزائر العاصمة و مونتريال
الخطوط الجوية الكندية تحط بالجزائر
مساجد البليدة القديمة
شواهد لتاريخ مضى
يما قورايـة حارسة بجاية
الأسطورة التي لابد أن تزورها
لسفر مريح
لا تتناول هذه الأطعمة
الجزائر متحف حي
معالم حاضرة تعانق التاريخ

السباحي
ASSAYAHI
السباحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
الأخيرة 16
• العدد94• من 25إلى31أكتوبر 2016

المتحف الوطني للآثار القديمة

دشن المتحف الوطني للآثار القديمة في موقعه الحالي في حديقة الحرية وسط العاصمة عام 1897 م ، وهو من أقدم متاحف الجزائر وإفريقيا، ويتميز بطرازه المعماري الأندلسي المغربي الجميل. عرف تسميات وتنقلات عديدة منذ إنشائه عام 1838. فسمي أولا بمتحف الآثار الجزائرية، ثم المتحف الجزائري للآثار القديمة و الفنون الإسلامية، ثم متحف ستيفان قزال نسبة لأحد أشهر علماء الآثار الفرنسيين. كما سمي بالمتحف القومي للآثار، و أخيرا المتحف الوطني للآثار القديمة. و هو يقدم نظرة عامة و صورة شاملة لمختلف الحضارات التي تعاقبت على الجزائر منذ فجر التاريخ إلى منتصف القرن التاسع عشر الميلادي.

للمتحف عدة أقسام تسهر على تنظيم و تسيير شؤونه من بينها:

I. دائرة البحث و الصيانة: تنقسم إلى ثلاث مصالح:

1. مصلحة البحث و صيانة الآثار القديمة: تتمثل مهمتها في تسجيل كل التحف الصادرة من الحفريات أو المشتراة أو المهداة، إعداد البطاقات الفنية لها و العمل على دراستها و الحرص على عرضها، المشاركة في المحاضرات، المؤتمرات، اللقاءات الوطنية و الدولية.

2. مصلحة البحث و صيانة الآثار الإسلامية: لها نفس مهمة المصلحة السالفة الذكر.

3. مصلحة مخبر الترميم: تجرى به عمليات الترميم و صيانة القطع الأثرية قبل عملية العرض.

II. دائرة التنشيط و التوثيق: تتكون من ثلاث مصالح:

1. مصلحة الأرشيف و المكتبة: توجد بها مؤلفات لها علاقة بتخصص المتحف، يتوافد إليها الباحثين على مستوى المتحف و خارجه.

2. مصلحة التصوير: مهمتهم تتمثل في أخذ صور للجرد، ترتيب صور تحف المتحف، أخذ صور للتحف المستعملة أثناء المعارض المتنقلة..

3. مصلحة التنشيط و النشر: تهتم على تنظيم الزيارات، إقامة المعارض، علاقات مع الجمهور، و المؤسسات المدرسية و الجامعية، تنظيم المحاضرات، نشر المجلات، كتالوجات، إعداد دليل المتحف، بطاقات بريدية، شرائح صور.

القسم القديم: خلال تجوال الزائر للمتحف يمكنه تتبع أهم المراحل الحضارية التي تعاقبت على الجزائر منها الفترة الليبية و النوميدية، البونية، الرومانية، الوندالية و البيزنطية.

قاعات العرض

المدخل: عرضت بأركانه الأربعة أربعة نسخ لتماثيل، إله الخمر و الخلود باخوس، إلهة الزراعة سيريس، حاكم روماني و الإمبراطورة فوستين الأولى زوجة الإمبراطور الروماني أنطونيو التقي، لوحة فسيفسائية من كنيسة مسيحية فوق الباب المؤدي إلى الصحن.

قاعة الديانات الوثنية: ويعرض بها تحفا توضح الديانات الشائعة بإفريقيا منها أنصاب مهداة للإله الروماني ساتورن، شواهد ليبية تعطي فكرة عن الفن المحلي، تمثال كاهنة الإلاهة المصرية إيزيس، تمثال لإله الطب إسكولاب، تابوت نقش عليه كتابة باللغة الإغريقية يحمل إسم المتوفاة "كورنيليا أوربانيلا"، رسومات جدارية تمثل عبادة أدخلها إلى المغرب جنود سوريين تابعين للجيش الروماني، تابوت من المرمر الأبيض نقشت عليه شاهد من أسطورة بللرفون، إلى جانب لوحات فسيفسائية ذات مشاهد و مواضيع مختلفة.

قاعة إيكوزيوم: تضم هذه القاعة مجموعات من التحف وجدت كلها بمدينة الجزائر: كتابة مهداة للملك بطليموس إبن الملك يوبا الثاني، نصب نذري من الفترة البونية، رأسين من الرخام لمواطنتين رومانيتين، و في الواجهة عرضت فخاريات وجدت في بئر تعود للفترة البونية، الرومانية و الإسلامية.

قاعة الفخار: بها واجهات مخصصة لعرض الأواني الفخارية منها التي تعود إلى العصر اليوني، و مجموعة اتروسكية ويونانية وأخرى مستجلبة من روما، إلى جانب مصابيح مختلفة الأحجام و الأشكال.

قاعة الرخاميات: تعرض فيها تماثيل من الرخام ترجع كلها إلى العصر الروماني، منها التي تمثل آلهة: نبتون، فينوس، دميتير، وأخرى شخصيات لامعة: الإمبراطور أغسطس، الإمبراطور أدريان، أنتونيا مينور أخت كليوباترة سيليني، إلى جانب لوحات فسيفسائية ذات مشاهد أساطير دينية، وأخرى ذات زخارف هندسية.

قاعة المسكوكات: في وسط القاعة مجموعة من النقود التي ترجع لمختلف العصور القديمة، لويحات من الخشب تنتمي إلى الفترة الوندالية عليها نصوص إدارية، تحف زجاجية.

قاعة صناديق الرفات: عرضت بها صناديق ذات أشكال مختلفة من الفخار و العاج تحتوي على رماد مقدس، مصابيح، لوحة فسيفسائية عليها كتابة باللغة اللاتينية، كل هذه التحف ترجع للفترة المسيحية.

قاعة الفن المسيحي: تضم أدوات تعود مجموعة قليلة منها لعصر ما قبل الديانة المسيحية والأخرى إلى العهد المسيحي، لدينا منضدة للغداء الجنائزي، تابوت نقشت عليه معجزات السيد المسيح، شواهد و تيجان مختلفة الطرازات، لوحات فسيفسائية لها قيمة تاريخية تحمل كتابات لاتينية.

قاعة البرونز: فيها أدوات برونزية من بينها تماثيل صغيرة تمثل آلهة، خوذة، قناع و تمثال رائع لطفل يحمل نسرا، أدوات للاستعمال الفلاحي كالميزان و الصنج و أداة لسحق الزيتون و سكة المحراث.

الصحن: فرشت على أرضيته لوحتان من الفسيفساء الرومانية و المسيحية، و في الأروقة عرضت مجموعة من الكتابات الجنائزية بالعربية و العثمانية و العبرية، بالإضافة إلى لوحتين من البلاطات الخزفية.

قسم الفنون الإسلامية: ترجع بداية هذه المجموعة إلى عام 1846م ثم أثريت بمجموعات أخرى إثر معرض الفن الإسلامي الذي أقيم عام 1905م و أضيفت إليها مجموعة لوس بن عابن فيما بعد.

و بمناسبة اليوم العالمي للمتاحف 18 ماي 2004 افتتح أول جناح خاص لعرض الفنون الإسلامية بالجزائر روعي في عرضها التسلسل الزمني للحضارة الإسلامية بدءا من الفترة الأموية مرورا بالفترة العباسية، الرستمية و الأغلبة، الزيرية، الحمادية، المرابطية، الموحدية، الحفصية، المرينية و الأندلس، العثمانية و دولة الأمير عبد القادر حتى نهاية القرن التاسع عشر الميلادي.

