



دور الأفلام التسجيلية الفرنسية في التسويق السياحي للوجهة الجزائرية:  
دراسة سيميولوجية لحالة الفيلم التسجيلي الفرنسي *Un été en Algérie*

**The Role Of French Documentaries In The Promoting Of the Algerian Tourist Destination**

بن شرّاد محمد أمين \*

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

تاريخ النشر: 2022/06/30

تاريخ القبول: 2022/04/20

تاريخ الاستلام: 2022/02/11

DOI : 10.53284/2120-009-002-003

**ملخص:**

يهدف هذا المقال إلى التعرف على كيفية تسويق الأفلام التسجيلية السياحية الفرنسية للوجهة السياحية الجزائرية والترويج لمقوماتها، من خلال دراسة حالة الفيلم التسجيلي الفرنسي *Un été en Algérie*، من خلال قيام الباحث برصد أهم مقومات الجزائر السياحية في التسجيليات الفرنسية وطريقة تقديمها فيلماً، اعتماداً على منهج التحليل السيميولوجي للمحتوى الفيلمي المقدم في هذا الفيلم التسجيلي الفرنسي، بغية فهم وتفكيك طريقة التسويق السياحي المعتمدة.

وقد أظهرت نتائج التحليل المنجز أنّ فيلم *"Un été en Algérie"* التسجيلي سوّق صورة الوجهة السياحية الجزائرية بطريقة إيجابية للمتلقين، بأسلوب فني بصريّ عالٍ، وغنيّ بالمعلومات المكثفة من حيث المحتوى، وعبر بشكلٍ جيّد عن ثراء الجزائر السياحي وتنوعه.

**كلمات مفتاحية:** السياحة الجزائرية؛ الأفلام التسجيلية الفرنسية؛ التسويق السياحي.

**Abstract:**

This article aims to identify how French tourist documentaries promote the Algerian tourist destination and its components through a case study of the French documentary film "un été en Algerie" through the researcher monitoring the most important elements of tourism in Algeria in French documentaries and the way they are presented in a the film, based on the approach of semiological analysis of the film content presented in the French documentary under study, in order to understand and dismantle the approved method of tourism marketing.

**Keywords:** Algerian tourism; French documentaries; Tourism marketing.



## 1. مقدمة:

تعتبر الأفلام التسجيلية منذ ظهورها الأول واحدةً من أهم الأدوات المرئية قدرةً على التأريخ، عن طريق نقلها الواقع كما هو، كون الهدف الأساسي منها كان دائماً التسجيل والتأريخ والتوثيق بطريقة فنية وجمالية للوقائع والأحداث والشخصيات المختلفة، بعيداً عن إدخال أي تغيير عميق على هذه الوقائع من قبل فريق العمل، والاكتفاء بإظهار الواقع كما هو بإجبياته وسلبياته بشكل فني راقٍ.

وفي وقت لاحق، ومع انتشار الأفلام التسجيلية -القصيرة منها والطويلة-، وكثرة الإقبال عليها وتوظيفها في معالجة مختلف المواضيع المحتملة، بدأ النظر إليها أيضاً على أنها أداة تسويقية جيدة تصلح لتقديم الخدمات الترويجية للمنتجات والسلع، وللأفكار والشخصيات، وكذا للوجهات السياحية المختلفة.

إذ بات اعتماد الوثائقيات والتسجيليات كأداةٍ لتسويق الوجهات السياحية -خاصةً غير المعروفة منها- أمراً شائعاً ومنتشراً، وقد كان للجزائر حظاً لا بأس به من هذا الترويج التسجيلي الفيلمي، من خلال بضعة أفلامٍ سياحية غربية: فرنسية وأمريكية وبريطانية أساساً، رُوّجت للجزائر سياحياً وعُرّفت بها، وهي الوجهة التي نادراً ما كانت تحضر في أعمال تسجيلية طويلة مصورة.

وتعتبر سلسلة *échappée belle* التسجيلية التلفزيونية الفرنسية شكلاً مبتكراً وجديداً حول القدرة التسويقية المحتملة للوجهات السياحية من خلال الأفلام التلفزيونية التسجيلية، وبالتالي دافعاً لنا لدراسة هذا الشكل التسويقي الجديد من خلال دراسة حالة العدد المخصص للجزائر من هذه السلسلة التسجيلية، والذي جاء بعنوان صيف في الجزائر *Un été en Algérie* وتحليله تحليلاً سيميولجياً، ومن ثمة محاولة الخروج بنتائج حول دور الصورة الفيلمية المقدمة في هذا الفيلم التسجيلي في التسويق المحتمل للوجهة السياحية الجزائرية .

## 2. إشكالية الدراسة:

منذ الظهور الأول لها، كانت الأفلام التسجيلية أداةً حيوية في تسجيل الأحداث وتأريخها ومعالجتها والتوثيق لها، وقد نجحت في مسّ جميع جوانب الحياة والاقتراب منها فيلماً، سواءً كانت جوانب اجتماعية أو سياسية أو ثقافية أو اقتصادية أو سياحية، وحققت في ذلك نجاحات عالمية مشهوداً لها بما.

وفي فرنسا -التي تعدّ الموطن الأول للأفلام التسجيلية- ظهرت بضع مئات من الأفلام الريادية التي عالجت مواضيع متنوعة، لم تشمل فقط الداخل الفرنسي، بل مسّت أمماً وحضاراتٍ تبعد عن فرنسا آلاف الكيلومترات، وقدمتها للمشاهدين بأفضل صورة وأعمق محتوى.

وعلى مستوى الأفلام التسجيلية ذات الطابع السياحي، فإنّ لفرنسا تجربةً تكاد تكون فريدة من نوعها، قدمت من خلالها بعض الوجهات السياحية الأكثر غرابةً وتميزاً، بأسلوب توثيقي وجمالي يندر تكراره في التجارب التسجيلية السياحية الأخرى، والتي كان للجزائر -ولحسن الحظ- نصيب طيبٌ منها، ومن بينها فيلم *Un été en Algérie* التسجيلي السياحي الفرنسي الذي سنتناوله هذه الورقة البحثية بالتحليل السيميائي كحالةٍ دراسية.

وإذا أخذنا بعين الاعتبار حقيقة أن السياحة اليوم أضحت واحدةً من أهم الأنشطة الإنسانية والثقافية والاقتصادية، وتحتلّ مكانةً هامةً في أوساط المجتمعات الحديثة أو تلك السائرة في طرق النمو، باعتبارها لاعباً محورياً في عملية تخليق الثروة وتدعيم



اقتصاديات الدول وبديلاً محتملاً وناجحاً للدول التي لا تمتلك مواردَ طبيعيةً أو نسيجاً صناعياً وزراعياً قوياً قادراً على ملء خزائنها العمومية، إضافةً إلى دورها بالغ الأهمية في ضمان تجربة حياتية ممتعة سواءً للفرد السائح أو للفرد المشتغل في قطاع السياحة، ما يجعل من الأفلام التسجيلية ذات الطابع السياحي التسويقي مهمة جداً، وسبباً منطقياً لانتشارها بقوة خلال العقود الأخيرة، باعتبارها أداة هامة يستعملها الفاعلون السياحيون في تسويق الوجهات والتعريف بها وتقديم "صورتها" والترويج لها للجمهور الذي بات أكثر ميلاً لنيل قدر أكبر من المعلومات من مصادر غير تقليدية - كالأفلام التسجيلية الفرنسية والغربية عموماً - والبعيدة عن الأوعية المعلوماتية التقليدية التي قد يلجأ لها الفرد الباحث عن وجهات سياحية مختلفة لاستقاء معلوماته، كشبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، أو الكتيبات السياحية أو الوكالات السياحية.

وقد كانت الجزائر حاضرةً في عديد الأفلام التسجيلية السياحية المرجعية التي حاولت تقديم الجزائر سياحياً والتعريف بها، أشهرها فيلم "صيف في الجزائر" *Un été en Algérie*، وهو وثائقي فرنسي هدفه الأول كان التعريف بالمقومات السياحية للجزائر والتنوع الذي تتمتع به والتسويق لها ولصورتها فيلمياً، أين اختاره الباحث كدراسة حالة لهذه الورقة البحثية التي نسعى من خلالها لفهم العلاقة بين هذه النوعية من الأفلام التسجيلية السياحية والتسويق للوجهة الجزائرية عند السائح الغربي، طارحين في هذا الصدد التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تمت عملية التسويق الفيلمي للوجهة السياحية الجزائرية من خلال "فيلم صيف في الجزائر" *Un été en Algérie* التسجيلي السياحي؟

وقد أُلحِق تسأولنا هذا بالأسئلة الفرعية التالية:

- كيف أظهرت الأفلام التسجيلية الفرنسية الوجهة السياحية الجزائرية من خلال فيلم *Un été en Algérie* ؟
- ما هي عناصر الجذب وأهم المقومات السياحية الجزائرية المشار إليها في هذا الفيلم التسجيلي السياحي؟
- كيف استطاع فيلم صيف في الجزائر *Un été en Algérie* التسجيلي الترويج للوجهة السياحية الجزائرية لجذب المتلقي الفرنسي عبر الصور الفيلمية المقدمة؟
- كيف جُسيّدت صورة الجزائر سياحياً في فيلم صيف في الجزائر التسجيلي الفرنسي؟

### 3. أهداف الدراسة:

يمكن تلخيص الأهداف التي تسعى لها دراستنا هذه في:

- محاولة التعرف على أسلوب تسويق المقومات السياحية في الجزائر في الأفلام التسجيلية الفرنسية القصيرة من خلال دراسة حالة الفيلم التسجيلي السياحي الفرنسي الطويل "صيف في الجزائر" *Un été en Algérie*.
- العمل على استخراج نظم التسويق المعبر عنها "صورياً" (أي من خلال الصورة الفيلمية) عبر تحليل هذا الفيلم التسجيلي السياحي الفرنسي سيميولوجياً، وتحقيق فهم أوفى لتمظهر الجزائر السياحي في المحتوى الفيلمي الوثائقي التسويقي الفرنسي المعبر عنه في هذا العمل حول الوجهة السياحية الجزائرية.
- الاقتراب من عناصر الجذب التي قدّمها الفيلم التسجيلي السياحي الفرنسي الطويل "صيف في الجزائر" *Un été en Algérie* ووظّفها لجذب المتلقي الغربي حول الوجهة السياحية الجزائرية والتسويق لها.

### 4. أهمية الدراسة:



## دور الأفلام التسجيلية الفرنسية في التسويق السياحي للوجهة الجزائرية دراسة سيميولوجية لحالة الفيلم التسجيلي الفرنسي *Un été en Algérie*

تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته، أين تعدّ هذه الورقة (في حدود ما اطلعنا عليه من دراسات سابقة) من الدراسات القليلة التي تتعرض للسينما التسجيلية كوسيط تسويقي ثقافي فني مستخدم في الترويج -على نطاق عالمي- للوجهة السياحية الجزائرية المحلية غير المعروفة باستخدام الأفلام التسجيلية، ومحاوله الاقتراب من أهداف التسويق الفرنسي للوجهة السياحية الجزائرية وفهم حقيقة هذا التسويق عبر دراسة حالة فيلم "صيف في الجزائر"، فهذه الدراسة من الدراسات القليلة التي تعالج ثنائية "تسويقي/تسجيلي" وتحاول تفكيكها.

كما ترتبط أهمية هذه الدراسة ارتباطاً وثيقاً بالصورة الذهنية وما تلعبه من دورٍ في صناعة آراء وأفكار وقناعات المشاهدين، ودورها الكبير في ثلاثية "التبليغ - التأثير - الاقتناع" عند المتلقين، مع تقاطع هذه الأهمية مع أهمية التحليل السيميائي للأفلام كأداة عملٍ عمليةٍ وفعالةٍ تساعد في فهم مختلف الرسائل -الظاهر منها والباطن-، واستقراء مختلف الدلالات المستترة، عبر القيام بعملية استنطاقٍ شاملةٍ للصورة التسجيلية المقدمة وفهم مقاصدها، خاصة في مثل هذه المواضيع المتعلقة بالسياحة والأفعال الثقافية المرتبطة بها، والمقدّمة بأساليب تسويق جديدة وشديدة التأثير مثل الأفلام التسجيلية السياحية.

### 5. منهج الدراسة:

على اعتبار أن المنهج هو الطريق الذي يتبعه الباحث أثناء إجراء دراسته، فهو ضروري جداً في مختلف البحوث والدراسات العلمية، كونه يمثل مجموع الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق القواعد التي تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة.

وعلى اعتبار أنّ طبيعة الموضوع في أيّ بحث علمي، هي العامل الوحيد المجدد للمنهج المناسب في عملية البحث، فإن الدراسة التي بين أيدينا ستعتمد المنهج السيميولوجي، الذي يعدّ من أهم المناهج المعتمدة في دراسة المواد السمعية البصرية، عبر قيام الباحث بتحليلٍ عمليٍ يستهدف فكّ العلاقات الداخلية النوعية الرابطة بين عناصر الخطاب الفيلمي محل الدراسة ممثلاً في فيلم صيف في الجزائر *Un été en Algérie*، وتفسير هذه العلاقات واستقراءها، ثم تحليل ما تمّ التوصل إليه وتفسيره بشكل علمي أكاديمي، للوصول إلى نتائج يمكن الأخذ بها، بشكلٍ يسمح لنا بالوقوف على الدلالات الخفية والضمنية للرسالة الفيلمية/التسويقية محل التحليل، مع الإشارة إلى كون التحليل السيميولوجي هو أداة بحثية "غير محصورة" في أطر ضيقة بل هي مفتوحةٌ ويمكن للباحث تطويعها وفق ما تقتضيه طبيعة البحث العلمي والمادة الفيلمية محل التحليل.

