

دور وسائل الاعلام والاتصال الحديثة في تثمين التراث الثقافي السياحي
- الجزائر أنموذجا -

- The role of modern media and communication in valuing the cultural heritage
of tourism -Algeria as a model -

موراد أحداد¹

¹ مخبر البحث في اللغات والاتصال والتكنولوجيات الحديثة، جامعة الجزائر 3، ahaddad.mourad@univ-alger3.dz

<p>الملخص: تهدف هذه الدراسة إلى أهمية ودور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في مجال تثمين وحماية التراث وترقية السياحة والترويج لها، وهذا الدور لا يقتصر فقط على وسيلة بعينها، بل على كل الوسائل والتطبيقات المتعلقة بها من مواقع التواصل الاجتماعي، وغيرها من التقنيات المستعملة في التسويق السياحي الإلكتروني. وقد توصلت الدراسة، إلى أن مسألة تثمين وحماية التراث وترقية السياحة والترويج لها في الجزائر عبر وسائل الاعلام والاتصال الحديثة لازالت محدودة لمشاكل عديدة تعترض طريقها من أبرزها غياب تطبيقات ومواقع الكترونية تروج لمختلف المقومات السياحية للجزائر، غياب دور الاعلام كأحد الآليات الهامة في تسويق مقومات وجهة الجزائر السياحية.</p>	<p>معلومات المقال</p> <p>تاريخ الارسال: 2021/11/26</p> <p>تاريخ القبول: 2020/02/03</p> <p>الكلمات المفتاحية:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ تراث ثقافي ✓ تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة ✓ تسويق سياحي إلكتروني ✓ الجزائر
<p>Abstract : <i>This study aims to highlight the importance and role of modern information and communication technologies in the field of heritage valuation and protection, and the promotion and promotion of tourism, and this role is not limited to a specific medium, but also to all the means and applications related to it from social networking sites and other technologies used in electronic tourism marketing.</i> <i>The study concluded that the issue of valuing and protecting heritage and promoting tourism and promoting it in Algeria through modern media and communication is still limited due to the presence of many problems facing its way, the most prominent of which is the absence of applications and websites that promote the various tourism potentials of Algeria, The absence of the role of the media as one of the important mechanisms in marketing the components of the tourist destination of Algeria.</i></p>	<p>Article info</p> <p>Received</p> <p>Accepted</p> <p>Keywords:</p> <p>Keyword:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ cultural heritage ✓ modern information and communication technologies ✓ electronic tourism marketing ✓ Alger

المؤلف المرسل: موراد أحداد

مقدمة:

يعد كل من التراث والثقافة والسياحة من المقومات الأساسية التي تقوم عليها العديد من البلدان، بصفتها الهوية التي تمثل البلد وتعبر عن هويته، وتساهم في جذب الآخرين إليه، والجزائر من البلدان الغنية بالتراث الثقافي (المادي واللامادي)، الذي يعبر عن حضارتها وتاريخها، وهو ما يوجب الاهتمام به والسعي إلى المحافظة عليه، واستغلاله كعامل جذب للسياحة، باعتباره عنصرا مهما في هذا المجال، وقد أصبح عاملا مهما في تحقيق التنمية المستدامة، من جلب للعملة الصعبة والمساهمة في الناتج العام للدولة، كما يساهم في تحسين الحياة الاجتماعية كتوفير العديد من فرص الشغل.

إن التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال جاءت اليوم كإضافة مهمة لتحافظ اليوم على التراث الثقافي، مساهمة في الترويج له، وهنا يأتي دور التسويق السياحي ليكون أيضا معبرا عن ذلك التراث، من خلال إبراز أهميته واستغلال ما يعرف اليوم بالإعلام المتخصص كآلية ناجعة وجب الاهتمام بها من طرف القائمين على القطاع الثقافي والسياحي.

وأمام هذا العالم المفتوح المتصارع اقتصاديا، أصبحت السياحة وبدرجة كبيرة إحدى المجالات الحيوية التي تراهن عليها الدول في بناء وتنمية اقتصادها، ولاستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح تعمل العديد من دول العالم على الاهتمام بوسائل الاتصال والإعلام الحديثة بحكم أهميتها في عملية التسويق والترويج، كون هذه الوسائل تلعب دورا كبيرا لا يستهان به في مجال ترميم وحماية التراث وترقية السياحة، وهذا الدور لا يقتصر فقط على وسيلة بعينها، بل على كل الوسائل والتطبيقات المتعلقة بها من مواقع التواصل الاجتماعي إلى تطبيقات GPS لتحديد المواقع، وتطبيقات حجز جوازات السفر والفنادق، وتطبيقات تحويل الأموال EX CURRENCY، وأيضا مواقع تقييم التجارب السياحية مثل: TRIP ADVISOR , AIR BNB , AGODA وغيرها من التطبيقات الالكترونية التي تستخدم في مجال السياحة والسفر. مما سبق، فإن إشكالية هذه الدراسة تحاول الإجابة على التساؤل الآتي:

ما هو الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام والاتصال الحديثة في ترميم التراث الثقافي السياحي والتسويق له؟

ضمن هذه الإشكالية، تدرج التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ماهي المقومات والمؤشرات الثقافية السياحية التي تتوفر عليها الجزائر من أجل صناعة سياحية تخدم الاقتصاد الوطني؟
- 2- ما هو واقع الاعلام السياحي في الجزائر؟ وما دوره في ترميم التراث والسياحة الجزائرية؟
- 3- فيما تتجلى جهود الدولة الجزائرية في تنمية قطاع السياحة؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في:

- كونها تعالج إحدى أهم الآليات الفعالة في ترقية التراث والسياحة، والمتمثلة في استخدام التكنولوجيا الحديثة في العمل الترقوي والترويجي.
- إبراز أهمية الاعلام السياحي ودوره في خلق صورة إيجابية حول صورة الوجهة السياحية للبلد.
- توضيح طبيعة العلاقة بين السياحة والاعلام.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية التراث الثقافي في تنمية السياحة، مع تبيان دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال بمختلف تقنياتها في ترقية السياحة الثقافية بمكوناتها المادية وغير مادية.

