

<p>اسم ولقب الباحث الثاني: سهام ذيب</p> <p>الرتبة العلمية : أستاذ محاضر "ب"</p> <p>المؤسسة :جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس كلية العلوم الاجتماعية والانسانية</p> <p>التخصص:إعلام ثقافي</p> <p>الهاتف: 0669595886</p> <p>العنوان الالكتروني: s.dib@univ-soukahras.dz</p> <p>الوظيفة : أستاذة جامعية بجامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس كلية العلوم الاجتماعية</p>	<p>اسم ولقب الباحث الأول: عادل لولو</p> <p>الرتبة العلمية: طالب دكتوراه السنة الثالثة</p> <p>المؤسسة :جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس كلية العلوم الاجتماعية والانسانية</p> <p>التخصص:علم اجتماع التربية</p> <p>الهاتف: 0699795855</p> <p>العنوان الالكتروني: adel.loulou@univ-soukahras.dz</p> <p>الوظيفة :موظف في قطاع التربية .</p> <p>الرتبة : أستاذ مكون في التعليم الثانوي</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

مداخلة بعنوان:

صورة الخدمات الفندقية في شبكة التواصل الاجتماعي

-قراءة سيميولوجية لصفحة الفاييسبوك لوزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية-

ملخص الدراسة:

تعتبر السياحة المحلية من أهم المؤشرات التي تساهم في ارتفاع مستوى الاقتصاد الوطني لما لها من مردود إيجابي على هذا القطاع يتعدى المستوى الداخلي، وقد أصبح ذلك أكثر تيسيرا بفضل الأنترنت عموما وشبكات التواصل الاجتماعي خصوصا، حيث استطاعت هذه الأخيرة أن توفر للجهاات المسؤولة الرسمية وغير الرسمية فضاء رحبا من النشر والترويج والتعريف بمختلف الإمكانيات في هذا القطاع، لتساهم في رسم صورة عن هذه السياحة، يكون على إثرها السياح اتجاهاتهم ورغباتهم وميولاتهم.

ويعتبر المجال الفندقي من أبرز المجالات التي وظفت هذه التكنولوجيا في التعريف بخدماتها سعيا منها لرسم صورة إيجابية لدى السياح واستقطاب أكبر عدد ممكن منهم، ولا تعتبر هذه الوظيفة حكرا على المؤسسات الفندقية فقط، بل هي أيضا من مسؤوليات وزارة السياحة والصناعة التقليدية كوصي أول على نشاطات هذه المؤسسات خاصة العمومية منها، أين تعمل من خلال صفحتها على الفاييس بوك على إعلام الجماهير بمختلف نشاطاتها في هذا القطاع السياحي والتي يعتبر المجال الفندقي من أبرزها، ورغم أن الصفحة مخصصة للإعلام والإخبار إلا أن العنصر الترويجي لبعض خدمات هذه الفنادق يبقى ظاهرا من خلال نشر مختلف الصور والفيديوهات التي تساهم في رسم صورة ذهنية لدى المشاهد، وعليه فيم تتمثل صورة الخدمات السياحية الفندقية التي تظهر من خلال صفحة الفاييس بوك لوزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية وذلك في بعدها السيميولوجي؟

الملخص بالإنجليزية:

Domestic tourism is considered one of the most important indicators that contribute to raising the level of the national economy because of its positive impact on this sector that goes beyond the internal level. This has become more facilitated thanks to the Internet in general and social media networks in particular, as the latter has been able to provide official and non-official responsible bodies with a space. We

welcome publishing, promoting and introducing various possibilities in this sector, to contribute to drawing an image of this tourism, as a result of which tourists form their trends, desires and inclinations.

The hotel field is considered one of the most prominent fields that have employed this technology to introduce its services in an effort to paint a positive image among tourists and attract the largest possible number of them. This function is not considered limited to hotel establishments only, but is also one of the responsibilities of the Ministry of Tourism and Traditional Industry as the first guardian of the activities of this sector. Institutions, especially public ones, work through their Facebook page to inform the public about their various activities in this tourism sector, of which the hotel field is considered one of the most prominent. Although the page is dedicated to information and news, the promotional element of some of these hotels' services remains apparent through the publication of various pictures. And the videos that contribute to drawing a mental image for the viewer. Accordingly, what is the image of hotel tourism services that appear through the Facebook page of the Algerian Ministry of Tourism and Traditional Industry in its semiological dimension?

### الملخص بالتركية:

Tabii, işte metnin Türkçe çevirisi:

Yerel turizm, ulusal ekonominin seviyesini yükseltmeye katkıda bulunan en önemli göstergelerden biri olarak kabul edilir ve bunun olumlu geri dönüşleri iç düzeyi aşmaktadır. Bu, genel olarak internet ve özellikle sosyal medya ağları sayesinde kolaylaştırılmıştır. Bu platformlar, resmi ve gayri resmi sorumlu mercilere bu sektördeki fırsatları tanıtmak için geniş bir alan sunmuştur ve bu turizmin bir görüntüsünü çizmeye katkıda bulunarak turistlerin tercihlerini, isteklerini ve eğilimlerini şekillendirmiştir.

Otelcilik sektörü, hizmetlerini tanıtmak için bu teknolojiyi en etkili şekilde kullanan alanlardan biridir ve turistlere olumlu bir izlenim vererek mümkün olan en fazla sayıda turisti çekmeyi amaçlamaktadır. Bu işlev sadece otel işletmelerinin tekelinde değildir, aynı zamanda bu kuruluşların faaliyetlerini denetleyen ilk otorite olan Turizm ve El Sanatları Bakanlığı'nın da sorumluluğundadır. Bakanlık, Facebook sayfası aracılığıyla otelcilik sektörünü de kapsayan bu turizm sektöründeki çeşitli faaliyetleri tanıtmaktadır. Sayfa bilgilendirme ve haber verme amacıyla tasarlanmış olsa da, çeşitli fotoğraf ve videoların paylaşılması, izleyicilerde zihinsel bir imaj oluşturmaya katkıda bulunduğu için bazı otel hizmetlerinin tanıtımına da açıkça hizmet etmektedir. Bu bağlamda, Cezayir Turizm ve El Sanatları Bakanlığı'nın Facebook sayfasında otelcilik turizm hizmetlerinin sunumu ve semiolojik boyutu nedir?

أولاً: الإشكالية:

أصبح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مختلف المجالات الحياتية ضرورة ملحة لا يمكن تجاوزها، إذ تعتبر في عصرنا الحالي من المصادر الأساسية التي تساهم في تكوين الصور الذهنية عن أي شيء يريد الجمهور معرفته، ليأتي على إثرها القرار في تبني السلوك من عدمه.

ومن تلك المجالات التي ساهم هذا الفضاء في تشكيل وبناء صورها المجال الخدماتي الفندقي أين أتيح للجمهور وقبل أني يسافر إلى الوجهة المقصودة أن يتعرف على مختلف الخدمات التي توفرها الفنادق، لأن نجاح رحلته السياحية مرهون بحسن اختياره.

وقد كان لوزارة السياحة والصناعة التقليدية دور أيضا في ذلك، برز من خلال صفحتها على الفيس بوك، ففي سياق نشرها لمختلف نشاطاتها ومستجداتها على مدار اليوم يظهر جليا البعد الترويجي الخدماتي إذا ما تعلق الأمر بالفنادق ومستلزماتها، من خلال نشر الصور أو الفيديوهات الإخبارية والتي تعبر ضمنا عن تلك الخدمات التي تتوفر عليها الفنادق محل الزيارة. مما يساهم في تشكيل صورة لدى السائح عن تلك الخدمات لي طرح السؤال نفسه هنا: ما هي معالم صورة

الخدمات السياحية الفندقية في بعدها السيميولوجي والتي تعمل الوزارة على نقلها للسائح من خلال صفحتها على الفايس بوك؟

ينبثق عن السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل فيما يلي:

- 1- بم تتصف المنشورات التي تعرضها وزارة السياحة والصناعة التقليدية عن الخدمات الفندقية في صفحتها على الفايس بوك؟
- 2- فيم تتمثل الدلالات الخفية للعلامات الأيقونية التي تتشكل من خلالها صورة الخدمات السياحية الفندقية في الصفحة لدى السائح؟
- 3- كيف تظهر لنا صورة الخدمات السياحية الفندقية في الصفحة من خلال الرسالة الألسنية على مستوى المنشورات والتعليقات؟

ثانيا: أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- وصف المنشورات التي تعرضها وزارة السياحة والصناعة التقليدية عن الخدمات الفندقية في صفحتها على الفايس بوك.
- 2- التعرف على دلالات العلامات الأيقونية التي تتشكل من خلالها صورة الخدمات السياحية الفندقية في الصفحة لدى السائح.
- 3- الكشف عن صورة الخدمات السياحية الفندقية في الصفحة من خلال الرسالة الألسنية على مستوى المنشورات والتعليقات.

