



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص اتصال سياحي

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

بغنوان:

دور إذاعة مستغانم الجهوية في الترويج للسياحة

تحت إشراف الأستاذ

أ/ العماري بوجمعة

من إعداد الطلبة

- طويل محمد

- لطرش عبد الحفيظ

أمام لجنة المناقشة :

رئيسا

- أ/ بن مصطفى دحو الشيخ

مشرفا و مقررا

- أ/ العماري بوجمعة

مناقشا

- أ/ ليام موسي

السنة الجامعية : 2015 / 2016

كلمة شكر

مصادقا لقوله تعالى بعد بسم الله الرحمن الرحيم:

« وإن شكرتم لأزيدنكم ».

نتقدم بقلب شاكر ونفس خاشعة للذي أهدانا العقل و فضلنا علي سائر المخلوقات الذي يستحق الشكر وحده الله سبحانه وتعالى ، وعملا بقوله صلى الله عليه وسلم "من لم يشكر الناس لم يشكر الله " فله الشكر والحمد على نعمه وعونه وتوفيقه لإنهاء هذا العمل المتواضع.

ولا يفوتنا أن نتوجه بالشكر الخالص إلي الأستاذ العماري بوجمعة على مجهوداته و نصائحه القيمة لإثراء موضوع البحث، متمنين لها دوام الصحة والعافية إنشاء الله

كما نتوجه بالشكر إلى كل عمال الإذاعة الذين أتاحوا لنا الفرصة للقيام بالبحث الميداني و نتقدم بجزيل الشكر أيضا إلى الأستاذ مرواني محمد وكذا كل أساتذتنا طيلة مشوارنا الدراسي.

الإهداء

الحمد لله منجى محمد بالعنكبوت، و يونس من بطن الحوت، وملاقى يعقوب بابنه يوسف
قبل أن يموت

علمتني معاناتي أن الحياة ألم يخفيه أمل وأمل يحققه عمل وعمل ينهيه أجل وبعد ذلك
يجزى المرء بما فعل

بحنين القلب الذي يختصر رحلة الشوق ، بجميع الكلمات تهمس إلى من اخذ بيدي أصول
التربية إلى سبيل التوفيق في مسيرتي ومنحني من فضله ما يعينني على مصاعب الحياة
وعلمني الشدائد كيف تحكم والمروءة كيف تسمع والنصائح كيف تغرس
فأنا انحنى أمامك طوعا ووقارا وتواضعا وعرفانا أبي ...
إلى من أرضعتني لبن الحنان وسقتني ماء الحياة -أمي-

إلى الأستاذ الفاضل العماري بوجمعة الذي له الفضل الكبير في إرشادنا وتوجيهنا لإتمام
هذا البحث

إلى كل من في القلب ولم يكتبهم القلم

محمد

الإهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اللهم اجعل خير عملي آخره و خير عملي خواتمه و خير أيامي يوم ألقاك فيه
اللهم اجعل عملي هذا خالصا ولا تجعل لأحد فيه شيء و انفعني به يوم لا ينفع مال ولا
بنون إلا من أتى الله بقلب سليم...

اهدي ثمرة جهدي طيلة مشواري الدراسي إلى:

اعز ما املك في الدنيا ومفتاح الدخول إلى الجنة

إلى التي قال الله تعالى فيهن أن الجنة تحت أقدامهن، إلى أعظم نعمة قدمها الله لي، إلى
التي صارعت الحياة من اجلي، إلى التي سهرت الليالي من اجلي، إلى ينبوع الحنان
أمي، أمي، أمي .

إلى الذي قاوم حر الشمس وقر الشتاء، إلى الذي صبر على كل شيء من اجلي، إلى
الشهم العفيف أبي أطل الله في عمره وحفظه.

إلى كل عائلة لطرش فردا فردا...

إلى كل أساتذتي طوال مشواري الدراسي ...

إلى كل أصدقائي ...

عبد الحفيظ

كلمة شكر

الإهداء

أ..... مقدمة عامة

المقاربة المنهجية و المفاهيمية للدراسة

11..... - الدراسة الاستطلاعية

15..... - تحديد الموضوع وأهميته و أسباب اختياره

16..... - أهداف الموضوع

17..... - بناء الإشكالية وفرضيات البحث

18..... - تحديد المفاهيم

22..... - منهج الدراسة

22..... - نوعية الدراسة

22..... التقنيات المستخدمة

23..... المعاينة

24..... - النظريات المستخدمة

25..... - صعوبات البحث

الدراسة النظرية و التوثيقية

الفصل الأول:مدخل عام حول السياحة

29..... تمهيد

- المبحث الأول:السياحية بين الماهية والتطور

30	- تعريف السياحة.....
33	- مراحل تطور السياحة.....
	المبحث الثاني: أساسيات حول السياحة
36	- أنواع السياحة.....
39	- الأهمية المختلفة للسياحة.....
	المبحث الثالث: السياحة المقومات ، الخصائص و النتائج
42	- مقومات السياحة.....
43	- خصائص السياحة وشروطها.....
44	- نتائج السياحة و المشاكل التي تواجهها.....
47	خلاصة الفصل الأول.....
	الفصل الثاني: الإذاعة
49	تمهيد.....
	المبحث الأول : ماهية الإذاعة وتطورها
50	- تعريف الإذاعة.....
51	- التطور التاريخي للإذاعة في العالم و الجزائر.....
	المبحث الثاني: الإذاعة بين الخصائص والأهمية والوظائف
53	- خصائص الإذاعة.....
55	- أهمية ووظائف الإذاعة.....
	المبحث الثالث : التطور التكنولوجي للإذاعة و أنواع برامجها
58	- أنواع البرامج الإذاعية.....
59	- التطورات التكنولوجية للإذاعة في الوقت الراهن.....
61	خلاصة الفصل الثاني.....

الدراسة الميدانية

الفصل الأول: السياحة في مستغانم

- تمهيد.....64
- الجاذبية السياحية للمنطقة65
- أنواع السياحة في مستغانم.....66
- مناطق التوسع السياحي.....75
- الاستثمار السياحي في ولاية مستغانم.....75
- النشاطات السياحية والفندقية بمستغانم.....76
- المعالم الأثرية بمستغانم.....79
- خلاصة الفصل80

الفصل الثاني: التعريف بإذاعة مستغانم وتحديد مواصفات العينة

- تمهيد.....82
- التسمية83
- الموقع.....83
- المساحة.....83
- المقر.....83
- تاريخ الإنشاء.....83
- وسائل الاتصال المتوفرة في الإذاعة.....83
- تطور حجم البث الساعي للإذاعة83

- 84..... - النسب المئوية للشبكة البرمجية
- 84..... - مجال التغطية لإذاعة مستغانم الجهوية
- 85..... - التركيبة البشرية
- 86..... - الهيكل التنظيمي لإذاعة مستغانم
- 87..... -تحديد مواصفات العينة
- 89..... خلاصة الفصل

الفصل الثالث: وصف وتحليل المقابلات مع الصحفيين

- 90..... وصف وتحليل نتائج المقابلات مع الصحفيين

الفصل الرابع: وصف وتحليل المقابلات مع الجمهور

- 98..... وصف وتحليل نتائج المقابلات مع الجمهور

- 107..... الاستنتاج العام

- 108..... خاتمة عامة

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

مقدمة

تزداد الحاجة للإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيدا و تقدمت المدنية و ارتفع المستوى الفكري والتعليمي والثقافي لأفراده، لذا اتجه الإعلام مثلما اتجهت الحياة إلى التخصص و ذلك أن الإعلام يعد المرآة العاكسة لما يستجد على ساحات الحياة و مجالاتها من تطورات و تفاعلات تحدث تأثيرها المباشر و غير المباشر على حياة الشعوب.

ومنه فقد أصبح الإعلام محورا أساسيا لمختلف الظواهر الإنسانية فاختلقت بذلك أنواعه بعدما ظل لفترة طويلة مرتبطا بالسياسة كمضمون له، فامتدت مجالاته حاليا و أصبح يشمل العديد من التخصصات و العديد من القضايا، إذ أصبح يأخذ صفة القضية التي يتناولها ، فإذا كانت سياسية يكون إعلاما سياسيا، وإذا كانت اقتصادية يصبح إعلاما اقتصاديا، و يغدو ثقافيا إذا كانت القضية ثقافية اجتماعيا، حضاريا و بيئيا إذا كانت القضية كذلك.

و يكون الإعلام سياحيا إذا ارتبط موضوعه بالسياحة باعتبارها ابرز واهم قطاع تراهن عليه الجزائر حاليا لما تملكه من وفرة و اختلاف و تنوع في الطاقات الطبيعية و البشرية، غير أن الجزائر مازالت في مرحلة ركود نظرا لأسباب عديدة أهمها غياب التكوين و قلة الاستثمارات في هذا المجال الذي أصبح علما من العلوم الحديثة، يرتبط ارتباطا مباشرا بالاقتصاد .

إن السياحة أضحت مفهوما واسعا يتعدى السفر من بلد إلى آخر، إلى التبادل الثقافي و الديني وكذا السياسي، بحيث تعتبر وسيلة لنشر الوعي بين الشعوب.

وقد أصبح هذا المجال محل اهتمام الدولة من خلال وضع الآليات المناسبة للاستثمار العقلاني باشتراك كل الجهات المعنية من جماعات محلية، منظومة تربوية، منظمات المجتمع المدني، وكل الفاعلين الاقتصاديين بغية نشر ثقافة أو وعي سياحي عن طريق عامل جذب المستثمر للسياحة محليين كانوا أو أجانب، في إطار ما يسمى بالترويج السياحي، من خلال إشراك الجانب الإعلامي الذي يعتبر وسيلة هامة للترويج و الجذب والاستقطاب السياحي .

حيث من بين الوسائل الإعلامية للترويج السياحي نجد الإذاعة والتي تلعب دور أساسيا في تثقيف كل فرد من أفراد المجتمع، وبناء ثروته المعلوماتية و نقل القيم و المعايير و الإطلاع على ثقافة الأخر، وإشباع حاجات الأفراد المختلفة، كما تعد الإذاعة نمط من أنماط

المشاركة الفعالة، والتي تساهم بدورها في تنمية شتى القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمع، لاسيما قطاع السياحة.

وعليه أصبح من الضروري للإذاعة أن تساهم في نمو هذا القطاع بشتى الطرق خصوصا من حيث مضامينها وبرامجها التي تساهم في تنمية السياحة ، من خلال نشاطاتها وبرامجها المقدمة للنهوض بهذا القطاع وبالتالي، تحقيق الفائدة على الصعيد العام والخاص.

وعلى هذا الأساس انتهجنا كخطة معتمدة للدراسة ثلاث أبواب: منهجي، نظري، تطبيقي بحيث أن المنهجي يتناول المقاربة المنهجية و المفاهيمية للدراسة ابتداء من تحديد الموضوع وأهميته والهدف منه وأسباب اختياره ،بناء الإشكالية وصياغة الفرضيات،تحديد المفاهيم،منهج الدراسة ،نوعية الدراسة وأدوات جمع المعطيات ،المعاينة والنظريات المستخدمة ،صعوبات البحث.

أما عن الجانب النظري فهو يمثل الدراسة النظرية و التوثيقية إذ تناولنا فيه فصلين الأول مدخل عام حول السياحة و الثاني عن الإذاعة مع العلم أن كل فصل تضمن ثلاث مباحث فرعية.

أما الجانب التطبيقي و الذي يتناول الدراسة الميدانية أدرجنا ضمنه ثلاثة فصول أولها فصل يتناول تقديم لمدينة مستغانم والثاني بطاقة فنية لإذاعة مستغانم الجهوية أما الثالث فهو الدراسة التحليلية والتفسيرية للنتائج المحصل عليها وصولا في الأخير إلى خاتمة.

البحث الاستطلاعي :

تعتبر الدراسة الاستطلاعية بمثابة تمهيد لإجراء البحث وذلك عن طريق جمع المعلومات الأولية التي نستطيع الانطلاق منها.

مكان الدراسة : إذاعة مستغانم الجهوية الواقعة بحي المطمر الشعبي ببلدية مستغانم .

زمان الدراسة: من 14 جانفي إلي غاية 14 فيفري 2016 أي مدة شهر واحد.

من خلال دراستنا هذه نرمي إلي مجموعة من الأهداف منها :

- التعرف علي البرامج الإذاعية المقدمة للجمهور المستغانمي المتخصصة في المجال السياحي.

- معرفة الخطة الإعلامية المتبعة من طرف المؤسسة الإعلامية من اجل التعريف بالمقومات السياحية للولاية.

- الإطلاع علي الأساليب المستخدمة من طرف الإذاعة للترويج للسياحة بالولاية وكذا الترويج للسلوكيات الحضارية للجمهور المستمع.

- لقد قمنا كخطوة أولى باختيار عينة احتمالية عشوائية بسيطة لعمال إذاعة الظهره علي اعتبار أننا نملك قاعدة مجتمع البحث.

حيث قمنا باستجواب صحفيين وإداريين في إذاعة مستغانم للوصول إلي الأهداف المدرجة سابقا وكانت الأسئلة علي الشكل التالي :

- هل هناك برامج متخصصة في الشأن السياحي في إذاعتكم ؟

- ما هي هته البرامج ؟ وهل هي دائمة أو موسمية ؟

- ما هي أهداف الإذاعة من نشر مضامين إعلامية تعالج الموضوع السياحي ؟

- ما هي الطرق والأساليب التي تستخدمها إذاعة الظهره للتعريف بمقومات السياحة بمستغانم ؟

- في رأيك هل تعمل إذاعة مستغانم الجهوية علي نشر السلوكيات السياحية لجمهورها ؟ كيف ذلك ؟

نتائج البحث الاستطلاعي مع عمال الإذاعة :

كل إجابات المبحوثين حول إن كانت هناك برامج سياحية متخصصة في المجال كانت بالنفي حيث اتفقوا علي عدم وجود برامج إذاعية متخصص بالشأن السياحي.

اتفق المبحوثين في إجابتهن عن السؤال الثاني بأنه هناك برامج تهتم بالسياحة في الشبكة البرمجية الصيفية وليس العادية حيث هناك برنامج (رياضة وسياحة) و (برنامج جسور) وبرنامج (مالقري تو بلادي) كلها تتحدث عن مشاكل السياحة بالولاية وتعرف بالمقومات السياحية بالولاية إلى جانب برنامج (الو ... راك معانا) حيث يتدخل الجمهور علي المباشر للحديث عن السياحة .

تختلف الأهداف حسب طبيعة البرامج فمنها ما يعرف بالمواقع السياحية وأخري ما توجه السياح خاصة الأجانب وهناك ما ينصح الجمهور علي الاستقبال الجيد وتطوير الخدمات المقدمة للسياح حيث تعمل الإذاعة علي إنتاج ثقافة سياحية جديدة لدي جمهورها .

إجابات المبحوثين علي أساليب وطرق الإذاعة في التعريف بالسياحة في الولاية هي عن طريق البرامج والأخبار والتذكير بمواعيد الوعدات الدينية والتغطية الإعلامية للمهرجانات الثقافية والتحذير من الذهاب للشواطئ الغير محروسة .

يرى عمال الإذاعة أن دور الإذاعة في نشر السلوكيات الحضارية هو رائد حيث يقومون بذلك في كل مناسبة سانحة من خلال البرامج الدينية والسياحية والثقافية وذلك من خلال حث الجمهور علي الحفاظ علي البيئة و المواقع الأثرية والمقومات الطبيعية وكذا ترك الانطباع الحسن عند السياح وذلك بالمعاملة الحسنة.

بالنسبة للبحث الاستطلاعي مع الجمهور فكان بهدف:

- معرفة مقومات السياحة بولاية مستغانم وكذا أنواع السياحة.

- الإطلاع علي آراء الجماهير حول دور الإعلام الجوّاري خاصة الإذاعي منه في الترويج للسياحة.

الإطار الزمني: إبتداء من جانفي إلى غاية فيفري 2016.

الإطار المكاني: ولاية مستغانم.

قد تمثلت عينة البحث الاستطلاعي في مجموعة القائمين بالقطاع السياحي و جموع الجمهور العام ، بحيث كانت المعاينة على هذا الأساس غير احتمالية عرضية، بمعنى سحب عينة من مجتمع البحث حسبما يليق بالباحث.

أما عن دليل مقابلة البحث الاستطلاعي فيما يخص الجمهور المستغانمي والفاعلين في مجال السياحة فكانت الأسئلة كالاتي:

- ماذا تعرف عن السياحة وعن الترويج السياحي؟
- ما هي أنواع السياحة في مستغانم؟ و ما هي أهم المناطق السياحية؟
- ما هي طبيعة السياح المتوافدون على الولاية؟
- فيم تتمثل أهم آليات الجذب السياحي؟
- ما هو دور الإعلام الجوّاري خاصة الإذاعة في الترويج السياحي؟
- هل ترى أن الإذاعة الجهوية مهتمة بالقطاع السياحي؟
- إلى أي مدى يمكن للإذاعة أن تساهم في تنمية القطاع السياحي وكيف ذلك؟

نتائج البحث الاستطلاعي مع الجمهور:

أجمع معظم المبحوثين على أن السياحة هي النشاط الذي يقوم به شخص ما من أجل الترفيه أو ما شابه ذلك، سواء على المستوى المحلي أو الوطني أو الدولي نظرا لمحدودية الثقافة السياحية لدى المواطن المستغانمي.

و عن أكثر أنواع السياحة انتشارا في الولاية، فقد أفاد جل المبحوثين على أن السياحة الموسمية الشاطئية و الترفيهية و السياحة الدينية و سياحة الذاكرة هي أهم أنواع السياحة على مستوى الولاية.

بالنسبة لطبيعة السياح المتوافدين على الولاية فهم المغتربون و الأجانب و حتى المواطنون من الولايات الداخلية و المجاورة.

تحدث معظم المستجوبين عن ضرورة توفير المرافق السياحية المؤهلة كما أكدوا على حسن الاستقبال علي اعتبار أن الولاية تزخر بالمقومات الطبيعية السياحية.

و عن دور الإعلام في الترويج السياحي، فقد أفاد معظم المبحوثين على ضرورة الإكثار من الإشهار و الإعلانات والبرامج الإذاعية التي تعني بالشأن السياحي.

تباينت الإجابات عن الاهتمام الإعلامي من طرف الإذاعة بالسياحة بين مؤيد لما تقوم به من مجهود و معارض لها، إلا أن الجميع أكدوا على موسمية البرامج السياحية في إذاعة مستغانم.

صرح جل المبحوثين على أهمية و ضرورة اهتمام الإعلام بالقطاع السياحي خاصة الإذاعة بحكم قربها من الجمهور و على دورها الإيجابي في تنمية و ترقية الخدمات السياحية على مستوى الولاية و كذا نشر الثقافة السياحية الصحيحة لدي الجمهور وذلك بحثهم علي المحافظة علي المنشآت السياحة ونظافتها وضرورة حسن الاستقبال للسياح ، إلا أن البعض قد أشار إلى أن قطاع السياحة ليس قطاع مستقل و حتى ينجح أو يكون للإعلام الاداعي دور محوري في التنمية يلزم تضافر جهود كافة الفاعلين في مختلف القطاعات.

تحديد الموضوع :

من خلال بحثنا هذا نحاول التركيز علي دور الإذاعة الجهوية لولاية مستغانم في الترويج للسياحة و كيفية مساهمة هذه الأخيرة في إنشاء ثقافة سياحية جديدة لدى جمهورها لاتسامها بالجوارية والقرب من المستمع وباعتبارها تقوم بنشر المعلومات السياحية الصحيحة عن المنتج السياحي في الولاية.

أهمية الدراسة :

رغم الجهود الحثيثة التي تبذلها الحكومة بقطاعها العام والخاص لتطوير الإعلام وجعل السياحة في الولاية وجهة قوية ومعتبرة إلا أن السواد الأعظم من المواطنين حتي الآن يفضل السياحة الخارجية ، لذا كان لهذا البحث أهمية خاصة في بحث وتقييم الإعلام الجوارى الإذاعي لولاية مستغانم ومدى تأثيره علي صناعة ثقافة سياحية جديدة .

ترتكز أهمية الدراسة في محاولة الكشف عن ظاهرة من الظواهر الاجتماعية والثقافية ألا وهي السياحة ، ولفت النظر لأهميتها التي تزداد من يوم لأخر خاصة لدى الإعلاميين من أجل تنظيم إعلام إذاعي هادف يتكفل بتنظيم سريان جيد وصارم للمادة الإعلامية الموضوعية أمام الجمهور المستقبل لها من خلال تقديم برامج لتثقيف وتوعية المواطنين لإدراك أهميتها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية .

لفت انتباه المستمعين للمضامين الإعلامية السياحية التي تبث عبر الأثير ، ومنه تشجيعهم علي تنمية هذا القطاع أكثر والنهوض به وبالتالي تحفيزهم علي ممارسة السياحة الداخلية عوض الخارجية التي تهدر الكثير من المال .

أسباب اختيار الموضوع :

هناك أسباب متعددة جعلتنا نخوض في هذا الموضوع أهمها :

- 1- الاهتمام الشخصي بالإعلام الإذاعي لأنه الموضوع محل الدراسة .
- 2- وجود رغبة وميل شديد في معرفة دور الإذاعة في الترويج للسياحة بشيء من التعمق.
- 3- حداثة الموضوع وارتباطه بأحد مواضيع الساعة، ألا وهو السياحة في ظل تراجع أسعار النفط .
- 4- الأهمية التي تحظى بها الإذاعة و المصادقية لدى الجمهور المستمع بحكم قربها منه ومعرفتها لخصائصه.
- 5- إثراء مكتبة علوم الإعلام والاتصال بمزيد من البحوث والدراسات العلمية المتخصصة.

أهداف الدراسة :

حاولنا في بحثنا هذا تحديد جملة من الأهداف هي :

- التعرف علي الدور الذي تلعبه الإذاعة بحكم قربها من المستمع في الترويج للسياحة والتشجيع علي ممارستها.
- تقييم الاتجاه العام الذي يسلكه الإعلام الإذاعي لمستغانم حول البعد السياحي في الولاية ، ومحاولة الكشف عن مواطن الضعف فيه وسبل رفع كفاءته وتحسينه .
- لفت انتباه المسؤولين والمنظمات السياحية والمهتمين بالنشاط السياحي إلي أهمية الترويج السياحي عن طريق الإذاعة باعتبارها وسيلة اتصال فعالة لدفع عجلة التنمية المحلية.
- معرفة الأسباب الحقيقية حول عزوف الكثير من السائحين المقيمين في تراب الولاية عن السياحة الداخلية بالرغم من وجود إعلام جوارى وجهود ومشاريع إعلامية تقام وأموال تصرف و قوانين تشرع لتنشيط السياحة الداخلية.

الإشكالية :

تشهد سوق السياحة العالمية منافسة شديدة بين مختلف البلدان حيث تسعى هذه الأخيرة لإبراز مقوماتها السياحية لجذب الطلب المحلي والأجنبي، والجزائر ليست بمعزل عن هته المنافسة حيث تسعى لتحسين مكانتها الدولية في المجال من خلال الاستثمار في السياحة. ومن بين النقاط التي تركز عليها الجزائر في هذا المجال هي السياحة الداخلية حيث تسعى هته الأخيرة لتشجيع والترويج للسياحة من خلال استخدام عدة وسائل منها نجد الإذاعة الجهوية التي يعتمد عليها في نشر المعلومات السياحية الصحيحة في الوقت المناسب من أجل تشجيع السياحة من جهة ، و الترويج لسلوكيات الحضارية في التعامل من السياح والحفاظ علي المقومات السياحية من جهة أخرى.

نجد المؤسسات الإذاعية تقوم بدور فعال في التعريف بالمواقع السياحية والتشجيع لزيارتها، وهذا ما يعرف بالترويج السياحي ، حيث أن ابرز خصائص الإذاعة تميزها بالجوارية ما يجعل جمهورها المستهدف هم الأشخاص المتواجدين ضمن نطاق بثها والذي يشمل عادة مدينة أو ولاية فقيام الإذاعة بالترويج السياحي لهته الفئة من الجمهور الذي تعرف خصائصه يجعله ينجح إلى حد كبير.

و يعد هذا البحث كمحاولة لمعرفة الدور الذي تلعبه المؤسسة الإذاعية لمستغانم في الترويج السياحي وهذا ما أدي بنا إلي طرح التساؤل العام التالي :

- كيف تساهم المؤسسة الإذاعية لمستغانم في الترويج للسياحة بالولاية ؟

و بناءً على ما تقدم يمكن التطرق إلي المسائل التالية :

- ما هي المقومات السياحية لولاية مستغانم ؟

- كيف تعمل إذاعة مستغانم الجهوية علي التعريف بالمقومات السياحية للولاية ؟

- هل تسمح إذاعة الظهرة بإعادة إنتاج ثقافة سياحية جديدة لدي جمهورها ؟

الفرضيات:

- تتنوع وتتعدد مؤهلات ولاية مستغانم السياحية مما يجعل الإذاعة الجهوية تهتم بالحديث عنها .

- إذاعة مستغانم الجهوية مصدرا مهما في الترويج للسياحة .

- تعمل الإذاعة المحلية لمستغانم علي الترويج للسلوكيات السياحية الحضارية.

تحديد المفاهيم :**1- مفهوم الدور:**

المفهوم اللغوي : دار الشيء يدور دورا.

أي الشيء تحرك بشكل دائرة أو يقصد به الشيء تحرك ثم رجع إلى نقطة الابتداء.