قاعات العروض

القاعة الأولى: تضم تحفا مؤرخة ما بين القرن الثالث حتى التاسع الهجري / التاسع حتى الخامس عشر الميلادي، نسيج مطرز بعبارات دينية من اليمن و مصر، بعض من التحف التي عثر عليها في قلعة بني حماد (الجزائر)، منبر الجامع الكبير للجزائر يعود للفترة المرابطية، مشكاة من الزجاج من عصر المماليك (مصر و سوريا).

القاعة الثانية: تحوي تحفا من القرون العاشر حتى الثالث عشر الهجري / السادس عشر حتى التاسع عشر الميلادي، صحون خزفية ذات البريق المعدني من الأندلس، لوحة من البلاطات الخزفية و مجموعة فناجين و أطرقة مذهبة و فضية من تركيا، مصحف الجامع الكبير، سيوف و مسدسات، عدة فرس، تحف معدنية من الجزائر.

القاعة الثالثة: بها تحفا من القرن الثالث عشر الهجري / التاسع عشر الميلادي، خناجر و بارودیات و أواني خزفية من المغرب، زربية القيروان، و أثاث مطعم بالصدف من تونس، بنادق و زربا بي من الجزائر.

القاعة الرابعة: خصصت لتحف من القرنين الثالث عشر و الرابع عشر الهجري / التاسع عشر و العشرون الميلادي، صناديق من الخشب، أواني فخارية، مجموعة من الحلي الكبرى منمنمات الفنان الجزائري محمد تمام.

المصدر وزارة الثقافة

السياحي
ASSAYAHI
السياحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
الأخيرة
16
•العدد98• من 12 إلى 18 ديسمبر 2016
جمال بلادي
البويرة
عين الدفلى
سيدى بلعباس
الجلفة
الشلف
مستغانم
باتنة
عنابة

السباحي
ASSAYAHI
الأخيرة
16
•العدد101• من14 إلى20 جانفي2017

قصر عمورة بالـــجلفة

المدن العتيقة التي تحتفظ بكنوز مخفية

عمورة أو قصر عمورة كما ورد في بعض المؤلفات، تقع إلى الجنوب الشرقي من مقر عاصمة ولاية الجلفة على بعد حوالي 70 كلم طريق دائرة فيض البطمة التابعة لها إداريا، يحدها من الشمال بلدية فيض البطمة، ومن الجنوب بلدية أم العظام ومن الشرق كل من ولايتي المسيلة و بسكرة، ومن الغرب بلدية سلمانة .

■ سلمى فتحي

تبرز بلدية عمورة برصيدها الحضاري من خلال ما تمتلكه من آثار لا زالت شاهدة على مكانتها ولكونها مدينة عتيقة منها آثار النقوش الصخرية والساعة الرومانية وآثار الديناصور هذا وتعرف بلدية عمورة ببساتينها وشلالاتها التي لا تزال تصب المياه عبرها إلى يومنا هذا.

عمورة التاريخية معقل للثورة التحريرية (54 62) تجثم كوكر العقبان في الأعالي، محاطة بجبال وعرة المسالك، مطل على منظر خلاب للصحراء بصمات عميقة للديناصورات، كهوف رائعة، حدائق مبهرة وآثار ما قبل التاريخ تبلغ مساحة بلدية عمورة 105240 هكتار، ويبلغ عدد سكانها 7744 نسمة " إحصاء سنة 2008 " تتميز بلدية عمورة بمناخ سهبي جاف بارد شتاءا وحارصيفا، ونسبة تساقط الأمطار ضعيفة، و من أبرز المناطق و القرى منها قرية عبد المجيد مشهورة بكرم أهلها و الترحيب بضيوفها الكرام و هي تعتبر أكبر القرى المتواجدة بها و أيضا توجد منطقة عمورة الجديدة و منطقة قريقر

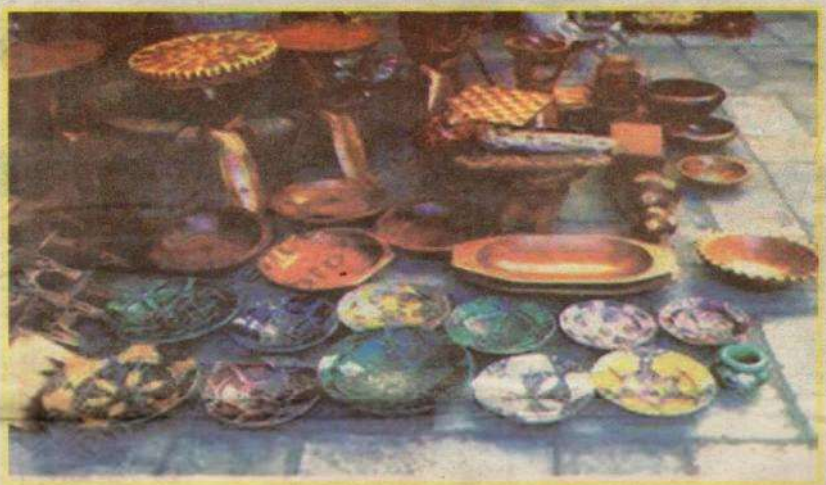
السياحي
ASSAYAHI
السياحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
تابعونا على الأنترنت: www.assayahi.com
العدد 101 • من 14 الى 20 جانفي 2017 • الثمن 20دج
كلمة "السياحي" بمناسبة بلوغها العدد 100
مشاريع سياحية جديدة في تيزي وزو
25 فندقا قيد الإنجاز
تحت شعار: واحتنا تنطق شعرا"
الدوسن ببسكرة تتحضن الأيام الأدبية الثانية
إيليزي على موعد مع موسم السياحة الصحراوية
اقبال كبير للسياح في نهاية السنة على التاسيلي
قصر عمورة بالجلفة
المدين العتيقة التي تحتفظ بكنوز مخفية
النعامة فضاء سياحي رحب

السياحي
ASSAYAHI
السياحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
تابعونا على الانترنت: www.assayahi.com
العدد:103 • من 23 فيفري إلى 01 مارس 2017 • الثمن 20دج
قرية القليعة.. برج بوعريريج
روعة مكان غائر في الزمان
لجنة السياحة بسكيكدة تحضر ملف سياحي استراتيجي طموح يعد الأول من نوعه في الولاية.
"التنمية السياحية في سكيكدة واقع وآفاق"
"القفزة النوعية" التي سجلتها في مجال إعداد نظامها الإحصائي للسياحة.
المنظمة العالمية للسياحة تختار الجزائر كقطب جهوي لاحتضان برنامج دعم قدرات بلدان شمال وغرب افريقيا
UNWTO
World Tourism Organization
مهرجان الوحات الدولي بتوزر التونسية
تراث ,أصالة وجسور بين الماضي والحاضر
فوروم جريدة السياحي
يناقش واقع التسويق السياحي في الجزائر
نصائح سياحية
احذر أثناء السفر هذه الأمور
كيف تحافظ على انتباهك أثناء القيادة وتتفادى النعاس و النوم

السباحي
ASSAYAH
الأخيرة 16
• العدد 102 • من 04 إلى 10 فيفري 2017

الصناعات التقليدية في الجزائر عبر التاريخ

جـــذور في عمـــق التاريـــخ



ترجع الصناعة التقليدية إلى عصور ما قبل التاريخ حيث نجد آثارها في منطقة الهوقار بالجنوب الجزائري، فكانت الشعوب البدائية تستعمل الأواني المصنوعة من الطين في جميع مجالات الحياة، في الأكل والشرب و للاحتفاظ بالحبوب وغيرها، وما زالت تحتفظ بتلك العادات حتى اليوم. وخاصة في بعض المناطق الريفية.

