

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة العربي التبسي - تبسة  
Larbi Tebessi University - Tebessa  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
Faculty of Humanities and Social Sciences



قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

مذكرة ماستر تحت عنوان

# ريورتاج مصور حول الاعلام السياحي في ظل تدهور الوضع الصحي خلال جائحة كورونا

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذ

• نورية آيت محند

من إعداد الطلبة

فطوم روميضاء

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
بوزيان عبد الغني	استاذ تعليم عالي	رئيسا
نورية آيت محند	استاذ مساعد -أ-	مشرفا ومقررا
امير علي فاطمة الزهراء	استاذ مساعد -أ-	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية 2021 / 2022

## شكر و عرفان

اشكر المولى عز وجل الذي وفقني وسهل لي كل امر صعب والحمد لله الذي مدني بالقوة و  
الصبر على مواصلة هذا العمل انطلاقا يسرني ان اتقدم بالشكر والامتنان الى استاقتي و  
مشرفتي "نورية آيت محمد" الذي تكرمت بالاشراف علي و قدمت لي النصيح و  
الارشاد طيلة مدة الدراسة فجزاها الله كل خير لي كل من ساهم من قريب او بعيد في  
انجاز هذا العمل لكم.

## الإهداء

الى من علمني كيف اتعب لئلا اعمى من كانت ارشاداته نور وبني الى من جاهد

لاجل الى "ابي الغالي"

الى احدى ثلاثة حروف ينطقها لساني، الى نبع الحنان و الطيبة الى من علمتني الكثير، الى احدى

انسان على الوجود الى "امي الحبيبة"

الى اخوتي الذين ساندوني طوال فترة حياتي الى كل من عمل معي بكه بغية اتمام هذا العمل

## ملخص :

يهدف ريبورتاج المصور الذي جاء بعنوان "الاعلام السياحي و الجائحة " الى تسليط الضوء على الاعلام السياحي في جائحة كورونا و كيف روج للسياحة الداخية في مقابل انعدام السياحة الخارجية و توقف حركة السفر خلال الجائحة و التسويق للوجهات السياحية عبر مختلف وسائل الاعلام بصفة عامة و الاعلام السياحي بصفة خاصة الذي اصبح بمثابة الواجهة الاساسية لوجهة الجزائر السياحية و خاصة مع تطور و تعدد وسائل الاعلام المستخدمة في المجال السياحي

## **Abstract :**

This study, represented in an illustrated reportage about "Tourist Media in light of the deterioration of health status during Corona pandemic", aims to identify the contribution of the tourism media in revitalizing the internal Algerian tourism through the use of various media for this specialized media such as; radio, television and social media means and even the tourist agencies which are considered also as a means of media, and the extent of efficacy of the tourist media in revitalizing domestic( internal) tourism in exchange for the lack of foreign tourism and the cessation of travel movement during Corona Pandemic

الصفحة	المحتوى
2	مقدمة
14-4	الاطار المنهجي
4	اولا: فكرة الموضوع
5	ثانيا : اسباب اختيار الموضوع
5	ثالثا : تحديد المصطلحات
8	رابعا : اهداف الدراسة
8	خامسا : اهمية الدراسة
8	سادسا : النوع الصحفي المختار-روبورتاج -
8	1-تعريف الروبورتاج
9	2-لمحة تاريخية عن الروبورتاج
9	3- خصائص الروبورتاج
10	4-انواع الروبورتاج
11	5-الفرق بين الروبورتاج و الانواع الصحفية الاخرى
21-14	الاطار النظري
14	اولا : تعريف الاعلام السياحي
14	ثانيا : خصائص الاعلام السياحي
14	ثالثا : اهداف الاعلام السياحي
16	رابعا : أهمية الاعلام السياحي
16	خامسا: وظائف الاعلام السياحي
18	سادسا : الدور الجوهري للاعلام في ترويج و التنمية السياحية
18	سابعا : تاثير كورونا على الاعلام السياحي
30-23	الاطار التطبيقي
23	اولا : مرحلة ما قبل التصوير
23	ثانيا: مرحلة التصوير
24	ثالثا : مرحلة ما بعد التصوير
24	رابعا : نص التعليق

26	خامسا : البطاقة التقنية للروبورتاج
27	سادسا : تصميم الشارة
28	سابعا : التقطيع التقني
32	خاتمة
33	قائمة المراجع
37	ملاحق

# مقدمة

يمثل الإعلام بمختلف وسائله ومستوياته أداة أساسية ووسيلة لا يمكن الاستغناء عنها أو تهيمش دورها لجميع المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء ، في أوقات الرخاء والاستقرار وفي أوقات الأزمات والصراعات. أدى التقدم الهائل الذي حققته وسائل الإعلام كماً ونوعاً ، إلى مضاعفة الوقت الذي يكرسه الفرد للتعامل مع مخرجات وسائل الإعلام أو بعضها ، حتى أصبحت الإعلام في عصرنا جزءاً من حياة المواطن بمختلف تخصصاته ، و من بينه الاعلام السياحي .

فيعتبر الإعلام السياحي أحد أنماط الاتصال بمفهومه الواسع، وهو يعبر عن النشاط الاتصالي الذي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة، حول جوانب مختلفة لصناعة السياحة وعليه يمكن اعتبار الإعلام السياحي أحد المكونات الرئيسية للنظام السياحي وحتى تتمكن أي دولة من إقامة صناعة سياحية قوية لابد عليها أن تؤسس نظام إعلامي سياحي فعال. فقد عمل هذا الاخير بنهوض بصناعة السياحة إلى صدارة القطاعات الاقتصادية .

وعلى الرغم من تراس قطاع السياحة مختلف القطاعات . الا ان جائحة كورونا عفست به وهذا ما جعلها خلفت اثار سلبية وتكاليف باهظة في قطاع السياحة و جعلت العالم في تراجع الي ادنى مستوياته .و ذلك ما استوجب اتخاذ تدابير لادارة الازمة بشكل يقلص من الخسائر و تلافى العواقب الوخيمة التي تتجم عن انتشاره ، و ذلك بتعليق حركة السفر و الرحلات السياحية وهذا ما اثر سلبا على السياحة العالمية والوطنية .

وفي ظل هذه الظروف القاسية على المجال السياحي ، وجب على الدول تغيير الخطط لبعث السياحة وإعطائها نفساً جديداً، والتسويق الجيد للوجهات السياحية خلال هذه الأزمة. و ذلك باللجوء الي السياحة الافتراضية و السياحة الداخلية مما يسمح للأفراد الخروج من الممل الذي كبده الحجر الصحي و التمتع برؤية الاماكن السياحية باستخدام احدث التقنيات التكنولوجية.



## الاطار المنهجي

اولا: فكرة الموضوع

ثانيا : اسباب اختيار الموضوع

ثالثا : تحديد المصطلحات

رابعا : اهداف الدراسة

خامسا : اهمية الدراسة

سادسا : النوع الصحفي المختار

## اولا: فكرة الموضوع

يعد قطاع السياحة من القطاعات المهمة و البديلة اليوم سواء كان ذلك من الناحية الاقتصادية و ما يترتب عنه من خلق مناصب للشغل او استغلال و استثمار للمناطق البيئية و الطبيعية المميزة ، لذلك فان العمل عليه و و تطويره و استغلاله احسن استغلال يعد امرا حتميا و لازما ، و من العوامل التي تساعد على قيامه و الترويج اليه و التسويق له الاعلام ، فان العلاقة بين الاعلام و السياحة علاقة تشاركية تستفيد منها السياحة مثلما يستفيد الاعلام فالاعلام بمختلف و سائله و المتمثلة في الصحف و الاذاعة و التلفزيون و كذلك وسائل التواصل الاجتماعي لما اتكسبته من مكانة وسط هذا التطور التكنولوجي الرهيب، كما ان الجريدة بدورها او الصحف تروج للاعلام بطريقتها و اسلوبها الخاص معتمده في ذلك على تقارير و مقالات تعرف بالمناطق السياحية ، في حين الاذاعة و التي تعتبر من اقرب الوسائل الاعلامية للمواطن تروج هيا الاخرى من خلال تسليط الضوء على بعض المناطق الطبيعية او المعالم الاثرية و التي قد لا تكون معروفة بشكل كبير لدى عدد من المواطنين ، كما يعتبر التلفزيون اهم الوسائل الاعلامية حيث انها تعتمد صوتا و صورتا في عرض جماليات هذه المناطق و اظهارها في اجمل صورة من خلال التقارير و الريبورتجات و بعض البرامج السياحية المتخصصة و في خضم العصرية و التطور التكنولوجي الرهيب ، فقد اضحت و سائل التواصل الاجتماعي الوسيلة الانية و الحينية و السريعة جدا و التي يتعرض لها المواطن بشكل رهيب و هي التي تعتمد على التدوين المصور vlog من خلال الناشطين عبر المواقع او ما يسموا vloger او صانعي المحتوى ، ولكن في ظل جائحة كورونا و ماترتب عنها من اجراءات وقائية و احترازية و تغيير لبعض النشاطات المعتادة و ذلك بحكم الحيطه و الحذر فقد تغيرت معها النشاط السياحي المعتاد و كذلك طرق التسويق و الترويج لي بعض المناطق السياحية الداخلية وهو ما اردنا التعرف عليه من خلال دراستنا الميدانية و المتمثلة في الروبورتاج مصور.

لذلك سنحاول من خلال الروبورتاج المصور الاجابة على الاشكالية الاتية :

-في تتمثل اثار جائحة كورونا على الاعلام السياحي ؟

## ثانيا : اسباب اختيار الموضوع

### ➤ اسباب موضوعية :

- 1- هناك عدة اسباب موضوعية تجعلنا نختار موضوع دراسة و لنذكر منها :
- 1- حداثة الموضوع من ناحية ارتباط الاعلام السياحي بالوضع الصحي خلال جائحة كورونا
- 2- فكرة الموضوع تواكب التغيرات الحاصلة في قطاع السياحي.
- 3- دراسة الاعلام السياحي و اسهامه في التعرف على المناطق السياحية.

- 4- ندرة الاعمال الصحفية المصورة حول هذا الموضوع .
- 5- اثناء مكتبة الجامعة بمراجع جديدة حول الموضوع.

➤ **الاسباب الذاتية :**

- 1- ارتباط بمجال تخصصي السمعي البصري و ذلك من خلال اعداد هذا الروبورتاج و رغبة التعمق في اكتساب خبرة مهنية في هذا مجال.
- 2- ميولي لهذا المجال املت علي الخوض في غمار هذا الموضوع واهميته خاصة مع الوضع الصحي الذي مررنا به.
- 3- الفضول العلمي لمعرفة الدور الذي يلعبه الاعلام السياحي في التعريف و الترويج للسياحة.
- 4- الاهتمام الشخصي لدراسة واقع الاعلام السياحي في الجزائر واثراء معارفي في هذا الجانب .