ثالثا: منهج الدراسة وأداتها البحثية:

من الخطوات الأساسية في البحث العلمي اختيار المنهج المناسب لموضوع الدراسة وأهدافها، ويعرف المنهج العلمي على أنه: "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة" (دشلي، دس ن، p. 27).

وقد استخدمنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي يعتمد على وصف محتوى صفحة الفايس بوك لوزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية وصفا واقعيا يعتمد على الكيف، ويساعنا في الإجابة على الأسئلة الفرعية للدراسة.

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة التحليل السيميولوجي للكشف عن الدلالات الظاهرة والخفية التي تظهر من خلال وزارة السياحة والصناعة التقليدية بالجزائر

مجتمع الدراسة وعينته:

يتمثل مجتمع الدراسة في مجموع منشورات صفحة الفايس بوك لوزارة السياحة والصناعة التقليدية في الجزائر لسنة 2023 والتي تتضمن الحديث عن الفنادق وخدماتها بأسلوب مباشر أو غير مباشر، وسواء من إنتاجها أو من إنتاج التلفزيون الجزائري بمختلف قنواته العمومية أو الخاصة.

نظرا لكبر حجمها من جهة ولطبيعة الأداة الكيفية من جهة أخرى اخترنا منها قصديا التي حازت على أكبر قدر من التفاعلات والتي بلغ عددها ثلاثة منشورات اثنان منها جمع بين النص والصور، أما الثالث فكان في شكل فيديو

رابعا: ضبط مفاهيم الدراسة:

1- مفهوم صورة السياحة :

أ- اصطلاحا:

ب- إجرائيا: انطلاقا من ميدان الدراسة نقصد بها مختلف الانطباعات والتصورات التي تنقلها صفحة الفايس بوك الخاصة بوزارة السياحة والصناعة التقليدية لمتابعتها عن السياحة الداخلية المتمثلة هنا في الخدمات التي تتوفر عليها الفنادق التي قام بزيارتها الوزير، أو التي تمت مشاركتها من القنوات السمعية البصرية الجزائرية.

2- مفهوم الخدمات الفندقية:

أ-اصطلاحا: تعد صناعة الفنادق من الصناعات القديمة، والتي ارتبط ظهورها ارتباطا وثيقا بظهور الضيافة نفسها حيث كانت الضيافة في البداية قاصرة على إشباع حاجات المسافرين العابر، غير أن التطور الذي حدث في الثورة الصناعية وما استتبعه من اتساع شبكة الطرق وتمهيدها، والرغبة في توطيد العلاقات بين المدن المختلفة قد أدى إلى كثرة الأسفار، الأمر الذي يتطلب إنشاء العديد من النزل السكنية (الصيرفي، 2007، صفحة 11)

تعرف الخدمات الفندقية بأنها مجموعة من الأعمال التي تؤمن للسياح الراحة والتسهيلات عند الشراء، واستهلاك الخدمات والسلع الفندقية، خلال إقامتهم في الفندق (العايب، 2009، صفحة 9).

كما ينظر إليها أيضا على أنها أي فعل منجز يقدم من الفندق الى الزبون، ويكون بالأساس غير ملموس ولا ينتج عنه تملك أي شيء ما، حيث يقدم فوائد ومنافع مباشرة للزبون نتيجة لتطبيق أو استخدام جهد أو طاقة بشرية أو آلية على أشخاص أو أشياء معينة ومحددة ولا يمكن استهلاكها ماديا (شرفاني، د س ن، صفحة 17).

ب- إجرائيا: يمكن أن نعرفها انطلاقا من ميدان الدراسة بأنها مختلف الأفعال والأشياء المادية واللامادية التي تضعها الفنادق في خدمة السائح طيلة مدة إقامته بها، دون أن تكون متاحة للتملك مثل: غرف النوم، إطلالات الغرف، قاعات الاستقبال، مختلف المرافق... وغيرها من الأشياء التي تقدم المنفعة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

خامسا: الإطار النظري للدراسة:

1-خصائص الخدمات الفندقية:

تتميز الخدمات الفندقية بمجموعة من الخصائص منها ما هو مشترك مع الخصائص العامة للخدمات، وأهمها:

✓ تتسم الخدمة الفندقية بالتذبذب وعدم الاستقرار، ويظهر هذا في حالتي الطلب والعرض على الخدمات الفندقية. ففي حالة الطلب العالي لا تتوفر لهذه المؤسسات الإمكانيات الكافية من الطاقة الاستيعابية لسد الطلب، أما العرض فيسبب خسارة ناتجة من أن الطاقة الاستيعابية المعروضة للبيع تبقى فارغة أي غير مباعة بسبب كساد الطلب (السعيد، 2008، صفحة 27).

✓ صناعة الضيافة تعتمد على الخدمات، والخدمات شيء غير ملموس لا يمكن وضع قواعد عامة أو معايير جودة يمكن تطبيقها عليها، كما لا يمكن الحصول على نفس الجودة دائما لأنها تعتمد على شخصية العاملين في المنشآت الفندقية وكفاءتهم وليس على آلات (عبوي، 2008، صفحة 47).

✓ إن العلاقة الثنائية بين مقدمي الخدمات والمستفيدين منها لا يمكن أن تتم بالشكل المطلوب ما لم توفر مؤسسة الضيافة الدليل المادي الملموس، المتمثل في الأثاث، الديكور، المصاعد وأجهزة الهاتف والترجمة...الخ.

✓ تتسم الخدمات الفندقية بأنها خدمات لا يمكن نقلها إلى حيث يوجد الزبون (كما هو الحال في السلع)، وإنما يتوجب على السائح الانتقال إلى حيث توجد خدمة الضيافة أو الموقع الأثري أو المتحف، وإزاء هذه الخدمة فإن الكلمة المنطوقة تلعب دورا هاما في التأثير على الزبائن، ومن ثم جذبهم اتجاه الخدمات المقدمة من جانب مؤسسات الضيافة (عبوي، فن إدارة الفنادق و النشاط السياحي (مرفق بقاموس المصطلحات السياحية والفندقية)، 2007، صفحة 107).

✓ قد تقوم الفنادق ببعض جوانب النشاط التجاري والصناعي ضمن نشاطها المعتاد، حيث تتمكن من تقديم خدمات متنوعة للزلاء وغيرهم من العملاء، مثل شراء ما يلزم لتقديم خدمة المبيت، هذا بالإضافة إلى امتلاك بعض

الفنادق الكبرى مزارع للخضر والفواكه والدواجن والمواشي لتلبية احتياجاتها ذاتيا، ثم التصرف في الفائض من هذه المزارع بالطرق التجارية (خليفة، 2009، صفحة 02).

3- ترويج الخدمات الفندقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

تعتبر تكنولوجيا الأعمال الفندقية عبر الأنترنت بصفة عامة وشبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة أداة ناجحة في ترويج الأماكن السياحية والفندقية، بسبب ما تتمتع به من مزايا مثل سهولة الاستخدام والمرونة والقدرة العالية على تحقيق التفاعل البناء بين المنظمة الفندقية والسائح الضيف والوسطاء وبقية أصحاب المصالح، بيد أنه ينبغي على المنظمة الفندقية أن لا تمارس نشاطها الترويجي على الأنترنت في ضوء نفس الافتراضات التي تسود عالم الترويج عبر الوسائل التقليدية، إذ أن طبيعة زيون الأنترنت مختلفة عن العميل التقليدي، فقد أصبح هذا الزيون يتحكم في مشاهدة أو عدم مشاهدة هذا الإعلان أو ذلك، وبنقرة بسيطة على فأرة جهاز الحاسوب يدخل إلى موقع المنظمة الفندقية وبنقرة مشاهدة يخرج منه، وهذه العملية تجري خلال ثوان، لذلك ينبغي أن تكون الرسالة الإعلانية جذابة وقادرة على استقطابه إلى موقع المنظمة الفندقية، وإبقائه أكبر مدة ممكنة داخله، عبر محتوى الشريط الإعلاني الذي يثير اهتمامه وتفاعله، والقادر على تلبية حاجاته ورغباته. ويمكن أن تحقق تكنولوجيا ترويج الخدمات الفندقية عبر الأنترنت مزايا تسويقية وإدارية متعددة للمنظمات الفندقية، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأدوات والتقنيات التي تستخدمها في هذه العملية (طه، 2005، صفحة 192).

