

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة منتوري - قسنطينة

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

رقم التسجيل:

الرقم التسلسلي:

الصحافة المكتوبة و قضايا السياحة في الجزائر

دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي " الشروق اليومي " و " EL ACIL "

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة

إشراف /

أ.د / حسين خريف

انجاز /

لمرابط أسماء

تاريخ المناقشة /

لجنة المناقشة /

- 1- أ.د / فضيل دليو أستاذ التعليم العالي جامعة منتوري - قسنطينة رئيسا
- 2- أ.د / حسين خريف أستاذ التعليم العالي جامعة منتوري - قسنطينة مشرفا و مقررا
- 3- د / الطاهر أجعيم أستاذ محاضر " أ " جامعة منتوري - قسنطينة عضوا
- 4- د / ليلي بن لطرش أستاذ محاضر " أ " جامعة منتوري - قسنطينة عضوا

السنة الجامعية 2011/2012

الإهداء

رسالة حب و احترام بالجميل إلى أصدقاء دربي و أصحاب الفضل علي
أمي العبيبة و أبي العزيز اللذان تعبوا لأسعد و شقيا لأنجع و صبرا لتكون ثمرة
هذا العمل أمنية تتحقق بما سعادتهما.

والى من وهبني إياهم الله و جعلهم قرة عيني زوجي شعيب و ابني العبيد محمد.
و إلى من كانوا سندا لي بكل حب و صبر فترة انجازي هذا العمل إخوتي الأعمام
إيمان معاذ و ميسره.
أختي في الله فاطمة الزهراء.

إلى هؤلاء اهدي ثمرة هذا العمل الذي ما وفقته فيه الا بتوفيق من الله عزوجل
الذي عليه توكلت و هو رب العرش العظيم.

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
مقدمة.....	(أ- ب)
الفصل الأول: موضوع الدراسة و إطارها المنهجي.....(1-45)	
أولاً: إشكالية الدراسة.....	(5-1)
ثانياً: أهمية و أسباب اختيار موضوع الدراسة.....	(7-5)
ثالثاً: أهداف الدراسة.....	(8-7)
رابعاً: فروض الدراسة.....	(9-8)
خامساً: منهج الدراسة.....	(10-9)
سادساً: عينة الدراسة.....	(13-11)
سابعاً: أدوات جمع البيانات.....	(17-14)
ثامناً: مجال الدراسة.....	(19-17)
تاسعاً: الدراسات السابقة.....	(25-19)
عاشراً: براد يغم الدراسة.....	(34-26)
إحدى عشر: تحديد المفاهيم.....	(40-34)
- مراجع الفصل الأول.....	(45-41)
الفصل الثاني: الإعلام المكتوب في الجزائر.....(46-108)	
أولاً: الاتصال و الإعلام في الجزائر.....	(60-46)
ثانياً: الصحافة المكتوبة في الجزائر.....	(78-61)
ثالثاً : التعددية الإعلامية في الجزائر.....	(85-79)
رابعاً: واقع الممارسة الصحفية في الجزائر.....	(103-86)
- مراجع الفصل الثاني.....	(108-104)

الفصل الثالث: واقع السياحة في الجزائر	(172-109)
أولاً: التسويق السياحي.....	(116-109)
ثانياً: قضايا و مقومات السياحة في الجزائر.....	(133-116)
ثالثاً: مكانة السياحة في الاقتصاد الوطني الجزائري.....	(140-133)
رابعاً: السياسة السياحية في الجزائر.....	(152-140)
خامساً: الإصلاحات الحالية و الآفاق المستقبلية للسياحة في الجزائر.....	(167-152)
- مراجع الفصل الثالث.....	(172-168)
الفصل الرابع: الدراسة التحليلية لقضايا السياحة في صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL	(275-173)
أولاً - فئات الشكل.....	(181-174)
ثانياً - فئات المضمون.....	(275-182)
نتائج الدراسة	(281-276)
1 - النتائج العامة للدراسة.....	(278-276)
2- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.....	(281-279)
* خاتمة	(283-282)
* المراجع	(293-284)
* الملاحق	(336-294)
- الملحق رقم 1 استمارة تحليل المحتوى: " الصحافة المكتوبة وقضايا السياحة في الجزائر " في صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL.....	(326-294)
- الملحق رقم 2 الصفحات الأولى لصحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL.....	(330-327)
- الملحق رقم 3 ملخصات الدراسة.....	(336-331)
أ- ملخص الدراسة باللغة العربية.....	(332-331)
ب- ملخص الدراسة باللغة الانجليزية.....	(334-333)
ج- ملخص الدراسة باللغة الفرنسية.....	(336-335)

فهرس الجداول

رقم الجدول	موضوع الجدول	الصفحة
جدول رقم 1:	عينة ممثلة لأعداد صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL	13.....
جدول رقم 2:	توزيع الصحافة في الجزائر بالعملة الصعبة فترة 1962-1997	49.....
جدول رقم 3:	مكونات الغطاء النباتي في الجزائر	120.....
جدول رقم 4:	شروط ترقية السياحة في الجزائر حسب ميثاق 1966	142.....
جدول رقم 5:	تطور توافد السياح لفترة 1991-2002	155.....
جدول رقم 6:	توزيع عدد مواضيع السياحة في صحيفتي الشروق اليومي و El Acil على الأعداد	174.....
جدول رقم 7:	توزيع مواضيع السياحة حسب الصفحات	176.....
جدول رقم 8:	توزيع مواضيع السياحة بالمساحة	178.....
جدول رقم 9:	توزيع نوع الأشكال الصحفية لتناول مواضيع السياحة	180.....
جدول رقم 10:	توزيع أنواع مواضيع السياحة في صحيفتي الشروق اليومي و El Acil	182.....
جدول رقم 11:	توزيع مواضيع السياحة بالموقع من الصحيفة	184.....
جدول رقم 12:	توزيع مواضيع السياحة الخاصة بالموقع من الصفحة	186.....
جدول رقم 13:	توزيع مواضيع السياحة الخاصة بالموقع من جهة الصفحة	188.....
جدول رقم 14:	توزيع مواضيع السياحة حسب وسائل الدعم	190.....
جدول رقم 15:	توزيع مواضيع السياحة على الأعداد	192.....
جدول رقم 16:	توزيع موضوع المقومات الطبيعية	194.....
جدول رقم 17:	توزيع موضوع المقومات الحضارية و التاريخية	196.....
جدول رقم 18:	توزيع مواضيع السياحة حسب الأنواع	199.....
جدول رقم 19:	توزيع مواضيع السياحة حسب المناطق	201.....
جدول رقم 20:	توزيع مواضيع السياحة الخارجية	204.....
جدول رقم 21:	توزيع مواضيع السياحة وفقا لمدة البرنامج السياحي	206.....

- جدول رقم 22: توزيع أنواع السياحة وفقا لدوافع السفر 208.
- جدول رقم 23: توزيع مواضيع السياسة السياحية 211.
- جدول رقم 24: توزيع موضوع التنمية السياحية 213.
- جدول رقم 25: توزيع مجال الاهتمام بموضوع السياحة 215.
- جدول رقم 26: توزيع مجال اهتمام الموضوع الوطني بالسياحة 217.
- جدول رقم 27: توزيع مجال اهتمام الموضوع الوطني بالسياحة 219.
- جدول رقم 28: توزيع مجال اهتمام الموضوع الدولي بالسياحة 221.
- جدول رقم 29: توزيع قيم مواضيع السياحة 223.
- جدول رقم 30: توزيع موضوع القيمة الاجتماعية 225.
- جدول رقم 31: توزيع موضوع القيمة الاقتصادية 227.
- جدول رقم 32: توزيع موضوع القيمة الثقافية 229.
- جدول رقم 33: توزيع موضوع القيمة الدينية 231.
- جدول رقم 34: توزيع موضوع القيمة الأمنية 233.
- جدول رقم 35: توزيع موضوع قيمة التسلية و الترفيه 230.
- جدول رقم 36: توزيع اتجاه مواضيع السياحة 235.
- جدول رقم 37: توزيع اتجاه القيم الاجتماعية 237.
- جدول رقم 38: توزيع اتجاه القيم الاقتصادية 240.
- جدول رقم 39: توزيع اتجاه القيم الثقافية 242.
- جدول رقم 40: توزيع اتجاه القيم الدينية 244.
- جدول رقم 41: توزيع اتجاه القيم الأمنية 246.
- جدول رقم 42: توزيع اتجاه قيم التسلية و الترفيه 248.
- جدول رقم 43: توزيع الجمهور المستهدف من موضوع السياحة 250.
- جدول رقم 44: توزيع الفاعل في مجال السياحة 252.
- جدول رقم 45: توزيع أنواع السياح كفاعل في مجال السياحة 254.
- جدول رقم 46: توزيع وكالات السياحة كفاعل في مجال السياحة 256.
- جدول رقم 47: توزيع الجمعيات كفاعل في مجال السياحة 258.
- جدول رقم 48: توزيع الهيئات الثقافية كفاعل في مجال السياحة 260.
- جدول رقم 49: توزيع المديرية كفاعل في مجال السياحة 262.
- جدول رقم 50: توزيع المؤسسات كفاعل في مجال السياحة 264.

- جدول رقم 51: توزيع المتخصصين كفاعل في مجال السياحة 266
- جدول رقم 52: توزيع المسؤولين كفاعل في مجال السياحة..... 270
- جدول رقم 53: توزيع المصالح المتخصصة كفاعل في مجال السياحة 272
- جدول رقم 54: توزيع مصدر مواضيع السياحة 274

فهرس الأشكال

شكل رقم 1: الارتباط القبلي و البعدي للمؤسسة ببيئتها.....112

شكل رقم 2: تطور مداخيل السياحة الجزائرية بالعملة الصعبة 1999-2000.....156

مقدمة

لقد شهد العالم منذ القرن العشرين العديد من مظاهر التقدم العلمي و الحضاري في كثير من الميادين العلمية و الصناعية المختلفة و لقد تميز إلى جانبها بتقدم آخر في المجالات الاجتماعية و الذي ارتبط بظهور السياحة كظاهرة ملموسة لهذا التقدم و التي أصبحت علما و تقنية جديدة لهذا العصر الذي أولت دوله هذه الظاهرة بالاهتمام الكبير انطلاقا من أهميتها كمورد اقتصادي قائم على جملة الإمكانيات و المقومات الطبيعية و الحضارية التي تتوفر عليها الدول خاصة الاخذة منها بمبدأ الحرية الاقتصادية و حرية التعامل تحقيقا لجملة مبادئ أساسية و التي تتلخص في تحقيق الاستجمام، المتعة، الثقافة، المعرفة و التعارف.

و انطلاقا من الدور الإنمائي لهذه الصناعة الخدمية يتعين قيامها على خطة تنمية مدعمة للإستراتيجية الاقتصادية للدول خاصة النامية، لأنه لا سبيل لنجاحها إلا بدراسات السوق المحلية و الدولية لتسويق منتجاتها. اد يعد التسويق من أهم المراحل التي بنجاحها يتحقق نجاح النشاط السياحي انطلاقا من هدف معرفة السائح و حاجاته و الخدمات التي يطلبها و أسعارها الملائمة لظروفه وصولا إلى أدوات و وسائل ترويجها.

و على اثر هذا نجد أن الجزائر باعتبارها دولة نامية في سعي دائم و مستمر لمواكبة هذه الظاهرة انطلاقا من مقوماتها السياحية المتنوعة و المتباينة خاصة بعد معرفة القطاع السياحي العديد من النقالات التي دفعت بالسلطات المعنية إلى اعتماد خطط و سياسات سياحية قادرة ببرامجها على جعل الجزائر وجهة سياحية مفضلة لدى السائح الوطني و الأجنبي انطلاقا من السعي إلى إضافة قيمة على ثرواتها الطبيعية و الثقافية و بدل الجهود لعصرنتها بما يساعد على جلب العملة الصعبة و توفير مناصب عمل وصولا إلى مرحلة تجسيد هذه الإجراءات المتخذة لهيكله القطاع و ضمن مخطط يعطي للدولة فرصة إضافية للحصول على موارد جديدة لتمويل القطاع الاقتصادي.

غير أن عملية إنجاز هذه البرامج السياحية متوقف و بشكل أساسي على أهمية الإعلام السياحي باعتباره محورا مهما داخل مكونات المزيج التسويقي انطلاقا من حتمية تعريف السائح أو مشتري الخدمة السياحية بهذه الخدمة و إقناعه بقدرتها على تلبية حاجاته و رغباته و دفعه لاتخاذ قرار بشأنها من خلال إحداث معرفة لدى السائح عن المؤسسة السياحية و برامجها

و إحداه تفاعل بينه وبين المعلومات التي يتحصل عليها من خلال الوسيلة الاتصالية المفضلة خاصة الصحافة المكتوبة. هذه الوسيلة الجماهيرية التي خصصناها بالدراسة انطلاقا من الإيمان بدورها الإعلامي المتزايد و المتزامن مع مختلف قضايا الظواهر الحديثة التي شهدتها العالم و التي تحتاج إلى تغطية إعلامية لجميع جوانبها و إبراز خفاياها بالرغم من التطور التكنولوجي الذي تشهده وسائل الاتصال الجماهيري والذي لم يلغي دورها في عس صورة عن الواقع الاجتماعي و بأسلوب موضوعي. غير أن تساؤل دراستنا انطلق من الرغبة في اكتشاف هذا الدور ولكن في المجال السياحي والذي من خلاله نبحث عن مدى قدرة هذه الوسيلة بمضامينها و أشكالها و أساليبها الإعلامية على عكس واقع السياحة في الجزائر ومدى اهتمامها بقضاياها. و لأجل الإجابة على هذا التساؤل اعتمدنا فصولا أربع تلخصت في الخطة التالية: الفصل الأول: موضوع الدراسة و إطارها المنهجي.

الفصل الثاني: الإعلام المكتوب في الجزائر.

الفصل الثالث: واقع السياحة في الجزائر.

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية لقضايا السياحة في صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL .

الفصل الأول: موضوع الدراسة و إطارها المنهجي

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: أهمية و أسباب اختيار موضوع الدراسة.

ثالثاً: أهداف الدراسة.

رابعاً: فروض الدراسة.

خامساً: منهج الدراسة.

سادساً: عينة الدراسة.

سابعاً: أدوات جمع البيانات.

ثامناً: مجال الدراسة.

تاسعاً: الدراسات السابقة.

عاشراً: براد يغم الدراسة.

إحدى عشر: تحديد المفاهيم.

- مراجع الفصل الأول

أولاً: إشكالية الدراسة

إن التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم في مجال الاتصال و المعلومات وتوسعها المستمر و المتزايد لتطبيقها في مختلف المجالات الاقتصادية يعزز من دورها كمورد رئيسي لتنمية المجتمعات في العصر الراهن، هذا العصر الذي يتميز بتجاوز القطاعات الاقتصادية التقليدية النمطية (زراعة، صناعة) في تقديمها للسلع و الخدمات قصد تحقيق مكاسب مادية خاصة بجهات معينة و التوجه نحو قطاع الخدمات. هذا القطاع الذي فرضته التحولات المعاصرة للمجتمع و التي تركز على المعالجة المعلوماتية و استثمارها بشكل يوفر معرفة جديدة أصبحت المعلومة فيها العنصر المضاف إلى عناصر الإنتاج المتعارف عليها بما أحدث تغيرات في المجتمع البشري و زاد من انفتاحه و ظهرت معه ضرورة التواصل مع الآخر و الالتقاء به و معه في كثير من الجوانب المعرفية، كما أنه لا يقتصر فقط على المنتجات المادية و بشكل نمطي بل تعداها ليشمل الخدمات و التركيز عليها وفقاً لمتطلبات التطور الاقتصادي القائمة في أساسها على جذب الجماهير و إرضائها بأفضل الطرق التي تتخذ من حسن الأداء و الوظيفة أساساً لتحقيق ذلك على مستوى تقديم الخدمة المنبثقة من الحاجات الضرورية و الكمالية للأفراد كالسفر، الإقامة، الاستجمام، نشود الراحة و الشعور بالمتعة و الحصول على المنفعة و الفرحة.

ولعل من أبرز الخدمات التي يشملها هذا القطاع و تحقق كل تلك الحاجات "الخدمة السياحية" التي لا تتوقف فقط أنشطتها عند توفير أوجه الاستجمام بمكان خلاب أو وسيلة سفر مريحة بل تشمل على 03 مركبات أساسية تشمل جاذبية المنطقة السياحية التي يكون السائح صورة ذهنية عنها و الخدمات التي تقدمها ، المرافق التي تتوفر عليها هذه المنطقة من أماكن إيواء و تموين إلى جانب وسائل التنقل و الترحال التي تسهل عملية الوصول إلى هذه المنطقة. فالسياحة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بقطاع الخدمات سواء تعلق الأمر بتسويق منتج، فكرة وجهة أو حتى استقطاب جماهير سياحية. فهي نشاط ضروري تمتد آثاره إلى مختلف الميادين الاجتماعية الثقافية و الاقتصادية. و ما يوضح ذلك تزايد أنشطتها على مستوى التجارة الدولية، و ما تحققه من عائدات اقتصادية تزيد من موارد العملة الصعبة و تسمح بتصدير خدمات و صناعات مكملة للنشاط السياحي إلى جانب خلقها لفرص عمل كثيرة في مجال أنشطتها المختلفة خاصة للدول النامية التي تعتمد إلى استغلال مواردها الطبيعية قصد تصنيفها و استثمارها لجلب السياح، كما أن استثمار رؤوس الأموال في بناء الصناعة السياحية بها

يتطلب خبرات و استثمارات كبيرة و هو ما يدفع برؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في هذه الدول حيث انخفاض الخدمة و كذا أجر العاملين بها.

إضافة إلى ارتباطها الوثيق بالمجتمع، حيث يكون التفاعل أحد مدخلات النظام السياحي و تنتج عنه آثار اجتماعية عدة منها تحقيق التوازن الاجتماعي و النمو الحضاري المساعد على تبادل مختلف الثقافات بين شعوب العالم.

و أمام تزايد وعي الدول بأهمية و دور الخدمة السياحية على جميع الأصعدة، فإننا نجد الجزائر هي الأخرى - باعتبارها دولة من الدول النامية - تسعى لمواكبة ذلك الركب أيضا انطلاقا من تنوع إرثها الطبيعي، الاجتماعي و الثقافي. و الذي يجعل منها طاقة سياحية هامة على مستوى البحر الأبيض المتوسط و كذا الجنوب لما تتوفر عليه من ظروف مناخية ملائمة، مناظر طبيعية و كذا ثروة ثقافية تاريخية و أثريا و معماريا تستدعي الاهتمام بها أكثر من جهة، و يجعلها تتميز عن باقي دول المغرب العربي من جهة أخرى.

فمن الناحية الطبيعية تعد الجزائر "أكبر بلد مغربي من حيث المساحة بعد السودان". (1) "والواقعة في الشمال الغربي من القارة في وسط بلاد المغرب العربي". (2) بحدين طبيعيين هما البحر الأبيض المتوسط شمالا و الصحراء الكبرى جنوبا بشكل جعلها دائما دولة ذات قيمة سياحية قادرة على استقطاب أكبر عدد من السياح و يحقق و يشبع رغباتهم و فضولهم في حب الاستطلاع و الاستكشاف و لممارسة التزلج على الثلج في تيكجدة و على رمال تاغيت و كذا الاستجمام بشواطئها الممتدة على ساحل طوله 1200 كلم.

وهذا التباين في موقعها جعلها متباينة أيضا من حيث مؤثراتها المناخية الخاصة بالارتفاع و الانخفاض و الاتجاه بطريقة جعلت الجزائر مزيجا من الأقاليم المناخية.

و لكن أمام اتساع حدود الخدمة السياحية، فالسائح لا يكتفي فقط بمجرد التمتع بالمناظر و المشاهد الطبيعية، بل يتعداها فضوله إلى اكتشاف التراث الثقافي للبلاد أيضا. و الجزائر على غرار هذا، بلد ذو أبعاد ثقافية متنوعة، فهي دولة عربية إسلامية، متوسطة، إفريقية و عالمية ساعدت بينتها الثقافية على ربط أصالة ماضيها بحداثة حاضرها بشكل عزز ثوابتها الحضارية و جعلها ذات مكانة مهمة على الصعيد الإقليمي و الدولي و العالمي.

"فنجذ الجزائر تحتوي على مجموعة من الآثار القديمة و المعالم الأثرية التي يرجع تاريخها إلى مختلف العصور" (3) ، على اعتبارها "ملتقى خصب لحضارات البحر الأبيض المتوسط و الشرق و إفريقيا". (4) و تاريخ الجزائر يبدأ ببداية الحضارة الإنسانية، إلى جانب الحضارة الرومانية ذات الآثار الباقية في كل من جميلة و تيمقاد، و كذا الحضارة الإسلامية

وما شهدته من مساجد بتلمسان و غيرها من الحضارات التي كونت الإرث السياحي الكبير للجزائر.

لهذا فقد شهدت الجزائر تغيرات و نقلات نوعية في بيئة قطاعها السياحي دفعت بسلطاتها إلى تبني برنامج سياحي ضخم يهدف إلى جعلها قبلة سياحية في دول المغرب العربي على مستوى قدراتها بحلول عام 2025 هدفا منها تطبيق سياسة سياحية براغماتية قائمة على استغلال التجارب الناجحة لدول الجوار بما يشجع المستثمر على استغلال هذا المجال لتحقيق التنمية الشاملة للبلاد.

ففي الستينات برزت أهمية قطاع السياحة بمستلزمات و تأثيرات منها إضافة قيمة على الثروات الطبيعية و الثقافية لها، و بذل الجهد لعصرنة تجهيزاتها و توفير أفضل التقنيات حرصا منها على تحقيق الترقية الاجتماعية لهذا القطاع بما يسمح لها من ممارسة نشاطاتها بشكل و أسلوب يساعد على جلب العملة الصعبة، و يخلق مناصب شغل إضافية للجزائر انطلاقا من توفرها على الثروة الطبيعية و الثقافية إلى جانب القدرات الإيوائية و الوسائل الاتصالية و كذا وسائل النقل اللازمة، إلى جودة الخدمة و كفاءة إدارتها في إطار إما الأسلوب المركزي أو اللامركزي للتسيير للاقترب أكثر من فعالية التسيير الخاص و العام للقطاع.

لنتنقل بعدها إلى مرحلة تجسيد الإجراءات المتخذة لإعادة هيكلة القطاع ضمن مخطط شامل للتطور و الذي يعطي فرص جديدة للبلاد تحصل من خلالها على موارد إضافية لتمويل قطاعها الاقتصادي.

فمع نهاية التسعينيات، قدمت دعوة لمتعاملين أجنب و وطنيين إلى الاستثمار في السياحة والتي بموجبها تمت حماية المواقع السياحية و تهيئة مناطقها و تطوير قدراتها الفندقية إلى جانب تدعيم مؤهلات التكوين لمستخدميها باعتماد جهودات اتصالية و فنون تسويقية موجهة لمختلف المستهلكين الدائمين و المحتملين لخدمتها السياحية.

وهذه الاستراتيجيات السياحية نجد أنها شملت في معظمها ترقية الاستثمارات و الاستغلال الأمثل للعقار السياحي و تعديله بشكل لا يعرقل عملية الاستثمار فيه، و كذلك حماية المناطق والمرافق العمرانية. و هذا التوجه نحو إعادة هيكلة القطاع السياحي في إطار التخطيط الشامل والسامح بالحصول على مصادر جديدة للتمويل و تحقيق التطور الاقتصادي تطرح العديد من الإشكالات على عدة أصعدة أهمها مدى الاهتمام بسياسة اتصالية قادرة على عكس واقع مختلف مواضيع و قضايا السياحة في الجزائر من خلال وسائل الإعلام والاتصال

خاصة الصحافة المكتوية و بشكل تكون فيه هذه الأخيرة مصدرا أساسيا من مصادر المعلومات أو من العوامل المساعدة على تكوين الصورة السياحية و تحسينها بشكل يجعل الجزائر بحق ملتقى الحضارات و بوابة جذب تمكنها من الاندماج ضمن الأقطاب السياحية الكبرى لتصبح بذلك الوجهة المفضلة لدى السياح بشكل يعبر عن مقوماتها السياحية و الحضارية على المدى القصير و الطويل و من ثم خلق توازن بين حاجات المجتمع ككل منتجين و مستهلكين خاصة مع تنوع الخدمات السياحية التي جعلت من الضروري توفر وسائل فعالة قادرة على ربط منتج الخدمة السياحية بمستهلكها و تعريفه بكيفية الانتفاع بها و يحقق رضاهم و اقتناعهم بجودتها و من ثم كسب ثقتهم لجمهور دائم لها. غير أن هذا لا يتحقق كما هو معروف إلا في إطار سياسة اتصالية تهدف إلى تحريك سلوك المستهلك نحو الخدمة و الحصول عليها في إطار عملية تبادلية قائمة على نقل و تبادل المعلومات و الأفكار و مختلف الحقائق السياحية بشكل يخلق استجابة لما تصبو إليه المؤسسات السياحية.

و لضمان سير هذه العملية، كان من الضروري التفكير في الاعتماد على أدوات ترويجية و أنشطة إعلامية و أساليب إقناعية قادرة على نقل رسالة أو صورة سياحية و تسويقها إلى مختلف الأسواق و الجماهير و جذب اهتمامها بما يسمح بتسهيل ممارسة نشاطها السياحي. لأن السياحة لوحدها لا تستطيع تحقيق تنمية إلا في ظل تخطيط إعلامي ذو جهاز قوي قائم على أسس علمية قادرة على الوصول بالسياحة إلى أعلى درجات التطور، فكانت الصحافة المكتوبة إحدى هذه الوسائل الاتصالية و الإعلامية القادرة على تبليغ البرامج السياحية من خلال نشر المعلومات الخاصة بالسلع و الخدمات و المؤسسات و بأسلوب التأثير الوجداني على محبي السفر و الاكتشاف السياحي عبر مختلف الأشكال الصحفية كدعامة ناقلة لصورة المواقع السياحية بشكل إيجابي إلى جانب دورها في إظهار مواقع الجذب السياحي و لفت الانتباه إلى العوالم الجديدة بشكل قائم على نقل المعلومات و دعمها بسرعة، فعالية و كفاءة عالية، مع تحري الصدق في عرض المعطيات و المضامين المقدمة في المواقف المحددة حتى تتحقق جودة الخدمة السياحية انطلاقا من اعتمادها على الكلمة المطبوعة في عكس الحياة اليومية و واقع البناء الاجتماعي و السياسي و الاقتصادي الذي تعمل فيه و ذلك بحسن اختيار و تقديم الأخبار و المواضيع و الأحداث السياحية بداية من شكلها المادي الخاص بعرض الأخبار، إلى جمالية الصحيفة و جودة طبعها و عرض مضامينها في الصفحات التي ستظهر فيها و مادة تحريرها بأسلوب يجذب و يلفت انتباه جمهورها من جهة و وسيلة تعبر من خلالها المؤسسات و الهيئات السياحية عن برامجها و سياساتها و تغطي مواضيعها بما يفيد الجمهور

و يساعد على بناء عقلية سياحية و يخلق توعية بشأن السياحة السياحية الشعبية بهدف الوصول إلى إحداث تأثير على الناس باختلاف فئاتهم و تباين درجات ثقافتهم في سبيل تنشيط الحركة السياحية بما يوسع دائرة مساهمتها في تطوير القطاعات الاقتصادية ككل.

ومن هنا تبرز أهمية الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية قادرة على عكس صورة سياحية لمختلف الأنشطة و الاستراتيجيات السياحية، و إبراز أهم قضاياها على مستوى ممارسة العملية الاتصالية ضمن قطاع إعلامي عرف تعدد وسائل تعبيره و مجالاته، وظهرت الحاجة فيه إلى وضع قواعد و أساليب تنظيمية تكفل حرية الرأي و التعبير عن هذه القضايا المهمة و المطروحة على الساحة الوطنية و بشكل عصري يدل على قدرته على عكس واقعها طالما أنها كانت دائما محل اهتمام رجال الإعلام و الجمهور على حد سواء في ضوء دعم حرية الممارسة الإعلامية وحرية مؤسساتها إلى جانب توليه مسؤولية الحملات الإعلامية السياحية وفق خطة مدروسة للإعلان عن إمكاناتها السياحية و مقوماتها الحضارية و التاريخية مع إبراز دور قطاعها الخاص من شركات و طيران و مكاتب سفر و سياحة في الإعلان الرحلات و الخدمات السياحية و بشكل تساندي في سبيل إعطاء صورة صادقة عن السياحة في الجزائر ومؤسساتها.

وانطلاقا من هذه الإمكانيات السياحية للجزائر و مع مختلف التغيرات التي شهدها قطاعها السياحي و أهمية قطاعها الإعلامي و بالأخص الصحافة المكتوبة في عكس ذلك الواقع دفعا منها وفي إطار التساند الوظيفي لعجلة التنمية الاقتصادية للبلاد إلا أنه يطرح تساؤل جوهري يتمحور حول مدى اهتمام الصحافة المكتوبة بقضايا السياحة في الجزائر؟ وهل ما تقدمه من مضامين إعلامية يعكس فعلا واقع السياحة في الجزائر؟ و هو ما سنتعرض إليه في ضوء دراستنا لموضوع الصحافة المكتوبة و قضايا السياحة في الجزائر.

ثانيا: أهمية و أسباب اختيار موضوع الدراسة

تعتبر السياحة اليوم من أهم أنشطة القطاع الخدمي التي تلعب الدور الأساسي في أي بناء اقتصادي للكثير من الدول ذات الإرث و الطاقات السياحية المتنوعة بعد الزراعة والصناعة. كونها مجالا يفتح و يخلق فرص عمل كثيرة في مجال أنشطتها المختلفة و مصدرا لرفع محصلات الدول من العملة الصعبة إلى جانب كونها قطاع قادر على جذب أكبر عدد ممكن من الاستثمارات الأجنبية، "اد تساهم السياحة العالمية اليوم بنحو $\frac{1}{3}$ من التجارة في

الخدمات في العالم و بنحو 12% من إجمالي الناتج المحلي العالمي، و يعمل فيها أكثر من 102 مليون عامل حول العالم." (5)

والسياحة في الجزائر هي الأخرى أصبحت ضرورة من الضروريات التي يستدعيها التطور الاقتصادي، فرغم ما تملكه الجزائر من إمكانات نفطية هائلة إلا أنها بحاجة إلى دعم أكثر قائم على الاستفادة من الموارد الإضافية التي تتخذها كدعامة لاقتصادها بشكل يسمح بتحقيق الثقافة السياحية لدى المواطنين، و تحقيق الأهداف السياحية الرامية إلى بلوغ التنمية الشاملة للبلاد.

إلى جانب هذا، فقد أخذت البلاد بعد استقلالها بعين الاعتبار الدور الذي تلعبه السياحة على مستوى الاقتصاد و التجارة العالميتين، و مدى تأثيرها على قطاعاتها التربوية الاجتماعية والثقافية و قدرتها على توطيد علاقات الصداقة و التفاهم المشترك بين الشعوب. لذلك اتجهت نحو استعادة تقاليد العريقة و تطويرها بشكل يجعلها قادرة على بناء مستقبل زاهر قائم على صيانة التراث السياحي للبلاد و المحافظة عليه.

ولضمان ذلك، كان عليها الاعتماد على وسائل ترويجية قادرة على إقناع الجماهير والتأثير فيهم بشكل يعكس مختلف جهودها و أنشطتها السياحية خاصة فيما يتعلق بأهداف الجهات ذات الصلة بالموضوع السياحي و ذلك في إطار نقل و تبليغ رسالة إعلامية تترجم مختلف المقومات السياحية للبلاد و في مختلف المجالات. فكانت الصحافة المكتوبة واحدة من هذه الوسائل الجماهيرية التي بالرغم من قدم ظهورها إلا أنه لا يمكن تجاهلها أو الاستغناء عن دورها خاصة في خضم التطورات الحاصلة في المجتمع و التي تستدعي اعتمادها كوسيلة لتحقيق تنمية اقتصادية للبلاد و على جميع الأصعدة سواء كانت الاقتصادية منها من خلال تبيان وظيفتها في دفع عجلة الاقتصاد بواسطة مختلف الاستثمارات السياحية و زيادة مصادر الدخل الوطني من العملة الصعبة، و تفعيل أنشطته الاقتصادية، إلى جانب توفيرها فرص للعمل و بشكل يساعد على تقليص حجم البطالة و يؤدي في مقابل ذلك إلى رفع مستوى معيشة المواطنين و تحقيق رفاهيتهم، أو إبراز دورها في الجوانب الاجتماعية من خلال مساهمتها في فتح مجال الاتصال و التواصل مع مختلف شعوب العالم و الاحتكاك بحضاراتهم و ترجمة الحضارة و المقومات الوطنية و عكس صورة إيجابية عنها وفق أسس علمية تستقطب من خلالها انتباه السياح إلى أهم معالمها، و في مقابل ذلك المحافظة على مختلف آثارها و تبيان الجهود الرسمية و غير الرسمية المبذولة في سبيل خدمة السياح، أو حتى التحسيس بضرورة تطوير القطاع السياحي الذي يساهم بدوره في تطوير مختلف الصناعات و الحرف التقليدية

واليدوية للبلاد. إضافة إلى أهميتها في رفع درجة الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع بدعم فكرة الإعلام السياحي و التأكيد على نجاعته في تحقيق ذلك.

لذلك فإن اختيارنا لموضوع: "الصحافة المكتوبة و قضايا السياحة في الجزائر" يرجع إلى عدة أسباب يتلخص جوهرها في:

- وجود تصور مبدئي عن العمل و الذي استحوذ على انفعال و حماس جماعة البحث لإجراء دراسة حوله.

- الأهمية العلمية للموضوع، و ذلك أن كلا من الصحافة المكتوبة و السياحة كانا و لا يزالان من المواضيع المهمة خاصة في الجزائر، و التي تتطلب دراسة و بحث و تقصي لاسيما في ظل الانفتاح على الجهات و الأقطاب الخارجية التي تفرض على الجزائر الاندماج والاتصال معها وإقامة علاقات طيبة تعكس بحق صورة سياحية إيجابية عن الجزائر، و تكون فيها للصحافة المكتوبة الأثر الكبير و الفعال في رفع مستوى كفاءتها و جودتها من خلال مختلف الأشكال الصحفية.

- استنادا إلى الملاحظة العلمية للدور الفعال و الرائد للصحافة المكتوبة، و ما تقدمه من خدمات جليلة قادرة على دفع عجلة اقتصاد الكثير من الدول السياحية، كان من المنطقي تسليط الضوء على مثل هذا الموضوع لاكتشاف وجه المقارنة بين المكانة التي تحتلها هذه الدول ومكانتها و دورها الوظيفي في الجزائر بالرغم من التطور التكنولوجي الحاصل في وسائل الإعلام والاتصال من جهة، و خاصة في ظل تداعيات الاهتمام بها كوسيلة قادرة على تبليغ الرسالة السياحية من جهة أخرى.

ثالثا: أهداف الدراسة

منذ نشأة الإنسان و هو في حالة تفكير و تقصي لإيجاد معرفة و تفسير لمختلف مصادر الظواهر الطبيعية و الاجتماعية قصد التحكم فيها، التكيف معها، تجنب أخطارها و من ثم السيطرة عليها.

وانطلاقا من كون أن البحث العلمي هو "الدراسة الموضوعية التي تستهدف الوصول إلى معلومات محددة عن العناصر المكونة لها و العلاقات الداخلية القائمة بينها و الخارجية التي تدرس الظواهر المدروسة بالظواهر الأخرى" (6) فإن هدفنا العام من موضوع دراستنا لا يخرج عن إطار هذه الأهداف العلمية إلى جانب أهداف أخرى فرعية خاصة بالموضوع ذاته و التي تتلخص في:

- كشف واقع القضايا السياحية في الصحافة المكتوبة الجزائرية.

- معرفة مدى اهتمام الصحافة المكتوبة بقضايا السياحة خاصة في ظل الاستراتيجيات السياحية الراهنة.
- الكشف عن مختلف التقنيات، الأنظمة الاتصالية و النماذج الإقناعية و الأشكال الصحفية المعتمدة من قبل الصحافة المكتوبة كأساليب لتبليغ الرسالة السياحية لجماهير السياحة في الجزائر.
- إبراز مكانة الصحافة المكتوبة كوسيلة فعالة في تبليغ الرسالة السياحية و عكس صورة إيجابية للبلد بالرغم من التطورات التكنولوجية الحاصلة في وسائل الإعلام و الاتصال.
- إلى جانب محاولة الكشف عن سلم أولويات الصحافة في تناولها لقضايا السياحة في الجزائر.

رابعاً: فروض الدراسة

يعتبر استخدام الفروض في البحوث العلمية ضرورة لا بد منها و لا استغناء عنها في الاستدلالات التجريبية، فبدونها يغيب الإنتاج العلمي و بها يكون بناء التفسير المؤقت والمبدئي لمختلف العلاقات القائمة بين متغيرات موضوع الدراسة قصد تقديم حل أولي لمشكلة البحث وهو ما أثبتته الدراسات المتعددة لكل من العالم الفرنسي "كلود برنار" و "أرنست ماخ" في القرن التاسع عشر. فالفرضية العلمية هي "عملية وضع تصورات أو رؤى أولية، أو تفسيرات مؤقتة، أو تعميمات مبدئية للعلاقة بين الحقائق و بعضها و التي قد يرى الباحث رؤيته عن العلاقة بين المتغيرات الحاكمة في مشكلة البحث". (7) وهذه التعميمات أو التنبؤات تبقى محل التجريب حتى تتحقق صحتها أو يثبت زيفها لذلك تعرف بأنها "حل مؤقت يضعه الباحث في قرارة نفسه حول مشكلة ما، حتى تثبت صحة ذلك الحل إما نفيًا أو إثباتًا". (8)

وانطلاقاً من أهداف دراستنا المحددة سابقاً، نحدد الفروض الخاصة بها فيما يلي:

الفرضية الأولى: تهتم صحيفة الشروق اليومي بقضايا السياحة في الجزائر من الناحية الشكلية أكثر من صحيفة EL ACIL.

• مؤشرات الفرضية الأولى:

- (نسبة تكرار المواضيع في الصحيفتين) .
- (حجم المساحة في الصحيفتين).
- (موقع النشر).
- (استخدام الأنواع أو القوالب الصحفية).
- (اعتماد وسائل الدعم أو الإبراز "الصور").

الفرضية الثانية: يعكس مضمون المواضيع السياحية في صحيفتي الشروق اليومي و EL ALACIL تنوع المنتج السياحي في الجزائر حسب تنوع المقومات السياحية.

• مؤشرات الفرضية الثانية:

- (تنوع المواقع السياحية).
- (تنوع الموارد الطبيعية).
- (إحياء التظاهرات السياحية والصناعات التقليدية).
- (حماية التراث السياحي الرسمي و الشعبي).
- (تشجيع السياحة باختلاف أنواعها).
- (تباين مستوى الهياكل السياحية).
- (السياسة المتبعة لتطوير السياحة).
- (إبراز الآفاق المستقبلية للسياحة في الجزائر).

خامسا: منهج الدراسة

انطلاقا من كون موضوع دراستنا "الصحافة المكتوبة و قضايا السياحة في الجزائر" هو فحص بعض الحقائق المتعلقة بالموضوع و الإحاطة بها و محاولتنا كشف حقائق جديدة من خلال الربط بين مختلف العلاقات العامة بين متغيريه الأساسيين: الصحافة المكتوبة و السياحة فإن الهدف الآخر هو إيجاد أدوات و مناهج قادرة على إثبات مدى ترابط تلك العلاقات و تنافرها.

وانطلاقا من طبيعة دراستنا، تم اختيار المنهج المسحي لتحقيق ذلك لأنه أكثر المناهج ملائمة و استخداما في الدراسات الإعلامية قصد تحصيل معلومات دقيقة و واضحة تعكس الواقع الحقيقي للموضوع بشكل يسهل صياغتها و الخروج منها بمقترحات و توصيات في مراحل لاحقة.

و المنهج المسحي يعد أحد " أنماط و أنواع البحوث الاجتماعية التي تستخدم الأسلوب الوصفي عادة، بل أنه يعد أكثر أنماط البحوث الوصفية شيوعا." (9) و أحد الركائز المستعملة في وصف الظواهر المدروسة عن طريق جمع المعلومات ثم تصنيفها و تحليلها حيث تسمح الظاهرة المدروسة لتحديد طبيعتها و خصائصها، إلى جانب "معرفة المتغيرات والعوامل التي تتسبب في وجود الظاهرة، أي أن الهدف تشخيصي بالإضافة إلى كونه وصفي." (10)

وبما أن موضوع دراستنا يندرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية و التي تزايد الاهتمام بها في مجال الإعلام بقصد تحليل مضامين المواد الإعلامية التي تقدمها الوسيلة بغرض كشف هدفها من وراء رسالتها و معرفة ما تريد تبليغه، فإن المسح هنا تضمن دراسة عينة ممثلة للمجتمع "بهدف تعميم نتائج الدراسة من أجل التعرف على الحقائق الأساسية عن المجتمع شريطة أن تكون العينة ممثلة للمجتمع المأخوذة منه." (11) والمسح بالعينة يندرج ضمن المسموح "التي تهتم بدراسة جزء من أجزاء المجتمع أو تتصب على عدد من الحالات أو المفردات و ذلك في حدود الوقت و الإمكانيات المتوفرة لدى من يقوم على أمر مثل هذا النوع من المسموح." (12)

ومن خلال المسح بالعينة، و في هذه الحالة اكتفينا في دراستنا بعدد محدود من الحالات أو المفردات في حدود الوقت و الجهد المتاح لنا و إمكانياتنا المتوفرة لذلك، حيث تم اختيار صحيفتين جزائريتين هما "الشروق اليومي" و "EL ACIL" كعينة ممثلة للمجتمع تجرى عليها الدراسة من خلال أخذ بعض الأعداد الخاصة بها على مدار سنة 2009 لإجراء دراسة مضمون عليها و تحليل محتوياتها الخاصة بقضايا السياحة سواء كانت أخبار، مقالات تقارير، إعلانات، أحداث و غيرها من الأشكال الصحفية التي يمكن أن تقدم فيها هذه المادة الإعلامية بهدف الوصول إلى معرفة مدى اهتمامها -كوسيلة إعلامية جماهيرية- بقضايا السياحة و يمكن من خلالها كشف واقع السياحة في الجزائر، في حدود القاعدة المعلوماتية المتوفرة لدينا في مجال تخصصنا و التي تمكنا من مقارنة المعلومات المتعلقة بمتغيرها (الصحافة المكتوبة و السياحة) بمستويات و أساليب مكنتنا من الاستبصار بجوانب الموضوع كلها، بحيث اكتفينا في دراستنا بتحليل الفكرة العامة لمضامين الأشكال الصحفية التي تناولتها بغرض تحقيق نتائج موضوعية يمكن تعميمها في إطار دراستنا وبشكل منهجي و موضوعي يقدم لنا إجابات عن الفرضيات المطروحة سابقا.

وفي إطار إجراء المقارنة، قمنا بإدراج المنهج المقارن إلى جانب المسح و ذلك وفقا لما استدعته طبيعة دراستنا، فيما يخص معرفة أوجه التشابه و الاختلاف في تناول قضايا السياحة بين صحيفتي (الشروق اليومي) و (EL ACIL) سواء من حيث الشكل أو من حيث المضمون، و ذلك من أجل قياس أثر أحد المتغيرات على الآخر (الصحافة المكتوبة و السياحة).

سادسا: عينة الدراسة

يعد اختيار عينة الدراسة الممثلة للمجتمع من أهم الخطوات التي يتبناها الباحث لإتمام مراحل دراسته، و حسن اختيارها قادر على تمثيلها لحالات المجتمع ككل و التعبير عن ظواهر المماثلة للدراسة. والعينة الممثلة للمجتمع هي "العينة التي تعكس بصورة دقيقة مختلف أوضاع و خصائص مجتمع البحث الذي سحبت منه." (13) كما تعتبر "إحدى الدعائم الأساسية للبحث الإمبريقي، حيث أنها تسمح بالحصول بالحصول في حالات كثيرة على المعلومات المطلوبة مع اقتصاد ملموس في الموارد البشرية، الاقتصادية، و في الوقت دون أن يؤدي ذلك إلى الابتعاد عن الواقع المراد معرفته." (14)

و استخدامنا العينة في دراستنا راجع إلى كبر مجتمع الدراسة، لذلك فقد اختيرت وحداته في حدود الوقت المناسب و الإمكانيات المادية المتاحة إلى جانب إمكانية سهولة الحصول على جميع مفرداتها بأيسر الطرق و التي تساعد على تحكنا أكثر في مسار الدراسة من خلال الاكتفاء بوحدات محددة فقط من كل الحالات الممثلة للمجتمع.

لذلك حرصنا على اختيار عينة اعتقدنا أنها صادقة في تمثيلها للمجتمع و بشكل موضوعي و أني تمثلت في كل من صحيفة "الشروق اليومي" و "EL ACIL"، ليتم تناول مضامينها الإعلامية الخاصة بقضايا السياحة في الجزائر خلال سنة 2009. و لقد اختيرت هذه الفترة الزمنية نظرا ل التزامنها مع تاريخ إجراء الدراسة، إلى جانب مجموعة ظروف أخرى سياحية عاشتها الجزائر في هذه الفترة و التي ساعدت بشكل أو بآخر على استتباب الأمن و توسيع البلاد لمجال انفتاحها الاقتصادي و التوجه نحو السياحة كقطاع إضافي و مكمل لتحقيق تنمية للبلاد، بالإضافة إلى بروز مشاريع سياسية شجعت على النهوض بالقطاع السياحي و التي منها الوثام الوطني و المصالحة الوطنية التي قام بتطبيقها الرئيس عبد العزيز بوتفليقة خلال فترة توليه منصب الرئاسة منذ سنة 1999 حرصا منه على استعادة البلاد مكانتها العالمية و بأسلوب يعكس صورة إيجابية مرغوبة عنها تساعد على استقطاب أكبر قدر ممكن من الزوار و السائحين إليها.

أما اختيار صحيفتي "الشروق اليومي" و "EL ACIL" فيرجع إلى كون أن الأولى - صحيفة "الشروق اليومي- أول صحيفة وطنية خاصة من حيث الصدور و التوزيع مع قدرتها على تناول كافة المواضيع الوطنية باختلاف تخصصاتها في حدود إمكانياتها. بالإضافة إلى كونها موجهة إلى جميع فئات المجتمع و بلغة عربية مفهومة.

أما صحيفة الأصيل "EL ACIL" فهي صحيفة عمومية جهوية موجهة للفئة المثقفة من المجتمع و المتمكنة من اللغة الأجنبية خاصة الفرنسية التي تخاطب الصحيفة جماهيرها من خلالها.

وهذا التباين في اختيار الصحيفتين سواء من حيث ملكيتها أو مواضيعها فهو راجع إلى مستلزمات الدراسة التي نحاول من خلالها إجراء مقارنة فيما يخص تناول كل واحدة منها للقضايا السياحية.

وبناء على هذا تم اختيار عينة الدراسة باستخدام أسلوب العينة العشوائية المنتظمة التي يرى علماء الإحصاء أنها تمتاز بسهولة اختيار مفرداتها و قلة تكاليفها خصوصا في المجتمعات الكبيرة حيث يتم تقسيم المجتمع الأصلي إلى مجموعات متساوية في العدد أو الفئات مع مراعاة أن اختيار أول وحدات العينة يتم عشوائيا من بين وحدات المجموعة الأولى ثم بعد ذلك يتم اختيار بقية الوحدات بشكل منتظم. " (15) و يعطيها نفس الفرصة في الاختيار أو الظهور من مسافات (مجموعات) موزعة بكيفية متساوية على المجتمع الأصلي. وتعتمد فكرتها الأساسية على السحب العشوائي للمفردة الأولى ثم إضافة فترة أو مجموعة منتظمة عليها. ثم "يتم الاختيار بعد ذلك على فترات محددة من قائمة تفصيلية تتضمن جميع الحالات، حيث يراعي الباحث انتظام الفترات بين وحدات الاختيار. أي أن تكون المسافة بين أي وحدة من وحدات العينة و الوحدة السابقة لها ثابتة لجميع الوحدات." (16)

فبالنسبة لصحيفة الشروق اليومي فلقد وقعت القرعة على القصاصه الحاملة لليوم الثالث من الشهر الأول للسنة و بعدها اختيرت الأيام التالية لها على التوالي من الأسبوع الموالي للأسبوع الأول. بعد حصر الأيام التي لاتصدر فيها الجريدة بـ: 57 يوما وكان ذلك كالآتي:

- أيام الجمعة: 52 يوما.
- عيد الفطر: يومين.
- عيد الأضحى: يومين.
- عيد العمال أول ماي: يوم واحد.

لنتحصل بذلك على 57 يوما لعدم صدور الصحيفة.

أما أيام صدورها فحددت بإنقاص أيام عدم الصدور من أيام السنة أي:

365-57= 308 وهو حاصل أيام الصدور.

و كذلك بالنسبة لصحيفة EL ACIL فاقدت وقعت القرعة على القصاصة الحاملة لليوم الثالث من الشهر الأول في نفس السنة بعد تحديد عدد أيام السنة في 365 و بعدها اختيرت الأيام التالية لها على التوالي من الأسبوع الموالي للأسبوع الأول. يوما ثم حصر الأيام التي لاتصدر فيها الجريدة بـ: 54 يوما وكان ذلك كالآتي :

- أيام الجمعة: 52 يوما.
- عيد الفطر: يوم واحد.
- عيد الأضحى: يوم واحد.

لنتحصل بذلك على 54 يوما لعدم صدور الصحيفة.

أما أيام صدورها فحددت بإنقاص أيام عدم الصدور من أيام السنة أي:

$$365 - 54 = 311 \text{ وهو حاصل أيام الصدور.}$$

و الجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (01): عينة ممثلة لأعداد صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL.

الأيام	السبت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة
جانفي 2009	3						
فيفري 2009		8					
مارس 2009			16				
أفريل 2009				28			
ماي 2009					6		
جوان 2009						11	
جويلية 2009	28						
أوت 2009		23					
سبتمبر 2009			7				
أكتوبر 2009				13			
نوفمبر 2009					18		
ديسمبر 2009						24	

سابعا: أدوات جمع البيانات

إن أي بحث علمي يكون منطلقه دائما تحديد مشكلة الدراسة التي توضع لها فرضيات تعبر مبدئيا عن حلول محتملة لها و التي تتخذ كأساس لاختيار الأدوات البحثية و الأساليب المتعددة لجمع مختلف البراهين و الأدلة القادرة على تحديد هذه المشكلة و معالجتها و تحليلها و هو الهدف الأساسي الذي يصبو إليه الباحث و الذي يتوقف على حسن اختياره لأفضل الوسائل و الأدوات للحصول على البيانات العاكسة لواقع موضوع دراسته. فهي تمثل "الدليل الموجه للباحث في عملية جمع البيانات عن المشكلة المدروسة." (17) و التي يجب أن تختار في ضوء طبيعة دراسته و حجم عينته الذي ستطبق عليه هذه الأدوات.

و قد يعتمد الباحث منا على أداة واحدة أو عدة أدوات في جمعه للبيانات لدراسة الموضوع من كل جوانبه و هو ما قمنا باعتماده في دراستنا أيضا. حيث خصصنا أداة لا تخرج -دائما- عن معايير اختيارنا للوسيلة في حد ذاتها حيث تجلت هذه الوسيلة أو الأداة في تحليل المحتوى.

• تحليل المحتوى:

"تشكل الرسالة أحد العناصر الهامة في عملية الاتصال لأنها المضمون الذي يسعى القائم بالاتصال لتوصيله إلى الجمهور المستهدف. و لذلك يعتبر تحليل المحتوى الوسيلة الأساسية للكشف عن المضمون و الشكل و أشياء كثيرة تتصل بذكاء المصدر و قدراته و شخصيته و دوافعه واتجاهاته." (18)

ففي النصف الثاني من القرن العشرين، أخذ تحليل المحتوى النصيب الأوفر من اهتمام الباحثين الذين عملوا على اكتشافه و تطويره في مختلف مجالات دراستهم الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية و الأدبية. و يحتل تحليل المحتوى مكانة مهمة بين أدوات جمع البيانات و المعلومات فهو يمثل "أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال." (19) و يستخدم في تصنيف و تبويب المادة الإعلامية، و يعتمد على تقدير الباحث - أو مجموعة البحث- و يقسم المحتوى أساسا إلى فئات واضحة، و تحدد نتائج التحليل تكرارات ظهور وحدات التحليل في السياق.

كما "يحتل تحليل المستوى كطريقة للبحث العلمي مكانة مهمة بين طرق و أدوات ووسائل جمع البيانات الأخرى، و ترجع تلك الأهمية لارتباط تحليل المضمون بطرق و وسائل الاتصال المختلفة التي يتم من خلالها انتقال الأفكار و المعاني و القيم من و إلى الأفراد و الجماعات و المجتمعات و خاصة ما تعلق منها بالكلمة أو الصورة أو كليهما معا. سواء أكانت مقروءة أو مسموعة أو مشاهدة. و هذا يعني أن طريقة تحليل المضمون وثيقة الصلة بمحتوى و مضمون الاتصال بما تتضمنه من أطراف و أهداف و معان و رموز و قيم." (20)

و لقد سجل أن العديد من العلوم الإنسانية و الاجتماعية وظفت -في بدايتها- تحليل المحتوى في معالجتها للظواهر الثقافية و الاجتماعية. ففي النقد الأدبي استخدمت آلية الصفات مقارنة بالأفعال في نص من النصوص. و في التربية، قام العلماء بوضع صيغ قادرة على قياس مقروئية المادة المنشورة (من ألفاظ و جمل...).

و أما في مجال الإعلام "فقد استخدمت تقنية عد الأسطر و المساحات التي تخصصها الجرائد و كذا من محتويات الجرائد و محتويات وسائل أخرى (سمعية بصرية)". (21)

ولقد برز تحليل المضمون الإعلامي بعد الحرب العالمية الأولى حيث التعامل مع بعض الظواهر المستجدة كالدعاية و الرأي العام و وسائل الاتصال الجماهيري. أما في الصحافة المكتوبة

فقد بدأ استخدام تحليل المضمون في عام 1926 من خلال دراسة "مالكوم ويلي" عن صحافة الغد "حيث قام بتحديد الموضوعات التي تتناولها الصحافة و صنفها حسب فئات معينة للتحليل". (22)

أما في عام 1930 فزادت الدراسات الخاصة بتحليل المحتوى من خلال أعمال "لاسويل" وزملائه الباحثين الذين اهتموا بتحليل محتوى الصحف إلى حد توصل فيه "لاسويل" إلى وضع طريقة تحليل اصطلح عليها "التحليل الرمزي" و هي خاصة بدراسة مضامين الصحف و القيام بتسجيل عدد المرات التي ورد فيها استعمال رموز معينة و مهمة في النص، مع تدوين معانيها سواء بشكل محايد، معارض أو مؤيد. و لقد طبقت هذه الطريقة على صحيفتين ألمانيتين صادرة في القطاع الروسي و صحف أخرى أمريكية الصدور ليتم التوصل من خلال دراستها إلى التباين في تقديم الأخبار باختلاف الأيديولوجيات و المعتقدات الخاصة بكل صحيفة.

"و لقد عرف تحليل المحتوى تطورا منذ فترة 1952 (Berelson)، فكان الاقتراح أنه يمكن إنشاء منهج يسمح بالقيام باستنتاجات تبين بانتظام الخصائص المميزة للرسالة و بذلك تنتقل من الخصائص الظاهرة و الكمية لعناصر النص إلى مفاهيم الشكل و البناء." (23)

ونظرا للمكانة البارزة التي يحتلها تحليل المحتوى في الدراسات الإعلامية، نخلص من خلالها إلى أن أهميته كأداة مناسبة لمثل دراستنا قائمة أساسا على أهمية وسائل الإعلام كمصدر أساسي لاستقاء المعلومات لدى فئات الجمهور المختلفة هذه المعلومات التي تشكل ركيزة لهذه الوسائل في تحقيق الأهداف الخاصة بها، ذلك أن تحليل المحتوى يسمح لها بتحليل الأنظمة المعلوماتية لهذه الوسائل و تبيان محتواها و دلالاته خاصة ما يتعلق منها بالصحافة المكتوبة التي اتخذناها مجالا لإجراء عملية التحليل و التي تمثلت في كل من صحيفتي "الشروق اليومي" و "EL ACIL". هذا الإطار المختار تم تحديده باختيارنا للصحيفتين السابقتين كعينة من مجموع الصحف الجزائرية بطريقة موضوعية و منهجية سليمة و معبرة قادرة على تمثيل موضوع دراستنا. و من ثم اختيارنا لعينة عشوائية منتظمة لدراسة مضامينها الإعلامية الخاصة بالسياحة في الجزائر. و ذلك خلال الفترة الزمنية المحددة في سنة 2009 والمرتبطة دائما بأهداف الدراسة و أسباب اختيارها كما سبقت الإشارة إليه.

أما فيما يتعلق بالدراسة التحليلية لمضامين الصحيفتين و كذا نواحيها الشكلية التي قدمت بها فلقد حددنا فئاتها التحليلية الخاصة بالمضمون و الشكل فيما يلي:

1- فئة المضمون: وتشمل

• فئة الموضوع:

- موضوع وطني، محلي، دولي، مؤسساتي، تعليمي، استثماري، استهلاكي.
- فئة الاتجاه: أو اتجاه محتوى الاتصال و هو اتجاه إيجابي، سلبي أو اتجاه محايد.
- فئة قيم محتوى الاتصال: سواء كانت قيمة اجتماعية، سياسية.اقتصادية، ثقافية دينية أو أمنية.
- فئة المصدر: الصحفي، المراسل، وكالة الأنباء او مصادر أخرى.
- فئة الجمهور: جمهور محلي، جمهور دولي، عام أو خاص.

2- فئة الشكل: و تشمل

- فئة نوع الاتصال: و تشمل كل الأشكال الصحفية التي تناولت موضوع السياحة سواء كانت مقالات، أخبار، تقارير، إعلانات...

- فئة قوالب النشر: أو الطريقة التي تم بها التعبير عن قضايا السياحة سواء كانت بالصور ومساحتها و عددها، التحرير و كذلك مساحته و عدده.
 - الأسلوب الإقناعي: أي اعتماد أسلوب العاطفة أو أسلوب العقل.
 - توزيع موضوع قضايا السياحة من خلال إما الواجهة، الصفحات الفردية أو الزوجية، جهة اليمين أو اليسار أو وسط الصفحة.
- إلى جانب هذا و كخطوة منهجية في تحليل المحتوى، قمنا بتحديد وحدات التحليل الخاصة بالجوانب المراد إخضاعها للتحليل حيث تمثلت في وحدة الموضوع أو الفكرة، و التي من خلالها يتم تناول العبارات و الأفكار الخاصة بموضوع السياحة بالإضافة إلى وحدة المساحة و الزمن التي استخدمت عن طريق عدد الأسطر و الأعمدة و المساحات والصفحات التي قدمت فيها مواضيع السياحة.
- و بعد انتهائنا من تحديد إطار التحليل، فئاته و وحداته، تلت هذه العملية إجراءات تكميلية أخرى اتبعنا فيها الخطوات التالية الخاصة بـ :
- تصنيف البيانات وفقا لفئات و وحدات التحليل.
 - ترميز وحدات التحليل و تسميتها.
 - إجراء علاقة ربط بين وحدات التحليل المختارة.
 - تفسير و مقارنة مدلول المضامين الإعلامية السياحية لمفاهيم الدراسة، تساؤلاتها و فرضياته.
 - استخلاص أفكار جديدة نتيجة التغيير.

ثامنا: مجال الدراسة

يتحدد مجال دراستنا باختيارنا لصحيفتي "الشروق اليومي" و "EL ACIL" كعينة ممثلة للمجتمع الأصلي -الصحافة المكتوبة الجزائرية- خلال فترة زمنية وهي سنة 2009 للأسباب السابقة الذكر.

حيث تعتبر صحيفة الشروق صحيفة جزائرية يومية مستقلة تصدر عن مؤسسة الشروق للإعلام و النشر وهي ناطقة باللغات الثلاث العربية ، الفرنسية، و الانجليزية متوفر في موقعها الرسمي . تأسست سنة 1990 وكانت تسمى الشروق العربي، وتعتبر من أقدم الصحف الجزائرية بلغ سحبها اليومي 2 مليون نسخة و لها موقع الكتروني. أما مفرداتها فشملت 12 عددا و هي:

1 - السبت 03 جانفي 2009، العدد 2496.

- 2 - الأحد 08 فيفري 2009، العدد 2527.
- 3 - الاثنين 16 مارس 2009، العدد 2558.
- 4 - الثلاثاء 28 افريل 2009، العدد 2596.
- 5 - الأربعاء 06 ماي 2009، العدد 2603.
- 6 - الخميس 11 جوان 2009، العدد 2634.
- 7 - السبت 18 جويلية 2009، العدد 2665.
- 8 - الأحد 23 أوت 2009، العدد 2697.
- 9 - الاثنين 07 سبتمبر 2009، العدد 2712.
- 10 - الثلاثاء 13 أكتوبر 2009، العدد 2741.
- 11 - الأربعاء 18 نوفمبر 2009، العدد 2772.
- 12 - الخميس 24 ديسمبر 2009، العدد 2803.

أما صحيفة EL ACIL فهي صحيفة جزائرية تصدر باللغة الفرنسية وتكتب بالفرنسية EL ACIL، تصدر في مدينة قسنطينة عاصمة الشرق الجزائري عن مؤسسة Eurl inter med-inf مسيرها ومديرها العام هو ناصر طفراوي ، و مسئول النشر غليب جبور و رئيس تحريرها عبد الكريم زرزوري .تهتم بالأخبار السياسية، الاقتصادية، الرياضية المحلية والدولية . تأسست سنة 1993 بفضل طاقم من الصحفيين الشباب و كانت تصدر باللغتين العربية و الفرنسية. في البداية كانت توزع في ولاية قسنطينة لتتوسع بعد ذلك إلى كافة ولاية الشرق الجزائري، وهي الآن بصدد الانتشار عبر كافة التراب الوطني. حيث قمنا بدراسة مضامينها الخاصة بالسياحة خلال 12 شهرا كل شهر منها يمثل عدد واحد يختار عشوائيا وبطريقة القرعة، يتم تسجيلها و بتقييم متسلسل دون إهمال أو تكرار لأية مفردة و ذلك بكتابتها على قصاصات صغيرة بشكل لا يظهر أيام صدورها و خلطها جيدا ليتم بعدها سحب المفردة الأولى عشوائيا. أما مفرداتها فشملت الأعداد :

- 1 – 03 SAMEDI 2009, N° = 4666.
- 2 – 08 DIMANCHE 2009, N° = 4696.
- 3 – 16 LUNDI 2009, N° = 4726.
- 4 – 28 MARDI 2009, N° = 4764.
- 5 – 06 MERCREDI 2009 , N° = 4770.
- 6 – 11 JEUDI 2009 , N° = 4801.
- 7– 18 SAMEDI 2009, N° = 4831.
- 8 – 23 DIMANCHE 2009, N° = 4862.
- 9 – 07 LUNDI 2009, N° = 4875.
- 10 – 13 MARDI 2009, N° = 4905.
- 11 –18 MERCREDI 2009, N° = 4936.
- 12 – 24 JEUDI 2009, N° = 4965.

تاسعا: الدراسات السابقة

إن التراث العلمي يبدأ دائما من "أفكار و مفاهيم مرتبطة ببعضها البعض من خلال فرضيات تتوقع إيجاد علاقة بينها و يتم فحص هذه العلاقات من خلال منهجية و جمع المعلومات و هذه المعلومات يجري تفسيرها و تحليلها للخروج بنتائج معينة." (24) لذلك عادة ما يلجأ الباحث إلى كل أو بعض المساهمات العلمية ذات الصلة بالموضوع المدروس واتخاذها كمنطلق أساسي لمراجعة رصيده المعرفي أو ما يطلق عليه تسمية "الدراسات السابقة".

اد "يعتقد الكثير من الباحثين أن الدراسات السابقة هي تلك الدراسات التي تدخل ضمن التراث النظري أو أدبيات الموضوع من جهات كثيرة. و المقصود باستعراض هذه الدراسات في البحث العلمي هو تقديم ملخصات لمناهجها و نتائجها أو نتائجها فقط، و دون أية محاولة تقويمية لبعض مناهجها الظاهرة و دون مناقشة تلك النتائج أو الربط بينها." (25)

وهي تشمل البحوث و الدراسات العلمية التي تتشابه مع البحث الراهن أو تقترب منه في جانب اوجوانب معينة، و تكون قد أجريت من طرف باحثين آخرين، و تعرف أحيانا باسم الدراسات المتشابهة.

وفي إطار الاستفادة من استخدام العلاقة التكاملية لأي عمل علمي، جاءت دراستنا هذه كمحاولة لاستكمال مسيرة من قبلنا في حقل البحث العلمي و التي اتخذت من الدراسات السابقة تراث مهم و مصدر إطلاعنا قبل البدء في عملية البحث و حتى عند البدء فيها.

لأجل ذلك توفرت لدينا بعض من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع بحثنا "الصحافة المكتوبة و قضايا السياحة في الجزائر" نوجزها فيما يلي:

• الدراسة الأولى:

بعنوان "السياحة و آثارها الاقتصادية و الاجتماعية - حالة الجزائر - " من إعداد مليكة حفيظ شبايكي و إشراف شرابي عبد العزيز. جوان 2003. و هي أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية شعبة نظرية التنمية.

حيث تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول أهمية السياحة كقطاع مدعم للاقتصاد الجزائري فرغم المعطيات و المقومات السياحية للجزائر (موقع، آثار، تاريخ، حضارة و عادات ...) إلا أن الاهتمام بها كقطاع ظل مغيبا في مقابل قيام هذا القطاع بالدور الإيجابي الفعال في دول أخرى. لذلك قامت بطرح التساؤل التالي:

"لماذا لا يلعب قطاع السياحة دورا رائدا في الاقتصاد الجزائري على اعتبار الإمكانات السياحية المتاحة؟ ما هي العوائق؟ و ما هي الآثار المترتبة على تطوير النشاط السياحي اقتصاديا واجتماعيا؟".

أما بالنسبة للفرضيات، فقد صاغتها الباحثة في النقاط التالية:

- 1- تلعب السياحة في الاقتصاد الجزائري دورا يتناسب مع إمكاناتها و مقوماتها السياحية بسبب إعطاء هذا القطاع أهمية و وضعه في مقدمة استراتيجيات التنمية.
- 2- هناك تناقض كبير بين السياسة السياحية في الجزائر و الممارسة في التعامل الإداري والاقتصادي مع قطاع السياحة.
- 3- إن المقومات و الأنماط السياحية في الجزائر يمكن لها أن تجعل هذا القطاع يلعب دورا هاما في تمويل التنمية و التأثير على ميزان المدفوعات و التشغيل و إعادة توزيع الدخل والمستوى العام للأسعار و تسويق بعض السلع و تنمية المرافق الأساسية و زيادة طرق الاستثمار الأجنبي والمحلي و التأثير كذلك على القطاعات الاقتصادية المختلفة.

4- يمكن للسياحة أن تترك أثرا إيجابيا من الناحية الاجتماعية على اعتبار أنها تحث على الاحتكاك بالحضارات و السلوكات المغايرة لإثبات الذات و تعميقها.

وفي إطار سعيها لتحقيق و إثبات هذه الفرضيات اعتمدت على منهجية بحث اتبعت فيها الإجابة على السؤال المحوري في الإشكالية و كذا التساؤلات الفرعية المرتبطة به من خلال منهج تحليلي وصفي مستخدمة في ذلك مراجع ذات علاقة مباشرة بالموضوع إلى جانب الإحصاءات التي نشرتها الجهات المعنية بالقطاع السياحي في الجزائر و التي نشرتها أيضا المنظمة العالمية للسياحة.

ومن خلال هذه المنهجية توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج نوجزها فيما يلي:

1. أن التنمية السياحية يمكن أن تساهم في التنمية الاقتصادية للجزائر إسهاما كبيرا، و ذلك بزيادة مواردها من العملات الأجنبية و المحلية حتى و تحقيق مستويات التشغيل و الأجور والإنتاج والاستهلاك و ازدهار الاستثمارات العامة و الخاصة و انعكاس ذلك بصورة إيجابية على ميزان المدفوعات.

2. إن مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني لم تكن ذات أهمية حتى قبل سنوات السبعينات (سنوات الأزمة)، و ذلك بسبب تركيز السياسة الاقتصادية حين ذاك على قطاع المحروقات والصناعات الثقيلة، و إغفالها القطاع السياحي و ما يمكن أن يساهم به في تحقيق نهضة اقتصادية واجتماعية.

3. على الرغم من أن وزارة السياحة هي الجهة المسؤولة عن وضع الخطة السياحية للأزمة تنمية قطاع السياحة و رسم سياساته، فإن البنك المركزي هو الذي يتولى تقدير إيرادات السياحة في الجزائر، و التقدير لا يعبر عن الإيرادات السياحية الفعلية لعدم اشتماله على ما يتسرب من مبالغ خارج الجهاز البنكي و كل ما ينفقه المواطنون على السياحة الداخلية.

4. غياب النظام الجديد للمعلومات و الإحصاء السياحي في الجزائر، اد أن توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب و المقومات السياحية الحالية المرتبطة أو المتعلقة بنشاط معين تعتبر أحد أعمدة تخطيط النشاط السياحي و تنفيذ سياساته و برامج مختلفة. فالنظام الإحصائي الحالي يتصف بالشمول و عدم الدقة.

5. وجود موارد سياحية هامة، إلا أنه سجل قصور على مستوى تسويق مواردها و مقوماتها داخليا و خارجيا. بمعنى الحد الأدنى من الجهود التسويقية اللازمة لتنشيط الحركة السياحية. ولقد اختيرت هذه الدراسة لعلاقتها إما المباشرة أو غير المباشرة بطبيعة موضوعنا. سواء من حيث المتغيرات، الفرضيات و حتى المنهجية.

فبالنسبة لفكرتها التي تدور حول قطاع السياحة كقطاع مدعم لاقتصاد الجزائر في ظل القدرات السياحية المتاحة، فقد توصلت الباحثة إلى نتائج هامة منها: غياب النظام الجديد للمعلومات و البيانات الخاصة بمقومات الجذب السياحي في الجزائر بالرغم من توفر المعلومات و البيانات الخاصة به مرتبطة بسياسة و برامج معينة. و هذه النتيجة اتخذناها كنقطة بحث لمعرفة مدى قدرة الجهاز الإعلامي و خاصة المكتوب في إبراز كل هذه المقومات السياحية الجزائرية.

أما من جهة المنهجية، فهي لم تخرج عن منهجية دراستنا إلا من خلال دراسة منهج الحالة الذي اتخذ الجزائر كعينة لمعرفة و قياس ذلك. في حين أن عينة دراستنا تمثلت في الصحف ومضامينها المتعلقة بالسياحة و محاولة إجراء دراسة تحليل محتوى عليها لكشف مدى قدرتها على عكس نفس الواقع الذي يعيشه القطاع السياحي.

• الدراسة الثانية:

و هي دراسة قدمت ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير - تخصص نقود مالية و بنوك - تحت عنوان - واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطورها للباحثة هدير عبد القادر و إشراف الدكتور طيب ياسين و ذلك خلال سنة 2006/2005 .

حيث عالجت هذه الدراسة بموضوعها الذي يشكل أحد متغيرات دراستنا عالجت أهم الاستراتيجيات الجديدة التي اعتمدها الجزائر في تنمية و تفعيل قطاعها السياحي و مدى قدرتها على تحقيق ذلك ، و التي محورها في مجموعة من الأسئلة الفرعية كالأتي :

- 1- ما هي العوامل الأساسية للتنمية السياحية ؟ .
 - 2- كيف يمكن أن تساهم الإستراتيجية التسويقية في تحسين الخدمات السياحية ؟.
 - 3- ما هو واقع السياحة في الجزائر؟.
 - 4- ما هي تحديات التنمية السياحية في ظل العولمة الاقتصادية ؟ .
- وقصد حصولها على إجابات عن هذه التساؤلات اتخذت الباحثة الفرضيات الآتية كانطلاقة لها و التي تمثلت في :

- 1- لقطاع السياحة دور مهم في عملية التنمية و إقصاؤه يؤدي على ضعف أداء الاقتصاد الوطني.
- 2- تحسين الخدمات السياحية مرهون بنوعية الإستراتيجية التسويقية المتبعة .
- 3- السياحة لم تكن من أوليات الدولة في ما مضى و حتى حاضرا.
- 4- منظمة التجارة العالمية و اتفاق الشراكة يفرضان على الجزائر تطوير القطاع السياحي.

ولإثبات صحة هذه الفرضيات ، انتهجت الباحثة المنهج الوصفي و المنهج التحليلي قصد تشخيص القطاع و إعطاء صورة واضحة عنه بإبراز إيجابياته و سلبياته، و تقديم الحلول الكفيلة لإنعاشه باعتماد مجموعة من الأدوات تجسدت في البيانات و الإحصاءات السياحية الدولية والقوانين و التشريعات و مقارنة السياحة الجزائرية ببعض التجارب عن القطاع بهدف إبراز مكانة القطاع السياحي في الجزائر و دوره في عملية التنمية و اقتراح حلول مناسبة لدفع عجلة السياحة بالجزائر إلى جانب تقييم سياساتها السياحية و تسليط الضوء على مشاريعها في الجزائر ، و هو ما اشتركت فيه مع أهداف دراستنا التي نسعى من خلالها إلى إبراز مكانة القطاع السياحي و دوره في عملية التنمية الاقتصادية و لكن ليس من الزاوية الاقتصادية فقط - مجال تخصص الدراسة - وإنما من الناحية الإعلامية، أيضا من خلال إبراز دور الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية و اتصالية قادرة عكس تلك المكانة لذات القطاع و هو ما تناولناه في المبحث الثاني من الفصل الثاني من دراستنا الذي نسعى من خلاله إلى معرفة واقع السياحة في الجزائر سواء من حيث المقومات، السياسات و الاستراتيجيات و حتى الآفاق و التطلعات.

و عليه فقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها :

- 1- غياب ثقافة سياحية لدى المواطنين الجزائريين ، وذلك لغياب أساليب الترويج ، و هو ما سنحاول الكشف عنه من خلال دور الصحافة الجزائرية المكتوبة في نشر الوعي السياحي وثقافته لدى المواطن الجزائري و قدرتها على إبراز مقوماتها و عكس صورة إيجابية عنها .
- 2- افتقار الجزائر إلى سياسات تسويقية ناجحة .
- 3- اهتمام الدولة بالسياحة الخارجية على حساب السياحة الداخلية لجلب العملة الصعبة، و هو ما نريد معرفته من خلال المضامين الإعلامية لكل من صحيفتي " الشروق اليومي " و " EL ACIL " .

• الدراسة الثالثة:

بعنوان " أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني. وهي رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية فرع: التخطيط و التنمية للطالب علي موفق و إشراف مبارك بلالطة 2002/2001 جامعة الجزائر. حيث حاول الباحث من خلال دراسته الإجابة على جملة تساؤلات تمثلت في :

- هل تمكن قطاع السياحة يسمح له بان يكون مساهما في القطاعات الأخرى المنتجة؟.
- ماهي الفاعلية الاقتصادية للسياحة؟.

- أين تكمن قوة السياحة الجزائرية؟.
 - ماهي تأثيرات العولمة على قطاع السياحة؟.
 - كيف يمكن المحافظة على الثروات السياحية في إطار العولمة؟.
- ولمعالجة بحثه صاغ جملة فرضيات اعتبرها أكثر الإجابات احتمالا للأسئلة المطروحة

وهي:

- 1- اعتبار القطاع السياحي كقطاع اقتصادي.
 - 2- تأثير السياسات المطبقة على القطاع السياحي .
 - 3- القطاع السياحي قطاع حساس يتأثر بالعوامل الداخلية و الخارجية.
 - 4- ضعف القطاع يعود إلى طبيعة السياسة المتبعة في المخططات التنموية.
- ولقد اختار الباحث هذا الموضوع لعدة أسباب أجازها في :
- 1- شعوره بأهمية الموضوع خاصة في ظل التحولات الاقتصادية التي عرفت الجزائر وكذلك الإصلاحات في ظل الشراكة بصفة خاصة.
 - 2- الاهتمام المتزايد وخاصة في الآونة الأخيرة من قبل السلطات الاقتصادية بالقطاع السياحي لأهميته في تنمية الاقتصاد الوطني و مساهمته في ميزان المدفوعات.
 - 3- أهمية القطاع السياحي في تنويع صادراته من غير المحروقات و التعريف بالجزائر وما لها من ثروات مختلفة و عادات و تقاليد، و البحث عن سوق لها في الدول الأخرى.

4- الميل إلى معرفة ثقافة العالم الخارجي من آثار، عادات، وتقاليد.

ولقد اختار الباحث المنهج الوصفي التحليلي نظرا لتناسبه مع طبيعة الموضوع وللإجابة على التساؤلات المطروحة و إثبات صحة الفرضيات. إلى جانب اعتماد المنهج الإحصائي التحليلي بالاعتماد على الأدوات الإحصائية من نسب مئوية و معدلات و قوانين وتشريعات متعلقة بمجال الاستثمار في القطاع السياحي و الصيانة و النقل و الشراكة والقوانين و التشريعات المتعلقة بالمجال الاقتصادي خاصة الاستثمار و الصيانة و النقل والشراكة إلى جانب الزيارات الميدانية المتكررة للهيئات الرسمية المعنية (الوزارة، المدرسة العليا للسياحة).

ولقد انطوت خطة دراسته على 4 فصول معنونة كالاتي:

الفصل الأول: مفهوم الاقتصاد السياحي.

الفصل الثاني: الخصائص المميزة لظهور السوق السياحي.

الفصل الثالث: آثار الإصلاحات على تطور السياحة و الآفاق المستقبلية.

الفصل الرابع: الاستثمارات السياحية.

و لقد كانت هذه الفصول بمثابة تمهيد توصل من خلاله الباحث إلى أن السياسة السياحية الجزائرية مرتكزة على التنمية طويلة المدى من خلال آفاق 2010-2020 و التي تراعي أهمية إعادة النظر في الإطار العام للتنظيم بمراعاة الاختيارات الإستراتيجية الكبرى والأهداف العامة للمخطط الرئيسي للنشاط السياحي خاصة على المستوى المحلي الذي يتوسع مناطقه تتحقق معه الأهداف المسطرة في المخططات القصيرة و المتوسطة المدى. و ذلك باعتماد سياسات و استراتيجيات هامة خاصة المتعلقة منها بتحسين نظام الإعلام الإحصائي الخاص بجمع المعلومات توفرها و تداولها و تجانسها مع السياسات السياحية المسطرة ،و الذي يتسبب نقصه في تهديم استراتيجيات التنمية السياحية في الجزائر ليس فقط على مستوى تنظيم المعلومات و الإحصاء السياحي على السياحة الخارجية بل أيضا السياحة الداخلية.

وهو ما أحالنا إلى طرح تساؤل جوهري عن أهمية القطاع الإعلامي الجزائري وخاصة المكتوب و دوره في عكس صورة السياحة الجزائرية الداخلية قبل الخارجية؟ و هل ما تتوفر عليه الجزائر من صحافة مكتوبة يعكس فعلا التناول الكمي و الكيفي لملفات السياحة في الجزائر داخليا و خارجيا؟.

ونظرا لطبيعة دراستنا و إطارها الزمني و المكاني اخترنا صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL كعينة افترضنا إمكانية تمثيلها لعينة المجتمع الكلية للإجابة على التساؤلات المطروحة سابقا في إشكالية الدراسة و التي لها علاقة بهذا الاستنتاج المتوصل إليه من قبل الباحث. أما فيما يخص الإجراءات المنهجية فهي -عموما- لم تخرج عن سياق دراستنا خاصة المتعلقة بافتراض تبني القطاع السياحي قطاع اقتصادي حيوي ذو تأثيرات على القطاعات الأخرى و متأثرا بالعوامل المحيطة به و سوء تسييره قد يؤثر على تسيير المخططات التنموية بصفة عامة.

عاشرا: النظرية الوظيفية منظور للدراسة

إن التراث النظري باختلاف أشكاله، مقالات أو بحوث أو معارف يعكس لنا أهمية النظرية في البحث العلمي فالخبرات الحقيقية تستحق التسجيل، و يمكن تسجيلها بوجود النظريات.

استنادا إلى ما قاله "كوهن" تعكس لنا حقيقة تلك الأهمية. ذلك أن مختلف التجارب والخبرات لا يمكن معالجتها إلا في ضوء منظومة فكرية تحدد النظرية إطارها و مدى علاقتها بغيرها من التجارب سواء السابقة منها أو اللاحقة.

والأبعد من ذلك، ما ذهب إليه "جون ركس" و هو أن النظرية هي من يحدد للباحث خطة معينة استنادا إلى منهج سليم يتناسب و موضوع بحثه، و تمكنه من تحري الثقة والأمانة العلمية في معرفة ما خفي من حقائق و من ثم تزيد من قدراته على تفسير جملة ما يتوفر عليه من معطيات موصولة بالموضوع، و تبيان نقاط التمام و القصور فيها بشكل يساهم في تطوير الفهم العلمي للباحث.

لذلك فأى علم ميداني أو تجريبي يقوم على عنصرين مهمين هما: "النظرية الفكرية والحقائق العلمية التجريبية" (26) فنحن لا نتبنى إلا ما ينسجم و يتفق مع العديد من العلماء في مجال معين من المجالات.

وعليه فالنظرية "هي مجموعة مبادئ و تعريفات مترابطة تفيد في تنظيم جوانب مختارة من العالم الإمبريقي على نحو منسق و منتظم و لهذا تنطوي النظرية على مجموعة دعاوي و بديهيات أساسية اد كان هيكلها مكونا من قضايا مترابطة منطقيا و قابلة للتحقيق الإمبريقي". (27)

وهي "منظومة مترابطة من المفاهيم و البنى و التعاريف و الاقتراحات التي توفر نظرة منهجية للحادثة بقصد تفسير الحادثة و إيضاحها و فهمها و التنبؤ بها و السيطرة عليها". (28) وهي أيضا: "منظومة اقتراحات تشمل بنى و مفاهيم و تعاريف مترابطة و تقيم ترابطات بين منظومة من المتغيرات و بفعالها تقدم نظرة منهجية للحادثة" (29) بالإضافة إلى كونها "هيكل من التعميمات تربط بعضها ببعض بشكل منطقي بحيث يمكن استخدامها لتفسير الظواهر الإمبريكية". (30)

ولقد اصطاحت النظرية لأول مرة في علم الاجتماع في جامعة أكسفورد للتعبير عن نظرية الدولة التي اهتمت بنشوء الدولة الحديثة مع تبرير أشكالها، "اد كان يعني باصطلاح

نظرية اجتماعية كل ما يتعلق بالمجالات و الصفات و الألفاظ التي دارت حول التنظيمات والقوانين السياسية" (31)

إلى جانب وصفها بالاستعمال المجرد - غالبا - "الهيكل مركبة نظرية لتوضيح وتحليل أنماط الحياة الاجتماعية". (32)

وتعتبر النظرية الاجتماعية فرع من فروع علم الاجتماع و ذات صلة بالعديد من الاختصاصات العلمية كالاقتصاد و التاريخ و كذلك الإعلام و الاتصال. و هي مختلفة الاستخدام باختلاف هذه العلوم و المعارف المطبقة فيها. و هي عديدة إلا أن المنظور الذي يندرج تحته موضوع دراستنا يتبنى نظرية واحدة منها بما يتماشى و طبيعته و هي النظرية الوظيفية. هذه النظرية التي استمدت جذورها من أعمال كل من "هربرت سبنسر" و "إيميل دوركايم" من خلال إجراء مقارنة بين المجتمعات و الكائنات العضوية.