وفي هذا الصدد، يقول الفرنسي موريس إنجرس، بأن التحليل السيميولوجي هو "طريقة خاصة غير تقليدية، تستعمل النظرية العلمية دون تقليدٍ أعمى، أين يجوز للباحث التغيير فيها وفق ما تقتضيه نوعية الإشكالية البحثية (Angers, 1997, 96)، وهو اللاحصر الذي سيسمح لنا بتقديم تحليل سيميائي في المستوى بعيداً عن الضبط العالي الذي تفرضه الأدوات والمناهج البحثية الأخرى.

وإذا كان يقصد بالتحليل في معناه العام "تلك العمليات العقلية التي يستخدمها الباحث في دراسته للظواهر والأحداث والوثائق لكشف العوامل المؤثرة في الظاهرة المدروسة وعزل عناصرها عن بعضها بعضاً ومعرفة خصائص وسمات هذه العناصر، وطبيعة العلاقات القائمة بينها، وأسباب الاختلافات ودلالاتها، لجعل الظواهر واضحةً ومدركةً من جانب العقل". (الدفاعي والعبدي، 1996، 38)، فإنّ التحليل السيميولوجي كغيره من عديد المفاهيم المرتبطة بعلوم الإعلام والاتصال، لم يُجسّم أمره بعد بتعريفٍ جامع مانع إلى حدّ الاتفاق التام، في ظل المشكلات العديدة المرتبطة بحدوده وإجراءاته على المستويات التطبيقية



(أمنهج هو أم أداة؟)، على الرغم من التطور والتوسع الهائلين اللذين شهدهما التحليل السيميولوجي في الدراسات والبحوث السمعية البصرية والأيقونية عمومًا خلال العقود القليلة الماضية.

ويشير كلٌّ من الباحثين الفرنسيين جاك أمون وميشال ماري في كتابهما المرجعي "تحليل الأفلام" إلى أنّ عملية تحليل الأفلام، والمحتوى السمعي البصري بشكل عام، له مسلماتٌ ثلاث هي:

- 1) أنه لا وجود لمنهج عمومي لعملية تحليل المادة، بمعنى أنها متروكة للباحث وأهداف الدراسة.
  - 2) عملية تحليل العمل لا محدودة ولا تنتهي باعتبار أن هناك دائماً مجالاً للإضافة، أو شيء آخر يمكن تحليله في العمل.
  - 3) من الضروري معرفة تاريخ العمل والخطابات حوله وما رافقه، اجتناباً للتكرار. (أمون، ماري، 1999، 41)
- ولفهم أفضل للجوانب المرتبطة بصورة الجزائر السياحية المستوق لها في فيلم "صيف في الجزائر" التسجيلي الفرنسي، سيتم الاعتماد على "التحليل النصي"، والذي تقوم فكرته الأساسية على اعتبار الفيلم نصاً مكوناً من لقطاتٍ وصورٍ وحركات كاميرا وموسيقى تصويرية، تشكل في مجموعها لغةً سينمائيةً متكاملة.

وتقوم عملية التحليل النصي بالنظر إلى الفيلم على أنه نص مكون من ثلاثة مفاهيم أساسية هي:

- النص الفيلمي: ويُقصد به الفيلم كوحدة خطابٍ مكونة من مجموعة من النصوص.
- النظام النصي: وهو خاصٌ بكل فيلم، بحيث يُحدد للنص النموذج الموضح للغرض الفيلمي، بحيث يُشكّل نسقاً عامّاً تتحد فيه النصوص الفيلمية لتوليد معنىٍ عامٍ للفيلم، فهو بشكل ما "النموذج البنيوي" للعرض الفيلمي.
- إلى جانب المدونات أو الشيفرات، وتُعد أصغر وحدات النصوص الفيلمية، والتي تشكل معا (وبمعانيها) نصاً فيلماً يتطور إلى تشكيل نظامٍ نصيٍّ متكامل.

ولتحقيق أهداف تحليلنا النصي، سنعمد إلى توظيف المقاربة البارثية (نسبة إلى رولان بارث) التي تساعد في فهم أفضل وأعمق وأدق للفيلم وأفكاره ورسائله الظاهر منها والخفي، وتقوم هذه المقاربة على ثلاثة أنظمة: أولها المستويين التعييني والتضميني *dénotation et connotation*، وثانيها المرجع *le référent*، وثالثها الثقافة *la culture*.

أما النظام الأول فيتعلق بالمستوى التعييني بين الدال والمدلول في خضم الدليل، وتعيين وتحديد مختلف المعاني البيئية والجلية، ويرتبط أساساً بالجانب الكمي للصورة، والعمل على الإجابة عن سؤالي كيف وماذا؟ (كيف تم تصوير الجزائر سياحياً والتسويق لها في هذا الفيلم التسجيلي الفرنسي؟)، أما المستوى التضميني، فيركز على العلاقة الكيفية التي تربط الدليل (الدال + المدلول) بالمحيط الخارجي، ويجب عن السؤال لماذا؟، (لماذا تم تسويق صورة الجزائر سياحياً بهذه الطريقة في فيلم صيف في الجزائر؟)، أي أنه يحاول أن يرتبط بالنظام الاجتماعي وبالسياق السوسيوثقافي للفعل التسجيلي، وذلك من خلال استنطاق المعاني الكامنة أو الخفية فك رموزها، وتفسير مدلولاتها وربطها مع ثقافة صنّاع العمل ورؤاهم.

في حين يُقصد بالمرجع ذلك السياق العام الذي تتشكل ضمنه الرسالة البصرية، ويشمل الخلفية التي بُني عليها العمل الحقيقية هي أم تخيلية؟ (حقيقية غالباً في الأفلام التسجيلية وتحديدًا في حالة دراستنا التي تتناول الجزائر سياحياً)، وكذا مجموع الظروف المتعلقة بصانع الفيلم وملتقيه، (وهما طرفا العملية الاتصالية كما هو واضح).



## دور الأفلام التسجيلية الفرنسية في التسويق السياحي للوجهة الجزائرية دراسة سيميولوجية لحالة الفيلم التسجيلي الفرنسي *Un été en Algérie*

وأخيراً نجد الثقافة، والتي تتعلق بمدى ارتباط النص الفيلمي وعناصره التعيينية والتضمينية بثقافة المجتمع (أهي نابعة منه أم موجهة إليه؟) وعن مدى اتفاق صاحب الرسالة الفيلمية مع متلقيها على قاموس ثقافي ولغوي متقارب أو يكاد يكون متطابقاً.

على أن يتم في الجانب التطبيقي من ورقتنا هذه، تحليل أربعة مقاطع من فيلم "صيف في الجزائر" السياحي الفرنسي تحليلاً تعيينياً وتضمينياً، وهي المقاطع الأربع التي تم اختيارها بطريقة قصدية (مبررات هذا الاختيار موجودة في الجانب التطبيقي من هذه الورقة)، على أن يليها تقديم قراءة فنية تسمح لنا بربط هذا التحليل التعييني والتضميني مع عنصري المرجع والثقافة المشار إليهما أعلاه.

### 6. 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 الحالة أن موضوع البحث يشكل مع بيئته وحدة متكاملة" (المزاهرة، 2014، 344)، وقد يرتبط مكن صعوبة دراسة الحالة مع ما يتطلبه موضوع البحث من جهد ووقت وموارد كبرى للإحاطة به من جميع الجوانب". (مرسلي، 2010، 195).

مع التنويه هنا إلى أن دراسة الحالة بمنهج سيميولوجي هو أمر منطقي تماماً، مادام الباحث (أيّاً كان) يدرس مادة سمعية بصرية "وحيدة" ويحللها تحليلاً سيميولوجياً ويحاول الإحاطة بها فهي تعتبر منطقياً دراسة حالة، خاصة وأنّ التحليل السيميولوجي يعدّ أنسب الأدوات البحثية المتاحة لتحليل ودراسة المحتويات الفيلمية أو البصرية أو الأيقونية، وقد وضعنا هذا التنويه بالنظر إلى كون كثير من الباحثين ينظرون إلى دراسة الحالة والتحليل السيميولوجي على أنّهما من الدراسات النوعية الكيفية المنضوية تحت عباءة البارديغيمات التأويلية التي لا يمكن الجمع بينهما في دراسة واحدة.

فدراسة الحالة هي "دراسة مكثفة لظاهرة معينة في موقف معين، أو في أكثر من موقع، بهدف التوصل إلى استنتاجات مفصلة سياقياً، لفهم العملية الديناميكية أو الكيفية التي تسلكها ظاهرة معينة، وتعتبر دراسة الحالة تعميماً بحثياً فريداً، لأن بإمكانها أن تُستخدم بطريقة فهمية إستبطانية أو بطريقة وصفية لاختيار النظرية (جامع، 2019، ص 54). وهو ما ينطبق على دراستنا هذه التي تحاول الإحاطة بحالة فيلم "صيف في الجزائر" وتحليله بصرياً وتسويقياً.

وإذا كان موضوع دراستنا هذه يتناول موضوع التسويق للمقومات السياحية المقدمة عن الجزائر في الأفلام التسجيلية السياحية القصيرة الفرنسية، فإن حالة بحثنا سُنْصَبُ على هذا الأساس، بدراسة فيلم صيف في الجزائر *Un été en Algérie*، التسجيلي الفرنسي الذي تناول الجزائر سياحياً، وروّج لها ولمقوماتها السياحية وسوّق لها.

وقد تمّ اختيار فيلم *Un été en Algérie* لدراسته كحالةٍ لعدة اعتبارات، أهمها:

- أنّ له علاقة مباشرة بموضوع الدراسة، وهو تسويق مقومات الجزائر السياحية في الأفلام التسجيلية السياحية الفرنسية.
- أنّ هذا العمل هو إنتاج فيلمي تسجيلي فرنسي جديد مرتبطة بالمتغير التابع من دراستنا.
- أنّ هذا الفيلم يمثل توجهاً جديداً للأفلام السياحية التسجيلية الفرنسية المعتمدة على التثقيف في تقديم المعلومة في أيّ صورة ممكنة.

### 7. ضبط مفاهيم الدراسة:



أ- **السياحة:** هي نشاطٌ اقتصادي يهتم باستقبال وإقامة السياح الوافدين من مَقر إقامتهم الدائمة، من أجل المتعة والراحة لفترة زمنية محدودة (بظاظو، 2006، 59)، ويركز هذا النشاط الإنساني الاقتصادي على ثلاثة عناصر تضم كلاً من:

1. الحركة، ويُقصد بها حركة السياح نحو المواقع السياحية عبر وسائل النقل المختلفة.
  2. الاستقرار لفترة زمنية معينة ومعلومة داخل الموقع السياحي.
  3. النتائج الاقتصادية والاجتماعية المترتبة عن العنصرين السابقين.
- فالسّياحة نشاطٌ يحوي عمليتي إنتاج واستهلاكٍ، تُحتملان تنقلاتٍ خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي لليلة واحدة على الأقل، إمّا للتسليّة أو التداوي، أو عقد وحضور اجتماعات، أو زيارة المقدسات الدينية والتجمعات الرياضية، حسب جون ميشال أومور *Jean-michel Hoemer*، مسؤول المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي (ومقره باريس) (حاج عبد القادر، 2010، 79).

وفي تعريفنا الإجمالي، يمكن أن نقول أنّ السياحة هي مجموع تلك الأنشطة التي يقوم بها الفرد خارج الحدود الجغرافية لمدينته من أجل تغيير الأجواء والترفيه أو العلاج والحصول على الراحة لمدة زمنية محدودة ومعلومة، بشكل فردي أو مع العائلة أو الأصدقاء، والتي تسمح له باكتشاف مناطق جديدة واختبار خبرات جديدة قد لا تكون متاحة له في مقر إقامته. ومن المهم جدّاً التعرّيج على مفهوم **السائح**، الذي ارتبط تعريفه بتعريف صناعة السياحة، فكان السائح بمثابة المدخل لتعريف صناعة السياحة من خلال ما يقوم به السائح من نشاطٍ عبر حركته المؤقتة خارج محل إقامته المعتادة، حيث نصّت منظمة الأمم المتحدة عام 1937 على تعريف السائح بأنه "ذلك الفرد الذي يسافر لمدة 24 ساعة أو أكثر إلى بلد غير الذي يقيم فيه عادة" (حسنين، 2003، 07)

على أن نعرّج في متن هذه الورقة البحثية إلى السياحة في الجزائر ومقوماتها، وأهم مميّزات نموّها. أما **السياحة السينمائية أو التلفزيونية** فهي تلك "السياحة المدفوعة بالرغبة في زيارة موقعٍ ما سبق مشاهدته في برنامج تلفزيوني، أو عبر فيلم سينمائي، وهي شكل أو نوع خاص من أنواع السياحة الثقافية". (Silberberg, 1995, 361)

ب- **الأفلام التسجيلية:** يُعرّف الفيلم التسجيلي بأنه "ذلك النوع من الأفلام غير الروائية التي لا تعتمد على القصة أو الخيال، بل فيلمٌ يتّخذ مادته من واقع الحياة، سواءً كان ذلك بنقل الأحداث مباشرة كما جرت في الواقع، أو عن طريق إعادة تكوين هذا الواقع وتعديله بشكل قريب من الحقيقة الواقعة، عكس الجريدة السينمائية أو الأفلام الإخبارية التي تُصوّر غالباً الحوادث الجارية كما وقعت دون أيّ تدخل أو تعديل أو إبداع في إخراج الصورة، ويعتمد هذا النوع من الأفلام التسجيلية على فكرة رئيسية واحدة، تكون لها قيمة اجتماعية وثقافية ذات مضمون درامي، مهمتها الأولى هي تقديم المعارف والمعلومات بطريقة مشوقة وفنية، ولها في ذلك أشكالٌ متعددة ومدارسٌ فنيةٌ مبتاينة". (عبد الخالق، 2010، 415)، في حين يُعرّفه جريسون اختصاراً بأنه "المعالجة الخلاقة للواقع". (Goodwin, 2010, 19).

