

**الاعلام السياحي و التنمية المستدامة فى الجزائر
واقع و آفاق فى ظل الألفية الثالثة
الدكتور رضوان بلخيري
أستاذ محاضر فى الاعلام والاتصال
جامعة العربي التبسى- تبسة – الجزائر**

ملخص :

و من هنا يظهر ما لوسائل الاعلام على اختلاف تشكلاتها من التقليدية الى الرقمية من بالغ الأثر على المنظومة السياحية الوطنية إن أريد دمجها في إطار التنمية المستدامة فكريا واقتصاديا, و المهام المنوطة بالإعلام تنطلق من نشر الوعي السياحي داخل الاوساط الاجتماعية مرورا بتأييد الجهود الرسمية و الخاصة في ذا المجال وصولا الى جعل السياحة في قاطرة التنمية الوطنية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، السياحة، التنمية، الاستدامة، الجزائر، توصيات.

مقدمة:

لا يمكن لآية مجهودات أو أنشطة في المجال السياحي أن تنجح إلا بوجود استراتيجيات مناسبة تتوافق و مستوى التسيير متصل بالمستوى الاتصالي خصوصا و ذلك أن التخطيط السليم للاتصال السياحي بعناصره المختلفة هو الضمان الأكيد لوجود الساحة

تزرخ الجزائر بالمقومات التي تؤهلها بأن تجعل من السياحة كمفهوم ثقافي مادي و غير مادي رافدا بارزا للتنمية الوطنية, فالتنوع البالغ النضوح في التظاهرات الحضارية على شاكلة الموروثات الشعبية و المنجزات الحضارية إنما هي من الأهمية ما يتقف مباشرة و الشروط الجذبية الرئيسة في الدفع صوب ذلكم الاتجاه. و لا خلاف بأن القارة الجزائرية على اتساعها تحمل من الزخم في مناخها و الاساليب التعبيرية الابداعية لسكانها

و الجزائر حاليا ترفع رهان تنويع المصادر المدرة للثروة الوطنية, و إن كان الدافع الرئيسي من خلال تفعيل السياحة متعلق بالدرجة الأولى بصناعة الصور الذهنية عن الأمم و بلدانها إلا أن ما يمكن أن تدره السياحة الداخلية و الخارجية من منافع اقتصادية .

الشريط الساحلي، الأماكن الصحراوية،
الحمامات الطبيعية ...)

فالسياحة بعدها الاقتصادي والاجتماعي
والثقافي هي مورد متكامل يتطلب التخطيط،
التنفيذ، الترويج، وهو ما توصلت إليه بعض
البلدان السياحية.

1- مفهوم السياحة

لقد ظهر اهتمام واضح بالسياحة في هذا
القرن، وأصبح الطلب متزايدا في السنوات
الأخيرة وذلك راجع لعدة أسباب وبذلك تعددت
التعاريف وتعدد الكتاب والباحثون في هذا
المجال ومن أهم التعريفات التي قدمت:

- إن السياحة تعني السفر والإقامة المؤقتة
خارج مكان السكن الأصلي.

- تعريف آخر: تشمل السياحة السفر وإقامة
الأفراد الذين يقيمون ولا يعملون في مكان
واحد وذلك بشكل دائم.

- كما عرفت السياحة بأنها انتقال الإنسان
من مكان إلى آخر ومن زمان ضمن السياحة

كبدل مكمل لرفاهية الإنسان من جهة و
كمصدر اقتصادي من جهة أخرى .

من الناحية المحلية تمثل الكنوز السياحية
المتنوعة في الجزائر ثروة ثانية محل الثروة
النفطية التي تقوم للخزينة الجزائرية مليارات
الدولارات سنويا، إذا ما تم الاهتمام بتطوير هذا
الجانب بالشكل السليم من الناحيتين الإدارية
والاتصالية ذلك أن المؤهلات السياحية التي
تتزر بها بلادنا وتراثنا الفني ومناخها المتنوع
و صحراءها الجميلة و فضاءاتها الطبيعية
الهائلة التي تشكل عوامل أساسية في إعداد
منتجات سياحية متميزة و فريدة من نوعها .

يمكن التقليل أو التغاضي عن أهميتها
الإنسانية الاقتصادية والحضارية، إذا فلابد من
وجود مبادرات ومشاريع وخطط اتصالية
مدروسة لتطويرها وترويجها وتسويقها بالكل
العلمي الصحيح كما أن مستقبل الجزائر
الاقتصادي يتوقف على مدى الاستفادة من
هذه الكنوز (الطبيعة الخلابة، الأماكن الأثرية،

أن السياحة قد تعددت وتنوعت حسب الدوافع المختلفة كما تعددت البرامج التنشيطية والترويجية فينتج عن هذا اختلاف الوسائل الإعلامية المتبعة وفقا لأنواع السياحة المقصودة. ولهذا فدراسة أنواع السياحة وتحليلها يعد من المقومات الأساسية لنجاح التخطيط الإعلامي بوجه خاص والخطة العامة للتنشيط السياحي بوجه عام ومن هنا يمكننا أن نحدد أهم أنواع السياحة .

1- طبقا لعدد الأشخاص المسافرين

وتنقسم إلى قسمين:

- سياحة فردية: وهي تتضمن سفر شخص أو شخصين أو عائلة.
- سياحة جماعية: وهي سفر مجموعة لا يربطها رابط معين مثل: رحلات جامعة، مدرسة، شركة، ويشترك فيها عدد كبير من الأفراد.

2- طبقا لوسائل المواصلات

العالمية أو الانتقال من بلد إلى آخر ضمن السياحة الداخلية لمدة يجب أن لا تقل عن 24 ساعة.

- أما الاقتصادي النمساوي يعرفها: "بأنها مجموعة كل الظواهر ذات الطابع الاقتصادي والذي تترتب عن وصول المسافرين إلى منطقة ما أو دولة معينة أو إقامتهم فيها ورحيلهم عنها هي الظواهر التي ترتبط بالتبعية"⁽¹⁾ .

أما المنظمة العالمية للسياحة فتعرفها على أنها: "نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى لفترات مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا يزيد عن عام كامل لغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا الدراسة أو العمل"⁽²⁾ .

2- أنواع السياحة

مع تطور العصر الحديث ازدادت حاجات الإنسان ورغباته وميولاته إلى السياحة، ونرى

وتنقسم إلى ثلاثة أقسام:

• سياحة بحرية أو نهريّة: قوارب، بواخر، يخوت.

• سياحة جوية: المتمثلة في الطائرات المختلفة.

• سياحة برية: المتمثلة في السيارات الخاصة والحافلات وسكك الحديد.

3- وفقا للسن

وتنقسم إلى أربعة أقسام:

• سياحة الطلائع: وترتبط بالأطفال ما بين (7-14) سنة وتتمثل في المعسكرات الصيفية، الكشافة، معسكرات استكشاف الطبيعة⁽¹⁾.

• سياحة الشباب: تتعلق بالشباب ما بين (15-21) سنة وهي سياحة تبحث عن الإثارة وتكوين صداقات ومعارف وخلق روابط اجتماعية.

• سياحة الناضجين: ما بين (60-22) سنة وهي سياحة من أجل الاسترخاء من عناء

العمل وتكون معظمها في مناطق الاستحمام

مثل: الشواطئ، الجبال، الريف والصحراء.

• سياحة كبار السن من متقاعدين وشيوخ:

وهي أكثر أنواع السياحة التقليدية انتعاشا تتضمن برامج تأهيلية وتعويضية وبرامج ترفيهية.

4- وفقا لجنسية السائح

وتنقسم إلى ثلاثة أقسام:

• السياحة الدولية

وهي السياحة التي تتم بين الدول، وتعتمد

السياحة الدولية على أنماط السياحة

المختلفة من سياحة علاجية، دينية، ترفيهية

وما إلى ذلك فتمثل السياحة الدولية 75% من

إجمالي الأنشطة السياحية داخل الدول

المتقدمة.

• السياحة الداخلية

وهذه السياحة تمارس من طرف الفئات

الكادحة في البلدان المختلفة وتشير

الإحصائيات إلى أن السياحة الداخلية في

- سياحة طبقة المميزين: والتي تستخدم نوعيات ممتازة من الخدمات مثل فنادق خمسة نجوم مقاعد الدرجة الأولى في الطائرات.

- سياحة اجتماعية وعامة: وهذه السياحة لذوي الدخل المحدود حيث تقوم على المشاركة بوسائل محدودة وبالأساليب التي تشجع على المشاركة و تجعلها ممكنة، وأساس هذه السياحة الإعلانات، التسهيلات الخاصة، الإسهامات ذات الصلة التعاونية أو دعم الحكومات واتحاد العمال⁽²⁾.

6- وفقا لمدة البرنامج السياحي

وينقسم إلى أربعة أقسام:

- سياحة لمدة أيام: هذا النوع يستغرق أياما محدودة، فلا يرتبط بمناسبة معينة أو موسم معين إنما تقوم الشركات السياحية بعرضها طول السنة مثل: برامج الزيارات التي توجه إلى المدن الكبرى أو الشاطئية أو التاريخية.

معظم دول العالم تمثل نسبة متقدمة من السياحة فتمثل 55% من مجمل النشاط السياحي بها، وهي خروج لقضاء وقت فراغ، وتهدف إلى الاستمتاع بالبيئة الطبيعية شأنها شأن السياحة الدولية⁽¹⁾.