من أمثلة تلك التقنيات اعتماد نظام التوزيع الإلكتروني للخدمات الفندقية، والذي يقوم على نظم الحجز المركزية "CRS" والتي يجري ربطها بنظم شركات الطيران ووكالات السياحة والسفر، لتمكين هذه الأخيرة من معرفة حجم العرض الفندقي المتاح في أية لحظة، و من ثم توجيه السائح/الضيف لاختيار هذا الفندق أو ذلك، فقناة التوزيع الإلكتروني هي آلية يتم بموجبها إتاحة البيانات والمعلومات الكافية للأشخاص المعنيين في الوقت والمكان المناسبين لتوليد الرغبة في اتخاذ قرار الشراء، وإتاحة الفرصة للسائحين والضيوف للقيام بعمليات الحجز والدفع الإلكتروني مقابل الخدمات الفندقية (ربابعة، 2007، صفحة 30).

سادسا: الإطار الميداني للدراسة:

حاولنا من خلال التحليل السيميولوجي وفق مقاربة "رولان بارث" لصفحة "وزارة السياحة والصناعة التقليدية في الجزائر" على الفاييس بوك التعرف على صورة الخدمات الفندقية التي تنقلها في صفحاتها من خلال المستويين التعييني والتضميني كالآتي:

➤ المنشور الأول بتاريخ 01 جانفي 2023:

أولا- المستوى التعييني: تضمن هذا المنشور عرض صور مختلفة من بعض الفنادق، تعلقت ببعض مرافقها كإعلام بالخرجة التفقدية التي قام بها مجموعة من المسؤولين في الوزارة وتوثيقا لها، حيث ظهر في إحدى الصور بعض الشخصيات الممثلة لهذه الزيارة.

تضمنت الصور قاعات مختلفة للاستقبال وصورا لمطعم ومطبخ مع قاعة تبدو أنها مخصصة فقط للشخصيات الهامة، كما وتنوعت الإضاءة بين الساطعة في صورة والخافتة في صورة أخرى. أما عن الألوان فكان أبرزها الأبيض والبي الفاتح الذي يميل للأبيض، إضافة إلى الأزرق في بعض الديكورات، والتي زاوجت بين العصرية والتقليدية، وإن علب عليها البعد العصري.

كما ظهرت الكتابة باللغة العربية في بداية المنشور بشكل واضح وأسلوب مباشر لتتنقل الخبر حول هذه الزيارة والهدف منها.

ثانيا-المستوى التضميني:

❖ العلامات الأيقونية: يمكن أن نعبّر عنها من خلال الأبعاد الآتية التي تعطينا صورة عن الخدمات الفندقية في هذا المنشور:

1- البناء الخارجي: لم تظهر في الصور البناءات الخارجية للفنادق مما أسفر عنه غياب أسماء الفنادق المأخوذة منها تلك الصور، وفي هذا ضعف للترويج للفنادق وتعريف الجمهور بالخدمات المقدمة فيها، وهو ما نتج عنه نقل صورة ضبابية عن هذه الفنادق لا تساعد السائح في اختيار الوجهة التي توافق ذوقه.

2- قاعة الاستقبال: وضع المشور صورتين لقاعتي استقبال مختلفتين، لكن لم يظهر اسم كل فندق، وهو تأكيد لما قلناه سابقا من ضعف في تعريف السائح بالفنادق على مستوى هذه الصفحة.

وقد تميزت القاعتين عموما بجمال التصميم وجاذبيته من حيث الديكور الذي استعملت فيه النباتات الاصطناعية التي غلب في أحدها اللون الأخضر الذي يعطي البعد الواقعي لهذا الديكور، في حين غلب على الآخر اللون الأحمر في التزيين بالورود وهو ذات الدلالة السابقة، إضافة إلى الجو الرومانسي الذي تحققه زيارة هذا الفندق.

أما الإضاءة فكانت في أحدها ساطعة باستخدام مصابيح دائرية مختلفة الأحجام موجودة في السقف في حين كانت في الأخرى الإضاءة من الأعلى والأسفل بشكل متقابل عن طريق المصابيح الصغيرة الحديثة، إضافة إلى مضباح أرضي كبير وعصري التصميم بطول الشخص وضع على يسار مكتب الاستقبال.

كما كان هناك جهاز للتلفزيون في كلتا القاعتين، إحداهما يظهر فيها جليا صورة للغرفة ربما لإعطاء القارئ انطباع أولي عن مكان مبيته.

إن الاعتناء بجمال قاعة الاستقبال أمر طبيعي لكونه الواجهة الأساسية للفندق داخليا، ولكن لا يجب أن تكون تمويها للسائح وخداع بصري له يوهمه بأن الغرف نفس مستوى التصميم.

كما ظهرت في صورة الثالثة قاعة استقبال أخرى تتميز أطر بالطابع التقليدي أكثر من العصري، والذي ظهر من خلال الزخارف، ومختلف المصابيح النحاسية التي ظهرت في الصورة والتي تعكس.

كما ميزها أيضا تفريش الأرضية بزرابية حمراء داكنة مع البني الفاتح الذي يميل للأبيض.

غرف النوم: غابت في هذا المنشور صور تتعلق بغرف النوم، رغم كونها من أهم الخدمات التي تحقق الراحة للسائح إذا ما توفر فيها الشروط اللازمة والتي على رأسها النظافة والاتساع والفرش والوسادة المريحين، كان من الأفضل نشرها خدمة أكثر للسياحة في هذه الفنادق.

إطلالة غرف النوم: لم يظهر في هذا المنشور إطلالة الغرف وهو أمر مهم جدا يركز عليه السائح بكثرة في اختياره للغرف بل للفندق بأكمله، ورغم أن هذه الصفحة بالدرجة الأولى إخبارية إعلامية بنشاطات الوزارة في هذا المجال، إلا أنها في النأصل يجب أن يكون لها بعد ترويجي للسياحة المحلية التي تمثلها هنا السياحة الفندقية، وأن تعمل من خلال ذلك على التعريف بمختلف فنادق الوطن وتعرف بالخدمات التي تتوفر عليها.

مكان الطبخ والإطعام: ظهرت في هذا المنشور صور لمكان الطبخ التي يظهر فيها النظام والنظافة سواء على مستوى المكان أو لباس الأشخاص، كما يعكس أيضا النظام في توزيع الطعام في الصحن، وفي المقابل صورة لمائدة مستديرة كبيرة في مكان مغلق يبدو أنها من أجل مأدبة عشاء شخصيات هامة ستحتفل فيه برأس السنة، وحيث تمتعت بديكور راقى وفي ذات الوقت بسيط سواء للكراسي أو الطاولة، وقد ظهرت في هذا المكان لونين فقط البني بمختلف تدرجاته والأبيض، حيث يرمز الأول.

ظهرت أيضا صورة لمكان إطعام السياح عامة بزربية ذات لون قاعة الاستقبال المفروشة مع اختلاف بينهما في شكل الهندسة المرسومة على كل منهما، وفي ذلك دليل على وحدة المكان وخصوصية هذا الفندق في تفريش الفندق بمختلف أجنحته، كما وبرزت أيضا رسومات هندسية تقليدية باللون الأزرق الذي يعبرو في هذا توافق مع قاعة الاستقبال مما يعكس الهوية البصرية لهذا الفندق واتجاهه في اختيار ديكوره وتصميماته.

ظهرت هناك طاولة في هذا المكان عليها الأطعمة التي يتوفر عليها هذا الفندق من مختلف الفواكه والأطعمة والحلويات، وهو يعبر عن التنوع الذي يحققه للسائح مما يجعله في خدمة مختلف الأذواق، ولكنها لا تظهر الأصناف بشكل واضح، وفي هذا ضعف في التعريف بهذه الخدمة لما لا من أهمية كبيرة في استقطاب السياح وبالتالي التسويق لهذا الفندق الذي وللأسف لم يذكر اسمه. إلا أن هذا التنوع يعطي إحساسا بالمتعة التي يحققها هذا الأكل، مما يمكن أن يجعله نوعا من الاستمالات العاطفية لتجربة هذا الفندق.

❖ العلامات الألسنية: أشار المنشور هنا إلى هدف الوزارة هنا وهو مراقبة ومتابعة النشاط الفندقية على مستوى العاصمة وذلك تزامنا مع رأس السنة الميلادية التي تشهد فيها الفنادق استقبال المواطنين والسياح للاحتفال، وفي فصله هنا بين المواطنين والسياح رغبة في الإشارة إلى تنوعهم بين الجزائريين والأجانب، كما أن اهتمامه بالتفتيش على مستوى العاصمة إشارة منه إلى أنها مركز استقطاب سياحي في مثل هذه المناسبات.