المفهوم النظري: هو الجانب الذي يؤديه نسق اجتماعي فرعي باعتباره السلوك المتوقع من الوضع¹ أو هو يمثل المظهر الحركي للوضع الاجتماعي²

المفهوم الإجرائي: يقصد به مجموعة الوظائف التي تؤديها الإذاعة في التعريف بمقومات الولاية السياحية وتنمية الاتجاهات الايجابية للجمهور نحو السياحة في مستغانم .

2- مفهوم السياحة :

المفهوم اللغوي: تعني التجوال و عبارة ساح في الأرض تعني ذهب و سار على وجه الأرض³

المفهوم النظري : "السياحة عبارة عن انتقال الناس بشكل مؤقت إلى أماكن خارج سكنهم أو أعمالهم الاعتيادية ، والنشاطات التي يقوم بها خلال الإقامة في تلك الأماكن ، والوسائل التي توفر إشباع حاجاتهم"⁴

المفهوم الاجرائي : هي زيارة الأماكن السياحية لمستغانم بهدف الراحة والاستجمام كالشواطئ أو الحمامات المعدنية أو بهدف ديني وثقافي مثل الأضرحة أو لأهداف أخرى.

¹ عبد الهادي الجوهري، معجم علم الاجتماع، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1998، ص 38
² احمد زكى بدوى، معجم مصطلحات الرعاية والتنمية الاجتماعية، القاهرة، بيروت، دار الكتاب المصري، بدون سنة، ص 220.

³ كواش خالد، السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها، دار التنوير، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007، ص 22

⁴ زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج، الأردن، 2005، ص 2

3- مفهوم الإذاعة:

المفهوم اللغوي: من ذاع الشيء والخبر يذيع ذيوعا، وذيوعه كشيخوخة وذيعانا" محرقة " فشا الشيء وانتشر والمذيع بالكسر من لا يكتم السر أو من لا يستطيع كتم خبره، والجمع المذاييع .

المفهوم النظري : هي الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة¹.

المفهوم الإجرائي: نعني بها إذاعة الظهرة التي تعتبر وسيلة اتصال صوتية مسموعة تبث برامجها من خلال موجات تنطلق من مدينة مستغانم ليلتقطها المستمعين في مستغانم وضواحيها.

4- مفهوم الثقافة السياحية :

المفهوم اللغوي من الفعل ثقّف وهي في اللّغة بمعنى: أسرع في أخذ الشيء وأدركه، وثقّف بمعنى أدب وربّي وعلم، وفي القاموس المحيط نجد أنّ ثقّف بمعنى أصبح حاذقاً فطيناً ملماً بالموضوع من كافة جوانبه، وكلمة الثقافة كلمة عامّة ولتخصيصها في مجال ما وتحديد ماهيتها تُضاف إلى علمٍ أو فنٍّ خاصٍّ كأن يُقال: الثقافة السياحية ، والثقافة الأدبية، والثقافة الطّبيّة.

المفهوم النظري : هي " امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم التي تشكل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا

رشيدا نحو كل المظاهر السياحية وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح"²

¹ - رفعت عارف الصبيح، الإذاعة النوعية وإنتاج البرامج الإذاعية ، دار النشر ، القاهرة ، ط 1 ، ص ص 12 ، 13

² هناء حامد زهران ، الثقافة السياحية وبرامج تميمتها ، عالم الكتب ، القاهرة ، ط 1 ، سنة 2004 ص ص 11، 12

المفهوم الإجرائي " هي كل المعلومات التي يملكها مواطنو ولاية مستغانم حول مقومات السياحة في الولاية وكذا الطرق الصحيحة في التعامل مع السياح وكيفية الحفاظ علي الأماكن السياحية مؤسساتها .

5- مفهوم التثقيف السياحي :

المفهوم اللغوي : ثَقَّفَ يَثَقِّفُ ، تَثَقَّفًا ، فهو مُثَقَّفٌ ، والمفعول مُثَقَّفٌ
 ثَقَّفَ الشيءَ : أقام المُعَوِّجَ منه وسوّاه ، ثَقَّفَ الإنسانَ : أدّبه وهذبه وعَلَّمه ، ثَقَّفَ المعوجَّ :
 سوّاه وقوّمه ، ثَقَّفَ الأخلاقَ : أصلح السلوك والآداب

المفهوم النظري: هو " إكساب الفرد معلومات سياحية عن البيئة التي يعيش فيها وبالتالي مساعدته علي توظيف هذه المعلومات والاستفادة منها بما يؤدي إلي النهوض بالسياحة "

المفهوم الإجرائي : نعني بالتثقيف السياحي هو جملة المعلومات السياحية والآراء والأفكار التي يستمدّها الجمهور من إذاعة مستغانم والتي تعرفه عن مؤهلات ولايته السياحية و كيفية التعامل الصحيح مع السياح والمؤسسات السياحية بهدف تطويرها والمساهمة في النهوض بالسياحة .

6- مفهوم الترويج :

المفهوم اللغوي : روج ، راج ، رواجاً : نفقة "وروجته ترويجاً : نفقته "إذا كلمة ترويج تعني تنفيذ الشيء ، و حتى ينفذ هذا الشيء لابد من الاتصال بالآخرين .

المفهوم النظري : هو ذلك الجزء من الاتصال الذي يهدف إلى إعلام وإقناع وتذكير العملاء بالسلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة والتأثير علي سلوكهم اتجاهها وذلك باستخدام أدوات الاتصال المناسبة¹.

أما فيما يخص الترويج السياحي فيعرف على أنه "كافة الجهود المباشرة وغير المباشرة التي تهدف إلى تحقيق الأهداف المحددة لها في الإستراتيجية التسويقية السياحية العامة لهذا

¹ - خالد مقابلة ، الترويج الفندقي الحديث ، دار النشر، سنة 2000، ص35

البلد ، أو في هذا الموقع أو حتى هذا الفندق أو ذاك وباستخدام المزيج الترويجي الأكثر ملائمة "

المفهوم الإجرائي : هو كافة الجهود التي تقوم بها الإذاعة من اجل تعريف السياح بمؤهلات مستغانم السياحة والخدمات المقدمة وكذا إقناعهم علي زيادة الطلب السياحي إلى المنطقة والحفاظ عليها إضافة إلي تعديل سلوك المستمعين وهذا كله باستخدام مختلف أدوات الاتصال.

7- مفهوم التنمية :

المفهوم اللغوي : مصدر نَمَى نَمًى : (فعل) نَمَى يَنْمِي ، نَمَّ ، تَنْمِيَّةً ، فهو مُنَمٍّ ، والمفعول مُنَمَّى، نَمَى إنتاجه : زاده وكَثَّره ، رفع معدَّله نَمَى الأمر : طَوَّره

المفهوم النظري : يقصد بها تنشيط القطاع السياحي بمختلف الوسائل و الطرق الاستراتيجية المتاحة داخل الولاية عن طريق خاصية تعبئة الموارد البشرية و تتم عملية التنمية على المدى البعيد أو على المدى القريب و هي مقسمة إلى محلية و وطنية.

المفهوم الإجرائي : نعني بها تطوير القطاع السياحي لولاية مستغانم وتنشيطه بهدف الحفاظ علي السياح الحاليين وزيادة عدد المرتقبين.

منهج الدراسة:

للحصول على موضوع علمي يستحق الدراسة، يجب اختيار مناهج علمية مناسبة و تقنيات مناسبة، و قد استخدمنا في بحثنا هذا المنهج المسحي و هو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها و العلاقات

و البيانات المحققة، كما أن المنهج المسحي هو الأكثر استخداما في بحوث الإعلام

و الاتصال و أدائه المقابلة و الاستمارة¹.

فالمنهج المسحي عمل منظم نحصل من خلاله على معلومات من جمهور معين أو عينة منه، و ذلك باستخدام استمارات البحث أو المقابلات، فوظيفة المسح هي توفير المعلومات حول موقف مجموعة و جماعة و بذلك يدرس التغيرات في وضعها الطبيعي دون تدخل الباحث².

و نحن استعملنا المنهج المسحي في دراستنا كونها تعالج قضية إعلامية تدرس من خلالها السياحة ظاهرة اتصالية و اجتماعية، و ذلك بانتقاء بعض المتغيرات التي تساهم في جمع المادة المعرفية التي تخدم الدراسة.

نوعية الدراسة :

بناءا علي موضوع دراستنا واستنادا إلي جملة الأهداف التي سطرناها في البداية قمنا بالاعتماد علي الدراسة الكيفية والوصفية التحليلية من خلال استعمال تقنية المقابلة قصد جمع اكبر عدد ممكن من المعلومات حول المشكلة البحثية و هذا باستجواب أفراد عينتنا .

- التقنيات المستعملة:

تحتاج كل دراسة إلي مجموعة من الأدوات البحثية التي تستخدم لجمع البيانات في إطار المنهج المتبع تتماشى وأهداف البحث وفي دراستنا هذه اعتمدنا على تقنية المقابلة والتي

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص286.

² نوال محمد عمر، مناهج البحث الاجتماعي و الإعلامي، القاهرة، مكتبة الأنجلو مصرية، 1986، ص110.

تعرف بأنها "تقنية مباشرة تستخدم لمساءلة الأفراد بصفة جماعية أو منعزلة قصد الحصول علي المعلومات الكيفية"¹

وقد اعتمدنا علي المقابلة النصف الموجهة بالنسبة لعمال الإذاعة والذين كان عددهم 5 وهم مختارين بصفة عشوائية.

وكذلك المقابلة النصف موجه مع الجمهور الخارجي للإذاعة والذي كان عددهم 25 مبحوث.

- المعاينة:-

تعتبر العينة عنصر أساسي لكثير من الدراسات العلمية فعملية المعاينة هي اختيار جزء من مجتمع البحث بحيث يمثل هذا الحيز المجموعة كلها.

لقد تم اختيارنا لصحفي الإذاعة بصفة عشوائية بسيطة من مجموع الصحفيين العاملين في الإذاعة لاعتبارات أهمها أنهم هم من يقومون بصياغة الرسالة الإعلامية وهم من يختارون المواضيع المعالجة وكذا الضيوف وهم من يستمعون التأثير علي الجمهور المستمع وليس الفنيين و الإداريين والتقنيين ، وكذلك اخترنا عينة من جمهور الإذاعة باختلاف مستوياتهم المعرفية والاجتماعية الذين يتعرضون للمضامين الإذاعية بمعنى الذين يستمعون للإذاعة .

و منه قمنا بتركيب المعاينات :

1- احتمالية قصدية بالنسبة للصحفيين : لان الدراسة انصبت علي عناصر مختارة تعتبر كنماذج لمجتمع البحث المراد دراسته حيث قصدنا الصحفيين وسحبنا منهم عينة بالصدفة.

2- غير احتمالية نمطية بالنسبة لجمهور: أي الذين يتعرضون للبرامج الإذاعية والمستمعين للإذاعة وليس جمهور عام أي الاختيار حسب ما يليق بالباحث.

¹موريس أنجرس ، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية ، دار القصبه للنشر ، الجزائر ، ط2 ، ص 197.

- النظريات المستعملة:**1- النظرية الأولى: البنائية الوظيفية:**

تركز علي الاتصال الاجتماعي باعتباره نسق اجتماعي يتكون من مجموعة من الأعضاء المترابطة والمتفاعلة ولكل عضو وظيفته من اجل البقاء والاستمرار، هذا الاتجاه يفهم المجتمع من خلال البنيات التي يتكون منها والوظائف التي تؤديها هذه البنيات¹ ويشير مصطلح البناء إلي المساهمة بشكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ عليها.

أما الوظيفية فتعني استقرار و توازن المجتمع²

قد قام ميرتون روبرت **MERTON ROBERT** بتلخيص العملية البنائية الوظيفية عام 1957 فيما يلي :

- أفضل طريقة للنظر إلي المجتمع هي اعتباره نظام لأجزاء مترابطة وانه تنظيم للأنشطة المرتبطة و المتكررة التي يكمل كل منها الأخر.

- ميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة التوازن الديناميكي وإذا حدث أي نوع من التنافر داخله فان قوى معينة سوف تنشط من اجل استعادة التوازن.

- تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره كما أن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع لا غني عنها في استمرار وجوده أي أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبى الحاجات الملحة للنظام وبدونها لا يمكن له الاستمرار والبقاء.

- ان وسائل الإعلام تعد من المكونات الأساسية التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي كما يمكن أن تكون أحد عوامل الخلل DySfunctional في البناء الاجتماعي ، إذا ما وظفت موادها المتعددة (أي الإعلام) توظيف هابطا لمضمون محتوى الاتصال الذي تقدمه وسائل الإعلام.

ذلك أننا نهدف من خلال دراستنا إلى التركيز على دور الإذاعة المحلية باعتبارها من أهم وسائل الإعلام المحلية وذلك من خلال ما تقدمه من برامج هدفها تنشيط السياحة والترويج لها عن طريق التعريف بمقومات المنطقة السياحية و نشر ثقافة سياحية تساهم في دفع عجلة التنمية المحلية و هذه الأخيرة تعتبر فعل اتصالي قبل أن يكون لها عائد مادي.

¹ حمد عاطف غيث ، دراسات في تاريخ الفكر والاتجاهات النظرية في علم الاجتماع ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1970، ص 278
² صالح محمد أبو حادو ، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان، 5، 2006، ص48

وإذا ما طبقنا هذه المسلمات علي الاتصال الاجتماعي داخل الإذاعة يفترض أن الصحفيين باعتبارهم عناصر من مجتمع المؤسسة الإذاعية يقومون بأنشطة متكررة و متماثلة حيث يعملون من خلال الوظائف التي يقومون بها علي تلبية حاجات الجمهور المستمع و تقوم هذه العناصر وباقي الأنشطة علي أساس من الاعتماد المتبادل بينها لضمان الاستقرار للمجتمع وتوازنه حيث تترتب عليها نتائج بالنسبة للمجتمع ككل تكون باكتساب المستمعين أفكار جديدة ومعلومات صحيحة عن المؤشرات والمقومات السياحية لمستغانم و ثقافة سياحية تتلاءم والمجتمع المحلي .

2- نظرية الاستخدامات والإشباعات :

اهتمت هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهير دراسة وظيفية منظمة، إذا صار الاهتمام منصبا على " رضا المستخدمين "وذلك بطرح تساؤل جديد هو :ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام ؟¹ فمن خلال منظور الاستخدامات والإشباعات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال، وإنما يختار الأفراد بوعي ووسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي الحاجات النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات²

وعليه يلخص " كاتز " **KATZ** وزملاءه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية:

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

- يمتلك الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

- الجمهور هو وحده القادر عل تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام، لأنه هو الذي يحدد اهتمامه وحاجاته .

وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاث أهداف رئيسية هي:

- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختاره، ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته.

¹ صالح أبو اصبح،الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار الأهرام، الأردن، ط4 ، ص 04

² حسن عماد مكايي وآخرون ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية،القاهرة، ص 18

- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة من هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري¹.
- إن نظرية الاستخدامات والإشباع تتناسب وطبيعة موضوع الدراسة (دور الإذاعة الجهوية في الترويج للسياحة) ، وذلك باختيار الأفراد مستمعين الإذاعة المحلية للبرامج التي يتعرضون لها وانتقائها، خصوصا البرامج التي تمس السياحة، وبالتالي هذا يؤدي إلى إحداث نوع من الإشباع والرضا لما يتلقاه جمهور المستمعين.

صعوبات البحث:

- أول عائق واجهنا هو محدودية الوقت بحث كان لزاما علينا الارتباط به وعلى أساسه لم نتمكن من التعمق أكثر بموضوع البحث فتناولناه بإيجاز على ما يجب أن يكون.
- صعوبة الحصول على المعلومات التطبيقية وتميزها بشئ من السرية.
- صعوبات متعلقة بالتعامل مع المبحوثين عند استقصاءهم.

¹ مرزوق عيد الحكيم العلى ، الاعلانات الصحفية: دراسات في الاستخدامات و الاشباع ، دار الفجر ، القاهرة ، ط5، ص 533

تحليل وتفسير نتائج المقابلات مع الصحفيين

1- عرفنا بمؤسستكم وما هي طبيعة الخدمات أو النشاطات التي تقومون بها ؟

اتفقت إجابات المبحوثين حول مفهوم إذاعة مستغانم بأنها تعد إحدى وسائل الاتصال الجماهيري وتعتبر أهم وسائل الاتصال السمعية و أكثرها انتشارا، و تعرف بمصطلحات أخرى أبرزها "الراديو radio" تعتمد على الموجات اللاسلكية و السلكية و الساتل في إيصال بثها بعرض تحقيق أهداف إعلامية و إعلانية.

وهذا ما نلمسه من خلال إجابة المبحوثة رقم 2، 30سنة ، ليسانس ،4سنوات خبرة حيث تقول "الإذاعة وسيلة اتصال تثبت برامجها عبر الأثير "

كما أجابت المبحوثة رقم 3 ، 40 سنة ، ليسانس،5سنوات خبرة بأن "الراديو هو وسيلة اتصال سمعية وهي منتشرة في العالم تنشر مضامينها الإعلامية عبر الأثير لتحقيق أهدافها"

أما فيما يخص الشطر الثاني من السؤال الأول فكانت الإجابات حول طبيعة الخدمات والنشاطات التي يقوم بها الصحفيين فهي تتمثل في إعداد البرامج الإذاعية

وجمع ونشر المعلومات عن الأحداث الراهنة، والاتجاهات وقضايا الناس وعمل ريبورتاجات، كما أن صحفيي الإذاعة مهامهم هي إعداد تقارير لإذاعتها أو نشرها .

والعمل علي تقوية الروابط الاجتماعية ، السياسية و الثقافية أي نشر المواضيع التي تهدف إلى نشر الوعي الوطني والحفاظ علي الثقافة الوطنية والمحلية من خلال نشر المواضيع المتعلقة بالهوية الوطنية والمحلية من العادات و التقاليد المختلفة لسكان المنطقة.

- القيام بخدمة المواطن من خلال توفير البرامج الترفيهية و التربوية و التثقيفية .

- المشاركة بصفة عامة في جميع النشاطات التي من شأنها أن تساهم في تحقيق الأهداف و المهام المسندة إلي الصحفيين.

2- ما هي البرامج الإذاعية المقدمة من طرفكم التي تهتم بمجال السياحة؟

اتفق جميع المبحوثين أن الإذاعة تهتم بالسياحة في موسم الاصطياف حيث تدرج في شبكتها البرامجية برامج تعني بالشأن السياحي ويظهر هذا في تصريح المبحوث رقم 1 ، ذكر ،32سنة،جامعي ،3سنوات خبرة "يوجد برامج في الشبكة البرامجية الصيفية مثل سياحة ورياضة ، وجسور " ويقول أيضا المبحوث رقم 5 بان"الإذاعة تتكلم عن الأخبار السياحية في الصيف خاصة في الأخبار المحلية".

البرامج المتخصصة في المجال السياحي في إذاعة مستغانم لا توجد في الشبكة البرامجية العادية وهذا باتفاق جميع المبحوثين وإنما هي مدرجة في الشبكة البرامجية الصيفية حيث هناك برنامج (رياضة وسياحة) والذي يبث كل يوم السبت علي الساعة 14:05 و برنامج (جسور) يوم الخميس علي الساعة 15.05 وبرنامج (malgré tout bladi) "مالقري تو بلادي)" كلها برامج تتحدث عن واقع السياحة بالمنطقة ومشاكلها ، إلى جانب برنامج (الو ... راك معانا) حيث يتيح هذا الفضاء للجمهور التدخل علي المباشر للحديث عن السياحة ومقومات المنطقة في المجال إضافة إلى النقائص المسجلة في القطاع وسبل تطويرها عن طريق الاقتراحات ،بالإضافة إلى كل هذا ففي (الموجز الإخباري المحلي) تنتشر أخبار لها علاقة بالسياحة كالمهرجانات وعدات الأولياء الصالحين مناطق الجذب السياحي والشواطئ المسموحة للسباحة.

3- ما الطرق والأساليب المنتهجة من طرف إذاعتكم للتعريف بمقومات السياحة لمستغانم؟.

هناك عدة إجابات فيما يخص الطرق والأساليب المتبعة في تبليغ أو إيصال رسالة الصحفيين للجمهور بحيث يري المبحوث رقم 4، 31سنة، ليسانس، 3سنوات خبرة ، إن طرق والأساليب هي "الأخبار ، الإعلانات ، الإرشادات ، النصائح ، التغطية المباشرة للمهرجانات أو الأيام الوطنية ،الريبورتاجات والبور تري علي شخصيات..."

أما المبحوثة رقم 2، 30 سنة ،ليسانس ،4سنوات خبرة فأنها تري بان الآليات والطرق المستخدمة من طرف الإذاعة هي تقتصر على " تغطية بعض الفعاليات التي لها علاقة بالسياحة إلي جانب بعض الأخبار المتفرقة في النشرات الإخبارية "

أما المبحوث رقم 5، ذكر ،42سنة،7سنوات خبرة فيقول أن " الإذاعة تستخدم كل أساليب الترويج مثل الإشهار الدعاية و حتى العلاقات العامة ولو بصفة قليلة"

نلاحظ من خلال الإجابات أن هناك اختلاف بين المبحوثين في الأساليب المناسبة للتعريف بمقومات السياحة وهذا الاختلاف مرده إلي خبرة الصحفيين والطريقة التي يفهما حيث يرى البعض أن الإذاعة تمزج بين كل أشكال وأنواع البرامج من ريبورتاجات عن مناطق سياحية إلي بورتريهات عن شخصيات تاريخية إلي التغطية الإعلامية للمهرجانات والتظاهرات وهذا المزج ينتج للإذاعة إستراتيجية اتصالية معينة خاصة بها تقوم علي كسب الجمهور و إشباع رغباته والبعض الآخر يرى أن الإذاعة تستخدم كل أساليب الترويج من إشهار ودعاية وعلاقات عامة .

إذن هناك تنوع في الأساليب الاتصالية حيث يعتمد الصحفيين إلي استعمال كل الطرق والأساليب التي من شأنها أن تضمن صيرورة العملية الاتصالية علي أحسن وجه بين الصحفي والجمهور لتحقيق الهدف وهو إيصال معلومات السياحية للجمهور.

4- هل يتجاوب الجمهور المحلي مع الخدمات التي تقدمونها في الجانب السياحي؟

من خلال رجع الصدى و هذا ما يؤدي إلى تحقيق الصحفيين لأهدافهم المرجوة من البرامج المقدمة ويساعدهم علي تنظيم أنفسهم ،حيث تسمح هذه الإستراتيجية الاتصالية للصحفي بادراك واجباته وحقوقه وبالتالي يعرف ما له وما عليه وهذا ما يشعره بالرضا عن ما يقوم به ويسمح هذا الشعور بخلق جو من التوازن بين أفراد الإذاعة يسوده التفاهم و بالتالي يعمل علي استمرار الإذاعة وهذا ما ينطبق مع ما هو موجود في نظرية البنائية الوظيفية التي تقر بأنه لا بد من وجود التوازن والاستقرار لأداء الوظائف واستمرار و بقاء المؤسسة

يتضح لنا من الإجابات أن الصحفيين نهم يعتمدون علي ملاحظة ردة فعل الجمهور باعتباره المؤشر الوحيد لمعرفة مدى استيعابهم للرسالة فردة الفعل من طرف الجمهور لها دلالاتها سواء كانت ايجابية مثل المشاركة في الحصص علي المباشر او التعليقات في الموقع الالكتروني او الحضور في الأستوديو أثناء تسجيل الحصص محاولة المشاركة والتعبير أي التفاعل أو سلبية كالنقد المباشر عن طريق الهاتف أو الانترنت عدم المشاركة وحضور الحصص ...ورجع الصدى هو يعتبر نهاية صيرورة العملية الاتصالية و به يدرك الصحفي مدى نجاحه ويقيم دوره داخل الإذاعة فان كانت هناك استجابات ايجابية من طرف الجمهور يحاول أنيدعم طريقته وأسلوبه حتى يحافظ علي ذلك وإذا كانت هناك ردة فعل سلبية فيغير من طريقته وأسلوبه ويحاول أن يكتشف المشكل ومن ثم يحاول معالجته فان كان في الرسالة يعيد صياغتها وتبسيطها ،وان كان في الجمهور بسبب الفروق الفردية والعقلية فيحاول أن يتكيف مع الوضع و يخاطب الجمهور علي أساس المستوى العام لهم ومنه يمكن القول أن رجع الصدى هو دلالة

5- هل ترى أن إذاعتكم تساهم في نشر الثقافة السياحية الصحيحة وكيف ذلك ؟

اتفق المبحوثين علي دور الإذاعة المهم في نشر الثقافة السياحية و يتجلي هذا من خلال إجابة المبحوثة رقم 4 ، 31 سنة، ليسانس، 3 سنوات خبرة "تحاول الإذاعة إحداث تغيير ايجابي عند المستمعين حول السياحة عن طريق البرامج الإذاعية التي تهدف إلي تعديل سلوكهم السلبي اتجاه الأجانب أو المنشأة السياحية وكذلك تثقفهم و تعطيهم معلومات عن تاريخ المنطقة أو مزايا المنتج المقدم "

ويري المبحوث رقم 1 ، 32 سنة ، ليسانس ، 3 سنوات خبرة "أن الإذاعة تهدف إلى نشر ثقافة سياحية كما تشجع علي ممارستها و تذكير بفوائدها الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وحتى السياسية "

أما المبحوث رقم 5 ، 42 سنة، ليسانس، 7 سنوات خبرة فيقول أن الإذاعة " تعمل جاهدة علي تغيير افكار جمهورها وحثهم علي تنمية القطاع السياحي من خلال الحفاظ علي نظافة مناطق سياحية ، حسن التعامل مع السياح ، المشاركة في الاعمال التطوعية لتنظيف الشواطئ مثلا ، نبذ العنف والسرقة ..."