و الوظيفية هي "مفهوم يصف العلاقة بين وحدات النظام و بين النظام ككل". (33) ولهذا المصطلح معنيان أساسيان. "المعنى الأول هو المعنى المباشر الظاهر، فوظيفة الأخلاق هي إقامة معيار سلوك الأفراد في إطار الجماعة للمحافظة على توازن العلاقات واستمرارها والثاني هو المعنى الضمني أو المتستر غير المباشر الذي لا يكون مقصودا أو معترفا به". (34)

و الوظيفية هي مدرسة ذات "اتجاه نظري علمي في الخدمة الاجتماعية، نادت به كل من مدرسة تسلفانيا و مدرسة فرانكلين للتفرقة بينهما و بين المدرسة التشخيصية في الخدمة الاجتماعية. و ذلك في المدن من سنة 1930 إلى 1950 و كان لها تأثيرا كبيرا في تقييم الخدمة الاجتماعية والأثر في قيمة نظرية "فرويد" و التشخيص، و أكدت وظيفة المنظمة ذاتها". (35)

كما أنها تطلق على المذهب القائل "بضرورة النظر إلى الأحداث العقلية من زاوية كونها عمليات (وظائف) يؤديها الكائن الحي من أجل تحقيق التكيف وفقا للبيئة المحيطة". (36) والنظرية الوظيفية هي النظرية التي تقول بوجود دراسة الظواهر الثقافية من حيث الوظيفة التي تؤديها، و في علم النفس "المذهب القائل بضرورة اعتبار أن الحوادث العقلية عمليات أي وظائف يقوم بها الكائن الحي سعيا للتكيف وفقا لمحيطه". (37)

أما في العلوم البيولوجية فينظر من خلالها إلى جسم الإنسان على أنه نظام متكامل الأعضاء كل عضو فيه يقوم بدور مهم لدورة حياة النظام ككل.

أما من الناحية الاجتماعية، فالوظيفة ترى بأن المجتمع هو عبارة عن بناء متكامل ومتداخل الأجزاء مثل العائلة و الأسرة، و كل جزء منها يؤدي إلى استقرار النظام الاجتماعي. و يندرج مفهومها في هذا المجال من الآثار المترتبة عن الوحدات المكونة للمجتمع و التي قد تكون الأفراد والمؤسسات... و هذه الوحدات لها وظائف تنتج عنها آثار مرغوبة في إطار المحافظة على البناء الاجتماعي. هذا البناء الذي يتألف من ظواهر متضامنة و تابعة لبعضها البعض، مثل الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام و التي تؤدي إلى زيادة معرفة الأفراد من خلال جملة المعلومات المقدمة إليهم.

أما النظرية الوظيفية فتعددت تسمياتها، فتارة أطلق عليها اسم النظرية الوظيفية التقليدية أو النظرية المحافظة أو البنائية الوظيفية أو النظرية الليبرالية.

ولقد استمدت هذه النظرية أصولها كما سبق الذكر من أعمال "هربرت سبنسر" و "إميل دوركايم"، حيث عمل "سبنسر" مقارنة بين المجتمعات و الكائنات العضوية الدقيقة فكانت نتائجها تدل على أن "لكل كائن عضوي دقيق بناءه الخاص، بمعنى أنه يتكون من عدد من الأجزاء المتشابهة والمتصلة بعضها ببعض الآخر مثل الرأس و الركبتين و القلب، و هكذا فهذه الأجزاء تلعب دورها الوظيفي في حياة الكائنات العضوية الدقيقة و بالطريقة نفسها." (38)

فلقد وضع "سبنسر" بان المجتمع بناء متكامل الأجزاء، و كل جزء منها يساهم في تحقيق استقرار المجتمع و هو ما أكدت عليه النظرية البنائية المعاصرة في إطار الفكرة العامة القائمة على ترابط أجزاء النظام الاجتماعي.

فسبنسر من خلال مماثلاته بين المعطيات الاجتماعية و العضوية حلل سائر البناءات الاجتماعية وكيفية عمل عناصرها داخل المجتمع، فالبناء مكون من عناصر جزئية ذات تسافر وظيفي متبادل.

أما "دوركايم" فقد استعمل فكرة الوظيفية بمعنيين مختلفين، يشير الأول إلى "وجود نسق من الحركات الضرورية لحياة الكائن العضوي، أما المعنى الثاني فيعبر عن العلاقة التي تربط بين تلك الحركات الحيوية، و بين حاجات الكائن العضوي تماما كما يتكلم عن طبيعة 'الهضم' أو عن 'وظيفة التنفس'. " (39)

ولقد أخذ "دوركايم" بالمعنى الثاني الذي يربط بين الحركات الحيوية و بين حاجات الكائنات العضوية الضرورية، و استخدام إلى جانب ذلك مصطلحات تدل على الوظيفة مثل "الدور" بدل "الوظيفة" للدلالة على تقسيم العمل.

كما دعا "دوركاييم" إلى التحليل الوظيفي للمجتمع من خلال دراسة الفيسيولوجيا الاجتماعية كفرع من علم الاجتماع، حيث يقسم من خلالها المجتمع إلى نظم، كل نظام منها يمثل جزءا في نسق اجتماعي في إطار وظائف متبادلة تحقق استقرار النسق و تحافظ على توازنه.

أما في علم الاجتماع الأمريكي، فلقد ارتبطت الوظيفة بأعمال "تالكوت بارسونز" و"روبرت ميلتون"، حيث قام "بارسونز" بشرح نظريته القائمة على أهمية مصطلح الوظيفة في الربط بين المقولات البنائية في علم الاجتماع، و التي تجعل الباحث يبتعد عن إعطاء صورة جامدة عن الأنساق الاجتماعية. و أن كل نسق يستند إلى دراسة حدوده حيث ينظر إلى النسق على أنه مجموعة أفعال اجتماعية متداخلة و متكررة تعزز ضرورات وظيفة تحكم الأنساق الاجتماعية ككل.

و لذلك نستنتج أن الهدف الأول للنظرية الوظيفية هو تنظيم المجتمع و ضمان استقراره وتوازنه على أساس التكامل بين أعضائه، كما ذهب إليه رواد هذه النظرية و الذي أخذ عليهم كنفد قائم على تجاهل أهمية عنصر التغيير و آثاره الإيجابية في المحافظة على توازن المجتمع أيضا.

إلى جانب اعتماد مصطلح الوظيفية للدلالة على العمليات الاجتماعية و الأفعال و البنى الاجتماعية و الاستناد إلى التحليل المنهجي المنظم للمواقع الاجتماعية، "و أن تصرفات الأفراد خاضعة لتنظيم بنائي يعكس تأثير البيئة الاجتماعية، و أن المجتمعات الإنسانية إنما تهدف باستمرار إلى تحقيق توازنه"(40)، "و الكشف عن إسهام أجزاء النسق في تحقيق تكامل النسق ككل ولاستمراريته." (41)

و أكد إلى جانب هذا على الدور الذي يقوم به كل من الدين و الطقوس و الشعائر الدينية في تحقيق ذلك و هو ما تضمنه كتابه: "الصور الأولية للحياة الدينية":

"La forme élémentaire de la vie religieuse"

و على هذا الأساس أصبح بالإمكان دراسة البناء الاجتماعي بناء على تقسيم العمل في أنساق مختلفة (الدين، الاقتصاد و القانون) تشكل بناءا تكامليا استطاع دوركايم من خلاله اكتساب لقب أبو النزعة الوظيفية و مؤسس الاتجاه التكاملي في الدراسات الاجتماعية والأنثروبولوجية، هذه الأخيرة التي تجلت فيها النزعة الوظيفية من خلال أعمال "مالينوفسكي" Malinowski و "راد كليف براون" "Radel Kliff Brown". حيث أقر هذا الأخير أن الوظيفة ما هي إلا انسجام حاصل بين النشاط الجزئي و النشاط العام في النظام الاجتماعي ككل. و لقد

أرجع مفهومه هذا عن الوظيفة إلى كتابات "دوركايم" الذي عرف بدوره الوظيفة على أنها تناظر بين النظام و بين حاجات كائناته العضوية ولذلك "فيراون" يميل إلى تعريف الوظيفة على أنها نشاط اجتماعي محدد تكون هناك علاقة بينه وبين البناء الاجتماعي ككل بما يحقق استمراره و وجوده.

أما "مالينوفسكي" فلقد اهتم إلى جانب اهتمامه بالأنماط الثقافية و الممارسات الاجتماعية، اهتم أيضا و بشكل كبير بالطرق التي تعتمدها الثقافة لمواجهة و تلبية حاجات الحياة الاجتماعية و البيئة الطبيعية. فالنظرية الوظيفية حسبته "تهدف إلى تفسير الوقائع الأنثروبولوجية في كل مستويات تطورها من خلال الدور الذي تؤديه داخل النسق الثقافي المتكامل. و هذا على أساس ارتباط هذه الوقائع أحدها مع الآخر و ارتباطها كذلك بالبيئة الطبيعية المحيطة بها. (42)

أما في السنوات الأخيرة من القرن العشرين، فقد تطور استخدام الوظيفية أو مصطلح التحليل الوظيفي و بشكل كبير خاصة في أعمال العديد من أنصار هذا الاتجاه أمثال "كينجزي ديفيز" الذي أكد على أن "مفهوم الوظيفة و التحليل الوظيفي يشمل دراسة عدة من النقاط الأساسية و هي أولا: المجتمع أو النسق أو المؤسسة التي ينتمي إليها، و ثانيا: دراسة العلاقة المتبادلة بين الدور الوظيفي الذي يقوم به هذا الفرد أو العضو أو الجماعة داخل البناء الاجتماعي أو النسق الكبر الذي توجد فيه تأثير كلا منها على الآخر." (43)

وفي هذا السياق الذي يؤكد على ضرورة المحافظة على النسق الاجتماعي جاء التحليل الوظيفي لمعالجة قضايا خاصة بالإعلام و الاتصال حيث خصصت وسائل الإعلام و الاتصال بالدراسة باعتبارها أنساق اجتماعية ذات بناءات تقوم بوظائف محددة. حيث يقوم كل بناء منها بوظيفة تساهم في المحافظة على النسق الاجتماعي العام. و هذا لا يتأثر إلا بوجود علاقة انسجام بين هذه البناءات و النظم الخاصة بوسائل الإعلام و الاتصال و بين النظم الأخرى.

حيث ينبغي أن تعمل وسائل الإعلام و الاتصال من خلال هذه العلاقات على توجيه الأيديولوجيات و الثقافات التي تمثل الركيزة الأساسية للمجتمع. إلى جانب وظائف أخرى تحدد أهداف المؤسسات و الوسائل التي تسعى إلى نقل رسائل اتصالية و تبليغها إلى جمهور محدد يحتاج إلى إشباع حاجات متعددة من خلال ما تقدمه المادة الإعلامية من تعليم و ترفيه وإخبار، و تغيير للاتجاهات و المواقف و الآراء.

إضافة إلى ذلك " تؤكد النظرية الوظيفية منذ مراحل نشأتها الأولى على أهمية تحديد العلاقات المتبادلة بين وسائل و نظم الاتصال الجماهيري و بين بقية النظم و الأنساق

الاجتماعية الأخرى. وهذا لا يمكن تحديده إلا من خلال دراسة المحتوى الوظيفي و البنائي لوسائل الإعلام و الاتصال وأيضا نوعية الإطار الثقافي و الاجتماعي الذي يجب أن يعكس هذه الوسائل و نوعية المصالح و محددات النسق الاجتماعي العام الذي تعرض لمجموعة من القيود و الأطر و الأهداف العامة التي يجب أن تشكل بصورة عامة نوعية الأهداف و الغايات و الوظائف الأساسية لوسائل الاتصال الجماهيري و استراتيجيتها لإشباع المصالح العمة سواء للأفراد أو الجماعات." (44)

ولقد عكس اهتمام العلماء بهذا المجال أهمية توجيه الدور الوظيفي لوسائل الإعلام و الاتصال بهدف تحقيق الأهداف العامة الخاصة بوسائل الإعلام و مؤسساتها سواء كانت راديو، تلفزيون وأقمار صناعية أو صحف و مجلات و بشكل سمح من تقديم نماذج وظيفية ركزت على تحديد جملة الوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيري و مدى قدرتها على تحقيق الأهداف المنشودة سواء بشكل إيجابي أو سلبي.

كما جاءت إسهاماتهم أيضا في تعزيز مجال الدراسات الإعلامية و الاتصالية و وسائلها من خلال الاعتماد على التحليلية إلى جانب الدراسات الميدانية بغرض معرفة الخصائص العامة لوسائل الاتصال الجماهيري خاصة بعد المكانة التي أصبحت تحتلها في جميع مناحي الحياة الاقتصادية الاجتماعية، السياسية و الثقافية.

و لقد تم تطبيق الوظيفية في بحوث الإعلام و الاتصال من خلال:

1/ حصر الوظائف التي تمارسها وسائل الإعلام : و كان ذلك في أواخر الأربعينيات من خلال البحوث التي قام بها "هارولد لاسويل" حول وظائف محتوى الوسائل الإعلامية حيث كان ينظر فيها إلى وسائل الإعلام على أنها نظاما شاملا و ليس وحدات داخل النظام الاجتماعي. و عليه فقد اقتصر وظائف وسائل الإعلام على تقديم الأخبار و المعلومات، الشرح و التفسير للمادة التحريرية و وظيفة التنشئة الاجتماعية من خلال ما تتضمنه من قيم و معايير.

2/ منظور التحليل الوظيفي: و فيه يركز على البناء الاجتماعي، طبيعته و كيفية عمل وحداته باعتباره واسع النطاق، يمثل فيه المجتمع النظام الشامل، و فيه تمثل الوسائل الإعلامية ومحتوياتها و جماهيرها النظام العام. و التحليل الوظيفي هنا وظيفته تتجلى في ربط كل من التفاعلات التي تحدث بين وحدات النظام و آثارها المترتبة عليه. كما يهدف إلى "فهم دور نمط السلوك أو التأثير الثقافي و الاجتماعي على توازن النظام و ديناميكيته، و يتم تحليل نشاط

الأفراد في ضوء أهميته لتنمية النظام العام و صيانتته. " (45)، و عليه يصبح دور الوحدات المكونة للنظام وظيفيا اد ساعد على تحقيق استقرار النظام و توازنه.

وجملة فحوى الاتجاه الوظيفي هي أن الوسائل الإعلامية نظام أو مجموعة أنظمة تمارس مجموعة وظائف للبناء الاجتماعي ضمانا لاستمراره و تحقيق توازنه.

و على إثر ذلك حددت عدة وظائف للصحافة المكتوبة في مجال الاتصال. و يمكن تلخيصها فيما يلي: الإعلام، التأثير و التوجيه، التسلية و التسويق. أما الاتجاه الذي قدمه "هارولد لاسويل "H.Lasswell" و استكماله "تشارلز رايت CH.Wright" فيحدد هذه الوظائف في:

- مراقبة البيئة، و ذلك من خلال التغطية الإخبارية للصحف للمجتمع، و تجميع المعلومات الخاصة بها من مختلف المصادر، لتقدم صورة لما يحدث لجميع قرائها.
- تحقيق التماسك الاجتماعي من خلال الأشكال الصحفية القائمة على تفسير لمختلف الأحداث ورح وقائعها.
- نقل الثقافة الاجتماعية -عادات و تقاليد- من خلال وسيلتي التعليم و التنشئة الاجتماعية.
- تحقيق التسلية و الإمتاع للجماهير و ذلك من خلال ما يقدم من فنون تحقق ذلك.

و منه تتحقق وظائف: الإعلام، الشرح و التفسير، التوجيه، التعليم و التنشئة الاجتماعية التسلية والإمتاع وكذا الإعلان و التسويق للصحافة المكتوبة.

ووجود كل هذه الوظائف أو بعضها في الصحف يعكس التطبيق العلمي لمدى قيام الصحافة المكتوبة بوظائفها و تلبية حاجات مستهلكيها من خلالها دال على العلاقة الإيجابية بينها من جهة ونجاح الصحافة في تأدية مهامها من جهة أخرى.

ولكن بالرغم من أهمية الاتجاه الوظيفي أو الوظيفي البنائي و دوره في تحليل مختلف القضايا الاجتماعية و معالجتها، إلا أنه وجهت إليه انتقادات عديدة و عنيفة كشف عن نقاط الضعف فيه. ولقد تعددت و تفاوتت هذه الانتقادات في كونها منطقية و أخرى فكرية وأيديولوجية.

فمن الخطأ حمل التساند الوظيفي بين أجزاء النظام الاجتماعي على إطلاقه، لان وجود صراع و عدم تكامل بين هذه الأجزاء يعد من الأسباب المنطقية أيضا المساعدة على تحقيق التكيف والتفاعل بالرغم من جملة التغيرات التي ستطرأ على المجتمع جراء هذا الصراع والتي تتصل دائما بالتكامل و التكيف و تحقيق الهدف الأول و الأساسي و القائم على المحافظة على توازن المجتمع و استمراره.

وهو الأمر الذي جعله يكون نظرية أيديولوجية تطبق وجهات نظر محافظة تستبعد عنصر التغيير و الثورية كونها عناصر غير مرغوبة. و عليه اعتقادهم فقط بالانسجام والتضامن السائد في علاقات عناصر النظام و أنساقه الاجتماعية بالرغم من إثبات الدراسات الاجتماعية ديناميكية التنظيمات الاجتماعية و عدم ثباتها و تغييرها الذي ينشأ عنه صراع في التنظيم كعملية لا تعن بالضرورة العنف بقدر ما تحمل توتر و عدا و منافسة في إطار سلمي.

إضافة إلى مبالغة هذه النظرية في مماثلة نماذج العلوم الطبيعية و أن النسق الاجتماعي مثله مثل الكائن العضوي الذي تحكمهما نفس القوانين انطلاقا من النزعة الغائية في التفسير والتي تفترض فروضا غير قابلة للاختبار و تتطلب مستوى بحث علمي معين قد لا يتوفر في مجال العلوم الاجتماعية. ذلك أن معالجة ظواهرها مثل ما تعالج به ظواهر الفلك في تفسير حركة الأجرام وعلاقتها ببعضها البعض افتراضي قائم على ضرورة التوافق بما يحفظ حركة النسق ككل و تجنب الاصطدام نفسه المستخدم في النظر إلى الدين على أنه من الضروريات المدعومة للأسس الأخلاقية للمجتمع و المحافظة على نشاطه الاجتماعي.

وعلى غرار الانتقادات التي وجهت للنظرية الوظيفية، إلا أنها تبقى من أهم النظريات الاجتماعية المعتمدة لدراسة مختلف الظواهر الاجتماعية و ظروفها و واقعها في شتى المجالات خاصة مجال الإعلام و الاتصال. هذا الخير الذي استفاد و لا يزال يستفيد منها في العديد من الجوانب ذات الأبعاد الاتصالية و الإعلامية و إلقاء الضوء على مشاكلها وقضاياها نظريا وتطبيقيا. و أهميتها هذه كانت سببا في اختيارنا لها كمنظور أو براديجم لدراسة موضوع "الصحافة المكتوبة و قضايا السياحة في الجزائر" لأنها أكثر النظريات ملائمة لمثل طبيعة هذه الدراسة التي نحاول من خلالها الكشف عن وظائف الصحافة المكتوبة و أهميتها كوسيلة اتصالية و إعلامية مرغوبة من قبل القراء في تبليغ و بث الرسائل السياحية للبلد باستخدام كافة الأساليب الإقناعية القادرة على تغطية السوق السياحي و التي من خلالها يتسنى للقارئ استيقاء معلومات تصل إليه وفي أشكال صحفية، أخبار، مقالات، تقارير، إعلانات ... مختلفة تعبر عن الحقائق و المعلومات السياحية الخاصة بالسائح، و تدفع بشركات السياحة دفع مقابل مادي عن الأخبار و البرامج الموجهة بشأنها لجمهورها السياحية.

غير أن فهم هذا الواقع و تسليط الضوء عليه لا يكون إلا من خلال النظر إلى الصحافة المكتوبة كوسيلة اتصال جماهيري على أنها نسق من أنساق المجتمع المختلفة خاصة القطاع السياحي و الذي تكون بينه و بينها علاقات متبادلة وظيفيا ينشأ عنها تأثير كل منهما على

الآخر في إطار محافظتهما على النسق ككل. و منه تتحقق الإجابة عن التساؤل الرئيسي للدراسة و الذي يعكس دور هذه الوسيلة في عكس واقع السياحة في الجزائر مع إبراز أهم المواضيع و الصيغ القادرة على عكسها.

إحدى عشر: تحديد المفاهيم

1- مفهوم السياحة:

" لقد كانت السياحة على مر العصور معيار تقدم العلاقات الدولية من الناحيتين التاريخية والسياسية. حيث استهدفت المشاركة الفعالة في تحقيق السلام العالمي الذي تنشده جميع الدول حيث تقوم المنظمات الدولية و الهيئات الإقليمية و الجمعيات و الاتحادات المتخصصة في شؤون السياحة بدراسة نظم المجتمع الدولي و تلمس السبل المفضية إلى الدفع بالتعاون الدولي قدما إلى الأمام إيمانا منها بأن تحقيق التعاون بين الأمم و الشعوب لحل مشاكلها في الميدان الاقتصادي و الاجتماعي إنما إلى تمهيد السبيل خير تمهيد لتحقيق التعاون السياحي فيما بينها و يرسى أسس السلام العالمي المنشود." (46) ولقد أصبحت السياحة في العصر الراهن حركة دولية ضخمة تساهم بقدر كبير في إرساء العلاقات بين الشعوب على أساس و طيد من التفاهم و بالتالي تؤثر في إقرار السلام العالمي بين الدول.

" و تمثل السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في البلدان التي تتمتع بمواقع سياحية أو فيها أماكن سياحية و أثرية يتم التردد عليها و زيارتها من قبل الأفراد كسياح و الجهات ذات العلاقة بأمور السياحة و مشاريعها." (47)

• التعريف اللغوي للسياحة:

عرفت السياحة في لسان العرب على أنها الذهاب في أرض للعبادة ، و ساح في الأرض يسبح سياحة و سيوحا و سيجا و سيجانا، أي ذهب، و السياحة مفارقة الأمصار و سكن البراري و ترك شهود الجمعة و الجماعة.

و قد ساح المسيح ابن مريم عليهما سلام في بعض الأقاليم، كان يذهب، فأينما أدركه الليل صف قدميه و صلى حتى أصبح.

أما في الرائد فهي مشتقة من ساح سيوح الطواف في البلاد تنزها و تفرجا و استجماما.

• التعريف القديم للسياحة:

لقد اشتقت السياحة من الكلمة الانجليزية Tourism و التي اتخذت من الكلمة "حول" أي حول العالم أو حول الغاية.

"وفي عام 1800 أعطى المؤلف Pegge للسياحة معنى واسع اد أخذت تدل على
النزهات وعلى الأسفار و على زيارات المدن و القرى سواء بقصد النزهة أو بقصد المعرفة."
(48)

وفي النصف الثاني من القرن التاسع عشر انتشرت كلمة السياحة و ارتبط ظهورها
بظهور السياح البريطانيين. حيث تناولها المعجم العلمي الفرنسي من خلال تعريف السائح
على أنه "كل من يسافر بدافع الفضول، و عامل البطالة، أو حبا في السفر و حتى بقول أنه
مسافر." (49)

وفي أواخر القرن التاسع عشر، و مع انتشار الفضول و غرابة أطوار الأشخاص،
أخذت الجماهير و السلطات بعين الاعتبار كل هذه الأمور من طرف محبي الأشياء الغريبة
عن المتعارف عليه. فأصبحت بذلك السياحة "فن إتقان السفر، على عكس ذهنية ذلك العصر
القائمة على الروح البرجوازية المحافظة الملازمة منازلها و دورها في جو من الضجر
والسأم." (50)

وبحلول القرن العشرين أصبح للسياحة معنى واسع امتد إلى تناول علاقة الأفراد
ببعضهم البعض و أمور إقامتهم بالبلد السياحي.

• التعريف الحديث للسياحة:

لقد شهدت السياحة تطورا ملحوظا مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين، فأمام
تزايد وتيرة الأعمال و السفر و التنقل، زاد الاهتمام مع بالسياحة بشكل استحوذ على تركيز
أغلب الدول الراغبة في تحقيق الراحة و الاستجمام لشعوبها و جماهيرها حيث أصبح ينظر
إليها على أنها صناعة وطنية هدفها الأساسي حسن الاستقبال، و استثمار مختلف الطاقات
السياحية المقصودة من طرف السياح.

ولقد عرفها المعجم الدولي للسياحة على أنها: "انتقال امرؤ من مقر إقامته الدائم أو
المعتاد إلى مكان مؤقت، و هذا الانتقال يشترط فيه أن يكون مؤقتا، و أن تكون غايته البحث
عن ملذة شخصية و توفير التسلية و الانشراح و الاستراحة أو الاستطلاع و غرض السياحة
رغبة الخروج من بيئة محفوفة بالضجر، و دعوة إلى التجديد عن طريق رؤية مشاهد جديدة
تقدمها الجغرافيا و الطبيعة وتسندها المناظر التي لا يتسنى للشخص مشاهدتها إلا في أوقات
العطل." (51)

• التعريف الاصطلاحي للسياحة:

لقد عرفت السياحة من طرف الباحث الألماني "جون بيرفوديلر" بأنها "ظاهرة من ظواهر عصرنا تتبثق من الحاجة المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء و الإحساس بجمال الطبيعة، و إلى الشعور بالبهجة و المنفعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الإنسانية و هي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة و الصناعة." (52)

كما عرفها العالم السويسري "هونزيمير" رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين بأنها: "مجموعة العلاقات و الظواهر التي تترتب على سفر وإقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة و لا ترتبط بنشاط يحقق ربحا للشخص الأجنبي." (53)

أما منظمة السياحة العالمية فعرفت على أنها: "نشاط إنساني و ظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة و لا تزيد عن عام كامل لغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا الدراسة أو العمل." (54)

وهي أيضا: "صناعة بدون مداخن، و إعلام و دعاية بدون لغة محددة و سياسة بدون دبلوماسية، و هي صناعة الحضارة و تصديرها لأنها رسالة محبة و تعاون و سلام و صداقة بين شعوب العالم على اختلاف أجناسها و أوطانها." (55)

إلى جانب كونها: "إحدى الوسائل الهامة في عمليات الاتصال العالمي من عمليات نقل واستعادة انتشار لمسات ثقافية غير موجودة في المجتمع أو تحديث لمسات معادية و غير مادية جديدة." (56)

• المفهوم الإجرائي للسياحة :

إن حاجة الإنسان للتنقل و السفر حاجة متأصلة فيه منذ القدم. فكانت في بدايتها منبثقة من دافع البحث عن الطعام و الماء، لتتطور بعدها و تاخذ منحى آخر أصبح يشمل تلبية حاجاته الجديدة إما الصحية، الدينية، الأمنية، الاجتماعية الاقتصادية، الرياضية، التسلية و الترفيه و التعليم. فالسفر هو حاجة الإنسان لتحقيق المنفعة و الترويح، لتتطور إلى حاجة سياحية أصبح الإنسان يسعى من خلالها إلى تحقيق حاجات أخرى كما سبق ذكرها. غير أن أهميتها متفاوتة بين الأفراد فهي إما كمالية من جهة للأفراد ذوي الإمكانيات الضعيفة و ضرورية لمن كانت إمكانياتهم المادية متوفرة. ونفس الأمر يعكس على الواقع السياسي والاقتصادي والأمني و الاجتماعي للدول. فظروف الاستقرار والثراء من العوامل المشجعة على بعث الحركة السياحية في حين تشكل الحروب و المشاكل و الأزمات عاملا مهددا لتنمية

حركتها. غير أن متطلبات العصر المعاش تدل على أن السياحة شي ضروري أكثر منه كمالي خاصة بعد إيقان الدول لأهميتها الاقتصادية والاجتماعية والآثار المباشرة و غير المباشرة المترتبة عليها. فهي أصبحت ظاهرة من ظواهر عصرنا المنبثقة ليس فقط من الحاجة إلى الراحة والاستجمام و الترحال و الاتصال و التواصل وإنما هي أيضا ظاهرة مرتبطة بنشاطات إنسانية متعددة لتحقيق غرض من أغراضه الاجتماعية والاقتصادية و الثقافية.

2- مفهوم القضية:

"هي إثبات نظري يقدم بشكل عام كحقيقة جزئية بحيث أن نقيضها (Antithèse) هو صحيح أيضا، و تستخدم القضية أو الأطروحة للدلالة على موقف معين تلتزم الدفاع عنه ضد اعتراضات أعظم كدفاع فيلسوف عن وجهة نظره من قضية محددة، تأكيد رجل سياسي على فكرته في مواجهة أفكار خصومه." (57)

لذلك فاستخدامها يختلف باختلاف مجالاتها، ففي المجال الجامعي مثلا تعني العمل الذي يقدمه الباحث للحصول على درجة علمية نتيجة إثباته لوجهة نظر بطريقة منهجية. و من الناحية الجدلية، "تعني كلمة قضية حدا أو طرفا في نظام مؤلف من ثلاث قضايا أو ثلاثة حدود بحيث أن القضيتين الأوليتين هما متناقضتين (قضية و نقيضها) و أن القضية الأخيرة تجمع بين القضيتين المتناقضتين السابقتين و ترفع هذا التناقض على مستوى أعلى." (58)

كما تستعمل القضية في المجال السياسي أين يتم تكذيب مواقف الآخرين و نقضها بالحجج والبراهين من خلال تحديد التناقض بين الأطراف المتنازعة. و اتخاذ قرار صحيح بشأنها و بشكل يساعد على كشف الحقيقة.

أما في العلوم الاجتماعية، فالقضية تعني أو تشير إلى "استخلاصات منطقية لمجموعة مفاهيم مترابطة و متجانسة تمثل موضوعا واحدا داخل الظاهرة، أو هي تعاميم محدودة بحدود روابط مجموعة من المفاهيم المتجانسة. و قد حددت على أنها تقسيمات تعكس علاقة متغيرات الدراسة." (59)

حيث قسمت القضايا إلى قضايا مطابقة لمتغيرات الظاهرة و علاقتها ببعضها (Axiomes) وقضايا يطلب إثباتها.

• المفاهيم المشابهة للقضية:

1- مفهوم الأزمة: يعتبر مفهوم الأزمة من المفاهيم الصعبة التحديد نتيجة تعدد استعمالها في التعبير عن مواقف معينة.

فمن الناحية اللغوية نجدها "مشتقة من 'أزم' و هي الشدة و القحط و المأزم هو 'المضيق.' (60) و هو نفس المعنى في مختلف المعاجم، اد تشير إلى القحط و الشدة. و اشتقاقها اللغوي يدل على معناها الخاص بالموت السريع.

ففي الطب الإغريقي يشير استعمالها إلى نقطة التحول في المرض القاتل المؤدي إلى الموت. أما عند اليونان، فأخذت من كلمة Killqueim التي تعني الفعل المضارع "يقرر". و نفس الشيء في اللغة الصينية التي عبرت من خلالها على الخطر.

أما من الناحية السياسية، فهي تتضمن فكرة الاضطرابات، و انعدام الوظيفة في الوظائف لنسق معين، أو لمجريات مسار معين، إنها حالة من التوتر التي تحمل معانيها الكارثية. و فقدان الوظيفة في النسق يدل على نهاية نموذج تفاعلي و بداية آخر في محيط متأزم.

و لقد وردت العديد من التعريفات الخاصة بالأزمة، نذكر منها:

تعريف "هاريسون" الذي عرفها على أنها: "تغير مفاجئ إلى الأسوأ، و وضع غير مريح تجد المنظمة نفسها تواجهه نتيجة إهمال يترتب عليه ما لا تحمد عقباه أو ظهور منتج معيب، أو تعرض المنظمة لعمل إجرامي أو تخريبي يسفر عن خسائر فادحة في الأرواح والممتلكات." (61)

و"هي عبارة عن حالة غير عادية تترك أثرا قاطعا على مجريات الأمور العادية فتربك الحياة و العمل و تخل بالقواعد و النظم و النيان الأساسي للعمل." (62)

كما "يعرفها 'أوران يونج' في كتابه الوسطاء بأنها: أحداث سريعة تؤدي إلى عدم الاستقرار في النظام القائم إلى درجة -غير عادية- تزيد من احتمال استعمال أو استخدام 'العنف'، أما 'كورال بل'

وهي بذلك تشير إلى "الاضطراب و التعطل في المسار الروتيني لمنظومة أو عملية ما يحدث اختلال التوازن توترا يستدعي تهويلا معيناً." (63)

إلى جانب اعتبارها "زمن حاسم أو خطر عظيم ستقرر نتائجه ما اذا كان سيتبعه عواقب سيئة كالأزمة المالية أو الاقتصادية." (64)

بالإضافة إلى كونها اضطرابات في العادات و العرف مما يستلزم التغيير السريع لإعادة التوازن و لتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة في شكل حدث مفاجئ يخلق مشكلات جديدة تتطلب خبرة كافية لمواجهتها.

لذلك فهي تتميز بكونها: "حدث أو موقف أو أي شيء مفاجئ، يتعرض لها الأفراد والجماعات، المؤسسات و المجتمعات ككل. تتسبب في خلق قلق و توتر و ضغوط ذات تطور سريع يحدث ارتباك. و لكونها مفاجئة، فهي لا تفتح مجال للوقت الكافي لحلها و الاستجابة لها والرد عليها من قبل أن تتطور." (65)

2- مفهوم المشكلة: تعرف على أنها: "موقف غامض في حاجة إلى تغيير، أو هي حالة من عدم التوازن بين ما تم و ما يجب أن يتم، أو هي انحراف الأداء المخطط عن الأداء الفعلي." (75) بشكل نسبي و غير مطلق و تختلف باختلاف الزمان و المكان. فهي تتأثر بالأوضاع المجتمعية في البيئة وتوصف عادة بالصفة المجتمعية لأنها بعيدة من ناحية الوقاية و العلاج عن تناول الأفراد أو حتى الجماعات، ولا بد من تدخل المجتمع ممثلا في هيئاته العامة و السلطات المسؤولة مع الأفراد." (66)

3- مفهوم الكارثة: فهي تعبر عن حالة وقعت فعلا تتسبب في تدمير و خسائر بشرية ومادية و قد تكون غير مسبقة بإنذار. تتطلب إجراءات عاجلة لإعادة التوازن.

4- مفهوم الحادث: وهو شيء مفاجئ يقع بشكل سريع و ينتهي بانتهاء أو انقضاء أثره و لا يستمر اذا لم تستمر أيضا ظروفه، و الأزمة قد تكون نتيجة من نتائجه.

5- مفهوم الصراع: وهو يقترب من مفهوم الأزمة لأن الأزمات في مجملها تعبر عن تصارع لإرادتين و تعارضهما، و قد لا يكون الصراع شديدا، كما أن أهدافه معروفة مقارنة بالأزمة. و هو الأمر الذي يشتركان فيه مع القضية أيضا.

"والصراع يسعى إلى إعادة توزيع السلطة بطريقة عادلة، أو يسعى إلى تحقيق العدالة الاجتماعية، فالوجود ليس سوى صراع من أجل تحقيق العدالة الاجتماعية. و الصراع هو البعد الواضح في عملية السعي المستمر نحو تحقيق خلق نظام جديد." (67) وهذا في مجال توزيع السلطة داخل النظام.

أما من جهة أخرى "فإن عملية الصراع لا تعني بالضرورة العنف، إنما يدخل فيها التوتر و العداء و المنافسة التي تخرج عن إطارها السلمي و عدم الموافقة على الأهداف و القيم إن الصراع ليس حدثا تلقائيا أو عفويا يعمل على تمزيق و تعليق المصالح العامة للمجتمع إنما هو جزء حتمي و مستمر في الحياة الاجتماعية." (68)

• المفهوم الإجرائي للقضية:

تمثل القضية كل الموضوعات التي تستدعي الاهتمام بها، إبرازها و الدفاع عنها و محاولة كشف حقائقها من طرف الهيئات الممثلة للمجتمع من مسئولين وسلطات و أفراد. و ظاهرة السياحة هي جملة القضايا -الموضوعات- ذات قيمة اقتصادية، اجتماعية سياسية وثقافية تثير تساؤلات لدى الرأي العام وتستدعي إثارتها قصد تسليط الضوء على أهميتها، تعديل جوانب القصور فيها، حل مشاكلها أو إحداث تغيير بشأنها بما يحقق توازن البناء الاجتماعي. وهذه الموضوعات عاكسة لواقع المجتمع الطبيعي والحضاري التاريخي. فهي بذلك موضوعا يبرز المقومات الطبيعية كالموقع الجغرافي والسياحي، المناخ، الغطاء النباتي، الموارد الطبيعية، الحمامات، الحواظر و دعائم الاتصال أو أدوات تسويقها إلى جانب إبراز ما تعانيه من مشاكل وأزمات. أو موضوعات حضارية وتاريخية تثير أهم المقومات السياحية للدول كالتراث الرسمي، التظاهرات والاحتفالات، الأدب و الثقافة والهياكل السياحية و كذا مشاكلها و أزماتها.

- مراجع الفصل الأول

- 1- www .Arab. alljayash .net . 2008/03/03 20.55 h
- 2 - محمد الصالح رمضان: جغرافيا الجزائر و العالم العربي. مكتبة النهضة الجزائرية، ط2 1965.ص12.
- 3 - محمد المهدي بن علي شعيب: أم الحواضر في الماضي و الحاضر .مطبعة البعث قسنطينة 1980.ص 37.
- 4 - موسوعة المعارف الحديثة للدول العربية. الدار العربية للموسوعات، ج3 القاهرة 1970. ص 20 .
- 5 - خدمات السياحة في إطار الاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات . أوراق موجزة - 10- ب إعداد المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية (w t o)الدوحة، قطر نوفمبر 2001.
- 6- محمد موسى عثمان ،حمدي عبد العظيم :أسس و مناهج البحث العلمي . مكتبة زهراء الشرق القاهرة، دس.ص 13.
- 7- محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية .عالم الكتب، القاهرة:2004. ص 119 .
- 8- نبيل أحمد عبد الهادي:منهجية البحث في العلوم الإنسانية. الأهلية للنشر والتوزيع، ط1 الأردن، 2006. ص 95 .
- 9- طلعت إبراهيم لطفي: أساليب و أدوات البحث الاجتماعي. دار غريب للطباعة والنشر و التوزيع، 1995. ص48.
- 10- فوزي غرايبية و نعيم دهمش و آخرون : أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية . دار وائل للنشر و التوزيع ، ط3 ، 2002 . ص 33 .
- 11- سامية محمد جابر: منهجية البحث الاجتماعي و الإعلامي دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر و التوزيع، دس.ص205 .
- 12 - جميل صليبا: المعجم الفلسفي. الشركة العالمية للكتاب ، دار الكتاب العالمي لبنان . 1994 . ص 47 .
- 13- محمد شفيق : البحث العلمي و تطبيقاته في مجال الدراسات الاجتماعية .المكتب الجامعي الحديث ، 2006. ص 68 .

- 14- بلقاسم سلاطنية ، حسان الجيلاني : : منهجية العلوم الاجتماعية . دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع ، عين مليلة ، الجزائر ، بسكرة ، 2004. ص318 .
- 15- عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام. دار الفكر العربي . ص149 .
- 16- طلعت إبراهيم لطفي: مرجع سبق ذكره. ص65، 66 .
- 17- عاطف عدلي العبد، زكي احمد عزمي: مرجع سبق ذكره. ص207 .
- 18- علي عبد الرزاق جبلي و السيد العاطي السيد و آخرون : البحث العلمي الاجتماعي . دار المعرفة الجامعية ، 2005. ص 199 .
- 19- يعقوب يوسف الكندري : طرق البحث الكمية و الكيفية في مجال العلوم الاجتماعية والسلوكية ، ط1، الكويت ، 2005 . ص 381 .
- 20- المجلة الجزائرية للإتصال : فصيلة متخصصة تعنى بأبحاث الإتصال ، معهد علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة الجزائر ، العدد 3 ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر مارس 1989 . ص 38 .
- 21- غريب محمد سيد أحمد: علم اجتماع الاتصال و الإعلام دار المعرفة الجامعية. 1996. ص 43 .
- 22- أ . لارامي ، ب . فالي : ترجمة ميلود سفاري ، فضيل دليو : البحث في الإتصال عناصر منهجية. مخبر علم اجتماع الإتصال ، جامعة منتوري قسنطينة الجزائر ، 2004 . ص 243 .
- 23- منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي. دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة ط1 عمان 2007. ص 83 .
- 24- فضيل دليو، علي غربي : أسس المنهجية في العلوم الاقتصادية . منشورات جامعة منتوري قسنطينة ، 1999. ص 103 ، 104 .
- 25- علي غربي: أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية . مطبعة Cirta copy قسنطينة 2006. ص 57 .
- 26- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع. دار المعرفة الجامعية، ط1، دس. ص 486.
- 27- 28- ميخائيل و إبراهيم أسعد : موسوعة علم النفس . منشورات دار الأفاق الجديدة ط1 بيروت، 1998. ص62.
- 29- ميشيل مان : موسوعة العلوم الاجتماعية . دار المعرفة الجامعية ، 1999 . ص 717.

- 30- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي. دار الفجر للنشر و التوزيع، 2004 . ص 583 .
- 31- هشام يعقوب مريزق: المدخل إلى علم الاجتماع. دار الراية للنشر و التوزيع ط1 2008 عمان.ص77.
- 32- مرزوق عبد الحكيم العادلي: الإعلانات الصحفية. دراسة في الاستخدامات والإشباعات . دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2004. ص 98 .
- 33- محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره. ص616.
- 34- يحي حسين درويش: معجم مصطلحات الخدمة الإجتماعية - انجليزي /عربي. الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان ، مكتبة لبنان ناشرون ، ط1 ، 1998 . ص 65 .
- 35- محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره. ص 616 .
- 36- أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. انجليزي -فرنسي -عربي . مكتبة لبنان ، بيروت . 171 .
- 37- فهمي سليم الغزوي ، عبد العزيز خزاولة و آخرون: المدخل إلى علم الاجتماع. الطبعة العربية الثانية، دار الشروق للنشر و التوزيع، الأردن، 2004. ص 51.
- 38- قباري محمد إسماعيل: قضايا علم الاجتماع المعاصر. دراسة تحليلية نقدية . منشأة الناشر للمعارف ، 1976 . ص 363 ، 364 .
- 39- سهير عبد الظاهر، أحمد و محمد مدحت مصطفى: مناهج البحث في العلوم الاقتصادية والاجتماعية. مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية ، ط1 ، 2004 . ص 118 .
- 40- حميد خروف ، بلقا سم سلاطانية ، إسماعيل جيرة: الإشكالات النظرية و الواقع. مجتمع المدينة نموذجا. منشورات جامعة منتوري قسنطينة ، 1999 . ص 109 .
- 41- محمد عاطف غيث: مرجع سبق ذكره. ص 195 ، 196 .
- 42- عبد الله محمد عبد الرحمان: النظرية في علم الاجتماع - النظرية السوسيولوجية المعاصرة. دار المعرفة الجامعية ، 2006 . ص 17 ، 18 .
- 43- عبد الله عبد الرحمان: سوسيولوجيا الاتصال و الإعلام النشأة و التطور والاتجاهات الحديثة. دار المعرفة ، 2006 . ص 148 .
- 44- مرزوق عبد الحكم العادلي: مرجع سبق ذكره. ص 199 .
- 45- أحمد فوزي ملوخية: مدخل إلى علم السياحة. دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2007. ص 7، 8 .
- 46- محمد عبيدات: التسويق السياحي - مدخل سلوكي - دار وائل للنشر ، 2005. ص 13 .

- 47-48-49- بوبربارة إيتسام : الإستثمار السياحي في الجزائر واقعه و آفاقه . مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات التطبيقية فرع:قانون أعمال. إشراف خالد رويح . 2006 2007 . ص 5 .
- 50- المرجع نفسه ص 6 .
- 51- محمد منير حجاب: الإعلام السياحي. دار الفجر للنشر و التوزيع ،2002 . ص21 .
- 52-53- محمد منير حجاب : المرجع نفسه ص 21،22 .
- 54- حسن الحسن : السياحة صناعة و علاقات عامة. الدار اللبنانية للنشر، 1987.ص 107.
- 55- يسري دعيس : صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق .دراسة و بحوث في انثربولوجيا السياحة . ط1 ،مصر ،2003.ص 8 .
- 56 - 57- عبد الوهاب الفيالي : موسوعة السياسة . المؤسسة الوطنية العربية للدراسات والنشر ط3 ، بيروت ، 1995 . ص785.
- 58- معن خليل عمر : نظريات معاصرة في علم الاجتماع . الطبعة العربية الأولى الإصدار الثاني، دار الشروق للنشر و التوزيع، 2007.ص47.
- 59- محمد منير حجاب : العلاقات العامة في المؤسسة الحديثة. دار الفجر للنشر والتوزيع مصر . 2007.ص 289 .
- 60- محمد يوسف و حنان حنيد : إدارة و تخطيط العلاقات العامة .جامعة القاهرة 2000 . ص24 .
- 61- الإدارة العامة.دورية علمية متخصصة يصدرها كل ثلاثة أشهر معهد الإدارة العامة الرياض، المملكة العربية السعودية،المجلد 39،العدد 4 جانفي2000.ص766 .
- 62- فيليب برد و آخرون: ترجمة هيثم اللمع : معجم علم السياسة و المؤسسات السياسية . ج10 المؤسسة الجامعية، مجد للنشر و التوزيع، بيروت، 2005.ص44 .
- 63- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي. مرجع سبق ذكره. ص46 .
- 64- محمد نصر مهني : إدارة الأزمات .مؤسسة شباب جامعة الإسكندرية 2004. ص244، 245 .
- 65- عبد السلام أبو قحف : ثقافة الخرافات و إدارة الأزمات. الدار الجامعية مصر ، 1999 . ص 104 .

- 66- عصام توفيق قمر ، سحر فتحي ميروك ، عبير عبد المنعم فيصل : المشكلات الإجتماعية المعاصرة . دار الفكر ، ناشرون و موزعون ، ط1 ، 2008 . ص15 .
- 67- أحمد زايد : علم الاجتماع النظريات الكلاسيكية و النقدية . نهضة مصر للطباعة و التوزيع ، ط1 ، 2006 ، ص51 .
- 68- فهمي سليم الغزوي ، عبد العزيز علي خزاغلة ، معن خليل عمر و آخرون : مرجع سبق ذكره.ص56.

الفصل الثاني: الإعلام المكتوب في الجزائر

أولاً: الاتصال و الإعلام في الجزائر.

ثانياً: الصحافة المكتوبة في الجزائر.

ثالثاً : التعددية الإعلامية في الجزائر .

رابعاً: واقع الممارسة الصحفية في الجزائر.

- مراجع الفصل الثاني

أولاً: الاتصال و الإعلام في الجزائر

على الرغم من التقدم الهائل و الثورة المذهلة في مجال المعلومات و تقنيات الاتصال و وسائله، نجد التغطية الإعلامية لمختلف الموضوعات و المشكلات و القضايا التي تشغل المواطنين في إطار الحدود الجغرافية تبقى - وبشكل نسبي - رهينة وسائل الإعلام و الاتصال و قدرتها على القيام بدور الوسيط في إشباع حاجات جماهيرها من خلال تعدد وظائفها و بشكل يحدد المواقف المتباينة تجاهها و ذلك في إطار دورها العام الذي تؤديه و التي تبقى تأثيراتها نتاجا لهذا الدور و باختلاف مجالات تخصصها و استخدامها قصد تحقيق مختلف أغراض جماهيرها سواء كانت ذات ملكية خاصة أو عمومية .

فوسائل الإعلام و الاتصال مهما كانت طبيعتها فهي تلعب دورا أساسيا في المجتمعات التي تسعى دائما إلى إحداث نقلات أو تحولات اقتصادية ، اجتماعية ، سياسية أو حتى ثقافية في إطار سعيها مواكبة التحولات العالمية التي تستدعي اعتمادها كوسيلة في نشوذ المعلومات حول تلك القضايا. لذلك لا تخفى مكانة هذه الوسائل و دورها المهم خاصة في رعاية مصالح المجتمعات و ترشيدها و توجيهها و التأثير عليها و إحداث تغيير في اتجاهات و آراء أفرادها و تقويم سلوكهم و تربية ادهانهم و حشد عقولهم ذلك لعظم مسؤولياتها خاصة المتعلقة بالقضايا التي يتعرض لها المجتمع و تلعب فيها هذه الوسائل دور المرآة العاكسة لواقعه و التعبير عن ظواهره و الأوضاع السائدة داخله من خلال قدرتها على نقل صورة حقيقية قادرة على جلب الانتباه نحو أهم مشكلات و قضايا المجتمع قصد إيجاد حلول لها و تكوين رأي عام حولها . و الدول العربية أولت أهمية لوسائل الإعلام و الاتصال كباقي دول العالم رغم أن معرفتها لهذه الوسائل لم تحصل إلا بعد القرن التاسع عشر أين استعملت هذه الدول الاتصال كوسيلة فطرية تتم مباشرة من الفم إلى الادن و بشكل زاد من تمتين الروابط الاجتماعية ليصبح بعدها سطريرا باختراع الإنسان للطباعة على يد "غوتن بورغ" ، ليصل استعماله إلى الدوائر الالكترونية (سينما ، راديو ، أقمار صناعية ...)

و تعتبر الجزائر واحدة من الدول العربية التي لم تعرف وسائل الإعلام و الاتصال أو الإعلام المكتوب مبدئيا قبل القرن التاسع عشر. اد أنها شهدت فترة إعلامية استعمارية امتازت بحرية الصحافة وفقا للقانون الفرنسي الذي استند إلى الصحافة المكتوبة كوسيلة لنقل التراث الفرنسي إلى الجزائر من خلال صحيفة L'estafette de sidi perruche حيث تميزت هذه الفترة بكثافة النشاط الإعلامي الفرنسي، فإلى جانب إصدار المئات من الصحف إلا انه تم إلى جانبها استيراد و توزيع صحف صادرة في فرنسا .

و لكن بعد الاستقلال لم يلغى هذا النظام الذي كان يتناقض مع النظام السياسي للجزائر لتلك الفترة و الذي بدوره كان يسعى لوضع نظام اشتراكي جديد للجزائر المستقلة و منه القضاء على الملكية الخاصة لوسائل الإعلام و بالخصوص الصحافة المكتوبة التي ظلت تواجه الصحافة الاستعمارية حتى بعد استقلال البلاد تطبيقا لاتفاقية ايفيان . لذلك حرصت السلطات الجزائرية على تذكير و تنبيه القائمين على الصحافة مراعاة عدم المساس بالسيادة الوطنية و العمل في المقابل على حمايتها و الدفاع عنها من خلال تعزيز الساحة الإعلامية بعناوين صحفية جديدة .

و كذلك الحال بالنسبة للسمعي البصري ، فقد كرسات اتفاقية ايفيان تبعية الاداعة و التلفزيون الجزائري للسلطات الفرنسية و نصت على تأجيل موضوع هذه المؤسسة ، و جاء بخصوصها في الاتفاقية أن تخصص الاداعة و التلفزيون جزء من اداعتها باللغة الفرنسية يتناسب مع أهمية هذه اللغة في الجزائر " . (1)

و مع إصرار الدولة الجزائرية تحقيق الاستقلال على جميع الأصعدة و التي منها الإعلام خاصة التلفزيون فإنها و بعد الاستقلال بدأت بالتخلي على هذه القوانين الفرنسية و استرجاع محطة الاداعة و التلفزيون و ذلك في أكتوبر 1962 في إطار تعبيرها عن السيادة الوطنية للجزائر و بذلك ظهر إعلام وطني أعاد ترتيب النصوص التشريعية الإعلامية الخاصة بالسمعي البصري و الداعية إلى إعادة بناء و تنظيم الإعلام خاصة في مجال السمعي البصري بما يحقق أهداف الدولة .

و لقد تمكنت الجزائر من تحقيق هذه العملية اعتمادا منها على طرق عدة ارتبطت كل واحدة منها بطبيعة الوسيلة الاتصالية في حد ذاتها لدرجة انقسمت فيها البنية الاتصالية للجزائر إلى بنيات فرعية إما سمعية بصرية أو بنيات الصحافة المكتوبة و الطباعة و التوزيع و ذلك يتضح أكثر من خلال ما يلي :

1-بنية قطاع الصحافة المكتوبة :

إن ممارسة النشاط الصحفي في الجزائر بعد الاستقلال 1962 استند إلى اتفاقيات و قوانين فرنسية نصت على إبقاء العمل بالتشريع الفرنسي في جميع الميادين ما لم يتعارض مع السيادة الوطنية كقانون 1881 و القوانين المكمل له اذ سمح قانون حرية النشر و الصحافة هذا "بالملكية الخاصة للطباعة و الأعمال المكتبية و حرية الصحافة و حرية الطباعة و النشاط المكتبي " .(2) و هو ما كرسته أيضا تعليمات 10 سبتمبر 1963 من خلال نص المادة التي تضمنت ضمان الجزائر لحرية الوسائل الإعلامية و حرية الصحافة بصفة خاصة و حرية الملكية و التدخل و حرية الاجتماعات و لكن في حدود احترام السيادة الوطنية و عدم المساس بها و بهيئاتها و مبادئها الاشتراكية، إلى جانب فرض نفس الدستور قيودا على الصحافة المكتوبة و نشاطها النشرى دائما في حدود نفس الأسباب أي - حماية السيادة الوطنية - .

و في سنة إصدار تعليمات 1963 ، تم إنشاء وزارة الإعلام كلفت بالتنظيم و التسيير الإعلامي الوطني . فكانت بذلك بداية دخول عهد جديد شيدت فيه بنايات و هياكل عدة كإدارة الإعلام تحت وصاية قطاع الاتصال و الإعلام . فبحلول هذه السنة بدأت بوادر ظهور الصحافة الجزائرية المستقلة فكانت صحيفة الشعب أول صحيفة ناطقة بالفرنسية أصدرت بقرار المكتب السياسي لحزب جبهة التحرير الوطني بتلمسان من جهة، اذ سجلت إلى جانب هذا محاولات جزائرية لإصدار صحف يومية أخرى لكن مع كثرة المشاكل و الصعوبات المادية و البشرية تشكلت عقبة أمام حصول ذلك الأمر الذي دفع بالمسؤولين إلى شراء معدات مطبعية و طلب خبرة أجنبية من مصر و لبنان و توفير صحفيين يتقنون اللغة العربية و بشكل يعزز القطاع الإعلامي المكتوب غير أن التعاون الفرنسي الجزائري و الذي نصت عليه القوانين السابقة سمح بظهور أسبوعية Hebdo coopération و ذلك في فيفري 1963 حماية للجالية الفرنسية المتبقية في الجزائر. أما في مدينة وهران فتم توقيف صدور صحيفة Oran republication و التي استبدلتها الجزائر بيومية La république في مارس 1963. و من هنا بدأت الخطابات السياسية الجزائرية الدالة على السيادة الوطنية الجزائرية و منه بروز محاولات لإيجاد مبررات قانونية و سياسية تعارض اتفاقية " أفيان " للقضاء على الصحافة الاستعمارية و في المقابل إصدار قرار بتأميم ثلاث يوميات شملت:

" L'écho d'Alger , L'écho d'Oran , La dépêche de Constantine " و التي استبدلت بيوميات أخرى ، فظهرت " صحيفة النصر " في قسنطينة مكان La dépêche de Constantine و انتقال ملكية L'écho d'Oran إلى صحيفة la république إلى جانب هذا إتباع إجراءات قانونية أخرى مست إعادة تنظيم إدارة وزارة الإعلام بتوجيه وظائف وسائل الإعلام و الاتصال فيها لخدمة التوجه السياسي و التي دلت في مقابل ذلك على بداية احتكار وسائل الإعلام و الاتصال في الجزائر .

لذلك في إطار إجراء قراءة إحصائية للبنية الاتصالية للصحافة المكتوبة في الجزائر نجد أنها كانت انعكاسا للقطاع السياسي و الاجتماعي في القطاعين العام و الخاص على حد سواء " (3) فالقطاع العام خلال الفترة 1962 و 1990 شهد صدور حوالي 30 عنوانا في حين أن فترة 1990 و 1993 سجلت صدور 24 عنوانا فقط . أما القطاع الخاص فلم يشهد خلال الفترة الأولى أية عناوين أما الفترة الثانية فسجل فيها صدور حوالي 170 و 120 آخرين عنوانا في سنة 1994 و 100 في السنة الموالية (سنة 1995) و 32 عنوانا في سنة 1997 . في حين نجد أن الصحافة الحزبية لم تعرف عناوين صحفية ما عدا في الفترة الممتدة من 1990 و 1993 حيث سجل فيها 37 عنوانا و ذلك وفق الجدول التالي:

جدول رقم (02): توزيع الصحافة في الجزائر فترة 1962- 1997

السنة	1962 - 1990	1990 - 1993	1994	1995	1997
القطاع العام	30 عنوان	24 عنوان			
القطاع الخاص		170 عنوان	120 عنوان	100 عنوان	32 عنوان
الصحافة الحزبية	37 عنوان				

المصدر: كتاب الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر .

و من خلال الأرقام المقدمة تكون الجزائر قد سجلت ازدهارا إعلاميا منذ سنة 1990 في حين شهدت بعدها تراجعا في عدد العناوين ابتداء من سنة 1994 و بالأخص سنة 1996 التي عرفت بفترة الفراغ. في حين تميزت سنة 1997 بالاستقرار استنادا إلى النتائج التي توصلت إليها كبريات المطابع و التي سجلت على إثرها الجزائر حوالي 32 عنوانا أغلبها يصدر بانتظام و كانت اللغة العربية فيه المسيطرة من خلال نفس السنة. و بذلك تعززت مكانة الصحف في الجزائر .

أما القطاع الخاص فكان نصيبه أكبر من نصيب القطاع العام خاصة بعد سنة 1990 في حين سجل تراجع الصحافة الحزبية سنة 1997. إلى جانب ظهور حوالي 5 عناوين ممثلة للصحافة الجهوية مثل: صحيفة الجمهور و النصر و El Acil و Le quotidien d'Oran .

*بنية قطاع الطباعة :

إن هذه البنية تكونت من عدة شركات مطبعية و هي :

- شركة الطباعة للجزائر .
- شركة الطباعة للغرب .
- شركة الطباعة للشرق .
- شركة الطباعة للمجاهد .

و هي شركات ذات مساهمة عالية تشرف على رأس مالها الشركة الوطنية القابضة للخدمات أين يتم الاتفاق بينها و بين ناشري الصحف على أساس تعاقدية ، و لقد واجهت الشركات العديد من الصعوبات مع الصحف التي تعاني من عجز مالي و تقني خاصة فيما يتعلق بعملية الطبع و السحب حيث أصبحت الطباعة من بين المشاكل الأساسية للناشرين و التي اتخذت السلطة كوسيلة للضغط عليهم بالنظر في إلى أوضاعها هي الأخرى التي تمر بها و تفرض عليها حتمية التأقلم مع واقعها الاقتصادي الجديد و عليه فالديون شكلت تهديدا بتوقيف سحب العديد من الصحف و إتباعها بإجراءات قانونية للحفاظ على المصالح التجارية للدولة و هو الأمر التي دفع بهذه الصحف إلى وجوب احترام مواعيد دفع مستحقاتها المطبعية في آجالها المحددة لتفادي مشاكل الديون و تفاقم حجمها ، إلا أن هذه الوضعية التي آلت إليها الصحف تعود بالأساس إلى احتكار القطاع العام للورق من جهة و انخفاض مخزونه الذي شكل أزمة الورق لسنة 1994 و التي أدت من جهة أخرى إلى تحديد أعداد الصحف.

فهذه الوضعية التي مرت بها الصحافة المكتوبة توضح عملية تكثيف ممارسة الإعلام من قبل السلطات و رجال الإعلام الذين تعرضوا لمضايقات و اعتقالات لأسباب قانونية

فرضتها عليهم الدولة انطلاقاً من مبدأ احترام السيادة الوطنية و على اثر هذا تم إصدار تعليمية رئاسية من قبل الرئيس السابق اليمين زروال و التي من خلالها جمعت اقتراحات و آراء رجال الإعلام حول قضايا معينة أهمها أهمية الاتصال و مكانة الجزائر أمام التطورات التكنولوجية الحاصلة و شروط مواكبتها و السياسات الإعلامية الواجب إتباعها . و هذه التعليمية هيأت الجزائر للدخول في عالم الاتصال و جعله عنصراً مهماً في النظام الديمقراطي القائم على الحرية و المشاركة مع ضرورة اعتماد منظومة إعلامية قادرة على مواجهة التحولات الوطنية و الدولية. أما بقدم الرئيس الحالي عبد العزيز بوتفليقة ، فقد تم إعلان تجسيد المشروع الذي قدمه اليمين زروال و الذي من بين أهم ما نص عليه رفع احتكار الدولة على السمعى البصري .

و على اثر هذا ظلت الصحافة المكتوبة تعيش حالة من المضايقات خاصة بعد نشرها لقضايا الفساد. و لقد تصاعدت الأزمة إلى غاية سنة 2004/2003 على اثر فرض السلطة لمزيد من المضايقات و التضييق على حرية الصحافة و الصحفيين و هو الأمر الذي بمقتضاه نظمت يومية الخبر بمجموعة من المشاركين الإعلاميين و الأكاديميين منتدى حول التنديد بالممارسات القمعية و الضغوطات المسلطة على الصحافة و المطالبة بوضع قانون للإعلام و أخلاق المهنة بشكل يخدم الإعلاميين و قطاعهم .

*بنية قطاع التوزيع :

تتكون هذه البنية من مؤسسات تابعة للقطاعين العام و الخاص اد شملت كل من :

- المؤسسة الوطنية لتوزيع الصحف بوسط الجزائر .
- المؤسسة الوطنية لتوزيع الصحف بشرق الجزائر .
- المؤسسة الوطنية لتوزيع الصحف بغرب الجزائر .
- مؤسسات خاصة ذات رأس مال محدود و متواضع.(4)

و لقد ارتبطت نشاطات الجزائر في مجال التوزيع بعد الاستقلال وحتى سنة 1965 بنشاط شركة هاشيت بالرغم من تعارضها مع مبادئ السيادة الوطنية لتنتهي مهامها بعد ذلك و بمقتضى الأمر 66 - 28 المؤرخ في 27 جانفي 1966 الخاص بإنشاء شركة وطنية للنشر و التوزيع (S.N.E.P) و التي تحددت مهامها في نشر و توزيع و استيراد و تصدير كل أنواع المنشورات و الكتب ، و التي كانت بحق نقطة تحول في المجال الصحفي على اثر محاولة الدولة السيطرة على هذا القطاع و كل متعلقاته من نشر و طبع و بيع و توزيع . و هو ما نصت عليه العديد من الأوامر مثل قرار 19 أوت 1966 الذي ادخل احتكار الشركة الوطنية

للنشر و التوزيع حيز التنفيذ و كذلك قانون 6 فيفري 1982 الخاص بالإعلام نص هو الآخر على احتكار و سيطرة الدولة على توزيع المنشورات الدورية الأجنبية و تصديرها في إطار مبادئ التنظيم الاشتراكي للمؤسسات ، و منه أصبحت الصحافة أحد القطاعات المدرجة ضمن المخططات الوطنية التنموية سواء الاقتصادية أو الاجتماعية حيث استفادت على إثرها بدعم عمومي يخدم دائما الأهداف التي حددتها المؤسسة و لقد دخل في هذا الحيز أيضا قطاع السمعي البصري الذي ظل هو الآخر تحت سيطرة الدولة ومؤسساتها .

إلا أن جملة مشاكل التوزيع التي كانت تعاني منها العديد من الصحف خاصة اليومية الإعلامية على الصعيد المالي أو تسيير المؤسسات الوفاء بالتزاماتها تجاه الناشرين خاصة الخواص دفع ببعض الصحف إلى تكوين شبكات توزيع خاصة بهم كصحيفة الوطن ، الخبر و ليبرتي هوريزون و الاوتونتيك سواء بشكل خاص أو في إطار الشراكة مع مؤسسات أخرى خاصة. إلى جانب اعتماد نظام تروجي قائم على رقابة المبيعات. و من بين هذه المؤسسات نجد مؤسسة "حبون" لتوزيع الصحف و ذلك في 30 سبتمبر 1990 كمؤسسة موزعة و منافسة للمؤسسة الوطنية للنشر و التوزيع. اد تحددت سياستها في التعامل مع الناشرين من حيث تحديدها رقم سحب الصحف بناء على دراسة للمستهلك و احتياجاته إلى جانب إعطائها حرية تحديد أماكن التوزيع للصحف في حدود إمكاناتها المادية و البشرية .

- مؤسسة التوزيع الجزائري الجديد : و لقد تأسست هذه المؤسسة على اثر الشراكة بين كل من شركة SAEC المالكة لصحيفة Liberté و المؤسسة الخاصة بالتوزيع " Transcom express" و ذلك في 19 مارس 1994 على مستوى الوسط و الشرق و الغرب و كانت الموزع لكل من صحيفة Liberté و الأحداث و البلاد و آخر ساعة إلى جانب بعض المجالات المتخصصة الأخرى لكن سرعان ما أعلنت هذه المؤسسة إفلاسها فأنشئت مصلحة أخرى للتوزيع على مستوى وسط البلاد .

- مؤسسة التوزيع السريع : و هي مؤسسة تجارية و فرع من فروع المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار ANEP و التي أنشئت في 31 جانفي 2000 في إطار تفعيل و وتنشيط القطاع الاتصالي في الجزائر و بتقنيات جديدة.

و لقد أنشئت هذه المؤسسة بهدف توزيع الصحف عبر كل التراب الوطني و لتحقيق ذلك أنشأت وحدات لها بكل من الجنوب (غرداية و بشار)، الجزائر، قسنطينة ، وهران و مكاتب بكل من الجلفة ، بسكرة ، ورقلة و المشربية و اليزي و تمنراست و في 2005 اتجهت المؤسسة نحو التوزيع بالاشتراك خاصة في مجال توزيع البريد .

- مصلحة الخبر للتوزيع : أنشأت صحيفة الخبر مؤسسة للتوزيع KDP مع جريدة الوطن مصلحة مشتركة تعمل على توزيع الخبر و الوطن و ملاحقها بالشرق الجزائري إضافة إلى عناوين أخرى مثل : صوت الأحرار ، الجمهورية ، La Tribune ، L'horizon ، Le jeune ، independent". (5)

و لقد تأسست بهدف تحقيق استقلالية التوزيع في مجال التوزيع و تحسين خدماته و التحكم في عملياته.

- مصلحة الشروق للتوزيع : لقد أنشأت الشروق كمؤسسة توزيع على مستوى وسط البلاد للتعامل مع الموزعين الثانويين و ذلك في 22 أبريل 2006 التي بعد إنشائها زادت مبيعاتها على اثر تحكمها أكثر في عملية التوزيع .

و لكن المسجل على اثر صدور مثل هذه المؤسسات الخاصة ، عدم تحقيق أي تحسن في عملية التوزيع الصحفي و بشكل أثر على حرية الإعلام و حق المواطنين فيه حيث انتشرت العديد من الظواهر كالبيع بالكيلوغرام و السرقة و الاحتيال و الغش و ذلك في إطار غياب قوانين تنظم المهنة .

2- بنية قطاع السمعي البصري:

و هذه البنية قائمة على هيكلي كل من البث التلفزيوني و الاداعي حيث تتوفر الجزائر على قناة تلفزيونية عمومية واحدة و 16 اداعة محلية و 3 محطات متخصصة و اداعة دولية و 3 قنوات اداعية وطنية.

و الملاحظ أن السياسة الاتصالية للجزائر ركزت و بشكل كبير على السمعي البصري خاصة الاداعة و التلفزيون مقارنة بالصحافة المكتوبة و ذلك راجع إلى سببين أولها مواكبة الجزائر عند استقلالها لفترة ازدهار التلفزيون في العالم التي زاد انتشارها خاصة مع التسعينات من القرن العشرين إلى جانب الظروف الوطنية الجزائرية التي امتازت بانتشار الأمية و سيطرة الدولة على وسائل السمعي البصري فيها و هو الأمر الذي زاد من جهودها نحو زيادة شبكات الاداعة و التلفزيون خاصة سنة 1966 التي انصب الاهتمام فيها بإنشاء " محطات جديدتان للإرسال ، الأولى بعين البيضاء قرب قسنطينة و الثانية قرب وهران و كانت هاتان المحطات تدعيان على الموجة المتوسطة بقوة 500 كو و ضعفت هذه الموجة سنة 1968 فصار 600 كو بحيث أصبحت الراديو تسمع جميع مناطق شمال البلاد بصفة مرضية و أنشأت سنة 1970 محطة على الموجة الطويلة قوتها 1000 كو و محطة أقوى

بيوشاوي على الموجة القصيرة المجهزة بأجهزة الإرسال تتفاوت قوتها من 5 إلى 100كو". (6) و بتغطية بلغت 98 ٪ من التراب الوطني .

أما اهتمام الجزائر بالتلفزيون فبدأ منذ سنة 1968 أين تم إنشاء دار الاداعة و التلفزيون بقسنطينة التي ألحقت بها محطات ربط للتوزيع و أصبحت التغطية التلفزيونية تشمل شمال البلاد ليتبعها بعد ذلك (1972) إنشاء محطتان بسوق أهراس و مغنية و محطة بباتنة سنة 1974 و محطة بالمدينة ومشرية سنة 1975 .

و على اثر هذه الجهود التي سجلت في المجال السمعي البصري، تمكنت الجزائر من تغطية كل التراب الوطني بالبث التلفزيوني و كذا سماع الاداعة غير أن التنوع الكبير في بنية البث الاداعي التي تغطي جزءا كبيرا من الوطن ، فان البث التلفزيوني على عكس ذلك. فبالرغم من كونها مؤسسة خدمة عامة إلا أنها قناة احتكارية في ظل غياب المنافسة الوطنية في هذا المجال .

و زيادة على هذا ، فلا بد من الإشارة إلى وضع الجزائر لمؤسسة الاداعة و التلفزيون الجزائرية تحت سلطة وزارة الإعلام و ذلك على اثر المرسوم الإعلامي الاداعي الصادر في أوت 1963 و الخاص بتأسيس و تنظيم الاداعة و التلفزة الجزائرية ، و اعتبارها مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري و صناعي ذات صلاحية للنشر الراديوجرافي و المتلفز ، و بذلك فان تأسيس الاداعة و التلفزيون الجزائري كان حقا بداية لانطلاق مشروع واسع في مجال الاتصال . فبداية من سنة 1966 بذلت الجزائر جهودا لتطوير الاداعة و التلفزيون خاصة ما تعلق منها بالميزانية و توسيع شبكات الإرسال و تقوية استقبال المواطنين للبرامج بتوفير أجهزة استقبال لكل البيوت و هو ما تضمنته المخططات الخاصة بتجهيز الاداعة و التلفزيون الثلاثي 67 - 69 و الرباعي الأول 70- 73 و الرباعي الثاني 74 - 77 فالمخطط الأول و قبيل تطبيقه كانت البرامج التلفزيونية خاضعة عموما للإنتاج الأجنبي المستورد مقارنة بالإنتاج الوطني ، و المخطط الرباعي الأول فتم فيه توحيد البث لسكان الشمال عبر سبعة مراكز إرسال بعد تلقي المناطق الشرقية و الغربية للبرامج من وحدة قسنطينة و وهران .

أما المخطط الرباعي الثاني فحرص على تعزيز وسائل دعم الإنتاج و انجاز محطة جديدة بوهران بالإضافة إلى توسيع محطة قسنطينة سنة 1974 لدعم المحطة المركزية بالجزائر العاصمة في حين سجل حرمان الجنوب الجزائري من الخدمات الاداعية ، لذلك كان على الدولة الأخذ بعين الاعتبار هذه المناطق في عملية تغطيتها. و عليه أصبح جزء كبير

من الجنوب الغربي يلتقط البرامج الاداعية الوطنية بدءا من سنة 1975 و التي بتاريخ 25 جويلية من ذات السنة أنجز فيها الهوائي بقطر طوله 11 مترا يسمح بتغطية الجنوب الجزائري ، ليتبعها إنشاء هوائية أخرى سنة 1976 بمحطة الأخضرية موجهة نحو القمر الصناعي المتواجد فوق المحيط الأطلسي و المغطي لكل من قارة أمريكا و أوروبا و إفريقيا حتى أصبح البث الاداعي و الاستماع له كاملا سنة 1978 .

3- وكالة الأنباء الجزائرية :

تأسست وكالة الأنباء الجزائرية قبل الاستقلال سنة 1961 كدعامة لثورة أول نوفمبر 1954 بعد تكوين الحكومة المؤقتة و بعد أن كانت وكالة الأنباء الفرنسية هي المسيطر على مصادر الأخبار و الموزع الأول لها في مختلف الوسائل الإعلامية داخل الجزائر و خارجها . و بداية كانت الوكالة تصدر نشرة إخبارية باللغة الفرنسية و كذا العربية المكتوبة من قبل الثوار في شكل تقارير تهرب إلى تونس و يعاد نشرها على شكل ارسالات أجنبية توزع على نطاق عالمي.

وبعد الاستقلال أصبحت الوكالة تتمتع بطابعها التجاري و الصناعي و استقلال مادي و ذلك بمقتضى القانون الخاص الصادر في أوت 1963 و الذي أبقاها تابعة مباشرة لوزارة الإعلام. و من هنا باشرت الوكالة مهامها الخاصة بتوزيع الأخبار على جميع مشتركيها تلغرافيا في إطار علاقاتها مع العديد من الوكالات الوطنية و العالمية ، إلى جانب إقامتها لشبكة من المكاتب الجهوية لنقل صورة عن مرحلة البناء التي تعيشها الجزائر لجميع المشاركين في الداخل و الخارج غير أن هذه الوكالة حلت في بداية التسعينات لعجزها المالي.

وفي 19 نوفمبر 1985، أصبحت الوكالة مؤسسة عمومية بطابع اقتصادي و نزعة اجتماعية ثقافية لتتحول طبيعتها سنة 1991 إلى طبيعة اقتصادية تجارية " EPIC " ذات امتيازات الخدمة العمومية في سنة 1993 استقر عمل الوكالة بمقرها القبة وبدأت بوضع نظام جديد للتحليل قائما على دعامة الإعلام الآلي و منه توزيع أخبارها بصورة آلية منذ شهر افريل سنة 1999 .

أما في 18 افريل 1998، فقد شهدت الوكالة مرحلة جديدة بافتتاحها لموقع الكتروني بعدما كانت تبث من مركز البث الإعلامي و التقني « c-e-r-i-s-t » و أطلقت في نفس السنة أيضا صفحات للواب باللغة العربية و كانت تلك نقطة انطلاقها على الساحة الدولية بخدمة

اتصالية "معلوماتية سريعة عن طريق الأقمار الصناعية و مباشرة مهامها فان الوكالة تتكون الوكالة من 12 قسما تشمل القسم السياسي، الاجتماعي، الثقافي، الرياضي، الجهوي الدولي، التحليل، البحث و التحقيق، بنك المعلومات، الترجمة، الانترنت. أما جهويا فتتألف من 12 تنسيقية تغطي كامل التراب الوطني و هي :

- التنسيقية الجهوية للجزائر الكبرى .
- التنسيقية الجهوية لعنابة "سوق أهراس و الطارف".
- التنسيقية الجهوية لباتنة "خنشلة، أم البواقي، بسكرة، مسيلة".
- التنسيقية الجهوية لبشار "درار تندوف".
- التنسيقية الجهوية للبلدية "المدية، الشلف، تيبازة، عين الدفلة"
- التنسيقية الجهوية لقسنطينة "جيجل، ميلة، سكيكدة، برج بوعريريج، سطيف".
- التنسيقية الجهوية لورقلة "غرداية، الاغواط، حاسي مسعود، الوادي".
- التنسيقية الجهوية لوهران "مستغانم، غيليزان، معسكر، ارزيو".
- التنسيقية الجهوية لتمنراست "اليزي، جانت، برج باجي مختار".
- التنسيقية الجهوية لتيزي وزو "البويرة، بومرداس، بجاية".
- التنسيقية الجهوية لتلمسان "سيدي بلعباس، عين تموشنت، مغنية".
- التنسيقية الجهوية لسعيدة "النعام، البيض تيسيميلت". (7)

وللوكالة عدة مكاتب دولية لكل من القاهرة، عمان، تونس، الرباط، باريس، بروكسل وروما، واشنطن، موسكو، داكار، جوهانسبورغ وأديس أبابا .

و لقد كلفت الوكالة طبعا للأحكام القانونية والتنظيمية بعدة خدمات و مهام منها :

- الاستغلال الأمثل للوسائل التقنية الخاصة بإنتاج الأخبار المكتوبة و السمعية البصرية.

- تكوين المستخدمين و تحسين مستواهم بالاستعانة بالهيئات و المؤسسات المعنية .
- ممارسة مهمة الخدمة العمومية بتنظيم شبكة من المراسلين في الجزائر و خارجها .
- اتفاقيات تعاون مع الوكالات و الهيئات الصحفية الأجنبية.

4- الإشهار:

في خضم الأزمة الاقتصادية التي عاشتها الجزائر بسبب انخفاض أسعار البترول في السوق العالمية صدر في المرسوم 86 / 283 و مقارنة الأمر الذي بموجبه تم إنشاؤه فقد أحدث أول تعديل في طابع الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار فحسب المرسوم 67 - 279 في مادته الأولى "تعد مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري" (8) أما المرسوم المتضمن تنظيم الوكالة فقد اعتبرها مؤسسة ذات طابع اقتصادي و صبغة اجتماعية و ثقافية فهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري تتمتع بشخصية معنوية و إستقلال مالي تحت وصاية وزير الأنباء و هي الممثل الرسمي على سوق الإشهار في الجزائر .

ولقد ظلت هذه الوكالة محتكرة من طرف الدولة إلى نهاية سنة 1988 أين عدل دستور 1989 والذي بمقتضاه تغير اسم الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار إلى المؤسسة الوطنية للإتصال النشر و الإشهار .

غير أن التحولات السياسية و الاقتصادية و الإعلامية التي عرفت الجزائر آنذاك أدت إلى إقرار الحريات الأساسية و العامة و الفردية و كذا حرية التعبير و تعدد الآراء و التعددية الإعلامية كبديل لسياسة الاحتكار التي اتبعتها الدولة لفترة زمنية طويلة و هو ما يوضح العلاقة الوطيدة بين آليات الإشهار و النظام الاقتصادي المرتبط بالدرجة الأولى بنظام ليبرالي الذي يخضع لمنطق السوق و متطلباته و الذي من خلاله بدأ دخول الجزائر في اقتصاد السوق بفتح مجال استثمار للخوادم في مختلف المجالات بما فيها الإعلام و ظهرت معه التعددية الإعلامية التي أقرها قانون الإعلام لكن دون إشارة لتنظيم الإشهار . و لذلك لم يشهد الإشهار قانونا خاصا به رغم تعدد المشاريع و القوانين.

غير أنه من مظاهر الخصخصة التي شهدتها الجزائر ظهور الوكالات الإشهارية الخاصة و التي كانت من بين عوامل إنشائها:

- ظهور الاستثمارات الوطنية بمقتضى قانون جويلية 1988 الخاص بالاستثمارات الاقتصادية خاصة الوطنية، و التي شجعت على مبادرة القطاع الخاص من خلال الحريات العمومية و الفردية التي تضمنها دستور فيفري 1989 .

- إنهاء احتكار الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار و الذي سمح بظهور الوكالات الإشهارية الخاصة بعد إقرار التعددية الإعلامية في سنة 1989 .

- صدور قانون الإعلام 1990 و الذي تجسدت من خلاله إعادة هيكلة قطاع الإعلام العمومي و الذي تشكلت على إثره عناوين مستقلة كأول مبادرة أنشأت من خلالها و كالات خاصة سمعية و بصرية ، وكالات إشهارية و مؤسسات للإشهار و الاتصال و الصحافة .

- تضاعف عدد عناوين الصحف و المجالات و التي أصبحت ركائز إشهارية مهمة للمعلن الجزائري .

غير أن هذا الانفتاح أدى إلى نشوب نزاع بين الصحف و السلطة خاصة المستقلة و كذا الوكالات الإشهارية الخاصة و الوكالة الوطنية ANEP التي كانت تحتكر الإشهار العمومي وتوزعه حسب علاقاتها الشخصية و على الصحف الوطنية و هو الأمر الذي أثار ضجة كبيرة في ظل غياب قانون ينظم الممارسة الإشهارية و لقد بقيت أوضاع الإشهار على حالها و لم يعرف سبب ذلك إلى حد الآن .

وفي إطار مساعي الدولة لتنظيم قطاع الاتصال، تم إنشاء فرع جديد لتوزيع الصحف

و الدوريات و الكتب و النشر لمختلف المطبوعات في الجزائر وخارجها تحت اسم مؤسسة التوزيع السريع (AME) (ANEP MESSAGERIE EXPRESSE) وذلك سنة 2000 . ولقد اتخذت هذه المؤسسة طابعا تجاريا و أصبحت اليوم من أقوى الوكالات الإشهارية في الجزائر. وأمام تبني اقتصاد السوق أصبح الإشهار في الجزائر من الضروريات المهمة لدعم هذه التجربة بالرغم من نقص القوانين التشريعية التي تضبط و تنظم السوق الإشهارية والتي تجعلنا دائما نطرح تساؤل حول مسايرتها لهذه الأطر تماشيا مع المرحلة الاقتصادية المعاشة .

لذلك نجد أنه في إطار تعاقب الحكومات و جدت بعض المراسيم التي كرست احتكار مجال الإشهار من طرف المؤسسة العمومية للنشر و الإشهار ANEP وهو ما جعل القطاع يعيش حالة من الفوضى تتطلب و ضع قانون يحدد المسؤوليات في هذا الميدان حتى سنة 1996 بوضع دستور فك هذا الاحتكار بصورة ضمنية .

أما في سنة 2004، فقد أعيد العمل بالتعليمات السابقة غير أن احتكار السوق الإشهارية من قبل ANEP جعل مصير الإشهار يبقى محل تساؤل خاصة فيما يتعلق بدوره في تمويل الصحافة المكتوبة.

نخلص إلى أن الإعلام في الجزائر حظي باهتمام كبير نظرا لما عاشته البلاد خلال العديد من الفترات قبل الاستقلال و حتى بعده ، ففي الفترة الممتدة من 1954 و 1962 تكثفت الجهود الثورية نحو إيجاد إعلام خاص بالتعبئة و التوجيه السياسي و هو ما التزم مؤتمر الصومام في 20 أوت 1956 بتأكيده ، و هو ما دعمه ميثاق طرابلس عام 1962 و دستور 1976 و بشكل جعل الإعلام جزءا لا يتجزأ من السيادة الوطنية ذات النظام الاشتراكي التحرري . فبعد وفاة الرئيس الراحل هواري بومدين سنة 1978 بدأت الخطوات نحو إعطاء مساحة لحرية التعبير و الرأي فأصدرت على اثر ذلك العديد من المراسيم لإعطاء دفعة جديدة للإعلام احتل فيها مكانة مهمة في إطار الحياة السياسية للبلاد .