ركز النص هنا على نقاط المراقبة وهي ظروف الاستقبال ونوعية الخدمات الفندقية والمطعمية كونها المعيار الأول من جهتهم في الحكم على كفاءة الفندق، ومغيبين تماما الإشارة إلى السعر الذي قد يصل إلى درجة الضعف في مثل هكذا مناسبات، كما أن السعر من المحددات الأساسية لاستقطاب السياح المحليين، بدلا من لجوئهم إلى وجهات سياحية أخرى أكثر مناسبة في ذلك.

كما

مما يعطينا أيضا صورة أكثر واقعية عن خدمات الفنادق بصفة أكثر مصداقية تعليقات المستخدم علي هذا المنشور ، والذي يمكن أن يمثل لنا طرف أساسي وشاهد عيان على الخدمات المقدمة ومدى توافرها فعلا مع هذه الصور، وقد كان مثلا في هذا المنشور 12 تعليقا عبرت جميعا على تدمرها من هذا القطاع في الجزائر، وخصوصا الأسعار الباهضة التي كانت سببا في الذهاب لوجهات سياحية خارج البلاد، وأنها لا تناسب إلا الأغنياء، كما أضاف أحدهم في تعليقه الحديث عن قلة النظافة، والذي يعكس معانيته واقعا لذلك، هناك أيضا من التعليقات الأخرى من كذبت خبر استقبال المواطنين لأن الشباب اختاروا الاحتفال بهذه المناسبة في تونس لنشاطها الأكبر في هذا القطاع وخاصة على مستوى الأسعار.

إن هذه التعليقات تعكس الصورة السلبية والسيئة التي يمتلكها المواطن الجزائري عن السياحة الفندقية وخدماتها في بلاده، وهو حال الكثير منها في باقي المنشورات الأخرى.

من التعليقات البارزة هنا والتي نقلت تجربتها القاسية مع أحد الفنادق بالعلمة ولاية سطيف، تعليق لامرأة تونسية – وهو ما يظهر في سياق حديثها-، حيث تحدث عن قلة الاحترام وسوء التواصل معها والكذب عليها واستغلالها ماديا، وغيرها من السلوكات التي تعكس الصورة المشوهة حتى عند الأجانب عن هذا القطاع.

مما يمكن أن يلحق بالرسالة الألسنية لغة الإيموجي التي عبرت عن 137 إعجابا في مقابل 13 عبروا عن مشاعرهم بإيموجي الضحك والاستهزاء والبكاء، بما يدل على تدمرهم من هذا الواقع وتكذيبهم للصورة التي يرغبون في نقلها للجماهير كما ظهر في التعليقات. أما البقية وهم الأغلب فقد عبروا عن إعجابهم يمكن أن تكون بالمبادرة في التفتيش أو الإعجاب بالصور الخاصة بالفنادق، وهنا يتبين لنا اختلاف وجهات النظر نحو هذا الموضوع.

أولاً- العلامات التشكيلية: تناول هذا المنشور 23 صورة توثق زيارة وزير السياحة والصناعة التقليدية السيد مختار ديدوش مع الوفد المرافق له ثلاثة مشاريع لإنجاز فنادق سياحية، وقد تنوعت هذه الصور بين صور خارجية للفندق وأخرى داخلية، وبين حور ركزت على الديكور في لقطاتها وأخرى ركزت على الشخصيات، لتنتقل لنا بالإضافة إلى الجانب الإعلامي التعريف بهذه الفنادق للسياح بغية استقطابهم.

ثانيا- العلامات الأيقونية: تتضح لنا صورة الخدمات التي تقدمها الفنادق من خلال هذا المنشور في الأبعاد الآتية:

البناء الخارجي: ظهرت من مجموع هذه الصور أولاً صورة لفندق "بروج" خارجياً يعرفنا بالهيكل العام له، حيث تميز بتصميم بسيط تظهر فيه فقط شرفات الغرف ذات لنوافذ الزجاجية، والتي كانت، واسم الفندق باللغتين العربية والفرنسية، وقد كان رمادي اللون، ومهو أما الكتابة باللغة العربية فكانت بلون أحمر يريد أن يقول للسائح، وقد كانت الصورة بزاوية عادية، كما ظهرت فيه أيضاً صفوف كثيرة من الأعلام التي تدل على الاحتفال.

أما صورة البناء الآخر فكان لفندق الباي الذي كتب فقط باللغة العربية على ما يبدو في الصورة، وهو ما يعبر عن هوية هذا الفندق، وقد التقطت صورته بزاوية منخفضة تعبر عن ، ولم تظهر الصورة تصميم الفندق جيداً إلا أنه يبدو أكثر عصرية من سابقه، خاصة مع وجود النوافذ الزجاجية في الطابق الأول، إضافة إلى بروز الأضواء على السطح في المدخل، كما ظهرت فيه أيضاً صفوف كثيرة من الأعلام التي تدل على الاحتفال، وقد كان باللونين البني الفاتح والبني الداكن، كما ظهرت صورة بعيدة لهذا الفندق تبين المباني الفخمة المحيطة به، والتي تمثل على ما يبدو في الصورة مؤسسات أكثر منها سكنات، وهذه الصورة من شأنها أن تعرف أكثر بموقع الفندق كون التموقع يعبر من بين الخدمات الهامة التي يجب أن يتعرف عليها السائح لما لها من أهمية في قربه من مختلف المرافق، إلا أن الصورة هنا أوضحت عيباً بارزاً في بناء الفندق خارجياً تمثل في اعوجاج الحافة اليسرى والتي توحي بأنه خطأ معماري وليس تصميمياً متعمداً لأن ذلك الاعوجاج كان طفيفاً، لذا فهذه ال نقلت صورة سيئة عن الهندسة المعمارية لهذا الفندق بصفة خاصة وللبناء المعماري في الجزائر بصفة عامة

أما الفندق الثالث فظهر فقط كصورة فوتوغرافية ضمن ورقة تحمل البطاقة التقنية للمشروع، وقد كان أيضاً ذو تصميم جذاب باللون البني الفاتح والزجاج الأزرق، كما يتميز بموقعه الانفرادي عن باقي السكنات مما يوحي بالهدوء بعيداً عن زحمة السكان. كما أن المخیل على حافة الطريق زاد من جمال الواجهة. إذ أن الصورة التقطت بزاوية جانبية من بعيد لتعطي صورة اجمالية عن الفندق.

إطلالة الغرف: ظهرت في المنشور أربعة صور تعبر عن إطلالات الغرف التي كانت تطل جميعها على البحر، كنوع من أنواع الخدمات التي توفرها أغلب الفنادق في الأماكن الساحلية، إلا أن المنظر لم يكن جميلاً بالقدر الذي يتخيله القارئ، ماعدا الإطلالة التي جمعت بين البحر بصورة بعيدة وقبلة العمران مع وجود كثيف للأشجار، وهو ما يعبر عن علو الفندق ويثير السائح لزيارته، لكنه في ذات الوقت يعبر عن بعده عن البحر على عكس الإطلالات الأخرى، وهذه الصورة جاءت بعد الصورة الخارجية لفندق "بروج" إضافة إلى أخرى بإطلالة بعيدة مما يعكس سوء ترتيب الصور للتعريف بخدمة الفنادق حيث يختلط على المشاهد من هو صاحب هذه الإطلالة.

قاعة الاستقبال: ظهرت 8 صور تعبر عن قاعات الاستقبال للفندقين حيث تميز كلاهما بالبساطة من جهة، واستعمال مادة اللوح البنوية الداكنة نوعاً ما في الجدران، وتميز فندق "بروج" إلى التزيين بالنباتات الاصطناعية، وبلاط عصري من جهة أخرى، كما ظهر تزيين أحد الجدران بكادري يحمل رسم سفينة والذي يتوافق مع اسم الفندق "عروج" هذه الشخصية التي اشتهرت، وقد كان ذو إضاءة ساطعة بفضل كثرة المصابيح المعلقة في السقف.

وعلى العموم يصعب الفصل في بعض الصور من حيث الفندق الذي تنتسب إليه نظرا لعدم ترتيبها بما يتوافق مع اسم الفندق، مما يجعل وصف الخدمات عاما يمكن أن يرتبط بأحد الفنادق، أما الثالث وعلى ما يبدو لم تخصص له صورة تصف خدماته ماعدا الصورة التي تضمنت البطاقة التقنية للمشروع.

