



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -



كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال سياحي

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال سياحي الموسومة بـ:

الترويج للثقافة السياحية من خلال المعالم الاثرية - ولاية غليزان -

تحت إشراف:

من اعداد الطالبتين:

د. ملال نصيرة

لوكيل راضية

مفلاح عودة

لجنة المناقشة

المناقش	المقرر	الرئيس
د حمداد صبيحة	د ملال نصيرة	فقيرشيد

السنة الجامعية 2017-2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" قالوا سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا أنك

انت العليم الحكيم "

(سورة البقرة ... الآية 32)

الحمد لله رب العالمين ... خلق اللوح من القلم

... وخلق الخلق من عدم ...

... وفقنا سبحانه وتعالى لانجاز هذا العمل ...

فله الحمد حتى يبلغ الحمد منتهاه.

شكر و عرفان

الحمد لله و الشكر له على نعمه فهو من امدنا بالقوة و الصبر و بفضلله وفقنا هذه

الثمرة

ترفع عبارات الشكر و الامتنان للأستاذة الفاضلة " ملال نصيرة " التي منحتنا من وقتها الثمين ارشادا و توجيهه و لم تبخل علينا بمنابع المعرفة و بأرائها القيمة فجزاها الله خيرا منا خير الجزاء...

كما نتقدم بشكر الاستاذ الكريم الذي ساعدنا في هذا البحث " دقيوس بلال "

نشكر كل من علمنا حرفا من الابتدائي ال الجامعة

نتقدم بالشكر الى كل اساتذة قسم علوم الاعلام و الاتصال خاصة اساتذة شعبة

اتصال سياحيالى كل من جمعنا بهم مقاعد الدراسة

الى كل من مد لنا يد العون من قريب او من بعيد

اهداء

الحمد لله و بالله نستعين و الصلاة و السلام على اشرف المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه و سلم و على اله و اصحابه و التابعين و من بعدهم بالإخلاص الى يوم الدين .

لولا فضل الله تعالى الذي منا علينا بكرمه و يسرنا و وفقنا لما وصلنا اليه و الذي اعطانا القوة في اتمام مشوارنا الله عز و جل الى نبي العالمين و سيد الامة و حبيب المتقين و نور المهتدين سيدنا محمد صلى الله عليه و سلم.

الى من كلله الله بالهبة و الوقار... الى من علمني العطاء بدون انتظار ... الى من احمل اسمه بكل افتخار ... الى سندي في الحياة...الى والدي الحبيب الحنون محمد اطال الله في عمره و رزقه الصحة و العافية.

الى ملاكي في الحياة ... الى معنى الحنان و التفاني ... الى بسملة الحياة و سر الوجود...الى من كان دعائها سر نجاحي ... الى والدتي الحبيبة الغالية محجوبة اطال الله في عمرها و رزقها الصحة و العافية .

الى من لهم اكبر قدر و عليهم اعتمد ... الى من بوجودهم اكتسب قوة و محبة لا حدود لها...الى من عرفت معنى الحياة بهم عبد الله " زوج اختي " و توأم روعي " طيب ، محمد امين (الحاج)

الى الرجل الذي كان كخيالي و لن القى مثله في الوجود ..الى من اعطاني بدون مقابل .. "كرفاح حكيم"له كل الامتتان و التقدير .

الى اصحاب القلب الطيب و النوايا الصادقة الى اخواتي " نادية ، وسام ، حفيظة،ريتاج "
الى كل من يحمل لقب لوكيل و عريب .

الى الام الحبيبة ، الحنونة الغالية محجوبة اطال الله في عمرها و حفظها .

الى صديقتي و اختي و شريكتي في العمل عودة اتمنى لها حياة كلها افراح

الى الاخوات اللواتي لم تدهن امي ...الى من تحلو بهن الحياة و تميزوا بالوفاء و العطاء
... الى ينابيع الصدق الصافي الى من معهم سعدت الى : دلال ، امينة ، حليلة ، دنيا زاد .

الى من ساندني في هذا العمل و بكل الاخلاص "بن عيسى" و شريك حياتي " يوسف "
و الى الاخت "عليا"

الى كل طالبة علوم الاعلام و الاتصال و خاصة طالبة ثانية ماستر اتصال سياحي.

الى كل من وسعهم قلبي ... و لم يسعهم قلبي...

الى كل هؤلاء اهدي عملي .

راضية

اهداء

الله الرحمان الرحيم " قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله و المؤمنين " بسم

صدق الله العظيم

الهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك
ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك
الى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة....الى نبي الرحمة ونور العالمين ... سيدنا
وحبيبنا محمد صلى الله عليه وسلم
أهدي ثمرة جهدي وتعبي الى من ذكرهما الله عزوجل في كتابه " وقل ربي ارحمهما كما
ربياني صغيرا "

الى من أنير بدعواتهما دربيالى كلما نظرت في عينيها سكنت و هدأت نفسي ... الى
من عرفت ولازال أعرف الفضل فيهما ... الى ساعداي اللذاني حثاني و دفعاني بالاطلاع
على حقيقة الدين و الحياة ... الى من أوصاني الله بهما خيرا ... والداي الغاليان
شكر خاص الى أمي حبيبتي التي كانت دوما بجانبني تشجعني اذا فشلت و التي كانت
ولا تزال وستبقى تبحث عن مصلحتي ... الى أغلى ما أملك والدتي " جميلة " أطال الله في
عمرها و رزقها الصحة والعافية

الى الرجل الذي لن ألقى مثله في الوجود ..الى من حملت اسمه ومعه أكون كل شيء ..
الى من أعطاني بدون مقابل ...الى من تعب في الحياة من أجلي ... الى من يفرح لأفراحي
ويحزن لأحزاني

الى والدي الحبيب " يحي " أطال الله في عمره وقدرني على رد جميله

الى والداي صديقتي "محمد " و " محجوبة " أطال الله في عمرهما

الى حبيباتي اخوتي " صفية " و " نبيه " والكتكوتة " وجمانة " اطلب من المولى أن يألف
بين قلوبنا الى الأبد