اد قام حزب جبهة التحرير الوطني بإصدار توصية في 27 و 31 جانفي 1979 و افق فيها المؤتمر "على لائحة خاصة ، و اعتبر الإعلام من اهتمام السلطة و ليس من اهتمام الحزب و هو تحول كبير في آلية التفكير الحزبي حيث أنه أعطى مساحة واسعة للتفكير في تطوير قطاع الإعلام خارج الإطار الحزبي ، و في سنة 1982 صدر قانون الإعلام الذي يلغي تلقائيا القانون الذي سنه الاستعمار الفرنسي سنة 1981 و الذي كانت الحكومة الجزائرية بعد الاستقلال تسير عليه و لم تلغ له لعدم وجود تشريعات إلا في سنة 1976 رغم وجود تعليمات 1963 ، التي تم تعليقها بسبب رحيله من سنة " (9).

و لكن بعد أحداث أكتوبر 1988 بدأ التحول في مجال الإعلام و السياسة و الاقتصاد فعلى اثر المطالبة بحرية الرأي و التعبير و الديمقراطية و التعددية ، فتح المجال أمام وضع دساتير منادية بذلك . ففي سنة 1989 أعلن الرئيس السابق الشاذلي بن جديد عن ميلاد دستور جديد منح من خلاله حرية الرأي و التعبير للجزائريين و في كل المجالات خاصة الإعلامية .

أما القانون 1990 الصادر في أفريل فقد وضع حدا لاحتكار و سيطرة الدولة على وسائل الإعلام و الاتصال و منه امتد هذا الحق ليشمل الجمعيات و الأحزاب أيضا. و بشكل تزايد فيه عدد العناوين لدرجة لببت فيها حاجة السوق الإعلامية وبدعم و تنظيم من الدولة و لكن هذا لم يمس قطاع الوسائل السمعية و البصرية التي ظلت ممارسة وظائفها تحت الضغوط الاقتصادية و القانونية و الإدارية للدولة ، و هو الأمر الذي قيد من حدود الحرية الإعلامية خاصة الصحافة المكتوبة و كذلك الإشهار نظرا لحاجة كل منهما للآخر و ذلك سنة 1992. و على اثر هذه الإجراءات قررت الدولة تحرير قطاع الإعلام خاصة الصحافة المكتوبة و تقديمها مساعدات مالية للقطاع بما يسهل له الاستمرار في ظل الإمكانيات المتوفرة. و ادا قمنا بتحديد اهتمام الدولة بوسائل الإعلام و الاتصال نجدها ركزت على السمعي البصري أكثر من الصحافة المكتوبة فكانت أكثر إعاناتها موجهة لوسائل الإعلام السمعية البصرية على حساب الصحافة المكتوبة، غير أن موضوع أو قضية الإعلام في الجزائر أعتبر من أبرز القضايا المطروحة على الساحة و التي أثارت جدلا عن قانون الإعلام ودوره و أهميته و علاقته بالجمهور المتلقي.

ثانيا : الصحافة المكتوبة في الجزائر

هي وظيفة اجتماعية مهمتها توجيه الرأي العام عن طريق نشر المعلومات و الأفكار الجيدة الناضجة مفعمة و مناسبة إلى مشاعر القراء خلال صحف دورية توجه جمهور القراء اجتماعيا و تعبر عن آرائه و مواقفه و أعماله المختلفة و عن نظراته العالمية و تعطي فكرة عن الظواهر المعاصرة المتنوعة و العمليات و الاتجاهات في تداخلها و تنوعها .و هناك من يعتبرها فقط ظاهرة

تخص الثقافة الحديثة، و تعبر عنها مختلف الإيديولوجيات بشكل مستمر و مرتبطة بالمدخل التاريخية للطبقات الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و وسيلة للتعبير عن آرائهم.

ونجد أن الصحافة المكتوبة لا تنحصر وظائفها فقط في مجرد نقل الأخبار و الإحاطة بها، بل هي أيضا أداة تثقيفية و تنويرية و توعوية و تعليمية و مسلية مساعدة على تكوين رأي عام اتجاه مختلف القضايا و على جميع الأصعدة سواء كانت المحلية أو العالمية و التي فرضتها التطورات التكنولوجية في الوسائل الاتصالية و كذا الصحافة المكتوبة و عليه فقد تعددت تعريفات الصحافة المكتوبة و اختلفت منظوراتها باختلاف مجالات استعمالها كما يلي:

*التعريف اللغوي للصحافة المكتوبة :

عادة ما يطلق مصطلح الصحيفة على ورقة الكتاب أو القرطاس المكتوب أو الجلد. و هذه الورقة بها صفحتان فسميت بذلك صحيفة. أي إحدى وجهي الورقة المكتوبة.و التي تتضمن أخبار عدة: سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية. و تصدر في مواعيد منتظمة و بشكل يومي . و من الصحيفة سميت الصحافة و سمي مزاولها صحفيا .

أما في قاموس أكسفورد فمعناها الشيء المرتبط بكل ما يتعلق أو يشير من معلومات و أخبار

و عليه فاستخدام كلمة صحافة المقصود به معنيان: الأول خاص بالمهنة الصحفية journalisme، أما الثاني فهو خاص بمضمونها أو كل ما يشير من قضايا، موضوعات و أخبار، آراء و معلومات.

*التعريف القانوني للصحافة المكتوبة :

لقد عرفها الإعلام الجزائري في مادته العاشرة لسنة 1982 كما يلي: " تعد بمثابة منشورة دورية لكل الصحف و المجلات بكل أنواعها و التي تصدر على فترات منتظمة. سواء كانت صحف إخبارية عامة أو نشرات متخصصة. كما يعتبر حسب المادة 33 من نفس القانون كل صحفي محترف كل مستخدم في صحيفة يومية و دورية تابعة للحزب أو الدولة أو

في هيئة وطنية للأنباء الناطقة أو المصورة، و قد يكونه متفرغا للبحث عن الأنباء، جمعها ونقلها وتنسيقها واستغلالها و عرضها". (10)

* التعريف العلمي للصحافة المكتوبة :

من منظور البحث العلمي تعرف الصحافة المكتوبة على أنها: " العملية الاجتماعية لنشر الأخبار و المعلومات الشارحة إلى جمهور القراء، من خلال الصحف المطبوعة، لتحقيق أهداف معينة ". (11)

فهذا التعريف يبرزها على أنها عملية ديناميكية مثل عملية الاتصال الجماهيري، و هي مختلفة العلاقات بين أطرافها، و متباينة الآثار المترتبة على حركتها و استمرارها في سبيل خدمة المجتمع متأثرة به و مؤثرة فيه.

* التعريف الاصطلاحي للصحافة المكتوبة :

يمثل الإعلام الصحافي " جانبا مهما من جوانب تراث الأمة يدل على كثير من مسالك حضارتها و يعبر عن رقتها و تقدمها، و يسم شخصيتها سمات بارزة مميزة. فالصحافة نتاج فكري إعلامي، ثقافي يصدر عن عقل إعلامي جمعي يصور نفسه و مجتمعه و ما يتأثر به من مؤثرات. فالصحافة المكتوبة " عملية فكرية في قالب لغوي تظهر على شكل تعبير إعلامي موضوعي، يمكن أن ينقل به الصحفي إلى الأشخاص الآخرين أحداث و أفكارا و مشاعر ". (12)

و هي كوسيلة إعلامية تعرف عل أنها: " النشرة المطبوعة التي تصدر يوميا و تشمل موضوعات متنوعة، أهمها الأخبار، و لكن قد يتوسع المعنى فيقصد به المجلة الأسبوعية أو أي دورية تقدم تقريرا عن الأحداث " (13)

و عليه نميز عدة أنواع في الصحافة المكتوبة: " الصحافة اليومية الوطنية، المجلة الدورية، المجلة الدورية المتخصصة و الصحافة المجانية ". (14)

" و لقد أطلقت هذه الكلمة على المطبوعات أولا باعتبارها الشيء المطبوع يمر بعملية ضغط الصفحات داخل آلة للطباعة و أو بالأحجار كما كان الحال قبل اختراع الطباعة بالحروف المعدنية غير أن التعبير شاع و أصبح يطلق على المطبوعات كما يطلق على وسائل الإعلام الأخرى من اداعة و تلفزيون و كذا على العاملين بها من مذيعين و مندوبين و مقدمي برامج يستخدمون فنون الصحافة، متابعة ما تنشره وسائل الإعلام" (15) في البلد الذي يعملون به بما يمكنهم من تحقيق خدمات لشخص و هيئة .

و انطلاقا من إشكالية دراستنا التي تهدف الكشف عن دور الصحافة المكتوبة في إبراز و تناول القضايا السياحية ، كان من الضروري تعريفها من المنظور السياحي .
ففي مجال السياحة عرفنا الصحافة المكتوبة على أنها من بين أهم وسائل الاتصال الجماهيري في الإعلام عن القضايا السياحية و تقديم معلومات و نقل أخبار عنها بشكل يومي و كذا تغطية السوق الموجهة للمؤسسة إليها بما يساعد على خلق انطباعات ذهنية لدى قرائها تجاه البلد، المؤسسة أو المنتج السياحي المراد تسويق صورته الحقيقية و الصادقة و التعريف بمقوماته و خصائصه السياحية المتوفرة فيه أو حتى محاولتها معالجة جوانب القصور فيه و تتميتها .

و عليه، فإن المتتبع لتاريخ الصحافة العربية ككل ، يجد أن بدايات ظهورها تعود إلى ما بعد معرفة الدول الأوروبية للصحافة المكتوبة بحوالي قرنين من الزمن أين اعتبرت هذه الوسيلة وسيطا اتصاليا معتمدا لتواصل السلطات مع جماهيرها . و لقد اعتبرت مصر البلد العربي الأول الذي شهد ميلاد الصحافة المكتوبة ، في حين أن باقي الدول العربية الأخرى لم تعرفها إلا بعد فترات زمنية إما قريبة أو لاحقة بعد مصر نجد بذلك الجزائر في مقدمة هذه الدول .

اد تعد الجزائر البلد العربي الثاني الذي شهد ميلاد و ظاهرة الصحافة المكتوبة ، حيث كانت نشأتها " مبادرة فرنسية و أوائل محاولة على الأرض الجزائرية كانت يوم 26 جوان 1830" (16)

" فحينما احتل الفرنسيون الجزائر سنة 1830، أحضروا معهم مطبعة و أصدروا أول صحيفة بالجزائر رغم أنها لم تصدر سوى عددين في العام نفسه" (17)

فعلى اثر تجهيز الجيش الفرنسي في حملة لغزو الجزائر، قام بتحميل جملة من المقومات الثقافية الفرنسية و التي كانت في مقدمتها " حمل مطبعة و هيئة تحرير تشرف على إصدار جريدة هي صلة ربط داخل الجيش، و بدأت هذه الجريدة تصدر مع نزول الجيش الفرنسي على التراب الجزائري فكانت أول صحيفة تصدر في الجزائر و تحمل اسم ليستقت سيدي فرج" (18) وهي صحيفة ناطقة باللغة الفرنسية و هدفها آنذاك حمل المعلومات الخاصة بالحملة الفرنسية إلى جانب بعض الأخبار السياسية للبلاد، و كان جمهورها منحصرا في الجنود المكلفين بالقتال ضد الجزائر.

و عليه كانت هذه هي الانطلاقة الأولى لميلاد الصحافة المكتوبة في الجزائر و التي شهدت تطورات ارتبطت في بدايتها بالوجود الفرنسي و سيطرته ، و انتقلت فيما بعد إلى

صحافة ثورية فرضتها التغيرات الاجتماعية للجزائر في إطار مساعي إعلامها الثوري تحقيق استقلالها ، و لم تتوقف مسيرتها هنا بل امتدت حتى بعد استعادة البلاد استقلالها و سيادتها سنة 1962 ، أين شهدت عمليات بناء و تنظيم لجهازها الإعلامي في فترات زمنية لاحقة تميزت بالأحادية الحزبية في السنوات الأولى للاستقلال و حتى التسعينات ، لتنتقل بعدها إلى التعددية نتيجة التغيرات التي شهدتها الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988 ، و التي أفرزت ميلاد دستور قائم على الديمقراطية و حرية التعبير إلى جانب مجيء قانون إعلامي سنة 1990 قائم على نفس المبادئ .

و في إطار ما تقدم نلخص مراحل تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر كما يلي:

المرحلة الأولى: "الصحافة المكتوبة إبان الاستعمار الفرنسي " صحافة استعمارية "

كما سبق و أن تطرقنا إليه ، فإن ظهور الصحافة المكتوبة في الجزائر يعود إلى بداية القرن التاسع عشر ميلادي في إطار محاولة فرنسية لغزو الجزائر ، و التي حملت معها على إثرها كافة المقومات الثقافية و بالأخص جهازها الإعلامي المتطور حيث أصدرت أول صحيفة " Estafette d'Algérie " « و معناها بالعربية الساعي الجزائري و التي صدر عددها الأول في أول جوان ، ثم صحيفة " Le moniteur Algérien " أي الرائد الجزائري التي ظهر عددها الأول في 27 جوان 1932، و هي صحيفة رسمية تنشر قرارات الجيش المحتل و تصدر أسبوعية في أربع صفحات".(19)

غير أن الصبغة غير الجماهيرية لهذه الصحف جعلتها لا تعمر طويلا ، فحلت محلها صحف أخرى خاصة سنة 1839 و ذلك بظهور صحيفة "الأخبار" و هي صحيفة ناطقة بالفرنسية بالرغم من تسميتها العربية و ذلك في عهد المارشال " فاليه " . ففي بدايتها كانت تنتم بالطابع التجاري، ثم تحولت إلى وسيلة سلطوية سياسية و ذلك في سنة 1843 لتتبنى الاتجاه السياسي في الجزائر و العالم العربي، و هو الأمر الذي دفع بالسلطات الفرنسية إلى حضر تناولها لكل ما هو خاص بالحرب أو السياسة أو الإدارة الحكومية و يمكن القول أن الصحافة في الفترة الاستعمارية انقسمت إلى 3 أقسام:

القسم الأول: " الصحافة الحكومية "

و المقصود بالصحافة الحكومية الصحافة التي تشرف عليها الحكومة الفرنسية بواسطة ممثلها في الجزائر وهو الوالي العام و معه جميع الإدارة الاستعمارية و هذا الإشراف قد يكون مباشرا مثل إشرافها على صحيفة "المبشر"، أو غير مباشر باعتماد التوجيه السياسي و كذا النفقات بواسطة الإعلانات المالية المعتمدة .

« ولقد صدرت أول صحيفة من هذا النوع سنة 1847 تحت اسم " المبشر " و التي استمرت في الصدور حتى عام 1956 «.(20) و هي صحيفة شبه رسمية صادرة باللغتين العربية و الفرنسية و تصدر بطبعة عربية مختصرة، و تضم لجنة جزائرية مثقفة قادرة على نشر الثقافة الإسلامية و صدورها باللغتين العربية و الفرنسية زاد من رقعة انتشارها في الجزائر. و لقد تزامن ظهورها مع قيام ثورة الأمير عبد القادر ضد فرنسا . و هو الأمر الذي دفع بهذه الأخيرة إلى اعتماد أعيان الدواوير كوسطاء بينها و بين السكان المسلمين في تبليغ إجراءاتها و تدابيرها التي تنشرها صحيفة المبشر .

و لكن على الرغم من الدور الذي كانت تقوم به صحيفة المبشر ، إلا أن المسجل عليها أنها لم تتعدى حدود النخبة التي افرزها الوجود الحكومي الفرنسي في الجزائر ، إلى جانب اعتبارها الخطوة التي مهدت لظهور صحف أخرى على الساحة الجزائرية كصحيفة " كوكب إفريقيا " التي استلم مهام تسييرها " محمود كحول " و " مامي إسماعيل " و ذلك من 1907 إلى غاية 1914 و كذا " صحيفة النجاح " و ذلك من 1919 إلى غاية 1956.

و إلى جانب هذه النخبة المسيرة ، نجد كل من " عمر راسم " عن " صحيفة الجزائر " سنة 1907 ، و " المولود الزريبي " عن الصحف غير الأهلية. و الملاحظ أن هذه الصحف الحكومية كانت سندا للدولة الفرنسية سواء كانت ناطقة بالفرنسية أو العربية فهدفها الأول كان تحقيق التوسع الاستعماري الفرنسي على حساب نشر الثقافة الإسلامية حتى و إن كان أغلب محرريها من المثقفين الجزائريين.

و لكن أمام محاولة الجزائريين خلق صحافة جزائرية تهتم بشؤون الجزائريين و تدافع عن حقوقهم ، ظهرت " صحيفة المغرب " سنة 1903 ثم تلتها " صحيفة الصباح " سنة 1904 و 1905 من طرف " العربي فخار " بمدينة وهران ، و أيضا صحيفة الإسلام و الفاروق عن رئيس تحريرها " عمر بن قدور " 1913 - 1915 و من 1920 إلى 1921 . و أيضا " المبصر " 1883 و " الحق " 1893 و " ذو الفقار " 1913 التي كانت السلطة الاستعمارية تقف منها موقفا متجبرا لا يستند إلى قانون و لا يعتمد على أي تحليل ".(21)

القسم الثاني: "صحافة أحباب الأهالي"

و تسمية أحباب الأهالي تسمية غريبة دالة على الجماعة الفرنسية المعادية لسياسة بلادها و التي عمدت إلى تقديم يد المساعدة للنخبة الجزائرية المسلمة و تشجيعها على الصمود في وجه المستعمر ، غير أن قيامها بهذه العملية ما هو إلا إستراتيجية استعمارية فقط الهدف

من ورائها نفس الهدف الذي اتخذته الصحافة الحكومية منطلقا لمساندة الوجود الفرنسي في الجزائر و المساعدة على توسيع نفوذه و سيطرته في شتى المجالات .

فهؤلاء الفرنسيين الراغبين في توطيد الصلة بينهم و بين الجزائريين أصدروا أول صحيفة لهم سنة 1882 بقسنطينة و سميت " المنتخب " حيث كان هدفها نشر السياسة الفرنسية القائمة على دعم العلاقة بين فرنسا و الجزائر في إطار خدمة فرنسا و تعزيز نفوذها فيه.

و لقد نادت هذه الصحيفة باعتبارها وسيلة اتصالية فعالة نادت الجماهير الجزائرية إلى تجنب الكفاح المسلح و الاعتماد عليها كوسيلة سلمية للتعبير عن مطالبهم ، و لكن لهذه الأسباب تم توقيف صدورها بعد عام من انطلاقتها اثر المضايقات و الضغوطات التي تعرضت لها من قبل السلطات الاستعمارية .

و لكن رسالة الصحيفة لم تتوقف عند هذا الحد، بل حملت لواءها صحف أخرى تابعة لها أمثال " صحيفة الجمهور الجزائرية " الصادرة سنة 1987 بقيادة الحزب الاشتراكي الفرنسي و صحيفة "الأخبار" التي تأسست سنة 1902 والتي مهدت لظهور صحف أخرى و هي الصحف الأهلية.

القسم الثالث: "الصحافة الأهلية "

و هي صحافة صادرة عن المسلمين الجزائريين بإشراف إداري و مالي، و مضمونها يتلخص في القضايا الإسلامية الجزائرية و علاقتهم بالمستعمر الفرنسي.

و لقد تأسست أول صحيفة أهلية سنة 1893 و هي صحيفة " الحق " في عنابة و بعدها صحيفة " المنتخب " من نفس السنة و كانت هذه الصحف تصف الحالة الجزائرية المسلمة و الظروف التي كان يعيشها أفرادها أثناء هذه الفترة و بعدها ظهور كل من صحيفة "المغرب" سنة 1903 و بعدها صحيفة "الصباح" .و المسجل على الصحف الأهلية أنها حملت مبدأ مشاركة الأهالي الجزائرية في الحكم و تقديمهم مساعدات للثورة الجزائرية بمجرد اندلاعها.

و على الرغم من هذا فقد صدرت صحف أخرى و هي الصحف الوطنية الجزائرية التي لا يقصد بها الصحف الجزائرية المنشأ فقط بل حتى التي ظهرت خارج ترابه سواء كانت ناطقة بالفرنسية أو حتى العربية و لكنها داعية إلى تقوية التماسك و التمسك بأصول الأمة و تحقيق استقلالها بكل الأساليب، و هو ما جعلها تختلف عن الصحف السابقة الذكر في كونها لا تدعم بأي شكل من الأشكال الاستعمار الفرنسي، و لا حتى تحبب التعامل معه بالطرق السلمية.

و لقد كان لظهور الحركة الوطنية الجزائرية دورا ايجابيا في ما يتعلق بالصراع الفكري و السياسي ضد القوى الاستعمارية في الجزائر و ذلك بفضل اللجوء إلى استخدام الصحف فخلال هذه الفترة ظهرت العديد من النشريات و الصحف و التي اعتبرت بحق صحف وطنية من خلال تبنيها لقضية النضال الوطني ، في سبيل المحافظة على الشخصية الوطنية و تحسين الظروف الاجتماعية للشعب الجزائري و منه حق الانفصال عن فرنسا و تحقيق الاستقلال . و من هذه الصحف الجهوية صحيفة "نجم شمال إفريقيا" التي تأسست بباريس سنة 1926 . لكن أمام ضعف قدراتها المالية التي لم تسمح لها بالصدور و بسبب منح السلطات الفرنسية صدورها و توزيعها أعادها نجم شمال إفريقيا تحت اسم " الإقدام شمال إفريقيا " و بتوقيفها هي الأخرى أصدر النجم " صحيفة الأمة " التي صدرت في باريس بادرة و تحرير عمار عميش و تحت الإدارة السياسية لأحمد مصالي و إن كانت ناطقة باللغة الفرنسية فمظهرها و فحواها كانا عربيين مسلمين فكان عنوانها باللغة العربية : جريدة وطنية و سياسية للدفاع عن حقوق مسلمي إفريقيا الشمالية . و إن كانت هذه الصحيفة تجد سهولة نسبية في التوزيع في فرنسا إلا أن أصحابها يتعرضون لخطورة في الجزائر بسبب الموقف الاستعماري الذي شدد حراسته عليها و تطبيق العقوبات على قرائها . ولذلك كانت توزع سرا و تقرأ في الخفاء . و نتيجة لهذه الظروف التي عاشتها كل من الصحيفتين كانت مبادرة نجم شمال إفريقيا و حزب الشعب لإصدار صحف أخرى تعزز وضع الصحافة الوطنية فظهرت بذلك " صحيفة الشعب الجزائري " سنة 1935 ناطقة باللغة الفرنسية ثم " صحيفة الشعب " سنة 1937 ناطقة باللغة العربية و التي حملت شعار " إرادة الشعب من إرادة الله و إرادة الله لا تقاوم " . و بذلك دعوة الشعب إلى الكفاح في سبيل السيادة الجزائرية . إلى جانب صحيفة " البرلمان الجزائري " التي صدرت سنة 1939 باللغة الفرنسية و هي صحيفة نصف شهرية تدافع عن الحقوق العربية للجزائر . و لقد استمر صدورها حتى اندلاع الحرب العالمية و حل حزب الشعب .

أما الصحف السرية فنجد منها " صحيفة الوطن " الناطقة باللغة الفرنسية و الصادرة سنة 1942 حتى 1944 ، " العمل " بالفرنسية ما بين 1943 إلى 1944 و كذا صحيفة " صوت الأحرار " الناطقة باللغة العربية و التي كان صدورها سنة 1945 و استمرت حتى 1946 .

و على غرار الصحف الحكومية الموالية لفرنسا، فان " الصحف الوطنية ذات اللهجة الصريحة و الاتجاه النقدي تعطل الواحدة تلو الأخرى". (22) ذلك أن الصحافة لم تكن تسخر

الإلخدمة الفئئة الفرنسية فقط غير أن رغبة الجزائريين خاصة المثقفين منهم الهادفة إلى نشر الوعي السياسي اتخذت هذه الصحف وسيطا بينها و بين الجمهور الجزائري لمواجهه الاستعمار في ظل تحد كبير للتشريعات الإعلامية الفرنسية التي عمدت إلى تضيق عملها ووضع عراقيل أمام صدورها وتوزيعها و الحصول عليها مما أدى إلى اختفاء العديد منها وعودة بعضها للصدور و تحت أسماء أخرى .

وهو الأمر الذي يلفت الانتباه إلى أن الصحافة الوطنية كانت تتساقط الواحدة تلو الأخرى بسبب الظروف السياسية و الاجتماعية التي فرضها الاستعمار الفرنسي في الجزائر و منه معاشئة هذه الصحف الصراع المستمر في سبيل بقائها.

المرحلة الثانية: " الصحافة المكتوبة أثناء الثورة" (الصحافة الثورية)

" إن المبدأ الأساسي للثورة هو أن الكلام الذي ينطلق من الثورة لا يفيد شيئا و أن السلاح هو الطريق الأنجع لاسترجاع الحق المغتصب و بما أن الصحافة كلام مكتوب و أن الإعلام في ذلك الوقت يعتمد خصوصا على الصحافة فانه كان من المتوقع أن لا تعطي الثورة للإعلام اهتماما كبيرا".(23)

غير أن الواقع عكس صورة مغايرة لذلك ، نتيجة للحملات الإعلامية الاستعمارية الفرنسية المضادة للثورة الجزائرية ظهرت صحافة جزائرية قائمة على مبدأ الحوار إيماننا منها بأهمية الإعلام كوسيلة حديثة و فاعلة لمساندة الثورة انطلاقا من قدرة الكلمة على تبليغ و عكس واقع معاناة الشعب الجزائري من طرف المستعمر و إسهامها آنذاك في " ترسيخ فكرة الثوران ضد المستعمر و طرده بروح المقاومة بأفضل خيار لتحقيق الاستقلال".(24) و لقد جسد ذلك من خلال مجموعة صحف و نشرات سرية و برامج وطنية عبرت بوعي عن مطالب الجزائريين و حقهم في تقرير مصيرهم في استرجاع سيادتهم الوطنية و تحقيق استقلالهم ، و من بين هذه النشريات نجد بيان 1 نوفمبر 1954 و الذي اعتبر بحق الوثيقة الإعلامية المنادية بتفجير الثورة . أيضا بعض صحف الحوار كصحيفة " الجمهورية الجزائرية " لحزب البيان و " البصائر " لجمعية العلماء المسلمين و غيرها من الصحف الحوارية التي أوقفت فيما بعد. و من بين الوسائل التي اعتمدت أيضا لإبراز مكانة الإعلام في تفجير الثورة ، مؤتمر الصومام الذي عبرت وثيقته على " أهمية الإعلام و الدعاية و على

طبيعة دورها في الكفاح المسلح كضرورة لتكثيف النشاط الدعائي على الصعيد الدولي عن طريق إنشاء مكاتب و بعثات جبهة التحرير الوطني في الخارج و التركيز بصفة خاصة على وسائل الإعلام من صحف و نشرات و تقارير وأفلام و صور و تشكيل كل ما يخدم قضية الشعب العادلة". (25)

ولكن الانطلاقة الحقيقية لصحافة جزائرية ثورية كان سنة 1955، بظهور " صحيفة الوطن " ثم "صحيفة المقاومة " حتى سنة 1957. ليتم التوجه بعدها إلى إصدار " صحيفة المجاهد" و اعتبارها ناطقا رسميا للثورة التحريرية. اد كانت في بدايتها تصدر متزامنة في كل من الجزائر و تونس و فرنسا و لكن أمام تعرضها المستمر للاضطهاد الفرنسي دمر مقرها بالجزائر ، غير أنها استأنفت العمل بعد ذلك في مدينة "تطوان المغربية "، و بعدها في "تونس " بإشراف من "عبان رمضان" ثم " أحمد بومنجل "، ثم " وزارة الأخبار " .ولقد ناضلت الصحيفة حتى تحقيق الاستقلال سنة 1962 و اعتبرت على اثر ذلك أقوى وسائل الإعلام الخاصة لجبهة التحرير الوطني حيث كانت تصدر بالطبعتين العربية و الفرنسية منذ سنة 1957 " على أساس التوجيه الإعلامي بالنسبة لأوروبا و الرأي العام العالمي " .(26) وكان لها صيت معتمد لدى الصحافة الدولية و لقد لعبت بذلك " دورا مهما في تقديم حقيقة الثورة الجزائرية للجمهور العالمي و التي عكست فعلا رأي الشعب و تاريخ الجزائر منذ 1954".(27)

وعليه، فالصحافة الثورية في الجزائر كانت مزيجا بين المناشير و الأوراق الموزعة من قبل المناضلين و تأسيس صحافة ناطقة باسم جبهة التحرير الوطني كجهاز يشرح مواقف الثورة في الحصول على الاستقلال.

و إلى جانب الصحافة المكتوبة ، كان هناك دعما إعلاميا مساندا للثورة ، فالإعلام المسموع و المرئي لعب دورا هاما من خلال " اداعة الجزائر" المذاع من تونس ، وإصدار أول " وكالة أنباء" جزائرية سنة 1961 بشكل ذال على القفزة النوعية التي عرفها الإعلام الجزائري في إطار مساندة الثورة .اد كان من دواعي العمل الثوري لجبهة التحرير الوطني و جميع القوى الوطنية الأخرى اعتماد الإعلام و خاصة المكتوب كجهاز تبليغ رسالة الثورة إلى جميع دول العالم و كسر الحاجز الفرنسي المانع لوصول حقيقة ما يجري في الجزائر مع

ضمان اعتماد منابر للتعبير و بحرية عن برامج الجبهة و سياساتها بما يخدم أهدافها المتعلقة أولاً و أخراً بإنجاح الكفاح المسلح و تحقيق استقلال وطني .

المرحلة الثالثة: " الصحافة المكتوبة بعد استعادة الاستقلال "

إن تناولنا للصحافة المكتوبة في الجزائر بعد الاستقلال، تطلب منا أولاً تحديد جملة من الظروف التي تزامن ظهورها مع استرجاع البلاد لاستقلالها.

اد سجلنا أن الجزائر بعد تحقيقها للاستقلال سنة 1962، عرفت نقلات نوعية فرضها الواقع السياسي ، الاجتماعي ، الثقافي و الإعلامي .والذي تطلب منها في المقابل القيام بمهام جديدة لتسوية وضعيتها بدأ باتخاذ خطوات عملية قائمة على تحقيق نهضة شاملة للبلاد و على جميع الأصعدة خاصة الإعلامية منها. وذلك جراء المخلفات الاستعمارية الفرنسية التي شهدت الجزائر على أثرها نموا متسارعا في نسبة الأمية بشكل أدى إلى :

" انعدام الخبرة في مجال الإعلام اليومي، وبروز بعض المثقفين الاندماجين المتفرنسين الذين كانوا متواجدين في بعض مراكز القرار ومعظم وسائل الاتصال المكتوبة و السمعية البصرية ".(28) مع إهمال دور الإعلام العربي و التركيز على الصحف الناطقة بالفرنسية .

بالإضافة إلى طبيعة النظام السياسي للجزائر ، و الذي مهد بشكل كبير لظهور صحافة مكتوبة في الجزائر خاضعة إلى سياسات فرضها هذا النظام الذي أول ماحققه الانتقال نضال يومي إلى صحافة يومية إعلامية.فكان من الضروري اعتماد الجزائر على قدراتها الذاتية في التعبير عن مواقفها من منطلق استرجاعها لسيادتها الوطنية.

و على إثر ما تقدم قمنا بتقسيم مراحل الصحافة المكتوبة في الجزائر بعد الاستقلال إلى المراحل التالية وذلك بناء على جملة من التطورات و التحولات السياسية و كذا الإعلامية إلى جانب التشريعات التي عرفتها في شتى هذه المجالات خلال هذه الفترة.

المرحلة الأولى: " الصحافة المكتوبة في ظل الحزب الواحد:"

تميزت هذه المرحلة بسيطرة الحزب الواحد على الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية وأصبحت تحت السيطرة المباشرة للممثل السياسي للجماعة الحاكمة و أعوانها.

فعند الاستقلال ، كانت السياسة الجزائرية اتجاه الصحافة المكتوبة في طور التكوين و كانت في حقيقة الأمر رهن الظروف ، و لاتخضع لخطة معينة إلا بعد سنة 1967 أين اتخذت قوانين خاصة لتنظيم المؤسسات الصحفية و التي انصبت اهتماماتها الأولى على تحقيق جملة من الاهداف تتلخص في :

* إلغاء صورة الصحافة الصادرة قبل الاستقلال.

* فرض سيطرة السياسة الوطنية الممثلة في الحكومة و الحزب على نشاط الصحافة المكتوبة.

* اعتماد نظام اشتراكي في تسيير المؤسسات الصحفية الجزائرية.

و الملاحظ انه لم يكن هناك صدور لصحافة جزائرية إلا بعد سنة 1963، أين تمت عملية تأميم الصحافة و هو ما سمح بإصدار صحف ناطقة باللغة الفرنسية في مقابل ضآلة الأعداد الصادرة باللغة العربية، ولقد انقسمت هذه المرحلة إلى:

- الفترة الممتدة من 1962 إلى 1965:

لقد اتسمت هذه الفترة بقصرها ،حيث امتدت من 5جويلية 1962 إلى غاية 19 جوان 1965 و شهدت الانتقال من الصحافة الاستعمارية إلى الصحافة الوطنية ولكن وفقا للقوانين الفرنسية خاصة قانون حرية الصحافة 1881 وذلك طبقا للقرار الصادر عن المجلس الوطني التأسيسي في 31/12/1962 مالم تمس هذه القوانين بالسيادة الوطنية . فظهرت بذلك صحف يومية تابعة للدولة و كرست شكلها و مضمونها الحزب الواحد مثل صحيفة الشعب " الصادرة في 19 سبتمبر 1962 باللغة الفرنسية ، وبعدها باللغة العربية في 11 ديسمبر 1962 أيضا صحيفة الجمهورية في مدينة وهران 1963، إلى جانب " النصر " بمدينة قسنطينة " و اليومية المسائية " الجزائر هذا المساء " الصادرة بالفرنسية . إلى جانب بعض الصحف الخاصة " كصحيفة الجماهير " للطاهر وطار ، و يومية الحزب الشيوعي الجزائري .

- الفترة الممتدة من 1965 إلى غاية 1979:

وفيها سجل تاريخ وفاة الرئيس الأسبق "بومدين الهواري " و استلام الرئيس " الشادلي بن جديد " منصب الرئاسة وهو الأمر الذي على إثره وضعت لائحة لتصنيف الصحافة المكتوبة وتوجيه دورها نحو مصالح الخدمة العمومية و في مقابل ذلك تم توقيف الصحافة

الخاصة الناطقة بالغة الفرنسية و تعويضها " بصحيفة المجاهد" وتعريب كل من " صحيفة النصر (1971-1972) " و "الجمهورية" (1976-1977) و حتى عام 1966 تم توقيف الشركة الفرنسية " هاشيت" من التوزيع في الجزائر ، وانفراد جهات مختصة بعملية الطبع و بطابع حكومي أين تأسست الشركة الوطنية للنشر و التوزيع "سنيد" إلى جانب ظهور مجلات وزارية ناطقة باللغة العربية مثل " مجلة الثقافة" و "مجلة الأصالة" ففي هذه الفترة انصب اهتمام الدولة على تعريب الصحف الناطقة بالفرنسية ، و إخضاعها للتسيير الاشتراكي تحت وصاية وزارة الإعلام مع محاولة الحكومة وضع قوانين خاصة بحرية الرأي و التعبير و المنظمة للمؤسسات الإعلامية .

- الفترة الممتدة من 1979 إلى غاية 1989:

لقد تميزت هذه المرحلة بإعلام حزبي موجه على اثر التحولات السياسية الفكرية التي مست النظام السياسي الذي رأى ضرورة انتهاج خطة عمل ناجحة خاصة في المجال الإعلامي ، وكانت انطلاقة تطبيقها بإعلان لائحة إعلامية سنة 1982 سمحت بظهور صحف و مجلات جهوية و مختصة فظهرت " صحيفة المساء" باللغة العربية و "صحيفة آفاق" باللغة الفرنسية ، و " مجلة العصر الدينية الرسمية" و كذلك " التذكير" و "الإرشاد" ، وأسبوعية " المنتخب" و " الأضواء" و "المسار المغربي" . ولقد تميزت هذه الصحف بصبغتها الثقافية الإعلامية عوض الطابع السياسي و دعمها بتجهيزات عصرية مساعدة على ممارسة النشاط الصحفي في ضوء " الملكية الخاصة للوسائل الإعلامية و تحديد حقوق وواجبات الصحفيين أدق من ذي قبل ".(29)

و تميز إلى جانبها المناخ الإعلامي في كون " وسائل إعلامه عموما و المكتوبة خصوصا في يد الطبقة المتقفة المستقلة عن السلطة في تفكيرها من خلال تركها حيزا للانتقاد و مناقشة القضايا الساخنة. وهذه الاستقلالية النسبية قامت على أساس الشرعية التاريخية لمعظم أفرادها المنتمين لحزب التحرير.

ولكن بمجيء نظام الرئيس " هواري بومدين " ،تم الاعتماد على التقنوقراطية في تسيير الإدارة الإعلامية التي تخضع للسلطة في كثير من الحالات كما انه بالرغم من الانفتاح الذي حصل في مجال الصحافة إلا أن كافة وسائل الإعلام و الاتصال بقيت تحت سيطرة الدولة و الحزب .

كما عرفت هذه الفترة أيضا انعقاد المؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني الذي أصدر أول قانون للإعلام في الجزائر عام 1982، و قد تناول و حدد هذا الأخير الإطار العام لموضوع الإعلام في الجزائر ، اد جاء في مادته الأولى : "الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية ، يعبر الإعلام بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني ، و في إطار الامتيازات الاشتراكية المحددة في الميثاق عن إرادة الثورة" . (30) و في إطار هذا حددت مهام الصحافة في قيامها بإبراز جهود الدولة في جميع المجالات التنموية و التوعوية و أثارها على المواطن .

المرحلة الثانية : "الصحافة المكتوبة في ظل التعددية الحزبية"

" إن التحولات الكبيرة بدأت مع أحداث الخامس أكتوبر 1988، عندما خرج الشعب الجزائري إلى الشارع ، و جرت المواجهات بين السلطة الحاكمة و الشعب ، و تدخل الجيش في النهاية ينهي المواجهات بين الطرفين و التي أدت إلى سقوط قتلى و جرحى و معتقلين." (31)

"أحداث أكتوبر 1988، كانت بحق بداية التغيير السياسي في الجزائر، و التي على إثرها تمت المطالبة باعتماد سياسة قائمة على حرية الرأي و التعبير و تبادل الأفكار و الدفاع عن الاتجاهات السياسية انطلاقا من مبدأ الديمقراطية و التعددية الإعلامية. وهو ما تضمنته مواد دستور 23 فيفري 1989 المنادية بحقوق الحرية السياسية و الإعلامية مع تنفيذ مشاريعهم." (32)

" فتدعم بذلك الإعلام العمومي الجهوي بإصدارات جديدة و نشأت الصحف الخاصة و الحزبية لتدعيم الإعلام العمومي الذي كان منفردا من قبل بالساحة الإعلامية ." (33)

كما تميزت هذه الفترة أيضا بظهور قانون الإعلام الصادر في 3 أبريل 1990 كمبادرة لفتح مجال الاستثمار في قطاع التوزيع حيث حد هذا القانون من احتكار المؤسسات الوطنية للتوزيع وكذا احتكار السلطة للإعلام المكتوب وفقا للمادة 53 من القانون التي دعت إلى ضرورة المساواة في مجال النشر و التوزيع و التغطية لكل المؤسسات النشرية .

إلى جانب أهم ما ميزه ما جاء في مادته 14 التي نصت على حرية إنشاء صحيفة و لكن وفق شروط رقابية من أهمها تقديم تصريح مسبق في ظرف لا يقل عن 30 يوم من

صدر العدد الأول أين سجل هذا التصريح لدى وكيل الجمهورية المختص بمكان صدور النشريات بعد التوقيع عليه من مدير النشريات و الذي يسلم له وصل بذلك ليضم كل المعلومات المتعلقة بالناشر والطابع و المواصفات النشريات. و على اثر هذا قدمت مساعدات مالية للصحفيين لتمكينهم من إنشاء مؤسسات خاصة بهم و تسهيل عملية طبعهم للأعداد الأولى من صحفهم في المطابع الحكومية إلى جانب استفادتهم من قروض بنكية سهلت عليهم تجهيز مؤسساتهم بأحدث الوسائل و التجهيزات التقنية .

و من صحافة القطاع الخاص نجد LE jeune indépendant كأول صحيفة أسبوعية خاصة ناطقة بالفرنسية ظهرت في 29 مارس 1990 و صحيفة Le nouvel hebdo التي صدرت في 21 جوان 1990 تحت إدارة " كمال بالقاسم " المدير السابق لصحيفة Algérie actualité أيضا صحيفة " الخبر " اليومية العربية الأولى التي صدرت في 1 نوفمبر 1990 إلى جانب صحيفة " الشروق " التي اعتبرت أول أسبوعية ملونة ذات المعالجة النقدية الساخرة للمضامين و المشاكل الاجتماعية و ذات اكبر سحب على الساعة الإعلامية المكتوبة اليوم.

أما بالنسبة لصحافة القطاع الحزبي نجد " صحيفة الأخبار " الصادرة عن حركة حماس بقيادة محفوظ نحاح " و صحيفة المنتقد " للجهة الإسلامية للانقاد . أما الصحافة الحكومية فنجدها ممثلة على سبيل المثال بصحيفة " النهار " و صحيفة " العناب " . في حين تمثلت الصحافة المتخصصة بكل من " الصحافة النسائية مثل " حواء و أنوثة " و الصحافة الرياضية في " المنتحب وأولمبيك " . (34)

بعد الخطاب الذي ألقاه الرئيس " الشادلي بن جديد " يوم 10 أكتوبر من نفس السنة الذي حقق من خلاله مطالب الشعب الغاضب و الناقم على جملة الضرر و السياسية، الاقتصادية والاجتماعية و الخدمية التي يعيشها من انتشار الفقر و بطالة ، و ارتفاع سعر البترول و تجميد أجور العمال و غيرها من الظروف التي دفعت به إلى المطالبة بحقه في اختيار النظام الذي سيمثله.

فجملة القرارات الصادرة بعد أحداث أكتوبر، سمحت بتحرير السوق الإعلامية من سلطة الدولة و التحول على التعددية الإعلامية التي أعطت الحق في الإعلام و الاتصال لكل مواطن جزائري بضمان قانوني و دستوري.

و لقد مرت الصحافة المكتوبة ضمن هذا النظام بالفترات الآتية :

الفترة الأولى من 1989 إلى 1991:

لقد تميزت هذه المرحلة بصدور دستور 23 فيفري 1989 ، و الذي جسدت من خلاله حرية الصحافة و الرأي و التعبير حسب ما نصت عليه المادة 35 في كون أن " المساس بحرية المعتقد و الرأي و حرية الرأي أمر غير لائق" (35). و انه لا يجوز الحجز على أي مطبوع أو أية وسيلة إعلامية إلا بأوامر قضائية . وهو الأمر الذي سمح بظهور صحافة التعدد المتباينة المضمون و الاتجاه السياسي و التي تمارس نشاطها وفق الملكية الشخصية حسب ما نصت عليه القوانين و التشريعات.

فادا كانت الصحف الجزائرية في عام 1989 تابعة للنظام الحاكم، فان دستور فيفري سمح بتأسيس جمعيات سياسية تقرر بحرية التعبير و النشر في إطار قانوني و منظم بطريقتين و ذلك إما عن طريق الحكومة أو من خلال وزارة الإعلام مثل " صحيفة الشعب" و " صحيفة النصر" و "صحيفة الجمهورية" . أو بطريقة الحزب و المنظمات الجماهيرية كصحيفة المجاهد الأسبوعي و " الثورة الإفريقية " (الأسبوعية الفرنسية). إلى جانب صحف أخرى كالوحدة و "الثورة" و " الفلاح" و هو ما أعطى المهنيين فرصة اختيار الصحافة الخاصة و أعطيت لهم التسهيلات و الضمانات ليتمكنوا من ممارسة مهامهم.

ومن المهم بمكان الإشارة إلى أن النظام السياسي أهم العوامل المؤثرة في الممارسة الصحفية في الجزائر من حيث الإصدار و الانتشار فهو الذي يهيئ لها جوا نقيا تتسم فيه إما بالحرية أو التقييد. و الصحافة لا تؤدي رسالتها إلا في البلاد الديمقراطية التي تكفل لها الحرية و تعطيها الضمانات الكافية للتعبير عن الآراء .

الفترة من 1992 إلى 1997:

المسجل أن الصحافة المكتوبة الجزائرية شهدت صدورا كثيفا في سنوات التسعينات عندما فتح الباب أمام التعددية السياسية و الحزبية ، و تنوعت هذه الصحف من حيث توقيت الصدور بين اليومي و الأسبوعي و نصف الشهري و الشهري ، إضافة إلى عدد من المطبوعات و المجلات الفصلية التي تصنف تحت قائمة الصحافة المتخصصة " (36)

و قد تراوح صدور هذه الصحف من ناطقة باللغة العربية و الفرنسية ، و تعديها حدود الولاية الواحدة و امتدادها إلى مختلف الولايات تحت اسم الصحافة الجهوية .

و منه فالجزائر عرفت في هذه الفترة اضطرابات شهدها كل من القطاع السياسي و الإعلامي على حد سواء، حيث بدأت المواجهات بين الجماعات الإسلامية و النظام الحاكم و هو الأمر الذي اثر سلبا على الممارسة الصحفية في الجزائر سواء من حيث الصدور أو حتى من حيث الاستقرار أو حتى من حيث تعرض الإعلاميين و الصحفيين للاغتيالات في مواقع عملهم و بالشكل الذي دفع بالكفاءات الشابة مغادرة البلاد و التوجه نحو البلدان الأجنبية ، و هو ما تبعه تعرض الصحافة لمشاكل فنية سببها الأول ارتفاع تكاليف الطباعة و النشر و خضوع الصحافة لرقابة النظام السياسي الحاكم و نشوء صراعات فكرية متضاربة بسبب التعددية السياسية و الحزبية. و لكن المتضرر الأول من هذه الأزمات هم الصحفيون من الجرائد و المجالات خاصة غير العلمانية. " و التي لم يسلم منها سوى بعض الأسبوعيات (رسالة الأطلس و المجاهد) و الجرائد الجهوية (النصر و الجمهورية و الخبر)."(37)

فبعد فتح مجال التعددية السياسية و الإعلامية بعد سنة 1989 ، و التي تميزت بازدهار الصحافة المكتوبة في الجزائر تلاها توقيف المسار الديمقراطي للبلاد و ذلك في جانفي 1992 و الذي على إثره ألغيت بعض العناوين و الصحف عن الساحة الإعلامية، و تعرض بعض أعلامها للاغتيالات فكان " عمر بلهوشات" أول المستشهدين في العمليات الإرهابية ، إلا أن " طاهر جاووت" " رئيس تحرير يومية "Repture" كان أول ضحية و ذلك في ماي 1993 ليصل عدد المغتالين على إثر ذلك إلى 47 صحفيا .

و هذه الاستهدافات التي طالت القطاع الإعلامي بكوادره، إنما يرجع إلى كونه مس أو هدد امن و ممتلكات الحكومة خاصة فيما يتعلق بنشر و توزيع الوثائق أو التسجيلات أو حتى التنويه إليها، فنشر مثل هذه القضايا يعتبر شبيه بالعمليات الإرهابية في نظر النظام الحاكم و يستدعي اتخاذ الإجراءات اللازمة بشأنه و التي في مقدمتها عدم السماح للصحافة بتغطية الحوادث في الجزائر إلا في حدود النطاق الضيق.

إلى جانب هذا شهت هذه المرحلة " حل المجلس الأعلى للإعلام في 6 أكتوبر 1993 و إلحاق نظامه بوزارة الاتصال ، كما قامت السلطة بتنظيم نشر الإعلام الأمني بعد أن عينت

في جوان 1994 خلية الاتصال بوزارة الداخلية التي تعتبر وحدها المخولة بتقديم معلومات أمنية " (38). و هو ما قصر تقديم المعلومات على المصادر فقط ، وان أي مصدر خارج عن ذلك فهو ممنوع .

كما تبع هذا أيضا تشكيل لجنة قراءة تابعة لمؤسسات الطباعة و النشر و ذلك سنة 1994 و المكلفة بمراقبة و توقيف صدور الصحف و تقييد حرية الرأي العام و التعبير في حدود صيانة الوحدة الوطنية للبلاد. و أول ما طبقت هذه القوانين طبقت على " صحيفة الخبر " التي وقف مديرها و رئيس تحرير بسبب نشرها لمقال عبد القادر حشاني الداعي إلى الثورة ضد السلطة، كذلك " صحيفة المجاهد الأسبوعي " و " صحيفة الوطن " و " الجزائر اليوم " و " صحيفة المساء " التي توقفت لمدة 10 أيام.

و أمام هذا الوضع المتأزم الذي طال قطاع الصحافة ، تم تسجيل استيراد صحف أجنبية متباينة في مضامينها عن الثقافة الجزائرية وكذا بنيتها الاجتماعية (مثل الأمهات العازبات ، الجرائم العاطفية...).

* فترة ما بعد 1998:

لقد كانت نهاية سنة 1997 بداية بظهور بوادر الانفتاح الإعلامي و لكن بشكل تدريجي وذلك بدأ بتخفيف حدة الرقابة على الصحف المعارضة و المتطرفة، و السماح بإنشاء صحف جديدة مثل " صحيفة البلاد " و " صحيفة الشروق اليومي " التي صدرت في 2 نوفمبر 2002 ، و أعلن طاقمها على اثر ذلك عن كل الأهداف و الأفكار و التوجه السياسي و الخط الافتتاحي للصحيفة و هو تبني جريدة الرأي أكثر من جريدة الخبر المعلوماتية " (39) إلى جانب تبني العمل الصحفي من خلال إنشاء نقابة " حركة الصحفيين الأحرار " وارتفاع سحب الصحف الخاصة و بشكل سهل على القراء إيجاد متنفس من خلال الرجوع إلى مختلف المضامين الإعلامية للصحافة المكتوبة و المتعددة المصادر.

فضلا عن هذا تميزت هذه المرحلة أيضا بغياب مؤسسات سبر الرأي و قياس المقروئية وارتفاع تدريجي في سحب الصحف إلى جانب عدم احترام مقاييس التوزيع و الإشهار لصالح الصحف الصادرة بالفرنسية على وجه الخصوص.

و لكن بالرغم من التوجه نحو التعددية الإعلامية، إلا انه يبقى مجرد توجه شكلي و ضمنى لأن الانفراج الحقيقي للصحافة لم يرق إلى مستوى ممارسة النشاط بحرية.

و في إطار تقييمي لواقع الصحافة المكتوبة كوسيلة اتصالية قادرة على عكس مختلف مظاهر الاتصال من خلال مضامينها اليومية الأسبوعية و حتى الشهرية فهي لا تزال اليوم و رغم التطور التكنولوجي الحاصل ذات قوة تأثيرية في مختلف مجالات الحياة الاقتصادية، السياسية و الاجتماعية للدول و الجزائر على غرارها تعتمد على هذه القوة التأثيرية و في كثير من قطاعاتها أين تحدد مكانة هذه الوسيلة في كونها وسيطا بين الرؤساء و المرؤوسين أو الحكام و المحكومين أو المنتجين و المستهلكين انطلاقا من كونها قادرة و بمختلف الأشكال على الإلمام بمختلف الأخبار و المعلومات التي تشكل جوهر قضايا جماهيرها و التي تقع على عاتقها مسؤولية إبرازها و هو الأمر ذاته الحاصل في الجزائر. اد تتجلى وظائف الصحافة المكتوبة في توجيه الرأي العام المحلي ، تحديد اتجاهاته و مواقفه في مختلف المجالات إما إعلاميا ، تعليميا، تكوينيا أو اقناعيا انطلاقا من توفير قاعدة بيانات معلوماتية تمكن المواطن من الإحاطة بكل الأحداث و التغيرات و التطورات الحاصلة بأسلوب علمي منهجي تبرز فيه قدرتها على معالجة القضايا المتناولة و ما يترتب عليها.

غير أن أهداف دراستنا المحددة مسبقا تجعلنا نركز على إسقاط وظائفها و لكن في المجال السياحي الذي على الرغم من أهميته كقطاع مدعم للاقتصاد الوطني إلا أن اهتمام وسائل الإعلام و الاتصال خاصة الصحافة المكتوبة بتناول قضاياها يبقى مضرا يحتاج إلى بحث و تقص و هو الأمر الذي سنحاول بلوغه في الفصول اللاحقة.

كما قد شهدت الصحافة المكتوبة في الجزائر ووسائل الإعلام و الاتصال السمعية والسمعية البصرية الأخرى نقلات و تطورات اتسمت بداية باتجاهها نحو تحقيق التنمية الوطنية بعد التحرر من السيطرة الفرنسية من حيث الملكية و الإدارة و الإشراف، و التوجه نحو إيجاد اطر قانونية لتنظيم هذا القطاع. فمرحلة إثارة القضايا الإعلامية و سن قوانين و تشريعات تحدد دور تلك الوسائل خاصة الصحافة المكتوبة في ما يخص التنمية وتلبية الرغبات الإعلامية للجماهير ثم الانتقال إلى التعددية الإعلامية على اثر التعددية السياسية التي شهدتها الجزائر نتيجة مجموعة من العوامل و الظروف السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية و الثقافية. و ما سنتطرق إليه في العنصر الموالي.

ثالثا: التعددية الإعلامية في الجزائر

لقد سعت الجزائر بعد استقلالها إلى تطوير مجالاتها بما فيها الاقتصادية و ذلك بتشجيع المصانع و الوحدات الاقتصادية بفروعها المختلفة، في حين سجل قطاع الثقافة و قطاع الإعلام على وجه الخصوص إهمالا بحيث لم يمسه التطور كباقي الميادين الاجتماعية الأخرى. و واقع ذلك يبرز المستوى المتدني نسبيا للإعلام الجزائري من مختلف النواحي الكمية و النوعية فمنذ سنوات ظهرت صحف و مجلات متعددة الاتجاهات حزبية ، سياسية و أخرى مهنية تابعة لمنظمات اجتماعية و مؤسسات اقتصادية حيث كان اغلبها مجهولا لدى المواطنين الجزائريين نتيجة ظهورها و اختفائها المفاجئ و محدودية نشرها و توزيعها و غيرها من الأسباب التي ساهمت في تراجع العمل الإعلامي الجزائري و الذي جعله ينتقل من مرحلة الأحادية الحزبية إلى مرحلة التعددية الحزبية التي عكست الفترة الجديدة.

فالجزائر دخلت عهدا جديدا سمح في ظرف سنة و نصف بروز أكثر من ثلاثين (40) جمعية سياسية ذات قوى متفاوتة و أكثر من مئة جمعية غير سياسية بشعار يعكس حرية و تعددية لا تراجع عنها.

" و لقد كشفت مختلف الأحداث عن مدى الجوع الديمقراطي الذي عانت منه شعوب العالم و بذلك برزت الرغبة في التغيير بهدف اكتساب حرية حقيقية " (41) لان الديمقراطية تستهدف تغيير ذهنية الإنسان حتى يصبح قابلا لممارستها ممارسة حقيقية لإحداث تغيير في المجتمع لتصبح سمته الأساسية هي "التعددية" .

فبما تعنيه الديمقراطية من حرية في التفكير والتعبير و التعدد السياسي نجدها أيضا بمثابة الإطار الصالح لجعل هذه التعددية تحقق نفسها بصورة ايجابية. ذلك انه ليس هناك بديل للطائفية القبلائية و العشائرية غير التعددية الحزبية التي هي مظهر من مظاهر الحياة الديمقراطية. من جهة أخرى يعكس التعدد السياسي وجود جماعات متميزة أو قطاعات لها فلسفات و مداخل سياسية متباينة و يتجسد هذا التعدد في وجود الأحزاب السياسية و غير ذلك من الجمعيات ذات الطابع السياسي كما سميت من قبل إلى أن أصبحت تسمى أحزابا و بذلك وجدت الجماهير نفسها أمام خيارات و بدائل مختلفة و متنوعة بإمكانها أن تختار الواحدة دون الأخرى بعض هذه الجماعات تقيم علاقات بشكل غير مباشر مع الصحف. في حين أنشأت بعض الأحزاب جرائد تعتبر بمثابة اللسان الناطق لها.

" بذكر التعددية السياسية تذكر بالضرورة التعددية الإعلامية بيد أن الانتقال من الإعلام الموحد إلى الإعلام المتعدد نجده يطرح مشاكل مختلفة منها ما هو ذا طابع قانوني ومنها ما هو سياسي يقتضي قرارا سياسيا، فعليه جاء قانون الإعلام في الجزائر بعد تطبيق نظام التعددية السياسية و دخول الجزائر عهدا تبنت فيه دستورا جديدا حيث تم الاستغناء عن الهيكل الإداري الذي كان وصيا على قطاع الإعلام هذا الأخير الذي كان و لا يزال من أبرز المواضيع التي تطرح على الساحة السياسية." (42) فمعركة السياسة هي معركة الإعلام الذي اذا أحسن استخدامه استطاع الحزب تمرير رسالة ضمنية تجذب انتباه الرأي العام نحوها.

من خلال هذا الواقع التعددي ، يظهر التحيز و التعصب بحيث نجد أن كل واحد يدافع عن وجهة نظره و لا يحترم رأي الآخر في حين أن كل من التعددية و الديمقراطية يقتضيان التسامح الفكري و بفعل ذلك يمكن للتعددية أن تقدم نتائج ايجابية، على اعتبار أن الاختلاف في المبادئ ينتج ثراء ثقافيا غبر مختلف المجالات الفكرية إلى جانب أن استقلالية الفرد و حقه في الأعلام يتطلب حرية التعبير هذه الأخيرة التي تعتبر أساسا لكثير من الحريات و كذا أساسا للتفاعل الاجتماعي للأفراد في بيئتهم.

" فالتعددية ، هذه الظاهرة الجديدة و التي مهدت لوجودها أحداث أكتوبر في مجتمعنا منذ سنوات فقد أفرزت بدورها معطيات جديدة انعكست على جل الميادين بما في ذلك المجال الإعلامي عامة و من خلاله القطاع المكتوب فباتت التعددية الصحفية ميزة تتميز بها الساحة الجزائرية منذ ما يزيد عن عشرية من الزمن " .(43)

فأحداث أكتوبر 1988 كشفت بعض الحقائق الدالة على تهميش المطبوع الجزائري الذي لا يعكس و لا يعبر عن واقع المواطن و تطلعاته و آماله و اهتماماته و كان أول من اعترف بذلك الجامعيين و المبدعين المثقفين و الإعلاميين. حيث وجهت أعلامهم للتعبير عن الأوضاع الثقافية و المؤسسات النشورية الإعلامية الجزائرية و واقعها . فكانت بذلك بداية الحريات الديمقراطية التي صادق عليها الشعب الجزائري من خلال دستور 23 فيفري 1989 الذي بصدوره أصبحت الصحافة الجزائرية أخيرا قادرة على لعب وظيفة السلطة الرابعة. و لقد كرس هذا الدستور ما ورد في ميثاق سنة 1976 الذي أكد على ضرورة تحديد دور الصحافة و حق المواطن في الإعلام. فقد فتح عهدا جديد للجزائر بضمان حرية الرأي

و التعبير " (44) و تناول لأول مرة مختلف جوانب النشاط الإعلامي، و حدد الإطار العام لمفهوم الإعلام في الجزائر الذي جاء في مادته التي تكشف عن مصادر مبادئه". (45)

و هكذا تنوعت الخريطة الإعلامية الجزائرية كاشفة عن صحف حزبية و أخرى تابعة للدولة و أخرى خاصة و صحف ناطقة باللغة العربية و أخرى باللغة الفرنسية أو حتى الأمازيغية .

و لقد سجل أن الجمهور الجزائري لم يألف في البداية هذا التنوع و التعددية و تطلب بذلك الأمر فترة زمنية (عشرية) لاستقرار الأوضاع. و لقد كشفت وضعية هذه الخريطة الإعلامية وجود نوعين من الصحف من حيث الملكية، صحافة عمومية ممولة من طرف الدولة و صحف مستقلة أو خاصة، بينما لم تستمر الصحف الحزبية في الساحة لنقص الدعم أو لعدم التوعية و الإقناع بالبرامج و منه فشل الصحافة الحزبية في احتلال مكانة في الفضاء الإعلامي الجديد. و ذلك كونها صحف حرة لا علاقة لها بالسلطة و لا بالأحزاب السياسية تعبر عن معنى سياسي ايجابي يتمثل في إحداث قطيعة بين الصحافة و السلطة الأمر .

أما فيما يتعلق بالإعلام ، فقد خصص هذا الدستور في مادته 35 إعطاء حرية الممارسة المهنية للصحفي و حمايته من أي تعسف إداري بشكل يمنع إلحاق أي تهمة له أو للصحيفة و الحكم عليها من طرف الأجهزة القضائية ، إلى جانب الدفاع عن المتهم ضمانا لحريته الإعلامية. و هو التوجه الذي صادق عليه المجلس الشعبي الوطني في افريل 1990 بعد التعددية السياسية التي عرفتها الجزائر سنة 1989 و التي أفرزت بدورها تعددية إعلامية تجسدت في قانون جديد للإعلام أقر بهذه التعددية خاصة للصحافة المكتوبة في حين أبقى هيمنة الدولة على القطاع السمعي البصري . و قد جاء هذا القانون أساسا لتمكين المواطن من الحصول على إعلام نزيه و يفتح نوعا ما مجال الممارسة التي كانت حكرا على المؤسسات الحكومية ، غير أن هذا لا يعني أن الإعلام سوف يفتح على محيط و تلغى القيود التي كانت تتحكم فيه من قبل، بل أن المتفحص للوثيقة التي تضمنت من خلالها المادة الأولى و الثانية أن الدور الذي أعطى للإعلام ينحصر بشكل مميز في شرح الاختيارات السياسية و المواقف الحزبية. (46)

و تجدر الإشارة إلى أن قانون الإعلام 1990 هو الذي سمح للحكومة الجزائرية باتخاذ تدابير ترمي إلى تجسيد الحرية المتعلقة بالممارسة الصحفية فقامت أولا بإلغاء وزارة

الإعلام و تنصيب المجلس الأعلى للإعلام في جويلية 1990. و يتكون هذا المجلس من 12. عضوا كما حددت مهام و صلاحيات هذا المجلس في حماية الممارسة الفعلية لحرية الإعلام.

إلى جانب هذا ، قام هذا القانون أيضا بتحديد طريقة لتنظيم الإعلام ، و ذلك من خلال إلغاء احتكار الدولة كأول خطوة و بشكل يسمح من ممارسة المهنة الإعلامية و توسيع العديد من العناوين و التنظيمات العمومية لتشمل تنظيمات ذات طابع سياسي و ملكيتها تعود لجمعيات و أشخاص مهما كانت طبيعتهم و حسب ما يحدده القانون الجزائري.

و بذلك أصبح الصحفي يتمتع بحرية اكبر في ممارسته المهنية ، كما تحسن دوره مما أرسى قواعد عديدة للممارسة الصحفية أكثر من ذي قبل أين كانت الصحافة مقيدة و خاضعة للضغوطات منها الرقابة السلطوية التي حددت في كثير من المرات مجال ممارسة مهنة الصحافة " الشيء الذي نص عليه قانون الإعلام على ترك ثغرات تمكن السلطة من وضع حدود لحرية التعبير، إن تطلب الأمر ذلك فيما يحدد وجودها و لهذا و بالرغم من إقرار التعددية و حرية التعبير فإن هذه القوانين وضعت لها قيود و محددات".(47)

و عليه فقد تم التفكير في تعديل قانون 1990 نظرا لبعض النقائص الواردة فيه على جانب عوامل أخرى و التي يمكن حصرها في الآتي:

1- الطابع الجامد لقواعد ذات أسس و طبيعة قانونية مختلفة حيث انه تضمن في المواد الأربعة الأول من الباب الأول الاعتراف بحق المواطن في الإعلام و حق المشاركة فيه و لكنه حدد ممارسة هذا الحق من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية التابعة للقطاع العمومي و القطاع الخاص و عناوين الأحزاب.

2- تنظيم المهنة أدرج في الباب الثاني إلى جانب إصدار النشريات ، وهو ما يشكل خلطا بين تنظيم المهنة الإعلامية التي هي من اختصاص المنظمات المهنية من جهة و بين المؤسسات الإعلامية التابعة للقطاع العمومي و بينها و بين حقوق النشر من جهة ثانية، كما أن هناك تناقضا بين الفقرة الثالثة من المادة (4) التي تنص على إمكانية إنشاء الأشخاص الطبيعيين لعناوين و أجهزة إعلام و بين مضمون المادة (19) التي تشترط ملفا للتصريح مسبقا لممارسة حق النشر ينضم القانون الأساسي للمؤسسة أو الشركة ، مما يعني أن حق النشر ليس حقا للفرد الطبيعي و إنما حق الشخص المعنوي وحده.

3- ممارسة مهنة الصحفي ينظمها الباب الثالث وقد جرت العادة أن تترك هذه المهمة التنظيمية لسلطة مختصة تشارك فيها جميع الأطراف (سلطة ، مهنيون ، ناشرون ، جمهور) على غرار المجلس الأعلى للإعلام ، أو منظمات مهنية (ناشرون مهنيون ، جمهور أو ممثلين منتخبين) و يمكن إدراج المسؤولية و حق التصحيح و الرد على القواعد العامة للنشر إلى جانب التوزيع و البيع.

4- جرت العادة أن تنشأ سلطة مكلفة بتنظيم الإعلام الجماهيري تسهر على حماية حقوق النشر و الطبع و التوزيع و حماية حقوق الجمهور المتلقي كأفراد و جماعة . و يمثل المجلس الأعلى للإعلام المنشأ بمقتضى المادة 59 من قانون 1990 خطوة متميزة و لكنه لا يمثل الجمهور و يخلط بين المهنيين و الناشرين و يفتقد إلى جهات و هيئات تحكيمية.

5- " الباب السابع المتعلق بالأحكام الجزائية يضم 22 مخالفة بعضها منصوص عليه في القانون الجزائي و القانون المدني و قد جرت العادة أن يخضع مرتكبوا المخالفات و الجنايات و الجرح عن طريق الصحافة و وسائل الإعلام إلى القوانين العامة مثل غيرهم من المواطنين و بعضها الآخر يستند إلى قواعد أخلاقيات المهنة التي تصدر من المنظمات المهنية " .(48)

لقد كان من اللازم التوجه نحو التفكير في إيجاد صيغة قانونية تعدل أو تلغي أو تحسن قانون الإعلام 1990 سيما بعد ما تشكل برلمان جديد بعد انتخابات جوان 1997 و سرعان ما أعدت مسودة لقانون إعلام جديد تمت صياغتها في شكلها النهائي من طرف الوزارة الوصية في افريل من سنة 1998.

و فيما يتعلق بالتحليل التعددي لقانون الإعلام 1990 كتب الأستاذ " إبراهيم براهيمى"

في مرجعه le pouvoir de la presse et les droits de l'homme en l'Algérie .

ليس الهدف من هذا التحليل التعليق حول كل المواد و لكن التطرق إلى رؤية النقاط الأساسية التي جاءت في هذا القانون إلى تعريف الحقائق في الإعلام و ماجاء في المادة (01 إلى 05) أما المادة السادسة :تصدر النشريات الدورية للإعلام باللغة العربية ابتداء من تاريخ صدور هذا القانون غير انه يمكن إصدار النشريات الدورية المتخصصة باللغات الأجنبية بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام. فمن جهة قبل أن تصدر النشريات باللغة العربية ، و من جهة أخرى نستطيع أن نقرأ في نفس المادة أن المجلس الأعلى للإعلام سمح بالنشر باللغات الأجنبية ، و لكن هذا الإجراء محل تناقض ، فلقد أشارت الرابطة الجزائرية

لحقوق الإنسان أن هناك تناقضا بين الإجراءات التشريعية و ذلك لان قانون الإعلام يمنع ما سمحت به المواد المتعلقة بالجمعيات ذات الطابع السياسي . " إن قانون الإعلام لسنة 1990 لا يقدم كل الضمانات المهنية للصحفيين، بحيث يشهد هذا القانون فراغا فادحا يتعلق ببطاقة الصحفي وما ألح عليه هذا الأخير هو غياب ما يسمى بحقوق المؤلف الصحفي".(49)

و أبرز ما يلاحظ على هذا المشروع هو كثرة الإحالات إما على نصوص تشريعية خاصة (حقوق التأليف، قانون الإشهار، قانون العمل...) أو على المجلس الأعلى للاتصال المستحدث في بنود هذا المشروع بعد أن حل المجلس الأعلى للإعلام السابق في سنة 1993 كما يلاحظ وجود بعض النقاط المبهمة أو الواسعة التعميم كمسألة " دفتر الشروط " الذي يجب استنفاؤه من طرف الراغبين في إنشاء محطات تلفزيونية أو اداعية. هذا إلى جانب إثباته للإجراءات الرخصة أمام من يسعى إلى تأسيس جريدة أو مطبوعة دورية ما .

أما فيما يتعلق بالأحكام الجزائية الملقاة على الصحافة و الصحفيين و تجولهم، فقد شكلت نقطة مضايقة جعلتهم يطالبون بتغيير قانون الإعلام لسنة 1990 أو حتى تعديله خاصة من قبل الصحافة المستقلة التي سجلت اغتيال العديد من صحفييها في سبيل دفاعهم عن أفكارهم و انتماءهم و أعمالهم و تحذيرهم من قيود السلطة.

وفي إطار السعي للخروج من هذه الأزمة ، دعا الرئيس السابق " اليمين زروال " في ندوة صحفية أجراها يوم 5 ماي 1996 رافضا فيها تمجيد الصحافة الجزائرية للسلطة بل ضرورة انتقادها و لكن بشكل موضوعي و بناء بالاعتماد على أحكام مسبقة و هو ما تجسد في التعلية الرئاسية رقم 17 الصادرة بتاريخ 11 سبتمبر 19978 بغرض جمع الاقتراحات و طرحها للنقاش مع جملة من رجال الإعلام. و لقد تضمنت هذه التعلية محاور عدة منها :

- أهمية الاتصال في ظل العصرية.
- التطور التكنولوجي و الاتصالي و مكانة الجزائر فيه.
- مقاييس الديمقراطية و شروط الاستجابة لمعالجتها.
- السياسات الإعلامية الواجب إتباعها في ظل التغيرات السريعة التي تعيشها الجزائر.

أما بعد تولي الرئيس " عبد العزيز بوتفليقة " رئاسة الجمهورية سنة 1999 ، شهد الإعلام سيطرة اليوميات على باقي النشريات من ناحية السحب حيث بلغ سحبها أكثر من مليون ألف نسخة يوميا إلى جانب إلغاء مشروع قانون الإعلام الذي كان بصدد مناقشته سنة 1998 بسبب تعليق " اليمين زروال " لعهدته الرئاسية و إجراء انتخابات مسبقة في أفريل 1990.

فبعد الرغبة في رفض المشروع لاحتكار الممارسة من طرف الدولة على السمعي البصري ظل القطاع الإعلامي مسيرا بقانون الإعلام 1990 و احتكار الدولة للسمعي و غلقه أمام الخواص في إطار الدفاع عن السيادة الوطنية.

و في هذه الفترة سجل تعاقب حوالي 6 وزارات على وزارة الإعلام و ظل إلى جانبها منصب وزير الإعلام شاغرا لأكثر من سنة أين تم تعيين السيد " الهاشمي جيار " بعد تعيين السيد " عبر العزيز بلخادم " رئيسا للحكومة خلفا للسيد " احمد اويحي " .

أما في سنة 2001 ، فقد عدل قانون العقوبات بتكريس توجهات السلطة الهادفة إلى حماية المؤسسات و الهيئات النظامية إلا أن هذا " القانون المعدل اعتبره الصحفيون قانونا يشدد الخناق على حرية الصحافة ، نظرا للعقوبات الكبيرة و الغرامات المالية الباهظة المفروضة على كل صحفي أو مؤسسة إعلامية تهيمن أو تسيء إلى هيئة نظامية. " (50)

و في الأخير نخلص إلى أن الإعلام الجزائري بصفة عامة رغم كل ما عرفه من فترات تحول و قفزات حققها بفعل الأوضاع السياسية، إلا انه لا يزال يعاني من ضغوطات غير مباشرة سواء تعلقت بالطبع ، الورق أو حتى الإشهار .

ولكن بالرغم من سلبيات هذا القانون ، إلا انه لا يمكن تجاهل دوره في فتح مجال التعددية الإعلامية و احترام الحريات الديمقراطية كحرية التعبير و حرية تأسيس الصحف...

رابعاً : واقع الممارسة الصحفية في الجزائر

منذ نشأة الصحافة المكتوبة في الجزائر بعد الاستقلال إلى غاية 1989 و هي تابعة للنظام الحاكم، حيث تميزت بكونها صحافة أحادية الحزب و تتحكم فيها إلى جانبه الحكومة فكل منها عمل على الإشراف عليها و تسييرها و تمويلها بما يحقق أهداف الدولة الخاصة بمساندة النظام و توجهاته في مختلف المجالات بشكل يحقق مصالحه و يحافظ على ديمومته. " فقد كانت الصحافة بنت السلطة و اصطبغت بمركزية شديدة سواء في إدارتها أو ممارستها أو الإشراف عليها. فهي عملت على تعزيز النظام و أهدافه و غرس الولاء له في عقول الجماهير فقد كانت ذات توجه سياسي محدود و واحد " (51). لكن سرعان ما تغير الوضع فيما بعد بفضل دستور فيفري 1989 والذي سمح بتشكيل جمعيات سياسية و الإقرار بحرية التعبير و النشر، الأمر الذي أعطى الأحزاب حق ملكية الصحف و حتى الأشخاص الاعتباريين، و منه تجسيد الواقع الجديد للإعلام، و ظهرت الصحافة الجزائرية في قالب التعددية.

فالساحة الإعلامية حتى سنة 1988 كانت فيها كل العناوين ملكا للدولة و لم يكن هناك عناوين خاصة بسبب الأحادية الحزبية و لكن بعدها بدأت الصحافة تشهد تطورات في اتجاهات مختلفة سمحت لها بالتححرر من التبعية و ذلك منذ صدور قانون الإعلام سنة 1990 و الذي شهد إنشاء صحف خاصة و حزبية، في حين سجلت سنة 1991 ازدهار وفتح عهد جديد للصحافة الوطنية خاصة بعد تجديد الإطار القانوني ، على جانب التجارب المشرفة لبعض فرق التحرير بإنشاء عناوينهم الخاصة.

و لذا تبقى هذه السنة أفضل مرجع لتقييم مدى توسع الساحة الإعلامية بحيث شهدت ميلاد عشرات العناوين الصحفية بكل أنواعها " و بذلك ارتفع عدد الصحف من 45 عنوان سنة 1988 إلى 74 عنوانا سنة 1991 و تضاعف بالتالي السحب بحيث انتقل من 15415800 نسخة بمتوسط يومي قدر سنة 1988 بـ 760000 نسخة ، إلى 1437000 نسخة يوميا لمجموع العناوين." (52) و لقد عرفت السنوات التي تلت سنة 1991 تطورات إلى غاية سنة 1996 حتى وصف " بالفراغ الكبير " بينما تعتبر سنة 1997 سنة الاستقرار و يبين تحقيق حول سنة 1997 لدى كبريات المطابع أن 32 عنوانا منها يوميا يصدر بانتظام

و يطالعه حوالي 3000000 قارئ و هو ما ينم عن إنتاج كمي و خصوصا نوعي يلبي بشكل أفضل الطلب و يستجيب لحقائق السوق مع اقل تبذير لورق الصحف.

و بخصوص اللغة المتداولة، فقد كانت اللغة العربية هي المسيطرة سنة 1997 بالنسبة للدوريات و تمثل اتجاها في تصاعد مستمر و سريع بخصوص الصحف اليومية (07 عنوان باللغة العربية و 11 باللغة الفرنسية). بينما كانت اللغة الفرنسية منذ سنة 1990 في ارتفاع نسبي بالمقارنة بعدد العناوين الصادرة باللغة العربية.

" و على العكس من ذلك يمثل القطاع الخاص مساحة أوسع من القطاع العام منذ 1990. أما الصحافة الحزبية، فقد اختفت بصفة شبه كلية سنة 1997 في حين أنها كانت متواجدة بقوة سنة 1990 و يعرف سحب الجرائد نفس الظاهرة تقريبا ". (53)

في الواقع أن اغلب الجرائد لم تستطع التأقلم مع المعطيات الجديدة للصحافة، اد أن هذه الأخيرة استوجبت تجنيد وسائل بشرية، مهنية و أخرى مادية في حين أن معظمها قد انطلق اعتمادا على رأس المال الاجتماعي للصحفيين دون أن تكون مدعومة بتمويل خارجي، إضافة إلى نقص التخصص اد أن معظم العناوين فقد استمرت في ميدان المعلومات العامة بينما كانت السوق تشبعت بها.

فقد أفرزت التحولات الجديدة التي شهدتها الصحافة الوطنية منذ ظهور التعددية إلى يومنا هذا واقعا مغائرا لذلك الذي كانت تعيشه. و لكن شهدت خلالها أيضا معظم الصحف العمومية مشاكل عدة من اجل التأقلم مع الواقع الجديد في ظل المنافسة مع بعض الصحف الخاصة، حيث قامت -ونتيجة لذلك- الصحف التابعة للقطاع العام بتغيير منهجها لمواكبة الواقع و المحافظة على مصداقيتها من خلال الاستمرار في تقديم " خدمة عمومية" تجعلها تتميز عن بقية الصحف الأخرى.

غير أن الصحافة الخاصة واجهت أيضا الكثير من الضغوط و تعسفات السلطة إلا أنها أصبحت و بعد انتقالها من رقابة السلطة و انغلاق قنوات الاتصال الرسمية المجال و المتنفس الوحيد للتعبير عن الرأي.

و بالرغم من هذا، فان الممارسة الصحفية الإعلامية الجزائرية ما تزال تواجه مجموعة من المشاكل نذكر من بينها:

1- مشكل الطباعة:

و هذا المشكل متعلق بطبيعة ملكية الصحافة، هذه الملكية التي لا تخرج في عمومها عن ثلاثة أنواع. يقوم النوع الأول منها على الملكية الخاصة للصحف سواء اتخذت هذه الملكية شكل ملكية الأفراد أو الشركات أو المؤسسات الخاصة و هو النوع الذي يسود النظام الليبرالي. أما النوع الثاني من ملكية الصحف ، فهو يقوم على الملكية العامة سواء اتخذت هذه الملكية شكل الملكية المباشرة للحكومة من خلال المؤسسات و الهيئات العامة أو اتخذت شكل ملكية الحزب و هذا النوع من الملكية العامة للصحف هو الذي يسود النظام الصحفي الاشتراكي أي انه يسمح بالملكية الخاصة للصحف إلى جانب الملكية العامة و هو الذي يسود النظام .

و توجد بالجزائر 6 مطابع، 5 منها خاضعة لسيطرة الدولة و تطبع لمعظم الصحف التي تعاني من ضيق الوقت و اكتظاظ المطابع. خاصة و أن عملية الطبع تعتبر آخر وأهم مرحلة في انجاز الجريدة و عليها يتوقف مستقبلها ، اد أن عملية الطبع تحدد وجودها في السوق ، و تتحكم في عدد النسخ التي تعرض للبيع. "كما أن عملية الطبع تحتاج إلى استثمار أموال ضخمة في الورق و الآلات و الحبر إضافة إلى يد عاملة ذات خبرة و كفاءة، هذا ما لا يستطيع القيام بها الكثير من الصحف".(54) و تعد المطابع من الوسائل الأكثر استعمالا من طرف السلطة السياسية لمراقبة الصحف المستقلة و مضمونها ، اد أن كل المطابع محتكرة من قبل الدولة فهي تعمل على الضغط على الصحف دائما للتقليل من حدة معارضتها ، فقد جاء في تقرير أعدته مجموعة الأزمات الدولية " inter national crisis group " انه تم استبدال الإجراءات التعسفية و التوقيف الإداري ، اقتحام مقرات الجرائد من طرف قوات الأمن توقيف الصحفيين بإجراءات أخرى اقل إثارة و لكن تحقق نفس النتائج. فالمراقبة أصبحت معهودة لمطابع الدولة التي تتجح بالأسباب التجارية و تتاول القضايا الأمنية من زاوية لم تكن لترضي أصحاب القرار، و قد ترجم هذا القرار بمرسوم وزاري 7 جوان 1997 و الذي ينص على الحدود الخاصة بقضايا الأمن و الصالح العام مع احترام الصحافة لها . و عند التوقيع على هذا المرسوم ، تم إنشاء لجان على مستوى المطابع مهمتها الاطلاع على محتوى الصحف و النظر فيها ادا ما كانت قابلة للنشر أم لا و لقد علقت هذه اللجان على الجرائد مثل ما حدث بصحيفتي " الحوار" و " الوطن" في يوم 16 نوفمبر 1994 ، عندما علقت هذه

الأخيرة لمدة 6 أشهر و 15 يوما بسبب إفشائها لمعلومات خاصة بالنظام العام و المساس بأخلاقيات المهنة.

و الجزائر تأخذ بهذا النظام بعد التعددية المزدوجة (السياسة و الإعلامية) الشيء الذي جعل الصحافة فيها لا تعاني من مشكلات الطبع فحسب و لكن أيضا ما ينجر عن الطبع من تدخل للسلطة - و هو الأخطر - في مضمون الرسائل الإعلامية و توجيهها ، و منه صارت الصحافة ذات الطابع العمومي أو صحافة الخدمة العمومية المملوكة للدولة أو الموالية لها من خلال نشر إيديولوجية السلطة تعرف الرعاية و الدعم المالي خاصة سواء كان هذا الدعم سريرا أو علنيا من جهة ، و دعما مباشرا أو غير مباشر من الحكومة و بالتالي الانتشار الواسع سواء من حيث الطبع الجيد (الورق ، الألوان) أو الظهور اليومي ، أو كذلك من حيث المعاملة الخاصة للمؤسسة الصحفية عامة. في حين تتعرض الصحافة المناوئة للسلطة في الجزائر إلى المضايقات و العقوبات و تجربة الصحافة الخاصة خير مثال و كذا التقطع في الصدور بسبب مشكلات في الطبع مختلفة في كثير من الأحيان ، و لكن ما يجدر ذكره هو التجربة الرائدة لمحاولة امتلاك مطابع خاصة باستثناء مطبعتي " الوطن (el watan) " و " الخبر " (الصحيفة الأكثر انتشارا على الصعيد الوطني في تلك المرحلة) فان جميع المطابع مملوكة من طرف الدولة .

" و يبقى موضوع النزاع بيم مؤسسات الطبع و الناشرين يكمن في الديون المستحقة في الصحف العمومية و الخاصة و منها 30 إلى 40 % يتعذر استرجاعها بسبب اختفاء الصحف التي استفادت من هذه الديون. إن هذه الوضعية مصدر سوء التسيير لدى مؤسسات الطباعة التي لم تستطع تسديد ديونها لدى البنوك (و هذه المبالغ كانت مطابقة سنة 1996 للديون المستحقة لدى الصحف)." (55)

بالإضافة إلى هذا، تعاني الصحافة المكتوبة من مشكل الورق المستعمل في الطباعة فالورق المستعمل مستورد و لا تتوفر فيه أدنى المعايير و الشروط المعمول بها عالميا ناهيك عن تمسك الصحف بالشكل المتوارث من الحقب الماضية و اقتصرها على أربعة وعشرين صفحة أو يزيد بقليل. و سعيها منها للارتقاء بمستوى الصحافة الالكترونية من حيث المحتوى و الشكل انتهجت طريقة " نسخ لصق " باقتباس المواضيع بسرقة ما ينشر في المواقع الإخبارية و نسبتها لبعض الصحافيين.