غرف النوم: أما بالنسبة لغرف الفنادق فكانت جد بسيطة، حيث ظهر في صور غرف ضيقة تحتوي فقط على سرير لشخصين بغطاء أبيض، وطاولة صغيرة بكرسي واحد بجانب مرآة كبيرة. إضافة إلى خزانة ملتصقة بالجدران على يمين المدخل، وفي أعلى حيز الغرفة مكيف هوائي، مع وجود كادربصورة للطبيعة لتزيين الجدار الجانبي، كما كانت أرضية الغرفة متناسقة مع أرضية قاعات الاستقبال التي كانت بالبلاط البني الذي يشبه الخشب، وهو بلاط عصري، ويمكن أن نقول أن حجم الغرفة مناسب لشخصين ويتوفر على الحد الأدنى من الرفاهية والتي أبرزها غياب التلفزيون الذي نعتقد أن عدم وجود مرتبط فقط بعدم الجاهزية الكاملة للفندق، حيث لاجطنا في صور أخرى ظهور خيوط الكهرباء في الجدران مما يعني استمرارية الأشغال، وقد ظهر هنا السرير بكل أكثر جاذبية بسبب اللوح الذي يعلوه في الخلفية، مع غطاء في الأزرق، إضافة إلى ظهور الأريكة والثلاجة في صور أخرى مما يعكس أن غرف الفندق الواحد مختلفة والتي يمكن أن تختلف معها أيضا التسعيرة.

وقد كانت هناك صورة مكررة لنفس زاوية التصوير في الغرفة مما يعكس عدم حرص المنشور على مراعاة التنوع في التعريف بخدمات الفندق.

غرفة الطبخ والإطعام: لم تظهر إلا غرفة واحدة للإطعام والتي تميزت بطاولات وكراسي عصرية مازلت مغلقة بأغلفة بلاستيكية، مما يعني أنها لم تدخل حيز الاستعمال بعد. ولكنها تبدو ضيقة كما أنها ملتصقة الكراسي مما يعني أنها لا تسمح للسائح بأخذ راحته في الأكل، أو حتى في تبادل أطراف الحديث مع مرافقه أثناء الأكل.

ثالثا- الرسالة الألسنية: ظهرت الرسالة الألسنية بداية من خلال النص الذي يصف الخبر، والذي تحدث عن معاينة الوزير لمشاريع إنجاز ثلاثة فنادق بجيجل، والتي يرتقب استلامها نهاية السنة الجارية، وقد أشارت الرسالة إلى بعض الخدمات التي تتوفر عليها الفنادق والتي يرتقب منها أن تتحققها، وتمثل في أمرين اثنين وهما سعة استيعاب الفنادق الثلاثة التي بلغت 350 سريرا، أما المرتقب فهو تكوين عنصر بشري مؤهل قادر على جعل الخدمات ذات مستوى عال من حيث جودة الخدمات مع التركيز على المتخرجين من المعاهد السياحية ومدارس التكوين، ورغم أنه أمر ينجى بالخير للسائح من جهة والخريج من جهة أخرى إلا أنها تبقى مجرد توصيات يمكن أن تؤخذ بعين الاعتبار أو لا، خاصة مع ما ينتشر من المحسوبية في التوظيف والتي تتجاوز كل معايير الخبرة والعلمية.

من جانب آخر تلاحظ هنا أيضا الحديث عن الكم وتغيبب الكيف الذي وإن ظهرت بعض معالمه في الصور إلا أنه يبقى مغيب التصريح به في نص المنشورات، وكالعادة ليس هناك ولو إشارة من بعيد عن السعر الذي يبقى من المعايير الهامة في الحكم على خدمات الفنادق وجودتها، إذ أن السعر في كثير من حالات لا يتوافق مع بساطة غرف النوم أو إطلالاتها، أو حتى أنواع الأطعمة المقدمة، أما توافق السعر مع هذه العناصر فإنه كثيرا ما يجعله خارج استطاعة المواطن الجزائري ذو الدخل المتوسط، والذي له الحق أيضا في السياحة في بلده بما يتوافق مع إمكانياته المادية.

أما التجسيد الآخر للرسالة الألسنية فكان من خلال الصورة التي نقلت لنا البطاقة التقنية لمشروع بناء أحد الفنادق التي توفرت على كل ما يتعلق به من موقع وتمويل وكلفة ومساحة ومدة للإنجاز وحتى فترة تسليم المشروع التي كانت هذه السنة، وغيرها من المعلومات التي تعرف بالمشروع من أهم جوانبه، إلا أنها لم تشر إلى خدماته إلا فيما يتعلق إلا عدد الغرف والأسرة والموقع الذي يطل على الشاطئ، أما بقية الخدمات فيرتبط ظهورها بالصور التي لم تشر على أي فندق تنتمي، مما يعكس ضعفا ملحوظا للترويج لخدمات هذه الفنادق سواء على المستوى الأيقوني أو الألسني.

من الرسائل الألسنية الهامة والتي تلحق بالمنشورات الرقمية، التعليقات التي تعبر عن رأيها أيضا عن الصورة التي تحملها عن الخدمات الفندقية والتي كانت أغلبها في اتجاه سلبي، وقد بلغ عددها 38 تعليقا عشرة منها عبرت عن إعجابها بهذه الفنادق، والتي يظهر من خلال البروفايل الخاص بها وتعليقاتها أنها لأصحاب مؤسسات أو أصدقاء لشخصيات ظهرت في الصور، وثلاثة منها كانت تروج لمنتجاتها المتمثلة في بالزرابي الخاصة بتفريش الفنادق، أما البقية فعبروا عن صورتهم السيئة للفنادق في الجزائر، من حيث غياب المسابح والحدائق والمرافق وأنها تعتبر مراقد وليس فنادق، كما نصحوهم بزيارة البلدان السياحية الأخرى للاستفادة منها نظرا لنقص التكوين لديهم كما أشاروا في التعليقات، ونفوا كل صور الاستثمار التي تتحدث عنها الوزارة لتطوير السياحة التي لا يمكن أن تتطور بهذا مشاريع، كما استهزؤوا بخبر توظيف المتخرجين في هذا المجال مؤكدين أن التوظيف على أساس المحسوبة لا أكثر، ولم يفهم الحديث عن الأسعار الخيالية التي لا تتناسب والخدمات المقدمة، وأشار أحدهم إلى نقطة هامة والتي لفتت أيضا انتباهنا في التصميم وهي غياب المعمار الذي يعبر عن ثقافة الجزائر وتقاليدها وفنونها

أولا- التقطيع التقني:

رقم اللقطة	مدة اللقطة	نوع اللقطة	زاوية التصوير	حركة الكاميرا	مضمون الصورة	الموسيقى	الصوت والحوار	المؤثرات الصوتية
1.	2 ثا	لقطة عامة	زاوية مرتفعة	/	صورة للبحر مع وجود المصطافين بين من يسبح ومن هو على الشاطئ	/	يقول المعلق: مع حلول موسم الاصطياف	/
2.	3 ثا	لقطة عامة	زاوية عادية	/	صورة لمسبح فندق تحاط به أشجار النخيل مع وجود الكراسي البيضاء المخصصة للاسترخاء على الحافة مع مظلات الشمس	/	يوصل المعلق: تتجهز المؤسسات الفندقية	/
3.	2 ثا	عامة	عادية	/	جبال ومناطقة خضراء كثيفة الأشجار تطل على البحر	/	يوصل المعلق: على طول سواحل عين تيموشنت	/
4.	3	لقطة الجزء الكبير	عادية	/	الكراسي البيضاء المخصصة للاسترخاء على الحافة مع مظلات الشمس، كما ظهر أيضا شريط الأخبار مع شريط بالأبيض أيضا يغلوه عليه عنوان التقرير بالأسود وهو مؤسسات فندقية جديدة تدخل الخدمة ..... وآخر يحوي مقسم لقسمين جزء منه ملون بالأحمر مكتوب فيه بالأبيض المكان وهو عين تيموشنت	/	يوصل المعلق: لاستقبال المصطافين مع توفير كل الخدمات والوسائل	/
5.	2 ثا	عامة	الزاوية العادية	/	صوؤة للسكنات الفندقية مصطفة	/	يوصل المعلق: لقضاء	/

