

الترويج للوجهات السياحية الجزائرية من خلال الأفلام التسجيلية الفرنسية  
 دراسة تحليلية لمقومات الجزائر السياحية من خلال الفيلم الفرنسي **don't go to  
 Alegria**

Promoting the Algerian tourist destination through French tourist documentaries

طالب دكتوراه، بن شراد محمد أمين

مخبر تطوير نظم الجودة في مؤسسات التعليم العالي والثانوي

جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، mohamedamine.bencharad@univ-batna.dz

د/بن أحمد الطاهر

جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، tahar.benahmed@univ-batna.dz

تاريخ النشر: 2021/01/14

تاريخ القبول: 2020 / 09 / 21

تاريخ الاستلام: 2019/12/ 22

**الملخص:**

يهدف هذا المقال العلمي إلى التعرف على كيفية تقديم السياحة الجزائرية والترويج لمقوماتها في الأفلام التسجيلية السياحية الفرنسية من خلال دراسة فيلم **TOLT - don't go to Algeria**، المنتج خلال السنة الماضية، ومحاولة رصد أهم هذه المقومات وطريقة تقديمها، من خلال دراسة تحليلية لحالة هذا الفيلم التسجيلي، اعتماداً على منهج تحليلي للمحتوى شكلاً ومضموناً، لفهم وتفكيك طريقة الترويج السياحي المعتمدة، وقد أظهرت نتائج التحليل المنجز أنّ هذا الفيلم التسجيلي الترويجي قدّم الوجهة السياحية الجزائرية بطريقة إيجابية للمتلقين، بأسلوب فنيّ وغني بالمعلومات المكثفة من حيث المحتوى، وعبر بشكلٍ جيّد عن ثراء الجزائر السياحي وتنوعه، رغم وجود بعض المبالغيات الفنية في الفيلم، كما سعى الباحثان في ختام مقالهما هذا لتقديم نظرة استشرافية حول الطريقة المحتملة التي يمكن بها للجزائر الاستفادة من هذا الفيلم التسجيلي من أجل ترويج وجهتها السياحية والتعريف بها في العالم الغربي.

**الكلمات المفتاحية:** السياحة - الأفلام التسجيلية الفرنسية - الترويج السياحي - المحتوى

**Abstract:**

This scientific article aims to know how to present Algerian tourism and promote its ingredients in French tourist documentaries through studying the « TOLT-don't go to Algeria» film which was produced during the past year, and try to monitor the most important of these ingredients and the way they are presented, by analyzing the content of this film, form and content, and try to understand and dismantle the approved method of promotion..

The results of this analysis showed that this promotional documentary film has succeeded to a extent in presenting the Algerian tourist destination in an artistic, attractive, high way content, rich in extensive information and correctly expressing the richness and diversity of Algeria's tourism.

The researchers presenting at the end of the article an outlook at the possible way in which Algeria can use this film to promote its tourist destination in the western world.

**Key words** tourism - French documentaries – promoting- algerian destination-content

### مقدمة:

باتت الأفلام التسجيلية منذ ظهورها للمرة الأولى نهاية القرن التاسع عشر، واحدةً من أهم الفنون البصرية وأقدرها على نقل الواقع كما هو، دون تحريفٍ أو تبديلٍ، باعتبار أنّ هدفها الأسمى كان دائماً التسجيل والتأريخ والتوثيق بطريقة فنية للوقائع أو الأحداث أو الشخصيات العامة، بعيداً عن أي تحويرٍ جوهري محتمل على هذه الوقائع من قبل صنّاع العمل ومنتجيه، والاكتفاء بإظهار هذا الواقع كما هو بإيجابياته وسلبياته، مع إخضاعه لعناصر ومتطلبات "الجمالية الفنية"، والتي (أي الجمالية الفنية) يشترك فيها الفيلمان التسجيلي والروائي، مع تميّز الأول عن الثاني في كونه يُمثّل نقلاً أميناً للحالة الحقيقية للقصة دون أي تحوير، رغم إمكانية منح آراءٍ خاصةٍ وفنيةٍ لصنّاع العمل، عكس الفيلم الروائي الذي لا يكون مُلزماً بالنقل الحرفي للواقع بل قد يتعدّاه (وفي كثير من الأحيان) لإعطاء تحويراتٍ أو مساقاتٍ محدّدة للقصة وتوسيع نطاق الخيال فيها، تحت مسمى "الضرورات الفنية".

وفي وقت لاحق، ومع انتشار الأفلام التسجيلية وكثرة الإقبال عليها وتوظيفها في معالجة كل المواضيع المحتملة، بدأ النظر إليها على أنها أداةً ترويجية جديدة تصلح لتقديم الخدمات

الترويجية للمنتجات والسلع، وكذلك للأفكار والشخصيات السياسية والعامية، وكذا الوجهات السياحية، حيث شجّع بيل نيكولز مُنظّر الأفلام التسجيلية الشهير على إقحام هذه الخدمات في المشهد التسجيلي طالما أنّ الهدف الأساسي لذلك الفيلم التسجيلي هو الترويج للخدمة أو الشخصية أو الوجهة، وهي المقاربة التي فهمها صُنّاع المحتوى السياحي جيداً على ما يبدو، إذ بات اعتماد الوثائقيات كأداة جديدة للترويج للوجهات السياحية (خاصة غير المعروفة منها) أمراً شائعاً، وقد كان للجزائر حظاً من هذا الترويج التسجيلي، من خلال بضعة أفلامٍ سياحية غربية فرنسية وبريطانية وأمريكية رُوّجت للجزائر سياحياً وعرّفت بها، وهي التي (الجزائر) كانت نادراً ما تُستحضر في هكذا أعمال مصورة.

وقد مثّلت سلسلة TOLT الرقمية الفرنسية تمظهرًا جديداً ومبتكراً حول القدرة الترويجية للوجهات السياحية من خلال الأفلام التسجيلية، ودافعاً لنا لدراسة هذا التمظهر الجديد من خلال تفكيك النموذج الجزائري الحاضر في هذه السلسلة، في فيلمها التسجيلي don't go to Algeria.

### 1- إشكالية الدراسة:

منذ أن نجحت السينما التسجيلية في تأكيد حضورها في عملية التنشئة الإجتماعية، شأنها شأن باقي وسائل الإعلام الأخرى خلال السنوات الأولى من القرن العشرين، دأب هذا النوع من السينما على تقديم مواضيع مرتبطة بالواقع المعيشي للفرد، في قالبٍ فنيٍّ متميزٍ، ضمن الوظائف التقليدية لوسائل الإعلام الجماهيرية من تعليمٍ وتنشئةٍ وتربيةٍ وترفيهٍ والتي فصلّ فيها النموذج الشهير لهارولد لاسويل، وهو الحضور الذي ترسّخ بفضل القدرة غير المحدودة للأفلام التسجيلية عموماً على إثارة ذهن المتلقي ودفعه للتفكير في موضوع الفيلم، إعتقاداً على أساليب الإقناع العقلية والبراهين الموضوعية في معالجة المضامين السمعية البصرية، مع توظيف شيء من الإستمالات العاطفية.

وعلى الجانب الموضوعاتي، فقد نجحت الأفلام التسجيلية في مسّ أغلب مواضيع الحياة الإجتماعية للأمم والشعوب، ونالت أغلب القضايا نصيبها من المعالجة الفنية، تاريخياً كانت، أم

اجتماعية أو سياسية، لیتَمّ وقت لاحقٍ، توظيف هذا النوع من الأعمال الإبداعية في ترويج وتسويق الخدمات والمنتجات والأفكار والوجهات السياحية والتعريف بها. وقد باتت الأفلام التسجيلية ذات الطابع الترويجي السياحي منتشرة بكثرة خلال العقد الأخير، وأصبحت أداة حيوية يستعملها الفاعلون السياحيون في ترويج الوجهات والتعريف بها وتقديمها لجمهور عريض ومتطلبٍ لم يعد يكتفي بما تقدمه له الإعلانات التجارية التقليدية، بل بات أكثر ميلاً لنيل قدر أكبر من المعلومات من مصادر غير تقليدية تُوفرها له الأفلام التسجيلية. وقد كانت الجزائر (ولحسن الحظ) حاضرة في عديد الأفلام التسجيلية المرجعية، حاول فيها مخرجوها تقديم الجزائر سياحياً والتعريف بها.