الدراسات السابقة

من خلال البحث حول الدراسات السابقة التي عاجلت إشكالية الاعلام ودوره في ترقية السياحة الثقافية والتراث، وجدنا مجموعة الدراسات والمقالات العلمية التي حاولت تسليط الضوء على هذا الموضوع، إلا أن الدراسة التي كانت تصب في موضوع مقالنا بشكل كبير، فهي كالاتي: دراسة الباحثة نسيمه جميل، والمعونة بـ "السياحة الثقافية وتثمين التراث" رسالة ماجستير، جامعة وهران، كلية العلوم الاجتماعية، علوم الاعلام والاتصال، 2009-2010، حيث تناولت هذه الدراسة الإشكالية التالية: كيف صارت توظف البرامج الخاصة في التلفزيون الجزائري للمساهمة في السياحة الثقافية وتثمين التراث؟

حاولت الباحثة من خلال هذه الإشكالية إبراز وسائل الإعلام ومساهمتها في تنمية السياحة الثقافية والتراث، من خلال تطورها إلى معالجة وتحليل برنامج "مرحبا" الذي يبثه التلفزيون الجزائري محاولة في ذلك إلقاء نظرة عن كيفية تجسيد التلفزيون الجزائري لصورة التراث والسياحة والثقافة عبر ربوع الوطن من خلال تمرير رسالة إعلامية ذات طابع سياحي ثقافي. اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي مستعملة في ذلك تقنية تحليل المضمون، ومن بين النتائج التي توصلت إليها نذكر منها:

- محتوى حصّة "مرحبا" يتناول معظمها الجوانب السياحية والمعلومات عن التراث والثقافة، وهذا بهدف تسريع عجلة السياحة الثقافية وتثمين التراث.
- المجالات التي تطرق إليها البرنامج تتمثل في المعالم الأثرية بدرجة كبيرة.
- ترقية المنتج السياحي في الجزائر لا يزال غائبا وغير معروف، وأن الصناعة السياحية لازالت ضعيفة.
- وبمقارنة هذه الدراسة بدراستنا، فإن دراستنا تحاول تسليط الضوء على دور الاعلام الجديد والمعتمد على التكنولوجيا الحديثة في ترقية وتسويق مقومات السياحة الثقافية لا سيما في وقتنا الحالي وذلك من خلال وجود تطبيقات ومواقع الكترونية متخصصة في هذا المجال، أين أصبح التنافس شديدا بين الدول السياحية في توظيف تكنولوجيا الاعلام والاتصال في التسويق السياحي، بينما تناولت الباحثة دور وسائل الاعلام الكلاسيكية (التلفزيون) كوسيلة إعلامية تساهم في تنمية السياحة الثقافية دون الإشارة إلى دور التكنولوجيا الحديثة في هذا الاطار.

منهجية الدراسة

يندرج هذا المقال ضمن الدراسات الوصفية، حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي في عرض المعطيات المتعلقة بالسياحة والتراث، مع الإشارة إلى علاقة الإعلام بالسياحة وتوضيح الدور الذي يلعبه الاعلام السياحي في الترويج للمقومات السياحية لأية وجهة وأثر ذلك على استقطاب السياح. وهذا من خلال الاعتماد على مجموعة من الدراسات العلمية والكتب التي تناولت موضوع السياحة والاعلام. وترتكز هذه الدراسة على ثلاثة محاور أساسية وهي:

- السياحة الثقافية: المفهوم والدلالات
- إعلام السياحة والتراث
- مقومات السياحة الثقافية في الجزائر واسهامات الدولة في ترقيتها وتثمينها لخدمة الاقتصاد الوطني

1. السياحة الثقافية: المفهوم والدلالات

ترتبط مصادر التراث الثقافي بشكله العام ونطاقاته المتسعة والعريضة بمجالات التنمية السياحية، وتعددت أنماط السياحة المعنية بالتراث الثقافي، أو تلك التي تهدف إلى الإثراء بالقيم الثقافية والمعرفية والتاريخية للتجربة السياحية، والسياحة الثقافية هي نوع من أنواع السياحة، عاملها الأساسي هو وجود تراث ثقافي (مادي وغير مادي)، وقد ازداد اهتمام البلدان التي تزخر بتراث ثقافي بهذا النوع من السياحة نظرا لأثاره الإيجابية على المجتمع وعلى الاقتصاد.

1.1 تعريف السياحة الثقافية:

يتمثل التعريف القانوني للسياحة الثقافية في أنها "كل نشاط استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة والانفعالات من خلال اكتشاف تراث مثل المدن والمعالم التاريخية والحدائق والمباني الدينية أو تراث روحي مثل الحفلات التقليدية والتقاليد الوطنية أو المحلية" (جميل 2009، ص.108).

أما المنظمة العالمية للسياحة، فقد عرفت السياحة الثقافية على أنها: "تنقلات الأشخاص المحفزة بالدوافع الثقافية مثل الدراسات، الدورات الفنية، التنقلات من أجل المشاركة في التظاهرات الثقافية وزيارة المواقع والمعالم الأثرية".