**ثالثا : تحديد المصطلحات**

**1- الاعلام**

**لغة :** الانباء و الاظهار و الابرار <sup>1</sup>.

**الاصطلاحى :** وهو نشر الحقائق والايخبار والآراء بين الجماهير بوسائل الاعلام المختلفة كالصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والمعارض وغيرها بغيت التوعية والاقناع وكسب التأييد<sup>2</sup> كما يعرف الاعلام على انه اتصال علني ومنظم يوجه عبر وسائل الاتصال الجماهيرية الى جمهور عريض.

**التعريف الاجرائي :**

الاعلام هو عملية نقل الاخبار والوقائع والمعلومات والحقائق الى مجموعة من الجماهير عن طريق استخدام مجموعه من الوسائل الاعلامية التقليدية راديو تلفزيون وصحافة او من خلال الوسائل الحديثه بطريقه هادفه ومنظمة<sup>3</sup>.

**2- الاعلام المتخصص :**

يعرف الاعلام المتخصص بانه ذلك الاعلام الذي يظهر في مرحلة متقدمة من تطور المجتمع و الجمهور و صناعة الصحافة ،ليعبر عن التقسيم الاجتماعي للعمل ، وليكون نتيجة له وهو يسعى لتلبية الحاجات الاعلامية المتنوعة للشرائح المتنوعة من المتلقين و الاعلام المتخصص

<sup>1</sup>محمد جمال الفار ، مصطلحات الاعلامية ،دار اسامة للنشر و التوزيع ، الاردن ، 2014 ،ص26.

<sup>2</sup>احمد زكي بدى : معجم مصطلحات الاعلام ، ط2 ، الكتب اللبناني ، بيروت ، لبنان ،ص84.

<sup>3</sup>فضيل دليو ، الاتصال مفاهيمه ، نظرياته ، ووسائله ، ط1 ، دار الفجر ، القاهرة مصر ، 2003 ،ص 21

ضرورة موضوعية تفرضها الحاجة الي مزيد من فهم الواقع و الي تحقيق مزيد من الفاعلية و التأثير.<sup>1</sup>

### 3- السياحة:

**لغة:** ماخوذه من ساحه الماء سياحه اذا جرى على وجه الارض وذهب وساح الانسان بمعنى ذهب في الارض للعياده او الترهب او لغير غرض وساره يقصد بمصطلح السياحة في العصر الحاضر التنقل من بلد الى بلد طلبا للتنزه او الاستطلاع والكشف.

#### اصطلاحا :

السياحه نشاط اجتماعي وانساني يقوم به الانسان عبر التنقل من بلد لآخر وذلك لاستكشاف واستطلاع وقبل ذلك التنزه.<sup>2</sup>

#### اجرائيا:

نشاط السفر بهدف الترفيه ، وتوفير الخدمات المتعلقة لهذا النشاط والسائح هو ذلك الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلومترا على الأقل من منزله لم تعد صناعة السياحة كما كانت منذ سنوات بل تشعبت فروعها وتداخلت و اصحبت تدخل في معظمالات الحياة اليومية. لم تعد السياحة ذلك الشخص الذي يحمل حقيبة صغيرة ويسافر إلى بلد مادة ليقضي عدة ليال في أحد الفنادق ويتجول بين معالم البلد الأثرية.. تغير الحال وتبدل وتخطت السياحة تلك الحدود الضيقة لتدخل بقوة إلى كل مكان لتؤثر فيه وتتأثر به.<sup>3</sup>

### 4- الترويج السياحي:

يعرف الترويج السياحي بانه عمليه احداث المعرفه لدى سائح عن الشركة وبرامجها واحداث تفاعل ايجابي بين السائح وبين المعلومات التي حصل عليها عن طريق الجهود الترويجية وتشجيعه وتحفيزه على قيام بالسلوك ايجابي محوره التعاقد على احد البرامج السياحية التي تقدمها الشركة الخلق طلب كامل لديه يظل يشعره بالتوتر والقلق حتى يقوم بأشباعه كما يعرف بانه كافة الجهود الاعلاميه والدعائيه والعلاقات العامة الزاميه الى اعداد ونقل رساله او رسائل معينه عن صورته سياحي لدوله او منطقه الى اسواق محددته بالوسائل الفعلية بغرض

<sup>1</sup> عيسى الهادي ، "نظرية لدور الاعلام الرياضي في المجتمع ، مجلة الخبير ، العدد3، 2010،

<sup>2</sup> خالد بن عبد الرحمان ال دغيم ، الاعلام السياحي و تنمية السياحة الوطنية ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، ط1 ، 2014 ، 12.13

<sup>3</sup> الياس عياش ، الخدمات السياحية الفندقية و التنمية الحضريه في جيجل – مدينة جيجل نموذجا ، رسالو لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، جامعة المنتوري قسنطينة ، 2009/2008 ، ص 28

جذب الجماهير ودفعهم الى ممارسة نشاط سياحي في تلك المناطق المستهدفة اي ان الهدف هو الطلب السياحي.<sup>1</sup>

## 5- التسويق السياحي:

يعرف التسويق السياحي بانه كافة الجهود والانشطة المنظمة التي يتم تاديتها بتناغم مدروس من قبل كاهه مقدمي الخدمة السياحية بعناصرها واجهزتها المختلفة التي تهدف الى اشباع اذواق مختلفه والراغبين في السياحه بشتى صورها كما يعرف على انه فن يستعمل من الجانب التقني للبحث وتحليل الاسواق وتكنولوجيا المعلومات والاتصال لمعرفة الاسواق المستهدفة واشباعها في احسن الاحوال.<sup>2</sup>

## 6- وكالة سياحية :

تعدد تعريف الوكالات السياحية الى انها تصب في معنى واحد فعرفت على انها جهة تساعد الناس على تنظيم الرحلات والعطل عن طريق عمل تدابير استعدادهم للسفر تحجز لهم غرفا في الفنادق ومقاعد في وسائل النقل كما تنظم لهم رحلات سياحية وتعين لهم مرشدين يساعدونهم في الحصول على جوازات السفر والتاثيرات التي يحتاج اليها المسافرون الى البلاد الاخرى وتنظم رحلات سياحية للافراد والجماعات فهي عرفها القانون الجزائري رقم 99-06 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق لي اربعة ابريل سنة 1999 والمحدد لقواعد التي تحكم النشاط الوكاله السياحيه والاسعار بانها كل مؤسسه تجاريه تمارس بصفه دائمه نشاطا سياحيا يتمثل في بيع مباشر او غير مباشر للرحلات واقامات فرديه او جماعيه وكل انواع الخدمات المرتبطه بها.<sup>3</sup>

## 7-وباء covid19 "كورونا" :

فيروسات كورونا في السلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان و الانسان و من المعروف ان عددا فيروس كورونا تسبب لدى البشر الامراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة الي الامراض الاشد و خامة مثل الشرق الاوسط التنفسية (ميرس ) و المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس) و يسبب فيروس كورونا المكتشف مؤخرا مرض كوفيد 19.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> كحيط ايمان ، الترويج السياحي و الاعلام السياحي في الجزائر ، مجلة العلوم القانونية و الاجتماعية ،زيان عاشور ،بالجلفة ، العدد 09 ،ص409.

<sup>2</sup>الشاهد الياس ، التسويق السياحي كسبيل التنشيط القطاع السياحي في الجزائر ، مجلة العلوم الانسانية ، جامعة محمد خضيري بسكرة ، العدد 25 .

<sup>3</sup> مزيان حمزة ، " مساهمة وكالة السياحة و السفر في تنمية السياحة الداخلية في الجزائر – دراسة استطلاعية لعينة من الوكالات السياحية - " ، مجلة الابحاث الاقتصادية المعاصرة ، المجلد 4 ، العدد 02 ، 2021 ، ص 61 .

<sup>4</sup>محمد خيرة ، الاعلام الصحي و ادارة ازمة كورونا كوفيد -19 في ظل انتشار الاخبار الزائفة عبر المواقع الميديا الاجتماعية ،مجلة التمكين الاجتماعي ،المجلد 02،العدد03،سبتمبر 2020،ص37.

#### رابعاً : اهداف الدراسة

نهدف من خلال هذا الروبورتاج الي :

- التشجيع على المحافظة على الاماكن السياحية و تفعيل السياحة الداخلية من خلال وسائل الاعلام المختلفة .
- رعاية المواقع و المعالم التاريخية و السياحية عبر وسائل الاعلام .
- تنشيط السياحة الافتراضية من قبل صانعي المحتوى .

#### خامساً : اهمية الدراسة

يكتسي موضوع الدراسة اهمية بالغة باعتباره من المواضيع الحديثة ، فالاعلام السياحي يعتبر احد الحلقات المهمة في تشكيل الوعي السياحي في المجتمع ، ونظرا لكون الاعلام يحظى بدرجة من التميز فنحن بصدد اجراء دراسة عن الدور الذي يلعبه الاعلام السياحي في تنشيط السياحة الداخلية و التعريف بالمقومات السياحية خلال فترة كورونا و كذلك باعتبار الاعلام السياحي ضروري للتحسيس باهمية السياحة و الاعلام الحديث يعد ركيزة و الدعامة الاساسية للسياحة اذ هناك علاقة طردية بينهما فاذا زاد التفاعل بين الاعلام و السياحة كانت النتائج افضل على كل الاصعدة و الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للمعالم السياحية بتعزيز و تفعيل البرامج الاعلامية بالقطاع السياحي.

#### سادساً : النوع الصحفي المختار

الروبورتاج هو اصدق و افضل وسيلة للتعبير عن اي واقع يريد الصحفي نقله و التعريف به ، لذ كان الصوت و الصورة هما الركيزتان الاساسيتان له ، و الروبورتاج لا يكتفي بتجميع المعلومات فقط بل يوظف ايضا حاسة الملاحظة ، حيث اعتمدت عليه في موضوع الدراسة و الذي يتناسب مع طبيعة الموضوع ، و ذلك بتسليط الضوء و التركيز على دور الاعلام السياحي خلال فترة كورونا و ذلك بالتنشيط للسياحة الداخلية و ابراز السياحة

#### تعريف الروبورتاج :

ان كلمة روبورتاج مشتقة من الفعل الانجليزي " رپورت " و التي اشتق منها اسم " Reporter " اي المخبر الصحفي و تعني نقل الشئ من مكان الى اخر او بالاحرى ارجاع الشئ الى مكانه او اصله.