ولعلّ واحداً من الأفلام التسجيلية الشهيرة التي نستحضرها هنا، والتي عملت على التعريف بمقومات الجزائر السياحية بطريقة وثائقية وفنية عالية: فيلم don't go to Algeria ضمن سلسلة TOLT الفرنسية، والشهيرة بوثائقياتها المختصرة والهادفة للتعريف بالمقومات السياحية للدول، خاصةً تلك التي تُعدّ وجهات غير معروفة أو تمتلك صيتاً سالباً في ذهن المشاهد الغربي، أين يُعدّ هذا الفيلم واحداً من الوثائقيات الرقمية التي عملت على إظهار المقومات السياحية للجزائر والتنوع الكبير الذي تتمتع به من جميع النواحي، عن طريق سلسلة متسارعة من اللقطات المباشرة والمختصرة، والمقسّمة (غالباً) إلى مواضيع محددة تهتمّ السائح الفرنسي والغربي عموماً، مثل المعالم السياحية الكبرى، والبنى التحتية المتوفرة وظروف الإستقبال والأمن والنظافة، والثقافة الشعبية السائدة من طعام ولباس، مع توظيف موسيقى تصويرية مناسبة مأخوذة من التراث المحلي للبلد وتعليقٍ كتابي توضيحي مختصر، ضمن أسلوب في وبصري على قدر عالٍ من الإبهار.

وفي هذا الصدد، يسعى هذا المقال للتعمق أكثر في العلاقة الرابطة بين هذه النوعية من الوثائقيات السياحية المبتكرة والترويج للوجهة الجزائرية عند السائح الغربي المحتمل، طارحين في هذا الصدد إشكاليةً ملخّصها: كيف تمّت عملية الترويج للوجهة السياحية الجزائرية من خلال فيلم Don't go to Algeria الوثائقي السياحي؟

وقد ألحقت بالأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي أهم المقومات السياحية الجزائرية المشار إليها في الفيلم التسجيلي محل التحليل؟
- كيف رُوّجت الأفلام التسجيلية الفرنسية ذات الصبغة السياحية من خلال فيلم TOLT للوجهة السياحية الجزائرية؟
- كيف جُسِّدت الصورة الجزائر سياحيا في فيلم TOLT التسجيلي؟

2- أهداف الدراسة: في سعينا للإجابة على أسئلة هذا المقال والوصول إلى جدوى علمية لكهذا موضوع، وضعنا مجموعة من الأهداف التي نسعى لتحقيقها في ختام دراستنا، والتي يمكن أن نلخصها أساساً في: محاولة التعرف على المقومات السياحية في الجزائر التي حاولت الأفلام التسجيلية الفرنسية تقديمها، والعمل على استنطاق الأفكار المقدمة من خلال تحليل المحتوى المقدم في الفيلم التسجيلي محل التحليل، كما نهدف إلى تحقيق فهمٍ أوفٍ لمختلف مظهرات الجزائر سياحياً في الوثائقيات الترويجية السياحية الفرنسية عموماً، ومعرفة كيفية تناولها لمقومات السياحة في الجزائر عبر تحليل المحتوى الذي تمّ على إثره تقديم للواقع السياحي الجزائري.

3- منهج الدراسة: على اعتبار أنّ المنهج هو الطريق الذي يتبعه الباحث أثناء إجراء دراسته، فهو ضروري جداً في مختلف البحوث والدراسات العلمية، فهو "جملة الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الإلتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة" (علي، 2010)، "كوسيلةٍ يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة" (عمر، 2002)، مع التأكيد على أنّ طبيعة الموضوع في أيّ بحث علمي، هي العامل الوحيد المحدّد للمنهج المناسب في عملية البحث، لأنه (أي المنهج) يمثل "الطريق الأقصر والأسلم الذي على الباحث أن يسلكه للوصول إلى هدفه المنشود (وهو الحقيقة العلمية)" (بدوي، 1997).

وإذا كانت المقاربة السيمولوجية هي أفضل وأنسب المقاربات لتحليل المواد الإعلامية السمعية البصرية (بما فيها الأفلام التسجيلية) وفهم وتفكيك "الصور" التي قُدِّم من خلالها موضوع الفيلم، فإنّ الدراسة التي بين أيدينا اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، والذي اعتمد بدوره على مقارنة تحليل المحتوى المندرجة ضمن الدراسات الوصفية، والمركزة على الأساليب الكمية

في التعبير عن البيانات والنتائج في تحليل هذا الفيلم، ومرّد تفضيل الباحثين مقارنة تحليل المحتوى على المقاربة السيمولوجية جاء على اعتبار أنّ الهدف الأول من هذه الدراسة هو فهم طريقة الترويج المعتمدة للوجهة السياحية الجزائرية والتعريف بها للمتلقى الغربي عموماً، وكيفية تجسيد هذا الترويج السياحي عبر حامل مميز هو الأفلام التسجيلية، فهذه الدراسة لا تستهدف فهم الصورة الفيلمية المقدمة عن المقومات السياحية للجزائر بقدر ما تسعى لتحليل الآلية المعتمدة في الترويج للوجهة السياحية الجزائرية من خلال الأفلام التسجيلية الفرنسية التي تُعد أداةً من ضمن أدوات عديدة أخرى يمكن تطويعها لذلك، وقد فسرت الباحثة المصرية نهلة عبد الخالق بشكل موسع أسباب اختيار مقارنة تحليل المحتوى بدلاً من المقاربة السيمولوجية في فهم محتوى الوثائقيات في ورقها البحثية حول "تحليل مضمون الأفلام التسجيلية الوثائقية في قناة الجزيرة الوثائقية".

ولتحقيق ذلك، لجأ الباحثان إلى استمارة تحليل المحتوى الفيلمي، كأداة لتفكيك عناصر الترويج السياحي، معتمدين في ذلك على فئات تحليل ووحدات قياس يمكن عدّها، أما عن فئات التحليل، فجاءت في نوعين أساسيين، هما:

أ- فئات ماذا قيل؟، والتي تسمح لنا بفهم محتوى المادة السمعية البصرية، وتشمل في فيلمنا هذا كلاً من فئة الموضوعات، فئة الإتجاه، فئة القيم، فئة الأهداف، وفئة وسائل الإيضاح.

ب- فئات كيف قيل؟، والتي يقصد بها مجموع القوالب التي وُضعت فيها المادة الإعلامية محل التحليل، وسنكتفي في فيلمنا هذا بفئتي الإطار المادي للحدث، وفئة الخصائص الإجتماعية.

أما وحدة التحليل المعتمدة هنا فستكون وحدة الموضوع، باعتبارها الأشهر والأكثر استعمالاً في تحليل محتويات المواد السمعية البصرية، في حين سيتم اعتماد الثانية كوحدة قياسٍ وعدّ بالنظر للطابع السريع الذي تعتمده أفلام TOLT.

وبعد تصميم الباحثين لاستمارة تحليل مضمون الفيلم التسجيلي المختار وفقاً للفئات المشار إليها أعلاه، تمّ اختبار ثبات عملية التحليل للتأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بين الباحثين من خلال توصل كلّ منهما إلى نتائج متقاربة جداً، بعد أن طبّق كل باحث نفس الفئات على نفس المضمون الفيلمي، مع مراجعة الفئات ووحدات التحليل المعتمدة مراجعة دقيقة

لتفادي أي تضارب أو لبس بين الباحثين، وذلك لضمان "اتساق داخلي" أكبر وبالتالي ثباتاً أكبر، وقد أشار القياس الإحصائي للارتباط بين النتائج المتوصل إليها عند كل باحث وجود درجة ارتباط إيجابية عالية بفضل توحيد الوحدات والفئات، وتبسيط مصطلحاتها والابتعاد عن أي غموض محتمل، ليتم بعدها اختبار صدق الاستمارة المعتمدة لتحليل المحتوى الفيدي، عبر مراجعة الفئات وتحديدها ثم تسلمها إلى محكمين اثنين أشّرا على صلاحية الاستمارة وسلامتها.