و خلاصة ذلك، أن الصحافة المستقلة و لسنوات عدة و جدت نفسها على نفس الخط مع السلطة فيما يخص قضية الأمن و في بعض الأحيان لمبدأ و في بعضها الآخر لحسابات و باعتبار أن المطابع ملك للدولة فان هذه الصحف لم تطالب بدفع مستحقاتها من الطبع و اعتادت صحف أخرى على عدم الدفع .و لكن و مع تراجع الوضع الأمني بدأت الصحف في تغيير وجهاتها بشكل عرضها لدفع الفواتير الخاصة بالطبع حيث انتقلت الدولة إلى التهديد بالمال بدل التهديد بالخوف.

" ويبقى التشريع الإعلامي في ظل الأنظمة المستبدة إعلاما رهين المصالح الذاتية للسلطة فالخدمة العامة في مجال الإعلام غير مطبقة و أن المصلحة الذاتية للسلطة تكيف بشكل يجعلها مصلحة عامة " (56)

2- مشكل التوزيع:

ما يزيد من النيل من الحرية و الاستقلالية الصحفية مشكل التوزيع الذي يبقى مساعدا قويا لتطوير الصحافة إن كان مسائرا لها ويكون عرقلة لتطويرها اذ كان عكس ذلك. و الجزائر لم تنتهج في هذا الميدان سياسة معينة وواضحة من البداية، فلقد بقيت رهينة الوضع الذي ورثته من الاستعمار سنين عديدة و لم تتخلص من هذه الوضعية إلا في السنوات القليلة الأخيرة.

و يمتاز هذا الوضع بازدواجية التوزيع : توزيع الصحافة الوطنية و توزيع الصحافة الأجنبية هذا من جهة ، و من جهة أخرى توجد ظاهرة جديدة و هي إنشاء الشركة الوطنية للنشر و التوزيع على أنقاض شركة " هاشيت" و شركة المواصلات .فمشكلة التوزيع في الجزائر طرحت قضية توزيع الصحافة الأجنبية في الجزائر حيث كان توزيع هذه الصحافة يطغى على الصحافة الوطنية منذ الاستقلال ففي سنة 1968 حذفت من التوزيع بعض الصحف التي كانت تحمل رسالة استعمارية و عنصرية ، و في سنة 1975 تقرر خفض حجم الصحف من 291 إلى 261 و انخفض عدد النسخ من 433384 نسخة إلى 324042 و الملاحظ أن هذه الأرقام تدل على أن عدد النسخ من الصحافة الأجنبية الموزعة في الجزائر كان يفوت بكثير عدد النسخ من الصحافة الوطنية من 1962 حتى سنة 1975 و أن هذه السنة أصبح هناك التوازن بينهما .

و المشكل الأخطر من هذه- بسبب التفاوت - هو جعل الشركة الوطنية للنشر و التوزيع تتماسك بتوزيع الصحافة الأجنبية و تعتبرها كمورد أساسي لها يغطي العجز الذي يسببه لها توزيع الصحافة الوطنية و أخذت لا تعير أي اهتمام بتوسيع شبكتها في التراب الوطني بحيث أن الصحافة الوطنية لم تكن توزع إلا في البلديات التي توزع فيها الصحافة الأجنبية فمن بين 677 بلدية موجودة في الجزائر لم يكن إلا 280 منها تصل إليها الصحافة الوطنية يعني 60 % من البلديات الجزائرية لا تقرأ الصحافة الوطنية لكن السياسة الإعلامية التي أتبعت فيما بعد جعلت الموازين تتغير خاصة بعدما ظهرت نوايا التعريب في الجزائر .

إن الوضع الراهن للصحافة الجزائرية ينبئ بوجود مشاكل حقيقية على مستوى التوزيع، فلحد الآن ما زالت هناك مؤسسات صحفية تشتكي من عدم وجود جريدتها على مستوى كبرى عواصم البلاد ، كما أن بعض المناطق في الجزائر - ربما - لا تصلها و لا جريدة واحدة ، كحال الجنوب الجزائري ، حتى و لو كانت هذه الصحف ذات انتشار واسع و توزيع جيد ، دون نسيان مشكل آخر هو التوزيع الغير منتظم للصحف خاصة اليومية ، مما يساهم في غياب ما يسما" القارئ الوفي " .

و مشكلة التوزيع ، هي مشكلة الصحف اليومية بالدرجة الأولى و التي تنشر الإعلام الذي تنتهي أهمية أخباره بعد 24 ساعة ، و هو الأمر الذي جعل هذه الصحف تكون شبكة خاصة بالتوزيع (الوطن ، الخبر ، ليبرتي ، الأوتانتيك) عن طريق شراكة مع مؤسسات خاصة.

3- مشكل الإعلان:

لا بد من الذكر بان الإعلان في الجزائر تأثر بنمطين سياسيين عاشتهما الجزائر، نعني بذلك عهد الجمهورية الأولى (الاشتراكية) فقد كان الإعلان (الإشهار) أحد الركائز و الأركان الأساسية لخدمة التنمية الوطنية فطبقا للائحة السياسة الإعلامية الصادرة عن الدورة السابعة للجنة المركزية تأكدت أهمية تنظيمه و توسعية كأسلوب فعال و وسيلة إعلام تعرف بالانجازات و المنتجات الوطنية تسهم في تنمية الوعي الاقتصادي لدى الجماهير .

و حتى لا يوظف الإشهار لأغراض خاصة أو ينحرف عن الرسالة الواجب قيامه بها فقد نص قانون الإعلام على تولي الدولة احتكار الإشهار مع إسناد ممارسة هذا الاحتكار بمؤسسة أو مؤسسات عمومية و بغية النهوض بالإعلام الاقتصادي و تقريره و تنمية الإعلام

الإشهاري للتعريف بالإنتاج الوطني ، فقد درس و صادق مجلس الوزراء المجتمع تحت رئاسة الرئيس السابق " الشادلي بن جديد " يوم 25 ديسمبر 1983 على إجراءات تهدف إلى تطوير الإعلام لخدمة الإنتاج الوطني.

و هكذا فقد حددت 3 أهداف رئيسية و هي الاستعمال الأقصى للإنتاج الوطني و ترقية الإنتاج الوطني داخليا و خارجيا إلى جانب حماية و كبح عملية الاستيراد.

و على غرار هذا لا يخل الإعلان الجزائري اليوم - في الصحافة المكتوبة - من الاحتكار رغم التعددية على اعتبار الوكالة الوطنية للنشر و الإعلان مؤسسة رسمية تعنى بشراء المساحات الإعلانية في الصحف الوطنية لنشر الإعلانات و المسؤولة عن هذه العملية بإيعاز من السلطة التي تتحكم في سيره من خلال هيئات و مؤسسات تابعة لها تحرم أو تتحكم في سيره من خلال هيئات و مؤسسات تابعة لها تحرم أو تمنع الصحف من مدا خيل الإشهار التي تعتمد عليها الدولة كضمان لبضائعها على الساحة الإعلامية ، لأنه من الأسباب المسجلة في إعاقة قيام الصحافة بدورها استخدام الدولة أسلوب فرض الضرائب على الإعلان للحد من نفوذ الصحف.

و لهذا فالسلطة استخدمت الإشهار للضغط على الصحافة من زاوية التشريعات الصادرة في شأنه في الجزائر و يمكن على سبيل المثال ذكر البعض منها مثل المنشور الحكومي المؤرخ في 19 أوت 1992 و الذي يفرض على مؤسسات الدولة و الإدارات المركزية و المؤسسات العمومية بمنح إعلاناتها الإشهارية إلى الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار " ANEP " و التي توزعها بدورها على مختلف الجرائد دون أخذ بعين الاعتبار اختيارات المعلنين . و في سبتمبر 1993 و مع مجيء رضا مالك على رأس الحكومة تم إلغاء هذا المرسوم بحجة أن الاستعمال غير العقلاني لمصاريف الإشهار من طرف المتعاملين العموميين ليعود حيز التطبيق في سبتمبر 1995 مع حكومة مقداد سيفي ، و في جانفي 1997 مع حكومة اويحي ، أصبح هذا المرسوم محل استياء المتعاملين الصناعيين الاقتصاديين في القطاع العام حتى و لو كان ذلك على حساب العقوبات التي يمكن أن يجنيها موقفهم هذا ".(57)

و لقد شكل الإشهار نقطة حساسة بين السلطة السياسية و الصحافة المستقلة اد عملت السلطة كل ما بوسعها لاحتكارها سواء من خلال التشريعات التي ظهرت أنداك

(ما بين 1991-1995) أو من خلال طريقة تعامل الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار بحيث كانت تتعامل بطريقة منحازة في مسائل توزيع الحصص الاشهارية سواء بين الصحف المستقلة ذاتها أو بينها و بين الصحف التابعة للقطاع العام(المجاهد و الشعب على وجه الخصوص) حيث كانت السلطة في مأمّن من حيث الحصص الاشهارية التي كانت تحصل عليها من الوكالة، اد وصلت النسب الخاصة بها ، 18.62 % سنويا بالنسبة للمجاهد و 17.94 % سنويا بالنسبة للشعب من مجموع الصفحات المخصصة للإشهار التي وصل عددها في نوفمبر 1992 إلى 784 صفحة بالنسبة للمجاهد و 312 بالنسبة للشعب، و قد علق احد الصحفيين على هذا الوضع قائلاً بأنه كان هناك تواطأ في الإدارة و الحكومات على تمييز جرائد ذات اتجاه معين بالإشهار في درجة طغيانه على المادة التحريرية بينما لا تجد جرائد أخرى صفحة كاملة في اليوم.

و كانت نتيجة ذلك المرسوم و تلك التلاعبات أن اختفت بعض العناوين لأسباب تجارية وأخرى خاصة بعقاب السلطة لها على خطها الافتتاحي لحد أصبحت الصحف بعيدة عن احتواء السلطة لها التي تعمل و بحرص شديد على الحفاظ على توازنها الحالي و موقعها الاقتصادي.

و قد صادق مجلس الوزراء على مشروع قانون خاص بالإشهار و صف لدى الكثيرين على انه إشارة إلى أن السلطة استفادت من دروس الماضي ، حيث أعلن المشروع على نهاية احتكار الدولة لقطاع الإشهار مع إعطاء حرية المتعاملين في اختيار السند الاشهاري بمعنى النهاية الرسمية للتسيير المطلق للإشهار من طرف الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار.

ورغم ذلك بقي التخوف من عودة هذا المرسم في أوساط أصحاب الصحف ، خاصة أن هذا القطاع (القطاع العام) يغطي نصف المصادر الاشهارية في شكل إعلانات عن مناقصات و أنواع أخرى من الإشهار المؤسساتي ما عدا بعض الصحف القادرة على تحصيل نفسها من الاحتياجات الاشهارية التي تقدمها لها الوكالة.

إلى جانب غياب هذا المرسوم ، لم تتوقف السلطة عن اعتماد الإشهار كوسيلة ضغط على الصحافة المستقلة من خلال إجراءات دفعت ببعض المؤسسات و الشركات مثل سونا طراك تحويل إعلاناتها نحو المشروع الاشهاري الرسمي الصادر عن وزارة الطاقة و المناجم

و ذلك بحجة عدم شراء فضاءات اشهارية في الصحافة المستقلة بتعليمات من رئيس الحكومة و هو الأمر الذي خلق مشاكل مالية لهذه الصحف جعلتها غير قادرة على تسديد نفقاتها من الطبع و منه اختفائها من الساحة الإعلامية.

على وجه العموم يقوم الإعلان بدور صغير نسبيا في الصحافة العربية ادا ما قورنت مثلا بذلك الذي يقوم به في الصحافة الأمريكية، فبينما يستغل الإعلان في الصحافة المكتوبة كعامل تجاري في نظام الإعلان الاستهلاكي ينظر إلى الصحافة العربية على أن لها بشكل أساسي أغراض أخرى مثل نقل المعلومات و التعليق عليها ، بينما ينظر إلى الإعلانات بشكل واضح بان لها دورا ثانويا و حتى هامشيا.

و لهذا فالإعلان في الصحافة الجزائرية ، كما ذكر سابقا يظل يفتقد للأسلوب العلمي و قلة الاعتماد على مهندسين في الإشهار و هو ما يضع الصحافة الجزائرية في مواقف تعرقل من مواكبتها لمتطلبات السوق إلا ادا اتخذت الإجراءات اللازمة لتفادي ذلك .

بالإضافة إلى ما سبق تتعثر حرية الإعلام بعوائق أخرى نذكر منها:

* الاختلاف بين نظريات الإعلام (السلطوية ، الليبرالية و الاشتراكية) .

* تقييد مهنة الصحافة من خلال سن قوانين لتنظيمها و في شكل رقابة تفرض عليها من الناحية السياسية و الايدولوجية.

* عصرنة الصحافة و تحويل احتياجها إلى الآلات المعقدة و الغالية الثمن بشكل يشجع تحكم الرأسمالية في صناعتها و كذا صناعة السمعى البصري و السينما .

* تراجع دور الإعلام في تأديته لوظائفه أمام طغيان الدعاية التي تحد بشكل أو بآخر حرية الممارسة الصحفية.

* إعاقة التكتلات الصحفية لحرية التعبير في البلدان التي تصدر فيها و قد نجد من القيود أو الالتزامات التي قد تفرض على وسائل الاتصال :

1- الالتزامات القانونية.

2- القيود الإدارية أو الإجرائية.

3- القيود الاجتماعية و الاقتصادية.

4- عوائق خاصة بممارسة العمل الصحفي.

1- الالتزامات القانونية:

الواقع أن هذه الالتزامات القانونية سواء اخذت شكل الوقاية أو الردع تسود في قوانين المطبوعات أو الصحافة و قوانين العقوبات و غيرها من التشريعات التي تنظم عمل وسائل الاتصال، أما الدساتير فإنها تنص فقط على المبدأ الأساسي الخاص بحرية الصحافة و غيرها من وسائل الاتصال الجماهيري و تأخذ هذه القيود أشكالاً منها :

أ- قوانين الرقابة : و تأخذ هذه الرقابة صوراً متعددة

✓ رقابة سابقة على النشر أو الاداعة.

✓ رقابة بعد التستر و قبل التوزيع و هذان الشكلان يهدفان إلى الوقاية و المنع.

✓ رقابة بعد التوزيع، و هذا بهدف الردع أو التجريم.

ب- منع نشر المداولات القضائية أو بعضها و حماية حرية النقاضي و عدم التأثير على سيره.

و هناك مغالاة من جانب بعض الدول في تطبيق مبدأ انتهاك حرمة المحكمة، اد تستبعد بعض الصحفيين أو غيرهم من الإعلاميين من حضور المحاكمات السياسية الحساسة بدون مبرر مستغلة هذا المبدأ.

ج- بعض القيود لحماية الأخلاق العامة و الأسرة و العلاقات الاجتماعية و هو ما يسمى " بحرمة الآداب و حسن الأخلاق ".

د- قيود على التستر في القضايا الخاصة بالأحداث (صغار السن) و كذلك فرض نوع من الرقابة من برامج الأطفال و مطبوعاتهم .

ه- منع نشر المطبوعات أو المواد الإعلامية التي تدعو للتمييز العنصري أو العائدي و يدخل في هذه القيود التي قد تفرض في بعض البلاد على المطبوعات أو المواد الإعلامية التي تشكل عدواناً على الأديان.

و- بعض القيود على الإعلانات الخاصة بالطب و المنتجات الصيدلانية و الخمر و المخدرات و السجائر و المراهنات و اليانصيب و المضاربات المالية.

ز- قيود على التحريض على ارتكاب الجرائم أو العنف.

ح- تجريم القذف و السب.

و هذا أمر ضروري إلا أنه أحيانا يستخدم لحرمان الجمهور من بعض المعلومات المطلوبة كما قد يستغل من جانب السلطات لفرض عقوبات مالية تعوق مطبوعات الأقلية.

ط- فرض الرقابة باستخدام مسميات و تعبيرات غامضة أو مطاطة مثل " وقاية النظام الاجتماعي (أو حماية النظام العام) أو (الأمن القومي) " و هذه كلها قد تمتد و تتسع لتصبح ستارا تحمي به السلطة العامة نفسها و الأشخاص العاملين من النقد.

كما أن هذه الأمور قد تجبر الصحفي على أن يطبق قيود الرقابة الذاتية على نفسه ي- فرض قيود على النشر أو الادعاء الماسة بأمن الدولة أو ادعاء أسرارها". (58) و ذلك بفرض عقوبات صارمة على الصحفيين خاصة فيما تعلق بقذف رئيس الجمهورية و المسؤولين السامين في الدولة اد تتمثل العقوبات و حتى الآن في سجن الصحفي على كتاباته و منه سجل غياب حماية الصحفي في أثناء ممارسته لمهامه خاصة فيما يتعلق بقضايا الفساد.

ك- تجريم الأخبار الكاذبة .

ل- تنتج ظروف الطوارئ للحكومات أن تفرض رقابة سياسية على وسائل الإعلام، إلا أن هذه الرقابة لا يجوز أن تمتد إلى ما يتصل بالسلامة العامة أو أغراض الأمن القومي فلا يجوز أن تمارس لمنع النقد عن الأجهزة المسؤولة أو عن الأشخاص ذوي الصفة العامة أو حتى لحماية غايات أخرى غير السلامة العامة أو الأمن القومي مثل حماية النظام العام أو امن الحكومة.

م - قد تفرض بعض القيود و العقوبات على نشر ما يسيء إلى الحكومات الصديقة.

ن- إلى جانب بعض القضايا القانونية الخاصة بالاتصال مثل القوانين التي تنظم حقوق النشر و التكاليف، حق الأداء الفعلي، التشريعات الصحفية، الضرائب و التزامات الاتصال بمبادئ القانون الدولي.

2- القيود الإدارية أو الإجرائية:

أي أن الإجراءات الإدارية التي تتمثل في إجراءات دائمة أو مؤقتة قد تتخذها بعض الحكومات لتنظيم أسلوب إصدار أو عمل وسائل الاتصال الجماهيري من وجهة نظرها و تتمثل في:

أ- عوائق بيروقراطية: مثل فرض تأمين نقدي ضخم على إصدارات المطبوعات أو التوسيع في الإجراءات الإدارية التي يتطلبها إصدار الصحف. فبينما يكتفي في بعض الدول بمجرد الأخطار التي تبلغ إلى الجهات الإدارية المختصة قد يحتاج الأمر في الدول الأخرى إلى الحصول على ترخيص سابق.

ب- خطر تداول بعض المطبوعات و المواد الإعلامية التي تصدر في الداخل أو المطبوعات و المواد الإعلامية الأجنبية مثل خطر الكتب أو خطر بث برامج معينة أو أفلام معينة أو حذف أجزاء منها ، أو خطر توزيع المطبوعات الغير لائقة (و ينبغي تحديد المقصود بذلك تماما) أو التي تصف العنف أو تنشر معلومات طبية عن الأدوية أو خطر استيراد نوعيات معينة من الأفلام و المطبوعات و التسجيلات و البرامج التلفزيونية بغرض حماية القيم الثقافية.

ج- إجازة تعطيل بعض المطبوعات: (صحف أو كتب...) أو مصادرتها بدعوى المحافظة على النظام أو الدين أو الآداب.

د- إجازة اندار الصحف أو وقفها أو إلغائها : بالطريق الإداري رغم أن هذا المبدأ أصبح نظاما جمهوريا تماما في كافة الدساتير المتقدمة منذ ما يزيد عن مائة سنة.

3- القيود الاجتماعية و الاقتصادية:

أي العقوبات الخاصة بالظروف الاجتماعية و الاقتصادية للمجتمع الذي تعمل فيه وسائل الاتصال الجماهيري و تؤثر عليها وكذلك الأوضاع الاجتماعية و الاقتصادية المتعلقة بظروف الوسائل نفسها و من ذلك مثلا :

أ - الاحتكارات في مجال الاتصال سواء كانت عامة أو خاصة أو دولية.

ب- عدم كفاية البنى الأساسية للاتصال .

- ج- الاتجاهات، المحظورات الثقافية الراسخة .
- د- أن يكون تقديس السلطة (دينية أو علمانية) دون مناقشة أو معارضة اتجاها غالبا أو مسيطرا.
- هـ- أن تتركز السيطرة على أجهزة الاتصال الجماهيري في يد فئة تتحكم فيها و تتجاهل الفئات الأخرى و تواجه حقها في التعبير عن الرأي باللامبالاة.
- ز- قد يمارس المعلنون سيطرة اقتصادية على وسائل الاتصال الجماهيري نظرا لاعتماد هذه الوسائل خاصة في الدول الرأسمالية على الإعلان كمورد رئيسي لتمويلها.
- و- تقاضي بعض الصحف إعانات سرية من الحكومة، و تكمن خطورة هذه الإعانات في سريتها مما قد يقابله تعمد بعض الصحف تضليل الرأي العام دون كشف حقيقية أمرها.
- *عوائق أمام أجهزة الاتصال الجماهيري أثناء ممارستها للعمل:
- أي المسائل المتغيرة التي تواجه عمل وسائل الاتصال الجماهيري بحرية و أثناء الممارسة العملية ، و قد لا توضع هذه المشاكل في الحسبان إلا أحيانا تطفوا على السطح و فجأة و من هذه المشاكل :
- أ-إصدار تعليمات حكومية عن كيفية معالجة بعض الموضوعات المتصلة بأحداث أو قضايا معينة.
- ب- وضع قائمة ببعض المطبوعات (أو غيرها من المواد الإعلامية) الممنوع تداولها .
- ج- ممارسة بعض أشكال الإرهاب ضد الإعلاميين كالتهديد و العنف و إدراج أسمائهم في القوائم السوداء.
- د- مقاطعة أعمال بعض الإعلاميين أو خطر نصوص كتابات معينة لهم.
- هـ- سياسة وسائل الاتصال نفسها مثل تحديدها للأوقات أو المساحات التي تخصصها للأشكال المختلفة للمضمون (الأخبار - التسلية - التعليم - الثقافة - التنمية - الرياضة...) وسياستها التحريرية و طريقة معالجتها لمضمونها .
- و يترتب على هذا انه يصبح على الوسيلة أن تتخذ قرارات بشأن المبادئ التالية :

- ✓ تعتمد إغفال أو عدم إغفال نشر الأخبار أو المعلومات أو الآراء.
- ✓ النقد و التعريض بالسلوكيات السلبية.
- ✓ حماية سرية مصادر المعلومات.
- ✓ الفصل بين الخبر و التعليق .
- ✓ تحديد المساحة أو الوقت الذي سيخصص للمادة الإعلامية.
- ✓ تحديد نسبة المواد الأجنبية في برامج و سائل الاتصال الالكترونية .
- ✓ التعاريف الفنية للخبر و الاعتبارات التي تحكم ما ينبغي نشره .

إلى جانب هذا كله تواجه الممارسة الصحفية قيودا تتعلق بالصحفي بالإضافة إلى النقص في الأرشيف الصحفي و التوثيق الذي يمكن الصحفي من تقديم مادة إعلامية موثوقة موثقة مما أدى إلى ظهور تعاليق صحفية تغلب عليها السطحية بدون توضيح الحدث الذي تعلق عنه بما في ذلك تكرار مقالات صحفية في عدة طابعات متتالية. و ما يعكس هذا الواقع هو الرقابة التي تمارس على الصحافة، "هكذا عجزت وسائل الإعلام على عكس الواقع الوطني بكل عمقه و تراثه و تنوعه فقد قلصت الطاقات الإخبارية التعبيرية الإقناعية و التأثيرية و بذلك فإن كل من المجادلة، المناظرة و النقد و التفاصيل الإخبارية عبر وسائل الإعلام الجزائرية رغم دخولها في عهد التعددية". (59)

و هذا راجع إلى الضغوطات الممارسة من قبل الدولة و التي تجعله في توتر مستمر فقد قامت بحجز بعض الصحف و التعرض لبعض الصحفيين بالتهديد في الفترة الممتدة من 1988 على 1992 مبررة ذلك من خلال مرجع خلقته يتمثل في المساس بأمن الدولة ، و حتى تستطيع أن تعطي الشرعية لسياستها اتجاه الإعلام. و تجدر الإشارة إلى أن كل الصحف التي تم تعليقها حزبية و يغلب عليها الاتجاه السياسي المعارض، و من جهة أخرى يواجه الصحفيين تهديدات و تجاوزات الجماعات المسلحة التي تقوم بالتصفية الجسدية المباشرة. كل هذه الأوضاع دفعت بالصحفيين إلى تغيير مسارهم المتبع في مرحلة التعددية التعبيرية و اعتمادهم على استراتيجية تبعدهم عن التهديدات من الطرفين و هو ما انعكس على تجنبهم للمواضيع الحساسة و التي تمس بالطرفين .

و على اثر هذا، شهد المجال الإعلامي فوضى عارمة ليس فقط على مستوى الصحفيين بل على مستوى وزارة الإعلام أيضا.فالتقييد الذي فرضته الدولة و انسياق بعض الصحفيين وراءه جعلهم يتخلون عن القيم الحقيقية لمهنتهم الصحفية و بالرغم من تغير السلطة السياسية في الثمانينات إلا أن الخطاب الصحفي ظل كما كان عليه سابقا و الرقابة السلطوية ما زالت تطارده.

و حتى تتمكن الدولة من إحداث توازن للمجتمع و بشكل لا يعرضها للمضايقات من طرف فئات المجتمع الواعية خاصة الصحفيين، قامت بوضع قانون إعلامي يحدد الحرية الصحفية و هذا ما نجده في قانون المطبوعات في المادة 33 التي نصت على أن كل صحفي محترف مستخدم الصحيفة أو دورية حزبية أو تابعة للدولة أو في هيئة وطنية للأبناء المكتوبة و يتخذ من الصحافة مهنة وحيده منتظمة يتلقى مقابلا عليها.

و عليه ، فالصحفي موضوع أمام حواجز مهنية جعلته في نسق مغلق داخل الأطر المحددة من قبل الدولة، أما المواضيع المعالجة فهي معدة في سياق المشاريع الحكومية و وحدة فنتها الحاكمة و منه أصبح الصحفي جهازا مسيرا لا مهنيا مخيرا لا يحاول تطوير كتاباته بقدر حرصه على تفادي مشاكل القذف بالرغم من أن إزالة حاجز الرقابة من شروط فعالية الصحافة.

و لذلك اعتبرت الحرية قاعدة أساسية لممارسة الصحفي مهامه فهي حق طبيعي و قانوني إنساني ينظم الأفراد و يعطيهم فرصة التعبير عن آرائهم و اعتناق أخرى و استنقاء أفكار بأية وسيلة دون تقييد مكاني.

و انطلاقا من هذا التصور الليبرالي ، فانه يمكن القول أن الصحافة الجزائرية بإمكانها أن تتجاوز العوائق سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو حتى العوائق المهنية في حد ذاتها بإعادة تكوين صحفي قائم على أسس علمية بشكل يوصل الصحافة إلى مستوى طموحات هذا المجتمع و يرتقي بها على سلم صحافة المجتمعات المتقدمة ، لأن هذه المجتمعات استطاعت تحقيق حرية الإعلام بالرغم من أنها كانت تخضع لضوابط و محظورات تبدو أنها متجذرة لا يمكن عزلها و لكن من خلال رجال الفكر و العلم حققت الصحافة ذاتها انطلاقا من ذوات واعية لذاتها بأسلوب جعلها تفرغ وجودها على واقع كان يرفضها تماما.

إن الدور الصحفي الحقيقي يكمن في إعلام القارئ بكل خبر يمكن أن تكون فيه مصلحة المجتمع بكل موضوعية و نزاهة و وفق المصالح العليا و العمل على تشكيل رأي عام مبني و مؤطر على خصائص الحضارة و وفق تطلعات المجتمع و معتقداته السلمية و هذا لا يأتي إلا اذا توفرت شريحة صحفية متكونة و وفق متطلبات علمية تمتاز بالروح النقدية العالية لأن الصحفي يعتبر بمثابة الموجه الرئيسي للجماهير و العمود الفقري للهيكل الاجتماعي و هو النافذة التي يمكن من خلالها أن يرى الفرد ما يجري داخل و خارج محيطه . و الصحفي الحقيقي هو الذي يحمل في جعبته منظومة نظرية و معلومات واسع و قدرات ذهنية تمكن من إظهار و كشف و تحليل الصراعات السائدة داخل مجتمعه ، و أن لا يكون منحازا لأي تيار بل عمله هو شرح و تفسير لوجهات النظر وفق نظرة عقلانية و دون الانقياد وراء الأفكار المطروحة سواء على الساحة السياسية أو الثقافية لأنه اذا كان كذلك فلا مجال سيضفي على عمله شي من الذاتية و بالتالي يفقد تحليله و رأيه للغزيلة المعرفية مما يجعله يوسع الهوة بينه و بين قراءه و يفقده للمصداقية.

و لتجنب كل هذا لا بد على الصحفي إحداث قطيعة مع كل الرواسب الجامدة و إعادة تكوين البنية المعرفية انطلاقا من أسس تتماشى و ما هو عليه العالم اليوم، لأن الدول المتطورة حاليا حققت الحرية و التقدم من مبدئين لا ثالث لهما أولها القطيعة مع الماضي و الثاني عن طريق ممارسة مهنية تمكن من الحصول على واقع متطور .

غير أن تجاوز الصحفي الجزائري لجملة القيود و تحقيق طموحاته يتطلب عمل دوري و توضيحات من اجل إيجاد منطقة أو اتحاد مهني يحمي أعضائها و يلزمهم بالتعليق بأخلاقيات المهنة. و على هذا فالمفروض أن يعمل جميع الصحفيين مهما اختلفت المهنة على إنشاء هذه المنظمة لان الحلول الظرفية قد تكون في صالح أشخاص و بنيات محددة بالنسبة للصحافة باعتبارها من الأركان المهمة في التنوع الديمقراطي.

و قد تكون الاستقلالية التي تحدثنا عنها صعبة التطبيق بسبب انعدام الحيادية في تناول المواضيع و بحكم حاجة الصحافة المستمرة إلى الوسائل المادية فالدولة تكون بذلك المصدر الوحيد الذي يوفر لها تلك الحاجيات.

رغم هذا فالجزائر كانت دائما سباقة في بناء صحافة حرة مارست وظائفها بجرأة لكنها اليوم بحاجة إلى جرأة سياسية من أصحاب القرار بوضع قانون يكرس حرية التعبير و كذا

ترشيد الصحافة لخدمة الثقافة و الفكر بهدف تغيير المجتمع نحو الأفضل ومواجهة الإعلام الثقيل والتصدي لهيمنة الدولة التي تتضح جليا من خلال سيطرتها على وكالة الأنباء والتلفزيون و الاداعة و فرضها رقابة مشددة على مصدر الخبر ، و انعدام منظمات قوية لأصحاب المهنة و فضاء حر لمناقشة القضايا الأخلاقية و المهنية و الاجتماعية. هذا الوضع الذي غدته الانقسامات الفكرية و الولاءات السياسية و الدوافع المصلحية و القوى التي تخفيها حرية التعبير التي لا تقبل بوجود هذا الفضاء و لذلك من المنطقي أن تصنف الجزائر في الرتبة 120 من بين 167 دولة تعاني من غياب حرية التعبير في ترتيب " منظمة محققون بلا حدود " غير الحكومية الصادرة في عام 2005 و هو ما يدل على فقدان الجزائر 34 نقطة مقارنة بأول ترتيب أقامته نفس المنظمة سنة 2002 و هي عام بعد عام تتأخر في الترتيب و من غير شك أن مرتبة العام 2006 هي الأخرى في نفس السياق طالما هناك قوانين تجرم الصحفيين بحجة القذف و التشهير فالصحفي و إن انحرف لكن بكتابات أو تمادى في الإساءة لا يمكن أن يعامل معاملة المجرم لان الرأي حتى و إن كان لم يعجب البعض يبقى رأيا إضافة للقائمة السوداء التي تتضمن أزيد من 60 صحيفة تم تعليقها و تمنع من الصدور لعدة تبريرات، فضلا عن سياسة التضييق المتواصل على مصادر الخبر و التوزيع غير المنصف للإشهار ، و الأهم "لمادا تعجز الحكومات المتوالية عن إنجاب قانون للإعلام يكون في مستوى طموحات كل المهتمين بهذا القطاع الاستراتيجي؟ و ما الذي يجعل السلطة تفضل أن تترك قطاع الإعلام برمته بدون وزير؟" (60)

و قد قال الأستاذ " صلاح الدين حافظ " عن واقع الصحافة في الجزائر ما يلي :
 " للأسف الشديد لقد دفعت التجربة الديمقراطية في الجزائر الثمن الفادح ، قبل أن يقوى عودها فاحترق العود ، فقد كانت حرية الصحافة و الرأي العام و التعبير أول من ضاع وسط صخب الصراع و في خضم دموية مرعبة و مهلكة فالصحافة المستقلة في الجزائر لم تعرف كيف تستغل بطريقة جيدة الظروف الجديدة التي عرفها الفضاء السياسي و الفضاء الإعلامي في الجزائر في نهاية الثمانينات من القرن الماضي من جهة و من جهة أخرى سقطت ضحية السلطة التي استغلت الظروف و الفرص لتمر بخطاها و تحقق أهدافها على حساب صحافة حرة مسؤولة و فاعلة ، كما أن الظروف الأمنية لم تكن أبدا في صالح ازدهار حرية الصحافة في الجزائر." (61)

و في الأخير يمكن القول أن القيود التي تعرضت لها الصحافة المكتوبة و الجرائد من ممارسات تعسفية من قبل السلطة و القوانين الزجرية الموضوعة في حق الصحافة تبقى الصحافة المكتوبة في الجزائر تجربة رائدة رغم عمرها القتي ، " فقد عرفت هذه الصحافة خاصة ما يعرف بالصحافة الحرة أو المستقلة رواجاً و انتشاراً " (62) ذلك أنها تجربة تستحق الاهتمام و التشجيع و جميع المراحل التي مرت بها تزيد من فخرها بكونها فريدة في الوطن العربي بالرغم من مشاكلها (الطبع ، التوزيع ، الاحتكار الأشهاري) وقدرتها على كسب تأييد الرأي العام و خدمته بشكل دال على التطور السياسي و الاجتماعي للصحافة و تطوير مهامها بطريقة تعكس جوهر مهامها المنبثق من النظم السياسية و الاجتماعية و كذا الاقتصادية للمجتمع الجزائري.

- مراجع الفصل الثاني

- 1- عادل جربوعة: الحملة الانتخابية لراسيات 2004 في التلفزيون الجزائري . دراسة تحليلية وصفية لنشرة الثامنة. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص الإعلام والمجتمع. إشراف حسين خريف 2006-2007. ص 81.
- 2- نورا لدين تواتي: الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر. الدار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2008. ص 23،25.
3. 4- المرصد الوطني لحقوق الإنسان: التقرير السنوي. المؤسسة الوطنية للاتصال و النشر والإشهار، الجزائر، 1997. ص 14،15 .
- 5- زهير احدان : مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال . ط1، الجزائر، 2002.ص107.
- 6- محمد اللداني: الصافة المستقلة في الجزائر التجربة من الداخل. منشورات الحبر، متيجة للطباعة و النشر، دس. ص26.
- 7- محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها و تطورها. دار الفجر للنشر و التوزيع 2008 . ص213.
- 8- زهير احدان : عالم الاتصال . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1999.ص97.
- 9- أبو القاسم سعد الله: تاريخ الجزائر الثقافي، 1830-1954، دار المغرب الإسلامي ج5 ط1 1995. ص 213.
- 10- نور الدين أم الرتم : واقع الممارسة الصحفية المكتوبة في الجزائر -دراسة ميدانية بمدينة قسنطينة-مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في تنمية و تسيير الموارد البشرية إشراف : سعد بشاينية، 2007/2008 .ص17.
- 11- محمد عبد الحميد : بحوث الصحافة . عالم الكتب ، ط2 ، 1997.ص23.
- 12- عبد العزيز شرف : الجغرافيا الصحافية و تاريخ الصحافة العربية . عالم الكتب ط1،2004.ص23،25.

- 13- مرزوق عبد الحميد العادلي : الإعلانات الصحفية .دراسة في الاستخدامات و الاشباعات. دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2004.ص153
- 14-Depluine jouenne : nouvelles stratégies medias des métiers d'un conseil edie. Paris ,2007.p65
- 15- كرم شلبي : معجم المصطلحات الإعلامية . انجليزي / عربي . دار الشروق دس.ص458.
- 16- عبد العزيز شرف: مرجع سبق ذكره. ص202،203.
- 17- محمد اللمداني : مرجع سبق ذكره .ص15.
- 18- محمد ناصر: الصحف العربية الجزائرية 1847-1954. دار الغرب الإسلامي 2007. ص16.
- 19- مجلة الثقافة : مقال عبد المالك مرتاض. وزارة الإعلام و الثقافة ، العدد39،الجزائر جوان/جويلية 1977.ص66.
- 20- مجلة الثقافة : مقال عبد الرحمن بن العنقود . وزارة الإعلام و الثقافة العدد42،الجزائر،ديسمبر/جانفي 1978.ص50.
- 21- مجلة الثقافة : مقال عبد المالك مرتاض.وزارة الإعلام و الثقافة ، العدد33 ،الجزائر،جوان/جويلية 1976.ص35.
- 22- حوليات جامعة الجزائر. العدد5، ديوان المطبوعات الجامعية، 1991/1990. ص83.
- 23- نوار باهي: أكاديمية المراسل الصحفي المحترف للاداعة و التلفزيون و الصحف. دار الهدى للطباعة و النشر التوزيع، الجزائر. ص10.
- 24- سلسلة الملتقيات : الإعلام و مهامه أثناء الثورة .دراسة و بحوث الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الإعلام المضاد ، مطبعة دار هومة ، الجزائر ، 2005.ص22.
- 25- مجلة الثقافة : مقال صالح بن بوزة . وزارة الإعلام و الثقافة ، العدد 108 ،الجزائر جوان 1995.ص38.

26-Mohamed kirat: The communicator. The portrait of Algeria Journalists and their work office the publications universities .1993.p39.

27- فضيل دليو : الاتصال مفاهيمه - نظرياته- و سائله- دار الفجر للنشر و التوزيع ،2003.ص104.

28- المجلة الجزائرية الثقافية: مقال رضا مالك.وزارة الإعلام و الثقافة، العدد89 الجزائر سبتمبر /أكتوبر، 1985.ص67.

29- المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، ص115.

30- محمد اللمداني : مرجع سبق ذكره . ص22.

31-إسماعيل معراف قالية : الإعلام حقائق و أبعاد . الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية الجزائر، 1999.ص65.

32- المجلة الجزائرية للثقافة :وزارة الإعلام و الثقافة. العدد5، الجزائر، 1991. ص60-65.

33- نور الدين تواتي:مرجع سبق ذكره. ص59

34- نبيل صقر: جرائم الصحافة في التشريع الجزائري. دار الهدى للطباعة و النشر، عين مليلة ، الجزائر، 2007. ص189.

35- شهناز لعيدلي: موضوعية الوظيفة الإخبارية في الصحافة الجزائرية. دراسة تحليلية لجريدتي الخبر و quotidien d'Oran . مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير إشراف صالح بن نوار 2007/2006 . ص189.

36-المستقبل العربي: مجلة فكرية تعنى بقضايا الوحدة العربية و مشكلات المجتمع العربي. مركز دراسات الوحدة العربية، بيت العرب للتوثيق العصري و النظم، المجلد 23 2003/0200. ص55.

37- شهناز لعيدلي : مرجع سبق ذكره . ص132.

- 38- نجوى لطرش : المعالجة الصحفية للحرب الأمريكية البريطانية على العراق في الصحافة الجزائرية - الخبر و الشروق اليومي و النصر- مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام الإسلامي . إشراف عبد الله بوجلال ، قسنطينة ، 2005 / 2006 . ص 18.
- 39- أحلام باي : معوقات حرية الصحافة في الجزائر. دراسة ميدانية بمؤسسة صحفية لمدينة قسنطينة . مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير تخصص وسائل الإعلام و المجتمع إشراف فضيل دليو، قسنطينة، 2006/2007 . ص 17 .
- 40- عادل جربوعة ، مرجع سبق ذكره. ص 83 .
- 41-Fedjkhi Mohamed fawzi : la communication de l'entreprise algérienne. Le cas de la « SONELGAZ » par fodel delliou, 2005/2006. p120.
- 42- مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية: مجلة علمية محكمة. مطبعة القدس ، نصف سنوات جوان 2007 . ص 287.
- 43- نور الدين أم الرتم: مرجع سبق ذكره. ص 136.
- 44- 45 - بشري محمد: ممارسة الصحفيين الجزائريين للمهنة خلال حالة الطوارئ 1992. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، إشراف إعقاب محمد الجزائر 2005 . ص 68 ، 69.
- 46- المرجع نفسه ص 69.
- 47- نور الدين أم الرتم: مرجع سبق ذكره. ص 136.
- 48- نور الدين تواتي: مرجع سبق ذكره. ص 46.
- 49- راسم محمد جمال: الاتصال و الإعلام في الوطن العربي. ط1، بيروت، 1977. ص 52.
- 50- نور الدين أم الرتم: مرجع سبق ذكره. ص 137.
- 51- المرصد الوطني لحقوق الإنسان: مرجع سبق ذكره. ص 63.

- 52- بن عيسى الشيخ : صورة الطبقة السياسية في الصحافة الجزائرية . دراسة صحفية تحليلية - يومية الخبر نموذجا -مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، إشراف إدريس بولكعبيات ، قسنطينة 2006 / 2007 . ص 133.
- 53- يوسف تمار : نظرية agenda setting دراسة نقدية في ضوء الحقائق الاجتماعية و الثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري. أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال إشراف نصر الدين عياضي ، الجزائر ، 2004 / 2005. ص 153.
- 54- المرصد الوطني لحقوق الإنسان: مرجع سبق ذكره. ص 65.
- 55- لعرج سمير : القيم الإخبارية في الصحافة العمومية المكتوبة العربية . دراسة تحليلية لأخبار الداخلية من أكتوبر 1991 إلى 5 فيفري 1992 . بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، إشراف عبد الله بوجلال ، الجزائر، 1995. ص 47.
- 56- بن عيسى الشيخ:مرجع سبق ذكره.ص131.
- 57- بن عيسى الشيخ: مرجع سبق ذكره. ص140،157.
- 58- مجموعة من الاساتذة : إشراف عبد الرحمن عزي : فضاء الإعلام . سلسلة الدراسات الإعلامية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، د س . ص 116.
- 59- مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية: مرجع سبق ذكره.ص 196.
- 60- 61- 62- يوسف تمار، مرجع سبق ذكره. ص 157.

الفصل الثالث: واقع السياحة في الجزائر

أولاً: التسويق السياحي.

ثانياً: قضايا و مقومات السياحة في الجزائر.

ثالثاً : مكانة السياحة في الاقتصاد الوطني الجزائري .

رابعاً: السياسة السياحية في الجزائر.

خامساً: الإصلاحات الحالية و الآفاق المستقبلية للسياحة في الجزائر.

- مراجع الفصل الثالث

أولاً: التسويق السياحي

يمثل التسويق مجالاً أساسياً من مجالات التسيير، حيث اعتبر في بداية ظهور نشاطها تجارياً مقتصرة عملياته على البيع و التوزيع ضمن مجال ضيق ينحصر في السلع المادية أو مل يسمى " تسويق المنتجات". أما اليوم فهو يعكس فلسفة جديدة قائمة على أهمية الطلب و البحث عليه و العمل على تلبيةه بأفضل الطرق و التقنيات التشريعية بدراسة السوق و امتدادا إلى المزيج التسويقي الملائم. و لقد انتشر التسويق في مجالات كثيرة و متنوعة اقتصادية، صناعية ، تجارية و حتى الخدمة منها كخدمة التأمين و البنوك و السياحة و غيرها من الأنشطة والوظائف المتباينة .

و لذلك فكل مؤسسة من هذه المؤسسات سواء كانت إنتاجية أو خدمية تسعى إلى الاستحواذ على نصيب مناسب من السوق بشكل مستمر و متزايد من أجل تلبية ما يريده المستهلك منها في الوقت المناسب و بالشكل الذي يرضيه و في المكان الملائم وبالإمكانات المناسبة و بالسعر المعتدل المناسب لقدرته الشرائية .وأمام هذه الرغبات و الحاجات، تجد المؤسسة نفسها مجبرة على تطوير منتجاتها وذلك بانتهاج سياسات تسويقية فعالة تراعي فيها أهم العناصر المشكلة لها كما يسمى في التسويق "بالمزيج التسويقي".

فالسياسة التسويقية عبارة عن خطة تسويقية متمثلة في "وضع مشروع نتائج ما توصلت إليه دراسة السوق أو كذلك المحاور الإستراتيجية التي تم إقرارها قبل إنشاء المشروع أو المنتج و طرق وأساليب توزيعه" (1). و هي كذلك " القواعد التي تلزم بها الإدارة عند اتخاذ القرارات ". (2) فهي بمثابة مرشد لمتخذي القرار، فعادة ما توضح السياسة الهدف أو الأهداف في المجالات التنظيمية فتقدم إرشادات لاختيار المناهج و السبل المناسبة لبلوغ هذه الأهداف. كما تعمل على التنسيق و التكامل بحيث "تحدد السياسات مجالات التحرك لصناع القرار و المساعدة على جعله منسجما مع الأهداف و مساهما في تحقيقها إلى جانب تهيئة رؤية واضحة و محددة للرؤساء و المسؤولين تجاه رسالة المؤسسة و أهدافها، و من تم تحقيق الانسجام أو التنسيق بين جهود الإدارات و الأقسام و الأفراد. " (3) بالإضافة إلى مساعدة الإدارة العليا (البحوث و تطوير الإنتاج) مع رجال التسويق في مواجهة العديد من التحديات في مجال صياغة و تصميم سياسة المنتجات قصد تحقيق التوافق بين المنتجات و احتياجات

المستهلك، ومن ثم فاعليه المؤسسة في تحقيق أهدافها و هناك عدة أسباب تؤدي إلى استخدام المؤسسات للسياسات التسويقية منها:

* عدم الاعتماد على الاتصالات الشخصية و التركيز على السياسات "(4) أي الاعتماد على الوسائل الرسمية للاتصال.

* الإيمان بأهمية السياسات التسويقية في زيادة المرونة و السرعة.

* الإيمان بضرورة استمرارية السياسات التسويقية. فهي عملية ديناميكية تستمر مع استمرار النشاط التسويقي.

* نجاعة السياسات التسويقية. فالإدارة الناجحة هي الإدارة التي تتخذ السياسات منها لها بحيث تقوم على التخطيط العلمي المنظم و المنهجي و القائم على دراسة علمية لمتطلبات السوق و من ثم الحصول على نتائج تقبل للتجسيد و التعميم في مابعد .

و عليه فالمخطط التسويقي عموما ما يشمل على أربعة عناصر تسمى بـ 4p لتعبر عن: السعر، المنتج، التوزيع، و الترويج.و يعبر المزيج التسويقي عن مفهوم متعارف عليه بين رجال التسويق، و يتمثل أساسا في ذلك الخليط من الأنشطة التسويقية التي يمكن التحكم فيها بواسطة المؤسسة و الموجهة إلى قطاع سوق معين من المستهلكين. و أول من جاء بهذا المفهوم هو الأمريكي Mac carthy الذي اصطلح عليه تسمية 4p les ذلك أن كل عنصر من عناصره تبدأ بحرف p وهي كما سبق ذكرها: المنتج: Product، السعر: price، التوزيع: place، الاتصال: promotion.

و المزيج التسويقي هو الإطار المساعد على بناء طريق و منهج السوق و هو عبارة عن مجموعة من التغيرات القابلة للتحكم فيها، و المعروضة على المستهلك و المؤثرة فيه.ولذلك فهو المتغيرات التسويقية المستخدمة لتحقيق الأهداف التي تشمل: المنتج السعر، التوزيع والاتصال. ففي ظل هذا المفهوم تركز قناعة المؤسسة على مهمة الإنتاج و تطوير و بيع ما يريده المستهلك و بالتالي فمعرفة حاجاته و رغباته أمر ضروري قبل اتخاذ أي قرارا يشمل نشاطاتها الخاصة بمزيج المنتجات و الترويج و التحفيز إلى تشييط

المبيعات. و عليه فان المزيج التسويقي لأية مؤسسة يشمل وضع سياسات محكمة قائمة على أربعة عناصر:

- * سياسة المنتجات: القائمة على إعداد المنتجات، تصميمها، تطويرها، تغليفها و تعليمها.
- * سياسة السعر: القائمة على اختيار طريقة التسعير المناسبة و تحديد أسعار بيعها .
- * سياسة التوزيع: من خلال البحث على منافذ للتوزيع و اختيار أفضل القنوات لتعريف المنتجات.
- * سياسة الترويج (الاتصال): من إعلان، تنشيط مبيعات...

وفي اغلب الحالات، نلاحظ انه يوجد تداخل بين استخدام مصطلح المزيج التسويقي و بين مصطلح المزيج الترويجي .

لذلك فالمزيج الترويجي هو مجموعة الجهود التسويقية القائمة على إمداد المستهلك بمختلف المعلومات الضرورية و اللازمة و الخاصة بسلعة ما ، و إثارة اهتمامه بها و العمل على إقناعه بمقدرتها على إشباع احتياجاته أكثر من غيرها و ذلك بهدف حثه على اقتنائها و الاستمرار في استعمالها . أما عناصر المزيج الترويجي فهي تختلف عن عناصر المزيج التسويقي فهي تشمل: "الإعلان، البيع الشخصي تنشيط المبيعات النشر و العلاقات العامة."

و تعد سياسة الترويج من أهم العناصر المكونة للسياسة التسويقية، و ذلك أن إدراك مضمون السياسة التسويقية يمكن من عملية التحكم في العناصر الترويجية المختلفة كالإعلان العلاقات العامة و غيرها و منه :

- * ضمان زيادة المبيعات من خلال التأثير على المستهلك و جذبه للشراء إلى جانب العمل على تحسين صورة المؤسسة في محيطها.
- * تعريف المستهلكين بوجود المنتجات الخاصة بالمؤسسة .
- * إقناعهم بقدراتها على إشباع الحاجات و الرغبات المختلفة لهم .
- * دفع المستهلكين إلى اتخاذ القرار بالشراء و إعادة الشراء.

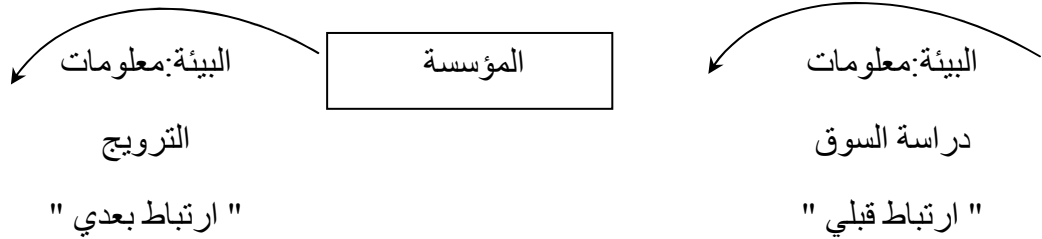
و لقد اهتم رجال التسويق بالترويج كمنشآت تسويقي في بادئ الأمر بتوصيل المعلومات عن السلع و الخدمات المتعلقة بحاجات و رغبات المستهلكين عبر عدة قنوات مدركة لأكبر عدد منهم. فنتيجة للمنافسة و المخاطر التي تفرضها في بنية الأعمال لكل مؤسسة تعمل على تثبيت مكانتها وتعزيز موقفها، تسعى كل مؤسسة من هذه المؤسسات إلى توطيد صلتها ببيئتها قبليا و بعيدا باعتماد آليتين أساسيتين:

* الآلية الأولى: " دراسة السوق" و التي تعد كآلية تمثل أداة اتصالية موظفة في تحصيل المعلومات عن البيئة نحو المؤسسة بهدف تكييف أدائها و تعديله .

* الآلية الثانية: " الترويج" و هو كذلك آلية أو أداة اتصال تسويقي موظفة لنقل المعلومات من المؤسسة قصد إعلام العملاء و تعريفهم و حثهم و تشجيعهم على الشراء.

و الشكل الآتي يوضح الارتباط القبلي و البعدي للمؤسسة:

شكل رقم (01) :الارتباط القبلي و البعدي للمؤسسة ببيئتها.(5)



من خلال هذا يتضح أن الترويج عملية تتمثل مراحلها في الخطوات التالية:

* الاتصال المبدئي مع العميل أو العميل المحتمل.

* إثارة العميل بالسلعة أو الخدمة.

* تهيئة العميل لتفضيل السلعة أو العلامة.

* حل مشكلة شرائية للعميل بالسلعة أو الخدمة المعنية.

* الحصول على أمر الشراء.

* ضمان استمرار تعامل العميل مع المؤسسة .

وذلك انطلاقا من أن المؤسسة الاقتصادية ذات التوجه التسويقي تأكدت من أن بحث احتياجات ورغبات الجمهور و العميل و العمل على تلبيتها و إشباعها لا يمكنها من تحقيق أهدافها دون إتمام الإجراءات بالاتصال التسويقي الهادفة إلى الحث و التحفيز و الترويج باعتماد خليط من أدوات الاتصال بالعملاء التي تهدف إلى إشباع رغبات المستهلكين أو لا و إلى تثقيفهم ثانيا و ذلك " بإيصال المعلومات عن السلع و الخدمات التي تشبع رغبات و حاجات المستهلكين ".(6) و في المجالات التي تعطي مؤسساتها سياسة الترويج أو الاتصال هذه أهمية كبيرة و تمدها بوسائل العون من خلال المعلومات و الدراسات المساعدة على تحديد متطلبات مستهلكيها خاصة مع تعدي اهتمام التسويق للمنتجات المادية، و شموله أيضا مجال الخدمة الذي فرضه تطور القطاع الاقتصادي و أصبحت تلك الأخيرة تتطلب " أسلوب التخطيط التسويقي المتكامل".(7) و الذي كان مدعاة للأخذ به في هذا النوع من المؤسسات الخدمية التي تعنى بالنشاط غير المادي الخاص بتقديم الخدمات التي يحتاجها المجتمع الذي توجد فيه والتي تهدف من خلال هذه السياسة الاقتصادية التسويقية بصفة عامة إلى تحريك سلوك المستهلك كسواء سلعة أو طلب خدمة أو الحصول على استجابة معينة منه.

و من هذه الخدمات التي أصبحت من ضروريات الاقتصاد الحالي "الخدمة السياحية" و التي تشترك مع غيرها من المنتجات في كونها مزيجا من الخدمات المتكاملة التي تحتاج إلى سياسة واتصال تسويقي باستخدام و سائل و أدوات مقبولة و مرغوبة من قبل مستهلكيها و مستهدفيها قصد إيصال عدد من الأمور منها المنافع و الفوائد الموجودة فعلا في هذا المنتج السياحي و أسعارها الممكن قبولها و بما يعزز صورته الذهنية لديهم و يعكس كافة النشاطات التسويقية لمختلف عناصر المزيج التسويقي السياحي خاصة ما تعلق منها بنقل رغبات جهات الموضوع السياحي أو التعبير من جهة أخرى عن جملة الظروف الطبيعية،المناخية، البيئية الحضارية والدينية و الاجتماعية و غيرها من المعلومات السياحية إلى الخدمات و التسهيلات السياحية من مرافق عامة و كل ما يعتمد عليه البلد السياحي في إثارة الطلب السياحي الداخلي و الخارجي .

لذلك فإن أية سياسة اتصالية تسويقية سياحية لا بد أن تدرك أهمية المنتج السياحي والمحافظة عليه و تطويره و بعثة باعتماد سياسة اتصالية كعملية هادفة إلى نقل و تبادل كل

المعلومات والأفكار عن جملة الحقائق السياحية بين طرفي عملية الاتصال بما يخلق استجابة لأهداف المؤسسة السياحية باعتماد وسائل اتصالية و إعلام متخصص يعبر عن " كافة أوجه النشاطات الاتصالية المخططة والمستمرة التي يمارسها إعلاميون بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق و الأفكار والموضوعات والمشكلات و مجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية و بدون تحريف و بكافة الأساليب الفنية و للإقناع و التأثير من أجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية و من أجل جذب أكبر عدد من الأفراد للإقامة بعيدا عن موطن إقامتهم سواء داخل البلاد أو خارجها من ناحية أخرى ."(8) و انطلاقا من أن قنوات الإعلام السياحي خاصة الجماهيرية منها شكلت و لا تزال تشكل مرتكزا استراتيجيا للقطاع السياحي ، فالسياحة بكل أنواعها لا تستغني عن التسويق و سياسة الاتصال (الترويج) و تعمل على زيادة وسائلها التي تدل على مؤشر زيادة حركتها داخليا و خارجيا و بما يعزز الصورة السياحية من خلال الدعائم التي تقوم عليها وسائل الاتصال الجماهيري والمعتمدة على عامل الرضا النفسي و المتعة التي يريدها و يتوقعها المستهلك من عملية التسويق و منه تحقيق رغباته و تحفيز دوافعه الشرائية التي تعتبر من محددات النمو السياحي .لان هذا النمو لا يتأتى إلا وفق تخطيط لبرنامج إعلامي سياحي محكم تراعى فيه كافة الأنشطة الاتصالية و الأساليب الإقناعية عن طريق جهاز إعلامي قائم على أسس علمية سليمة قادرة على متابعة تطور السياحة و قضاياها ومشكلاتها من خلال التركيز على التعريف بمقومات البلد السياحي و مغرباته بما يحقق اقتناع لدى السائح حول مختلف القضايا السياحية المحلية و الخارجية و ذلك من خلال الأخذ بعين الاعتبار العوامل المؤثرة في الحوافز الشخصية للجمهور سواء المتعلقة منها بجذب للانتباه من خلال توفير عوامل جذب الأشياء المختلفة من تصميم محكم للرسالة و إرسالها بطريقة تجذب الانتباه ،مع الأخذ بعين الاعتبار أيضا عنصر الوقت و العناوين و الكلمات و غيرها من عوامل الإخراج الجاذبة للانتباه إلا جانب عوامل إثارة الاهتمام و الخاصة بكل ما من شأنه إثارة احتياجات السياح و دوافعهم الثقافية التعليمية ،الدينية أو الراحة و الاستجمام و الترفيه و الصحة و الاقتصاد إلى جانب دوافع المخاطرة و المغامرة و الاستكشاف ،ذلك أن السائح هو مستهلك الخدمة السياحية ، و هو محور اهتمام برامجها و التي تغطيها الحملات الترويجية بشكل مستمر خاصة عن طريق الإعلام بالنظر إلى تأثيره الكبير عليهم و قدرته على جذبهم نحو تلك البرامج السياحية . ومنه،فان أي نشاط تسويقي سياحي لا بد أن ينتهج أسلوبا و منهاجا يعتمد على حسن اختيار إستراتيجية إعلامية و اتصالية تكون متناسبة في نفس الوقت مع هذا الجمهور و بما ينمي ثقته و استمرار تعامله

معها ، لذلك يلجأ رجال الإعلام إلى اعتماد أساليب و وسائل اتصالية للوصول إلى الجمهور السياحي و بشكل يترجم عملية البيع القائمة بين بائع الخدمة السياحية ومشتريها و لكن باعتماد أشكال اتصالية متعددة تشمل الإعلان الدعاية العلاقات العامة و كذا الإعلام ، هذا الأخير الذي ينبغي أن ينسجم مع النشاط التسويقي في حد ذاته وشاملا لكل أوجه انطلاقا من توافر المعلومات الكافية عن الأهداف السياحية ، الاستراتيجيات المنافسة لها ، سوق مستهلكيها إلى سياسات تنشيطها و عناصر المزيج التنشيطي الخاصة بها، مع ضرورة التنسيق بين الأهداف المسطرة و وسائل تنشيطها و ميزانية تنفيذها إلى جانب اعتماد خطة للوسيلة الاتصالية المستخدمة . و منه فان أي جهاز إعلامي مهما كانت طبيعته ، فهو يهدف إلى التأثير على اكبر عدد ممكن من الجماهير السياحية من خلال حسن اختيار الوسيلة الأكثر تأثيرا فيهم. فقد يستخدم لأجل ذلك :

و وسائل اتصالية غير لفظية و هي الأكثر اعتمادا في النشاط السياحي للعلاقات العامة كتعبير الوجه و حركات الجسم و الصور و الرسوم.

و وسائل الاتصال بالفعل كالهدايا ، الاستضافات ، البعثات السياحية ، المسابقات.

و وسائل الاتصال السياحي التفاعلي كالبريد الالكتروني و الاتصال عبر شبكة الانترنت و المواقع الالكترونية و التليفون و التيلكس .

"ووسائل الاتصال الشخصي التي قد تشمل التقارير، لوحات الإعلانات"(9). إلى جانب اعتماد وسائل شخصية كالأجتماعات و المقابلات، و أخرى جمعية تخص المعارض السياحية و المؤتمرات والأسواق التجارية و المهرجانات و الملصقات.

أما وسائل الاتصال الجماهيري الخاصة بالمجال السياحي فاهم ما يمكن أن تشملها "الصحافة المكتوبة" التي تعتبر من انسب الوسائل و أنجحها في التأثير على كافة شرائح المجتمع الذين يؤمنون بقدرتها الإعلامية على التغطية المستمرة لقضايا المجتمع اليومية. و من الوسائل الفعالة في نشر الإعلانات عن المناطق السياحية نتيجة الإخراج الفني الجيد باعتماد الألوان و الأشكال والصور و كل مامن شأنه جذب انتباه القارئ للمواضيع السياحية بصفة خاصة.

إلى جانب اعتماد وسائل أخرى كالتلفزيون و الاداعة السينما و المجالات و الملصقات وأساليب الاتصال المختلفة المتمثلة في كل من العلاقات العامة و ترقية المبيعات و البيع الشخصي والتي لا تقل أهمية عن الصحافة المكتوبة في المجال السياحي إلا أن طبيعة الموضوع اقتضت التطرق أكثر للصحافة المكتوبة انطلاقا من أهدافه المسطرة مسبقا و التي تدع إلى معرفة قدرتها كوسيلة اتصال جماهيري و دورها في ترجمة واقع السياحة و قضاياها في الجزائر و هو ما سنتطرق إليه في فصل الدراسة التحليلية.

ثانيا : قضايا و مقومات السياحة في الجزائر

تعد الجزائر من دول مناطق البحر الأبيض المتوسط التي تتوسط العالم و تربط بين قاراته، وتتوفر على سلاسل جبلية قديمة و حديثة التكوين، و سهول ساحلية شمالية و جنوبية ذات المناخ المتوسطي و الغطاء النباتي المتنوع و الكثافة السكانية التي يكاد يتشابه سكانها من حيث التوزيع والاشتراك في الحضارة.

و الجزائر اكتسبت بحق المميزات العامة لهذه المنطقة و التي جعلتها تشتهر في كثير من القواسم مع نفس بقية دولها إلا أن هذا التشابه المسجل بينها في العديد من النقاط خاصة في " الحضارة الرومانية و الحضارة العربية الإسلامية و الغربية ". (10) لا ينفي تباينها معهم في خصائص أخرى كالدين و الثقافة و التقدم العلمي و التكنولوجي و غيرها من العوامل التي تجعل منها قطبا سياحيا مختلفا عن بقية الدول الأخرى خاصة و أنها ذات حضارة عريقة تحاول الآن إعادة إحيائها من خلال بعث تراثها التاريخي و الثقافي المتنوع و الممتد عبر العصور و الأزمنة التاريخية.

و الجزائر تتمتع بمقومات سياحية متنوعة و إمكانات تساعد على بعث النشاط الاستثماري فيها بما يحقق لها صناعة متطورة في حدود ما تتوفر عليه من إمكانات طبيعية و تاريخية و ثقافية " و هو ما تعمل الجهات المسؤولة الآن على تحقيقه في إطار تطوير منتجات سياحية جديدة مثل السياحة الثقافية و رصد المواقع الأثرية خاصة الرومانية ". (11)

إلى جانب قدراتها الهامة فيما يتعلق بالسياحة الصحراوية و الشاطئية و سياحة الصيد و سياحة الأعمال و السياحة و الدينية و صناعات تقليدية تعطي دفعا قويا لقطاع السياحة في

البلاد و نتيجة لتنوع الإرث السياحي للجزائر و الذي لا يمكن حصره نبرز أهم المقومات السياحية للبلاد فيما يلي:

2-1- المقومات الطبيعية:

و تتمثل في كل ما تملكه الدولة من عناصر طبيعية تشتمل على الموقع الجغرافي المناخ التضاريس، البيئة الصحراوية، الشواطئ... و التي تشكل في مجملها عوامل جذب للسياح و في إطار هذا تحدد المقومات الطبيعية للجزائر فيما يلي:

*الموقع الجغرافي:

الجزائر هي إحدى دول شمال إفريقيا العربية، و تقع بين المغرب و تونس عند تقاطع خط العرض 25 درجة شمالا و خط الطول 3 درجات شرقا و تمتد شواطئها 1200 كلم شمالا على البحر الأبيض المتوسط و لها حدود برية مشتركة مع كل من ليبيا و تونس شرقا و مع المغرب غربا و من الجنوب حدودها المشتركة مع كل من موريتانيا و مالي و النيجر .

و "تبلغ مساحة الجزائر 2381741 كلم 2، و هي ثاني أكبر بلد إفريقي من حيث المساحة بعد السودان". (12) و تتكون الأرض الجزائرية من سهول ساحلية على امتداد البحر الأبيض المتوسط و سلاسل جبال الأطلس التلي و الصحراوي و جبال القبائل و الأوراس و أولاد نايل و ميزاب و أما بقية الأرض فهي صحراء شاسعة تستوفي معظم سطحها. و من أهم آثار هذا الموقع الاستراتيجي من الناحية الطبيعية خاصة الجانب المناخي و الجانب البشري حيث كان منفذا لشعوب أصلية ذات ثقافات و عادات مختلفة .

*المواقع السياحية في الجزائر :

-**المناطق الساحلية** : تتوفر الجزائر على مناظر طبيعية متنوعة و شواطئ تمتد من الشرق إلى الغرب على مسافة تصل إلى حوالي 120 كلم . و هي تستقطب الملايين من السياح الجزائريين والأجانب في فصل الصيف و ذلك نتيجة كونها تتوفر على عوامل الراحة التي وفرتها الجزائر سواء الطبيعية أو البشرية .

-**المناطق الجبلية** : فموقع الجزائر سمح لها باحتواء كل من سلسلتي الأطلس التلي و الصحراوي بمناظر طبيعية خلابة خصوصا في فصل الربيع و الصيف و اللذين يتوافد

لرؤيتهما عدد كبير من السياح لتحقيق الراحة و الاستجمام. أما في فصل الشتاء فتكسى الجبال بالثلوج بما يسمح لزوارها من ممارسة الرياضات الشتوية. إلى جانب هذا تتوفر على جبال يصل ارتفاعها إلى 2300 م و التي تمتد من الجبال المغربية إلى غاية الغرب و الشرق الجزائري.

- **المناطق الجنوبية :** يعتبر الجنوب الجزائري من الأماكن المفضلة لدى السياح الجزائريين والأجانب لما يتوفر عليه من مناظر طبيعية خلابة كالكتبان الرملية و جبال الطاسيلي والاهقار بالإضافة إلى الواحات التي تشكل لدى السائح المنظر المفضل الذي لا ينبغي إضاعته إلى جانب أرضه التي تتألف من 3 مناطق تشمل الصحراء ، النل و النجد. و الحديث عن المناطق الجنوبية الجزائرية يعني الحديث عن الصحراء التي تتيح زيارتها فرصة التعرف على كتبانها ونباتاتها فهي بحق من أكبر و أروع الصحاري العالمية ذات الإرث و الشواهد التاريخية المحفوظة والتي تعكس الحقب الزمنية التي تعاقبت عليها خاصة المتعلقة منها بالغابات المتحجرة و الكتابات البربرية التي اعتمدت في فترات زمنية سابقة وسيلة اتصالية بين القبائل التجارية. " و تقدر مساحة الصحراء الجزائري التي تعتبر في مجملها سياحية 2000.000 كلم² و هي مساحة مستوية السطح و قليلة الارتفاع. و الصحراء عبارة عن هضبة واسعة تشاهد فيها كتبان الرمل المتموجة ، غير أنها كتبان ساكنة، أما منخفضات هذه الصحراء فتحوي على واحات جميلة أشهرها الزيبان، وادي ريغ، و سوف ، ورقلة و بوسعادة ، و ميزاب و الاغواط". (13)

" و الصحراء الجزائرية تقدم واحد من المشاهد الجماهيرية العالمية ". (14) " و التي تجعل من الجزائر ثاني أكبر بلد إفريقي قاريا و الحادي عشر بلد في العالم الأكثر مساحة للجذب السياحي ". (15) و المناطق الجنوبية الجزائرية تزخر بإمكانات سياحية هائلة و تنتوع باتساع رقعتها الجغرافية مما جعلها مقصدا للسياح خاصة الأوروبيين . و ثراؤها هذا يربطها ببعيد إفريقي و بربري و عربي و إسلامي من جهة العمران و المعتقدات و الفنون الشعبية و النشاط التجاري و الاقتصادي. فهذا الموروث الحضاري متعدد الأنواع فتح المجال لعرض المنتج السياحي الثري (سياحة ترفيهية، سياحة بيئية، سياحة ثقافية) .

***المناخ:**

باعتبار الجزائر بين البحر الأبيض المتوسط و الصحراء أو بين مركز تبخر و مركز حرارة، فان مؤثرات مناخية متعارضة تؤلف أخلطا شتى تتفاوت تبعا للارتفاع والانخفاض و تبعا للاتجاه ، و من ثم غلبت على المناطق المتجاورة طبائع جد متباينة فلم تجعل للقطر الجزائري مناخا واحد و إنما قسمته طائفة مختلفة من الأقاليم المناخية . فنجد المناخ بأنه حار و جاف صيفا و ماطر معتدل شتاء مع اعتدال الحرارة صيفا فوق المرتفعات و تساقط الثلوج عليها، أما في المناطق الداخلية فيسودها المناخ القاري، أما في الجنوب فيسوده المناخ الصحراوي. و لهذا نلاحظ بروز 3 مناطق مناخية كبرى هي:

- **منطقة مناخية معتدلة رطبة :** و تشمل الساحل الجزائري و جبال الأطلس التلي و أعالي الأطلس الصحراوي تميزها مغيائية معتبرة و فرق حراري ضئيل بين الليل و النهار .

- **منطقة مناخية شبه قاحلة :** و تشمل منطقة الهضاب العليا ، تميزها مغيائية ضعيفة و تغيرات معتبرة في الحرارة .

- **منطقة جافة :** و تشمل صحراء الجزائر و تميزها مغيائية ضعيفة جدا ، حرارة مرتفعة نهارا و منخفضة ليلا". (16)

و لهذا قسمت الجزائر إلى مجموعات مناخية مختلفة شملت :

- **تل وهران:** الذي لا يعفى من الجفاف إلا بواسطة الهوا طل الخفيفة و يتمتع بدرجات حرارة شتوية لطيفة لكنه يتكبد ذلك بالصيف.

- **تل الجزائر و قسنطينة :** و هما مرويان جدا و لهما قدرة توزيع مياه السيلان و المياه النهرية على المنخفضات المجاورة ذات المغيائية الضعيفة ، جبالها محفوظة بالكفاية بالثلج و درجات الحرارة تبقى ملطفة نسبيا.

- **سهول قسنطينة العليا :** " ذات المغيائية الكافية للزراعات اليابسة على التمام تستفيد فيما حولها من جبال مروية جدا و من معدل الثلوج الهامة في كثير من الأحيان ، لكنها تتحمل عدم انتظام موسمي و على ممر السنوات محسوس للهواطل و لدرجات الحرارة المنخفضة جدا شتاء على العموم". (17)

- السهول العليا الجزائرية الوهرانية : هما يتحملان تأثيرات مغيائية غير كافية و غير منتظمة مع درجات حرارية شتوية غير منتظمة بشكل يجعلها منطقة سهبية غير صالحة للزراعة اليابسة .

- الصحراء :إلى جانب جفافها فهي تتكبد تناقضات حرارية هامة لاتسمح بالزراعة إلا بعد السقي .

* الغطاء النباتي:

"تغطي الغابات مساحة 4.1 مليون هكتار أي 1.7 % من المساحة الإجمالية، وهذه النسبة ما زالت ضعيفة، و الغطاء النباتي غير كاف لضمان التوازن الطبيعي و المناخي في شمال الجزائر". (18) والغطاء النباتي يتدرج من الشمال نحو الجنوب في شكل نطاقات متطابقة مع تدرج سقوط الأمطار و الجدول الآتي يوضح مكونات الغطاء النباتي في الجزائر.

جدول رقم (03): مكونات الغطاء النباتي في الجزائر. (19)

النسبة من مجموع مساحات الغابات	المساحة بالهكتار	النباتات
35.4 %	800.000	الصنوبر الحلبي
20.5 %	463.000	أشجار الفلين
15.7 %	354.000	أشجار البلوط الأخضر
9.6 %	217.000	أشجار العرعار
18.8 %	426.000	نباتات أخرى

المصدر: كتاب علوم الطبيعة و الحياة من السنة 3 من التعليم المتوسط.

و يتوزع الغطاء النباتي في شكل أقاليم تتمثل في:

- إقليم البحر الأبيض المتوسط: و يتميز بتنوع غطائه النباتي المتمركز خاصة في السلاسل الساحلية للشرق الجزائري (القبائل، بجاية، جيجل، القل، القالة)، و الذي يحوي غابات كثيفة

يزيد معدل التساقط فيها عن 2000 ملم سنويا، و أهم نباتاته: الصنوبر الحلبي، الفلين الأرزو العرعار.

- إقليم السهوب: و هو يتوسط الإقليم التلي و الصحراوي بغطاء نباتي قليل الكثافة، نظرا لفقرة التربة و قلة الأمطار، و أهم نباتاته: الحلفاء و الشيح.

- الإقليم الصحراوي: هو يتميز بأوديته الجافة ذات المخزون المائي الرطب.

* الموارد الطبيعية:

إن الجزائر تتوفر على جملة من الموارد و الإمكانيات التي أتاحت بحق فرصة للاستقرار و التنمية الوطنية للبلاد. و تتلخص هذه الموارد و الإمكانيات في:

- الإمكانيات الزراعية: حيث بلغت مساحة الأراضي الصالحة للزراعة سنة 1998: 8.215.730 هكتار أي نسبة 3.4 % من مجموع المساحة الإجمالية و 7.5 منها فقط قابل للحرث، أما تربة الجزائر فهي متفاوتة من حيث كونها خصبة و غنية في السهول الساحلية و أقل خصوبة و هشاشة بالاتجاه نحو الجنوب، و هذا له علاقة بالأمطار اذ أن الجزائر تتلقى سنويا ما يقارب 14 مليار مكعبا من الأمطار الغير منتظمة السقوط سواء من حيث كمية السقوط أو عدد أيام تساقطها.

- الإمكانيات الصناعية: كالبتروال الذي يتواجد في حوض حاسي مسعود و حوض عين أميناس، و يقدر احتياطي الجزائر منه 2 مليار طن، و لقد أنتجت الجزائر حوالي 66.7 مليون طن من البترول خلال سنة 2002 لتحتل بذلك المرتبة 17 عالميا و السادسة 6 عربيا. أما الغاز الطبيعي فيقدر الاحتياطي منه حوالي 3650 مليار متر مكعب ليكون ترتيب الجزائر من بين الدول العشر الأولى في العالم، و تتواجد حقوله خاصة في حاسي الرمل و عين أميناس. إلى جانب الفحم و الطاقة الكهربائية و المعادن.

- الحمامات الطبيعية: تتوفر الجزائر على ينابيع عادة ما تكون حارة منبعها باطن الأرض و مكونه من معادن مشفية للأمراض " و قد ظهرت مثل هذه الينابيع في الجزائر منذ زمن غابر و كانت تشكل أندية الحياة الرومانية، فكل مدينة كانت تشمل على حمام أو أكثر، و قد كانت الحمامات بداية نشأتها مخصصة للطبقات الوسطى لكن الحمامات ما لبثت و أن حضيت

بتردد الشخصيات عليها، فأصبحت منتديات للاستجمام و الراحة و ذلك بعد ما بنيت حولها المساكن". (20)

- الحواظر الطبيعية: من أهم هذه الحواظر نجد:

❖ الحظيرة الوطنية للأهقار: وهي نموذج سياحي متميز بتمنراست، ذو أبعاد تزخر بشواهد طبيعية حية تعبر عن أسرار الوجود الإنساني و الحيواني و النباتي بها و التي قد يعود البعض منها إلى ما قبل 12 ألف سنة. و لقد تحول هذا الفضاء الطبيعي إلى أكبر المتاحف المفتوحة على الطبيعة على مساحة تقدر بـ 500 ألف كلم مربع و من الخصائص الطبيعية لهذه الحظيرة سلسلة الجبال الشاهقة الارتفاع و المحملة بالرمال الممتدة في أشكال غريبة و احتواء صخورها على بقايا حيوانية منذ العصور الجيولوجية القديمة، إلى جانب أشجارها الضخمة المتحجرة في شكل غابة استوائية و صحراء قاحلة بالإضافة إلى احتوائها على أكثر من 350 نوع من النباتات التي لا زال العديد منها يستعمل لدواعي العلاج و الصناعات التقليدية و بناء على المساكن بالأهقار، كما أن الدلائل أثبتت وجود مصادر للمياه التي تعتبر قليلة مقارنة بمساحتها الإجمالية في شكل آبار و برك مائية إلى جانب احتواء الحظيرة أيضا على مناجم و بقايا القبور و نقوش و رسومات صخرية مختلفة.

❖ الحظيرة الوطنية للقالبة: و تمتد على 78000 هكتار، شمال الجزائر و بها شواطئ و 3 محميات كل منها يحتوي على 50 نوعا من الطيور و حيوانات أخرى.

❖ حظيرة جرجرة: و تقدر مساحتها بـ 518 هكتار، و تبعد عن الجزائر العاصمة بـ 50 كم وهي كثيفة الثلوج لمدة 3 أشهر (ديسمبر، جانفي، فيفري).

❖ حظيرة الطاسيلي: و بها نقوش و رسومات صخرية مصنفة كتراث عالمي.

إلى جانب حظيرة بلزمت (600 هكتار)، و باتنة و تازا (300 هكتار)، و جيجل و قورارة (100 هكتار).

❖ رياض الفتح: و التي تتكون من عدة مناطق أهمها مقام الشهيد و غابة الأركاد.

❖ حديقة التسلية و الترفيه بين عكنون: و مساحتها 504 هكتار، تشمل منطقة نباتية و حيوانية.

❖ حديقة التسلية بينام: الواقعة شمال غرب الجزائر العاصمة، و مساحتها 500 هكتار و بها نشاطات رياضية متعددة.

2-2- المقومات التاريخية و الحضارية:

إن المقومات التاريخية و الحضارية لأي بلد "تقاس بمدى حضارة هذا البلد على مرور الزمان و بقدر ما يملكه البلد من آثار. و هذه الحضارة و ما تبقى منها من دور العبادة و القصور و المباني التذكارية و الثروات الحضارية، و تنجذب هذه المناطق بآثارها طبقات و فئات معينة، لأن المعرفة والرغبة هما المحور الأساسي في تنقل و سفر هؤلاء السائحين الذين يتجهون إلى المتاحف و القصور و المساجد و المكتبات الأثرية." (21)

و عليه، فإن الجزائر حضارة ممتدة عبر مختلف العصور، اد أن آثار النشاط الإنساني فيها يعود إلى نحو 7000 عام قبل الميلاد و ذلك على إثر العثور على بعض البقايا و الآثار. و سجل التاريخ أن الجزائر ذات احتكاكات بكثير من الحضارات كالحضارة الفينيقية و التي تعامل معها الامازيغيون، فخضعت لحكم قرطاج في القرن 7 قبل الميلاد، ثم احتلالها من طرف الرومان سنة 42 قبل الميلاد ليبدأ عصرها الإسلامي عام 682م و التي خضعت على إثره لحكم الفاطميين، و بني عبد الواد، و الحفصيين، لتخضع بعدها لحكم العثمانيين و احتلال الفرنسيين لها عام 1830 أين توالى مقاومتها الشعبية الثورية التي فجرت ثورة الجزائر التحريرية 5 جويلية 1962 بشكل يساعدها على الانضمام لكل من جامعة الدول العربية و منظمة الأمم المتحدة.

و المنتبغ لتاريخ الجزائر، يجد أن ثقافتها ذات أبعاد عربية، إسلامية، أمازيغية متوسطة، أفريقية و عالمية، بما يضفي عليها تنوعا ثقافيا و حضاريا في إطار وطني بشكل جعلها "تحتوي على مجموعة من الآثار القديمة و المعالم الأثرية التي يرجع تاريخها إلى مختلف العصور." (22)

و تاريخ الجزائر يبدأ ببداية الحضارة الإنسانية التي يرجع أصلها إلى قوطبال بن نوح عليه السلام، إلى جانب الحضارة الرومانية و التي ترتب وراءها بقايا أثرية كشرشال، تيبازة و تيمقاد، إلى جانب الحضارة الإسلامية المشيدة في مساجد تلمسان و الجزائر العاصمة. و عراقة المجتمع الجزائري التي تعود إلى 25 قرن ماضية لا تمنع من تعريفه بهوية ثقافية في شكل جديد العهد تاريخيا. "فعندما وقعت الجزائر تحت وطأة الاستعمار و كانت تتميز بتنوع كبير في المجموعات العرقية و اللغوية و كانت البنية القبلية بداخلها نشطة و قوية و الدولة التي كانت تحكم في هذا الحقل الاجتماعي الواسع بواسطة مكوناتها الإنسانية و نمط نظامها هي

الإمبراطورية العثمانية التي اكتسبت شرعيتها من ميزات الإسلام (23)، لكن خلال ثلاث قرون من تواجدها لم يتغير كثير في المجتمع الجزائري بالرغم من النماذج الغربية المدعومة للوجود الفرنسي بها، وهذا ما نجد صورته منعكسة في ولايات الجزائر المتعددة، فالجزائر تتكون من 48 ولاية، تتميز كل واحدة منها عن الأخرى بطابع خاص يساهم بشكل أو بآخر في تنمية و ترقية النشاطات السياحية و تحسين نوعية خدماتها بما يخدم صورة الجزائر داخل الوطن و خارجه من جهة و يعيد إحياء تراثها الوطني و الثقافي من جهة أخرى. و من بين أهم هذه الولايات نجد:

✓ الجزائر العاصمة: و هي عاصمة الدولة الجزائرية، تم تأسيسها على يد الفينيقيين و ذلك في القرن الثالث قبل الميلاد "حكما الرومان و أسموها أيكوزيوم، و بعد سقوط الإمبراطورية الرومانية وفد إليها كثيرون من العرب الذين خرجوا هروبا من الأندلس بعد زوال الحكم العربي عنها عام 1492. و استولى العثمانيون عليها بقيادة خير الدين بربروسا عام 1511. و في القرن الثامن عشر استقل داي الجزائر بها عن تركيا إلى أن احتلها الفرنسيون عام 1830 لتخرجهم منها ثورة الجزائر عام 1962". (24) و تتميز هذه المدينة بقسمها الإسلامي القديم و الأوروبي الحديث، اذ يمثل القسم القديم منها ما يسمى "بالقصة" ذات الشوارع الضيقة و المساجد العتيقة المتعددة و قلعتها المبنية في القرن 16 عشر. و القصة من المعالم التاريخية و المعمارية الهامة و التي سجلت من قبل اليونسكو كتراث عالمي سنة 1992. و التي من معالمها الحدائق، المرصد الفلكي، المتحف الوطني، دار الكتب الوطنية، جامعة الجزائر. إلى جانب الكثير من القصور و المنازل الفاخرة ذات العمارة العربية الإسلامية و التي من مساجدها المسجد الكبير و مسجد كنتشاوة. إلى جانب معالم أثرية أخرى كرياض الفتح المجمع التجاري الثقافي المكون من أسواق حديثة و مطاعم و قاعات سينمائية و متحف المجاهدين الذي يعكس مراحل تاريخ الجزائر و الذي يضم قرية لأرباب الصناعات و الحرف الشعبية التقليدية إلى جانب احتوائه لمساحات خضراء خلابة، إضافة إلى نصب الشهيد الذي يتخذ شكل نخلة طولها 92 مترا و حولها ثلاث شعب من البازلت التي ترمز إلى النهضة الجزائرية في المجالات الزراعية، الصناعية و الثقافية.

