

# ندرة الإعلاميين المتخصصين في الإعلام السياحي والطائف تحتاج استثمار تجربتها لسبعين عاما

14 مارس، 2025



أكد رئيس جمعية الإعلام السياحي، خالد ال دغيم أن المملكة العربية السعودية تستهدف الوصول إلى أكثر من 150 مليون زيارة سياحية و الوصول الى أكثر من مليون متطوع .

والتوقعات بمساهمة صناعة السينما بنحو 24 مليار دولار في الاقتصاد، وإضافة أكثر من 30 ألف وظيفة دائمة بحلول 2030، جاء ذلك في الورشة التي نظمها فرع هيئة الصحفيين السعوديين بالطائف عن الإعلام السياحي بالطائف بحضور عدد من الأعضاء والإعلاميين والإعلاميات بالطائف.

وأشاد بالإرادة الملكية الهادفة لاستثمار تجربة الطائف السياحية على مدى أكثر من 70 عاما وتزيد حيث أنها مصيف الملوك والمصيف الأول للسعودية والخليج مثمنا اعتماد هيئة تطوير الطائف وأدوارها ومستهدفاتها في التخطيط والتطوير الشامل في المجالات العمرانية والاقتصادية والتنموية والاجتماعية والثقافية والبيئية والبنية الأساسية و التحتية الرقمية، وإلى توفير الاحتياجات من الخدمات

والمرافق العامة والجهود المبذولة بمتابعة تخطيط مشروعات البنية الأساسية بالتنسيق مع الأجهزة المعنية، وترتيب أولويات تنفيذ البرامج والمشروعات بما يتفق مع خطط التنمية، ومتابعة تنفيذ البرامج والمشروعات واتخاذ ما يلزم لضمان تنفيذها، والإشراف على تأهيل الأحياء العمرانية القائمة - بما في ذلك التاريخية- ومعالجة الأحياء العشوائية وتطويرها والارتقاء بها عمرانيًا واجتماعيًا واقتصاديًا وأمنيًا وبيئيًا، وإجراء ما يلزم لتنفيذ ذلك.

وقال آل دغيم يبلغ مجموع تراث السعودية غير المادي المسجل الذي تنفرد به لدى اليونسكو خمسة عناصر، هي: العرضة النجدية "العرضة السعودية"، ورقصة المزمارة، وفن القط العسيري، والبن الخولاني السعودي، والورد الطائفي، و11 عنصرًا مشتركًا مع دول أخرى، هي: المجلس، والقهوة العربية التي اعتمد اسمها عام 2022م بـ"القهوة السعودية"، والبيزرة أو الصقارة، ونخيل التمر، وحياسة السدو، وحذاء الإبل، والخط العربي، والهريس، والنقش على المعادن، والحناء، وآلة السمسمة.

وتحدث عن المحميات الطبيعية وأثرها في خلق إيرادات للوطن ودورها في خلق فرص وظيفية للمرشدين السياحيين والمنظمين والوظائف المباشرة وغير المباشرة حيث قال

تبلغ المحميات الطبيعية في السعودية إلى نحو 23 محمية، منها: 8 محميات ملكية يرأس كل منها مجلس إدارة مستقل، و10 محميات طبيعية تابعة للمركز الوطني لتنمية الحياة الفطرية، و5 محميات تتبع الهيئة الملكية لمحافظة العلا.

وشدد رئيس جمعية الإعلام السياحي خالد ال دغيم على أن الإعلام السياحي ضرورة ملحة لا يمكن الاستغناء عنه لتعريف جماهير السياحة وهو نشاط اتصالي له سماته وخصائصه ووسائله ويستخدم كافة الوظائف

وتطرق ال دغيم الى محاور الورشة المتضمنة مفهوم الاعلام السياحي وأهميته ووسائل وأدوات الإعلام السياحي وأهداف الإعلام السياحي في ضوء رؤية المملكة 2030 وأنواع الرسائل الإعلامية السياحية عبر وسائل الاعلام وأدوات الاعلام السياحي وإثراء تجربة السائح

واشار الى أن المفهوم الشامل للإعلام السياحي

يتلخص بكونه أحد أشكال الإعلام المتخصص ويعرف بأنه كافة أوجه الأنشطة الاتصالية المخططة والمستمرة التي يمارسها إعلاميون متخصصون

بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات

ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل وأشكال الاتصال المختلفة وبكافة الأساليب الفنية للإقناع والتأثير من أجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية ومن أجل اجتذاب أكبر عدد من الافراد للإقامة بعيدا عن موطن إقامتهم سواء داخل البلاد او خارجها من ناحية أخرى .