2.1 تعريف التراث:

يعدّ التراث الثقافي من أهم معالم الهوية الحضارية، ويطلق لفظ التراث على كل نتاج الحضارات السابقة التي ورثتها البشرية خلفا عن سلف، فهو بذلك نتاج تجارب الانسان في كل الميادين المادية والمعنوية، ويعتبر الذاكرة الجماعية للشعوب والمترجم للهوية ولتنوع الحضاري للأمم، فهو سجل يحفظ المعطيات التاريخية ويخلد التطور الإنساني لحقب وأزمنة متفاوتة (سعيد 2016، ص.11)، فالمواقع التراثية تمثل إرثا يعكس مسيرة وتطور الحضارة الإنسانية عبر التاريخ، ويعتبر التراث مصدر غير متجدّد ممّا يدعونا إلى الحفاظ على هذا العنصر الثمين والتأكد من أنها تدار بطريقة تظهر التقدير والاحترام لهؤلاء الذين عاشوا قبلنا، وتظهر الحرص والاعتبار للذين سيأتون من بعدنا (الصريرة 2017، ص.41).

كما يعرف التراث على أنه: "ما تركه السلف من الأجداد والآباء والأبناء والأحفاد في مختلف مناحي الحياة وفي شتى مجالاتها وميادينها كالثقافة والتاريخ والآداب والحضارة والفن والصناعة والزراعة العمران والتقاليد والأعراف" (بودهان 2013، ص.13).

فالتراث إذن كما يقول المستشرق الفرنسي جاك بيرك Jaques Berque هو "الماضي يحاور الحاضر عن المستقبل".

3.1 أهمية التراث الثقافي:

يكسب التراث الثقافي بمختلف أنواعه وأصنافه أهمية خاصة وقيمة كبرى في حياة الشعوب والدول، وتتجلى أهميته في العديد من الجوانب الحضارية، الدينية، الاقتصادية وغيرها.

1. من الناحية الحضارية الثقافية: يعتبر التراث مكوّنا أصيلا يتصل بشخصية الأمة، ويعطيها الطابع المميز لها ويعبر عمّا تتمتع به من حيوية وقدرة على حلّ المشاكل الخاصة بالحياة، كما يحدّد مستواها في الذوق والحس الإبداعي، ودرجة تقدمها في العلوم والفنون، وقد دفع ذلك الأمم كافة للاهتمام بهذا التراث وحمايته وقد أصبح التراث حاليا، ونظرا لقيّمته الثقافية والحضارية العالمية تراثا مشتركا للإنسانية جمعاء. كما ينقل التراث معان وقيم ووسائل مختلفة (تاريخية، فنية، جمالية، سياسية، دينية، اجتماعية، روحانية، علمية، طبيعية) تساهم في إعطاء معان لحياة الشعوب (سعيد، ص.36-37).

2. من الناحية الاقتصادية / المادية: يعد التراث إدراك القيمة المادية للأعيان والموروث الثقافي، حيث تكتسب الأعيان الثقافية في الوقت الحالي أهمية اقتصادية متعاظمة، حيث كان وما زال التراث الثقافي من أهمّ عوامل الجذب السياحي، فمنذ القرن التاسع عشر (19) والسياحة الثقافية تزداد بشكل كبير يوما بعد يوم، حتى أصبحت مصدرا اقتصاديا هاما للعديد من الدول، من حيث أنها مصدر لخلق فرص العمل وجذب العملات الصعبة وتطوير البنية التحتية (سعيد، ص.39).

2. إعلام السياحة والتراث

ينظر إلى إعلام السياحة (الإعلام السياحي) في العديد من الدول، على أنه وسيلة مهمة تساهم في تعريف المواطنين بما تملكه وتزخر به بلادهم من مقومات وإمكانات طبيعية وحضارية وتراثية، مما يؤثّق تلاحم المجتمع وترابط أفراده، وتوطيد روح المواطنة لديهم، وينمي اعتزازهم بثقافتهم وهويتهم.

1.2 تعريف الإعلام السياحي:

يعرف الإعلام السياحي على أنه: "مخاطبة الجمهور داخل البلاد وخارجها مخاطبة موضوعية وعقلية باستخدام عوامل الجذب والتشويق في تقديم المنتج السياحي بقصد إقناع الجمهور وإثارة اهتمامه بأهمية السياحة وفوائدها للفرد والدولة، وتشجيعه على التعرف على مقومات السياحة، وذلك بهدف نشر الوعي السياحي بينهم، وحسن معاملة السائحين، ومعاونتهم فيما يحتاجونه" (آل دغيم، 2014، ص.59).

كما يعرف أيضا على أنه: "أحد أشكال الاعلام المتخصص وأنه كافة أوجه النشاط الاتصالية المخططة والمستمرة التي يمارسها إعلاميون متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل وأشكال الاتصال المختلفة وبكافة الأساليب الفنية للإقناع والتأثير من أجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية، ومن أجل اجتذاب أكبر عدد من الأفراد للإقامة بعيدا عن موطن إقامتهم سواء داخل البلاد أو خارجها من ناحية أخرى" (الحري، السهلي، 2015، ص.43).

كما يعرف على أنه: "كافة أوجه النشاطات الاتصالية المخططة والمستمرة التي يمارسها اعلاميون متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل وأشكال الاتصال المختلفة وبكافة الأساليب الفنية للإقناع والتأثير من أجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية ومن أجل جذب أكبر عدد من الأفراد للإقامة بعيدا عن موطن اقامتهم سواء داخل البلاد أو خارجها من ناحية أخرى" (حجاب، 2002، ص:63).

ومن خلال هذه التعاريف نستنتج أن الهدف من الاعلام السياحي هو مخاطبة الجمهور والتأثير عليهم لاختيار الوجهة السياحية وذلك من خلال توفير المعلومات الكافية حول تلك الوجهة وما تزخر بها من مؤهلات سياحية، كما يهدف إلى نشر الثقافة السياحية ونشر الوعي السياحي.

