

صورة الموروث السياحي لولاية تبسة في ظل عولمة الإعلام

بلقاسم مزيوة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة تبسة

mezioua@gmail.com

أميمة فضل الدين

oumaima.fadel@yahoo.com

تاريخ الإرسال: 2020/05/06؛ تاريخ القبول: 2021/01/20

The image of touristic heritage of Tebessa province in light of media globalization

Abstract

In light of the unprecedented development in the media field, its cosmopolitanism and multimedia of voice, image and video ... and increasing its role in tourism development, countries and communities have harnessed an arsenal of satellites and countless satellite stations, To achieve its goals, especially in the field of tourism development.

The state of Tebessa among the regions of Algeria, which enjoy a heritage of multiple natural and historical advantages of the individual could be ranked among the cities most attractive to tourism, and despite the tourist components that the state has on the one hand, and the revolution of information-communication and information and globalization on the other hand, but the share This tourist area of tourism tends towards zero ends, hence the idea of this article to clarify the following:

1-How is the tourist image of the state of Tebessa reflected?

2- What is the globalization of media ?

3- How can the media be exploited as the reflective mirror of globalization to contribute to the development of tourism and improve the image of the state of Tabessa in this area ?

Keywords: Tourism, touristic heritage, Tourism Development, Globalization, Media, Globalization of Media.

الملخص:

في ظل التطور غير المسبوق في المجال الإعلامي واتسامه بالكونية والوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو...، وزيادة الأدوار المنوطة به في التنمية السياحية، سخرت الدول والمجتمعات ترسانة من الأقمار الصناعية وأعدادا لا تحصى من المحطات الفضائية، وكذا استغلال شبوع شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الإلكتروني لتحقيق الأهداف التي رسمتها، خاصة في مجال التنمية السياحية.

وتعد ولاية تبسة من بين المناطق الجزائرية التي تتمتع بموروث سياحي متعدد المزايا الطبيعية والتاريخية المنفردة، كان بالإمكان أن تحظى بمكانة ضمن المدن الأكثر جذبا للسياحة، خاصة في ظل موقعها الجغرافي ومناخها شبه القاري، بالإضافة إلى الحمامات المعدنية الاستشفائية والجمال والثلوج والصحراء، وكذا التراث الحضاري والتاريخي، ما يتيح فرص تنوع الطلب السياحي على معظم مناطقها.

ورغم المقومات السياحية التي تتوفر عليها ولاية تبسة من ناحية والثورة المعلوم-اتصالية والإعلام وعولمته من ناحية أخرى، إلا أن نصيب هذه المنطقة السياحية من السياحة يتجه نحوى النهايات الصفرية، من هنا جاءت فكرة هذا المقال لتوضيح ما يلي:

1. كيف تتجلى الصورة السياحية لولاية تبسة؟

2. ما المقصود بعولمة الإعلام؟

3. كيف يمكن استغلال المجال الإعلامي باعتباره المرآة العاكسة للعولمة، للمساهمة في الترويج لصورة الموروث السياحي وتحسين صورة ولاية تبسة في هذا المجال؟

الكلمات المفتاحية: السياحة، الموروث السياحي، التنمية السياحية، العولمة، الإعلام، عولمة الإعلام.

مقدمة:

حاول الإنسان منذ القدم اكتشاف الأماكن المجهولة لإشباع حاجته للمعرفة وحب الاستطلاع واكتشاف كل ما هو جديد، من خلال

الترحال والانتقال والسفر، فسخر في البداية كل ما هو متاح لاكتشاف حدود المكان وكل ما حوله بحثا عن الرزق والمأوى الآمن، وبعدها عرف مرحلة الاستقرار والارتباط بوطن محدد جغرافيا وإقليميا، وفي ظل التزايد السريع لسكان العالم وتزايد أوقات الفراغ وتطور برامج الترويج للمناطق السياحية، وكذا الانفراج الواضح في العلاقات الدولية ومقتضيات العولمة، لن نحيد عن الإجماع إن قلنا بأن السياحة أصبحت ضرورة اجتماعية لتلبية الميولات والحاجات والرغبات المتجددة للأفراد والجماعات نحو السفر والتجوال والرغبة في الترفيه والترويح عن النفس والقضاء على أوقات الفراغ، ما ساهم في تطور مفهوم السياحة من مجرد رغبة الأفراد في إشباع حاجاتهم المؤقتة والظرفية، ليتحول إلى صناعة تسعى للتوسع المستمر، من خلال عرض خدماتها في شكل متطور ومتجدد، ما حتم ضرورة أن تكون للسياحة المستدامة وتنميتها منهجا وأسلوبا تقوم عليه.

وأمام هذا التطور أدركت دول العالم ما تقدمه السياحة على مستوى جميع الأصعدة، فأصبح موضوع هذا القطاع وتحقيق استدامته الشغل الشاغل للبلدان المهتمة بهذه الصناعة، ما أدى إلى بروز المنافسة وزيادتها حدة وشراسة، لاكتساب أكبر قدر ممكن من حصص السوق العالمية في مجال السياحة، وبالمقارنة بين الدول المتقدمة والدول النامية في هذا المجال نجد أن الدول المتقدمة سخرت كل السبل والإمكانات وفي مقدمتها التغطية الإعلامية، لجعل السياحة ركيزة هامة في خططها التنموية وجزءا لا يتجزأ من ثقافة مجتمعاتها، في حين تبدو الدول النامية متفاوتة في تطبيق مفهوم السياحة، فالبعض أولى أهمية للسياحة الخارجية على حساب السياحة الداخلية، والبعض الآخر شجع السياحة الداخلية على حساب نظيرتها الخارجية وثالثة لم تحظى فيها لا السياحة الداخلية ولا السياحة الخارجية بالاهتمام المأمول، وهذا بسبب غياب التجهيزات والمرافق وتدني الموارد المالية أو بسبب وجود اضطرابات أو حروب أهلية أو ما شابه ذلك.

وتحتل قضايا التنمية السياحية حيزا هاما في وسائل الإعلام التي تميزت بالكونية والوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو...، أهمية قصوى في إطار الجهود التي تبذل من أجل النهوض بواقع

صناعة وتفعيل السياحة، إذ أصبح الإعلام السياحي أحد الطرق والأساليب المبتكرة من أجل تقريب الصورة السياحية للمستهلك، فشكل بذلك حلا من حلول رسم الصورة الجمالية المأمولة للسائح، وتزويده بأكبر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة عن المناطق السياحية في شتى بقاع العالم، وفي ظل التطور غير المسبوق في المجال الإعلامي وزيادة الأدوار المنوطة به في التنمية السياحية، سخرت الدول ترسانة من الأقمار الصناعية وأعدادا لا تحصى من المحطات الفضائية، وكذا استغلال شبوع شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الإلكتروني لترويج صناعتها السياحية وتحقيق الأهداف التي رسمتها في هذا المجال.

وتعد ولاية تبسة من بين المناطق الجزائرية التي تتمتع بموروث سياحي متعدد المزايا الطبيعية والتاريخية والثقافية المنفردة، كان بالإمكان أن تحظى بمكانة ضمن الولايات الجزائرية الأكثر جذبا للسياحة، خاصة في ظل الموقع الجغرافي لهذه المنطقة الحدودية ومناخها المتنوع بين المتوسطي والصحراوي، بالإضافة إلى الحمامات المعدنية الاستشفائية والجمال والثلوج والصحراء، وكذا التراث الحضاري والتاريخي والثقافي، ما يتيح فرص تنوع الطلب السياحي على معظم مناطقها.