الى اخوتي الأحبة " توفيق " و " حمزة " و " أحمد " و " محمد أمين " حفظهم الله
الى أبناء أختي الصغار " اسحاق " و " يعقوب " رعاهما و حفظهما المولى
الى حبيبتى و أختى وصديقتى و شريكتي في العمل راضية شكرا على صبركي
وتعاونكي معي وأتمنى لكي أن تعيشي حياة جميلة و سعيدة وأن تتحقق لكي أمنيتك الوحيدة
الى من ساعدني في هذا العمل خاصة الأخت عالية و بن عيسى
الى كل من ساعدني بكلمة طيبة أو معاملة حسنة أو ابتسامة صادقة أو نية صافية
الى كل هؤلاء أهدي عملي

عودة

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن مدى مساهمة المعالم الاثرية في الترويج للثقافة السياحية من خلال دراسة لعينة كل من مديريات الثقافة و السياحة و الاذاعة لولاية غليزان، كما تهدف هذه الدراسة الى معرفة دور المعالم الاثرية في الترويج للثقافة السياحية ومن اجل تحقيق هذا الهدف طرح التساؤل الرئيسي يتمثل في : مامدى مساهمة المعالم الاثرية في الترويج للثقافة السياحية بولاية غليزان ؟
- اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي و استخدمت استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من المبحوثين حيث تم تقسيم الاستمارة الى ثلاث (03) محاور :

المحور الاول : ماهية الترويج

المحور الثاني : الثقافة السياحية

المحور الثالث : اليات الترويج للثقافة السياحية

وقد توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها :

- بالرغم من التكنولوجيات و الوسائل الاتصالية المتوفرة فان هناك تقصير في استخدامها و تنشيطها في المجال السياحي .
- عدم وجود ناشطين بالقطاع السياحي في الولاية و عدم اللامبالاة بالنسبة لكل من الوكالات السياحية ووسائل الاعلام و المدرسة الجامعية .
- الدور الذي تلعبه المعالم الاثرية في تطوير السياحة و جعل غليزان وجهة سياحية .

Abstract :

This study aims at revealing the extent of the contribution of archeological monuments in the promotion of Tourism culture through a study of the sample of the directorates of culture ,tourism and radio in the state of Glizen the aim of this suty is to know the role

of archeological landmarks is the promotion of tourism culture ,in order to achieve this goal , the main question is : what is the contribution of archeological monuments to the promotion of tourism culture in the state of Gleizan ?

- This study was based on the descriptive and analytical method and the questionnaire was used as a tool to collect data from the respondents where the form was divided into three axes :

- The first axis : what is promotion
- The second axis : Tourism culture
- The third axis : Mechanisms for promoting Tourism culture .

- This study has reached a number of results , the most important of which are :

- Despite the available technologies and means of communication , there is a lack of use and activation in the field of Tourism.
- The absence of activities in the Tourism sector in the state and the lack of coordination with the tourism agencies , the media and the university school .
- The role played by archeological monuments in the development of Al-siyeh and making Gleizan a tourism destination.

مقدمة :

السياحة ظاهرة قديمة ارتبطت بالانسان وتطوره و كذلك بتطور وسائل الاتصال و المواصلات ، بعدما كانت تحركات الافراد تحكمها بالحاجات الاجتماعية و الذاتية . اصبحت ترتبط بأهداف اخرى اكثر رقي ، ولقد اصبحت السياحة من اهم النشاطات الاساسية في المجتمعات المعاصرة تؤثر بصورة فعالة ليس لدورها الاقتصادي فحسب بل لدورها الاجتماعي و الثقافي و الحضاري ، ويبرز هذا من خلال الاهتمام الذي توليه الجزائر لهذا القطاع و لهذا فان المؤسسة التي تسعى الى الرقي هي بحاجة لسياسة جديدة تركز اساسا على الترويج الذي يعتبر المرآة العاكسة لكافة الجهود و الانشطة التسويقية لمختلف العناصر و المكونات التي تتكامل معا لتشكل المزيج الترويجي و نشر ثقافة سياحية في المجتمع و التي تعرف بامتلاك الفرد لقدر من المعلومات و المعارف و المفاهيم و المهارات و الاتجاهات و القيم التي تمثل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سياحيا رشيدا نحو كل المظاهر السياحية وكذلك على العمليات اللازمة للتخطيط و التنظيم و التعامل مع الاماكن السياحية و المعالم الاثرية و التي تساعد في المحافظة على التاريخ ، والتي تلعب ايضا بدورها مصدر مهم لجذب السياح و بالتالي عنصر فعال في تحسين اقتصاد الدولة و كل الفاعلين الاقتصاديين بغية نشر ثقافة او وعي سياحي عن طريق عامل جذب المستثمر للسياحة ، محليين كانوا او اجانب في اطار ما يسمى بالترويج السياحي من خلال اشراك الجانب الاعلامي الذي يعتبر وسيلة هامة للترويج و الجذب و الاستقطاب السياحي ، حيث من بين الوسائل الاعلامية التي اعتمدنا عليها في بحثنا نجد الاذاعة و التي تلعب دورا اساسيا في نقل القيم و المعايير و الاطلاع على ثقافة الاخر .

و على هذا الاساس انتهجنا كخطة معتمدة للدراسة ثلاث ابواب (03): منهجي ، نظري ، تطبيقي ، بحيث ان الاطر المنهجي يتناول مفاهيم للدراسة ابتداء من تحديد الموضوع و اهميته و الهدف منه و اسباب اختياره ، بناء الاشكالية صياغة الفرضيات ، تحديد المفاهيم منهج الدراسة ، نوعية الدراسة و ادوات جمع المعطيات العينة و المعاينة ، صعوبات البحث .

اما الجانب النظري فهو يمثل الدراسة النظرية اذ تناولنا فيه ثلاث فصول (03) : الفصل الاول مدخل مفاهيمي حول الترويج ، و الثاني حول الثقافة السياحية ، و الفصل الثالث يضم اليات الترويج للثقافة السياحية مع العلم ان كل فصل يتضمن اربع(04) مباحث فرعية ماعدا الفصل الثالث (03) تضمن ثلاث (03) مباحث .