- سياحة المواطنين غير المقيمين الذين يعملون في الخارج

حيث تتمثل الهجرة للعمل بالخارج ظاهرة هامة حيث يضطر المواطنون للبحث عن ظروف أحسن في الخارج لتحسين مستواهم المعيشي والارتقاء به وبمجرد تحسين الوضع المالي يتكون لديهم الحنين لزيارة الوطن فيلجئون للاستعانة بالشركات السياحية يتم من خلالها إشباع رغباتهم النفسية والاجتماعية.

5- وفقا للمستوى المعيشي

وتنقسم إلى ثلاثة أقسام:

- سياحة أصحاب الملايين: والذين يسافرون بوسائلهم الخاصة مثل: يخوت- طائرات.

مجموع السياح وهي مرتبطة بالمعالم الأثرية والحضارية.

- سياحة علاجية

وهذا النوع من السياحة قد عرف منذ القديم فهناك بعض الأمراض لا تشفى إلا بتغيير المكان كالروماتيزم والاكنتاب، وقد اهتم اليونان بهذا النوع من السياحة وخاصة من خلال الحمامات أما في الوقت الحاضر فقد اهتمت الكثير من الدول بهذه السياحة مثل اليابان و الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية.

- سياحة دينية

ويقصد بها زيارة الأماكن المقدسة لأداء واجبات دينية أو للتبرك بالتواجد في تلك الأماكن مثل موسم الحج- زيارة الكنائس ... الخ

- سياحة المؤتمرات

يهتم به السائحون المهتمون بحضور المؤتمرات العلمية أو المهنية أو السياسية فيجب الاهتمام بإقامة قاعات للمؤتمرات

• سياحة موسمية: أما هذا النوع فيرتبط بنوع معين مثل: سياحة فصل الشتاء للترحلق على الجليد أو مناسبات دينية مثل الحج.

• سياحة عابرة: وهذا النوع يأتي فجأة دون تخطيط مسبق مثل الوقوف على معالم أثرية في دولة ما أثناء عبورهم.

• سياحة شبه مقيمة: ويعتمد هذا النوع على الأجانب المقيمين في البلاد فان إقامتهم تكون شبه دائمة وهناك أسباب عديدة لمثل هذه الأنواع من السياحة مثل: التعليم، التجارة، التدريب... الخ فتقوم شركات سياحية بإقامة رحلات متنوعة إلى زيارة معالم الدولة التي يقيمون بها.

7- وفقا لدوافع السفر

هناك أهداف كثيرة ومتنوعة للرحلة بالنسبة لكل فرد ولكن نذكر الأكثر شيوعا

- سياحة ترفيهية

تهدف لإشباع رغبة المعرفة وهي ذات طبيعة ذهنية وهؤلاء لا يمثلون سوى 10% من

يمتاز عصرنا الحاضر بزيادة الصراعات النفسية والأزمات وانتشار الأمراض النفسية وقد كثرت هذه الحالات خاصة بعد الثورة الصناعية وظهور عامل لتنافس الاقتصادي والاستخدامات التكنولوجية السريعة والتغيرات التي أدت إلى إحداث اضطرابات في الصحة النفسية في المجتمعات الصناعية ومنها:

- القلق الدائم بدون سبب.
- الشعور بالاكتئاب.
- عدم الثبات والانفعال.
- ظهور الاضطرابات الجسمية ذات الأصل النفسي.
- القصور على تحقيق الأهداف الواقعية.
- كل الحالات تؤدي في معظم الأحيان إلى ضعف قدرة الفرد في أداء عمله على أكمل وجه ضمن دائرة الاتصال الاجتماعي التي يعيشها الفرد بفرعها المختلفة الاقتصادية، السياسية، الثقافية والاجتماعية. فعلى سبيل

وتقديم التسهيلات والخدمات الواجب تقديمها.

- سياحة اقتصادية وهي تمثل نشاط رجال الأعمال لإتمام بعض الصفقات التجارية والاشتراك في المعارض التجارية والحرفية.
- سياحة رياضية

وهذا النمط من السياحة يحاول إشباع رغبات السائحين في ممارسة رياضتهم مثل: الغطس تحت الماء، الصيد، تسلق القمم الجبلية، التزلج.

وهناك أنواع أخرى من السياحة بغرض التعلم، سياحة المشتريات، سياحة المهرجانات وأنماط سياحية حديثة مثل: سياحة فضائية، سياحة المشاركات الزمنية، سياحة مراقبة الطيور...الخ.

- 3- أهمية السياحة وأهدافها
- 1- أهمية نفسية

مكانها الصحيح باعتبارها ذات دور هام في عالمنا الديناميكي. مشيرا إلى أن مسؤوليات الدولة أو الحكومة أو المؤسسات الحكومية أو السياحية بالنظر للسياحة وفقا لإبعادها الحقيقية التي تضمن المجالات الاقتصادية والاجتماعية كما أعلن المجلس العالمي للسفر والسياحة 1994، وهو المنظمة التي تعتبر أن السياحة أصبحت من أضخم الصناعات في العالم فهي تعتبرها ثالث القطاعات الصناعية المتخصصة وهذا بعد السيارات، الصلب، الالكترونيات والنشاط الزراعي. ويوجد أكثر من مئة دولة سياحية مقارنة بحجم إيراداتها المالية المختلفة، وفي نفس الوقت تحتل السياحة المركز الثاني من الإيرادات بعد القطاع الصناعي. النفط و السيارات كما تشير التقارير إلى مجموع الإيرادات الإجمالية للدول السياحية من هذا القطاع 2202 مليار دولار، بينما مازالت هذه الصناعة لم تأخذ مكانتها الرسمي في اقتصاديات الدول العربية.

المثال عند ظهور حالة تغير مفاجئة للفرد في عمله يشعر بالقلق محاولا بذلك مقاومة تيار التغيير

2- أهمية بيئية وعمرانية

وتكمن هذه السياحة في الاستغلال الأمثل للموارد و المعطيات الطبيعية، وتدفع للمحافظة عليها وعدم إساءة استخدامها على اعتبار ثروة وطنية، وكذلك تعمل النشاطات السياحية على تنظيم وتخطيط وتحديث استخدام الأراضي بالشكل الذي يحقق أقصى منفعة ممكنة ولا يسبب مشاكل أو لآثار بيئية سلبية

3- أهمية اقتصادية

إن الهدف من إقامة صناعة سياحية هو وضع قواعد وأسس وأساليب إدارية، لزيادة المنتج الاقتصادي لهذه الصناعة بالنسبة للدولة.

ولقد أكد إعلان مانيلا عن السياحة العالمية عام 1980 ضرورة وضع صناعة السياحة في

السياح تساعد الحكومات على تمويل قطاع التعليم، الرعاية الصحية وغيرها.

4- أهمية سياسية

تتضح الأهمية السياسية للسياحة كرد فعل مباشر من تعامل الدول مع بعضها البعض، والزيارات السياحية المتبادلة لعبت دورا هاما في العلاقات الدولية، حيث أصبحت تمثل احد الاتجاهات الحديثة لتقليل حدة الصراعات و الخلافات الدولية التي تنشأ بين الدول المتنازعة، وأصبحت السياحة رمزا من رموز السلام والتقارب بين الكثير من شعوب العالم.

5- أهمية اجتماعية

وتتمثل في رغبة السائح في زيارات الأقارب والأصدقاء هذه الدوافع تختلف تبعا للوضع والمكانة التي يحتلها الشخص. وقد تتجمع العديد من الدوافع مع بعضها البعض لدى سائح نظرا لدخوله في علاقات مصاهرة بين العائلات وعلاقات شخصية وأسرية

في 1994 وصل الناتج الإجمالي العالمي لهذه الصناعة من سلع وخدمات إلى 3,4 تريليون دولار، كما قدر المجلس أن السياحة قد وفرت فرص عمل 204 مليون شخص⁽¹⁾.

فالسياحة نشاط ضروري لحياة الإنسان، تمتد آثاره المباشرة وغير المباشرة إلى الميادين الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

فبالرغم من كل العائدات التي تدرها السياحة على المجال الاقتصادي فان هذا ليس السبب الوحيد الذي يدفع بالدول إلى الاهتمام بهذا الميدان، فقد أصبح من الضروري تأكيد حق المواطنين في السفر والسياحة وتهيئة الظروف لقضاء الإجازات والاستمتاع بأوقات الفراغ.