إن الروبورتاج الصحفي هو تصوير حي للحدث و إقامة الدليل على ذلك. فالشاهد العادي يتابع الحدث تبعا لأهوائه الشخصية، و كذلك الكاتب أما المخبر الصحفي فهو يدري أنه يكتب لجمهور خاص فلمصلحة هذا الجمهور لا يكتفي بتسجيل ما يعرفه شخصيا عن الحدث، بل يبحث عن العناصر الإضافية التي تكمله، دون أن يترك أي جانب منه بدون تحليل.<sup>1</sup>

#### 1- لمحة تاريخية عن الروبورتاج

<sup>1</sup> نصر الدين العياضي ، اقترابات نظرية من الانواع الصحفية ، ط2، ديوان مطبوعات الجامعة ، الجزائر ، 2007 ، ص 131:130

يقول بعض المؤرخين لفنيات التحرير ان الانجليز هم اول من ادخل كلمه روبرتاج في العمل الصحفي وقصدوا بها وصف دورة من من دورات البرلمان ،او وصف الفيضانات والحرائق والحروب.يرى البعض ان تاريخ الروبورتاج الصحفي يرتبط بازدهار الادب في القرن التاسع عشر ومن بين مؤسسي هذا النوع الصحفي الاديبي الفرنسي "ايميل زولا" والكاتب الامريكي "ابيتن سنكلار" والكاتب الامريكي "جون ريد". يقول الدكتور نصر الدين العياضي انه كلما ذكر الروبورتاج ذكر اسم الصحفي "البير لندن" الذي اشتغل مراسلا حربيا خلال الحرب العالمية الاولى في الجريده "لوماتان" و "لوبتي جورنال" وانطلق بعدها يجوب اقطار العالم ويكتب ربورطاجاته ، ويضيف الدكتور نصر الدين العياضي ان ادب الرحلات هو اول من حمل سمات الروبورتاج الحديث، مثل رحلات ابن بطوطه الى افريقيا واسيا خلال السنوات 1304 و 1377. اما البدايات الاولى للروبورتاج في الصحافه فتعود الى مطلع القرن التاسع عشر عندما قامت جريده التايم بتتبع الحرب القرم والكتابه عنها، بينما هناك تقديرات اخرى ترى ان اول روبرتاج صحفي حدث في 5 سبتمبر 1723 في تشيكوسلوفاكيا عندما وصف حفل تنصيب الملك كارل الثالث فظهر اول روبرتاج سياسي في انجلترا في عام 1736 عندما نقلت اخبار البرلمان.<sup>1</sup>

## 2- خصائص الروبورتاج الصحفي :

- ☆ الروبورتاج يترك الصحفي يقوم بدور الشاهد المفضل الذي يعير هوسه للجمهور ويجعله يعير هوسه للجمهور ويجعله يعيش ما عاشه.
- ☆ الروبورتاج يتضمن جانبا ذاتيا وبعدا نقديا للاشياء والافعال ويتطلب قدرا كبيرا من الصرامه في نقل الاخبار وعناصرها.
- ☆ يجسد الريبورتاج التطلع لمعرفة الاشياء والاشخاص والشعور بالمشاركه في سيروره الإجتماعية.
- ☆ ان لغة الروبورتاج هي لغة الحياة اليومية المتدفقة.
- ☆ الروبورتاج لا يبرهن بل تقدم ما يجعل الجمهور يشعر ويستعين بالتفاصيل لكشف الحالات نفسه وواضع ولا يعمل على ابراز مفاهيم او انتاجها.
- ☆ يركز الروبورتاج على جانب الانسان في الواقع اكثر من اهتمامه بالحدث في حد ذاته .
- ☆ لا يكتفي الروبورتاج بالتجميع المعلومات من اشخاص لكنه يوظف ايضا حاسه الملاحظه التي يملكها كل صحفي .
- ☆ ان الصحفي لا يصف في روبرتاجته ببساطه كل ما راه معاشه انه يعبر بكثافه عن بعض العناصر الموصوفه باستخدام الصور الجماليه التي تحول الشخصي الى نموذجي.
- ☆ يسعى الروبورتاج دائما الى اقضاء التعليمات الجاهزه التي نسحبها على كل الاوضاع.
- ☆ لا يعتمد على التحليل والتنظير والاستنتاجات بل يرتكز ببرمجه اساسيه على الوصف.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد العقاب ، الصحفي الناجع ، دليل للطلبة و الصحفيين و خلايا الاتصال ، ط2، 2006، ص 85 ، 86.

<sup>2</sup> نصر الدين العياضي ، المرجع السابق ، ص 141، 140.

### 3- انواع الروبورتاج:

هناك عدة تصنيفات للروبورتاج لكن هناك قاسم واحد يجمع بينهم وهو ان الروبورتاج نوع اخباري يقوم على النقل والوصف.

#### ➤ التصنيف الاول: روبورتاج مباشر وغير مباشر

- **الروبورتاج المباشر:** هو ذلك الروبورتاج الذي يقوم به الصحف من جريده او اذاعه او تلفزيون حيث يقوم بالنزول الى الميدان ويجري روبورتاجوه وتقوم تلك الجريده او الاذاعه او التلفزيون بنشره او بثه او اذاعه اي ان هذا الروبورتاج من انتاج جريده او اذاعه او التلفزيونه نفسها.

- **الروبورتاج الغير مباشر:** هو ذلك الروبورتاج الذي تنتجه مؤسسه اعلاميه اخرى كوكاله انباء مثلا حيث يقوم صحفي من وكاله انباء معينه بالنزول الى ميدان ويجري روبورتاج صحفيا حول موضوع معين ثم تشتريه جريده او اذاعه او تلفزيونه وتقوم بنشره او بثه او اذاعته اي ان الروبورتاج هنا ليس من انتاج تلك الجريده او الاذاعه او التلفزيونه انما من انتاج غيرها .

#### ➤ التصنيف الثاني: روبورتاج يرتبط بالحدث والروبورتاج يرتبط بالموضوع.

- **الروبورتاج يرتبط بالحدث:** هو ذلك الروبورتاج الانبي الذي يمكن للصحف بموجبه ان يقوم بربورتاج حول مؤتمر صحفي او ندوه صحفيه او زياره ميدانيه لرئيس الحكومه او وزير معين على ان يكون موضوعها يرتكز على النقل والوصف اي يصف مثلا اجواء الزياره والظروف المحيطه بها وغيرها من المعطيات التي يجب وصفها من صغرها الى كبرها

- **الروبورتاج يرتبط بالموضوع:** من اشهر انواع الروبورتاجات تلك التي تتعلق بالموضوعات وهي عاده روبورتاج غير انبي اي لا ترتبط بالحدث اي ان الصحفي يقوم باستطلاع ظاهره او مكان او مؤسسه وغيرها وعاده ما يكون هذا النوع من الروبورتاجات اصول من حيث المساحه او المده الزمنيه من الروبورتاج المرتبط بالحدث.<sup>1</sup>

#### ➤ التصنيف الثالث: حسب طبيعه الموضوع نجد في هذا التصنيف عدة انواع

للروبورتاج تبعا لطبيعه الموضوع منها:

- **روبورتاج سياسي:** يدور حول القضايا السياسيه والاحداث والوقائع التي لها علاقه بالسياسه.
- **الروبورتاج الاجتماعي:** يرتبط مضمونه بالمواضيع الاجتماعيه كالتفوله والمرآه والبطاله والمخدرات وما الى ذلك .
- **روبورتاج ثقافي:** يدور حول المواضيع الثقافيه كالمطالعه بيع الكتب استطلاع الجمهور المثقفين حول قضايا ثقافيه .

<sup>1</sup> محمد العقاب ، المرجع السابق ، ص 86،87



- روبرتاج سياعي: نوع من انواع الروبورتاجات التي ترتكز على الاماكن والمناطق والمنتجات السياحيه وغيرها.
- الروبورتاج القضائي: يرتبط عادة بالمعالم والقضايا المختلفه ويتعين على الصحف الذي يقوم بهذا النوع ان تكون له ثقافه قانونيه.
- روبرتاج رياضي: يتعلق بالمواضيع الرياضيه وكل الامور المتعلقة بالرياضه
- روبرتاج حربي: يدور في المناطق الساخنه مثل الحروب والتوترات والنزاعات المسلحه والحروب الاهليه.<sup>1</sup>

#### 4- الفرق بين الروبورتاج و انواع الصحفية الاخرى

➤ بين الروبورتاج والتقرير

يتفق الروبورتاج والتقرير الحي في ضرورة نزول الصحفي إلى الميدان، ولا يجوز الاعتماد على الوثائق الجامدة إلا بالقدر القليل المفيد لتسليط الضوء على فكرة أو واقعة أو ظاهرة.

ويتفقان أيضا في أن كلا منهما يقوم على نقل الواقع إلى الجمهور، أي إخباره به، لكنهما يختلفان في عدة جوانب أهمها:

أ - يهدف التقرير إلى نقل الحدث، أي الماجري، وهو عادة ما يكون نقلا كرونولوجيا للماجري، والعناصر الإخبارية المحيطة به والمرتبطة به مع إضافة التفاصيل.

ب - إن الروبورتاج لا يهدف إلى نقل الماجري، بل إلى وصف الماجري أو الحدث، وسلوكات الناس في إطار الماجري.

ج - إذا اشترك التقرير مع الروبورتاج في الكتابة عن موضوع ما، فإنهما يفترقان في شكل المعالجة وطريقة تقديم الواقع إلى الجمهور.

وهكذا يتبين أيضا أن لكل نوع صحفي وظيفة يقوم بها، وهو أقدر من الآخر على القيام بها فإذا كان الروبورتاج أقدر على الوصف، فإن التقرير أقدر على السرد ونقل التفاصيل.

➤ بين الروبورتاج والتحقيق

يجري التحقيق كما سنرى لاحقا، حول قضية أو مشكلة أو ظاهرة، ويهدف إلى تفسيرها وشرحها وتحليلها ودراستها. بينما لا يهدف الروبورتاج أبدا إلى التحليل والشرح والتفسير، فهذه المهمة من وظائف التحقيق والمقال، إنما يسلط الروبورتاج الضوء على القضية أو الظاهرة، وعلى الأشخاص التي تكون ورائها أو ضحية لها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد لعقاب ، المرجع السابق ، ص 88،89  
<sup>2</sup> محمد لعقاب ، المرجع السابق ، 90،91 .