اجمع المبحوثين علي مساهمة الإذاعة الفعالة في نشر الثقافة السياحية إذ تعمل الإذاعة جاهدة علي إقناع أفراد المجتمع من خلال إحداث تغيير في أفكارهم وميولاتهم وتحويل قيمهم الداخلية ورؤاهم وتصوراتهم حول كثير من القضايا التي اعتادوا عليها وأفوها إلي قيم ورؤى أخرى جديدة لم يعهدها من قبل تنسجم مع المتغيرات والمستجدات .

إذن إذاعة مستغانم تلعب دورا هام في نشر الثقافة السياحية وذلك بتقوية الشعور القومي ، وتنوير الرأي العام ، والترفيه عن الجمهور ، وتقديم المعلومات والأخبار والحقائق والوقائع

خاصة عند الجماهير قليلة الحظ من الثقافة والتعليم و تقوم الإذاعة بالتشجيع على التعلم

و اكتساب المعارف، كما تقوم بتنقيف الجماهير و تلبية احتياجاتهم النفسية و الفكرية

و الارتقاء بمستوياتهم الثقافية و الحضارية، كما يمكن للإذاعة الجمع بين المادة الثقافية

و الترفيهية وحتى الرياضية من خلال برامج ترفيهية ثقافية مثل برنامج رياضة وسياحة.

6- في رأيك هل ما تقدمه الإذاعة كافي لوحده في سبيل تطوير القطاع السياحي ودفع عجلة التنمية ؟

اتفقت إجابات المبحوثين حول هذا السؤال بحيث يرى المبحوث رقم 3، 40 سنة، ليسانس، 5 سنوات خبرة انه " malgré شي إلي تقدموا وديرو الإذاعة مهم جدا بصح لازم يكون تكامل بينها وبين الأسرة لأنها النواة الأولى في التربية والتعليم و التثقيف والجامعة تاني "

الترجمة: بالرغم من الأشياء الكثيرة التي تقدمها الإذاعة و تقوم بها ولكن تبقى ناقصة حيث انه يجب أن تكون الأسرة هي النواة الأولى ومن بعد ذلك الإذاعة ، يجب أن يكون هناك تكامل بينهما ، لا نستطيع الاستغناء عن الأسرة لأنها تبقى أهم شئ في التربية والتعليم والتثقيف وكذلك الجامعة.

ويقول المبحوث رقم 5، ذكر، 42 سنة، ليسانس، 7 سنوات خبرة أن "الإذاعة تسهم في تطوير قطاع السياحة ولكن كذلك الوكالات السياحية والفنادق والمواطن يساهموا في ذلك مثلا لو ما تكون الجودة في الخدمة المقدمة والسعر مناسب لتطلعات الجمهور ما يكون طلب علي السياحة وبالتالي ما تتطور التنمية المحلية"

إن الإذاعة لوحدها غير قادرة على القيام بدور محوري في تنشيط و تنمية الخدمات السياحية بالولاية ودفع عجلة التنمية على الرغم من أهميتها البالغة في تسويق المنتج السياحي و غرس الثقافة السياحية لدى المواطنين

يتضح من خلال ما سبق انه لا يمكن الاستغناء عن الأسرة والجامعة والمدرسة في نشر الثقافة السياحية الصحيحة لدي الجمهور باعتبار السياحة مركب كلي يعتمد على التنسيق بين مختلف القطاعات والهيئات الموجودة على مستوى الولاية فيجب مراعاة الجودة والسعر ورغبات الجمهور .

استنتاج المقابلات مع الصحفيين في الإذاعة

من خلال عملية التحليل و تبعا لأجوبة المبحوثين ،استنتجنا أن القطاع السياحي بالولاية مهمش نوعا ما من طرف الإذاعة المحلية ذلك نظرا لوجود أولويات أخرى تهتم الإعلام الإذاعي ، و كذا لأن مؤهلات الولاية من مرافق سياحية وخدمات و منتجات مقدمة لا ترقى لتحتل المكانة التي تجعلها محل اهتمام الإذاعة فلا وجود لبرامج متخصص في الإذاعة تعني بالشأن السياحي وإنما هناك بعض البرامج الموسمية في الشبكة البرمجية الصيفية التي تهتم بالقطاع السياحي.

- الإذاعة المحلية لمستغانم تساهم بشكل فعال في التعريف بمؤهلات الولاية السياحية

و تنشيط السياحة بالولاية ، و ذلك بتوفير المعلومات السياحية الصحيحة و في الوقت المناسب سواء كانت هذه المعلومات عبارة إعلام لمواقع سياحية أو إعلان لمنشآت سياحية، باستخدام الترويج السياحي والذي يعتبر من بين الركائز الأساسية و عنصر من عناصر المزيج التسويقي السياحي من أجل التعريف بالمنتجات السياحية و ضمان بيعها عن طريق استخدام مختلف تقنيات الترويج من الإعلان الدعاية العلاقات العامة وكذا تقنيات أخرى مثل النشرات السياحية، التغطية الإعلامية للمعارض و المؤتمرات السياحية، نشر الاخبار عن الوعدات الدينية والمهرجانات الفولكلورية .

- يؤكد جل المبحوثين تجاوب الجمهور المحلي مع الخدمات المقدمة نظرا لحدثة الوعي السياحي لدى المواطن المستغانمي و حداثة القطاع السياحي ككل و المميز في هذا التجاوب أن مستقبل الاتصال (السائح) يقوم بدور المتصل و يوصل أفكار و نصائح الإذاعة إلى سياح محتملين آخرين إضافة.

- تلعب الإذاعة المحلية لولاية مستغانم دورا توعويا من خلال غرس السلوكيات الحضارية لسكان المنطقة السياحية من أجل حسن استقبال السياح و كذا الاهتمام بنظافة هذه المناطق ويتجلى هذا الدور في غرس روح الانتماء لدى المواطنين وإبراز الوجه الحضاري والمتميز للمنطقة وتحفيز دوافع الإقبال على السياحة ، إضافة إلى أن الإذاعة تدعم التوجه الايجابي للتعامل مع البيئة في المناطق السياحية وتنمية الوعي العام بأساليب الاستخدام الأمثل للمنتجات السياحية.

و تدعيم التوجه الاجتماعي نحو صناعة السياحة عموماً، والعمل على تهيئة المجتمع لتقبل السياحة وفقاً لمفهومها الذي تقره أعلى المستويات في الدولة إضافة إلى أن الإذاعة تعمل على تعزيز احترام المواطنين للسياحة بجميع فئاتهم وأنواعهم والتعامل مع السياح بصورة حسنة من منطلق الضيافة الكريمة.

- تعمل الإذاعة المحلية على التعريف بالتراث الثقافي المادي وغير المادي للمنطقة ودعم احترام السياح غير المحليين لخصوصية المجتمع وثقافته و التشجيع للمحافظة على الفنون والصناعات والحرف التقليدية وذلك بضمان التغطية الإعلامية للمهرجانات الخاصة بها كما لها وظيفة ريادية في إنعاش الاستثمار الايجابي لصناعة السياحة في دعم الاقتصاد الوطني فضلاً عن التعريف بالفرص الاستثمارية المتاحة في المجالات المتعددة لصناعة السياحة، إلا أنها تحتاج لتضافر جهود جميع الفاعلين في مختلف القطاعات لأجل تشكيل صورة سياحية حسنة في ذهن الجمهور عن السياحة بهدف تطويرها ودفع عجلة التنمية بها لذا ينبغي أن لا يقف دور الجامعة عند إعداد خبراء في مجال السياحة عن طريق كليات السياحة و الآثار فقط ، بل يجب أن يتعدى ذلك إلى قيام الجامعة بمسؤولية إعداد مواطنين مثقفين سياحياً ، وذلك من خلال تعريف طلابها بأهمية السياحة في الاقتصاد القومي ، وتعريفهم بأهم المناطق السياحية والأثرية في البلاد ، وكيفية الاستفادة منها ، و التأكيد على دورهم في النهوض بالسياحة في المنطقة أو الدولة بصفة عامة ، و يقع علي المدرسة عبئ كبير في تنمية الثقافة السياحية لدى طلابها ، من خلال تزويدهم بالمعلومات والمفاهيم والمهارات الخاصة بالمجال السياحي ، و إدراجها ضمن المناهج الدراسية ، علي أن يكون لهما نصيب في التقويم المستمر ، ويجب تعريف الطلاب بالبيئة المحيطة بهم وتوعيدهم علي احترام مكوناتها والحفاظ عليها ، وتعريفهم بالحضارات المتعاقبة علي بلادهم ، وما خلفته هذه الحضارات من تراث ثقافي يجب الحفاظ عليه ، وتشجيعهم علي زيارته ، إلي جانب معرفتهم بطرق التعامل مع السائحين باختلاف جنسياتهم و وديانتهم.

1- هل تهتم بالاستماع لإذاعة مستغانم ؟

إن الصورة الذهنية التي يحملها سكان مستغانم عن إذاعة مستغانم هي صورة حسنة وإيجابية حيث اتفقت إجابات المبحوثين علي ذلك و هذا ما نلمسه في إجابة المبحوث رقم 1، ذكر 45 سنة، ابتدائي، صاحب مطعم حيث قال " إذاعة نقية تدير برامج شبابين بزاف وأنا نتبعها بزاف "

الترجمة : إذاعة مستغانم جيدة تبث برامج في المستوى وأنا من المستمعين الأوفياء

كما صرح المبحوث رقم 12 ، ذكر، 47 سنة، خياط حيث قال " radio حاجة مليحة بزاف هادفة عندها برنامج تربوي ودينية ،تعلم كل الصوالح الملاح نسمعها كل وقت كي نكون في الحانوت"

الترجمة :الإذاعة شيء جيد وإيجابي هادفة عندها برنامج تربوية ودينية،تؤثر ، هي تعلم الأشياء الحسنة ، أنا من المستمعين لبرامجها بانتظام بحكم المهنة ووجودي بالمحل .

ويرى المبحوث رقم 2 ، ذكر ، 40 سنة ، صاحب سيارة أجرة أن في إذاعة مستغانم "كل ما يحوس عليه الإنسان يصيبوا كايين فيها الترفيه والأخبار ،الموسيقى ،الثقافة ،الألعاب والإهداء وأنا دايرها غير هي "

الترجمة كل ما يحتاجه الإنسان يجده في الإذاعة ، فيها برامج الترفيه والأخبار والموسيقى و البرامج الثقافية و فضاء للألعاب و حصص للإهداء وأنا نسمع الإذاعة وحدها.

إذاعة مستغانم هي من الإذاعات المحلية التي لها سمعة طيبة عند الجمهور على اعتبار أن لها توجه شامل ومتنوع فهي تلبي كل حاجات جمهورها و هي مؤسسة إعلامية تهدف لتنشئة المواطن المستغانمي حسب التقاليد و الدين الإسلامي و هي قائمة بواجبها علي أحسن وجه و لديها برامج هادفة تتماشى و تقاليد المجتمع المستغانمي و يرى المبحوثين في هذه الإذاعة الضرورة الحتمية التي لا يمكن الاستغناء عنها و هي تختلف عن وسائل الإعلام الأخرى لأنها تتسم بالجوارية حيث يفضل أغلب المستمعين الاستماع للأخبار المحلية التي لها علاقة مباشرة بحياتهم اليومية و الحصص أثناء قيامهم بالعمل أو أثناء

تتقلهم له وذلك عن طريق الهواتف وراڤيو السيارات بدون تكاليف ونظرا لمحدودية تعليم المبحوثين فلا يستطيعون استخدام الانترنت و قراءة الصحف إذن يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي الحاجات النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعومات وهذا ما تؤكد عليه نظرية الاستخدامات والإشباعات .

هل ترى أن إذاعة مستغانم تهتم بوضع برامج تعني بالشأن السياحي وما تقيمك لها ؟

اغلب إجابات أفراد العينة تؤكد علي موسمية معالجة المواضيع السياحية حيث تقول المبحوثة رقم 5 ، 53 سنة ، بدون مستوى ، مأكثة بالبيت أن " إذاعة الظهر تدير مرات حصص علي سياحة بصح مشي دايمن "

الترجمة : إذاعة الظهر تثبت برامج وحصص تعني بالشأن السياحي غير أنها ليست دائمة . أما المبحوث رقم 8 ، 31 سنة ، جامعي ، صاحب محل لبيع اكسي سوار السيارات فيقول بأن "الإذاعة نتاعنا تهتم بالسياحة في فصل صيف برك مع البحر وكي يجيو عندنا ناس تماك يهدرو علي البحر ويوعو ناس و يدير جوههم مي مشكل ما يعالجوش مشاكل السياحة وزيد ما يوصلوها وقت قليل "

الترجمة : إذاعتنا تهتم بالسياحة في فصل الصيف فقط عند توافد السياح يوجهونهم ، غير أن الإذاعة لا تعالج مشاكل السياحة بمستغانم وهي لا تخصص وقت كثير لذلك . أما المبحوثة رقم 12 ، 50 سنة ، ابتدائي ، صاحبة محل لبيع ملابس جاهزة فتؤكد علي اهتمام الإذاعة بالسياحة حيث تقول " الإذاعة تاع مستغانم مشي خاصة راهي عامة ولازم تنوع حصص نتاعها أنا رأي بلي عطات حق للسياحة ، وتانيك ما تنساش بلي مستغانم بلاد صغيرة عندها بحر برك وما تهلاوش فيها براف "

الترجمة : إذاعة مستغانم ليست متخصصة وإنما عامة ويجب أن تنوع من برامجها وحصصها ، رأي الخاص بان السياحة في الولاية أخذت نصيبها ، حتي لا ننسي بان مستغانم مدينة صغيرة تطل علي البحر ولم تلقى اهتمام كبير من الدولة بها . يتضح من خلال الإجابات أن البرامج التي تقدمها الإذاعة المحلية موسمية و غير كافية للتعريف بالسياحة في الولاية فكانت معظم الإجابات تؤكد ذلك و ترجع أسباب ذلك حسب أفراد العينة إلى مايلي:

-المدة غير كافية و أوقات بثها غير مناسبة.

-قلة الحجم الساعي المخصص للمواضيع السياحية.

-عدم معالجة الأمور المتعلقة بالسياحة بصفة احترافية نظرا لنقص الصحافيين المكونين في المجال.

- أن الاهتمام بالسياحية في المنطقة يقتصر علي فصل الصيف فقط .
- اهتمام الإذاعة ببرامج أخرى أكثر من الجانب السياحي علي اعتبار أنها يجب أن تلبى كل الأنواع.
- لا توجد برامج خاصة للتكلم عن السياحة فقط بل التطرق لمفهوم السياحة يكون في أغلب الأحيان بطريقة غير مباشرة من خلال التطرق لبرامج أخرى تنموية.

هل ترى أن البرامج الإذاعية تساعد علي التعريف بمقومات الولاية السياحية وكيف ذلك؟

اختلفت إجابات المبحوثين حول مدى وكيفية تعريف الإذاعة بمقومات المنطقة السياحية و هذا راجع إلي الاختلاف في اتجاهاتهم و أفكارهم و آرائهم و ثقافتهم و هذا ما نلمسه في إجابة المبحوث رقم 20 ، ذكر ، 55 سنة، حارس ليلي حيث قال " واه تعرف بالبيبليسيستي " الترجمة : نعم تعرف بالإشهار

أما المبحوث رقم 25 ، ذكر ، 58 سنة ، اسكافي فقد كانت إجابة بما يلي " طبعا تعرف بالهدرة علي مناطق سياحية كما الشواطئ ، الحمامات المعدنية ، التنمية الي تديرها دول كما طماوي "

الترجمة : طبعا الإذاعة تعرف عن طريق الحديث عن الشواطئ و الحمامات المعدنية والتنمية المحلية كمشروع ترامواي مستغانم .

والمبحوث رقم 1 صرح بان " الإذاعة كي تهدر علي وجود الأمن مشاريع نتاع سينييسمو راهي تبين للسياح بلي هذي بلاد مليحة و راهي تتطور و تتحسن و لازم يزوروها " الترجمة : الإذاعة عند الحديث على توفر الأمن و المشاريع التنموية بالمنطقة فهي تحفز السياح لزيارة الولاية التي تتطور و تتحسن .

من خلال ما سبق نستنتج أن إذاعة مستغانم الجهوية تساهم وبشكل كبير في التعريف بمقومات السياحة بمستغانم وذلك عن طريق:

- التعريف ببعض المناطق التاريخية و عرض كل مواصفاتها.
- الإشهار والإعلان لخدمات الفنادق ووكالات السفر و المطاعم والمخيمات الصيفية.
- التغطية الإعلامية للسهرات الفنية والفولكلورية و الوعدات الدينية مما يشجع المستمع علي زيارة هته المنطقة للتعرف علي عاداتها وتقاليدها .
- ذكر أسماء المناطق السياحية و موقعها و ذكر خصائصها و الحديث عن المشاريع التنموية بالمنطقة .
- طمأنت السياح علي تواجد تغطية أمنية جيدة في الولاية.
- إقناع الجمهور بالخدمة السياحية و امتيازاتها والإيعاز إليه بطريقة ما لحاجته إليها.

في رأيك هل برامج إذاعة مستغانم تساهم في تنمية الثقافة السياحية لدى جمهورها وفيما يتجلى ذلك ؟

اتفق المبحوثين أن الإذاعة تقوم بوظيفة تنمية الثقافة السياحية لدى جمهورها ويظهر ذلك في ما صرح به المبحوث رقم 13 "الإذاعة كما المدرسة فهي تربي إلي يسمع لها " الترجمة : الإذاعة مثل المدرسة فهي تربي مستمعيها

ويقول مبحوث رقم 20 " الإذاعة تخليك تميزي غاية الصوالح وتعلمك كي تتعامل مع الناس والسياح باش بلادك تتطور "

الترجمة : الإذاعة تساعد علي فهم الأشياء وتعلم مستمعيها كيفية التعامل مع السياح .

كما صرحت المبحوثة رقم 12 " أن الإذاعة تكمل الأم والمدرسة في التربية حتى فالسياحة"

تسهم الإذاعة المحلية في تثقيف المتلقين بالمعلومات المفيدة التي تتلاءم مع قيم وتقاليد المجتمع ، وهي الثقافة الجماهيرية التي تساعد علي تماسكهم وتطوير شخصياتهم ومعارفهم وتفجير مواهبهم الكامنة كما تعمل الإذاعة علي نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة علي التراث عن طريق توسيع أفاق الفرد وإيقاظ خياله وإشباع حاجاته الجمالية وإطلاق قدراته علي الإبداع حتى أصبحت الإذاعة تعادل المدرسة بالنسبة لعدد هائلة من النساء والرجال خاصة بالنسبة للذين تركوا مقاعد الدراسة .

ويمكن القول أن التعليم عبر الإذاعة يمثل نشاطا اتصاليا جيدا لما تقدمه من تدريب فكري وأخلاقي وتطوير للقوى العقلية والأخلاقية.

لذا فالإذاعة تغير السلوك لدي الجمهور من خلال تزويده بالخبرات والمواقف والأفكار والقيم الاجتماعية التي تساعد علي التكيف مع مجتمعه، وهذا من شأنه أن يكسب المرء مهارات جديدة تمكنه من اتخاذ قرارات صحيحة وسليمة.

في رأيك هل ما تقدمه الإذاعة كافي لوحده في سبيل تطوير القطاع السياحي والترويج له
ودفع عجلة التنمية ؟

يعد هذا السؤال محور الدراسة ككل، لذا فقد ركز جميع المبحوثين على أن الإذاعة لوحدها
غير قادر على القيام بدور محوري في تنشيط و تنمية الخدمات السياحية بالولاية على
الرغم من أهميتها البالغة في تسويق المنتج السياحي و غرس الثقافة السياحية لدى
المواطنين، و هذا ما أكده جميع المبحوثين تقريبا فيفيد المبحوث رقم 08 :

"بدون إذاعة ما نتصورش سياحة، إذا عندك مؤهلات و ماعندكش إعلام، كيما الإنسان الي
عندو قدرات عقلية و مايقدرش يعبر عليها. الإذاعة عندها دور مهم بزاف". و يضيف:
"لازم كل القطاعات تتضافر حتى الأسرة، أنا أعتبر الفرد و أخلاقياته تلعب دور المهم
لتطور السياحة و الثقافة السياحية باش نخلقوها عند المواطن لازم نديرو مواد يقرأوها في
ليكول".

الترجمة : بدون إذاعة لا نتصور سياحة ، إذا عندك مؤهلات و لا تملك إعلام ، كالإنسان
الذي يملك قدرات عقلية ولا يستطيع التعبير عنها ، الإعلام الإذاعي له دور كبير جدا
،يجب علي كل القطاعات أن تتضافر فيما بينها حتى الأسرة ، الأخلاق مهمة جدا في
السياحة وحتى تخلق لدى المواطن لابد من إدراج مواد تدرس في المنظومة التربوية .

و يضيف المبحوث رقم 3: "لازم في الجزائر بصفة عامة و مستغانم على وجه الخصوص
نبدأ بالشوية في غرس ثقافة سياحية و تطوير المنتج السياحي. على خاطر بلا هادو زوج
مانطيقوش نستخدمو الإذاعة، هنا تكون بلا فائدة و يخسرو الدراهم باطل".

الترجمة " يجب في الجزائر بصفة عامة و مستغانم بصفة خاصة أن نبدأ بغرس الثقافة
السياحية و نظور المنتج السياحي ، بدون هذا لا يمكن للإذاعة أن تحقق أهدافها و تصبح
بدون فائدة وإهدار للمال فقط.

و يذهب كل من المبحوثين 03، 04، 25 إلى أن الإعلام الإذاعي قادر على لعب الدور المحوري : "رانا بين قطبين سياحيين تونس و المغرب و في زوج تلغو السياحة la publicité، حنا ثاني يطبق الإعلام يلعب الدور نفسه والإذاعة جزء من الإعلام .

الترجمة : الجزائر بين قطبين رائدين في المجال السياحي هما تونس والمغرب وكلاهما قامو بتطوير السياحة بالإشهار وفي الجزائر يمكن للإعلام بصفة عامة أن يلعب نفس الدور باعتبار الإذاعة جزء منه .

السياحة مركب كلي و هذا ما يؤكد أنه أغلب المبحوثين من خلال أجوبتهم،لذا فان الإذاعة غير قادرة على القيام لوحدها بتنشيط و تنمية الخدمات السياحية، و يقتضي ذلك تضافر كل الجهود في مختلف القطاعات على المستوى الولائي وحتى الوطني ،ابتداء بتبني ثقافة سياحية موازاة مع ما نملكه من مؤهلات،بغرس هذه الثقافة في الأسرة الجزائرية،لأنها تعتبر نواة المجتمع و بالتالي تنمي هذه الثقافة شيئا فشيئا لترقى إلى درجة النهوض بالقطاع السياحي باعتباره الرافد الاقتصادي البديل و الدائم.

و يرى البعض الآخر من المبحوثين أن الإشهار والترويج و التسويق الفعال إضافة إلى جودة المنتج السياحي هم أهم آليات تطوير القطاع السياحي وبالتالي ينعكس علي التنمية ككل.

استنتاج المقابلات مع الجمهور :

- إن الصورة الذهنية التي يحملها سكان مستغانم عن إذاعة مستغانم هي صورة حسنة وإيجابية يتضح ذلك من خلال اهتمامهم الكبير بها وإحساسهم بقربها منهم ومن انشغالاتهم ومشاكلهم واختيارها من بين وسائل الاتصال الحديثة والمتطور لتلبية حاجاتهم وإشباع رغباتهم.
- اهتمام المؤسسة الإذاعية لمستغانم بالسياحة موسمي وهذا راجع لعدة اعتبارات منها أن الإذاعة هي عامة وليست متخصصة إضافة إلي عدم امتلاك الولاية لبني تحتية في المستوى تنافس بها و تجعل الإذاعة تهتم بها أكثر فأكثر .
- وظيفة إذاعة مستغانم هي التعريف بالمؤهلات السياحية للولاية عن طريق الترويج للمناطق السياحية والقيام بالإشهار للخدمات والعروض المقدمة من طرف الفاعلين في المجال من إطعام و إيواء وتنقل وخدمات أخرى.
- تسهم الإذاعة المحلية في تثقيف المتلقين بالمعلومات المفيدة التي تتلاءم مع قيم وتقاليده المجتمع ، وهي تقوم بتغيير وتعديل سلوكهم نحو السياح والمنشآت السياحية والمقومات الطبيعية وذلك من خلال إبراز إيجابيات السياحة علي الفرد والمجتمع كنشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة علي التراث الشعبي و تبيان أهمية السياحة في خلق مناصب الشغل .
- لتطوير السياحة والتنمية المحلية يجب تضافر كل الجهود علي المستوى المحلي والوطني بما في ذلك الإعلام الإذاعي الذي يعتبر همزة وصل بين الجمهور وما يحقق في ارض الواقع.

تمهيد

تعتبر السياحة من ضمن الحاجات النفسية للإنسان ، والتي أساسها الحاجة إلى الراحة والاستجمام و الترويح عن النفس ، وفي هذا الفصل تم تسليط الضوء على أهم المفاهيم السياحية ، انطلاقا من المراحل المختلفة التي مرت بها السياحة منذ العصور القديمة إلى غاية المرحلة الحالية ، وكذلك أهم أنواع السياحة السائدة ، بالإضافة إلى سرد مختلف الآثار الناجمة عن السياحة في مختلف الجوانب.

1- تعريف السياحة .