إجرائياً، فإنّ الأفلام التسجيلية السياحية، هي تلك المواد الوثائقية الفيلمية التي تسجّل الفعل السياحي في حالته الطبيعية كما هو دون زيادة أو نقصان أو تعديل أو تحميل أو إدانة، إمّا تكتفي بنقل الواقع السياحي للمنطقة محل التوثيق بأمانة، وتختلف الأفلام التسجيلية السياحية في شكلها النهائي باختلاف الهدف الأساسي منها، فقد تكون تحذيرية أو تعريفية أو تشويقية أو استكشافية أو تأسيسية أو تسويقية كما هو الشأن في حالة دراستنا هذه، والأفلام التسجيلية السياحية التسويقية بدورها تتخذ



## دور الأفلام التسجيلية الفرنسية في التسويق السياحي للوجهة الجزائرية دراسة سيميولوجية لحالة الفيلم التسجيلي الفرنسي *Un été en Algérie*

أنماط مختلفة، أين اختار مخرج فيلم "صيف في الجزائر" أن تكون التجربة السياحية الجزائرية التي يسوق لها تجربة شخصية شعبية تبتعد عن سياحة الفنادق والمنتجعات وتتركز على الفعل السياحي الشعبي الذي يشجع على الاختلاط مع الساكنة المحلية وعاداتهم وتقاليدهم من طعام وموسيقى وملبس وتراث عمراني ومادي ولامادي، وبطبيعة الحال التسويق للأنشطة السياحية الممكن ممارستها صيفا في الجزائر وبأقل كلفة وضمان تجربة سياحية مختلفة تسوق للجزائر من جهة وتستعري انتباه المشاهد الملول بطبعه لمتابعة مشاهدة الفيلم.

**ج- التسويق والتسويق السياحي:** إذا كان التسويق هو عملية فنية متكاملة التي يتم من خلالها استثمار جميع موارد المنظمة المتاحة بشكل مدروس لتحقيق أقصى قدر ممكن من مستويات الإشباع لحاجات ورغبات الطلب الحالي والمستقبلي، بشكلٍ يضمن تعظيم فرص الربح للمنظمة، سواءً كان ربحاً مادياً أو اجتماعياً، (الحميري، الطويل، 2016، 54)، فإن **التسويق السياحي** يذهب أبعد من ذلك حسب "كوتلر"، الذي ينظر إليه على أنه "فلسفة" تسعى من خلالها المنظمة السياحية إلى توفير الخدمات بالكمية والمواصفات المناسبة في الزمان والمكان المناسبين لذوق الضيف بأقل كلفة وأيسر الطرق (الحميري، الطويل، 2016، 56)، مطّوعين في ذلك مختلف الوسائل الترويجية التسويقية الممكنة من كتيبات وحسابات رقمية ومنشورات وإعلانات تلفزيونية وإذاعية، وحملات العلاقات العامة المختلفة وحتى الأفلام التسجيلية القصيرة منها والطويلة كما هو الشأن في دراستنا هذه.

### 8. نشأة الأفلام التسجيلية السياحية الفرنسية:

تعتبر المدرسة التسجيلية الفرنسية رائدةً في مجالها، حين أطلق المخرجون الفرنسيون مصطلح "وثائقي" على أفلام الرحلات السياسية والاستكشافية التي اشتهروا بها، وعملوا بكثافة على "توثيقها" بالصورة الثابتة ثم المتحركة، ليأتي لاحقا "جريرسون" ويعمم المصطلح حين أطلقه على كل الأنواع الفيلمية غير الروائية، مع تأكيده على أنه ليست كل الأفلام التسجيلية وثائقية، إنما هنالك العديد من الأفلام التسجيلية تكتسب صفة الوثائقية (الزعي، 2016، 15)

وإذا كانت أصول الفيلم الوثائقي في فرنسا متشعبة حسب بعض المراجع، فإن غالب المتداول يُرجعها إلى الأخوين لومير في باريس، اللذين أسّسا لهذا الفن دون نية حقيقية منهما، بعد أن كانا يحاولان في الأصل تطوير عملية سينمائية تخيلية تقوم على تحريك متتاليات من الصور، عبر فيلمهما الأول *la vie même* الذي قام على تجميع مجموعة من الصور المنتقاة والملتقطة من مختلف بقاع العالم وفق منطق كرونولوجي يقوم على احترام تسلسل الأحداث، ليظهر على إثرها ما يعرف بسينما الوثائقيات في فرنسا.

وفي أواخر القرن 19، بدأ الفيلم التسجيلي يخطو خطوات الأولى بالتزامن مع نشوء الفن السينمائي، حين قدم الأخوان الفرنسيان لوي وأوغست لومير عرضاً لمدة دقيقتين وبضع ثوان، تحت عنوان "الخروج من مصانع لومير" ثم "وصول قطار إلى محطة لاسبوتات"، وكانت عبارة عن مقاطع تصور قطاراً يدخل إلى المحطة، أو عمالاً يخرجون من مصنع، فكانت بضع لقطات مفردة تمثل لحظات مسجلة على شريط حساس بمثابة الأشرطة الأولى من تاريخ السينما (التي كانت تسجيلية بطبيعتها)، وهي الأشرطة التسجيلية التي كان يغلب عليها الجانب الإخباري.

وقد استطاع مصورو الأخوين لومير أن يلاحقوا الأحداث وكل ما يثير الفضول، وعملوا على تغطية مساحات واسعة (ومنها الجزائر) وتصويرها وعرضها، مخترعين بهذه الطريقة فكرة الفيلم الوثائقي وإن دون قصدٍ فعليٍ منهم، حيث كان يطلق





مصطلح *Documentaire* على أفلام الرحلات هذه، ليقوم بعدها بسنوات قليلة المخترع الأمريكي توماس إديسون الشهير بكثرة اقتباساته لأفكار الباحثين والعلماء الآخرين، بتصوير سلسلة من الأفلام التسجيلية عن رقصات الساموا *Samoa* الهندية واليهودية التي يمكن اعتبارها بدايات لما عُرف فيما بعد بالسينما التسجيلية الإثنوغرافية.

وفي سنة 1889، صوّر الجراح الفرنسي دوايان *Doyen* عمليات جراحية كان يجريها على مرضاه من أصحاب الحالات المستعصية، وبلغ عدد العمليات المصورة إلى غاية العام 1906 عشرًا، وقال دوايان عن هذه الأفلام التسجيلية أنها جعلته يكتشف ويصحح عديد الأخطاء التي حدثت أثناء إجرائه العمليات، ليقوم بعد ذلك -ولأغراض عملية صرفة موجهة لطلبة الطب- بتصنيف 15 فيلمًا من أفلامه تلك ضمن مجموعات، بقيت منها اليوم مجموعتان إثنان فقط، إضافة إلى 5 من أفلامه الأخرى غير الطبية، وبين سنتي 1891 و1901، قام أخصائي الأعصاب الفرانكوروباني غيورغ مارينسكو *Gheorge Marinescu* هو الآخر بتصوير مجموعة من الأفلام التسجيلية القصيرة في مجال اختصاصه العلمي، أطلق عليها اسم "دراسات بمساعدة السينماوغراف". (خلفي، ثوابتة، 2014، 9).

وقد تربعت أفلام الرحلات أو ما يعرف بـ *Travelogue* على رأس سلم الانتشار خلال السنوات الأولى من القرن العشرين في فرنسا، وكان موزعو الأفلام يطلقون عليها تسمية "أفلام المشاهد" *Scenic*، أين كانت شركات الإنتاج وقتها مثل "باتيه" *Pathe*، وشركة الأخوين لوميير الفرنسيين، وغيرها ترسل طواقمها الفنية إلى البلاد التي يتشوق المشاهدون الغربيون لمشاهدتها، وتصوير مشاهد تسجيلية عنها وعرضها في دور العرض لاحقاً (خلفي، ثوابتة، 2014، 9).

ومن أشهر أفلام المشاهد تلك، نجد فيلم "في بلاد صائدي الرؤوس" *In the Land of the head hunters* الذي أنتج سنة 1914، وتناول موضوع البدائية والغرائبية *Exoticism* التي تنقل واقع حياة أبناء السكان الأصليين في أميركا، إضافة إلى نوع آخر هو "الأفلام التأملية"، والتي اشتهرت بها شركة باتيه الفرنسية، مثل فيلم "موسكو ترتدي حُلّة من الجليد" المنتج عام 1909، كما ظهرت في فرنسا "أفلام السير الذاتية" *Biographical Films* والتي تناولت سير كتاب وشعراء وسياسيين، رافقها ظهور الفيلم الوثائقي الطويل "جنوب" *South* والمنتج سنة 1919 عن البعثة الإمبراطورية عبر الأتركتيكا، وهي البعثة التي انطلقت سنة 1914 وفشلت في تحقيق هدفها بالوصول إلى القطب الجنوبي، والذي يعتبر أول فيلم تسجيلي "طويل" وفق معايير تلك الفترة.

كما كان للجزائر حضور في بدايات هذه المرحلة، حين كانت جزءاً من فرنسا الاستعمارية، لكن كثيراً من هذه الأفلام ضاع أو تعرض للتلف.

## 9. الفعل السياحي في الجزائر:

إنّ الحديث عن أيّ صناعةٍ سياحيةٍ حقيقيةٍ في بلد ما، يستلزم تحديد وتفكيك بنيتها التحتية، ومدى قدرتها على استقبال جموع السوّاح المتطلّبين بطبعهم، ويُنظر إلى البنية السياحية للدول عادة من ثلاثة مناظير، هي: الإمكانيات الطبيعية السياحية، والإمكانيات الثقافية والدينية، وأخيراً الهياكل القاعدية والتجهيزات السياحية والتي تعتبر العماد الأساسي للسياحة، بحيث لا قيمة حقيقية للإمكانيات الطبيعية والثقافية ما لم تجد حاملاً متيناً لها، والمتمثل أساساً في التجهيزات والهياكل التي تضم الفنادق والطرق والأمن ووسائل النقل وغيرها.

أما عن البنية التحتية السياحية الجزائرية، من خلال الزوايا الثلاث المشار إليها أعلاه، فيمكن أن نفصّل فيها كما يلي:



## دور الأفلام التسجيلية الفرنسية في التسويق السياحي للوجهة الجزائرية دراسة سيميولوجية لحالة الفيلم التسجيلي الفرنسي Un été en Algérie

9-1 الامكانيات الطبيعية والمناخية: للجزائر تنوعٌ هائلٌ في عناصر الجذب السياحي، مثل جبال ضوضا والهقار وتاجموت وإسكريم في الجنوب الجزائري، وتكوينات بركانية هائلة ومحميات طبيعية وحظائر وطنية، وتنوع بشري هائل، يساعد في زيادة عدد السياح الذين يزورون الجزائر وصحرائها تحديداً، حيث تشير مجلة "أرابيز" المرموقة إلى أنّ الجزائر تتطلع إلى أن تصبح قطباً سياحياً بعد أن خرجت من عزلتها القسرية التي فُرضت عليها بسبب العشرية الدامية. (غرايبي، 2012، 182)

ففي الجزائر طاقاتٌ سياحيةٌ صحراوية لا نظير لها على مستوى حوض البحر المتوسط، كالجبال الشاهقة في مرتفعات الهقار، والعروق الضخمة المنتشرة في ربوعها، وكذا الأودية الجافة، المسالك والتكوينات البركانية، والتنوع البشري المميز لدى الطوارق من ساكني الصحراء، من عادات وتقاليد ولباس وأسلوب الحياة، والتنوع العمراني البيئي في المساكن. (صبيطي، 2012، 178)

إضافةً إلى شريط ساحلي يمتد على طول 1600 كلم، يتميز بارتفاعه وتكوينه الصخري، ووجود فضاءات سياحية نادرة به، ومن أهم المناطق السياحية الساحلية التي تضمها الجزائر نجد القالة، جيجل، بجاية، سيدي فرج، تنس وبني صاف..، والتي تضمّ شواطئ متنوعةً بين الرملية والصخرية، وتلك التي تزاوج بين الشواطئ والغابات أو الشواطئ والسلاسل الجبلية، والتي يندر وجودها خارج حوض البحر المتوسط. كما تضمّ الجزائر مقومات صخرية صالحة للسياحة الجبلية، مع سلسلتين جبليتين ضخمتين هما الأطلس التلي والأطلس الصحراوي، واللتين تعطيان فرصاً غير محدودة للاكتشاف أو الصيد أو التخيم، كما تتميز بكسوتها الثلجية الثابتة لشهور عديدة من السنة، ومن أهم هذه المرتفعات السياحية نسجل محطتي الشريعة وتيكجدة بتيابة.