ورغم المقومات السياحية التي تتوفر عليها مناطق ولاية تبسة من ناحية والثورة المعلو-اتصالية وعولمة الإعلام من ناحية أخرى، إلا أن نصيب هذه الولاية الحدودية من السياحة يتجه نحو النهايات الصفرية.

أولا: صورة الموروث السياحي لولاية تبسة

لكل منطقة خصائصها وميزاتها سواء تعلق الأمر بما من الخالق به على ساكنيها من ثروات طبيعية كالموقع والمناخ والتضاريس...، أو تعلق بما شيده وصنعه الإنسان من تاريخ وأثار وحضارات تضيف على المنطقة جمالية تشد الناظر إليها، إذ تعتمد السياحة اعتمادا يكاد يكون كلياً على البنى التحتية المرتبطة بها، وتنوع المقومات الطبيعية وتطور المقومات الحضارية والتاريخية والثقافية، وكذا مستوى

الخدمات المتنوعة كالنقل والاتصال والفندقة وتوفير الأمن والطمأنينة للسائح ... وغيرها، وولاية تبسة بفضل موقعها الجغرافي المتميز ومساحتها الشاسعة، وكذا انفرادها بمقومات طبيعية وحضارية وتاريخية، بإمكانها أن تحظى بمكانة ضمن المدن الأكثر جذبا للسياحة في الجزائر.

ومن أهم هذه المقومات نجد:

I. المقومات الطبيعية

1. الموقع الجغرافي: تتميز ولاية تبسة بموقعها الجغرافي الاستراتيجي الذي يشكل جزءا هاما من الهضاب العليا الشرقية وشمال شرق المناطق الصحراوية، كما أنها ولاية حدودية بامتياز حيث تمتد على شريط حدودي قدره 300 كلم (10 بلديات حدودية)، تتربع على مساحة إجمالية تقدر بـ: 13.788 كلم²، وتعداد سكاني قدر بـ: 694.289 نسمة، يحدها شمالا ولاية سوق أهراس ومن الشرق الجمهورية التونسية وجنوبا ولاية الوادي ومن الجنوب الغربي ولاية خنشلة ومن الشمال الغربي ولاية أم البواقي، تعود نشأة مدينة تبسة إلى هرقل "Héraclius" تحت إسم هيكتامبول (Hictampol) أي المدينة ذات المائة باب، وقد عرفت هذه التسمية في العهد الفينيقي وكانت مركزا تجاريا نشطا بينها وبين قرطاج.

2. المناخ: الموقع الجغرافي الذي تحتله ولاية تبسة بين التل والصحراء وارتفاعها 900م عن مستوى سطح البحر يجعلنا نميز بين نوعين مناخيين هما (منتديات حروف العشق، مارس 2018):

✓ **مناخ متوسطي:** ويسود الولاية من شهر سبتمبر إلى شهر ماي يتميز بتساقط الأمطار والبرودة كما تغطي الثلوج قمم الجبال خلال هذه الفترة.

✓ **مناخ صحراوي:** يسود الولاية من شهر ماي إلى شهر أوت يتميز بالجفاف وهبوب رياح جنوبية حادة تعرف بالسيريكو.

3. المناطق الجبلية: تعد جبال ولاية تبسة جزءا لا يتجزأ من السلسلة الجبلية الأطلسية الجنوبية التي تشكل همزة وصل بين جبال النمامشة والجمهورية التونسية، من أهمها جبل الدوكان 1712م، جبال القعقاع 1160م جبل قابل بوجلال 1800م، الجبل الأبيض (أذرار أمال) 2000م.

الصورة رقم (01) جبال القعقاع في فصل الشتاء



الصورة رقم (02) جبال القعقاع وحقل الرعي في فصل الشتاء



4. محطات المياه والحمامات المعدنية: تحظى ولاية تبسة بمواقع طبيعية ساحرة ومناظر فاتنة، تمنح لزائريها الدلال، وتوفر لهم الخيار للاستمتاع بأفضل الأجواء في رحابها، ومن أهم المنابع الطبيعية في الولاية نجد منبع يوكوس بالحمامات أين يستمتع الزائر للمنطقة بروعة منظر قلب جبل "دوار يوكوس" الذي تتدفق من صلبه مياه صافية وعذبة، ساهم في غزارتها تشكيل الوادي الذي يطرب هديره مسامع سكان الدوار وزواره، ممن يستهويهم تسلق أعلى القمة التي تتحدر منها المياه، للاستمتاع بالمنظر وارتشاف شربة ماء منعشة وطبيعية، تتساب فوق أرضية إسمنتية مستطيلة الشكل تسمح للزائر بأن يقف أو يجلس قربها ليتأمل المنظر الذي زاده جمالا وسحرا، تدفق منابع صغيرة على مستوى أعلى الجبل، وتتوفر على حنفية قديمة موصولة بالمنبع الرئيسي، كان السكان قد مدوا توصيلاتها قبل سنوات ليتمكنوا من الاستفادة من مياه المنبع الصافية والصحية (ناس تبسة، جويلية 2019).

ورغم صعوبة الوصول إلى المكان إلا أن العائلات التبسية أصبحت تعتبر منبع يوكوس متنفسا رئيسيا لها، حيث يستمتع الكثيرون بالتواجد قرب المنبع الذي بات محطة للتنزه والتقاط صور تذكارية في أحضان جنة يوكوس، خصوصا وأن المنطقة باردة نوعا ما، وتتميز بمناخ معتدل جعل العائلات تلجأ إليه هربا من حر أيام الصيف الطويلة.

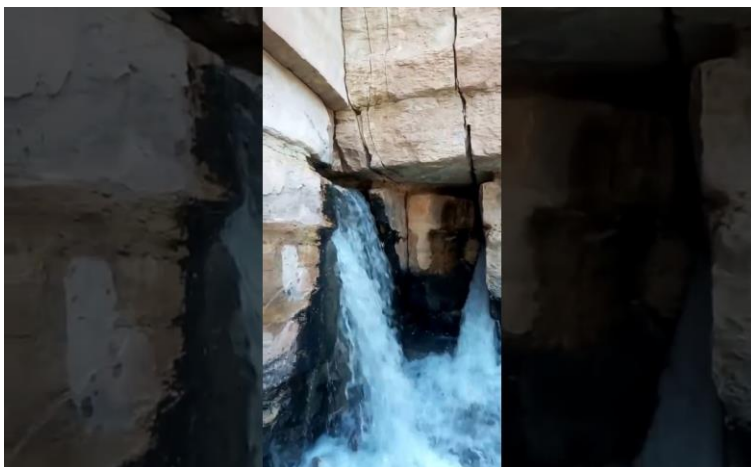
ويعد منبع يوكوس شريانا اقتصاديا في المنطقة وأحد أبرز عوامل التنمية المحلية من خلال تزويده مصانع لتسويق المياه المعدنية، كما أنه قبلة أساسية لباعة مياه الصهاريج المتنقلين، ممن تلقى مياههم إقبالا ورواجا كبيرا بين سكان الولايات القريبة، على اعتبار أن مياه منبع يوكوس معروفة بصفائها وقدرتها على شفاء الكثير من الأمراض كأمراض الكلى والأمراض الجلدية، إضافة إلى النشاطات التجارية الموجودة قرب المنبع.