اختلفت تعريفات السياحة و تعددت و ذلك نظرا لتطور مفهومها من فترة لأخرى ، واختلاف وجهة النظر إليها بين الباحثين و الهيئات و المنظمات الدولية ، إذ هناك من ينظر للسياحة على أنها ظاهرة اجتماعية ، و منهم من يراها على أنها ظاهرة اقتصادية ، بالإضافة إلى وجود مجموعة من المصطلحات المرتبطة بمفهوم السياحة.

للسياحة عدة تعريف نذكر منها:

السياحة في اللغة: تعني التجوال و عبارة ساح في الأرض تعني ذهب و سار على وجه الأرض¹
السياحة اصطلاحا: تعني مجموع العلاقات التي تترتب على سفر و إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، و أن لا ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحا لهذا الأجنبي²

ورغم صعوبة إيجاد تعريف شامل للسياحة نظرا لتعدد واختلاف تعريفها بحسب الزاوية التي ينظر إليها منها ، إلا أنه يمكن أن نورد التعاريف التالية لأجل تبسيط مفهوم السياحة كما يلي:

- أعطى الألماني جوبير فولر المفهوم الحديث للسياحة سنة 1905 و وصف السياحة بأنها

"ظاهرة تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة و تغيير الهواء ، و إلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة و نمو هذا الإحساس ، و الشعور بالبهجة و المتعة ، و خاصة بين الشعوب و أوساط مختلفة بين الجماعات الإنسانية ، و هي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة و ثمرة وسائل النقل"³

ما يلاحظ على هذا التعريف أنه اهتم بجانب واحد وأهمل جوانب أخرى ، حيث ركز على الجانب الاجتماعي للسياحة ، وأغفل الجانب الاقتصادي و البيئي لها.

- تعريف زكي خليل المساعد : "السياحة عبارة عن انتقال الناس بشكل مؤقت إلى أماكن خارج سكنهم أو أعمالهم الاعتيادية ، والنشاطات التي يقومون بها خلال الإقامة في تلك الأماكن، والوسائل التي توفر إشباع حاجاتهم"⁴

ويمكن الاستنتاج من هذا التعريف أن السياحة تعني تغيير مكان الإقامة الأصلي والتوجه إلى أماكن أخرى بشكل مؤقت.

¹ كواش خالد ، السياحة مفهومها أركانها أنواعها ، مرجع سابق ، ص 12 ص 22

² محمود كامل ، السياحة الحديثة ، الهيئة المصرفية للكتاب ، مصر ، 1975 ، ص 16

³ أحمد الجلال ، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق ، عالم الكتاب ، القاهرة ، مصر ، الطبعة الأولى ، 1988 ، ص 18

⁴ زكي خليل المساعد ، تسويق الخدمات و تطبيقاته ، دار المناهج ، الأردن ، 2005 ، ص 214

- تعريف HERMAN VON SHOLTERON حيث عرف السياحة على أنها "الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة ، وانتشارهم داخل وخارج حدود منطقة دولة معينة"¹
- ركز هذا التعريف على الجانب الاقتصادي للسياحة ، من خلال الدخول المتأتية من مختلف أنشطة السياح ، وأهمل جوانب أخرى كالجانب الاجتماعي للسياحة.
- وقد عرف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي في روما سنة 1963 السياحة على أنها "ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ، ولا تزيد عن 12 عشر شهرا ، بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية ، و هي تنقسم إلى نوعين سياحة داخلية وسياحة خارجية"².
- شمل هذا التعريف عدة جوانب ، حيث نظر إلى السياحة على أنها ظاهرة اجتماعية وإنسانية ، كما حدد مدة السياحة وميز بين السياحة الداخلية والخارجية ، في حين أغفل عن الجانب الاقتصادي للسياحة.
- وقد عرف مؤتمر أوتاوا للسياحة المنعقد بكندا في جوان 1991 على أنها: " مجموع الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى خارج بيئته المعتادة لمدة من الزمن ، وأن لا يكون غرضه من السفر هو ممارسة نشاط يكتسب به دخلا في المكان الذي يسافر إليه "
- كما عرفت المنظمة العالمية للسياحة السياحة على أنها " السياحة ينبغي أن تتضمن أربعة نقاط أساسية وهي:
- تنطوي السياحة على تحرك الناس من موقع إلى موقع آخر خارج مجتمعهم المحلي ؛
 - إن الجهات القصد السياحية توفر نطاق من النشاطات و الخبرات و التسهيلات و الخدمات.
 - إن الحاجة و الدوافع المختلفة للسائح تتطلب إشباعا ، و أن هذه الحاجات و الدوافع بدورها تخلق تأثيرا اجتماعيا .
 - تتضمن صناعة السياحة عددا من النشاطات الفرعية ، و هذه النشاطات تولد مجتمعة دخلا ضمن الاقتصاد الوطني ، ينتج من خلال العملات الصعبة الأجنبية التي تدخل إلى البلد السياحي المزار عن طريق السياح.

¹ جلييلة حسن حسنين ، اقتصاديات السياحة ، منشورات جامعة الإسكندرية ، مصر ، 2003، ص 07

² محي محمد مسعد ، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث ، مصر ، ص 61

نلاحظ من خلال هذه التعاريف أنه هناك اختلاف واضح في تعريف السياحة ، وهو ناتج عن تطور دور السياحة في المجتمع ، هذا ما جعل المنظمة العالمية للسياحة سنة 1993 تضع تعريفا خاصا بالسياحة ، إذ عرفت على أنها "أنشطة الأشخاص المسافرين من أماكنهم والإقامة في أماكن خارج إقامتهم المعتادة لمدة تزيد عن سنة مستمرة لقضاء عطلة"¹

وعليه يمكن تبني تعريف الجزائر للسياحة ، حيث تبنت الجزائر تعريف المنظمة العالمية للسياحة ، كما أدخلت عليه بعض المفاهيم التي قامت بتحديدتها وزارة السياحة حيث² :

-الداخل : كل مسافر تطأ أقدامه أرض الجزائر خارج منطقة العبور.

-المسافر : كل شخص يدخل التراب الوطني ، مهما كان سبب تنقله أو دوافع دخوله ، ومهما كانت جنسيته ومكان إقامته ، باستثناء السواح في نزهة أو رحلة بحرية ، والذين يقيمون في بواجرهم طول مدة إقامتهم في البلاد.

-الجوال في رحلة بحرية : كل شخص يدخل الحدود البحرية الوطنية ويغادرها في نفس السفينة أو الباخرة التي دخل فيها ، والتي يقيم على متنها طول مدة إقامته.

-الزائر : كل شخص يدخل التراب الجزائري ولا يمارس نشاطا مأجورا .

¹ - خربوطي صلاح الدين ، السياحة المستدامة ، دار رضا ، سوريا ، 2004 ، ص20
² - الديوان الوطني للإحصائيات، مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18 ، نشرة 2000 ، ص275

2- مراحل تطور السياحة.

ارتبطت السياحة بالإنسان منذ القدم ، و مرت بمجموعة من المراحل منها مرحلة الحضارات القديمة ،مرحلة العصور الوسطى، السياحة في العصر الحديث و المرحلة المعاصرة، وسوف نخوض بنوع من التفصيل في هذه المراحل من خلال تشخيص مختلف مميزات كل مرحلة من هذه المراحل.

1- مرحلة الحضارات القديمة.

لفظ السياحة بمفهومه الحالي هو لفظ حديث ولم يكن معروف في العصور القديمة ، ولكن إذا أطلقنا لفظ السياحة على السياحة في العصور القديمة سنجد أن الإنسان قديما كان غير مستقر في مكان ثابت ، و هذا لحاجاته في البحث عن مصادر الرزق¹، و تمثل مرحلة الحضارات القديمة الفترة الأولى من حياة الإنسان أي العصر البدائي ، حيث لم يكن هناك قوانين تحكم تصرف الإنسان سوى قوانين الطبيعة²، و بالتالي كان الإنسان ينتقل من الأرض القاحلة إلى الأرض الخصبة ، و من المكان غير الآمن إلى المكان الآمن ، حيث كان السفر ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الإنسان ، و الذي يهدف إلى إشباع نزواته و استقاء احتياجاته الشخصية ، و عند قيام الدول و الحضارات أصبح السفر وسيلة تجارية و القيام بالحملات العسكرية و التعلم و التعليم ، وكان للفنقيين السابق في الاهتمام بالتجارة والتنقل ، فقد عرفوا بحب المخاطرة و الترحال البحري و لعل أهم الرحلات السياحية في بلاد الإغريق الوفود اليونانيين القدماء وسكان الأقاليم الأوربية المجاورة التي تأتي إلى جبال الميبيا لمشاهدة الألعاب الأولمبية التي شرع تنظيمها العام 776 قبل الميلاد ، هذا التوافد شجع على بناء الفنادق لزوار أثينا ، وكان ذلك خلال القرن الرابع عشر قبل الميلاد³

2- مرحلة العصور الوسطى.

سادت هذه المرحلة في الفترة الممتدة بين حوالي القرن الخامس عشر وبداية القرن 16 عشر الميلادي⁴ ، كما أن السفر و الانتقال بقي بدائيا كما كان في العصور الأولى مع تطور يسير ، في هذه الحقبة التاريخية كانت الحضارة الإسلامية في أوج ازدهارها ، فاهتمت بالعلوم و الفنون

¹ نائل موسى محمود سرحان ، مبادئ السياحة ، جامعة البلقان التطبيقية ، 2003 ، الطبعة الأولى ، ص 01

² عصام حسن الصعيدي ، نظم المعلومات السياحية ، دار الرابطة للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2011 ، الطبعة الأولى ، ص 126.

³ كواش خالد ، السياحة مفهومها أركانها أنواعها، مرجع سبق ذكره ، ص 12

⁴ حمد خميسي الزوكة ، صياغة السياحة من المنظور الجغرافي ، دار المعرفة الجامعية ، 1996 ، ص22

و الآداب و العمارة و زادت حركة الناس في مختلف أنحاء البلاد الإسلامية ، وقد ساهمت الحضارة الإسلامية في إنشاء عدد من المدن أصبحت قبلة للسياح من كل أصقاع العالم كبغداد و قرطبة ، كما تميزت هذه المرحلة بتطور بعض الجامعات العريقة بأوروبا مثل جامعة السربون بفرنسا و جامعة أكسفورد بانجلترا ، مما جعل البلدين قبلة لعدد من طلاب العلم ، غير أنه خلال هذه الفترة لم تكن هناك قوانين منظمة للانتقال و لا وسائل نقل متطورة

3 - السياحة في العصر الحديث.

تمتد هذه المرحلة بين القرن السادس عشر و بداية القرن التاسع عشر الميلاديين ، التي حدثت فيها ، تغييرات عديدة في المجال العلمي مثل الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار¹ فقد شهدت هذه المرحلة اكتشافات جديدة أهمها اكتشاف استراليا العام 1605 م ونيوزيلندا للعام 1769م ، وقد عرفت هذه المرحلة بالرحلات الأوربية إلى إفريقيا و تطور الآلة و وسائل المواصلات و الاتصالات ، و ظهور بعض القوانين المنظمة للنشاط السياحي نتيجة الحدود السياسية ، شملت هذه المرحلة كذلك الثورة الصناعية سيما في أوربا ، وبالتالي عرف العالم أول تنظيم لرحلة سياحية من خلال توماس كوك العام 1841 م في بريطانيا ، حيث قام بنقل مجموعة من الأشخاص من الطبقات الشعبية بواسطة القطار لزيارة البحر لمدة يوم واحد ، كما قام أيضا بنشر مجلة في السفر لتعريف الناس بالجوانب المختلفة والاحتياجات الضرورية خلال الترحال

4-المرحلة المعاصرة.

تبدأ هذه المرحلة مع بداية القرن العشرين الذي تطورت خلاله السياحة بصورة لم تشهدها في أية فترة زمنية سابقة ، خاصة بعد الحرب العالمية الثانية ، بسبب زيادة أوقات الفراغ و ارتفاع مستويات المعيشة و التعليم والتوسع في و وسائل النقل و المواصلات السريعة ، إذ يعتبر القرن العشرين "قرن السياحة" حيث شهد تطور هائل في النشاط السياحي أو ما يعرف بالاقتصاد السياحي ، و بالتالي حدث تطور في المنشآت السياحية و الفنادق العملاقة ، و ظهور كذلك المنظمات السياحية و أهمها المنظمة العالمية للسياحة * ، و أهم ما ميز السياحة في هذه المرحلة ما يلي:

- تطور حركة السياحة العالمية.

-ارتفاع مستوى دخل الأفراد خاصة في أوروبا وأمريكا الشمالية.

¹ مروان أبو رحمة و آخرون ، مبادئ السياحة ، دار البركة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2001 ، الطبعة الأولى ص20

- تزايد حجم السكان بشكل مضطرد.
- تطور العلاقات بين البلدان.
- تطور كبير في وسائل النقل والاتصالات خاصة النقل الجوي ، وتطور صناعة السيارات.

3- أساسيات حول السياحة.

للسياحة أنواع وأشكال مختلفة و متعددة لا يمكن حصرها نظرا لتعدد و تنوع سبب قيام ظاهرة السياحة ، و لهذا يمكن تصنيف أنواع عديدة منها وفقا لعدة أسس ، و لكل نوع من هذه الأنواع خصائص معينة ، كما أن للسياحة أهمية كبيرة في جميع المجالات منها الاقتصادية من خلال مساهمتها في زيادة الدخل الوطني المساهمة في الناتج الداخلي الإجمالي ، و تحسين الوضعية الاجتماعية للسكان من خلال توفير فرص العمل و زيادة الدخول للأفراد ، و في المجال الثقافي تلعب السياحة دورا في تقارب الشعوب فيما بينها.

1- أنواع السياحة:

لقد اعتمدنا في سردنا لأنواع السياحة على معيار الهدف و معيار المنطقة الجغرافية فحسب معيار الهدف يمكن تقسيم السياحة إلى أنواع متعددة منها السياحة الدينية و الإستشفائية و السياحة البيئية أما حسب معيار المنطقة الجغرافية فتوجد السياحة الداخلية و الإقليمية و الخارجية.

أ: السياحة حسب المنطقة الجغرافية:

يتم تقسيم السياحة وفق معيار المنطقة الجغرافية إلى:

-**سياحة داخلية:** و تعني سفر مواطني الدولة داخل حدود بلادهم¹ ، كما تشمل انتقال

السائحين داخليا و يتم إنفاق العملة المحلية² ، و تكمل أهمية السياحة الداخلية في³

- تساعد على استغلال المنشآت السياحية.

-تساعد الصناعات الخفيفة على تسويق منتجاتها و بضائعها.

-تؤثر بشكل مباشر على القطاع الزراعي في بلدها.

-تساعد على زيادة الدخل القومي للسكان.

و هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على السياحة الداخلية منها :

-وزارة السياحة و دورها في التخطيط و الإشراف على عمليات و أنشطة التسويق السياحي للبلد.

- الفنادق و المطاعم السياحية

-خدمات النقل الجوي و البري.

¹ مصطفى عبد القادر ، دور الإعلان في التسويق السياحي ، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر ، لبنان ، 2003 ص15

² مروان السكر ، الاقتصاد السياحي ، دار مجدلاوي ، عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى ، 1999، ص32

³ محمود الديماسي و آخرون ، تخطيط البرامج السياحية ، دار المسيرة ، عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى، 2002، ص138

- سياحة إقليمية:** هي السفر و التنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية ، الدول الإفريقية ، دول المغرب العربي ، دول جنوب شرق آسيا ، و تتميز السياحة الإقليمية بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لعنصر المسافة التي يقطعها السائح¹
- سياحة خارجية:** و هي انتقال الأفراد أو السياح انتقالا مؤقتا من بلد لآخر من أجل السياحة و التعرف على بلاد جديدة و عادات أهلها و طرق معيشتهم و تفكيرهم و مدى ما قدموه من انجازات² ، و تساهم السياحة الخارجية في تعزيز العلاقات الاقتصادية الدولية من خلال³:
- عقد الاتفاقيات السياحية الدولية بين مختلف الدول و الشركات السياحية.
- استخدام رؤوس الأموال الأجنبية لبناء البنية التحتية لتلبية احتياجات السياحة الدولية.
- تحسين نظام العلاقات المالية في السياحة الدولية .
- توسيع التعاون و تعميقه ، و تبادل المساعدات في مجال الدعاية السياحية و الإعلان السياحي.
- ب- السياحة حسب الهدف.**

تنقسم السياحة حسب الهدف إلى:

- السياحة الدينية:** و تعتبر من أقدم أنواع السياحة و تتمثل في زيارة المواقع الدينية ، و من أشهر المواقع الدينية في العالم نجد مكة المكرمة و المدينة المنورة في المملكة العربية السعودية⁴ ، و هذا النوع من السياحة يهتم بالجانب الروحي للإنسان ، و بالتالي فهي مزيج من التأمل الديني و الثقافي ، أو السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري.
- السياحة العلاجية:** و هي سياحة لإمتاع النفس و الجسد مع العلاج ، و تعتمد على استخدام المراكز و المستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية و كوادر بشرية لديها من الكفاءة ما تساهم في علاج الأفراد الذين يلجئون إلى هذه المراكز.
- السياحة الإستشفائية:** و هي زيارة المنتجعات السياحية التي خصصت لهذا الغرض⁵ ، و تعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرضى و شفائهم مثل الينابيع المعدنية و الكبريتية و الرمال و الشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض.

¹ كواش خالد ، السياحة ، مفهومها ، أركانها ، أنواعها ، مرجع سبق ذكره ، ص 89

² صالح ونيس عبد النبي ، المعتمد في السياحة و الآثار ، منشورات اللجنة الشعبية العامة للثقافة و الإعلام ، الطبعة الأولى ، ليبيا ، 2006 ، ص 17

³ محمود الديماسي و آخرون ، تخطيط البرامج السياحية ، مرجع سبق ذكره ، ص 140

⁴ مروان محسن السكر ، السياحة مضمونها و أهدافها ، سلسلة الاقتصاد السياحي، الجزء الأول ، الأردن ، 1994 ، ص 13

⁵ مروان السكر ، السياحة مضمونها و أهدافها ، مرجع سبق ذكره ، ص 14

-**السياحة البيئية**: و هي السفر و الانتقال من مكان إلى آخر بغرض الاستمتاع و الدراسة و التقدير بروح المسؤولية للمناطق الطبيعية و ما يصابها من مظاهر ثقافية تقليدية ، وبتعبير آخر هي السفر من أجل زيارة المحميات الطبيعية¹ ، و التي تهدف جميعها إلى المحافظة على الموروثات السياحية الحضارية و الأثرية و البيئية و الطبيعية ، و كل عناصرها من مصادر المياه المعدنية و نباتات و حيوانات و طيور و غابات وفق خطة إستراتيجية بعيدة المدى تعمل على خلق سياحة شاملة رفيقة بالبيئة² ، إذ أن الهدف من دراسة العلاقة بين السياحة و البيئة هو أن تكون السياحة وسيلة للحفاظ على نقاء البيئة ، فالموارد السياحية هي من مكونات البيئة في المنطقة.

ت - **السياحة التاريخية**: يعد هذا النوع من أحسن أنواع السياحة ، حيث تجذب أفواج كبيرة من السياح ، خاصة إذا توفرت هذه الآثار التاريخية على مراكز للراحة و الترفيه و على كل ضرورات المحافظة عليها ، كما أن للآثار السياحية دور مهم في تحقيق التفاهم و تقوية العلاقات³، كما تتطلب استثمارات كبيرة لرؤوس الأموال لتطويرها و حمايتها⁴

ث - **السياحة الثقافية**: يهتم هذا النوع من السياحة بشريحة معينة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة و التعليم ، حيث يتم التركيز على زيارة الدول التي تتمتع بمقومات تاريخية و حضرية كثيرة ، و يمثل هذا النوع نسبة % 10 من حركة السياحة العالمية ، و نجد هذا النوع من السياحة متمثل في الاستمتاع بالحضارات القديمة و أشهرها الحضارة الفرعونية المصرية القديمة و الحضارات الإغريقية و الرومانية و الحضارات الإسلامية و المسيحية على مر التاريخ و العصور.

ح - **السياحة الاجتماعية**: تسمى أيضا السياحة الشعبية أو سياحة الإجازات ، و السبب في تواجد مثل هذا النوع هو أن السياحة كانت مقتصرة في القدم على الطبقات الثرية فقط.

خ -**السياحة الترفيهية**: و هي من أقدم أنواع السياحة و أكثرها انتشارا ، حيث يعتبر حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق اجتذابا لحركة السياحة الترفيهية ، لما يتمتع به من مقومات كثيرة كاعتدال المناخ بالإضافة إلى الشواطئ الجاذبة للسياح ، و تكون السياحة الترفيهية

¹ عصام حسن الصعيدي ، التسويق و الترويج السياحي و الفندقية ، مرجع سبق ذكره ، ص 131

² العبوي زيد منير ، السياحة في الوطن العربي ، دار الراية ، الأردن ، الطبعة الأولى ، ص 48

³ صالح ونيس عبد النبي ، المعتمد في السياحة والآثار، مرجع سبق ذكره ، ص 90

⁴ مصطفى عبد القادر ، دور الإعلان في التسويق السياحي ، مرجع سبق ذكره ، ص 47

بغرض الاستمتاع و الترفيه عن النفس ، و يطلق عليها بالهوايات مثل صيد السمك ، الغوص و التزلج و الذهاب إلى المناطق الجبلية و الصحراوية.

د -**سياحة المؤتمرات** :ارتبط هذا النوع من الساحة بالعلاقات بين أغلب دول العالم ، و يعتمد النهوض بهذا النوع من السياحة على توفر عوامل عدة منها اعتدال المناخ ، و وجود الفنادق و القاعات الجاهزة لعقد الاجتماعات و المطارات الدولية.

ذ - **السياحة الرياضية** :يقصد بها الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة لهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها ، و مثل هذه الأنواع نجد دورات الألعاب الأولمبية و بطولات العالم المختلفة.¹

2- الأهمية المختلفة للسياحة.

للسياحة أهمية كبيرة ما جعلها تحتل مكانة متميزة في السياسات التنموية للدول المتقدمة والنامية على السواء ، و في ما يلي عرض لأهمية السياحة في النقاط التالية.

1- الأهمية الاقتصادية.

تعتبر السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي يتولد عنها دخول لمختلف عناصر الإنتاج العاملة في مجالات السياحة ، و قد نمت إيرادات السياحة الدولية بمعدل سنوي بلغ % 09 في المتوسط خلال السنوات العشر من 1988 إلى 1997 ، و قد أحصت المنظمة العالمية للسياحة عدد السياح في العالم لسنة 1997 ب 62.80 مليون سائح و ينفقون ما مقداره 4430 مليار دولار ، حيث أصبحت السياحة الصناعة الأولى في العالم و من وجهة نظر الإنتاج تساهم السياحة بحوالي % 1.5 من الناتج الإجمالي العالمي ، كما أن السياحة هي مصدر رئيسي للعمالة ، حيث تولد فرص عمل متنوعة في قطاعها² ، إذ توفر نحو 200 مليون فرصة عمل أي حوالي 08 بالمائة من مجموع فرص العمل في العالم ، و تساهم السياحة بنحو 5.5 مليون فرصة عمل سنويا حتى عام 2010 ، حيث أن قطاع الإيواء الفندقية وحده يستخدم حوالي 11.3 مليون عامل على النطاق العالمي.³

¹ كواش خالد ، السياحة ، مفهومها ، أركانها ، أنواعها ، مرجع سبق ذكره ، ص 93

² زيد منير سلمان ، الاقتصاد السياحي ، دار الزاوية ، الأردن ، 2008 ، ص 25

³ عبد الرحمن السحالي و حبيب الهبر ، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي ، دليل مفهوم السياحة . المستدامة ، سلسلة 01 ، ص 02

2- الأهمية الاجتماعية.

- تتمثل أهمية قطاع السياحة من الناحية الاجتماعية فيما يلي:¹
- زيادة الوعي الثقافي و الاجتماعي بمختلف عادات و شعوب الطرف الآخر.
 - زيادة اهتمام الشعوب المضييفة بعادات و شعوب و قيم أجدادها و آبائها و الحفاظ عليها من الزوال و الاضمحلال.
 - توفر عادات السياحة ملاذا للكثير من الطبقات الكادحة ، و التي تجد فرصة للعمل في المجال السياحي بما يوفره من مناصب شغل.
 - رفع مستوى الشعور بالانتماء الوطني من خلال التبادل الثقافي و الحضاري.
 - تحسين نمط حياة الأفراد ، و تحسين مستوى معيشتهم مما يخلق التوازن الاجتماعي .
 - التفاعل و الاحتكاك بين سكان المنطقة السياحية المزارة من جهة و من جهة السياح ، سواء كانوا من حملة جنسية نفس البلد أو جنسيات أخرى ، الأمر الذي يفضي إلى التبادل الاجتماعي

3- الأهمية السياسية.

- للسياحة كذلك أهمية سياسية حيث تساهم في:
- السياحة تؤدي إلى تحسين العلاقات بين الدول
 - النتائج الايجابية للسياحة على المستوي الاقتصادي و الاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية.²
 - تعمل على تحقيق الحوار و معرفة الآخر و تساعد على التفاهم بين شعوب الدول المختلفة ، ونشر مبادئ السلام العالمي.
 - تساعد على تدعيم أو اصر الصداقة بين شعوب دول العالم من خلال العلاقات الودية التي تنشأ بينها.

4- الأهمية البيئية.