9-2-الإمكانات الثقافية و التاريخية و الدينية:أين تتميز الجزائر بتنوع ثقافي وتاريخي يرجع بالأساس إلى تعدد الحضارات التي مرت على الجزائر كالفينيقية، والرومانية، والبيزنطية، والوندالية، ثم وصول المسلمين، والأترك، وأخيراً الفرنسيين، حيث تركت كل منها بصمتها على الإرث العمراني والثقافي للجزائر ما أكسبها غنى وتنوعاً شديداً في هذا المجال، والذي يظهر في:

- المدن الرومانية الكثيرة، مثل تيمقاد التي تمّ إنشاؤها من طرف الإمبراطور ترجان سنة 100 ميلادية بباتنة، بالإضافة إلى مدينتي تيبازة، وجميلة بسطيف وغيرها.
- منطقة الطاسيلي، والتي تضم أكثر من 15 ألف لوحة، تمثل حالة الطقس، وهجرة الحيوانات وتطور الحياة البشرية منذ 6000 سنة قبل الميلاد.
- قلعة بني حماد: وتقع بالقرب من ولاية المسيلة، تم بناؤها سنة 1007م عاصمةً للدولة الحمادية، ومازالت قائمة إلى اليوم رغم الإهمال الشديد الذي طالها.
- المدن الميزابية: والتي أنشئت من طرف الطائفة الإباضية المهاجرة إلى الصحراء الجزائرية قادمةً من شبه جزيرة العرب.
- قصبة الجزائر ذات الطراز العمراني المدهش، والتي بنيت خلال العهد العثماني.
- علماً أن أغلب ما تمّ إيراده أعلاه مصنّف كمعالم من التراث العالمي، كونها تُعبّر عن حقب تاريخية مرت عليها، ومازالت آثارها قائمة إلى اليوم في شرشال، تبسة، مداوروش، وقلمة التي سكنها الرومان قرابة خمسة قرون، وصولاً إلى الحقبة الإستعمارية حين أنشأ المستعمر بيوتاً وقصوراً عدة على الطريقة الأوروبية من أجل المستوطنين الأوروبيين، إضافةً للمواقع الحربية والساحات والمشافي والسجون والإدارات، وغيرها.



**9-3 - التجهيزات و الهياكل السياحية:** ويقصد بالتجهيزات السياحية مجموع الهياكل والبنى التحتية التي يستعملها السائح من أجل ممارسة نشاطاته السياحية المختلفة عند وصوله إلى البلد المزار، وتضم:

**9-3-1 - النقل:** والذي يشمل بدوره:

**أ- النقل برأ:** حيث تتوفر الجزائر على شبكةٍ طريقيةٍ كبرى، تعتبر الأهم من نوعها في الوطن العربي، أين وصل طولها إلى 129.452 كلم سنة 2017، ويعتبر النقل البري الأهم استعمالاً بالنسبة للسياح بالأخص في السياحة الداخلية.

**ب- النقل جوا:** أين تتوفر الجزائر على 35 مطاراً، 15 منها دولياً، وتغطي شبكة الخطوط الجوية 96400 كلم، وتتوفر على 150 وكالة موزعة في الجزائر وخارجها، أما عن أهم المطارات فنجد مطار هواري بومدين الدولي، الذي يتوفر على طاقة استيعاب تقدر بستة ملايين مسافر سنوياً، ومجهز وفق أحدث المعايير، إلى جانب مطاري قسنطينة وهران، وغيرهما العديد.

**ت-النقل بحرا:** أين تتوفر الجزائر على 13 ميناءً بحرياً رئيسياً، منها 09 موانئ معدة لإستقبال وتنقل الأشخاص والبضائع، كميناء الجزائر الذي يستقبل 30% من السياح، إضافة إلى موانئ وهران، عنابة، سكيكدة، بجاية والغزوات الصغيرة والتي يستعملها السياح كثيراً.

**9-3-2-الفنادق:** تتشكل الحظيرة الوطنية للفنادق من 92377 سريراً، 15597 منها تابعة للمؤسسات العمومية، و5596 سريراً تابعة لمؤسسات الجماعات المحلية، و71184 سريراً تابعة للخواص حسب إحصائيات سنة 2017، مع ملاحظة أنّ ما يقرب 90% من الحظيرة الوطنية الفندقية لا تستجيب إطلاقاً للمعايير الدولية. (غضبان، 2016، 236).

إنّ ما تمّ تناوله أعلاه حول الإمكانيات السياحية الجزائرية، يُظهر لنا بجلاء القدرات الجزائرية غير المحدودة التي تسمح لها بتحقيق استفادة قصوى من الفعل السياحي، و في الجدول التالي محاولةً لتلخيص كل ما تمّ إirاده في هذا المطلب لتسهيل الإطلاع والإفادة:

جدول رقم 01: يوضح الإمكانيات السياحية في الجزائر

المقومات	طبيعية	بشرية و التاريخية	المالية والخدمية
3-9 التطور	- مساحة شاسعة تقدر بـ 2831741 كلم <sup>2</sup> .	- 06 مصنفات تاريخية	- شبكة نقل بري بطول 128306 كم.
	- شريط ساحلي بطول 1600 كلم.	- العديد من المعالم الأثرية.	- 53 مطاراً جويّاً. و13 ميناءً بحريّاً.
	- 07 حظائر وطنية.	- 07 متاحف وطنية.	- 1184 فندقاً بطاقة استيعابية 92737 سريراً
	- تنوع تضاريسي ومناخي.	- صناعات تقليدية متنوعة.	- 29 بنكاً ومؤسسة مالية على المستوى الوطني.
- 202 حمام معدني.			

السياحي في الجزائر



## دور الأفلام التسجيلية الفرنسية في التسويق السياحي للوجهة الجزائرية دراسة سيميولوجية لحالة الفيلم التسجيلي الفرنسي "Un été en Algérie"

في تقرير "المنتدى الاقتصادي العالمي" لعام 2007، وفي الباب المخصص للسياحة صُنِّفَت الجزائر في المرتبة الـ 93 من مجموع 124 دولة شملها التقرير، أين اعتبر معدو التقرير الذي ساهمت فيه عديد الهيئات المتخصصة ومكاتب الدراسات العالمية، فضلا عن المنظمة العالمية السياحية، أنّ العديد من المؤشرات تجعل من الجزائر إحدى أسوأ الوجهات السياحية رغم المقدرات الكبيرة التي تتمتع بها.

وركّز التقرير السنوي الذي صاغه خبراء تحت إشراف رئيس المنتدى كلاوس شواب على 13 مؤشراً، 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 في التصنيف نجد سياسة القوانين والتشريعات والضبط المعتمدة، محيط الضبط والسلامة، الأمن والصحة والنظافة والأولوية التي تمنح للأسفار والسياحة، وهياكل النقل الجوي، وهياكل ومنشآت السياحة والقدرة التنافسية في صناعة الأسفار والسياحة ومدى توفر الموارد البشرية المكوّنة. (العبروي، 2008، 243).

فالجزائر تزخر بثرواتٍ طبيعية تُرشحها لتكون مقصدًا سياحيًا جاذبًا، يمتاز بثراثٍ تاريخي وثقافي وحضاري متفرد، إلا أنه غير مستغل، لعدة أسباب، أهمها العنف الذي شهدته الجزائر منذ بداية التسعينات، والذي دفع بجهود إصلاح قطاع السياحة نحو الهاوية، رغم الإمكانيات الهائلة التي يمتاز بها المنتج السياحي الجزائري والصحراوي منه تحديدًا، ففي صيف عام 2003 مثلاً جرى اختطاف 32 سائحًا أوروبيًا على يد الجماعات المسلحة التي كانت تنشط في الجنوب الجزائري، ونتيجةً لذلك، تمّ وقف تدفق السياح الأجانب إلى المنطقة بقرارات سيادية من دولهم، إضافةً إلى التخلّي عن المسلك الذي يعبر صحراء الجزائر الكبرى في رالي باريس منتصف التسعينيات، كما شهدت الآثار التاريخية في المناطق الجنوبية حالات سرقة ونهبٍ واسعة على أيدي عصابات محليةٍ وسياحٍ أوروبيين في مناطق بعيدة عن رقابة الأمن، ففي مهرجان السياحة الصحراوي الأول المنعقد في مدينة تمنراست مثلاً، تمّ القبض على خمسة سياح ألمان في متحف الطاسيلي الوطني، استطاعوا سرقة أكثر من مئة قطعة أثرية نادرة تعود إلى الإنسان الأول. (غرايبي، 2012، 183).

وحسب التقرير المشار إليه آنفًا، والذي يمكن الإطلاع عليه من الموقع الإلكتروني للمنتدى الاقتصادي العالمي "دافوس"، فإنّ الجزائر تحتل المرتبة 93 من مجموع 124 دولةً سياحية، أين حصلت الجزائر في مجال القدرة التنافسية في قطاع الأسفار والسياحة على 3.67 نقطة من 7، وجاءت متخلفة عن جميع الدول المغاربية، أين جاءت موريتانيا 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 عالميًا للمرة العشرين على التوالي كأحسن وجهة وصناعة سياحية في العالم بـ 6,55 من 7. فالجزائر لا تستفيد من "كعكة السياحة" كما سمّاها تقرير المنتدى، والتي تقدر قيمتها السوقية بـ 10.3 بالمائة من الناتج المحلي الخام العالمي، مع قدرة القطاع على تشغيل أكثر من 234 مليون فرد، أي ما نسبته 8.2 بالمائة من مناصب الشغل في العالم، مع مداخيل بـ 800 مليار دولار في السنة، أمّا بالنسبة للجزائر فإنّ آخر تقدير للعائدات المئآتية من السياحة فتقدر بـ 178 مليون دولار فقط، فيما بلغ عدد الأشخاص الأجانب الذين دخلوا الجزائر حوالي 1.44 مليون شخص فقط. (العبري، 2008، 143).



إنّ تقييم الهيئة الدولية دافوس، يُبيّن لنا بأن هناك نقائص عديدة تجعل من الجزائر وجهةً غير سياحية أبداً، وفي الجدول التالي الذي أعده الباحث بناءً على أرقام تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي، نحاول تبيان المراتب المتأخرة التي احتلتها الجزائر في مؤشرات الفعل السياحي المختلفة، بوضع النقطة المتحصل عليها لكل معيار من 7، وما يقابلها على الترتيب العالمي. وفي قراءة متأنية للمشهد السياحي الجزائري، ومحاولة تفكيك أسباب تخلفه الكبير، مقارنةً بدول أخرى أقل جذباً سياحياً ولا تتمتع بنفس مقومات الجزائر التي تقع على البحر المتوسط وتتمتع منه بحصة 1600 كلم، والذي تشير التوقعات أنه سيصبح الوجهة السياحية الأولى في العالم نهاية 2030، مع أكثر من 400 مليون سائح للمتوسط، إلا أنّ الجزائر تبدو غير مدركة لضخامة هذه الأرقام كثيراً وأهميتها. وهوسبب غضابي لضرورة استغلال كل الأدوات التسويقية الترويجية المتاحة للتعريف بالوجهة السياحية الجزائرية للمتلقى الأجنبي، ومن ضمنها الأفلام التسجيلية ذات الطبيعة السياحية.

### 10. توظيف الأفلام التلفزيونية و السينمائية في الترويج للوجهات السياحية:

تشير الباحثة رحمني لبي إلى أن دراسات السياحة السينمائية تطوّرت بشكل كبير منذ أوائل سنة 2000، والمعتمدة على إجراء البحوث الكمية والنوعية على حدّ سواء، كأن تجرى دراسة مسحية للسياح الذين يقصدون موقعا معينا للتعرف على أسباب زيارتهم له، وما إذا كانت زيارتهم تلك مدفوعة في المقام الأول بمشاهدة فيلم أو برنامج تلفزيوني حوله، أو أنها جاءت صدفة أو إجراء دراسات حول الزيارات السياحية قبل وبعد إصدار برنامج تلفزيوني أو فيلم ما حول وجهة معيّنة. وهناك العديد من الأمثلة على الوجهات السياحية التي تتأثر بكونها موضوعاً تصويرياً للأفلام والمسلسلات التلفزيونية، فقد وجد الباحثون في كثير من الأحيان أن المسلسل التلفزيوني أو الفيلم يمكن أن يزيد من نسب وصول السياح إلى الوجهة المصورة، ولكن نادرا ما حددت الدراسات الأسباب وراء ذلك بدقة، على سبيل المثال، كان تأثير تصوير ثلاثية "سيد الخواتم"، *The Lord of the Rings* لبيتر جاكسون على السياحة في نيوزيلندا إيجابياً، كما حوّل تصوير *AMC's The Walking Dead* العديد من المدن الصغيرة في جورجيا بالولايات المتحدة الأمريكية، إلى وجهات سياحية غالباً ما تمت زيارتها بسبب التعرض للمضمون الفيلمي المذكور (54. *Depken, Globan, 2020*)، والسبب في ذلك دون شك هو صورة الوجهة السياحية التي ركّز الفيلم أو البرنامج التلفزيوني على تسويقها بأعلى حلّة.