وتعتبر السياحة في الوقت الحالي محركا رئيسيا من محركات التنمية الاقتصادية حيث تعتبر مصدرا لجلب العملة الصعبة وهذا ما يؤثر إيجابا على ميزان المدفوعات وعلى توزيع الدخل القومي، فالضرائب التي يدفعها

- يضاف إليها الدوافع الطبيعية المتراكمة والرغبة في الترفيه والتسلية في وقت الفراغ
- تحقيق نوع من التواصل والحوار بين الحضارات.
- أهمية ثقافية
- تحقيق نوع من التقارب الثقافي.
- تمثل السياحة وسيلة حضرية واجتماعية لنقل وتبادل الثقافات والحضارات بين شعوب العالم المختلفة. وكذلك يتحقق التبادل الثقافي بين الدول السياحية وتنقل اللغات والمعتقدات الفكرية، الآداب، الفنون ومختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها.
- امتزاج الحضارات.
- تقارب الشعوب وتبادل المعرفة الإنسانية.
- الاستفادة من الأبعاد الاجتماعية ودراسة الأنماط والسلوكيات.
- تدفع للمحاكاة والتقليد وتحقيق الرفاهية للإنسان.
- التمتع بالفلكلور، الموسيقى، الفنون، الأزياء والمأكولات.
- أهداف النشاط السياحي
- نلاحظ أن الأهداف السياحية تعدد وتختلف من مكان إلى آخر ومن دولة إلى أخرى فهي تحدد حسب ما يزر به البلد المضيف من إمكانيات
- 4- أهداف النشاط السياحي
- مما لاشك فيه أن النشاط السياحي يحقق العديد من الأهداف الاجتماعية والفردية في مختلف المجالات الاقتصادية والمهنية، الحضرية، والنفسية... الخ ومن أهم هذه الأهداف:
- 5- تعريف المؤسسة السياحية
- هي شركة تقوم بتقديم خدمات سياحية عن طريق تنظيم رحلات سياحية جماعية أو فردية داخل الوطن أو خارجه. وفقا لبرامج
- توفير مناصب شغل للشباب.
- مجال جديد للاستثمار وإقامة مشروعات.

قسم النقل السياحي، قسم مراقبة مستوى الخدمة، قسم الشؤون المالية والقانونية. وعند التحدث عن الهيكل التنظيمي لآبد من الإشارة إلى أن هذا الأخير يتخلف من مؤسسة إلى أخرى وذلك وفقا لـ:

- حجم نشاط المؤسسة ورؤوس الأموال المستثمرة ونشاط المؤسسة وكلما زاد نشاط هذه الأخيرة وزاد رأس مالها ازداد حجم الهيكل التنظيمي لها وزاد عدد العاملين وتعددت المستويات الوظيفية.

حجم السوق السياحي الذي تتعامل معه المؤسسة وكلما زاد حجم السوق كلما زادت الحاجة إلى التوسع في الهيكل التنظيمي وذلك لتغطية الزيادة المتعلقة بالعمل في السوق السياحي.

6- مميزات السياحة في الجزائر

استطاعت الجزائر أن تستقطب آلاف السواح الأجانب الذين يقصدونها سنويا لاكتشاف هذه

معينة وتنفيذ ما يتقن معها من نقل وإقامة وما يلحق بها من خدمات وهذه الشركات خدماتها مشروطة بالانتشار الجغرافي للخدمات، الأمر الذي يعني أنها في موضع يتيح لها وضع استراتيجية دعائية فعالة في بلده خدمات أبحاث للقيام بتحليلات للأوضاع الاقتصادية والتجارية ودراسات السوق لدوافع الزبائن وبمقدورها اختيار فعالية الإعلان الذي تنفذه وكالات متخصصة في الإعلان، وهي كذلك تزداد زبائنها بمعلومات عامة عن الفنادق، المناخ، التسويق عن البلدان التي تشملها بخدماتها وهي بذلك تضاعف مهام المكتب السياحي وتتوفر كل مؤسسة على هيكل تنظيمي يضم:

- رئيس مجلس الإدارة.

- المدير العام

- الأقسام المختلفة: قسم السياحة، قسم التسويق والمبيعات، قسم البحوث والتطوير،

بنفسها للتجول في واحاتها وعروقها من خلال نافذة سياحية مفتوحة للاستكشاف والتلاقي في حوض هذا الجزء الكبير من البلاد، الذي ملك قلوب الكثير من الوافدين إليه سنويا، وخاصة تلك التحفة الفنية التي سميت "عاصمة الهقار" ولاية تمنراست التي تحتفل سنويا بعيدها تافسيت أو عيد الربيع الذي يعود تأسيسه إلى سنة 1993 بمبادرة من الوكلاء السياحيين الذين ينشطون في هذه المنطقة الصحراوية.

فتمنراست تبقى بجمالها وهضابها تمنح الكثير لزوارها فهي لوحدها تملك معالم سياحية تستحق الاهتمام مثل حظيرة الأهقار التي تعتبر من أكبر الحظائر عالميا وبرج فوكو الذي يقع في قلب هذه المنطقة، أما جبل الاسكرام فقد احتضن أجمل لحظة غروب في العالم جعلت عين الزائر لا تبارح مكانه حتى تتشبع من روعة هذا المشهد الرباني.

اللوحة الفنية الرائعة ذات الألوان الباهية التي امتزجت بتقاليد ثقافة شعبية أصلية. وهكذا يمكن القول بان الجزائر تتوفر على إمكانيات سياحية مختلفة تمتد من البحر إلى الصحراء تجمع بين الطبيعة، الثقافة، التراث، التاريخ والحضارة مما يجعل الزائر يغوص في عالم الانبهار من امتداد الشريط الساحلي على طول 1200 كلم، وما يزر به من مناظر ساحرة كالخلجان، الرؤوس والشواطئ مثل كورنيشات عين الترك بوهران، أما محبي الطبيعة الخضراء ونسماتها العطرة، فالجزائر تدعوهم إلى سلاسلها الجبلية الممتدة على الشريط الساحلي والداخلي التي تحضن بدورها غابات خضراء في كل من جبال جرجرة التي ترتفع إلى 2308 متر بقمة لالا خديجة، جبال الونشريس والظهرة، إضافة إلى المغارة العجيبة بجيجل التي تجلب بغرابتها عد كبير من الزوار، أما إذا مال السائح إلى صمت الألوان الذهبية المنفردة بجمالها، فان الصحراء تدعوه

وقصور معمارية ضخمة كقصر الباي بوهران
وجامعة الأمير عبد القادر بقسنطينة.

دون أن ننسى المتاحف الجزائرية ودورها في
إثراء جوانب مهمة في قطاع السياحة، وذلك
بما تحمله من تحف أثرية كمتحف باردو
ومتحف الفنون الجميلة ومتحف الجيش
الوطني بالعاصمة، وغيرها من المتاحف
المنتشرة عبر قطرنا الوطني نلمس في كل
منها صورة مستمدة من عمق تاريخنا وحضارتنا
المتميزة عن باقي الحضارات.

أما الحمامات الطبيعية الجزائرية فقد امتازت
بالخصائص العلاجية الثانية مما أدى إلى كثرة
الطلب عليها وقد تحصلت على نتائج جد
إيجابية في هذا المجال.

وهذا يعد تطورا سياحيا كبيرا، ومن أشهرها
حمامات بوغرارة بتلمسان وبوحجر بعين
تموشنت وبوحنيفية بمعسكر وغيرها من
المنابع الطبيعية الشافية.

هذه تمارست وغيرها من المناطق
الصحراوية المعرفة بتضاريسها وجبالها ككتلة
الهقار المتميزة بتكوينها الجيولوجي القديم
والتي تحضن أعلى قمة في الجزائر وهي قمة
تاهاث إلى جانب هضبة التاسيلي الممتدة
على مساحة شاسعة فضلا عن هضبة تادميت
جنوب مدينة غرداية ولكن هذه المناطق
تحتاج إلى خطوة أخرى من الاهتمام لتوسيع
أفاقها السياحية أما الجانب الحضاري في
الجزائر فيعود بنا إلى العصور القديمة وما
تركته من آثار رومانية نجدها في كل من
تيمقاد والرسوم الجدران في كتلة الهقار
التاسيلي وغيرها من مناطق وأثار إسلامية
ترجع بنا إلى العصور الوسيطة التي لازالت
تزخر ف مناطق عديدة من بلادنا كالمنصورة
بتلمسان قلعة بني حمادة بالمسيلة وكل من
القصة وقصر والداي بالعاصمة وحصون بني
يزقن بغرداية، فضلا عن المساجد العتيقة

إضافة إلى ذلك هناك إمكانية مادية مكملة تتمثل في الثقافة الشعبية والصناعات التقليدية التي تعكس عمق التراث الوطني الأصيل كصناعة النسيج والسجاد والزرابي بتلمسان، صناعة الحلي والنقش على الخشب بالقبائل وغيرها من المنتوجات التي شاركت ولا زالت تشارك في تزيين الطابع السياحي من خلال المعارض والصالونات الوطنية والدولية سعياً إلى ترقية هذا القطاع الذي أصبح يمثل دوراً كبيراً في نمو الاقتصاد الوطني مما يجعله يحتاج إلى اهتمام أكبر⁽¹⁾.

وهكذا تظل الدهشة معقودة على فضاءات المشهد الجزائري ولا يؤجلها بين مشهد وآخر سوى حرارة اللقاء مع الإنسان الجزائري صاحب التقاليد الأصلية المزينة بابتسامة الود والترحاب.

7- استراتيجيات التنمية السياحية في الجزائر

كل هذه الإمكانيات التي تزخر بها الجزائر لا يمكن استغلالها والتمتع بها إلا من خلال توفير شروط مناسبة تخضع لمقاييس دولية وعالمية. وهذا ما يمكن أن يدخل ضمن الإمكانيات المادية التي تتوفر عليها الجزائر هي الإقامة والخدمات السياحية أين يجد السائح كل ما يحتاج إليه خلال تجوله عبر الوطن، إضافة إلى مرشدين سياحيين لتوجيهه وتعريفه بالمناطق التي يقصدها ولكن للأسف لا تملك الجزائر إلا فئة قليلة لمثل هذه المهمة.

أما بالنسبة للإقامات المتوفرة للسائح فيمكن تقسيمها إلى إقامات ساحلية في كل من عنابة، زرادة، سيدي فرج، بجاية، والأندلس بوهران.