	عطلة مريحة		بالنظام مع بعضها البعض على جيبيل كثيف الأشجار مع بقاء الأشرطة السابقة		بوضع ثلاثة أرباع الجانب والواجهة			
	يواصل المعلق: كهذه القرية السياحية في بوزجة	/	صورة السكنات الفندقية أكثر قربا حيث يظهر التركيز عليها دون المحيط الخارجي لها	/	الزاوية العادية بوضع ثلاثة أرباع الجانب والواجهة	لقطة الجزء الكبير	3 ثا	.6
	تقول مسيرة القرية السياحية: تحضيراً لموسم		بينت الصورة مدخل هذه السكنات الحديدية البيضاء مع ما تتوفر عليه من أزهار كثيفة ترتفع مع السور الأمامي والتي كانت باللونين الأحمر والوردي ، بين شجيرتين من النخيل، وقد كانت النوافذ زرقاء والأسقف بنية بمادة القرميد، أما هي فبيضاء ناصعة، مع وجود عمود الإنارة بجانب هذه السكنات في هذه القرية.	/	الزاوية العادية بوضع ثلاثة أرباع الجانب والواجهة	لقطة الجزء الصغير	2 ثا	.7
	تكمل مسيرة القرية السياحية حديثها: الاصطياف تع 2023 حضرنا هنا في القرية		ظهور مسيرة القرية السياحية التي تلبس النظارات مع عصا بنفسجية ولباس أبيض تتحدث في الميكروفون الخاص بالقناة	/	عادية	لقطة مقربة	9 ثا	.8

	السياحية في بلدية بوزجار عدة مرافق 50 إقامة		الإخبارية الثالثة والذي يحمله شخص لم تظهر إلا يده، وطهرت على يسار الصورة والسكنات في اليمين، كما رافق ظهورها شريط أبيض كتب عليه وظيفتها مع المدينة، وفي الأعلى في شريط رمادي أسفله خط أصفر عليه إسمها وهو نزهة العابد					
	واصلت حديثها: كاملة ورانا نزيديو		صورة مسيح متوسط الاتساع يحوي لعبة الانزلاق الخاصة بالأطفال، مع شخص يقف على الجانب، كما يحيط به من اليسار سور فيه صور للأطفال واللعب، وفي المقابل مكان مخصص للجلوس والمظلة من مادة السعف، أما في المقابل فكان هناك مكان فيه مجموعة أبواب يبدو أنه مخصص لتغيير ملابس السباحة، مع وجود شلال صغير بجانبه	/	عادية	لقطة الجزء الصغير	2 ثا	.9
	واصلت كلامها: مع الوقت		ظهرت صورة المسيح من زاوية أخرى تظهر شكل أبحار عالية	/	الزاوية العادية بوضع ثلاثة	لقطة الجزء الصغير	3 ثا	.10

			يصب عليها شلال، إضافة إلى النباتات الموجودة على الحافة والمزروعة في .....، وقد كان هناك رجلين يقومان بوضع أرائك رمادية		أرباع الجانب والواجهة			
	واصلت كلامها: نزيدو نديرو الرتوشات الأخيرة		صورة لمسيح آخر على جانبه الأيمن أزهار تعلق الحائط ذات ثلاث ألوان الأبيض والأحمر والوردي وما يتخللها من خضرة الأوراق، أما في المقابل فكان هناك ست كراسي ملونة بالأخضر تتوسطهم طاولة دائرية ، مفروشه بالعشب الاصطناعي مع الجانب الآخر بإضاءة طبيعية	/	زاوية عادية بوضع جانبي	لقطة الجزء الصغير	4 ثا	.11
	واصلت كلامها: ان شاء الله باغيين نزيدو نوسعو مرافق أكثر باه تضمن للمصطافين الراحة التامة ويلقاو على الأقل الحاجة الجديدة وين يجو يريحو		الرجوع لصورة الميسرة وفي نفس المكان والجهة	/	عادية	لقطة الجزء الصغير	8 ثا	.12
	المعلق: أكثر من نصف عدد المؤسسات الفندقية		صورة لمقهي تابع لهذه السكنات في فئانه الذي يتوفر على الظل بفضل	/	زاوية عادية	لقطة الجزء الصغير	2 ثا	.13

			الأشجار التي تحيط به وتعلوه، مع طاوولات وكراسي رمادية، إضافة إلى أرضية رمادية أبيض.					
	يواصل المعلق: في ولاية عين تيموشنت تطل على البحر		فضاء خارجي يحيط به السكنات البيضاء، يتوفر على حشيش أخضر وأشجار نخيل مختلفة الطول استطاعت أن توفر مساحة من الظل مع ظل السكنات	/	عادية	لقطة الجزء الصغير	2 ثا	.14
	يواصل المعلق: مسؤولو القطاع السياحي في الولاية		صورة لفندق كبير وراء جبل قاحل بتصميم عصري بثلاثة ألوان الأبيض والأزرق الداكن والفتح، إلا أن اسمه لم يظهر، ما ظهر مساحة خضراء أمامه وأخرى تعبر عن أشغال	/	عادية بوضع الواجهة	لقطة الجزء الكبير	3 ثا	.15
	يواصل المعلق: يراهنون على السياحة الشاطئية		صورة للمسيح الأول الذي يظهر فيه الشلال بوضوح، مع ظهور الحافة التي تظهر عليها النباتات مصطفة، وتظهر صورة الميسرة وهي تمشي بجانب رجل يتبادلان أطراف الحديث	/	عادية بوضع ثلاثة أرباع الجانب والواجهة	لقطة الجزء الصغير	4 ثا	.16
	يواصل المعلق: لإنجاح		صورة بعيدة لجزء القرية الذي	/	عادية	عامة	2 ثا	.17

	الموسم		يطل على البحر، مع وجود جبال كثيرة وعالية الارتفاع، لا تتوفر على غطاء نباتي كثيف إلا في إحدى زواياها					
	يقول مفتش بمديرية السياحة: هذا العام ان شاء الله رانا في إطار فتح خمس مؤسسات فندقية جديدة لتدعيم الحضيرة الفندقية، ما يخفالكمش باللي الحضيرة لحد الآن تتوفر على		صورة للمفتش وهو يتحدث لتلفيزن القناة الثالثة الذي يظهر من خلال المايكروفون المجمول من طرف يد شخص غير ظاهر في الصورة، وفي الجانب الأيمن ظهور الساحل البجري مع سلسلة من الجبال وراءه، مع بعض الاخضرار من إحدى الجوانب . كما ظهر شريطين أحدهما رماجي كتب بالأسود لاسم المتحدث وهو علي بوطالب، والآخر أبيض يعلوه خط أصفر وكتب بالأسود أيضا لمهنة المتحدث وهي مفتش بمديرية السياحة	/	عادية	لقطة الجزء الصغير	7 ثا	.18
	يوصل المفتش قائلا: 6576 سرير وإن شاء الله بهاذو الخمس		صورة لسرير أبيض بغطاء أزرق وستائر بنية داكنة، مع جدران مصبوغة بالأزرق الفاتح،	/	عادية بموضع ثلاثة أرباع الجانب	لقطة الجزء الصغير	3 ثا	.19

					والواجهة			
	يواصل المفتش: الفندقية الجديدة لي راهم ان شاء الله		صورة لمطبخ صغير أبيض وثلاجة بيضاء ونافذة على اليسار.	/	عادية	الجزء الصغير	4 ثا	.20
	يواصل المفتش: في أطر باش نفتحوهم		صورة لقاعة الاستقبال تحتوي على أرائك بجلسة تقليدية رمادية وبنية فاتحة، إضافة إلى وجود نافورة ماء على حجرة كبيرة تميل للاصفرار، وبجانها قلة فخارية كبيرة، مع وجود نوافذ نصف دائرية بزجاج أخضر، وسيراميك في الجدران بزخارف تقليدية ولون رمادي. مع إضاءة خافتة بمصابيح معلقة على الجدران	/	عادية	لقطة الجزء الصغير	3 ثا	.21
	يواصل المفتش: كل سنة رانا نحاولو قدر		مقهي داخلي لهذه الحضيرة الفندقية بتصميم عصري، بكراسي خضراء وطاولات صغيرة صفراء وجدران بيضاء مع أسطح باللوح	/	عادية	لقطة الجزء الصغير	2 ثا	.22
	يواصل المفتش: المستطاع باش نرفعو مستوى الحضيرة الفندقية ومن		صورة للمفتش يتحدث للتلفزيون	/	عادية	مقربة	8 ثا	.23

	عدد الأسرة باش هكا يكون أكبر في المستقبل							
	المعلق: رفع القدرات الاستيعابية للمؤسسات		صورة توضح زاوية أخرى لهذه السكنات بجدران جانبية جمعت بين اللونين الأبيض والبرتقالي، تقابلها أشجار نخيل مصفوفة على كامل الحافة إضافة إلى أزهار حمراء، وبينهما طريق يتوفر على ظل تلك الأشجار، وفي المقابل جبل يحتوي على بعض الاخضرار	/	عادية	لقطة الجزء الصغير	3 ثا	.24
	يوصل المعلق: مع توفير المزيد من المرافق والخدمات السياحية سيعطي دفعا لموسم الاصطياف		صورة لمطبخ عصري بلون أبيض وبني فاتح يتوفر على كل وسائل الراحة من فرن كهربائي ومسخن كهربائي للأكل وألة امتصاص البخار، إضافة إلى طاولة كبيرة بستة كراسي، وظهر أيضا شريط مكتوب فيه أصحاب الروبرتاج والتصوير والتركيب، ثم انتقلت الكاميرا إلى مكان الصالون الذي يتوفر على أريكة	بانوراما أفقية	عادية	الجزء الصغير	8 ثا	.25
زقزقة	/	/	صورة خارجية للقرية السياحية	/	مرتفعة	لقطة الجزء	2	.26

العصافير						الصغير		
----------	--	--	--	--	--	--------	--	--

ثانيا: المستوى التعييني: جاء هذا الروبورتاج المتكون من 1د 35ثا ليعرف المشاهد بالقرية السياحية بمدينة عين تيموشنت التي تتوفر على مجموعة كثيرة من السكنات المتشابهة التصميم ذات صبغة بيضاء وسقف من مادة القرمود والتي تطل الكثير منها على البحر، ومحاطة بسلسلة من الجبال التي تحوي بعضها على غطاء شجري كثيف، وتم تصوير مختلف المرافق التي تتكون عليها هذه السكنات.