فصورة الوجهة هي عنصر رئيسي في عملية صنع القرار لدى السياح، وبالتالي، عنصراً رئيسياً في إدارة وجهة مستدامة، وتؤثر الصورة على الأسواق المرتقبة من خلال بناء الوعي بالمكان وجماله وتوافر الإمكانيات السياحية فيه وتقييمه. لقد أشارت الأبحاث والأدبيات في مجال التسويق السياحي للوجهة، في الجزء الخاص بعملية بناء الصور، إلى دور وسائل الإعلام (بما فيها الأفلام التسجيلية ذات الطبيعة السياحية) في صنع قرار السائح بالتوجه للوجهة السياحية المقصودة، وقد تم توظيف وسائل الإعلام التقليدية ذات الشعبية الكبيرة بشكل جيد، كشكل من أشكال تطوير الصورة والتسويق السياحي لهذه الوجهات.

### 11. تطبيق نموذجي: دراسة حالة تسويق مقومات الجزائر السياحية بفيلم صيف في الجزائر *Un été en Algérie* :

أ- بطاقة تقنية عن الفيلم

• مدة الفيلم: 90 دقيقة (ساعة ونصف)

• عنوان الفيلم *Un été en Algérie*

• بلد الإنتاج: فرنسا

• نوع الفيلم: ملوّن



دور الأفلام التسجيلية الفرنسية في التسويق السياحي للوجهة الجزائرية  
دراسة سيميولوجية لحالة الفيلم التسجيلي الفرنسي *Un été en Algérie*

- تاريخ الإنتاج: 2016
- تاريخ الإصدار: 08 أكتوبر 2016
- المخرج: *Laurent Lichtenstein*
- إشراف: *Yann Streff*
- المنتج المنفذ: *Alain Goury*
- مدير الإنتاج: *Carin Brusin*
- النسخة التلفزيونية: عرض أول وحصري لبرنامج *France5*، على قناة *France5*
- المادة الوثائقية: *David Bensaid*
- التعليق الصوتي: *Raphael de Casabianc*
- شركة الإنتاج: *BO Travail* (فرنسا)
- الممولون: مجمع *France3* *France Télévision*
- المساعدات اللوجيستية: شركة إيغل أزور للطيران، سفارة الجزائر في فرنسا.

ب- فكرة الفيلم:

جاءت فكرة فيلم صيف في الجزائر التسجيلي السياحي الفرنسي للإجابة عن سؤال بسيط: ماذا لو ذهبنا في عطلة صيفية بسيطة إلى الجزائر، وبعيدا عن أجواء الفنادق أو القرى السياحية.. ماهي الأنشطة "الشعبية" التي يمكن لمواطن فرنسي أو غربي عادي القيام بها، من أجل اكتشاف البلد بعيدا عن البروتوكولات المخصصة للأجانب وبعيدا عن الأنشطة السياحية التقليدية المكررة؟

لتأتي محاولة الإجابة على هذا التساؤل من خلال هذا الفيلم التسجيلي ضمن سلسلة مكونة من عدة أفلام تسجيلية سياحية أخرى، قررت شركة بو ترافاي بالشراكة مع القناة التلفزيونية العمومية الفرنسية الثالثة إنجازها وعرضها من خلال برنامج *échappées belles* السياحي الفرنسي الموضوعاتي الشهير، والذي خصّص سلسلة وثائقيات موسمه الجديد للأنشطة الاجتماعية السياحية المعبرة عن التراثين المادي واللامادي للدول ذات الطابع السياحي. خاصةً تلك التي لا تلقى أنشطتها السياحية الشعبية حضوراً كبيراً في الفعلين السياحي والتوثيقي، ومن بينها الوجهة الجزائرية.

حيث خصصت الشركتان المنفذتان ميزانية معتبرة قدرها نصف مليون أورو لهذا الفيلم التسجيلي، حسب ما أوردته المعلومات التي وضعها المعلق رفائيل دي لاكازا على حسابه على موقع التواصل الاجتماعي تويتر، وذلك من أجل السفر والقدوم إلى الجزائر مع المخرج لوروان ليشنستاين وفريقه التقني من أجل رصد الفعل السياحي واكتشاف أماكن وأنشطة سياحية محلية، انطلاقاً من الجزائر العاصمة وإلى غاية مدينة تلمسان على الحدود الغربية مع المغرب.

فكرة هذا الفيلم التسجيلي، تتلخص في كونه فقد جاء ليرسم صورة الجزائر السياحية، بعيدا عن الأساليب التقليدية لتناول هكذا وجهات، من خلال اعتماده على الفنانة ماليا سعدي للتعرف أكثر على الجزائر انطلاقاً من الجزائر العاصمة وصولاً إلى أقصى حدودها الغربية، من خلال الجمع بين مميزات الأفلام التسجيلية وخصائص التحقيقات والريپورتاجات والمزج بينهما، وإعطاء أكبر قدر ممكن من المعلومات حول حاضر الجزائر السياحي وماضيها، وقد بدأ تصوير هذا الفيلم التسجيلي في صيف سنة 2016، بعد جولة طويلة من الإجراءات الإدارية المعقدة، ودام التصوير ستة أسابيع، شمل سبع ولايات سياحية، وذات تاريخ عريق، مع تركيز كبير على الفعل الثقافي ذو البعد السياحي، مثل الطعام واللباس والعادات وطرق الاحتفال بالأعراس، والحفلات الموسيقية وتربية النحل والخروج قليلاً عن الأفلام التسجيلية السياحية التقليدية في فرنسا.

ج- قراءة تعيينية وتضمينية لبعض المقاطع المختارة من فيلم "صيف في الجزائر" حسب مقارنة بارث السيميولوجية:



من المهم بمكمن في البداية قبل البدء في القراءتين التعيينية والتضمينية للمقاطع المختارة، الإشارة إلى بضع نقاط أساسية، الأولى والأهم أنّ "المعيار" الذي تمّ على أساسه اختيار المقاطع محل التحليل هو مدى ملائمة كل مقطع لأهداف لدراسة وقدرته على الإجابة عن تساؤلاتها، أين اختار الباحث كل مقطع من المقاطع التالية بشكل قصدي، باعتبارها تتوافر على بضعة شروط محورية أهمها أنّها تعبر عنصورة الجزائر السياحية من وجهة نظر تسجيلية فرنسية وكذا وجود جانب ترويجي تسويقي مباشر أو غير مباشر للمقومات السياحية الجزائرية والتي تمّ تقديمها تسجيلياً، أما النقطة الثانية التي نؤ التنبؤ لها، وهي اسقاطنا لعنصر التقطيع التقني لسببين اثنين، الأول أم وظيفته تذكيرية بحتة أكثر منها تحليلية، كونه يعيد كتابة المشهد الفيلمي في شكل جدول يضم محتوى اللقطة محل التحليل من حيث الصوت والصورة، أما السبب الثاني فهو أن أهم النقاط التي يتم التركيز عليها في الجداول التقنية من مدد اللقطات وحجمها، ونوع حركات الكاميرا فيها وزوايا التصوير ومحتوى هذه اللقطات هو نفسه محتوى المستوى التعييني من المقاربة البارثية التي تصف محتوى المقطع محل التحليل تعينياً، بالإضافة إلى ضيق الساحة المتاحة لنا في قالب المجلة، وفيما يلي المقاطع التي اخترناها من حالة دراستنا هذه ممثلة في فيلم "صيف في الجزائر" التسجيلي.

### 1-أ التحليل التعييني للمقطع الأول: لقاء الراوي مع دليله السياحي وجولة سياحية بالعاصمة:

بعد مقدمة مختصرة من فريق العمل، لحصوا للمشاهدين من خلالها أهم ما ينتظرهم في هذا الفيلم التسجيلي، والتي تعتبر حركة تليفزيونية بامتياز، يعمد من خلالها المركّبون على تقديم نبذة أو لمحة مقتضبة للمشاهدين عن المادة الفيلمية التسجيلية التي تنتظرهم.

أين بدأ جينيريك البرنامج الذي عرض ضمنه الفيلم التسجيلي ومدته خمس ثوانٍ بصورٍ مأخوذة من الفيلم، ليبدأ بعدها الفيلم التسجيلي بمشهد افتتاحي من قلب الجزائر العاصمة، وإذا كان الملخص الذي دام دقيقتين كاملتين مبرراً جداً بالنظر إلى الخلفية التقنية التي أتى منها المخرج باعتباره اشتغل لعشرين عاماً في مجال التركيب ويعرف جيداً قيمة هذا الملخص بالنسبة لمشاهدي التلفزيون الملولين بطبعهم.

يبدأ الفيلم بعد الجينيريك بدايته الحقيقية مع مشهد افتتاحي بسيط في الدقيقة 2.08 (وهو ما يهمننا في تحليلنا هذا)، أين يظهر الراوي في لقطة مقربة وهو يسير في ميناء سيدي فرج التاريخي، يرتدي قميصاً صيفياً بلون أخضر كاسي، ويلف عنقه بشال على الطريقة الباريسية، ويحمل على كتفه حقيبة ظهر شبه عسكرية تستعمل للتخييم ويضع نظارات شمسية سوداء، تقابله مجموعة من المباني التاريخية التي تركها الاستعمار الفرنسي على أقصى يمين الإطار، وتظهر فيها الأجواء صيفية، والسماء زرقاءً والجو حارٌّ تقريباً، ترافقها موسيقى تصويرية محلية ذات طابع شعبي، مع تعليق مختصر ومكثف من الراوي (الذي يظهر بنفسه في المشهد).

تتبعها سلسلة لقطات قريبة ومتوسطة متسارعة ومختلفة حول مظاهر الحياة اليومية في العاصمة: رجالٌ ونساء، شخوص ذوي بشرة بيضاء مع ذوي بشرة سمراء، سيدة كهلة محجبة مع شابات غير محجبات، ومقاهٍ مختلطة ومزدحمة، وكلها جاءت بلقطات حكاية.

لنتنقل الكاميرا بعدها إلى مقهى مبني على الطريقة الفرنسية (terrasse) يضع طاوولاته ذات اللون الأزرق في فناء خارجي، وتظهر لنا الطاومات الخلفية محتلة من قبل شباب منهمك في الترتة من خلال لقطة متوسطة، أما في مقدمة الفناء فتجلس شابة غير محجبة في ثلاثينياتها، يُعرفها الراوي الذي يصل إليها ويجدها بانتظاره ويسلم عليها، على أنّها "ماليا سعدي"



## دور الأفلام التسجيلية الفرنسية في التسويق السياحي للوجهة الجزائرية دراسة سيميولوجية لحالة الفيلم التسجيلي الفرنسي "Un été en Algérie"

وأنها ستكون دليله السياحي، وبأنها مغنية فن شعبي بتوزيع مُجدد وتعيش بين الجزائر وباريس وبأنها من أوائل الإناث اللائي اقتحن فن الشعبي الذي كان (حسبها) فناً محتكراً من الرجال لعقود طويلة.

ومن خلال لقطة قريبة تُصور الراوي والدليل إلى ما أسفل كتفهما، يظهر لنا خلفهما جدار يحمل يافطة مدون عليه عبارة "tantonville" وهو أحد أقدم وأعرق المقاهي الباريسية في الجزائر، والذي يعود إلى زمن الكولون ومازال قائماً إلى اليوم.

لتبدأ الكاميرا بعدها في عرض سلسلة من أهم معالم العاصمة السياحية المنتقاة بعناية شديدة، فنرى مسجد كتشاوة التاريخي، والمسرح الوطني محيي الدين بشطارزي، مبنى البريد المركزي وسلسلة بنايات من العهد الاستعماري في منطقة الجزائر الوسطى الشهيرة، مع تكفل الدليل السياحي ماليا سعدي بالحديث عن تاريخ المدينة والحضارات التي توالت عليها بشيء من التفصيل والشاعرية ضمن الوظائف التقليدية للأفلام التسجيلية، ثم يتحدث المعلق والدليل مع بعض فناني الشارع من الهواة ويُظهرون إبداعهم ومصادر إلهامهم من خلال لقطات قريبة في مجملها، ليختتم المقطع عبر سلسلة مشاهد قصيرة للثنائي (المعلق والدليل) من مبنى الأوراسي الشهير وسط العاصمة، مع إطلالة عكس غطسية للبحر ومنظراً واسعاً للجزائر العاصمة في شكل لقطة عامة.

وعلى الرغم من قصر مدة هذا المشهد الافتتاحي، إلا أنه أعطى للمشاهدين فكرةً بيّنةً عن المسار الذي سيتخذه هذا الفيلم التسجيلي، وحمل في نفس الوقت بضع رسائل تضمينية مهمة تفصل فيها في التحليل التضميني أدناه.