- تكمّل الأهمية البيئية للسياحة من خلال ما يلي:
- الوعي المتزايد بأهمية البيئة و ضرورة حمايتها خاصة بعد الأضرار البالغة لها نتيجة ممارسات الأفراد من جهة و ممارسات الشركات و المصانع من جهة أخرى ، و بالتالي بدأ الوعي و العمل

¹ عصام الدين الأحمدى ، الآثار الاقتصادية لأزمة السياحة في مصر ، النشرة الاقتصادية ، بنك مصر ، 1998 ، ص 72

² أحمد ماهر و عبد السلام أبو قحف ، تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية، المكتب العربي . الحديث ، مصر ، الطبعة الثانية ، 1999 ، ص 17

الميداني في التزايد من أجل العمل على إنقاذ البيئة و استدامتها للأجيال القادمة ، و تجسد ذلك في ثقافة متكاملة تتمثل في الثقافة البيئية لدى الأفراد انعكست في الجانب السياحي فيما يسمى بالسياحة البيئية.

5- الأهمية الثقافية.

للسياحة أهمية ثقافية نذكر منها:

-تعد السياحة أداة للاتصال الفكري و تبادل الثقافة و العادات و التقاليد بين الشعوب ، و أداة لإيجاد مناخ مشبع يروج للتفاهم و التسامح بينهم ، كما تعتبر كذلك أداة للتبادل المعرفي تداول العلوم و المعارف.

-تساهم السياحة في انتشار ثقافات الشعوب و حضارات الأمم بين أقاليم العالم المختلفة ، و توطيد العلاقات بين الشعوب و زيادة معرفة شعوب الأرض ببعضهم أي انفتاحهم على مختلف ثقافات العالم.¹

-توفر السياحة التمويل اللازم للحفاظ وصون التراث و المواقع الأثرية و التاريخية، و التي تعد جزءا من ذاكرة و ثقافة البلدان المضيئة.

-تساعد على إنشاء المنتزهات و تعمل على المحافظة على البيئة و حمايتها ، و تزيد من الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع.

- تحقيق إدارة جيدة للنفايات للتخلص منها بشكل علمي سليم.

¹ مخلوفي عبد السلام ، دور السياحة في التنمية المحلية ، الملتقى الدولي حول واقع و مستقبل الصناعات التقليدية في الجزائر ، دار الثقافة ، بشار ، 2003، ص04

4- السياحة المقومات ، الخصائص و النتائج.

تحتاج السياحة مجموعة من المقومات تتراوح بين المقومات الطبيعية التي تشكل الوعاء الأساسي لقيام السياحة ، وكذلك المقومات المادية لتوفير الخدمات الأساسية للسياح و تلبية احتياجاتهم المختلفة ، و لقيام ظاهرة السياحة لابد من توفر مجموعة من الشروط والخصائص، كما ينتج عن السياحة مجموعة من الآثار منها ما هو ايجابي على المجتمع المضيف و منها ما هو سلبي.

1- مقومات السياحة.

تعتمد السياحة على مجموعة من المقومات أهمها:

أ -**المقومات الطبيعية** : وهي تشمل كافة الظروف التي تشكل مقصدا للسياح من جمال الطبيعة ، و الابتعاد عن كل تأثيرات الحياة الحضرية و نجد

-المناخ :وهو ذلك الجو السائد في بلد معين ، إذ يفضل السياح الجو المعتدل الجاف ، حيث ينتقل السياح إلى المناطق السياحية الدافئة في فصل الشتاء ، و المناطق الجبلية و الساحلية في فصل الصيف ، و بالتالي يمكن تقسيم المناخ في العالم إلى نمطين هما:

-مناخات هادئة : تتميز بقلّة تقلب خصائص عناصرها ، كمناخ البحر المتوسط ، والمناخات السائدة في المناطق الغابية ، و السفوح الجبلية منخفضة المنسوب.

- مناخات تتسم بالإثارة : نظرا لكثرة تقلب خصائصها ، كهبوب الرياح وسقوط الأمطار الغزيرة ، وكثرة تساقط الثلوج ، و هذا النوع من المناخ يؤثر سلبا على السياحة ، كتدمير بعض المنشآت السياحية ، و غلق الطرق و الاتصالات.

-**الموقع الجغرافي** :يلعب الموقع الجغرافي دورا مهما في السياحة ، من حيث القرب والبعد من مناطق الطلب السياحي ، فكلما كان الموقع قريبا من الأسواق ساهم ذلك في زيادة الطلب السياحي.

-أشكال سطح الأرض :و يبرز من خلال التضاريس و السلاسل الجبلية و المسطحات المائية ، هذا يشجع الدول المختلفة على استغلال هذه الإمكانيات الطبيعية ، و إقامة عليها منتجعات سياحية مما يحفز على جذب السياح لهذه المناطق.

-الحمامات المعدنية :و يمكن استغلال الحمامات الطبيعية إما من أجل العلاج للمرضى ، أو اللجوء إليها للحصول على الراحة و المتعة.

- المناطق الصحراوية: تلعب المناطق الصحراوية دورا مهما في جلب السياح ، نظرا لتوفرها على خصائص تميزها على المناطق الأخرى ، كتوفرها على الكثبان الرملية مثلا.
- ب - **الإمكانات التاريخية و الأثرية**: تعتبر المقومات التاريخية و الأثرية من الإمكانات السياحية الهامة ، وتوجد بالعالم معالم تاريخية هامة كالأهرامات في مصر ، حيث يكتسب السائح متعة ذهنية ، من خلال التعرف على تطور و تعاقب الحضارات¹ .
- ت - **المقومات الدينية**: تتمثل المقومات الدينية في الأماكن المقدسة والآثار الدينية ، و تعتبر مكة المكرمة من أشهر المواقع الدينية في العالم ، من حيث عدد السياح الذين يقصدونها من كل بقاع العالم ، و هذا لأجل أداء مناسك الحج و العمرة.
- ث - **المقومات الثقافية**: و تلعب دورا مهما من خلال رغبة السياح في التعرف على مختلف عادات و تقاليد الشعوب و فنونها الشعبية و الصناعة التقليدية لهذه الشعوب ، و التظاهرات الثقافية و الفنية .
- ج - **المقومات المادية**: تعتبر الإمكانات المادية الركيزة الأساسية لقطاع السياحة في أي بلد ، و تتمثل في مدى توفر البنى التحتية الأساسية المطارات و الطرقات و السكك الحديدية ، و البنى الفوقية كالفنادق و الاتصالات و النقل... الخ.
- ح - **المقومات المؤسسية**: و تتمثل في المؤسسات القائمة على القطاع السياحي ، و لعب دورها في مختلف المجالات الخاصة بالسياحة ، من خلال سن التشريعات و القوانين ، و الهياكل التنظيمية العامة ، و وضع خطط التسويق و برامج الترويج للسياحة.
- 2- خصائص السياحة وشروطها.**

للسياحة مجموعة من الخصائص والشروط نوجزها فيما يلي:

أ- خصائص السياحة :

- تعتبر السياحة منتج غير مادي ، و بالتالي لا يمكن نقله من مكان لآخر .
- المنتج السياحي* مركب : إذ أنه مزيج من مجموعة عناصر مع بعضها البعض ، و تتشابه مع قطاعات أخرى ، حيث أن السياح يستهلكون السلع و الخدمات التي تقدمها المنشآت السياحية

¹ نعيم الطاهر و سراب إلياس ، مبادئ السياحة ، دار المسيرة ، الأردن ، الطبعة الثانية، 2007 ، ص 147

كالإقامة و الإطعام ، و يستهلكون كذلك سلع و خدمات تقدمها منشآت أخرى ، مع العلم أن هذه العناصر متكاملة من حيث جلبها للسياح

-المنتوج السياحي غير قابل للتخزين : لذلك يجب مواجهة التقلبات بتخفيض الأسعار والرفع من جودة الخدمات ، لزيادة الطلب على المنتج السياحي .

-تواجه المنتجات السياحية منافسة دولية كبيرة ، و لهذا وجب توفير كل شروط الطلب السياحي لإرضاء الزبون .

المنتوج السياحي يقصد به كل الثروات السياحية المختلفة ، و النشاطات و الأعمال و الهيئات الإدارية و الفنادق ، و وسائل النقل التي تساهم في تنقل السياح.

-يعتبر المنتج السياحي منتج قابل للتصدير ، ولهذا فهو يتأثر بالعوامل الخارجية ، و هي تمثل كذلك عرضا للخدمات و ليست منتجات مادية يمكن نقله من مكان لآخر ، أي أن المستهلك يأتي بنفسه إلى مكان المنتج السياحي للحصول عليها .

-تتميز بعض المناطق السياحية بأنها موسمية النمط .¹

-تتعدد و تتباين أنواع السياحة و أغراضها ، مما يترتب عليها تنوع و اختلاف الأنشطة وطبيعة الخدمات السياحية المرتبطة بها.

3- نتائج السياحة و المشاكل التي تواجهها.

ينتج عن السياحة مجموعة من الآثار منها ما هو ايجابي ومنها ما هو سلبي كما يلي:

أ -الآثار الايجابية للسياحة : و نجد منها.

-السياحة وسيلة اجتماعية لتنمية الثقافات بين الشعوب و مجتمعات الدول السياحية .

-تعتبر السياحة وسيلة التقاء الشعوب مع بعضها البعض ، إذ توفر الاحتكاك المباشر بين هذه الشعوب ، وبالتالي انفتاح الشعوب على العالم .²

-تعمل السياحة على تطوير وسائل النقل و المواصلات ، و إقامة المطارات و الموانئ و شق الطرقات .

-تؤدي السياحة إلى الرفع من المداخل المحققة من الضرائب .

-تساعد السياحة على ترقية الصناعات التقليدية و التراث الثقافي .

¹ محمد الصيرفي ، التخطيط السياحي ، دار الفكر الجامعي ، 2006 ، ص21

² نعيم الطاهر و سراب إلياس ، مبادئ السياحة ، مرجع سابق، ص 28

- الحفاظ على الآثار التاريخية و ترقيتها.
- ب - الآثار السلبية للسياحة : وهي كما يلي.
- قد تؤدي السياحة إلى حدوث خلل اجتماعي ، من خلال تأثير العادات و التقاليد للمجتمعات الغربية على الدول التي تتميز أسرها بالمحافظة.
- عادة ما يحدث تمايز الأفكار و الاتجاهات و المعارف و اللغة ، و غياب التفاهم بينهما .
- تعمل السياحة على زيادة أسعار السلع و الخدمات ، من خلال زيادة طلب السياح على المنتجات المحلية للبلد المضيف ، كما يؤدي ذلك إلى ارتفاع أسعار العقارات .
- في كثير من الأحيان تؤدي السياحة إلى ترك آثار سلبية على البيئة.
- تعمل السياحة كذلك على نشر الجريمة ، وتشجيع علي تهريب الآثار ، نظرا لارتفاع أثمانها .
- غياب التوازن بين أجور موظفي قطاع السياحة مع أجور موظفي القطاعات الأخرى ؛ ما يشجع على انتقال الإطارات إلى القطاع السياحي ، نظرا للامتيازات التي يمنحها القطاع السياحي .
- قد تخلق السياحة مشكل للاقتصاد الوطني الذي يعتمد كثيرا على الإيرادات السياحية ، بسبب تعرضه للأزمات (المختلف)اقتصادية ، أمنية.. الخ
- ت - المشاكل التي تواجه السياحة : تشكو السياحة من جملة من المشاكل أهمها.
- نقص المقومات السياحية الذاتية :قد يعاني بلد ما من نقص الموارد السياحية الطبيعية منها و التاريخية و الثقافية ، هذا ما يشكل عائقا أمام تطوير السياحة لهذا البلد .
- تراجع الوعي السياحي : لا تزال بعض البلدان تعاني من نقص الوعي بالأهمية المختلفة للسياحة من جميع النواحي . اقتصادية ، اجتماعية و ثقافية.
- نقص البنى الأساسية للسياحة :هناك الكثير من بلدان العالم تشتكي من نقص الهياكل الأساسية لإقامة سياحة ناجحة ، و قد تكون هذه البنى الأساسية فوقية أو تحتية .
- غياب الاستثمارات السياحية : تعاني عديد من الدول من غياب المشاريع الاستثمارية السياحية ، و خاصة البلدان النامية منها ، فرغم توفر الإمكانيات الطبيعية لدى هذه الدول ، إلا أنها لا تستطيع الحصول على التمويل اللازم لمشاريعها السياحية .

-الأمن السياحي : يعتبر توفير الأمن و سلامة السياح من الأمور الهامة و الأساسية ، التي لابد من توفرها في البلد السياحي ، إذ أن المشاكل المتعلقة بسلامة السياح تؤثر سلبا على سمعة البلد

خلاصة الفصل :

من خلال دراستنا لهذا الفصل لاحظنا أن السياحة ظاهرة عالمية وليدة العصور البدائية ، وشهدت نموا ورواجا واسعا بعد الحرب العالمية الثانية ، حين شهد الوضع الدولي استقرارا بعد الحربين العالميين الأولى و الثانية، و بالتالي برزت السياحة كظاهرة هامة في القرن العشرين 20 ، واعتمدت في الكثير من الدول نظرا لفوائدها الايجابية في جميع المجالات ، حيث بدأت تلتفت نظر الحكومات بأنواعها و اختلاف نظمها السياسية و الاجتماعية و الدينية في وقتنا الحاضر ، كما استحوذت على اهتمام الأمم المتحدة و وكالاتها المتخصصة المعنية ، فعقدت من أجلها مؤتمرا دوليا للسياحة عام 1963 ، وكرست عام 1967 سنة سياحية دولية و قامت من أجلها المنظمة العالمية للسياحة عام 1975 م ، ونظمت حلقة دراسية في حاضرة الفاتيكان لدراسة القيم الروحية ، و قد أصبحت السياحة علما يدرس في الجامعات و المعاهد العليا المتخصصة وصناعة متميزة وتجارة مربحة ، كما زاد وعي الشعوب و ارتفع المستوى التعليمي و زاد الدخل الفردي ، كل هذا جعل شعوب العالم يفكرون في التنقل بين أرجاء العالم من أجل قضاء العطل و التنزه والاستجمام و الاستكشاف ، و من هنا تطورت السياحة و أصبحت السياحة صناعة ، حيث عرفت هذه الصناعة نموا متواصلا سواء من حيث المداخل أو عدد السياح ، لما كان له آثار اقتصادية و اجتماعية و ثقافية و بيئية طالت كل بقعة من بقاع العالم ، و هذا التطور الكبير في السياحة أدى إلى البحث عن نظام علاقات دولية منظمة لغرض التنسيق فيما بينها في مجال التخطيط و البحوث و التسويق العالمي للسياحة ، و نجاح السياحة العالمية في الوقت الحالي يعود إلى استمرار العلاقات و الاتفاقيات الدولية للسياحة ، التي تؤمن إجراءات مرنة في مجال النقل الجوي ، و تحويل العملة و الأمن السياحي .

تمهيد

نظرا للرواج الكبير الذي يعرفه القطاع السياحي اليوم أو الاهتمام الذي شهده من طرف العديد من دول العالم وهيئاته السياحية، أصبح من الضروري الاهتمام أكثر بالسياحة، والنهوض بأقطابها المتميزة واستغلال مواردها الطبيعية، والأثرية أمرا عاجلا، وذلك لمساهمتها الفعالة في التنمية المحلية والأجنبية، مما جعل منها صناعة سياحية مزدهرة، وعليه نجد اليوم وسائل الإعلام تولي اهتماما بالغة لهذا القطاع الاستراتيجي ومن بين ابرز الوسائل لدينا " الإذاعة " والتي تقوم بدورها بتقديم برامج متنوعة تسعى من خلالها إلى تقديم معلومات كافية للتعريف بالقطاع السياحي وسبل الترويج له، حيث تعد الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري ،ويقصد بها ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز حاجز الأمية والحواجز الجغرافية، والسياسية وربط مستمعيها المتباعدين برباط مباشر وسريع، فالإنسان يستمع إلى الراديو ويستفيد من برامجه المختلفة في أي مكان في العالم دون عائق أو حاجز في البيت ،السيارة، المكتب.

ولقد احتلت الإذاعة كوسيلة اتصال سمعية في البداية مكانة الصدارة بين وسائل الاتصال الأخرى المستعملة في عملية التثقيف والتعليم والترفيه كما قال "هتلر في كتابه" كفاحي "إني اعلم إن تأثير كلمة مكتوبة على الأفراد اقل بكثير من تأثيرها على هذه الأرض تدين بنموها بكبري الخطباء وليس بكبر الكتاب وأروع ما قاله "جوبلز" حول تأثير الإذاعة سيعمل الراديو كمعلم يلقي الضوء علي المشكلات الصعبة في الوقت الحاضر وعندما يأتي اليوم فانه سيقى العزائم والقلوب ويهاجم العدو في أي مكان يظهر فيه ويسمي أهداف الوطن. وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلي تعريف الإذاعة تطورها وخصائصها ووظائفها وأهميتها .

1- تعريف الإذاعة**لغة :**

من ذاع، ذيعا، ذبوعا أي ظهر وانتشر أو هي انتشار الخبر عبر اللاسلكي كما ترمز كلمة "أذاع" إلى الإشاعة ويوصف الرجل الذي لا يكتفم السر بأنه مذياع¹

اصطلاحا:

يعرفها عبد الحافظ سلامة "بأنها الانتشار المنظم المقصود بواسطة المذياع لمواد إخبارية، يؤكد على أن المادة المذاعة تكون من نفس مجتمع الإذاعة بمختلف النظم الاجتماعية والثقافية والدينية والنشرات الإخبارية الخاصة بذلك المجتمع بحيث يكون هناك تأثير وتأثر بين أفراد المجتمع والبرامج المذاعة، والتي تبث في آن واحد وتلتقط من طرف المستمعين"²

وتعد الإذاعة إحدى وسائل الاتصال الجماهيري، و تعد أهم وسائل الاتصال السمعية و أكثرها انتشارا، و تعرف بمصطلحات أخرى أبرزها "الراديو radio" حيث يعود معنى الأخير إلى الكلمة اللاتينية "radius" و تعني نصف قطر الدائرة و تعني هذه التسمية الإرسال الإذاعي حيث يتم إرسال الموجات الصوتية في شكل دوائر لها مركز إرسال، ثم أصبحت هذه الكلمة تعني بث موجات بواسطة مركز إرسال و نشر هذه الموجات عبر الأثير ثم استقبالها عبر أجهزة الاستقبال ، و بالتالي يمكن تعريف الإذاعة على أنها " وسيلة من وسائل الاتصال السمعي الجماهيري تعتمد على الموجات اللاسلكية و السلكية و الساتل في إيصال بثها بعرض تحقيق أهداف إعلامية و إعلانية"³

¹ إسماعيل سليمان أبو جلال ، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، الطبعة الأولى، 2012، ص 95

² طه عبد العاطى نجم ،الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث،دار المعرفة الجامعية،مصر ، ص 08

³ تسعديت قدور ، اثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الاتصال ، كلية العلوم السياسية و الاعلام ، جامعة الجزائر 2011، ص 110.

2- التطور التاريخي للإذاعة في العالم و الوطن العربي.¹

تطور الإذاعة في العالم:

بدأت تجارب نقل الصوت عبر الأثير منذ القرن 19 حيث مهدت التجارب الفاشلة لعلماء الأرضية الملائمة لإنجاز أول بث عبر الأثير، فبعد أن اكتشف الفيزيائي "ماكسويل" الموجات الكهرومغناطيسية اكتشفا نظريا مهد الطريق أمام المكتشف "هرتز" سنة 1887 لإرسال أول نبضات لاسلكية ، و بعدها توالت مجموعة من التجارب الفاشلة لقدم الأجهزة المستخدمة ، حتى سنة 1895 حيث تمكن الإيطالي "ماركوني" من اكتشاف جهاز لاسلكي مما فتح المجال أمام الاتصال اللاسلكي و تعددت استخداماته سواء في المجال العسكري أو الصحافة، و تم إطلاق أول محطة بث إذاعي سنة 1920 في الولايات المتحدة ثم في بريطانيا ثم تتوسع لتشمل باقي أوروبا و العالم.

أما ظهور الإذاعة في الوطن العربي فقد جاء متأخر نسبيا، حيث ظهرت أول إذاعة عربية في مصر سنة 1925 حيث كانت تعتمد في تمويلها على الإعلانات التجارية، لكن صدر مرسوم ملكي يوقف كل هذه الإذاعات عن بثها لضعف إمكانياتها و مضمونها حتى سنة 1934 حيث بدأت الحكومة المصرية في بث إذاعتها.

و نظرا لأهمية الإذاعة فقد تنبّهت الجمعيات الوطنية العربية و الحركات التحريرية لضرورة إيصال صوتها إلى الشعوب عبر الأثير ، و للعلم فإن أغلب الإذاعات العربية تم إنشاؤها من قبل المستعمر و من أمثلتها:

- في الجزائر قام المستعمر الفرنسي بإنشاء إذاعة سنة 1925 حتى سنة 1962 حيث أصبحت خاضعة للحكومة الجزائرية.
- في تونس بدأ البث الإذاعي سنة 1935 من قبل بعض الخواص.
- في لبنان أنشأت حكومة المنتدب الفرنسي إذاعة سنة 1938 حتى سنة 1946 أين تسلمتها الحكومة اللبنانية.
- في سوريا أنشأت أول إذاعة سنة 1941 بعد انسحاب المستعمر.
- في الأردن بدأ البث الإذاعي سنة 1948.

¹ إيمان عبد الرحمان أحمد محمود، دور الإذاعة في نشر التوعية الأمنية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، الطبعة الأولى، 2010، ص ص

- دخلت الإذاعة المغرب في عام 1948 حينما أنشئ بالبلد برنامج إذاعي باللغة العربية¹

2- تطور الإذاعة في الجزائر: ورثت الجزائر عن السلطات الاستعمارية هياكل إذاعية هزيلة، محدودة الانتشار كانت موجهة ومسخرة لخدمة الخطاب السياسي والاستعماري وليس لخدمة الشعب حيث يقول " فرانس فانون " هذه الإذاعة كانت تقابل بالرفض، والنفور من قبل شعب الجزائر لأنها لم تكن تعبر عن آرائه وتطلعاته وطموحاته في التحرر والعيش الكريم، أنها كانت تحمل افكار مسمومة لتهديم أصالة ودين هذا الشعب وكل ما يتعلق بشخصية وعلى هذا كان على الجزائر بعد الاستقلال أن تواجه هذا التحدي الإعلامي والتقني لا سماع صوت الجزائر ومحاولة إشباع مختلف رغبات الشرائح الاجتماعية، بما يخدم التراث والثقافة التي تعبر عن امتداد هذا الشعب في عمق التاريخ، من خلال إنشاء العديد من المحطات الإذاعية المحلية في العديد من مناطق القطر الجزائري، كان ذلك بقرار من المدير العام للإذاعة، ويشترط من أجل إنشائها قدرة السلطات المحلية على تغطية ميزانيتها بنفسها حيث تزامن تأسيس هذه المؤسسات مع فترة الانقلاب من سياسة الحزب الواحد إلى التعددية الحزبية، ومن ثمة إلى الإعلام التعددي وبذلك ظهرت أول إذاعة محلية سنة 1990 ، وهي إذاعة التكوين المتواصل، ثم تأتت إذاعة بشار، متيجة ، ورقلة، سيرتا، وتواصل انتشار الإذاعات المحلية عبر كل جهات القطر الجزائري لتصل في 14 جوان 2004 إلى 28.

¹ عبد الله زلطة ، نشأة وتطور وسائل الإعلام ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2007 ص 35

3- خصائص الإذاعة :

الإذاعة بالراديو تعتبر أكثر سهولة، إن لم تكن هي الوسيلة الوحيدة السهلة بالفعل بين وسائل الاتصال.. خاصة بعد التطور والتنوع في أجهزة الاستقبال، واعتمادها على الترانزيستور، بحيث وجد الجهاز الصغير الذي يمكن نقله وحمله في الجيب أو اليد من مكان إلى مكان.. بالإضافة إلى رخص هذه الأجهزة وعدم اعتمادها على الكهرباء فأصبحت في متناول كل إنسان .. كل هذا أدى إلى تنوع وتعدد محطات الإذاعة، و إلى إمكانية الاستماع إلى برامج مختلفة و متنوعة، في كل مكان .. في المنزل .. في الأماكن العامة خلال أوقات الفراغ، و أوقات العمل ، وحتى أثناء السفر والتنقل.¹

و من خلال هذا التمهيد نجد أن الإذاعة تتميز بالخصائص التالية:

- يستطيع الإرسال الإذاعي أن يتخطى الموانع الطبيعية و الحدود مما يضمن انتشارا أوسع للرسالة الإذاعية.
- تتميز الإذاعة باستعمالها لمختلف طرق التأثير على العاطفة كالموسيقى و المؤثرات الصوتية، مما يعطي للمستمع شعورا بالمشاركة و يكون تأثيرها أقرب للتأثير الشخصي الذي يكون وجها لوجه.
- الاتصال عن طريق الإذاعة لا يحتاج إلى وسيط خاص إذ أن الرسالة الإذاعية تصل مباشرة من المذيع إلى المستمع.
- قلة التكلفة المادية للاستماع إلى الإذاعة خصوصا مع التطورات الحالية.
- تتميز الإذاعة بالسرعة في نقل المعلومات و الأخبار وقت حدوثها.
- تتيح الإذاعة قدرا أكبر من التخيل ، بعكس الوسائل المرئية التي تضع حدودا للخيال.. - لا يحتاج سماع الإذاعة إلى مجهود كبير كما هو الحال بالنسبة لقراءة الصحف أو مشاهدة التلفاز.
- يمكن الاستماع إلى الإذاعة في كل مكان(سيارة ، منزل...) حتى في المناطق التي لا توجد فيها كهرباء.
- سرعة الانتشار :حيث أن الاتصال الإذاعي المسموع لا يتطلب خصائص معينة لمستقبله، مثل معرفة القراءة والكتابة، كما في المطبوعات ولا ارتفاع المستوى الاقتصادي.
- قدرتها على الاستحواذ وقابليتها لاستهواء الجماهير والإقليمي والطبقي في أن واحد.