## الاطار النظري

اولا : تعريف الاعلام السياحي

ثانيا : خصائص الاعلام السياحي

ثالثا : اهداف الاعلام السياحي

رابعا : أهمية الاعلام السياحي

خامسا: وظائف الاعلام السياحي

سادسا : الدور الجوهري للاعلام في ترويج و التنمية السياحية

سابعا : تاثير كورونا على الاعلام السياحي

## اولا : تعريف الاعلام السياحي

هو احد الاشكال الاعلام المتخصص ويمكننا تعريفه بانه كافه اوجه النشاط الاتصالي المخططه والمستمره التي يمارسها الاعلاميون المتخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافه الحقائق والابخار الصحيحه والمعلومات السلميه عن قضايا والموضوعات والمشكلات الامور المتعلقة بالسياحه.<sup>1</sup>

هو ايضا مخاطبه الجمهور داخل البلاد وخارجها مخاطبه موضوعيه وعقليه باستخدام العوامل الجذب والتسويق في تقديم المنتج السياحي بقصد اقتناع الجمهور واثاره اهتمامه باهميه السياحه وفوائدها للفرد والدوله وتشجيعه على التعرف على مقومات السياحه وذلك بهدف نشر الوعي السياحي بينهم وحسن المعامله السائحين ومعاوناتهم في ما يحتاجونه.<sup>2</sup>

فان مفهوم الاعلام السياحي عامه بانه مفهوم مبني على اساس فكريه وممارسات مهنيه تقوم بها الجهات الاعلاميه المتخصصه كالصحوف والمجلات والتلفاز بالراديو ونجد الجهات الغير الاعلاميه الحكوميه منها وخاصه التي تقوم بتنشيط الصناعات السياحيه من خلال تبادل الثقافات وفهم الاديان ونشر التربيه والتعليم.<sup>3</sup>

كما يعرف عباره عن دليل المادي للصناعات السياحيه من خلال وظيفته الاساسيه وجوهرها هو التعرف لما يحتويه البلد من معالم سياحيه سواء كانت طبيعيه ام اثرية تاريخيه عن فندقيه او اي مظهر اخر او مجال من مجالات الجذب السياحي وذلك باستخدام كافه الوسائل الاعلاميه الاتصاليه المتطوره من افلام واعلانات قادره على جذب السياح الاجانب ومواطنيه البلد وبالتالي فالاعلام السياحي صفة لازمه ومحوريه للصناعات السياحيه.<sup>4</sup>

## ثانيا : خصائص الاعلام السياحي

- يقدم بصورة متجانسة مع عادات و تقاليد الشعوب .
- يعبر عن الحضارات القديمة و نهضتها الحديثه .
- تقديم المغريات السياحيه من فنادق و تسهيلات و غيرها .
- يحب التعريف بالتسهيلات السياحيه التي تقدم للسياح ليتمتع بها عند قدومه من اقامة و غيرها
- التعريف بالمواقع و المراكز و استثمارات السياحيه و الترفيهيه و الثقافية و غيرها .<sup>5</sup>

## ثالثا : اهداف الاعلام السياحي

عالم سياحيه لتحقيق مجموعة من الاهداف سواء على مستوى الداخلي او الخارجي:

### ➤ على المستوى الداخلي:

يقوم هذا القسم بدور مكمل لها ويقوم به الاعلام السياحي الخارجي

<sup>1</sup> محمد منير حجاب ، الاعلام السياحي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة - 2003 ، ص63  
<sup>2</sup> خالد بن عب الرحمان ال دغيم ، الاعلام السياحي و تنمية السياحة الوطنية ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، الاردن ، عمان ، ط5، 2014 ص 59  
<sup>3</sup> محمد خطاب ، الاعلام السياحي و العلاقات العامة ، مجد للنشر و التوزيع ، الاردن ، عمان ، ط1، 2016 ، ص 46  
<sup>4</sup> بشرى تيسير عباس ، الاعلام المتخصص الحديث ، الاكاديميون للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، ط1، 2014 ، ص 75  
<sup>5</sup> بشرى تيسير عباس ، المرجع السابق ، ص82

ويمكن ان يكون . انطلاق للاعلام السياحي بشكل عام وتواصل الاحداث الاعلام السياحي الداخلي في الاتي:

- 1- العمل على زياده معرفة الجماهير من ابناء الدوله بالمناطق السياحيه في دولتهم والمقاومات والامكانيات السياحيه بها مما ينبغي رفع درجه الوعي السياحي بهذه الجماهير.
- 2- ابرز اهميه الاقتصادية السياحة بالتركيز الاعلام على عائدات السياحه من عملات وبالتالي زياده الدخل الفرد ورفع معدل الدخل القومي.

3- ابراز اهميه اجتماعية وذلك يركز الاعلام على الجوانب الاثنية:

- ❖ تعد من السياحه مظهر من مظاهر الالتقاء ثقافات المختلفة مما يؤدي الى التنمية الاجتماعية.
  - ❖ تعتبر السياحه اداء من ادوات تعميق الانتماء القومي و الاعتذار بالوطن من خلال زياده الوعي بالقيم الاخلاقية و عادات و تقاليد المجتمع مما يساهم في بناء الشخصية السودانية.
  - ❖ تساهم السياحه في تماسك المجتمع بما تدعو له من الوان التالف و التعاون.
  - ❖ ان السياحه تساهم في تنمية الحرف و الصناعات و التقليديه و الفنون الشعبيه.
  - ❖ تحافظ السياحه على البيئه و تعمل على تحسينها و جعلها اكثر نظافة و ارتقاء.
- 4- مقاومة الشائعات و المفاهيم الخاطئة التي تنتج حول السياحه و ذلك من خلال استعانة الاعلام بالاحاديث الفقهاء و تقديم المعلومات و الادرلة الصحيحة لتصحيح مسار السياحه.
  - 5- تحصين الجمهور ضد الافرازات السالبة من النشاط السياحي الذي بفتح الباب امام صرافات الجديدة قد لا يضمن امامها الشباب مما يحتم على الاعلام التركيز على القيم الاخلاقية و العادات و التقاليد و الانفتاح دون التأثير على الهوية الثقافية و الوطنية.
  - 6- ابراز السلوكيات الايجابية للمواطنين تجاه السائحين الاجانب حتى يمكن تكوين انطباع جيد لدى السائحين من خارج البلد المعني.<sup>1</sup>

#### ➤ المستوى الخارجي:

التعريف بالمقاومات الجذب السياحي من خلال الالتقاء ضوء على القيمه تاريخيه لاثار القديمه والانجازات الحديثه القاء الضوء على على جوده المنتج السياحي ومطابقته المواصفات القياسيه العالميه دراسه الجمهور المستهدفه توفير الاحتياجات النوعيه لهم على مستوى المادي والمعرفي التاكيد على الاستقرار الاوضاع السياسيه والامنيه.

وحتى يتحقق الهدف من الاعلام الخارجي لابد من صياغه برامج اتصاليه واعلاميه على مستوى عالي من الدقه حيث المهارة في بناء الرسائل الاتصاليه والقدره على مخاطبه الشعوب الاخرى في ضوء ثقافتهم واسلوب تفكيرهم.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>مرتضى البشير الامين ، وسائل الاتصال و الترويج السياحي ، دار امواج النشر و التوزيع . عمان - الاردن ، 2016 ص116؛117

<sup>2</sup>شيدوان شبيه، دراسات في الاعلام السياحي، دار المعرفه الجامعيه، 2008 ص 18، 19.

#### رابعا : أهمية الاعلام السياحي

الأهمية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية للسياحة جعلت وسائل الاعلام تهتم بالسياحة وتتحد أهمية الاعلام مع القطاع السياحي في العناصر الأساسية المتمثلة في العرض السياحي والطلب عليه والتسويق السياحي، لتنمية حركة نمو النشاط السياحي، والكشف عن الفرص الاستثمارية في مجال السياحة، وبث روح التنافس بين المناطق السياحية والمستثمرين، وتحويل الطلب الاماكن على السياحة الى طلب نشط باستخدام الاتصال التسويقي. وكذلك قدرة وسائل الاعلام في التأثير على الرأي العام وتزويد المسافرين بالمعلومات التي تساعدهم على اتخاذ القرارات قبل الرحلات السياحية، وقدرته على تنمية الشعور بالهوية والخصوصية وإعلام الناس بأهداف السياحة وبرامجها. كذلك يخدم الاعلام السياحي الملايين من المسافرين بداية من اسعار الرحلات ووسيلة النقل ومحطة الوصول ووسائل الانتقال الداخلية والاماكن الأثرية والسياحية والترفيهية، والأمن والظروف البيئية والصحية السائدة<sup>1</sup>.

#### خامسا: وظائف الاعلام السياحي

يعد الإعلام في المجال السياسي ناجحا إذ نجح في تعظيم الناتج الاقتصادي والاجتماعي من كافة الأنشطة السياحية وهذا عن طريق العمل على مختلف المحاور في إطار من التخطيط الشامل والسليم، ولعل هذا ما تصبو إليه مختلف وظائف الإعلام السياسي والتي تتمثل في:

#### \*الإخبار:

هو نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تحصل داخل المجتمع وخارجه وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها والإحاطة بمجمل التجارب والخبرات الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية وظروف تشكلها، اما فيما يتعلق بوظيفة الإخبار في مجال الاعلام السياحي فهي تزويد الجمهور بالبيانات والأحداث والوقائع الداخلية والخارجية ومختلف الأنشطة التي تجعله يدرك قيمة ما يحيط به، مما يؤدي إلى تبلور الوعي السياحي لديه والعمل على جذب السياح والمحافظة على المعالم الأثرية وعلى كل ما يتواجد بالبيئة المحيطة<sup>2</sup>.

#### التفسير:

نشأت هذه الوظيفة حديثا بعد أن تعقد المجتمع وازدادت تخصصاته فتطلب على الاعلام السياحي أن يشرح للجمهور بطريقة مبسطة وبلغة سهلة سلسلة وبالاعتماد على الأرقام، البراهين، الحقائق، تفاصيل القضايا والمشكلات السياحية الراهنة، فيعتمد الاعلام السياحي من خلال مختلف وسائله على تفسير الأحداث السياحية ومدى تأثيرها على الجماهير عن طلائق

<sup>1</sup>فضيلة بطورة. الاعلام السياحي الحديث اداة مساهمة في نجاح قطاع السياحة في الاردن رؤية 2025. مجلة افاق للعلوم

المجلد 7 العدد 02 سنة 2020. ص 666

<sup>2</sup>جميل نسيمه ، السياحة و تهمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر ، مذكرة ماجستير في العلوم الاعلام و الاتصال ، جامعة وهران -2009-2010 ، ص 142

جمع المعارف أو تكوين صور حقيقية للعالم الذي حوله، إذن تكمن هنا أهمية التفسير والتبسيط للسائح<sup>1</sup>.