### 1- ب. المستوى التضميني للمقطع الأول ممثلاً في المشهد الافتتاحي:

يبدأ هذا المقطع بلقطة قصيرة ولكنها ذات دلالة حاسمة، ففريق العمل الذي وصل إلى الجزائر يتقدمهم المعلق الذي بدأ مشهده الافتتاحي من ميناء سيدي فرج التاريخي الذي دخل منه الفرنسيون إلى الجزائر للمرة الأولى مستعمرين إياها، وهو الاختيار الذي لم يكن اعتباطياً أبداً، فاختيار نفس الميناء الذي دخل منه الفرنسيون منذ قرنين من الزمن تقريباً، ليبدأ بعدها بالحديث عن مهمته التسجيلية وتظهر من خلفه مدينة الجزائر كخلفية له، وقد يكون الهدف الدلالي من اختيار هذا الموقع هو القول بأن مخرج العمل عاد "فائحاً" للجزائر أو غازياً لها لإعادة اكتشافها (سياحياً على الأقل) كما حاول أسلافه من قبله غزوها (بشكل استيطاني).

كما أن اختيار أحد أقدم المقاهي في العاصمة وأول مقهى فرنسي تم افتتاحه في الجزائر يُعيد احتلالها قد يكون تذكيراً بأن بعضاً من أجمل السلوكات السياحية (على بساطتها) مثل ساحات المقاهي (les terrasses) وبعض أجمل مناطق العاصمة هي في الحقيقة إرث فرنسي بامتياز، وهو الشيء الذي ينطبق أيضاً على مبنى البريد المركزي ومسرح محيي الدين بشطارزي الوطني. ومنطقة الجزائر الوسطى ككل وفي ذلك رسالةً ضمنية بأن الإرث السياحي العاصمي (في جانبه العمراني) هو في الحقيقة إرث تشكّل بفضل الفرنسيين وما كان ليكون لولا الزمن الطويل الذي أمضوه في الجزائر، وفي ذلك محاولة غير مباشرة للتذكير بالرواية الفرنسية حول "محاسن" استيطان الجزائر وأفضال الفرنسيين.

لقد أعطى التنوع البشري الكبير الذي أظهرته اللقطات التي اعتمدها المخرج انطباعاً إيجابياً حول التنوع وتقبل الآخر واحترامه عند الجزائريين، ومحاولةً لكسر صورة ذهنية نمطية عن الجزائريين بأنهم لا يتقبلون بعضهم البعض من بوابة الجهوية والعنصرية والإقصاء وبالتالي لا يمكن لهم تقبل الأجانب (السياح في حالتنا هذه)، أين قام المخرج بكسر هذه القاعدة، فرأيناه يتعمد تصوير أكبر قدر ممكن من التنوع البشري في العاصمة، فرأينا رجالاً قعوداً مع نساء، ورأينا فتيات محجبات مع أخريات غير محجبات، وأشخاصاً ذوي بشرة بيضاء مع سمر وغيرها.





لقد بدأ هذا المقطع بلقطة مقربة للمعلق وحركة "دوللي - إن" له أثناء دخوله الجزائر وهو يسير بثقة على رصيف ميناء سيدي فرج التاريخي، وتأتي حركة الكاميرا هذه مع اللقطة المقربة غالباً لإعطاء إجماعاً بالقوة وبالرغبة في الإقدام والتعبير عن الذات أو على الأقل التعرّف عليها وعلى "الآخر" ممثلاً في الجزائر السياحية في حالتنا هذه، وهي كلها نقاطاً صبّت في خانة رغبة المعلق ومن ورائه فريق العمل التسجيلي الفرنسي ككل في "اقتحام" الجزائر السياحية غير المعروفة ومشاركة قصتها ومعالمها وعاداتها وتقاليدها وتراثها المادي واللامادي المتنوع مع مئات آلاف المشاهدين الذين يُحتمل أن يصبحوا سياحاً في وقت لاحق.

ومع الكلمة التي ألقتهما الدليل مالياً سعدي لضيفها، واعترافها بأن الجزائر العاصمة وجهة غير معروفة رغم ثرائها السياحي والعمراني والتاريخي الكبير إلا أن عدم اقتناع المعلق (ولو بشكل عرضي) بما تقوله كان فيه تمهيد غير مباشر لفريق العمل للقيام بعملية تعريف الجزائر السياحية للفرنسيين والغربيين وتقديم قصتها رغم كل العقبات والنقائص، وهي عوامل جاءت لدعم فكرة أراد صنّاع العمل توصيلها وهي أن للجزائر السياحية قصصاً غير مروية، ويجب قصّها من خلال الاختلاط المباشر بسكانتها المحلية، واختبار عاداتهم وتقاليدهم وأساليب حيواتهم بعيداً عن أجواء الفنادق والسياحة التقليدية خاصة خلال فصل الصيف، وهو الهدف الأساسي من هذا العمل التسجيلي أي سياحة الجزائر صيفاً بعيداً عن رفاة الفنادق.

كما لا يفوتنا تشريح وتحليل أسلوب الخطاب الألسني الذي اعتمده الراوي (الذي يظهر بوجهه في هذا العمل على عكس الرواة التقليديين في الأفلام التسجيلية)، والذي غلب عليه شكلان من طبقات الصوت التي لا تكون اعتبارية أبداً في هذا النوع من الأفلام، طبقة أولى رزينة وقوية، دلالة على الثقة بالنفس والجرأة والرغبة في استكشاف الجزائر السياحية التي يهاجمها كثيرٌ من السياح الأجانب بسبب إرهابات العشرية السوداء والأفكار النمطية المأخوذة عن الجزائريين وعن رداءة الخدمات السياحية المقدمة، أما الشكل الثاني من طبقات صوت الراوي فجاء رخيماً راكراً فيه كثيرٌ من الإعجاب بما رآه ومحاولته لأن يكون موضوعياً ومرتحياً ومستمتعا بعطلته الصيفية في الجزائر، عبر سعيه للاقترب أكثر منها بعيداً عن كل الأفكار النمطية المسبقة، والرغبة في عيش لحظة يصعب أن تُنسى بعد حين، وأن يكون عفويًا مباشرًا دافئًا ومستعدًا لخوض هذه التجربة ويستطيع نقلها بأمانة للمتابعين.

## 2-أ. المستوى التعييني للمقطع الثاني: التراث المادي واللامادي لحي القصبة السياحي

بدأ هذا المقطع في الدقيقة 14 و28 ثا، مع وصول الراوي ودليله مالياً إلى حي القصبة العتيق، حيث يبدو الجو مشمساً حاراً باعتبار أن الهدف الأول من هذا الفيلم التسجيلي كان اختبار أنشطة سياحية جزائرية خلال فصل الصيف، حيث ومن خلال حركة عكس غطسية وبلقطة كبيرة وبموسيقى تصويرية مرافقة تحمل طابع الشعبي الذي ظهر لأول مرة في هذا الحي العثماني تعطي لنا الشابة مالياً معلومات حول تاريخ الحي مع لقطات مقربة لتفاصيل الحي العتيق العمراني والسكانية، ليدخل بعدها الثنائي إلى أحد القصور العتيقة ويتناولان مع صاحبة البيت تفاصيل القصر العمرانية والتاريخية وتسرد لنا مضيفتهم بضع قصص عن البيت وأهله، وهي المقابلة التي استمرت ثلاث دقائق وعشر ثواني تقريباً من وقت الدخول إلى غاية الخروج من سطح القصر نحو سطوح القصبة التي تبدو بعضها في حالة جيدة ومُرَمَّة وكثير منها يبدو متهاكاً متصدعاً، ليخرج الثنائي بعدها ويتعرف الجمهور من خلالهما على بعض الأنشطة الحرفية التي تُعبّر عن ثراء الحي، سواءً ناقش الخشب خالد ميحوط أو الفنان التشكيلي أرسلان وانتهاه بأصدقاء أرسلان الموسيقيون الهواة الذين يعزفون موسيقى الشعبي في الهواء، مع تنويه الراوي إلى حالة الخراب التي طالت هذا الحي الذي يعود تاريخه إلى 450 سنة وتعبيره عن أسفه لضياح هذا الإرث، لينتهي المقطع محل التحليل



## دور الأفلام التسجيلية الفرنسية في التسويق السياحي للوجهة الجزائرية دراسة سيميولوجية لحالة الفيلم التسجيلي الفرنسي *Un été en Algérie*

بمشهدٍ ليلي في جلسة موسيقية تحييها الدليل السياحي نفسها ماليا سعدي مع والدها الموسيقيّ في جلسة حميمة وبلقطات مقربة تُظهر سعادة ورضا الحاضرين.

### 2- ب. المستوى التضميني للمقطع الثاني: مميزات حي القصة السياحية

إذا كان هذا المقطع من أكثر المقاطع المباشرة التي ابتعد فيها المخرج عن الرسائل الضمنية، وفضل الارتكاز على الوظيفة التقليدية للأفلام التسجيلية وهي تسجيل الوقائع والأحداث كما هي وتقديم المعلومات المكثفة، فإنّه في نفس الوقت يعدّ أحد أكثر المقاطع التي عبّرت عن التراثين المادي واللامادي للجزائر السياحية، خاصة في منطقة العاصمة وبشكل أدق بحَيّ القصة السياحي العتيق، وهي العناصر المادية واللامادية التي تعتبر عامل جذب ممتاز للسياح الغربيين، خاصةً ممن قد يكونون مهتمين بمكثدا نوعٍ من الأنشطة التقليدية (*activités artisanales*) سواءً طريقة بناء القصور العتيقة وإعادة ترميمها أو الديكورات الداخلية التي غلبت عليها الصواني النحاسية والأفرشة التقليدية، أو من خلال نقش الخشب على الطريقة التقليدية وبشكل يدويّ حرفي، وانتهاءً بموسيقى الشعبي التي تعدّ أحد أعظم أشكال التراث اللامادي الذي قدمه هذا الحي للجزائر ووصل صدها إلى العالم بأسره.

لقد تمّ تركيب هذا المقطع خلال مرحلة المونتاج في شكل "روتين يومي" الذي يعد علامة تسجيلية وثائقية بامتياز للحياة اليومية، بحيث بدأ في الصباح الباكر وانتهى مع مغيب الشمس، أين وضع المخرج المشاهدين في نفس موقف فريق العمل وأخذهم في جولة سياحية في العاصمة واقترح عليهم برنامجا سياحيا "تسويقيا" غنيا لمن قد يكونون مهتمين بمكثدا أنشطة، وقد دعمتها كثيراً الموسيقى التصويرية المحلية المرفقة وكانت مناسبة للتعبير عن ثراء المنطقة، خاصة مع اللقطات المتوسطة الموظفة بكثرة وزوايا تصوير العكس غطسية العديدة.

### 3- أ. المستوى التعيني للمقطع الثالث: صورة مدينة تيبازة السياحية

يبدأ هذا المقطع القصير نسبياً، عند لحظة التقاء الراوي مع دليله السياحي التالي في مدينة تيبازة السياحية، ممثلاً في ساعي بريد بشوش، يرتدي زياً مهنيًا ويضع قبعة على رأسه بلقطة نصف عامة، وفي اللقطة المقربة التالية نميز الثنائي وهما يمشیان نحو أطراف المدينة، وتحديداً إلى زاوية هادئة ومُطلّة على البحر ويبدو أنّها بعيدة عن الوسط الحضري، وفي الخلفية جَوّ مشمس ربيعي بأشجار الجاكراندا المورقة، مع حركة تنقل للكاميرا تسيّر من خلفهما وهما يتقدمان، لتنتهي هذه اللقطة باكتشاف المعلق لمشهدٍ مهيب لجبل صخري ينتهي سفحه بشاطئٍ مميز وبعيد عن الأنظار، ثمّ ويسلسل لقطاتٍ قصيرة عامة ونصف عامة وموسيقى تصويرية هادئة نرى هذا الشاطئ الصخري من زوايا متعددة ولمناظر مختلفة، وتتميّز بعض الأنشطة السياحية الصيفية المرافقة: شبابٌ يقوم بالغطس من الصخور، وآخرون يقومون برياضة التجديف بقوارب صغيرة، وشيخٌ يقوم بالصيد التقليدي بصنارته وهو يرتدي قبعة من القش، وأخيراً عائلة تحاول أن تجد لها موطناً قدم بالقرب من الشاطئ لتجزية بعض الوقت معاً والاستحمام.

في اللقطة التالية، ينتقل الثنائي إلى منطقة فريسكو الرومانية في نفس المنطقة، والتي تضم بعضاً من أجمل الآثار وأقدمها في منطقة شمال إفريقيا، حيث يشرح الساعي لصيفه مختلف الآثار التي يرونها أمامهم، ابتداءً من الأسواق والميناء وصولاً إلى الحمامات والمسرح، وفي هذه المنطقة يقابلون الفنان التشكيلي عمي جلول الذي يقوم بالنحت على الخشب وجوهاً أفريقية ورومانية مقابلة خفيفة ويشرح فنه ويفسر خلفيته بشغف كبير، ونرى بعضاً من تحفه وأعماله الفنية، وذلك بحركات كاميرا ثابتة



وزوايا تصوير عامة ولقطات نصف مقربة، ثم وبسلسلة لقطات عامة وصمت مطبق للراوي يقوم المخرج بمسح المنطقة الرومانية لتبيازة كاملة بلقطات عامة ونصف عامة ومن الأرض ومن السماء، فتميّز البحر والميناء والقصور والسياح، لينتقلوا في ختام المقطع إلى منطقة الحمدانية الغابية بتبيازة المشهورة بالسياحة الجبلية.