للإشارة أن المنبع يرتبط بمغارة معروفة في المنطقة بمسمى "مغارة بوعوكوز"، شهدت رحلة استكشافية من طرف فريق علمي مكون من عدة مكتشفين سمحت بالتوغل لأزيد من 150 مترا داخل المغارة التي لا تزال أجزاء كبيرة منها مجهولة إلى اليوم وغير مكتشفة بسبب صعوبة التضاريس الداخلية ونقص الأكسجين.

**الصورة رقم (03): المنطقة الجبلية الصخرية التي يتواجد بها
منبع ومغارة بوعوكوز**



الصورة رقم (04): مغارة بوعوكوز



وتجدر الإشارة إلى أن منطقة بكارية تتوفر على مناظر طبيعية خلابة، وغابة كثيفة، تتميز بالهدوء والتنوع، ليضيف إليها المنبع المائي بمنعرج "الخنقة" سحرا طبيعيا ترتسم من خلاله لوحة جمالية لا مثيل لها، غير أن هذا المكان يفتقد إلى المرافق التي توفر للزائرين المأكولات، وغيرها من الضروريات، كما لا تتوفر المنطقة على حظيرة محروسة للسيارات، حيث تتم عملية الركن عشوائيا، والأمر نفسه يمكن قوله على منبع عين الثور ومغارات منطقة قسطل وروائع الواحات في نقرين وفركان، وغابات المريج التي تتوفر على مياه معدنية حموية، وكذا حمام الصالحين بمدينة الحمامات وحمام يحي بن طالب بمدينة الكويف (معصمي زكرياء، د.ت).

II. المقومات الحضارية التاريخية: تعتبر ولاية تبسة من المناطق الجزائرية التي تمتلك إرثا حضاريا وتاريخيا، تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ مروراً بمختلف المراحل التاريخية التي تعاقبت على هذه المنطقة، التي تتميز بتنوع حضاراتها ومواقعها الأثرية، التي تعكس التزاوج بين مجموعة من الثقافات كالبربرية والعربية الإسلامية والإفريقية وحتى الغربية، ومن أهم المعالم السياحية الحضارية والتاريخية في ولاية تبسة نجد (موقع جمال بلادي، جانفي 2015):

1. قوس النصر كاراكالا: أحد أهم المعالم الأثرية التي تعتبر تحفة معمارية رائعة ومن أحسن ما شيد الرومان في مدينة تبسة والعالم الروماني ككل، شيد تحت إشراف القائد الحربي أغريكليانوس ومساهمة الفيالق 9 و13 و20 التي اهتمت ببناء هذا المعلم الذي تأسس سنة 212/211 بعد الميلاد في حقة الازدهار الروماني، ويضم أربعة جهات كل جهة مهداة إلى أحد أفراد العائلة الحاكمة عائلة (سبتيم سيفار)، وتماثيل عند كل زاوية من سطح القوس، ويؤكد علماء الآثار أن قوس كاراكالا أقيم بطريقة فريدة على شكل مربع ويرفع فوقه قبة.

الصورة رقم (05): قوس النصر كاراكالا

بلقاسم مزبوة

Almawaqif

mezioua@gmail.com

Vol.17N°: spéciale janvier 2022



2. السور البيزنطي: أحد أروع وأضخم البنايات الأثرية الموجودة بالمدينة، تأسس هذا الصرح الأثري سنة 535 ميلادي، على يد البطريق سولومون، لحماية المدينة وبسط سلطان البيزنطيين في المنطقة وضرب الأعداء، وحسب المؤرخين فإن هذا المعلم كانت أغلب أجزائه منهاره وقام الفرنسيون بترميمها خلال الحقبة الاستعمارية، كما استعملوا جزءا كبيرا منه كتكنة عسكرية، لهذا المعلم ثلاثة أبواب أصلية (باب كاراكالا وباب سولومون وباب شهلة)، ثم أضاف الفرنسيون ثلاثة أبواب صغيرة أخرى.

3. بازيليك تيفست: هي أحد المعالم التاريخية النادرة في العالم بأسره، والتي بقيت محافظة على طابعها المعماري الأصلي، تم بناؤها في عصر ازدهار الحضارة الرومانية والمسيحية، أقيمت هذه الكنيسة فوق مصلى تحت الأرض أستغل في نشر المسيحية، وهي مقسمة إلى قسمين أحدهما عبارة عن حديقة مقسمة إلى أربعة أقسام على شكل صليب، والقسم الآخر يضم الكنيسة الميناء، لها مدخل واحد على شكل قوس ويقطعها ممر طوله 52 م، مبلط بحجارة صلبة على يمينه يوجد مدخل الكنيسة من جهة المدرج، ثم الرواق والمكان

المربع يشدك من خلال حافته السفلية النظر إلى الصحن، روعة التصميم في هذا المعلم تتمثل في القاعة الكبيرة المقسمة بأعمدة دائرية تحمل أقواسا وأخرى مربعة وجميع قاعاتها مبلطة بالفسيفساء، يجاور هذه الكنيسة قاعات لتعليم الدين وإسطبلات للخيل ومرقد، هذه الكنيسة هي أكبر الكنائس الرومانية وهمزة وصل بين شمال إفريقيا وأوروبا.

الصورة رقم (06): بازيليك تيفست



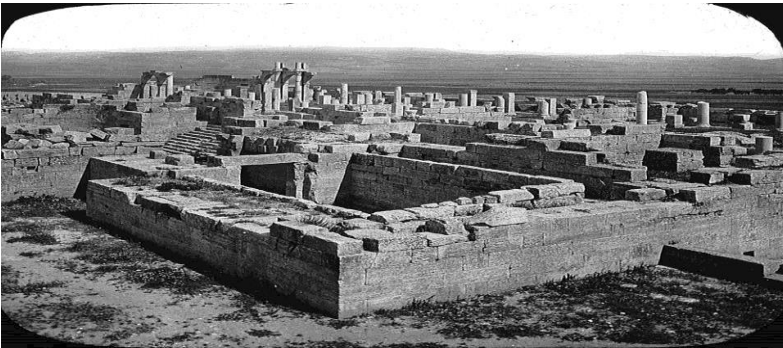
4. **المدراج المسرحي:** من البنايات الأولى التي شيدها الرومان بالمنطقة، تم بناؤه في عهد القنصل الخامس الإمبراطور فسباسيانوس سنة 75 ميلادي، أستعمل هذا المدرج كمسرح على الهواء الطلق وأحيانا كملعب لممارسة ألعاب المصارعة بين الفرسان وأسرى الحرب أو مع الحيوانات المفترسة، لهذا المدرج أربعة مداخل وحجرات للفرسان والعبيد والحيوانات المفترسة، يعد المدرج المسرحي مصنفا وطنيا ويعتبر أحد المتاحف على الهواء الطلق.