وإقامات جبلية في ياكوار من تيكجدة وإقامات أخرى في كل من تمنراست، تيميمون وبشار كلها تملك شروط مناسبة للتوسع والانتشار.

السياحية للجزائر في الخارج وإعادة الاعتبار
للمؤسسات الفندقية والسياحية أما الأهداف
الحجمية والكمية فتتمثل في رفع قدرات
الإيواء وتوفير مناصب الشغل وتحقيق إيرادات
مالية سنوية تقدر ب6,4 مليار دولار

2- اختيار الأنماط السياحية الواجب تطويرها
وجب تنوع وتطوير العرض السياحي من خلال
نوعية المنتج ومنه:

✓ سياحة الأعمال والمحاضرات

هذا النوع من السياحة يمثل جزءا لا باس به
في مداخل الدول المتقدمة في السياحة
مثل: (فرنسا - الولايات المتحدة الأمريكية -
ألمانيا- إيطاليا...) كما انه سيمثل حتما تطورا
ملحوظا في بلادنا نظرا لأهمية الأشغال
السياسية، الاقتصادية والتجارية وفتح
الاقتصاد الوطني على العالم الخارجي.

✓ إجراءات الدعم واليات تطبيق خطة العمل
تم دعم مهام الوكالة الوطنية لتنمية
السياحة كأداة وحيدة مكلفة بتهيئة وتسيير

قامت الدولة بتشجيع المبادرات الخاصة
بانجاز الاستثمارات السياحية، كما عملت على
رسم خطة تنموية وطنية لأفاق 2000-2010
تحت عنوان "مخطط أعمال التنمية
المستدامة أفاق 2010" بحيث صودق عليها
خلال اجتماع مجلس الوزراء بتاريخ 14 أكتوبر
2001 م ، وبعد سنتين من تنفيذ هذا البرنامج
وبطلب من رئيس الحكومة بدى ضروريا إدخال
تعديلات لازمة من اجل تثبيت المكتبات
وضبط الأفاق بالنظر للتطورات الجديدة
الحاصلة على المستويين الداخلي والخارجي
ليصاغ هذا المخطط التنموي تحت عنوان
"تصور تطوير قطاع السياحة للعشرية 2004 -
2013 والتي من خلالها تحدد فيها الأهداف
النوعية والكمية التالية:

1- أهداف خطة العمل

ونميز فيها أهداف نوعية متمثلة في تثمين
القدرات الطبيعية والثقافية تحسين نوعية
الخدمات السياحية، إعادة بناء الصورة

والصناعات التقليدية وفي سنة 1997 تم
تنصيب متفشيات السياحة في كل ولايات
الوطن من اجل مراقبة كل الأنشطة السياحية.
تضمن كل مديرية ولأية للسياحة والصناعات
التقليدية مايلي:

1. مصلحة السياحة.
 2. مصلحة الصناعات التقليدية.
 3. مصلحة الإدارة والوسائل.
- إضافة إلى ذلك لدينا المؤسسات السياحية
التي لها طابع إداري وهي :
1. الديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT
 2. الديوان الوطني لسياحة ONT اعتمد أكثر
من 500 وكالة أسفار.
 3. النادي السياحي الجزائري TCA.
 4. المؤسسة الوطنية للدراسات
السياحية ENET.
 5. مؤسسة التسيير السياحي.

العقار السياحي عبر القوانين الجديدة
واستثمارها، مع إعادة تنظيم الهياكل
الفندقية والسياحية الموجودة وتكوين
مدارس وإطارات مختصة في مجال السياحة
والاعتماد أيضا على إجراءات لترقية السياحة
وذلك بتكريس الجهود المبذولة على جميع
المستويات للإنتاج السياحي .

8- الهيكل التنظيمي للسياحة في الجزائر
إبتداءا من تاريخ صدور مرسوم رقم 343/94
المؤرخ في 25 أكتوبر 1994.
أصبحت وزارة السياحة والصناعات التقليدية
تتكفل بالقطاع السياحي على المستوى
المركزي وتتكون من ثلاثة مديريات:

- مديرية الإدارة العامة.
- مديرية التنظيم والشؤون القانونية
والتعاون.
- مديرية التنمية.

أما على المستوى المحلي فشكلت في كل
ولاية من ولايات الوطن مديرية ولأية للسياحة

- ثلاث مؤسسات تكوينية عمومية: معهد - يجب أن تتمتع مختلف المؤسسات السياحية
التكوين الفندقية ببوسعادة بنيزي وزو والمركز منها والأهمية بعلاقات جيدة ومحددة وذلك
العالي للتكوين السياحي بالجزائر⁽¹⁾. لضمان سير العملية السياحية حسب الأهداف
توصيات واقتراحات الدراسة : المنشودة من قبل أطراف العملية السياحية
دعوة الباحثين للتوجه والتعمق في هذا النوع فاستراتيجية السياحة الجزائرية تعتمد كثيرا
من الدراسة. على مدى نجاح وزارة السياحة ببناء علاقات
لابد من إدخال كيفية وطرق تعليم الاتصال طيبة مع خطوط الطيران، ووكالات السفر
بفعالية حتى تكون لدينا ثقافة اتصالية في المحلية والخارجية، الفنادق إضافة إلى إدارات
التعامل مع الآخرين. مختلف الأماكن السياحية.
- لابد من استعمال الإشهار في القناة - لابد من إيجاد التنسيق والتعاون بين العاملين
التلفزيونية لأن طريقة الإشهار والتي والمدراء والموظفين والإدلاء وتأهيلهم في
يستعملها الفندق حاليا هي ليست جد قوية. مجال الاتصال السياحي بالزبائن من حيث
الأخذ بعين الاعتبار آراء الزبائن واحتياجاتهم استقبال السواح والتعرف على حاجاتهم
قبل طرح الخدمات السياحية للفندق أو الإدارة والخدمات التي يريدها أو يرغبونها في كل
السياحية بصفة عامة في السوق وذلك من وقت وذلك عن طريق وضع برنامج تدريبية
خلال التعامل بشكل منتظم مع سجل خاصة لإكسابهم المزيد من الخبرات والمهارات
الشكاوى الذي تضعه كوسيلة توفرها لزبائننا الاتصالية واللغوية وإكسابهم القدرة على
حتى تسمح لهم بطرح انشغالاتهم وآرائهم. تطبيق أساليب الاتصال الإداري الفعال في

- تعاملهم داخل الهيئة وخارجها وذلك لإيجاز أعمال الإدارة ومهامها بكفاءة.
- نشير إلى ضرورة وضع ضوابط ومقاييس صارمة في انتقال العمال والمرشدين السياحيين خاصة، تكوينهم وتأطيرهم الدائم يعتبر ذا أهمية بالغة، وتوعيتهم بثقافة الاتصال.
- وضع برامج توعية خاصة بكافة شرائح المجتمع والسكان القاطنين بالقرب من المواقع السياحية ليكونوا القدوة الحسنة في سلوكهم اليومي أمام السواح القادمين لزيارة المنطقة.
- تنفيذ بعض الآليات الهادفة إلى ترقية السياحية مثل حتمية الإشهار الموجه ودليل السائح وكذا الإسهام في انجاز وتوزيع الخرائط السياحية.
- الاهتمام بالأصناف السياحية التي لها صلة وثيقة بالبعد الثقافي والحضاري الجزائري مع الإشارة إلى الشروط المادية لاستغلال النشاط السياحي.
- تعيين الأعوان المختصين والمؤهلين قانونيا للقيام بمراقبة هذا النشاط ووضع ضوابط قانونية للمخالفات والعقوبات على ذلك.
- تظافر جميع القطاعات المعنية لخلق محيط ملائم للاتصال السياحي، وحتى تتمكن السياحة من الالتحاق بالمركب وتدرک النقص الحاصل فيه.
- فتح المجال للاستثمار الأجنبي لإنتاج العمل السياحي لامتلاكهم تكنولوجيا قوية.
- تشجيع الشراكة كما هو معمول بها على المستوى الدولي باعتبارها العامل الأساسي في ميدان الوكالات السياحية والأسفار، فنحن بحاجة ماسة إلى شراكة أجنبية لكي نسوق هذا المنتج السياحي الفريد من نوعه الذي لا يمكن أن ينافس أحد في السوق الخارجية وذلك باكتساب الخبرة الكاملة لتسويق هذا المنتج من الناحية الاتصالية.
- الاهتمام بوكالات السياحة الداخلية التي تنعكس ايجابيا على تحريك القطاعات

4. تنظيم أحداث ثقافية ذات مستوى الموقع الاقتصادية والاجتماعية الأخرى المرتبطة بها كقطاع النقل وخدمات التنمية والخدمات السياحية.
5. تنظيم الرحلات الإعلامية لفائدة الصحافة التجارية الصناعية والتقليدية وكذا قطاع الإعلام إلى غير ذلك، وهذا من اجل تلبية حاجيات السياح المختلفة.
- قائمة المصادر والمراجع المعتمدة:

1. صالح خليل أبو أصبع و آخرون: العولمة والهوية الثقافية، دون طبعة، منشورات الجامعة فيلادلفيا، مصر، 2002.
2. محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2000.
3. عبد الرحمن العيسوي: دراسات في علم النفس السياحي، الطبعة الأولى، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2001.
4. غنيم محمد عثمان وآخرون: التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2002.
- تدعيم الاحتراف وذلك بالتزام كل مرشح يرغب في ممارسة نشاط الاتصال السياحي خاصة بان يكون حاصلًا على مستوى تكويني ومؤهلات مهنية مناسبة تحدد لاحقًا عن طريق التنظيم.
- تدعيم الديوان الوطني للسياحة على المستوى التنظيمي والنظامي مع تمثيله جهويًا على المستوى الوطني والخارجي وذلك من خلال:
1. إعداد ركائز للترويج استنادًا للتقنيات العصرية.
 2. انجاز ونشر روبرتاجات في مختلف وسائل النشر وقنوات التلفزة.
 3. نشر مجلات سياحية مختصة وفتح موقع انترنت "السياحة/ الجزائر".