ثالثا: المستوى التضميني: يمكن أن تعرض من خلال العناصر الآتية:

البناء الخارجي: هناك 7 لقطات عرضت من خلالها البناء الخارجي للفنادق موضوع الروبورتاج، بمعدل 29 ثا، وهو وقت معتبر مقارنة بمدة التقرير ككل وهي 1د و35ثا، حيث قارب الثلث، وقد توزعت تلك اللقطات على فترات مختلفة مما يعنى أهمية هذا المؤشر في التعريف بشكل الفنادق للمشاهد، التي كانت جذابة في تصميمها المتشابه الذي جعلها تبدو قرية واحدة، حيث كانت مصبوغة بالأبيض وهو الذي يوحي، أما السقف القرمودي فقد زادها جمالا نظرا، وقد كانت كل زوايا التصوير فيها عادية توجي، أما الكاميرا فقد كانت ثابتة مما سبب نوعا من الجمود في الصورة وعدم ورتابتها، فأحبحت أقرب إلى الصورة الفوتوغرافية، منها للصور المتحركة. أما اللقطات فتعددت فيها بين العامة التي تؤسس للمكان هنا، ولقطة الجزء الكبير التي شملت أيضا الفضاء المحيط بها، ثم لقطة الجزء الصغير التي أعطت تفاصيل أكثر لهذه المساكن.

غرف النوم: لم تكن هنا سوى لقطة واحدة مكونة من 3 ثواني لغرفة نوم بسيطة جدا، حيث تتكون من سرير ونافذة وبستارها، ولم تظهر أية أدوات أخرى هامة كجهاز التلفزيون والمكيف الهوائي وخزانة الملابس، وهذا لا يعنى عدم وجودها في هذا الفندق وإنما يدل على ضعف التعريف بهذه الخدمة في الفندق، والتي هي من أهم أسس اختيار السياح للفنادق، وقد كان غطاء السرير أزرقا يوحي، وستائر بنية قاتمة.

إن هذه السكنات هي عبارة عن إقامات وليس فنادق فإن الأدوات اللازمة لا تكون بالضرورة داخل الغرفة التي في الصورة وإنما يمكن أن تلحق بغرف أخرى، كما أن المطبخ هو جزء ضروري منها، وليس هناك قاعات مخصصة للإطعام كالفنادق، وقد بين الفيديو مطبخين أحدهما كان ضيقا جدا تبرز فيه أساسا الثلاثية ومكان غسل الأواني، والآخر كان واسعاً يتوفر على كل وسائل الراحة في المطبخ، مما يعنى أن هذه تشابه هذه السكنات في التصميم الخارجي لا يعنى أنه ذات الأمر من الداخل، وهذه الإشارة من شأنها أن تنبه السائح إلى اختلاف الخدمات فيها بما يتيح له اختيار ما يناسبه.

كما ظهرت أيضا في لقطة المطبخ المجهز صالون استقبال الضيوف بأريكة عصرية بصورة من الخلف وعلى الجهة اليسرى سلالم يبدو أنها خاصة بالمكان المخصص لغرف النوم.

قاعة الاستقبال: ظهرت من خلال لقطة واحدة فقط بلغت 3 ثواني، وهي لقطة الجزء الصغير التي ركزت على الديكور الذي غلب عليه الطابع التقليدي سواء في النافورة أو القلعة أو زخارف السيراميك الموجودة في الجدران، أما الأرائك فهي ذات طابع عصري أكثر، وفي ذلك تعريف بهذه الخدمة التي تخرج السائح من جو الغرفة إلى جو من التواصل والتفاعل مع سياح آخرين، قد يجدهم في تلك القاعة، مما يمكن أن يتيح له كسب أصدقاء جدد والتعرف على ثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم.

وقد كانت الإضاءة خافتة توجي، أما ألوان الأرائك.

إطلالة الغرف: يوجد في هذا الفيديو 7 لقطات بمعدل 27 ثا وهي أيضا مدة معتبرة مقارنة بالمدة الإجمالية، مما يعكس أهمية هذه الخدمة في جذب السياح كجانب جمالي يساهم في الراحة النفسية له، على غرار الخدمات الأخرى التي تحقق له الراحة الجسدية، وقد تنوعت هذه الإطلالات بين البحر والجبال بأشجارها وتضاريسها المختلفة من جهة، والأزهار والنخيل المقابلة للشرفات من جهة ثانية، وهي مناظر يندر أن تجتمع في مكان واحد، مما يعني جودة تقديم هذه الخدمة مقارنة بالكثير من المراقد والفنادق الأخرى.

مرافق الفنادق: من خلال 8 لقطات وفي مدة 23 ثا كمدة معتبرة عرض الروبورتاج مختلف المرافق التي تتزفر عليها هذه القرية السياحية وهي مسبحين ومقهى في فضاء داخلي وآخر في فضاء خارجي بشكل عصري ومكان يمنح الراحة النفسية أيضا للسائح، خاصة الموجود في الفضاء الخارجي والذي تحيط به الأشجار من جهة وتطله من جهة أخرى.

المستوى الألسني: يمكن أن نقسمها حسب المصادر إلى :

المعلق: ظهر حديث المعلق في 13 لقطة بلغت مدتها 39 ثا وهي مدة طويلة تعكس كونه المصدر الأول للتعريف بخدمات هذه القرية الفندقية في هذا الروبورتاج، كما أن طبيعة القالب الفني يستوجب ذلك، وقد اقتصر حديثه على استعمال اللغة العربية الفصحى، كونها اللغة الأكثر استعمالا في الجانب الإخباري في قناة، أما عن الخدمات التي أشار إليها من خلال حديثه فهي إشارة عامة على أن هذه القرية تسعى لتوفير كل الخدمات للوسائل تزامنا مع فصل الصيف، أما الخدمة الوحيدة المصريح بها هي أن أكثر من نصف عدد المؤسسات الفندقية تطل على البحر، وفي ذلك أيضا ضعف في التعريف بالخدمات على المستوى الألسني، وهو ما عوضته الصور في الروبورتاج.

المسيرة: 50 إقامة كاملة والحديث العام بالسعي لتوفير الخدمات اللازمة لضمان الراحة.

المفتش: فتح خمس مؤسسات فندقية جديدة 6576 سيرلحد الآن،

التعليقات: بلغت 360 تعليقا، وقد اطلعنا على التعليقات الأحدث التي وجدنا جزءا محدودا جدا يبارك هذا المشروع تكذيب إطلالة البحر، سوء الطريق المؤدية لها، غياب المصطافين في الصورة وهو عيب كان من الأفضل أن يكونوا شهود عيان كاستمالة تعتمد على تجربة الآخرين التعليقات الأكثر ملاءمة أحدهم أخبر بأن الليلة بمليونين علق على نشرة الثامنة وأن كل شي في المستوى ترويج كذب لعدم إظهار السعر

خاتمة:

إن نجاح القطاع السياحي في الجزائر، وما تزخر به من مقومات يعبر عنه التنوع في المجالات السياحية بين الصحراوية والجبلية والحموية والثقافية... والتي تجعلها من الوجهات السياحية الجديرة بالزيارة، مرهون أساسا بتحسين صورة الخدمات الفندقية لدى السياح، فالمنشورات في شبكات التواصل الاجتماعي تعطي صورة مشرقة عن تلك الخدمات وجودتها، إلا أن المواطن الجزائري بصفة عامة والسائح بصفة خاصة يقول عكس ذلك كشاهد عيان على هذا الواقع سواء عن طريق التجربة الشخصية أو تجارب الآخرين.