الصورة رقم (07): المدرج المسرحي



5. **معصرة برزقال:** تقع على الطريق الرابطة بين تبسة وبئر العاتر على بعد 35 كلم جنوب تبسة، شيدت هذه المعصرة في الفترة ما بين 98-117 م وكانت تستغل في عصر الزيتون، والمعصرة مقسمة إلى أربعة أقسام رئيسية بجدارين متوازيين، وتوجد بها سبعة أبواب في كل واجهة وتضم كل جهة عدة طوابق، وتغطي أكثر من 2000 متر مربع، كما أن هذا المعلم يعطي صورة واضحة عن الحياة الاقتصادية والفلاحية بالمنطقة في عهد الرومان وتصنف الثانية بعد معصرة الناظور بتيبازة.

الصورة رقم (08): معصرة برزقال



6. **بقايا معركة الجرف التاريخية:** وتعد مجموعة من بقايا أهم معارك الثورة التحريرية وأطولها (08 أيام) جرت وقائعها بين 22

و29 ديسمبر 1955 من أهم قادة هذه المعركة بشير شيهاني وعباس لغورور وعجال عجول، من أهم نتائجها مساهمتها في تدعيم نتائج هجوم الشمال القسنطيني 20 أوت 1955 في تدويل القضية الجزائرية، ولأن فرنسا تكبدت في هذه المعركة خسائر كبيرة سواء تعلق الأمر بالجيش أو العتاد الحربي، أصبحت هذه المعركة تدرس في مقررات الكلية الحربية سان سير كنموذج لحرب العصابات.

الصورة رقم (09): بقايا معركة الجرف التاريخية



الصورة رقم (10): صورة من أحداث معركة الجرف التاريخية



7. منطقة قسطل الأثرية: تقع على بعد أربعين كيلومتراً شمال ولاية تبسة وهي قطعة مهربة من جغرافيا وتاريخ الإنسان القديم، بقيت شاهدة على الحضارات المتعاقبة عليها، وأشبه اليوم بسلة تاريخية تحتفظ بسواقيها الحجرية الجارية بالمياه وقبور الدولمان،

يغلب عليها المعمار الجنائزي المعبر عن حقبة مختلفة من قبور الدولمان وحوانيت وتيملوس وبازينا إلى قبور الرومان، حيث تتيح لك قسطل السير في منطقة جبلية معروفة بالغرف الجنائزية المحفورة في جلود جيري صلب، قدر عددها بنحو 36 غرفة مركبة فوق بعضها البعض ويصعب دخول العلوية منها، وهو الأمر الذي حافظ على شكلها الأول القريب من شكل المستطيل، وأول ما يلفت انتباهك عند وصولك إلى قسطل، هو جسر صغير يعود إلى الحقبة الرومانية، لا يزال محافظاً على تماسكه رغم مرور مئات السنين على تشييده، إذ يربط بين ضفتي الوادي الذي يشقها ويكفي أن ترفع مستوى نظرك للأعلى نحو جبالها، حتى تلوح لك الأرواح التي تسكن قبورها ومغاراتها المحيطة بالوادي، حيث تتراصف تلك المغارات بدقة إلى جانب بعضها البعض، تحوي غرفاً حجرية ذات أبواب مربعة يربح المؤرخون أن تكون قبوراً رومانية، وفوق تلك القبور توجد غرف أخرى تضم أبواباً مثبتة بإحكام إلى الأعلى بواسطة عوارض ملتصقة في الصخور، وكأنها أبواب وجدت لتفتح إلى السماء وبالقرب منها بالوعات حُفرت لمنع تسرب المياه إليها، وهو ما يدل على العبقرية الهندسية للإنسان الذي استوطنها (سندس سديرة، ديسمبر 2016).

الطريق المؤدية إلى المنطقة، شقها جداول الماء فوق الصخور الكبيرة فجعلت منها ممراً يسير في اتجاهات ملتوية في غاية الجمال، وأما الجهة المحاذية لهذا الطريق، تطل عليها المنطقة البربرية التي تتميز بمنحدراتها الصعبة، ولا يوجد سوى مسلك واحد للوصول إليها من الجهة الشرقية، حيث توجد مقبرة أخرى صممت بطريقة مشابهة، وهو ما يجعل الطابع الجنائزي غالباً على معمارها.

وقد اتخذ الرومان منطقة قسطل معقلاً لهم لتوفرها على المياه، التي سهلت عليهم إنشاء مزارع للخضر وغيرها مما تثبتته أراضي هذه المنطقة، فكانت أحد المراكز القوية للقيادة الرومانية آنذاك، ثم اختارها الثوار الجزائريون كونها حصناً طبيعياً تحيطه الجبال من كل جانب، فكانت عبارة عن كتلة صغيرة تضم جنوداً ومخازن سلاح.

قسطل اليوم، ورغم أن مقوماتها وإمكاناتها ومواصفاتها السياحية الهائلة تؤهلها لتكون قطبا سياحيا وطنيا وعالميا، باعتبارها متحفا مفتوحا لآثار إنسان ما قبل التاريخ، إلا أن الكثير من الناس لا يعرفونها بسبب تجاهل المسؤولين والمختصين في علوم الآثار لها ولموروثها الثقافي والحضاري.

الصورة رقم (11): صور تبين منطقة قسطل الأثرية





8. قصور نقرين: تعكس قصور نقرين التاريخية والأثرية في بوابة الصحراء، على بعد 150 كم جنوب ولاية تبسة فن البناء التقليدي الصحراوي والمهارة المحلية في مجال الهندسة المعمارية، فهذه البنايات القديمة (قصور نقرين) شاهدة على تعاقب عديد الحضارات على هذه المنطقة، من فترة ما قبل التاريخ مروراً بالحضارة الرومانية وصولاً للفتح الإسلامي، كما تتميز بتصميم هندسي عمراني فريد يذكر بأمضي المنطقة ويترجم عزم الإنسان في التغلب على الظروف البيئية القاسية، إذ يشد الزائر لهذه القصور سحر وجمال المساكن الضاربة في عمق التاريخ، أين يعكس حوالي 150 منزلاً مبنية على شكل قصور صغيرة صفراء اللون

تحيط بها أشجار النخيل والأشجار المثمرة، تصميم الإنسان على بناء مساكن في بيئة صحراوية جافة دافئة شتاء وباردة صيفا، باستعمال مواد بسيطة منها الطين والحجارة وجذوع الأشجار والنخيل، ويتوسط هذه البنايات مسجد قديم يشتهر بديكوره المتميز وطرازه المعماري الإسلامي العربي الأصيل، يرمز إلى العلاقة الوثيقة بين سكان هذه المنطقة والدين الإسلامي، إلى جانب مجموعة من المحلات التي لا تزال شاهدة على الماضي القديم لمنطقة نقرين (بلقاسم مزيوة ومراد ديرم، ديسمبر 2018: 94).