5. مروان السكر: مختارات من الاقتصاد السياحي، المجلد الخامس، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، عمان- الأردن، 1999.
6. فؤادة بكري: الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار النشر للجامعات، مصر، 2001.
7. مجلة الجوال: الصادرة عن جمعية ترقية سياحة الطالب بوهران، العدد التجريبي من 15 ماي إلى 14 جوان 2001.
8. الجريدة الرسمية رقم 72، 1994.

شخصية العدد

العلامة أ. د. عبد القادر الشبخلي

بقلم: أ. د. سعاد هادي حسن الطائي

جامعة بغداد / كلية التربية ابن رشد للعلوم الانسانية / قسم التاريخ



العلامة أ.د.عبد القادر الشихلي

بمزيد من الحزن والاسى تلقينا خبر وفاة شيخنا العلامة الاستاذ الدكتور عبد القادر عبد الجبار الشихلي يوم 2019/10/2 في احدى مستشفيات تركيا بعد صراع مرير مع المرض، رحل عنا بعيدا وهو اقرب الينا نتذكر كلاماته وضحكاته ونكاته وابتساماته التي مازالت في اسماعنا، نشتاق اليها بين الحين والآخر، لم تفارق الابتسامة محياه، كان شجاعا صبورا على المحن، احب طلابه جميعهم وكأنهم ابنائه، لم يفرق بين اي احد منهم، لم يبخل عليهم من وقته وجهده في مساعدتهم سواء بالنصح والمشورة، كان انسانا بمعنى الكلمة.

احبه الجميع لعلمه وخلقه الرفيع ولما امتلكه من اسلوب عذب جميلاً كان مسالما وسمحا عطوفا حنوناً كريماً، اجتمع حوله عدد كبير من الاصدقاء والزلاء لم يبغضه أحد او يحقد عليه لسماحة اخلاقه وعلو همته.

يعد ا.د.عبد القادر الشихلي واحد من اهم اعلام جامعة بغداد/كلية التربية ابن رشد للعلوم الانسانية/قسم التاريخ، اذ اشتهر بتخصصه النادر وهو التاريخ القديم ولاسيما المسماريات، اذ انهى دراساته العليا في احدى جامعات لندن، كان رحمه الله فذا معطاء في خلقه وعلمه وانسانيته حتى اخر لحظة من حياته مع طلبته وزملائه .

تتلمذ على يديه عدد كبير من الطلاب في مرحلة البكالوريوس والماجستير والدكتوراه، واشرف على رسائل واطاريج كثيرة حصلت معظمها على درجة الامتياز، له مؤلفات عدة في التاريخ القديم من ابرزها «الوجيز في تاريخ العراق القديم» وغيرها فضلا عن بحوث عدة .

تتلمذت على يديه في مرحلة البكالوريوس /المرحلة الاولى مادة تاريخ العراق القديم، كما تشرفت بتدريسه لي في مرحلة الدكتوراه حيث القى على اسماعنا

محاضرات تاريخية باللغة الانكليزية، كان
متمكنا من مادته، عبقريا في تخصصه، لطالما
استشرته في امور علمية عدة فكان خير
مستشار وخير معين لي ولغيري. وداعا ايها
الشيخ الجليل نم قرير العين تغمدك الله
رحمته الواسعة وجعل قبرك روضة من رياض
الجنة.

التحقيق الصحفي اهميته وتطوره

أ.د.سعاد هادي حسن الطائي

جامعة بغداد /كلية التربية ابن رشد للعلوم الانسانية/قسم التاريخ

-اهمية التحقيق الصحفي

يعد التحقيق الصحفي من اهم فنون التحرير الصحفي واحد اهم ادوات الصحافة تناولاً وبحثاً للمشكلات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية والموضوعات المختلفة ذات الصلة بأهتمامات الراي العام.

ويقوم التحقيق الصحفي بتفسير الاحداث والوقائع وتعليل اسبابها ومسبباتها بغية التفكير في حلها او عرض وجهة نظر حيالها تدعما الحقائق والوثائق والشواهد والارقام والاحصاءات مرتفعة به الى مرتبة البحث والدراسة والتحليل الواقعي المتكامل، حيث يعمل التحقيق الصحفي على تشكيل الراي العام والتأثير فيه، من خلال كشف الحقائق والتصرفات غير المسؤولة، وتشجيع الجمهور على اتخاذ مواقف حيالها.

وإذا كان لمواد الصحافة بشكل عام قوة وقدرة لا تنكر على نشر وعرض وكشف النقاب

عن الفضاء الاجتماعي والتصرفات غير المسؤولة فالصحافة تستطيع من خلال التحقيق الصحفي بشكل خاص ان تكون قوة مضادة في مواقف تحاول فيها السلطات القائمة، حكومية كانت ام اقتصادية ام غير ذلك، ان تقيده او تشوه المعلومات المتصلة بمسائل لها اهمية عامة في المجتمع.

وتتمتع الصحافة بقوتها في الوصول الى الجمهور او تتجاهله كلياً فلا يهتم به احد، كما انها تعد احدى اهم مرايا المجتمع وادوات نقل اولويات قضايا الناس وشؤونهم، فحين تشد قضية معينة اهتمام الناس فأنتهم يفكرون فيها ويناقشونها فيما بينهم، ثم ينتقل الموضوع بعد ذلك الى الصحف التي تقوم بتقديم المعلومات المتكاملة حول هذه القضية او المشكلة، كما تقدم تلك المعلومات في هيئة اشكال مختلفة يعد التحقيق اهم قنواتها، اذ من خلاله تقوم الصحافة بعرض جذاب لمختلف وجهات النظر الواحدة من

الصحيفة على اتخاذ قرار وراي بشأن موضوع التحقيق المطروح.

وتؤكد بعض الدراسات انه كلما كانت موضوعات التحقيق الصحفي المطروحة ذات صلة كبيرة بالقراء وتلامس اهتماماتهم وتطرح القضايا وتكشف عن المشكلات وتسلب الضوء عليها وتقدم لقراءها كل جديد ومثير وتبحث عن الحلول وتعلم القارئ بالاسباب الكامنة وراء المشكلات او القضايا المطروحة، وتساعد العدالة، زاد ذلك من قراء الجريدة ورفع من مقامها ومكانتها لدى الجمهور.

التطور الاخراجي في الصحافة العربية:

لم يقتصر التذبذب الذي شهدته التحقيق الصحفي في الصحافة العربية في مراحلها المتقدمة على الجانب التحريري فقط، انما امتد ليشمل الجانب الاخراجي، بل ان الجانب الاخراجي كان اقل نصيبا في تطوره من الجانب التحريري، حيث كانت الصحف تميز

خلال الاشخاص المشاركين في التحقيق افرادا ومسؤولين، الامر الذي يؤدي الى تعريف القراء بهذه الافكار واخذها في الحسبان ويمكن من خلال التحقيق بأنواعه تبني اراء معينة تطرح في صورة تفصيلية وشاملة وتؤثر بها الصحافة على القراء، بما يؤدي في النهاية الى تبادل الراي على نطاق واسع.

ويرى كثير من الدراسات الصحفية ان اهمية التحقيق الصحفي تكمن في اجابته على سؤال مهم هو لماذا؟ حيث يتم من خلال السعي الى اجابة هذا السؤال القاء الضوء على المشكلة او الظاهرة المعروضة في متن التحقيق، ثم بعد ذلك الوصول الى حلول علمية في نهايته تساعد القراء والمسؤولين على تتبع جذور المشكلة التي تناقش، وانهم امام وضع معين حلوه ممكنة وعملية، وهذا التفسير او التحليل والتعليل للمشكلة او الحادثة هو الذي يمنح التحقيق الصحفي صفة التشويق والاهمية ويزيد من قدرة قراء

فيه الشكل دالا على المضمون، واستطاعت الصحف العربية، من خلال ذلك ان توجد لنفسها اسلوبا متميزا في تقديم التحقيق، واصبحت العناصر التيبوغرافية من الاسس المهمة التي يبني المخرج الصحفي على اساسها اخراج التحقيقات الصحفية.

-تطور اساليب الصياغة:

خضعت صياغة موضوعات التحقيقات الصحفية في بداية استخدام التحقيق في الصحف العربية، للاساليب الادبية، ويعود السبب في ذلك الى ان اغلب العاملين في المجال الصحفي في الدول العربية انذاك من الادباء، فلم يكن للتحقيقات الصحفية صياغة واضحة، من حيث القوالب الفنية والطريقة التي تجذب القارئ والمتمثلة في قالب العرض الذي يتم فيه عرض كل جوانب الموضوع او قضية التحقيق بكل ابعادها ولالاتها، او في قالب القصة الذي يتناول الموضوع في ثناياه متسلسل الاحداث، او قالب

التحقيق بتكثيف المادة التحريرية على حساب العناصر الطباعية الاخرى، مما اوجد نوعا من الرتابة في صفحات التحقيق، فلم يكن هناك استخدام فعلي للعناصر التيبوغرافية التي تكسر تلك الرتابة، وكان المخرج يستخدم تلك العناصر، في اغلب الاحيان، ليس من اجل دعم موضوع التحقيق او اضافة الجمال على الصفحة وانما لسد الثغرات في الصفحة.