• ريهام بوسكين

الصناعة التقليدية يتعدى مفهومها النطاق المحدد. بحيث لم تبرز الرموز والأشكال الموجودة في هذا الفن إلى الوجود من العدم وإنما هي خلاصة الحياة اليومية حيث تنجز لتنتقل للأجيال عبر كل هذه الصناعات التقليدية ذات الطابع الجمالي المميز.

نجد أن معظم "الرموز" مجردة وهي عبارة عن خطوط وأشكال وألوان محددة. كما نجد أن بعض الرموز ترسم في منطقتين مختلفتين بنفس الطريقة إلا ان معناها يختلف.

تشمل الصناعة التقليدية كل من صناعة الأواني الطينية والفخارية، النسيج بمختلف أنواعه كصناعة الزرابي والفساتين. كما تشمل الأثاث المنزلي وزخرفته، وكذا زخرفة الأواني النحاسية والمجوهرات الفضية. مهما يكن. فالفن التقليدي يتسم بطابعه الجمالي حيث نجده في معظم القرى والأرياف كمنطقة الأوراس والقبائل والصحراء. كما نجده في بعض المتاحف الجزائرية المتخصصة.

الصناعة التقليدية الريفية:

الأواني الفخارية والطينية:

وهي من أقدم الحرف التقليدية لأنها ترجع إلى عصر ما قبل التاريخ والسبب هو وفرة الطين في مختلف الأماكن حيث يلجأ سكان الأرياف إلى جمعها من الأودية ثم يضيفون إليها الماء ويعجنونها ثم يصنعون منها أواني مختلفة الأشكال. تأتي بعد ذلك مرحلة الزخرفة بواسطة ألوان طبيعية ثم يدخلونها تحت الجمر أو داخل الفرن لتجف ويطلونها بعد ذلك بالورنيش لتصبح لامعة وجميلة ثم تكون جاهزة للاستعمال

الحلي والمجوهرات:

نجد هذه الحلي في مختلف أنحاء الوطن: في الأوراس، و قسنطينة، في بلاد القبائل والهقار.

يصنع الحلي الأوراسي في أغلب الأحيان من الفضة ويمتاز بدقة النقوش كالحزام الفضي والعقد والأقراط. نلاحظ أن معظم هذه المجوهرات خالية من الألوان. أما الحلي المصنوعة في بلاد القبائل تتميز بألوانها المختلفة حيث تضاف إلى الفضة قطع صغيرة من الزجاج الملون بالألوان الأساسية كالأحمر والأصفر والأخضر والأزرق مما يزيدها رونقا وجمالا

صناعة الزرابي:

إنه من الصعب تحديد الفترة الزمنية التي أنشأت فيها صناعة الزرابي في الجزائر. إلا أن وجودها يعود إلى زمن بعيد حيث كان الرحّل يستخدمونها في خيامهم و أفرشتهم و من أهم المناطق التي اشتهرت في صناعة الزرابي منطقة "جبل عمور" تدعى زرابي الهضاب العليا وهي منطقة رعوية، مما جعل أهلها يستفيدون من صوف المواشي لصناعة الزرابي وخاصيتها تتكون من وحدات على شكل معين بلون أسود أو أزرق فاتح وتكرار الوحدات الزخرفية لا يخضع للتناظر ولكنه جد محكم وينتهي بوحدات زخرفية هندسية.

السياحي
ASSAYAHI
السياحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
تابعونا على الأنترنت: www.assayahi.com
من 01 الى 10 فيفري 2017 - الثمن 20 دج
الفنانة التشكيلية "سميرة لرقط" للسياحي:
تحدي كل رسام هو إبراز التفاصيل
أسعى لنقل التعبير بعمقه و إيحاءاته
مسير "أريج تور" الحاج "محمد لمين تريكي" للسياحي:
القافلة الإعلامية فرصة للتعريف السائح الجزائري بمنشآت سياحية في تونس
اخترنا جربة لأنها تبدو مجهولة لدى الجزائريين
قافلة للإعلاميين الجزائريين لتونس من تنظيم أريج تور
"جربة" الجزيرة المجهولة للجزائريين تدعوكم لاكتشافها
الطبعة الثامنة لصالون السياحة و الأسفار
تحت شعار "السياحة للجميع"
معرض الصور بمرفأ أريج الجزائر
حكاية مدينة البليـــدة الوريدة
حلم كل عاشق للسياحة والسفر
جـزر المالديـــف
مشروع حظيرة جديدة للترفيه والتسلية بوهران
"حيبياس لاند" ستفتح أبوابها في نهاية 2018

السباحي
ASSAYAHI
الأخيرة
16
• العدد104 • من 08 إلى14 مارس2017

مقام الشهيد.. رمز الجزائر الذي لا يخطئه السياح

مقام الشهيد من أعرق النصب التذكارية في الجزائر و رمز للحرب الجزائرية المجيدة خطط له في عصر الراحل بومدين و دشنه الشاذلي في 5جويلية 1982 في الذكرى العشرين للاستقلال بعد 9 اشهر من انطلاق أعمال البناء تحت إشراف الشركة الكندية لافالين و مخطط الرسام بشير يلس الذي و على الرغم من انجازه العظيم فان عامة الشعب تجهل هويته.
●إخلاص لعجال

يحظى هذا المعلم التاريخي الرمزي السياحي بمكان مميز على مرتفعات العاصمة في بلدية المدنية ويطل على حديقة التجارب بالحامة بعد أن كان قبل بنائه حصنا عسكريا كتب على حجر تشييده كلمات رائعة حيث جاء فيها:

في هذا اليوم المشهود من أيام امتنا المجيدة, واعتزازا بكل ما أنجزه شعبنا العظيم, بفضل الإيمان الراسخ والكفاح المتواصل والتضحيات الجسام يشرفني أن ادشن مقام الشهيد تكريما و تخليدا للأبناء البررة الذين جادوا بأرواحهم على مر الأجيال و العصور, دفاعا عن الوطن المفدى و تحريرا لأرضه من الغاصبين, و ارساءا لدعائم الحرية والعدالة الاجتماعية, وضمانا لكرامة الإنسان وحمايته له من كل استغلال, وتأكيدا لهويته الحضارية وتدعيما لمقومات شخصيته الوطنية ,, فليكن هذا المقام رمزا لكل فداء وتضحية نبيلة في سبيل عزة الوطن و مجده وازدهاره "ولينصرن الله من نصره إن الله قوي عزيز"

يمثل هذا الانجاز ثلاث اوراق نخيل متحدة في الاعلى محاطة بتماثيل كل واحد منها يرمز لمرحلة معينة من تاريخ الجزائر بداية من مرحلة الجهاد والتحرير إلى الثورة الصناعية والزراعية. ويقبع تحته مباشرة رمز يسمى الشعلة الأبدية في متحف المجاهدين المبني تحت الارض.

يجاور مقام الشهيد المركز التجاري المعروف (رياض الفتح) الذي تم افتتاحه بصفته مركزا ثقافيا اجتماعيا يضم العديد من الحرفيين التقليديين و قرية لأرباب الصناعات الشعبية يتزين بساحة كبيرة للهو و اللعب

ولكن في الفترة الأخيرة التي تشهدت اهتماما بالسياحة الجزائرية بدأ الاستغلال الايجابي للمساحات الفارغة لتدب الحياة مجددا في المكان. فانتشرت المرافق التي تضمن تمضية وقت ممتع للصغار و الكبار واستغل الشباب الفرصة لتنظيم اعمال صغيرة كبيع التذكارات و الإشراف على الألعاب الترفيهية في الساحة التي اصبحت تضم التجمعات الشبابية في بعض المناسبات و الحملات التي تبحث عن أصوات ترددها و وجهة للرحلات الترفيهية و ما زاد عدد الزائرين له هو سهولة التنقل اليه واختلاف الوسائل التي يمكن ان توصلك الى وجهتك فتجد محطة سيارات الأجرة بالقرب من مجمع رياض الفتح و محطتين للتلفريك.