الصورة رقم (12): صور تبين قصور نقرين



III. المقومات الحضارية الثقافية: تمتلك ولاية تبسة العديد من المعالم الحضارية الثقافية، التي تعكس إرثا من العادات والتقاليد الشعبية المحلية، ومنتجات متنوعة من الصناعات التقليدية، كصناعة البرنوس والقشبية وزربية النمامشة التي أخذت بعدا دوليا، من خلال مشاركتها في الصالونات العالمية المختلفة، واشتهرت بها بعض مناطق الولاية كمنطقة الشريعة، والفروسية و فرق الفانتازية المعروفة في الأعراس والمناسبات الوطنية، والمهرجانات الشعبية التي كانت تعرفها بعض المناطق المشهورة بالفرسان، من خلال "الحصان البربري" وهو أبرز أنواع الخيول التي تشتهر بها أغلبية مناطق تبسة خاصة منطقة الشريعة، بالإضافة إلى مهرجان أغنية الراكروكي والأغنية البدوية.

الصورة رقم (13): الحصان البربري و فرق الفانتازية بولاية تبسة



IV. المقومات المتعلقة بالهياكل القاعدية والبنى التحتية: لا تقتصر المقومات السياحية على الإمكانات الطبيعية الحضارية والتاريخية والثقافية فحسب، بل تدعم هذه الإمكانات بأخرى مادية تتمثل في الهياكل القاعدية باختلاف تصنيفاتها، لتتماشى مع المستويات

الاقتصادية للسائحين، إضافة إلى البنى التحتية كالطرق والمطارات والموانئ، وشبكة الاتصالات التي تساهم في استقطاب المزيد من السياح وإطالة مدة إقامتهم بالمنطقة السياحية، والجزائر كغيرها من بلدان العالم المهتمة بالسياحة حاولت الاهتمام بهذا النوع من المقومات، إذ عرفت في السنوات الأخيرة تطورا ملحوظا في طاقات الإيواء وعدد الفنادق، لتنمashi مع زيادة الطلب السياحي مقارنة بالسنوات الماضية، إلا أن ذلك يبقى بعيدا كل البعد عما هو مأمول، إذا ما قورنت بمستوى الطاقات التي توفرها دول الجوار، ومن أهم الفنادق الموجودة بولاية تبسة نجد فندق الأمير وفندق ماهية بلاس وفندق الأهرامات وفندق طارق، فندق كراكالا وفندق الجرف... وغيرها، وتتوفر الولاية على مطار وطني وحظيرة تتضمن مختلف وسائل النقل البرية، كما أن الولاية ترتبط بشبكة من الطرقات الوطنية والولائية.

ثانيا: عولمة الإعلام

لقد أثبت واقع التغيرات الاقتصادية العالمية التي أفرزتها طلائع القرن الواحد والعشرين أن المجتمعات البشرية تنتظرها مجموعة من التحديات كالعولمة وشدة المنافسة، فالعالم يشهد تحولات سوسيو-اقتصادية ساهمت فيها الثورة المعلوم-اتصالية التي أفرزت طفرة غير مسبوقة في مجال البحث العلمي، وكذا تكنولوجيا الكمبيوتر وثورة الاتصالات والإعلام، ما ساهم بشكل فعال في عولمة الإعلام من خلال انتشار الفضائيات وشبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الإلكتروني بصفة عامة، من خلال عمل سياسات ومآرب العولمة على استثمار منجزات الثورة المعلوم-اتصالية والتقدم التقني والتكنولوجي في نشر ثقافة جماهيرية واحدة وبقوالب محددة مسبقة الصنع، وهذا ما نجده في المحطات الفضائية التي جندت لترويج الخدمات والبضائع الاستهلاكية.

وقبل التطرق إلى مفهوم عولمة الإعلام لابد من التطرق إلى كل من مفاهيم العولمة والإعلام والإعلام السياحي.

I. مفهوم العولمة: يعد مفهوم العولمة من أكثر المفاهيم تداولاً وحضوراً في المنتج المعرفي المعاصر، ومهما تعددت تعريفاتها فهي كظاهرة عالمية تتخذ أشكالاً متعددة اقتصادية، سياسية، ثقافية وإعلامية... الخ، وتشير العولمة في اللغات الأوروبية المختلفة إلى كل سياسة أو سلوك على المستوى العالمي "GLOBALISATION"، وفي معنى آخر يقصد بها السياسة الكونية ويقال أيضاً الكوكبية والكوننة، وهي مقاربة مع مصطلح التدويل "INTERNATIONAL" أي كل ما هو أممي، وهذه المصطلحات تصب في المفهوم الفكري الذي يضفي الطابع العالمي أو الدولي أو الكوني على النشاط. (تركبي صقر، 1998: 178)، ويحددها جيمس روزناو في ثلاثة أبعاد: يتعلق الأول بانتشار المعلومات على نطاق واسع والثاني تنويع الحدود بين الدول، في حين يتعلق البعد الثالث بزيادة معدلات التشابه بين الجماعات والمؤسسات والمجتمعات. (علي غربي، 2001: 15).

ومن خلال ما سبق يمكن القول أن مفهوم العولمة يشير إلى نظام عالمي جديد، يقوم على الإبداع العلمي والتطور التقني والتكنولوجي وثورة الإعلام والاتصالات، وإزالة الحدود بين شعوب العالم وتعزيز الترابط بينها، ليصبح قرية كونية صغيرة، بهدف توحيد جهودهم وقيادتها نحو الأفضل.

II. مفهوم الإعلام: يعتبر الإعلام النافذة التي يطل من خلالها الفرد على العالم، كما يمكنه من خلاله رؤية ثقافته وحضارته ومدى مساهمته للتقدم الحاصل، وقد كان ولا يزال وسيلة هامة من وسائل تكوين وخلق مواقف واتجاهات الفرد، باعتباره الطريق إلى المعرفة والآلية الفعالة للتنمية والتطوير، خاصة وأن الثورة الإعلامية التي يشهدها عالم اليوم أصبحت قادرة على تحديد مسار التطور البشري

في عالم أصبح يعرف بالقرية الكونية، ولا يمكن انكار مساهمة وسائل الإعلام الحديثة في الترويج للمفاهيم الجديدة، والمتعلقة بالنواحي الثقافية والتنشئة الاجتماعية والفكرية والترفيهية، ما ساعدها على المساهمة في تشكيل الملامح الخضرية للمجتمعات وتغيير عادات وسلوكات الأفراد وتكوين اتجاهاتهم، وكذا تجديد معارفهم ومعلوماتهم وتنمية أفكارهم وتبادل الآراء فيما بينهم.

ويشير مفهوم الإعلام إلى تلك العملية التي يتم من خلالها تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة والسليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، فرسالة الإعلام هي الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق الموثقة، ويقوم على الوضوح والصراحة والدقة في الرواية والالتزام بالصدق والأمانة. (محمد منير حجاب، 2000: 61)، وهذا ما يجعل مهمة الإعلام تركز على التوضيح والشرح والاختبار والتنوير من خلال إقامة منافذ وقنوات للترويج وتوفير أنظمة للمعلومات قصد جذب وتوجيه الاتجاهات والآراء إلى وجهات مقصودة.