وقد استمرت الصحف على ذلك الوضع الى ان بدأت الصحف في الاهتمام بالاعخراج ومحاكاة التطور الاخباري للصحف العالمية، حيث اصبحت تعتمد على الاعراج الوظيفي للتحقيق الصحفي الذي يتم من خلاله ابراز المضمون وفقا لرؤية المخرج وسياسة التحرير، بحيث اصبح الاعراج يخدم مضمون التحقيق ويظهره في قالب فني يسهل على القارئ متابعة موضوع التحقيق وقراءته، مما اعطى التحقيقات الصحفية تكويننا فنيا اصبح

اختياراته الاسلوبية بما يملكه من حصيلة لغوية، وانما بالحصيلة اللغوية لدى القارئ، فلم تعد الصحف العربية كما كانت في السابق تغرق كثيرا في استخدام الجمل الطويلة وذلك في جميع الفنون الصحفية بما في ذلك التحقيق الصحفي، حيث كان يصل طول الجملة احيانا لى 16 كلمة، وتحول الامر الى الكتابة بأسلوب مبسط ومفهوم لا يرهق القارئ، وذلك انطلاقا من حقيقة مفادها انه كلما استطاع القارئ ان يلتقط مضمون الرسالة الصحفية بفهم وبسرعة اكبر كلما دل ذلك على جودة الاسلوب الذي صيغ به المضمون الصحفي مما يعني ان العمل الصحفي صار مرهونا بفهم القارئ لمضمون الرسالة الصحفية.

المصدر:

د.عبد الملك بن عبد العزيز بن شلهوب، التحقيق الصحفي - اسسه

الاعتراف، كما هو متعارف عليه اليوم، بل كانت التحقيقات في تلك الفترة اقرب ما تكون الى السرد الصحفي، حيث ابتعدت بذلك عن الاسلوب المقالى الى تناول المشكلات الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية بالتحليل والمتابعة بشكل اقرب للتحقيق الصحفي منه الى التحقيق الصحفي.

وقد استمر ذلك الوضع الى ان دخلت الصحافة العربية اجيال من الصحفيين لا ينتمون الى المدرسة الادبية، فغيروا من اساليب صياغة الفنون الصحفية، واصبح الصحفي محكوما في اختياراته بالقارئ الذي يتوجه اليه، فهو لم يعد يتوجه الى نخبة معينة، بل يختار موضوعه الصحفي ويكتبه وعينه على القارئ الذي يخاطبه، مدركا ان اللغة في النص الصحفي ليست هدفا في حد ذاته، انما هي وسيلة لتوصيل المعلومات والافكار والاراء للقارئ، كما ان الصحفي لم يعد في ظل التغيرات الطارئة محكوما في

،اساليبه،اتجاهاته الحديثة - ،الرياض ،ط1

،2004.ص39وص40وص47وص49وص50

هذا هو أملنا بالإعلام العربي
بقلم الدكتورة حفصة الغريب

يمكننا القول ان الاعلام الجاد والمسؤول والمهني والملتزم يطرح بواقعية الامراض الاجتماعية التي تصيب عمليات ادارة الشأن العام كالفساد والرشوة والمتاجرة بالنقود والاستغلال للمنصب والسلطة وتجاوز الصلاحيات مع تناوله ظواهر الفقر والتخلف والبطالة والتضخم والجهل والجرائم الاخرى التي تشكل جميعها مولدات للفساد..... فالإعلام هنا وسيطا ما بين السلطة والجمهور وبرساته هذه اطلق عليه السلطة الرابعة التي تسهم في بناء الهيكل السلطوي للدولة المتمثل بالسلطات الثلاث (التشريعية- التنفيذية والقضائية.....)

والاعلام كما يصفه المختصون هو منبر حر يمارس من خلاله الجمهور دوره في تقييم الاداء الذي يقوم به الجهاز الحكومي والاداري وتحديد مواطن الخلل والانحراف به

تبرز اهمية الاعلام في النطاق الواسع الذي يشكله كونه لا يخدم طبقة واحدة او معينة من المجتمع بل ان نشاطه يغطي جميع افراد المجتمع اذ يبدأ اتصال الفرد بالاعلام من الطفولة وحتى الشيخوخة والاعلام يكون فعالا في المجتمع بالنظر لما يقوم به من دور في مكافحة الفساد بكل انواعه فالإعلامي بالمعنى الحقيقي هو من يقوم بالتأشير على الصواب والخلل وبكل شجاعة واقدام وباعتماد المهنية في ذلك وتشخيص الاخطاء والانحرافات والسلبيات وبشكل موضوعي من اجل ان يعد الاعلام السلطة الاولى وليس الرابعة ان مارس التشخيص والرصد والرقابة بالطريقة الموضوعية التي ذكرت.... اذ يؤدي ذلك وبشكل مباشر الى كشف حالات الفساد قبل التستر عنها وقبل استفحالها... وبهذا

وبهذا يكون الاعلام ابرز اعمدة النزاهة لكنها
اعمدة ستقف على ارض هشة عندما يكون
الاعلامي قريبا من المسؤول التنفيذي او
السياسي لان وجود مصالح سياسية يعني
حجب نشر القضايا المتعلقة بالفساد وبهذا
يكون الاعلامي متماشيا

مع السلطة ووسائلها بسبب خضوعه الى
هيمنة الجهة القريبة منه وبذلك يفقد القلم
شجاعته مثلما يفقد المقاتل شرفه حين
يهرب من المعركة. واملنا في الصحفي
العربي كبير في تجاوز المحن والويلات كن
خلال قول الحقيقة مهما كلف الامر من
تضحيات جسام والله الموفق لخدمة الكلمة
الشريفة الهادفة....

الإعلام الجديد و القيم الاجتماعية... رؤية تحليلية

د. هبة الديب

وتحقيق التواصل الاجتماعي والثقافي بين الأفراد والجماعات والأمم .

و لقد ارتبط الإعلام بالقيم الإجتماعية منذ ظهور وسائل الإعلام التقليدية حيث انها أحد العوامل الأساسية في عملية تثبيت و تغيير وخلق القيم داخل المجتمعات .

و نستطيع القول أن للإعلام رسالة في بناء الأمم و تقدمها و يقع علي عاتقه مسؤوليه كبيره

فالإعلام سلاح ذو حدين يستطيع أن يقوم بدور ايجابي اذا تم إستخدامه في تدعيم الجماهير بالقيم الإيجابية و تعزيز الوعي الإجتماعي لدي المجتمع و قد يكون أكثر خطورة من الأسلحة المدمرة نظرا لإمكانياته الخطيرة في الغزو الفكري و التأثير علي المجتمع و الجماهير .

فظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام

يعتبر الإعلام أهم وسيلة من وسائل التأثير الجماهيري، و التواصل بين الأفراد و المجتمعات وقد لعب دور في حياة المجتمعات الإنسانية، علي مر العصور المختلفة .حيث يعتبر الإعلام من أقدم الممارسات التي عرفتها البشرية .

و يلعب الإعلام دوراً هاماً داخل كل مجتمع من حيث تثقيف الجماهير و نقل المعلومات و الأخبار و نقل الأفكار التي تؤثر علي عملية اتخاذ القرار كما أنه مصدر هام من مصادر التوعية الإجتماعية ليس هذا فقط بل اتسع تأثير الإعلام ليشمل كل جوانب الحياة الاجتماعية و الإقتصادية و السياسية و البيئية و الثقافية و الوطنية .

حيث يعتبر من أهم عوامل نقل الحضارة، وإشاعة الثقافة الجادة، ودعم الفكر الصالح، و بث القيم الصحيحة في العادات والسلوك، وإصحاح البيئة الإنسانية والمجتمع البشري،

فيه بشكل متطور، وبعد كل التطورات التي حدثت وثورة عالم الإنترنت أصبح مفهوم الإعلام الجديد يطلق على كل شيء يستخدمه الفرد على شبكة الإنترنت .

ويمكن تعريف الاعلام الجديد بأنه هو الجنين الناتج عن التزاوج ما بين تكنولوجيايات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاتة، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ويأخذ هذا الاسم باعتبار أنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات .

"كما أن الإعلام الجديد هو إعلام الفرد لا إعلام المؤسسات، إعلام يعتمد على قدرة الفرد في أن يكون منتجا للمضامين الإعلامية .

و لقد اختلف الباحثون في ما يتعلق بنوع التأثيرات التي يمكن أن تحدثها الانترنت على العلاقات الاجتماعية للأفراد فظهرت

التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي أحدثت New media تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام

ويعتبر الإعلام الجديد من المصطلحات التي ليس لها مفهوم أو تعريف واحد في العلوم الإنسانية وذلك لكثرة الآراء في دراساته وتداخلاتها، حيث وقف المصطلح بين رؤيتين الأولى قالت أن الإعلام الجديد هو بديل للإعلام التقليدي، أما الثانية فاعتبرته تطوراً وتقدماً للإعلام التقليدي .