¹ يوسف مرزوق ، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون ، دار المعرفة الجامعية ، مصر، 2009 ،ص 82

- يوفر الاستماع إلى الراديو الإحساس الجمعي، فقد يشعر المستمع انه في منزله.
- تخطي حواجز المستمع كالفقر والإعاقة البدنية البصرية، وحواجز الزمان والمكان والوصول إلى أبعد الأماكن ، ولهذا فان أثار الإذاعة لا تقف عند حد بالرغم مما قد تتعرض له من أساليب التشويش في بعض الأحيان.
- القدرة على تشكيل الوجدان النفسي للمستمعين فالبرامج الصباحية تهيئ لليقظة والعمل والتفاؤل، وبذلك توجد جوا إيقاعيا لاستقبال يوم جديد وبرامج السهرة تتميز بالترفيه والإمتاع.
- المرونة وسهولة الاقتناء والتشغيل، فقد أدى التقدم التكنولوجي إلى تطوير صناعة الراديو بحيث أماكن استخدام أجهزة خفيفة (ترانزيستور) يحملها الإنسان معه أينما حل وحيث ما سار
- تعتمد الإذاعة كوسيلة إعلامية على التبسيط والتجسيد والواقعية الحية مستعملة فنون الإخراج المختلفة¹.

¹ جيهان احمد رشتى ، النظم الاذاعية في المجتمعات العربية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ص 21

4- أهمية و وظائف الإذاعة.

1- أهمية الإذاعة : باعتبار الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية، نجد ان أهميتها تزايدت خصوصا مع التكنولوجيا الحديثة ، و أصبحت لا تقل أهمية عن وسائل الاتصال الأخرى و تبرز أهمية الإذاعة في:

- تساهم الإذاعة في رسم الإطار النفسي للمستمعين، حيث ان البرامج الصباحية تهيئ للمستمع بداية نشاطه، أما برامج السهرة فهي تخلق جوا من المتعة و الإسترخاء.
- قدرة الإذاعة في التأثير في نفوس المستمعين من خلال الكلمة المسموعة و الإقناع النفسي مما يسهل إيصال رسائلها و أهدافها.
- تفتح مجال التفاعل الاجتماعي من خلال البرامج المباشرة أي أن التغذية العكسية تكون مباشرة على عكس الوسائل الأخرى ك الجرائد.
- تعتبر الإذاعة مصدرا هاما لخلق الثقافة و الوعي بين أفراد المجتمع، كما تساهم في تبادل المعلومات و الثقافات بين المجتمعات.
- إيصال الأحداث و الأخبار في صورة فورية و مباشرة مما يتيح للمستمع البقاء على اطلاع بكل الأخبار.
- الإذاعة الحديثة أصبحت سلاحا لمن يجيد استخدامه في شحذ الرأي العام و التأثير عليه بغض النظر عن الحواجز الجغرافية و الاجتماعية و غيرها.

2- وظائف الإذاعة: 1

إن الإذاعة في الوقت الحالي مهام و وظائف عديدة تقوم بها أبرزها:

أ- الوظيفة السياسية: تساهم الإذاعة في التنمية و التنشئة السياسية للمجتمع، و ذلك بغرس قيم سياسية معينة، كما تهدف الإذاعة لإيصال رسائل تهدف إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم و الشخصية الوطنية و الكيان السياسي، كما تلعب الإذاعة دورا مهما في الحفاظ على التماسك الوطني داخل الدولة، كما تلعب الإذاعة كذلك دور الوسيط بين الحكومة و الشعب و تبلغ صوت الدولة و تنشر أفكارها و مشاريعها.

ب- الوظيفة الاقتصادية: و هي متصلة بالوظيفة التنموية حيث تقوم الإذاعة ببث إشهارات و إعلانات حول سلع و خدمات معينة مما يشجع الاستهلاك، كما تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية ، و تتطرق لأسباب تأخرها ، كما تساهم في التنمية الريفية من خلال نشر الوعي و الإرشاد من أجل تحسين وضعيتهم.

ج- الوظيفة التربوية و الثقافية: حيث تقوم الإذاعة بنشر و التشجيع على التعلم و اكتساب المعارف، كما تقوم بتثقيف الجماهير و تلبية احتياجاتهم النفسية و الفكرية و الارتقاء بمستوياتهم الثقافية و الحضارية، كما يمكن للإذاعة الجمع بين المادة الثقافية و الترفيهية من خلال برامج ترفيهية تثقيفية.

الوظيفة الإخبارية: تقوم الإذاعة بدور الإعلام و الإخبار وذلك بتزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات و المعارف و متابعة ،مجريات الأحداث في الأحداث في أنحاء العالم ،فالخبر هو أساس إعلام الناس عن إحداه العالم ولقد أصبح البحث عن الإخبار و التقاطها ونشرها جوهر صناعة الإعلام المعاصر والنظرة البسيطة في واقعها العالمي المعاصر تؤكد اليوم أن الخبر أساس المعرفة.

الوظيفة التربوية والتعليمية: وظيفة التربية تأخذ أهمية بالغة لاسيما في وسائل الإعلام التي تقوم بدور تعليمي مباشر ،حيث تمنن تعليم اللغة كما أنها جامعة للذين تركوا مقاعد الدراسة والتعليم

3 - تسعدت قدور، أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة و جمهورها، مرجع سابق، ص ص 112-113.

،كما تساعد على تنشئة الجيل الجديد الحكومة في الدول النامية تركز اهتماماتها ومجهوداتها على هذه الوظيفة في وسائل الإعلام المختلفة من اجل حل مشكل أساسي وهو نسبة الأمية المرتفعة ،فالإذاعة تحاول أن تشمل كل الشرائح في المجتمع بتهذيب الفكر وتنمية الوعي بالقضايا

المحلية والوطنية والعالمية.

وظيفة التثقيف: تقوم وسائل الإعلام والتي من بينها الإذاعة على نقل الأفكار والمعلومات التي تحفظ ثقافة المجتمع وكذلك بنشر المعلومات الدينية والفنية بهدف الحفاظ على التراث والتطور الثقافي من خلال توسيع أفق الفرد وإشباع حاجاته الجمالية.

الوظيفة الترفيهية: من خلال المستوى الحضاري والثقافي الذي يتميز به كل مجتمع فان أسلوب الترفيه يختلف على حسب ذلك المستوى ذلك أن هذه الوظيفة تسمح بتواجد التسلية والتطور في النشاط الثقافي.

5-أنواع البرامج الإذاعية :

تختلف البرامج الإذاعية من بلد إلى آخر ولكنها تتفق في توفير التسلية والمعرفة، ويراعى العديد من البلدان أن تكون برامج المنوعات نسبة 90 بالمائة منها أما الباقي فيخصص للمواد الثقافية بكل وجوها.

وتحظى البرامج الدينية في الإذاعات العربية بنسبة كبيرة من برامجها المختلفة وهي تتضمن تلاوة القران الكريم وتفسيره وشؤوننا إسلامية متنوعة.

وتمثل الإعلانات جزءا من البرامج المذاعة ، إذ تبث في خلالها أو خارج أوقاتها في المحطات التجارية ، أما المحطات غير التجارية مثل هيئة الإذاعة البريطانية فلا تبث أي نوع من الإعلانات ، عدا تلك التي تنوه ببرامجها.

وتحاول معظم الإذاعات اجتذاب المستمعين ، بواسطة برامج تهم ذوى الأهواء المختلفة كالموسيقى الصاخبة مثلا للمراهقين والأخبار العلمية للمثقفين.

ولا تقتصر البرامج المسلية علي الموسيقى بل تتعداها إلي الفكاهة و التمثيليات ذات الحلقات والمسرحيات التي تنتقل نقلا مباشرا أو المسجلة، وبعض التمثيليات تكتب للبث الإذاعي فقط.

وتبث نشرات الأخبار في أوقات محددة بمعدل ساعة أو نصف ساعة في بعض المحطات، كما تقدم المحطات الإذاعية تغطية مباشرة للأحداث الخاصة مثل الانتخابات العامة أو افتتاح المجالس التشريعية.

وتعني المحطات بنشرات الأحوال الجوية وحركة المرور وسوق البورصة وأخبار الزراعة، ويهتم جزء آخر من البرامج بأحداث المجتمع وأنشطة السكان وخدمات الدولة، ويوجد عدد قليل من الإذاعات التي تختص بتقديم الأخبار فقط .

وفي بعض الدول تنقل المحطات الإذاعية جلسات المجالس التشريعية نقلا مباشرا.

أما المقابلات الإذاعية فتقد مناقشات حول موضوعات متعددة تغطي النواحي المختلفة للحياة، وكل برنامج من هذا النوع يقدمه مذيع أو مذيعة تدير المقابلة وتحكمها، وتتفاوت موضوعات هذه المقابلات بين الموضوعات السياسية الجارية مثل معالجة الانتخابات وقضايا الدولة التي تهم المواطنين والموضوعات الاجتماعية مثل الجريمة أو التلوث أو الفقر أو العنصرية أو التمييز بين الجنسين ، ويتاح للمستمعين المشاركة في العديد منها في النقاش عبر هواتف الإذاعة بطرح أسئلتهم أو إبداء وجهات النظر¹ .

¹ طارق الشازي ، الإعلام الإذاعي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى، 2010

6-التطورات التكنولوجية للإذاعة في الوقت الراهن

يمكن القول أن تاريخ تكنولوجيا الاتصال يعكس الجهود الإنسانية في بث رسائل الاتصال عبر المسافات البعيدة بأقصى سرعة ممكنة، وقل تكلفة اقتصادية، وأكثر وضوحا عند الاستقبال

وفي ضوء ذلك تواصلت الجهود الإنسانية منذ نجح مارك ونى في تحقيق أو إرسال لاسلكي للصوت وصولا للبث الإذاعي الرقمي عبر شبكة الانترنت ، وكانت تكنولوجيا الإذاعة قد شهدت تطورات متلاحقة منذ استخدام الموجات الطويلة long wave في الإرسال الإذاعي خلال البدايات الأولى للراديو بالولايات المتحدة الأمريكية ،وعاب استخدام هذا النوع من الموجات عدم القدرة علي نقل الرسالة الإذاعية إلي مسافات طويلة ،وضيق نطاق المساحات الجغرافية التي تغطيها بالإرسال الإذاعي.

وتمثلت المرحلة الثانية في تطور تكنولوجيا الإذاعة في استخدام الموجات المتوسطة medium waves التي تعطي مساحات جغرافية أكبر باستخدام نظام التشكيل الاتساعي Amplitude modulation الذي يستخدم الترددات بين 1605-535 كيلو هرتز ، وبعد ذلك تم استخدام نظام التشكيل الترددي modulation frequens الذي يستخدم الترددات بين 1-108 ميغا هرتز .

ويعتمد نظام الإرسال بالتشكيل الترددي FM علي بث موجات اقصر من موجات التشكيل الاتساعي Am ويتم الإرسال على خط نظر أفقي direct line of sight لمساحة لا تزيد عن 50 ميلا من مركز الإرسال ،ويتيح هذا النمط من الإرسال تعدد القنوات الإذاعية التي تتميز بجودة الصوت¹ .

وخلال الحرب العالمية الثانية ، تطورت خطوط الميكروويف من خلال استخدامات الرادار وكانت تكنولوجيا الرادار من الأسرار الخطيرة أثناء الحرب ، وبعد انتهاء الحرب أصبحت بعض الأجزاء التي صممت لتطوير أجهزة الرادار متاحة للاستخدامات التجارية.

واعتمد الراديو ذو الاتجاهين في تطوره علي تكنولوجيا الميكروويف التي برزت كوسيلة جديدة تستخدم الموجات الكهرومغناطيسية في بث الإشارات لمسافات بعيدة باستخدام ترددات اعلي كثيرا من ترددات الإذاعة بنظام FM والتي من خصائص ترددات الميكروويف أنها تسافر في خطوط مستقيمة ، ولا تنعكس من خلال طبقة الايونسفير كما هو الحال في موجات الراديو التقليدية ، حيث يمكن تشغيل العديد من محطات الراديو علي

¹ حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين،الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 2008 ، ص 114

ترددات مختلفة القوة مما يسمح بوجود عدد ضخم من القنوات الإذاعية في منطقة جغرافية واحدة ، ودون تداخل بين هذه الموجات¹.

كذلك ظهرت الألياف الضوئية fibre optics وهي عبارة عن قوائم زجاجية رقيقة للغاية تشبه خيوط العنكبوت ، وتسمح بمرور أشعة الليزر خلالها ، ويمكن أن يحل هذا الضوء محل الإشارات الالكترونية التقليدية المستخدمة في خطوط الهاتف ، والراديو والتلفزيون ، ونقل بيانات الحاسب ، وهي تسافر في خطوط مستقيمة مثل إشارات الميكروويف وتتيح الألياف الضوئية حولا كثيرة للمشكلات الناتجة عن استخدام الاتصال السلكي والكابلات المركزية والميكروويف ونظم الاتصالات ، كما توفر الألياف الضوئية العزل الكهربائي من نقطة إلى أخرى ، فهي محصنة ضد تفريغ البرق وضد التداخل الكهرومغناطيسي والكهروستاتيكي كما أنها غير معرضة للتشويش وتوفر قدرا عاليا من الأمان عند استخدامها.

وحدثت طفرة هائلة في التطور التكنولوجي الإذاعي باستخدام الأقمار الصناعية في البث الإذاعي المباشر ، وأمكن من خلال الأقمار الصناعية إن تقدم الإذاعة نقلا حيا علي الهواء مباشرة للأحداث المهمة ، وان يشارك جمهور المستمعين هذه التطورات لحظة بلحظة ، كما أمكن نقل الرسالة الإذاعية إلى مناطق بعيدة كان يصعب الوصول إليها بالموجات المتوسطة والقصيرة .

وإذا كانت الإذاعة قد اعتمدت في نقل الصوت إلى مسافات بعيدة طيلة القرن الماضي علي النظام التماثلي فقد ظهرت خلال عقد الثمانينات من القرن الماضي تكنولوجيا جديدة تعتمد علي نقل الصوت ومواد الاتصال المختلفة بالأسلوب الرقمي digital الذي يوفر مزايا عديدة مقارنة بالنظام التماثلي ، ولعل أهمها الجودة والنقاء الكبيرين في الصوت ، وخلق الرسالة الاتصالية من التشويش ، إضافة إلى دقة عملية البث وتأمين الإرسال الرقمي².

ويمكن رصد انعكاسات تطورات تكنولوجيا الاتصال علي الإذاعة المسموعة في الجوانب التالية: - قنوات الإذاعة عبر الفضائيات التلفزيونية

- الراديو الرقمي الأرضي

- الراديو الرقمي الفضائي

- أجهزة الاستقبال الإذاعي الحديثة

¹حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، مرجع سابق ، ص 115

²مرجع نفسه ص 116، 115

خلاصة الفصل

بما أن الإذاعة هي وسيلة اتصال جماهيرية، فإن دورها الأساسي في تنمية المجتمع المحلي، يكمن في كونها أداة تواصل مع عامة الناس داخل المجتمعات، وهذا راجع إلى مخاطبة المستمعين ضمن نطاق واسع حيث يتجلى هذا الأخير بتخطيه الحواجز السياسية والجغرافية من خلال سرعة انتشار الأخبار وفي مختلف الميادين، مع مراعاة جميع جوانب وظروف الحياة الاجتماعية للأفراد سواء من جانب الإعاقة البصرية للإنسان أو من خلال مخاطبة الأفراد الذين لم تسمح لهم الفرصة بالرقى إلى المستويات العليا وفهم ما تحتويه من مواضيع اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية... الخ. كما أن للإذاعة تأثير فعال وقوى على جمهور واسع النطاق ومتعدد الأجناس واللهجات، والذي منها استطاعت أن تحقق انتماء اجتماعيا من خلال البرامج المتنوعة التي تقدمها للفرد، الأسرة والمجتمع، في تفعيل الحياة الاجتماعية، من إرشادات ونصائح مهمة ومفيدة في الحياة اليومية.

تمهيد:

عرفت المنطقة تسمية موريساغا ، أطلقه الرومان على الموقع الذي تتواجد فيه المدينة الحالية على القوس الشرقي لخليج مستغانم ، بينما يضم قوسه الغربي أرزيو. وقد ذكر الجغرافيون العرب عن مستغانم أنها بلدة صغيرة تقع في حفرة انهدامية على خط الساحل يحيط بها صور ناحية الجنوب تمتد حولها البساتين وطواحين المياه. ذكر البعض أن مستغانم تتركب من مقطعين " مشتى " بمعنى محطة شتوية أو مكان للإقامة الشتوية ، "غانم" اسم لشخصية مرموقة.

وذكر البعض أنها : مرسى الغنائم

وذكر البعض أنها مسك الغنائم

وذكر البعض أنها: كوخ قصب ، مس بمعنى كوخ ، وغانم بمعنى قصب

كما أن هناك رحالة ذوي شهرة عالمية تعرفوا على المدينة وذكروها منهم :

" ابن بطوطة" ، " الإدريسي " ، "ابن خلدون" ، " البكري " ، " اليعقوبي" ، " الوزان"

ويعود تاريخ إنشاء مستغانم إلى العهد الروماني، حيث كانت تسمى «كارتينا»، وفي القرن الحادي عشر غير اسمها إلى موروستاغا، وفي 1516 أصبحت المدينة تحت سيطرة القائد البحري التركي الشهير خير الدين بربروس، الذي اتخذها مركزا لعملياته في البحر الأبيض المتوسط، وفي الوقت نفسه مرفأ تجاريا، وبحلول 1700 أصبحت المدينة تحت سيطرة العثمانيين، قبل أن تسقط عام 1832 في يد الاحتلال الفرنسي حتى استقلال الجزائر عام 1962.

وتعد ولاية مستغانم ولاية ساحلية تزخر بالعديد من الرموز السياحية التي تؤهلها بأن تكون وجهة سياحية بامتياز، وهذه المؤهلات هي ما نعمل على إبرازه والحديث عنه ولو بصفة مختصرة في هذا الفصل.

وسيحتوي هذا الفصل والذي أسميناه السياحة في مستغانم على مجموعة من المعطيات التي جمعت عبر مصادر متعددة تتحدث عن الموقع الجغرافي لولاية، الإرث الثقافي، التاريخي، الطبيعي، وغيره.

1- الجاذبية السياحية للمنطقة :

تزرخ المنطقة بالعديد من المقومات التي تمكن من خلالها جذب السياح و هذا نظرا لما يلي

1- المساحة و الموقع الجغرافي :

تعتبر مستغانم واحدة من المعالم، التي يمر بها خط غرينتش في الجزائر.

تتميز بموقع إستراتيجي جد هام إذ أنها تطل على البحر الأبيض المتوسط مباشرة وذلك على ساحل يمتد على 124 كلم و تغطي مساحة قدرها 2269 كلم² ، أكثر منها غابات يحدها من الشرق ولايتي الشلف و غليزان ، و من الجنوب ولايتي غليزان و معسكر و من الغرب ولايتي معسكر و وهران ، أما في الشمال البحر الأبيض المتوسط .

2- المناخ و التضاريس :

تتميز بمناخ شبه قاري ذو شتاء معتدل بمعدل 350 ملم الي 400ملم في مرتفعات جبال الظهرة ، تتنوع تضاريسها إلى أربع مناطق لجهتين أساسيتين : سهول منخفضة بالمنطقة الغربية وهضاب و سهول المنطقة الشرقية و امتداد جبال الظهرة ، و تعتبر منطقة المقطع من أهم المناطق الرطبة في الجهة الغربية، والتي تعد ملجأ لاستقبال الطيور المهاجرة .

3- السكان : يقدر عدد سكانها بـ (756658) نسمة ، أي بمعدل 333 نسمة

/كلم حسب إحصائيات 2009/12/31 المقدمة من مديرية التخطيط و التهيئة و التعمير المتواجدة بالمنطقة و المرتقب وصولها إلى 938427 نسمة في سنة 2015 بمعدل زيادة 1.6% لكل سنة.

2- أنواع السياحة في مستغانم:

تتعدد أنواع السياحة بولاية مستغانم حيث نجد بها:

1- السياحة التاريخية: إن التاريخ كما يقال ذاكرة الشعوب وهي بحق كلمة معبرة فالشعوب والأمم لا تعرف قيمتها إلا بماضيها العريق والمدينة الحقة هي التي تترك بصماتها على مر الأزمنة مهما تعاقبت عليها الأحداث والتغيرات.

مدينة مستغانم عريقة بتاريخها وتقاليدها وغنية بآثارها وتراثها الثقافي والاجتماعي الذي شكل حلقة مهمة من حلقات الجزائر المليء بالأحداث المرتبطة بحياة سكانها ورغم الغموض الذي يكتنف تلك الأحداث تبقى مستغانم تحتفظ بكثير من المقومات الخاصة توارثها السكان منذ القدم ولا يعرف الأبناء عنها إلا القليل.

إن الزائر لولاية مستغانم أينما حل وارتحل تصادفه آثار تاريخية منها ما اندثرت ومنها ما بقي مجرد أطلال تقاوم محن الزمان لفرض وجودها ومنها ما تزال شامخة تتحدى الزمان في كبرياء، كضريح الباي بوشلاغم، برج الترك، برج محال، المسجد الكبير، المغارات والكهوف... الخ. ويمكن التعريف في عجلة ببعض المناطق الاثرية للولاية¹:

- **برج محال:** هذا الاسم يرجع إلى قبيلة عربية كانت تسكن منطقة مستغانم تاريخ تأسيسه يعود إلى القرن الحادي عشر ميلادي أيام دولة المرابطين، شيد من طرف السلطان يوسف بن تاشفين سنة 1073م.

- **ضريح الباي بوشلاغم:** ينسب هذا المعلم للباي بوشلاغم الذي عاش في مستغانم خمس سنوات وبعد وفاته 1737م، دفن في حي المطمر قرب الكثير من الشخصيات التي أثرت في تاريخ مدينة مستغانم.

استعمل هذا الضريح قبل الاحتلال الفرنسي من طرف سكان المنطقة كمسجد للصلاة وبعد الوصول الفرنسي تحول إلى مستشفى لجنود.

-**المسجد الكبير:** متواجد بحي الطبانة على شاطئ عميق "واد عين الصفراء" ، بني الجامع الكبير سنة 1340م من طرف السلطان أبي عبد الله بن أبي سعيد المريني، تحول

¹ تقرير لجنة السياحة والاستثمار حول قطاع السياحة، الدورة العادية، مستغانم، 10 ماي 2004، ص4.

إلى مخزن للأسلحة من طرف المستعمر الفرنسي بعد احتلاله لمستغانم ، عرف عدة ترميمات ، مما أدى إلى افتقاده طابعه الأصلي نوعا ما ، صنّف وطنيا كمسجد أثري بموجب قرار وزارة الثقافة الصادر في 1979/04/15.

- **دار الشعراء:** تأسس هذا المعلم التاريخي بأمر من الباي محمد الكبير سنة 1732م بجانب المسجد الكبير شيد ليكون مقر لإقامة الباي محمد الكبير وبعد أن اتخذ من مدينة وهران مقرر لإدارة حكمه اتخذ شعراء المدينة نادي يجتمعون فيه لسمر ولقاء الشعراء.

- **برج الترك:** شيده الأتراك أوائل القرن السادس عشر خلال الاحتلال الفرنسي، أطلق عيه اسم برج الشرق، واستعمل آنذاك حصنا عسكريا لتخزين الذخائر الحربية وبعد الاستقلال استعمل كمجمع سكني لبعض العائلات التي أخرجت منه بعد ذلك ويعتبر المعلم مصنفا وطنيا.

- **ميناء كيزا:** هو أقدم ميناء عرفته المنطقة إذ يعود تاريخ ظهوره إلى الفترة الفينيقية، يقع على ضفاف واد شلف على بعد 8 كلم عن مستغانم، أقامه الفينيقيون للملاحة التجارية احتله الرومان، وما تزال أثاره إلى اليوم تدل على حركة الإنسان به وهي عبارة عن بقايا بيوت مبنية تحت الأرض وبقايا أعمدة حجرية ومعصرة للزيتون وشظايا أواني فخارية¹.

- **المركز الفينيقي:** في المنطقة المعروفة "بالشعائبية" قريب من شاطئ البحر، كانت منطقة لتبادل التجاري ويدل على ذلك القطع النقدية التي وجدت بها والتي تحمل صور الملك (يوغرتا) ويقع هذا المركز الساحلي تحت الطريق الوطني رقم "11" الرابطة لمدينة مستغانم بقرية بن عبد المالك رمضان وهذا ما يعرف بالشعائبية².

- **مغاور ماسرى:** تقع على بعد 3 كلم من بلدية ماسرى سكانها الإنسان في فترة ما قبل التاريخ وقد عثر بها على أدوات استعملها الإنسان الألو للدفاع عن نفسه، كما عثر على عظام لبعض الحيوانات المنقرضة، كما أن المنطقة كانت توجد بها بحيرة عظيمة عاشت بها كثير من الحيوانات.

¹ عبد القادر بن عيسى المستغانمي، مستغانم واحوازا عبر العصور تاريخيا وثقافيا وفنيا، مستغانم، الطبعة العالوية، الطبعة الأولى، 1996، ص28.