III. الإعلام السياحي: قبل التطرق إلى مفهوم الاعلام السياحي لابد من توضيح مفهوم السياحة.

تعتبر السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية لدى معظم الدول والمجتمعات، نظرا لما تحققه المبادلات السياحية من عوائد تنموية، وقد تعددت تعاريف السياحة وفقا لآراء المهتمين بدراسة طبيعتها ومكوناتها وجوانبها، وكذا آراء المنظمات المهتمة بهذا المجال، إذ يعرفها روبنسون "Robinson" على أنها انتقال الأفراد خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها، مدة تزيد على أربع وعشرين ساعة وتقل عن عام واحد، على أن لا يكون الهدف من وراء ذلك الإقامة الدائمة أو العمل أو الدراسة أو مجرد عبور لدولة أخرى (ترانزيت) (عبود زرقين وإيمان العلمي، 2016)، ويعرف خالد مقابلة السياحة على أنها مجموعة الظواهر والأحداث والعلاقات الناتجة عن سفر وإقامة غير أصحاب البلد، والتي لا يكون لها ارتباط بأي نشاط ربحي

أو نية للإقامة الدائمة، حيث تكون بمثابة الحركة الدائرية التي يبدأ فيها الشخص أو المجموعة، الترحال بداية من البلد الأصلي أو مكان الإقامة الدائمة وبالنهاية العودة إلى نفس المكان (خالد مقابلة 1999: 18)، كما عرفها جلاكسمان "Glucksman" على أنها مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما، والأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان، وهذه العلاقات والخدمات تكون ناجمة عن التغيير المؤقت والإرادي لمكان الإقامة، دون أن يكون الباعث على ذلك هو أسباب العمل أو المهنة (توفيق ماهر عبد العزيز، 1997: 23).

من خلال كل من مفهوم الإعلام ومفهوم السياحة، يمكن القول أن الإعلام السياحي هو تلك العملية التي يتم من خلالها تزويد السائح بالمعلومات الدقيقة والواضحة والحقائق السليمة والمتكاملة عن المنطقة السياحية، والترويج لها من حيث الموقع وكيفية الوصول إليه وخدمات وأنشطة الإقامة فيه، ولغة وعادات وتقاليده السكان الأصليين والتعامل معهم بطريقة حميمية ومريحة، وكذا مدى الاستقرار الأمني وغيرها من الموصفات التي تساعد على تكوين رأي عام صائب حول المنطقة السياحية، وبالتالي الترويج لها.

IV. العولمة الإعلامية: يعد الإعلام من الأدوات الفعالة في صناعة الحدث والتغيير خاصة في عصر الثورة المعلو- اتصالية وسيادة ظاهرة الكوكبة أو ما يعرف بالعولمة، وما تركته من تأثير على ثقافات الشعوب، والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات والترفيه، ما يجعله ضرورة حيوية وسلاح حضاري حاسم في التنافس أو التدافع الثقافي، إلى درجة أصبح المتحكمون في المجال الإعلامي باستطاعتهم أن يحددوا ميول الرأي العام وتنمية اتجاهات وأنماط سلوكية مختلفة لدى أفراد المجتمع، لهذا تعددت حقول الدراسات الاجتماعية والنفسية التي تحاول معرفة المقدار والكيفية التي تؤثر به وسائل الإعلام على الجمهور، والقدرة على تغيير اتجاهاته وتصرفاته وثقافته.

وقد عرّفت العولمة الإعلامية على أنها تلك العملية التي تهدف إلى التسريع المتصاعد والمستمر في قدرات وسائل الإعلام على تجاوز الحدود بين الدول، والتأثير في المتلقين الذين ينتمون إلى ثقافات متباينة، وذلك بهدف توحيد أسواق العالم ودمجها من ناحية، وتحقيق مكاسب للأطراف المهيمنة على صناعة الإعلام والاتصال من ناحية ثانية (أسعد ملي 2010: 462)، كما عرّفت على أنها التضخيم المتسارع والمتواصل لقدرات وسائل الإعلام والمعلومات لتجاوز الحدود الدولية للوصول إلى الشعوب، بفضل وسائل الاتصالات الحديثة، وتحقيق المكاسب لشركات الإعلام (عبد الله محمد أبكر، ماي 2004: 38).

من خلال التعريفين السابقين يمكن القول أن العولمة الإعلامية تكمن في تعظيم وتسارع تصدير الأفكار والمعلومات والبرامج الإخبارية والثقافية والدرامية والترفيهية وغيرها، في إطار عملية الاختراق الإعلامي والثقافي التي تتدفق خاصة من دول الشمال إلى دول الجنوب، وذلك من خلال الاستخدام المكثف والواسع والموحد لتكنولوجيا المعلومات وعبر وسائل إعلام جد متطورة، من أجل توحيد ودمج أسواق العالم من ناحية وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات من ناحية أخرى، وهذا ما يجعل عولمة الإعلام عملية تتضمن التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات وشبكات الهاتف الجوال وتقنيات البث الفضائي والاتصال المتعدد الوسائط والاتصال التفاعلي وشبكة الأنترنت.

ثالثا: كيفية استغلال الإعلام للمساهمة في تحقيق التنمية السياحية بولاية تبسة

يذهب البعض إلى أنه بالإمكان القول أن عولمة الإعلام دخلت ما يعرف بالفضاء السيبرنيتي، وهو وطن جديد لا ينتمي إلى جغرافيا ولا إلى تاريخ، وطن بدون حدود وبدون ذاكرة وبدون تراث، إنه وطن تبنيه شبكات الاتصال والمعلومات الالكترونية، والمقصود بالسيبرنيت العلم الذي يهتم بدراسة طرق تدفق المعلومات ومراقبتها داخل

الأجهزة الآلية والمنظومات الاجتماعية والاقتصادية (مظفر مندوب العزاوي، 2006: 08).

وفي ظل التطور التقني لتبادل المعلومات والبيث المباشر عن طريق الأقمار الصناعية أصبحت المراقبة مستحيلة في مجال الاتصال والإعلام والثقافة، إذ لم يعد للدولة في هذا المجال سوى خيار واحد، وهو تسهيل الاتصال وتدفق المعلومات لفائدة الشبكات العالمية، والعمل على تطوير قاعدة إنتاجها وتحسين مستوى خدماتها كما ونوعا، واستحداث قنوات فضائية تستجيب إلى اهتمامات الرأي العام العالمي إعلاميا وثقافيا وترفيهيا.

فالثورة المعلوم-اتصالية فتحت آفاقا جديدة وربما حطمت الفواصل التقليدية بين الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي، وقادته إلى نمط اتصالي جديد يتسع لكل أنماط الاتصال وهو الاتصال القائم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل وتبادل أدوار الاتصال بين الطرفين وكسر مركزيته، علاوة على إتاحتها للمتلقي إمكانات غير محدودة للاختيار والتفاعل الحر بين القائمين بالاتصال.

ولعل من أهم أبعاد عولمة الإعلام نجد تزايد أهمية اقتصاديات الإعلام والاتصال وتبادل المعلومات، وظهور ما يسمى بقطاع الاتصال المعلوماتي الترفيهي، الذي يعتمد في الغالب على الترويج والجذب وشد الانتباه والإقناع والإغراء، بالاستهلاك والتوظيف الحقيقي للصورة بما يحو التمييز بينها وبين الواقع.