وعلى العموم فإن هذا التحول في نشاط وبرامج المكان الذي لا يبخل على زائريه بسهرات فنية وترفيهية طيلة ايام الصيف قد أعاده إلى حظيرة المكاسب السياحية مستقطبا العائلات الجزائرية, والسياح القادمين من مختلف دول العالم ليغتنموا الفرصة في التقاط الصور, واقتناء التذكارات من المكان متمثلة في بعض التحف الحرفية, والمجسمات المحاكية لمقام الشهيد, فضلا عن الاستمتاع بارتشاف الشاي الصحراوي الذي يستقبل به بعض الشباب الزائرين مصحوبا بالمكسرات الضرورية لتمضية وقت رائع في المكان.

ترميم حي القصبة :
إحصاء قرابة 100 بناية تاريخية مهددة بالانهيار
السياحي
ASSAYAHI
السياحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
تابعونا على الأنترنت: www.assayahi.com
العدد104 * من 08 إلى14 مارس 2017 * الثمن :20دج *
التظاهرة مصنفة في المرتبة الأولى عالميا
الجزائر حاضرة في الصالون الدولي للسياحة ببرلين
تغرغار بيتانة
سر الطبيعة العذراء
مع اقتراب موسم الإصطياف 2017
رجل الشواطئ في وهران لمتابعة التحضيرات
السياحي تأخذكم في جولة تاريخية لأهم متاحف الجزائر:
المتحف الوطني للآثار القديمة
المتحف الوطني سيرتا
نصائح سياحية
كيف تتعامل مع مضيفات الطائرة
غرناطة..
السفر إلى التاريخ

السياحي
ASSAYAHI
الأخيرة
16
•العدد105• من 18 إلى24 مارس2017

احياءا لليوم العالمي للمرأة

جريدة السياحي تحيي النساء الجديرات

قامت مؤخرا جريدة السياحي بالتعاون مع الجمعية الجزائرية للاعلام السياحي و مؤسسة قالتيك برو بتنظيم حفل تكريم على شرف سيدات مميزات تركن بصمتهن في مسارهن المهني وذلك بمناسبة الاحتفال بعيد المرأة. و كانت ضيفة الشرف الفنانة الكبيرة شافية بوذراع التي شكل حضورها سمة للحفل و أذهلت الحضور بترديدها للنشيد الوطني كاملا. كما القت قصيدة بالمناسبة و شكرت الشباب المشارك في تكريمها معتبرة أن هذا يدل على أن ما قدمته في مسيرتها الفنية لم يذهب سدى طالما أنه يتذكر أدوارها القديمة.

ومن بين المكرمات الاعلامية الدكتورة كريمة عباد من التلفزيون الجزائري، و عائشة دغة من الإذاعة الوطنية و إطارات من وزارة السياحة ووزارة العمل و المالية.

كما تم تقديم تكريم خاص للسيدة فاطمة الزهراء زرواطي بمناسبة تعيينها في المجلس الوطني لحقوق الانسان، فيما كان للفنان الصادق جمعاوي بالغ الأثر، حيث ردد مع الحضور البعض من أغانيه القديمة.

و من جهتها، اعتبرت الاعلامية لمياء قاسمي مديرة جريدة السياحي ان هذا النشاط هو تقدير و تكريم لمجهودات المرأة الجزائرية، مضيفة أن "السياحي" تسعى لأن يكون تقليدا سنويا من خلاله يتم تكريم جميلات الجزائر اعترافا بكفاءتهن.

قلن عن التكريم

الدكتورة كريمة عباد

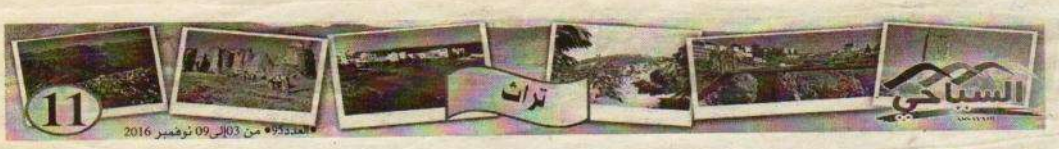
شكـــــرا للسياحـــي

لا تربطني بها سابق معرفة، سوى حبل تواصل على الفايس بوك، استنشقت من خلاله نشاطها الدؤوب للسمو بقطاع السياحة عبر نافذة الإعلام السياحي كإعلام متخصص لم يحظ بالقدر الكافي من الذيوع والإنتشار. من خلال نموذج "جريدة السياحي" الذي تديره بإقتدار مشهود هي الإعلامية الشابة "لمياء قاسمي" التي فاجئتني بمبادرة تكريم شخصي المتواضع بمناسبة اليوم العالمي للمرأة بمعية الجمعية الجزائرية للإعلام البيئي والسياحي و مؤسسة قالتيك برو ولكم كان الحفل جميلا و حميميا وقد وجدت نفسي بين وجوه طيبة سبقتها سمعتها في الميدان الفني والإعلاميين يصدق فيها لقب "لم الجزائريين بأدوارها التي الاجتماعية التي لم يفل نجمها لحد الآن السيدة القديرة "شافية بوذراع" الأحب إلى قلوبنا باسم "لالا عيني" التي أبهرتني وهي تؤدي النشيد الوطني دونما خطأ وعلى نفس واحد. و رغم لغتها العربية التي يشتك بها بعض ممن يمتلكون أعلى الشهادات الجامعية إضافة إلى زميلة المهنة والدرب صديقتي مفخرة التلفزيون الجزائري التي اختيرت عضوا بالمجلس الوطني لحقوق الإنسان "فاطمة الزهراء زرواطي" و الصديقة الطموحة التي دغدغها الحنين إلى مقاعد الجامعة بعد طول انقطاع لمواصلة دراساتها العليا" نبيلة بوعشة" و أخريات كثيرات تميزن كل في مجالها و كانت توابل هذا الحفل التكريمي حضور متميز لمن لم يأكل الدهر و يشرب على أقانيم التربوية و الرياضية الهادفة صاحب روائع "شكرا أستاذي"، "جيبوها بالولاد" و"هي هي" "خفيف الروح الفنان" صادق جمعاوي" ورمز السلام و المحبة و الصداقة عبر المعمورة" الذي لا يكل و لا يمل" بن عطاء الله أحمد الحرزلي الجزائري" الذي كرمه عديد الرؤساء

و لأن جزاء العرفان و التقدير الشكر، فلكي مني "لامية قاسمي" و لكل من زكى اسمي لهذا التكريم أخلص معاني الشكر و التمنيات بالتوفيق و السداد في مسعاكم.

السياحي
ASSAYAHI
السياحي أسبوعية مختصة في السياحة والأسفار
تابعونا على الأنترنت: www.assayahi.com
العدد105 * من 18 إلى 24 مارس 2017 * الثمن 20دج
قصر رياس البحر بالجزائر العاصمة
معلم تاريخي وسياحي
الجزائر تشارك في البورصة الدولية للسياحة ببرلين
HESSE BERLIN
MONGOLIA
احياءا لليوم العالمي للمرأة
جريدة السياحي تحيي النساء الجديرات
استعدادا لموسم الاصطياف 2017
عين تموشنت تستعد بفتح 18 شاطئ للسباحة
عيد الزربية في غرداية
الموعد السنوي الذي يجمع عشاق الصناعة التقليدية
نصائح سياحية
أطعمة يجب تجنبها عند السفر على متن الطائرة
معالم نيوزيلاندا السياحية
أفضل الأماكن السياحية في نيوزيلاندا

السباحي
الجزائر أيام زمان
15
•العدد91• من 15 إلى21 سبتمبر 2016
لباس المرأة الجزائرية قديما



الصناعات التقليدية في الجزائر عبر التاريخ

جذور في عمق التاريخ

ترجع الصناعة التقليدية إلى عصور ما قبل التاريخ حيث نجد آثارها في منطقة الهوقار بالجنوب الجزائري، فكانت الشعوب البدائية تستعمل الأواني المصنوعة من الطين في جميع مجالات الحياة، في الأكل والشرب و لا حتفاظ بالحبوب وغيرها، وما زالت تحتفظ بتلك العادات حتى اليوم وخاصة في بعض المناطق الريفية.