اما الجانب التطبيقي والذي يتناول الدراسة الميدانية ادرجنا ضمنه فصلين الاول بطاقة فنية لولاية غليزان ، و الثاني الخطوات المنهجية للدراسة . و في الاخير كل من خاتمة عامة للموضوع و الملاحق و قائمة المراجع

فهرس المحتويات

- آية قرآنية
- شكر و عرفان
- اهداء
- مقدمة أ- ب

الاطار المنهجي :

- 04..... تحديد الاشكالية
- 05..... الفرضيات
- 06..... اسباب و دوافع اختيار الموضوع
- 06..... اهمية الموضوع
- 06..... اهداف الدراسة
- 07..... مجتمع الدراسة
- 08..... عينة البحث
- 08..... ادوات الدراسة
- 10..... حدود الدراسة
- 10..... منهج الدراسة
- 11..... الدراسات الاستطلاعية
- 12..... تحديد المفاهيم
- 14..... صعوبات الدراسة
- 15..... الدراسات السابقة

الاطار النظري :

الفصل الاول : ماهية الترويج

- 19 تمهيد
- المبحث الأول مدخل مفاهيمي
- أ- تعريف الترويج..... 20
- ب - تعريف الترويج الاعلامي..... 20
- ج - تعريف الترويج السياحي..... 21
- المبحث الثاني: اهمية الترويج السياحي..... 21
- المبحث الثالث: اهداف الترويج السياحي..... 22
- المبحث الرابع: العلاقة بين الترويج الاعلامي و الترويج السياحي..... 24

25..... خاتمة

الفصل الثاني : الثقافة السياحية

- 26..... تمهيد
- 27المبحث الأول: تعريف الثقافة السياحية
- 27.....المبحث الثاني : انواع الثقافة السياحية
- 28.....المبحث الثالث اهمية الثقافة السياحية
- 30.....المبحث الرابع: معيقات الثقافة السياحية
- 32..... خاتمة

الفصل الثالث : اليات الترويج للثقافة السياحية

- 33..... تمهيد
- 34.....المبحث الاول: علاقة الترويج بالثقافة السياحية
- 35.....المبحث الثاني: دور الاذاعة المحلية في نشر الثقافة السياحية
- 36.....المبحث الثالث: اهمية المعالم الاثرية في الترويج للثقافة السياحية
- 39..... خاتمة

الاطار التطبيقي:

الفصل الاول :بطاقة فنية لولاية غليزان

- 42 تمهيد
- 43.....المبحث الاول: نبذة تاريخية عن ولاية غليزان
- 44.....المبحث الثاني: تعريف مديرية الثقافة و السياحة لولاية غليزان
- المبحث الثالث :اهم المعالم الاثرية بغليزان
- 46..... أ - قصر كاوة (بعمي موسى)
- 49..... ب - قلعة بني راشد (بيلل)
- 54..... ج - مازونة
- 60..... خاتمة

الفصل الثاني :الخطوات المنهجية للدراسة الميدانية

- 61.....المبحث الاول: طريقة الدراسة الميدانية
- 61.....المبحث الثاني: عرض و مناقشة نتائج الدراسة
- 93.....المبحث الثالث : تحليل نتائج الدراسة
- 96..... خلاصة الفصل
- 97..... خاتمة عامة
- 98..... قائمة المراجع و الملاحق

الفصل الاول : ماهية الترويج

تمهيد

المبحث الاول : مدخل مفاهيمي

1 - تعريف الترويج

2- تعريف الترويج الاعلامي

3 - تعريف الترويج السياحي

المبحث الثاني : اهمية الترويج السياحي

المبحث الثالث : اهداف الترويج السياحي

المبحث الرابع : العلاقة بين الترويج الاعلامي و الترويج السياحي

خاتمة

الفصل الثاني : الثقافة السياحية

تمهيد

المبحث الاول : تعريف الثقافة السياحية

المبحث الثاني : انواع الثقافة السياحية

المبحث الثالث: اهمية الثقافة السياحية

خاتمة

المبحث الرابع : معيقات الثقافة السياحية

الفصل الثالث : آليات الترويج للثقافة السياحية

تمهيد

المبحث الاول : علاقة الترويج بالثقافة السياحية

المبحث الثاني : دور الاذاعة المحلية في الترويج للسياحة

المبحث الثالث : اهمية المعالم الاثرية في الترويج للسياحة
خاتمة

الفصل الاول : بطاقة فنية لولاية غليزان

تمهيد

المبحث الاول : نبذة تاريخية عن غليزان

المبحث الثاني : تعريف مديرية الثقافة و السياحة بغليزان

المبحث الثالث : اهم المعالم الاثرية بغليزان

1 - قصر كاوا (عمي موسى)

2 - قلعة بني راشد (بيلل)

3 - مازونة

المبحث الرابع : دور الازاعة في الترويج للسياحة بغليزان

الفصل الثاني : الخطوات المنهجية للدراسة الميدانية

المبحث الاول : طريقة الدراسة الميدانية

المبحث الثاني : عرض و مناقشة نتائج الدراسة

المبحث الثالث : تحليل نتائج الدراسة

خاتمة

تحديد الإشكالية :

يعد الترويج الركيزة أو الأداة الفعّالة لنقل كافة الأفكار و المعتقدات و الشعارات و المنافع المنشودة من قبل السوّاح المستهدفين بأوضاع و أوقات المستخدمين المستهدفين وصولاً إلى التأثير عليهم و إقناعهم وهذا يهدف إلى تحقيق الأهداف المنشودة في الإستراتيجية السياحية بشكل عام و الترويجية بشكل خاص كما أن الاتصال يساهم بطريقة أو بأخرى في عملية الترويج السياحي وذلك من خلال التفاعل بين الوكالات السياحية و المديريات كمديرية السياحة لولاية غليزان والتي كانت وجهتنا إليها لأهداف مسطرة ،إضافة إلى ذلك مديرية الثقافة التي تحتوي العديد من الأقسام من بينها الجمعيات التي تقوم بدورها هي الأخرى بتوزيع الموروث الثقافي لمنطقة غليزان بالإضافة الى ذلك فيما يخص مديرية السياحة هي الأخرى تحتوي على العديد من الأقسام من بينها الصناعة التقليدية ،بالإضافة الى قسم الفندقية وكلا المؤسستين تصب في قالب واحد .ومن هنا يمكن صياغة الإشكال التالي :

مامدى مساهمة المعالم الأثرية في الترويج للثقافة السياحية؟

حيث سيكون بحثنا قائم حول السياحة لولاية غليزان و حاجتنا الماسة للترويج .وتتدرج الإشكالية المطروحة حول العديد من التساؤلات وهي كالآتي:

- ماهو أثر استخدام الترويج على النشاط الثقافي السياحي عامة و غليزان خاصة ؟
- كيف يمكن للمعالم الأثرية أن تساهم في الترويج للثقافة السياحية؟
- إلى أي مدى يتم تفعيل الدور الاتصالي في مجال الترويج للثقافة السياحية؟ وماهي الوسائل المستخدمة في ذلك؟
- ماهي العراقيل التي تؤثر في تحقيق فعالية الترويج للثقافة السياحية لمنطقة غليزان ؟

ولكي نزيد الإشكالية وضوحاً و الموضوع دقة نطرح الفرضيات التالية :

الفرضية:

تعدد تعريفات العلماء لمصطلح الفرضية على حسب مقاربات النظرية المتبناة في البحث منها:

تعريف عمّار بوحوش و محمّد محمود الدّنيبات الطّويل، إذ يريان أن الفرضية هي: «تفسيرات مقترحة للعلاقة بين متغيرين أحدهما المتغير المستقل و هو السّبب و الآخر المتغير التّابع وهو النّتيجة، فالفرض لا يريد عن كونه جملة لا هي صادقة ولا هي كاذبة وهي بمثابة العقد الذي يعقده الباحث مع نفسه للوصول الى النتيجة المؤكدة لقبول العرض أو رفضه، فالفرضيات يجب أن تكون قابلة للفحص ويمكن التّوصل إليها عن طريق استعمالها إلى نتيجة تؤكد صدقها أو عدم صدقها¹» .

ومنه اعتمدنا في دراستنا هذه على الفرضيات التّالية:

- المؤهلات التّقافية لولاية غليزان بالرغم من توقّرها إلا أنّها تفتقد الاهتمام بالتّرويج الإعلامي.

- تزخر غليزان بمعالم أثرية قديمة و فريدة من نوعها التي تساهم في التّرويج التّقافي السّياحي.

- القائم بالاتصال له دور رئيسي في التّرويج للتّقافة السّياحية .

- للمنطقة طابع سياحي ثقافي خاص يساهم في حماية التراث و خاصة المعالم الأثرية.

أسباب اختيار الموضوع:

لكل عمل سبب يدفعنا للقيام به و إتقانه، وقد كان الاختيار صعبا في بادئ الأمر و لم نستطع أن نرضى على موضوع يتناسب و ميولنا إلا بعد التفكير الطويل أين وقع إختيارنا على موضوع التّرويج للتّقافة السّياحية من خلال المعالم الأثرية ولقد تعددت الأسباب من موضوعية و ذاتية وقد تمثلت الأسباب الموضوعية:

- الإرادة في محاولة الوصول إلى المخزون التّاريخي و التّقافي الأثري للمنطقة.

- الرّغبة في التّعريف بالمنطقة و معالمها الأثرية و ثقافتها .

الأسباب الذاتية:

لكل موضوع ميول خاص داخل النفس الإنسانية وقد تمثلت فيما يلي:

¹ عامر مصباح، منهجية اعداد البحوث العلمية مدرسة شيكاغو ، الجزائر، د ط ، 2006، ص 35

- هي عبارة عن رغبة نابغة من حب التعريف بالولاية وما تزخر به من معالم أثرية قديمة.
- باعتبار ولاية غليزان من ولايات الجزائر تكوّنت رغبة في رسم صورة لها للذين يجهلونّها و إبراز المعالم الأثرية الموجودة لتطوير السياحة بها.
- إلى جانب أنّنا ننحدر من أصولها، حبّا منّا أن ننقل تاريخ أجدادنا للآخرين و التعريف بمعالما الأثرية.

أهمية الموضوع:

باعتبار السياحة قطاع حيوي و مهم فلا بدّ من الاهتمام و النهوض به ،و التعريف بالثقافة السياحية للنّشء القادم ،خاصّة وأنّ الدّول المتطوّرة أضحت تركز عليه ممّا يشكّل لها دخل هام في مختلف القطاعات وخاصة القطاع الاقتصادي و بما أن الجزائر تعتمد على موردين غير قابلين للتّجديد البترول و الغاز فيمكن الرجوع الى هذا الأخير باعتباره المنفذ الأخير لها،و الحل الأنسب ولا يمكن الوصول الى هذا إلا بتضافر الجهود بما فيها مختلف وسائل الإعلام و الاتصال في الترويج للثقافة السياحية للمنطقة .

اهداف الدراسة :

- لابد أن يكون وراء كل بحث هدف نسعى الى تحقيقه و قد تمثلت أهدافنا كالاتي:
- التعريف بمنطقة غليزان من الناحية التاريخية الثقافية السياحية .
- التّوصل الى المعالم الأثرية والتاريخية التي تزخر بها المنطقة .
- نفض الغبار على الحصن الذي يعاني الإهمال.
- اكتشاف مختلف المعلومات والحقائق من خلال دراستنا الميدانية .
- محاولة التّعرف على أنواع السياحة في المنطقة و إمكانيّة تطويرها حتى نستطيع أن نخدم قطاع السياحة.

مجتمع الدراسة :

ان القصد بمجتمع البحث في هذه النقطة كما عرفه الباحثون " : مجموع محدود او غير محدود من المفردات ذات عناصر الوحدات المحددة مسبقا ، حيث تنصب الملاحظات الى ان تعريف مجتمع البحث حسب الباحثين الاخرين هو " : جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث و هو مجموعة منتهية او غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا و التي تركز عليها الملاحظات "1 او هو مجموعة عناصر لها خاصية او عدة خصائص مشتركة تميزها عن العناصر الاخرى التي يجري عليها البحث او التقصي .

- ايضا : هو مجموعة من الوحدات الاحصائية المعرفية بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على البيانات . "2مجتمع البحث هو ذلك المجتمع الذي من خلاله يتم اختيار عينة الدراسة فهو مجموعة من الافراد او العناصر التي لها خصائص مشتركة يهتم بها الباحث " حيث يشمل مجتمع بحثنا على مديرية الثقافة و السياحة و الاذاعة لولاية غليزان .

المعينة: نعني بها مجموعة من العمليات التي تسمح بانتقاء مجموعة من مجتمع البحث بهدف تكوين عينة اي هي المرحلة التي يتم من خلالها اختيار العينة من مجتمع البحث .³ و قد قمنا بالمعينة القصدية (العمدية) : و يقصد بها هو اختيار عينة بحث يتحقق في كل منهم شروط معينة اي انها تمثل المجتمع افضل تمثيل اي يختار الوحدة او الوحدات التي تكون مقياسا مماثلة و مشابهة لمقياس المجتمع الاصيلي 2

- وقد قمنا باختيار العينة ذلك أن مجتمع الدراسة يتميز بالتباين بحيث أن دراستنا لا تقتصر على مديرية الثقافة فقط وإنما تتعدى الى قطاعات أخرى لذلك فضلنا الاعتماد على العينة القصدية لكي نكون واضحي الوجهة بطريقة أضمن و أقل تكلفة وبأسرع وقت .

