

دور الإعلام السياحي في التنمية السياحية المستدامة في الجزائر

*The role of touristic media in sustainable tourism development in Algeria*حازم رشيدة¹، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر

HAZEM Rachida ,BADJI Mokhtar University, Annaba, Algeria

haz.rachida@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2018/12/30

تاريخ القبول: 2018/11/28

تاريخ الإرسال: 2018/11/27

ملخص

إن تحقيق التنمية السياحية المستدامة يستوجب وضع إستراتيجية متكاملة تحفظ التوازن بين متطلبات هذه التنمية و الحفاظ على الموارد و المقومات الطبيعية والحضارية بالشكل الذي يتضمن المحافظة عليها ويساهم في استمرارية وفعالية هذا القطاع ، هذه الإستراتيجية التي يلعب فيها عنصر الإعلام السياحي دورا هاما يهدف لتحقيق جملة من الوظائف و الأهداف الأساسية على مستوى جميع الأبعاد المكونة للتنمية السياحية المستدامة (الاقتصادي ، الاجتماعي ، بالإضافة إلى البعد البيئي) . وقد أدركت الجزائر على غرار باقي دول العالم أهمية إقامة توازن بين واجبات حماية مقوماتها على اختلافها و متطلبات تنمية قطاع السياحة من خلال الإدارة الحكيمة للموارد والاعتماد على جملة من العناصر أهمها إعلام قوي و جيد ، وسوف نحاول من خلال هذه المقالة التعرف على الدور الذي يلعبه الإعلام السياحي كأحد عناصر هذه الإستراتيجية في التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.

الكلمات المفتاحية : السياحة المستدامة - التنمية السياحية- الإعلام السياحي - التنمية السياحية المستدامة

Abstract

The implementation of sustainable tourism development needs a complete strategy which keeps balance between needs of this development and preservation of civilizational natural requisites and resources in a well preserved way and to contribute for the continuity and effectiveness of this sector.

This strategy which tourism media plays a major role aims to realize a set of basic targets and functions at the level of all constituting extents of sustainable tourism development (economic, social, as well as environmental).

Algeria as the other countries of the world knows the importance of balance between obligations of protection of its different requisites and needs of tourism sector development through good management of resources and relying on many elements such as good and powerful media.

And through this dissertation, we try to know the role which touristic media plays as element of this strategy in terms of sustainable development in Algeria.

Keywords: Touristic media – Sustainable tourism-Touristic development- Sustainable tourism development.

¹ المؤلف الرئيسي: حازم رشيدة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر.

مقدمة

لقد غدت السياحة المستدامة منهجاً وأسلوباً تقوم عليه العديد من المؤسسات السياحية العالمية ، وعلى غير ما يعتقد الكثير فإن تطبيق مفهوم السياحة المستدامة لا يعد مكلفاً من الناحية المالية فله عائده المعنوي والمادي ، ويعود بالربح والفائدة على المؤسسات السياحية.

إن تطبيق مفهوم الاستدامة السياحية يعتمد على ثلاثة جوانب هامة ، أولاً ، العائد المادي لأصحاب المشاريع السياحية ، وثانياً البعد الاجتماعي ، على اعتبار أن هذه المؤسسات هي جزء من المجتمع المحلي وعليها الاستفادة من الخبرات والكفاءات المحلية ما أمكن ، بالإضافة إلى إشراك المجتمع المحلي والأخذ برأيه . أما البعد الثالث فهو البيئة ، حيث تعامل هذه المؤسسات على أنها جزء من البيئة ، وبالتالي يجب عليها المحافظة على الموارد الطبيعية من ماء وطاقة ونباتات وأحياء طبيعية لإبعاد أي خطر من مشاكل التلوث والتدهور و تبرز من خلال ما سبق أهمية تكثيف الجهود لدعم إدارة سياحية رائدة وتحقيق تنمية مستدامة في استغلال الموارد السياحية وفق منهج منظم وتوسيع دائرة الاستثمار وخلق تنمية مجتمعية محلية فاعلة، وهذا لن يتأتى إلا من خلال جملة من المقومات على رأسها الإعلام الجيد المتناسق والاهداف المسطرة. وللخوض بأكثر تفصيل في الموضوع سنحاول التعرض لأهم مفاهيمه الأساسية وهي : السياحة المستدامة ، التنمية السياحية، الإعلام السياحي و من ثم دور هذا النوع من الإعلام في التنمية المستدامة.