4- حالة الدراسة: من المتفق عليه أنّ دراسة حالة بحثياً ككل هو أمر ممكنٌ ومعقد في نفس الوقت، على اعتبار أن دراسة الحالة هي "تحليل وصفي مسحي، يستخدم لوصف وضع ما، أو فرد، أو مجتمع، أو سلوك معين بشكل معمق، وتفترض دراسة لحالة أن موضوع البحث يشكل مع بيئته وحدة متكاملة" (المزاهرة، 2014)، وقد يرتبط مكن صعوبة دراسة الحالة مع ما يتطلبه موضوع البحث من جهد ووقت وموارد كبرى للإحاطة به من جميع الجوانب" (مرسلي، 2010).

وإذا كان موضوع دراستنا هذه يتناول موضوع المقومات السياحية المقدمة عن الجزائر في الأفلام التسجيلية السياحية الترويجية الفرنسية، فإن حالة بحثنا تُضبطُ على هذا الأساس، بدراسة فيلم TOLT- don't go to Algeria التسجيلي الفرنسي الذي تناول الجزائر سياحياً، وروج لها ولمقوماتها، وقد تمّ اختيار فيلم TOLT للدراسة البحثية، لاعتبارات عدّة أهمها:

- أنّ له علاقة مباشرة بموضوع الدراسة، وهو مقومات الجزائر السياحية في الأفلام التسجيلية الترويجية السياحية الفرنسية.
- أنّ هذا العمل هو إنتاج فيلمي تسجيلي فرنسي جديد مرتبطة بالمتغير التابع من دراستنا.
- الحملة النقدية الإيجابية جداً التي رافقت عرض هذا العمل والنجاح الجماهيري العريض الذي ناله على قناة TOLT الرسمية.
- أنّ هذا الفيلم يمثل تمظهراً وتوجهاً جديدين للأفلام السياحية التسجيلية الفرنسية المعتمدة على الإبهار البصري والتكثيف في تقديم المعلومة في أقصر قدرٍ زمني ممكن.

- أن لصنّاع هذا الفيلم مجموعة من الرؤى والأفكار والمقومات التي حاولوا إظهارها في عملهم والتي تستحق التفكيك والدراسة والفهم.
- قدرة الجزائر على استغلال هذه الأعمال وإعادة نشرها على مستوى واسع للتعريف بمقوماتها السياحية وجذب السياح الاجانب لها الذي هم بالأصل مشاهدون محتملون لهذا الفيلم.

##### 5- ضبط مفاهيم الدراسة:

- أ- السياحة: يعرفها الألماني جويير فرويلر بأنها ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الهواء والتمتع بالطبيعة، والشعور بالبهجة والمتعة عبر الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة"، وعلى نفس النسق تبعه النمساوي "شوليرن شراتفون" حين وصفها بأنها "مجموع الظواهر ذات الطابع الإقتصادي التي تترتب على وصول المسافرين إلى منطقة أو دولة معينة، وإقامتهم فيها، ورحيلهم عنها" (التهوني، 2008)
- أما تعريف بوركات وميدلك، فينصّ على أن السياحة هي عملية استخدامٍ محددٍ لوقت الفراغ وأشكال الإستجمام، وأنها تشمل معظم أشكال السفر، ضمن حركة مؤقتة للناس نحو مناطق معينة خارج مناطق سكناهم وإقامتهم الدائمة، وتشمل السياحة جميع النشاطات التي تُمارس في المناطق المستهدفة، وكذلك جميع الخدمات والتسهيلات التي يتم توفيرها لممارسة هذه النشاطات (كافي، 2013)، فالسياحة إذاً هي مجموع الأنشطة الترفيهية والاستجمامية التي يقوم بها الفرد بعيداً عن مقر سكانه لفترة زمنية مؤقتة بغية الترفيه عن النفس وخوض تجربة حياتية جديدة ومختلفة.

- ب- أما عن تعريف الفيلم التسجيلي: فنستحضر واحداً من أشهر التعريفات المرجعية التي تحدثت عن مفهومه وحاولت ضبطه، وهو ذلك الذي وضعه الناقد والمخرج الإنكليزي الشهير جون جريرسون عام 1923، أين عرّف الفيلم التسجيلي السينمائي إختصاراً بأنه "المعالجة الخلاقة للواقع"، وهو التعريف الذي يبدو أنه يقوم على ركيزتين أساسيتين هما:



- الأولى: الواقع الموضوعي، والذي قد يأخذ أشكالاً متعددة قد تتجلى في الطبيعة بكل مكوناتها وعواملها، وظواهرها المرئية والمسموعة، الحية والجامدة، الثابتة والمتحركة.
- أما الركيزة الثانية فهي طريقة معالجة هذا الواقع الموضوعي، أي كيفية إعادة تنظيم مادة هذا الواقع من خلال التصوير والمونتاج، والتعليق والميكساج، وبالتالي تقديم هذه المادة للمتلقى بأسلوب فني إبداعي يعكس رؤية المخرج، بما يحقق الأهداف المنشودة، (بلال، 2013).
- في حين عرّفته الموسوعة البريطانية الجديدة بأنه "من الأفلام السينمائية غير الروائية، لا يتضمن قصة أو خيالا، إنما يتخذ مادته السينمائية من واقع الحياة، فيصوّر هذا الواقع ويُفسّر حقائقه المادية أو يعيد تكوين هذا الواقع وتعديله بشكل يعبر عن الحقيقة الواقعة، بهدف تحقيق غرضٍ تعليميٍّ أو ترفيهيٍّ" (عبد الخالق، 2011)، فهو "كافة أساليب التوثيق لفيلم يُظهر لنا الحقيقة، لتحفيز المشاهد على عمل شيء ما، بغية توسيع مدارك المعرفة وفهم الإنسانية، ووضع حلول واقعية لمختلف المشاكل في المجالات الإقتصادية أو العلاقات الإنسانية" (أبو حشيش، 2018).

#### 6- نشأة الافلام التسجيلية السياحية الفرنسية:

تزايدت منذ عشرينيات القرن الماضي الأسئلة المثارة حول الأدوار الحقيقية للسينما في المجتمع، والتي تآرجحت في كثير الأحيان بين كونها أعمالاً خيالية إبداعية تبتدع واقعها الخاص القادر على الابتعاد عن الواقع، وبين من يراها أداةً ضرورية لعكس الواقع كما هو دون تبديل، لتأتي إحدى الإجابات المرضية للطرفين، مفادها أنّ المجال الفني والإبداعي يتسع للإثنين ضمن مجال مشترك، وأنّ أفلاماً تصور الواقع كما هو، تسجيلياً ووثائقياً (أي السينما الواقعية) يمكن لها أن تجد موطئ قدم في إطارٍ وسطيٍّ يجمع بين الوثائقيات التي تعتمد أساساً على نقل الواقع كما هو، وبين السينما الروائية التي قد تبتكر واقعاً جديداً مُتخيلاً، في حين بقي كمٌّ لا بأس به من السينمائيين مُصرين على التفريق بينهما ومنح الخصوصية الشديدة التي تتميز بها الأفلام التسجيلية حقها المستحق، فهي حسبهم تبقى بالنهاية وسيطاً يلتقط الحياة في شكلها الخام، من

خلال توثيق الحدث صورياً، ومن هنا جاءت تسمية الوثائقيات والتي تعود أصولها الأولى إلى التعبير الفرنسي **Documentaire** الذي يدل على التوثيق وتأدية دور وثيقة ما عن المكان أو الحدث أو الشخص الذي يعالجه، الأمر الذي يدفع بعض المترجمين العرب إلى استعمال عبارة الفيلم الوثائقي بدل التسجيلي، رغم أنهما يؤديان نفس المعنى تقنياً، فكلمة الوثائقيات تعني تلك المضامين الفيلمية أو التلفزيونية التي تسجل مختلف مظاهر الحياة الطبيعية أو البشرية (حديثها وقديمها) انطلاقاً من موضوع ما، أو محور اهتمام واحد، يُعالجُ بالصوت والصورة، مع توظيف تقنيات البحث والتوثيق المعروفة في العلوم الإنسانية والاجتماعية. فهو يركز على ثلاثية "التسجيل – الواقعية – والتوثيق" بحيث لا يخرج الفيلم التسجيلي (تلفزيونيا كان أو سينمائيا) في حُلته النهائية إلا إذا توافرت فيه شروط تتحد مع بعضها البعض بدرجات متفاوتة ومختلفة بين فيلم وآخر، لكنها تشترك جميعاً في اهتمام صُنّاع العمل بضرورة وجود موضوع يثير اهتمامهم ويقومون بتسجيله صوتاً وصورة مهما كان تاريخه أو موقعه مع ضرورة توثيقه والبحث فيه، وهي الشروط الصارمة التي وضعها المخرجون الفرنسيون الرواد،