و مدينة الجزائر من أجمل المدن الساحلية للبحر الأبيض المتوسط الجنوبي و التي يسكنها حوالي 5 مليون نسمة يتوزعون و يتمركزون في شاطئ المتوسط في منتصف الطريق الساحلي الرابط لتونس شرقا بالمغرب، و هي ذات مباني منتشرة على مجموعة تلال مطلّة

على البحر وعلى منحدرات و سفوح تحتها غابات للنخيل و الزيتون و البرتقال. من أهم شواطئها شاطئ سيدي فرج المجمع السياحي القيم الزاخر بالمرافق السياحية و الفنادق و المطاعم و أماكن الترفيهية.

✓ الاهقار و الطاسيلي: و هي من أبرز المناطق التي تحمل مقومات الجذب السياحي الجنوبي و تعتبران بمثابة متحفين طبيعيين مصنفان من قبل اليونسكو في قائمة التراث العالمي، و يتميز الاهقار بقممه المرتفعة التي تصل إلى حوالي 3000 متر و هي مقصد رئيسي للسياح الباحثين عن المتعة و المغامرة بين الممرات الصخرية الملساء و النقوش و الرسوم الأثرية التي ترك بصمتها الإنسان قبل حوالي 5000 سنة. إلى جانب احتفالها بالمهرجان السنوي كظاهرة سياحية و تقليد يبرز التراث و الحضارة الصحراوية من خلال نشاطات ثقافية و فنية تعكس الفولكلور الصحراوي واستعراضات الإبل، إلى جانب احتواء هذه المنطقة على الأسيكرام الممر المشهور و الذي يمثل أجمل المقاصد السياحية للتمتع بمظاهر شروق الشمس و غروبها.

✓ غرداية: أسست هذه المدينة على يد الإباضيين في القرن 11 ميلادي (1053م) و أدرجت ضمن المعالم العالمية نتيجة ما تتوفر عليه من آثار مثل المسجد الكبير بمئذنة ذات 114 درجة صعودا بعدد سور القرآن الكريم، و سكة السوق القديم و المسماة "الرحبة" وسط القصر القديم، وهي متميزة أيضا بحرفها التقليدية كنسيج الزرابي و السجاد الصوفي إضافة إلى حرف و صناعة النحاس (الطي و الأطباق) إلى جانب توفرها على 100 ألف شجرة للنخيل تتضمن 24 صنفا أجودها دقلة نور.

✓ تلمسان: و هي قريبة مع الحدود المغربية، و تعد من أهم المراكز الأثرية في الجزائر ذات التراث الإسلامي حيث استقر بها الأندلسيون بعد مغادرتهم الأندلس عام 1292، و من أهم معالمها المدينة القديمة المعروفة باسم أغادير و الحديثة تافرنت. و تلمسان محاطة بسفوح جبال الأطلس، بغابات غنية بالكروم و الواحات، و تشتهر هذه المنطقة بصناعة السجاد و الجلود و استخراج الزيوت النباتية. و لقد شهدت العديد من المساجد الرائعة كالجامع الكبير و جامع سيدي بلحسن و ضريح الوالي سيدي بومدين. كما تحوي تلمسان مرافق سياحية هامة منها حمام شيغر للعلاج بالمياه المعدنية الساخنة و حمام بوغرارة.

✓ قسنطينة: "و هي المصنفة كأقدم مدينة في العالم حوالي ألفي عام و هي المسماة بسيرتا من العصر النوميدي و مثلت مركز خلافة التيطري الشرقي أثناء العهد العثماني، اد حكمها القائد الأسطوري أحمد باي و هي التي صمدت رغم بساطة أسلحة مواطنيها ثلاث سنوات في وجه الاحتلال الفرنسي بفضل بسالة مواطنيها و استماتة قائدها في الدفاع عنها و كذا بفضل حصنها المنيع كونها الملقبة بمدينة الصخرة اد أن الناظر إليها من بعيد يراها واقعة بين صخرتين عظيمتين تربط بينهما سبعة جسور عتيقة أقدمها الجسر الحجري الذي يعود إلى العصر النوميدي". (25)

و هي تحوي مباني عتيقة ترجع امتداداتها التاريخية إلى وجود الاستعمار الفرنسي في الجزائر و التي تحولت فيما بعد إلى مقرات لمصالح رسمية جزائرية. و هي الثالثة كبرى المدن الجزائرية، تقع على مرتفع يبلغ حوالي 534 مترا فوق سطح البحر، و هي مدينة تبرز في كونها مهذا للعلم و مركزا لتعليم القرآن الكريم، تخرج منها علماء و مفكرون إسلاميون أمثال عبد الحميد بن باديس، و تزخر بمعالم أثرية و دينية منها الجامع الكبير الذي يعود تأسيسه إلى القرن 13 و مسجد الأمير عبد القادر الذي يعد تحفة معمارية و جامعة إسلامية أيضا. و ضريح سيدي راشد و قصر أحمد باي و حمام سيدي مير للمياه الساخنة. و قسنطينة واحدة من مراكز الموسيقى الأندلسية و من المناطق المتميزة بمطبخها التقليدي الشهي إلى جانب صناعاتها الحرفية التقليدية كالنحاس و الطرز.

✓ وهران: و تسمى الباهية، و هي ثاني أكبر مدينة جزائرية تمثل الغرب الجزائري على ساحل البحر الأبيض المتوسط غرب البلاد. و تعد مركزا تجاريا هاما بفضل مينائها المشهور على مستوى البحر الأبيض المتوسط، و لها صناعات مزدهرة كالبتر و كيماويات و الحديد و الصلب، تأسيسها يعود إلى التجار الاندلسيين و المغاربة و ذلك في القرن العاشر (937م)، أحتلت من قبل الاسبان عام 1509م ليتم طردهم بعدها من قبل العثمانيين عام 1792 حتى الاحتلال الفرنسي لها عام 1838 ثم استقلال الجزائر. و هذه المدينة متميزة بطرازها المعماري الفرنسي و الأندلسي و طقسها المعتدل و بهدوء أجوائها و حركية شوارعها. من معالمها حي الدرب، حي المدينة الحديثة و ساحة أول نوفمبر و جامع الباشا إلى جانب شواطئها الخلابة و توافرها على مناطق سياحية بفنادق متعددة كعين الترك و التي فيها مجمع الأندلس السياحي، و برج سانتاكروز الذي أسس من قبل الاسبان.

و عليه فالثقافة الجزائرية هي ثقافة تميزت عبر العصور و الأمكنة بكونها مزيج من الحضارة العربية الإسلامية و العالمية الغربية اذ يتجسد ذلك خاصة في بعض العناصر العاكسة لتلك الثقافة

والتي منها:

◆ الصناعات التقليدية:

و التي تعتبر من الموارد المدعمة للاقتصاد الوطني، حيث كانت بدايتها في القطاع الخاص الذي كان يضم حوالي 177000 حرفيا يمثلون 3 % من اليد العاملة، و 46 وحدة إنتاجية خاصة. ولقد نال اهتمام الدولة من خلال وضعها لمراسيم تنفيذية لتنظيمهم قصد المحافظة على الحرف التقليدية و تطويرها و تأسيس صندوق وطني لترقيتها.

و لقد منحت الدولة تسهيلات عدة للحرفيين خاصة المبتدئين كالإعفاء الضريبي و لمدة قدرت بـ 10 سنوات بشكل ساهم في ارتفاع عدد الغرف الصناعية التقليدية من 8 إلى 20 غرفة خلال عام 1997 لتسجل بعدها سنة 2002 نحو 51319 حرفيا و 200 تعاونية حرفية و 92 مؤسسة حرفية أيضا.

و لقد تنوعت المنتجات التقليدية بتنوع مجالات التخصص الدراسي فنجد "الرسامين أو الدهانين، النحاتين، النحاسين، الصناع، الخياطين..." (26) و هذا كله في إطار مساعي الحكومة استحداث صناعات سياحية في الجزائر تكون من أولويات السياسات التنموية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد ونظرا للجهود المبذولة في سبيل تطوير قطاع الصناعات التقليدية و الحرف وإدماجها ضمن النشاط الاقتصادي و الاجتماعي و بشكل يساهم في إعادة الاعتبار للعمل اليدوي وترقية المنتج التقليدي والثقافي و من أمثلة ذلك: الألبسة، الأحذية الزرابي، الأغطية، الصناعات الخشبية و الأثاث المنزلي الخزف و الفخار و الحدادة و صناعة النحاس...

◆ التراث الرسمي:

و يشمل كل ما يتعلق بالتنظيمات و الممارسات الرسمية المقننة المكتوبة و ما يرافقها من أفكار وأيديولوجيات و مذاهب و أحزاب و تنظيمات و التي تستمد قوتها و فاعلية تنفيذها من السلطة السياسية و التنفيذية للدولة.

حيث تتلخص عناصر هذا التراث في مختلف القوانين و التشريعات و النظم الصادرة عن الدولة و المعتمدة في تنظيم شؤون المجتمع، و يضاف إلى هذا النوع من التراث التراث الشعبي الذي يعتبر هو الآخر ذوصلة بالتنظيمات و الممارسات الشعبية غير المكتوبة و غير المقننة و التي تلتزم مباشرة بالضبط الاجتماعي و ما يتصل به من عادات و تقاليد متوارثة تفرضها جملة الظروف و التحولات الاقتصادية و الاجتماعية و التاريخية المتغيرة من نماذج جديدة لمظاهر السلوك الشعبي، بمختلف أشكاله مثل الفنون الشعبية التي تعتبر من مكونات هذا الأخير و التي تلعب دورا في تشكيل ثقافتنا و تطويرها. "هذا الفن الذي يشمل الفنون المتعارف عليها بين أفراد المجتمع و التي تتصف بالعراقة و القدم و لكنها تتصف أيضا بالحيوية و بالتالي تعتبر الأغاني، و الأناشيد المحاكاة و الموسيقى و الرقصات هي عبارة عن تراث ثقافي ذو قيمة فنية عالية." (27) إلى جانب الفولكلور الذي يشكل أحد مكونات التراث الشعبي الذي يشمل مختلف العادات و التقاليد و المعتقدات الشعبية سواء كانت أدب شعبي، موسيقى، رقص، فنون تشكيلية أو حتى صناعات شعبية. "و لقد أثبت الفولكلور الجزائري أنه يصلح للتصدير بعدما شارك قسم الفنون الشعبية بالمرشح في مهرجان الفولكلور بالحمامات." (28) و الذي عكس جهود الجزائر المبذولة في سبيل ترميم نشاطها السياحي و عكس صورته إلى العالم الخارجي. فكانت بذلك التظاهرات السياحية و الأعياد نشاطات موجهة لإبراز أماكن القدرات السياحية بشكل منتظم، بهدف زيادة التدفق السياحي حول إطار طبيعي أو ثقافي لمدينة أو مكان سياحي معين و من هذه الأعياد و التظاهرات نجد: (29)

- تظاهرة المولد النبوي الشريف، (ولاية أدرار)، (شهر ماي).
- تظاهرة زيارة الولي الصالح مولاي إدريس بلدية أولف (ولاية أدرار)، (شهر جوان).
- الموسم الرقاني (رقان-ولاية أدرار)، (شهر ماي).
- عيد الربيع بالأغواط، (شهر أفريل).
- احتفالات أولاد علي بن عامر بلدية واد مرة، ولاية الأغواط.
- مهرجان أورسيس، بولاية باتنة، (شهر أفريل).
- مهرجان فانتازيا ببلدية مدوكال، ولاية باتنة، (ماي).
- عيد الربيع ولاية بسكرة، (شهر أفريل).
- تظاهرة سباق الخيل، ولاية بسكرة.
- تظاهرة تين هينان، ولاية تمنراست.

- تنظيم عيد الفرس، ولاية تيارت.
- تنظيم العيد المحلي للسّمك.
- تنظيم عيد الزيتون بمنطقة بني أورتيلان، ولاية سطيف.
- تنظيم عيد الفراولة، ولاية سكيكدة.
- تنظيم عيد الحموي، ولاية قالمة.
- إحياء تظاهرة عيد تقطير الزهر و الورد، ولاية قسنطينة.
- تنظيم العيد الوطني للجمل، ولاية ورقلة، (شهر ماي).
- تنظيم مهرجان "كسال" السياحي (شهر سبتمبر)، ولاية البيض.
- تنظيم أسبوع ولاية البيض بإحدى الولايات الساحلية (شهر يولييه، أوت) ولاية البيض.
- تنظيم أسبوع الصيد السياحي، ولاية الدفلة.
- تنظيم العيد المحلي للقصر القديم لبلدية المنيعه (شهر أفريل)، ولاية غرداية.

◆ الآداب:

لقد تطورت الحركة الأدبية الجزائرية تطورا ملحوظا بفضل ذبوع صيت الكثير من الأدباء والمفكرين الجزائريين أمثال: أبوليوس كاتب رواية الحمار الذهبي و هي أول نص روائي مكتوب وكامل في تاريخ الرواية العالمية. و أحمد بوني و عبد الحميد بن هدوقة و الطاهر وطار و أحلام مستغانمي، إلى جانب العديد من الشعراء كمفدي زكرياء صاحب ملحمة الجزائر و مؤلف النشيد الوطني الجزائري و اللهب المقدس، أيضا محمد العيد آل خليفة صاحب الشعر الإصلاحى المؤثر إلى جانب كل من آسيا جبار و مولود فرعون و محمد ديب و أمين الزاوي و فارس عبد العزيز ينون و الربيع بوشامة و غيرهم.

◆ الطرق و المواصلات:

"كل الدراسات التي أجريت أظهرت أهمية الهياكل القاعدية للمواصلات في التنمية الاقتصادية للبلاد و قوتها" (30)، فعلى مستوى المواصلات كان العمل جاريا على:

- تغطية الطلبات المتزايدة على وسائل النقل و المواصلات بشكل سهل العملية الاتصالية و بطريقة عصرية.
- مراجعة و تصحيح الأخطاء و عدم إهمال الأفراد و محاولة إعطاء بعث جديد لهذا القطاع و استرجاعه لمكانته في إطار إعادة البناء و التنمية لجزائر الغد.

"حيث تبلغ شبكة الطرق 90.000 كلم، 200 محطة، 13 ميناء، و 31 مطارا، 13 منها عالمية." (31)

أما على صعيد الإنعاش الاقتصادي، فإن المخطط الثاني للتأهيل الاقتصادي والاجتماعي للجزائر 2004-2009 و الذي خصص له مبلغا ماليا قدره 50 مليارا دولارا أمريكيا، فإنه من بين مشاريعه بناء 1000 كلم من الطرق السيارة و عصرية و تهيئة مئات السكك الحديدية" (32) وذلك في إطار إستراتيجية تنموية تلخصت في:

- النقل: إن كثافة النشاط الاقتصادي الجزائري أدت إلى كثافة شبكة المواصلات و كفاءة أدائها ذلك أن أهمية هذه الأخيرة تتلخص في:
 - *نقل المواد الأولية من مناطق استخراجها إلى أماكن تصنيعها .
 - *تمكين المنتجين من تسويق منتجاتهم الزراعية، الصناعية و حتى الخدمية.
 - *فك العزلة عن المناطق النائية خاصة الجنوبية.
 - *توسيع المشاريع الاقتصادية بشكل يحقق التكامل الاقتصادي للبلاد.
 - *توفير مناصب شغل.
- الطرق البرية: و لقد بلغت حوالي 104 آلاف كم سنة 2002، منها وطنية و غير الوطنية مثل طريق الوحدة الإفريقية العابر للصحراء الكبرى على مسافة 2344 كم للربط بين الساحل الإفريقي وميناء الجزائر.
- السكك الحديدية: تعد الجزائر من أهم الدول الإفريقية من حيث كثافة السكك الحديدية التي يبلغ طولها 4200 كم و التي تغطي 17 % من حركة النقل البري.
- النقل الجوي: اد يتكون الأسطول الجوي الجزائري من 63 طائرة تنقل 3.6 مليون مسافر سنويا، و تتوفر الجزائر على 55 مطارا، 12 منها دوليا و مطارات أخرى لاستعمالات محدودة، إلى جانب مشاريع خاصة ببناء مطارات جديدة تدعم النقل الجوي مثل مشروع مطار الشلف و برج باجي مختار و البيض.
- النقل البحري: و يتم عبر 12 ميناء، مثل ميناء أرزيو، بجاية، سكيكدة، أما العاصمة فيحتل ميناؤها صدارة الحركة البحرية، الى جانب مينائي وهران و عنابة، و يتكون الأسطول البحري الجزائري من 74 قطعة متعددة الاستعمالات.

◆ الشواطئ:

إن طول الساحل الجزائري الذي يبلغ امتداده 1200 كلم، جعل الجزائر تملك شواطئ سياحية عدة منها: سيدي فرج، زرا لدا، بوسماعيل، تيبازة، المرسى الكبير بوهران، برج الكيفان، عين طاية بجاية، جيجل، هذه الأخيرة التي بفضل جمال شواطئها استحوذت تسمية لؤلؤة الساحل الجزائري.

و على اثر هذه المقومات، أدركت الجزائر ضرورة إنشاء قواعد و هياكل خاصة بالسياحة سواء كانت معاهد للتكوين السياحي، فنادق أو حتى مدارس عليا، و التي نذكر منها:

* مركز التكوين بوهران و قسنطينة: تأسس كل منهما سنة 1966 بهدف تكوين فئات الطلبة من الجزائريين في المجال السياحي، و كانا يضمن العديد من التخصصات كالإدارة الفندقية مناهج الطبخ، عمال و طبّاخين...

* المعهد العالي للفندقة بالجزائر العاصمة: أنشئ سنة 1976 لتحقيق أهداف عدة منها:

- تكوين إطارات في المجال السياحي.
 - تأهيل المستخدمين في القطاع السياحي.
- و لكن المسجل هو أن التكوين السياحي في الجزائر رغم الأهداف المسطرة يبقى دون المستوى و مرهون ببعض الأسباب المادية و البشرية.

* الديوان الوطني الجزائري للسياحة: و هو من الأدوات المنتهجة لتنفيذ السياحة في الجزائر و يعد بمثابة أول مؤسسة سياحية أنشأت في الجزائر، و ذلك سنة 1962 بموجب الأمر رقم 62-27 المؤرخ في 25 أوت 1962، و غرضه تنمية القطاع السياحي في الجزائر (33) كان يعمل تحت وصاية الشؤون الاقتصادية و من مهامه:

- الوصاية أو المراقبة للهيئات الخاصة بالنشاط السياحي.
- التشاور حول القضايا السياحية و الدعاية و الإشهار.
- تطبيق القوانين و النصوص التشريعية.
- ترقية المنتج السياحي في الجزائر.

- الدعاية و الإشهار.

- انجاز الاستثمارات السياحية.

* النادي السياحي الجزائري: تأسس سنة 1963 و أوكلت له مهام عدة منها:

- تنظيم رحلات الحج و العمرة.

- تنظيم رحلات السياحة محليا و دوليا.

- إقامة رحلات في المنشآت السياحية الوطنية و أخرى ثقافية خارج الوطن.

- إصدار تذاكر للسفر جوا و بحرا.

* وكالات السياحة و الأسفار و الهياكل الأخرى التي تقدر بحوالي 348 وكالة سياحة و سفر.

* الديوان الوطني للسياحة: تم إنشاء الديوان الوطني للسياحة و كفاءات تنظيمه، بموجب المرسوم رقم 88-214 31 أكتوبر 1989، حيث نصت المادة الأولى منه على ما يلي: "تنشأ مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تسمى الديوان الوطني للسياحة تتمتع بالشخصية المعنوية و تسمى من صلب النص "الديوان" (34) و في 1990، تم تعديله بناء على مرسوم 22 ديسمبر 1990 و كذا مرسوم 31 أكتوبر 1992 نتيجة ما عرفته البلاد من تحولات اقتصادية. و لقد كلف هذا الديوان بوظيفة تسويقية هدفها هو ترقية المنتج السياحي الجزائري و متابعة الوكالات السياحية و توجيه المتعاملين السياحيين، الى جانب إبراز المحاور التنموية للسياحة الجزائرية و متابعة استثماراتها.

* الوكالة الوطنية لتنمية السياحة: و تصنف ضمن المؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري، و إحدى الهيئات المكلفة بتطبيق السياسة التنموية للسياحة الوطنية.

* المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية: وهي أيضا مؤسسة عمومية بصيغة تجارية و صناعية مكلفة بالتنشيط و ترقية و تأطير النشاطات السياحية في ظل السياسة التنموية للسياحة و تهيئة العمران إلى جانب سهرها على حماية مناطق التوسع السياحي و ترقيتها.

و لابد من التنبيه إلى أن كل هذه الهياكل باختلاف وظائفها و مهامها فهي ذات صلة بوزارة السياحة التي اعتبرت أعلى سلطة في القطاع السياحي و التي من أهم ما تقوم به تطبيق السياسة الحكومة في المجال السياحي و السهر على مراقبة و انجاز المخططات التنموية في نفس المجال.

لكن بالرغم من هذه المقومات و الإمكانيات التي تتوفر عليها الجزائر إلا أنها تبقى دائما في مواجهة تحديات تنموية خاصة المتعلقة منها بمدى تحقيق نمو سياحيا سريعا و قابلا للاستدامة على صعيد جهودها المبذولة لتدعيم كل القطاعات و كذا تحسينها لطرق الحصول على الخدمات العامة وكذا نوعيتها بشكل يحقق الكثير من الأهداف الإنمائية التي تخدم المجال السياحي.

ثالثا: مكانة السياحة في الاقتصاد الوطني الجزائري

لقد شهد العالم بأسره مع نهاية النصف الثاني من القرن العشرين و بداية القرن الحادي والعشرين تحولات كثيرة و مهمة مست بالدرجة الأولى الاقتصاد العالمي، و دفعت بالبلدان خاصة النامية إلى الانفتاح على العالم الخارجي تحضيرا منها للانضمام لمنظمة التجارة العالمية، إنها العولمة، التي زادت إلى جانب ذلك من حدة المنافسة الاقتصادية و دفعت بالدول إلى البحث عن منتجات جديدة و عالية الجودة تتيح لها فرصة منافسة الدول الكبرى عالميا.

و في إطار هذا بدأ الاهتمام بالقطاع السياحي كمورد إضافي قادر على زيادة النمو الاقتصادي للدول و أصبحت جلها تنظر إلى السياحة على أنها مجالا من "المجالات الاقتصادية الحيوية و يلعب الفرد فيها الدور الأكبر من خلال وعيه المستمر النابع من ثقافة سياحية مبنية أساسا على ضرورة استقطاب السياح باستمرار." (35) انطلاقا من الإرث السياحي المتوفر والقادر على جذب أكبر عدد ممكن من السياح أيضا.

و باعتبار السياحة صناعة ذات مقومات و أسس، فإن الاستغلال الأمثل لها يلعب دورا كبيرا في دعم عجلة التنمية الاقتصادية للدول و بالشكل الذي تلعبه القطاعات الاقتصادية التقليدية في ذلك لأن بدأ الاهتمام بالقطاع السياحي كخطوة أولى يجعل الدولة قادرة على تحقيق تنمية المجتمع من خلال الاستغلال الأمثل و العقلاني للموارد و الإرث السياحي المتوفر.

و الجزائر باعتبارها دولة ذات اهتمامات سياحية، فهي تسعى جاهدة إلى اعتماد القطاع السياحي كقطاع مدعم لقطاعاتها الاقتصادية الأخرى و استغلاله انطلاقا من المقومات و القدرات السياحية التي تتوفر عليها من إرث حضاري عالمي و مقومات سياحية طبيعية و بشرية و خدمية.

و في إطار مساعيها لتحقيق ذلك، فهي تعمل على "إعطاء السلطات التنفيذية للهيئات المختلفة في الإطار المحلي، و يأتي دور الجماعات المحلية لتحل المحل الشرعي و الديناميكي في تحريك عجلة التنمية." (36)

فالجزائر تزخر بطاقت سياحية لا نظير لها في منطقة البحر الأبيض المتوسط، إلا أن وضعية قطاعها مقارنة بالدول الأخرى خاصة المجاورة لها جغرافيا، يظهر الوضعية المتذبذبة التي عاشها القطاع. فانطلاقا من الإحصاءات التي قدمها التقرير الصادر عن خبراء بإشراف من فابريس هاتم و مشاركة الوكالة الفرنسية للاستثمارات الدولية فإن القطاع السياحي بمنطقة المتوسط يظل تحت المستوى في عدد من الدول من بينها الجزائر، التي يبقى القطاع فيها غير مستقر بصورة كبيرة مقارنة بالقدرات و الفرص المتاحة. و حسب التقرير ذاته، فإن الجزائر لم تبلغ سوى نسبة 23.1 مليون سائح ثلاثة أرباعهم من المغتربين، و لا تمثل حصة الجزائريين من السياحة العالمية سوى 2% من التدفق السياحي.

و في نفس الإطار، أشارت الإحصاءات الخاصة بمنظمة التعاون الاقتصادي و التنمية إلى أن "إجمالي أموال المغتربين الجزائريين المنقولة عام 2004 بلغت 1.4 مليار دولار و بلغت عائدات السياحة في المملكة المغربية عام 2001 (2.5 مليار دولار) و تونس أزيد من ستة ملايين سائح لتبلغ نسبة الأوروبيين منهم 80%. و النسبة الباقية يمثلها العرب الآسيويين و الأفارقة . و تحقق تونس إيرادات سنوية تصل إلى 2 مليار دولار في السنة .

و لقد حددت على إثر هذا نقاط ضعف القطاع السياحي في الجزائر في نوعية الخدمات غير التنافسية و القدرة على التكيف من الناحية النوعية و الكمية ضعيفة، و عروض الإيواء متواضعة. و يضاف إلى ذلك قلة الاحترافية، فقدرات الإيواء لم تتجاوز 81 ألف سرير مقابل 230 ألف في تونس و 150 ألف في المغرب.

إلا أن الوضع يبدأ يتغير منذ وضع الدولة استراتيجيات تنموية تهدف إلى بعث السياحة كبديل لخلق مناصب شغل، و منفذ لاستغلال ثروات البلاد.

فقد أظهرت بعض البيانات الصادرة عن مصادر رسمية أن عدد السياح في الجزائر بلغ في حدود سنة 2001 "196229" سائح أي ما يعادل 4.09%. مقارنة مع سنة 2000 التي بلغ عدد السياح فيها 17553 سائحا. يتصدرهم الفرنسيون ثم التونسيين و الإيطاليين و الألمان.

و هذا ما يوضح أن الجزائر " تخطو نحو تطوير قطاعها السياحي و الارتقاء بمرافقه و الاهتمام بمقاصد السياحة الجديدة و فتح الباب أمام تدفق الاستثمارات المحلية و الدولية إلى قطاع السياحة للاستفادة من الموارد السياحية الهائلة التي تزخر بها الجزائر، و تعمل الجهات المسؤولة عن الصناعة في الجزائر على تطوير منتجات سياحية جديدة مثل السياحة الثقافية و أطلقت في الآونة الأخيرة حملة لمسح و رصد المواقع الأثرية و بخاصة الرومانية" (37) ذلك أنه لا يمكن تجاهل المعالم التاريخية المتنوعة في تراثها إلى جانب بعض المناظر الطبيعية الساحرة في جمالها.

كما أولت الدولة أهمية لهذا القطاع من خلال وضع جهاز تشريعي يحدد كيفية تحقيق التنمية المستدامة للقطاع و القوانين الخاصة باستغلال الشواطئ و مناطق التوسع السياحي.

و هذه الزيادات المسجلة حول قدوم السياح إلى الجزائر، أدت في مجملها إلى ارتفاع مداخيل هذا القطاع بالعملة الصعبة و تؤكد أن سنة 2003 سجلت قدوم أكثر من مليون و 166 ألف سائح وهو عدد يفوق نسبة 15 % التي تمثل عدد السياح الذين قدموا إلى الجزائر سنة 2002 و التي شهدت دخول 966 ألف سائح. أما على مستوى المداخيل بالعملة الصعبة، فلقد حقق توافد السياح سنة 2003 دخول 160 مليون دولار بزيادة 17% مقارنة بمداخيل سنة 2002 التي قدرت ب: 133 مليون دولار للخزينة الجزائرية.

" في حين سجلت المداخيل بالعملة الصعبة لسنة 2002 ارتفاعا بلغ 33.7 مليون مقارنة بمداخيل سنة 2001 و التي بلغت قيمتها 95.5 مليون دولار " . (38) كما حققت الجزائر على إثره ارتفاع عدد الزوار ارتفاعا طفيفا في مداخيل السياحة " وذلك بمعدل 1.64% . فبلغت مداخيل الجزائر السياحية الأجنبية 300 مليون دولار في 2008 بزيادة 37% بالمقارنة مع سنة 2007 " . (39)

كما قررت إلى جانبه خصخصة القطاع المصرفي و تشجيع الاستثمار الأجنبي و استقطاب رجال الأعمال المستثمرين. حيث توقعت وزارة السياحة أنه بإمكان عدد السياح أن يصل إلى 2 مليون سائح أجنبي في حدود عام 2013، مع توقع ارتفاع الطاقات الإيرادية التي تصل تكلفتها إلى 4 ملايين دولار و 55 ألف سرير يتم إنجازها في الفترة الممتدة ما بين 2003 و 2013.

كما انه في إطار الاجتماع التقييمي الذي ترأسه الرئيس "عبد العزيز بوتفليقة" بشأن التهيئة العمرانية و البيئة و السياحة، تم التطرق إلى ضرورة تهيئة القطاع و تطويره انطلاقا من برامج الأعمال المسطرة في المخطط الوطني لتهيئة الإقليم و المعد مسبقا من قبل الحكومة. و الذي على إثره رصدت مبالغ مالية قادرة على إعطاء دفع للإقليم الوطني بدا بتحقيق جملة من النقاط تتلخص في:

- "رفع تحدي الموارد المائية من خلال عصرنة و تطوير منشآت الطرقات و الموانئ و المطارات و السكك الحديدية و المنشآت الطاقوية و منشآت الاتصالات السلكية و اللاسلكية و كذا تشجيع البحث و الابتكار.
- تثمين و تطوير القدرات الاقتصادية الوطنية من خلال تنشيط المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و زيادة عددها.
- عصرنة جهاز التكوين و تأهيله من خلال استكمال كل من المدرسة العليا للسياحة "بتيبازة" و معهد التقنيات الفندقية بعين تيموشنت في الآجال المحددة." (40) أما فيما يتعلق بالطاقات الفندقية للبلاد فلقد حددت هذه الطاقة ب: 76042 سرير موزعة على كل من القطاع العام ب: 3860 سرير، و القطاع الخاص ب: 3223 سرير أما الإحصاءات الجديدة لوزارة السياحة فحددت وجود 1004 مؤسسة فندقية بسعة : 81024 سرير و 73 مؤسسة حكومية ملك للجماعات المحلية 872 مؤسسة ملك للخواص، 10 مؤسسات من فنادق الخمسة نجوم و 22 من فئة 4 نجوم و 67 من فئة 3 نجوم و 59 بدون ترتيب. و على غرار هذه الأخيرة أعلن وزير تهيئة الإقليم و السياحة على إثره في 31 مارس 2009 أن تطبيق الفنادق سيتم على ضوء العلامات التي ستسمح لها في إطار المسابقة الوطنية. إلى جانب العمل على خصخصة 14 فندقا قبل نهاية 2010 بهدف إعطاء ديناميكية جديدة للسياحة الفندقية في الجزائر من خلال توقيع عقود شراكة لإقامة فنادق محلية مع العديد من المؤسسات السياحية الدولية مثل : "شيرتون" و "هيلتون" بهدف ضمان مراقبة نوعية الخدمات التي تقدمها الفنادق و المنتجات السياحية و سيتم بموجبها إنجاز 80 فندقا شرق و غرب و وسط البلاد، فضلا عن حوالي 10 فنادق بالصحراء الجزائرية في انتظار التوقيع في المستقبل القريب على ما يقارب 60 عقدا آخر مع رجال أعمال جزائريين مع آخرين أجانب. إلى جانب هذا، فقد أعلن مجلس السفر و السياحة العالمي من خلال إحصائياته أنه من المتوقع أن تدر السياحة تقريبا 114.823 وظيفة بواقع 11.8% من التوظيف الكلي في العام بحلول 2014 .

كما كشف أيضا وزير تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة الجزائري عن وضع خطة لتطوير القطاع قصد زيادة الاستثمارات السياحية فيه في أفق 2025، و راهن على إثرها " استقبال 2.5 مليون سائح في أفق 2015، و سنأتي من هذه الاستثمارات إيرادات تتراوح ما بين 1.5 و 2 مليار دولار وسيترتب عنه استحداث 400.000 منصب شغل". (41) أما على المستوى الحالي، فقطاع السياحة يشغل أكثر من "200 ألف عامل و يمثل حوالي 6.5% من نسبة التشغيل، ولم تسجل الجزائر حسب التقرير الصادر عن المنظمة العالمية للسياحة سوى 23.1 مليون سائح ثلاثة أرباعهم من المغتربين، حيث جنت الجزائر عائدات بلغت 105 مليون أورو مقابل 9.4 مليار أورو لمصر و 1.3 مليار أورو للمغرب و تمثل معها نفقات السياحة في الجزائر 8.4% من إجمالي نفقات السياحة في المنظمة". (42)

و من خلال ما تقدم نخلص إلى أن الجزائر تولى أهمية كبيرة لإعادة إصلاح القطاع السياحي وتطويره مراعاة منها لمتطلبات التنمية المستدامة كالمحافظة على البيئة في صالح خدمة السكان الأصليين و حتى الأجانب، فلقد تحولت الجزائر خلال هذه السنة إلى وجهة سياحية بامتياز، و صنفت ضمن أحسن الوجهات السياحية العالمية المختارة ضمن 20 دولة ذات صبغة عالمية. حيث تشهد الجزائر انتعاشا سياحيا بسبب ازدياد السياح خاصة الأجانب و المغتربين لقضاء العطل السنوية في مختلف مناطقها.

"و تكشف المعطيات الإحصائية التي أعلن عليها مجمع (قو فواياج) الفرنسي عن طريق الانترنت عن احتلال الجزائر المرتبة السابعة من حيث الوجهة السياحية لصائفة 2009 و هذا ضمن قائمة طويلة تضم 20 بلدا موزعا حسب القارات الخمس، و حسب المجمع، فإن اسبانيا تأتي في صدارة الدول من حيث الوجهة السياحية ثم أمريكا ثم فرنسا فالمغرب و البرتغال و تونس و الجزائر و اليونان. و يأتي هذا التحسن بالطبع بعد الانتعاش الاقتصادي الذي شهدته البلاد خاصة فيما يتعلق بالاستثمار السياحي، و رفع نوعية الخدمات السياحية و اعتماد مخططات رشيدة ترفع من مستوى المرافق السياحية بالجزائر من فنادق و وسائل نقل... و غيرها من المؤهلات سواء كانت طبيعية أو بشرية.

غير أن هذه الوضعية التي أصبح يعيشها القطاع السياحي و التي أنبأت بواقعه المزدهر، لا تتف معاناته من بعض العراقيل التي أثارته الاهتمام الرسمي و ذلك في إطار التقييم المستمر الذي دفع بأطراف المصالح الخارجية أو المستثمرين بتقديم حصر و تلخيص

لأهم هذه العراقيل من خلال الأيام الدراسية و الإعلامية المنعقدة في 10 و 11 نوفمبر 2003 و التي تم فيها تحديد هذه العراقيل حسب طبيعة مجالها السياحي في النقاط التالية:

- **مجال الاستثمار و التنمية:** حيث تجلت عراقيله في جملة العقوبات القانونية المرتبطة بمسائل التنازل و حقوق الامتياز الممنوحة على الأراضي التابعة لأملاك الدولة حسب ما نصت عليه أحكام المادة 51 من قانون المالية لسنة 1998 و المعدل للمادة 117 من قانون المالية لسنة 1994. إلى جانب قلة العقار السياحي في بعض ولايات الوطن القريبة من المناطق الحضرية و كذلك تأخير إنجاز دراسات التهيئة و نقص المناطق المهيأة للبناء بسبب تدهور حالة المحيط و تحويل الطبيعة الأصلية لتلك المناطق بسبب البناءات الفوضوية و غيرها.

أما فيما يتعلق بالمستثمرين، فقد سجلت صعوبات في حصول هؤلاء على تمويل البنوك و تغيير المشاريع الاستثمارية السياحية إلى مشاريع عقارية مع عدم احترام مخططات البناء المصادق عليها في عقود الاستثمار.

- **مجال النشاط الحموي:** و فيه تم تسجيل:

"تدهور و قدم المنشآت و تجهيزات المحطات الحموية المستغلة بطريقة تقليدية في ظل انعدام أي مخطط لإعادة التأهيل و تخلي السلطات المحلية المعنية عن مسؤوليتها في التسيير إلى جانب غياب الدراسات الفيزيائية و الكيمائية لمياه معظم المنابع الحموية بالرغم من تسجيل طلبات للاستثمار فيها" (43)

- **مجال الخدمات السياحية:** يعاني هذا المجال من قدم في منشآت و تجهيزات معظم المؤسسات الفندقية و عدم مطابقة هذه الأخيرة مع معايير التصنيف المقررة في الأحكام القانونية و التنظيمية المعمول بها، بالإضافة إلى بعض الإجراءات المتخذة لغلق بعض المؤسسات الفندقية التي لا تتوفر على شروط الاستغلال.

- **مجال التكوين:** و فيه سجل نقص في تكوين المستخدمين و العجز في المسيرين و في التأطير لدى المؤسسات السياحية و الفندقية لبعض الولايات إلى جانب نقص التخصصات على مستوى هذه المراكز.

- **مجال الترقية السياحية:** و لقد شهد غياب التنسيق بين الهياكل المركزية و المصالح الخارجية والديوان الوطني للسياحة في مجال ترقية المؤهلات المحلية للسياحة.

- مجال إجراءات تنقل السياح: التي تعاني من نقص دعائم الترقية.
- مجال الإدارة و الوسائل: و يعاني من نقص الوسائل المادية و البشرية على مستوى التأطير و المقرات و وسائل النقل.
- مجال التنظيم: و عرف عقبات خاصة بقوانين القطاع و صعوبة الحصول على السجلات التجارية بسبب شرط أولوية رخصة الاستغلال و الاستثمار. إلى جانب غياب انسجام مخططات تهيئة السواحل و الشواطئ.
- كما سجل إلى جانب هذه العراقيل المطروحة على مستوى الأيام الدراسية و الإعلامية و التي أثارها المشاركون سواء المحليون أو كما سبق الذكر المستثمرين أنفسهم، قدمت المصالح الرسمية و يتمثل من السيد وزير السياحة قدمت توجيهات هدفها الأساسي تجاوز هذه العراقيل و العقبات و التوجه نحو المتابعة الحسنة و الدائمة لمختلف النشاطات السياحية حيث تمحورت هذه التوجيهات بالجوانب السابقة الذكر.
- ففي جانب الاستثمار و التنمية وضعت حلول موضوعية فيما يخص وضعية المناطق و المواقع السياحية بالإسراع في وضع دراسات خاصة بالتهيئة مع تحديد مناطق نموذجية لتحقيق التوسع السياحي و دورها في إحداث تنمية سياحية شاملة.
- إلى جانب القيام بدراسات قانونية تسمح بدمج المناطق الحضرية ضمن العقار السياحي مع التكفل بالمشاريع السياحية المتوقعة و دعمها.
- أما جانب النشاط الحموي: فقد حضي باقتراح لتحسين الحصيلة الحموية من أجل التكفل بهذا القطاع.
- كما شهد مجال الخدمات هو الآخر عمليات تحسين مست المتعاملين في السياحة و الفنادق من أجل تحسين نوعية الخدمات المقدمة في إطار احترام الشروط و المعايير المعمول بها عالميا من نظافة و أمن. و هو الأمر الذي يخدم مجال التكوين من خلال فتح مجال الشراكة و إبرام اتفاقيات بين مراكز التكوين المهني المختلفة و إنشاء تخصصات جديدة في الفروع السياحية. و هو الذي يساهم بشكل كبير في رفع عراقيل مجال الترقية السياحية و ذلك بإعادة الاعتبار للأعياد المحلية و تشجيع استعمال وسائل الإعلام و الاتصال الجديدة في مجال التكنولوجيا (الانترنت).

بالإضافة إلى تطوير وسائل تنقل السياح بتوفير وكالات السياحة و الأسفار في شكل منظم تضبطه النصوص و القوانين التي تحكم القطاع.

رابعاً: السياسة السياحية في الجزائر

"إنه من الصعب إثبات أن للجزائر سياسة سياحية كاملة متناسقة فادا حددنا هذه السياسة بأنها مجموعة من الخيارات التي تقوم بها الدولة ضمن المجال السياحي، فإننا نستطيع إثبات أن الجزائر حددت تفضيلات لهذا أو ذاك النوع من السياحة في أوقات مختلفة و لكن بطريقة جزئية و هذه الخيارات تبقى خيارات مطبقة جزئياً أو صعبة التطبيق." (44)

نجد أن أول وثيقة أساسية وضعت من طرف القطاع هي دستور السياحة 1966 و التي بررت مدى أهمية السياحة و تأثيرها في منح الاهتمام بشكل أكبر بالثروات الطبيعية و الثقافية للجزائر بالإضافة إلى خلق مناصب عمل و جلب العملة الصعبة، الى جانب تحديد شروط التنمية السياحية و تهيئة سلسلة من التوصيات من خلال برنامج عمل.

أما في سنة 1976، فقد تم وضع دستور جديد أعطيت فيه الأولوية للسياحة العالمية ومختلف الانجازات المرتبطة بها.

أما "الدستور الوطني لعام 1986 فنجد أنه أكد بصفة إجمالية على اختيارات دستور 1976 إضافة خاصة السياحة العالمية." (45)

من خلال ما تقدم يمكن القول أن التنمية السياحية في الجزائر ما هي إلا مجموعة من الحقائق ذات الطابع السياحي و التي تساهم في خدمة القطاع السياحي بصفة عامة و عليه تجلت ضرورة عرض موقف كل دستور من 1966 و 1976 و 1986 من السياحة في ظل جملة من التخطيطات التي سنتها الدولة تدعيماً منها لتحقيق ذلك.

1- موقف الدستور الوطني لسنة 1966:

في الميدان التشريعي حدد مرسوم 4 أبريل 1966 مفهوم المنطقة السياحية بأنها "كل منطقة تتميز بخصائص و مميزات طبيعية و ثقافية و بشرية أو تلائم أشياء أو تطوير نوع من الأنماط السياحية المفيدة و يجري حالياً تكوين الإطار على جميع المستويات بصورة جديدة." (46)

و من هنا تبرز أهمية السياحة من خلال متطلباتها و تأثيراتها، اد حددت متطلباتها على اعتبار أن الميثاق أو الدستور الوطني لخصها في ثلاثة نقاط هي كالتالي:

1- إعادة الاعتبار للثروات الطبيعية و الثقافية.

2- ضرورة الرقي الاجتماعي "باعتبار أن تطور السياحة يسمح لفئة من أفراد المجتمع باكتساب مهارات حديثة و تصورات جديدة للحياة زيادة على تفتح الدهنيات على العالم و الأنماط الحياتية للدول الأخرى." (47)

3- التقدم التقني: من خلال "التهيئة العصرية و استعمال أفضل التقنيات السياحية و تهيئة البلاد بالمنشآت القاعدية." (48)

حيث وضح هذا الدستور مدى تأثير السياحة على الاقتصاد الوطني، اد أنها تعتبر عاملا من عوامل التوازن الاقتصادي الداخلي من خلال منع النزوح الريفي و خلق التبادلات الاقتصادية الداخلية، بالإضافة إلى أنها موردا هاما للعملة الصعبة، لكن يقول الميثاق أن هذا المظهر من مظاهر ترقية السياحة ليس دائما هو الأهم خاصة بالنسبة لبلد كالجزائر يملك مصادر أخرى للعملة الصعبة أكثر أهمية كالبتترول، الغاز و الإنتاج الزراعي.

كما تعتبر مصدرا من المصادر التي تساهم في خلق مناصب عمل، اد تكمن أهمية السياحة القصوى في كونها عاملا لخلق الشغل بصفة خاصة في بلد كالجزائر، على أن السياحة معروفة بكونها نشاطا يتطلب العدد الكبير من اليد العاملة.

و حسب ميثاق السياحة لسنة 1966، فإن الشروط الضرورية لترقية السياحة حددت كما

يلي:

1- وجود مواقع طبيعية و ظروف مناخية مناسبة.

2- ثروة ثقافية كافية تدلي اهتماما بالجانب التاريخي و الأثري المعماري، الريفي، الفولكلوري أو الديني.

3- توفر قدرات إيوائية و وسائل الإقامة بمختلف أنواعها و تجهيزاتها بالإضافة الى وسائل الاتصال و النقل.

- 4- "خدمات نوعية مع ضرورة تكوين العاملين و الإطارات مؤهلة للقيام بدورها و ذلك لا يتم إلا من خلال إرسال بعثات إلى الخارج بعد التأهيل المحلي المطلوب." (49)
- 5- سياسة و إستراتيجية مغرية للأسعار لجذب السائح.
- 6- الاستقرار الاجتماعي و السياسي لضمان أمن السياح.
- 7- الاستقبال الجيد من طرف أفراد المجتمع (باكتساب ثقافة سياحية لدى السكان المحليين).
- 8- تسهيلات متنوعة من إجراءات إدارية و دعم الوقود، تخصصات سياحية، إلغاء الرسوم على البنزين.
- 9- تدخل السلطات العمومية في عمليات التخطيط و التنظيم، تقديم المساعدات و الإعانات المالية.
- 10- توفر هياكل التسلية و الترفيه .
- 11- إشهار فعال.
- 12- اختيار أسلوب التسيير المركزي أو اللامركزي، حيث أنه سعى الى اختيار أساليب التسيير في المجال الخاص بالسياحة و الفنادق الى تحقيق الاقتراب إلى أبعد حد ممكن من مرونة و فعالية التسيير الخاص تحت مراقبة و تنسيق السلطات العمومية.
- و بعد أن تم عرض ميثاق السياحة لسنة 1966 و شروط نجاح و ترقية السياحة حددالموجود منها في الجزائر و ما من الضروري السعي لخلقه و إيجادها و يمكن اختصار هذا في الجدول التالي:

جدول رقم (04) : شروط ترقية السياحة في الجزائر حسب ميثاق 1966. (50)

شروط ترقية السياحة	تشخيص الوضع	التوصيات
1- شروط طبيعية وثقافية.	نقطة قوة لكن على حالتها الطبيعية.	- ضرورة حمايتها و الحفاظ عليها والعناية بها، و تثمينها. - ضرورة تسهيل الدخول إليها .

<p>- ضرورة حصر و تصنيف هذه المواقع الطبيعية.</p> <p>- وضع قوانين خاصة بها.</p> <p>- وضع مقاييس الحفاظ على الفنون الفلكلورية.</p>		
<p>توسيع مطار العاصمة و تشجيع إفراغ العاصمة من مجموعات الطيران الأجنبية.</p>	جيدة.	2- هياكل النقل.
<p>- بناء مجمعات كبيرة للفنادق السياحية.</p> <p>- اختيار الفنادق، المقاهي، المطاعم ذات الطابع السياحي.</p> <p>- تهيئة و عصرنة كل الفنادق الموجودة في مناطق التوسع السياحي أو على مختلف الدورات السياحية المنظمة.</p> <p>- ترميم فيلات الاصطياف الواقعة على الساحل.</p>	ناقصة جدا و كثيرا ما تكون مخربة.	3- وسائل الإقامة.
<p>- تكوين في الخارج .</p> <p>- خلق مراكز للتكوين بوهران و قسنطينة على شاكلة مركز بن عكنون.</p> <p>- تكوين تطبيقي على مستوى الفنادق الكبرى.</p> <p>- خلق دفعة للسياحة بالمدرسة الوطنية للتجارة لتكوين تقنيين في التسيير</p>	غير كافية على العموم .	4- نوعية الخدمات على مستوى عمال القطاع.

<p>السياسي.</p> <p>- خلق دفعة فندقية في الثانويات التقنية على مستوى التراب الوطني.</p> <p>- خلق معهد للفندقة و السياحة على شاكله المدارس الكبرى لتكوين الإطار العلي.</p>		
<p>- حذف القيمة المضافة و حقوق الجمارك على بعض الخدمات و المنتج السياحي.</p> <p>- تقديم مكافآت و منح تشجيع للمؤسسات المجتهدة في تخفيض الأسعار.</p> <p>- استمالة الزبائن الأجانب.</p>	مرتفعة جدا كي تكون منافسة.	5- الأسعار.
<p>- دعم إمكانات الوكالة السياحية الجزائرية.</p> <p>- إسهام الوكالات إلى غاية تمركزها في عمليات بيع و تنظيم و إنتاج الأسفار.</p>	محدود جدا.	6- إنتاج الرحلات والأسفار.
<p>- التدخل على مستوى لجنة التسهيلات المنشأة لسنة 1964 لتوسيع الهياكل الجمركية الحدودية، و زيادة موظفيها ومضاعفة مكاتب الصرف.</p> <p>- تمديد السماح بالتوقف دون تأشيرة من 48 الى 72 ساعة.</p> <p>- اختبار إمكانية بيع لسندات الوقود السياحية بأسعار منخفضة.</p>	غير موجودة مشاكل على مستوى الجمارك في مكاتب الصرف، عدم دعم وقود السيارات.	7- تسهيلات مختلفة.

<p>- منح مالية هامة.</p> <p>- يجب أن يفتح الإشهار لتوجيه السياح للأماكن و المؤسسات التي تقدم خدمات ذات نوعية.</p>	<p>- غير كافية.</p> <p>- متقطعة و عمومية جدا.</p> <p>- إمكانات غير كافية.</p>	<p>8- الإشهار.</p>
<p>- تنظيم محاضرات و ملتقيات التوعية لموظفي القطاعات المعنية.</p>	<p>- بطيء الإجراءات.</p> <p>- نقص في السلسلة والدبلوماسية في التعامل.</p>	<p>9- الاسـتقبال الإداري (جمارك الحدود).</p>
<p>- توعية المواطنين بمختلف الوسائل: أحزاب، بلديات، مقالات صحفية، حصص اداعية.</p>	<p>- مشكل السرقة.</p> <p>- عدم الاكتراث بالظاهرة السياحية .</p>	<p>10- اسـتقبال المواطنين.</p>
<p>- ترقية و تطوير التجهيزات.</p> <p>- الترفيه موازاة مع تطوير السياحة.</p> <p>- ترقية النشاطات الثقافية و الرياضية.</p>	<p>- غير كافي.</p>	<p>11- التـثـشيط السياحي.</p>
<p>- وضع مخطط و تحديد مناطق التوسع السياحي.</p>	<p>- غياب برامج التهيئة</p>	<p>12- التهيئـة السياحية.</p>
<p>- إنشاء لجنة وطنية للسياحة و الفنادق .</p> <p>- إنشاء لجان جهوية .</p> <p>- إنشاء لجان بين الوزارات المعنية .</p>		<p>13- التـنـظيـمات.</p>
<p>- تخصيص نسبة من الفوائد، قروض دون فوائد.</p> <p>- مساعدات ضريبية.</p>		<p>14- تمويـل الاستثمارات.</p>

- ضمانات من الدولة.		
---------------------	--	--

OUVRAGE : LE TOURISME EN ALGERIE-JEU ET ENJEUX.

2- الميثاق الوطني لسنة 1976:

لقد تم وضع هذا الميثاق للتأكيد على ضرورة تطوير السياحة و التي ترجع أسباب ذلك الى:

- 1- حاجة المجتمع للتسليية و الترفيه بفعل أعمال فئات معينة فاعلة فيه.
- 2- زيادة حركات الأعمال و تواصلها مع التوسع الاقتصادي للجزائر و ذلك بتدعيم الصناعة الوطنية و ترقية العلاقات البنينة لفروع الاقتصاد الوطني خاصة بين الزراعة و الصناعة و تنويع العلاقات التجارية مع العالم الخارجي بالإضافة إلى ترقية المصادر المحلية للتمويل الى جانب اعتماد وسيلة التخطيط المركزي في إدارة و توجيه الاقتصادي الوطني " التخطيط بالمفهوم الاشتراكي هو بديل اقتصاد السوق". (51)
- 3- نتائج السياحة الدولية على المستويين الاقتصادي و الاجتماعي.
- 4- خلق مناصب شغل و تحسين مستوى المعيشة.

و بذلك فإن ميثاق 1976 أعطى أهمية جلية للسياحة المحلية أو الداخلية في مقابل وضعه حواجز أمام السياحة العالمية خاصة بالنسبة للأشخاص الذين يودون معرفة و اكتشاف بلادهم فبإمكانهم إيجاد هيئات استقبال ملائمة مصحوبة "بإجراءات مكملة لما تقوم به المؤسسات السياحية الاشتراكية في هذا المجال و التي تسمح بتوسيع السياحة الجماهيرية لصالح الوطنيين و بهذا سيدجد العمال و عائلاتهم إمكانية الاستفادة من ترفيهه يتمشى و إمكانياتهم". (52)

و تتمثل المهمة المسندة لقطاع السياحة في الجزائر بالعمل على تحقيق أكبر قدر ممكن من المداخل من العملة الصعبة عن طريق البحث عن سياح أجنب" فتبقى مربوطة بالحدود

التي تحفظ المجتمع الجزائري من النتائج السلبية والأمراض لاجتماعية المصاحبة للسياحة التي تتعرض لها الدول السائرة في طريق النمو." (53)

3- توصيات اللجنة العامة لحزب جبهة التحرير الوطني سنة 1980:

على اثر انعقاد الدورة الثالثة لحزب جبهة التحرير الوطني سنة 1980، قدمت التوصيات التالية:

- 1- انجاز المشاريع المتبقية على المدى القريب.
- 2- حماية المقومات السياحية و حصرها و وضعها في خريطة.
- 3- "وضع مخطط رئيسي للتهيئة السياحية يحدد مناطق التوسع السياحي.
- 4- لا مركزية الاستثمارات و تعددية المتعاملين.
- 5- تحسين و تسيير المنشآت السياحية.
- 6- تعزيز مؤسسات التكوين في المجال السياحي.
- 7- تطوير الجانب الإعلامي و الإشهار السياحي لجلب أكبر عدد ممكن من السياح.
- 8- تعزيز إمكانات الدراسات و التنفيذ.
- 9- ترقية سياسة الترفيه و التنشيط.
- 10- توجيه و تعزيز الجانب القانوني الفندقية و السياحي.
- 11- توجيه التوفير الوطني الخاص نحو نشاطات القطاع السياحي.
- 12- تطوير السياحة الوطنية حسب "مسار خاص و أصيل للعطل الوطنية." (54)

أما في سنة 1982 قام القطاع بأول إعادة هيكلة تنظيمية مبنية على اللامركزية و التخصص في اتخاذ القرار و كل ذلك كان معززا بقدرات الدراسة و الانجاز.

ففي مجال الاستثمار فقد تحصل القطاع على:

- في المخطط الثلاثي على مبلغ قدره 151.000.000 دج و بلغ عدد الأسرة 2736 سرير.
- المخطط الرباعي الأول: بلغ استهلاك الاعتمادات المالية لهذه الفترة ما قيمته 807.000.000 دج لعدد 7324 سرير.
- المخطط الرباعي الثاني: بلغت المصاريف المخصصة للانجاز ما قيمته 1.242.000.000 دج. و خلال سنتي 1978 و 1979 بلغت الاعتمادات المستثمرة مبلغ 382.500.000 دج لـ 1620 سرير.
- و في المخطط الخماسي الأول 1980-1984 بلغت الاعتمادات المستثمرة 3.4 مليار دج و لم ينجز سوى 2872 سرير خلال الفترة 1967-1984 تم انجاز طاقة مجمعة للاستقبال بلغت 24378 سرير.

فكان هدف هذا المخطط الخماسي الثاني " تدارك التأخر في الانجاز حيث تقرر إنهاء أشغال 14908 سرير و انطلاق أعمال البرامج المؤجلة السابقة و التي تبلغ طاقتها 6100 سرير." (55) و يعتبر هذا المخطط أن تنمية فرع السياحة قليلة الأهمية بالنسبة إلى فروع قطاع خدمات الإنتاج الأخرى و لعل ذلك مرده إلى ضعف هدف الانجاز التقديري الذي هو اقل من 33 %، إلى جانب ميل الدولة نحو تنمية المشروعات السياحية الصغيرة في إطار الاستثمار الخاص الوطني، كما أن مبلغ الاستثمار الفعلي المخصص للسياحة خلال هذا المخطط لا يتجاوز 1663 مليار دينار الذي لا يمثل سوى نسبة 0.44 % فقط من الاستثمارات الكلية للمخطط.

و على كل فالسياسة المعتمدة في هذا المخطط الوصول إلى الأهداف المنشودة للتنمية السياحية فهي تنويع المرافق السياحية في مناطق المياه المعدنية و الجهات الصحراوية و مرتفعات الجبال والغابات و على السواحل البحرية.

" و قررت الدولة إنشاء وحدات فندقية من الحجم المتوسط و من النوع الذي يكون في متناول الطبقات الاجتماعية المتوسطة لتشجيع السياحة الشعبية." (56)

4- الميثاق الوطني لسنة 1986:

يمكن اعتبار أن ميثاق 1986 أكد على ما جاء به سابقا الميثاق الوطني لسنة 1976 و الذي أكد على أن "الجهود لا بد و أن تبذل لخدمة السياحة الداخلية و احتياجات المواطنين و الشباب بما يوافق قدراتهم و إمكانياتهم." (57)

فقد اهتم هذا الميثاق بترقية سياحة الشباب كما توسعت مهام السياحة الى ترقية التراث الوطني بشكل عام و كذا ترقية الثقافة و الصناعة التقليدية. ثم حدد بعد ذلك هذا الميثاق الصبغة الثانوية للسياحة الدولية، حيث اعتبرت السياحة وسيلة انفتاح على العالم و التواصل مع باقي الشعوب على أن تأخذ السياحة الخارجية لفائدة المواطنين و جهة الدولة الصديقة و الشقيقة في شكل تبادلات استثمارية لكلا الطرفين علما أن السياحة الدولية تأتي في المرتبة الثانية بعد الداخلية، إلا أنها لا بد أن تتطور وفق ما تقتضيه ضرورة الحماية و الحفاظ على المجتمع الجزائري من كل مخاطر السياح الأجانب.

و من خلال الموثائق 1966-1976 و 1986 نستخلص قراءة للواقع السياحي بالجزائر يتضح من خلالها أن الجزائر لا تزال تعاني من قصور في البنية التحتية و الهياكل الأساسية سواء الخاصة بالإيواء و عدد الغرف و نوعية الفنادق أو من حيث دعم كفاية برامج الترويج و التسويق السياحي و انعدام الثقافة السياحية، الى جانب وضعها السياحة في اطر ضيقة لم تجعلها من أولويات اهتماماتها الاقتصادية و هو ما جعل السياحة بالجزائر ذات صبغة ثانوية و مصدر للعملة الصعبة لا غير، و بذلك ظلت السياسات المناقشة مجرد جمل في موثيق.

* البرامج الحكومية الخاصة بقطاع السياحة

"خلال التسعينات من القرن الماضي أخذت الحكومة الجزائرية على عاتقها تحرير الاقتصاد و الخصخصة بهدف زيادة الكفاءة الاقتصادية و تحقيق دور القطاع العام في القطاعات الإنتاجية و تشجيع الدور القيادي للقطاع الخاص، و تعزيز تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر فقد أصدرت القوانين التي تهدف الى زيادة مساهمة القطاع الخاص في تأسيس المرافق السياحية و الترخيص بها." (58)

و بذلك احتلت السياحة مكانة مهمة في البرامج الحكومية المصادق عليها ابتداء من سنة 1994.

فقد قدمت حكومة مقداد سيفي السياحة على أنها "مورد جديد للتراكم" و تؤكد "أنه خلال هذه المرحلة الانتقالية لا بد من تضافر عمليات كثيرة لإعادة تحريك قطاع السياحة و ذلك في إطار المخطط الشامل للتنمية، و هذا كي تستفيد البلاد من مصادر جديدة لتراكم العملة الصعبة التي ستساعدنا حتما في التنمية الاقتصادية الوطنية." (59)

و ادا رغب المتعاملون الوطنيون و الأجانب في الاستثمار في المجال السياحي فعلى الدولة أن تتخلى على مجال التسيير من خلال وضع إستراتيجية مخصصة. " (60)

و من أجل السماح بظهور و نماء "صناعة سياحية حقيقية" اقترح البرنامج الحكومي ما يلي:

- 1- حماية المواقع و المناطق الخاصة بالتوسع السياحي.
- 2- تطوير المحيط السياحي خاصة الوسائل الاتصالية، ووسائل النقل و الجانب الأمني للمواقع السياحية و ترقية الصناعة التقليدية.
- 3- تطوير الإمكانيات الفندقية و تنويع المنتج السياحي .
- 4- تكثيف جهود الاتصال و الإشهار و التوزيع و الاعتماد على سياسة للتسويق السياحي مع الزبائن و المستثمرين من أجل تحسين صورة السياحة الوطنية.
- 5- تهيئة و تعمير المناطق الأساسية.
- 6- تعزيز إمكانيات تكوين و تأهيل وظيفي قطاعي الفنادق و السياحة.

و في سنة 1996، قدمت الحكومة الجديدة برئاسة أويحي برنامجا أكد فيه على ضرورة الاهتمام بالقطاع السياحي و ضرورة خصصته و توكيله مهمة إعادة الحياة السياحية و تهيئة الظروف الملائمة لتطوير و ترقية العقار السياحي و تنويع منتجه و منه ضرورة تواجد مكانة للجزائر في السوق السياحية وكذا الصناعة التقليدية.

* السياحة و التنمية في الجزائر في ظل الخطاب الرسمي الحالي

لقد أعطت الدولة اهتماما متزايدا لقطاع السياحة نظرا لأهميته في كل المجالات خاصة الاقتصادية و الاجتماعية. و عليه فقد لجأت إلى وضع جهاز تشريعي يحدد كفاءات و طرق

للتنمية والاستثمار في هذا المجال و وضع جملة من القوانين الخاصة باستغلال الشواطئ. " فقد عكفت الدولة جاهدة على فسح المجال للتعرف على المناطق الغير معروفة و التي تمثل وجهة سياحية غالية في التعريف بثروات الجزائر السياحية." (61)

و على اثر ذلك اتخذت الدولة قرار خصخصة القطاع من خلال توجيه نداء للمستثمرين الذين يتعاملون مع الوكالة الوطنية للتنمية السياحية المكلفة بتسيير ما يقارب 174 منطقة توسع سيحي من بينها 20 أولوية.

و في 2003/01/06 صادق المجلس الشعبي الوطني على مشروع القانونين المتعلقين بالتنمية المستدامة للسياحة و المواقع السياحية.

و قد أخذت التعديلات المقترحة على مشروع القانون بعين الاعتبار ضرورة الارتقاء بالقطاع السياحي الى مصاف القطاعات المساهمة في زيادة الثروة و كذا تسييره عقلانيا، حيث تمحورت هذه التعديلات حول:

1- "إعادة الاعتبار إلى المؤسسات الفندقية تصدر رفع قدراتها الإيوائية.

2- توفير العرض السياحي و كذا تطوير و بعث أشكال جديدة للأنشطة السياحية تلبى حاجات السياح خاصة الأجانب.

3- ضرورة وضع حد لعدم الانسجام السائد في التنمية السياحية التي تعرفها المؤسسات السياحية الوطنية و ذلك بتبني أسلوب جديد في التسيير يضمن الاستمرارية في العمل و يعتمد على تثمين الثروات الطبيعية و الثقافية و الحضارية المتاحة.

4- الرفع في مستوى الكفاءات لتأهيلها." (62)

و من جهة أخرى أكد وزير السياحة على الأهمية القصوى التي تكتسيها عملية ضبط استراتيجيه وطنية في المجال السياحي و كذا الاستثمار و ترقية الشراكة و الاستغلال الأمثل للعقار السياحي و قد صادق المجلس الشعبي الوطني على مشروع التوسع و المرافق السياحية مع تسجيل تعديلات على نص المشروع.

و هذه التعديلات تركزت حول العقار السياحي الذي يعرقل الاستثمار السياحي عبر مختلف مناطق الوطن مقترحين بذلك إلغاء أو تعديل بعض المواد الواردة في التشريع كذلك

المكلفة بالعقوبات و مخطط التهيئة السياحية و آليات المراقبة لاسيما الخاصة بتحويل الأملاك العقارية والاستثمار.

و قد أكد أعضاء المجلس أن مشروع القانون هذا من شأنه تحديد المواقع السياحية و حمايتها من الخطر العمراني و من المناطق الصناعية، و القضاء على الفوضى و الحفاظ على الملكية الخاصة مع منح الأولوية في الاستثمار إلى صاحب الملكية.

و يمكن القول أن الجزائر اليوم رغم ماتملكه من طاقات نفطية و ثروات طبيعية و تراث تاريخي غير أن طريق التنمية الفاعلة مركزة على القطاع الاقتصادي على الاستعانة بأكثر من مورد صناعي زراعي سياحي ، و يعتبر المجال السياحي موردا إضافيا إن أحسن استغلاله.

فالسياحة مرتبطة بذكر الوعي و الثقافة السياحية لدى أفراد المجتمع و هذا ما يتطلب التموين مع تحقيق وعي سياحي لدى كل فرد لبلوغ الأهداف السياحية و هي بدورها تعمل كل تحقيق أهداف التنمية المنشودة بما يجعلنا نفكر في خلق منظومة تجسد البعد السامي للتنمية المستدامة.

خامسا : الإصلاحات الحالية و الآفاق المستقبلية للسياحة في الجزائر

قبل التعرض لأفاق السياحة في الجزائر و مستقبلها ، لابد من تمييز ثلاثة أنواع من السياحة في الجزائر و التي تتمثل في السياحة الساحلية و السياحة الجبلية و السياحة الصحراوية، إضافة إلى سياحة رابعة أخرى و هي سياحة الحمامات المعدنية و هذه الأنواع تأخذها الجزائر بعين الاعتبار ضمن برامجها المسطرة في إطار مساعيها لإعادة إصلاحها للقطاع السياحي و تطويره سواء على الصعيد المحلي أو حتى العالمي و فيما يلي عرض موجز لهذه الأنواع:

1- السياحة الساحلية:

كما سبق و تعرضنا إليه في عنصر مقومات السياحة في الجزائر فإنه من المعروف أن الجزائر تمتد على ساحل طوله 1200 كم، بشواطئ و غابات خلابة، و سلاسل جبلية ساحرة المناظر على طول هذا الشريط الساحلي الذي تتخلله أيضا هياكل ساحلية إلا أن

فاعليتها تبقى دون المستوى لعدة أسباب ترجع في غالبها إلى انعدام رؤية سياسة سياحية واضحة، غياب المنافسة وتهميش القطاع الخاص و قلة المخصصات المالية لهذا القطاع، لذلك من المفروض أن تعمل الجزائر على :

- الحفاظ على نظافة الشواطئ عن طريق نشر الوعي السياحي الخاص بذلك عن طريق النشرات المختصرة و متعددة اللغات .

- منع السلوكيات المنافية للآداب من السياح و كذا عامة الناس بما يتماشى مع الهوية و الثقافة الوطنية.

- إنشاء قرى سياحية على نسق مدروس يمكن التحكم فيها، تسييرها و توفير الأمن بها بالإضافة إلى كل مرافق العيش الواجب توفيرها فيها والتجارية التي يحتاجها السائح خاصة ما تعلق منها بالصناعات التقليدية لان توفر هذه المرافق يعد بحق عنصر جذب للسائح الوطني و الأجنبي على حد سواء .

2- السياحة الجبلية:

تختلف السياحة الجبلية عن السياحة الساحلية فيما يتعلق بجذب السياح ذلك أن السياحة الجبلية خاصة بعد الظروف الأمنية التي عاشتها ولا تزال تعيشها الجزائر كانت سببا في تراجعها، غير أن جهود الدولة المبذولة لتحقيق الاستقرار السلم و الأمن فان الإستراتيجيات الموضوعة لخدمة السياحة الجبلية لا بد أن تمس جملة المناطق التي تحتوي ثروات سياحية كالكهوف و المناظر الطبيعية و المغارات، و عدم قصرها فقط على التزلج على الثلج كما هو موجود في ولاية البويرة وتيزي وزو وولاية البليدة والتي تعتبر من السياحات الظرفية و التي تستدعي ضرورة التركيز على المعالم الدائمة لان السياحة الجبلية لا تنحصر فقط في التزلج على الجليد و إنما أيضا زيارة الكهوف و المغارات، و التعرف على أنواع متنوعة من الطيور النادرة و الينابيع المائية و العذبة المتميزة بالبرودة صيفا و الفتورة شتاء و التي تعتبر بحق عوامل جذب للسياح المثيرة لفضولهم و رغبتهم في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها المناطق الجبلية الجزائرية و التي تستدعي استثمارات ضخمة و توفير هياكل كافية للمواقع السياحية باعتماد سياسات ترويجية قائمة على الإشهار و الإعلان .. عبر الوسائل الإعلامية المختلفة .

3- السياحة الصحراوية:

تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة لها كل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة، من هذه المكونات و واحاتها المنتشرة عبر أرجائها و مبانيتها المتميزة بهندستها، و السلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية في الاهقار، " حيث تتجلى عظمة الطاسيلي الشاهد على الحضارة الترقية و المجسدة في الرسوم المنقوشة على صخور لازالت تروي للأجيال المتعاقبة حكاية شيقة و أنماط عيش متميزة للإنسان الترقى. " (63) و اتساع الصحراء الجزائرية يدفعنا إلى تبني استراتيجيات مختلفة عن الاستراتيجيات المتبينة في المناطق الشمالية و التي تستدعي استثمارات كافية لترقية مرافقها السياحية من طرقات و خطوط دولية لنقل المسافرين.

و على أثر ما تقدم، فإن الجزائر أدركت ضرورة تطوير قطاعها السياحي و تعزيزه و عصرنته منذ 2000 بالرغم من الأوضاع التي كانت تعيشها البلاد جراء العشرية السوداء و مخلفاتها خاصة على المجال السياحي. فبدأت بوضع خطط أعمال للتنمية المستدامة السياحية يفترض تنفيذها سنة 2010 و السنوات الموالية لها و لكن بتعديلات مسايرة تضاف جراء التطورات المستقبلية داخليا و خارجيا خاصة لسنوات 2019 ، 2015 ، 2025 و هذا بهدف دعم مقوماتها السياحية الطبيعية و الثقافية و الحضارية و تحسين خدماتها السياحية بما يدعم مؤسساتها الفندقية و تحقيق تنمية على المستوى المحلي.

فخلال لسنة 2002 مثلا: بلغ عدد السياح الجزائريين أكثر من 98000 سائح و هو رقم سجل ارتفاعا خاصة خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2013 .

و فيما يلي قراءة لواقع و آفاق السياحة في الجزائر من خلال الفترات التالية :

* الفترة: 1990 - 2002:

لقد عرفت هذه الفترة نمو سياحيا بطيئا ارتبط بمخلفات السنوات التي سبقتها (2000 - 2002) بسبب سوء الأوضاع الأمنية خلال العشرية السوداء و موسمية نشاطاتها السياحية الى جانب نقص في القدرات الاستقبالية و الجدول الآتي يوضح ذلك:

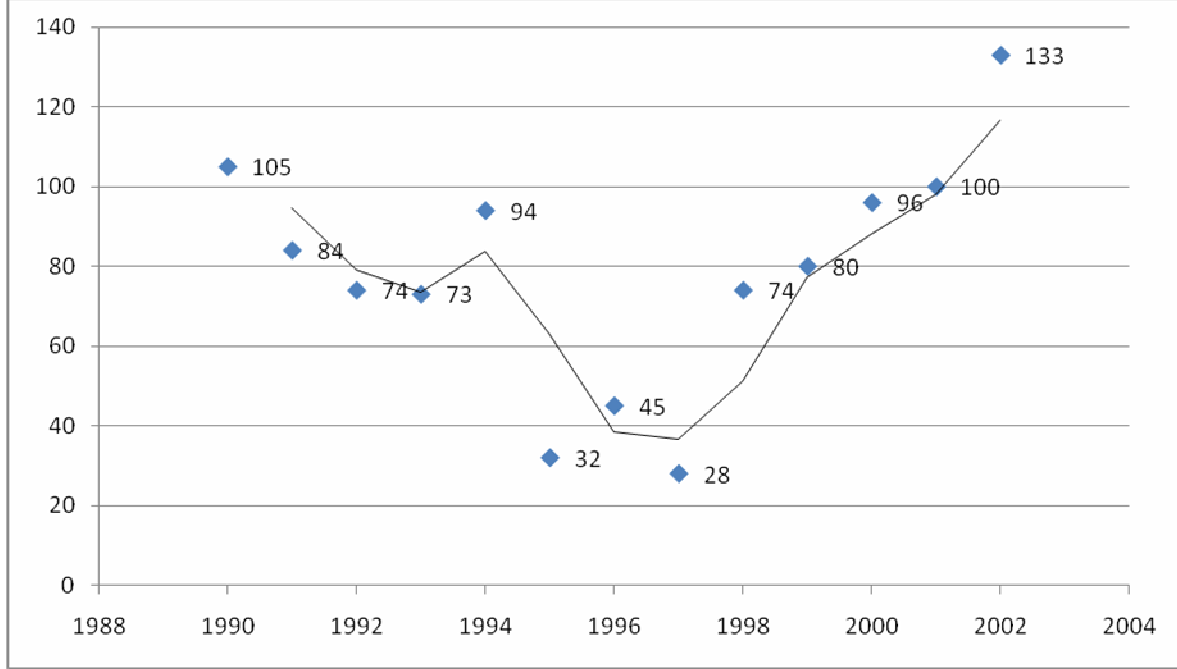
جدول رقم (05): تطور توافد السياح لفترة 1991-2002

السنة	السياح الأجانب	الجزائريون المقيمون في الخارج	المجموع
1990	685815	451103	113698
1991	722682	470528	1193210
1992	624096	4954528	119548
1993	571993	555552	1127545
1994	336226	468487	804713
1995	97648	421916	519576
1996	93491	511477	604968
1997	94832	539920	634752
1998	107213	571234	678448
1999	147611	607675	755286
2000	175530	69046	865984
2001	196229	705187	901416
2002	251141	736917	988060

OUVRAGE: LE TOURISME EN ALGERIE-JEU ET ENJEUX

من خلال معطيات الجدول نخلص إلى أن الجزائر سجلت تراجعاً في عدد السياح بداية من سنة 1990 بنسبة 5.80% أي ما يعادل 1136918 حيث استمر الوضع إلى غاية سنة 1995 التي سجلت 19556 سائحا و تراجع عدد السياح يرجع دائما إلى الأسباب ذاتها خاصة سوء الأوضاع الأمنية . إلى جانب عدد السياح، فان عدد الفنادق سجل سنة 1995 382 فندقا ليرتفع بعدها إلى 776 سنة 2000. أما بالنسبة لتطور المداخيل السياحية بالعملة الصعبة فلقد ارتبط بتطوير قدوم السياح الأجانب فبعد التسعينات تسجل تراجع لهذه المداخيل سنة 1990 مثلا: سجل 105 مليون دولار و سنة 1991 84 دولار و سجل 74 و 73 و 94 و 32 و 45 و 28 و 74 دولار على التوالي خلال السنوات 1992 إلى غاية سنة 1998 و الرسم البياني التالي يوضح ذلك :

شكل رقم(02):تطور مداخيل السياحة الجزائرية بالعملة الصعبة1999-2002.



في حين بدأ الرقم يتزايد في سنة 1998 حتى غاية سنة 2002 و هذا بسبب عدة إصلاحات قامت بها الدولة انطلاقا من الأولوية التي أعطتها للقطاع .

* الفترة من 2004 إلى 2007

ظلت هذه الفترة تشهد نموا سياحيا بطيئا خاصة خلال سنوات 2000 - 2001 و 2002 مع توقع قدوم 679000 سائحا أجنبيا خلال نهاية سنة 2007 م.

"بالرغم من أن مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة أفاق 2010 يركز في بدايته على تهيئة العقار السياحي إلا أنه في واقع الأمر و الملاحظ أن هناك غياب لهذا العقار المهيأ بالإضافة إلى عدة مشاكل معيقة للقطاع ، إلا أنه تم تسجيل مند بداية 2001 دخول 8300 سرير حيز الاستغلال بعد انجاز 115 فندقا" (64) و هذا في إطار المخططات التنموية

الموضوعة لرفع طاقات الإيواء لفترة 2004-2007 و كذلك الفترة التي تليها 2008-2013.

* الفترة من 2008-2013

شهدت هذه الفترة عقد المجلس الحكومي المتعلق بالمخطط التنموي للتهيئة السياحية في 29 جانفي 2008 من اجل تشخيص نقائص القطاع المحدث للثروات فتشكل على اثر ذلك الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية بالجزائر في حدود أفاق 2025 بهدف تقديم رؤية مستقبلية للتنمية السياحية في الجزائر على المدى القصير و الطويل لسنوات 2009-2015 و 2025 مع تحديد أدوات تنفيذها و إقرار شروطها.

وبذلك أصبحت للجزائر فرصة كبيرة لبلوغ حوالي 4 ملايين سائح أجنبي في أفاق 2010 حسب المنظمة العالمية للسياحة ذلك كون أن السياحة نشاطا اقتصاديا هاما قادرا على تمكين الجزائر من تحسين إيراداتها الخارجية و رفع قدرتها في مجال استحداث مناصب شغل و عليه فان الحكومة الجزائرية و وضعت جملة تدابير و ضبط للأعمال الهادفة إلى ترقية القدرات السياحية الوطنية من خلال (65):

* تثمين المنشآت الأساسية العمومية الموجودة عن طريق الشراكة و عقود التسيير و الخصخصة من اجل تحسين نوعية الخدمات و إدماج الحظيرة السياحية في الشبكات الدولية للسياحة .

* تشجيع الاستثمار في مجال الفنادق بهدف تثمين الطاقات و المواقع و الشبكات الوطنية على مستوى السواحل و المناطق الصحراوية و المحطات الحموية و الذي سيتم تدعيمه بالتصديق على المؤسسات و تصنيفها.

* ترقية و تاطير وكالات الأسفار و الترقية السياحية مرفوقة بمساهمة عمومية في ترقية المنتج السياحي الوطني بالخارج من خلال تنظيم معارض و غيرها من التظاهرات الدولية.

* تحفيز الجماعات المحلية على تثمين مؤهلاتها المحلية و التاريخية و الحرفية و غيرها عن طريق تنظيم تظاهرات ملائمة لهذا الغرض .

كما أن هذا المخطط حدد 5 جوانب لتطوير السياحة في الجزائر خاصة ما تعلق منها بوجهة الجزائر و أقطاب الامتياز السياحية و مخطط نوعية السياحة و مخطط الشراكة في القطاعين الحكومي و الخاص و قطاع التمويل السياحي بهدف :

* تحسين صورة الجزائر و جعلها و جهة سياحية عالمية.

* إقامة شراكة بين القطاع العمومي و الخاص.

* الانفتاح على تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و تحديد مواقع سياحية جديدة تتطابق مع الاتجاهات العالمية.

* جلب مستثمرين و طنيين و أجانب .

لذلك ، فقد ارتقب دخول حوالي 3100000 سائحا إلى الجزائر بحلول سنة 2013، غير أن هذا الأمر لن يتحقق إلا بالاستغلال الأمثل للطاقات الإيوائية الجديدة و تطوير أشكالها و بشكل يتناسب مع الأوضاع الاقتصادية و التجارية للجزائر خلال هذه الفترة و التي تتوقع استثمار ما يقارب 232 مليار دينار جزائري.

و عليه فان هذه البرامج تهدف إلى تنمية جملة منتجات سياحية على النحو التالي:

* السياحة الشاطئية " خاصة بتزايد نسبة الطلب العالمي عليها، والتي تستدعي المحافظة على التراث الثقافي و المحيط الطبيعي من أشكال التلوث، و هو ما استدعى انجاز هياكل استقبال من مخيمات، فنادق فخمة تجعل المنتج في متناول الجميع".(66)

* سياحة الأعمال: نتيجة لكثافة النشاطات الاقتصادية الاجتماعية للجزائر، فإنها سعت إلى تطوير مثل هذه السياحة التي تخدم بالدرجة الأولى انفتاح الجزائر على العالم الخارجي و توسيع علاقتها الخارجية من جهة و زيادة حركية جلب العملة الصعبة من جهة أخرى. غير أن القدرات التي تتوفر عليها الجزائر خاصة على مستوى عاصمتها تبقى محدودة كون أن اغلب الولايات الجزائرية الكبرى لا تتوفر على الهياكل السياحية التي ترقى إلى المستوى ذو الجودة العالمية.

* السياحة الحموية المعالجة بمياه البحر: اد تبقى الطاقات الاستقبالية المسجلة لهذه السياحة محدودة أيضا بالرغم من توفر الجزائر على أكثر من 200 منبعا حموميا ووجود 8 محطات حموية محدودة الاستعمال خاصة على المستوى المحلي بالرغم من تزايد الطلب عليها و على امتداد السنة في الاستخدام الصحي. غير أن هذا النوع من السياحة لا ينظر إليه فقط على انه منتج استشفائي، بل السعي لتطويره للاستعمال العام.

* السياحة الثقافية: فنظرا لأهمية هذه السياحة على المستوى العالمي، فان الجزائر على غرار دول العالم لها مؤهلات جمة تمكّنها من احتلال مكانة مهمة في هذا النوع من السياحة نتيجة ما تتوفر عليه من تراث ثقافي و أثري متنوع، كما تم التعرض إليه سابقا في عنصر مقومات السياحة في الجزائر، إلى جانب جملة المعالم الثقافية و كذا التظاهرات و الاحتفالات و الأعياد المحلية و الفنون الشعبية و الألعاب التقليدية .

* السياحة الرياضية الترفيهية: و تشمل هذه السياحة، سياحة الصيد، و الغوص و الرحلات البحرية و الرياضية و الترفيه ، لذلك فان منشآت هذا النوع السياحي تستغل لتنظيم تظاهرات رياضية تكون محفزة لزيادة منشآت أخرى جديدة خاصة فئة الشباب المتحمسين للاكتشاف و الترفيه و الرياضة.

و ضمن مخطط أفاق 2013، فان هذا البرنامج المعلن عنه ضمن دعم القطاع السياحي للجزائر، سعى إلى ترويج النشاطات السياحية باعتماد أدوات تساعد على تنميته من جهة و جلب مستثمرين متعاملين في المجال السياحي من جهة أخرى.

و عليه فان الجزائر اتجهت نحو و ضع إجراءات لدعم هذا القطاع و تشجيع الاستثمار فيه والعمل على الترويج له و ذلك من خلال:

* العمل على تهيئة العقار السياحي، و تمويل مشاريعه الاستثمارية باستحداث نصوص قانونية خاصة بالتنمية ، العقار السياحي واستغلال الشواطئ مثل:

القانون الصادر في 17 فيفري 2003 بهدف :

- ترقية الخدمة السياحية.