### 3- ب المستوى التضميني للمقطع الثالث:

لقد جاء هذا المقطع القصير الهادئ غنيًا ومكثفًا وخدم بشكلٍ مباشر الهدف التسويقي من هذا الفيلم التسجيلي السياحي، حيث تعرفت فيه المشاهدون على مدينة تبيازة السياحية وأهم الأنشطة السياحية الصيفية الممكن القيام بها، بدايةً من شواطئها الصخرية النادرة في حوض البحر المتوسط، والخصوصية العالية التي تمنحها لزوارها ممن يتجنبون الاكتظاظ أو كثرة الزوار، ثم الآثار الرومانية المميزة التي تهم محبي السياحة التاريخية الأثرية والتي تشير إلى تواجد روماني مميز على موقع استراتيجي مرتفع يجمع بين البحر والمرتفعات الصخرية والغابات الكثيفة، مع تنويعنا إلى كون حركة الدخول بالكاميرا إلى هذا الموقع التي ميزناها بدايةً على طريق أشجار الجاكراندا تشير سيميائياً عادةً إلى التشويق والرغبة في استرعاء انتباه المشاهدين نحو كشفٍ كبير ومميز، وأيضاً الأنشطة السياحية الصيفية التقليدية من غطس وتجديف وصيد تقليدي، كما خصص هذا المقطع حيزاً لا بأس به للسياحة الطبيعية مع الباحث الذي يسعى لدراسة الغطاء النباتي للمنطقة، وأيضاً السياحة الإيكولوجية ورياضة الغطس من خلال الفريق الذي غطس في أعماق بحر تبيازة، وصولاً إلى الفنون الجميلة من عزف الموسيقى إلى النحت على الخشب والتشكيل.

يُحسب لهذا المقطع القصير والمكثف الخاص بالسياحة الصيفية في تبيازة، أنه وبالرغم من غياب أي رسائل خفية أو مستترة أنه جاء مباشراً ومتجهاً قسراً نحو التحقيق الهدف المشهدي، من خلال إبراز أجمل مناطق تبيازة السياحية وتسويقها، والاقتراب من الساكنة المحلية البسيطة، وتقديم حيواتهم، وأيضاً التعريف بمجموعة من الحرفيين والهواة ومحبي الطبيعة ممن قد يكونون فاعلين محتملين في الفعل السياحي الصيفي، وفي نفس الوقت قد يمنحون أفكاراً للمشاهدين الذين قد يكون لهم اهتمام بزيارة المنطقة أو التعرف عليها، ويبدو أن المخرج سعى لإذكاء حماس المتلقين، خاصةً مع اللقطات المتنوعة والمختلفة التي عرضها لنفس المكان من زوايا متعددة والتي هدف من خلالها لإحاطة المشاهدين بكل الجوانب وإعطائهم صورةً متكاملة عن المكان، وأيضاً بفضل الموسيقى التصويرية المميزة التي عوّضت فترات الراوي صمت الطويلة.

### 4- أ المستوى التضميني للمقطع الرابع: تلمسان وجهة سياحية مجهولة

ينتهي هذا الفيلم بأخر مقطع وآخر ولاية سياحية يزورها فريق العمل، وهي أيضاً آخر ولاية على الشريط الساحلي السياحي الجزائري، حيث يبدأ هذا المقطع بمجموعة لقطات حكائية دون تعليق من الراوي تتراوح بين القرية والمتوسطة وعددها أحد عشر، ترافقها موسيقى تصويرية أندلسية التي تشتهر بها ولاية تلمسان، ونشاهد في هذه اللقطات شوارع وسط مدينة تلمسان خلال الفترة الصباحية وتحديدًا سوقها المحلي الذي ينتهي بمقهى يُزَيّن جداره زخارف أندلسية إسلامية محلية، ليلج بعدها الراوي إلى محل لصناعة الملابس النسائية التقليدية الخاصة بالأفراح والعرائس، ونتعرف معه على رداء "الشدة" الذي ترتديه العرائس وتتابع معه مراحل تصنيعه كاملة، لتتبع بعدها إلى العروس التي سترتدي هذا الثوب، وتتابع معها ومع عائلتها تحضيرات عرسها، ونرى عادات وتقاليد التلمسانيين أثناء مناسباتهم العائلية، فنرى فرقة رحابة تقليدية مكونة من بضعة شباب يرتدون ملابس زرقاء بنقشات تقليدية، ثم انطلاق مراسيم الزفاف والطعام التقليدي والموسيقى المحلية وانتهاءً بمراسيم الزّف التي يقوم بها أهل العريس وكلّ ذلك باعتماد زوايا تصوير عادية ولقطات مقربة في مجملها.



دور الأفلام التسجيلية الفرنسية في التسويق السياحي للوجهة الجزائرية  
دراسة سيميولوجية لحالة الفيلم التسجيلي الفرنسي *Un été en Algérie*

4-ب المستوى التضميني للمقطع الرابع:

قد يكون المستوى التضميني لهذا المقطع أعلاه من أقصر المقاطع التضمينية في هذه الدراسة، سعى المخرج فيه لأن يحافظ على منهجه التسجيلي التسويقي، عبر توثيقه الفيلمي ليوم كامل من الصباح إلى غاية الساعات الأخيرة من الليل، حيث رصد المخرج من خلال المقطع الأخير من هذا الفيلم عادات وتقاليد منطقة تلمسان السياحية، وهي العادات التي تعدّ من عوامل الجذب السياحي الهامة، فحاول المخرج تعريفنا على المدينة وأسواقها، وكذا على الملابس التقليدية والحلويات المحلية وطريقة زفّ العرائس والموسيقى المحلية المرافقة لمراسيم الزواج، وسمح المخرج للمشاهدين بالمشاركة في هذا اليوم المميز عبر نقله اليوم الأخير من التحضيرات، وقد حقّق من خلال هذا المقطع هدفين اثنين، هدفٌ أول لتعريف المشاهدين بهذا الإرث التاريخي المهم غير المعروف كثيراً عند المتلقين الغربيين وتوثيقه وحفظه، وهو الحفظ الذي يُعدّ من الوظائف الأساسية لأي عمل فيلمي تسجيلي، والثاني كان بنيةً تقديم وبناء صورة ذهنية حقيقية عن التراث المادي واللامادي لمنطقة تلمسان الجزائرية السياحية وتشجيع المشاهدين على التعرف أكثر على المنطقة ولما لا القدوم إليها واختبار السياحة فيها صيفاً.

لقد ابتعد المخرج في هذا المقطع عن أي تورية أو رسائل ضمنية (عكس ما فعله في المقاطع الأولى من هذا العمل التسجيلي)، وفضّل التعريف بالثراء غير المحدود لمنطقة تلمسان، عمرانياً، موسيقياً، وأيضاً اجتماعياً.

وإذا كان هذا المقطع قد سعى لتقديم وتوثيق التراث المادي واللامادي للمنطقة خاصة في مجال العمارة، والسلوكيات الاجتماعية أثناء المناسبات العائلية من طعام وملابس وموسيقى وعمارة، فإنه يُحسب عليه تقديم بعض المظاهر التي قد لا تكون بالضرورة معبرة عن المجتمع التلمساني المحلي، مثل الاختلاط بين الجنسين، وكثرة التبرج وغياب أي سيدة محجبة وتلخيص المنطقة في التراث والتقاليد وعدم تقديم حاضر هذه المدينة وتطورها وانفتاحها على الآخر بحكم قربها من ثلاثة دول هي المغرب وفرنسا وإسبانيا والتأثير القوي لحضارة هذه الدول (خاصة المغرب) على أبناء المنطقة.

وفي ختام القراءتين التضمينية والتضمينية، لا بأس من التنويه إلى أن الأفلام التسجيلية في مجملها لا تمنح مجالاً واسعاً لفريق العمل لوع دلالات تضمينية إيجابية، على اعتبار أن مهمة الكاميرا التسجيلية هي نقل الواقع كما هو دون تزييف أو تحريف أو تضمين رسائل مبطنّة تعاكس أو تجاهبه ما ترصده الكاميرا في شكلها الخام على أرض الواقع أو تبالغ في تضخيمها أو التقليل منها.

11. قراءة تقنية/فنية لنتائج تحليل مقاطع فيلم صيف في الجزائر:

يمكن تلخيص أهم النقاط الفنية والتقنية المستخرجة من التحليل السيميولوجي لمفردة البحث ممثلة في فيلم "صيف في الجزائر" التسجيلي السياحي الفرنسي، في النقاط الآتية، (وهي للإشارة قراءة تعتمد على مؤشرات واضحة تتقاطع في بعض منها مع مؤشرات تحليل المحتوى مثل العنوان والأساليب الإقناعية وغيرها، والتي اعتمدنا عليها لتقديم قراءة سيميولوجية أعمق وأغنى):

- من حيث الصورة الفيلمية: جنح هذا الفيلم التسجيلي نحو تقديم المناطق السياحية الجزائرية الأهم من خلال رحلة سياحية ذات طابع شعبي أو قليل الميزانية، رفع من خلالها فريق العمل الكلفة، وانتقلوا من سياحة الفنادق والمنتجعات إلى "سياحة الأنشطة اليومية" التي تقتني الحياة اليومية من تجوّل في الأسواق الشعبية إلى حضور الأعراس وتناول طعامٍ تقليديّ محليّ ورؤية الحياة اليومية صيفاً كما هي، على طول عدة أسابيع وفي أكثر من مدينة سياحية جزائرية، بغية تقديم صورة فيلمية بصرية تسجيلية واقعية شاملة عن الفعل السياحي بالجزائر صيفاً بعيداً عن تصنيفات الهيئات الدولية وأرقامها المخيبة عن الفندقية وظروف



الاستقبال، وقد اعتمد المخرج لوران ليفشتاين في ذلك تصويراً مُقرباً ووظف لقطات متوسطة ومقربة في مجملها، والتي تشير سمائياً إلى الألفة والقرب والحميمية، مع اعتماد مقاطع فيلمية متسارعة وقصيرة لتحقيق أكبر استفادة ممكنة من الحيز الزمني التلفزيوني الثمين الممنوح له، ومسح أكبر قدر ممكن من الأفعال السياحية الممكن تجريبها صيفاً في الجزائر، وقد نجح المخرج في ذلك، بشكل يشير سيمولوجياً إلى الحيوية وحب الحياة والإقبال عليها والتي قد تكون السياحة أحد أهم أوجه هذا الإقبال على الحياة، وقدم المخرج في مُنتجه النهائي صورةً فيلميةً طيبةً عن الجزائر السياحية، لكنه لم يتأخر في نفس الوقت عن ضم مجموعة قليلة من الإحالات التضمينية السلبية عن الجزائر الحالية في فيلمه، والنقائص العديدة التي تعرفها الجزائر والتي تجعلها متأخرة كثيراً في المضمار السياحي، مع حرصه على ربط عديد العناصر السياحية الإيجابية مع الإرث الاستعماري الفرنسي الطويل للجزائر بشكل ضمني غالباً، خاصةً في المقاطع الأولى من فيلمه.

وقد جاءت صورة الجزائر السياحية في هذا الفيلم قائمةً على المقاطع الفيلمية المتسارعة والمشبعة بالتفاصيل والمعلومات حول المناطق السياحية التي زارها الفيلم وفريق إنتاجه، وعلى الرغم من أنّ هذا الفيلم مرّ ببعض المناطق السياحية المهمة مروراً سريعاً رغم أهميتها الكبرى وهو ما قد يحسب عليه، إلا أنه ومن حيث بناء الصور الذهنية التسويقية، فقد نجح هذا الفيلم في تقديم صورة ذهنية إيجابية للوجهة السياحية الجزائرية، عبر إظهار مناطق وأنشطة مميزة، يندر وجودها في أماكن أخرى من جهة، وعن الفرد الجزائري في حد ذاته بشكلٍ مُساعد في كسر الصور النمطية عن الجزائر في أذهان السياح الغربيين.

**أما من حيث العنوان،** فقد وُفق صُنّاع الفيلم كثيراً في هذا الشق، من خلال تركيزهم على الفكرة الأساسية التي يرمون لتقديمها، أين عبّر عنوان الفيلم "صيف في الجزائر" بشكلٍ ممتاز عن هدف الفيلم وهو قضاء وقت طيب في الجزائر السياحية بطريقة غير متكلفة والتسويق لها، فما العناوين بالمحصلة سوى عرضٌ مقتضبٌ ودقيق عن فكرة الفيلم التسجيلي كما سبق وأن نوهنا.

**من حيث اللقطات وزوايا التصوير:** اعتمد المخرج أنواعاً متباينةً مختلفةً من اللقطات، ارتكزت أساساً على اللقطات المتوسطة والمقربة التي تتماشى مع طبيعة الفيلم وأهدافه الفنية السياحية الكبرى، مع محاولة التنوع بين القطات السردية التي تساعد في نقل تجارب حياتية واجتماعية للشخصيات المشاركة بطريقة فنية وقادرة على التعبير عن الأمكنة وتقديم صور عامة عنها بالإضافة إلى بعض اللقطات الكبيرة والعامة التي وظفها المخرج لضرورات فنية بحتة، وإن كانت أغلب اللقطات قد أعطت انطباعاً بوجود إعجاب كبير من المخرج بالمواقع والأنشطة السياحية الجزائرية، إلا أنه كان هناك قلة اهتمام ببعض المواقع والأنشطة الصيفية والمواسم عليها سريعاً كما أشرنا سابقاً.