2.2 علاقة الاعلام بالسياحة:

يعتبر الإعلام السياحي الدليل المادي للصناعة السياحية من خلال وظيفته الأساسية وجوهرها هو التعريف بما يحتويه البلد من معالم سياحية سواء كانت طبيعية، ثقافية، أثرية، تاريخية أو أي مظهر آخر أو مجال من مجالات الجذب السياحي وذلك باستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية المتطورة من أفلام وإعلانات قادرة على جذب السياح الأجانب ومواطني البلد، وبالتالي فالإعلام هو محراث حقل السياحة، وهو صفة لازمة ومحورية للصناعة السياحية لما للإعلام من أثر إيجابي في التسويق والترويج السياحي <https://djelfaonline.ahlamontada.net/t453-topic>، ومن خلال هذا، فإنّ العلاقة بين الإعلام والسياحة هي علاقة تبادلية.

3.2 بعض التطبيقات الالكترونية المستخدمة في مجال الترويج السياحي والتراثي:

ونتطرق هنا إلى أبرز المواقع الإلكترونية (المواقع على شبكة الأنترنت) التي يمكن اعتمادها في الترويج السياحي والتراثي وهي كالآتي:

1. **مواقع التواصل الاجتماعي:** تلعب مواقع التواصل الاجتماعية دورا متزايد الأهمية في العديد من جوانب السياحة، لا سيما في البحث عن المعلومات وسلوكيات صنع القرار والترويج السياحي، وأيضا بناء الصورة السياحية الإيجابية، مع التركيز على أفضل الممارسات للتفاعل مع المستهلكين عبر قنوات التواصل الاجتماعي، وتبرز أهمية وسائل الاعلام الاجتماعية في السياحة، عبر استخدامها في نشر المحتوى الموجه للمهتمين بالسياحة، ويختلف هذا المحتوى حسب اختلاف الجمهور واختلاف الأهداف والوجهات والخدمات السياحية، وهنا وجب تكوين إحصائيين لبناء ورسم السياسة السياحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي وكذا معالجتها وتطويرها باستمرار والتفاعل أكثر مع الجمهور سواء السياسة الترويجية السياحية أو السياسة الخدمانية للجماهير السياحية من خدمات واستفسارات... الخ، كما تعتبر الشبكات الاجتماعية بالتأكيد واحدة من أسهل اشكال الترويج والتسويق التي يمكن ان تصل الى الجمهور المستهدف، واستخدام الشبكات الاجتماعية للترويج والتسويق السياحيين من نتائجه توفير الوقت والمال (Krsic,2014.p93)

إن تحقيق عنصر الجودة في الخدمات السياحية والتعريف بالتراث الوطني، لا يمكن ان يكون إلا بالإعتماد على تقنيات الشبكات الاجتماعية ومواقع الويب والمدونات... إلخ، وهذا ما لجأت إليه كل الدول في ظل التسويق السياحي والتراثي في العالم الإلكتروني المفتوح، ويمكن وصف أهمية هذه التقنيات في العناصر التالية:

2. المدونات: تعرف بأنها منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية، والمدونات السياحية هي تلك التي تهتم بكل ما يتعلق بالسياحة، وترتبط أساسا بالمواضيع السياحية فقط، بغض النظر عن وجود مدونات غير سياحية ولكن تحتوي على اخبار سياحية، وتبرز أهمية المدونات في السياحة باعتبارها مصدرا مهما للحصول على معلومات تخص السياحة، بحيث يمكن لهذه المدونات ان تكون فضاء لمعرفة التجارب السياحية من خلال ما ينشر من الافراد وتجاربهم السياحية لمناطق معينة أو خدمات سياحية معينة كجودة السفر و التنقل والأمن على مستوى المناطق السياحية وهو ما يعطي انطبعا لدى الافراد الراغبين في التجربة السياحية، مثلا من خلال قراءة ردود المستخدمين عن تجارب سفرياتهم السياحية يتشكل لدى الفرد انطباع قبلي من شأنه ان يساهم في زيادة الرغبة في السفر والوجهة السياحية أو العكس تماما.

3. RSS ملخص الموقع الوافي: وتعريف مبسط و دقيق فإن "RSS" هي خدمة مجانية موجودة على الأنترنت "المواقع المختلفة، المواقع الإخبارية بدرجة كبيرة، المدونات، المكتبات الإلكترونية... إلخ" تمكن الفرد من الحصول على المعلومات والأخبار، وآخر المستجدات دون الولوج والتوغل في تصفح المواقع كل على حدى، وتفعيل هذه الخدمة لا يكون إلا عن طريق الاشتراك فيها، فنجد دائما دليل على الخدمة وهو ما سيتوضح أكثر في الصورة، وهي تتيح لأصحاب المواقع وناشري الأخبار والمعلومات إيصالها بشكل دوري، وتوجد العديد من خدمات "RSS" على شبكة الانترنت ومثال ذلك: feeddemon, newsgator, rojo, software on the website of google, my yahoo. (Sigala, Marianna, 2007)، ويعتمد على "RSS" في القطاع السياحي كالاتي:

- يعتبر بمثابة المواقع الإخبارية السياحية، التي تمكن من عرض كل الوجهات السياحية، وتعتمده المؤسسات السياحية لضمان وصول سريع وواسع النطاق.
- يعتبر "RSS" بمثابة مكان تجميع المعلومات السياحية، ليم عرضها بشكل كل للجماهير.
- يتميز "RSS" بالتجدد المستمر والإنتشار السريع، وهو ما يمكن اعتماده لمعرفة أحدث الخدمات السياحية والعروض والبرامج والتخفيضات... إلخ.