### **التثقيف والتعليم:**

يقدم التعليم وجهات نظر ثابتة ويساعد على تنمية الفكر وتقوية النقد وتربيته الشخصية الإنسانية، والإعلام من أهم وسائل التثقيف والتعليم كما له القدرة على التأثير في حياة الناس وعلى طرق معيشتهم، حيث يقوم ببحث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع وتساعد على تطبيع أفرادهم وتنشئتهم على المبادئ الأساسية (المثلى أو العليا). وبفضل هذه الوظيفة يمكن أن تتم عملية التوعية بقضايا التنمية ووضع الحلول لها من خلال أشكال الاتصال المختلفة مما يخلق حوار ملائم ويهيئ للفرد أساليب التعامل مع السائح والتكيف مع البيئة.<sup>2</sup>

### **\*الإقناع:**

يعد تحقيق الإقناع من أهم الوظائف الإعلامية لدوره في تعميق مفهوم الوعي السياحي، فهو يعتبر كجهد اتصالي إعلامي مدروس للتأثير في الجمهور وتحسيس ميولهم من مختلف وسائل الإعلام وذلك لدفعهم نحو اتخاذ موقف إيجابي وفعال للسياحة وتعديل الصورة الذهنية لديهم وتدعيم الاعتقاد بأهميتها الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية ومدى الاستفادة المحققة من ازدهار السياحة.<sup>3</sup>

### **نشر الثقافة:**

تعتبر السياحة كظاهرة حضارية ووسيلة اتصال ثقافي بين الأمم والشعوب إذ يتجسد ذلك عن طريق التقديم للجمهور مجموعة من القيم، المفاهيم، المعتقدات ومختلف أساليب الحياة سواء كانت محلية أو عالمية.<sup>4</sup>

### **\*الترفيه:**

تعد الوظيفة الأكثر شيوعاً وهدف أساسي من أهداف وسائل الإعلام لما يتوجب على القائم بالإعلام، إعداد ونشر المادة الإعلامية بمحتوى يحد من التوثر وتوفر للأفراد الراحة، الاسترخاء وتقوية الوعي السياحي لديهم، وهذا وفق آليات تنشيطية.<sup>5</sup>

### **التسويق والإعلان:**

يعد الإعلان أحد أهم وسائل الاتصال بالسائح لتعريفه بالبرامج السياحية التي تقدمها الهيئات المعنية بالأمر للسياح، فيعتبر الإعلان كوسيط ناجح بين المنتج وبين البائع والمشتري، لدى تلجأ إليه المؤسسات والشركات السياحية للإعلان عن البرامج والسياحة الداخلية والخارجية حيث يأتي في مقدمة اهتمامها على الشركات فالإعلان يساعد عند القيام بالحملات الإعلامية

<sup>1</sup> نفسه، ص 143

<sup>2</sup> نفسه، ص 143

<sup>3</sup> جميل نسيم، المرجع السابق، ص 144

<sup>4</sup> نفسه، ص 144

<sup>5</sup> نفسه، ص 144

إذ يركز على توصيل الرسالة إلى الجمهور وإقناعهم بها بما يتضمنه من عوامل التشويق والجاذبية واختيار التصميمات الملائمة لكل سوق سياحي. كما يشكل مصدرا أساسيا لتمويل وسائل الإعلام سواء كانت مكتوبة، سمعية أو بصرية.<sup>1</sup>

### سادسا : الدور الجوهري للإعلام في ترويج و التنمية السياحية

يلعب الإعلام دوراً كبيراً في مجال السياحة من خلال وسائل الإعلام المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية والمعارض والأفلام والتبادل العيني والمطبوعات وغيرها. كذلك بقدر ما للإعلام من أثر إيجابي في الترويج السياحي، وبقدر ما هناك حاجة ملحة لدوره الفعال في عملية التنمية السياحية في الجزائر بقدر ما هناك حاجة ماسة للاستثمار بوسائله كافة وخاصة الإعلام المرئي، إذ من خلال وسائل الإعلام المختلفة يستقي الفرد معلوماته والتي تصله عادة في شكل إخباري عن حقائق ومعلومات سياحية يهتم بها السائح، وتدفع شركات السياحة مقابل مادي عن الأخبار السياحية ذات الطابع الإعلاني عن برامجها السياحية أو ما يهتم جمهور الوسيلة الإعلامية السياحية وبشكل مباشر. وترتبط الاستفادة من الإعلام في نشاط الترويج السياحي بمقدار العلاقة الوطيدة بين شركة السياحة ومحركي الأخبار السياحية في وسائل الإعلام الجماهيرية المختلفة، كذلك ترتبط برؤساء تحرير الصحف والمجلات ودور

النشر والإذاعة والتلفزيون، وكذا العاملين بها فضلاً عن إمكانيات ومكانة الشركة السياحية ومدى تأثيرها على السوق السياحي تجعل محرري الأخبار السياحية يسعون للحصول على أخبار سياحية منها وكل منهم حريص على تسجيل سبق إخباري عنها و عن خططها السياحية القادمة والأفكار التي تراود المسؤولين والقائمين عليها بشأن النشاط السياحي. تنجح الحملة الإعلانية وترتكز على مقدار الثقة أو القرب أو التخصص لوسيلة الإعلام لدى السائح واهتماماتها بالنشاط السياحي في الجزائر، وينظر السائح إلى المعلومات والأخبار المنشورة في شكل إعلام إخباري على أنها حقائق كاملة الصدق وليس إعلاناً مدفوع الأجر، خاصة وأن الإعلام السياحي لا تتحكم شركة السياحة في صياغته المنشورة أو في محتواه اللفظي أو في مجمله أو شكله أو أماكن نشره، بل يقوم بصياغته وتنفيذه الخبر في وسيلة الإعلام.<sup>2</sup>

### سابعا : تأثير كورونا على الاعلام السياحي

إنعكست جائحة كورونا سلبا على القطاع السياحي الجزائري، ما دفع بالوكالات السياحية إلى رفع الصوت بغية تخفيف الضغط عنها خاصة مع التوجه إلى تنشيط السياحة الداخلية.

<sup>1</sup> نفسه ، ص 145،144

<sup>2</sup> كحيط ايمان، الترويج السياحي و الاعلام السياحي في الجزائر ، مجلة العلوم القانونية و الاجتماعية جامعة زيان عاشور الجلفة ، العدد التاسع ،

- السياحة الداخلية في الجزائر، بديل للخارج في ظل أزمة كورونا.. هل يرفع رهان المنافسة؟<sup>1</sup>

أهمية السياحة الداخلية في زيادة الوعي الثقافي و الاجتماعي لدى المواطنين عن طبيعة الأماكن السياحية باعتباره وسيلة من وسائل الاتصال الفكري و الثقافي بين سكان المناطق و التعرف على العادات و التقاليد السائدة في المناطق المختلفة اسهاماتها في نشر الوعي البيئي، كما تساعد في تحقيق التوازن الاقتصادي في الأقاليم المختلفة داخل الدولة من خلال التوزيع الأمثل للدخل الوطني بالإضافة الى تنمية الإنتاجية داخل البلاد، ويعد هذا النوع من السياحة ركيزة مهمة تعتمد عليها السياحة الخارجية حيث أن تنشيطها يشجع على استكمال و تحسين المرافق السياحية المتعددة و خلق أماكن جديدة و بالتالي خلق قيادات فية قادرة على تقديم أنواع مختلفة ، الخدمات السياحية كما أثبتت السياحة الداخلية أنها مساهم هام في نمو النشاط السياحي و في الناتج الإجمالي في دول العالم حيث تم تسجيل مايقدر ب 9 مليارات رحلة سياحية محلية حول العالم و 1.4 مليار عدد الوافدين سنة 2018- .

. نشاط السياحة الداخلية، أحد أهم عناصر الجذب السياحي في العديد من الدول وهو ما يستدل عليه من ارتفاع حصة السياحة الداخلية لتستأثر بنحو 71.2 في المائة من إجمالي الإنفاق السياحي العالمي. وتمثل نسبة الإنفاق على السياحة الداخلية إلى الناتج المحلي الإجمالي في بعض الاقتصادات العالمية مثل فرنسا وإيطاليا، حيث ساهمت 2.6 و 2.5 في المائة في الناتج المحلي الإجمالي في كل منهما على التوالي خلال عام 2019 من جهة أخرى شهدت السياحة الداخلية نموا في بعض دول العالم، حيث ارتفعت على سبيل المثال في الولايات المتحدة الأمريكية بنحو 2 في المائة عام 2019. إضافة إلى ذلك فقد بلغت نسبة الإنفاق على السياحة الداخلية في الصين والبرازيل حوالي 0.3 في المائة عام 2019.<sup>2</sup>

تتخبط العديد من الوكالات السياحية في الجزائر في العديد من المشاكل، جراء الوضع الصحي الصعب الذي تعيشه البلاد وسط أزمة فيروس كورونا، والأزمة الاقتصادية في ظلها. وتعمل بعض الوكالات على السياحة الداخلية كبديل للخارج وحتى للمنافسة.

إذ أن التشاور وتبادل المعلومات حول انعكاسات الازمة الصحية الحالية على قطاع السياحة من جهة واقتراح تدابير كفيلة بتخفيف آثارها على النشاطات السياحية من جهة اخرى أم مهم يجب القيام به. دعوة إلى تفعيل "السياحة الافتراضية" للترويج لوجهة الجزائر .

لذلك اتخذت المنظمة العالمية للسياحة عبارة "السياحة والتحول الرقمي" كشعار لها، لإدراكها التغييرات العميقة والرهانات الجذرية الحاصلة على مستوى الاقتصاديات العالمية، بفعل تأثير التكنولوجيات الجديدة خاصة في مجال الاتصال والرقمنة، وقد رافق ظهور فيروس كورونا الاستخدام الكثيف لوسائل الاتصال بسبب بقاء الناس في منازلهم خلال فترة الحجر الصحي،

<sup>1</sup> حنان بوجم ، شافية شاي ، تشخيص تأثير فيروس كوفيد 19 على التسويق السياحة في العالم ، مجلة العلوم الانسانية ، المجلد 21 ، العدد 02 ، 2021 ، ص 145 .

<sup>2</sup> سماعيل حسيبة ، بن نافلة قدور ، وكالات السياحة و السفر و حتمية التوجه للسياحة الداخلية بعد جائحة كورونا (كوفيد19) ، مجلة التكامل الاقتصادي ، المجلد 09 ، العدد 02 ، جوان 2021 ، ص 514



فضلا عن احتفاظ أغلبية المؤسسات السياحية بالحد الأدنى من الخدمات في تعاملاتها مع الزبائن، كل هذه المعطيات جعلت منظمة السياحة العالمية تعيد التذكير بضرورة الإسراع في عملية التحول الرقمي والانتقال إلى اقتصاد سياحي مستدام، له القدرة على الاستمرار والصمود في وجه الأزمات، من خلال طرق وآليات التسويق والعرض والحجز. حيث تشير إحصائيات للمنظمة العالمية للسياحة أن 80% من المعاملات التي تتم في قطاع السياحة العالمية تتم بطريقة رقمية، وهو ما يتيح للفاعلين في ذات القطاع في العالم بشكل عام والجزائر على وجه الخصوص العثور على بدائل أقل تكلفة وأكثر فاعلية وسرعة، للدفع بقطاع السياحة إلى الأمام حتى في عز الأزمات<sup>1</sup>.

حيث لم تعد زيارة متحف أو اكتشاف موارد طبيعية تتطلب السفر، فبفضل الرقمنة وجدت الأنشطة السياحية نفسها على الأنترنت أو تم توسيعها لتشمل الواقع الافتراضي، حيث تميل هذه التجربة إلى التطور واحتلال مكان جديد بين الأنشطة التقليدية.

إنها السياحة المعززة بتقنيات الواقع الافتراضي، أو كما يطلق عليها بالسياحة الافتراضية التي أصبحت تشهد إقبالا متناميا من قبل عشاق المعالم السياحية لاسيما من فئة الشباب بحيث باتت تنافس السياحة التقليدية التي تواجه صعوبات في ظل جائحة كوفيد-19 الذي تسبب في تعطل حركة السير والسفر في العديد من الدول.