أما تاريخياً، فإن غالب المتداول يُرجع أصول الأفلام التسجيلية السياحية إلى فرنسا، وتحديدًا إلى الأخوين لوميير في مدينة باريس، واللذين أسّسا لهذا الفن التسجيلي السياحي دون نية حقيقية منهما، حين كانا يحاولان في الأصل تطوير عملية سينمائية تخيلية تقوم على تحريك متتاليات من الصور، بيد أنّ أحد أعمالهما الأولى كان بعنوان *la vie même* والذي قام على تجميع مجموعة من الصور الطبيعية السياحية المنتقاة والملتقطة من مختلف بقاع العالم وفق منطق كرونولوجي يقوم على احترام تسلسل الأحداث وتاريخ الإلتقاط خلال الجولة السياحية الاستكشافية التي كانا يقومان بها، وظهر على إثرها ما يعرف "بسببنا الوثائقيات السياحية" في فرنسا.

وخلال هذه الفترة، انتقلت "عدوى" التوثيق المتحرك للفعل السياحي إلى دول سينمائية أخرى مثل ألمانيا والإتحاد السوفياتي والولايات المتحدة الأمريكية، التي قدمت بعضاً من أحسن وأفضل الأفلام التسجيلية السياحية، من خلال مواضيع متنوعة ومتشعبة ومختلفة ومن مناظر متعددة، أين حرصت مواضيع هذه الأفلام التسجيلية السياحية على مسّ جميع جوانب

الحياة عند مختلف شعوب الأرض وأممها، باعتبار الفعل السياحي واحداً من أكثر الأنشطة الإنسانية جذباً وتميزاً.

ويظهر هذا الجذب، من خلال النمو الكبير الذي تُؤكده الهيئة الدولية للسياحة ومقرها مدريد، والتي قدمت أرقامها بشأن نمو سوق السياحة العالمي خلال العشرين سنة المقبلة في نهاية العام 2000، مع توقعات بأكثر من مليار سائح ورقم أعمال يتجاوز الـ 500 مليار دولار سنوياً خلال سنة 2020، وهو رقمٌ ضخّم تحظى الجزائر منه بقدرٍ قليلٍ لا يتعدى 37 مليون دولار سنوياً، ويعود السبب في ذلك بالأساس إلى الحضور المحتشم للوجهة الجزائرية في مخيال السائح العالمي أو تحليها بصورة ذهنية سلبية غالباً، مرتبطة أساساً بالتاريخ الصعب والولادات المتعسرة التي مرّت بها الجزائر خلال فترات الانتقال العديدة، وما رافقها من انتشار صورٍ منمطةٍ عنها وعن الفرد الجزائري على أنه شخص عنفواني منغلق متشدد الطبع، إضافةً إلى ندرة الأعمال السمعية البصرية (روائيةً كانت أم تسجيليةً) التي أنصفت الجزائر سياحياً -وهو ما يهمننا هنا-، ما منع تقديم مقوماتها السياحية بالشكل الصحيح أو الحيادي على الأقل.

#### 7- الجزائر ومقوماتها السياحية في الأفلام التسجيلية الفرنسية:

قبل حديثنا عن تجربة الترويج لمقومات الجزائر السياحية من خلال أفلام TOLT التسجيلية السياحية الفرنسية، فإنه من المهمّ بمكمن الحديث عن موقع الجزائر من خارطة السياحة العالمية وتصنيفها، ففي تقرير "المنتدى الاقتصادي العالمي" لعام 2007، صُنّفت الجزائر في المرتبة 93 من مجموع 124 دولة شملها التقرير، وهي مرتبة متأخرة جدا تشاركها فيها الدول المحطمة أو الرابضة تحت أنظمة شمولية أو تلك التي تعيش حروبا ومجاعات، أين اعتبر معدو التقرير الذي ساهمت فيه عديد الهيئات المتخصصة ومكاتب الدراسات العالمية، بالإضافة إلى خبراء المنظمة العالمية للسياحة، أنّ أغلب مؤشرات الجزائر دون المستوى، ما يجعلها واحدة من أسوأ الوجهات السياحية في العالم رغم المقدرات الكبيرة التي تتمتع بها.

وقد ركّز التقرير السنوي الذي صاغه خبراء تحت إشراف رئيس المنتدى د. كلاوس شواب على 13 مؤشرا يتم على أساسها تصنيف الدول سياحياً، وتمّ تنقيط الجزائر بناءً على تقديرات هيئات كبرى مثل مكتب الدراسات الأمريكي "بوز أند هاملتون" والمنظمة العالمية للسياحة والجمعية

الدولية للنقل الجوي ومجلس الأسفار والسياحة العالمي، إلى جانب شركة فيزا لبطاقات الائتمان، ومن أهم المؤشرات المعتمدة نجد بالأساس معيار القوانين والتشريعات والضبط المعتمدة، ومعيار محيط الضبط والسلامة والأمن، ومعايير الصحة والنظافة والأولوية التي تمنح للأسفار والسياحة، وبطبيعة الحال هياكل النقل الجوي، وهياكل ومنشآت السياحة وظروف الإستقبال، وكذلك معيار القدرة التنافسية في مجال الأسفار ومدى توافر الموارد البشرية المؤهلة (العبوري، 2006).

وحسب التقرير (الذي يمكن الاطلاع عليه من الموقع الالكتروني للمنتدى الاقتصادي العالمي "دافوس")، فإن الجزائر تحتل المرتبة 93 من مجموع 124 دولة في مجال القدرة التنافسية في قطاع الأسفار والسياحة بـ 3.67 نقطة على 7، وجاءت الجزائر في هذا المؤشر متخلفة عن جميع الدول المغاربية دون استثناء، أين سبقتها موريتانيا التي جاءت في المرتبة 92 بـ 3.71 نقطة، والمغرب في المرتبة 57 بـ 4.27 نقطة، أما تونس فاحتلت المرتبة 34 بـ 4.75 نقطة. في حين احتفظت سويسرا بالرتبة الأولى عالميا للمرة العشرين على التوالي كأحسن وجهة وصناعة سياحية في العالم بـ 6,55 من 7.

وقد ركز التقرير في شقه المتعلق بالترويج والتسويق للوجهات السياحية (وهو ما يهمننا في ورقتنا هذه)، على مدى توظيف كلّ دولةٍ للأساليب الحديثة والمبتكرة للتعريف بمنتجها السياحي ومقوماته، بما في ذلك الوسائل السمعية البصرية والأعمال الوثائقية المرئية، وهي النقطة التي نسعى لدراستها في مقالنا هذا، حيث أنّ دولاً مثل الجزائر نادراً ما تقوم بإنتاج محتوى سمعي بصري وثائقي أو إعلاني جذابٍ وعالي الجودة بإمكانه ترويج وتسويق الوجهة الجزائرية للسائح العالمي، بل تكتفي غالباً بتقديم أعمال وثائقية ترويجية سياحية بطريقة تقليدية غير قادرة على جذب المتفرج الأجنبي الذي تعود على مستوى معين من الإبهار البصري في مثل هذا النوع من الوثائقيات السياحية.