1- السياحة المستدامة

السياحة المستدامة هي نقطة التلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم، مما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطوير المستقبلي، بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية، ولكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها.^[1]

ولاستدامة السياحة ، هنالك ثلاث مظاهر متداخلة تساهم في تكوينها، الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية والثقافية وكذا الاستدامة البيئية .

كما تشتمل الاستدامة بالضرورة على الاستمرارية، وعليه فإن السياحة المستدامة تتضمن الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية بما في ذلك مصادر التنوع الحيوي وتخفيف آثار السياحة على البيئة والثقافة، وتعظيم الفوائد من حماية البيئة والمجتمعات المحلية. وهي كذلك تحدد الهيكل التنظيمي المطلوب للوصول إلى هذه الأهداف.

2- مبادئ السياحة المستدامة

ولتحقيق كل النقاط سابقة الذكر والتي تتعلق بالسياسات والممارسات المحلية، تتضح لنا جملة من المبادئ الواجب أخذها بعين الاعتبار أهمها^[2] :

- يجب أن يكون التخطيط للسياحة وتنميتها وإدارتها جزء من استراتيجيات الحماية أو التنمية المستدامة للإقليم أو الدولة. كما يجب أن يتم تخطيط وإدارة السياحة بشكل متداخل وموحد

يتضمن إشراك وكالات حكومية مختلفة، ومؤسسات خاصة، ومواطنين سواء كانوا مجموعات أم أفراد لتوفير أكبر قدر من المنافع.

- يجب أن تتبع هذه الوكالات، والمؤسسات، والجماعات، والأفراد المبادئ الأخلاقية والمبادئ الأخرى التي تحترم ثقافة وبيئة واقتصاد المنطقة المضيفة، والطريقة التقليدية لحياة المجتمع وسلوكه بما في ذلك الأنماط السياسية.
- يجب أن يتم تخطيط وإدارة السياحة بطريقة مستدامة وذلك من أجل الحماية والاستخدامات الاقتصادية المثلى للبيئة الطبيعية والبشرية في المنطقة المضيفة.
- يجب أن تهتم السياحة بعدالة توزيع المكاسب بين مروجي السياحة وأفراد المجتمع المضيف والمنطقة.
- يجب أن تتوفر الدراسات والمعلومات عن طبيعة السياحة وتأثيراتها على السكان والبيئة الثقافية قبل وأثناء التنمية، خاصة للمجتمع المحلي، حتى يمكنهم المشاركة والتأثير على اتجاهات التنمية الشاملة.
- يجب أن يتم عمل تحليل متداخل للتخطيط البيئي والاجتماعي والاقتصادي قبل المباشرة بأي تنمية سياحية أو أي مشاريع أخرى بحيث يتم الأخذ بمتطلبات البيئة والمجتمع.
- يجب أن يتم تشجيع الأشخاص المحليين على القيام بأدوار قيادية في التخطيط والتنمية بمساعدة الحكومة، وقطاع الأعمال، والقطاع المالي، وغيرها من المصالح.
- يجب أن يتم تنفيذ برنامجاً للرقابة والتدقيق والتصحيح أثناء جميع مراحل تنمية وإدارة السياحة، بما يسمح للسكان المحليين وغيرهم من الانتفاع من الفرص المتوفرة والتكيف مع التغييرات التي ستطرأ على حياتهم.

3- التنمية السياحية

تقوم فكرة التنمية السياحية على أنها عمليات موجهة لاستحداث تحولات هيكلية في بناء تركيب المنتجعات السياحية التي تقدمها أي منطقة جغرافية، وذلك عن طريق الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية، والاقتصادية، والاجتماعية، والعمرانية لهذه المنطقة بما يتفق مع طلب وميول احتياجات الحركة السياحية الحالية والكاملة، وذلك بهدف تكوين قاعدة اقتصادية فعالة يتحقق بموجبها تزايد في تنامي الحركة السياحية إلى المنطقة، وبالتالي زيادة في الدخل الحقيقي الناتج عن النشاط السياحي.