4.2 مواقع تقييم التجارب السياحية:

تعتبر هذه المواقع بمثابة الواقع الافتراضي الذي يعايشه السائح، وأيضا بمثابة الواقع الذي يجب أن تسيطر عليه المؤسسات السياحية بإختلافها إذا ما أرادت تطوير خدماتها السياحية لتحتل حيزا مكانيا وزمنيا واسعا، ومن أبرز مواقع تقييم التجارب السياحية والخدمات السياحية نذكر:

- **AGODA:** وهو موقع لتقدم الخدمات السياحية، من أماكن إقامة، تذاكر السفر، الصفقات اليومية الخاصة بالمؤسسات السياحية، استئجار السيارات... إلخ، حيث يحتوي الموقع على واجهة تحدد من خلالها إختيارك وفق شروطك، كما يحتوي الموقع على شهادات حية لمسافرين وسواح حول الفنادق والسفر والبلد... إلخ، وعلى المستوى الجزائري فإن الحاجة الملحة لمثل هكذا تطبيق وطني منتشر على الإقليمين الوطني والدولي، يساعد ويشجع الأفراد على الوجهات السياحية، وهو ما يجب أن تبناه وزارة السياحة، إضافة إلى المؤسسات السياحية.

- **AIR BNB:** وهو موقع لحجز واستئجار المساكن، حيث يحتوي الموقع على واجهة تمكنك من التعرف على أماكن الحجز أهم الفنادق والسكنات على المستوى العالمي، ويتميز الموقع بالمصدقية الكبيرة من ناحية الحجز.

- **TRIP ADVISOR:** وهو موقع جد مميز يوفر للسائح كل الحجوزات من أماكن السياحة وحجوزات السفر، الفنادق والمساكن، المطاعم، كراء السيارات، كما يوفر الموقع تقييما لأكثر الوجهات السياحية، وأفضل الرحلات السياحية، ويتيح الموقع

لك إنشاء حساب عليه بحيث تتمكن من نشر تجاربك السياحية والترويج للمناطق السياحية والتراث في البلدان، الموقع جد مميز ومصادقته كبيرة جدا.

3. مقومات السياحة الثقافية في الجزائر وإسهامات الدولة في ترقيتها وتشمينها لخدمة الاقتصاد الوطني

تزخر الجزائر بالعديد من المؤهلات السياحية من شأنها أن تجعل منه بلدا سياحيا بامتياز، وهو ما تسعى إلى تحقيقه الدولة الجزائرية من خلال مخططاتها التنموية الخاصة بهذا القطاع والتي تهدف من خلالها إلى تفعيل مختلف هذه المقومات من خلال العديد من الآليات والوسائل الحديثة لاسيما استخدام التكنولوجيا الحديثة في عملية التسويق. والجزائر غنية بتراثها المادي وغير المادي الذي من شأنه أن يساهم في تعزيز وتطوير السياحة الجزائرية اذا ما استغلت هذه المقومات أحسن استغلال.

1.3 مقومات السياحة الثقافية في الجزائر:

تعدّ الجزائر واحدة من البلدان المتميّزة بغنى وتنوّع موروثها الثقافي، فهي بحق متحف للتراث. ويتميز هذا التراث بأهمية بالغة باعتباره ذاكرة الأمة، حيث تتزايد قيمة الحفاظ عليه واستثماره من خلال الاستفادة من تجارب الأمم والشعوب التي لها السبق في ذلك، والسياحة الثقافية تعدّ في مقدمة هذا الاستثمار.

فالسياحة الثقافية، تعتمد على مكونات التراث بشقيه المادي وغير المادي، فالجزائر تملك من التراث ما يجعلها قبلة سياحية بامتياز إذا ما استغلت هذه الموارد أحسن استغلال.

أ. الإمكانات التاريخية والحضارية للسياحة الثقافية في الجزائر:

إنّ انتماء الجزائر إلى الفضاء الإسلامي والأفريقي والمتوسطي، وتعاقب العديد من الحضارات القديمة عليها جعلها تتميز وتنفرد بمعالم تاريخية وحضارية متنوّعة، من رموز فنية وبنائيات ذات طابع معماري تقليدي معاصر، فالجزائر تزخر بالعديد من المواقع الأثرية والتي تعود أصولها إلى عهد الرومان والعرب والمسلمين، وللتأكيد على الغنى التراثي للجزائر، نذكر مواقعها السبعة المصنفة كتراث ثقافي عالمي من طرف المنظمة الدولية «UNESCO» وهي كالاتي (جميل، ص. 115):

قلعة بني حماد تمّ التصنيف عام 1980، مدينة "جميلة" الأثرية تم التصنيف عام 1982، حظيرة الطاسلي ناجر تم التصنيف عام 1982، مدينة "تيمقاد" الأثرية تم التصنيف عام 1982، مدينة "تيازة" الأثرية تم التصنيف عام 1982، وادي ميزاب تم التصنيف عام 1982، قصبة الجزائر تم التصنيف عام 1992.

كما تعد المتاحف من الموارد التراثية والسياحية الثقافية، فالجزائر تزخر بعدد لا بأس به من المتاحف الأثرية، والتي يبلغ عددها حوالي الثلاثين متحفا (جميل، ص. 122)، تعود أنواعها ورتبتها إلى الحقبة الاستعمارية.

ب. التظاهرات والأحداث الثقافية السياحية:

تعتبر التظاهرات والأحداث السياحية من بين الأعمال الترقية الهامة التي تساهم في التعريف بالتراث الثقافي والحضاري والتاريخي الذي يشكل إحدى العناصر الأساسية للمنتج السياحي، والجزائر بحكم شاسعة مساحتها وتنوع عاداتها وتقاليدها من منطقة إلى أخرى، سمح لها بتنظيم العديد من التظاهرات الثقافية منها الموسمية ومنها السنوية التي أصبحت عادة يتم من خلالها التعريف بالمدن التي تنظمها، وهو ما يسمح باستقطاب السياح سواء من داخل أو خارج الجزائر، ومن بين التظاهرات الثقافية في الجزائر، نذكر على سبيل المثال: - السبوع: تيميمون يتزامن مع الاحتفال بمولد النبوي الشريف، - عيد الزربية: غرداية، - عيد الفخار: تيزي وزو، - السببية: جانت ، - موسم تاغيت: بشار، وغيرها من الأعياد والمهرجانات التي تمثل فرصة سانحة للترويج السياحي وبالتالي وسيلة لجذب السياح.