هذه المعضلة، تنبّه لها بعض المشتغلين في حقلها السياحة والوثائقيات في العالم الغربي، وقدّموا بعضاً من أجمل وأبهى الأعمال الوثائقية التي تُصور الوجهات السياحية غير المعروفة أو تلك التي لم تنل قسطاً وافراً من الجهد التعريفي بمقوماتها، (ومنها الجزائر)، وفي هذا الصدد

تبرز لنا سلسلة وثائقيات TOLT الفرنسية العالمية المختصة في إنتاج الوثائقيات السياحية الهادفة للتعريف بمقومات مختلف الوجهات السياحية المغمورة، والتي كان للجزائر نصيب منها، أين ظهرت هذه السلسلة للمرة الأولى نهاية 2015، خلال الثورة الكبرى التي عرفها ميدان مواقع التواصل الاجتماعي وانتقال الوثائقيات من القنوات التلفزيونية المختصة وقاعات العرض السينمائي التي تعتبر موطنها الأصلي، نحو منصات رقمية مستحدثة مثل نيتفلكس وتيليغرام ويوتيوب وغيرها من الأرضيات المدفوعة أو المجانية العديدة والمخصصة للمشاهدة، والتي رافقها بروز متلقين من نوع جديد، يُميّزهم تغيير كبير في أنماط استهلاك الوثائقيات وطرق تلقيها (مثلها مثل باقي المنتجات الإعلامية الأخرى)، من خلال التركيز على المقالات المختصرة أو الأفلام المُسرّعة أو الوثائقيات الموجزة القصيرة، ومنها سلسلة TOLT السياحية الفرنسية التي تعد من أهم المنتجات الوثائقية المختصرة التي حققت نجاحاً وقبولاً كبيرين، والتي تسعى للتعريف بمقومات الدول وإبراز تراثها المادي واللامادي السياحي ضمن محتوى قصير وجذاب وغني بالمعلومات المقدمة بطريقة فنية وإبداعية عالية.

#### **8- تطبيق نموذجي: دراسة حالة فيلم TOLT عبر مقارنة تحليل المحتوى:**

في فيلم *d'ont go to Algeria*، والمُنتج ضمن سلسلة TOLT للأفلام التسجيلية السياحية الفرنسية، تمّ ابتكار أسلوب فنيّ جديد في تقديم الوجهات السياحية وإبراز مقوماتها، يعتمد بالأساس على فكرة التكتيف وتقديم أكبر قدرٍ ممكنٍ من المعلومات في زمن قصير نسبياً، والتعريف بالوجهة السياحية من خلال مواضيع وشخصياتٍ ومحتوى متنوعٍ (وهو ما يمثل لنا فئات الـ "كيف قيل" في تحليلنا)، بما يتماشى مع طبيعة المتفرج المعاصر، مع التركيز على جوانب الإبداع الفني والإبهار البصري وتقديم تعليق مكتوب مختصر ومباشر (وهي العناصر التي نجدها في فئات الشكل والـ "كيف قيل").

وعليه كانت فئاتنا على النحو التالي:

أ **فئات ماذا قيل؟**: وهي التي تسمح لنا بفهم محتوى المادة ومواضيعها واتجاهاتها والقيم المعبر عنها، والتي يمكننا التعبير عنها وفهمها من خلال الفئات التالية:

**فئة الموضوع:** أين يوضح الجدول التالي فئات الموضوع التي تواتر ظهورها في الفيلم التسجيلي محل التحليل، مع إشارتنا مسبقاً إلى وجود لقطات تضم أكثر من عنصر من العناصر المحددة في الجدول أدناه، (كأن تجمع اللقطة الواحدة بين العنصر العمراني والعنصر البشري مثلاً)، حيث يتم وضعها في احدى الخانتين بناءً على الانطباع الذي تقدمه اللقطة من حيث تركيزها على موضوع أكثر من باقي المواضيع الحاضرة.

جدول رقم 1 يوضح تكرارات فئة الموضوع في فيلم don't go to Algeria

النسبة المئوية %	الزمن بالثانية	فئة الموضوع
32.8%	62	العنصر الطبيعي
21,69%	41	العنصر البشري
19,04%	36	العنصر العمراني
11,64%	22	عنصر التراث المادي (طعام ولباس)
10,05%	19	عنصر التراث اللامادي (موسيقى)
4,76%	09	الجنريك
100%	3.09 د	المجموع

حيث تُظهر هذه النتائج تواتراً أكبر لموضوعي الطبيعة والإنسان في المحتوى المُقدم بنسبتي 32,8 و21,69 بالمئة على التوالي، مع نسبة متقاربة بين موضوعي العنصر البشري والعنصر العمراني، أين تُمثّل هذه الأرقام توجهاً تقليدياً لصناع الأعمال التسجيلية ذات الطابع السياحي في التركيز على ثلاثية "الطبيعة/الإنسان/العمران"، والتي تُعد أولى عوامل الجذب السياحي وأكثرها تعبيراً عن مقومات البلد كوجهة سياحية، بحيث يكشف لنا تخصيص صنّاع هذا الفيلم لثلاثي مدته للعنصر الطبيعي الاهتمام البالغ الذي يوليه إياه منتجوا الفيلم ومن ورائهم السياح الأجانب (الذي يُعد هذا العمل الترويجي موجهاً إليهم بالأساس) وإظهار تنوعه وعذريته واختلافه عن الطبيعة التي تعوّدوا عليها في أوطانهم، بحيث تمّ التركيز على جمال الصحراء الجزائرية وثنائها (الحيواني والبشري)، إضافة إلى إظهار العناصر الطبيعية الأخرى من بحار صافية وغابات خضراء شاسعة، وأوساط حضرية متنوعة وثرية، والتي تعدّ عنصراً جاذباً للسائح الغربي عموماً، مع ملاحظتنا ظهوراً كبيراً للعنصر البشري الذي حلّ في المرتبة الثانية بعد العنصر الطبيعي، بل إنه وفي عديد اللقطات ظهر العنصران البشري والطبيعي في لقطة واحدة، باعتبار أن لا قيمة للفعل

السياحي بدون رأسمال بشري يسهر على استقبال وخدمة السائح الأجنبي وإشعاره بقيمته وبأنه موضع ترحيب، وهو العنصر الذي ركّز عليه منتجو الفيلم في الترويج للوجهة السياحية الجزائرية من خلال اظهار عديد الجزائريين المختلفين جدا في أشكالهم وفي هندامهم (يهدف إظهار التنوع البشري الذي تشتهر به الجزائر)، والذين ظهروا في مجملهم يتسمون ويرحبون بالآخر القادم إليهم، وهي من العوامل الأساسية التي يأخذها أي سائح أجنبي بعين الاعتبار عند اختياره لوجهته التالية.

إنّ ظهور العنصر البشري، رافقه في كثير من اللقطات (حسب ما يظهره الجدول أعلاه) ظهور عاداته وتراثه المادي واللامادي، المعبّرة عن أصالته وتنوّع عاداته وتقاليده، والتي يمكننا النظر إليها كواحدة من أهم المقومات السياحية الجاذبة، حيث ركّز هذا الفيلم التسجيلي في فئة مواضيعه على لباس وموسيقى وطعام الشعب الجزائري (في أشكالها التقليدية والمعاصرة)، وصوّرها بطريقة جذابة ومميزة، ومحفزة للمشاهد حتى يسافر ويقوم بتجريب هذا التنوع الموسيقي والغذائي بنفسه.

كما تجدر الإشارة لوجود تفوّق لموضوع العنصر الطبيعي ومعه العنصر البشري، في حين كانت باقي العوامل تتحرك معهما بالتوازي، وتظهر بشكل أقل نسبياً، باعتبار أنّ كل هذه المواضيع تشكّل مع بعضها كلاً لا يتجزأ، يرتكز في مجمله على الطبيعة والإنسان، في حين أن لباساً و طعاماً أو موسيقى ستظهر كلها وهي مرتبطة ومكملة للعنصرين المذكورين باعتبارهما ركيزة أي فعل سياحي محتمل قد يقوم به السائح الأجنبي.