إذ يعد الإعلام عاملا أساسيا في الترويج السياحي وإعطاء الصورة الصحيحة والمشرقة عن أي منطقة وتقديمها للعالم والتعريف بها، بأشكال متعددة من وسائل وأدوات مرئية ومسموعة ومكتوبة، من خلال المهرجانات والمعارض وتبادل الوفود والفرق الفنية والمطبوعات والأفلام، وكذا القنوات الفضائية والاستخدام الواسع للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي وغيرها، وهنا يتجلى الدور المحوري للإعلام في إقناع السائح وإغرائه وجذبه.

وبدخول متعاملين جدد في مجال إنتاج الإعلام وتخزينه وتوزيعه لم يعد الإعلام حكرا على المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية، ما أنجر عنه أمران أساسيان هما (نصر الدين لعياضي، د.ت):

1. القيمة التبادلية للإعلام تطغى على قيمته الاستخدامية في ظل تحول البنية الاقتصادية للمؤسسة المنتجة للإعلام والفائضة على الطلب وليس على العرض، وهذا خلافا للمنطق القائم على مبدأ العرض.
2. أصبح الإعلام والمعلومات مادة لتراكم رأسمال في عصر العولمة.

وبالعودة إلى ما تتمتع به مناطق ولاية تبسة من مزايا ومقومات جغرافية وطبيعية وتاريخية وحضارية وثقافية تجعل من هذه الولاية منطقة سياحية من الطراز الأول، في جميع فصول السنة وتلبية معظم الأهداف التي يناشدها السائح، حيث تتوافر المشاتي والمصايف والينابيع الطبيعية والجبال والصحارى والمواقع الأثرية، إلا أن هذه المقومات بحاجة إلى تسويق وترويج مثلما هي بحاجة إلى استثمار وتوظيف أموال وموارد بشرية وغيرها.

وفي ظل التوجه الجديد لوسائل الإعلام والعجز الواقعي سياحيا في الجزائر عامة وفي منطقة تبسة خاصة، أصبحت الحاجة ملحة إلى ضرورة تبني إستراتيجية سياحية بالولاية، مبنية على توجه إعلامي يتلاءم مع ما يتم التخطيط له مستقبلا، وذلك من خلال استثمار الإعلام السياحي في استيعاب مفهوم السياحة والارتقاء بصناعاتها، قصد تكوين صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور الداخلي والخارجي عن كل المقومات السياحية الهائلة التي تزخر بها، خاصة وأن وسائل الإعلام الحديثة من قنوات فضائية ومواقع تواصل اجتماعي وصحف ومنتديات الكترونية ووكالات السياحة الالكترونية، أصبحت تسهل لمستخدميها طريقة الاطلاع على جميع المعالم السياحية ومعرفة أبسط التفاصيل وأكثر الصور والفيديوهات إثارة وجمالية، فالقارئ من موقع مكانه يستطيع التفاعل بالصورة والصوت مع كل المناطق السياحية.

فالهدف الذي تسعى الجزائر لتحقيقه في المجال السياحي هو إحداث تغيير في اتجاهات الجمهور الداخلي والخارجي نحوى مجموع

المقومات السياحية التي تتمتع بها، وهذا لا يتحقق إلا من خلال توافر مجموعة من المتطلبات تتعدى البنية السياحية القائمة، لتشمل الإطار المؤسسي والتنظيمي المنظم للعمل والبنية التشريعية في المجال السياحي والبنية الثقافية المساعدة على تقبل المجتمع لفكرة السياحة، دون إغفال متطلب تطوير بنية تكنولوجيا المعلومات وتشجيع وسائل الإعلام والاتصال المنفتحة على الثقافة السياحية المتميزة بالعالمية في شمولها والإنسانية في وجهاتها، ولا تعرف حدود ولا عقيدة أو أيديولوجية معينة، بل أن هدفها الاستجمام والمتعة والثقافة والمعرفة التي تؤدي إلى التعارف المبني على الصداقة والمحبة اللتان تهدفان لإقامة سلام دائم بين الشعوب (حسن الحسن، 1998: 30).

فالمعلوم أن السياحة عملية متسلسلة، نقطة البداية فيها هي وجود منطقة سياحية بما يتوفر فيها من مقومات وما تتضمنه من مغريات تستهوي وتجذب السياح، وتقدم لهم الخدمات اللازمة لإقامتهم واستمتاعهم، ثم تأتي بعد ذلك وسائل النقل التي تربط هذه المنطقة بغيرها من المناطق، ثم الإجراءات الرسمية (كالجوازات والفيزا والعمليات الجمركية....)، ثم مجموعة الهياكل القاعدية والبنى التحتية والخدمات (فنادق، مستشفيات، مطاعم، حالة الطرقات والموانئ والمطارات، والأمن...)، والملاحظ على مناطق ولاية تبسة أنها تتمتع وتتوفر على أغلب هذه المقومات، إلا أن نصيبها من الطلب السياحي مازال بعيدا كل البعد عما هو مأمول، وضعيفا مقارنة حتى ببعض مناطق الجزائر على شساعتها.

والحقيقة أن الواقع الذي لا مفر منه أن المقومات السابقة الذكر لا تكفي لازدهار السياحة والتنمية السياحية بالمنطقة، بل لابد من حملة إعلامية مستمرة، تستخدم فيها جميع وسائل الإعلام السياحي التي من شأنها استهواء وجذب السائح وإغرائه بهذه المقومات، لأن الإعلام والسياحة وجهان لعملة واحدة، فالسياحة المتميزة إن لم يكن خلفها إعلام يتماشى والمعطيات المستجدة كأنها لم تكن، وهو ما يشير إلى الواقع السياحي في ولاية تبسة، التي تحتضن كنوزا من المناطق الطبيعية والمعالم الأثرية التاريخية والحضارية والثقافية، في مقابل

غياب إستراتيجية إعلامية تكشفها وتقدمها وتروج لها لدى السائح في الداخل والخارج.

فمشكلة السياحة في هذه الولاية الحدودية تشبه إلى حد كبير ذلك الفرد الذي اجتهد في تشييد قصر جميل ووفر له كل المقومات العصرية، إلا أنه أهمل وأغفل الواجهة التي تعد بمثابة لافتة لجذب المارين من أمامه وفت أنظارهم وشد انتباههم وإرشاد من استعلم عنه إلى مكانه، ففي الوقت الذي يتعاضد فيه دور الإعلام لاسيما بعد التطور غير المسبوق لوسائله وقدرتها المذهلة على التأثير، خاصة بعد توظيفها لمخلفات الثورة المعلوم- اتصالية، واتجاهها نحو التخصص لإرضاء أذواق الجماهير المختلفة، إلا أننا لا نجد للإعلام السياحي بالمنطقة وجودا يذكر، سواء على مستوى استقطاب وإغراء السائح من داخل الجزائر أو على مستوى الساحة السياحية الدولية، ودوره في تحسين صورة الولاية وإثراء التنمية السياحية بها.

ويمكن تلخيص أهم المشاكل التي يعاني منها الإعلام السياحي بمنطقة ولاية تبسة في النقاط التالية:

1. سيطرة الدولة وتحكمها في تنظيم وتوجيه أنشطة الإعلام والاتصال من خلال المراقبة الصارمة للمضامين الإعلامية.

2. تهميش مختلف مناطق الولاية إعلاميا وعدم وجود برامج تهتم بعرض المناطق والأماكن السياحية بها.