ت. الصناعات الثقافية المساهمة في السياحة الثقافية بالجزائر:

يشكل قطاع الصناعة التقليدية جزءا مهما في تنمية الاقتصاد الوطني، وذلك من خلال خلق مناصب الشغل، وتحسين المدخيل السياحية وبالخصوص السياحية الثقافية، ويكتسي دور الصناعة التقليدية في ترقية السياحة نفس الأهمية التي تحظى بها السياحة في تنمية الاقتصاد الوطني، وعليه أصبح من الضروري إعطاء المكانة الحقيقية لهذا القطاع وإعادة الاعتبار له. فالجزائر تملك تراثا غنيا ومتنوعا في الصناعة التقليدية، بحيث تملك كل منطقة في الجزائر بصمة ولمسة خاصة تميزها عن المناطق الأخرى، فنجد منها مناطق تتميز بصناعة الفخار والحلي، وأخرى تتميز بصناعة النسيج، الجلود، النحاس وغيرها من المنتجات التقليدية التي تعبر عن عادات وتقاليد ضاربة في عمق هذه المناطق.

2.3 إسهامات الدولة الجزائرية في ترقية وتثمين التراث والسياحة

في حقيقة الأمر مسؤولية ترقية السياحة والحفاظ على المقومات السياحية لاسيما الثقافية منها، ليس بالأمر السهل، لذا فإن السلطات الجزائرية واعية بهذا التحدي، وبهذا الرهان لاسيما مع تزايد المنافسة بين الدول في المجال السياحي بهدف جذب أكبر عدد ممكن من السياح، كما أن مسؤولية الاهتمام بالتراث المادي وغير المادي في الجزائر مسؤولية تتقاسمها وزارتي الثقافة والسياحة. إن مسألة التثمين والتسويق السياحي للتراث الطبيعي والثقافي المادي وغير المادي في الجزائر، ورغم تصنيف العديد منها كمواقع عالمية إلا أنها لا تزال تعاني الإهمال مما جعلها عرضة للتلف على غرار موقع جميلة الأثري بولاية سطيف، تيمقاد بولاية باتنة، القصبة بكل من ولايتي الجزائر العاصمة وبومرداس... الخ، وهو ما يتطلب المزيد من الاهتمام من السلطات المعنية سواء من باب حماية التراث الثقافي أو من باب التسويق له ولمختلف الإمكانيات والمقومات السياحية للجزائر.

فالتسويق لأية وجهة في أي بلد يتطلب استراتيجية تسويقية محكمة تعتمد أساسا على وسائل الاعلام والاتصال خاصة الحديثة منها (الأنترنت)، ومختلف مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الإلكترونية كتنسيق الواقع المعزز والواقع الافتراضي)، ولأنّ اليوم نعيش في عصر التكنولوجيا والسرعة، أصبح من الضروري إذا على السلطات الجزائرية الاهتمام بتكنولوجيا الاتصال أكثر لاسيما مع المنافسة الشديدة في مجال توظيف التكنولوجيا الحديثة في المجال السياحي والتسويق لوجهة الجزائر السياحية عبر مختلف المنصات والتطبيقات. وفي هذا الإطار، ويهدف إعادة بعث القطاع السياحي، عملت الدولة الجزائرية على إعداد خطة عمل لتطوير قطاع السياحة، وهو ما تترجم ضمن المخطط التوجيهي للهيئة السياحية آفاق 2030، والذي يعدّ بمثابة الإطار المرجعي للسياسة السياحية لمختلف الآفاق وتحديد طرق ووسائل تطبيقها لجعل الجزائر بلد استقطاب للسياحة الدولية.

يعتبر هذا المخطط أول عمل يترجم الإرادة الحقيقية للسلطات الجزائرية في جعل السياحة أولوية وطنية في إطار التنمية المستدامة، حيث ركّز على إلزامية الاهتمام بالاتصال والتسويق كأحد الوسائل الفعالة في عملية النشاط الترقوي وهذا بهدف إعادة الاعتبار لصورة الجزائر في الداخل والخارج.

وبالنظر للتطورات الجديدة الحاصلة على المستوى الداخلي والخارجي فيما يخص تنمية السوق السياحية من حيث العرض والطلب السياحي في الجزائر، وتأطير عملية التنمية السياحية، ومن أجل تثبيت المكتسبات وضبط الآفاق، ولتحقيق الأهداف المرجوة لا سيما تثمين وترقية السياحة الجزائرية، أوصى المخطط أعلاه بضرورة الاعتماد على أهم الآليات الناجمة المستعملة عالميا في مجال التسويق والترويج كالمشاركة في مختلف المعارض الدولية المتخصصة في السياحة والأسفار باعتبارها أبرز الفعاليات التي تسمح بعرض كل ما جاءت به المقاصد والشركات السياحية العالمية من منتجات وعروض ومستجدات في مجال التسويق والاتصال (وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، 2008، ص13).

إنّ التطورات السياحية المحلية والدولية، جعل من وزارة السياحة الجزائرية تكثف من نشاطاتها الاتصالية بمفهومها الواسع، نذكر على سبيل المثال:

1. تخصيص مؤسسة مستقلة ممثلة في الديوان الوطني للسياحة تكون تحت وصاية وزارة السياحة واعطائها صلاحية ترقية السياحة الجزائرية على المستويين الوطني والدولي.