### جدول رقم 2 يظهر تكرارات فئة الاتجاهات نحو الشخصيتين المحلة والأجنبية

موضوعات الفيلم			الطبيعي			البشري			العمراني			التراث المادي			التراث اللامادي		
م	-	+	م	-	+	م	-	+	م	-	+	م	-	+	م	-	+
ك	24	01	02	09	01	04	07	00	14	00	06	00	00	00	0	0	0
%	88	3.7	7.4	64.2	7.1	28.5	10	0	93	0	10	6.6	0	3	0	0	0
ك	11	03	00	12	00	01	05	01	03	01	04	01	00	03	0	03	0
%	78	21.4	0	92.3	0	7.69	83	16	75	0	57	25	0	66	42	85	14

يظهر لنا هذا الجدول فئة الإتجاه الذي تمّ إبدائه نحو المقومات التي تتمتع بها الجزائر من خلال طبيعة الشخصيتين اللتين ظهرتا في الفيلم محل التحليل، وهما الشخصيتان الجزائرية المحلية والشخصية الأجنبية السائحة (مع أفضلية كبيرة في الظهور للشخصية المحلية) باعتبار أن الفيلم يبتغي الحديث عن الجزائريين ليقدمهم ويعرفهم للمشاهد الغربي (الذي قد يكون سائحا محتملا)، مع توظيف بعض الشخصيات الأجنبية في شكل سياح من أجل الضرورات الفنية، وبالتالي تُظهر لنا نتائج الجدول تكرارا للشخصية الجزائرية والاتجاهات نحوها بشكل أكبر بكثير من تلك التي تُظهر للشخصية الأوروبية.

ويمكن القول من هذا الجدول أنّ الإتجاهات التي أظهرها هذا الفيلم إيجابية جدا في مجملها نحو مختلف المقومات التي تتمتع بها الجزائر سياحيا، وعرض الفيلم لقطات ذات اتجاه إيجابي في مجملها، بل إن الإتجاه السلبي يكاد يكون منعدماً في كثير منها أو حاضرا بشكل قليل جدا. إنّ هذه الإتجاهات الإيجابية تُظهر مدى اهتمام القائمين على هذا الفيلم التسجيلي السياحي على إبراز أحسن ما في الجزائر وتقديمها بأبهى حلة ممكنة، وتقديم الفرد الجزائري بطريقة تجعله بعيدا عن بعض الصور السلبية المنمطة المشاعة عنه، وأنه شخص معطاء يرحب بضيوفه ويتقبل الآخرين ويحترمهم ويكرمهم، رغم أن هذه "المبالغات الفنية" في إبراز الأفضل وتصوير الأحسن فقط قد تحسب على الفيلم الترويجي السياحي أكثر مما قد تحسب له.

جدول رقم 3 يظهر تكرارات ظهور المقومات السياحية الجزائرية في محتوى الفيلم

النسبة المئوية %	التكرار	فئة المقومات
55,76%	29	المقومات الطبيعية
7,69%	4	الايواء والنقل
1,92%	1	التسهيلات الممنوحة للسياح
23,07%	12	الساكنة
11,53%	6	التنوع والاختلاف
100%	52	المجموع



يظهر هذا الجدول بوضوح تركيز فيلم TOLT التسجيلي الترويجي السياحي على المقومات الطبيعية التي تتمتع بها الجزائر بأكثر من نصف التكرارات (55,75% تحديداً)، باعتبارها العامل الأساسي والحاسم والمقوم الأول الذي يهتم به السائح الغربي عند اختياره لوجهته، ما جعل منتجي العمل يركزون على ما تتمتع به الجزائر من مناظر طبيعية خلابة وشواطئ وغابات مميزة، حيث ظهرت صور لشواطئ بجاية، ومرتفعات الشريعة بتيبازة خلال موسم الثلوج، وظهرت كذلك الطبيعة الجبلية المميزة لمنطقة القبائل، وحظائر أهقاروطاسيلي الصحراوية، والتي يمكن لها ان تجذب السائح الأجنبي المتردد في اختيار الجزائر كوجهة سياحية مقبلة.

إنّ هذا التركيز العالي على المقومات الطبيعية لا يلغي أبداً الاهتمام بباقي المقومات ولو بدرجات متفاوتة، فالتركيز مثلا على التسهيلات التي تمنحها السلطات الأجنبية لسواحها الأجانب من أجل جذبهم وتشجيعهم لا تكاد تظهر، وذلك لسببين اثنين، أولها أنّ لا توجد جمالية فنية في التركيز على إجراءات إدارية في فيلمٍ هدفه الترويج للسياحة، أين تمّ الاكتفاء فقط بتعليقٍ مكتوبٍ أسفل الشاشة يظهر ويختفي سريعا، وثانها (وهو الأسوأ) أنّ السلطات الجزائرية بالفعل لا توفر الكثير من الإجراءات الإدارية المشجعة، مثل التأشيرة المسهلة أو على الأقل خفضها للإجراءات البيروقراطية، وإذا كانت هذه التسهيلات ظهرت مرة واحدة فقط في النسخة الجزائرية من أفلام TOLT فإنها ظهرت أربع مرات على الأقل في النسخة الماليزية، أين يظهر موظفو مطار ماليزيا وهم يسلمون السواح الأجانب تأشيرة الدخول بُعيد نزولهم في المطار بابتسامة عريضة ووجوه بشوشة، حيث تمّ التركيز في النسخة الماليزية على هذا المُقوّم الذي (ورغم بساطته) فإنه يلعب دورا مهما في اختيار الوجهة السياحية النهائية حتى وإن كانت لا تحمل جمالية فنية حقيقية في مثل هكذا اللقطات كما تمّت الإشارة إليه أنفاً.

كما عمل هذا العمل على التركيز على عامل محوري آخر وهو الساكنة، حيث يعتبر السكان وأهل البلد معيارا أساسيا (بل وحاسما أحيانا) في اختيارنا للوجهة السياحية، فالانطباعات التي يتركها سكان البلد المضيف هي نواة تشكيل الصورة الذهنية التي سينقلها الأجانب معهم عند عودتهم إلى أوطانهم، ونقل تجاربهم إلى المحيطين بهم والمقربين منهم، بل أنهم كثيرا ما يوزعون

انطباعاتهم هذه على نطاق واسع، من خلال منتديات السياحة على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها.

ومن المتفق عليه أنّ للجزائري صورة ذهنية ليست بالضرورة طيبة مثل تلك التي يحملها الأجانب عن الفرد التونسي أو المغربي، حيث يُعرف الجزائري بأسلوبه الفظّ أحيانا وعنفاونيته الزائدة وقلة تسامحه مع الأجانب، ما دفع منتجي الفيلم الى التركيز على الساكنة وتخصيص ثلث العمل لوجوه المواطنين العاديين أو الفاعلين في قطاع السياحة وتعمّد إظهارهم بشكل بشوشٍ باسمٍ ومتفتحٍ، فتظهر في إحدى اللقطات سيدة كبيرة السن نسبيا وهي ترحّب بيديها بالأجنبي وتدعوه بيدها لتناول طعام تقليدي ببسمة عريضة، تليها لقطة أخرى يظهر فيها شابٌّ مبتسمٌ ومرحّبٌ في حديقة عامة خضراء وهم يداعبون فتاة صغيرة شقراء تظهر على أنها اجنبية، كمحاولة لتغيير صورة نمطة عن الشعب الجزائري والتي ليست صحيحة بالضرورة من وجهة نظر منتجي هذا الفيلم.

إنّ ظهور هذه المقومات بشكل متواتر ومتداخل يُظهر لنا أنها لا تتجزأ عن بعضها البعض وأنّها تُشكّل مع بعضها البعض منتجا نهائيا يُعرض على السائح الأجنبي المفترض، الذي تهمة جميع هذه العناصر مع بعضها (ولو بدرجات متفاوتة).