وعليه فقد اخترنا عينة تتكون من 60 مفردة موزعة بالتساوي حيث خصصنا 20 استمارة على موظفي مديرية الثقافة نفس العدد على موظفي مديرية السياحة اضافة الى 20 استمارة على موظفي الاذاعة .

وقد تمت عملية توزيع الاستمارة لأفراد العينة بولاية غليزان ، إلا أننا استرجعنا 53 استمارة من أصل 60 وهو العدد الاجمالي لحجم العينة أي 53 مفردة .

1- احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ، 2005 ، ص 16

2- رحيم يونس كرو الغزالي ، منهج البحث العلمي ، ط 1 ، دار دجلة ، عمان ، 2007 ، ص ص 161 - 170

3- مورييس انجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، ط 2 ، دار القصة للنشر و التوزيع ، 2006 ، ص 206

عينة البحث :

هي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة يختارها الباحث لإجراء دراستها عليه على وفق قواعد خاصة كي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً¹. هي مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة و إجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي². وفي دراستنا هذه تتكون عينة البحث من 60 مبحوث .

ادوات الدراسة :

يرتكز كل بحث علمي على ادوات بحث خاصة كما ان حقل وسائل الاعلام و الاتصال له ادوات و اساليب خاصة من اجل الوصول الى حقائق علمية لذلك اعتمدنا على :
استمارة الاستبيان :

هي كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر بمعنى أوضح وعرفه ، والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر .

في البحث العلمي فإنّ الاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في اطار الخطة الموضوعية ، لتقدم الى المبحوث من أجل الحصول على اجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة ، لتوضيح الظاهرة المدروسة ، وتعريفها من جوانبها المختلفة .

- يعتبر الاستبيان من ادوات البحث الاساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الانسانية خاصة في علوم الاعلام و الاتصال ، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في مجال المبحوث ، لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها .³

- و يعرف ايضا : "مجموعة من الاسئلة المرتبة حول موضوع معين ، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد او يجرى تسليمها باليد تمهيدا للحصول على اجوبة الاسئلة الواردة فيها .

¹ رحيم يونس كروالغزالي ، مرجع سبق ذكره ، ص 173

² موريس انجرس ، مرجع سبق ذكره ، ص 207

³ احمد بن مرسل ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 220 221

- هو عبارة عن " نموذج يضم مجموعة من الاسئلة التي تدور حول موضوع او ما يتم ارساله الى المبحوثين بطريقة او بأخرى ليجيبوا على هذه الاسئلة ثم اعادته ثانية الى الهيئة المشرفة على البحث ."¹

و يعتبر هذا النوع من جمع البيانات هو الاسلوب الامثل لدراستنا :

- يضمن السرعة في تعبئة الاستبيان من طرف المبحوثين اضافة الى السرعة في الحصول على النتيجة .

- الجمهور المستهدف يتميز بالضخامة و التشتت بالشكل الذي يحد من استعمال اساليب اخرى كالمقابلة في حين بإمكان الاستبيان تغطية عدد كبير من هذا الجمهور .

و مرت استمارة الاستبيان بمراحل عدة قبل صياغتها في شكلها النهائي حيث قمنا في البداية بالإطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة المشابهة لدراستنا بغرض الاستفادة منها من جهة و كذا الالمام بكل الجوانب المفترض علينا دراستها بغية التمكن و الابداع في تصميم الاستمارة و صياغتها في شكلها النهائي .²

- ثم قمنا بصياغة اسئلة الاستمارة و تقسيمها الى 4 محاور :

- **المحور الاول :** ويضم البيانات الشخصية لأفراد العينة و يحوي على 4 اسئلة .

- **المحور الثاني :** تمثل في الترويج و يضم 9 اسئلة .

- **المحور الثالث :** تمثل في الثقافة السياحية و يضم 10 اسئلة .

- **المحور الرابع :** اليات الترويج للثقافة السياحية يضم 4 اسئلة .

وقبل الاعداد النهائي للاستمارة ثم اختبار صدقها بعرضها على الاستاذة¹ " لتحكيمها ، و استنادا الى الاراء و المعلومات التي تم جمعها قمنا بإجراء التعديلات و اخراج الاستمارة في شكلها النهائي "

- و بعدها توجهنا الى مديريات الثقافة و السياحة لتوزيع الاستمارات على افراد العينة بشكل قصدي وفي اليوم الموالي توجهنا الى الاذاعة المحلية لولاية غليزان لاستكمال عملية التوزيع .

¹ محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، عالم الكتب ، ط1، مصر ، 2004 ، ص 353

² احمد بن مرسل ، مرجع سبق ذكره ، ص 30

¹ الاستاذة ملال نصيرة ، علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة عبد الحميد بن باديس - خروبة - مستغانم

- وقد قمنا بتوزيع 60 استمارة استبيان إلا ان لم نسترجع إلا 53 استمارة فقط لامتناع بعض الموظفين عن الاجابة .

حدود الدراسة :

الاطار الزمني : من جانفي 2018/ماي 2018 الفترة التي امتدت فيها انجاز البحث .

الاطار المكاني : لقد تم القيام بالبحث ميدانيا بمديرية الثقافة بولاية غليزان .

منهج الدراسة :

يعتبر المنهج من العناصر الأساسية التي ينبغي توفرها في أي دراسة فلا يمكن أن يخلو أي بحث علمي من منهج يتبعه الباحث للوصول إلى تحقيق موضوعي من الفرضيات وتأكيد صحتها. اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي و المنهج التحليلي حيث اعتمدنا على المنهج الوصفي في إعطاء شرح لمختلف المفاهيم حول الترويج السياحي والثقافة السياحية والمعالم الأثرية ، و المنهج التحليلي في تحليل المقابلات الشخصية مع مسيري المؤسسة ومختلف الوثائق المتاحة التي تسمح للتعريف بالمؤسسة و الأنشطة التي يتم إعدادها حول الموضوع. حيث يعرف الدكتور مصطفى عمر البشير المنهج على أنه : "الطريق أو السبيل للبحث الذي يستند على عدد من المميزات الرئيسية أهمها الظواهر و المكونات والعلاقات بينها الموجودة بشكل مستقل عن الفرد و عن آرائه و اتجاهاته و تطوراته² .