2. تكثيف تنظيم الرحلات الاستكشافية لصالح وسائل الإعلام الوطنية والدولية للتعريف بمؤهلات السياحة بالجزائر وآفاقها.
3. العمل على تخصيص أعمال صحفية خاصة تهتم بالسياحة.
4. المشاركة في التظاهرات والمواعيد السياحية العالمية.
5. توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع دعوة تعميمها في مختلف المؤسسات والهيئات السياحية لاسيما منصات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك، التويتر، الأنستغرام).
6. تكوين مختصين في مجال استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال التسويق السياحي.
7. التعامل بصفة منظمة مع الصحافة المحلية والدولية.

ولإبراز الوجهة السياحية والتعريف بها، باشرت السلطات الجزائرية في إطلاق أول قناة تلفزيونية متخصصة في السياحة (قناة شمس TV)، وهذا بهدف الاهتمام أكثر بالإعلام السياحي الذي يعدّ العمود الفقري في عملية التسويق والترويج، والتي تمّ غلقها لاحقا بعد سنتين من النشاط. ويهدف تعزيز العمل التنسيقي وترقية وجهة الجزائر السياحية، وعلى هامش اختتام فعاليات الصالون الدولي للسياحة والأسفار لعام 2018، وقعت كل من وزارتي السياحة والصناعة التقليدية، ووزارة الاتصال بتاريخ 18 أكتوبر 2018 على اتفاقية تعاون لتعزيز الدور الإعلامي في التسويق السياحي، وتم التوقيع على الاتفاقية بين وزيري الاتصال السابق جمال كعوان، ووزير السياحة والصناعة التقليدية السابق عبد القادر بن مسعود.

وفي كلمته سلط وزير الاتصال الضوء بهذه المناسبة على أن "التنسيق بين القطاعين سيمكّن من تنفيذ برامج مشتركة لتشجيع السياحة في الجزائر"، وأضاف: أن "الإعلام الوطني، وخاصة المحطات التلفزيونية والإذاعية، ستعزز السياحة والتعريف بموروث الصناعة التقليدية في بلادنا"، كما أكد جمال كعوان، أن "قطاعه جاهز ليكون جزءاً من ديناميكية قطاع السياحة وسيساهم في الترويج للمنتج السياحي الوطني"، من جانبه، أكد وزير السياحة والصناعة التقليدية السابق عبد القادر بن مسعود على دور وسائل الإعلام في تحقيق أهداف الترويج للوجهة السياحية الجزائرية داخل الوطن وخارجه من أجل "تحسين جاذبية السياحة وقدرتها التنافسية لتحقيق التنمية المستدامة"، كما شدد السيد بن مسعود في ذات السياق على أهمية إشراك وسائل الإعلام في "دعم الترويج للتعريف بكل المؤهلات السياحية المتوفرة وتسييل الضوء على كل الاستثمارات والانجازات التي قامت بها الدولة في إطار بعث النشاط السياحي لجعل الجزائر وجهة سياحية بامتياز في ظل الأمن والسلم اللذين تنعم بهما".

ولأن تهمين التراث وحمايته كما سبق وأن قلنا يمكن اعتبارها مسؤولية مشتركة بين وزارتي السياحة والثقافة، فهذه الأخيرة (وزارة الثقافة) أيضا دور كبير فيما يخص حماية التراث المادي وغير المادي الذي تزخر به الجزائر، وهذا ما يتجلى في مختلف القوانين الصادرة حول حماية التراث الثقافي بالجزائر، كما تعمل وزارة الثقافة الجزائرية على تهمين التراث الثقافي والتسويق له، ونذكر على سبيل المثال اللقاء الدولي الذي نظّمته الوزارة بالتنسيق مع برنامج الاتحاد الأوروبي لدعم التراث الجزائري بتاريخ 02 ديسمبر 2017، بحيث تطرق هذا الملتقى إلى إشكالية تهمين التراث الثقافي من خلال وسائل الإعلام والمعالجة الإعلامية للمسائل الخاصة بالتراث، وفي هذا الملتقى أكد المشاركون أن موضوع التراث سيشكل رهانات الصحافة المتخصصة في التراث ودور الصحافي في ترقية التراث الثقافي محرك التنمية السياحية البديلة.

مما سبق، يمكن القول أن مثل هذه المبادرات، من شأنها أن تسهم في ترقية السياحة عموما والتراث الثقافي خصوصا، فعلى السلطات الجزائرية الاهتمام أكثر بمسائل التراث والسياحة لأنها في الحقيقة هي محرك التنمية الاقتصادية للجزائر والبديل الواعد للاقتصاد.

ورغم كل هذه الجهود إلا أن الصناعة السياحية بشكل عام في الجزائر، والسياحة بشكل خاصة لازالت تعاني من العديد من المشاكل، مما يجعل وجهة الجزائر السياحية بكل مقوماتها الطبيعية، الثقافية، الدينية ضعيفة مقارنة بالتطورات التي يعرفها النشاط السياحي المعاصر، لاسيما في المجال التسويقي والمعتمد على استخدام التكنولوجيا الحديثة في العمل الترويجي، حيث أصبحت الدول السياحية تتنافس على استخدام التطبيقات

الإلكترونية التي توفرها التكنولوجيا في التسويق السياحي. إلا أن الجزائر لازالت بعيدة كل البعد عن توظيف مثل هذه التطبيقات في تسويق وجهتها السياحية مما يزيد من تعطيل ترقية السياحة والتعريف بها عالميا.