والتنمية السياحية عملية مركبة المكونات، متشعبة الجوانب تضم عناصر متعددة متداخلة ومتفاعلة تقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية من إطار طبيعي وتراث حضاري، تسندها قاعدة كاملة من البنية التحتية من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي، وربط كل ذلك بعناصر البيئة واستخدامات الطاقة الجديدة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها الفعال في برامج التنمية، على ضوء طلب سياحي متنوع يتواءم ويتزامن مع تنمية العرض السياحي. [3]

والتنمية السياحية أحد أساليب شتى لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة، عن طريق عمل نوع من التجانس والتوافق والتنسيق بين مختلف القطاعات الإنتاجية والخدمية لإحراز التقدم في نوعية

الحياة ومستوياتها وتحقيق الرخاء للمواطنين، ولا يمكن تصوّر أن يتحقق كل ذلك كهدف نهائي، إلا بتحقيق الأهداف المرحلية في القطاعات الإنتاجية والخدماتية على اختلافها ومن بينها القطاع السياحي. فالعمل على تحقيق التنمية السياحية بالمعنى المتكامل هو هدف في حد ذاته، وفي الوقت ذاته هو مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر هو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة.

4- الإعلام السياحي :

يلعب الإعلام السياحي دورا كبيرا في النهوض باقتصاد الدول من خلال القدرة على الترويج السياحي، وإظهار الصورة المناسبة للدولة. لذا فإنه بإمكاننا القول بأن مفهوم الإعلام السياحي عامة، بأنه مفهوم مبني على أسس فكرية، وممارسات مهنية، تقوم بها الجهات الإعلامية المتخصصة كالصحف والمجلات والتلفاز والإذاعة... وكذا الجهات الغير إعلامية، الحكومية منها والخاصة والتي تقوم بتنشيط الصناعة السياحة من خلال تبادل الثقافات، وفهم الأديان، ونشر التربية والتعليم.

يعتبر الإعلام السياحي أحد الأنماط الإعلامية الاتصالية، وهو كذلك نشاط إعلامي اتصالي يعنى بنقل وتداول المعلومات المتعلقة بالجوانب المختلفة لصناعة السياحة [4].

و يعرف الإعلام السياحي على أنه " كافة الجهود الإعلامية الموضوعية و غير الشخصية والمبدولة من الجهات الرسمية والغير الرسمية لتحسين صورة السياحة و الداعية إلى إعداد ونقل رسالة أو مجموعة من الرسائل بهدف خلق الوعي السياحي أو تنمية الصورة السياحية لدولة ما أو منطقة ما لدى أسواق و جماهير معينة باستخدام الوسائل الإعلامية بغرض جذب اهتمام السائحين المرتقبين في تلك الأسواق سواء داخل البلاد أو خارجها ودفعهم إلى ممارسة النشاط السياحي " [5].

يمكننا أن نستخلص من هذا التعريف أن الإعلام السياحي هو مادة إعلامية حقيقية (انطلاقا من واقع حقيقي، مكتسبات سياحية حقيقية) تسعى كل الهيئات الرسمية والمسؤولة عن القطاع الإعلامي والسياحي (وزاري السياحة والإعلام، مديريات السياحة... إلخ) على حد سواء بالتعاون مع المؤسسات الغير رسمية إلى تحقيق جملة من الأهداف الأساسية أهمها تحسين وتنمية الصورة السياحية، وخلق وعي سياحي لدى أفراد المجتمع بالإضافة إلى السعي لجذب أكبر عدد من السائحين المحتملين على المستويين ودفعهم للقيام بالنشاط السياحي.

كما يعرف الإعلام السياحي على أنه " كافة أوجه النشاط الاتصالية المخططة والمستمرة التي يمارسها إعلاميون متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريق موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل وأشكال الاتصال المختلفة وبكافة الأساليب الفنية للإقناع والتأثير من أجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية، ومن أجل اجتذاب أكبر عدد من الأفراد للإقامة بعيدا عن موطن إقامتهم سواء داخل البلاد أو خارجها من ناحية أخرى " [6].

ونستطيع من خلال هذا التعريف أن نميز النقاط التالية:

1. أن الإعلام السياحي نشاط اتصالي يتميز بجملة من الخصائص والوسائل، ويستخدم كافة الوظائف للإخبار والتفسير والإقناع والتوجيه والتوعية والخدمة والتسلية... في إطار السياسات الإعلامية و السياحية الوطنية للمجتمع من أجل تحقيق أهدافه المسطرة.
2. أنه ضرورة ملحة لا يمكن الاستغناء عنها لتعريف جماهير السياحة من شركات ووكالات و جماهير و سائحين بالجهود المبذولة وترغيبهم في الزيارات المتكررة والمريحة .
3. يتسم الإعلام السياحي بالصدق والدقة والصرامة و عرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة عن مختلف المحفزات السياحية من المنجزات والخدمات والتسهيلات والمعالم السياحية وظروف المناخ والبيئة السائدة بدون تحريف وبأسلوب يستهدف الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع .
4. هو نشاط ابتكاري يحتاج إلى ذكاء ومرونة في التخطيط والتنفيذ وفي إجراء الدراسات المختلفة للتعرف كافة الظروف الخاصة بالسائح والتي تؤثر على إدراكه وقراراته السياحية , كما يحتاج للاستمرارية والمثابرة والقدرة على الصمود أمام المنافسين .
5. **وظائف الإعلام السياحي**

يهدف الإعلام السياحي لتحقيق جملة من الأهداف الإستراتيجية المسطرة من أجل الرقي بقطاع السياحة وجعله من القطاعات الأكثر مردودية وفاعلية بالنسبة للدول ويمكن ذكر أهم هذه الأهداف في النقاط التالية [7]:

1. الارتفاع بمعدل الجذب السياحي للدولة وكذا زيادة عدد السائحين عن طريق وسائل الجذب السياحي المتنوعة والمتوفرة والمعروفة لدى الجهات السياحية.
2. الاهتمام بفتح أسواق جديدة وإقامة معارض دورية لاكتساب العملاء الجدد والمرتبطين وكذا حث جمهور السياح على معاودة الزيارة وتحفيز الجمهور المرتقب على اتخاذ القرار السليم للزيارة مما يؤدي إلى زيادة متوسط عدد الليالي السياحية (أي متوسط مدة إقامة) وذلك بإبراز المميزات التي يتمتع بها المكان والخدمات الفندقية وغير الفندقية المقدمة للسائح والتركيز عليها والاهتمام بها .
3. الارتفاع بمستوى الإنفاق اليومي للسائح عن طريق توفير المنتجات السياحية المحلية والمطلوبة و الخدمات السياحية جيدة المستوى ، وكذا وضع خطة إعلامية ناجحة يكون الهدف منها الاتصال بكافة أنواع الجمهور والتأثير عليهم و إقناعهم لصالح السياحة في البلد و بما يفيد التوفيق بين مصالح الجمهور ومصالح السياحة و يحقق الفائدة لكلا الطرفين .
4. مراقبة الاتجاهات السائدة في السياحة العالمية ومحاولة مواكبتها والارتقاء لمستواها ومسيرة الإعلام لها والتنافس معها من أجل خلق حصة متزايدة في السوق السياحية.
6. **أهداف الإعلام السياحي:**

وفي إطار الوظائف السابقة يسعى الإعلام السياحي لتحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- 1- تقديم صورة إيجابية عن الدولة وإبراز الوجه الحضاري المميز لها.

- 2- تقديم معلومات و بيانات صحيحة ودقيقة عن المناطق السياحية والأثرية لدولة.
- 3- العرض الجيد للمنتج السياحي، و الخدمة السياحية و محاولة إقناع الجمهور الأجنبي بتجربة هذا المنتج و الاستفادة منه، وكذا تشجيع المستثمرين المحليين والأجانب على الإسهام في مشروعات التنمية السياحية في الدولة^[8].
4. القيام بحملات إعلامية تنشيطية من وقت لآخر للحفاظ على السائحين الدائمين، و خلق أسواق جديدة و استقطاب سائحين مرتقبين.
5. إبراز الآثار الاقتصادية للسياحة من خلال ما تحققه من مزايا وفوائد تعود على المجتمع بواسطة الاستثمارات المختلفة التي توجه لهذا القطاع وكذلك الآثار الاجتماعية اذ يعمل على تسهيل الاحتكاك بثقافات أخرى وحضارات مختلفة بما يؤدي إلى التنمية الاجتماعية ، تعميق الانتماء الوطني وبناء الشخصية الإنسانية، خلق تماسك بين أفراد المجتمع بما ينتجه من ألوان التآلف والتعاون^[9]
6. دعم التفاعل الثقافي الايجابي لصناعة السياحة (بتشجيع المحافظة على الفنون و الصناعات و الحرف التقليدية، وتحفيز للتعريف بالثرات الثقافية المادي و الغير مادي ودعم قنوات الاتصال الثقافي بين جماهير الدولة والجماهير القادمة للسياحة من الخارج ..)^[10]

7- أهمية الإعلام السياحي :