ريهام بوسكين

الصناعة التقليدية يتعدى مفهومها النطاق المحدد، بحيث لم تبرز الرموز والأشكال الموجودة في هذا الفن إلى الوجود من العدم وإنما هي خلاصة الحياة اليومية حيث تنجز لتنتقل للأجيال عبر كل هذه الصناعات التقليدية ذات الطابع الجمالي المميز.

نجد أن معظم "الرموز" مجردة وهي عبارة عن خطوط وأشكال وألوان محددة، كما نجد أن بعض الرموز ترسم في منطقتين مختلفتين بنفس الطريقة إلا ان معناها يختلف.

تشمل الصناعة التقليدية كل من صناعة الأواني الطينية والفخارية، النسيج بمختلف أنواعه كصناعة الزرابي والفساتين. كما تشمل الأثاث المنزلي وزخرفته. وكذا زخرفة الأواني النحاسية والمجوهرات الفضية، مهما يكن، فالفن التقليدي يتسم بطابعه الجمالي حيث نجده في معظم القرى والأرياف كمنطقة الأوراس والقبائل والصحراء. كما نجده في بعض المتاحف الجزائرية المتخصصة الصناعة التقليدية الريفية:

الأواني الفخارية والطينية

وهي من أقدم الحرف التقليدية لأنها ترجع إلى عصر ما قبل التاريخ والسبب هو وفرة الطين في مختلف الأماكن حيث يلجأ سكان الأرياف إلى جمعها من الأودية ثم يضيفون إليها الماء ويعجنونها ثم يصنعون منها أواني مختلفة الأشكال. تأتي بعد ذلك مرحلة الزخرفة بواسطة ألوان طبيعية ثم يدخلونها تحت الجمر أو داخل الفرن لتجف ويطلونها بعد ذلك بالورنيش لتصبح لامعة وجميلة ثم تكون جاهزة للاستعمال.

الحلي والمجوهرات

نجد هذه الحلي في مختلف أنحاء الوطن، في الأوراس، و قسنطينة، في بلاد القبائل والهقار.

يصنع الحلي الأوراسي في أغلب الأحيان من الفضة ويمتاز بدقة النقوش كالحزام الفضي، والعقد والأقراط. نلاحظ أن معظم هذه المجوهرات خالية من الألوان. أما الحلي المصنوعة في بلاد القبائل تتميز بألوانها المختلفة حيث تضاف إلى الفضة قطع صغيرة من الزجاج الملون بالألوان الأساسية كالأحمر والأصفر والأخضر والأزرق مما يزيدها رونقا وجمالا.

صناعة الزرابي

إنه من الصعب تحديد الفترة الزمنية التي أنشأت فيها صناعة الزرابي في الجزائر. إلا أن وجودها يعود إلى زمن بعيد حيث كان الرحّل يستخدمونها في خيامهم و أفرشتهم. و من أهم المناطق التي اشتهرت في صناعة الزرابي منطقة "جبل عمور" تدعى زرابي الهضاب العليا وهي منطقة رعوية، مما جعل أهلها يستفيدون من صوف المواشي لصناعة الزرابي. وخاصيتها تتكون من وحدات على شكل معين بلون أسود أو أزرق قاتم. وتكرار الوحدات الزخرفية لا يخضع للتناظر ولكنه جد محكم وينتهي بوحدات زخرفية هندسية.

الطلح الصحراوي الظـــل و الدواء و الكـــلأ لسكـــان الصحراء

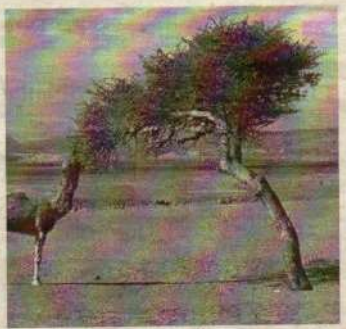
تنتمي شجرة الطلح لأنواع الطلح إلى القبيلة الطلحية mimoseae. ويشمل جنس الطلح Acacia حوالي 600 نوع منتشرة في أنحاء العالم وأكثرها في أستراليا والمناطق المدارية من العالم. ويعتبر الطلح الصحراوي أهم مكونات البيئة النباتية بالمنطقة حيث يمتد من منطقة الريصاني إلى أدرار سطيف والسفوح الجنوبية لجبال الأطلس الصغير.

ونظرا للارتباط الوثيق لأشجار الطلح بالبيئة الصحراوية فقد شكلت الشجرة بالنسبة للصحراويين الظل و الدواء و الكلأ على طول الزمان.

وتصل شجرة الطلح إلى كامل نموها في 30 عاما ثم تبدأ بعد ذلك في التدهور. وتتكاثر أشجار الطلح غالبا بالبذور ويتراوح ارتفاعها من 5 و 10 متر ولها فروع متجهة إلى الأعلى وأوراقها ريشة يحمل النبات أشواكا طويلة وقوية وصلبة ذات لون أبيض. يحمل النبات أزهارا صفراء زاهية وثمارا قرنية يصل طولها إلى 15 سم. تحمل بداخلها عدة بذور تشبه إلى حد ما بذور الفاصوليا لكن لونها بني تسمى البذور بالقرضي.

الخاصيات الإيكولوجية

تعتبر هذه الشجرة من أهم العوامل التي تساعد على إعادة الحياة الطبيعية وذلك نظرا لعدة خصال تتمتع بها،



جذورها تغوص في الأرض إلى عمق يتراوح في بعض الأحيان 40 مترا مما يساعدها في مقاومة الجفاف عدة سنوات متتالية كما تتصدى أغصانها الشائكة بكل قوة للرياح الرملية العاتية وتضع بذلك حدا لزحف الرمال.

ثم أن وريقات هذه الشجرة بتركيبتها تحد من التبخر وتقاوم التجفف. وتساهم القواضم والنمل عند جمع هذه الأوراق واستهلاكها في خلق طبقة غنية بالأسمدة العشبية من إعادة كسائها في مرحلة أولى تتبعها النباتات المعمرة والأشجار.

وهذه الشجرة تتأقلم مع المناخ الصحراوي القاري المتطرف ، والذي يبلغ معدل أمطاره 40 ملم . وأشجار الطلح بشكل عام لا تتحمل درجات الصقيع أقل من (8) درجة مئوية لكن تتحمل درجات الحرارة العالية التي تفوق 40 درجة مئوية. وتسود في هذا الإقليم التربة الرمادية الصحراوية ذات نسيج خشن لارتفاع نسبة الرمال و الحصى فيها.

تنمو نباتات هذا الإقليم على شكل تجمعات مبعثرة في المنخفضات و بطون الأودية (وادي الساقية الحمراء وروافده) التي ترتفع فيها نسبة رطوبة التربة نتيجة سقوط الأمطار . و النباتات السائدة في هذا الإقليم نباتات شوكية من الشجيرات و الأعشاب القصيرة و التي تضم : الطلح بأزهاره الصفر الذهبية العطرة، والسيال الثمات بالحسانية ذو الأشواك الفضية الحادة، و السرح «اثيل بالحسانية الذي يثمر عناقيد من الأزهار ذات اللون الوردي العطر الجميل والسدر وهو أحد الأشجار العربية الأصيلة، تنتج ثمرا يسمى النبق تأكله الحيوانات، ويتغذى المسافرون المتعبون منه. كما يشهد هذا الإقليم هبوب رياح و عواصف رملية في جل الفصول.