- استغلال الثروات الطبيعية و الثقافية و الحضارية للبلد .

- إعادة بعث الصورة السياحية للجزائر .

- تلبية حاجات السياح المحليين و الأجانب السياحية.

- توسيع و تنويع العرض السياحي .

و هذا كله يدخل في سياق إبراز صورة سياحية مشرفة للجزائر عالميا، بما يشجع الاستثمار السياحي فيها و تطوير أشكالها السياحية و يحمي مقوماتها و يرفع من نوعية و جودة خدماتها.

نجد كذلك قانون 19 فيفري 2003 المتعلق بالشواطئ و حمايتها بما يساعد على ممارسة النشاطات السياحية الشاطئية.

و لقد أشار هذا القانون إلى أن موسم الاصطياف يمتد من 1 جوان إلى غاية 30 سبتمبر من السنة، وهي فترة مزاولة السياحة الشاطئية في إطار إقليم طبيعي (شاطئي) و ظروف جوية عادية إلى جانب منح امتيازات لاستغلال الشواطئ السياحية لأي شخص تتوفر فيه شروط المستثمر السياحي بشكل يرفع من نسبة الاستغلال الأمثل للطاقت السياحية و فوق دراسة و تصريح مسبق.

إلى جانب القانون المتعلق بمناطق التوسع و المواقع السياحية رقم 03 / 03 في 19 فيفري 2003، و الذي صدر في 26 مارس 1966 و ثمن أحكام المرسوم التنفيذي المؤرخ في نوفمبر 1988 و الذي حدد مناطق التوسع السياحي بأنها مناطق ذات صفات طبيعية و ثقافية و بشرية سياحية مناسبة و مساعدة على إقامة و ممارسة النشاط السياحي و تنميته. و أن كل موقع سياحي هو موقع جذاب بخصائص طبيعية و بنايات مشيدة، ذو واجهة تاريخية تتطلب المحافظة عليها بالإضافة إلى أن المنطقة المحمية هي منطقة للتوسع السياحي و تستدعي حمايتها و المحافظة على مؤهلاتها.

غير أن هذا القانون شهد جملة عراقيل مست تحويل المواد السياحية عن طبيعتها و المضاربة في العقار السياحي و هو الأمر الذي أدى إلى تراجع المواقع السياحية.

إلى جانب سعي الجزائر إلى تمويل المشاريع السياحية و تطيرها عن طريق تمويلها بما يتماشى و خصوصية الاستثمار السياحي، لذلك فان الدولة خصصت قروضا فندقية نفذت

على مرحلتين: المرحلة الأولى منها شهدت إصلاح النظام البنكي، الذي اعتمد على القروض الطويلة المدى لإعطاء فرصة استرجاع الاستثمارات السياحية، و المرحلة الثانية التي شهدت إنشاء بنوك متخصصة لتمويل الاستثمار السياحي و تحفيزه من خلال إجراءات ساعدت مثلا على رفع الطاقة الحموية و المنابع بتحديد الخاصية الاستشفائية لكل منبع حموي.

إضافة إلى هذا وفي إطار دعم التكوين انطلقا من إيمان الجزائر بالعنصر البشري في النشاط السياحي و دوره المحوري في ترقية الخدمات، فلقد اتخذت جملة إجراءات منها:

- تأسيس شهادة بكالوريا تقنية في السياحة في آفاق 2013.
- فتح تخصص للاقتصاد السياحي في الجامعات.
- دمج السياحة كمهنة ضمن أنظمة التكوين المهني و التربية الوطنية .
- العمل على انتشار مراكز تكوين جديدة تتلاءم و المطلب المتزايد و المتوقع للتنمية و تطوير القطاع السياحي.
- تشجيع إنشاء معاهد خاصة بالتكوين السياحي، و تحسين مستوى طلبته.
- غير أن المسجل، هو أن مجال التكوين السياحي في الجزائر لم يرق إلى مستوى التكوين في الدول الرائدة سياحيا و هو ما يستدعي بدل جهد مستقبلي للنهوض بالتكوين و توسيع مشاريعه.

و في هذا الإطار تدرج عملية تحسين نوعية المنتج السياحي، الذي لم يصل بعد إلى مستوى الخدمات السياحية المطلوبة، و الذي يستدعي عرض دراسة لتحسينه، و التي من أهم ما يجب أن تتضمنه مراقبة القطاع السياحي و تطبيق النصوص التشريعية الخاصة بذلك لتنظيم نشاطاته. إلى جانب إعداد خطة طويلة المدى للاتصال المؤسساتي انطلقا من الإيمان بأهمية النشاط الاتصالي و دوره في تحقيق التطور السياحي ، و تكوين صورة سياحية مشرفة للجزائر بعد العشرية السوداء التي عاشتها في سنوات التسعينات بما يبعث على خلق أسواق سياحية جديدة تعمل بحق على ترجمة المقومات السياحية للجزائر.

و يمكن تلخيص النشاطات الاتصالية التي تقوم بها الوزارة الجزائرية في :

- السعي إلى تكثيف الرحلات الاستكشافية لصالح وسائل الإعلام الوطني و الدولية للتعريف بمؤهلات السياحة بالجزائر و آفاقها.
- العمل على تخصيص مقالات و ريبورتاجات خاصة بها على مستوى الصحافة المكتوبة (صحف، مجلات) و القنوات التلفزيونية، تهتم بالسياحة في الجزائر.
- المشاركة في ادوار التظاهرات و المواعيد السياحية العالمية التي تحضرها العديد من وسائل الإعلام الدولية.
- المساهمة في تنظيم بعض الأحداث السياحية بداخل الوطن و استغلالها إعلاميا و في مجال الاتصال السياحي .
- تصميم و انجاز دعائم إعلامية و ترقية و العمل على تقريبها من المواصفات و التقنيات الاتصالية الحديثة و توسيع توزيعها داخل الوطن و خارجه .
- وفي سبيل سعي الجزائر لدعم النشاط الاتصالي و ترقيته و تحسينه، فقد قامت الجزائر بجملة عمليات منها:
- إعادة هيكلة الديوان الوطني للسياحة بشكل يجعله قادرا على أداء وظائفه و مهامه.
- تكثيف المشاركة الجزائرية في المحافل و التظاهرات السياحية الدولية .
- التعامل مع الصحافة الوطنية و استغلال المحطات الاداعية و التلفزيونية المحلية لإقامة برامج إعلامية و حملات تحسيسية لسكان المناطق الجزائرية.
- إقامة تظاهرات سياحة محلية و تنظيم أحداث سياحية عالمية بالجزائر.
- دعم الحركات الجمعوية و توسيع مجال نشاطها باستخدام فضاءات للإعلام السياحي
- توفير الدعائم الإعلامية كالدليل السياحي و الخرائط .
- إقامة مؤتمرات صحفية للصحافة الوطنية و الدولية للتعريف بمقومات السياحة الجزائرية.

* آفاق 2014:

من أولويات القطاع السياحي الجزائري لآفاق 2014، تثبيت الجزائر في السوق المحلية، حيث أكد مدير التعاون بوزارة السياحة و الصناعات التقليدية أن هذه الأولوية تدرج ضمن إستراتيجية آفاق 2014، خاصة بعد منح الدولة لـ 250 مليار دينار جزائري، بما يوفر بيئة سياحية مشجعة على الاستثمار خاصة للخواص، حيث يتضمن المخطط حوالي 140 منطقة توسع سياحية " ستوجه لاحتضان مشاريع سياحية منها 20 قرية سياحية و 40 مركبا سياحيا، فضلا عن هياكل إقامة موجهة للاستجابة للطلب الوطني على المنتج السياحي، قصد تثبيت نحو مليون جزائري يتوجهون نحو الخارج سنويا لقضاء عطلهم و ذلك بإدراج هذا المسعى كأولوية ضمن المخطط القطاعي 2014/2010. " (67) و لقد تم الحديث عن إنشاء 9 فنادق جديدة بسعة كبيرة جنوب البلاد ممولة عن طريق الخزينة العمومية لتشجيع الاستثمار السياحي في الجنوب و ترقيته، غير أن هذا النوع من المشاريع الاستثمارية ما زال ينتظر رخصا من السلطات العمومية للانطلاق في عملية الاستثمار.

و لقد أكد ذات المصدر عن دخول حوالي 45 مشروعا سياحيا حيز الاستغلال في إطار الاتفاقية الموقعة بين وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة و مستثمرين و طنيين، والتي تم توقيعها في مارس الماضي و الخاصة بإنجاز حوالي 50 فندقا يحوي 6800 سرير إلى جانب مشاريع ذات طاقة على توفير آلاف من مناصب العمل الدائمة خاصة بعد تحقيق نسبة 60% من الأهداف المسطرة في المخطط والتي لم ينجز منها سوى توقيع عقود خاصة بمشاريع استثمارية و سياحية والتي قدرت بحوالي 431 عقدا و ذلك منذ شهر جانفي 2008. حيث يتوقع انطلاقا من معدلات التدفق السياحي والتي تجاوز سقفها سنة 2009 1.9 مليون سائح بلوغ حوالي 2.5 مليون سائح في آفاق 2015 و استقبال 11 مليون سائح ضمن مخطط 2025.

* آفاق 2015:

على سبيل البيان "تسعى الجزائر في آفاق 2015 إلى استقبال 2.5 مليون سائحا ولهذا الغرض و من أجل مراعاة النسب الدولية يجب عليها توفير 75000 سرير ذو جودة عالية. و يتطلب هذا الهدف استثمارا سياحيا في القطاعين العمومي و الخاص يقدر بـ 2.5 مليار

دولار بالنسبة للفترة 2008-2015 أي 35 مليون دولار سنويا" (68) حيث أن الجزائر ستحصل على إيرادات قد تصل إلى 2 مليار دولار واستحداث 400.000 منصب شغل.

ولذلك تم تبني الحكومة لمشروع تمهيدي لقانون مطابقة البناءات لإتمام إنجازها بإدراجها أحكاما جديدة تدخل إصلاحات وتصحيحات عمرانية لتدارك مخالفات البناءات من جهة وتسوية وضعيتها وفقا للمعايير الدولية المطلوبة من جهة أخرى.

ومن أوجه ذلك الحد من البناءات غير المكتملة، ومطالبة أصحابها مراعاة شروط قاعدة المطابقة العمرانية للبناءات المنجزة أو التي سيتم إنجازها مع مراعاة الجانب الشكلي والجمالي لها.

وعليه، فإن مجلس الحكومة صادق على مرسوم تنفيذي يحدد قواعد منح السكن الإيجاري المقدم من قبل وزير السكن والعمران والذي أدرج قواعد جديدة يراعي فيها رفع الحد الأقصى للدخل من 12.000 دينار جزائري إلى 24.000 دينار جزائري من قبل طالبي السكن وهذا من جهة، أما على صعيد العمل والضمان الاجتماعي ووزارة السياحة، فلقد تم توقيع اتفاقية بين هذه الأطراف باعتبار أن البرنامج المحدد من قبل رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة المتعلق بمكافحة البطالة وخلق 2.000.000 منصب شغل في أفق 2005 وغايات استحداث 230.000 منصب شغل أخرى في أفق سنة 2015. وباعتبار البرنامج الاستثماري المخصص لتنمية السياحة وتطوير قطاعها والآثار المترتبة عليه خاصة في مجال التشغيل والتطوير المهني والنشاطات السياحية فقد تم الاتفاق على:

* تلخيص هدف الاتفاقية وكيفية تأطير الشراكة بين وزارة العمل والضمان الاجتماعي ووزارة السياحة فيها يتعلق بإحداث نشاطات القطاع السياحي. والتزام كلا منها بالعمل في إطار شراكة لفائدة البطالين ذوي المشاريع والبالغين من العمر ما بين 35 و50 سنة. حيث التزمت وزارة العمل والضمان الاجتماعي بتوجيه البطالين ذوي المشاريع والمتحصلين على تكوين في المهن السياحية لممارسة نشاطات تدرج ضمن القطاع السياحي، مع الالتزام بتوزيع المعلومات المتعلقة بهذه الاتفاقية. في حين التزمت وزارة السياحة بترقية نشاطات هذه الفئة في سبيل إنعاش القطاع وحث مختلف الهياكل والهيئات الواقعة تحت وصايتها ببذل الجهود

اللزامة بالتكفل ببرامجها " ولقد حددت مدة سريان هذه الاتفاقية ب 05 سنوات قابلة للتجديد." (69)

* آفاق 2025:

تتجه الجزائر في مجال الاستثمار السياحي في آفاق 2025 إلى تغطية عجزها المسجل في مجال الإيواء الذي لا يتجانس مع رواج السياحة الجزائرية وذلك في إطار الإستراتيجية الوطنية الخاصة بتنمية القطاع السياحي بآفاق 2025 والتي تندرج ضمن المخطط الوطني لتهيئة الإقليم الهادف إلى إنجاز مختلف المشاريع القطاعية .

وعلى إثر هذا، تم الانطلاق بتجسيد مشاريع سياحية استجابة لتدفق السياح المرتقب، وإنعاش السياحة الوطنية بدأ بإنجاز 7 أقطاب سياحية بامتياز و 50 قرية سياحية بمواصفات عالمية عبر مختلف ولايات الوطن.

"لقد دخل القطاع السياحي في الجزائر مثله مثل عدد كبير من القطاعات مجال الخصخصة سنة 1988، وتم على إثر ذلك فتح الباب أمام القطاع لولوج المجال، وحسب مدير السياحة لولاية الجزائر فإن آخر مركب سياحي بإدارة الدولة تم بناؤه هو حمام القرقور والذي يعد أحد المرافق السياحية ذات الخصوصية الحموية والإستشفائية والطبية، وتم إصدار مرسوم تنفيذي يحدد مناطق التوسع السياحي بهدف توفير عقارات مؤهلة لاستقطاب المشاريع السياحية وتم هذا في إطار تحديد 174 منطقة توسع سياحي على المستوى الوطني، كما تم إدراج عملية الاستثمار في القطاع السياحي ضمن الملفات القطاعية الكبرى منها ما يخص مشاريع الهضاب العليا والجنوب الكبير." (70)

وفي هذا المجال تعمل الجزائر على تدارك تأخرها في المجال السياحي وتأهيل قطاعه وتنمية ما يتوفر عليه من مؤهلات سياحية طبيعية، مادية وتاريخية وتراث مادي وغير مادي والمشجع على زيادة التدفق السياحي وخدمة الاقتصاد الوطني.

ويعتبر المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في آفاق 2025 قاعدة رئيسية لتنمية السياحة في الجزائر في حدود 2025، الرامي إلى تشجيع المقومات السياحية للجزائر بما يغطي عجزها

المسجل على مستوى الأداء الذي لا يتعدى 80 ألف سرير على المستوى الوطني، والتي تمثل نسبة 10% منها فقط ما هو مطابق للمواصفات العالمية.

ومن بين المشاريع التي يتضمنها هذا المخطط، انجاز 07 أقطاب سياحية، و 20 قرية سياحية وحدائق إيكولوجية ذات بعد سياحي عبر ولايات الوطن. لهيكلية الإقليم وتحسين الوجهة السياحية للجزائر حيث تشمل قرى سياحية بامتياز بتجهيزات و مرافق نشطة تساهم في تنمية الإقليم ثقافيا وتاريخيا. ومن ضمن هذه الأقطاب القطب الواقع شمال شرق الوطن ويشمل ولاية عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، سوق أهراس وتبسة. والقطب الواقع وسط شمال ووسط الوطن ويشمل كلا من الجزائر العاصمة، تبازة بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلة والمسيلة، البويرة، تيزي وزو وبجاية، والقطب الواقع شمال غرب الوطن والذي يضم كلا من مستغانم، وهران، عين تيموشنت تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس و غليزان. ويتوسط ولايات الجنوب غربية كغرداية وبسكرة والوادي والمنيعة القطب الرابع. إلى جانب مشروع انجاز قطب بالجنوب الكبير الذي يضم التاسيلي وإيليزي وجانيت، و قطب آخر يشمل الاهقار والتاسيلي.

ولقد تم منذ شهر جوان الماضي من سنة 2009 إدماج 50 مستثمرا وطنيا لإنجاز 50 مشروعا استثماريا في مجال الفنادق بالأقطاب السابقة الذكر، والذي بإمكانه توفير حوالي 6800 سرير وخلق 10 آلاف منصب عمل وهي امتداد لم يتم تجسيده سنة 2008، والرامية إلى بعث 283 مشروعا سياحيا بسعة 25 ألف سرير وتوفير 35600 منصب عمل.

أما القرى السياحية، فهي موزعة على كل من الطارف، عنابة، بجاية، بومرداس، تيبازة سكيكدة والعاصمة، تلمسان، تيميمون، و 3 حدائق "دنيا بارك" بكل من وهران عنابة والجزائر العاصمة.

وحسب المختصين. فإن الجزائر بإمكانها استرجاع مكانتها السياحية وبشكل متميز يدرجها ضمن الأقطاب السياحية العالمية غير المكتشفة والذي يشكل هاجسا لدى مستكشفي الوجهات السياحية الجديدة. فبالرغم من عدم الاستقرار الاقتصادي الذي عرفته الجزائر وكان سببا في تراجع صورة الجزائر السياحية وقطاعها السياحي، إلا أن استرجاع الجزائر لاستقرارها وأمنها ساعد على بعث إنعاش قطاعها السياحي بشكل فتح المجال أمام

الاستثمارات والخصخصة والشراكة انطلاقا من إعطاء تحفيزات للمستثمرين أنعشت نسبيا السوق السياحية الجزائرية التي بالرغم من هذا لم ترق بعد إلى مستوى السوق السياحية العالمية بسبب العجز في الطاقات الإيوائية وتدهور منشأتها والمنتظر تحسين مستواها في الأفق المستقبلية، اد أن الجزائر تهيئ نفسها منذ أربع سنوات على الأقل للدخول في الميدان العالمي للسياحة وتشجيع المستثمرين على الدخول في المشاريع المشتركة في القطاع السياحي بالجزائر. خاصة بعد سياسة الانفتاح الاقتصادي التي تبنتها الجزائر لتصل بها إلى مستوى المعايير الدولية وبما يسمح لها من التنافس على الساحة الدولية.

انطلاقا من رغبة الجزائر في تقديم كل ما لديها من إمكانات لعكس صورة مشرفة عن واقع سياحتها خاصة وأنها تشتمل على كل مقومات البلد السياحي من شواطئ وحمامات معدنية وسياحة صحراوية وسياحة الآثار والمعالم والاكتشافات والتي تلبى ادواق كافة زائريها. لأنه كما سبق الذكر، فإن الجزائر تتوفر على كل أوجه السياحة، غير أن خاصيتها الأساسية هي الرغبة في تطوير القطاع السياحي ومراعاة معايير التنمية المستدامة والمحافظة على البيئة خاصة وأن هذا القطاع يشكل وسيلة مهمة لتشغيل يد عاملة هائلة تبلغ من خلالها نسبة تفوق 75% من الشباب الجزائري.

إلى جانب شروع وزارة السياحة الجزائرية في تنظيم ملتقيات بالاشتراك مع وزارة الشغل والشؤون الاجتماعية لتناول مواضيع الاستثمار والسياحة المحلية للتحسيس بأهمية هذا القطاع وحاجته لتضافر الجهود لتحقيق نجاحه.

بالإضافة إلى التأكيد على أن عملية تطوير القطاع السياحي تشمل أولوية التكوين الخاصة بالموظفين السياحيين، وتكوين يد عاملة قادرة على تطوير ثقافة سياحية للجزائر.

- مراجع الفصل الثالث

- 1- نصيب رجم: دراسات السوق. كلية العلوم الاقتصادية و التسيير ، جامعة عنابة ، دار العلوم للنشر و التوزيع ، ط2 ، د س .ص.24.
- 2- عبد الرحمن توفيق : المناهج التدريبية المتكاملة - منهج مهارات التسويق و البيع - خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة : "بميك" ، ط1 ، 2004 . ص.38.
- 3- كمال مرداوي : مبادئ التسويق . مطبعة بغيجة ، قسنطينة 2008 . ص 127.
- 4- عبد الرحمان توفيق:المناهج التدريبية المتكاملة.منهج مهارات التسويق و البيع-خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة "بميك".ط1،2004،ص.38.
- 5-كمال مرداوي : مرجع سبق ذكره.ص.127.
- 6- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي. دار الفجر للنشر و التوزيع، 2004 . ص.293.
- 7-عبد الرحمن توفيق: مرجع سبق ذكره.ص.38.
- 8- محمد فريد الصحن : التسويق . الدار الجامعية، مصر 2004/2003 . ص.353.
- 9-محمد منير حجاب:الإعلام السياحي. دار الفجر للنشر والتوزيع،200،ص.240
- 10- محمد عبيدات : التسويق السياحي . دار وائل للنشر ، 2005 . ص.129.
- 11- محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره. ص 63.
- 12- احمد ماهر: تنظيم إدارة المنشأة السياحية و الفندقية. المكتب العربي الحديث ، مصر ط2 د س . ص.14.
- 13- محمد صبري محسوب:العالم العربي- دراسة جغرافية- ملتزم للطبع والنشر، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2002. ص.325.
- 14- شنفوطولية و مجموعة من الاساتذة : علوم الطبيعة و الحياة . السنة 3 من التعليم المتوسط الديوان الوطني للمطبوعات المدرسية ، ط1 ، 2006/ 2005 . ص.110.

- 15- محمد الصالح رمضان: جغرافيا الجزائر و العالم. مكتبة النهضة الجزائرية، ط 2
1965. ص116.
- 16- أحمد الشناوي ، إبراهيم خورشيد و آخرون . دار المعارف الإسلامية، دار المعرفة
بيروت، د ط، د س. ص74.
- 17- أمّنة بوحجر: موسوعة المدن الغربية. دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، ط1
2002. ص112.
- 18- تشنقولية و مجموعة من الاساتدة ، مرجع سبق ذكره. ص87.
- 19- أندري برنيان ، اندري نوشي ، ايف لاکوست: ترجمة اسطنبولي رابح و منصف
عاشور: الجزائر بين الماضي و الحاضر. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.
ص35.
- 20- 21- علي طالب عبد القادر ، حواس محمد و عافر أحمد: الجغرافيا. سنة 4 من التعليم
المتوسط ، وزارة التربية الوطنية ، الديوان الوطني للمطبوعات المدرسية 2006 . ص32.
- 22- محمد إبراهيم المليلي: الجزائر في ضوء التاريخ. دار البعث للطباعة والنشر-قسنطينة-
1980. ص211.
- 23- محمد المهدي بن علي شعيب: أم الحواضر في الماضي و الحاضر. مطبعة البعث
قسنطينة 1980. ص37.
- 24- محفوظ قراش: الجزائر في الصور القديمة .المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر .
ص192 .
- 25- إلياس خريبوط: دراسة تأثير محتوى مادة التاريخ على هوية تلاميذ السنة 3 ثانوي.
دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة ، لجنة المناقشة : فريد بوبكر ، عبلة رواق ، إبراهيم تهامي
محمد نجيب نيني ، 2003/2002 . ص37.

- 27- محمد العودي: التراث الشعبي و علاقته بالتنمية في البلاد النامية. ط2 ، عالم الكتب 1998 . ص20.
- 28- الموسوعة العربية العالمية. مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر و التوزيع، الرياض، ط2 1999. ص570.
- 29- محمود العودي: مرجع سبق ذكره. ص 198 .
- 30- موسوعة المعارف الحديثة للدول العربية. الدار العربية للموسوعات، القاهرة، ج 3 1970. ص60.
- 31- قائمة الأعياد و التظاهرات المحلية حسب برامج الترفيه السياحة، 2004 المقدمة من طرف مديريات السياحة للولاية. 2003
- 32-Alger demain. Algérie l'état du territoire – la reconquête du territoire ministère l'équipement de l'aménagement sur les presses de l'ofée des publications universitaires p 163
- 33- Http: pr: wikipedia.org 2010/1/27 10.59H
- 34- 2010www.binbadis.net.11:29H
- 35 - 36- هدير عبد القادر: واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطورها .رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص نقود مالية و بنوك إشراف: طيب ياسين، 2005/2006، ص32.
- 37- جدار محمد و عيرزم لحسن: الجغرافيا -، سنة الثالثة ثانوي ، الديوان الوطني للتكوين و التعليم عن بعد ، وزارة التربية الوطنية ، د.س. ص273.
- 38- عبد السلام بوشارب: تبسة معالم و آثار ، المؤسسة الوطنية للاتصال و النشر ، الجزائر 1996. ص113.
- 39 - 40- ملتقى دولي حول تسيير و تمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية ببرج بوعريريج ، جامعة باتنة الاقتصادية و علوم التسيير .
- 41- www.mohett.com. 2010/02/0911:17H

42- www.swissinfo 2010/02/09.11:30H

43-www.al-massa/ar/content/vieu/3063 2010/02/09 .10:12H

44- وزارة السياحة، رئيس الديوان بالنيابة أحمد لوصيف ملخص لأهم العراقيل المسجلة من طرف المصالح الخارجية لوزارة السياحة الأيام الدراسية و الإعلامية 10 و 11 نوفمبر 2003 / 17 ديسمبر 2003.

45-Hachimi madouche : Le tourisme en Algérie jeu et enjeu – point de vue sur les récupérations actuelles. Édition homme. Alger 2003 .p55

46- بوبربارة ابتسام : الاستثمار السياحي في الجزائر واقعة و آفاقه. مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات التطبيقية فرع قانون أعمال إشراف خالد رويح 2006 / 2007 .

47- موسوعة المعارف الحديثة للدول العربية: الدار العربية للموسوعات، القاهرة، ج 2 1970. ص 21 .

48-HACHIMI MADOUCHE : 0P CIT P55.

49- مجلة الأحياء : مجلة - علمية كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، جامعة الحاج لخضر باتنة الفجر للطباعة و النشر ، الجزائر ، 2005. ص 15 .

50-HACHIMI MADOUCHE : 0P CIT p56-57.

51- عبد العزيز شرابي: الاقتصاد الجزائري. أكتوبر 2003. ص 15، 16 .

52-53-54- HACHIMI MADOUCHE : 0P CIT p58.

55 - 56 - مجلة الأحياء: مرجع سبق ذكره . ص 18 ، 19.

57 - HACHIMI MADOUCHE : 0P CIT P59.

58 - مجلة الأحياء: مرجع سبق ذكره . ص 23.

59-60- HACHIMI MADOUCHE : 0P CIT p58

61-office national du tourisme 2009/2008.

62-www.afest.org 2010/1/27 10.31H

63-www.Mechadi.infrance.com 2010/1/27 10:.31H.

64 - وزارة السياحة2003.

65- هدير عبد القادر:مرجع سبق ذكره.ص173.

66- هدير عبد القادر: مرجع سبق ذكره.ص200.

67 - http:// waktelgazair.com 2010/9/1 15:13H.

68 - www.sawt-alahrar.net. 2010/9/1 15:.43H.

69 - metess.gov.dz2010/09/01 13:25 H .

70 - www.el-massa.com 2010/9/1 15:51H.

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية لقضايا السياحة في

صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL .

أولا - فئات الشكل.

ثانيا - فئات المضمون.

بعد التمهيد النظري الذي حاولنا من خلاله مناقشة و تسليط الضوء على موضوع الصحافة المكتوبة والسياحة في الجزائر، يأتي هذا الفصل التحليلي المقارن لنتناول من خلاله الطرح المنهجي لدراستنا من خلال عرض و تحليل لمعلوماتها و تبويب بياناتها.

و نظرا لطبيعة دراستنا التحليلية الوصفية المقارنة فقد تم تحديد مجتمعها بصحيفة الشروق اليومي اليومية المستقلة و صحيفة EL ACIL اليومية الوطنية أين قمنا بدراسة تحليلية لمضامينها الخاصة بالسياحة خلال 12 عددًا كل عدد منها اختير عشوائيا و بطريقة القرعة خلال سنة 2009 ثم تم تصنيف و تبويب بياناتها في 49 جدولا عكست فئات التحليل المحددة مسبقا في الفصل المنهجي للدراسة انطلاقا من أسلوب المقارنة الكمية والكيفية بهدف الوصول إلى إجابة عن التساؤل الرئيسي للدراسة و بلوغ الأهداف المنشودة منها.

• فئات الشكل:

- فئة الموقع

جدول رقم 6: توزيع عدد مواضيع السياحة في صحيفتي الشروق اليومي و El Acil على الأعداد

%	Σ	El acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				الأعداد
13.51	05	03	02	03 جانفي 2009
18.91	07	03	04	8 فيفري 2009
16.21	06	01	05	16 مارس 2009
2.70	01	-	01	28 أبريل 2009
13.51	05	04	01	06 ماي 2009
10.81	04	01	03	11 جوان 2009
8.10	03	-	03	18 جويلية 2009
-	-	-	-	23 أوت 2009
5.40	02	-	02	07 سبتمبر 2009
8.10	03	-	03	13 أكتوبر 2009
2.70	01	-	01	18 نوفمبر 2009
-	-	-	-	24 ديسمبر 2009
99.95	37	12	25	Σ

يتناول هذا الجدول توزيعا لمواضيع السياحة التي تناولتها كل من صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL على مدار أعداد العينة المختارة سابقا كما تم توضيحه في الفصل المنهجي ابتداء من العدد 03 جانفي 2009 إلى غاية العدد 24 ديسمبر 2009. و لقد سجلنا بان التغطية الإعلامية لصحيفة الشروق اليومي قدرت بـ 25 موضوعا موزعة على كل أعداد العينة ما عدا العدد 23 أوت و العدد 24 ديسمبر وهو ما يدل على أن كل أشهر السنة هي مجال لحركية و نشاط السياحة في الجزائر و ما انعدام تناورها في العديدين السابقين إلا مرده أولا إلى تركيز الصحيفة على تغطية مناسبة أحداث رمضان الكريم التي تزامنت مع الموسم الاصطيافي في هذا الشهر و تفرغ الجزائريين للعبادة المفروضة بدل ممارسة السياحة وعدم تواجدها في العدد 24 ديسمبر دليل على تراجع حركية السياحة في هذا الفصل المتزامن مع نهاية الموسم الاصطيافي و لقد وفقت الصحيفة في توزيعها للمواضيع السياحية بشكل متوازن في أعداد العينة. أما صحيفة EL ACIL فبلغ أعداد مواضيعها 12 عددا موزعة على الأعداد: 03 جانفي، 08 فيفري، 16 مارس، 06 ماي و 11 جوان. في حين خلت بقية أعداد العينة من المواضيع السياحية و التي تبرز متابعتها للتداعيات السياحية بالتركيز على موسميها فبعض أشهر السنة فقط تمثل مجالا زمنيا لحركية النشاط السياحي.

جدول رقم 7: توزيع مواضيع السياحة حسب الصفحات

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				الصفحة
10.81	04	-	04	1
10.81	04	-	04	2
-	-	-	-	3
5.40	02	01	01	4
21.62	08	04	04	5
-	-	-	-	6
8.10	03	-	03	7
-	-	-	-	8
10.81	04	04	-	9
-	-	-	-	10
-	-	-	-	11
8.10	03	02	01	12
8.10	03	01	02	13
-	-	-	-	14
2.70	01	-	01	15
2.70	01	-	01	16
2.70	01	-	01	17
-	-	-	-	18
-	-	-	-	19
-	-	-	-	20
2.70	01	-	01	21
-	-	-	-	22
-	-	-	-	23
5.40	02	-	02	24
99.95	37	12	25	Σ

يمثل هذا الجدول التغطية الإعلامية المتباينة لمواضيع السياحة في الجزائر على صفحات صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL .

من خلال بيانات الجدول سجلنا تناول صحيفة الشروق اليومي لأكثر عدد من المواضيع السياحية موزعة على أكبر عدد من الصفحات حيث بلغ عددها 25 موضوعا موزعة إما على الصفحة الأولى الداخلية والصفحة الأخيرة بشكل متقطع و بتكرار متوسط لعرضها في شكل مادة إعلانية وإخبارية وتحليلية بشكل دال على مواكبتها لحركة نشاط القطاع السياحي و أهم مستجداته و تداعياته على مدار السنة.

أما صحيفة EL ACIL فنجدها على غرار صحيفة الشروق اليومي تناولت 12 موضوعا سياحيا كانت متقطعة في عرضها و بتكرار يفوق المتوسط مقارنة بصحيفة الشروق اليومي وذلك في شكل مادة إعلامية تحليلية و إخبارية بشكل دال على الأهمية التي أولتها الصحيفة للمواضيع السياحية و التي تبرز متابعتها للتداعيات السياحية بالتركيز على موسميتهما فبعض أشهر السنة تمثل مجالا زمنيا يمكن أن يعرف فيه القطاع السياحي مستجدات و تطورات فكانت الصفحات الداخلية حيزا مكانيا لأحداثها بكل مفصل و بتحليل أكثر.

والملاحظ أن تناول مواضيع السياحة بهذا القدر من حيث الأعداد وعدد المواضيع دال على الجهد المبذول في محاولة لإبرازها وتسليط الضوء على جوانبها بالنسبة للصحيفتين لكن يبقى دون المعدل الذي يرقى إلى مكانتها في الاقتصاد الجزائري بالمقارنة مع بقية المواضيع المتناولة في الصحيفتين.

جدول رقم 8: توزيع مواضيع السياحة بالمساحة

El Acil				الشروق اليومي				المساحة الأعداد
%	∑	المساحة(سم ²)	الصفحة	%	∑	المساحة(سم ²)	الصفحة	
11.22	30761	3800 25344 1617	4 5 5	6.92	22639	14014 8625	4 21	03 جانفي 2009
29.46	80755	33024 12696 35035	9 9 13	10.66	34877	2080 4092 3325 25380	1 2 5 17	08 فيفري 2009
9.78	26815	26815	5	17.62	57627	11565 12180 10650 12672 10560	1 2 12 13 14	16 مارس 2009
-	-	-	-	0.81	2650	2650	2	28 أبريل 2009
39.65	108684	33216 25920 33448 16100	9 9 12 12	7.48	24472	24472	7	06 ماي 2009
9.86	27040	27040	5	17.13	56028	27378 18250 10400	5 5 7	11 جوان 2009
-	-	-	-	2.5	8200	2080 1020 5100	1 1 1	18 جويلية 2009
-	-	-	-	9.13	29869	19845 10024	2 5	07 سبتمبر 2009
-	-	-	-	24.19	79125	26400 51245 1480	13 15 24	13 اكتوبر 2009
-	-	-	-	3.51	11500	11500	7	18 نوفمبر 2009
99.97	274055	274055	12	99.95	326987	326987	25	∑

يمثل الجدول توزيع مواضيع السياحة بالمساحة على صفحات الأعداد. حيث نجد أن صحيفة الشروق اليومي ركزت على تناول هذه المواضيع في 10 اعدد متفاوتة التوزيع بين الصفحات الأولى الداخلية والزوجية و الفردية. حيث بلغت المساحة الإجمالية للمواضيع السياحية 326987 سم² موزعة على الأعداد جانفي، فيفري، مارس، افريل، ماي، جوان، جويلية، سبتمبر، أكتوبر ونوفمبر. ولقد خصصت اكبر مساحة منها لموضوع المشاكل و الأزمات السياحية بـ 133938 سم² و هو ما يدل على أنها تغطية إعلامية واسعة لهذا الموضوع مقارنة مع موضوع السياحة الخارجية 100084 سم² ثم موضوع السياحة الداخلية الذي قدرت مساحته بـ 64935 سم² و موضوع التظاهرات و الاحتفالات بـ 2803 سم². و تفاوت مساحة هذه المواضيع دليل على تفاوتها من حيث الأهمية و اهتمام الصحيفة.

أما صحيفة EL ACIL فقد غطت المواضيع السياحة بمساحة اقل من مساحة المواضيع السياحية في صحيفة الشروق اليومي حيث بلغت 274055 سم² خلال الأعداد: جانفي، فيفري، مارس، ماي وجوان و لقد كان ترتيب أولوياتها في ما يخص المواضيع السياحية مخالفا لترتيب صحيفة الشروق اليومي اد نجدها ركزت على موضوع المقومات الطبيعية بالدرجة الأولى بمساحة بلغت 85968 سم². ثم موضوع السياحة الخارجية بـ 66472 سم²، يليها موضوع السياحة الداخلية بمساحة 51264 سم² و موضوع الصناعات التقليدية بـ 39511 سم². في حين لم يحظ موضوع الشواطئ إلا بمساحة قدرت بـ 27040 سم² و موضوع التظاهرات و الاحتفالات بـ 3800 سم². وهي مساحات ضئيلة مقارنة مع مساحة الموضوع في صحيفة الشروق اليومي بسبب اعتماد هذه الأخيرة على الإعلان كشكل صحفي يرفع من نسبة مداخيلها في حين قل استخدامه في EL ACIL الممولة من طرف الدولة. كما سجل إلى جانب ذلك غياب المعالجة الصحفية لبقية المواضيع بالرغم من أهميتها السياحية.

جدول رقم 9: توزيع نوع الأشكال الصحفية لتناول مواضيع السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				الشكل الصحفي
24.32	09	02	07	- خبر
5.40	02	01	01	- مقال
-	-	-	-	- مقال افتتاحي
45.94	17	09	08	- تقرير
-	-	-	-	- عمود
24.32	09	-	09	- إعلان
-	-	-	-	- كاريكاتير
99.98	37	12	25	Σ

يمثل الجدول جملة القوالب الصحفية لمواضيع السياحة بالصحيفتين. فصحيفة الشروق اليومي توزعت مواضيعها بين الإعلان، التقرير، الخبر، والمقال حيث احتل الإعلان صدارة هذه الأشكال بـ 09 مواضيع منها خاصة بالرحلات الترفيهية، 02 رحلات دينية و 02 إعلان رياضي. ليليه التقرير بـ 08 مواضيع تناولت 05 منها مشاكل وأزمات السياحة والسفر في الجزائر، موضوع عن البيئة و التنمية الطبيعية (مواقع طبيعية)، ليليه موضوع السياحة الخارجية وآخر عن التظاهرات و الاحتفالات في موضوع واحد لكل منها. أما الخبر فيتناول 07 مواضيع منها 06 مواضيع عن مشاكل وأزمات السياحة الداخلية، و خبر عن مشاكل السياح فيما يتعلق بسياحة المال و الأعمال و صعوبة ممارسة هذا النوع من السياحة في الجزائر جراء تعسف بعض القوانين و الإجراءات السياحية للجزائر و مشاكل الأئمة المعتمرين الجزائريين جراء قرارات وزارية تمنعهم من أداء مناسك الحج و العمرة. والمخصصات المالية الموجهة لأغراض مجهولة غير التنمية السياحة. في حين يسجل وجود إلمقال واحد عن الحدائق المهمة و التي تحولت إلى أوكار للردائل. في حين لم يسجل فيه وجود بقية الأشكال الصحفية (تحقيق، مقال افتتاحي، تعليق، عمود و كاريكاتير) ووجود هذه القوالب جعل الصحيفة تتميز بكونها صحافة إخبارية بالدرجة الأولى من خلال وجود 16 موضوعا موزعة بين الإعلان والخبر في حين تراجعت المادة التحليلية بمقال واحد و 08 تقارير وهي السمة التي تميزت بها صحيفة EL ACIL بخلاف صحيفة الشروق اليومي التي تميزت بكونها صحافة تحليلية اهتمت بالأحداث من خلال الإحاطة بكافة جوانبها وتحليلها بما يكشف خفاياها لدى الجمهور والقارئ اذ جاء ذلك جليا من خلال احتواء أعدادها على 09 تقارير تناول واحد منها موضوع السياحة الخارجية بتحديد فرنسا كوجهة مفضلة لدى السياح الجزائريين بالخارج إلى جانب السياحة الثقافية الخاصة بانعقاد الصالون المغاربي بباريس. إلى جانب موضوع السياحة الداخلية التي تناولت موضوعاتها الصناعات التقليدية و حماية المنتج التقليدي إلى جانب المواقع الطبيعية المائية و القطع التاريخية النادرة و بعض مشاكل السياحة في المدن الساحلية. أما بالنسبة للخبر الصحفي فكان بارزا في موضوعين انصب اهتمامها على موضوع المواقع السياحية في حين لم يبرز المقال إلا بموضوع واحد تناول العادات والتقاليد بالاهتمام من خلال إحياء الأسبوع الثقافي بوهران. ومن خلال الصحيفتين نلاحظ عدم وجود تنوع في الأشكال الصحفية فهي إما تقارير أو أخبار وهو ما كان على حساب الرأي بوجود 03 مقالات في كلتا الصحيفتين بسبب الاتجاه السياسي لكل صحيفة والذي تناسب مع طبيعة المواضيع السياحية التي تطلبت المادة التقريرية الإخبارية أكثر. فالشروق اليومي القائمة سياستها على الرأي باعتبارها صحافة مستقلة مهمتها عرض الواقع الاجتماعي خاصة المشاكل والأزمات وهي مواضيع تتطلب مثل هذا الشكل الصحفي لإبراز واقعها خاصة المخالف لما يعرض أو يقدم عنها في شكل صورة إيجابية.

- فئات المضمون:
- فئة الموضوع:

جدول رقم 10: توزيع أنواع مواضيع السياحة في صحيفتي الشروق اليومي و El Acil

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المواضيع
10.81	04	04	-	- المواقع الطبيعية
-	-	-	-	- الموارد الطبيعية
5.40	02	02	-	- الصناعات التقليدية
-	-	-	-	- التراث الرسمي و الشعبي
-	-	-	-	- الآداب
-	-	-	-	- الطرق و المواصلات
2.70	01	01	-	- الشواطئ
-	-	-	-	- السياسة السياحية
21.62	08	02	06	- السياحة الداخلية (وطنية)
29.72	11	02	09	- السياحة الخارجية
8.10	3	01	02	- التظاهرات و الإحتفالات
-	-	-	-	- العادات و التقاليد
21.62	08	-	08	- المشاكل و الأزمات السياحية
99.97	37	12	25	Σ

يمثل الجدول توزيع طبيعة المواضيع السياحية التي اهتمت بتناولها كل من صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL على أعداد العينة المختارة.

ولقد اتضح أن صحيفة الشروق اليومي كان اهتمامها منصبا على إثارة موضوع السياحة الخارجية بـ 9 مواضيع و هذا التناول المتتالي لهذا الموضوع مرده إلى حركية هذا النوع من السياحة في هذه الفصول التي تتزامن مع انتهاء الموسم الدراسي و بداية العطل الصيفية و افتتاح الموسم الاصطيافي وهو الذي جعل الصحيفة تركز على الإعلان عن الوجيهات السياحية المفضلة للترفيه و التسلية و الاستجمام، أو السياحة الدينية لأداء مناسك الحج و العمرة. ليليه موضوع المشاكل و الأزمات السياحية بـ 8 مواضيع ثم 6 مواضيع مثلت السياحة الداخلية (وطنية). أما موضوع التظاهرات و الاحتفالات فبرز في موضوعين فقط. وسجل إلى جانب ذلك غياب بقية الأنواع السياحية الأخرى.

أما صحيفة EL ACIL فكان اهتمامها متنوعا و منصبا بالدرجة الأولى على إثارة موضوع المواقع الطبيعية حيث تم تناوله في 4 مواضيع، ليليه موضوع السياحة الخارجية بموضوعين و كذلك موضوع الصناعات التقليدية ليلها موضوع الشواطئ بموضوع واحد و كذا التظاهرات و الاحتفالات في حين لم تحظ المواضيع الأخرى بأي اهتمام بالرغم من أهميتها كعنصر من عناصر مقومات الجذب السياحي في كل من الصحيفتين.

جدول رقم 11: توزيع مواضيع السياحة بالموقع من الصحيفة

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة الأعداد
%	Σ	الصفحات الداخلية	الصفحة الأخيرة	الصفحة الأولى	%	Σ	الصفحات الداخلية	الصفحة الأخيرة	الصفحة الأولى	
25	03	03	-	-	08	02	02	-	-	03 جانفي 2009
25	03	03	-	-	16	04	03	-	01	8 فيفري 2009
8.33	01	01	-	-	20	05	03	01	01	16 مارس 2009
-	-	-	-	-	4	01	01	-	-	28 أبريل 2009
33.33	04	04	-	-	4	01	01	-	-	06 ماي 2009
8.33	01	01	-	-	12	03	03	-	-	11 جوان 2009
-	-	-	-	-	12	03	01	-	02	18 جويلية 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23 أوت 2009
-	-	-	-	-	08	02	02	-	-	07 سبتمبر 2009
-	-	-	-	-	12	03	02	01	-	13 أكتوبر 2009
-	-	-	-	-	04	01	01	-	-	18 نوفمبر 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	24 ديسمبر 2009
99.99	12	12	-	-	100	25	19	02	04	Σ

إن المعطيات الخاصة بالجدول تبين أن كل من صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL خصصت صفحاتها الداخلية لتناول مواضيع السياحة التي قدر عددها 31 موضوعا بالنسبة لكل واحدة منها موزعة على الأعداد 03 جانفي، 08 فيفري، 16 مارس، 28 افريل، 06 ماي، 11 جوان، 18 جويلية، 07 سبتمبر، 13 أكتوبر و 18 نوفمبر فيما يخص صحيفة الشروق اليومي و 19 منها موزعة على الأعداد 08 فيفري 16 مارس، 06 ماي و 11 جوان بالنسبة لصحيفة EL ACIL. وتناولها للمواضيع السياحية في الصفحات الداخلية ما هو إلا دليل على إعطائها أهمية للتحليل الصحفي للأحداث، اد أحسنت توظيف المواضيع فيها من حيث العناوين والصور حجمها وموقعها دون المساس بالإخراج العام للصحيفة الذي تتميز ببعض المرونة و التجديد فتارة تتموقع المواضيع جهة الأعلى من الصفحة على اليمين، في حين تتمركز مواضيع أخرى جهة الأسفل على اليسار وفي بعض المواضيع تتموقع في وسط الصفحة خاصة عند الإعلانات مثل ما اتضح ذلك في صحيفة الشروق اليومي. أما بالنسبة لتوظيف العناوين فقد لوحظ استخدام العناوين العريضة والعمودية في الصحيفتين.

وفيما يخص استخدام الصفحة الأولى الذي خصت به صحيفة الشروق اليومي دون صحيفة EL ACIL وذلك في مواضيع الأعداد : 08 فيفري، 16 مارس و 18 جويلية. وكان ذلك لاعتمادها كواجهة لإبراز موضوع الإشهار أو تناول الأحداث الأكثر أهمية خاصة في ظل جملة القرارات الرئاسية والتطورات السياحية التي تشهدها هذه الفترة خاصة ما تعلق منها بالمقومات الحضارية والثقافية و الرحلات السياحية الخارجية.

أما ما تعلق بالمساحة من الناحية الإخراجية والمقصود بها -الادينان - فقد استعملت في صحيفة الشروق اليومي دون صحيفة EL ACIL كحيز لعرض الإعلانات الدينية.

جدول رقم 12: توزيع مواضيع السياحة الخاصة بالموقع من الصفحة

El Acil				الشروق اليومي				الصحيفة الأعداد
%	Σ	صفحة فردية	صفحة زوجية	%	Σ	صفحة فردية	صفحة زوجية	
25	03	02	01	08	02	01	01	03 جانفي 2009
25	03	03	-	16	04	03	01	8 فيفري 2009
8.33	01	01	-	20	05	02	03	16 مارس 2009
-	-	-	-	04	01	-	01	28 أبريل 2009
33.33	04	02	02	04	01	01	-	06 ماي 2009
8.33	01	01	-	12	03	03	-	11 جوان 2009
-	-	-	-	12	03	02	01	18 جويلية 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	23 أوت 2009
-	-	-	-	08	02	01	01	07 سبتمبر 2009
-	-	-	-	12	03	02	01	13 أكتوبر 2009
-	-	-	-	04	01	01	-	18 نوفمبر 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	24 ديسمبر 2009
99.99	12	09	03	100	25	16	09	Σ

من خلال هذا الجدول يتضح تموقع مواضيع السياحة بين الصفحات الزوجية و الفردية لصحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL. اد نلاحظ تموقع أكثر من نصف هذه المواضيع في الصفحات الفردية و التي بلغ عددها 16 موضوعا مقابل 09 مواضيع متركزة في الصفحات الزوجية لصحيفة الشروق اليومي. في حين بلغ عددها 09 مواضيع موزعة على الصفحات الفردية مقابل 03 مواضيع موزعة على الصفحات الزوجية لصحيفة EL ACIL. و هذا ما يحيل إلى أن المواضيع السياحية المتناولة في الصحيفتين على درجة عالية من الأهمية لان كل واحدة منها وفقت من الناحية الإخراجية الخاصة بهذه المواضيع من حيث مراعاة إراحة القارئ للمواضيع السياحية اد تعد هذه الصفحات أكثر من غيرها جدبا لاهتمامه و أكثر إراحة لنظره.

جدول رقم 13: توزيع مواضيع السياحة الخاصة بالموقع من جهة الصفحة

EL ACIL									الشروق اليومي								الصحيفة	
%	∑	يمين وسط الصفحة	أسفل وسط الصفحة	أعلى وسط الصفحة	أسفل جهة اليسار	أسفل جهة اليمين	أعلى جهة اليسار	أعلى جهة اليمين	%	∑	يمين وسط الصفحة	أسفل وسط الصفحة	أعلى وسط الصفحة	أسفل جهة اليسار	أسفل جهة اليمين	أعلى جهة اليسار		أعلى جهة اليمين
25	3	-	-	-	01	01	01	-	8	2	-	-	-	01	-	01	-	03جانفي2009
25	3	-	-	01	-	-	01	01	16	4	-	-	-	01	-	-	03	8 فيفري2009
8.33	1	01	-	-	-	-	-	-	20	5	-	04	-	-	-	01	-	16مارس2009
8.33	1	-	-	-	-	-	-	01	4	1	-	-	-	-	01	-	-	28أفريل2009
33.33	4	01	-	01	-	-	01	01	4	1	-	-	-	-	-	-	01	06 ماي2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	12	3	-	-	01	-	-	01	01	11جوان2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	12	3	-	01	-	01	-	01	-	18جويلية2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23 أوت2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	2	-	01	-	-	01	-	-	07سبتمبر2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	12	3	-	-	02	-	-	-	01	13أكتوبر2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	1	-	01	-	-	-	-	-	18نوفمبر2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	24ديسمبر2009
99.99	12	02	-	02	01	01	03	03	100	25	-	07	03	03	02	04	06	∑

يمثل هذا الجدول التوزيع الخاص بكل صحيفة للمواضيع السياحية الخاصة بالموقع من الصفحة. وبذلك فإن صحيفة الشروق اليومي من خلال الجدول تموقت معظم مواضيعها وسط الصفحة جهة الأسفل في 07 مواضيع في العدد 16 مارس بـ 4 مواضيع، العدد 18 جويلية و 07 سبتمبر بموضوع واحد و كذلك العدد 18 نوفمبر. وتموقع مواضيعها بهذا الشكل دل على أن الصحيفة عند عملية الإخراج الصحفي الذي يعتبر عملا مكملا للعملية التحريرية من خلال توزيع جملة العناصر التيبوغرافية كانت أكثر استخداما للمساحة العلوية جهة اليمين على المساحة السفلية جهة اليسار وهو ما يبرز أكثر أهمية الموضوع من خلال تمركزه في تلك الجهة (العلوية اليمنى) ، في حين يفسر تموقع المواضيع جهة اليمين على أن الصفحة ناطقة باللغة العربية ابتداء من جهة اليمين إلى اليسار وبالتالي الاتجاه نحو إراحة العين وجذب انتباهها أكثر، أما تمركز المواضيع وسط الصفحات فلكون تناولها في شكل إما إعلانات أو تقارير والتي تتطلب مساحة أكبر للتفصيل.

أما صحيفة EL ACIL فتباينت عن صحيفة الشروق اليومي في توزيعها للمواضيع السياحية على الجهة العلوية و السفلية، اليمنى و اليسرى. حيث تساوى تمركز مواضيعها جهة اليسار أعلى الصفحة في 03 مواضيع لكل منها. و كذلك بالنسبة لتمرکزها أسفل الصفحة جهة اليمين و اليسار و ذلك في الأعداد: 08 فيفري، 06 ماي و 11 جوان (أعلى الصفحة جهة اليمين) ، والأعداد: 03 جانفي، 08 فيفري و 06 ماي أما المواضيع المتمركزة أسفل الصفحة جهة اليمين فتوزعت على العدد 03 جانفي و الواقعة أسفل الصفحة جهة اليسار فتوزعت كذلك على العدد 03 جانفي. إلى جانب تمركز المواضيع الواقعة يمين وسط الصفحة في العدد 16 مارس و 06 ماي . وتناولها لأغلب المواضيع بالجهة اليمنى أعلى الصفحة و أسفل وسط الصفحة على حساب الجهة اليسرى بالرغم من كونها ناطقة باللغة الفرنسية يفسر بقلة أهمية الموضوع السياحي مقارنة مع بقية المواضيع الأخرى.

جدول رقم 14: توزيع مواضيع السياحة حسب وسائل الدعم

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				أنواع المواضيع
45.94	17	09	08	- موضوع بصورة
29.72	11	03	08	- موضوع بدون صورة
24.32	09	-	09	- إعلان
-	-	-	-	- كاريكاتير
99.98	37	12	25	Σ

من خلال الجدول يتضح أن الصحيفتين تباينت من حيث دعم مادتها التحريرية بالصور، اذ بلغ عدد المواضيع المدعمة بالصور في صحيفة الشروق اليومي 17 موضوعا في حين خلت 08 مواضيع منها غير أن اعتمادها على الصور تزامن استخدامها مع المواضيع المهمة والحساسة على المستوى الوطني خاصة عند الحديث على المواقع السياحية الأثرية، الوجيهات السياحية والإعلانات في المجال السياحي. ولقد قدمت هذه الصور في شكل متناسب ومتناسق ومتنوع لم يخل بالإخراج العام للصحيفة و لا للصفحة، بل دعمها من حيث الشكل واللون، فاستعملت الصور الصغيرة في الأخبار، وبتداخل جزئي أو كلي مع العنوان والمضمون في الصفحات الداخلية وملونة ومتناسبة مع الالدينين إما جهة اليمين أو جهة اليسار، في حين كانت أكثر استخداما مع الإعلانات .

أما صحيفة EL ACIL فأعطت هي الأخرى الأهمية للمادة التحريرية المدعمة بالصور بالرغم من انعدام الشكل الصحفي الأكثر اعتمادا على الصورة وهو الإعلان في حين أن توزيع الصور كان في التقارير الصحفية أكثر منه في بقية الأنواع الصحفية الأخرى(الخبر،المقال).كما أن نقص اعتماد الصور في المواضيع مرده في بعضها إلى طبيعة المواضيع الأقل أهمية والتي لا تستدعي اعتمادها كدعامة في التحرير .

جدول رقم 15: توزيع مواضيع السياحة على الأعداد

El Acil				الشروق اليومي				الصحيفة
%	Σ	المقومات الحضارية و التاريخية	المقومات الطبيعية	%	Σ	المقومات الحضارية و التاريخية	المقومات الطبيعية	
25	03	02	01	08	02	02	-	03 جانفي 2009
25	03	02	01	16	04	03	01	8 فيفري 2009
8.33	01	01	-	20	05	03	02	16 مارس 2009
-	-	-	-	04	01	01	-	28 أفريل 2009
33.3	04	02	02	04	01	-	01	06 ماي 2009
3	01	01	-	12	03	02	01	11 جوان 2009
8.33	01	01	-	12	03	03	-	18 جويلية 2009
-	-	-	-	12	03	03	-	23 أوت 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	07 سبتمبر 2009
-	-	-	-	08	02	02	-	13 أكتوبر 2009
-	-	-	-	12	03	02	01	18 نوفمبر 2009
-	-	-	-	04	01	01	-	24 ديسمبر 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	
99.9	12	08	04	100	25	19	06	Σ
9								

يمثل الجدول توزيع المواضيع السياحية على الأعداد الخاصة بالصحيفتين الشروق اليومي و EL ACIL، ومن خلاله يتضح لنا أن هناك اهتماما جليا بموضوع المقومات السياحية الحضارية والثقافية والتاريخية على الاهتمام بموضوع المقومات الطبيعية ولكن بنسب متفاوتة في كل منهما. فصحيفة الشروق اليومي تناولت 19 موضوعا سياحيا حضاريا وتاريخيا مقابل 08 مواضيع في صحيفة EL ACIL. أما موضوع المقومات الطبيعية فسجل أقل من نصف عدد المواضيع فكان يقدر 06 مواضيع في صحيفة الشروق اليومي و 04 مواضيع في صحيفة EL ACIL وهو ما يدل على قلة الاهتمام بتناول المقومات الطبيعية للجزائر التي لا يمكن تجاهل أهميتها كدليل سياحي لمن يريد زيارة الجزائر ويجعل منها وجهة سياحة مفصلة من خلال إبراز مواقعها السياحية الساحلية الطبيعية وهو ما يساعد على بعث أنواع السياحة الداخلية .

جدول رقم 16: توزيع موضوع المقومات الطبيعية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	صحيفة
				المقومات الطبيعية
50	-	-	-	- الموقع الجغرافي
-	05	04	01	- المواقع السياحية
-	-	-	-	- المناخ
-	-	-	-	- الغطاء النباتي
-	-	-	-	- الموارد الطبيعية
-	-	-	-	- الحمامات
-	-	-	-	- الحواظر الطبيعية
10	01	-	01	- دعائم الاتصال السياحي
40	04	-	04	- المشاكل و الأزمات السياحية
100	10	04	06	Σ

في هذا الجدول عرض تفصيلي للمقومات السياحية الطبيعية التي يتم تناولها في الأعداد الخاصة بالصحيفتين، وهي إما مقومات خاصة بالمواقع السياحية، الحواظر، أو المشاكل والأزمات السياحية ودعائها الاتصالية .

فبالنسبة لصحيفة الشروق اليومي، نجدها تناولت 06 مواضيع حظي موضوع المشاكل و الأزمات السياحية بـ 04 مواضيع تناولت قضية الحدائق المهملة التي تحولت إلى أوكار للردائل بتبسة نتيجة عدم المتابعة و القيام بأشغال الصيانة و التهيئة التي قد تجعل من الولاية قبلة مفضلة لدى السياح و الزوار و حتى العائلات التي تبحث عن فضاءات محترمة و تعود بالفائدة الاقتصادية على الولاية و تسهل من عملية تسييرها خاصة و أنها تضم 83 حديقة 90 % منها غير صالحة بالرغم من تربعها على مساحات شاسعة. وذات الأمر في ولاية ايليزي التي وجهت مبالغ مالية طائلة لإغراض غير التي سطرت من اجلها في سبيل تنمية الحواظر بجانيت و تحسين الوضع المعيشي لسكانها النائيين.بالإضافة إلى قضية الفضيحة الكبرى بان الثروة الحيوانية و النباتية بالحظيرة الوطنية بالقالة المحمية عالميا باصطياد للحيوانات و قطع للنباتات و حرقها بشكل همجي غير أن هذه القضية أثارت جوانب أخرى تشير إلى تهاون السلطات المحلية في المحافظة على التراث الرسمي و عدم حمايتها بتواطؤ غير مباشر مع المصالح الأجنبية المستثمرة في تلك المنطقة وهو ما يحيل أيضا إلى خطر المشاريع الأجنبية التي تستغل بشكلها الظاهري في هدم المقومات الطبيعية و الوطنية. إلى جانب نقص الإمكانيات التي ترهن السياحة الصحراوية بالطاسيلي بالرغم من العدد الهائل للسياح المكتشفين للوجهات السياحية الصحراوية و جمالها خاصة خلال الفترة الشتوية. اما موضوع دعائم الاتصال السياحي فتمثل في إعلان عن العطل الربيعية المقدمة من فنادق المرادي و موضوع المواقع السياحية الخاص بحديقة بارادو بالجزائر العاصمة كوجهة مفضلة لدى السياح بعد انتهاء أشغال تأهيلها و فتح أبوابها أمام الجماهير .

الأمر نفسه بالنسبة لصحيفة EL ACIL اد انحصرت مواضيعها في المواقع السياحية في 04 مواضيع تناولت على التوالي اكتشاف للمواقع الطبيعية التي تعود إلى الحقب الرومانية بولاية جيجل أما موضوع الحواظر الطبيعية فتم تناوله المحميات المائية بعين الدفلة و وهران لإبراز جماليات هذه الأماكن بثروتها المائية و الحيوانية. ونخلص من خلال ما تقدم إلى:

- تهاون السلطات المحلية في تنفيذ المشاريع السياحية.
- استغلال مخصصاتها لأغراض أخرى بما يعرف عملية التنمية السياحية.
- خطر المشاريع السياحية الأجنبية .
- تشجيع السياحة الداخلية من خلال الإعلام بأهم الآثار و المواقع الطبيعية المكتشفة و المساعدة على تسويق الصورة السياحية للجزائر .

جدول رقم 17: توزيع موضوع المقومات الحضارية و التاريخية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المقومات الحضارية و التاريخية
14.81	04	03	01	- تاريخ و حضارة الولايات
7.40	02	02	-	- الصناعات التقليدية
3.70	01	-	01	- التراث الرسمي و الشعبي
11.11	03	01	02	- التظاهرات و الاحتفالات
-	-	-	-	- الطرق و المواصلات
7.40	02	01	01	- الشواطئ
3.70	01	-	01	- الهياكل السياحية
3.70	01	01	-	- الآداب
33.33	09	-	09	- دعائم الاتصال السياحي
14.81	04	-	04	- المشاكل و الأزمات السياحية
99.96	27	08	19	Σ

يبرز هذا الجدول تباين صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL في توزيعها للمقومات السياحية الحضارية والتاريخية، حيث بلغ عددها 19 موضوعا في صحيفة الشروق اليومي أين تصدر مقوم دعائم الاتصال السياحي القائمة بـ 09 مواضيع بنسبة 33.33% في حين تلاه موضوع مشاكل وأزمات المقومات السياحية والحضارية بـ 04 مواضيع بنسبة 14.81% . ليحظى كل من تاريخ و حضارة الولايات، التراث الرسمي و الشعبي، الشواطئ والهياكل السياحية بموضوع واحد لكل منها. وبذلك تكون الصحيفة قد أعطت لدعائم الاتصال السياحي النصيب الأكبر من المساحات المتناولة للمواضيع السياحية، إذ اتخذت كلها شكلا إسهاريا تجاريا سوقت من خلاله خدمات سياحية ترفيهية ورحلات رياضية و دينية أما مواضيع المشاكل والأزمات السياحية فتلخص محتواها في مشكلة أزمة السياحة الداخلية بعدم تشجيع سياحة المال و الأعمال وصعوبة الحصول على تراخيص سياحية لإقامة استثمارات في الجزائر. إلى جانب أزمة العصابات التي أصبحت تهدد المركبات السياحية و تسليط عقوبات قانونية عليها في سبيل حماية الهياكل السياحية ومالكيها. أما فيما يخص الخدمة السياحية نجد معانات الوكالات السياحية الوطنية من قرارات وزارة الشؤون الدينية الخاصة بتحديد مهامهم فقط بحجاج القرعة و بأسعار مماثلة لأسعار الدولة الذي دفع بهم إلى التهديد بتخفيض مستوى خدماتهم و الانسحاب من تنظيم موسم الحج و العمرة حتى التدخل الوزاري المستعجل للنظر في الإجراءات الجديدة، إلى جانب موضوع منع وزير الشؤون الدينية و الأوقاف إشارات الوزارة والأئمة من السياحة الدينية قصد تأدية مناسك الحج و العمرة بحجة الانشغال بتغطية مناسبة شهر رمضان ومستلزماتها التي تمنعهم من ذلك.

أما صحيفة EL ACIL فاختلفت تماما عن الشروق اليومي في توزيعها لهذه المواضيع من حيث الكم والكيف حيث بلغ عددها 08 مواضيع تناولت تاريخ و حضارة ولاية جانب الجنوب و إيرازها كولاية سياحية قادرة بمقوماتها و إمكاناتها وهياكلها على تسويق صورة الجزائر عالميا و استقطاب أكبر عدد من السياح الأجانب . إلى جانب إعادة بعث و إحياء للآثار الحجرية في إطار ملتقى بالجزائر العاصمة مع إيرازها كشواهد ثقافية و سياحية و كذلك الشواهد الرومانية القديمة بانجلترا. ثم موضوعان عن الصناعات التقليدية أحدهما تناول معرض الفنون الشعبية بولاية الجزائر و الاستعدادات و التنظيمات المتبعة لعرض حرف يدوية متنوعة إلى جانب إحياء تظاهرات ذات طابع اجتماعي ثقافي كالمولد النبوي الشريف و مناسبة رمضان الكريم و عاشوراء و يناير. أما الموضوع الآخر فتناول حماية الصناعات التقليدية و المحافظة على بقائها بتجسيد كل المؤسسات و المسؤولين المعنيين في سبيل تحقيق ذلك الهدف. بالإضافة إلى موضوع ثقافي خاص بالتظاهرات و الاحتفالات تناول الأسبوع الثقافي الوهراني في مسيلة لعرض الصناعات و الألبسة التقليدية إلى جانب إحياء لمؤتمرات ثقافية بشكل سهل من مد جسور التعارف و التواصل بين مواطني الولايات المشاركة و هو ما يشجع على السياحة الشعبية. أما الأدب فكان

حاضرا من خلال انعقاد الصالون الأدبي المغربي بباريس بحضور مئات الكتاب و الأدباء الجزائريين المغربية والتونسيين.

ونستنتج مما تقدمان هناك تنوعا و تباينا بين الصحيفتين لإبراز مواضيع المقومات الحضارية والتاريخية إلى جانب:

- صرامة القوانين السياحية الجزائرية أمام السياح الأجانب بما يعرقل تنشيط سياحة المؤتمرات ورجال الأعمال خاصة.

- التوجه نحو تشجيع السياحة الشعبية.

- اعتماد الإعلان كمورد مالي بالنسبة للصحافة المستقلة وغيابه في الصحافة الحكومية .

جدول رقم 18: توزيع مواضيع السياحة حسب الأنواع

El Acil				الشروق اليومي				الصحيفة الأعداد
%	Σ	السياحة الخارجية	السياحة الداخلية	%	Σ	السياحة الخارجية	السياحة الداخلية	
25	03	-	03	08	02	01	01	03 جانفي 2009
25	03	01	02	16	04	01	03	8 فيفري 2009
8.33	01	-	01	20	05	01	04	16 مارس 2009
-	-	-	-	04	01	-	01	28 أبريل 2009
33.33	04	02	02	04	01	-	01	06 ماي 2009
8.33	01	-	01	12	03	-	03	11 جوان 2009
-	-	-	-	12	03	03	-	18 جويلية 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	23 أوت 2009
-	-	-	-	08	02	-	02	07 سبتمبر 2009
-	-	-	-	12	03	02	01	13 أكتوبر 2009
-	-	-	-	04	01	01	-	18 نوفمبر 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	24 ديسمبر 2009
99.99	12	03	09	100	25	09	16	Σ

يتناول الجدول المعطيات الخاصة بتوزيع أنواع السياحة على أعداد الصحيفتين إما إلى سياحة داخلية أو سياحة خارجية.

بالنسبة لصحيفة الشروق اليومي، قدر عدد المواضيع الخاصة بأنواع السياحة الداخلية : 16موضوعا موزعة على الأعداد 03 جانفي، 08 فيفري، 16مارس، 28أفريل، 06ماي، 11جوان 07 سبتمبر، 13أكتوبر و 18نوفمبر في حين سجلت السياحة الخارجية 09 مواضيع موزعة على الأعداد 16مارس ، 18جويلية 13أكتوبر و 18نوفمبر وتركيزها على السياحة الخارجية اقل من تركيزها على السياحة الداخلية بالرغم من اعتمادها على الإعلان بشكل كبير، حيث تضمنت مواضيعه غالبية مواضيع السياحة الخارجية الخاصة بالرحلات إلى البلدان العربية أو الأوروبية وهو سبب متصل بكون الصحيفة مستقلة تسعى إلى الكسب المادي من خلال الإعلان وهو موردها الأولي في ذلك خاصة مع بداية الموسم الصيفي المتزامن مع العطل بكل أنواعها.و لكن تناول السياحة الداخلية في 16 موضوعا دال على اهتمام الصحيفة بقضايا السياحة الوطنية بهدف التنمية و التوعية و تسليط الضوء على أغوار هذا القطاع. أما صحيفة EL ACIL فكانت خلافا لذلك.اد دل توزيعها على تناولها 09 مواضيع خاصة بالسياحة الداخلية و 03 مواضيع خاصة بالسياحة الخارجية، فقلة اعتماد الصحيفة على الإعلان كعامل من عوامل دخلها باعتبارها ممولة من الدولة ساهم في قلة الاهتمام بالسياحة الخارجية ، ولقد كان توزيعها لهذه الأنواع السياحية توزيعا سنويا متقطعا و متواضع التكرار أيضا مقارنة مع تكرارها في صحيفة الشروق اليومي التي فاقت تغطيتها الإعلامية لهذه المواضيع التغطية الإعلامية لصحيفة EL ACIL.

جدول رقم 19: توزيع مواضيع السياحة حسب المناطق

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				مواضيع السياحة الداخلية
20	05	02	03	- سياحة المدن الشمالية
28	07	04	03	- سياحة المدن الشرقية
12	03	01	02	- سياحة المدن الجنوبية
16	04	02	02	- سياحة المدن الغربية
24	06	-	06	- السياحة الوطنية
100	25	09	16	Σ

يوضح الجدول أنواع السياحة الداخلية في الجزائر حسب المناطق والتي عكستها جملة من المواضيع في الصحيفتين.

فصحيفة الشروق اليومي تناولت 16 موضوعا عن السياحة الداخلية تتصدرها السياحة الوطنية بـ06 مواضيع تُلخص محتواها في إبراز الدورات الثقافية في ولايات وطنية كتيسمسيلت، المسيلة و بوسعادة بهدف إحياء الأسبوع الثقافي المحلي للفنون و الثقافات الشعبية لولاية تيسمسيلت.موضوع آخر يبرز أزمة الوكالات السياحية الوطنية جراء إصرار الديوان الوطني للحج و العمرة تطبيق إجراءات تعجيزية قبيل انطلاق موسم الحج. إلى جانب مشكلة منع وزير الشؤون الدينية و الأوقاف الإجازات و العطل عن الأئمة و إطارات الوزارة تحرمهم من أداء مناسك الحج بحجة التفرغ لمناسبة شهر رمضان لتحفيظ القرآن صلاة التراويح وبعض الأنشطة الأخرى. في مقابل ذلك الموضوع الخاص بالخدمة السياحية الجديدة لشركة طيران طاسيلي بإرسالها مجموعة من العمال و أهاليهم إلى البقاع المقدسة لأداء مناسك الحج و العمرة في إطار مساعيها لتعزيز مكانتها في سوق النقل الجوي على الخطوط الداخلية. أما فيما يخص العلاقات الجزائرية الأجنبية نلاحظ عدم اكتراث السفارة الجزائرية بالصين الترويج للاستثمار في المنتج الجزائري بفرض قوانين تمنع منح تأشيرات لرجال المال و الأعمال المستثمرين بما يعرف هذا النوع الحديث من السياحة إلى جانب مجموعة فنادق المرادي الداعية إلى بخدمتها السياحية إلى قضاء أفضل العطل الربيعية .

أما فيما يخص الأنواع السياحية الأخرى فنجد الصحيفة ركزت على سياحة المناطق الشمالية و ذلك في 03 مواضيع تناولت المهرجان الإفريقي الثقافي الذي جعل إفريقيا قارة المستقبل، و الجزائر دولة مندمجة في منطقة التجدد الإفريقي. و تشجيعا للسياحة الداخلية فتح الجزائر العاصمة لأبوابها أمام المستثمرين العرب لكساء جامع الجزائر و التفكير في شكل عمارته و زخرفتها في إطار تبادل عربي إسلامي لثقافة زخرفة المساجد و صناعة الزرابي. و لإبراز المقومات الطبيعية لمقومات السياحة الجزائرية، تم تسليط الضوء على حديقة بارادو التي فتحت أبوابها أمام الجماهير بعد إعادة تأهيلها بـ05 ملايين سنتيم. و بذلك نجد أن سياحة المناطق الشمالية هي سياحة ثقافية و حضارية ذات صلة بثقافة و حضارة ولايات هذه المنطقة. أما المناطق الشرقية فإغلب ولاياتها ساحلية منفتحة شجعت على السياحة الترفيهية كالاصطياف حيث أثارت الصحيفة من خلال مواضيعها الثلاثة بعض المشاكل التي تعاني منها هذه الولايات كالقالة جراء صفقة مشبوهة لتدمير حظيرتها المحمية عالميا. أيضا موضوع إهمال الحدائق الوطنية بتبسة التي تحولت إلى أوكار للردائل في ظل غياب الرقابة و المتابعة و التهيئة و أشغال الصيانة إلى جانب معاناة بعض المركبات السياحية من خطر العصابات التي تهدد نشاطها السياحي مثل ما حدث بالقالة. و سياحة المحميات المائية للولايات غير الساحلية. لتتناول سياحة المدن الجنوبية و الغربية من حيث

المواضيع، حيث تناولت موضوعان على السياحة الجنوبية فيما يخص بعض المشاكل التي يعاني منها هذا النوع من السياحة كنقص الإمكانيات و التجهيزات والتي بنقصها يرهن واقعها. في مقابل توجيه مخصصات مالية خاصة بالتنمية الاجتماعية و السياحية لأغراض أخرى مجهولة تعرقل عملية حماية و صيانة الحظائر الوطنية للطاسيلي (إيليزي) و الاهقار وتمنراست. أما سياحة المدن الغربية فأبرزت مواضيع الصحيفة الهوية الإسلامية الثقافية لولاية وهران من خلال نشاط ثقافي حضره مفكرون و أساتذة و ذكا تره. في مقابل إبراز الدور الفعال لحراس الشواطئ بالغزوات في حماية السياح الأجانب أثناء مزاولتهم للسياحة الشاطئية.

أما صحيفة EL ACIL فأبرزت هي الأخرى مثل صحيفة الشروق اليومي مواضيعها مختلف الأنواع السياحية في الجزائر مراعية بذلك سنويتها وموسميتها. ولقد وزعت هذه الأنواع كالاتي: 04 مواضيع لسياحة المدن الشرقية لتليها سياحة المدن الشمالية و الغربية بموضوعين. أما سياحة المدن الصحراوية فمثلها موضوع واحد. أما بالنسبة لمضامينها فتمثلت في تشجيع اكتشاف المواقع الأثرية بعين الدفلة و جيجل و وهران و تبسة و الجزائر العاصمة، و جانب الوجهة السياحية المفضلة لدى السياح الأجانب و هي جانبيت التي تعد من أجمل الولايات الجزائرية القادرة على تسويق صورة سياحية ايجابية عن البلد بإمكاناتها ومقوماتها التاريخية و الحضارية، إلى جانب التركيز على حضارة هذه الولايات و تشجيع عصرنتها من خلال انجاز المشاريع المسطرة في السياسات السياحية بما يجعلها قطبا سياحيا داخليا بامتياز باعتبارها عاصمة للشرق الجزائر والتي بإمكانها تمثيله سياحيا أيضا خاصة لما تتوفر عليه من مقومات طبيعية فريدة إلى جانب تشجيع السياحة الثقافية بين الولايات و الخاصة بتبادل العادات و التقاليد.

جدول رقم 20: توزيع مواضيع السياحة الخارجية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				مواضيع السياحة الداخلية
16.66	02	-	02	- سياحة مغاربية
8.33	01	-	01	- سياحة عربية
16.66	02	-	02	- سياحة افريقية
25	03	02	01	- سياحة أوروبية
16.66	02	-	02	- سياحة اسيوية
8.33	01	-	01	- سياحة أمريكية
8.33	01	01	-	- سياحة عالمية
99.97	12	03	09	Σ

لقد تلخصت مواضيع السياحة الخارجية من خلال هذا الجدول في كونها سياحة عربية بـ05 مواضيع نحو كل من مصر و تونس بغرض السياحة الترفيهية ، والسعودية بغرض السياحة الدينية (الحج والمعرة) لتليها السياحة الدولية بـ 04 مواضيع تناولت الوجهة إلى البرازيل وموضوع إلى دول أوروبا خاصة فرنسا. أما السياحة المغربية فحدد الوجهة التونسية وذلك خلال الموسم الصيفي لشهر أوت.

أما صحيفة EL ACIL فكانت كل مواضيع السياحة الخارجية فيها عن السياحة الدولية في إطار رحلة ثقافية إلى بريطانيا و فرنسا و ترفيهية إلى فرنسا. وهو ما يدل على التوجه نحو الاهتمام بالسياحة الوطنية الداخلية بخلاف صحيفة الشروق اليومي التي ركزت على نوع السياحة الخارجية خاصة عند الاعتماد على الإعلانات كدعامة مالية لتسويق خدمة سياحية.

جدول رقم 21: توزيع مواضيع السياحة وفقا لمدة البرنامج السياحي

El Acil				الشروق اليومي				الصحيفة الأعداد
%	Σ	سياحة سنوية	سياحة موسمية	%	Σ	سياحة سنوية	سياحة موسمية	
25	03	03	-	08	02	02	-	03 جانفي 2009
25	03	03	-	16	04	02	02	08 فيفري 2009
8.33	01	01	-	20	05	04	01	16 مارس 2009
-	-	-	-	04	01	01	-	28 أبريل 2009
33.33	04	04	-	04	01	01	-	06 ماي 2009
8.33	01	-	01	12	03	02	01	11 جوان 2009
-	-	-	-	12	03	01	02	18 جويلية 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	23 أوت 2009
-	-	-	-	08	02	01	01	07 سبتمبر 2009
-	-	-	-	12	03	01	02	13 أكتوبر 2009
-	-	-	-	04	01	-	01	18 نوفمبر 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	24 ديسمبر 2009
99.99	12	11	01	100	25	15	10	Σ

لقد قسم هذا الجدول مواضيع السياحة وفقا لمدة البرنامج السياحي للتعرف على موسميته أو سنويتها.

ولقد وضحت النتائج أن السياحة في الجزائر هي سياحة سنوية من خلال عدد مواضيعها في صحيفة الشروق اليومي التي قدرت بـ15 موضوعا موزعة على الأعداد: 03 جانفي، 08 فيفري 11 جوان، 18 جويلية بموضوعين في كل منهما، 16 مارس بـ04 مواضيع، موضوع في كل من العديدين 28 افريل ، 06 ماي و 13 أكتوبر مواضيع و هذا في صحيفة الشروق اليومي. وبلغ عددها 16 موضوعا في صحيفة EL ACIL موزعة على الأعداد: 03 جانفي و 08 فيفري بـ 03 مواضيع 16 مارس و 06 ماي 04 مواضيع، غير أن اهتمام صحيفة EL ACIL بالسياحة السنوية كان اقل من اهتمام صحيفة الشروق اليومي ومرد ذلك كما سبق ذكره إلى الحيز الإعلاني في الصحيفتين ومحتواها في ذلك العادات والتقاليد، زيارة الأماكن والمعالم الأثرية والتاريخية. أما السياحة الموسمية فبلغ عددها 10 مواضيع في صحيفة الشروق اليومي في الأعداد: 08 فيفري، 13 أكتوبر و 18 جويلية بموضوعين في كل منها. و16 مارس 11 جوان و 07 سبتمبر بموضوع واحد. و06 مواضيع في صحيفة EL ACIL بالتركيز دائما على الموسم الاصطيافي الصيفي الذي تنشط فيه حركية السياحة الموسمية خاصة مع نهاية شهر ماي وبداية شهر جوان إلى غاية شهر أوت وبداية شهر سبتمبر وهو وقت نهاية هذا الفصل الاصطيافي.

جدول رقم 22: توزيع أنواع السياحة وفقا لدوافع السفر

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				أنواع السياحة
21.62	08	02	06	- السياحة الترفيهية
35.13	13	08	05	- السياحة الثقافية
-	-	-	-	- السياحة العلاجية
16.21	06	-	06	- السياحة الدينية
-	-	-	-	- سياحة المؤتمرات
5.40	02	-	02	- السياحة الاقتصادية
-	-	-	-	- السياحة التعليمية
-	-	-	-	- سياحة المهرجانات
5.40	02	-	02	- سياحة المغامرات
10.81	04	02	02	- السياحة البيئية
5.40	02	-	02	- السياحة الرياضية
99.97	37	12	25	Σ

لقد قسمت السياحة في الجزائر حسب دوافع السفر إلى كونها سياحة ترفيهية (رحلات، اصطيف واستجمام) وذلك بدأ من موسم الاصطيف وهي أشهر العطل بالنسبة للجزائريين لكنها انعدمت في شهر أوت نتيجة تزامنها مع مناسبة شهر رمضان. فغالبية الجزائريين يتوجهوا إلى الترويج عن النفس أو بالاصطيف أو الرحلات للتخلص من متاعب العمل والدراسة غير أن مناسبة رمضان حالت دون ذلك ، لتليها السياحة الدينية بـ06 مواضيع وهي سياحة الجزائريين إلى الأماكن المقدسة بالسعودية لأداء فرائض الحج والعمرة والمتزامنة مع شهر رمضان وعيد الأضحى خاصة. وبعدها تأتي السياحة الثقافية من خلال المشاركة في المعارض و المنتقيات الدولية الثقافية و كذلك المغاربية. غير أن هذا النوع من السياحة يزيد بسبب التسهيلات الممنوحة لهم من قبل مصالح الجهات السياحية المقصودة فيما يخص التأشيرة سواء طويلة أو قصيرة الأمد وهذه التسهيلات ممنوحة للجزائريين أكثر من غيرهم من المغاربة، أما السياح الأجانب القادمين إلى الجزائر بدافع الأعمال فيعانون من صعوبة الحصول على هذه التأشيرات حسب ما صرح به وزير السياحة والبيئة وتهيئة الإقليم الجزائري. ففي الوقت الذي تمنح فيه دول مغربية تسهيلات لدخول هؤلاء السياح الأجانب بما يزيد من مداخيلها بالعملة الصعبة في المجال السياحي تتراجع السياحة الجزائرية في الخارج فيما يخص تسويق صورة الجزائر كوجهة اقتصادية تجارية والتسويق لتدابيرها التحفيزية والإعفاءات الضريبية والرسوم الاجتماعية وتبسيط الإجراءات الإدارية لتشجيع كبريات المجموعات الاقتصادية وإقامة فروع لها في الجزائر. كما تسجل وجود موضوعين عن السياحة البيئية والذين تناولها في شكل تقرير سلبي نتيجة ما تتعرض له مواردها الحيوانية من اعتداءات وهمجية تخل بهذا المقوم الطبيعي، أمام تراجع الدور الذي يلعبه المسئولون المحليون في حمايتها وأيضاً خطر المستثمر الأجنبي الذي يسعى إلى تخريبها وراء حجة مشاريع بيئية. وفيما يخص السياحة الثقافية فهي الأخرى كانت متواجدة بمعدل موضوعين وهو معدل ضعيف لا يرقى إلى مستوى تنوع الثقافة الجزائرية الخاصة بالعادات والتقاليد والصناعات التقليدية، الفكر والأدب والفن. أما السياحة الرياضية فمثلها إعلان عن المسابقة الكبرى للرياضة والتي تعد برحلات سياحية لمتابعة أحداث رياضية كروية. ومن خلال ما تقدم من مواضيع نستنتج أن صحيفة الشروق اليومي عمدت إلى إبراز وإظهار الوضع المتأزم للسياحة الجزائرية سواء الداخلية أو الخارجية ما عدا بعض المواضيع الخاصة بالإعلانات العلاجية الرياضية أو إعلان الرحلات والاصطيف. وهو ما يدل على عدم التنسيق بين ما يسطر من سياسات وبين الواقع الحقيقي للقطاع السياحي الذي من خلاله قد تتمكن الجزائر أن تفوق بلوغ 04 ملايين سائح أجنبي في آفاق السنوات القادمة من 2010-2013.