² المرجع نفسه، ص29.

- **الثكنة العسكرية سلاح الهندسة:** تعتبر أقدم ثكنة يعود تاريخ بناءها إلى القرن 19م كانت تأوي إليها جنود الفيلق الرابع مشاة، وبعد الاستقلال حولت إلى مساكن.
- **ضريح أبناء الباي بوشلاغم:** هذا المعلم متواجد بالقرب من الثكنة العسكرية به أضرحة أبناء الباي بوشلاغم، استغل من قبل إحدى العائلات كمسكن.
- **معبد اليهود:** هذا المعلم الأثري يعود بناءه إلى ما بين سنتي 1848-1857م من طرف الجالية اليهودية المستغانمية وهو يستعمل كمحل تجاري من قبل أحد الخواص.
- **مزغران:** المدينة التي كانت الدرع الحصين لمدينة مستغانم فعلى ربوعها انهزم الجيش الصليبي الإسباني، كما كانت مزغران مركز إشعاع علمي وشهدت هذه المدينة عدة ملاحم عظيمة أهمها تلك المعركة التي قادها القائد الإسباني (الكونت دي الكوديت) يوم 26 أوت 1557م، وانهزم فيها شر هزيمة.

دار القايد " دار الشعراء " :

متحف الفنون الشعبية ، كان نزلا للقايد" مصطفى المسراتي" الذي كانت له سلطة و نفوذ في المنطقة آنذاك ، أقام فيه الجنرال الفرنسي دوميشال ، ثم أصبح بيتا للسهر (ناديا) للضباط العسكريين الفرنسيين إلى غاية الاستقلال ، أصبح الآن متحفا للسياح ، توجد به عدة قاعات ، كل قاعة بها عروض خاصة : قاعة للفنان المسرحي ولد عبد الرحمن كافي ، قاعة للرسام محمد خدة ، و قاعة للقعدة البدوية ،قاعة للباس التقليدي المستغانمي ، قاعة الشيخ حمادة و الشيخ لجيلالي ، و قاعة أخرى لسيدي لخضر بن خلوف¹

¹ - دار الثقافة لولاية مستغانم ، سنة 2016

2- السياحة الثقافية و الدينية:

إن مجموعة المعالم الأثرية المتواجدة عبر تراث الولاية يبرز تناوب عدة حضارات في أبعادها الزمنية ، وكذا المهرجانات الدينية والشعائرية والنشاطات الثقافية التي تزخر بها الولاية ، أدى إلى تطور هذا النوع من السياحة في الولاية ، نذكر منها:

- مغارات ماسرة التي تضم مجموعة من النحوت.
- الميناء القديم من عهد الرومان المتواجد ببجارية، بلدية أولاد بوغالم.
- المهرجان الوطني للمسرح المدرسي.
- مهرجان سيدي لخضر بن خلوف.
- المهرجان الوطني للتراث العيساوي و مهرجان الشعر و الموسيقى البدوية.
- منارة "رأس إفي" الذي أنشئ سنة 1878 في عهد الإحتلال الفرنسي .

وكذلك ولاية مستغانم تتوفر على تقاليد أدبية وفنية ثرية وعميقة الجذور في التاريخ يمكن لها أن تتباهى بأصولها التاريخية لأنها وفرة نخبة من الشخصيات العظيمة التي حملت مشعل العلم منهم مؤرخون، أدباء، شعراء، موسيقيون، مسرحيون، فنانون تشكيليون اشتهروا بالولاية بالتنوع الموسيقي من الغناء الشعبي والحوزي والأندلسي إلى الغناء البدوي والزرنة المستغانمية إضافة إلى النوادي الموسيقية ودائما في مجال السياحة الثقافية أنجزت عدة مرافق ثقافية كمتحف المجاهد، دار الثقافة ودار الحرف والصناعات.¹

وقد أنجبت هذه المنطقة شعراء كبار كسيدي لخضر بن خلوف ، أقدم شاعر في الملحون على مستوى شمال إفريقيا ، قضى 85 سنة من عمره في مدح الرسول صلى الله عليه و سلم ، جعل مستغانم مرجعا و عاصمة للشعر الملحون و أصبح موروثا عبر الأجيال . و للطرب البدوي طبع آخر ، إذ يبقى من أقوى الأصوات على الساحة المحلية رغم التقدم التكنولوجي في الآلات .

إضافة إلى الزوايا التي تقام فيها المدايح الدينية و السماع الصوفي ، لا تزال مستغانم محافظة على هذا الطبع و القيم الإنسانية و الإسلامية ، و من بين الزوايا المتواجدة بها :

زاوية سيدي حمو الشيخ ، سيدي قدور بن سلمان ، الزاوية العلاوية التي لها نفوذ حتي على المستوى الدولي ، الزاوية التيجانية و الزاوية السنوسية .

دون أن ننسى طبوع أخرى من الفنون كالفلكلور الذي يطفى البهجة في الأفراح

¹ تقرير لجنة السياحة والاستثمار، الدورة العادية، 2004، ص13.

و العادات الشعبية ، فكل الأنواع الغنائية التي تقدمت من الفن البدوي إلى الأندلسي فالشعبي ثم عصري عيساوي يبقى فضله إلى الحركة الجموعية التي تنتشط بكثافة على المستوى المحلي ، الوطني و الدولي .

تعتبر هذه الحركة قديمة ، تتمثل في جمعية نادي الهلال التي تعد من أقدم الجمعيات على المستوى الوطني ، و جمعية السعيدية التي كانت تضم خيرة أبناء مستغانم الذين برعوا في عدة أشكال من الفنون إذ يوجد :

* ولد عبد الرحمن كاكي : رائد المسرح في المنطقة .

* معزوز بوعجاج : شيخ الأغنية الشعبية .

* محمد الطاهر :موسيقار ، ملحن و مطرب .

* بن عنتر : رسام دولي .

يبقى الشاهد الأكبر على هذه الطبوع المهرجانات السنوية التي تقام ، منها الوطنية المتمثلة في :

- مهرجان مسرح الهواة الذي يستقطب أكبر عدد ممكن من السياح .

- مهرجان المسرح المدرسي الذي يقام في شهر جوان من كل سنة .

- مهرجان سيدي لخضر بن خلوف .

- مهرجان الأغنية البدوية ببلدية عين تادلس .

- مهرجان الأغنية الشعبية .

- مهرجان التراث العيساوي .

- مهرجان الموسيقى الأندلسية .

وهناك مركزا للفروسية أيضا الذي يستقطب عدد هائل من السياح محليين و أجانب خاصة في فترة المهرجان الذي يقام في أواخر شهر جويلية من كل سنة ، تكثر زيارته بسبب المناخ الطبيعي الهادئ و الرومانسي .

وتنظم فيه العديد من المعارض و الصالونات ، كالصالون الدولي للبطاطا في كل سنة حيث يأتي العديد من الوفود السياسية كالوزراء و الولاة ، و العديد من المستثمرين الأجانب .

و في الليل تقام فيه حفلات على الهواء الطلق كالأفراح ، زيادة الاهتمام به من قبل المسؤولين أعطى له صورة و ذوقا مميزا .

كما تعرف المنطقة الفن الرابع المسرح ، إذ سميت بعاصمة المسرح ، ومن رواد هذا الفن : ولد عبد الرحمن كاكي ، بلمقدم عبد القادر ، باشالي علال و غيرهم ، الذين تجمعوا في عدة جمعيات مثل جمعية الموجة ، جمعية ولد عبد الرحمن كاكي ، جمعية مصطفى كاتب جمعية الخشبة الزرقاء ، و جمعية مسرح المدينة .

إضافة إلى الفن التشكيلي إذ توجد بها مدرسة للفنون الجميلة التي تحمل اسم أحد كبار الرسامين المستغانميين " محمد خدة" و من روادها : بن عنتر زرهوني ، و لهاصي مولاي و بن سماعيل و غيرهم .

وفي السينما يوجد المخرج الكبير محمد شويخ المعروف بمجموعة كبيرة من الأعمال¹ .

¹ مديرية الثقافة لولاية مستغانم ، سنة 2016

3- السياحة الشاطئية:

هي أكثر الأنواع انتشارا بحكم العدد الكبير لشواطئ الولاية وشساعتها وجمال رمالها الذهبية ، منها 21 شاطئ مفتوح للسباحة وهي تستقطب عدد هائل من السياح كما هو مبين في الشكل¹.

année	nombre d'estivants
2011	8708840
2012	10650000
2013	7394120
2014	9845055
2015	11613260

1- الشواطئ المسموحة للسباحة : 21 شاطئ

بلدية فرناكة	01 - شاطئ سيدي منصور
بلدية استيديا	02 - شاطئ استيديا
بلدية استيديا	03 - شاطئ استيديا شرقا
بلدية مزهران	04 - شاطئ اوريعة
بلدية مزهران	05 - شاطئ صبلات 1
بلدية مزهران	06 - شاطئ صبلات 2
بلدية مستغانم	07 - شاطئ شلف " سوناكتار "
بلدية بن عبد المالك رمضان	08 - شاطئ الصخرة
بلدية بن عبد المالك رمضان	09 - شاطئ بن عبد المالك رمضان 1 "
بلدية بن عبد المالك رمضان	10 - شاطئ بن عبد المالك رمضان 2 "
بلدية بن عبد المالك رمضان	11 - شاطئ الشعاببية 1
بلدية بن عبد المالك رمضان	12 - شاطئ الشعاببية 2
بلدية حجاج	13 - شاطئ حجاج 1
بلدية حجاج	14 - شاطئ حجاج 2
بلدية حجاج	15 - شاطئ كاف وعير
بلدية سيدي لخضر	16 - شاطئ عين إبراهيم 1
بلدية سيدي لخضر	17 - شاطئ عين إبراهيم 2
بلدية سيدي لخضر	18 - شاطئ الميناء الصغير
بلدية خضرة	19 - شاطئ سيدي العجال
بلدية أولاد بوغالم	20 - شاطئ البحارة
بلدية عشعاشة	21 - شاطئ سيدي عبد القادر

¹ مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم، سنة 2016 .

2- الشواطئ الممنوعة للسباحة: 28 شاطئ .

01	- شاطئ صلامندر	" خطر التلوث والصخور "	بلدية مستغانم
02	- شاطئ نقطة القراصنة	" خطر الصخور "	بلدية مستغانم
03	- شاطئ الاخوة الثلاثة	" خطر الصخور "	بلدية مستغانم
04	- شاطئ مطحنة بيقور	" خطر الصخور "	بلدية مستغانم
05	- شاطئ شلف 02 (سوناكتار 02)	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية مستغانم
06	- شاطئ خروبة (سيدي المجدوب)	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية مستغانم
07	- شاطئ لكريك	" خطر التلوث والصخور "	بلدية مزهران
08	- شاطئ صبلات غربا (أوريعة شرقا)	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية مزهران
09	- شاطئ استيديا شرقا رقم 02	" خطر الصخور "	بلدية استيديا
10	- شاطئ إيلو	" خطر الصخور "	بلدية استيديا
11	- شاطئ الصخرة شرقا	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية بن عبد المالك رمضان
12	- شاطئ رأس إيفي غربا	" عدم وجود مسلك "	بلدية بن عبد المالك رمضان
13	- شاطئ رأس إيفي شرقا	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية بن عبد المالك رمضان
14	- شاطئ دكاره غربا	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية بن عبد المالك رمضان
15	- شاطئ دكاره شرقا	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية بن عبد المالك رمضان
16	- شاطئ شلف شرقا (شرق منطقة واد شلف)	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية بن عبد المالك رمضان
17	- شاطئ كاف الاصفر	" عدم وجود مسلك "	بلدية سيدي لخضر
18	- شاطئ واد الرمان " سيدي الظاهر "	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية سيدي لخضر
19	- شاطئ واد الشهداء	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية سيدي لخضر
20	- شاطئ سداوة	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية سيدي لخضر
21	- شاطئ الميناء الصغير غربا	" خطر الصخور "	بلدية سيدي لخضر
22	- شاطئ الميناء الصغير شرقا	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية سيدي لخضر
23	- شاطئ حجاج شرقا	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية حجاج
24	- شاطئ كاف قادوس	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية خضرة
25	- شاطئ النخلة	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية خضرة
26	- شاطئ لالة عدة	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية عشعاشة
27	- شاطئ ميناء بحارة القديم (مرسى الشيخ)	" خطر الصخور "	بلدية أولاد بوغالم
28	- شاطئ البحارة 2	" عدم توفر الشروط اللازمة "	بلدية أولاد بوغالم

4- السياحة الحموية :

يرتكز هذا النوع من السياحة على استعمال المياه المعدنية لأغراض علاجية .

- الحمام المعدني لعين النويصي: يقع في بلدية عين النويصي، يستعمل هذا الحمام مياه

المنبع الحموي سيدي المخفي ، يبلغ تدفق مياهه 02ل/ثا

كما يوجد في الولاية منبعين هما:

- منبع مكبرته: يقع ببلدية سيرات، حيث تصل درجة حرارة مياهه 25 درجة مئوية ،

رغم سهولة الوصول إليه ، فهو قليل الاستعمال، و يعتبر مأؤه نافع للأمراض الجلدية.

- منبع سيدي بشاعة: يقع ببلدية سيدي علي، الوصول إليه صعب، ويعتبر منبع غير

مستغل.

يبقى على البلديات المعنية إنشاء حمامات واستغلال هذه المنابع لتحسين مداخلها .

5- السياحة المناخية والعلمية

إن تنوع الثروات الطبيعية في الولاية كالسلاسل الجبلية، و الغابات الشاسعة، والمستنقعات

الرطبة التي تستقبل الطيور المهاجرة، وشبكة معتبرة من الوديان والسدود ستسمح مستقبلا

بتطوير هذا النوع من السياحة في ولاية مستغانم.

نذكر منها : غابة زريفة، غابة استيديا ،غابة بن عبد المالك رمضان، غابة شواشي سيدي

العربي، جبل الديس، واد ومغارات سداوة ببلدية سيدي لخضر و مغارات الكاف

لصفر، حظيرة المقطع سد كراميس.

6- السياحة الريفية:

إن المناطق الريفية على مستوى الولاية تضم الكثير من المزارع ومنشآت لإنتاج

الخمور (CAVE) المتواجدة منذ العهد الفرنسي و التي بالإمكان تطوير السياحة الريفية ،

باستغلالها بعد تهيئتها لاستقبال السياح الأجانب خاصة.

7- سياحة الذاكرة:

هذا النوع من السياحة موجه لاستقبال الأقدام السوداء لزيارة المناطق والأمكنة التي عاشوا

فيها، والتي تلعب بعض وكالات السياحة والأسفار بالولاية دور هام في تطويرها.

3- مناطق التوسع السياحي

يضم ساحل الولاية (16) ستة عشر منطقة توسع سياحي .
تبلغ المساحة الإجمالية لهذه المناطق 4339,1 هكتار, منها 1797,1 هكتار مساحة قابلة
للبناء بسعة 42734 سرير¹.
تتمثل هذه المناطق في:

منطقة التوسع السياحي	البلدية
1 - المقطع	فرناكة
2 - ستيديا	ستيديا
3 - اوريعة - صبلات	مزگران
4 - خروبة	مستغانم
5 - شلف شاطئ	
6 - حجاج	حجاج
7 - رأس ايفي	ب ع م رمضان
8 - بن ع م رمضان	
9 - الصخرة	
10 - كاف الأصفر	سيدي لخضر
11 - الميناء الصغير	
12 - عين ابراهيم	
13 - زريفة	خضرة
14 - كاف قادوس	
15 - سيدي عبد القادر	عشعاشة
16 - بحارة	اولاد بوغالم

4- الاستثمار السياحي في ولاية مستغانم:**- هياكل الاستقبال :**

سنة 2015		هياكل الإيواء
الأسرة	العدد	
1832	25	المؤسسات الفندقية
7916	30	المراكز الصيفية
175	02	بيوت الشباب
730	02	مخيمات الشباب
200	01	الاقامات التضامنية
/	50	المدارس
10853		المجموع

¹ مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم ، سنة 2016

5- النشاطات السياحية والفندقية بمستغانم:

1- وكالات السياحة و الأسفار: يوجد على مستوى ولاية مستغانم **14** وكالة للسياحة والأسفار منها:

- **06** وكالات في الصنف "ب" تنشط بصفة رئيسية في السياحة الموفدة.

- **08** وكالات في الصنف "أ" تنشط بصفة رئيسية في السياحة الداخلية والسياحة الاستقبالية¹.

الوكالة	العنوان	الصنف	عدد العمال
01 الإدريسية	18 نهج بن يحي بلقاسم بلدية مستغانم	ب	03
02 بوقيرات فواياج	المنطقة الحضرية الثالثة طريق وهران محل رقم 01 بلدية مستغانم	ب	03
03 ميموزة تور	شارع مختاري الغالي بيموت بلدية مستغانم	ب	03
04 أوديسي سفر	06 شارع بن سايح غالي بلدية مستغانم	ب	06
05 سيدي لخضر بن خلوف	شارع قاضي حليلة بلدية سيدي علي	ب	03
06 سابلات تور	شارع ولد عيسي بلقاسم رقم 13 بلدية مستغانم	ب	02
07 بن زين تور	طريق وهران حي 72 مسكن قطعة "د" رقم 37 بلدية مستغانم	أ	05
08 مجاهر	حي العربي بن مهدي شارع عمارة حميدة رقم 58 بلدية مستغانم	أ	03
09 موستا تور	شارع خطاب عبد القادر رقم 25 بلدية مستغانم	أ	03
10 مريستافا تور	شارع جلطي عربي رقم 16 بلدية مستغانم	أ	05
11 نعمة مستغانم أسفار تور	تعاونية الفجر رقم 07 بلدية مستغانم	أ	07
12 توراف أجنبي	شارع دولة العربي رقم 35 بلدية مستغانم	أ	04
13 قسوس تور	حي العربي بن مهدي شارع بوزيد محمد رقم 64 بلدية مستغانم	أ	05
14 مقرار تور	الإقامة ريان طريق وهران بلدية مستغانم	أ	02
المجموع			54

¹ مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم، سنة 2016

2- المؤسسات الفندقية¹: يوجد على مستوى ولاية مستغانم 25 مؤسسة فندقية، كالتالي:

- 09 فنادق. - 08 إقامات سياحية. - 05 مؤسسات معدة للفندقية. - موتلين. - نزل عائلي.

سعة الاستقبال لهذه المؤسسات:

- عدد الأسرة: 1832 سرير. - عدد الغرف: 422 غرفة. - عدد الوحدات السكنية: 272 وحدة.

المؤسسة الفندقية	درجة التصنيف	عدد العمال	سعة الاستقبال		
			الغرف	الأسرة	
الفنادق	الساحل	غير مصنف	05	30	47
	بلاسيو	غير مصنف	06	18	19
	النخيل	بدون نجمة	05	47	72
	السانوسية	غير مصنف	15	54	94
	المنتزه	*1	17	16	24
	مورستاغا	الموافقة على تصنيفه في الرتبة *2	32	26	47
	الساحل الغربي	غير مصنف	08	24	40
	كيزا	غير مصنف	05	14	19
	فينيسيا	غير مصنف	05	24	30
	الشمس	غير مصنف	03	19	36
المؤسسات المعدة للفندقية	الروايل	مؤسسة معدة للفندقية	08	28	41
	دار المعلم	مؤسسة معدة للفندقية	14	36	72
	الجزائر	مؤسسة معدة للفندقية	05	14	14
	الرياض	مؤسسة معدة للفندقية	05	24	48
	البلد	مؤسسة معدة للفندقية	04	17	55
الإقامات السياحية	السفير	غير مصنفة	15	50 وحدة سكنية	250
	أولاد بن الزين	غير مصنفة	05	10 وحدة سكنية	50
	المنتزه	غير مصنفة	06	وحدة سكنية 61	299
	الأمراء	غير مصنفة	14	وحدة سكنية 44	104
	الوكالة العقارية	غير مصنفة		وحدة سكنية 42	210
	رحيل	غير مصنفة	05	وحدة سكنية 31	62
	الواحة	غير مصنفة	06	وحدة سكنية 20	60
	ديار البحر	غير مصنفة	04	وحدة سكنية 14	84
	الباهية	غير مصنف	04	19	36
الموتيلات	الدوفان	غير مصنف	04	12	19
	المجموع		195	422 غرفة 272 وحدة سكنية	1832

¹ - مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم ، سنة 2016

* توزيع الليالي و الوصول حسب الأجانب والجزائريون: إحصائيات نوفمبر 2014¹.

الأجانب		الجزائريون	
الوصول	الليالي	الوصول	الليالي
2067	4431	56817	60025

3- الدواوين والجمعيات السياحية

الملاحظات	أهم النشاطات خلال سنة 2014	الديوان/الجمعية
/	المشاركة في الصالون الدولي للسياحة والأسفار من 15 إلى غاية 18 ماي 2014 بقصر المعارض "الجزائر العاصمة".	الديوان المحلي السياحي لبلدية سيرات
لم يوافقنا بأنشطته	/	الديوان المحلي السياحي لبلدية مستغانم
لم يتم إلى حد الساعة موافقاتنا بوصول تحديد أعضاء المكتب	/	الديوان المحلي السياحي لبلدية سيدي لخضر
/	المشاركة في معظم التظاهرات السياحية والرياضية كفعاليات الاحتفال بالافتتاح الرسمي لموسم الاصطياف، تنظيم دورة في كرة القدم الشاطئية بشاطئ حجاج بالتنسيق مع مصالحنا ومصالح بلدية حجاج.	جمعية الرمال الذهبية
/	إجراء مقابلة مع الإذاعة الوطنية الأولى بطلب من مديرية السياحة و الصناعة التقليدية من اجل التعريف بولاية مستغانم و ما تزخر به الولاية من تراث تاريخي و مقاصد سياحية.	الجمعية الثقافية والسياحية "AZUR"
لم توافقنا بأنشطتها	/	الجمعية الشبانية للسياحة وحماية البيئة

¹ مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم ، سنة 2016

المعالم التاريخية بمستغانم¹

يوجد بخروبة "سيدي المجذوب" معلم ما قبل التاريخ العصري الحجري الأول وما بين 30 و20000 سنة كما يوجد معلم واد مصطفى بسيدي علي والذي يمتد تاريخه الي ما قبل التاريخ الحجري الاول كما هناك معلم راس ايفي Cap ivi بدوار دواودة سيدي لخضر والذي يعود تاريخه الى ما قبل التاريخ الدور الثلاثي المتوسط من 30 إلى 4000ق.م و كذا الطاحونة بخروبة مستغانم ما قبل التاريخ مجرة متوسط من 25 إلى 40000 و معلم شعبة البودي وشعبة القريقرة ما قبل التاريخ العصر الحجري الأخير من 3000 إلى 4000 سنة ق.م و معلم كهف شجرة زيتون ضواحي جبل زقمون على الطريق الوطني رقم 11 ما قبل العصر الحجري الأخير من 4000 إلى 3000سنة ق.م و كذا معلم كيزة سيدي بعمار عين تادلس الفترة القديمة(الفنقية و الرمانية).

¹ مديرية السياحة والصناعة التقليدية ، مستغانم ، سنة 2016

خلاصة الفصل :

لا يزال قطاع السياحة متأخرا نوعا ما في هذه المنطقة، فبالرغم من توفر المقومات الطبيعية، التاريخية و الحضارية، الثقافية و الدينية و غيرها إلا أنها لا تزال على حالها فنسبة الجذب فيها قليلة، تقتصر على السياحة الموسمية منها الشاطئية و الثقافية بالمرتبة الأولى أما بالنسبة لأنواع الأخرى فليسيت كثيرة، حيث أن الهيئات المعنية تعمل كل ما بوسعها لتطويرها كالقيام بالعديد من المشاريع التنموية في القطاع جاهدة إعطاء صورة حسنة عن الولاية، و إدخالها مع الأسواق الوطنية للتبادل و المنافسة.

لا يرجع النقص في الجذب السياحي إلى المقومات السياحية المتواجدة في المنطقة بل بالدرجة الأولى إلى نقص ثقافة المواطن المستغانمي السياحية ووعيه، إذ تلعب الثقافة السياحية دورا هاما في تنمية البشرية، و إعداد العمل حيث تحرص الدول المتقدمة على تنمية ووعي المواطنين بمدى أهمية السياحة، و السائح الذي أصبح سفيرا للمنطقة المُزارة، حيث تقوم بتعزيز أمنه وراحته منذ لحظة وصوله إلى غاية ذهابه من تلك المنطقة إضافة إلى تزويده بكل المعلومات عن طريق وسائل الاتصال المختلفة.

- تمهيد

في هذا الفصل سنتطرق إلي عرض بطاقة فنية لإذاعة مستغانم الجهوية حيث سنحاول الحديث عن تسميتها، موقعها، نشأتها وتطورها و وسائل الاتصال بها ثم التركيبة البشرية لها وأخيرا الهيكل التنظيمي الخاص بها.

التعريف بإذاعة مستغانم الجهوية

1- التسمية : إذاعة مستغانم الجهوية .

2-الموقع: تقع إذاعة مستغانم الجهوية في بلدية مستغانم تبعد عن مقر الولاية ب أربعة كيلومتر .

3-المقر: عبارة عن بناية قديمة كانت في السابق مدرسة ابتدائية تم إعادة تهيئتها¹.

4-المساحة: 1086.40 متر مربع.

5-تفاصيل المقر : 09 مكاتب ، 02 أستوديو ،قاعة اجتماعات، قاعة استقبال، حظيرة السيارات، مولد كهربائي حيث يقع المقر في حي المطمر الشعبي يحده من الشمال مباني الجيران ، جنوبا سكنات خاصة وضريح الولي الصالح سيدي عبد الله ، شرقا مسلك يؤدي إلي وسط المدينة وغربا طريق مسدود.