تعريف المنهج الوصفي : "يعرف الوصف في البحوث الاجتماعية على أنه أسلوب يهدف لتقرير الحقائق يتعلق بخصائص ظاهرة معينة أو موقف يكون محددًا مسبقًا ، اذ يعمل على جمع الحقائق و تصنيفها¹

تعريف المنهج التحليلي "عملية عقلية يقوم بها الباحث لإيجاد العلاقات الجزئية التي تربط المتغيرات و الانتقال من المجهول الى المعلوم²

الدراسات الاستطلاعية:

² مصطفى حلمي ، مناهج البحث في العلوم الانسانية ، دار الكتب العلمية ، ط1 ، بيروت ، 2005 ، ص 25

¹ محمد منير حجاب ، المعجم الاعلامي ، دار النشر و التوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 2004 ، ص 98

² حسين عبد الوهاب رشوان، اصول البحث العلمي ، د ط ، مؤسسة شباب الجامعة ، القاهرة ، 2003 ، ص 45

وهي تلك الأبحاث الأولية التي يلجأ إليها الباحث عادة لتدليل المعلومات التي يواجهها في اكتشاف.

الظواهر محل الدراسة أو التعرف عليها بعد اكتشافها لأجل تحديد إشكالية البحث بصورة دقيقة قبل معالجتها واختيار الفرضيات الخاصة باختيار بحث معين و تستخدم في مجالات العلوم التي تعاني من عدم توفر الرصيد المعرفي و تتمثل الدراسة الاستطلاعية التي تم القيام بها عبارة عن دراسة تمهيدية لمديرية الثقافة لولاية غليزان لأخذ معلومات مبدئية للبحث والتي كانت خلال التربص الميداني الذي دامت فترته مدة أسبوعان والتي كانت من 2018/02/25 الى 2018/03/11 وذلك لاستغلال فترة التربص لأنه بمثابة العمل المؤقت بصفة عادية . لذلك كانت أحسن فرصة لملاحظة طريقة الاتصال بينها وجمع معلومات عن المديرية وزيارة أقسامها و مصالحتها الإدارية والتعرف على وظائفها¹ و خدماتها عن طريق استخدام المقابلات الحرة مع العمال.

تحديد المفاهيم:

تعد مفاهيم الدراسة بمثابة الكلمات المفتاحية و قد تطرقنا في دراستنا الى بعض المفاهيم منها :

الترويج:

لغة: تعني رَوْج، راج، رواجاً : نفق اذن كلمة ترويج يعني تنفيق الشيء وحتى ينفق هذا الشيء لابد من الاتصال بالآخرين و تعريف الناس بالسلع و الخدمات التي يمتلكها البائع .
اصطلاحاً: يعرف الترويج بأنه التنسيق بين جهود البائع في اقامة منافذ للمعلومات و في تسهيل بيع السلعة او الخدمة او في قبول فكرة معينة ، وكما اسلفنا فان الترويج هو احد عناصر المزيج التسويقي و هو يتأثر بالقرارات المتعلقة بالسلعة ،السعر و التوزيع ، فمثلا بعض قرارات التسعير يسهل ترويجها بينما سياسات أخرى قد لا يتقبلها المستهلكون حتى

بعد الترويج لها ، يتغلب الترويج على مشكلة جهل المستهلك بتقديم المعلومات عن الشركة ، السلعة، العلامة التجارية ، الاسعار ،توفر سلعة و استخداماتها ، كما يتغلب الترويج على تردد المستهلك بإغرائه و خلق حالة نفسية معينة يتقبل المستهلك بمقتضاها ما يقدم اليه و بمعنى اخر اغراء المستهلك بان يتصرف بطريقة معينة يرضى عنها البائع¹.

وكتعريف اخر : هو نشر معلومات بطرق مختلفة بغرض جذب انتباه الجماهير².

اجرائيا:

الترويج نظام متكامل يقوم على نشر و بث و نقل المعلومات عن سلعة او خدمة ، بأسلوب اقناعي مصمم و موجه للتأثير على الجمهور او المستهلكين يدفعهم لأخذ سلوك نحو الخدمة او السلعة المروج لها سواء باقتنائها او استخدامها او التعامل معها بما يعرف بالسلوك الشرائي .

الثقافة :

لغة : اصل الثقافة في اللغة العربية مأخوذ من الفعل "تَفَّف" ¹

اصطلاحا : هناك تعريفات كثيرة للثقافة اوردها علماء الانتروبولوجيا من ابرزها مايلي :
حسب تعريف كلباتريك Kilpatrick: " هي كل ماصنعة يد الانسان و عقله من اشياء و مظاهر في البيئة الاجتماعية ، اي كل ما اخترعه الانسان ، او ما اكتشفه ، و كان له دور في العملية الاجتماعية .

¹ بشير عباس العلاق و علي محمد الربابعة، الترويج و الاعلان التجاري ، دار اليازوري، د ط ، 2007 ، ص 09

² محمد جمال الفار ، معجم المصطلحات الاعلامية ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، د ط ، 2014 ، الاردن عمان ، ص 72

¹ اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي ، معجم مصطلحات عصر العولمة ، الدار الثقافي للنشر ، ط1 ، 1425هـ/2004م، القاهرة ، ص67

حسب تعريف تايلور Tylor: " هي ذلك الكل المركب الذي يتضمن المعرفة و العقيدة و الفن و القانون و الاخلاق و العادات ، و التقاليد ، و غيرها من القدرات التي يتحصل عليها المرء كعضو في جماعات ² .

كما تعرف ايضا : الثقافة هي القيم و المعايير و العادات و الافكار التي يشترك فيها الناس و تحدد سلوكهم ، و تتكون الثقافة من الجانب المعنوي الفكري و الجانب المادي ³ .

اجرائيا:

الثقافة هي مجموعة الأفكار و القيم ، و المعتقدات ، و التقاليد و العادات ، و الاخلاق ، و النظم و المهارات و كل ما صنعته يد الانسان و انتجه عقله من نتاج مادي و فكري ، او توارثه من الاجيال السابقة .