- يكتسي الإعلام السياحي أهمية كبرى نظرا للأهداف و الوظائف التي يسعى لتحقيقها في إطار تطوير و تنمية الدولة و نستطيع أن نجملها في العناصر التالية :
- يعتبر الإعلام السياحي أحد الوسائل الإتصالية الفعالة في التعريف بفرص الإستثمار المتاحة في قطاع السياحة ، و بث روح التنافس بين المستثمرين و المناطق السياحية المختلفة .
 - يمثل الإعلام السياحي محفزا قويا للجمهور في الداخل و الخارج للإقبال على المنتج السياحي و تعزيز قدرته التنافسية .
 - تعزيز الوعي الاجتماعي و نشر الثقافة السياحية .
 - للإعلام دور أساسي في الترويج السياحي، والإعلان عن المواقع السياحية في الدولة، وذلك من خلال إبراز الصورة الصحيحة والمشرفة عنها، وتقديمها للعالم، والتعريف بها بشتى وسائل وأدوات الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة، وكذا من خلال المهرجانات والمعارض، وتبادل الوفود والفرق الفنية والمطبوعات والأفلام وغير ذلك. من ذلك يتضح لنا أهمية الإعلام السياحي في تطوير وتنمية الدولة.
 - يؤدي الإعلام السياحي دورا مؤثرا في تعزيز الوعي بأهمية السياحة و في نشر الثقافة السياحية ، و في غرس القناعات الإيجابية تجاهه في أوساط المجتمع .
 - التعريف بالثقافات الإنسانية المختلفة و يعزز من قدرة المجتمع على استيعاب التأثيرات السلبية لتلك الثقافات التي تحملها حركة السياحة الدولية.

8- دور الإعلام السياحي في التنمية السياحية المستدامة :

لتحقيق التنمية السياحية المستدامة، يلعب الإعلام دور كبيراً في المواءمة بين رغبات ونشاطات السياح من جهة وحماية الموارد البيئية والاجتماعية والاقتصادية من جهة أخرى، وذلك من خلال عدة نقاط أهمها^[11] :

1. تقديم معلومات شاملة عن المواقع للزوار ، وإعطاء بعض الإرشادات الضرورية حول كيفية التعامل مع الموقع، وتدريب السكان المحليين على إدارة الموقع والتعامل مع المعطيات الطبيعية.

2. العمل على تسهيل إدارة سليمة للموارد الطبيعية والبشرية في المنطقة، والتي يمكنها أن تحافظ على هذه المكتنزات للأجيال القادمة من خلال عناصر بشرية مدربة مطلعة على كافة المعلومات الضرورية و اللازمة لذلك.

3. يلعب الإعلام دور كبيراً في التوعية والتثقيف البيئي من خلال توعية السكان المحليين أولاً بأهمية البيئة والمحافظة عليها، فكثيراً ما نلاحظ أن السكان المحليين هم الذين يسعون إلى تخریب وتدمير بيئتهم لأسباب مادية، ولذلك يجب التركيز على التوعية والتثقيف البيئي للسكان المحليين وللعاملين في الموقع، مع الحرص على وجود اللوحات الإرشادية التي تؤكد على أهمية ذلك.

4. تقديم المعلومات الضرورية التي تعمل على تحديد القدرة الاستيعابية للمكان السياحي، بحيث يساهم تحديد أعداد السياح الوافدين للمنطقة السياحية بدون ازدحام واكتظاظ، حتى لا يؤثر ذلك على البيئة الطبيعية والاجتماعية من جهة وعلى السياح من جهة أخرى فيرون بيئة جاذبة توفر لهم الخدمات والأنشطة.

5. دمج السكان المحليين وتوعيتهم وتثقيفهم بيئياً وسياحياً.

6. التعريف بالمشاريع التي تعود بالمنفعة على السكان المحليين، مثل الصناعات الحرفية التقليدية ومرافقة الدواب لنقل السياح وتشجيع الزراعة العضوية فضلاً عن العمل كمرشدين سياحين .

7. إبراز دور قطاع السياحة في توفير فرص العمل والتأثير الإيجابي لصناعة السياحة في الأنشطة لإقتصادية .

8. نشر الوعي السياحي والتأكيد على أهمية المناطق السياحية والأثرية والمحافظة عليها والقيام بوظيفة التثقيف السياحي وترشيد القيم الإيجابية وغرس القيم الإيجابية إتجاه السياحة.