وفي هذا الصدد أطلقت منظمة السياحة العالمية في 2 آذار/ 5 مارس 2020 لمواجهة تأثير كوفيد-19 على السياحة مسابقة الحلول الشافية للسياحة، وقد حددت أهم 9 مبادرات لمعالجة الأزمة من منظور الصحة والاقتصاد وإدارة المقاصد، وعرضتها على البيئة العالمية للابتكار السياحي في 7 أيار/مايو. وتم تلقي 1183 مشروعا من 110 بلدان طوال الدعوة التي استمرت أربعة أسابيع، وتصدرت كولومبيا بـ129 والولايات المتحدة الأمريكية بـ60 البلدان المشاركة في المسابقة. وتستخدم الحلول في الغالب تقنيات مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز وإنترنت الأشياء والذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة والكتل المتسلسلة لتطبيق أثرها. وعلى الرغم من أن الجولات الافتراضية على العالم والمتاحف ليست بجديدة بحد ذاتها، فإن فيروس كورونا المستجد جعلها معروفة ومطلوبة أكثر في ظل الحجر المنزلي وسهل تلك الجولات امتلاك تلك المواقع السياحية تطبيقات الكترونية. متاحف "اللوفر" و"أورسيه" في باريس، و"فان غوغ" في أمستردام، والمتحف البريطاني، و"متروبوليان" في نيويورك، والمتحف في واشنطن، و"بيرغامون" في برلين، و"أوفيزي" في فلورنسا، و"إرميتاج" في بطرسبرغ الروسية، ومتاحف أخرى في العالم فتحت أبوابها الافتراضية من مواقعها<sup>2</sup>.

● فمن الضروري تعزيز "السياحة الافتراضية" قصد الترويج لوجهة الجزائر، و بالتالي اتخاذ جملة من التدابير والإجراءات التضامنية الرامية لخلق ديناميكية ترويجية افتراضية

<sup>1</sup>فتيحة محدي، السياحة الافتراضية كبديل استراتيجي للسياحة التقليدية في ظل أزمة جائحة كورونا (كوفيد 19)، مجلة المعالم للدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد الثالث، العدد الثاني، ديسمبر 2021، ص 112، 113

<sup>2</sup>فتيحة محدي، المرجع السابق، ص 113

لواجهة السياحة الجزائرية في عز الأزمة الصحية العالمية كوفيد 19"، أي ضرورة تعزيز السياحة الرقمية وتفعيل ما أصبح يعرف اليوم بالسياحة الافتراضية أو سياحة المنازل والترويج الرقمي للصناعة التقليدية من خلال برمجة الزيارات الافتراضية التي تساهم في الترويج لواجهة الجزائر وللمنتج التقليدي الجزائري دون عناء التنقل. ومن شأن هذه الإجراءات أن تساهم في "اختيار المقصد السياحي الداخلي واختيار منتجات الصناعة التقليدية الوطنية ما بعد وباء كورونا"، وهو ما يتماشى مع "سياسة الحملة التوعوية الدولية لكافة فيروس كورونا المستجد التي أطلقتها المنظمة العالمية للسياحة تحت شعار البقاء في المنزل اليوم يعني السفر غدا".<sup>1</sup>

● فمن الضروري تعزيز "السياحة الافتراضية" قصد الترويج لواجهة الجزائر، و بالتالي اتخاذ جملة من التدابير والإجراءات التضامنية الرامية لخلق ديناميكية ترويجية افتراضية لواجهة السياحة الجزائرية في عز الأزمة الصحية العالمية كوفيد 19"، أي ضرورة تعزيز السياحة الرقمية وتفعيل ما أصبح يعرف اليوم بالسياحة الافتراضية أو سياحة المنازل والترويج الرقمي للصناعة التقليدية من خلال برمجة الزيارات الافتراضية التي تساهم في الترويج لواجهة الجزائر وللمنتج التقليدي الجزائري دون عناء التنقل. ومن شأن هذه الإجراءات أن تساهم في "اختيار المقصد السياحي الداخلي واختيار منتجات الصناعة التقليدية الوطنية ما بعد وباء كورونا"، وهو ما يتماشى مع "سياسة الحملة التوعوية الدولية لكافة فيروس كورونا المستجد التي أطلقتها المنظمة العالمية للسياحة تحت شعار البقاء في المنزل اليوم يعني السفر غدا".<sup>2</sup>

<sup>1</sup>حنان بروجم ، شافية شاوي ، المرجع السابق ، ص 145

<sup>2</sup>حنان بروجم ، شافية شاوي ، تشخيص تاثير فيروس كوفيد 19 على التسويق السياحة في العالم ، مجلة العلوم الانسانية ، المجلد 21 ، العدد 02، 2021، ص 145 .

## الاطار التطبيقي

اولا : مرحلة ما قبل التصوير

ثانيا: مرحلة التصوير

ثالثا : مرحلة ما بعد التصوير

رابعا : نص التعليق

خامسا : البطاقة التقنية للروبورتاج

سادسا : تصميم الشارة

سابعا : التقطيع التقني

## ☆ مراحل انجاز الروبورتاج :

### اولا : مرحلة ما قبل التصوير

لا شك ان لكل بحث نقطة بداية اي خطة اعداد مسبق للعمل يبدأ بها الباحث عمله والتي تتمثل في مرحلة ما قبل التصوير التي تعد من اساس ركائز البحث والعمل لذلك مر بحثنا في هذه المرحلة بجملة من خطوات متسلسلة متباعدة تتمثل فيما يلي:

#### ➤ التوثيق

- 1- بدايه قمنا بتحديد الموضوع وكيفية معالجته اعلاميا ووضع خطة عمل وبحث المراد انجازه بدقة لذلك اخترنا لمعالجة هذه الدراسة النوع الصحفي يتمثل في الروبورتاج .
- 2- من خلال المطالعة العميقة للوثائق والمعلومات ومحاولتنا التوصل الى اجابة على الاسئلة التي يدور حولها الموضوع والاجابة عنها بدقة وذلك من خلال تصفح الكتب والمحركات البحث والاشرطة السمعية والبصرية التي تخدم الموضوع .
- 3- تحديد اماكن التصوير والشخصيات المعنية بموضوع والاتصال بهم لتحديد مواعيد واجراء المقابلات والتصوير.

#### ➤ المعاينة

بعد جمع المعلومات النظرية والاتفاق مع الاستاذ المشرف انتقلنا الى عنصر المعاينة وقمنا بزيارة الاماكن والمرافق المراد التصوير فيها والاستطلاع عليها والتقرب من مدير المؤسسة المعنية الذي بدوره قام بتوجيهه والتحديد الشخصيات التي تخدم موضوعنا، تم تحديد المواعيد معهم بعد وضع تصميم كامل وعام للعمل المراد انجازه.

#### ➤ السينوبسيس

تجسد فكرة الموضوع في الروبورتاج مصورة حول الاعلام السياحي في ظل تدهور الوضع الصحي خلال جائحة كورونا covid - 19 واهم الوسائل الاعلامية التي تم الاعتماد عليها للتنشيط و الترويج للسياحة الداخلية وذلك مقابل خسائر التي كبدها من خلال انخفاض السياحة الخارجية وانعدام حركة السفر استعراض فكرة السياحة الداخلية و تفعيل السياحة الافتراضية وجعلها الرائد الوحيد في هذه الفترة .

#### ثانيا: مرحلة التصوير

تعد من اهم مراحل انتاج الروبورتاج و تتوقف على عدة عوامل منها آلة الكاميرا تحديد المواعيد ثم القيام بالمقابلات مع المتخصصين والتي تمثلت في ما يلي :  
-انطلقنا في التصوير في 10 / 5 / 2022 باجراء مقابله مصوره مع صحفيه من وكالة انباء الجزائرية روميضاء ططار بدار الصحافة .  
- يوم 12 / 5 / 2022 قمنا باجراء مقابلة مع الصحفية في اذاعة تبسه الجهوية السيدة مليكة علاق.

يوم 15 / 5 / 2022 قمنا باجراء مقابلة مع مدير وكالة سياحيه السيد طارق جابلي بوكالة .desti world

- يوم 16/05/2022 قمنا باجراء مقابلة مع مفتش لمديرية السياحة و صناعة التقليدية السيد مفيد بوزيد .

- يوم 22/05/2022 قمنا بتصوير خاتمة الموضوع في المنتزه العائلي Golden Park

### ثالثا : مرحلة ما بعد التصوير

هذه المرحلة بعد جمع المادة ومشاهدتها حيث وضعنا الهيكل الروبورتاج المعالج للموضوع وترتيب الصور والتعليق عليها ويتم ذلك بعملية المونتاج والمكساج حيث يتم في هذه المرحلة: **المشاهدة:**

بعد انتهاء من التصوير قمنا بمشاهدة ما تم تصويره من مقابلات بتمعن لاختيار المعلومات الواجب ادراجها في الروبورتاج، وكذا اختيار و جمع احسن الصور واللقطات من مختلف المواقع التي تخدم الموضوع بصورة افضل.

### التركيب :

وهي عملية فنية تشمل تركيب وترتيب الصور والاستغناء على بعضها وفق تسلسل زمني منطقي وهي مرحلة مهمة للغاية في الريبورتاج.و ذلك باتباع مرحلتين :  
-عملية التركيب الاولية : وذلك من خلال اختيار اللقطات و تنظيمها و ترتيبها وفق تصورنا للعمل .

- تسجيل التعليق الصوتي و ذلك يوم : 2022/05/20

### المزج :

قمنا في هذه المرحلة بدمج ومزج المشاهد و و تسجيل الصوتي و الموسيقي التي تتلائم مع طبيعة الموضوع التي تحتوي على التأثيرات والأداء التي تريح المستمع ولا تطغى على بعضها البعض ، ولجعل كل عناصر العمل واضحة وإعطاء التأثير المطلوب.

### الموسيقى :

في هذه المرحلة قمنا بتنقية مقاطع الموسيقى التي هي عبارة عن مقاطع ومؤثرات صوتية ذات قيمة فنية جمالية في الروبورتاج و التي تتوافق مع مضامين الروبورتاج فهي عنصر مهما فيه .

### رابعا : نص التعليق:

تعشق العين كل جميل و ترتاح النفس لرؤية ما هو بديع فجمال البلدان و سحر الطبيعة و تنوع الثقافات اشياء تجذب الانسان و تدفعه للتنقل و التحول من بلد الى آخر ومن منطقة الى أخرى من اجل التمتع بالمناظر الطبيعية و التعرف على ثقافات الشعوب و عاداتها و تقاليدها و خوض تجارب جديدة و هذا النشاط الجذاب هو ما يعرف بالسياحة.