جدول رقم 4: يظهر لنا القيم المعبر عنها في فيلم tolt وتكراراتها

النسبة المئوية %	التكرار	فئة القيم
24,13 %	7	التفتح وتقبل الآخر والاجنبي
17,24 %	5	إعطاء الانطباع بالأمن
10,34 %	3	النظافة وأسلوب الحياة الصحي
20,68 %	6	الاحترام
27,58 %	8	التشبع بالقيم العائلية
100 %	29	المجموع

يُظهر لنا هذا الجدول بوضوح التقارب الشديد في القيم التي حاول صناع الفيلم التعبير عنها، وإبداء شكل من التوازن في طرحها وتقديمها، مع التركيز على التنوع الشديد في القيم المُعبر عنها، أين احتلت القيم العائلية والأسرية متبوعة بالتفتح وتقبل الآخر المرتبين الأولى والثانية على

التوالي، وهما معياران أساسيان في تشكيل وعي السائح حول وجهته الجزائرية المفترضة، أين تُظهر لقطات عديدة أفراد عائلة جزائرية مجتمعة على وجبة غداء، أو تخرج في نزهة عائلية أو تتشارك جلسة سعيدة مع الأصدقاء، وهي من المناظر التي بات يندر في وجودها في مجتمعات غربية "فردانية بطبعها" مثل المجتمعين الياباني والكوري الجنوبي، وبدرجة أقل في المجتمعات الأوروبية المعاصرة، في حين أنّ العنصر الآخر (أي درجة التفتح وتقبل الآخر) تُعبّر بدرجة أساسية عن السائح الغربي وأسلوب حياته الذي لن يكون مجبراً على تغييره أثناء زيارته للجزائر، حيث تعتمد صناعات الفيلم على أن تظهر الجزائر في لقطات عديدة كدولة وشعب متفتحين من خلال لقطات تجمع فتيات بعضهن محجبات وبعضهن الآخر لا، إضافة إلى مشاهد لسهرات سمرٍ ممتع والتي تعد من الأشياء المحببة عند السائح الأجنبي الذي يعتقد في كثير من الأحيان أنها غير متاحة في الجزائر.

**ب: فئات الشكل- كيف قيل:** ويقصد بها مجموع القوالب التي وضعت فيها المادة الاعلامية محل التحليل، ونميز فئات شكل متنوعة سنحاول تلخيصها في أهم النقاط،

أين سنركز بدايةً على "التعليق" الذي انتقل من شكله التقليدي في هذا النوع من الأفلام، والذي يكون عادةً تعليقاً صوتياً مسموعاً ترافقه في الغالب موسيقى هادئة ومعبرة. إلى تعليقٍ مكتوبٍ مقتضبٍ ومُعبّرٍ ترافقه موسيقى تقليدية جزائرية شبابية تكاد أن تكون راقصة، وقد تمّ اعتماد هذا القالب لأنه الأقدر على جذب السياح الأجانب الذي يهدفون بالأساس الى تجزية وقت ممتع وأخذ أكبر قدر ممكن من المعلومات في أقل وقت على اعتبار أن اغلب الدراسات تجمع على سرعة العين في القراءة الصامتة مقارنة بالإستماع إلى تعليق مسموع تأخذ فيه القراءة الجهرية وقتاً أطول، مع الأخذ بعين الاعتبار حقيقة أنّ هذا التعليق مُصمّمٌ ليس فقط لمشاهدته على القنوات التلفزيونية بل موجّهٌ كذلك إلى الجمهور الجديد الذي يميل أكثر إلى مواقع التواصل الاجتماعي، والتي لا مكان فيها لمقاطع طويلة أو مملّة غير قابلة للتذكر غالباً.

أمّا **الألوان** التي تم استعمالها في العمل فكانت كلها حيوية، نظراً، شبابية، ومُناسبة لطابع الفيلم، خاصة مع توظيف تقنية العرض البطيء التي تسمح للمشاهد بالتركيز على التفاصيل وإراحة العين، حتى لو كانت اللقطات في أغلبها لا تتجاوز بضع ثواني.

كما أنّ الأسلوب التنقلي في المشاهد والذي رافقته حركة بانورامية للكاميرا تكاد تكون دائرية في عديد المشاهد منح العمل شكلا جاذبا أكثر، مع تسجيلينا حرص صناع الفيلم على الإبتعاد عن اللقطات الثابتة التقليدية والمملة، والتركيز على اللقطات نصف المقربة والثرية بالتفاصيل، وهي عوامل ساهمت جميعها في إخراج هذا العمل في حلة بهية والنجاح في تحقيق الهدف الأساسي منه وهو التعريف والترويج لمقومات السياحة في الجزائر وتعريف المشاهد الغربي عموما بها، رغم تكريس بعض المبالغات الفنية في إبراز الأفضل وتصوير الأحسن فقط، والتي قد تُحسب على الفيلم الترويجي السياحي أكثر مما قد تحسب له.

### 9- أهم النتائج المتوصل إليها:

- لقد توصل الباحثان إلى عدة نتائج، أهمها أنّ هذا الفيلم التسجيلي الترويجي الفرنسي رُوّج بشكل جيد لأهم مقومات الجزائر السياحية، وأظهر التنوع الكبير في مقوماتها الطبيعية (بحر، تل، وصحراء)، وأبرز التنوع الكبير الذي تعرفه في تركيبها البشرية، والثراء الكبير الذي تملكه في الطعام والموسيقى واللباس وغيرها، وكلّ ذلك في زمن قصير نسبيا، رغم تسجيلينا بعض المبالغات التي قد يندرج تحت إطار "الضرورات الفنية" التي يُحتّمها أي فعلٍ ترويجي تسويقي.

- إنّ الأفلام التسجيلية السياحية الرقمية، وفي سبيلها للوصول إلى الجيل الجديد من السياح المفترضين، وفي إطار التعريف بالوجهة الجزائرية بشكلٍ مناسبٍ للجيل الجديد من المتلقين، فقد رُوّج مخرج الفيلم لمقومات الجزائر السياحية بشكل مكثف وقصير زمنيا، ضمن قالبٍ قابلٍ للعرض على مواقع التواصل الاجتماعي التي لا مكان فيها للمحتوى التقليدي والطويل والممل، من خلال تقديم عرض غني ومُصور بطريقة جذابة ومبالغ فيها أحيانا من ناحية المحتوى، أما من ناحية الشكل فجاء العمل بكثيرٍ من الحركة والألوان يثير اهتمام المتفرجين من الجيل الشاب، والذي ساعد المونتاج السريع والموسيقى التصويرية المستعملة في اعطائه مزيدا من الجذب والقابلية للمشاهدة على المنصات الرقمية المتاحة.

- إنّ الصورة التي ظهرت بها الجزائر سياحيا في هذا الفيلم التسجيلي الفرنسي حاولت أن تكون معبرة عن مقومات الجزائر وتروّج لها، مع تسجيلينا بعض المبالغات للضرورات الجمالية.

- لقد تمّ تقديم الشعب الجزائري على أنه مضياف كريم ومتفتح على كل الجنسيات والأفكار، لمحاولة كسر الصورة النمطية السلبية عن الفرد الجزائري في المخيال الجمعي الغربي، بحيث ظهر الأجنبي محل ترحاب لتجزية وقت طيب في الجزائر، وقد يعاب على هذا الفيلم التسجيلي محاولته تحسين صورة الفرد الجزائري، رغم أن مهمة الأفلام التسجيلية هي إظهار الواقع كما هو، سواءً كان جيداً أم لا.

- ظهرت الجزائر على انها بلد مسالم يضم تنوعاً في المرافق وتوفراً للاماكن التي تقدم نشاطات ممتعة يجذب السائح الغربي، وهو ما قد يكون مناقضاً نوعاً ما للواقع، ويمكن تفسير ذلك إما بطغيان النزعة العاطفية على صناعات الفيلم السياحي هذا، وإما بتعمدهم إظهار هذه العناصر بسبب متطلبات "الفعل الترويجي" الذي يشدد على إظهار أحسن ما يمكن إظهاره وإن تطلب ذلك القفز أحياناً فوق الحقيقة، أو المبالغة في تحسين ما يمكن تحسينه.

- أظهر هذا الفيلم تنوعاً لا مادياً كبيراً للجزائر، سواءً في الطعام أو اللباس التقليدي أو الطبوع الموسيقية المتنوعة التي يمكن للسائح الغربي ان يكون مهتماً بها، والتي عى الفيلم للترويج لها. عبر الفيلم عن قيم التسامح والتفتح وتقبل الآخر، فقد روج هذا الفيلم التسجيلي لقيم إيجابية وصفات حميدة، تُعتبر في كثير من الاحيان معياراً أساسياً للسائح الغربي قبيل اختيار وجهته، وفي هذا الصدد هناك الكثير مما يقال، على اعتبار أنه في كل بلد سياحي (حتى لو كان له باعٌ طويل في التعامل مع السياح) فإن قيم التسامح وتقبل الآخر لا تشمل جميع الأفراد، ولا يمكن تعميم مثل هذه الصفات على الجميع، ما يطرح مجدداً إشكالية الصدق التوثيقي.