ولم يعتمد المخرج مشاهد طويلة أو متتالية في نفس الفضاءات المكانية، بحيث لا تعود كاميرا المخرج إلى نفس الموقع أكثر من مرة وتغوص في كل مرة فيه أكثر بالتوازي مع مواقع أخرى أو شخصيات أخرى أو أنشطة سياحية صيفية أخرى، حتى لا يشعر المتابع بالملل أو يفقد حماسه، مع إعطاء المشاهد وقته الكافي للتعرف على كل نشاط أو مكان أو شخصية بما يخدم الفكرة التسويقية والوجهة السياحية الصيفية الجزائرية وبناء صورتها الذهنية عند المشاهد الفرنسي والغربي عموماً وإقناعه بها.

لقد أتاح هذا الفيلم التسجيلي السياحي اهتماماً عميقاً بالأنظمة الحياتية المرتبطة بالفعل السياحي الصيفي الجزائري بشكل متعددٍ تعدد المناطق الجغرافية التي غطّاها الفيلم، الموجودة في الجزائر، وربط كثيراً من الأنشطة السياحية المسوّق لها بالنظام الحياتي والمعيشي للشخصيات التي قام الفيلم بمتابعتها ومرافقتها.



## دور الأفلام التسجيلية الفرنسية في التسويق السياحي للوجهة الجزائرية دراسة سيميولوجية لحالة الفيلم التسجيلي الفرنسي Un été en Algérie

كما رفض هذا الفيلم التسجيلي السياحي الصور الخاطئة والمنمطة عن الجزائر ووجهتها السياحية خاصة خلال الفترة الصيفية التي كانت موضوع الفيلم الأساسي، وحاول تقديم صورة فيلمية تسويقية طيبة وصحيحة وجديدة، ومن زاوية مختلفة عما هو سائد أو منمط في ذهن المشاهد الفرنسي، وهذه المحاولات الحميدة لتقديم الجزائر بعيداً عما هو معروف عنها في السينما الفرنسية (الروائية منها على الأقل) هو جهد محمود ساعد في إبرازه طبيعة السينما التسجيلية التي لا تخضع للأحكام المسبقة كما هو الشأن في السينما الروائية مثلاً.

**أما من حيث المعلومات والمصادر**، فقد حرص هذا الفيلم التسجيلي شأنه شأن أي وثائقي على تقديم معلومات هامة ومفيدة عن الوجهة السياحية الجزائرية صيفاً، بطرق تنوّعت بين الطريقة المباشرة وغير المباشرة، لعل أهمها اعتماده على الشهادات الشخصية ومعلومات الدليل السياحي الذي لعبته كل شخصية من الشخصيات التي رافقها الراوي رافائيل دي كازيانكا، بالإضافة طبعاً لمعلومات فريق التوثيق والإعداد، وأيضاً حسب ما يحكيه كل موقع، وكل منطقة جغرافية وآثارها مثل حي لقصبه وقصوره، وعادات وتقاليد كل مدينة سواء العاصمة أو تلمسان، وإيراد المخرج معلومات حول التاريخ المرتبط بهذه العادات سواء كانت أعراساً أو طعماً أو طوبوعاً موسيقية.

**أما من حيث الأساليب الإقناعية**، فقد حاول هذا الفيلم التسجيلي السياحي الفرنسي أن يزاوج بين الأسلوبين العقلي والعاطفي للإقناع بالوجهة السياحية الجزائرية خلال موسم الصيف والتعريف بها، وحاول الموازنة بينهما، وهي الأساليب التي تولاهم الراوي وقدمها بالتزامن مع المشاهد الفيلمية التي يتناولها الفيلم، مع تسجيلنا أفضلية للأساليب العاطفية بفضل التجارب الشخصية والنماذج البشرية المتنوعة والغنية والإنسانية التي ظهرت في هذا الفيلم التسجيلي.

وعن الخطاب المستعمل في هذا العمل، فقد كان خطاباً إيجابياً في مجمله عن الوجهة السياحية الجزائرية من وجهة النظر الفرنسية، وهذه الإيجابية يتقاسمها هذا الفيلم التسجيلي السياحي مع الفيلمين السابقين، ونلمس هذا الخطاب على مستويين اثنين: مستوى أول ألسني وثنان بصري، مع تسجيل خطابات بصرية جاءت بشكل تلمحي به بعض التوريات التي تُفهم من السياق المشهدي، خاصة تلك التي تتناول حالة الإهمال التي طالت معالم الجزائريين وعاداتهم وتقاليدهم وتراثهم المادي وغير المادي.

**أما من حيث الألوان المستعملة**، فتتوزع على نوعين اثنين، ألوان ترابية حيادية مثل البرتقالي المائل إلى الذهبي، البني الغامق والرمادي والأزرق الغامق، والتي كانت حاضرة بقوة، خاصة في تلك المقاطع التي تصور موقع القصبه السياحي، وكذا في المشاهد الخاصة بالآثار التاريخية والمتاحف المفتوحة على الهواء في تيبازة وتلمسان، أما النوع الثاني من الألوان فكان من نصيب الألوان الفاتحة وتحديداً الأزرق الفاتح والأخضر الفاتح، مع حضور كبير للون الأبيض وباقي الألوان الفاتحة، والتي حضرت في مشاهد البحر والسموات الصافية، والمساحات الغابية والفضاءات السياحية والترفيهية المفتوحة.

**من حيث الفضاءات المكانية**: فقد تمّ تقديم مشاهد الفيلم ضمن مجموعة من المجالات والفضاءات الخارجية والداخلية، أما الخارجية فضمّت مجالات طبيعية كمزارع تربية النحل في تيبازة والبحار والشواطئ بالعاصمة، ومجالات حضرية كالمباني والشوارع والأسواق والموانئ والقصور وعديد المعالم الأثرية، ومرّد هذا التنوع الشديد كان من أجل تقديم صورة مفصلة وشاملة عن وجهة الجزائر السياحية الصيفية وإمكاناتها عبر بناء صورة ذهنية متكاملة تمسّ أغلب المواقع السياحية الجزائرية. ومن حيث المونتاج: لقد جاء الفيلم محل التحليل معتمداً على المونتاج الخطي، وهو المونتاج الذي يقوم على تحاشي التداخل المشهدي،



واعتماد التسلسل القصصي، بحيث تمّ تقديم لقطات ومشاهد مكانية من خلال جولة تقودها شخصية لها علاقة بالأنشطة السياحية المحتملة وتلعب دور الدليل السياحي ترصد الفضاء السياحي في حالته الطبيعية باعتماد تأطير جمالي ووصف شاعري نصف سردي.

### 13. أهم النتائج المتوصل إليها:

لقد توصل الباحث إلى عدة نتائج، أهمها أنّ هذا الفيلم التسجيلي التسويقي الفرنسي سوّق 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 نسبياً، رغم تسجيلنا بعض المبالغات التي قد يندرج تحت إطار "الضرورات الفنية" التي يُحتمها أي فعل ترويجي تسويقي.

- إنّ الأفلام التسجيلية السياحية، وفي سبيلها للوصول إلى الجيل الجديد من السياح المفترضين، وفي إطار التسويق للوجهة الجزائرية بشكل مناسب للجيل الجديد من المتلقين، فقد قدم مخرج الفيلم مقومات الجزائر السياحية بشكل مكثف وقصير زمنياً، ضمن قالب قابل للعرض على منصات العرض الرقمية التي لا مكان فيها للمحتوى التقليدي والطويل والممل، من خلال تقديم عرض سياحي تسويقي سياحي غني ومُصور بطريقة جذابة من ناحية المحتوى، أما من ناحية الشكل فجاء العمل بكثيرة من الحركة والألوان بشكل يثير اهتمام المتلقين المتفرجين من الجيل الشاب والذي يعد عاملاً بصرياً تسويقياً ممتازاً، خاصة مع المونتاج السريع والموسيقى التصويرية المستعملة والتي ساعدت في إعطاء مزيد من الجذب والقابلية للمشاهدة.

- إنّ الصورة التسويقية التي ظهرت بها الجزائر سياحياً في فيلم صيف في الجزائر التسجيلي الفرنسي حاولت أن تكون معبرة عن مقومات الجزائر السياحية في شكلها البسيط اليومي (في شقها الاجتماعي) وكذا الطبيعي، مع تسجيلنا بعض المبالغات الفنية التي جاءت 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 ما يعتبر عاملاً تسويقياً إيجابياً لصورة 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 سياحياً على أنها بلد مسالم يضم تنوعاً في المرافق وتوفراً للأماكن 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 التسويقي" 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 لامادياً كبيراً للجزائر، سواءً في الطعام أو اللباس التقليدي أو الطبوع الموسيقية المتنوعة التي يمكن للسائح الغربي أن يكون مهتماً بها، والتي سعى الفيلم للتسويق لها.

- عبر الفيلم عن قيم التسامح والتفتح وتقبل الآخر، فقد روّج هذا الفيلم التسجيلي لقيم إيجابية وصفات حميدة، تُعتبر في كثير من الأحيان معياراً أساسياً للسائح الغربي قبيل اختيار وجهته، وفي هذا الصدد هناك الكثير مما يقال، على اعتبار أنه في كل



دور الأفلام التسجيلية الفرنسية في التسويق السياحي للوجهة الجزائرية  
دراسة سيميولوجية لحالة الفيلم التسجيلي الفرنسي Un été en Algérie

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 مجددا إشكالية الصدق التوثيقي.

**14. خاتمة:**

لقد قدّم هذا الفيلم التسجيلي صورةً فيلمية تسويقية طيبة في مجملها عن المقدرات السياحية الجزائرية خلال فصل الصيف على الأقل، بعيدا عن بروتوكولات الفنادق والرحلات المنظمة، وفضّل مخرج فيلم "صيف في الجزائر" التركيز على أنشطة عفوية ذات طابع اجتماعي غير رسمي، سمحت للمخرج ومن ورائه المشاهدين بالتقرّب أكثر من عقلية الجزائريين والتعرف عليهم وعلى عاداتهم وكيفية تعاطيهم مع الآخر (الذي قد يكون لاحقا سائحا)، وذلك عبر رؤية سينمائية تسجيلية فرنسية موضوعية في مجملها، ساعدت في بناء صورة ذهنية مقبولة عن الجزائر السياحية صيفاً والتسويق لها وللمقومات الطبيعية الكبيرة التي تزخر بها الجزائر.

وقد قدّم المخرج رؤيته التسجيلية التسويقية السياحية هذه من خلال محتوى ثريّ بالألوان والموسيقى التصويرية المحلية، وكثافة المعلومات والتفاصيل والشخصيات الفاعلة، والتي كانت بمثابة الوسيط والدليل في التعريف بالنشاط السياحي الجزائري والتعبير عن توع تراث البلد، باستخدام تعليق صوتي مميز ومشاهد فيلمية متتالية سعت في مجملها لتحسين صورة الجزائر السياحية الصيفية والتسويق لها والتعريف بها لدى المتلقي الفرنسي والغربي عموماً.

**15- قائمة المصادر والمراجع :**

**أ- الكتب باللغة العربية :**

1. أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
2. جليلة حسن حسنين: اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الاسكندرية، مصر، 2003.
3. جورج خليف ونبال ثوابتة: الفيلم الوثائقي: دليل مقترح، منشورات مركز تطوير الإعلام لجامعة بيرزيت، بيرزيت، 2014.
4. حسن أبو حشيش وطلعت عيسى: الصحافة الاستقصائية، مطبوعات كلية الآداب، جامعة الإسلامية، غزة، 2018.
5. خليف مصطفى غرابية: السياحة الصحراوية، تنمية الصحراء في الوطن العربي، المركز العربي للبحوث ودراسة السياسات، الدوحة، 2012.
6. زيد منير سلمان عبوري: الإقتصاد السياحي، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
7. فؤاد بن غضبان: السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
8. لؤي الزعي: الأفلام الوثائقية، منشورات الجامعة السورية الافتراضية، وزارة التعليم العالي السورية، دمشق، 2016.
9. محمد نبيل جامع، البحوث النوعية ودراسة الحالة، منشورات الاسكندرية، 2019.
10. مصطفى يوسف كافي: أخلاقيات صناعة السياحة والضيافة، مكتبة المجتمع العربي للنشر، عمان، 2013.
11. منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للطباعة والنشر، عمان، 2014.

**ب- الأطاريح والرسائل:**

12. ابراهيم خليل ابراهيم بظاظو: تطوير المواقع السياحية في الأردن وتسويقها باستخدام نظام المعلومات الجغرافي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الجغرافيا، كلية الدراسات العليا بالجامعة الأردنية، عمان، 2006.





13. فؤاد حاج عبد القادر: أهمية المزيج التسويقي في ترقية الخدمات السياحية دراسة حالة على فندق الزياتيين بتلمسان، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، 2010.

ج - المقالات العلمية المحكمة:

14. عبيدة صبيطي: دور وسائل الاعلام والاتصال في تنمية السياحة الصحراوية بالجزائر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 1، شهر مارس 2012، جامعة بسكرة، الجزائر، 2012.
15. 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

د- المراجع باللغات الأجنبية:

16. Andrew Goodwin, Garry Whannel: *Understanding Television*, ed Routledge, London, 2006.
17. Maurice Angers: *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*, Casbah édition Alger, 1997.
18. Silberberg, T: *Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites*. *Tourism Management*, 1995.