هذا القطاع من اسرع القطاعات نموا في القرن الحالي ، اذ اصبح ميدانا للتنافس الشديد بين الدول ، نظرا لقدرة تأثيره الواسعة على الاقتصاد و تجاوز كل الازمات.

### "مقابلة "

- ولان الجزائر حباها الله بموقع ثري و طبيعة خلابة تريح القلب و تسر الناظرين ، ارضاً غنية بعبق التاريخ و تراث الاجداد، اصالة الماضي و عراقة الحاضر ،تمتزج بها الكثير من الوان الطبيعة ، مناطق ساحرة جبال شاهقة ، سكون الصحراء و الشواطئ المتلألآت ذات المياه الزرقاء.

الجزائر العاصمة او البهجة كما يحبذ الكثيرون تسميتها من العواصم التي تخبأ شوارعها قصصا من التاريخ العريق و يحكي طابعها العمراني حضارات و امبراطوريات عديدة تعاقبت عليها منذ القدم ، مدينة تقع وسط شمال البلاد مطلة على خليج البحر الابيض المتوسط ، تنقسم الى جزء قديم و يتمثل بالقصبة و جزء حديث يتواجد على المستوى الساحلي القريب من البحر.

و حين تنطلق من هناك الى الغرب الجزائري تستقبلك الباهية وهران تلك المدينة التي تعتبر منطقة سياحية بامتياز تمتلك كل المقومات من جمال للطبيعة و معالم تاريخية من قصور و قلاع مدينة عتيقة و عاصمة للفن الجزائري.

من الغرب الى الجنوب تطل عليك الرمال الذهبية و الواحات الاخاذة حاملة في ثناياها و بين طياتها عظمة الخالق في تلك الارض الشاسعة ، ..مدينة الالف قبة و قبة وادي سوف تزخر بمناطق طبيعية خلابة و زخرفة الكتبان الرملية تروي حكايات طويلة للجمال و الابداع.

هناك في شرقي الجزائر بوابة حدودية و منطقة طبيعية و بهاء بيئي رهيب .. ولاية تبسة احدى الاراضي الخصبة لقطاع سياحي واعد اضافة الى انها ضاربة في عمق التاريخ.

لكن مع انتشار وباء كورونا في العالم و ما جاء به من عديد التغيرات في كل المجالات كان لعالم السياحة نصيب ايضا و الذي يوصف بانه من اكثر القطاعات تضرراً نتيجة هذه الجائحة.

### "مقابلة "

و من الغريب ان نتكلم عن السياحة دون التكلم عن الاعلام الشريك الاساسي لها و الذي يقوم بالتخصص في هذا المجال كما يأخذ الاعلام السياحي منه بشكل خاص فرصة اوسع للترويج و التسويق عبر مختلف الوسائل الاعلامية لما لها من قوة تأثير و جذب. ولأن الاذاعة من الوسائل القريبة للمواطن بمختلف مستوياته و شرائحه تلعب دورا مهما في عرضها و التعريف بها و كذا تحسين صورة السياحة الداخلية للجمهور.

### " مقابلة "

ولإن الصورة أبلغ من ألف كلمة فإن التلفزيون يعمل عامل الصوت و الصورة و يعرض الجماليات بطريقة جذب و تشويق من خلال طريقة التصوير و المونتاج و كذا الاقبال الكبير على هاته الوسيلة

### " مقابلة "

وفي خضم التطور التكنولوجي الرهيب اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي احد ابرز الفواعل في المشهد السياحي و ادارة ازمة كورونا المستجد...صناع المحتوى و كذا الصفحات التي تعني بالسياحة بمختلف انواعها برزت و تزايد دورها بصورة كبيرة و ذلك بطريقة سهلة و غير مكلفة و ناجحة في جذب السواح لهاته المناطق. خالد مناعي عينة من الشباب الذين ابدعوا و تفننوا في التقاط الصور، الفيديوهات و كانت الكاميرا الرفيق الدائم في كل مغامرة الهدف منها الارتقاء و النهوض بهذا القطاع و رسم اجمل الصور.

### " تصريح "

و بعيدا عن عالم الصورة و الكلمة كان للوكالات السياحية ايضاً دورا كبيرا للترويج و التسويق السياحي و ذلك من خلال العديد من الوسائل و الاساليب و وكالة Desti world خير مثال على ذلك

### "مقابلة "

و لأن الاعلام مرآة لكل جمال بلوحاته و الوانه او حتى بكلماته و مفرداته كان لزاما ان يكون احدي اهم العوامل للنهوض بالسياحة و تسويقها و مع نشوب الكورونا التي اكلت الاخضر و اليابس و غيرت الحال الى حال آخر كان الزحف الالكتروني و ميلاد عالم السياحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي اكبر داعم اني حيني و سريع و برونق و سحر آخر.

**خامسا : البطاقة التقنية للروبورتاج**

- ✓ عنوان الروبورتاج : الاعلام السياحي و الجائحة
- ✓ نوع الروبورتاج : مصور
- ✓ مدته : 15.05د
- ✓ اعداد الطالبة : فطوم روميضاء
- ✓ تحت اشراف الاستاذة : نورية آيت محند
- ✓ خلية التصوير : ELITE PROD
- ✓ تصوير و تركيب : خالد مناع – ضياء حفظ الله
- ✓ الكاميرا المستعملة : Canon Rebel sl2-canon750D
- ✓ برامج التركيب : ( Adobe premiere – audition – after effets )
- ✓ الجمهور المستهدف : جمهور عام
- ✓ تاريخ الانجاز : ماي 2022



سادسا : تصميم الشارة

شارة البداية :

**العنوان**

الاعلام السياحي و الجائحة  
جامعة الشيخ العربي التبسي  
قسم علوم الاعلام و الاتصال  
تخصص سمعي بصري  
اعداد و تقديم :  
فطوم روميضاء  
اشراف الدكتورة  
نورية آيت محند

شارة النهاية :

عنوان الروبورتاج  
الاعلام السياحي و الجائحة  
جامعة الشيخ العربي التبسي  
قسم الاعلام و الاتصال  
اعداد و تقديم :  
فطوم روميضاء  
تصوير و مونتاج :  
خالد مناع  
ضياء حفظ الله  
تحت اشراف الاستاذة  
نورية آيت محند  
السنة الجامعية 2022/2021

سابعا : التقطيع التقني

شريط الصوت				شريط الصورة						
رقم اللقطة	مدة اللقطة	نوع اللقطة	حركة كاميرا	زاوية التصوير	مضمون لقطة	التعليق	الحوار	الموسيقى	المؤثرات	اصوات خارجية
01	46 ثانية	عامة + مقربة	ثابتة + بانورامية من اعلى للاسفل	عادية +خلفية +جانبية +متوسطة	جنيريك البداية +لقطات متنوعة من الطبيعة	تعشق العين ..... تجاوز كل الازمات	/	ترويجية هادئة	/	/
02	30 ثانية	مقربة	ثابتة	امامية	مقابلة مع مفتش / مديرية السياحة " مفيد بوزيد "	/	تصريح مفتش مديرية السياحة "مفيد بوزيد "	/	/	/
03	25 ثانية	عامة +مقربة	ثابتة +بانورامية من اليمين الي اليسار	عادية +مرتفعة	مناظر طبيعية متنوعة "صحراء جبال بحار "	لان الجزائر ..... مياه الزرقاء	/	ترويجية هادئة	/	صوت الامواج
04	14 ثانية	مقربة	ثابتة	امامية	مشهد لسانحة تونسية تبدي رايتها	/	تصريح لسانحة تونسية تبدي رايتها في الجزائر	/	/	/
05	35 ثانية	عامة +مقربة	متحركة بانورامية من اليسار الي اليمين +من فوق الي تحت +من تحت الي فوق	عادية + مرتفعة	مناظر طبيعية + صور للجزائر العاصمة مبانى القصور ،	الجزائر العاصمة ..... من البحر	الجزائر العاصمة	شعبية	/	/
06	20 ثانية	مقربة	ثابتة	امامية	مشاهد لسانحة اجنبية تبدي رايتها	/	تصريح لسانحة اجنبية تبدي رايتها	شعبية	/	/
07	27 ثانية	عامة +مقربة	متحركة +بانورامية من اليسار الي اليمين	عادية +منخفضة +مرتفعة	مشاهد لمدينة وهران عمران مناطق ساحلية تمثل	و حين تنطلق من هنا هناك ..... للفن الجزائري	/	تراث	/	/
08	25 ثانية	مقربة جدا +مقربة +عامة	متحركة بانورامية من فوقتحت الي فوق	عادية +منخفضة	مناظر طبيعية كثبان رملية صحراء نخيل	من الغرب الي الجنوب ..... الجمال و الابداع	/	تراث	/	/
09	19 ثانية	عامة + سريعة +مقربة	عادية +بانورامية من اليمين الي اليسار من اليمين	عادية +مرتفعة +جانبية	مدينة تبسة ، مناظر طبيعية ، معالم اثرية	و هناك في في شرقي ..... عمق التاريخ	/	شعبية	/	/
10	19 ثانية	عامة +مقربة	ثابتة	عادية	مشاهد لمطارات ومشاهد داخل طائرة	لكن مع انتشار ..... جانحة	/	حزينة	/	/
11	29 ثانية	مقربة	ثابتة	امامية	مقابلة مفتش لمديرية السياحة "مفيد بوزيد "	/	تصريح مفتش لمديرية السياحة	/	/	/