حمامات الجزائر

تفوقت على حمامات اسطنبول

■ فوزي سعد الله

وفي الحقيقة، لم تكن إنجازات المَعْلَمْ موسى الجفيري سوى جزء من مشاريع الرّيّ الكثيرة والمتنوعة التي أنجزها الموريسكيون في مدينة الجزائر والتي كان من ضمنها السّواريات، أو السّاعُوَرات، والآبار والصّهاريج والسّواقي والقنوات والأحواض في أسفل المدينة كما في مرتفعاتها...

وفي هذه الفترة التي جدد فيها الأوسطي موسى الشغري الأندلسي البُنى التحتية المائية، شهدت مدينة الجزائر ازدهارا لمشاريع بناء الحمّامات التي لم تكن تتجاوز 4 أو 5 في منتصف القرن 16م كحمّام حَسّان باشا بن خير الدين بربروس أو حمّام سيدنا، الذي ما زال موجودا إلى اليوم بمحاذاة جامع كتشاوة، وحمّام سيدي رَمْضانْ في الحَوْمَة التي تحمل الاسمَ ذاتَه في مرتفعات "المحروسة بالله".

وقد بلغ عدد حمامات العاصمة الجزائرية اعتبارا من نهاية القرن 16م، حوالي 60 حمّاما في فترة لم يكن ملوك فرنسا بملكون خلالها مرحاضا ولا يعرفون له معنى.

وكان يُشرف على إدارة هذه الحمامات القصبجية "أمين الحَمّامْجِيّة"، أو "الحَمّايْمي"، حيث فاق عددُها عددَ حمّامات إسطنبول عاصمة الإمبراطورية العثمانية.

وكانت نسبة كبيرة منها تُدار من طرف الميزابيين، أهل منطقة وادي ميزاب في شمال الصحراء الجزائرية، وبقيت كذلك إلى غاية النصف الثاني من القرن 20م، بالإضافة إلى عدد من الجزائريين المتحدرين من أصل إفريقي من أهل السّنغاي والبامبارة في مالي والنيجر والسينغال وحتى نيجيريا...

ومن خلال أسماء بعض هذه الحمّامات على غرار حمّام القايد موسى وحمّام القايد قاسم وأيضا حمّام الشويهد، الذي أوقفه سليمان بن سعيد الشويهد على فقراء أهل الأندلس، علما

، يصبح مؤكّدًا أن موجة إنجاز الحمّامات الجديدة مرتبطة بقدر ما بالوجود الأندلسي/الموريسكي في المدينة.

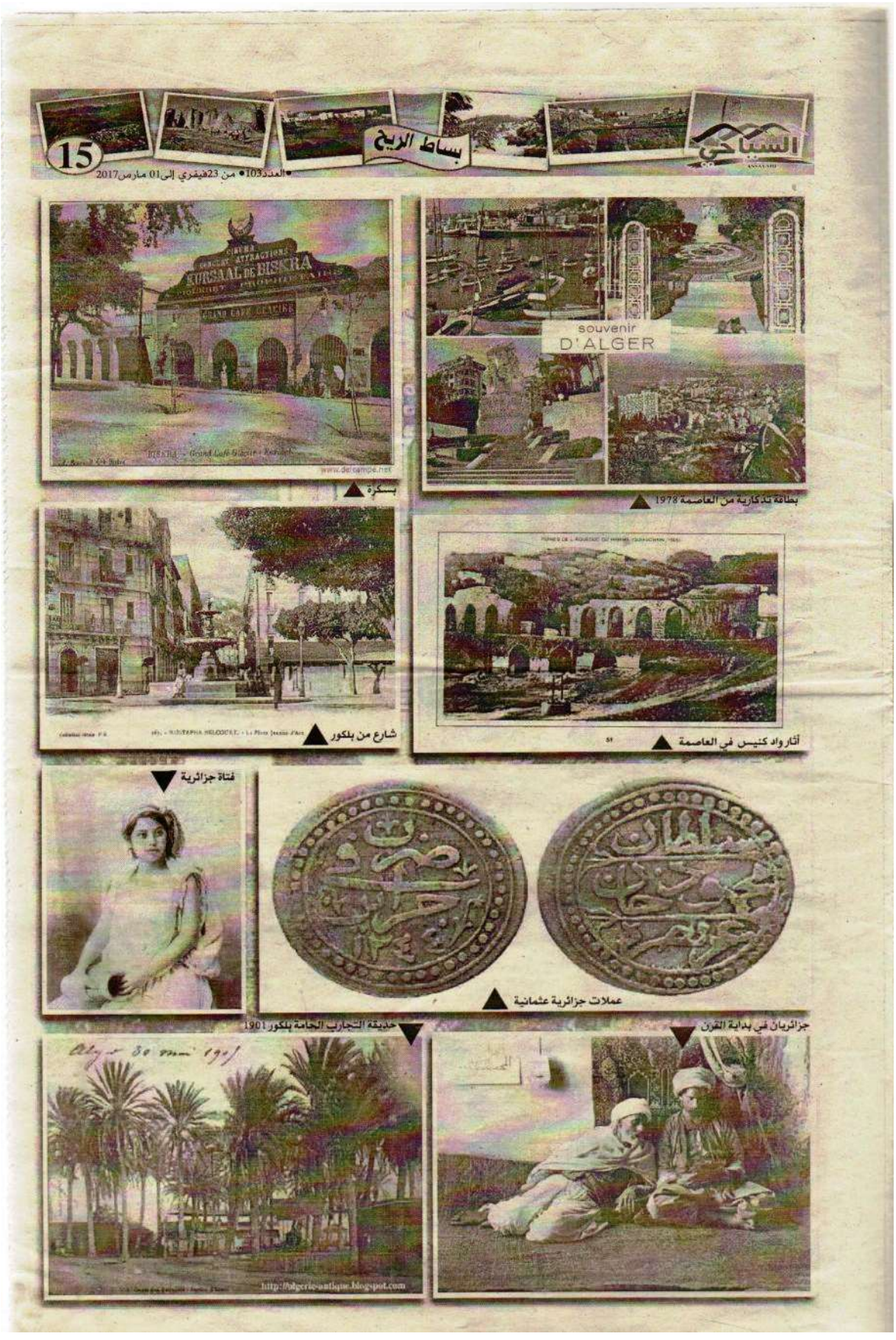
وقد أكدت الباحثة الجزائرية نبيلة شريف ستفّاح أن البنية المعمارية لهذه الحمّامات في عاصمة خير الدين بربروس وبابا عروج والرّايس حمّيدو بن علي كانت خاضعة لنموذجين رئيسيْن هما النموذج العثماني ابتداءً من القرن 16م، ونظيره الأندلسي قبل هذه الفترة السابقة لقدوم العثمانيين.