9. مقاومة التلوث ، و المحافظة على البئة حتى تكون مصادر الجذب السياحي الطبيعي بصفة دائمة وتنمية الوعي السياحي العام للتقليل من الاثار البيئية السلبية للتنمية السياحية ..

10. إتاحة فرص التداول الحر للآراء حول مختلف الجوانب البيئية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية لصناعة السياحة .

11. يقوم الاعلام السياحي بدور هام في مجال التنشئة السياحية والتعريف بمقوماتها و مرافقتها على اساس العمل التكاملي بين المؤسسات الاعلامية على اختلافها وبين مؤسسات المجتمع خاصة المؤسسات التعليمية والتربوية والاجتماعية .

لذا، يمكن القول إن من أبرز المهام المناطة بالإعلام في مجال نشر الوعي السياحي في المجتمع ، ما يلي:

تكثيف البرامج التوعوية من خلال النشرات الإرشادية حول الوعي السياحي الداخلي.

1. توجيه برامج إعلامية خاصة بالمعالم السياحية الداخلية.
2. تحفيز التدابير المحافظة على السمات المادية للسياحة البيئية المستدامة.
3. رعاية المواقع والمعالم التاريخية والحياة البشرية البرية.
4. تخصيص مساحات صحفية وإذاعية خاصة بالتربية السياحية الوطنية ونشر الوعي السياحي.

9- أهمية الإعلام السياحي في التنمية السياحية المستدامة للجزائر

أدركت الجزائر على غرار باقي دول العالم أن قطاع السياحة من أهم القطاعات في هذا اليوم حيث أصبحت صناعة السياحة ظاهرة حضارية واجتماعية تمثل المحور الأساسي في أنشطة الخدمات واحد أسرع القطاعات نموا على مستوى العالم ، و أداة فعالة لتحقيق التنمية المستدامة والمتوازنة من خلال فرض التوازن الإقليمي عبر تخفيف الفروق الاقتصادية والاجتماعية وتأمين مورد مهم للدخل .

وقد أحصى أخصائون أربع ركائز أساسية للنهوض و لتطوير السياحة الجزائرية، مشيرين إلى انه لا يمكن للجزائر أن تطور من قدراتها السياحية ما لم تتبن سياسة سياحية جديدة خاصة بها ، تركز على^[12] :

1. المقومات السياحية الطبيعية التي تزخر بها.
2. إضافة إلى توظيف غنى التقاليد الجزائرية وتنوعاتها.
3. تطوير البنى التحتية وتحسين الخدمات
4. استغلال أمثل وجيد للإعلام من أجل تحقيق كافة الأهداف المسطرة من طرف الوزارة الوصية (الترويج والدعاية، التوعية و التثقيف...الخ) و المؤسسات ذات الصلة والتي تتداخل مصالحها من أجل تحقيق التنمية المستدامة المنشودة.

وأكد الأخصائون أن هذه الشروط تعد مفاتيح أساسية كفيلة بضمان إنعاش السياحة الجزائرية وإعادة بعث مقوماتها البيئية والصحراوية والجبلية والثقافية والدينية.

تعد التنمية السياحية المستدامة أحد أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة للجزائر لما لها من قدرة على تحسين ميزان المدفوعات وتوفير فرص عمل وخلق فرص مدرة للدخل، فضلا عن المساهمة في تحسين أسلوب ونمط الحياة الاجتماعية والثقافية لكافة أفراد المجتمع الجزائري. ووعيا منها بأهمية السياحة، قررت الجزائر تنمية هذا القطاع ضمن منظور استدامة شامل، يلبي ضرورة الحفاظ على "التوازنات البيئية و السلامة الاجتماعية والثقافية للشعوب المستقبلية"^[13]

تمحورت إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر على رسم إطار سياسي عام يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، تركز على تثمين كل الثروات سواء الطبيعية أو الثقافية وحتى التاريخية والحضارية، وهذا من أجل المحافظة على البيئة، وتثمين البعد الايكولوجي في التنمية المستدامة، واندراج ذلك في وضع قانون التنمية المستدامة للسياحة الجزائرية، الذي تعمل الدولة من خلاله على وضع إستراتيجية جديدة من أجل التنمية المستدامة لآفاق 2010م، هذا القانون منضوي تحت وزارة السياحة والذي بدأ منذ جانفي 2001م، بغية تنمية وترقية النشاطات السياحية لتكوين صناعة حقيقية وهذا من خلال ما يلي:^[14]