أما صحيفة EL ACIL فتباينت هي الأخرى مع صحيفة الشروق اليومي في عرضها للمواضيع الصحفية من حيث النوع والتحرير. أما بالنسبة للأنواع السياحية فغلبت عليها المواضيع الثقافية

ب 08 مواضيع تلخص محتواها في التعريف بالآثار التاريخية و الثقافية و عادات الولايات الجزائرية و القيم الاجتماعية و الثقافية المتبادلة بين مواطنيها و تسويق صورة إيجابية عن التظاهرات الاحتفالية في الجزائر من جهة من إبراز أفضل الجهات السياحية الجنوبية لدى السياح الأجانب خاصة الفرنسيين و الألمان كولاية جانتيت. إلى جانب موضوع المهرجانات الإفريقية الداعية ل إلى إقامة نهضة إفريقية ثقافية تعبر عن العمق الحضاري و التاريخي لدول هذه القارة من جهة و تدل على مدى التعلق و التواصل و التعاون المتبادل بين شعوبها من جهة أخرى. أما فيما يخص سياحة استكشاف المناطق الأثرية فحددت الوجهة الفرنسية و البريطانية بذلك، كما تم تناول موضوع التراث الشعبي لولاية ميلة و الولايات المبادرة لها في إطار الاحتفال بالأطباق التقليدية في جو اجتماعي يسوده التعارف و التبادل و التواصل الثقافي. لتتعدم الأنواع السياحية الأخرى من حيث تناول الصحفي .

جدول رقم 23: توزيع مواضيع السياسة السياحية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع السياسة السياحية
8.10	03	-	03	- تشريعات و قوانين
86.48	32	12	20	- تنمية سياحية
5.40	02	-	02	- استثمار سياحي
-	-	-	-	- مخططات سياحية
99.98	32	12	25	Σ

لقد توزع موضوع السياسات السياحية من خلال هذا الجدول في 25 موضوعا في صحيفة الشروق اليومي واتضح من خلالها أن جملة هذه السياسات اهتمت بالتنمية السياحية الوطنية أولا، اد تلخص ذلك في 11 موضوعا في حين خصصت 03 مواضيع عن الاستثمار السياحي و موضوعين لإثارة موضوع التشريعات و القوانين السياحية. بخلاف صحيفة EL ACIL التي لم تهتم إلا بموضوع التنمية السياحية الذي تناولته في 12 موضوعا

جدول رقم 24: توزيع موضوع التنمية السياحية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع السياسة السياحية
50	16	12	04	- تنمية طبيعية و ثقافية
9.37	03	-	03	- نوعية الخدمات
-	-	-	-	- الأسعار
28.12	09	-	09	- إنتاج الرحلات
-	-	-	-	- الإشهار
6.25	02	-	02	- التنظيمات
3.12	01	-	01	- تمويل الاستثمار
3.12	01	-	01	- الهياكل السياحية
-	-	-	-	- الاستقبال الإداري
-	-	-	-	- الاستقبال العام
-	-	-	-	- التنشيط السياحي
99.98	32	12	20	Σ

إن موضوع التنمية السياحية في الجزائر تم تناوله في 32 موضوعا في كل من صحيفة الشروق اليومي و صحيفة EL ACIL ولقد أبرز هذا الجدول الجوانب المختلفة لمواضيع التنمية السياحية حيث احتوى كل موضوع من هذه المواضيع على أكثر من جانب تنموي.

ففي كل من الصحيفتين نجد أن غالبية الأشكال الصحفية تناولت موضوع التنمية الطبيعية والثقافية الخاصة إما بالسياحة الثقافية ، أو سياحة الحفلات والمهرجانات والسياحة البيئية والتي تهدف من خلالها إلى تسليط الضوء على الأزمات السياحية التي تعيشها مختلف الولايات الجزائرية في الجوانب البيئية والثقافية والسعي إلى إبراز المخططات المتبعة لإيجاد حلول لها كالمحافظة على المحميات المائية وثروتها الحيوانية والنباتية أو إبراز للمشاريع التنموية السياحية التي تخص بناء هياكل سياحية جديدة استحدثت وعصرنة وترميم الموجود بتقديم مخصصات مالية مساعدة على تغطية ذلك أو تسويق صورة سياحية لولاية من الولايات بإبراز عاداتها وتقاليدها، من خلال التظاهرات والاحتفالات للصناعات التقليدية الحرف المطبخ والتي تتخللها عملية بيع المنتج السياحي أو إبراز لمقوماتها الطبيعية ومناظرها السياحية الخلابة وكذا هياكلها ومراقبتها ونوعية الخدمات التي يحظى بها السائح من حسن الاستقبال والتنظيم بالإضافة إلى إبراز التنمية الدينية ومشاريعها الخاصة بالمساجد، وهذا كله في إطار السياسات السياحية الرامية إلى إنعاش السياحة الداخلية من خلال ما يحظى به السائح الوطني والأجنبي من توفير للحاجات وإشباع للدوافع والرغبات.

جدول رقم 25: توزيع مجال الاهتمام بموضوع السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				مجال الاهتمام
51.35	19	09	10	- موضوع محلي
16.21	06	-	06	- موضوع وطني
32.43	12	03	09	- موضوع دولي
99.99	37	12	25	Σ

يبين هذا الجدول مجال اهتمام الصحيفتين بموضوع السياحة حيث اتضح أن اهتمام الصحيفتين انصب بالدرجة الأولى على المواضيع المحلية ففي صحيفة EL ACIL اليومية الجهوية الوطنية بلغ عددها 09 مواضيع و هو أمر منطقي بالنسبة لصحيفة تعتني طبيعتها و سياستها بمثل هذه المواضيع. غير أن هذا العدد كان اكبر في صحيفة الشروق اليومي التي سجل بها 10 مواضيع محلية و هو رقم إن كان متقاربا مع الرقم المسجل في صحيفة EL ACIL إلا انه يبقى يميز صحيفة الشروق اليومي بتغطية المواضيع المحلية بشكل يدل على مجهوداتها المبدولة في سبيل تغطية مواضيع السياحة الداخلية الوطنية و بلوغ ابعاد مساحاتها.إلى جانب انفرادها بتناول هذه المواضيع التي بلغ عددها 06 مواضيع بنسبة 16.21% و هو الأمر الراجع أيضا إلى فلسفة الصحيفة في حد ذاتها. أما المواضيع المحلية فتباين توزيعها من 03 مواضيع في صحيفة EL ACIL إلى 09 مواضيع في صحيفة الشروق اليومي و بذلك هذه الأخيرة شاملة للمواضيع السياحية باختلاف مجالات اهتمامها .

جدول رقم 26: توزيع مجال اهتمام الموضوع الوطني بالسياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				مجال الاهتمام
26.31	05	02	03	- ولايات الشمال
36.84	07	04	03	- ولايات الشرق
21.05	04	02	02	- ولايات الغرب
15.78	03	01	02	- ولايات الجنوب
99.98	19	09	10	Σ

يمثل الجدول توزيعا لمجالات اهتمام الموضوع الوطني بالسياحة واتضح من خلال ذلك أن الولايات الشرقية والشمالية أخذت الاهتمام الأكبر بالتناول. أما الولايات الشمالية فتمثلت بالجزائر العاصمة من خلال فتح مجال الاستثمار العربي الإسلامي في عمارة المساجد و السياحة الثقافية باحتضان المهرجان الإفريقي بعرض فني بالقاعة البيضاوية و بحضور قافلة شعبية و تكريم لفنانين جزائريين و فرنسيين. أما السياحة الترفيهية فبرزت بتسليط الضوء على التغطية النباتية بالعاصمة و فتح أبواب حديقة بارادو بحيدرة أمام الجمهور بعد تأهيلها ماديا. أما الولايات الشرقية : القالة قالمه، تبسة فتناولت مواضيعها الأزمات البيئية للحواطر الوطنية المدمرة بشكل همجي(القالة) و الحقائق المهملة التي تحولت إلى أماكن للردائل بسبب انعدام المتابع و الصيانة ،إلى جانب الاعتداءات على المركبات السياحية بالسطو و الاحتيال من طرف العصابات.في حين تمثلت الولايات الواقعة غرب الجزائر بكل من وهران و الغزوات بعقد نشاط ثقافي يحي الهوية الثقافية الإسلامية المتوسطة لولاية وهران، و يبرز إلى جانبها الجهود المحلية لحراس الشواطئ الغزوات في سبيل حماية السياح الأجانب .أما الولايات الجنوبية فاهتمت مواضيعها بولاية جانب كوجهة سياحية مفضلة لدى السياح الأجانب و التي بفضل مقوماتها الطبيعية تسوق صورة سياحية ايجابية عن السياحة الصحراوية بالجزائر و استقطاب عدد كبير من السياح الأجانب .غير أن نقص إمكانياتها المادية يعيق و يشكل أزمة إلى جانب الأزمة المالية التي استدعت مطالبة أعضاء المجلس الشعبي لايليزي معرفة مصيرها فمخصصات مالية مقدرة بـ44 مليار سنتيم تبقى مجهولة الوجهة بما يعرقل عملية التنمية السياحية.

أما صحيفة EL ACIL فانصب اهتمام مواضيعها على ولايات الشرق الوطني وقضاياها السياحية اد بلغ عدد ها 16 موضوعا تناولت في العدد الأول الاكتشافات الهندسية والثقافية للآثار الرومانية المتبقية في ولاية جيجل مع إبراز لمقومات وعادات ولاية ميلة والولايات المجاورة لها. و إبراز التراث الحرفي اليدوي لولاية تبسة إلى جانب السياحة الشاطئية بولاية بجاية و الإجراءات المتخذة بشأن وسائل الترفيه والتسلية الممنوعة. والملاحظ أن هذه الولايات التي تم تناولها هي ولايات شرقية داخلية و ساحلية في حين شملت الولايات الشمالية فخص الجزائر العاصمة بالتناول من خلال معرض الفنون والتقاليد الشعبية إلى جانب عقد ملتقى حول القطع الحجرية الأثرية لذات الولاية والذي سطرت من خلاله برنامج إحياء المقومات الحضارية الوطنية و العمل على حمايتها و تسويقها.. أما الوجهة الجنوبية فأبرزت أهمية زيارة ولاية جانب الوجهة المفضلة لدى السياح الأجانب خاصة الفرنسيين و الألمان و الايطاليين و إبراز معالمها الأثرية كمعالم أثرية عالمية تحظى باهتمام الدولة في المقام الأول من خلال المخصصات المالية الموجهة لإعادة ترميمها.أما الاهتمام العام فخص الجزائر بالمشاركة في الأسبوع الثقافي بفرنسا .

جدول رقم 27: توزيع مجال اهتمام الموضوع الوطني بالسياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	صحيفة
				مجال الاهتمام
33.33	02	-	02	- الاستثمار السياحي الأجنبي
50	03	-	03	- خدمات الوكالات السياحية
16.66	01	-	01	- القرارات الوزارية
99.99	06	-	06	Σ

يمثل الجدول مجال اهتمام الموضوع الوطني بالسياحة الذي لم يخص ولاية من الولايات الجزائرية بعينها و إنما كان اهتمامه منصبا على القضايا السياحية الوطنية بشكل عام. و هو ما انفردت بتناوله صحيفة الشروق اليومي دون صحيفة EL ACIL. حيث انصب اهتمامها بالدرجة الأولى على جملة الخدمات التي تقدمها الوكالات السياحية التي تميزت بتأزم وضعها جراء بعض القرارات الوزارية في مقابل تناول الخدمات المتميزة و الجديدة لوكالات أخرى خاصة تعمل على تعزيز نشاطها في سوق النقل من جهة و تحقيق رغبات و تلبية احتياجات زبائنها السياحية من جهة أخرى. أما القرارات الوزارية فاتخذت بشأن أئمة و إطارات وزارة الشؤون الدينية و الأوقاف و هي قرارات صارمة حرمت هؤلاء من أداء مناسك الحج و العمرة بحجة التفرغ لأداء المسؤوليات المرتبطة بمناسبة شهر رمضان.

جدول رقم 28: توزيع مجال اهتمام الموضوع الدولي بالسياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				مجال الاهتمام
25	03	01	02	- اهتمام مغاربي
33.33	04	-	04	- اهتمام عربي
-	-	-	-	- اهتمام إفريقي
25	03	02	01	- اهتمام أوروبي
8.33	01	-	01	- اهتمام آسيوي
8.33	01	-	01	- اهتمام أمريكي
99.99	12	03	09	Σ

من خلال هذا الجدول يتضح الاهتمام الدولي للصحافة الوطنية في المجال السياحي . تعتبر الدول العربية في مقدمة هذه الدول نتيجة جملة من الظروف المتزامنة في هذه السنة (2009) خاصة المتعلقة منها بالأحداث الكورية التي كانت نقطة تحول في العلاقات الجزائرية المصرية ، أما من الناحية الجغرافية فتعد تونس البلد المغربي الأول المقصود من طرف السياح الجزائريين حيث تضمنت مواضيع إعلانية عن الوجهة السياحية إلى هذا البلد خاصة في فصل الصيف . أما البلد السياحي العربي الآخر المقصود من طرف السياح الجزائريين هو السعودية قصد تأدية مناسك العبادة الخاصة بالحج و العمرة . في حين تصدرت فرنسا قائمة الدول الأوروبية استقطابا للسياح الجزائريين ثم الوجهة إلى البرازيل في اطار ممارسة السياحة الترفيهية .

أما صحيفة EL ACIL فهي لم تهتم كثيرا بالمجال الدولي للسياحة كما في صحيفة الشروق اليومي اد بلغ عدد مواضيعها 3 مواضيع اهتمت بالسياحة إلى فرنسا في إطار المشاركة في التظاهرات و الاحتفالات الثقافية الخاصة بالأدب و أخرى بالاستجمام و الراحة، لتليها الوجهة إلى بريطاني بموضوع واحد وهي مقصودة لزيارة المعالم الطبيعية التاريخية لهذا البلد.

جدول رقم 29: توزيع قيم مواضيع السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	صحيفة
				قيم مواضيع السياحة
7.5	03	01	02	- قيمة اجتماعية
15	06	01	05	- قيمة اقتصادية
27.5	11	07	04	- قيمة ثقافية
10	04	-	04	- قيمة دينية
12.5	05	01	04	- قيمة أمنية
27.5	11	03	08	- قيمة التسلية و الترفيه
100	40	13	27	Σ

من خلال هذا الجدول نلاحظ التنوع في القيم التي احتوتها مواضيع السياحة في الجزائر إلى جانب إبراز تباين تكرارها في كل من صحيفة الشروق اليومي و EL ACIL. حيث بلغ عددها 27 قيمة متباينة التوزيع و التنوع في صحيفة الشروق اليومي و التي تصدرتها قيمة التسلية و الترفيه في 08 مواضيع. تليها القيمة الاقتصادية في 05 مواضيع، لنتناول 4 مواضيع منها القيمة الدينية و كذلك القيمة الأمنية كذا القيمة الثقافية في حين لم تبرز القيمة الاجتماعية إلا في موضوعين. أما صحيفة EL ACIL فبرزت فيها 13 قيمة اتسمت بتنوع و توزيع متواضع في 13 موضوع تصدرتها القيمة الثقافية ثم قيمة التسلية و الترفيه فالقيمة الأمنية و الدينية والاجتماعية كما هو مبين في الجدول.

جدول رقم 30: توزيع موضوع القيمة الاجتماعية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع القيمة الاجتماعية
-	-	-	-	- تبادل و اتصال
-	-	-	-	- تعارف
-	-	-	-	- تنمية الوعي السياحي
40	02	-	02	- تحقيق الرغبات و الاحتياجات السياحية
20	01	01	-	- تنمية سياحية
40	02	-	02	- تنمية اجتماعية
-	-	-	-	- تعاون
100	05	01	04	Σ

تعتبر القيمة الاجتماعية من اقل القيم تناولا في مواضيع السياحة في صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL ، أما الشروق فاحتوت على قيمتين اجتماعيتين موزعتين على موضوع تحقيق الرغبات والاحتياجات السياحية و موضوع التنمية الاجتماعية أما موضوع التنمية الاجتماعية فتمثل في الالتفاتة الطيبة لشركة طيران طاسيلي بشأن إرسال مجموعة من العمال و أهاليهم إلى البقاع المقدسة لأداء مناسك العمرة في خطوة لتعزيز المكاسب الاجتماعية لهذه الشركة الفتية في مقابل ذلك تبرز هذه القيمة بشكل سلبي يبين الإجراءات التعسفية لوزارة الشؤون الدينية التي حرمت أئمتها و إطاراتها من أداء مناسك الحج و العمرة الخاصة بمناسبة شهر رمضان. أما صحيفة EL ACIL فهي قريبة في توزيعها لهذه القيمة من صحيفة الشروق اليومي ليرز فيها موضوع التنمية السياحية بتكرار واحد خاصا بتنمية المناطق والمحميات المائية والتدابير المتخذة في سبيل تنميتها.

جدول رقم 31: توزيع موضوع القيمة الاقتصادية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	صحيفة
				موضوع القيمة الاقتصادية
33.33	02	-	02	- الأسعار و التكاليف
16.66	01	-	01	- مشاريع واتفاقيات سياحية
33.33	02	01	01	- بيع المنتج السياحي
-	-	-	-	- تسوق
16.66	01	-	01	- تنشيط سياحي
-	-	-	-	- تحفيز
99.98	06	01	05	Σ

يمثل هذا الجدول توزيع القيمة الاقتصادية للشروق اليومي و EL ACIL. حيث بلغ عددها 08 قيم تناولت ارتفاع الأسعار و غلاء تكاليف السفر التي ينشدها الشباب الجزائري لغرض السياحة الترفيهية بتونس، إلى جانب المشاكل التي تعاني منها الوكالات السياحية الوطنية جراء الإجراءات التعسفية لوزارة الشؤون الدينية التي تقضي بنكفل هذه الوكالات بحجاج القرعة و بأسعار تماثل أسعار الديوان الوطني مقابل الخدمات الأساسية للحجاج و هو ما يؤدي إلى تراجع بيع الخدمة السياحية للوكالات. كما نجدها تعاطت وبشكل سلبي مع موضوع تكاليف المشاريع الإصلاحية الباهظة و الموجهة لأغراض شخصية غير المسيطرة في السياسات السياحية. أما EL ACIL فكانت على خلاف ذلك، حيث تطرقت إلى القيمة الاقتصادية في موضوع واحد خاص ببيع المنتج السياحي التقليدي كالأطباق التقليدية والترويج له إلى جانب ما كلفته المشاريع الإصلاحية من مبالغ مالية باهظة لانجاز مشاريع إصلاحية خاصة بالعصرنة والتجهيز .

جدول رقم 32: توزيع موضوع القيمة الثقافية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع القيمة الثقافية
27.27	3	01	02	- نهضة ثقافية
9.09	1	01	-	-المعرفة
18.18	2	01	01	- تنشيط سياحي
36.36	4	03	01	- معالم أثرية و حضارية
9.09	1	01	-	- تسويق صورة سياحية
99.99	11	07	04	Σ

يوضح هذا الجدول تجليات القيمة الثقافية من خلال التوزيع الخاص بصحيفة الشروق اليومي و EL ACIL.

فمن خلال صحيفة الشروق اليومي نجد أن النهضة الثقافية أهم ما تمحورت عليه القيمة الثقافية خلال 03 مواضيع بخصوص الفنون و الثقافات الشعبية لولاية تيسمسيلت بتقديم نشاطات عرفت بتراتها في الولاية و ولايات بوسعادة و المسيلة. أيضا إقامة المهرجان الثقافي الإفريقي بالجزائر الداعي إلى إفريقيا قارة المستقبل و الجزائر مندمجة في مناطقها في إطار التعايش الثقافي الإفريقي المتنوع و إبداعات متقفيها وأدبائها. والأمر نفسه بالنسبة لتنشيط السياحة الثقافية بولاية وهران في إطار النشاط الثقافي حول هويتها الإسلامية المتوسطة بمشاركة مفكرين و أساتذة جزائريين و مغاربة و إيطارات مغاربة. إلى جانب إحياء تاريخ وحضارة المعالم الأثرية كحديقة بارا دو الوجهة الفضة لدى الجزائريين لنوشد الراحة و الاستجمام بعد إعادة تأهيلها ماديا.. أما صحيفة EL ACIL فكانت تغطيتها للقيمة الثقافية أوسع من تغطيتها في صحيفة الشروق اليومي وذلك في 07 مواضيع ، أهم ما تناولته جانب المعرفة للمقومات الطبيعية و الأثرية التي تتوفر عليها الجزائر كالمحميات و الآثار الرومانية ، إلى جانب إبراز العادات و التقاليد الخاصة ببعض المناطق الداخلية كميلة و الساحلية كجاية و العمل على تسويق صورتها الايجابية محليا و دوليا، أما التنشيط السياحي فاهتم بجانب العمل المشترك بين الوكالات السياحية في سبيل دفع عجلة التنمية السياحية الصحراوية و تسويق صورة ايجابية عن الوجهة السياحية المفضلة لدى السياح الجزائريين و هي فرنسا إلى جانب التسويق للمواقع الأثرية لبريطانيا.

جدول رقم 33: توزيع موضوع القيمة الدينية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع القيمة الدينية
75	03	-	03	- مناسك سياحية دينية
-	-	-	-	- زيارات
25	01	-	01	- مشاريع و إصلاحات سياحية
-	-	-	-	- معالم أثرية سياحية
100	4	-	04	Σ

يوضح هذا الجدول توزيع موضوع القيمة الدينية على صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL. حيث انفردت صحيفة الشروق اليومي بهذه القيمة في مواضيعها و التي انعدمت في صحيفة EL ACIL مع انعدام الإعلانات السياحية الدينية و كذلك المواضيع الدينية التي تحددت على المستوى العربي فكانت السعودية الوجهة الأولى لأداء فرائض الحج و العمرة ،إلى جانب الموضوع الاستثماري الخاص بالمشاريع الإصلاحية للمساجد.

جدول رقم 34: توزيع موضوع القيمة الأمنية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع القيمة الأمنية
20	1	-	01	- حماية السياح
40	2	01	01	- حماية الأماكن الأثرية والتراث السياحي
20	1	-	01	- حماية الهياكل السياحية
20	1	-	01	- حماية البيئة السياحية
-	-	-	-	- حماية الثقافة السياحية
100	5	01	04	Σ

يمثل الجدول توزيع موضوع القيمة الأمنية التي تضمنتها مواضيع السياحة و بشكل يبرز الجهود المبذولة في سبيل حماية المقومات التاريخية و الحضارية و الطبيعية للجزائر .
فبالنسبة لصحيفة الشروق اليومي نجدها تناولت 04 مواضيع تضمنت القيمة الأمنية فيما يخص حماية الأماكن و حماية البيئة من خطر خطر هدم مقوماتها الطبيعية الحيوانية و النباتية مثل ما حصل مع الحظيرة العالمية بالقالة وحدائق تبسة إلى جانب حماية الهياكل السياحية المعرضة لاعتداءات العصابات و الأهم إلى جانب ذلك توفير الرعاية و الحماية إلى السياح الأجانب .
أما صحيفة EL ACIL فلم تتجلى فيها هذه القيمة إلا فيما يخص حماية التراث السياحي وذلك في العدد جانفي من خلال فاعلية المتاحف كمؤسسة رسمية في توفير الظروف اللازمة للمحافظة على التراث المكتشف مثل ما هو الحال في ولاية جيجل و عين الدفلة و الجزائر العاصمة.

جدول رقم 35: توزيع موضوع قيمة التسلية و الترفيه

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع القيمة الأمنية
90	9	02	07	- رحلات سياحية
10	1	01	-	- اصطيف
100	10	03	07	Σ

من خلال هذا الجدول نستنتج تجليات موضوع التسلية و الترفيه السياحي في صحيفة الشروق اليومي و EL ACIL هذا الموضوع السياحي الذي أثّرت من خلاله إما الرحلات السياحية للوكالات باتجاه دول عربية كتونس بغرض الاصطياف أو التسلية و قضاء احتفالات رأس السنة أو الدول الأجنبية كفرنسا والاستجمام بإبراز الوجيهات المفضلة لقضاء العطل الصيفية ،الربيعية و الشتوية.في حين قل تناول هذه القيمة في صحيفة EL ACIL لكون أن طبيعتها خاصة ما تعلق منها بالرحلات السياحية المرتبطة بالإعلان كشكل صحفي يعتبر مصدر دخل للكثير من الصحف المستقلة، وبما أنها صحيفة عمومية مدعومة من طرف الدولة نجد قلة اعتمادها على هذا النوع الصحفي لتمرير الرسالة السياحية التي اهتمت بالسياحة الشاطئية المحلية بإبراز ولاية بجاية واجهة مفضلة لقضاء العطل الصيفية داخليا و فرنسا على المستوى الأجنبي .

جدول رقم 36: توزيع اتجاه مواضيع السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				اتجاه مواضيع السياحة
18.91	7	04	03	- اتجاه ايجابي
10.81	4	-	04	- اتجاه سلبي
70.27	26	08	18	- اتجاه محايد
99.99	37	12	25	Σ

يعبر هذا الجدول عن القيم التي تظهر حركية المجتمع و الصحيفة تجاه قضايا السياحة في الجزائر من خلال صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL. حيث سجلنا تباين اتجاهها الايجابي و السلبي و المحايد للمواضيع السياحية و طغيان هذا الأخير على أغلبية المواضيع.

بالنسبة لصحيفة الشروق اليومي نجد طغيان الاتجاه المحايد الذي مرده إلى طبيعة الموضوع في حد ذاته، فأغلبية المواضيع ذات الاتجاه المحايد مقدمة في شكل إعلانات خاصة بالسياحة الدينية إلى السعودية لتأدية مناسك الحج و العمرة دون أن تتعدى رسالتها التدخل إيجابا أو سلبا أو الاعتماد على الأساليب التأثيرية لإقناع القارئ. إلى جانب بعض الإعلانات الخاصة بالرحلات للوكالات السياحية إلى تونس خاصة و الرحلات الرياضية إلى البرازيل و مصر، إلى جانب الخبر الصحفي الذي تناول الهوية الإسلامية لولاية وهران في إطار النشاط الثقافي الذي نظّمته المديرية الثقافية الإسلامية بوزارة الشؤون الدينية و الأوقاف بالتنسيق مع مديرية الشؤون الدينية لولاية وهران بحضور نخبة من الإطارات. و في مجال السياحة الثقافية نجد أيضا تسليط الضوء على تظاهرة الأسبوع الثقافي المحلي للفنون و الثقافات الشعبية لولاية تيسمسيلت و التعريف بها في الولايات المجاورة له (بوسعادة و المسيلة). إلى جانب بعض التقارير تناولت مشاكل الوكالات السياحية دون التدخل بالرأي أو لتعليق بشأن واقعها مع ذكر هادة الفاعلين فيها. أيضا موضوع فتح أبواب حديقة بارا دو أمام الزوار مع التنويه إلى بعض مقوماتها السياحية. بالإضافة إلى ذكر العقوبات التي سلّطت على عصابات المركبات السياحية بمدينة حمام دباغ. إضافة إلى الإخبار عن المشروع الاستثماري في مجال عمارة المساجد الخاصة بالجامع الكبير الجزائر العاصمة و الاهتمام الدولي بالموضوع خاصة الدول ذات التجارب الخاصة في هذا المجال مثل المارات العربية و إيران. إضافة إلى خبر عن أزمة إطارات و أئمة وزارة الشؤون الدينية بخصوص حرمانهم من مناسك الحج و العمرة. ليليه الاتجاه السلبي بخصوص 04 مواضيع منها ما تعلق بمشاكل السياحة الداخلية خطر الاستثمار الأجنبي الذي تدمر و تشوه صفقاته المشبوهة الحواظر الوطنية المحمية عالميا من اصطيد الطيور النادرة و السلاحف و حرقها. و الملايين التي يصرفها الشباب الجزائري احتفالا برأس السنة في تونس في أجواء تخلو من الآداب و الأخلاق. إلى جانب معاناة السياحة الصحراوية من نقص الإمكانيات التي رهنت واقعها خاصة في ظل توفرها على مقومات مشجعة على سياحة المغامرات و الاستكشاف لوجهاتها. بالإضافة إلى مقال يسلط الضوء على غياب الصيانة و الأشغال للغابات و الحدائق الوطنية المهمل بتبسة التي بشأنها تأدية وظائف صحية، اجتماعية، ترفيهية و تحسيسية. أما الايجابية في تعاطيها مع المواضيع السياحية فخص 03 مواضيع عن بعض الخدمات المميزة للوكالات و المؤسسات السياحية .

أما صحيفة EL ACIL فطغى تعاطيها الحيادي مع مواضيع السياحة في 08 مواضيع مقابل 04 منها ايجابية في حين انعدم الاتجاه السلبي في التعاطي مع هذه المادة ، وسبب ذلك أن صحيفة EL ACIL من الصحافة اليومية التابعة للدولة و التي لا تخرج سياستها على سياسة الدولة وبالتالي العمل على إبراز دورها في عملية التنمية السياحية مشاريع، إصلاحات، مخصصات مالية ،وجهات سياحية أماكن أثرية ومحميات.أما فيما يخص الاتجاه المحايد فظهر في 08 مواضيع خصت حيز مشاركة الجزائر في المحافل الدولية بها وكذا موضوع اكتشاف بعض الآثار التاريخية و المحافظة عليها. في حين أن طغيان الاتجاه السلبي على المواضيع السياحية في صحيفة الشروق مرده إلى سياسة عكس الواقع بحقائقه الايجابية أو السلبية وان كانت بعض الجهات المسؤولة الرسمية سببا في تفاقم وضعه.

جدول رقم 37: توزيع اتجاه القيم الاجتماعية

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة
%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	- تبادل و اتصال
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	- تعارف
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	- تنمية الوعي السياحي
-	-	-	-	-	50	2	01	-	01	- تحقيق الرغبات والاحتياجات السياحية
100	1	-	-	01	-	-	-	-	-	- تنمية سياحية
-	-	-	-	-	50	2	-	-	02	- تنمية اجتماعية
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	- تعاون
100	1	-	-	01	100	4	01	-	03	Σ

ابرز هذا الجدول طبيعة اتجاه تناول الصحفي للقيم الاجتماعية الخاصة بمواضيع السياحة في صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL. حيث برز الاتجاه الايجابي في تعاطي صحيفة الشروق اليومي مع مواضيع السياحة و التي عبرت خلال 03 مواضيع على واقع التنمية الاجتماعية من خلال حسن الخدمات و الالتفاتة الطيبة لوكالات السياحة الراغبة في تعزيز مكاسب اجتماعية تزيد من تمتين فرص سوق النقل و هو ما عكسه رضا العمال و أهليهم. أما من الناحية السلبية فبرز تعسف وزارة الشؤون الدينية بقوانينها اللاغية لعطل الأئمة و الإطارات.

أما بالنسبة لصحيفة EL ACIL فطغت عليها الايجابية في التعامل مع القيم الاجتماعية حيث تطرقت إلى التبادل والتواصل الاجتماعي بين ولايات الوطن فيما يخص العادات، التقاليد(مطبخ) صناعات تقليدية و التعريف بثقافتها. أو انجاز مشاريع إعلامية يخص الحمامات تشجيعا للسياحة الحموية ، أما دوليا فكان الاهتمام منصبا على إحياء مظاهر النهضة الإفريقية ومد جسور التواصل و التبادل والتعاون بين شعوبها في مقابل انعدام تواجد الاتجاه السلبي و المحايد.

جدول رقم 38: توزيع اتجاه القيم الاقتصادية

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة اتجاه القيمة
%	∑	اتجاه سلبى	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	%	∑	اتجاه سلبى	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	
-	-	-	-	-	-	40	02	-	-	- الأسعار و التكاليف
-	-	-	-	-	-	20	01	-	-	- مشاريع و اتفاقيات سياحية
100	01	-	-	01	-	20	01	-	-	- بيع المنتج السياحي
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	- تسوق
-	-	-	-	-	-	20	01	-	-	- تنشيط سياحي
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	- تحفيز
100	01	-	-	01	10 0	05	05	-	-	∑

يمثل هذا الجدول توزيع الاتجاه الصحفي نحو القيم الاقتصادية للشروق اليومي و EL ACIL. أما بالنسبة للشروق اليومي فنجدتها تعاطت وبشكل سلبي مع هذه المواضيع و التي بلغ عددها 5 مواضيع من حيث ارتفاع أسعار وغلاء تكاليف السفر للوجهات السياحية التي ينشدها الشباب الجزائري لغرض سياحة الترفيه و التسلية وكذا تكاليف المشاريع الإصلاحية الباهظة و الموجهة لأغراض شخصية غير المسطرة في السياسات السياحية .

أما EL ACIL فكانت على خلاف ذلك، حيث تطرقت إلى جملة الأسعار الاعتبارية لبيع المنتجات والمصنعات التقليدية كالأطباق التقليدية في إطار لإحياء الأسابيع الثقافية الخاصة بترقية المنتج السياحي التقليدي و الترويج له .

جدول رقم 39: توزيع اتجاه القيم الثقافية

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة اتجاه القيمة
%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	
14.28	01	-	-	01	60	03	-	-	03	- نهضة ثقافية وشعبية
14.28	01	-	-	01	-	-	-	-	-	- المعرفة
14.28	01	-	-	01	20	01	-	-	01	- تنشيط سياحي
42.85	03	-	-	03	20	01	-	-	01	- معالم أثرية وحضارية
14.28	01	-	-	01	-	-	-	-	-	- تسويق صورة سياحية
99.97	07	-	-	07	100	05	-	-	05	Σ

يمثل هذا الجدول اتجاه القيم الثقافية للمضامين السياحية في صحيفة الشروق اليومي و EL ACIL و التي اتخذت اتجاهها ايجابيا في كلتا الصحيفتين بـ 12 موضوعا تكررت 03 منها في صحيفة الشروق اليومي على النهضة الثقافية الخاصة بإبراز الجوانب الفنية و الثقافات الشعبية لولايات من الوطن و إبراز جوانب النهضة الثقافية الإفريقية التي تعتبر الجزائر قطبا ايجابيا من أقطابها.بالإضافة إلى الدور الايجابي للمؤسسات الثقافية في إبراز الهوية الإسلامية و الثقافية لولاية وهران من جهة و إبراز المعالم الأثرية المتميزة في الجزائر العاصمة كالحدايق.

أما EL ACIL فتناولت 07 مواضيع عن قضية النهضة الثقافية للدول المغربية خاصة في مجالات الفن و الأدب و التوجه نحو الانفتاح الإفريقي على العالم.إلى جانب بعث روح الاستكشاف و المعرفة للمناطق الأثرية و الحضارية بالعديد من ولايات الوطن كجيجل و نشر عادات و تقاليد البعض منها كعنابة و طرق إحياء لياليها الرمضانية إضافة إلى تسويق الصورة السياحية الايجابية كولاية جانيث. و كذلك الإخبار عن الأوضاع البيئية للمناطق السياحية و محمياتها أو اكتشاف الآثار التاريخية و إعطاء فرصة لمعرفة حضارتها. أهم ما تناولته أيضا جانب المعرفة للمقومات الطبيعية و الأثرية التي تتوفر عليها الجزائر كالمحميات و الآثار الرومانية.

جدول رقم 40: توزيع اتجاه القيم الدينية

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة اتجاه القيمة
%	∑	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	%	∑	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	
					75	3	-	03	-	- مناسك سياحية دينية
					-	-	-	-	-	- زيارات
					25	1	-	01	-	- مشاريع وإصلاحات سياحية
					-	-	-	-	-	- معالم أثرية سياحية
					100	4	-	04	-	∑

يوضح هذا الجدول اتجاه القيمة الدينية في مواضيع السياحة لكل من صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL . حيث كان اتجاها محايدا خص الإعلانات السياحية الخاصة بتأدية مناسك الحج و العمرة، إلى جانب بعث روح التبادل الخبراتي بين الجزائر و دول عربية في ما يخص عمارة المساجد.

جدول رقم 41: توزيع اتجاه القيم الأمنية

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة اتجاه القيمة
%	Σ	اتجاه سلبى	اتجاه محايد	اتجاه ايجابى	%	Σ	اتجاه سلبى	اتجاه محايد	اتجاه ايجابى	
100	02	01	-	01	25	01	-	-	01	- حماية السياح
-	-	-	-	-	25	01	01	-	-	- حماية الأماكن الأثرية و التراث السياحي
-	-	-	-	-	25	01	-	01	-	- حماية الهياكل السياحية
-	-	-	-	-	25	01	01	-	-	- حماية البيئة السياحية
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	- حماية الثقافة السياحية
100	02	01	-	01	100	04	02	01	01	Σ

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن قيم المواضيع الأمنية اتخذت اتجاها سلبيا في صحيفة الشروق اليومي و ذلك في موضوعين تعلقن بانتهاكات التراث السياحي الوطني والعنوانية التي تتعرض لها مقوماته الطبيعية الحيوانية و النباتية بصفة خاصة. إلى جانب وضعية البيئة التي تزداد سوء بسبب التباطؤ في تنفيذ الأوامر الرئاسية و المخططات السياحية الموجهة لانجاز المشاريع الخاصة بحماية الغابات و الحدائق. وهذا الأمر يعكس دور الصحيفة في التعامل مع معطيات الواقع السياحي وفي التعبير عن مشاكله دون تزييف أو إخفاء للحقيقة وان كانت تمس هيئات رسمية. أما الحيادية في التعاطي مع هذه المواضيع فتكمن في إبراز جانب الدور الفعال لحراس الشواطئ كفاعل ايجابي في حماية السياح الأجانب أما صحيفة EL ACIL فاهتمت و بشكل حيادي بتناول قضية حماية التراث الوطني نظرا للشكل الصحفي الخبري الذي قدمت فيه و الذي يعكس اكتشافات للآثار السياحية وبعدها التاريخي والحضاري. أما الايجابية فتكمن في ايجابية الملتقيات الثقافية الداعية إلى ضرورة المحافظة على المكتشفات الحجرية الأثرية لولايات الجزائر و حماية تراثها التقليدي .

جدول رقم 42: توزيع اتجاه قيم التسلية و الترفيه

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة اتجاه القيمة
%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	
66.66	02	-	-	02	100	07	-	-	07	-رحلات سياحية
33.33	01	01	-	-	-	-	-	-	-	- اصطياف
99.99	03	01	-	02	100	07	-	-	07	Σ

من خلال هذا الجدول يتحدد اتجاه قيم التسلية و الترفيه تجاه قضايا السياحة التي تضمنتها مواضيع السياحة في صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL. حيث كان تواجد هذه القيمة و بشكل محايد في 05 مواضيع طالت الرحلات السياحية إلى تونس و المغربيات المقدمة بشأنها بما يجذب الشباب الجزائري إليها ثم مصر و البرازيل في إطار السياحة الخارجية إلى جانب خدمات بعض الوكالات السياحية في إطار تشجيع السياحة الداخلية.

أما بالنسبة لصحيفة EL ACIL فنجد أن اتجاهها الايجابي يتلخص في إبراز الجوانب الايجابية للمقومات السياحية للوجهات المفضلة لدى السائح الجزائري بفرنسا و التسويق للمقومات التاريخية لبريطانيا. أما السلبية فبرزت في التدخل لمنع بعض الوسائل الترفيهية كالمحركات الكهربائية الترفيهية لممارسة السياحة الشاطئية بولاية بجاية.

*فئة الجمهور المستهدف

- جدول رقم 43: توزيع الجمهور المستهدف من موضوع السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	صحيفة
				الجمهور المستهدف
-	-	-	-	- جمهور محلي
100	37	12	25	- جمهور وطني
-	-	-	-	- جمهور دولي
100	37	12	25	Σ

من خلال هذا الجدول يتضح أن الرسالة الإعلامية للصحفيين و الخاصة بالمواضيع السياحية إنما هي رسالة موجهة للجمهور الوطني بمعدل 37 موضوعا ، 25 منها في صحيفة الشروق اليومي و 12 موضوعا في صحيفة EL ACIL، في حين لم تخص الجمهور المحلي ولا الدولي بأي موضوع فكل من الجمهورين لم يكن محل استهداف في الرسالة الإعلامية وهذا مرده إلى طبيعة المادة الإعلامية التي تحددت على ضوءها طبيعة الجمهور المستهدف ، فقد اتسمت في كونها رسالة عامة بمضمونها العام الذي انصب هدفه على إثارة القضايا الوطنية العامة قبل المحلية الخاصة و الدولية .

*فئة الفاعل

- جدول رقم 44: توزيع الفاعل في مجال السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				الفاعل في مجال السياحة
5	4	02	02	- السياح
7.5	6	01	05	- الوكالات السياحية
3.75	3	-	03	- الجمعيات و المنظمات
5	4	03	01	- الهيئات الثقافية
6.25	5	02	03	- المديريات
12.5	10	03	07	- المؤسسات
22.5	18	05	13	- المتخصصون
27.5	22	06	16	- المسؤولون
10	8	01	07	- المصالح المتخصصة
100	80	23	57	Σ

يبحث هذا الجدول الفئة المحركة و الفاعلة في المضمون السياحي من خلال صحيفة الشروق اليومي و EL ACIL ففي صحيفة الشروق اليومي نجد أن أكثر الجهات الفاعلة في المجال السياحي هم السياح والمسؤولين بـ 16 تكرارا موزعة بالتساوي تلاها المتخصصون بـ 13 تكرارا ثم المصالح المتخصصة بـ 07 تكرارات، المؤسسات بـ 09 تكرارات فالوكالات السياحية بـ 05 تكرارات، في حين قدر تكرار الجمعيات و المنظمات و المديريات 03 مرات ثم الهيئات الثقافية بتكرار واحد. المؤسسات في المقام الثالث بـ 3 تكرارات لكل منها أما المديريات و فقل دورها بتكرار واحد لكل منها.

و كذلك الأمر بالنسبة لصحيفة EL ACIL التي تكررت فيها الفئات الفاعلة ولكن بنسب مغايرة. فأبرزت المسؤولين كفاعل رئيسي في المجال السياحي بـ 06 تكرارات فالمختصين و الهيئات الثقافية بـ 05 تكرارات ، ثم يليها السياح بتكرارين و المديريات كذلك المديريات و المصالح المتخصصة. أما فئة السياح فلم تتكرر إلا مرة واحدة مع غياب فئة الجمعيات و المنظمات .اد نلاحظ من خلال هذه البيانات تنوعا في الفئات الفاعلة في المجال السياحي في الجزائر الذي يحيل إلى واقع النهضة السياحية في الجزائر مقابل إيمان أغليبتهم بأهميتها في القطاع الاقتصادي ومكانتها كبناء فاعل بين بناءات المجتمع ككل في إطار التساند الوظيفي بينها.

- جدول رقم 45: توزيع أنواع السياح كفاعل في مجال السياحة

El Acil				الشروق اليومي				السياح الأعداد
%	∑	سائح أجنبي	سائح وطني	%	∑	سائح أجنبي	سائح وطني	
50	01	01	-	-	-	-	-	03 جانفي 2009
-	-	-	-	100	1	01	-	8 فيفري 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	16 مارس 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	28 أبريل 2009
50	01	-	01	-	-	-	-	06 ماي 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	11 جوان 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	18 جويلية 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	23 أوت 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	07 سبتمبر 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	13 أكتوبر 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	18 نوفمبر 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	24 ديسمبر 2009
100	02	01	01	100	1	01	-	∑

من خلال هذا الجدول يتبين أن كل من صحيفة الشروق اليومي و صحيفة EL ACIL تناولت نفس طبيعة السياح كفاعل في مجال السياحة و الدور الذي يؤديه إيجابا و سلبا ، غير أنها اختلفت في توزيعها على الأعداد.اد لم ترد فئة السياح الوطنيين لا في صحيفة الشروق اليومي و لا في صحيفة EL ACIL . أما السياح الأجانب فتبين دورهم في العدد 08 فيفري في إطار ممارسة سياحة المغامرات التي كادت أن تؤدي بحياة سائح أجنبي إلى الموت لولا تدخل حراس الشواطئ لمنطقة الغزوات بانقاضه. أما السائح العام فذكر في العدد 13 اكتوبر من خلال عمومية الرسالة الإعلامية للإعلانات الصحفية الداعية إلى المشاركة في المسابقات قصد ربح رحلات سياحية رياضية.

أما صحيفة EL ACIL فتناولت السياح الأجانب في العدد 03 جانفي من خلال إبراز دورهم في بعث حركية السياحة الصحراوية و تنشيطها بما يزيد مداخيل الجزائر من العملة الصعبة . أما السائح الوطني فبرز في العدد 06 ماي أين تلخصت معاناته السياحية جراء الصفقات المشبوهة التي دمرت الحواظر الطبيعية و الاعتداء على المركبات السياحية بشكل قلص من فرص ممارسته لهذه الأنواع السياحية من جهة و وعيه المطالب للجهات الرسمية بالنظر في واقع هذه الآثار السياحية.

- جدول رقم 46: توزيع وكالات السياحة كفاعل في مجال السياحة

El Acil					الشروق اليومي					الوكالات السياحية الأعداد
%	∑	وكالات أجنبية	وكالات وطنية	وكالات محلية	%	∑	وكالات أجنبية	وكالات وطنية	وكالات محلية	
100	01	-	-	01	-	-	-	-	-	03 جانفي 2009
-	-	-	-	-	20	01	-	01	-	8 فيفري 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16 مارس 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	28 أبريل 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	06 ماي 2009
-	-	-	-	-	20	01	-	01	-	11 جوان 2009
-	-	-	-	-	40	02	-	02	-	18 جويلية 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23 أوت 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	07 سبتمبر 2009
-	-	-	-	-	20	01	-	01	-	13 أكتوبر 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18 نوفمبر 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	24 ديسمبر 2009
100	01	-	-	01	100	05	-	05	-	∑

يبين هذا الجدول وكالات السياحة و السفر الناشطة على المستوى المحلي و الوطني ودورها في تنمية عدة أنواع سياحية في الجزائر .

ففي صحيفة الشروق اليومي نجد 05 وكالات سياحية وطنية ممثلة بوكالة "النجاح للسياحة و السفر" لتنظيم رحلات الحج و العمرة في العدد 08 فيفري،"مجموع الوكالات الوطنية" التي تعاني من تعسف إجراءات وزارة الشؤون الدينية و الأوقاف في العدد 11 جوان ثم وكالة "مجموعة زمزم للسياحة و السفر " لتنظيم عمرة شعبان و رمضان إلى جانب وكالة "ALLTOUR" المتعددة الخدمات السياحية بتنظيم رحلات سياحية لأداء مناسك الحج و العمرة أو السياحة الترفيهية إلى تونس و مصر و ذلك في العدد 18 جويلية. إلى جانب وكالة مناني للسياحة و الأسفار في العدد 13 أكتوبر .

أما بالنسبة لصحيفة EL ACIL فركزت على الوكالات المحلية في موضوع واحد فقط من خلال التطرق إلى الوكالة المحلية " Temrit-tourisme " ووكالة " Tdraret " و وكالة " Akour Akour " بولاية جانبيت وكلها وكالات ذات صورة سياحية جيدة نتيجة جودة خدماتها السياحية يقصدها العديد من السياح الأجانب لتأدية السياحة الصحراوية للتمتع بمناظر الصحراء الطبيعية و الاحتفال برأس السنة، إضافة إلى 40 وكالة كلها تعمل بالتنسيق مع بعضها من أجل تشجيع السياحة الصحراوية انطلاقا من إمكانات سياحية هياكل استقبال ، وسائل نقل و إقامة جعلتها بحق الوجهة المفضلة لدى السياح الأجانب.

- جدول رقم 47: توزيع الجمعيات كفاعل في مجال السياحة

El Acil				الشروق اليومي				الجمعيات الأعداد
%	∑	جمعيات أجنبية	جمعيات وطنية	%	∑	جمعيات أجنبية	جمعيات وطنية	
				-	-	-	-	03 جانفي 2009
				-	-	-	-	8 فيفري 2009
				-	-	-	-	16 مارس 2009
				-	-	-	-	28 أبريل 2009
				33.33	01	-	01	06 ماي 2009
				-	-	-	-	11 جوان 2009
				-	-	-	-	18 جويلية 2009
				-	-	-	-	23 أوت 2009
				-	-	-	-	07 سبتمبر 2009
				66.66	02	01	01	13 أكتوبر 2009
				-	-	-	-	18 نوفمبر 2009
				-	-	-	-	24 ديسمبر 2009
				99.99	03	01	02	∑

يمثل هذا الجدول الجمعيات الوطنية الفاعلة في مجال التنشيط و التنمية السياحية، اد وزعت هذه الجمعيات في مواضيع صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL كالآتي:

أما بالنسبة إلى صحيفة الشروق اليومي ، فلم تشر إلى دور هذه الجمعيات إلا في العدد 06 ماي بموضوع واحد و الذي تخلله الحديث عن الدور الإيجابي لجمعية حماية البيئة بالقالة التي استطاعت أن تكشف عن صفقة مشبوهة لتدمير حظيرة محمية عالميا تصطاد حيواناتها وتتلف نباتاتها بشكل همجي في مقابل الصمت الرهيب لجهات مسؤولة. أما العدد 13 اكتوبر فتم التطرق فيه إلى جمعية الوكالات السياحية بالطاسيلي التي تعمل في الحيز الجغرافي على تحسين ظروف الاستقبال و النظافة و التحسيس لتشجيع السياحة الصحراوية.

أما صحيفة EL ACIL فلم تتناول أي موضوع ينوه إلى أهمية و دور هذه الجمعيات على الصعيد السياحي، و بالتالي عدم سعي الصحيفتين وراء رصد و متابعة مختلف نشاطات هذه الجمعيات محليا أو وطنيا.

- جدول رقم 48: توزيع الهيئات الثقافية كفاعل في مجال السياحة

El Acil					الشروق اليومي					المراكز الثقافية الأعداد
%	Σ	الجامعات	المتاحف	دور الشباب	%	Σ	الجامعات	المتاحف	دور الشباب	
33.33	01	-	01	-	-	-	-	-	-	03 جانفي 2009
33.33	01	-	01	-	-	-	-	-	-	8 فيفري 2009
33.33	01	-	-	01	-	-	-	-	-	16 مارس 2009
-	-	-	-	-	100	01	01	-	-	28 أبريل 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	06 ماي 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11 جوان 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18 جويلية 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23 أوت 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	07 سبتمبر 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13 أكتوبر 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18 نوفمبر 2009
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	24 ديسمبر 2009
99.99	03	-	02	01	100	01	01	-	-	Σ

يبين هذا الجدول طبيعة الهيئات الثقافية التي تنشط على المستوى السياحي والتي تمثل عنصرا حيويا في دفع عجلة التنمية السياحية الوطنية، وقد تلخصت إما في دور الشباب، المتاحف أو جامعات. فصحيفة الشروق اليومي انعدم فيها وجود هذه المراكز عدا الجامعة التي كانت منبرا علميا احتضن النشاط الثقافي الوهراني حول إحياء هويتها الإسلامية والثقافية و المتوسطة و تسويق صورتها بالتنسيق مع مديرية الثقافة الإسلامية بوزارة الشؤون الدينية و مديرية الشؤون الدينية بوهران.

أما EL ACIL فتناولت هذه المراكز كفاعل مهم في السياحة حيث تناولتها في 05 مواضيع تبين دورها و أهميتها على المستوى الوطني و الدولي. ففي العدد 03 جانفي بين دور المتحف الوطني "KOTAMA" في ولاية جيجل الذي برزت أهميته في جمعه المادة الأثرية الرومانية المكتشفة في ولاية جيجل و تجميع اكبر عدد منها ، مع العمل على تطوير أساليب المحافظة عليها ضمن الآثار الوطنية النادرة. إلى جانب متحف الفنون و التقاليد الشعبية بالجزائر العاصمة و الذي احتضن النشاط الثقافي لبعض الفنون التقليدية الجزائرية المتنوعة إبراز أصالتها وهذا في العدد 06 ماي. أما العدد 16 مارس فابرز دار الشباب التي تبنى على أساس مشاريعها الثقافية المنجزة إجراءات الدولة المتخذة في سبيل المحافظة على هذا المنتج التقليدي.

- جدول رقم 49: توزيع المديريات كفاعل في مجال السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المديريات
40	1	01	01	- مديريات سياحية
-	-	-	-	- مديريات الصحة
-	-	-	-	- مديريات اجتماعية
-	-	-	-	- مديريات ثقافية
20	1	01	-	- مديريات البيئة
40	2	-	02	- مديريات المصالح الدينية
100	5	02	03	Σ

لقد تناول هذا الجدول طبيعة المديرية كفاعل في مجال السياحة حيث تم تبيان ذلك في صحيفة الشروق اليومي بموضوع واحد تطرق إلى دور المديرية السياحية لولاية ايليزي التي تراجع دورها في تحريك و استدراك وتحريك حركة السياحة الصحراوية الشتوية في هذه المنطقة نتيجة تراجع نسبة المستثمرين و نقص الدعم المادي لتحويل عقباتها السياحية إلى منتجات و معالم أثرية و ذلك بعقد الاجتماعات لتحسين ظروف الاستقبال و النظافة و التحسيس بالمنطقة و هذا في العدد 13 اكتوبر. أما في العدد 28 افريل و في إطار السياحة الدينية برز دور مصالح الشؤون الدينية الذي من خلاله نظمت مديرية الشؤون الدينية بوهران نشاطا ثقافيا بالتنسيق مع جهات أخرى رسمية لإحياء الهوية الإسلامية الثقافية المتوسطة لذات الولاية. أما العدد 07 سبتمبر فظهر موضوعه مديريات الشؤون الدينية كمراكز تودع فيها طلبات العطل و الإجازات الخاصة بالأئمة لأداء مناسك العمرة في رمضان والتي قوبلت بالرفض. في حين تم توزيع هذه المديرية في صحيفة EL ACIL على العدد 03 جانفي بموضوع تطرق إلى مديرية السياحة بجانيت التي توصلت نتائج إحصاءاتها إلى توافد حوالي 3540 سائح أجنبي 2318 من فرنسا، 330 من ألمانيا و 270 من إيطاليا. إلى جانب سياح بجنسيات أخرى. أما المديرية البيئية فأبرزت الصحيفة دور مصالحها في إجراء دراسات بخصوص المحميات المائية في إطار حماية بيئة هذه المناطق.

- جدول رقم 50: توزيع المؤسسات كفاعل في مجال السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المؤسسات
11.11	1	-	01	- السفارات
22.22	3	01	02	- الوزارات
22.22	1	01	-	- البلديات و الولايات
44.44	4	01	03	- قطاع النقل
11.11	1	-	01	- الفنادق
100	10	03	07	Σ

ولقد وضحت بيانات هذا الجدول جملة من المؤسسات الفاعلة في المجال السياحي في صحيفة الشروق اليومي و EL ACIL .

أما في صحيفة الشروق اليومي فنجدها ممثلة بقطاع الطيران و ذلك في العدد 16 مارس و18 جويلية و07 سبتمبر و من خلال إبراز الدور الايجابي لشركة طيران الطاسيلي التي توفر و لأول مرة عمرة للعمال وأهاليهم إلى البقاع المقدسة لأداء مناسك الحج و العمرة قصد تعزيز مكانتها و تواجدها في سوق النقل. أيضا مؤسسة AIGLE AZUR للطيران التي من خلال إعلاناتها الصحفية تقدم خدمة سياحية متميزة إلى فرنسا وبأسعار خاصة. أما الوزارات فتمثلت بوزارة الشؤون الدينية و الأوقاف في العدد 07 سبتمبر التي اتضحت مهامها الخاصة بسن إجراءات بشأن حرمان أئمتها و إدارتها من موسم الحج بحجة انه أكثر الأوقات طلبا على خدماتهم و تزيد فيه مسؤولياتهم. إلى إبراز الدور السلبي للسفارة الجزائرية بدولة الصين فيما يخص غلق الأبواب للاستثمار في المنتج الجزائري أمام رجال المال و الأعمال بشكل أدى إلى تراجع هذا النوع من السياحة.

في مقابل ذلك نجد 03 مواضيع في صحيفة EL ACIL تناولت كل من وزارة البيئة بولاية وهران وذلك في العدد 08 فيفري بحيث تسعى جاهدة إلى إقامة دراسات في سبيل حماية المحميات المائية بالولاية وولاية بجاية في العدد 11 جوان الذي أعلنت فيه الوزارة الوطنية عن منع استعمال المحركات و أجهزة التسلية والترفيه الكهربائية في شواطئها طيلة الموسم الصيفي. أما قطاع الطيران فكان ممثلا بمطار "TISSKA-DILLIZZI" الذي يعتبر منطقة عبور للسياح الأجانب و الجزائريين إلى الوجهة السياحية جانبيت و ذلك في العدد 03 جانفي.

- جدول رقم 51: توزيع المتخصصين كفاعل في مجال السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	صحيفة
				المتخصصون
5.55	1	-	01	- الطلبة
5.55	1	-	01	- الأساتذة
5.55	1	-	01	- الأئمة
5.55	1	-	01	- المحامون
11.22	2	-	02	- الباحثون و المفكرون
16.66	4	01	03	- الفنانون والحرفيون
5.55	4	01	03	- رجال المال و الأعمال
22.22	2	02	-	- الأدباء
11.11	1	01	-	- المرشدون السياحيون
5.55	1	-	01	- المنافسون
99.95	18	05	13	Σ

من خلال هذا الجدول الذي يتمثل توزيع المتخصصين كفاعل في المجال السياحي، اد سجل ثراء وتنوعا في صحيفة الشروق اليومي فيما يخص تسليط الضوء على ادوار هؤلاء المتخصصين من طلبة وأساتذة، باحثون و مفكرون و أئمة فيما يخص السياحة الدينية و المحامون في مجال السياحة الترفيهية والسياحة الاقتصادية و سياحة المغامرات.

أما صحيفة EL ACIL فسجلت مواضيعها مستوى متواضع في ما يخص طبيعة هؤلاء المختصين من أدباء، حرفيين و رجال مال وأعمال و مردين سياحيين فيما يخص تسويق الصورة السياحية للسياحة الصحراوية بالجزائر و تمثيل هذه الأخيرة في المحافل الدولية و الملتقيات الدولية الثقافية إلى جانب دور المرشدين السياحيين الناشطين على مستوى الوكالات السياحية لترويج الخدمة السياحية الصحراوية.

- جدول رقم 52: توزيع المسؤولين كفاعل في مجال السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المسؤولون
13.63	3	-	03	- رؤساء الدول
22.72	5	02	03	- الوزراء
13.63	3	02	01	- المدراء
4.54	1	-	01	- المستشارون
4.54	1	-	01	- الدبلوماسيين
4.54	1	-	01	- السفراء
9.09	2	-	02	- رؤساء الجمعيات
9.09	2	-	02	- الموظفون
13.63	3	02	01	- مسؤولوا الهيئات الثقافية والاجتماعية
-	-	-	-	- مسؤولوا الجمعيات
4.54	1	-	01	- ممثلوا المحاكم
99.95	22	06	16	Σ

يمثل هذا الجدول الجهات الوطنية الرسمية كفاعل في مجال السياحة حيث اتضح أن هناك تنوعا كبيرا في طبيعتها يوحى باهتمام هذه الفئة بالمجال السياحي. حيث تصدرت قائمتها في صحيفة الشروق اليومي رؤساء الدول و الوزراء في 06 مواضيع وهو ما يوحى بروح المسؤولية الموكلة إليهم فيما يخص انجاز المشاريع و تنفيذ المخططات السياحية ، في حين تلاها رؤساء الجمعيات و الموظفين في ما يخص تنشيط السياحة الداخلية و دورهم المتباين بين السلبي و الايجابي في المحافظة التراث السياحي. ثم تلي فئة المدراء و الدبلوماسيون و المستشارين و السفراء و مسؤولوا الهيئات الثقافية بشكل يدل على الطاقات البشرية الموضوعة في سبيل دفع عجلة التنمية السياحية. أما صحيفة EL ACIL فتحدت فيها و بعدد متساو فئة الوزراء و مسؤولوا الهيئات الثقافية و المدراء كفاعل سياحي في 06 مواضيع.

- جدول رقم 53: توزيع المصالح المتخصصة كفاعل في مجال السياحة

المسؤولون	الصحيفة		الشروق اليومي	El Acil	Σ	%
	المسؤولون	الصحيفة				
- مصالح الحماية المدنية	01	-			1	12.50
- مصالح البيئة	02	-			2	25
- دواوين و مكاتب و نوادي	01	01			2	25
- مصالح سياحية	01	-			1	12.50
- مكاتب متخصصة	-	-			-	-
- نقابات	02	-			2	25
Σ	07	01			8	100

من خلال هذا الجدول تتمثل لنا جملة المصالح المتخصصة كفاعل في مجال السياحة وذلك من خلال الأعداد الخاصة بصحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL.

أما بالنسبة للشروق اليومي فنجد أن العدد 11 جوان تناول دور النقابات في موضوعين والعدد 13 أكتوبر تناول المكاتب والنوادي السياحية في موضوع حيث تمثل دور الأولى في كونها الناطق الرسمي للوكالات السياحية الوطنية في إطار التفاوض بشأن إيجاد حلول لمشكلة القرارات الخاصة بوزارة الشؤون الدينية هذه القرارات التي أصدرها الديوان الوطني للحج والعمرة و المتعلقة بإجبار الوكالات السياحية الخاصة التكفل بحجاج القرعة فقط و بأسعار تماثل أسعار الدولة. إلى جانب دور نقابة عمال القطاع السياحي التي تنشط في اجتماعات بخصوص تحسين مستوى السياحة الصحراوية. لتليها مصالح الحماية المدنية في موضوع خاص بدور مصالح الحماية المدنية الإنساني في انقاد السائح السويسري الذي نجا من الموت أثناء ممارسته للسياحة الشاطئية بالجزوات. أما مصالح البيئة فبرزت في العدد 08 فيفري كفاعل سلبي و ذلك بتوجيه مصالح ديوان الحظيرة الوطنية للتا سيلي مبالغ مالية قدرت بـ18 مليون دولار لأغراض تبقى مجهولة و بمنأى عن بتنمية هذه المناطق. في مقابل ذلك برزت فاعليتها في بعث النشاط السياحي للمناطق الصحراوية بالطاسيلي من انجاز لمشاريع النظافة و التحسيس. بالإضافة إلى مصالح السياحة الصحراوية دائما التي تبقى وظائفها محدودة بمحدودية إمكاناتها التي لا تلبية حاجة تحظير سياحة المغامرة و التجوال أثناء الرحلات المبرمجة للسياح في هذه المناطق سيما الفترة الشتوية.

أما صحيفة EL ACIL فتركزت المصالح المتخصصة في مضامينها الإعلامية على مكاتب الدراسات البيئية في سبيل حماية المناطق و المحميات المائية بوهران و ذلك في العدد 08 فيفري.

* فئة المصدر

- جدول رقم 54: توزيع مصدر مواضيع السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المصدر
29.72	11	01	10	- الصحفي
8.10	01	01	02	- المراسل
-	-	-	-	- وكالات الأنباء
37.83	14	10	04	- دون توقيع
24.32	9	-	09	- مصادر أخرى
99.97	37	12	25	Σ

يمثل هذا الجدول مصادر ومنابع جمع المادة الإعلامية الخاصة بالموضوع السياحي. اد عادة ما تتمثل هذه المصادر في الصحف، الكتب، الوثائق، الأشخاص، وكالات الأنباء ، المصادر الشخصية أو المراسلين. أما من خلال الدراسة الاستطلاعية لمضمون المواضيع السياحية لصحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL تبيّن أن هذه المصادر بلغ عددها 25 مصدرا تتلخص و بالترتيب حسب صحيفة الشروق اليومي في الصحفيين بـ 10 مصادر ،مصادر أخرى بـ 10 مواضيع تمثلت في الوكالات السياحية المعلنة والمؤسسة الفندقية و شركات الطيران ، ثم 04 مواضيع غير الموقعة و الموقعة بالمراسلين الصحفيين في موضوعين. ويرجع سبب إخفاء المصدر إلى سياسة الصحيفة ذاتها والقائمة على إخفاء مصدر المواضيع الحساسة والأمنية انطلاقا من مبدأ التعقيم الإعلامي.

أما صحيفة EL ACIL فانحصرت مصادرها في الصحفي و المراسل الصحفي في مواضيع لكل منهما في حين بلغ عدد المواضيع بدون توقيع وبلغ عددها 10 مواضيع. و بالتالي فان جملة المواضيع السياحية هي مصادر بدون مصدر والسبب يرجع إلى سياسة المؤسسة من جهة و القائمة على التعقيم الإعلامي متبعة من طرف المؤسسات الإعلامية العمومية في الجزائر ، إلى جانب اعتماد على أقلام الصحيفة الخاصة في تحليل المواضيع و تناولها وهو ما يبرز الكفاءات و الطاقات الفنية للصحيفة ، أما عدم الاعتماد على وكالات الأنباء كمصدر لجمع المادة الإعلامية فراجع إلى قلة الأخبار الصادرة عن هذا المصدر في المجال السياحي.

نتائج الدراسة

* النتائج العامة للدراسة.

* نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.

• النتائج العامة للدراسة

بعد الدراسة التحليلية لقضايا السياحة في الجزائر من خلال مضامين كل من صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL توصلنا إلى النتائج الآتية:

1- إن صحيفة الشروق اليومي كانت أكثر اهتماما بقضايا السياحة في الجزائر من صحيفة EL ACIL حيث قدرت تغطيتها الإعلامية لهذه المواضيع بـ25 موضوع مقابل 12 موضوعا في صحيفة EL ACIL.

2- لقد تناولت صحيفة الشروق اليومي معظم قضايا السياحة في الجزائر في الصفحات الداخلية و هو دليل على إعطائها أهمية للتحليل الصحفي للأحداث بحسن توظيف المواضيع من حيث العناوين والصور، حجمها و موقعها دون المساس بالإخراج العام للصحيفة الذي تميز ببعض المرونة و التجديد و هو ما اشتركت فيه مع صحيفة EL ACIL و لكن بتكرار مختلف. ثم تموقعها في الصفحة الأولى التي اعتمدت كواجهة لإبراز المواضيع الإعلانية وتناول الأحداث الأكثر أهمية. و لقد استغلت الأذنين لتغطية ذلك بخلاف صحيفة EL ACIL التي انعدم فيها توزيع هذه المواضيع في هذه الصفحات (الأولى و الأخيرة).

3- إن قضايا السياحة المتناولة في الصحيفتين على درجة عالية من الأهمية حيث وفقت كل واحدة منها من الناحية الإخراجية الخاصة بتقديم هذه المواضيع من حيث مراعاة القارئ بالتوجه إلى المواضيع السياحية. إذ تعد الصفحات الفردية أكثر من غيرها من الصفحات جذبا لاهتمامه وأكثر إراحة لنظره و التي بلغ عددها 16 مقابل 09 مواضيع متركزة على الصفحات الزوجية في صحيفة الشروق اليومي. أما في صحيفة EL ACIL فبلغ عددها 09 مواضيع موزعة على الصفحات الفردية مقابل 03 مواضيع موزعة على الصفحات الزوجية لتتناول بذلك صحيفة الشروق اليومي أكبر عدد من المواضيع السياحية موزعة على أكبر عدد من الصفحات بشكل متقطع و في شكل مادة إعلامية إخبارية و تحليلية وبشكل دال على مواكبتها لحركة النشاط السياحي و أهم مستجداته و تداعياته على مدار السنة. على غرار صحيفة EL ACIL التي كانت متقطعة في عرضها لهذه المواضيع و لكن في شكل مادة إعلامية تحليلية و إخبارية تبرز متابعتها لتداعيات السياحة بالتركيز على موسميها فبعض أشهر السنة تمثل مجالا زمنيا يعرف فيه القطاع السياحي مستجدات و تطورات فكانت الصفحات الداخلية حيزا لعرضها.

4- سعت كل من صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL إلى بدل جهد في إبراز وتسليط الضوء على قضايا السياحة الذي يبقى دون المعدل الذي يرقى إلى مكانتها في الاقتصاد الجزائري مقارنة مع بقية المواضيع المتناولة في الصحيفتين.

5- من خلال توزيع قضايا السياحة على صفحات صحيفة الشروق اليومي وصحيفة EL ACIL نجد أنها احتلت أكبر مساحة في صحيفة الشروق اليومي حيث بلغت المساحة الإجمالية للمواضيع السياحية 326987 سم² و التي خصصت لتناول موضوع المشاكل والأزمات السياحية بالدرجة الأولى ثم تليها بقية المواضيع: السياحة الخارجية، السياحة الداخلية وموضوع التظاهرات و الاحتفالات. في حين غطت صحيفة EL ACIL هذه المواضيع بمساحة أقل من مساحتها في صحيفة الشروق اليومي و التي بلغت 274055 سم² بالتركيز و على التوالي على موضوع المقومات الطبيعية، السياحة الخارجية، السياحة الداخلية، الشواطئ ثم موضوع التظاهرات و الاحتفالات. و صغر هذه المساحة مقارنة مع مساحة صحيفة الشروق اليومي راجع إلى اعتماد هذه الأخيرة على الإعلان كشكل صحفي يرفع من نسبة مداخيلها.

6- تميزت صحيفة الشروق اليومي بكونها صحافة إخبارية بالدرجة الأولى من خلال وجود 16 موضوعا موزعة بين الإعلان و الخبر الصحفي في مقابل تراجع المادة التحليلية بمقال واحد و 08 تقارير صحفية. و أما صحيفة EL ACIL ف سجلنا أنها صحافة تحليلية اهتمت بالأحداث من خلال 09 تقارير تناولت مواضيع السياحة الخارجية و السياحة الثقافية و السياحة الداخلية وموضوع الصناعات التقليدية إلى جانب بعض مشاكل و أزمات السياحة في شكل خبر صحفي.

7- تنوع الأشكال الصحفية في صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL فهي إما تقارير أو أخبار و هو ما كان على حساب الرأي بسبب الاتجاه السياسي لكل منها و الذي تناسب مع طبيعة المادة التحريرية الإخبارية.

8- تباين الصحيفتين في دعم المادة التحريرية بالصور غير أن اعتمادها عليها تزامن استخدامه مع المواضيع الحساسة على المستوى الوطني أو عند التسويق لوجهة سياحية معينة و لقد كانت أكثر استخداما في الإعلانات الصحفية خاصة في صحيفة الشروق اليومي. ونقص اعتمادها في صحيفة EL ACIL مرده في بعضها إلى طبيعة المواضيع الأقل أهمية و التي لا تستدعي اعتمادها كدعامة في التحرير.

9- طغيان الاهتمام بموضوع المقومات الحضارية و التاريخية في الجزائر على حساب موضوع المقومات الطبيعية فيها في الصحيفتين بالرغم من عدم إمكانية تجاهل أهميتها كدليل سياحي لمن يريد زيارة الجزائر.

10- تبيين الصحيفتين من خلال بعض المواضيع السياحية تهاون السلطات المحلية في تنفيذ المشاريع السياحية، إلى جانب إبرازها لخطر المشاريع الاستثمارية السياحية في الجزائر.

- 11- عمل الصحيفتين على بعث نشاط السياحة الداخلية و التوجه نحو إبراز ظاهرة السياحة الشعبية.
- 12- صرامة القوانين السياحية الجزائرية أمام المستثمرين الأجانب بما يعرقل من حركية السياحة الاقتصادية.
- 13- اعتماد الإعلان كمورد مالي للصحافة المستقلة(الشروق اليومي) و تسجيل عدم تواجده في صحيفة EL ACIL.
- 14- عكست جملة المواضيع السياحية في الصحيفتين أن أنواع السياحة الداخلية في الجزائر حسب المناطق هي سياحة وطنية ثم تليها سياحة المناطق الشمالية،الشرقية ثم الجنوبية و الغربية و هذا في صحيفة الشروق اليومي أما صحيفة EL ACIL فأبرزتها على أنها سياحة للمناطق الشرقية ثم تليها سياحة المناطق الشمالية و الغربية ثم سياحة المدن الجنوبية .و هو ما يدل على تهميش السياحة الصحراوية التي بإمكانها استقطاب الآلاف من السياح.في حين تميزت السياحة الخارجية في كونها سياحة عربية و تونس هي الوجهة السياحية المفضلة لدى السياح الجزائريين لتليها فرنسا اروبيا ثم دول قارة آسيا و أمريكا.
- 15- لقد اتسمت السياحة في الجزائر وفقا لمدة البرنامج السياحي بكونها سياحة سنوية أكثر منها سياحة موسمية في الصحيفتين.
- 16- طغيان التعاطي المحايد للصحيفتين مع مواضيع السياحة في الجزائر.
- 17- أبرزت المضامين الإعلامية للمواضيع السياحية في الصحيفتين تنوع الفئات الفاعلة في المجال السياحي و الدال على واقع السياحة في الجزائر انطلاقا من درجة إيمانهم بأهميتها.
- 18- أبرزت الدراسة الاستطلاعية للمضامين السياحية للصحيفتين دور كل من الصحفيين والمراسلين كمصادر داخلية اعتمدها الصحيفتين في تجميع و معالجة المادة الإعلامية السياحية و اعتمادها كأفلام خاصة في تحليل هذه المواضيع بما يبرز كفاءتها وطاقاتها الفنية. و لقد سجل إلى جانبها عدم الاعتماد على وكالات الأنباء في ذلك بسبب قلة الأخبار الصادرة عن هذا المصدر في المجال السياحي. أما المصادر فانحصرت في كونها مؤسسات راعية للخدمة السياحية كالفنادق،مؤسسات الطيران،الوكالات السياحية.في حين سجل غياب ذكر المصدر المسؤول عن الموضوعات السياحية و مرد ذلك إلى سياسة التعقيم الإعلامي القائمة عليها سياسة الصحيفة.

• نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

* **الفرضية الأولى:** في ظل هذه الفرضية أردنا إثبات أو نفي احتمال أن صحيفة الشروق اليومي أكثر اهتماما بتناول قضايا السياحة من صحيفة EL ACIL من الناحية الشكلية. و بعد الدراسة التحليلية توصلنا إلى أن:

1 - التغطية الإعلامية لقضايا السياحة في صحيفة الشروق اليومي و التي قدرت بـ 25 موضوع موزعة على كل أعداد العينة ما عد العدد 23 أوت و العدد 24 ديسمبر تفوق التغطية الإعلامية لنفس القضايا في صحيفة EL ACIL و تختلف عنها من حيث الأسلوب حيث بلغ عددها 12 موضوعا موزعة على الأعداد الأولى و بشكل متقطع وذلك استنادا إلى جملة من المؤشرات تلخصت في تناول صحيفة الشروق اليومي لأكثر عدد من المواضيع موزعة على أكبر عدد من الصفحات إما الأولى، الداخلية، أو الأخيرة و بشكل متنوع في شكل مادة تحليلية دالة على متابعتها لتداعيات النشاط السياحي و حركة السياحة في الجزائر على مدار السنة. على غرار صحيفة EL ACIL التي كانت متقطعة في عرضها للمواضيع السياحية المقدر بـ 12 موضوع في كل مادة مادة تحليلية و إخبارية وبشكل دال على مواكبتها لتداعيات القطاع السياحي بشكل موسمي في الصفحات الداخلية بالرغم من تكرارها الضئيل مقارنة مع صحيفة الشروق اليومي.

2 - احتلال قضايا السياحة في الجزائر أكبر مساحة من تغطية المواضيع في صحيفة الشروق اليومي عنها في صحيفة EL ACIL. حيث بلغت مساحتها الإجمالية 326987 سم² خصصت أكبر مساحة منها لموضوع المشاكل و الأزمات السياحية ثم موضوع السياحة الخارجية فموضوع السياحة الداخلية و موضوع التظاهرات و الاحتفالات. أما صحيفة EL ACIL فغطت مواضيع السياحة بشكل مغاير بترتيب مخالف، حيث حيث غطت أكبر مساحة منها موضوع المقومات الطبيعية ثم موضوع السياحة الخارجية و موضوع الصناعات التقليدية و الشواطئ و التظاهرات و الاحتفالات بتغطية بالرغم من قلة تكرارها إلا أنها متنوعة مقارنة مع صحيفة الشروق اليومي.

3 - لقد تميز أسلوب توزيع قضايا السياحة في صحيفة الشروق اليومي عنه في صحيفة EL ACIL. حيث اشتملت الأولى على قوالب صحفية شملت الإعلان، التقرير، الخبر والمقال. ووجود هذه القوالب بهذا التوزيع جعلها تتميز بكونها صحافة إخبارية في مقابل تراجع المادة التحليلية فيها بمقال واحد. بخلاف صحيفة EL ACIL التي تميزت بالتحليل من خلال التقارير الصحفية.

* **الفرضية الثانية:** من خلال هذه الفرضية أردنا عكس احتمال تنوع المنتج السياحي في الجزائر بتنوع مقوماتها وإمكاناتها السياحية من خلال المضامين الإعلامية لقضايا السياحة في الجزائر. ومن خلال التحليل الكيفي توصلنا إلى:

1- أن اهتمام صحيفة الشروق اليومي كان منصبا بالدرجة الأولى على موضوع السياحة الخارجية و الذي كان مرده إلى حركية هذا النوع السياحي في الفصول المترامنة مع انتهاء الموسم الدراسي و عطل العمل و بداية العطل الصيفية و افتتاح الموسم الاصطيافي، ثم موضوع المشاكل و الأزمات السياحية، موضوع السياحة الداخلية و التظاهرات و الاحتفالات في شكل مادة تحريرية مدعمة بالصور للمواضيع المهمة و الحساسة خاصة موضوع المواقع الأثرية، الوجهات السياحية و الإعلانات السياحية بشكل متناسب و متناسق مع الإخراج العام للصحيفة. أما صحيفة EL ACIL فكان اهتماما متنوعا عن صحيفة الشروق اليومي و منصبا بالدرجة الأولى على إثارة موضوع المواقع الطبيعية ليليه موضوع السياحة الخارجية و موضوع الصناعات التقليدية و موضوع الشواطئ و التظاهرات و الاحتفالات في شكل مادة تحريرية مدعمة أيضا بالصور و هو ما اشتركت فيه مع صحيفة الشروق اليومي خاصة في التقارير الصحفية. في مقابل انعدام اعتماد الصور في المواضيع الأقل أهمية أو التي لا تستدعي طبيعتها اعتماد الصورة كدعامة في التحرير.

2- لقد كان اهتمام الصحيفتين اهتماما منصبا بالدرجة الأولى على موضوع المقومات الحضارية و التاريخية على الاهتمام بموضوع المقومات الطبيعية و لكن بشكل ابرز تنوع المقومات و الإمكانيات السياحية للجزائر من تنوع للمواقع الحضارية و الطبيعية و إحياء للتظاهرات السياحية و الصناعات التقليدية و حماية التراث السياحي و الهياكل السياحية مع تشجيع السياحة بمختلف أنواعها و بتغطية أوسع في صحيفة الشروق اليومي عن تغطيتها في صحيفة EL ACIL و بتوزيع متباين بين الصحيفتين.

3- أبرزت عملية التحليل تركيز الصحيفتين على السياحة الداخلية أكثر من التركيز على السياحة الخارجية خاصة مع بداية الموسم الاصطيافي المترامن مع العطل إلى جانب الاهتمام بقضايا السياحة الوطنية بهدف التنمية و التوعية و تسليط الضوء على أغوار هذا القطاع. و لقد وضحت النتائج أيضا أن السياحة في الجزائر هي سياحة سنوية من خلال عدد مواضيعها في الصحيفتين مقارنة بعدد مواضيع السياحة الموسمية. و لقد اتسمت بكونها سياحة ترفيهية، ثقافية، دينية، اقتصادية، سياحة المغامرات و سياحة بيئية و رياضية و لكن بتغطية أوسع و بتنوع و تميز أكثر في صحيفة الشروق اليومي عنه في صحيفة EL ACIL من حيث النوع و التحرير و التي غلبت عليها السياحة الثقافية و البيئية. كما سجلنا أيضا تنوعا في القيم التي

احتوتها مواضيع السياحة و التي تصدرتها قيمة التسلية و الترفيه و التي تحيل على السلوك السياحي السائح الجزائري و الأجنبي.

4- إن حركية المجتمع و الصحيفتين تجاه قضايا السياحة متباينة بين الاتجاه المحايد و السلبي والايجابي. غير أننا سجلنا طغيان الاتجاه المحايد على أغلبية مواضيعها. إلى جانب كون أن الرسالة السياحية للصحيفتين هي رسالة إعلامية استهدفت الجمهور الوطني و لكن بتكرار متباين و هذا مرده إلى طبيعة المادة الإعلامية .

5- تنوع الفئات الفاعلة في المجال السياحي في الجزائر و تباين مهامها و وظائفها و أدوارها بتباين مناصبها و مهامها بما يدل على واقع النهضة السياحية للجزائر في مقابل إيمان أغليبيتهم بأهمية النهوض بالقطاع السياحي و إدراك أهميته كبناء فاعل بين بناءات المجتمع.

خاتمة

خاتمة

في ضوء دراستنا لموضوع الصحافة المكتوبة و قضايا السياحة في الجزائر من خلال صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL حاولنا الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي تمحور حول : "مدى اهتمام الصحافة المكتوبة بقضايا السياحة في الجزائر؟"، وهل ما تقدمه من مضامين إعلامية يعكس فعلا واقع السياحة في الجزائر؟ " حيث خلصنا في المقام الأول إلى التأكيد على الدور الديناميكي للصحافة المكتوبة القادرة على عكس مختلف الظواهر الاجتماعية و متابعة أحداثها و التي منها ظاهرة السياحة في الجزائر ،حيث رسمت الصحيفتان واقع السياحة في الجزائر بشكل متباين من حيث الشكل و المضمون و لقد كانت صحيفة الشروق اليومي أكثر اهتماما بقضايا السياحة في الجزائر من صحيفة EL ACIL كما بينته الدراسة التحليلية المقارنة إلى جانب استنتاج أنها اهتمت بالإعلام السياحي الإعلامي من خلال توجيهها نحو إرساء قواعد فهم واقع السياحة في الجزائر بنشر الحقائق و الأخبار و الآراء و الأفكار السياحية و إن كان بمعدل متواضع. ولقد قادتنا من جانب آخر إلى طرح تساؤلات أخرى قد تكون محل دراسة لاحقة محتملة يمكن تلخيصها فيما يلي:

1 - في إطار إبراز دور الإعلام في السياحة تبين الجانب الإعلامي للإعلام السياحي من خلال الدراسة التحليلية الذي أحالنا إلى البحث عن الجانب الآخر له والذي يتمحور في الإعلام الاستعلامي للسياحة و الذي يحيل إلى دراسة عملية الاستعلام في مجال السياحة هذه العملية الهادفة إلى جمع المعلومات من الجماهير الداخلية أو الخارجية لمعرفة ذهنياتهم و ما يحملونه من أفكار تجاه المؤسسات السياحية أي دراسة احتياجات الجماهير خاصة الإنسانية و الاقتصادية و الاجتماعية المتصلة بالمؤسسات السياحية.

2 - التوجه نحو معرفة اثر السياحة في الإعلام؟ و ذلك بالتركيز على دور الإعلان السياحي و الدعاية كأساليب لترويج المنتج السياحي الهادفة إلى استقطاب اكبر عدد ممكن من السياح من جهة ووسيلة دعائية مجانية عن المقومات السياحية للبلد من خلال نقل صورة سياحية للبلد.

3 - نظرا لما تتوفر عليه الجزائر من إمكانيات قادرة على عكس صورتها السياحية و معالمها و آثارها و مراعاة منها لوضع استراتيجيات قادرة على تطوير القطاع السياحي بما يتماشى مع معايير التنمية السياحية المستدامة و المحافظة عليها على جميع الأصعدة يتعين معرفة أهمية و مكانة الإستراتيجية الاتصالية ضمن الاستراتيجيات المختلفة للسياسة السياحية العامة.