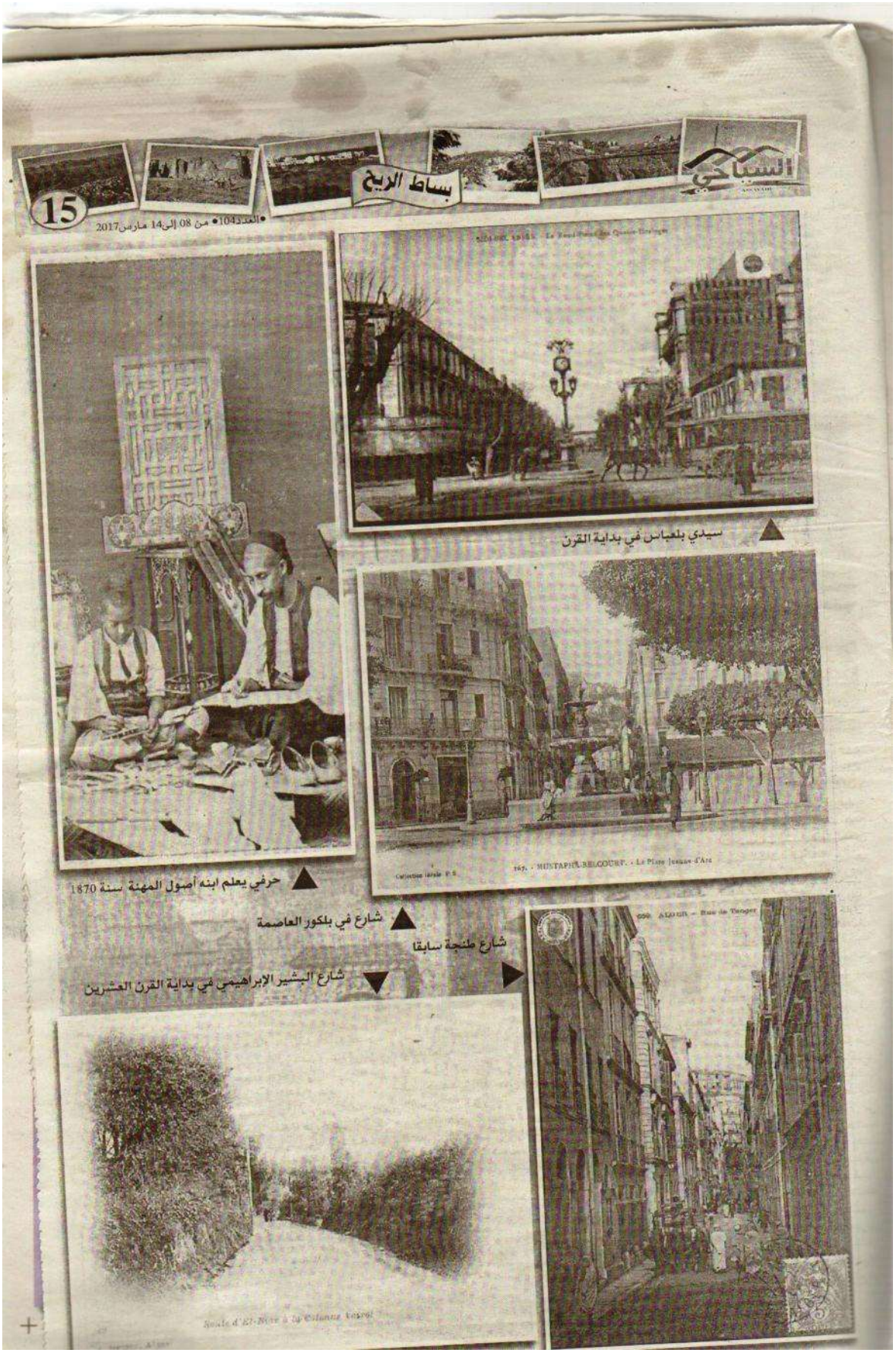
لكن دخول الأسلوب العثماني في بناء الحمّامات إلى مدينة الجزائر لم يكن يعني إطلاقًا نهاية الحمّام الأندلسي.

بالعكس، خلال هذه الحقبة من تاريخ الجزائر تعايش النّمطان وحدث لهما أن اجتمعا في حمّامات مهجّنة ومختلطة الأسلوب المعماري حيث توفّرت بعض هذه الهياكل على تفاصيل وتصورات معمارية أندلسية بلمسات مبدئية مُستلهمة من الحضارة الرومانية جعلتها أقرب إلى حمّامات قرطبة وغرناطة وإشبيلية من جهة، وتضمنت أيضا مؤثرات عثمانية في الوقت ذاته، من جهة أخرى، شبيهة بنماذج إسطنبول وأزمير وغيرها من حواضر ما أصبح به تركيا.

الهوية الأندلسية واضحة، إذن، بما "لا يقبل الجدل" ليس على حمّامات مدينة الجزائر فحسب، تقول الباحثة الجزائرية نبيلة شريف ستفاح، بل على نظيراتها في عدة مدن على غرار البليدة وشرشال القريبتين من العاصمة الجزائرية.

وما كان لهذه الحمّامات أن تنمو وتنتشر في "المحروسة بالله" لولا تطوّر شبكات الرّيّ وتوزيع المياه التي لعب الأندلسيون دورا أساسيا في تحديثها وتوسيعها، لا سيّما على يد "مُعلّم القيون" موسى الشّغري الأندلسي...


15
بساط الريح
السباحي
العدد103 • من 23فيفري إلى01 مارس2017
souvenir
D'ALGER
بسكرة
بطاقة تذكارية من العاصمة 1978
شارع من بلكور
آثار واد كنيس في العاصمة
فتاة جزائرية
عملات جزائرية عثمانية
حديقة التجارب الحامة بلكور 1901
جزائريان في بداية القرن


السباق
بساط الريح
15
•العدد1043• من 08 إلى 14 مارس 2017
سيدي بلعباس في بداية القرن
حرفي يعلم ابنه أصول المهنة سنة 1870
شارع في بلكور العاصمة
شارع طنجة سابقا
شارع البشير الإبراهيمي في بداية القرن العشرين

السباحي
بساط الريح
15
العدد105 • من 18 إلى 24 مارس 2017
منظر لسوق قديمة
ضريح سيدي عبد الرحمان بالجزائر العاصمة
سيدات من العاصمة
عرس صحراوي
عين في القصبة
شارع ميشلي سابقا
المدية قديما
المدية قديما
مجل في العاصمة سابقا و الآن

فهرس المحتويات

شكر وعرفان

إهداء

مقدمة ..... أ

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

تمهيد..... 3

1-الإشكالية..... 4

2- التساؤلات 5

3- أسباب اختيار الموضوع 5

4- أهداف الدراسة..... 6

5- أهمية الدراسة..... 6

6- المدخل النظري..... 6

7- نوع الدراسة ومنهجها 7

8- أدوات جمع البيانات 7

9- مجتمع البحث..... 10

10- عينة الدراسة..... 11

11- تحديد المفاهيم..... 12

12- الأساليب الإحصائية..... 15

13- الدراسات السابقة..... 15

الفصل الثاني: الإعلام السياحي

تمهيد..... 19

المبحث الأول: الإعلام أهميته، خصائصه و أهدافه..... 20

المطلب الأول: أهمية الإعلام 20

المطلب الثاني: خصائص الإعلام..... 20

المطلب الثالث: أهداف الإعلام..... 20

المبحث الثاني: السياحة أهميتها، أنواعها و أركانها وعلاقتها بالإعلام. 21
المطلب الأول: أهمية السياحة 21
المطلب الثاني: أنواع السياحة 21
المطلب الثالث: أركان السياحة 22
المطلب الرابع: علاقة الإعلام بالسياحة 22
المبحث الثالث: أهمية الإعلام السياحي وخصائصه وأهدافه 23
المطلب الأول: أهمية الإعلام السياحي 23
المطلب الثاني: خصائص الإعلام السياحي 24
المطلب الثالث: أهداف الإعلام السياحي 25
المبحث الخامس: وظائف الإعلام السياحي وأشكاله 25
المطلب الأول: وظائف الإعلام السياحي 25
المطلب الثاني: أشكال الإعلام السياحي 27
خلاصة الفصل 29

الفصل الثالث: الموروث الثقافي

تمهيد 31
المبحث الأول: التراث والثقافة 32
المطلب الأول: مميزات الثقافة 32
المطلب الثاني: أنواع الثقافة 32
المطلب الثالث: علاقة التراث بالثقافة 33
المبحث الثاني: تقسيمات وعناصر الموروث الثقافي والحفاظ عليه 34
المطلب الأول: تقسيمات التراث الثقافي 34
المطلب الثاني: عناصر الموروث الثقافي 34
المطلب الثالث: وسائل الحفاظ على الموارد التراثية وحمايتها 35
خلاصة 39