3. عدم الاهتمام بالإعلانات والمهرجانات والمعارض للترويج السياحي، وبالتالي غياب دليل سياحي يتواصل مع السياح ويعرفهم بالمناطق السياحية في الولاية.

4. تشويه الصورة الأمنية للجزائر عامة من قبل بعض الدول خاصة بعد العشرية السوداء التي عاشتها، دون مجابقتها بدعاية مضادة تفند مزاعمها من طرف الإعلام السياحي الجزائري.

5. عدم دراسة طبيعة الجمهور المستهدف ومعرفة اتجاهاته قبل البدء في الحملة الإعلامية، إذ قد لا يتأثر الجمهور الخارجي بنفس

المؤثرات والعوامل التي يتأثر بها الجمهور المحلي، وذلك تبعا لاختلاف العوامل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية.

وأمام التنامي والتعاظم المتزايد لدور الإعلام في التنمية السياحية يمكن ذكر بعض النقاط التي بإمكانها مساعدة الإعلام السياحي في النهوض بالقطاع السياحي بولاية تبسة، منها:

1. وضع سياسة إعلامية جادة تترجم الهوية العربية والإسلامية والأمازيغية والإفريقية للمجتمع التبسي ومعالمه التاريخية والحضارية والثقافية.

2. الاهتمام بالإعلام المتخصص في المجال السياحي، وتكوين إطارات قادرة على الخلق والإبداع وحمل رسالة التنمية السياحية.

3. التوسع في استخدام التكنولوجيا الجديدة في المجال الإعلامي، وكذا استحداث مواقع الكترونية جذابة تعمل على عرض المقومات السياحية للولاية وتقديم صورة صادقة وموضوعية وبطريقة تتلاءم مع عصر العولمة

4. تدعيم برامج الإعلام السياحي لمقومات السياحة بالولاية والعمل على تنويع البرامج السياحية بين المسموعة والمرئية والمقروءة والمهتمة بكل أنواع السياحة بالمنطقة، خاصة وأن ولاية تبسة بإمكانها التنويع بين السياحة الطبيعية والصحية وسياحة المهرجانات، وهذا ما من شأنه أن يزيد من الطلب السياحي الداخلي والخارجي.

5. اختيار الوسيلة والوقت المناسبين لبث الرسالة الإعلامية السياحية، وكذا الاهتمام بالجانب الإخراجي لهذه الرسالة بما يساهم في جذب السائح واغرائه.

6. فتح مجال الإعلام السياحي بالمنطقة أمام الخواص لزيادة فرص التنافس لجلب الاستثمارات الداخلية والأجنبية.

خاتمة

خلاصة القول يمكن التأكيد على أن وسائل الإعلام السياحي في الجزائر عامة وولاية تبسة خاصة، إن أرادت تحقيق أهدافها في المساهمة في التنمية السياحية بالولاية، فهي مدعوة إلى أن تستمد

مضامينها من اتساقها مع ما تفرزه التغيرات المتسارعة في عالم متغير، ويعد بمثابة قرية صغيرة البقاء فيها لمن يمتلك المعلومة ويستثمر فيها من خلال الاستخدام الأمثل، كما أنها مدعوة إلى مواجهة مجموعة من التحديات الداخلية والخارجية ومنافسة شرسة، بالإضافة إلى أنه لابد من أداء وظيفتها في مناخ تسوده الحرية ومشاركة كل الكفاءات الوطنية والمحلية القادرة على الإبداع والتجديد والتواصل مع الفئات المستهدفة لزيادة الطلب السياحي.

المراجع

1. أسعد ملي(2010) التداعيات الإقصائية المتصاعدة لعولمة الإعلام وأثرها على الهوية الثقافية، مجلة جامعة دمشق، جامعة دمشق، سوريا، المجلد 26، العدد الثالث.
2. بلقاسم مزبوة ومراد ديرم (ديسمبر 2018)، عولمة الاعلام والاستثمار في السياحة الصحراوية بالجزائر، فعاليات الملتقى الدولي حول: الاستثمار في السياحة الصحراوية ورهان تثمين الموارد الاقتصادية للجمعات المحلية، مخبر التكامل الاقتصادي الجزائري الإفريقي، جامعة ادرار، أيام 03-04-05 ديسمبر 2018، أدرار، الجزائر.
3. تركي صقر(1998)، الإعلام العربي وتحديات العولمة"، ط1، دمشق، سوريا، وزارة الثقافة.
4. توفي ماهر عبد العزيز(1997)، صناعة السياحة، ط1، عمان، الأردن، دار زهران للنشر والتوزيع.
5. حسن الحسن (1998)، السياحة صناعة وعلاقات عامة، ط2، بيروت، لبنان، الدار اللبنانية للنشر والتوزيع.
6. خالد مقابلة (1999)، فن الدلالة السياحية، ط1، عمان، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع.
7. سندس سديرة (ديسمبر 2016)، قسطل.. أفخاخ بناها الرومان لأحفادهم الفرنسيين، <https://www.alaraby.co.u>، 27.07.2019، 15:10.
8. عبد الله محمد أ بكر (2004)، عولمة الإعلام ، المجلة العربية، الرياض، السعودية، العدد 326.

9. عبود زرقين وإيمان العلمي (2016)، تعزيز دور الاعلام في تحقيق تنمية سياحية مستدامة – الدراما التركية كنموذج اعلامي للتنمية السياحية-، فعاليات المنتدى السنوي السابع حول الاعلام والاقتصاد (تكمّل الأدوار في خدمة التنمية)، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، أيام 11 و12 أبريل 2016، الرياض.، السعودية.
10. علي غربي(2001)، العولمة وتجلياتها، ط1، قسنطينة، الجزائر، منشورات جامعة منتوري.
11. محمد منير حجاب (2000)، الإعلام السياحي، ط1، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع.
12. مظفر مندوب العزاوي (2006)، تحديات عولمة الاعلام وسبل المواجهة، مجلة الباحث الاعلامي، كلية الاعلام جامعة بغداد، العراق، المجلد الأول، العدد الثاني.
13. معصمي زكرياء (د.ت)، مقومات سياحية تعيش الإهمال.. والنهوض بالسياحة مؤجل إلى حين، akhbarachark.dz، 20. 07. 2019، 16:45.
14. منتديات حروف العشق (مارس 2018)، صورة من ولاية تبسة، <https://www.z2z2.net/vb/archive>، 20. 08. 2019، 14:30.
15. موقع جمال بلادي (جانفي 2015)، ولاية تبسة... من جمال بلادي، <http://alg-love.blogspot.com>، 25. 07. 2019، 21:30.
16. موقع ناس تبسة (جويلية 2019) عودة تدفق المياه تزيد الاقبال على منبع يوكوس بتبسة، <https://www.annasronline.com>، 20. 08. 2019، 13:45.
17. نصر الدين لعياضي (د.ت)، اشكاليات الإعلام في عصر العولمة، <http://www.siironline.org>، 23. 09. 2017، 22:33.

للإحالة على هذا المقال:

- بلقاسم مزبوة، أميمة فضل الدين، (2022)، «صورة الموروث السياحي لولاية تبسة في ظل عولمة الإعلام». المواقف، المجلد: 17، العدد: خاص، جانفي 2022، ص.ص 324-353.