4 - لضمان استمرار عمل المؤسسة السياحية الوطنية يتعين معرفة إستراتيجيتها الاتصالية (الاتصال المؤسستي) بما يثمن الثروات الطبيعية و الحضارية التاريخية للبلاد و يشجع السياحة الخارجية خاصة سياحة الأعمال و يدفع بعجلة تنمية السياحة الداخلية انطلاقا من الإيمان بأهمية النشاط الاتصالي في تحقيق التطور السياحي.

5 - دور الإعلام في إعادة بعث الصورة السياحية للجزائر بشكل مشرف لها و مشجع على تطوير أشكالها السياحية و يحافظ على مقوماتها التاريخية و الحضارية و الطبيعية خاصة بعد السنوات الدامية التي عاشتها الجزائر في فترات سابقة هزت مكانتها على المستوى العالمي و أدت إلى تراجع أسواقها السياحية القادرة على ترجمة المقومات السياحية للجزائر.

6 - أهمية الحملات الإعلامية للخدمة السياحية وفق خطة إعلامية مدروسة للإعلان و اعتماده كشكل صحفي لتمرير الرسالة السياحية و تحقيق التنمية السياحية و تسويق الصورة السياحية للبلاد أيضا.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية :

المؤلفات:

- 1- أبو القاسم سعد الله: تاريخ الجزائر الثقافي 1830-1954. دار المغرب الإسلامي، ج5، ط1 1995.
- 2- أحمد الشناوي ، إبراهيم خورشيد و آخرون :دار المعارف الإسلامية، دار المعرفة ، بيروت د ط ، د س.
- 3- أحمد زايد : علم الاجتماع النظريات الكلاسيكية و النقدية . نهضة مصر للطباعة والتوزيع ط1 ، 2006 .
- 4- أحمد فوزي ملوخية: مدخل إلى علم السياحة. دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007 .
- 5- احمد ماهر: تنظيم إدارة المنشأة السياحية و الفندقية . المكتب العربي الحديث ، مصر ط2 د س .
- 6- اندري برنيان، اندري نوشي، ايف لاکوست : ترجمة اسطنبولي رابح و منصف عاشور : الجزائر بين الماضي و الحاضر . ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1984 .
- 7- أ . لارامي ، ب . فالي : ترجمة ميلود سفاري ، فضيل دليو : البحث في الإتصال عناصر منهجية. مخبر علم اجتماع الإتصال ، جامعة منتوري قسنطينة ، الجزائر ، 2004 .
- 8- إسماعيل معراف قالية : الإعلام حقائق و أبعاد . الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية الجزائر، 1999.
- 9- بلقا سم سلطانية و حسان الجيلاني : منهجية العلوم الاجتماعية . دار الهدى للطباعة والنشر و التوزيع ، عين مليلة ، الجزائر ، بسكرة ، 2004 .
- 10- حسن الحسن : السياحة صناعة و علاقات عامة . الدار اللبنانية للنشر، 1987 .
- 11- حميد خروف ، بلقا سم سلاطانية ، إسماعيل جيرة : الإشكالات النظرية و الواقع . مجتمع المدينة نموذجا . منشورات جامعة منتوري قسنطينة ، 1999 .
- 12- جدار محمد و عيرزم لحسن : الجغرافيا -، سنة ثالثة ثانوي ، الديوان الوطني للتكوين والتعليم عن بعد ، وزارة التربية الوطنية ، د س .
- 13- راسم محمد جمال : الاتصال و الإعلام في الوطن العربي . ط1، بيروت، 1977.
- 14- زهير احدادن : عالم الاتصال . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1999 .

- 15- زهير احدا دن : مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال . ط1، الجزائر، 2002.
- 20- سامية محمد جابر: منهجية البحث الاجتماعي و الإعلامي دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر و التوزيع، دس.
- 16- سهير عبد الظاهر، أحمد محمد ومدحت مصطفى : مناهج البحث في العلوم الاقتصادية و الإجتماعية . مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية ، ط1 ، 2004 .
- 17- شتقوطولية و مجموعة من الاساتذة : علوم الطبيعة و الحياة . السنة 3 من التعليم المتوسط ، الديوان الوطني للمطبوعات المدرسية ، ط1 ، 2005/ 2006 .
- 18- طلعت إبراهيم لطفي: أساليب و أدوات البحث الاجتماعي. دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ، 1995 .
- 19- عاطف عدلي العبد: الأسلوب الإحصائي و استخدامه في بحوث الرأي العام و الإعلام. دار الفكر العربي ، ط1، 1993.
- 20- عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام. دار الفكر العربي.
- 21- عبد الرحمن توفيق : المناهج التدريبية المتكاملة - منهج مهارات التسويق و البيع - خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة : "بميك" ، ط1 ، 2004 .
- 22- عبد السلام أبو قحف : ثقافة الخرافات و إدارة الأزمات . الدار الجامعية، مصر. 1999.
- 23- عبد السلام بوشارب : تبسة معالم و آثار ، المؤسسة الوطنية للاتصال و النشر ، الجزائر . 1996 .
- 24- عبد العزيز شرابي: الاقتصاد الجزائري . أكتوبر 2003 .
- 25- عبد العزيز شرف : الجغرافيا الصحافية و تاريخ الصحافة العربية . عالم الكتب ط1، 2004.
- 26- عبد الله عبد الرحمن : سوسيولوجيا الاتصال و الإعلام النشأة و التطور و الاتجاهات الحديثة . دار المعرفة ، 2006 .
- 27- عبد الله محمد عبد الرحمان : النظرية في علم الاجتماع - النظرية السوسيولوجية المعاصرة . دار المعرفة الجامعية ، 2006 .
- 28- عصام توفيق قمر ، سحر فتحي مبروك ، عبير عبد المنعم فيصل : المشكلات الإجتماعية المعاصرة . دار الفكر ، ناشرون و موزعون ، ط1 ، 2008 .
- 29- علي طالب عبد القادر ، حواس محمد و عافر أحمد: الجغرافيا . سنة 4 من التعليم المتوسط ، وزارة التربية الوطنية ، الديوان الوطني للمطبوعات المدرسية ، 2006 .

- 30- علي عبد الرزاق جبلي و السيد العاطي السيد و آخرون : البحث العلمي الاجتماعي . دار المعرفة الجامعية ، 2005 .
- 31- علي غربي : أبجديات المنهجية في كتاب الرسائل الجامعية . مطبعة Cirta copy قسنطينة ، 2006 .
- 32- غريب محمد سيد أحمد : علم اجتماع الإتصال و الإعلام . دار المعرفة الجامعية ، 1996 .
- 33- فضيل دليو : الاتصال مفاهيمه - نظرياته - سائله - دار الفجر للنشر و التوزيع 2003 .
- 34- فضيل دليو ، علي غربي : أسس المنهجية في العلوم الاقتصادية . منشورات جامعة منتوري قسنطينة ، 1999 .
- 35- فهمي سليم الغزوي ، عبد العزيز علي خزاولة ، معن خليل عمر و آخرون : المدخل إلى علم الاجتماع . دار الشروق للنشر و التوزيع ، ط1، الأردن ، 2006 .
- 36- فوزي غرابيية و نعيم دهمش و آخرون : أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية . دار وائل للنشر و التوزيع ، ط3 ، 2002 .
- 37- قباري محمد إسماعيل : قضايا علم الاجتماع المعاصر . دراسة تحليلية نقدية . منشأة الناشر ، 1976 .
- 38- كمال مرداوي : مبادئ التسويق . مطبعة بغيجة ، قسنطينة 2008 .
- 39- محفوظ قراش : الجزائر في الصور القديمة . المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر .
- 40- محمد الصالح رمضان: جغرافيا الجزائر و العالم العربي. مكتبة النهضة الجزائرية ، ط2 1965 .
- 41- محمد العودي : التراث الشعبي و علاقته بالتنمية في البلاد النامية . ط2 ، عالم الكتب . 1981 .
- 42- محمد اللداني: الصحافة المستقلة في الجزائر التجربة من الداخل. منشورات الحبرمتيجة للطباعة و النشر، دس.
- 43- محمد المهدي بن علي شعيب : أم الحواضر في الماضي و الحاضر. مطبعة البعث قسنطينة ، 1980 .
- 44- محمد إبراهيم المليلي : الجزائر في ضوء التاريخ . دار البعث للطباعة و النشر قسنطينة . 1980 .
- 45- محمد صبري محسوب: العالم العربي - دراسة جغرافية - ملتزم للطبع و النشر دار الفكر العربي ، القاهرة ، ط1 ، 2002 .
- 46- محمد شفيق : البحث العلمي و تطبيقاته في مجال الدراسات الاجتماعية . المكتب الجامعي الحديث ، 2006 .

- 47- محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية . عالم الكتب، القاهرة 2004.
- 48- محمد عبد الحميد : بحوث الصحافة . عالم الكتب ، ط2، 1997.
- 49- محمد عبيدات : التسويق السياحي . دار وائل للنشر ، 2005 .
- 50- محمد فريد الصحن : التسويق . الدار الجامعية، مصر 2004/2003.
- 51- محمد منير حجاب: الإعلام السياحي: دار الفجر للنشر و التوزيع، 2002.
- 52- محمد منير حجاب : العلاقات العامة في المؤسسة الحديثة . دار الفجر للنشر و التوزيع مصر ، 2007.
- 53- محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها و تطورها. دار الفجر للنشر و التوزيع . 2008 .
- 54- محمد موسى عثمان ،حمدي عبد العظيم :أسس و مناهج البحث العلمي . مكتبة زهراء الشرق ،القاهرة ، دس .
- 55- محمد ناصر: الصحف العربية الجزائرية 1847-1954. دار الغرب الإسلامي 2007.
- 56- محمد نصر مهنى : إدارة الأزمات . مؤسسة شباب جامعة الإسكندرية ، 2004.
- 57- محمد يوسف و حنان حنيد : إدارة و تخطيط العلاقات العامة . جامعة القاهرة 2000.
- 58- مجموعة من الاساتذة : إشراف عبد الرحمن عزي : فضاء الإعلام . سلسلة الدراسات الإعلامية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، د س .
- 59- مرزوق عبد الحكيم العادلي :الإعلانات الصحفية . دراسة في الاستخدامات والإشباع . دار الفجر للنشر و التوزيع،ط1،القاهرة،2004.
- 60- معن خليل عمر : نظريات معاصرة في علم الاجتماع . الطبعة العربية الأولى، الإصدار الثاني ، دار الشروق للنشر و التوزيع ،2007 .
- 61- منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي . دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ط1 عمان، 2007.
- 62- نبيل أحمد عبد الهادي:منهجية البحث في العلوم الإنسانية. الأهلية للنشر و التوزيع ط1 الأردن، 2006.
- 63- نبيل صقر: جرائم الصحافة في التشريع الجزائري. دار الهدى للطباعة و النشر، عين مليلة ، الجزائر، 2007.
- 64- نصيب رجم : دراسات السوق . كلية العلوم الاقتصادية و التسيير ، جامعة عنابة ،دار العلوم للنشر و التوزيع ، ط2 ، د س .

- 65- نوار باهي: أكاديمية المراسل الصحفي المحترف للإذاعة و التلفزيون و الصحف. دار الهدى للطباعة و النشر التوزيع، الجزائر.
- 66- نورا لدين تواتي: الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر. الدار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2008.
- 67- هشام يعقوب مريزق: المدخل إلى علم الاجتماع . دار الراية للنشر و التوزيع، ط1 ، عمان 2008.
- 68- يسري دعبس : صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق .دراسة و بحوث في انثربولوجيا السياحة . ط1 ،مصر ،2003.
- 69- يعقوب يوسف الكندري : طرق البحث الكمية و الكيفية في مجال العلوم الاجتماعية والسلوكية ، ط1، الكويت ، 2005 .

المعاجم و الموسوعات:

- 1- أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. انجليزي -فرنسي -عربي . مكتبة لبنان ، بيروت .
- 2- الموسوعة العربية العالمية. مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر و التوزيع، الرياض، ط2 .1999.
- 3- أمنة بوحجر: موسوعة المدن الغربية . دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2002.
- 4- جميل صليبا: المعجم الفلسفي. الشركة العالمية للكتاب، دار الكتاب العالمي، لبنان 1994.
- 5- عبد الوهاب الفيالي : موسوعة السياسة . المؤسسة الوطنية العربية للدراسات و النشر، ط3 بيروت ، 1995 .
- 6- فيليب برد و آخرون: ترجمة هيثم اللامع : معجم علم السياسة و المؤسسات السياسية . ج10 ، المؤسسة الجامعية ،مجد للنشر و التوزيع ، بيروت ، 2005 .
- 7- كرم شلبي : معجم المصطلحات الإعلامية . انجليزي / عربي . دار الشروق ،دس.
- 8- محمد عاطف غيث : قاموس علم الاجتماع . دار المعرفة الجامعية ، دس .
- 9- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي. دار الفجر للنشر و التوزيع ،2004 .
- 10- موسوعة المعارف الحديثة للدول العربية . الدار العربية للموسوعات ، القاهرة ، ج 3 . 1970 .
- 11- موسوعة المعارف الحديثة للدول العربية: الدار العربية للموسوعات، القاهرة ج 2 .1970 .

- 12- ميخائيل و إبراهيم أسعد :موسوعة علم النفس . منشورات دار الأفاق الجديدة ط1،بيروت،1998.
- 13- ميشيل مان :موسوعة العلوم الاجتماعية . دار المعرفة الجامعية ، 1999 .
- 14- يحي حسين درويش : معجم مصطلحات الخدمة الإجتماعية - انجليزي /عربي . الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان ، مكتبة لبنان ناشرون ، ط1 ، 1998 .
- 15- الموسوعة العربية العالمية. مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر و التوزيع، الرياض ط2 1999.

المجلات و الدوريات:

- 1- الإدارة العامة. دورية علمية متخصصة يصدرها كل ثلاثة أشهر معهد الإدارة العامة الرياض، المملكة العربية السعودية ، المجلد 39، العدد 4 جانفي 2000 .
- 2- المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر.
- 3- المجلة الجزائرية للاتصال : فصيلة متخصصة تعنى بأبحاث الإتصال ، معهد علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، العدد 3 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر مارس 1989 .
- 4- المجلة الجزائرية للثقافة : وزارة الإعلام و الثقافة. العدد5، الجزائر، 1991.
- 5- المجلة الجزائرية الثقافية: مقال رضا مالك.وزارة الإعلام و الثقافة، العدد89 الجزائر،سبتمبر /أكتوبر، 1985.
- 6- المستقبل العربي: مجلة فكرية تعنى بقضايا الوحدة العربية و مشكلات المجتمع العربي. مركز دراسات الوحدة العربية، بيت العرب للتوثيق العصري و النظم، المجلد 23 2003/2000.
- 7- حوليات جامعة الجزائر. العدد5، ديوان المطبوعات الجامعية، 1991/1990.
- 8- مجلة الأحياء : مجلة - علمية كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، جامعة الحاج لخضر باتنة الفجر للطباعة و النشر ، الجزائر ، 2005 .
- 9- مجلة الثقافة : مقال عبد المالك مرتاض.وزارة الإعلام و الثقافة ، العدد33 الجزائر،جوان/جويلية 1976.
- 10- مجلة الثقافة : مقال عبد المالك مرتاض. وزارة الإعلام و الثقافة ، العدد39،الجزائر جوان/جويلية 1977.
- 11-مجلة الثقافة : مقال عبد الرحمن بن العنقود . وزارة الإعلام و الثقافة العدد 42،الجزائر،ديسمبر/جانفي 1978.

- 12- مجلة الثقافة : مقال صالح بن بوزة . وزارة الإعلام و الثقافة ، العدد 108 ، الجزائر جوان 1995 .
- 13- مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية : مجلة علمية محكمة . مطبعة القدس ، نصف سنوات جوان 2007 .

الصحف:

- صحيفة الشروق اليومي:

- 1 - الشروق اليومي، السبت 03 جانفي 2009، العدد 2496.
- 2 - الشروق اليومي، الأحد 08 فيفري 2009، العدد 2527.
- 3 - الشروق اليومي، الاثنين 16 مارس 2009، العدد 2558.
- 4 - الشروق اليومي، الثلاثاء 28 افريل 2009، العدد 2596.
- 5 - الشروق اليومي، الأربعاء 06 ماي 2009، العدد 2603.
- 6 - الشروق اليومي، الخميس 11 جوان 2009، العدد 2634.
- 7 - الشروق اليومي، السبت 18 جويلية 2009، العدد 2665.
- 8 - الشروق اليومي، الأحد 23 أوت 2009، العدد 2697.
- 9 - الشروق اليومي، الاثنين 07 سبتمبر 2009، العدد 2712.
- 10 - الشروق اليومي، الثلاثاء 13 أكتوبر 2009، العدد 2741.
- 11 - الشروق اليومي، الأربعاء 18 نوفمبر 2009، العدد 2772.
- 12 - الشروق اليومي، الخميس 24 ديسمبر 2009، العدد 2803.

- صحيفة EL ACIL :

- 13 - EL ACIL, 03 SAMEDI 2009, N° = 4666.
- 14 - EL ACIL, 08 DIMANCHE 2009, N° = 4696.
- 15 - EL ACIL, 16 LUNDI 2009, N° = 4726.
- 16 - EL ACIL, 28 MARDI 2009, N° = 4764.
- 17 - EL ACIL, 06 MERCREDI 2009 , N° = 4770.
- 18 - EL ACIL, 11 JEUDI 2009 , N° = 4801.
- 19 - EL ACIL, 18 SAMEDI 2009, N° = 4831.
- 20 - EL ACIL, 23 DIMANCHE 2009, N° = 4862.
- 21 - EL ACIL, 07 LUNDI 2009, N° = 4875.
- 22 - EL ACIL, 13 MARDI 2009, N° = 4905.
- 23 - EL ACIL, 18 MERCREDI 2009, N° = 4936.
- 24 - EL ACIL, 24 JEUDI 2009, N° = 4965.

المذكرات و الرسائل الجامعية:

- 1- أحلام باي : معوقات حرية الصحافة في الجزائر. دراسة ميدانية بمؤسسة صحفية لمدينة قسنطينة . مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، إشراف فضيل دليو، قسنطينة، 2007/2006 .
- 2- إلياس خربوط: دراسة تأثير محتوى مادة التاريخ على هوية تلاميذ السنة 3 ثانوي. دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة ، لجنة المناقشة : فريد بوبكر ، عبلة رواق ، إبراهيم تهامي محمد نجيب نيني ، 2003/2002 .
- 3- بشري محمد: ممارسة الصحفيين الجزائريين للمهنة خلال حالة الطوارئ 1992. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، إشراف إغقاب محمد ، الجزائر، 2005 .
- 4- بن عيسى الشيخ : صورة الطبقة السياسية في الصحافة الجزائرية . دراسة صحفية تحليلية - يومية الخبر نمودجا -مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، إشراف إدريس بولكعبيات قسنطينة، 2007/ 2006 .
- 5- بوبربارة ابتسام : الاستثمار السياحي في الجزائر واقعة و آفاقه. مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات التطبيقية فرع قانون أعمال إشراف خالد رويح 2007 /2006 .
- 6- شهناز لعديلي: موضوعية الوظيفة الإخبارية في الصحافة الجزائرية. دراسة تحليلية لجريدتي الخبر و quotidien d'Oran . مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير إشراف صالح بن نوار 2007/2006 .
- 7- عادل جربوعة: الحملة الانتخابية لراسيات 2004 في التلفزيون الجزائري . دراسة تحليلية وصفية لنشرة الثامنة. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص الإعلام و المجتمع. إشراف حسين خريف 2006-2007.
- 8- لعرج سمير : القيم الإخبارية في الصحافة العمومية المكتوبة العربية . دراسة تحليلية لأخبار الداخلية من أكتوبر 1991 إلى 5 فيفري 1992 . بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، إشراف عبد الله بوجلال ، الجزائر، 1995.
- 9- نور الدين أم الرتم : واقع الممارسة الصحفية المكتوبة في الجزائر -دراسة ميدانية بمدينة قسنطينة-مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في تنمية و تسيير الموارد البشرية إشراف : سعد بشاينية، 2008/2007 .
- 10- هدير عبد القادر : واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطورها .رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص نقود، مالية و بنوك إشراف: طيب ياسين، 2006/2005 .

11- يوسف تمار: نظرية agenda setting دراسة نقدية في ضوء الحقائق الاجتماعية و الثقافية و الإعلامية في المجتمع الجزائري. أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال ، إشراف نصر الدين عياضي ، الجزائر ، 2004 / 2005.

الوثائق و التقارير:

- 1- المرصد الوطني لحقوق الإنسان: التقرير السنوي المؤسسة الوطنية للاتصال و النشر والإشهار.الجزائر، 1977.
- 2- قائمة الأعياد و التظاهرات المحلية حسب برامج الترفيه السياحة، 2004 المقدمة من طرف مديريات السياحة للولاية 2003.
- 3- وزارة السياحة، رئيس الديوان بالنيابة أحمد لوصيف ملخص لأهم العراقيل المسجلة من طرف المصالح الخارجية لوزارة السياحة الأيام الدراسية و الإعلامية 10 و 11 نوفمبر 2003 / 17 ديسمبر 2003.
- 4- وزارة السياحة 2003.

المؤتمرات، الدراسات و البحوث:

- 1- خدمات السياحة في إطار الاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات . أوراق موجزة 10 - ب إعداد المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية (w t o)الدوحة، قطر، نوفمبر 2001.
- 2- سلسلة الملتقيات : الإعلام و مهامه أثناء الثورة .دراسة و بحوث الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الإعلام المضاد ، مطبعة دار هومة ، الجزائر ، 2005.
- 3- ملتقى دولي حول تسيير و تمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية بـبرج بوعريريج ، جامعة باتنة الاقتصادية و علوم التسيير.

مواقع الانترنت:

- 1- www .Arab. Alljayash .net . 2008/03/03 20.55 H
- 2 - Http : www.chechar.cc 08/03/2010 13: 24 H
- 3 - Http: pr: wikipedia.org 2010/1/27 10.59 H
- 4 - www.binbadis.net 2010 /2/2010 11.29 H
- 5 - www.mohett.com 2010/02/09 11: 17H
- 6 - www.swissinfs 09/02/2010 11: 30 H

- 7 - www.al-massa/ar/content/vieu/3063 2010/02/09 10: 12 H
- 8 - office national du tourisme 2009/2008.
- 9 - www.afest.org 2010/1/27 10.31H
- 10 - www.Mechadi.infrance.com 2010/1/27 10.31H.
- 11 - www.Sawt-alahrar.net 2010/9/1 15.43H.
- 12 -http:// waktelgazair.com 2010/9/1 15.13H.
- 13 -metess.gov.dz 2010/2/9 11.25H.
- 14 -www.el-massa.com 2010/9/1 15.51H

المراجع باللغة الفرنسية:

OUVRAGES:

- 1- Alger demain. Algérie l'état du territoire – la reconquête du territoire ministère l'équipement de l'aménagement sur les presses de l'ofée des publications universitaires.
- 2 - Depliane jouenne : nouvelles stratégies medias des métiers d'un conseil edie. Paris ,2007.
- 3 - Hachimi madouche : Le tourisme en Algérie jeu et enjeu – point de vue sur les récupérations actuelles. Édition homme. Alger 2003.
- 4 - Mohamed kirat: The communicator. the portrait of Algeria Journalists and their work office the publications universities .1993.

Thèses:

- 1 - Fedjkhi Mohamed fawzi : la communication de l'entreprise algérienne. Le cas de la « SONELGAZ » par fodel delliou, 2005/2006.

الملاحق

- الملحق رقم 1 استمارة تحليل المحتوى: " الصحافة المكتوبة وقضايا السياحة في الجزائر" في صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL
- الملحق رقم 2 الصفحات الداخلية لصحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL .
- الملحق رقم 3 ملخصات الدراسة
- أ- ملخص الدراسة باللغة العربية
- ب- ملخص الدراسة باللغة الانجليزية
- ج- ملخص الدراسة باللغة الفرنسية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة منتوري - قسنطينة
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال

الملحق رقم 1

استمارة تحليل المحتوى:
" الصحافة المكتوبة و قضايا السياحة في الجزائر "
في صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL

السنة الجامعية 2012/2011

• فئات الشكل

- فئة الموقع

جدول رقم 1: توزيع عدد مواضيع السياحة في صحيفتي الشروق اليومي و El Acil على الأعداد

%	Σ	El acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				الأعداد
				03 جانفي 2009
				8 فيفري 2009
				16 مارس 2009
				28 أبريل 2009
				06 ماي 2009
				11 جوان 2009
				18 جويلية 2009
				23 أوت 2009
				07 سبتمبر 2009
				13 أكتوبر 2009
				18 نوفمبر 2009
				24 ديسمبر 2009
				Σ

جدول رقم 2: توزيع مواضيع السياحة حسب الصفحات

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				الصفحة
				1
				2
				3
				4
				5
				6
				7
				8
				9
				10
				11
				12
				13
				14
				15
				16
				17
				18
				19
				20
				21
				22
				23
				24
				Σ

جدول رقم 3: توزيع مواضيع السياحة بالمساحة

El Acil				الشروق اليومي				المساحة الأعداد
%	Σ	المساحة(سم ²)	الصفحة	%	Σ	المساحة(سم ²)	الصفحة	
								03 جانفي 2009
								08 فيفري 2009
								16 مارس 2009
								28 أفريل 2009
								06 ماي 2009
								11 جوان 2009
								18 جويلية 2009
								07 سبتمبر 2009
								13 اكتوبر 2009
								18 نوفمبر 2009
								Σ

جدول رقم 4: توزيع نوع الأشكال الصحفية لتناول مواضيع السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				الشكل الصحفي
				- خبر - مقال - مقال افتتاحي - تقرير - عمود - إعلان - كاريكاتير
				Σ

• فئات المضمون:

- فئة الموضوع:

جدول رقم 5: توزيع أنواع مواضيع السياحة في صحيفتي الشروق اليومي و El Acil

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المواضيع
				<ul style="list-style-type: none"> - المواقع الطبيعية - الموارد الطبيعية - الصناعات التقليدية - التراث الرسمي و الشعبي - الآداب - الطرق و المواصلات - الشواطئ - السياسة السياحية - السياحة الداخلية (وطنية) - السياحة الخارجية - التظاهرات و الإحتفالات - العادات و التقاليد - المشاكل و الأزمات السياحية
				Σ

جدول رقم 6: توزيع مواضيع السياحة بالموقع من الصحيفة

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة الأعداد
%	Σ	الصفحات الداخلية	الصفحة الأخيرة	الصفحة الأولى	%	Σ	الصفحات الداخلية	الصفحة الأخيرة	الصفحة الأولى	
										03 جانفي 2009 08 فيفري 2009 16 مارس 2009 28 أبريل 2009 06 ماي 2009 11 جوان 2009 18 جويلية 2009 23 أوت 2009 07 سبتمبر 2009 13 أكتوبر 2009 18 نوفمبر 2009 24 ديسمبر 2009
										Σ

جدول رقم 7: توزيع مواضيع السياحة الخاصة بالموقع من الصفحة

El Acil				الشروق اليومي				الصحيفة الأعداد
%	Σ	صفحة فردية	صفحة زوجية	%	Σ	صفحة فردية	صفحة زوجية	
								03 جانفي 2009
								8 فيفري 2009
								16 مارس 2009
								28 أفريل 2009
								06 ماي 2009
								11 جوان 2009
								18 جويلية 2009
								23 أوت 2009
								07 سبتمبر 2009
								13 أكتوبر 2009
								18 نوفمبر 2009
								24 ديسمبر 2009
								Σ

جدول رقم 8: توزيع مواضيع السياحة الخاصة بالموقع من جهة الصفحة

EL ACIL									الشروق اليومي								الصحيفة	
%	∑	يمين وسط الصفحة	أسفل وسط الصفحة	أعلى وسط الصفحة	أسفل جهة اليسار	أسفل جهة اليمين	أعلى جهة اليسار	أعلى جهة اليمين	%	∑	يمين وسط الصفحة	أسفل وسط الصفحة	أعلى وسط الصفحة	أسفل جهة اليسار	أسفل جهة اليمين	أعلى جهة اليسار		أعلى جهة اليمين
																		الأعداد
																		03جانفي2009
																		8 فيفري2009
																		16مارس2009
																		28أفريل2009
																		06 ماي 2009
																		11جوان 2009
																		18جويلية2009
																		23 أوت 2009
																		07سبتمبر2009
																		13أكتوبر2009
																		18نوفمبر2009
																		24ديسمبر2009
																		∑

جدول رقم 9: توزيع مواضيع السياحة حسب وسائل الدعم

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				أنواع المواضيع
				- موضوع بصورة
				- موضوع بدون صورة
				- إعلان
				- كاريكاتير
				Σ

جدول رقم 10: توزيع مواضيع السياحة على الأعداد

El Acil				الشروق اليومي				الصحيفة الأعداد
%	Σ	المقومات الحضارية و التاريخية	المقومات الطبيعية	%	Σ	المقومات الحضارية و التاريخية	المقومات الطبيعية	
								03 جانفي 2009
								8 فيفري 2009
								16 مارس 2009
								28 أبريل 2009
								06 ماي 2009
								11 جوان 2009
								18 جويلية 2009
								23 أوت 2009
								07 سبتمبر 2009
								13 أكتوبر 2009
								18 نوفمبر 2009
								24 ديسمبر 2009
								Σ

جدول رقم 11: توزيع موضوع المقومات الطبيعية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المقومات الطبيعية
				- الموقع الجغرافي - المواقع السياحية - المناخ - الغطاء النباتي - الموارد الطبيعية - الحمامات - الحواظر الطبيعية - دعائم الاتصال السياحي - المشاكل و الأزمات السياحية
				Σ

جدول رقم 12: توزيع موضوع المقومات الحضارية و التاريخية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المقومات الحضارية و التاريخية
				- تاريخ و حضارة الولايات - الصناعات التقليدية - التراث الرسمي و الشعبي - التظاهرات و الاحتفالات - الطرق و المواصلات - الشواطئ - الهياكل السياحية - الآداب - دعائم الاتصال السياحي - المشاكل و الأزمات السياحية
				Σ

جدول رقم 13: توزيع مواضيع السياحة حسب الأنواع

El Acil				الشروق اليومي				الصحيفة الأعداد
%	Σ	السياحة الخارجية	السياحة الداخلية	%	Σ	السياحة الخارجية	السياحة الداخلية	
								03 جانفي 2009 08 فيفري 2009 16 مارس 2009 28 أفريل 2009 06 ماي 2009 11 جوان 2009 18 جويلية 2009 23 أوت 2009 07 سبتمبر 2009 13 أكتوبر 2009 18 نوفمبر 2009 24 ديسمبر 2009
								Σ

جدول رقم 14: توزيع مواضيع السياحة حسب المناطق

% Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
			مواضيع السياحة الداخلية
			- سياحة المدن الشمالية - سياحة المدن الشرقية - سياحة المدن الجنوبية - سياحة المدن الغربية - السياحة الوطنية
			Σ

جدول رقم 15: توزيع مواضيع السياحة الخارجية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				مواضيع السياحة الداخلية
				- سياحة مغاربية - سياحة عربية - سياحة افريقية - سياحة أوروبية - سياحة اسياوية - سياحة أمريكية - سياحة عالمية
				Σ

جدول رقم 16: توزيع مواضيع السياحة وفقا لمدة البرنامج السياحي

El Acil				الشروق اليومي				الصحيفة الأعداد
%	Σ	سياحة سنوية	سياحة موسمية	%	Σ	سياحة سنوية	سياحة موسمية	
								03 جانفي 2009
								8 فيفري 2009
								16 مارس 2009
								28 أفريل 2009
								06 ماي 2009
								11 جوان 2009
								18 جويلية 2009
								23 أوت 2009
								07 سبتمبر 2009
								13 أكتوبر 2009
								18 نوفمبر 2009
								24 ديسمبر 2009
								Σ

جدول رقم 17: توزيع أنواع السياحة وفقا لدوافع السفر

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				أنواع السياحة
				- السياحة الترفيهية - السياحة الثقافية - السياحة العلاجية - السياحة الدينية - سياحة المؤتمرات - السياحة الاقتصادية - السياحة التعليمية - سياحة المهرجانات - سياحة المغامرات - السياحة البيئية - السياحة الرياضية
				Σ

جدول رقم 18: توزيع مواضيع السياسة السياحية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع السياسة السياحية
				- تشريعات و قوانين - تنمية سياحية - استثمار سياحي - مخططات سياحية
				Σ

جدول رقم 19: توزيع موضوع التنمية السياحية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع السياسة السياحية
				<ul style="list-style-type: none"> - تنمية طبيعية و ثقافية - نوعية الخدمات - الأسعار - إنتاج الرحلات - الإشهار - التنظيمات - تمويل الاستثمار - الهياكل السياحية - الاستقبال الإداري - الاستقبال العام - التنشيط السياحي
				Σ

جدول رقم 20: توزيع مجال الاهتمام بموضوع السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				مجال الاهتمام
				<ul style="list-style-type: none"> - موضوع محلي - موضوع وطني - موضوع دولي
				Σ

جدول رقم 21: توزيع مجال اهتمام الموضوع الوطني بالسياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				مجال الاهتمام
				- ولايات الشمال
				- ولايات الشرق
				- ولايات الغرب
				- ولايات الجنوب
				Σ

جدول رقم 22: توزيع مجال اهتمام الموضوع الوطني بالسياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				مجال الاهتمام
				- الاستثمار السياحي الأجنبي
				- خدمات الوكالات السياحية
				- القرارات الوزارية
				Σ

جدول رقم 23: توزيع مجال اهتمام الموضوع الدولي بالسياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				مجال الاهتمام
				- اهتمام مغاربي
				- اهتمام عربي
				- اهتمام إفريقي
				- اهتمام أوروبي
				- اهتمام آسيوي
				- اهتمام أمريكي
				Σ

جدول رقم 24: توزيع قيم مواضيع السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				قيم مواضيع السياحة
				- قيمة اجتماعية
				- قيمة اقتصادية
				- قيمة ثقافية
				- قيمة دينية
				- قيمة أمنية
				- قيمة التسلية و الترفيه
				Σ

جدول رقم 25: توزيع موضوع القيمة الاجتماعية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع القيمة الاجتماعية
				- تبادل و اتصال
				- تعارف
				- تنمية الوعي السياحي
				- تحقيق الرغبات و الاحتياجات السياحية
				- تنمية سياحية
				- تنمية اجتماعية
				- تعاون
				Σ

جدول رقم 26: توزيع موضوع القيمة الاقتصادية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع القيمة الاقتصادية
				<ul style="list-style-type: none"> - الأسعار و التكاليف - مشاريع واتفاقيات سياحية - بيع المنتج السياحي - تسوق - تنشيط سياحي - تحفيز
				Σ

جدول رقم 27: توزيع موضوع القيمة الثقافية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع القيمة الثقافية
				<ul style="list-style-type: none"> - نهضة ثقافية - المعرفة - تنشيط سياحي - معالم أثرية و حضارية - تسويق صورة سياحية
				Σ

جدول رقم 28: توزيع موضوع القيمة الدينية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع القيمة الدينية
				<ul style="list-style-type: none"> - مناسك سياحية دينية - زيارات - مشاريع و إصلاحات سياحية - معالم أثرية سياحية
				Σ

جدول رقم 29: توزيع موضوع القيمة الأمنية

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع القيمة الأمنية
				<ul style="list-style-type: none"> - حماية السياح - حماية الأماكن الأثرية والتراث السياحي - حماية الهياكل السياحية - حماية البيئة السياحية - حماية الثقافة السياحية
				Σ

جدول رقم 30: توزيع موضوع قيمة التسلية و الترفيه

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				موضوع القيمة الأمنية
				- رحلات سياحية - اصطيفاف
				Σ

جدول رقم 31: توزيع اتجاه مواضيع السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				اتجاه مواضيع السياحة
				- اتجاه ايجابي - اتجاه سلبي - اتجاه محايد
				Σ

جدول رقم 32: توزيع اتجاه القيم الاجتماعية

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة
%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	
										اتجاه القيمة
										- تبادل و اتصال - تعارف - تنمية الوعي السياحي - تحقيق الرغبات والاحتياجات السياحية - تنمية سياحية - تنمية اجتماعية - تعاون
										Σ

جدول رقم 33: توزيع اتجاه القيم الاقتصادي

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة
%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	
										اتجاه القيمة
										- الأسعار والتكاليف - مشاريع و اتفاقيات سياحية - بيع المنتج السياحي - تسوق - تنشيط سياحي - تحفيز
										Σ

جدول رقم 34: توزيع اتجاه القيم الثقافية

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة اتجاه القيمة
%	Σ	اتجاه سلبى	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	%	Σ	اتجاه سلبى	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	
										- نهضة ثقافية وشعبية - المعرفة - تنشيط سياحي - معالم أثرية وحضارية - تسويق صورة سياحية
										Σ

جدول رقم 35: توزيع اتجاه القيم الدينية

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة اتجاه القيمة
%	Σ	اتجاه سلبى	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	%	Σ	اتجاه سلبى	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	
										- مناسك سياحية دينية - زيارات - مشاريع وإصلاحات سياحية - معالم أثرية سياحية
										Σ

جدول رقم 36: توزيع اتجاه القيم الأمنية

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة اتجاه القيمة
%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	
										- حماية السياح - حماية الأماكن الأثرية و التراث السياحي - حماية الهياكل السياحية - حماية البيئة السياحية - حماية الثقافة السياحية
										Σ

جدول رقم 37: توزيع اتجاه قيم التسلية و الترفيه

El Acil					الشروق اليومي					الصحيفة اتجاه القيمة
%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	%	Σ	اتجاه سلبي	اتجاه محايد	اتجاه ايجابي	
										- رحلات سياحية - اصطيف
										Σ

*فئة الجمهور المستهدف

- جدول رقم 38: توزيع الجمهور المستهدف من موضوع السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				الجمهور المستهدف
				- جمهور محلي - جمهور وطني - جمهور دولي
				Σ

*فئة الفاعل

- جدول رقم 39: توزيع الفاعل في مجال السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				الفاعل في مجال السياحة
				- السياح - الوكالات السياحية - الجمعيات و المنظمات - الهيئات الثقافية - المديريات - المؤسسات - المتخصصون - المسؤولون - المصالح المتخصصة
				Σ

- جدول رقم 40: توزيع أنواع السياح كفاعل في مجال السياحة

El Acil				الشروق اليومي				السياح الأعداد
%	Σ	سائح أجنبي	سائح وطني	%	Σ	سائح أجنبي	سائح وطني	
								03 جانفي 2009
								08 فيفري 2009
								16 مارس 2009
								28 أبريل 2009
								06 ماي 2009
								11 جوان 2009
								18 جويلية 2009
								23 أوت 2009
								07 سبتمبر 2009
								13 أكتوبر 2009
								18 نوفمبر 2009
								24 ديسمبر 2009
								Σ

- جدول رقم 41: توزيع وكالات السياحة كفاعل في مجال السياحة

El Acil					الشروق اليومي					الوكالات السياحية الأعداد
%	Σ	وكالات أجنبية	وكالات وطنية	وكالات محلية	%	Σ	وكالات أجنبية	وكالات وطنية	وكالات محلية	
										03 جانفي 2009
										08 فيفري 2009
										16 مارس 2009
										28 أفريل 2009
										06 ماي 2009
										11 جوان 2009
										18 جويلية 2009
										23 أوت 2009
										07 سبتمبر 2009
										13 أكتوبر 2009
										18 نوفمبر 2009
										24 ديسمبر 2009
										Σ

- جدول رقم 42: توزيع الجمعيات كفاعل في مجال السياحة

El Acil				الشروق اليومي				الجمعيات الأعداد
%	Σ	جمعيات أجنبية	جمعيات وطنية	%	Σ	جمعيات أجنبية	جمعيات وطنية	
								03 جانفي 2009
								08 فيفري 2009
								16 مارس 2009
								28 أبريل 2009
								06 ماي 2009
								11 جوان 2009
								18 جويلية 2009
								23 أوت 2009
								07 سبتمبر 2009
								13 أكتوبر 2009
								18 نوفمبر 2009
								24 ديسمبر 2009
								Σ

- جدول رقم 43: توزيع الهيئات الثقافية كفاعل في مجال السياحة

El Acil				الشروق اليومي				المراكز الثقافية الأعداد		
%	Σ	الجامعات	المتاحف	دور الشباب	%	Σ	الجامعات		المتاحف	دور الشباب
										03 جانفي 2009
										08 فيفري 2009
										16 مارس 2009
										28 أبريل 2009
										06 ماي 2009
										11 جوان 2009
										18 جويلية 2009
										23 أوت 2009
										07 سبتمبر 2009
										13 أكتوبر 2009
										18 نوفمبر 2009
										24 ديسمبر 2009
										Σ

- جدول رقم 44: توزيع المديريات كفاعل في مجال السياحة

% Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
			المديريات
			- مديريات سياحية
			- مديريات الصحة
			- مديريات اجتماعية
			- مديريات ثقافية
			- مديريات البيئة
			- مديريات المصالح الدينية
			Σ

- جدول رقم 45: توزيع المؤسسات كفاعل في مجال السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المؤسسات
				<ul style="list-style-type: none"> - السفارات - الوزارات - البلديات و الولايات - قطاع النقل - الفنادق
				Σ

- جدول رقم 46: توزيع المتخصصين كفاعل في مجال السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المتخصصون
				<ul style="list-style-type: none"> - الطلبة - الأساتذة - الأئمة - المحامون - الباحثون و المفكرون - الفنانون و الحرفيون - رجال المال و الأعمال - الأدباء - المرشدون السياحيون - المنافسون
				Σ

- جدول رقم 47: توزيع المسؤولين كفاعل في مجال السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المسؤولون
				- رؤساء الدول - الوزراء - المدراء - المستشارون - الدبلوماسيين - السفراء - رؤساء الجمعيات - الموظفون - مسؤولوا الهيئات الثقافية والاجتماعية - مسؤولوا الجمعيات - ممثلوا المحاكم
				Σ

- جدول رقم 48: توزيع المصالح المتخصصة كفاعل في مجال السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المسؤولون
				- مصالح الحماية المدنية - مصالح البيئة - دواوين و مكاتب و نوادي - مصالح سياحية - مكاتب متخصصة - نقابات
				Σ

* فئة المصدر

- جدول رقم 49: توزيع مصدر مواضيع السياحة

%	Σ	El Acil	الشروق اليومي	الصحيفة
				المصدر
				- الصحفي - المراسل - وكالات الأنباء - دون توقيع - مصادر أخرى
				Σ

الملحق رقم 2

الصفحات الداخلية لصحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL .

RRERIDJ

Exploitation de la ligne jusqu'à M'sila

entre les Hauts plateaux, les portes du Sud et, dans une prochaine étape, l'Ouest du pays.

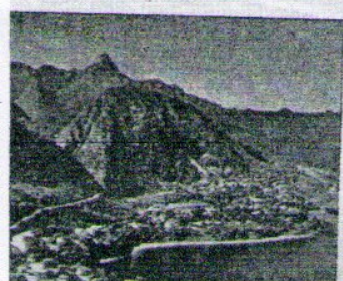
Evoquant dans ce contexte le développement du réseau ferroviaire dans les Hauts plateaux, le ministre a révélé que l'appel d'offres pour la réalisation de la voie ferrée entre les wilayas de M'sila et de Sidi Bel-Abbès "a été lancé" et que les travaux "seront bientôt entamés".

M. Tou qui a également souligné que la voie ferrée "doit concurrencer les autres moyens de transports", a inspecté la voie ferrée entre les wilayas de Bordj Bou Arreridj et de M'sila à bord du train qui devra parcourir les 57 km qui séparent les deux villes. Les travaux de cette ligne qui a coûté plus de 10,8 milliards de DA ont duré plus de cinq ans, retardés principalement par les travaux de signalisations et de télécommunications, selon les responsables locaux du secteur des transports.

Cette voie ferrée a nécessité la réalisation de 4 tunnels et de 36 ouvrages d'art, ainsi qu'une gare à El Medjz, une localité située dans la daïra d'El

Hammadia (wilaya de Bordj Bou Arreridj), à mi-distance entre les gares de M'sila et de Bordj Bou Arreridj.

Géologiques inventoriés



■ DJANET

Destination privilégiée des touristes étrangers

La wilaya d'Illizi, connaît depuis quelques jours une large affluente de touristes venus célébrer les fêtes du nouvel an dans cette région du grand sud algérien. Ces touristes, algériens et étrangers, ont convergé vers la région de Djanet qui, à bord d'avion à destination de l'aéroport international "Tisska" d'Illizi, qui par voie terrestre à partir de la wilaya de Tamanrasset via la commune de Bordj El Haoues. Ces touristes, notamment des Européens et des Japonais, venus par voie terrestre à partir de Tamanrasset, selon le P/APC de Bordj El Haoues, ont été accueillis par des guides présents à travers les pistes d'accès de la région. Les statistiques de la direction du Tourisme de la wilaya d'Illizi font état de l'arrivée, les trois derniers mois de l'année, de 3.540 touristes étrangers, dont 2.318 de nationalité française, 330 allemands, 270 italiens en sus d'autres nationalités, qui ont rallié la région du Tassili pour célébrer le Nouvel An dans la ville de Djanet.

Cet intérêt pour la destination Algérie, notamment son grand sud, augure d'une saison touristique prometteuse et devrait donner un nouveau souffle aux activités commerciales dans la région, comme il a été constaté devant les locaux commerciaux, les stations services et les agences

de voyage.

Plusieurs responsables d'agences de voyage et tours opérateurs se sont déclarés "très satisfaits" de la relance touristique, tant attendu, dans la région. Le secteur de l'artisanat connaît, de son côté, un développement florissant de par l'écoulement de ses produits auprès des touristes qui, en guise de souvenir leur rappelant leur séjour dans le grand sud algérien et notamment la région de l'"Hommes bleu", prennent avec eux des petits chef-d'oeuvres artisanaux.

Salah Tekaoi, artisan de la ville de Djanet, a indiqué que le regain d'intérêt pour le tourisme dans le grand sud et les fréquents vols à destination de la région depuis début décembre "est une preuve de l'amélioration de la situation et des efforts déployés par les pouvoirs publics pour redorer le blason du produit touristique saharien".

Pour le directeur du tourisme de la wilaya d'Illizi, le tourisme saharien a connu cette saison un "nouvel élan à la faveur de la convention paraphée entre les tour-opérateurs et la direction du tourisme portant développement du produit touristique local". "De larges espoirs sont fondés sur la contribution des agences de voyage dans le développement du tourisme saharien à travers la par-

faite prise en charge des invités de la wilaya et l'exploitation optimale des atouts touristiques que recèle la région", a-t-il indiqué.

Parmi la trentaine d'agences de voyage activant dans la région d'Illizi, les opérateurs "Tdraret-Tourisme" et "Temrit-tourisme" qui accueillent près d'un millier de touristes, s'attellent à hisser haut l'étendard du tourisme saharien par une meilleure prise en charge des étrangers à travers la mobilisation, outre des moyens de transport (véhicules tout terrain, des chameaux), des guides et accompagnateurs chargés d'améliorer le séjour de leur hôtes et de le rendre des plus agréables. Le guide touristique de l'agence "Akour-Akour" de Tamanrasset, accompagnant un contingent de 55 touristes français, arrivés par vol charter Paris-Tamanrasset, a indiqué que "la majorité des touristes ont opté pour la visite, à dos de chameaux, des sites touristiques Dider, Issendilen, Tedraret et Isouane dans la région de Djanet". Riche en atouts touristiques, paysage naturel féérique, sculptures et dessins rupestres et autres vestiges plus que millénaires, la ville de Djanet demeure, pour nombre de touristes étrangers, l'unique destination privilégiée devant marquer l'avènement du Nouvel An 2009.

■ OUEST

■ ORAN

On achève bien les tortues

Les marchands de tortues, mortes ou vives, s'en sortent plutôt bien à Oran. Quoique illicite ce commerce d'un genre nouveau fait vivre une multitude de personnes, impulsé par une demande en forte progression sur cet animal, y compris de la part des touristes étrangers. Il n'est pas rare, en effet, de voir sur les étals des grands marchés de la ville

térieur. Les revendeurs attirés s'approvisionnent auprès de personnes expertes en matière de localisation de ce reptile dans les massifs forestiers environnants, puis de la livraison du produit de leur chasse, soigneusement conservé dans des caissons en bois ou en carton. La tortue, symbole de la lenteur et de la lon-

le souci de sauvegarder l'espèce, la conservation des forêts de la wilaya d'Oran, qui tout naturellement classe cette pratique parmi les activités illicites à combattre, s'indigne et agit. En 2007, ses services sont parvenus à récupérer environ 300 tortues puis à les relâcher dans la nature, selon un rapport. Mais qu'est ce qui fait

la rougeole, par exemple, ou encore certains cas de stérilité féminine. Accompagnant un bon plat de couscous, la chair de cet animal est quelque fois proposée aux femmes infertiles pour tenter de les "guérir" de leur lourd handicap, raconte une vieille dame en faisant valoir la fécondité légendaire de la tortue. L'en-

القوات البحرية تكشف عن حصيلة نشاطاتها السنوية بالجهة الغربية

إنتقاذ 29 "حراشا"، انتشال 48 جثة وطرد 771 مسافر من إسبانيا

ملف مفتوح في البحر، إذ تم في هذا السياق تسجيل 10 متوقنين في السنة الماضية، أما السنة الحالية وبالضبط في شهر جانفي، اعتزرت على وقع مأساة 4 سبائين من أرزيو، الذين لم يعرفوا إذا كانوا أحياء أو في تمداد الموت، حيث باتت كل محاولات وحدات حرس السواحل لتعود عليهم بالفشل، هذا وقد بلغ عدد المسافرين الذين طردوا من القرب الإسباني، واستقبلتهم موانئ الجهة الغربية، 771 مسافر، في حين رسمت بالموانئ المذكورة 25956 باخرة تجارية جزائرية و336 أخرى أجنبية، خضعت كلها للرقابة، بالإضافة إلى 195 سفينة متهمين الصيد، أما فيما يخص مراقبة الجهة الشمالية، خضعت 183 باخرة للمراقبة، وقد رسمت وحدات خفر السواحل العديد من الاتهكات والتجاوزات المرتكبة من قبل السبائين، كما استخرجت نفايات نادرة من أعماق البحر وتجاوزت المياه الإقليمية.

محمد حمادي كشفت قيادة القوات البحرية خلال عرض حصيلة نشاطاتها السنوية بالجهة الغربية، عن تصاعد لاحت في ظاهرة الهجرة غير الشرعية عبر قوارب الموت ليلوئع السواحل الإسبانية، حيث أكتشفت تدخلات مصالح خفر السواحل من إنقاذ 29 "حراشا" في السنة المنتهية، كأدوا أن ياتوا حتفهم بين أمواج البحر العاتية، في حين تم انتشال 48 جثة من البصر خاصة بـ"حراشا" وصيادين. وحسب الأرقام المتقدمة خلال أعماليات الأسبوع الإعلامي للتعريف بالقوات البحرية المقام بالمركز الإعلامي التابع للقنصلية العسكرية الثانية، والتي أشرف على افتتاحها العميد تلمسان علي فائد أركان القنصلية الثانية، عبر السنة الحالية، دشنت بإنتاذ 17 "حراشا"، بسواحل الجهة الغربية، لكن الملف الشائكة، الذي بقيت عاجزة حياله المصلحة الوطنية لحراسة الشواطئ، هو

مديرية الصيدلة بوزارة الصحة رخصت بدخولها للجزائر

تحقيقات في وفاة 4 أطفال بمركز مكافحة السرطان بسبب دواء "أنفوسفاميد"

علمت "الشروق اليومية" من مصادر مطلقة عن فتح تحقيق في قضية وفاة أربعة أطفال في شهر نوفمبر الماضي بالمركز الاستشفائي لمكافحة السرطان "بيار ماري كوري" تخوم حولها شكوك كبيرة أزعجت سبب الوفاة إلى تناولهم لدواء "أنفوسفاميد" "IFOSFAMIDE" من صنع الخبير الهندي "أوكازا" "OKASA".

مادة الفرية. ويخالف هذا الدواء مواصفات ومناخس دفتر الشروط المتعلق باستيراد الأدوية والذي يضمن صحتها من الجريدة الرسمية.

وزارة الصحة لا تتيبب

تتعلقنا إلى وزارة الصحة يوم الثلاثاء الماضي وأبلغنا سكرتيرة المكلف بالإعلام بضرورة مقابلة المسؤول الإعلامي لتسهر هذا التحقيق في أقرب الأجل لكنه كان مشغولا وبما أننا لم نتصل على موعد من قبل فقد اكتفينا بتركي الرسالة (محتوى الموضوع الذي نفتنا من أجله) للسكرتيرة مع أرقامنا الهاتفية لتبليغها للمسؤول الإعلامي من أجل ضبط موعد مع العميين بالأمر، وتلقنا لرقبة مدير الصيدلة على مستوى الوزارة لكن هو الآخر لم يكن موجودا برد سكرتيرته. تنظرتنا لكن لا أحد اتصل بنا ما بغنا لمعاودة الإتصال أمس بخية الإعلام حيث تعاجلتنا بعدم إبلاغ رسالتنا إلى المسؤول الإعلامي-حسب السكرتيرة- وحاوالتنا الإتصال بمدير الصيدلة لكن الموزع الهاتفني كان يرن ولا أحد رد علينا. وبين أخذ ورد تبقي صحة المواطنين الجزائري عرضة للخطر بسبب أدوية مجهول مصدرها، مع العلم أن عددا من ملاتي الأدوية بالجزائر ملزالت ملفقات حبيسة الأدرج بمديرية الصيدلة بوزارة الصحة منذ سنوات.



معرضي صيدلاني بولاية بسكرة

وتؤكد مصادرنا أيضا أن هذه الشركات الكبريات كـ OKASA مخسبو منخفضة، لكن المديرية الغربية المكلفة بالصيدلة الإستشفائية بوزارة الصحة كانت قد صرحت للصحف الوطنية أن الأدوية مسجلة ولكنها غير مرخصة للتسويق وهو ما يتناقض مع الواقع كون الدواء المسجل مرخص للتسويق.

طريقة التغليف لا تراعى المتعايير

تبين طريقة التغليف التي تظهر عليها صورة هذا الدواء أنها مختلفة تماما لشروط وقواعد التغليف الدولية والمتخصصون في هذا القطاع الشرطي الذي أمدته وزارة الصحة ما يظهر شكوكا أخرى حيث أن الدواء عبارة عن كفياس دون عليها اسم المنتج الدواء "IFOSFAMIDE" (نوع أسهل للكيس نون إسم المخبر الذي هو من أسهل هسني "OKASA" والدواء عبارة عن "بودرة" تشبه

هذا الدواء دخل السوق الجزائرية على خلاف ما ينص عليه القانون. في وقت كان قد صرح فيه مدير الصيدلة بوزارة الصحة خلال حصة تلفزيونية بثت على الفضائية الجزائرية التاطقة باللغة الفرنسية "le VII" في 16 نوفمبر الماضي أن المنتجات الصيدلانية المستوردة لا يمكنها أن تدخل الجزائر إذا لم تكن مسجلة في برامج الاستيراد، وأن الصيدلانية المركزية للمستشفيات وحدها لها صلاحية منح ترخيص مؤقت لاستيراد المنتجات الصيدلانية.

في سياق ذي صلة، أمضى مدير الصيدلة بتاريخ 21 جويلية 2008 على ترخيص لاستيراد 15 نوعا من الأدوية المضادة لسرطان تليمة لمخاطر "IvO-DPOV" تحت رقم 510 بعدد التحضير الذي ضمه الخبير الوطني لمراقبة المنتجات الصيدلانية، من بينها دواء "ifosfamide" الذي جلبت منه تحد الآن 1199 علبة حسب ما تبينه الرخصة التي حصلنا على نسخة منها. ويرأي الأخصائين فإن هذه الرخصة لا أساس لها من الصحة لأنها لا

استطلاع، سلوية حمادي

ويخشى خبراء الصحة الذين بلغهم صيت هذه الحادثة من تقادم الوضع وزيادة عدد الوفيات دون معرفة الحقيقة ويتنازع التحقيق الذي أكتت مساندا أنه متعلق منذ حوالي شهر على مستوى المركز الاستشفائي لمكافحة السرطان "بيار ماري كوري" وما زالت لحد الآن لم تظهر نتائج منذ نوفمبر. وأكد مصدر رسمي من مركز مكافحة السرطان "بي ماري كوري" في الشروق اليومي أن هذا الدواء مسموم وأن أعراضه جد خطيرة، مشيئا أن المخول الرئيسي للحديث عن ما إذا تسبب في وفاة الأطفال الأربعة هو مخبر مراقبة الأدوية "pharmacovigilance"، وأفاد أيضا أنه وراء تحريك القضية والمسماة الآن بين أيدي وزارة الصحة، وعلما أيضا أن الحكومة كمن هي المكلفة بالتحقيق على مستوى مخبر "فارماكوفيجيولونسي".

مديرية الصيدلة متحت تحريضا لجلب هذا الدواء وثبات مصادر متخلفة أن

تحقيق قضائي حول وفاة امرأتين بمستشفى ورقلة

كشفت عمار سكي النائب العام لمجلس قضاء ورقلة في تصريح خاص للشروق أن النيابة العامة مارست إلى فتح تحقيق قضائي وتكليف عناصر المصيبة القضائية للبحث في دواعي وفاة امرأتين بمستشفى 600 مرمير محمد بويوسف بولاية ورقلة بعد إجراء عمليات جراحية لهما وبخولهما في عيوبة تجاوزت الأسبوع، وما ترتب عنها من مضاعفات خطيرة، وأشار ذات المتحدث أن النيابة العامة ستطبق القوانين على كل من يشكك في صحة الإعمال وتورطه في الحادثة الأليمة بعد تحديد المسؤوليات مستقلا. مؤكدا أن التحريات لازالت متواصلة، كما أن نتائج التشريع الطبي الذي أجري ملحا على الضميتين قبل فتحهما مع أسرهما سوف يكشف المسئول لاحقا، من جهة أخرى بدأت حملة الاتهامات بين إدارة العرقف الصحي المتكور والشركة الجزائرية الألمانية المختصة المسماة "كينيفاز" المتخصصة في تزويد المستشفيات بقرابورات غاز ديوتوكسيد الأزوت المستعمل عادة في المساعدة على التنشيط، والمروج أن يكون قد استبدل بنزاق ثاني أكسيد الكاربون في انتظار انتهاء العمل، وعلم أن كل من الضحية (ص. 44 سنة وكذا (خ.ف) 45 عاما قد توفيتا نهاية الأسبوع المنتهي بعد مماناة حادة بقاعة الإنشال لأزيد من 7 أيام. القضية للمتابعة. محكم عزي

سكير يدهس شرطيا في حاجز أمني بالواداي

سعد للشرطي جاء به قتلته السيطرة على سيارته. هذا وتم عرض المتهم صباح أمن أمام وكيل الجمهورية لدى محكمة المدينة بتهمة حرك شرطي والسيلفة في حالة سكر، فيما تماثل الشرطي للشفاء وغادر المستشفى.

وفيد شويح

حجز قرابة القنطارين من الكيف داخل سفن تجارية

أسفرت تدخلات وحدات حرس السواحل على مستوى الجهة الغربية في إطار مكافحة تهريب المخدرات، عن حجز ما يقارب القنطارين من الكيف -أكثر من 186 كغ- خلال السنة القارفة كانت مخابة بإحكام داخل سفن تجارية بفرش تهربها نحو أوروبا، حيث بافترض مصالح الأمن في هذا السياق تحريات مكثفة للوقوف على الرؤوس الكبيرة التي تنقب وراء مثل هذه العمليات، علما أن وحدات خفر السواحل التابعة للولاية البحرية بهران، التي كانت تجوب المياه الإقليمية، اكتشفت سابقا، طرودا محملة بكميات معتبرة من السموم، اغفلتها الأمواج.

م. حمادي

إنتقاذ سويسري من الموت بشاطئ الغزوات

تمكن حراس الشواطئ بمديرية الغزوات الساحلية بتلمسان من إنتقاذ مفلس سويسري من الموت الأكيد ليلة أمس، عندما رمت به الأمواج بالقرب من ميناء الغزوات، ولولا سرعة تحرك قوارب حرس الشواطئ لكان الرعية السويسري من بين الموتى، حيث تم نقله على جناح السرعة من قبل مصالح الحماية المدنية لتلقي العلاج. وحسب ما أكتته مصادر "الشروق"، فإن الضمير السويسري قافواي قاتسو بإسكالم صاحب 29 سنة من قاتسو، كان قاطنا من سواحل مدينة وهران ومتجها رأسا على متن قاربه الشخصي بإتجاه السواحل المغربية وتحتيدنا من الشواطئ المغربية، غير أن كثرة الأمواج وتبدى الأحوال الجوية حال دون إتمام مسافرتة، حيث وجد نفسه بين الحياة والموت تتناغله أمواج البحر.

ع. بويضيف

سكير يدهس شرطيا في حاجز أمني بالواداي

نجا شرطي من الموت بأعجوبة بعد أن أقدم سائق سيارة من نوع "بيكانتر" على دهسه عندما كان يشرف على الحاجز الأمني ليلة أول أمس بوسط بلدية القنصل الحسري بولاية الوادي، ثم لاذ بالسلاتق بالفرار لتتمكن رجال الشرطة من توقيفه بعد ذلك بأساعات. وكثرت مصادر علمية للشروق اليومي أن الشرطي الذي كان في الحجز الأمني فوجئ في حدود الساعة الواحدة صباحا من ليلة أول أمس بتوجهه سائق السيارة نحو بومرعة مخروطة لم تهمله حتى بالإلتعاد عن طريقه. ليلاوئذ السائق بالفرار بعد ذلك بينما أصيب الشرطي بجروح متوسطة نقل على إثرها إلى مستشفى الشهيد بن بصر الجيجالي في مدينة الوادي. وبعد مطاردة استمرت لساعات تمكنت مصالح الشرطة من القبض على السائق الذي لتضع انه كان يتوّد في حالة سكر، وإن

الدرك الوطني يعتنق تحقيقات في الجريمة

عسكري يقتل بطعنات سكين ويلقى به قرب ميناء أرزيو

الكشف عما إذا كانت الواقعة قد تمت بمقاومة من الضحية، وأيضا لتأكد من السبب الأصلي للوفاة بغض النظر عن الطعنات الظاهرة على جسد الضحية، ومن جانب المعلومات الأولية للجهة المحققة، فإن طبيعة الفعل والمتورطين فيه لا تزال لحد الآن في طي الكتمان والسرية، حيث تم في نفس السياق استماد العمل الإرهابي

انتعاز إطار ماركيب العجبار بسوق الهراس

أقدم نهاية الأسبوع الماضي تنابيح متقاعد تم موظف ماركيب العجبار على الانتعاز شتقا بمقر إقامته العائلية بولاية الغزوات في ولاية الطارف وقد نقل جثمان "حج" المعروف باسم "تالي" إلى مستطراس في حي لعلاوية بسوق الهراس وسط ذهول معاولة حول دوافع الانتعاز، رغم أن مصادر متطابقة أكتت حدوث العملية بسبب بعض المشاكل المالية، وقد وجد الفقيدي البالغ من العمر 55 سنة، يعيش الأرياء الماضي جثة هامدة متعليه من اللقن بواسطة سكين، التناطح القضاة داخل إحدى الغرف، بمسكنه في الغزوات، حيث كان يشغل إطارا مسيرا بمركب العجبار قبل أن يحال مؤخرًا على التقاعد.

ع. قنور

الدرك الوطني يعتنق تحقيقات في الجريمة

عسكري يقتل بطعنات سكين ويلقى به قرب ميناء أرزيو

الحادثة حسب مصدر "الشروق" وقعت على مستوى طريق الكورنيش المؤدي إلى ميناء أرزيو الذي عادة ما تقل فيه الحركة يوم الجمعة لاسيما خلال وقت الصلاة، حيث وجد الضحية الذي كان يرتدي زيا مدنيا جثة هامدة ملقى على الأرض والدماغ تكاد تغطي كامل صدره تقريبا، مما يقصر الهجوم الضروس الذي تعرض له خاصة وأن آثار الطعنات المتعددة التي أصيبت بها الضحية كانت تؤكد على أن القاتل عمد إلى ضربة بجية القتل وإزاح وجهه. كما أفادت نفس الجهات أن مصالح الدرك الوطني سلطت بعد تلقيها التحريات وقهاها بتفتي أي آثارها، فتحت تحقيقها حول الحادثة، وتم تحويل جثة العريف على مصلحة الطب الشرعي بالمستشفى العسكري لتشرعها ومحاولة فله بعض الألفاظ

خيرة خانو

اعتزرت المدينة البيرولية أرزيو بولاية وهران على وقع مقتل عسكري برتبة عريف عن عمر يناهز 24 سنة مساء أول أمس بطريقة بشمة للغاية على أيدي مجهولين وجهوا له عدة طعنات بجنون، ثم ألقوا بجثته مخضبة بالدماء على طريق الكورنيش. زاد خبر الاعتداء القاتل الذي تعرض له عسكري متقاعد على مستوى المنعرج القريب من ميناء أرزيو بعد صلاة الجمعة الأخيرة من إشارة المزيد من الرعب الشديد وسط أهالي المنطقة الذين دأبوا منذ الشهر الأخيرة على تلقي أتباء مخيفة عن حوادث إجرامية، باتت تحصل بمسفة متوالية وخلال فترات متقاربة جدا من دون التوصل إلى هوية مرتكبيها ولا إلى أي جديد عن مسير أولئك الجوهلين.

ZONES HUMIDES

Démarches pour la prise en charge de la Sebkha d'Oran

La prise en charge de la grande Sebkha d'Oran est une préoccupation majeure des pouvoirs publics, soucieux de cet espace naturel protégé et vital selon le directeur de l'environnement. Cette zone étendue d'eau douce, classée par la Convention Ramsar des zones humides, occupe une superficie de 43.000 hectares sur trois wilayas, ce qui lui confère une dimension nationale.

Dans sa partie orientale elle borde la commune de Misserghine, au nord de Sidi Bel Abbès, avant de s'étirer jusqu'à Hassi El Guella, au nord de Ain Témouct et plonger en direction de Sidi Bel Abbès.

Pendant le siècle dernier, la Sebkha a fait l'objet de nombreuses études et recherches qui ont permis d'envisager diverses solutions pour sa protection et sa valorisation. En 2006, sous la supervision du ministère des ressources naturelles, un bureau français a réalisé une étude d'aménagement intégrée de la Sebkha. Il a été décidé de mettre en œuvre une politique de gestion à même de répondre aux exigences du développement économique, agricole et de la préservation du site naturel par le biais d'une gestion de ses ressources et la préservation de sa qualité, a indiqué le directeur de l'environnement. Sur la base de ces objectifs, 19 projets ont été proposés au niveau des trois wilayas concernées par le développement de la Sebkha. Il s'agit, entre autres, de la



réalisation d'un plan régional d'aménagement territorial, la création d'une zone industrielle à Tafraoui, d'une station d'épuration d'eau à El Kerma, d'un réseau d'irrigation dans la plaine de M'leta au sud d'Oran et la réalisation de retenues collinaires dans plusieurs communes situées à proximité de la Sebkha. D'autres projets concernant les deux autres wilayas ont été également préconisés dans ce sens.

L'ensemble de ces projets ayant fait l'objet d'étude ont été également supervisés par l'Agence du bassin hydrographique Chott Echerki, prenant en considération le développement urbain et la relance économique et agricole en plus de la protection de l'environnement. En matière de lutte contre la pollution, qui menace cette zone humide, la wilaya d'Oran a procédé à la réalisation d'une station d'épuration des eaux usées à El Kerma, opérationnelle depuis plus d'un mois.

Cette station prend en charge l'épuration des eaux usées du groupement urbain composé d'Oran, de Bir El Djir, d'Es Senia et de Sidi Chami pour une capacité de 270.000 mètres cubes par jour. Les eaux traitées sont destinées à renforcer le réseau d'irrigation de la plaine de M'leta, conformément aux propositions émises par l'étude la concernant et afférente à l'irrigation d'une superficie de 8.100 hectares. La mise en application des recommandations avancées par l'étude de protection de la grande Sebkha a donné lieu à la réalisation, par la Direction de l'hydraulique, de huit retenues collinaires au niveau de la wilaya. Huit études portant sur la réalisation de 8 autres ouvrages similaires à travers cette zone humide ont été également achevées. Dans le cadre du programme de réhabilitation et de protection des zones humides, la Conservation des forêts de la wilaya prévoit le lancement d'une opéra-

tion de reboisement, qui ciblera une superficie de 50 hectares dont 25 ha prévus pour la plantation d'oliviers au profit des populations riveraines de cette zone humide. Il est prévu également l'ouverture de 2 km de pistes, l'aménagement de 5 km de chemins vicinaux, la réalisation d'un centre de surveillance et de suivi des oiseaux migrateurs nichant dans cette zone humide. Ces opérations dont la réalisation s'effectuera à moyen terme ont nécessité un montant de plus de 45 millions de dinars, indique-t-on auprès de la Conservation des forêts. En dépit de la matérialisation d'un grand nombre de projets visant la protection de cette zone humide, la plus grande et la plus importante au niveau de la wilaya d'Oran, d'autres efforts restent à faire, eu égard à son importance économique, du fait qu'elle représente une richesse naturelle productive, estime un écologiste activant dans la région.

CHANGEMENT CLIMATIQUE MENACE LES CÈDRES MILLÉNAIRES DU LIBAN

Le majestueux cèdre du Liban, symbole du pays depuis des siècles, est menacé par le changement climatique.

Le "Cedrus Libani", dont le bois a été prisé à travers l'histoire pour sa dureté et sa résistance, figure sur la "liste rouge" des espèces "fortement menacées" de l'Union internationale pour la préservation de la nature, l'inventaire mondial le plus complet de l'état de conservation global des espèces végétales et animales.

Les écologistes mettent en garde contre l'impact du réchauffement climatique sur cet arbre, qui, victime d'une déforestation intensive, ne vit déjà plus que dans des zones protégées.

"Ca suffit de parler de la nécessité de préserver le cèdre. Il est temps d'agir", déclare Nizar Hani, coordinateur scientifique de la réserve naturelle des cèdres d'Al-Chouf, dans la région montagneuse du Chouf, au sud-est de Beyrouth. "Tout indique que si le changement climatique actuel se poursuit, les cèdres pourraient être en danger".

Cette réserve, la plus importante du pays avec plus de 25% des 2.000 hectares plantés en cèdres du Liban, a été créée en 1996. Certains de ces arbres aux aiguilles persistantes, de la famille du pin, sont vieux de 2.000 ans.

"La fonte des neiges en montagne pourrait provoquer sa disparition", explique Wael Hmaidan, directeur de la Ligue des activistes indépendants (IndyAct), ONG spécialisée dans les questions environnementales. Le cèdre, qui peut atteindre 50 mètres, aime en effet la neige, et pousse entre 1.200 et 1.800 mètres au dessus du niveau de la mer. Le réchauffement du climat pourrait le contraindre à grimper plus haut pour survivre. "Si pendant plusieurs jours consécutifs, l'on n'a pas un mélange de pluie, neige et givre, les graines ne peuvent se disséminer. Le froid est également nécessaire à la germination des graines", ajoute Fady Asmar, un consultant spécialiste des forêts de Méditerranée. "Ils ont besoin aussi de la brume d'été. Tout chan-

ملخصات الدراسة

- ملخص الدراسة باللغة العربية
- ملخص الدراسة باللغة الانجليزية
- ملخص الدراسة باللغة الفرنسية

ملخص الدراسة

تتدرج دراستنا الإعلامية "الصحافة المكتوبة وقضايا السياحة في الجزائر" ضمن الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة التي كان الهدف من إعدادها عكس واقع و أهمية متغيريها الأساسيين "الصحافة المكتوبة" و "السياحة" في الجزائر و تحصيل معلومات واضحة ودقيقة تعكس واقع الموضوع و ذلك من خلال صحيفة "الشروق اليومي" و صحيفة "EL ACIL" كعينة ممثلة لمجتمع الدراسة نكشف من خلالها أهدافها من الرسالة السياحية و ما تريد تبليغه من خلالها انطلاقا من الإيمان بأهميتها كوسيلة اتصال جماهيري قادرة على عكس صورة سياحية عن الجزائر و إبراز قضاياها بقواعد و أساليب تكفل التعبير عن هذه القضايا التي أصبحت مهمة على الصعيد الوطني و تحتاج إلى طرح إعلامي يعكس مختلف الإمكانيات السياحية و مختلف التغيرات التي يشهدها القطاع السياحي خاصة مع تزايد الوعي الوطني بأهمية و دور الخدمة السياحية على جميع الأصعدة الاقتصادية للبلاد و هو مادفعا إلى طرح التساؤل الجوهرى الذي تمحور حول : مدى اهتمام الصحافة المكتوبة بقضايا السياحة في الجزائر؟ وهل ماتقدمه من مضامين إعلامية يعكس فعلا واقع السياحة في الجزائر؟ .

و عليه فقد تحددت أهداف دراستنا فيما يلي:

- كشف واقع القضايا السياحية في الصحافة المكتوبة الجزائرية.
- معرفة مدى اهتمام الصحافة المكتوبة بقضايا السياحة خاصة في ظل الاستراتيجيات السياحية الراهنة.
- الكشف عن مختلف التقنيات، الأنظمة الاتصالية و النماذج الإقناعية و الأشكال الصحفية المعتمدة من قبل الصحافة المكتوبة كأساليب لتبليغ الرسالة السياحية لجماهير السياحة في الجزائر.
- إبراز مكانة الصحافة المكتوبة كوسيلة فعالة في تبليغ الرسالة السياحية و عكس صورة إيجابية للبلد بالرغم من التطورات التكنولوجية الحاصلة في وسائل الإعلام و الاتصال.
- إلى جانب محاولة الكشف عن سلم أولويات الصحافة في تناولها لقضايا السياحة في الجزائر. و انطلاقا من أهداف دراستنا المحددة مسبقا تلخصت الفروض الخاصة بها فيما يلي:

الفرضية الأولى: تهتم صحيفة الشروق اليومي بقضايا السياحة في الجزائر من الناحية الشكلية أكثر من صحيفة EL ACIL.

الفرضية الثانية: يعكس مضمون المواضيع السياحية في صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL تنوع المنتج السياحي في الجزائر حسب تنوع المقومات السياحية.

و نظرا لطبيعة دراستنا اخترنا منهج المسح بالعينة الذي يهتم بدراسة قضايا السياحة من خلال الصحافة المكتوبة في الجزائر كجزء من أجزاء المجتمع في حدود الوقت و الإمكانيات المتاحة من خلال صحيفتي الشروق اليومي و EL ACIL كعينة ممثلة للمجتمع تجرى عليها الدراسة التحليلية من خلال الأعداد الخاصة بسنة 2009. إضافة إلى إدراج المنهج المقارن إلى جانب منهج المسح بالعينة وفقا لدواعي الدراسة فيما يخص معرفة أوجه التشابه و الاختلاف في تناول قضايا السياحة في الصحيفتين من حيث الشكل و المضمون. حيث تم تناول مضامينها الإعلامية الخاصة بقضايا السياحة في الجزائر خلال سنة 2009 انطلاقا من الاعتقاد بصدقية تمثيلها للمجتمع و بشكل موضوعي وذلك بدراسة مضامينها على مدار 12 شهرا.

أما فيما يتعلق بجمع بيانات الدراسة فقد اعتمدنا أداة تحليل المحتوى كأسلوب للبحث نهدف به إلى الوصف الموضوعي المنظم الكمي لمحتوى مضامين الصحافة المكتوبة الخاصة بقضايا السياحة في الجزائر بعد تصنيف و تبويب مادتها الإعلامية في استمارة تحليل المحتوى من 49 جدولا.

و لقد تمت دراستنا في إطار تحديد الوظيفية كمنظور للدراسة لأنها أكثر النظريات ملائمة لمثل طبيعة دراستنا التي حاولنا من خلالها الكشف عن وظائف الصحافة المكتوبة و أهميتها كوسيلة إعلامية قادرة على تبليغ الرسالة السياحية في الجزائر باستخدام كافة الأساليب الإقناعية القادرة على تغطية السوق السياحي من جهة و يتسنى للقارئ استقاء معلومات تصل إليه في أشكال صحفية متنوعة و متباينة تعبر عن مختلف الحقائق و المعلومات السياحية من جهة أخرى.

Summary of the survey:

Our study press "print and business tourism in Algeria" is incorporated among the analytical comparative descriptive studies which are designed in contrast to the reality and importance of his fundamental variables "print and tourism in Algeria and perception of clear and accurate information that reflects the reality of the object, this is done through the newspaper "El Chourouk El Yaoumi" and the newspaper "El Acil, as a sample that represents the company into study, from which it reveals the goals of tourism and that is to transmit information through as his conviction and its importance as a means of mass communication can reflect the image of tourism in Algeria and to highlight its business by rules and methods that support the expression of its issues have become important at the national level, they need exposure to media that reflects the different capacities of tourism and the different variables experienced by the sector tourism especially with the increased national awareness about the importance and role of the tourist service on all the country's economic plans, which prompted us to ask an important question that focuses on: the interest of the press business tourism in Algeria? Are the contents of the press media has really reflecting the reality of tourism in Algeria?

That's what the objectives of our study were determined as follows:

- Revealing the reality of business tourism in the Algerian press
- Know the value of tourism business news in particular under the framework of the current strategies of tourism.
- Reveal all the different techniques, communication systems, types and forms of persuasive media used by the press as a means of communication to announce a tourist information to the public of tourism in Algeria
- To highlight the importance of the press as an effective way to spread the message of tourism and reflect a positive vision of the country despite the advances of communication technology.

Thus, trying to discover the scale of priorities of the press in its decision concerning the tourism business in Algeria
Based on the objectives of our study identified above, the assumptions are derived as follows:

The first hypothesis:

The newspaper "El Chourouk El Yaoumi interested in tourism business in Algeria on a formal level more than the newspaper" El Acil"

The Second Assumption:

The content of the topics tourist newspaper El Chourouk El El Acil Yaoumi and reflects the variety of tourism products in Algeria according to the variety of potential tourist Given the nature of our study, we chose the method of survey which aims to study the tourism business through the press in Algeria as a part of society within the limits of time and means available., according to the newspaper El chourouk Yaoumi El and El ACIL as a representative of the company which suffered a study analysis of the figures of 2009.

In addition to the insertion of the method compared next to the method of survey following reasons for the study on the knowledge of aspects of similarity and difference in the treatment of business tourism in the two newspapers on the whole and content. Whereas it has been carried out taking their media content relating to the business of tourism in Algeria in 2009 from the belief in the credibility of its representation of the community in an objective that by the study of its contents for 12 months.

On all data from the study, the tool was based on content analysis as a research method for an objective description of the content organized and quantitative funds newspaper business tourism in Algeria after grading and tabulation of media materials in the content analysis of 49 tables.

Our study was established as part of determining the functionality as the prospect of study because it is more compatible with the nature of our study, from which we tried to reveal the functions of the press and its importance as a means of media to announce the message can travel in Algeria using all the persuasive means able to cover the tourist market on the one hand, and the reader may have received information in a variety of journalistic forms and expressing all the various different truths and tourist information on the other hand.

Résumé de l'étude :

Notre étude de presse « la presse écrite et les affaires du tourisme en Algérie » s'incorpore parmi les études descriptives analytiques comparées lesquelles sont conçues contrairement à la réalité et l'importance de ses variables fondamentaux « la presse écrite et le tourisme en Algérie », et la perception des informations claires et précises qui reflètent la réalité de l'objet, cela se fait à travers le journal de « El Chourouk El Yaoumi » et le journal de « El Acil », en tant qu'échantillon qui représente la société mise en étude, à partir duquel on révèle les buts du tourisme et ce qui veut transmettre comme information à travers sa conviction et son importance en tant que moyen de communication de masse capable de refléter l'image du tourisme en Algérie et de mettre en évidence ses affaires par des règles et des méthodes en prenant en charge l'expression de ses enjeux qui sont devenus importants au niveau national, ils ont besoin d'une exposition de média qui reflète les différentes capacités du tourisme et les différents variables qu'a connu le secteur touristique spécialement avec l'augmentation de la sensibilisation nationale concernant l'importance et le rôle du service touristique sur tous les plans économiques du pays, ce qui nous a poussé à poser une question capitale qui se focalise sur : l'intérêt de la presse écrite aux affaires du tourisme en Algérie ? Est ce que les contenus de média que la presse présente reflètent réellement la réalité du tourisme en Algérie ?

C'est pour quoi, les objectifs de notre étude se sont déterminés comme suit :

- Révéler la réalité des affaires touristiques dans la presse écrite algérienne
 - Connaitre l'intérêt de la presse aux affaires touristiques notamment sous le cadre des stratégies actuelles du tourisme.
 - Révéler toutes les différentes techniques, les systèmes de communication, les types persuasifs et les formes de presse utilisées par la presse en tant que moyens de communication pour annoncer une information touristique au public du tourisme en Algérie
 - Mettre en évidence l'importance de la presse en tant qu'un moyen efficace dans la diffusion du message touristique et refléter une vision positive du pays nonobstant les progressions technologiques des moyens de communication.
 - Ainsi qu'essayer de découvrir les échelles des priorités de la presse dans sa prise concernant les affaires touristiques en Algérie
- A partir des objectifs de notre étude sus- désignée, les hypothèses sont déduites comme suit :

La première Hypothèse :

Le journal de « El Chourouk El Yaoumi s'intéresse aux affaires touristiques en Algérie sur le plan formel plus que le journal de « El Acil »

Deuxième Hypothèse :

Le contenu des sujets touristiques dans les journaux El Chourouk El Yaoumi et El Acil reflète la variété du produit touristique en Algérie selon la variété des potentiels touristiques

Vu la nature de notre étude, on a choisi la méthode d'enquêter par sondage qui a pour but d'étudier les affaires touristiques à travers la presse écrite en Algérie en tant qu'une partie de la société dans la limite du temps et des moyens disponibles., d'après le journal El chourouk El Yaoumi et El Acil comme un échantillon représentatif de la société lequel subie une 'étude d'analyse d'après les chiffres de l'année 2009.

En plus de l'insertion de la méthode comparée à coté de la méthode d'enquête par sondage suivant les motifs de l'étude concernant le savoir des aspects de ressemblance et de différence dans le traitement des affaires touristiques dans les deux journaux sur la globalité et le contenu. Attendu qu'il a été procédé à la prise de leurs contenus de média relatifs aux affaires du tourisme en Algérie durant l'année 2009 à partir de la conviction en la crédibilité de sa représentation de la communauté d'une manière objective cela par l'étude de ses contenus durant 12 mois.

Concernant toutes les données de l'étude, on s'est basé sur l'outil d'analyse du contenu comme une méthode de recherche pour une description objective organisée et quantitative du contenu des fonds de presse écrite des affaires touristiques en Algérie après classification et tabulation des documents médiatiques dans l'analyse du contenu de 49 tableaux.

Notre étude a été établie dans le cadre de déterminer la fonctionnalité en tant que perspective d'étude car elle est plus compatible avec la nature de notre étude, à partir de laquelle on a essayé de révéler les fonctions de la presse écrite et son importance en tant que moyen de média capable d'annoncer le message touristique en Algérie en utilisant tous les moyens persuasifs apte pour couvrir le marché touristique d'une part, et le lecteur pourra avoir des informations parvenues dans des formes journalistiques variées et différentes exprimant tous les différentes vérités et les informations touristiques d'une autre part.