الثقافة السياحية :

اصطلاحا : هي احد اشكال السياحة التي يسعى اليها السائحون تهدف الى اشباع رغباتهم المعرفية و يعتمد هذا النوع على اقامة الندوات المعرفية الثقافية و كذا المعارف الخاص بالكتب و المسابقات الثقافية خاص مسابقات الشعر لغرض الدعوة لتبادل الرأي و الحوار مما يمكن للسائح اكتساب الخبرة فمثلا الجزائر تجدها بلد يزخر بالعديد من الآثار لمختلف الدول و الحضارات التي مرت عليها كالعهد الفينيقي الروماني و مختلف المدن و القلاع و شبكة الطرق ¹ .

اجرائيا:

هي ذلك النسيج من المعارف و المعلومات و الاتجاهات و القيم و العادات و التقاليد و السلوكيات و المهارات المرتبطة بالسياحة و التي يجب ان يمتلكها المجتمع ليكون اداة السياحة و حماية المعالم الاثرية

على وجه الخصوص ، و المقومات السياحية لبلده ، و دافعا لتكوين مجتمع ذات سمات خاصة تتماشى مع سماته التاريخية و الحضارية و الحفاظ على الترابط ، مما يدفعه الى الدور المنوط به للنهوض بالسياحة و تكون لديه اتجاهات لان يسلك سلوكا سياحيا واعيا

² خالد محمد ابو شعيرة ، الثقافة و عناصرها ، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع ، ط1، 2009/1430م، ص ص 17 . 18
³ محمد جمال فار ، المعجم الإعلامي دار اسامة و دار المشرق الثقافي للنشر و التوزيع، دط ، 2010م ، عمان الاردن ، ص 124
¹ وفاء زكي ابراهيم ، دور السياحة و التنمية الاجتماعية ، مكتب الجامع الحديث ، د ط ، 2006 م ، الاسكندرية ، ص 92

لرفع و تحسين السياحة و خلق انواع من الترابط الروحي بين الافراد و المكتسبات السياحية للبلاد .

المعالم الاثرية :

هي اي انشاء هندسي معماري منفرد او مجموع يكون شاهدا على حضارة معينة او على تطور هام او حادثة تاريخية .و المعالم المعنية بالخصوص هي المنجزات المعمارية الكبرى و الرسم ، و النقش ، و الفن الزخرفي ، و الخط العربي ، و المباني او المجمعات المعلمية الفخمة ذات طابع ديني او عسكري او مدني او زراعي او صناعي ، و هياكل عصر ما قبل التاريخ و المعالم الجنائزية و المدافن ، و ألمغارات الكهوف و الهياكل او العناصر المعزولة التي لها صلة بالأحداث الكبرى في التاريخ الوطني .²

صعوبات الدراسة :

اي بحث علمي يتعرض صاحبه الى صعوبات في انجازه و ان اختلف من باحث الى اخر وعلى غرار باقي البحوث فقد صادفنا :

- قلة المراجع الخاصة بالثقافة السياحية في الجزائر بصفة عامة ، و غليزان بصفة خاصة .
- حالة اللامبالاة و عدم الاكتراث بتصميم عملنا كونه يعالج موضوعا لايطابق واقع السياحة في غليزان .

- تحفظ بعض المبحوثين في الاجابة عن اسئلتنا الخاصة بالترويج للثقافة السياحية بحجة انه لا دخل لهم بهذه الامور .

- سوء المعاملة من طرف مدير مديرية الثقافة و بعض الموظفين .

- صعوبة التنقل بعض المناطق السياحية مثل :قصر كاوا بعمي موسى ، و القلعة بيلل و يعود ذلك الى انعدام الامن .

الدراسات السابقة:

²- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 44، 12 صفر 1419هـ/ 12 جوان 1998، ص 07، باللغة العربية

من المعروف انه من غير الممكن انجاز اي بحث دون التطرق لدراسات سابقة من اجل اخذ صورة عن الموضوع . و جدنا في مجال بحثنا هذا بعض الدراسات التي تتقارب مع هذا العمل حيث يمكن تقديمها كالتالي :

- **بوقرة عادل** ، دور الترويج السياحي في تنشيط الخدمة السياحية ، دراسة حالة الوكالة الراحية للسياحة و الأسفار، مسيلة ، مذكرة ماستر ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة مستغانم 2016/2015

الاشكالية: كيف يساهم الترويج السياحي في تنشيط الخدمة السياحية للوكالة محل الدراسة ؟ هدفها ابراز الاهمية الكبيرة للترويج السياحي كعنصر فاعل و رئيسي لتنشيط الخدمات السياحية

الدور: يلعب الاعلام السياحي دورا كبيرا في مجال الترويج من خلال وسائل الاعلام المختلفة المتمثلة بالوسائل المقروءة و المسموعة و المرئية و المعارض و الافلام و المطبوعات و غيرها ، والتي توصلت الى نتيجة مفادها نقص التعامل بالوسائل الترويجية الحديثة المتاحة و ضعف الزحم المعلوماتي الذي يخص الوكالة السياحية .

- **طويل محمد، لطرش عبد الحفيظ** دور اذاعة مستغانم الجهوية في الترويج للسياحة ، مذكرة ماستر ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة مستغانم 2016/2015.

الاشكالية : كيف تساهم المؤسسة الاذاعية لمستغانم في الترويج للسياحة بالولاية ؟ كان الهدف منها لفت انتباه المسؤولين و المنظمات السياحية و المهتمين بالنشاط السياحي الى اهمية الترويج السياحي عن طريق الاذاعة باعتبارها وسيلة اتصال فعالة لدفع عجلة التنمية المحلية .

الدور: الاذاعة المحلية لمستغانم تساهم بشكل فعال في التعريف بمؤهلات الولاية السياحية و تنشيط السياحة بها.

وكان من نتائجها للاذاعة اهمية في دعم الترويج السياحي لكنها ناقصة من حيث التنوع و غير كافية من حيث الاستخدام و لم تصل بعد الى مستوى تفعيل الحركة السياحية .