بالاضافة الى أن الإعلام السياحي يتسم بالصدق والدقة والصراحة وعرض الحقائق الثابتة ويهدف الإعلام السياحي إلى توعية أفراد المجتمع وتثقيفهم وزيادة وعيهم السياحي

وإن الإعلام السياحي نشاط ابتكاري يحتاج إلى ذكاء ومرونة في التخطيط والتنفيذ

وافاد بأن الإعلان السياحي وظيفة من وظائف الإعلام فلذا يلزم أن نستعرض مجموعة من الشروط منها أن تكون الرسالة متجانسة مع عادات وتقاليد وتاريخ وقيم المجتمع الذي نخاطبه

وكذلك أن يعتمد على الحقائق والبيانات الصادقة المعبرة فعلاً عن الخدمات السياحية بدون مبالغة وأن تعبر عن ما يتضمنه هذا المنتج السياحي من محفزات وعناصر جذب للسياح وتدفعهم إلى الزيارة وزيادة الإنفاق

وأوضح بأن أنواع الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام السياحي تتمثل في الرسائل التوعوية والتعريفية و الاقناعية

واضاف بأن الإعلام السياحي يجب ان يتمتع بكفاءة ومهنية عالية ليمارس دوره في اداء دوافع السفر وتنشيط السياحة الداخلية ويتجه للسائح الداخلي برسائل توعوية وتعريفية وإقناعها وجذب السياحة الخارجية ويستهدف السائح الخارجي برسائل ذات تأثير في سلوكه وقراراته ويحفز هؤلاء السياح المرتقبين مستخدماً عوامل الجذب والتشويق

ويكون لديه مسار مع اصحاب القرار والمستثمرين الذي يترتب على تعاملهم الشيء الإيجابي في صناعة السياحة

وتطرق الى أن أهمية الإعلام السياحي تنبع من الأهمية الخاصة لمختلف جوانب هذه الصناعة

وتبعاً للطبيعة الخاصة بصناعة السياحة في المملكة وتنبثق هذه الأهمية من أهمية مهنية اتصالية متخصصة وأهمية اقتصادية وأهمية اجتماعية - ثقافية

وأوضح بأن أهداف الإعلام السياحي في السعودية تتلخص في غرس روح الانتماء لدى المواطنين ودعم التوجه الإيجابي للتعامل مع البيئة في المناطق السياحية ودعم التوجه الاجتماعي الإيجابي نحو صناعة السياحة

ودعم التفاعل الثقافي الإيجابي لصناعة السياحة والاستثمار الإيجابي لصناعة السياحة في دعم الاقتصاد الوطني

ولفت الى أن عقبات الإعلام السياحي في السعودية تتمثل في ندرة الإعلاميين المتخصصين في الإعلام السياحي وعدم وجود اهتمام بالإعلام المتخصص

وعن حلول عقبات الاعلام السياحي في السعودية اشار الى أن الإعلام السياحي يقع عليه ترويج المنتجات السياحية والتعريف بالمقومات الطبيعية والثقافية والتراثية لبناء صورة سياحية عن السعودية وهنا سلسلة من الادوار بين عدة جهات يقع عليها الاستثمار والدعم تتمثل في توجيه مؤسسات الإنتاج الفنية والثقافية وكذلك المستثمرين في مجال الإعلام وإدراج مناهج الإعلام السياحي في الجامعات والكليات والمعاهد وتأهيل أصحاب وكالات السفر وتهيئة منصات ووسائل إعلامية للتخصص في الشأن السياحي ووضع مخطط إعلامي يتواءم مع الاستراتيجية السياحية

واضاف بأن عناصر الجذب السياحي التي يجب على الإعلام التركيز عليها تتعلق في المناخ ، أماكن الإقامة ، الطعام والشراب

والضيافة وحسن الاستقبال ، معالم سياحية

الى ذلك تحدث المشرف على فرع هيئة الصحفيين بالطائف مدير فرع الهيئة بمنطقة مكة المكرمة فهد الإحيوي بكلمة ترحيبية للمشاركين بالورشة ومشيدا بمضامينها ومستهدفاتها ومحاورها البناء وبالتفاعل الإيجابي والطرح الهادف من المشاركين والحضور

وشهدت الورشة تفاعل المشاركين بالطرح الهادف والبناء وفي نهاية الورشة تم تكريم مقدم الورشة ال دغيم .