رغم ذلك لا يمكن تعميم هذه الصورة على جميع الفنادق إلا أنها باتت الأبرز والطابع العام لها، لأنه وإن تمتع الفندق بخدمات راقية وجودة عالية فإن الضريبة هي السعر الباهض الذي لا يقدر عليه إلا الأغنياء، مما يجعل السياحة حكرا عليهم، ويجعل الطبقة المتوسطة تبعث عن وجهات سياحية أخرى أكثر مناسبة للأسعار بصفة خاصة.

تقدم الوزارة صورة عن خدمات الفنادق لكنها أقل وضوحا مما يمكن أن يقدمه الفندق في حد ذاته عن نفسه

سابعاً: نتائج الدراسة : وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج

على مستوى التوصيف:

- تعمل وزارة السياحة والصناعة التقليدية على توثيق مختلف نشاطاتها في المجال الفندقي مما يساهم في رسم صورة ذهنية لدى السائح عن الخدمات الفندقية المحلية.

- تقدم المشورات ترويجاً للخدمات الفندقية من خلال ما تضمنه النص أو الصور أو الفيديوهات التي كانت في أغلبها عبارة عن روبروتاجات.

- تنوعت مضامين الصور المعروضة في المنشورات سواء المتحركة منها أو الثابتة بين عرض غرف النوم وقاعات الاستقبال وإطلالات الغرف التي ركزت عليها بصفة أكبر من غيرها، ثم صور المرافق من مساح ومقاهي وقاعات إطفام بدرجة ثانية، مما ساهم في تقديم ورسم صورة عن الخدمات الفندقية في الجزائر.

- تنوعت النصوص المكتوبة في المنشورات والتي ساهمت في تقديم صورة عن الخدمات الفندقية المحلية بين التي تقدمها في شكل إخباري يرتبط بخرجات الطاقم الوزاري في هذا المجال، وبين التي تقدمها في شكل تعليقات على تلك المنشورات والتي توضح بدورها صورة الخدمات الفندقية لدى السائح.

على مستوى الدلالات الخفية للعلامات الأيقونية

- تظهر المنشورات تباين الفنادق في بنائها الخراجي بين العصرية الحديثة التي تعتمد على الواجهات الزجاجية أو النصف دائرية أو ذات الأسقف القرميدية الحديثة أو مختلف الأشكال الهندسية، وبين تلك القديمة التي لم يطلها إلا الترميم والتجديد في طلائها، وقد تراوح الطلاء بي البني فاتح أين كانت الإضاءة طبيعية ولقطة الجزء الصغير التي تظهر تفاصيلها بدقة.

ل الصور الخاصة كنوع من الخدمات بين

- تميزت غرف النوم في الصور عينة الدراسة بالبساطة سواء على مستوى اختيار الطلاء ذو اللون الأبيض الذي يعكس النقا، وهو ذات لون الأفرشة في الغالب، كما كانت الجدران في الغالب خالية من كل زينة، ولم تظهر الصور الأثاث الآخر الواجب توفره في الغرف الفندقية إلا نادراً كجهاز التلفزيون والثلاجة والمكيف الهوائي...مما يعكس قصور التعريف بهذه الخدمة الهامة في الفنادق للسائح عن طريق هذه الصفحة.

- غابت الصبغة التقليدية في تصميم أو تزيين غرف النوم كما تظهره الصور.

- أغلب إطلالات غرف النوم وكما تظهره الصور تطل على البحر، إلا أن بعضها لا يحقق الجانب الجمالي إلا نسبياً، نظرياً لضعف تجهيز الشواطئ، والحفاظ على محيطها ونظافتها.

- تظهر الصور جمال وعصرية قاعات الاستقبال بما تحتويه من مصابيح عصرية وجدران خشبية وأرائك بتصميم تركي، مما يعني أنها من أولى اهتمامات الفنادق في جذب السياح، والذي يعتبر من جانب آخر تمويه للسائح أن الغرف بذات المستوى إلا أنها لم تكن كذلك في الغالب.

- لم تظهر الصور في الغالب المرافق التي تتوفر عليها الفنادق كجزء مهم من الخدمات التي تجذب اهتمام للسائح، كالمساح وقاعات الرياضة والمساحات الخضراء الداخلية للجلوس، فظهرت في الفيديو وغابت عن الصور الثابتة، مما يعني عدم توفر الفندق عليها، أو عدم الوعي بضرورة إظهارها للسائح.
- غاب في الصور ذكر أو حتى الإشارة إلى أسعار المبيت في هذه الفنادق، وهي من الخدمات الفاصلة في اختيار الوجهة الفندقية.
- لا يوجد أيضا في الصور ما يعبر عن توفر شبكة الانترنت في الفنادق كخدمة هامة لم يعد السائح قادرا على التخلي عنها. أو المصاعد خاصة مع كبر حجم الفنادق وتعدد الطوابق بها.
- على المستوى اللساني:
- يتحدث النص المكتوب في المنشورات عن نشاطات وزير السياحة والصناعة التقليدية والوفد المرافق له أثناء زيارته أو تديشينه للفنادق.
- ركزت النصوص المكتوبة أو السمعية على خدمة الاستيعاب التي توفرها الفنادق، مما يعبر على التركيز على البعد الكمي على حساب الكيف، وتوكيل مهمة الترويج والتعريف بالخدمات للصور.
- أهملت النصوص بدورها الإشارة إلى السعر ومدى توفر شبكة الأنترنت في الفندق.
- ظهر في التعليقات تدمير المستخدمين بقوة من الفنادق الجزائرية وضعف الخدمات بها، وخاصة مختلف المرافق الترفيهية، مما جعلهم يصنفونها كمرقد وليس كفنادق.
- أظهرت التعليقات سخطهم على أسعار الفنادق التي لا تتوافق مع الدخل الشهري لأغلب المواطنين الجزائريين، مما يعني أن السياحة الوطنية المحلية هي من حق فئة الأغنياء فقط كما يقررون.
- انتقد المستخدمون ضعف عدة خدمات فندقية منها: غياب النظافة، غياب الثقافة التقليدية الجزائرية في التصميم، تراجع مستوى الخدمات الفندقية في الجزائر مقارنة بدول أخرى كتونس والمغرب.
- دعى المستخدمون المسؤولين إلى مراجعة الخدمات الفندقية في الجزائر لأنه غير مؤهلة تماما لخدمة القطاع السياحي المحلي.
- يأس المستخدمين من عملية تشغيل الطبقة المتخصصة في المجال الفندقي كما دعى لها الوزير في المنشور عينة الدراسة، وأشاروا إلى أن العاملين في الفنادق غير مؤهلين تماما في هذا المجال.

## المصادر والمراجع

- 1) السعيدى، ع. ح. (2008). *إدارة المنظمات الفندقية*. الأردن: دار الـراية للنشر و التوزيع.
- 2) الصيرفي، م. (2007). *تخطيط وتنظيم الفنادق*. مصر: دار الفكر الجامعي للنشر.
- 3) العايب، ح. (2009). *دور الترويج في تسويق الخدمات الفندقية*. الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سكيكدة: جامعة سكيكدة.
- 4) بن سالم، ن، & مزيان، ح. (2020). *العوامل المؤثرة في تكوين الصورة السياحية لمقصد سياحي –دراسة ميدانية على عينة من سياح مدينة بجاية-مجلة معهد العلوم الاقتصادية. 813/791*.
- 5) خليفة، م. ع. (2009). *المشكلات التطبيقية للضريبة العامة على المبيعات في القطاع الفندقي ومقترحات علاجها "دراسة تطبيقية"*. د س ن: منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية جامعة الدول العربية.
- 6) دشلي، ك. (د.س. ن). *منهجية البحث العلمي*. دم ن: منشورات جامعة حمادة، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية.
- 7) ربابعة، ب. ع. (2007). *الترويج والإعلان التجاري أسس -نظريات -تطبيقات (مدخل متكامل)*. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.
- 8) شرفاني، ا. م. (د.س. ن). *تأثير البراعة التنظيمية في تحسين ابعاد جودة الخدمة الفندقية دراسة استطلاعية لاراء المديرين لعينة من فنادق الاربعة والخمسة نجوم في محافظتي دهوك وأربيل*. مجلة الابتكار والتسويق.
- 9) طه، ط. (2005). *التسويق والتجارة الإلكترونية*. الإسكندرية: منشأة المعارف.
- 10) عبوي، ز. م. (2007). *فن إدارة الفنادق و النشاط السياحي* (مرفق بقاموس المصطلحات السياحية والفندقية). (الأردن: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
- 11) عبوي، ز. م. (2008). *إدارة المنشآت السياحية والفندقية*. الأردن: دار الـراية للنشر والتوزيع