والإعلام الجديد من المصطلحات التي دلت على التقدم التكنولوجي والتطور التقني في مجال الإعلام واستخدام الصوت والصورة

وكذلك فتح آفاقا جديدة لتشكيل شخصياتهم وعاداتهم الاجتماعية حول ثقافة الشبكات الاجتماعية والتواصل عبر الانترنت، لذلك كان لهذه الثقافة تأثيرات إيجابية كانت أم سلبية على طبائعهم وثقافتهم، وسواء أرادوا حدوث ذلك الأثر أم لا، إلا أن مجرد انضمامهم لمواقع التواصل فإنهم ينضمون ضمنا إلى ثقافة الموقع أو ثقافة ذلك المجتمع الإلكتروني الذي صاروا جزءا منه.

و ليس هناك شك في أن مواقع التواصل الاجتماعي التي افرزتها ثقافة الإعلام الجديد أثرت في كثير من الإتجاهات و القيم الاجتماعية منها الإيجابية و منها السلبية .

ففي الحقيقة ليست الإشكالية في مواقع التواصل الاجتماعي أو الإعلام الجديد و لكن الإشكالية في كيفية استخدام هذه المواقع و كيفية التعامل معها ، فلا شك أن هناك مواقع تحمى الكثير من القيم الإيجابية للجمهور الذي يتصفحها و يتأثر بها تأثيرات إيجابية من

مدرستان أو مدخلان متناقضان إحداهما المدرسة المتفائلة أو المدخل الإيجابي الذي يرى أن الانترنت تؤدي إلى التواصل الاجتماعي وزيادة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد (خاصة البعيدين مكانيا) من خلال البقاء على اتصال دائم معهم والمدرسة الأخرى هي المدرسة المتشائمة أو المدخل السلبي الذي يرى أن استخدام الانترنت يؤدي إلى قلة الوقت الذي يقضيه الفرد مع أفراد أسرته وأصدقائه ومع وسائل الاتصال التقليدية وأن الوقت الذي يقضي الفرد على الانترنت هو وقت مسروق من أنشطة اتصالية أخرى مخصصة للتواصل مع أفراد آخرين . وقد ظهر مؤخرا مدخل معتدل يرى أن الانترنت مجرد أداة صممت لتيسير حياة الأفراد وهي مكملة للاتصال الشخصي

فقد أضاف الإعلام الجديد ووسائله إل حياة الملايين من البشر الكثير، فقد سهل التواصل فيما بينهم وبين عائلاتهم وأصدقائهم،

الشباب و التأثير عليهم و التأثير علي القيم
الإجتماعية بتصدير أفكار مضادة لهذه الأفكار
لذا من خلال هذه المنصة الإعلامية يجب أن
نوصي بأهمية الدور التشريعي و الرقابي
للإعلام الجديد و محاولة السيطرة علي
المحتوي الذي يقدم من خلال معايير محددة
تضعها المجتمعات وفقا لطبيعة كل مجتمع
و عاداته و تقاليده و القيم الإجتماعية
السائدة به

لمواجهة ما يشهده العالم العربي من فوضى
إعلامية ناتجة عن ضعف الانضباط القيمي
و الأخلاقي أو قصور المساءلة أو إساءة استغلال
الأجواء الإعلامية المفتوحة في بث الشائعات
أو تهديد الأمن القومي ومخالفات الآداب
العامة.

أن التحديات التي يواجهها الوطن العربي
تفرض على وسائل الإعلام العربية التقليدية
و الجديدة مسؤوليات كبيرة.

خلال التعرف علي مفاهيم متعددة
كالمواطنة و الإيثار و خدمة المجتمع و العمل
الخيرى .. فهناك العديد من الصفحات علي
مواقع التواصل الإجتماعي كان لها دورا كبيرا
في تحفيز دور الشباب في التبرع بالدم و
العمل التطوعي الحفاظ علي البيئة من
التلوث و كثير من الصفحات التي تلعب دورا
ايجابيا في خدمة الشباب لمجتمعهم و هذه
الرؤية تطلق العنان لتفاعل الشباب مع
بعضهم البعض علي صفحات التواصل
الإجتماعي التي اتاحت حرية الرأي و التعبير
فيما بينهم كما أتاحت لهم فرصة التعليق و
المشاركة علي الآراء المختلفة.

ويعتبر هذا الجانب المضيء أو الإيجابي
للإعلام الجديد بينما هناك جانب آخر نطلق
عليه الجانب المظلم أو السلبي حيث يتأثر به
الشباب و المجتمعات من خلال نشر الأفكار
الهدامة و المتطرفة و محاولة هدم أفكار

لذا وجب أهمية غرس القيم الصحيحة لدى الشباب العربي والمسلم، وأهمها الوسطية الفكرية والإيجابية والاعتدال وقبول الآخر، وملء أوقات فراغه بالعمل الجاد والهادف والبناء، سواء على مستوى العلم والثقافة، أو على مستوى النشاط الاجتماعي والاقتصادي، وتشجيعه على تبني أهداف وطنية وإنسانية عالية، فضلاً عن غرس روح التميز العلمي والعطاء ، ذلك لمواجهة القيم التي تبث من الخارج الغير مرغوب فيها ويكون لها تأثيرها العقلي والنفسي والاجتماعي السلبي ، إضافة إلى مسؤولية التصدي لها وحدودها وآثارها وأهميتها .

**دور الاتصال غير الرسمي في تحسين الأداء الوظيفي للإدارة المدرسية
"دراسة حالة ثانوية طارق بن زياد ومتوسطة النقيب عبد العزيز الكبير
عين طاية- الجزائر"**
من جانفي 2018 إلى غاية جوان 2018
للباحث: كروش خيرالدين

للمؤسسة وبيعت فيها التجديد والديناميكية، بل إنه من الصعب جدا أن يتصور الموظفون سواء كانوا رؤساء أو مرؤوسين أو عملاء داخل المنظمة أو خارجها. وحتى تؤدي المنظمة نشاطها العادي أيضا فهي تشمل شبكة من الاتصالات انطلاقا من القنوات الرسمية وغير الرسمية والتي يعتمدها كل من الاتصال الرسمي وغير الرسمي

فإن كان الأول يلزم العاملين بكل ما هو مكتوب ويتميز بالدقة في احترام وتنفيذ الأوامر والتعليمات وضمان عدم النسيان والتجاهل والمتابعة الدقيقة إلا أنه في بعض الأحيان يعتبر أداة للضغط على الموظفين فتصبح عملية متعبة، في حين نجد الاتصال غير الرسمي الذي يتم بين الموظفين خارج المسارات الرسمية والذي هو قائم على أساس العلاقات الشخصية والاجتماعية بين

تعتبر المؤسسة مصدر لتجميع مختلف الأفراد، فهي تقوم على جماعات بشرية تربطهم علاقات إنسانية وتجمعهم أهداف وأغراض مشتركة، وتحكمهم نظم وقوانين مشتركة أيضا، فالأفراد والجماعات يتحركون داخل المنظمة بغية تحقيق الأهداف والغايات، وإشباع حاجاتهم، وهم على ذلك يتبادلون المعلومات والمشاعر والأحاسيس.

ولا يمكن تصور أي منظمة دون توفر عملية الاتصال التي يتفاعل من خلالها الأفراد والجماعات تفاعلات تحكمها أشكال وأساليب معينة ولقد ازدادت أهمية الاتصال في العصر الحديث بتطور وتعقد مختلف التنظيمات، وأصبح عنصرا حيويا تهتم به وبعناصره، باعتباره عملية تفاعل إنساني يساعد على تنمية و تمتين العلاقات الاجتماعية والتنظيمية، وتقوية روح الجماعة، مما ينعكس بالإيجاب على الكفاءة الإنتاجية

المالية أو التكنولوجية فحسب، بل يستند في المقام الأول على قدرتها على توفير نوعيات خاصة من الموارد البشرية .

فالأفراد هم العنصر التنظيمي القادر على استيعاب المفاهيم والأفكار الجديدة التي تساعد على استغلال الميزات و مواجهة التحديات التي تفرضها الظروف البيئية والثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية للقرن الجديد وهذا من خلا أدائه الذي يتوقف عليه نجاح المنظمة، فالأداء العالي هو نتاج جهد سواء كان عضلي أو فكري قد يبذله فرد أو مجموعة لإنجاز معين، للوصول أو تحقيق أهداف مسطرة سلفا، مبني على استغلال الموارد المتاحة أو مدخلات المنظمة بأقل تكلفة وإنتاجية عالية مع الحفاظ على صحة وراحة الموظف. ولهذا وجب على المدير أن يكون طرفا فاعلا من اجل تحقيق هذه الأهداف وضمن مشاركة

الموظفين داخل المنظمة وهو بذلك يعتبر متنفسا للأفرد يعبرون فيه عن الأمور التي تهمهم ويتبادلون فيه الآراء.

والإدارة تتطلب من مديرها القدرة على التكيف الفعال بمحيطه الاجتماعي و نخص في دراستنا هذه المجتمع المدرسي ، حيث تقتضي حكمة بالغة وتفهما لحاجات الآخرين ومشاعرهم من اجل الوصول إلى الغاية المنشودة، وهكذا تنمو علاقة بين المدير و عماله أو بين المدير و المعلمين والطاقم الإداري ككل فالعنصر البشري هو المحرك الأساسي لعمل المنظمات وباعتباره جزءا لا يمكن تجاهله أو إغفاله في العملية التنظيمية والإنتاجية للمنظمة مهما كانت وظيفتها أو أهدافها، فالمورد البشري يمثل المصدر الحقيقي لتكوين القدرة التنافسية لكل منظمة في القرن الواحد والعشرين لا يستند لمجرد امتلاكها الموارد الطبيعية أو

التعاون والتنافس الايجابي من اجل الوصول إلى ما هو أسمى وأفضل.