- مساهمة القطاع الخاص في الاستثمارات السياحية بغلاف مالي قدره 75 مليار دينار، بتفعيل عملية الشراكة والخصوصية وفتح القطاع أمام الاستثمارات الأجنبية، من أجل توفير الإيرادات من العملة الصعبة تفوق 1.6 مليار دولار أمريكي.
 - العمل على زيادة عدد السياح نحو الجزائر ليصل إلى حدود 2.1 مليون سائح خلال سنة 2010م.
 - العمل على خلق 25 ألف منصب شغل مباشر، وتحديد سياسة واضحة من أجل تكوين الموارد البشرية الخاصة بتسيير المصالح السياحية.
 - العمل على خلق مناطق توسع سياحية جديدة من خلال وضع مخطط يحدد المناطق الواجب استغلالها ونوع المنتج السياحي لكل منطقة في إطار سياسي مدروس يهدف إلى تنمية سياحية مستدامة.
 - اتخاذ إجراءات واضحة وعقلانية خاصة بالتهيئة العمرانية.
 - تحسين صورة الجزائر السياحية، واسترجاع مكانتها بين الدول السياحية، وإبرازها كوجهة سياحية عالمية، من خلال المشاركة في المهرجانات الدولية والمعارض والمؤتمرات.
 - إعادة تأهيل وترقية الصناعات الفندقية، وكذا تأهيل وترقية الصناعات التقليدية التي تعطي الديناميكية للقطاع السياحي.
- ورغم كل الجهود المبذولة لم تحقق هذه الإستراتيجية أهدافها المسطرة بشكل فعلي تقرر إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية Schéma Directeur d'Aménagement touristique وتحديد معالمه بالقانون 02/01 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001، هذا المخطط هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية (SNAT) لأفاق 2025^[15]، والمتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، ويعبر هذا المخطط عن إرادة الدولة الفعلية من خلال تثمين مختلف القدرات السياحية الثقافية والتاريخية، بغية استغلالها لصالح السياحة الجزائرية والنهوض وجعلها قطبا سياحيا في المنطقة الأورو متوسطية، ويعتبر هذا المخطط أرضية العمل الرئيسية لتنمية السياحة في الجزائر، وكذلك تجسيد التوجه الساعي إلى تثمين الإمكانيات التي تتوفر عليها الجزائر، ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية نتيجة عمل فكري واستشارة واسعة بمشاركة المتعاملين الوطنيين والمحليين العموميين والخواص.
- لقد سعت الدولة من خلال المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية إلى تحقيق تجسيد ثلاث محاور كبرى لهذا المخطط، يتم تجسيد هذه المحاور في إطار التنمية المستدامة وتشمل كل مناطق الوطن خلال العشرين سنة القادمة، كما يهدف المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية إلى التطبيق الميداني والعمل استنادا إلى عدة برامج في شكل خطوط رئيسية وجاءت هذا المحاور الثلاثة على الشكل التالي^[16]:
- تحقيق العدالة الاجتماعية.
 - تحقيق الفعالية الاقتصادية.
 - القيام بعملية الدعم الأيكولوجي.

و للإعلام السياحي بأنماطه ووسائله المتعددة دور كبير في تحسين الصورة الذهنية المكونة عن الجزائر لدى الأفراد سواء على المستوى الداخلي والخارجي للبلاد ، والتعريف و تسويق المنتجات السياحية الجزائرية بجميع أنواعها ، إذ تتعدد المرافق والمقومات السياحية ذات الأهمية الكبرى والتميز في مختلف المدن والمناطق الجزائرية ولكل منها نكهتها الخاصة ، من شواطئ مرتفعات جبلية ، الكورنيش والأرصفت البحرية ، بالإضافة إلى الصحراء وما تتميز به .

ويمثل التركيز والاهتمام على مجال الإعلام السياحي أحد أهم الفرص المتاحة في صناعة السياحة، كتأسيس شركات و مؤسسات إعلامية متخصصة في المجال السياحي ، وإنتاج مواد إعلامية مقروءة، ومسموعة، ومرئية، وتقنية تهدف إلى نشر الوعي السياحي لدى الفرد الجزائري والتأكيد على أهمية المناطق السياحية والأثرية التي تزخر بها الجزائر وكذلك أهمية المحافظة عليها في عملية التنمية السياحية المستدامة فضلا عن إبراز دور قطاع السياحة في توفير فرص العمل وتعزيز مبدأ الشراكة بين وزارة السياحة وبين مختلف القطاعات المعنية بالسياحة.