#### **10- توصيات حول قدرة الجزائر على الاستفادة من هذا العمل في تسويق وجهتها السياحية:**

- إنّ السياحة في شكلها العام هي نشاطٌ يتولد من حركة انتقال الأفراد إلى مناطق غير موطن إقامتهم الدائمة، يتخذون قرارهم بالسفر من خلال الاطلاع على الوجهات الجديدة المحتملة عبر هذا النوع من الأفلام التسجيلية السياحية الترويجية، الأمر الذي يشجع الدولة الجزائرية على إعادة توزيع هذا الفيلم التسجيلي القصير واستعماله كأداة ترويجية للوصول إلى السياح الأجانب المفترضين الذين قد يرغبون في زيارة الجزائر لكنهم يفتقرون إلى المعلومات اللازمة حول

مقومات الجزائر في مجال السياحة او ظروف الاستقبال فيها، رغم المبالغات والأسلوب العاطفي الذي قدمت به الجزائر سياحيا، وهذه المبالغات هي أسلوب ترويجي بامتياز.

-إن الأنشطة التي يمارسها السائح في أماكن القصد السياحية تختلف عن الأنشطة التي يمارسها في موطن إقامته الأصلية وهو ما حاول هذا الفيلم التسجيلي تسويقه من خلال الطبع الموسيقية ومشاهد التخيم في الصحراء، وبالتالي يمكن للجزائر استغلاله للترويج لمناطقها السياحية غير المعروفة، وتقديم منتجٍ سياحيٍّ قادرٍ على المنافسة أو إثارة اهتمام الأجانب.

-إن الإقامة الوقتية للسائح الأجنبي، هي من العناصر التي ركز عليها هذا الفيلم السياحي التسجيلي من خلال تقديم مجموعة من الأنشطة المتقاربة والمتنوعة في أن واحدٍ والتي يمكن للأجانب ممارستها، تبدأ برحلة مميزة على الجبال او الصحاري او الشواطئ وتنتهي بتذوق طعام جزائري وارتداء ملابس مختلفة تماما عما تعود السائح في موطنه، وبالتالي يمكن للفاعلين الجزائريين الناشطين في ميدان السياحة تسويق وإعادة توزيع هذا الفيلم التسجيلي الذي ركز على تصوير طعام وشراب ولباس وعادات وتقاليد المجتمع الجزائري وعمرانه وطبيعته والتي يمكن تجربتها في وقت زمني قصير.

-السياحة نشاط مرتبطٌ بعنصر أساسي، هو وقت الفراغ والإجازات والجو الصحو، ما جعل الفيلم يُركز على عوامل الطبيعة الصحو والمميزة والدافئة وغير القاسية (حتى في مشاهد الصحراء)، وحاولت الكاميرا أن تركز على "الرحلة السياحية" ومزاياها ومختلف الأنشطة التي يمكن للسائح الأجنبي ممارستها في الجزائر وفي مدة زمنية قصيرة نسبيا، رغم صعوبة ذلك أحيانا على أرض الواقع، بالنظر للتعقيدات الجغرافية والبيروقراطية المفروضة على تنقل الأجانب، لكن يمكن للجزائر أن تعمل على إعادة تسويق هذا المنتج بأريحية كبيرة خاصة على مواقع التواصل الإجتماعي أو في شكل نسخة مختصرة تبث في شكل اعلان تجاري مدفوع على القنوات الفضائية العالمية، خاصةً أنه منتج غربي قدّم خدمة كبيرة للجزائر بعيدا عن المبالغات التي به.

- كما لا تفوتنا الإشارة ختاماً الى كون السياحة هي فعلٌ موسميٌّ بالدرجة الأولى، وأنّ مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة والحساسية الشديدة للتغيرات التي قد تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، بحيث أشار الفيلم لهذا بطريقة غير مباشرة، حين أظهر صحراءً لطيفة الجو، وشتاءً دافئاً وجبالاً مفروشة بالثلج مع شمس مشرقة، وهو بالضبط ما يبحث عنه السائح الغربي ويستهو به، بالإضافة الى العناصر الأخرى من عمران وحسن استقبال وعادات وتقاليد مختلفة وطعام شهي وغني، وهي المقومات التي عمل هذا الفيلم على إبرازها.

**خاتمة:** إن الجزائر اليوم، وفي إطار جهودها المتزايدة لإعطاء مجال السياحة حقه وقيمتها كبديل محتملٍ (وفعالٍ) للريع النفطي، تجد نفسها مجبرة على تسويق نفسها والترويج لمنتجها السياحي بكل الطرق المتاحة بما فيها الأفلام التسجيلية السياحية الترويجية، ومنها فيلم don't go to Algeria من سلسلة TOLT الغنية عن التعريف، والاستفادة من نجاحه الكبير في تقديم الوجهة السياحية الجزائرية بطريقة جذابة وسلسلة ومكثفة وغنية بالمعلومات، وبأسلوب ترحيبي يُحتفى فيه بالسائح ويتم اشعاره بأنه محل اهتمام وترحيب، وتحسيسه بوجود تغيير حقيقي في ذهنية الجزائري وسلوكه السياحي ولو بشكلٍ طفيف، وكيف أنه بات يعمل جاداً على توفير سبل الراحة للسائح الأجنبي ومساعدته في خوض تجربة سياحية مميزة.

كما يمكن للجزائر تطويع هذا الفيلم التسجيلي السياحي (وغيره) كأداة مهمة فعالة وغير مكلفة وقابلة للاحتفاظ والتذكر، وتوزيعها على نطاق واسع في المطارات والمواقع المختصة وأماكن الحجز ودواوين السياحة العالمية ومكاتب السفر ووكالات السياحة والفندق الكبرى من أجل الترويج والتسويق لمقدراتها السياحية والنجاح في التعريف بمنتجها السياحي الجزائري وتوزيعه على أوسع نطاقٍ ممكنٍ، رغم النقائص الكبيرة التي مازال يعرفها مقارنة بدول أخرى.

فوزارة السياحة الجزائرية، وبالإضافة إلى وضع استراتيجيات وسياسات القطاع السياحي والصناعات التقليدية واقتراح النصوص التشريعية والتنظيمية ومراقبة النوعية للمنتجات السياحية وحماية الإرث السياحي الجزائري، فإن بإمكانها أيضاً توظيف الأفلام التسجيلية

السياحية الأجنبية التي لن تكلفها شيئا سوى إعادة توزيعها ونشرها وتبثها، ولما لا تشجيع مخرجين آخرين (من داخل الجزائر وخارجها) على تقديم أفلام مشابهة خدمةً للقطاع السياحي.

### قائمة المراجع:

#### المؤلفات:

- أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 195.
- حسن أبو حشيش وطلعت عيسى: الصحافة الاستقصائية، مطبوعات كلية الآداب، جامعة الإسلامية، غزة، 2018، ص 58.
- زيد منير سلمان العبوري، الاقتصاد السياحي، دار الراية للنشر، عمان، 2006، ص 243.
- السيد أحمد مصطفى عمر: البحث العلمي: إجراءاته ومناهجه، مكتبة الفلاح، القاهرة، 2002، ص 166.
- عبد الخالق محمد علي: خطوات نحو بحث النهج الإعلامي، دار المحجة البيضاء، بيروت، 2010، ص 101.
- عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الكويت، 1997، ص 7.
- علي عزيز بلال: الفيلم التسجيلي التلفزيوني، من الفكرة إلى الشاشة، الهيئة السورية العامة للكتاب، دمشق، 2013، ص 11، 12.
- محسن ميلاد الترهوني: السياحة البيئية والتنمية المستدامة، دار الحرم للتراث، القاهرة، 2008، ص 17.
- مصطفى يوسف كافي: أخلاقيات صناعة السياحة والضيافة، مكتبة المجتمع العربي للنشر، عمان، 2013، ص 25.
- منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للطباعة والنشر، عمان، 2014، ص 344.

#### المقالات:

- نهلة عبد الخالق: تحليل مضمون للأفلام التسجيلية الوثائقية في قناة الجزيرة الوثائقية الفضائية للمدة من 1-4-2011 و لغاية 30-4-2011، مجلة كلية الآداب، العدد 98، جامعة الملك سعود، الرياض، 2011، ص 415.