وبهدف محاولة معرفة العلاقة القائمة بين الاتصال غير الرسمي و الأداء الوظيفي في الإدارة المدرسية وتحديد مدى علاقتها بأداء الإداريين في المؤسسات التربوية هو محور دراستنا التي تدرج تحت الإشكالية التالية:

كيف يمكن أن يؤثر الاتصال غير الرسمي

على الأداء الوظيفي في الإدارة

المدرسية؟

وتهدف عملية التركيز في دراستنا على الاتصال غير الرسمي إلى أن هذا النوع من الاتصال لا تزال أهميته غير معترف بها .

وبعد الدراسة الميدانية التي أجريت لعينة من الإدارة المدرسية ممثلةً في إعدادية النقيب عبد العزيز الكبير وثانوية طارق بن زياد ببلدية عين طاية بالجزائر العاصمة تم الوصول إلى جملة من النتائج والتوصيات والملخصة كالآتي:

نشطة لأطراف العملية التعليمية، و أن يجعل أيضا لنفسه مجموعة من الأساليب يستطيع عن طريقها تحسين أدائه من اجل رضا مرؤوسيه، وهذا يمكنه من الوصول إلى أداء فعال بغرض الحصول على إدارة مدرسية ناجحة، فهي لم تعد مجرد عملية إدارية روتينية تهدف إلى تسيير المدرسة سيرا روتينيا وفق قواعد وتعليمات معينة، بل أصبحت تعنى بالنواحي الفنية وبكل ما يتصل بالتلاميذ وبأعضاء هيئة التدريس في المدرسة وبالمناهج وطرق التدريس والنشاط المدرسي والإشراف الفني وتنظيم العلاقة بين المدرسة و المجتمع المحلي وغير ذلك من النواحي التي تتصل بالعملية التربوية أو باتصال الإداريين ببعضهم البعض، ولذلك وجب الرقي بمفهوم الإدارة بعيدا عن الفكرة التي تزعم أن التعامل بين أفرادها يكون في إطار محدود، وهذا ما يمنع من التعبير عن الأفكار وتبادل الآراء والإبداع وحب العمل، بروح

للمنظمة وفي نفس الوقت يجب احتواء
والدراية الجيدة في التعامل به لأنه يقدر
يعود بالسلب على المنظمة.

3. يجب على المدير أن يدرك أهمية التواصل
وإقامة اتصالات غير رسمية في عمله مع
جميع أطراف العملية التعليمية والتربوية
وعليه يجب مراعاته واستخدامه بالموازاة
مع الاتصال الرسمي وذلك خدمة للإدارة
المدرسية وتطورها.

4. الاستفادة من اللقاءات والمناسبات في
دعم العلاقات الفردية الإنسانية التي
سيكون لها اثر كبير في العلاقات
الاجتماعية بين موظفي الإدارة
المدرسية(العمل على تنمية روح
الجماعة)

5. محاولة الوقوف على العناصر التي من
شأنها أن تعرقل عملية الاتصال الفعال

يعمل الاتصال بأنواعه على إحداث التنسيق
والتكامل بين مختلف الوظائف والأنشطة فهو
الوسيلة الأساسية لتنمية العلاقات الإيجابية
وإثبات روح الجماعة بين الأفراد داخل
المنظمات، ويشكل الاتصال غير الرسمي عامل
ذا أهمية باعتباره المساهم الرئيسي في
تعزيز جو الانسجام والتوازن، وبالتالي تحسين
الأداء الوظيفي وبالنظر إلى الواقع المعاش
وفي مجتمعنا الحالي نجد أن هذا النوع من
الاتصال لا تزال أهميته غير معترف بها لذلك
وجب على الباحثين إجراء دراسات بحثية
معمقة حول هذا الجانب الخصب وتطبيق
نتائجها .

1. إشراك الموظفين في القرارات المتعلقة
بالإدارة المدرسية وهذا كفيل ببعث
الحماس لديهم.

2. الاتصال غير الرسمي له تأثير كبير على
مردودية الموظفين والسير الحسن

7. رفع دافعية الموظفين عن طريق دعمهم
بمزيد من التحفيزات وتوفير كافة
الإمكانيات التي تساعد على إنجاز
مهامهم الوظيفية الموكلة إليهم وتكريم
المتميزين منهم.

بين الموظفين والعمل على معالجتها
وصيانتها.
6. العمل على توظيف وتوجيه التقنيات
الحديثة في الإدارة المدرسية نحو إنشاء
شبكة اتصالات ومعلومات تربط الموظفين
فيما بينهم مع دعم سبل الاتصال
والتنسيق بينهم من أجل رفع مستوى أداء
عملهم.

دور الإعلام فى ازدهار النشاط السياحى للبلاد.

نور عزت الياسين

عرض معوقاتها عبر وسائل الإعلام وتدعيم التواجد للتسويق السياحي خارجياً وخلق فرص عمل جديدة للمواطن والحد من البطالة من خلال تحسين الصورة الخارجية للبلاد عبر وسائل الإعلام وعدم المبالغة الزائدة في إظهار التسهيلات والأسعار المنخفضة وجودة الخدمات الفندقية والسياحية وكرم وضيافة المواطن مما يخلق صورة ذهنية إيجابية لفترة قصيرة ولكن غير صحيحة، وبالتالي ستتحول إلى ردود فعل غير جيدة من قبل الزائر عندما يصطدم بالواقع ويرى العكس والمتمثلة بعدم تكرار زيارة تلك البلاد مستقبلاً وتحذير الآخرين من المعارف والأصدقاء من السفر إليها.

ومن أهم المشاكل التي يواجهها الإعلام السياحي عدة أمور ومنها قلة أو عدم وجود برامج سياحية تعرض الآثار والمناظر والمناطق المراد زيارتها والاستمتاع بها وضعف تقنيات وسائل الإعلام المطلوبة

يتجلى دور الإعلام السياحي كصناعة واستثمار واستقطاب لرؤوس الأموال الأجنبية وتوظيفها في المجال السياحي وانتعاش اقتصاديات البلدان الفقيرة وخصوصاً التي تعتمد على السياحة بشكل أساس كمصدر للدخل القومي لأن الإعلام الناجح يصنع سياحة ناجحة.

ومن أهم الأمور التي علي الاعلام السياحي ان يعيها جيداً هي الفروق الجوهرية بين البلدان والدول المختلفة من حيث الدين والفكر والحرية وتبني أفكار ما قد تؤثر مباشرة علي قرار العميل المنتظر.

ومن أهم إيجابيات الإعلام السياحي هي تحرير القطاع السياحي من بعض القيود المفروضة عليه الأمر الذي سينعكس إيجابياً على كفاءته وتسهيل قيام المؤسسات السياحية بتقديم خدمات شاملة من خلال

فسخرت وسائل الاعلام المختلفة من تليفزيون وإذاعة وصحافة للقيام بمهام التنشيط السياحي و تثقيف المواطن بأهمية السياحة، ودورها الحيوي في بناء مجتمعات حضارية جديدة.

واليوم أصبحنا نري الإعلام السياحي يسوق لرحلات سياحية الي الفضاء، بدأت الفكرة عام 2001، وما زال حلم الملايين من البشر علي سطح هذا الكوكب هو السفر الي الفضاء، والذي أصبح ممكنا ومتاحا لمن يملك المقدرة المالية.

فالمرحلة الراهنة تتطلب دورا رئيسيا للاعلام بشتى لنواه مقرأ أو مسموع او مرئي يهدف الي خدمة قطاع السياحة وعلى الدولة ان تنظر بعين الاعتبار الي التخصيصات المالية التي مازالت متواضعة جدا في هذا المجال ولا تستطيع تفعيل هذا القطاع وفق الطموحات

لمواكبة الأحداث وقلة الاهتمام بالإعلان والترويج السياحي وانعدام وجود دليل سياحي متكامل للتواصل مع السياح وتعريفهم بمعالم البلاد، كذلك عدم الاهتمام بالمهرجانات والمعارض السنوية والإعلان عنها بالإضافة إلى عدم دراسة طبيعة السائح ومعرفة متطلباته قبل بداية الحملة الإعلانية والفشل في اختيار التوقيت المناسب للإعلان السياحي والجهل في استخدام الوسائل الإعلامية المناسبة، كما أن الحروب والكوارث الطبيعية التي تنشر عبر وسائل الإعلام الأخرى تعتبر عائقاً أمام السياحة، إذ لا غنى للسياحة عن الإعلام لكون الإعلام صفة محورية و لازمة لصناعة ونجاح السياحة.

واهتمت معظم الدول التي تهتم بصناعة السياحة اهتماما حقيقيا بتعظيم دور الإعلام السياحي وتوفير بل تسخير كافة السبل لإنجاحه.

المرجوة لان المردودات المالية التي ستعود
من السياحة بانواعها المختلفة ستكون كبيرة
جدا في حالة توفر الامن وفرض القانون ونشر
الوعي السياحي وتوفير الخدمات العامة
واجزم إن هذا متوفر ليس فقط محليا ولكن
دوليا.