وتتعدد أهداف الإعلام السياحي في إطار مخطط التهيئة الذي تبنته الجزائر من أهداف بيئية، اجتماعية و اقتصادية إلى غيره من الأهداف الأخرى نذكر منها^[17]:

- ✓ دعم وتشجيع التعامل الرشيد مع البيئة، والحفاظ على استدامة الموارد الطبيعية وحسن استغلالها إضافة إلى التعريف بمقومات السياحة البيئية.
 - ✓ إرشاد المجتمع إلى التعامل الأمثل مع عناصر البيئة الطبيعية .
 - ✓ تشجيع الاستغلال الأمثل للمحميات الطبيعية في جذب السياح من الداخل والخارج والتوعية بأهمية الالتزام بمبدأ تقييم الأثر البيئي للمشروعات السياحية.
 - ✓ دفع المجتمع لتقبل السياحة باعتبارها نشاط إنساني بمردود اقتصادي وبعد ثقافي وإرشاده إلى الاستغلال الأمثل للإجازات وأوقات الفراغ.
 - ✓ إبراز القيم الاجتماعية الحميدة والأصيلة لدى المجتمع والتي ترتقي بتعامل الفرد مع الضيف أو السائح إلى مستوى الترحيب والاحترام.
 - ✓ إبراز المقومات السياحية للجزائر من منتجات ومرافق وتحفيز دوافع الجمهور نحو التمتع بإمكانات السياحة المحلية .
 - ✓ تعزيز فرص المنتج السياحي للجزائر في الأسواق الإقليمية والدولية.
- ومن هنا تبرز أهمية تقديم الاستشارات الإعلامية ، وإعداد الدراسات في مجال الصحافة والإعلام السياحي ، وتأهيل الكوادر العاملة في تخصصات الاتصال والإعلام السياحي وتدريبهم بهدف تنمية اقتصاد الوطن .

الهوامش

- [1] جامعة الدول العربية برنامج الأمم المتحدة للبيئة. الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي سلسلة (1). دليل مفهوم السياحة المستدامة وتطبيقها. ص: 7
- [2] المرجع السابق الذكر. ص: 3، 2.
- [3] د جمال الدين شوقي. التنمية السياحية المتوازنة والمستدامة. مجلة افاق البيئة والتنمية. مجلة الكترونية تصدر عن مركز العمل التنموي "معا" العدد 96. تاريخ الإصدار 2017/7/1.
- [4] مركز ماس. الهيئة العليا للسياحة. الأمانة العامة. إستراتيجية الإعلام السياحي في المملكة العربية السعودية. ص: 7.
- [5] د. فؤادة البكري. الإعلام السياحي. دار نهضة الشرق. القاهرة. ط1. 2001. ص: 88
- [6] أ.د. محمد منير حجاب. الإعلام السياحي. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة. 2002. ص: 63، 64.
- [7] المرجع السابق الذكر. ص 84، 85.
- [8] د. سامي الشريف. الإعلام السياحي. دار النهضة العربية. القاهرة. ط2. ص: 87.
- [9] المرجع السابق الذكر. ص: 88.
- [10] مركز ماس. الهيئة العليا للسياحة. الأمانة العامة. إستراتيجية الإعلام السياحي في المملكة العربية السعودية. مرجع سبق ذكره. ص: 18.
- [11] المرجع السابق الذكر. ص: 17.
- [12] طواهري رشيد. أربع ركائز لإقلاع القاطرة السياحية في الجزائر. جريدة اخبار اليوم. بتاريخ 2010/09/29
- [13] جامعة الدول العربية برنامج الأمم المتحدة للبيئة. الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي سلسلة (1). دليل مفهوم السياحة المستدامة وتطبيقها. ص: 8
- [14] Ministère du tourisme, élément de la stratégie de développement durable du tourisme en Algérie horizon 2010, 2001, p52
- [15] www.mta.gov.dz موقع وزارة السياحة الجزائرية
- [16] عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات، (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة الجزائر - 03، الجزائر، 2012-2013. ص 03
- [17] مركز ماس. الهيئة العليا للسياحة. الأمانة العامة. إستراتيجية الإعلام السياحي في المملكة العربية السعودية. مرجع سبق ذكره ص- ص: 15، 16، 17