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي

تمهيد 41
المبحث الأول :التعريف بمجال الدراسة 42
المطلب الأول :بطاقة فنية عن جريدة السياحي..... 42
المطلب الثاني: أهداف الجريدة..... 42
المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمجلة..... 44
المبحث الثاني: تحليل وعرض نتائج الدراسة..... 45
المطلب الأول التحليل الكمي وكيف لفئات الشكل 45
المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون في إعداد صحيفة السياحي الأسبوعية..... 54
المبحث الثاني: نتائج الدراسة والتوصيات..... 61
المطلب الأول: نتائج الدراسة 61
المطلب الثاني: التوصيات 63
خاتمة..... 65
قائمة المراجع
الملاحق

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يبين الهيكل التنظيمي لمحلة السياحي	44
02	تمثل بيانات الجدول رقم (02).	46
03	تمثل بيانات الجدول رقم (03).	47
04	تمثل بيانات الجدول رقم (04).	48
05	تمثل بيانات الجدول رقم (05).	49
06	تمثل بيانات الجدول رقم (06).	50
07	تمثل بيانات الجدول رقم (07).	51
08	تمثل بيانات الجدول رقم (08).	52
09	تمثل بيانات الجدول رقم (09).	53
10	تمثل بيانات الجدول رقم (10).	55
11	تمثل بيانات الجدول رقم (11).	56
12	تمثل بيانات الجدول رقم (12).	57
13	تمثل بيانات الجدول رقم (13).	58
14	تمثل بيانات الجدول رقم (14).	60

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح توزيع أعداد عينة البحث حسب الصدور	11
02	فئة المساحة المخصصة لموضوع الموروث الثقافي من خلال 14 عدد	45
03	يمثل توزيع الموضوع من خلال صفحات جريدة السياحي	47
04	يمثل موقع الموضوع من الصفحة لجريدة السياحي	48
05	يمثل نوع عنوان مواضيع الموروث الثقافي من حيث الشكل في جريدة السياحي	49
06	يمثل لون العنوان الذي استخدمته جريدة السياحي لمواضيع الموروث الثقافي	50
07	يمثل نوع الصورة التي تعبر عن الموروث الثقافي من خلال جريدة السياحي	51
08	يمثل لون الصورة المستخدمة لمواضيع الموروث الثقافي لجريدة السياحي	52
09	يمثل النوع الصحفي الذي تناولته جريدة السياحي لمواضيع لمواريث	53
10	يمثل المعلومات التي تناولتها جريدة السياحي لمواضيع الموروث الثقافي	55
11	يمثل مصدر الذي اعتمدت عليه جريدة السياحي الأسبوعية	56
12	يمثل تقسيمات التراث من خلال جريدة السياحي.	57
13	يمثل فئة مجالات الموروث الثقافي من خلال جريدة السياحي	58
14	يمثل هدف الجريدة السياحي من نشر مواضيع الموروث الثقافي	59

ملخص:

تخص هذه الدراسة دور الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري من خلال الإعلام المكتوب المتخصص في مجال السياحة في الجزائر.

لأن الإعلام السياحي عاملا أساسيا في التعريف بالموروث الثقافي بكل أنواعه سواء منقول أو غير منقول من خلال إعطائه الصورة الصحيحة و أبرازه للأجيال و التعريف به باستخدام أشكال متعددة ووسائل و أدوات الإعلام بالإضافة إلى ترسيخ و إحياء التراث لدى الأجيال.

تهدف هذه الدراسة إلى تقيم و تحليل الموروث الثقافي الجزائري من خلال جريدة السياحي و إبراز دور الإعلام السياحي و أهميته في التعرف على الموروث الثقافي الجزائري . بطرح الإشكالية التالية:

كيف ساهم الإعلام السياحي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائر من خلال جريدة السياحي؟

وللإجابة على هذه الإشكالية قمنا بدراسة لعينة عشوائية طبقا لسمات و خصائص تتوفر في مفردات و تخدم أهداف البحث.

وتندرج دراستنا هذه ضمن الدراسات التحليلية ,حيث تهدف البحوث الوصفية إلى تصوير و تحليل و تقتم خصائص معينة , فالمنهج الوصفي يعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة و تصويرها كميا عن طريق جمع المعلومات عن المشكلة و تصنيفها و تحليلها و إخضاعها للدراسة الدقيقة , في حين المنهج التحليلي يعتمد على أسلوب الكمي و الكيفي وهو وسيلة لمعرفة دقائق المواضيع , بالاعتماد على أداة جمع البيانات تحليل المضمون و هو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة لتستهدف جمهورا محددا و متميزا بسماته و احتياجاتهم و اهتماماتهم , و هدف هنا هو دراسة محتوى وسيلة إعلامية مكتوبة وهي جريدة السياحي للتعريف و الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري.

أهم ما توصلت إليه الدراسة أن جريدة السياحي تعتبر الموروث الثقافي الجزائري مادة إعلامية أساسية لها حيث خصصت له مساحة معتبرة مقارنة بالمساحة الكلية لعينة الدراسة , كما أولت اهتمام كبير في صياغتها للعناوين و تعتمد على أسرة الجريدة إعداد و تحرير المواضيع المتعلقة بالموروث الثقافي الجزائري مما يؤكد على مدى اهتمامها به كما أنها تعمل على ترسيخه لدى الأجيال.

الكلمات المفتاحية:

–الإعلام السياحي – الموروث الثقافي – جريدة السياحي.

Résumé :

Cette étude s'occupe du rôle des médias du tourisme pour préserver le patrimoine culturel algérien à travers les médias écrites spécialisés dans le domaine du tourisme en Algérie.

C'est parce que médias touristiques sont un facteur fondamental pour faire connaitre le patrimoine culturel de tout genre, qu'il soit mobilier ou immobilier en lui octroyant la vrai image, le mettre en lumière aux générations et le faire connaitre en utilisant diverses formes, moyens et outils d'information, ajouté à cela consolider et faire revivre le patrimoine auprès des générations.

Cette étude a pour objectif l'évaluation et l'analyse du patrimoine culturel algérien à travers le journal du touriste et faire apparaitre le rôle des médias touristiques et leur importance dans la connaissance du patrimoine culturel algérien en posant la problématique suivante :

Comment les médias du tourisme ont contribué pour la préservation du patrimoine culturel algérien à travers le journal du touriste ?

Pour répondre à cette problématique, nous avons procédé à l'étude d'un échantillon aléatoire conformément aux propriétés et caractéristiques disponibles dans du vocabulaire mis au service des objectifs de la recherche.

Notre étude s'inscrit dans les études analytiques où les recherches descriptives visent à illustrer, analyser et évaluer des caractéristiques déterminées. L'approche descriptive est considérée comme un procédé pour décrire le phénomène étudié et l'illustrer quantitativement par le biais de la collecte d'informations sur le problème, le classer, l'analyser et le soumettre à une étude précise. Tandis que l'approche analytique se base sur la méthode quantitative et qualitative et c'est un procédé conçu pour connaitre avec précision les problèmes en adoptant l'outil de collecte des données pour analyser le contenu ; c'est une sorte de signes linguistiques organisés d'une façon déterminée afin de toucher un public défini qui se distingue par ses propriétés, ses besoins et préoccupations. Le but est d'étudier le contenu d'une méthode d'information écrite qui est le journal du touriste pour faire connaitre et préserver le patrimoine culturel algérien.

Les plus importants résultats auxquels est arrivée l'étude, est que le journal du touriste considère le patrimoine culturel algérien comme une matière d'information fondamentale pour lui de sorte qu'il lui a réservé un espace considérable en comparaison avec l'espace global de l'échantillon de l'étude. Il a aussi donné une grande importance dans sa conception des titres et compte sur les membres du journal dans la préparation et la rédaction des sujets concernant le patrimoine culturel algérien ; ce qui confirme le degré de son intérêt pour lui, Il oeuvre aussi pour son ancrage auprès des générations.

Mots clés :

Les médias du tourisme, le patrimoine culturel, le journal du touriste