4. النتائج والتوصيات

1- النتائج:

- إن الموروث الثقافي في الجزائر متنوع وثرى، ويمكنه أن يحقق تنمية في قطاع السياحة والثقافة.
- إن وسائل الاعلام سواء الكلاسيكية لاسيما السمعية البصرية أو الحديثة (كالتطبيقات الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي) لها دورا كبيرا في التسويق السياحي، ورغم ذلك فإن هذه الوسائل لاتزال في الجزائر غير فعالة ومحدودة الاستخدام.
- أن قناة (شمس TV) المختصة في السياحة والبيئة لم تنل حقتها في الاهتمام من طرف المعنيين بالسياحة والثقافة والاتصال في الجزائر حيث تم غلقها بعد سنتين من النشاط.
- الاعلام قوة لا بد من امتلاكها والاستثمار فيها، فالإعلام القوي يستطيع أن ينهض بقطاعات عديدة وتشكيل توجهات المجتمع والمحافظة على ثقافته وموروثه.
- تعد وسائل الاعلام والاتصال الحديثة كآلية من بين الآليات التي يعتمد عليها في الترويج السياحي الحديث لما لها من قدرة على نقل الموروث الثقافي بالصوت والصورة عبر مختلف التطبيقات الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي مما يسمح لمستخدمي هذه التقنيات والتطبيقات التعرف على هذا الموروث والتأثير عليهم لاكتشافه.

2- التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالتراث لأنه يعبر عن هوية وطن، وله دور في أن يكون مادة سياحية تجلب السياح.
- الاهتمام بالتراث الثقافي للجزائر، والسعي للمحافظة عليه من خلال إحياء الأيام الثقافية والمناسبات، ومحاولة ترويجها وطنيا ودوليا عبر مختلف التطبيقات الإلكترونية.
- السعي إلى إنشاء مدن ثقافية والحفاظ على تلك المدن التراثية التي تعبر عن ثقافة وهوية المجتمع الجزائري.
- ضرورة الاهتمام بالسياحة والتراث الداخلي والعمل على تحقيق القاعدة السياحية من خلال توفير كافة السبل المادية للمنشآت السياحية والحفاظ على التراث المادي من مواقع الآثار... إلخ، واللامادية من خلال السعي إلى تحقيق ذهنية مجتمعية تهتم بالسياحة على المستوى الداخلي وتنطلق نحو السياحة الخارجية.
- ضرورة التوجه نحو الترويج والتسويق السياحي الإلكتروني من خلال الاعتماد على شبكة الأنترنت ومختلف التطبيقات الإلكترونية، بصفتها عالم مفتوح على العالم، من خلاله يمكن الوصول إلى أكبر عدد ممكن من السياح والتأثير عليهم لاختيار وجهة الجزائر.
- تشجيع الاعلام السياحي المتخصص وذلك من خلال فتح المزيد من القنوات التلفزيونية والاذاعية.
- يجب على القائمين على حماية المواقع الثقافية السياحية في الجزائر تسهيل مهمة وسائل الاعلام والسماح لهم بالدخول إلى هذه الأماكن لتصويرها وإنجاز ريبورتاجات حولها.
- الاهتمام بتكوين الموارد البشرية المتخصصة في توظيف واستخدام التكنولوجيا الحديثة في المجال السياحي.

5. خاتمة

يشكل التراث الثقافي أحد المقومات السياحية المهمة في جذب السياح والتأثير على اختيار وجهاتهم السياحية، وبذلك أصبح يلعب دورا في تنمية السياحة، وفي تحقيق وجود ذات البلد بين باقي البلدان، كما تكمن أهميته أيضا في الجانب الاقتصادي بصفته يشكل مدخول حيوي وممتاز لزيادة الدخل، وأيضا للترويج له والتعريف به، خصوصا في ظل الصراعات الثقافية بين البلدان، وهنا نشير إلى أن التراث الثقافي والسياحة هما صناعة ثقافية ممتازة، يمكن الاعتماد عليها، إلا أن تحقيق هذه الفوائد لا تكون إلا بمجهودات تبذل في سبيل بناء القاعدة التراثية والسياحية القوية والرصينة للبلد من خلال حماية التراث والحفاظ عليه من التلف والاندثار، مع ضرورة استغلال التكنولوجيا الحديثة في التسويق للتراث الثقافي بنوعيه المادي واللامادي، وهو ما تسعى إليه الجزائر من خلال خططها وسياساتها التنموية والمتجمة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، وبهذا سيكون لهذا المجال دورا مهما في منح الجزائر التميز الثقافي والاقتصادي، خاصة وأنها تمتلك كافة المقومات التي تسمح بنهوضها في هذا المجال الحيوي.

6. المراجع

أولا: العربية

(1) الكتب:

1. آل دغيم خالد بن عبد الرحمان، (2014)، لإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
2. بن رجاء الحربي هباس، السهلي سعود السيف، (2015)، الإعلام السياحي مفاهيم وتطبيقات، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
3. بودهان موسى، (2013)، النظام القانوني لحماية التراث الوطني، عين مليلة الجزائر، دار الهدى.
4. حجاب محمد منير، (2002)، الإعلام السياحي، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع.

(2) الأطروحات:

1. جميل نسيم، (2009-2010)، السياحة الثقافية وتأمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر دراسة وصفية تحليلية لبرنامج (مرحبا)، رسالة ماجستير، تخصص علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 1، الجزائر.

(3) الدوريات:

1. الصرايرة محمد نايف، (2017)، السياحة التراثية ودورها في صناعة السياحة وتفعيل عملية استقطاب السائحين إلى الأردن، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، كلية السياحة والفنادق جامعة الفيوم، العدد 1/2.

(4) المواقع الالكترونية:

1. Krsic, S. M., Marketing Application Of Social Networks In Tourism, (<https://ideas.repec.org/a/osi/journal/v10y2014p93-105.html>)
2. Sigala, Marianna, WEB 2.0 in the tourism industry: A new tourism generation and new e-business models (<https://www.semanticscholar.org/paper/WEB-2-.0-in-the-tourism-industry-%3A-A-new-tourism-Sigala/7c13179a553925cff418d200caab3a725df1b395>)
3. <https://djelfaonline.ahlamontada.net/t453-topic> الحلقة ONLINE