6-تاريخ الإنشاء : دشنت إذاعة مستغانم الجهوية في 10 فبراير 2004 من طرف فخامة رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة .

7- وسائل الاتصال المتوفرة في الإذاعة :

الهاتف/ الفاكس : 045216789، 045215109.

البريد الإلكتروني : radiodemostaganem@yahoo.fr

الموقع الإلكتروني: www.radiomostaganem.net

8- تطور حجم البث الساعي للإذاعة :

انطلق بث إذاعة مستغانم الجهوية يوم 10 فبراير 2004 بأربع ساعات من التاسعة صباحا إلي الثالثة زوالا ثم إلي ثماني ساعات سنة 2005 من التاسعة صباحا إلي الثامنة مساء ثم إلي 12 ساعة عام 2006 من السادسة و 55 دقيقة صباحا إلي السابعة والنصف مساء.

¹إذاعة مستغانم الجهوية ،سنة 2016

وضعية التجهيزات التقنية : تجهيزات رقمية حديثة (استوديوهات ، نظام سمعي رقمي)

9- النسب المئوية للشبكة البرمجية :

- البرامج الإخبارية :30 بالمئة .

- البرامج الاجتماعية الثقافية:45 بالمئة.

-البرامج الترفيهية الفنية 25 بالمئة.

10- مجال التغطية لإذاعة مستغانم الجهوية:

Emetteur	جهاز	zone	المنطقة
	- جهاز البث FM : عدة اتجاهات . - القوة: 2.5كيلوواط - الذبذبة : 104.0	مستغانم الولاية	
	- جهاز البث FM : اتجاه واحد . - القوة: 50 واط. - الذبذبة : 104.7	مستغانم مقر الإذاعة	
	- جهاز البث FM : اتجاه واحد. - القوة: 93.3كيلوواط - الذبذبة : 101.1	بلدية سيدي علي	
	- جهاز البث FM : اتجاه واحد. - القوة: 100 واط - الذبذبة : 101.01	بلدية بوقيرات	
	- جهاز البث FM : اتجاه واحد . - القوة: 50 واط - الذبذبة : 101.1	بلدية سيدي لخضر	
	- جهاز البث FM : ذو اتجاهين . - القوة: 100 واط - الذبذبة : 96.8	طريق وهران	

11- الربط مع الإذاعات بعد الساعة الثامنة:

20.00 سا – 21.00 سا الإذاعة الثقافية.

21.00 سا- 00.00 سا القناة الدولية.

00.00 سا- 02.00 سا قناة القران الكريم .

02.00 سا- 05.00 سا القناة الأولى.

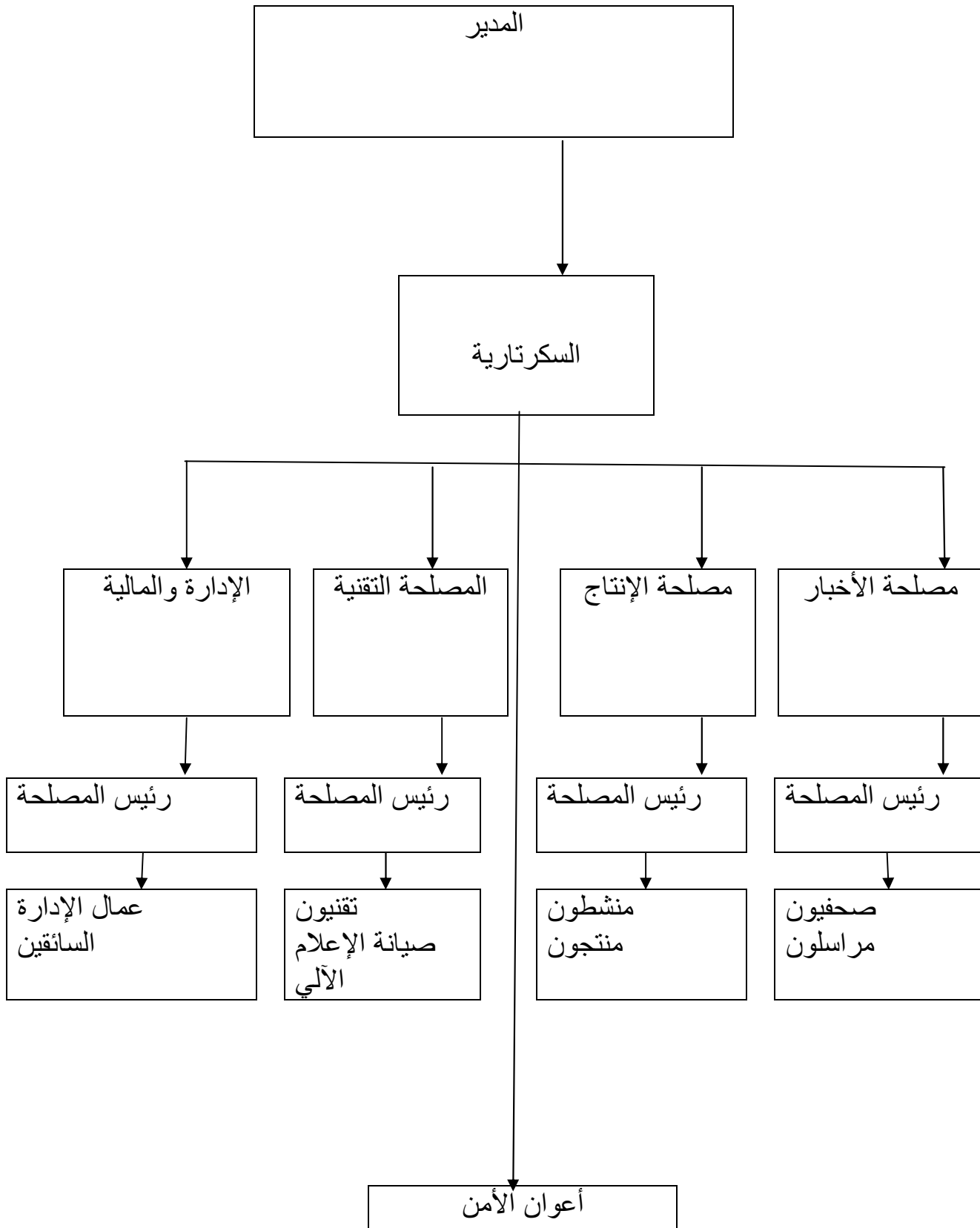
05.00 سا- 06.40 سا قناة القران الكريم.

13- التركيبة البشرية : تضم إذاعة مستغانم الجهوية 49 عامل موزعين كالتالي:

04 إداريين ، 07 صحفيين ، 10 تقنيين ، 17 في قسم الإخراج والتنشيط، 03 سائقين ،

05 أعوان امن ووقاية ، 02 أعوان نظافة.

الهيكل التنظيمي لإذاعة مستغانم:



جدول تحديد مواصفات العينة بالنسبة للصحفيين

المجموع الكلي	الأقدمية			المستوى التعليمي			السن			الجنس		
	من 4سنوات إلى مافوق	3سنوات إلى 4سنوات	سنة إلى سنتين	ما بعد التدرج	جامعي	ثانوي	50 إلى 62	30 إلى 50	20 إلى 30	أنثى	ذكر	
5	2	3	0	0	5	0	0	4	1	2	3	التكرار
%100	%40	%60	%0	%0	100 %	%0	0 %	80 %	20 %	40 %	%60	النسبة

جدول تحديد مواصفات العينة بالنسبة للجمهور

المجموع الكلي	المهنة			المستوى التعليمي			السن			الجنس		
	بدون مهنة	موظف	عامل حر	بدون مستوى	متوسط	جيد	من 51 فما فوق	31 إلى 50	15 إلى 30	أنثى	ذكر	
10	5	2	18	13	10	2	8	15	2	5	20	التكرار
100 %	20 %	8 %	72 %	52 %	40 %	8 %	32 %	60 %	%8	20 %	80 %	النسبة

تحديد مواصفات العينة

لقد قمنا بإجراء المقابلة مع 30 مبحوثا و كانت عينتنا موزعة كالآتي:

خمسة مقابلات مع الصحفيين بإذاعة مستغانم ، وخمسة وعشرون مقابلة مع جمهور الإذاعة على اختلافهم.

وكانت مواصفاتهم مختلفة نظرا لتنوع العينة و اختلافها

1- الصحفيين:

تقدر نسبة الذكور ب 60% عند الصحفيين كما أن أعمارهم تتراوح بين 20 سنة إلى 60 سنة و نسبة الإناث هي 40% ، كما نلاحظ أن المستوى الدراسي لا يختلف من مبحوث إلى أخرى بحيث أن مستوى التعليم الجامعي يحتل نسبة 100% وهذا يعود إلى طبيعة المؤسسة باعتبارها تشترط مستوى تعليمي عالي وشهادة ليسانس للعمل كصحفي داخلها

ومن ناحية الأقدمية أي مدة العمل في الروضة نجد أن كل الصحفيين لديهم خبرة كافية تسمح لهم بالتعامل الجيد مع الجمهور الإذاعي حيث تقدر نسبة الصحفيين الذين لديهم خبرة من 4 سنوات فما فوق 40% وكذا نسبة الذين لديهم 3 سنوات خبرة هي تقدر ب60% وهذا التباين في مدة العمل في هذا المجال له ارتباط وثيق مع سن الصحفي .

2- الجمهور:

كانت مواصفاتهم مختلف بحيث نسبة الذكور هي الأكبر إذ تقدر ب 80% أما الإناث فنسبتهم تقدر ب 20% كما نلاحظ أن المبحوثين الذكور تتراوح أعمارهم ما بين 15 سنة و 60 سنة أما الإناث فهي تتراوح ما بين 40 سنة و 60 سنة ، وفيما يخص المستوى التعليمي فنلاحظ أن النسبة الغالبة مستواهم التعليمي ضعيف جدا حيث تقدر هذه النسبة ب 52% ثم يلي ذلك المستوى المتوسط وهو بنسبة 40% أما آخر نسبة فهي تعود للذين مستواهم جيد و هي بنسبة 8% ومنه نستنتج أن مستمعي الإذاعة هم في الغالب الذين مستواهم ضعيف ومتوسط سواء كانوا أصحاب أنشطة حرة حيث تقدر نسبتهم ب 72% أو بدون مهنة والتي تقدر نسبتهم ب 20% أو موظفين والذين تقدر نسبتهم ب8%.

الاستنتاج العام:

نستنتج من خلال ما سبق أن السياحة بمستغانم ذات طابع خاص وفريد من نوعه حيث انها سياحة موسمية ودينية لما تملك من شواطئ و أضرحة وزوايا وحمامات معدنية ، كما أن للإذاعة أهمية في دعم الترويج السياحي لكنها ناقصة من حيث التنوع وغير كافية من حيث الاستخدام ولم تصل بعد إلى مستوى تفعيل الحركة السياحية ذلك راجع إلى الاهتمام الإعلامي للإذاعة بالسياحة في فصل الصيف وإهماله باقي السنة والإذاعة المحلية لولاية مستغانم تعمل جاهدة لتطوير السياحة وهي تطمح إلى تحسين خدماتها من خلال تكثيف البرامج التي تساهم في الحفاظ على التراث و تعرف الجمهور بما تملكه الولاية من مؤهلات سياحية من الجانب الثقافي و الطبيعي والتاريخي وذلك عن طريق نشر الاخبار وإعداد الريبورتاجات و الإشهار إلى جانب الدعاية و الإذاعة المحلية لمستغانم تحاول إشباع حاجات جمهورها من الجانب المعرفي و تحثه علي الحفاظ علي موروثه السياحي و طبيعته المتنوعة وهي بذلك تسمح له باكتساب ثقافة سياحية جديدة تتماشى ومتطلبات السوق السياحي .

خاتمة

شهد تحول العالم إلى قرية صغيرة اهتماما كبيرا بالسياحة من قبل الكثير من دول العالم، حيث أخذت تتسابق في إيجاد مكان لها على خارطة القرية الصغيرة و تسعى جاهدة إلى لفت الأنظار إليها مستفيدة من نتيجة التطور الهائل الذي شهدته مجالات الاتصالات و تبادل المعلومات، ولم يكن ذلك بغرض إثبات موقعها في خارطة القرية الصغيرة العالمية و حسب، بل و أيضا لإدراكها ما تمثله السياحة من رافد اقتصادي قومي متجدد و لم تعد السياحة مرتبطة بالآثار القديمة أو عجائب أسرار الطبيعة فقط، بل توسعت لتشمل كل مجالات الحياة المعاصرة، بما يعترئها من تقدم و تطور و بما تقدمه من خدمات مميزة، فامتزج القديم و الحديث في سيمفونية تسابقت دول العالم في إجادة عزفها. و بهذا الصدد تسعى بلادنا إلى إيجاد سيمفونيتها الخاصة التي من شأنها اجتذاب الأنظار إليها كبلد سياحي من الدرجة الأولى و خاصة و هي تزخر بمقومات سياحية متنوعة و غاية في الثراء و التجدد.

غير أن السياحة لبلادنا ما تزال تعاني من فراغات و تنافر كبير ، و مرجع ذلك القصور الكبير الذي يعترئ الترويج السياحي في بلادنا، فعلى الرغم من أنه و على المستوى الرسمي تبذل بلادنا ممثلة في المؤسسة الإذاعية جهودا جبارة في الترويج السياحي، إلا أن تدني الوعي العام بأهمية السياحة و دورها الاقتصادي القومي المؤثر، عاملا رئيسيا في قصور الترويج السياحي القائم ما لم يكن عاملا في إحباط نجاح هذا الترويج الرسمي و إعاقته عن تحقيق أهدافه.

فالوعي العام و الشعبي بأهمية السياحة و دورها الحيوي الكبير في بناء و تطور الدول في الألفية الثالثة هو العماد الأول لإنجاح الإعلام السياحي في تحقيق أهدافه و هنا يبرز دور الأفراد (المواطنون) و المؤسسات الإعلامية الوطنية في لعب الدور المحوى لإنجاح الترويج الإعلامي و تفعيل دور المواطنين في ذلك.

عبر تشكيل وعي عام بأهمية السياحة و الدعوة إلى محاربة كافة السلوكيات و الممارسات السلبية التي من شأنها التأثير سلبا على حركة السياحة في البلاد و بشكل مواز مع تسليط

الضوء على المقومات السياحية التي تزخر بها بلادنا وفق عمل احترافي واعي و مسؤول و مخطط له بدقة في إطار المصلحة الوطنية العليا و بعيدا كليا عن أي حسابات سياسية أو ذاتية شخصية.

و هذا الدور ليس صعبا على وسائل الإعلام المتواجدة عل الساحة خاصة الإذاعة منها و التي تغيب دون أن يكون لغيابها هذا مبرر معقول سوى قصور و عيها بأهمية السياحة و الإعلام السياحي و مع أن هناك برامج موسمية في الإذاعة تحاول في فترة من فترات تواجدها تنويع المواد السياحية نوعا و ميزة، إلا أن هذه المحاولات لا تزال غير كافية في ظل غياب إستراتيجية شاملة ، لذلك بات من الضروري الآن على الصحف المحلية و وسائل الإعلام المختلفة أن تدرك أن نجاح الترويج أو الإعلام السياحي لا يقتصر علي الإذاعة فقط بل علي جميع القطاعات ليعود بالفائدة على الوطن بكل مكوناته و جوانبه .

قائمة المراجع

الكتب

- 1- أحمد الجلاّد ، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب ، القاهرة ، مصر ، 1988 .
- 2- احمد زكى بدوى، معجم مصطلحات الرعاية والتنمية الاجتماعية، القاهرة ،بيروت ،دار الكتاب المصري،دار الكتاب اللبناني،بدون سنة .
- 3- أحمد ماهر و عبد السلام أبو قحف ، تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية، الطبعة الثانية ، المكتب العربي الحديث ، مصر ، 1999 .
- 4- أحمد بن مرسلّي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال- ب ط- ديوان المطبوعات الجامعية- الجزائر- 2003.
- 5- احمد عاطف غيث ، دراسات في تاريخ الفكر والاتجاهات النظرية في علم الاجتماع ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1970
- 6- العبوي زيد منير ، السياحة في الوطن العربي ، الطبعة الأولى ، دار الراية ، الأردن.
- 7- جلييلة حسن حسنين ، اقتصاديات السياحة ، منشورات جامعة الإسكندرية ، مصر ، 2003،
- 8- جيهان احمد رشتى ، النظم الإذاعية في المجتمعات العربية ، دار الفكر العربي ، القاهرة
- 9- حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار ،الإذاعة في القرن الحادي والعشرين ،الدار المصرية اللبنانية ، الطبعة الأولى، سنة 2008 .
- 10- حسن عماد مكاوي وآخرون : الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية،القاهرة، 2008
- 11- حمد خميسي الزوكة ، صياغة السياحة من المنظور الجغرافي ، دار المعرفة الجامعية ، 1996 .
- 12- خالد مقابلة ، الترويج الفندقي الحديث ،دار النشر،2000.

- 13- رفعت عارف الضبع، الإذاعة النوعية وإنتاج البرامج الإذاعية، ط 1 ، دار النشر ، القاهرة .
- 14- زكي خليل المساعد ، تسويق الخدمات و تطبيقاته ، دار المناهج ، الأردن، 2005 .
- 15- زيد منير سلمان ، الاقتصاد السياحي ، دار الراية ، الأردن ، 2008 .
- 16- صالح محمد أبو حادو ، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ط5، 2006
- 17- صالح أبو أصبع :الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4 ، دار الأهرام ، الأردن، 2008
- 18- صالح ونيس عبد النبي ، المعتمد في السياحة و الآثار ، الطبعة الأولى ، منشورات اللجنة الشعبية العامة للثقافة و الإعلام .، الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى ، 2006 .
- 19- طه عبد العاطى نجم ،الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية.
- 20- طارق الشازي ، الإعلام الإذاعي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط1
- 21- عبد الله زلطة ، نشأة وتطور وسائل الإعلام ، دار الفكر العربي ، القاهرة
- 22- عبد الهادي الجوهري ،معجم علم الاجتماع، الإسكندرية ،المكتب الجامعي، الحديث، 1998.
- 23- عصام حسن الصعيدي ، نظم المعلومات السياحية ، الطبعة الأولى ، دار الراية للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2011
- 24- كواش خالد ، السياحة مفهومها ، أركانها ، أنواعها ، الطبعة الأولى ، دار التنوير، الجزائر ، 2007 .
- 25- مروان أبو رحمة و آخرون ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، دار البركة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2001 .
- 26- محمود كامل ، السياحة الحديثة ، الهيئة المصرفية للكتاب ، مصر ، 1975 .

- 27- محي محمد مسعد ، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث ، مصر .
- 28- مروان السكر ، الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى ، دار مجدلاوي ، عمان ، الأردن 1999.
- 29- محمود الديماسي و آخرون ، تخطيط البرامج السياحية ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة ، عمان ، الأردن ، 2002 .
- 30- موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، دار القصة للنشر ، الجزائر ، ط2 .
- 31- مروان محسن السكر ، السياحة مضمونها و أهدافها ، سلسلة الاقتصاد السياحي، الجزء الأول ، الأردن ، 1994 .
- 32- محمد الصيرفي ، التخطيط السياحي ، دار الفكر الجامعي ، 2006 .
- 33- مرزوق عيد الحكيم العدلي ، الإعلانات الصحفية :دراسات في الاستخدامات و الاشباعات، دار الفجر ،القاهرة ، ط5
- 34- نائل موسى محمود سرحان ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، جامعة البلقان التطبيقية 2003
- 35- نوال محمد عمر: مناهج البحث الاجتماعي و الإعلامي- القاهرة- مكتبة الأنجلو المصرية- 1986
- 36- نعيم الطاهر و سراب إلياس ، مبادئ السياحة ، الطبعة الثانية ، دار المسيرة ، الأردن ، 2007 .
- 37- نعيم الطاهر و سراب إلياس ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة ، الأردن ، 2001 .
- 39- هناء حامد زهران ، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها ، عالم الكتب، ط1 ، القاهرة مصر ، سنة 2004.
- 40- إسماعيل سليمان أبو جلال ، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني ، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2012،

41- إيمان عبد الرحمان أحمد محمود، دور الإذاعة في نشر التوعية الأمنية، ط1، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2010.

42- يوسف مرزوق ، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون ، دار المعرفة الجامعية ، مصر، 2009

الملتقيات

1- مخلوفي عبد السلام ، دور السياحة في التنمية المحلية ، الملتقى الدولي حول واقع و مستقبل الصناعات التقليدية في الجزائر ، دار الثقافة ، بشار ، 2003 .

المذكرات

1- تسعديت قدور ، اثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الاتصال ، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر 2011.

مصادر مختلفة

1- لجنة السياحة والاستثمار حول قطاع السياحة، الدورة العادية، مستغانم، 10ماي 2004.

2- عبد القادر بن عيسى المستغامي، مستغانم و احوازها عبر العصور تاريخيا وثقافيا و فنيا، مستغانم، الطبعة العالوية، الطبعة الأولى، 1996.

3- دار الثقافة لولاية مستغانم ،سنة 2016

4- مديرية السياحة لولاية مستغانم ،سنة 2016

5- إذاعة مستغانم الجهوية ،سنة 2016

الملحق رقم 1 دليل المقابلة مع الصحفيين

نحن طلبة السنة الثانية ماستر علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال سياحي نشكركم على منحنا جزءا من وقتكم لإجراء هذه المقابلة في إطار بحثنا الذي يتناول الإعلام الجوّاري ودوره في الترويج للسياحة "إذاعة مستغانم نموذجا".

لذا نرجو من سيادتكم المحترمة إفادتنا بإجاباتكم بغية الخروج بنتائج يقينية لذا نطلب الموضوعية و المصداقية وانتم مشكورين مسبقا .

السمات العامة

- السن

-الجنس

- المستوى التعليمي

- الأقدمية

الأسئلة:

- عرفنا بمؤسستكم و ما هي طبيعة الخدمات أو النشاطات التي تقومون بها؟

- ما هي البرامج الإذاعية المقدمة من طرفكم التي تهتم بمجال السياحة ؟

- ما الطرق والأساليب المنتهجة من طرف إذاعتكم للتعريف بمقومات السياحة لمستغانم ؟

-هل يتجاوب الجمهور المحلي مع الخدمات التي تقدمونها في الجانب السياحي ؟

- من خلال خبرتك في التعامل مع الجمهور هل ترى أن إذاعتكم تساهم في نشر الثقافة السياحية الصحيحة؟كيف ذلك ؟

- في رأيك هل ما تقدمه الإذاعة كافي لوحده في سبيل تطوير القطاع السياحي ودفع عجلة التنمية ؟

الملحق رقم 2 دليل المقابلة مع الجمهور

نحن طلبة السنة الثانية ماستر علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال سياحي نشكركم على منحنا جزءا من وقتكم لإجراء هذه المقابلة في إطار بحثنا الذي يتناول الإعلام الجوّاري ودوره في الترويج للسياحة "إذاعة مستغانم نموذجا".

لذا نرجو من سيادتكم المحترمة إفادتنا بإجاباتكم بغية الخروج بنتائج يقينية لذا نطلب الموضوعية و المصداقية وانتم مشكورين مسبقا .

السمات العامة

- السن

-الجنس

- المستوى التعليمي

- المهنة

الأسئلة :

- هل تهتم بالاستماع لإذاعة مستغانم ؟

- هل ترى أن إذاعة مستغانم تهتم بوضع برامج تعنى بالشأن السياحي وما تقييمك لها ؟

- ما هو تقييمك للمواد الإعلامية في مجال السياحة في إذاعة مستغانم ؟

- هل ترى أن البرامج الإذاعية تساعد على التعريف بمقومات الولاية وكيف ذلك؟

- في رأيك هل برامج إذاعة مستغانم تساهم في تنمية الثقافة السياحية لدى جمهورها وفيما يتجلى ذلك؟

- في رأيك هل ما تقدمه الإذاعة كافي لوحده في سبيل تطوير القطاع السياحي ودفع عجلة التنمية ؟

الملحق رقم 3-المعالم الأثرية بمستغانم:

الرقم	اسم المعالم التاريخية	المكان	العهد
01	معلم ما قبل التاريخ "سيدي المجذوب"	خروبة مستغانم	ما قبل التاريخ العصري الحجري الأول وما بين 30 و20000 سنة ما قبل التاريخ
02	معلم واد مصطفى	سيدي علي	ما قبل التاريخ العصر الحجري الأول
03	معلم راس ايفي Cap ivi	دوار دواودة سيدي لخضر	ما قبل التاريخ الدور الثلاثي المتوسط من 30 إلى 4000ق.م
04	معلم ما قبل التاريخ "الطاحونة"	خروبة مستغانم	ما قبل التاريخ مجرة متوسط من 25 إلى 40000
05	معلم شعبة البودي وشعبة القريقرة	من محيط	ما قبل التاريخ العصر الحجري الأخير من 3000 إلى 4000 سنة ق.م
06	معلم كهف شجرة زيتون	ضواحي جبل زقمون على نقطة 343.50 348.200 على الطريق الوطني رقم 11	ما قبل العصر الحجري الأخير من 4000 إلى 3000سنة ق.م
07	كيزة	سيدي بعمار عين تادلس	الفترة القديمة(الفنيةوالرمانية)

الفصل الأول

مداخل عام حول
السياسة





الفصل الثاني

الإنذاعة



الأطار المنهجي

والمفاهيمي للدراسة