			"مفيد بوزيد"									
/	/	/	/	و من الغريب ..... تأثير و جذب	لقطات مختلفة	امامية+جانبية +خلفية	ثابتة	مقربة	25 ثانية	12		
/	/	/	تصريح الصحفية بووكالة الانبياء "روميساء ططار"	/	مقابلة مع صحفية بووكالة الانبياء "روميساء ططار"	جانبية	ثابتة	مقربة	56 ثانية	13		
/	/	هادنة	/	و لان الاذاعة ..... للجمهور	مشهد مذبةة+مذباع في السيارة	امامية	ثابتة	مقربة +مقربة جدا	15 ثانية	14		
/	/		تصريح الصحفية في اذاعة تبسة الجهوية "علاق ملكة"	/	مقابلة مع صحفية في اضاعة تبسة الجهوية "ملكة علاق"	امامية	ثابتة	مقربة	29 ثانية	15		
	/	شعبية + هادنة	حلقة من برنامج اذاعي للصحفي ربيع مازوز	مناظر من منطقة قسطل	حلقة من برنامج اذاعي للصحفي ربيع مازوز	مستوية + منخفضة	مقربة+بانورامية	عادية +مقربة	46 ثانية	16		
/	/	حماسية	/	و لان الصورة ..... هاته الوسيلة	رپور تاج من بعض القنوات "العربية ، التلفزيون الوطني الجزائري"	مرتفعة +عادية	ثابتة +بانورامية من تحت الي فوق	مقربة	18 ثانية	17		
صوت العصافير + صوت رياح	/	/	تصريح للصحفية في وكالة الانبياء روميساء ططار	/	مقابلة مع الصحفية في وكالة الانبياء روميساء ططار + رپور تاجات من التلفزيون الوطني الجزائري	عادية +مرتفعة +متحركة	ثابتة +بانورامية من تحت الي فوق +جانبية	مقربة +عادية	د 32 ثانية	18		
/	/	حماسية	/	و في خضم التطور ..... لهاته المناطق	صور لصناع محتوى من مختلف العالم	امامية	متحركة +ثابتة	مقربة +عادية	21 ثانية	19		
/	/	حماسية	/	خالد مناع ..... اجمل الصور	صفحة صانع محتوى خالد مناع	امامية	ثابتة	مقربة	14 ثانية	20		
صوت العصافير + ضجيج خارجي	/	/	تصريح لصانع محتوى خالد مناع	/	مقابلة مع صانع محتوى خالد مناع + مناظر طبيعية + مشهد لكنيسة مسيحية في تبسة +صور مدينة تبسة	جانبية+امامية +عامة	ثابتة	مقربة	د 37 ثانية	21		
عصافير + ضجيج خارجي	/	هادنة	/	و بعيدا عن العالم ..... خير مثال على ذالك	صور لوكالة سياحية Desti world	امامية+جانبية	متحركة +بانورامية	مقربة +عادية	21 ثانية	22		
ضوضاء خارجية	/	/	تصريح مع صاحب الوكالة سياحية deti	/	مقابلة مع صاحبة الوكالة السياحية desti world platrorm ipro + booking	امامية	ثابتة	متوسطة	د 45 ثانية	23		

			world							
صوت رياح	/	هادنة	/	لان الاعلام ..... سحر اخر	خاتمة	امامية	ثابتة	متوسط	29 ثانية	24
/	/	هادنة	/	/	جنيريك النهائية	/	/	/	10 ثواني	25

الخاتمة

و في الاخير مما سبق تحليله نتستنتج ان هذا الروبورتاج سليط الضوء على الاعلام السياحي في ظل جائحة كورونا الذي اعتبر عامل اساسيا خلال هذه الفترة للتنشيط السياحة الداخلية و تفعيل السياحة الافتراضية و ذلك نتيجة توقف و انعدام حركة السفر .

➤ النتائج :

و من خلال هذه الدراسة توصلنا الى بعض النتائج الآتية:

- ✓ الاعلام السياحي لم يعد يقتصر على وسائله فقط في تقديم المعلومات حول السياحة و انما يتطلب وعي المجتمع باهميتها.
- ✓ الجزائر تتوفر على مقومات سياحية طبيعية ثقافية و تراثية تستحق الزيارة و التعرف عليها و تثمينها
- ✓ الاعلام السياحي لم يعد يقتصر على وسائله فقط في تقديم المعلومات حول السياحة
- ✓ عدم وجود برامج سياحية كافية للترويج السياحي
- ✓ بروز صناعات المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي و ترويجهم للسياحة الداخلية خلال فترة جائحة كورونا
- ✓ لعبت السياحة الافتراضية دورا هاما في تقديم رسائل اعلامية و برزت السياحة الجبلية و جعلتها اكثر انتشارا في المجتمع بكل فئاته.

➤ توصيات

- ✓ العمل على التنسيق بين المؤثرين و وسائل الاعلام المتخصصة في المجال السياحي
- ✓ العمل على تأهيل و تدريب حقيقي و فعال و دائم للكوادر الاعلامية السياحية ليتمكن و يبدع هؤلاء في عرض الرسائل الاعلامية السياحية بإتقان .
- ✓ توفير جهات علمية مختصة كمراكز الابحاث و الجامعات لإجراء دراسات تقييمية على اداء الاعلام السياحي و تطويره .
- ✓ تفعيل شراكة بين الاعلام الافتراضي و الاعلام السياحي للرفي بالقطاع السياحي الى مستوى منتج تنافسي يساهم في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية للبلاد.

# قائمة المراجع

- (1) احمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات الاعلام ، ط2 ، الكتب اللبناني ، بيروت ، لبنان
- (2) بشرى تيسير عباس ، الاعلام المتخصص الحديث ، الاكاديميون للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، ط1، 2014، ص 75
- (3) جميل نسيمة ، السياحة و تثمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر ، مذكرة ماجستير في العلوم الاعلام و الاتصال ، جامعة وهران -2009-2010 ،
- (4) حنان برجم ، شافية شاوي ، تشخيص تاثير فيروس كوفيد 19 على التسويق السياحة في العالم ، مجلة العلوم الانسانية ، المجلد 21 ، العدد02، 2021 .
- (5) حنان برجم ، شافية شاوي ، تشخيص تاثير فيروس كوفيد 19 على التسويق السياحة في العالم ، مجلة العلوم الانسانية ، المجلد 21 ، العدد02، 2021
- (6) خالد بن عبد الرحمان ال دغيم ، الاعلام السياحي و تنمية السياحة الوطنية ، دار اسامة للنشر و التوزيع ،الاردن ،عمان ،ط5، 2014 ص
- (7) خالد بن عبد الرحمان ال دغيم ، الاعلام السياحي و تنمية السياحة الوطنية ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، ط1 ، 2014 ،
- (8) سماعيل حسيبة ، بن نافلة قدور ، وكالات السياحة و السفر و حتمية التوجه للسياحة الداخلية بعد جائحة كورونا (كوفيد19) ، مجلة التكامل الاقتصادي ، المجلد 09 ، العدد 02 ، حوان 2021 .
- (9) الشاهد الياس ، التسويق السياحي كسبيل التنشيط القطاع السياحي في الجزائر ، مجلة العلوم الانسانية ، جامعة محمد خضيبير بسكرة ، العدد 25.
- (10) شيدوان شيبه، دراسات في الاعلام السياحي، دار المعرفه الجامعيه، 2008 .
- (11) عيسى الهادي ، "نظرية لدور الاعلام الرياضي في المجتمع ، مجلة الخبير ، العدد3، 2010،
- (12) فتيحة محدي ، السياحة الافتراضية كبديل استراتيجي للسياحة التقليدية في ظل ازمة جائحة كورونا ( كوفيد 19)، مجلة المعالم للدراسات الاعلامية و الاتصالية ، المجلد الثالث ، العدد الثاني ، ديسمبر 2021
- (13) فضيل دليو ، الاتصال مفاهيمه ، نظرياته ، ووسائله ، ط1، دار الفجر ، القاهرة مصر ، 2003،
- (14) فضيلة بطورة .الاعلام السياحي الحديث اداة مساهمة في نجاح قطاع السياحة في الاردن رؤية 2025 .مجلة افاق للعلوم .المجلد 7 العدد 02 سنة 2020 .
- (15) كحيط ايمان ، الترويج السياحي و الاعلام السياحي في الجزائر ، مجلة العلوم القانونية و الاجتماعية ،زيان عاشور ،بالجلفة ، العدد 09
- (16) كحيط ايمان ،الترويج السياحي و الاعلام السياحي في الجزائر ، مجلة العلوم القانونية و الاجتماعية جامعة زيان عاشور الجلفة ، العدد التاسع .



- (17) محمد العقاب ، الصحفي الناجع ، دليل للطلبة و الصحفيين و خلايا الاتصال ، ط2 ، 2006 .
- (18) محمد جمال الفار ، مصطلحات الاعلامية ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، الاردن ، 2014 ، ص26.
- (19) محمد خطاب ، الاعلام السياحي و العلاقات العامة ، امجد للنشر و التوزيع ، الاردن ، عمان ، ط1 ، 2016
- (20) محمد خيرة ، الاعلام الصحي و ادارة ازمة كورونا كوفيد -19 في ظل انتشار الاخبار الزائفة عبر المواقع الميديا الاجتماعية ، مجلة التمكين الاجتماعي ، المجلد 02 ، العدد 03 ، سبتمبر 2020 .
- (21) محمد منير حجاب ، الاعلام السياحي ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة - 2003 ،
- (22) مرتضى البشير الامين ، وسائل الاتصال و الترويج السياحي ، دار امواج النشر و التوزيع . عمان - الاردن ، 2016
- (23) مزيان حمزة ، " مساهمة وكالة السياحة و السفر في تنمية السياحة الداخلية في الجزائر – دراسة استطلاعية لعينة من الوكالات السياحية – " ، مجلة الابحاث الاقتصادية المعاصرة ، المجلد 4 ، العدد 02 ، 2021 ،
- (24) نصر الدين العياضي ، اقترابات نظرية من الانواع الصحفية ، ط2 ، ديوان مطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2007 .
- (25) الياس عياش ، الخدمات السياحية الفندقية و التنمية الحضرية في جيجل – مدينة جيجل نموذجاً ، رسالو لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، ، جامعة المنتوري قسنطينة ، 2009/2008 .

# قائمة الملاحق

➤ الملحق الاول :

مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية تبسة

إحصائيات النشاط للمؤسسات الفندقية لشهر جانفي 2020

أجانب		وطنيين	
ليالي	وصول	ليالي	وصول
736	676	2385	1933

إحصائيات النشاط لوكالات السياحة والأسفار لشهر جانفي 2020

عدد السياح			عدد الزبائن في الشهر	عدد مناصب الشغل
سياحة نحو الخارج	سياحة استقبالية	سياحة داخلية		
130	00	142	272	67

➤ المحلق الثاني :

مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية تبسة

إحصائيات النشاط للمؤسسات الفندقية لشهر فيفري 2020

أجانب		وطنيين	
ليالي	وصول	ليالي	وصول
759	608	2142	1754

إحصائيات النشاط لوكالات السياحة والأسفار لشهر فيفري 2020

عدد السياح			عدد الزبائن في الشهر	عدد مناصب الشغل
سياحة نحو الخارج	سياحة استقبالية	سياحة داخلية		
78	03	256	337	63

➤ الملحق الثالث :

مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية تبسة

أجانب		وطنيين	
ليالي	وصول	ليالي	وصول
35	33	1439	1106

إحصائيات النشاط للمؤسسات الفندقية للأشهر مارس إلى غاية أوت 2020

إحصائيات النشاط لوكالات السياحة والأسفار للأشهر مارس إلى غاية أوت 2020

عدد السياح			عدد الزبائن في الشهر	عدد مناصب الشغل
سياحة نحو الخارج	سياحة استقبالية	سياحة داخلية		
00	00	00	00	65

➤ الملحق الرابع :

أجانب		وطنيين	
ليالي	وصول	ليالي	وصول
130	66	4435	3963

مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية تبسة

إحصائيات النشاط للمؤسسات الفندقية للأشهر سبتمبر أكتوبر نوفمبر ديسمبر 2020

إحصائيات النشاط لوكالات السياحة والأسفار للأشهر سبتمبر أكتوبر نوفمبر ديسمبر 2020

عدد السياح			عدد الزبائن في الشهر	عدد مناصب الشغل
سياحة نحو الخارج	سياحة استقبالية	سياحة داخلية		
00	00	00	00	84