- **اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، عوينان عبد القادر** ، تناول فيها مفهوم السياحة و مراحل تطورها على ممر العصور المختلفة و الاهمية المختلفة لها ، كما تركزت هذه

الدراسة على مفهوم التسويق السياحي و الترويج السياحي و توصلت الى نتيجة مفادها ان السياحة تساهم في التنمية الاقتصادية بنسبة كبيرة من حيث المداخل بالعمل الصعبة و تحسين ميزان المدفوعات و نصحت هذه الدراسة بجعل المجتمع الجزائري مجتمع سياحي و ذلك من خلال نشر ثقافة سياحية لدى افراد المجتمع و ضرورة مراجعة اسعار الخدمات السياحية .

الفصل الاول: ماهية الترويج

تمهيد :

يلعب الترويج دورا هاما ورئيسيا في المجال السياحي باعتباره جزء من الاتصال الذي يهدف الى الاقناع و التذكير بالسلع والخدمات الى جانب انه العامل الاساسي لجلب العديد من السياح من مختلف البلدان و الاجناس والتأثير على سلوكهم واتجاهاتهم بالاعتماد على استراتيجية ترويجية سياحية تهدف الى تحقيق الاهداف المحددة لهذا البلد او الموقع او المؤسسة باستخدام الترويج الاعلامي .

المبحث 1: مدخل مفاهيمي

أ- تعريف الترويج: هو العنصر الرابع من عناصر المزيج التسويقي ويساهم الترويج في تصريف البضائع والسلع والخدمات ويمثل القوة الدافعة للنشاط التسويقي ،و يرى خبراء التسويق وممارسيه ان الجهود التسويقية في حقيقتها هي جهود ترويجية باعتبار ان هدفها يتمثل في تحقيق الاهداف البيعية وزيادة معدلات دوران السلع المباعه من خلال اساليب تنشيط المبيعات والتأثير والإقناع للاستجابة نحو اقتناء السلع والخدمات المعلن عنها .

- ويعرف الترويج بأنه الاتصال الذي يبني و يحافظ على العلاقات من خلال اعلام وإقناع جمهور المشاهدين بوجهة نظر المنظمة بصورة ايجابية وقبول منتجاتها.

- وكذلك يعرف بأنه عملية اتصال مباشرة وغير مباشرة بالمستهلك لتعريفه بالمنتج و الخدمة السياحية ولتحقيق رغبته وميوله ورسم الصورة الذهنية وإقناعه بالشراء وحمايته من الاستغلال¹ .

ب - الترويج الاعلامي :

هو احد عناصر المزيج التسويقي عبر وسائل الاعلام وذلك للتخفيف من الحدود الجغرافية الى خلق اسواق جديدة بغية الحصول على ميزة تنافسية كما يدركها المستهلك (الجمهور المتلقي) في نطاق الاعمال الاعلامية من اجل الاستهلاك او كما يدركها الزبون في نطاق الاعمال من اجل العمل

حيث ان تضاعف حملات التسويق عبر الترويج الاعلامي يمكن ان يجعل المتلقي او الجمهور يشعر بأنها مجرد رسائل غير مرغوب فيها تتصف ببساطتها وإذا زاد تواترها سيعتقد انه اصبح يلعب دور المروج مجانا لصالح ماركة ، او تاجر سلعي او خدماتي عبر وسائل الاعلام² .

ج - الترويج السياحي :

مصطفى يوسف كافي ، الاعلام و الاعلان السياحي ، دار الجامد للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ، 2015/1436 ، ص

¹ ص 140 141

² <https://ar.wikipedia.org> ، الثلاثاء 2018/05/08 ، الساعة 18:00

هو التنسيق بين جهود البائع والسائح وإقامة منافذ للمعلومات لتسهيل بيع المنتج الى السائح ، وصف الترويج بأنه ممارسة اخبار وإقناع واتصال وان هناك عدة عوامل ادت الى ظهور الترويج منها:

- 1 - البعد الجغرافي بين المنتج و السائح.
- 2 - تعاقد اتصالات السوق السياحية العالمية .
- 3 - تعدد البدائل المتاحة امام السياح .
- 4 - ازدياد الطلب السياحي المستقبلي ، ويتحدد بثلاث عوامل:

أ - العنصر الجغرافي

ب - نوع السائح

ج - نوع المنتج¹

- **وكتعريف اخر له :** هو جهود موحدة ومنسقة تتبعها المنظمات السياحية الربحية والمؤسسات غير الربحية بوضع سياسات للإعلان و بيع المنتجات والخدمات والأفكار ، وإقامة قنوات ومنافذ باستخدام تكنولوجيا المعلومات للتأثير في ذهن السائح وجعل الطلب السياحي بأكبر عدد ممكن.²

المبحث 2: أهمية الترويج السياحي

- التعريف بالمنتج و الخدمة السياحية و تقديم كافة المعلومات عن المنظمة السياحية و المستهلك .
- رسم صورة ذهنية و تذكير المستهلك بالمنتج .
- التفضيل لنوعية معينة من المنتج اي المنافسة .
- تحريك الطلب السياحي (المبيعات).
- زيادة المبيعات و استقرار الارباح للمنظمات السياحية .
- دعم رجال و مندوبي البيع و الوكلاء .
- قناة الاتصال بالبيئة الداخلية للمنظمة و البيئة الخارجية المحيطة بالمنظمة .

¹ مصطفى يوسف كافي ، المرجع نفسه ، ص 142

² فؤاد عبد المنعم البكري ، التسويق السياحي و التخطيط لحملة الترويجية، عالم الكتاب ، ط 1 ، القاهرة ، 2007

- اعلام المستهلك بالمنتج و المنظمة السياحية (كالعلامة التجارية و الاسعار و منافذ التوزيع)¹.

- تقديم المورد السياحي الرئيسي و ما يتبعه من تسهيلات و خدمات و أنشطة مكملة ، و يكون الوصف واقعيا بدون مبالغة (مهد الحضارات ،جنة السياحة).حتى لا يصاب السائح بخيبة امل عند وصوله ، و يحمل الى بلده انطباعا سيئا عما سمع و رأى ، فمثلا في الترويج عن منطقة طبيعية غير مستغلة بعد قد يكون بعض الخطورة من اكتشافها من قبل السائح ، وذلك يجب ان يتضمن الترويج شرح تلك الصعوبة ، و كذلك الامر عندما يوجد لدى السكان بعض العادات و التقاليد و الطقوس التي يجب احترامها و التصرف بما يناسبها فيجب بيان ذلك للسائح ، اما عندما يظهر من نتائج تحليل السوق وجود طلب على بعض الخصائص المتوفرة في المنطقة كمعالم طبيعية يمكن ان تمارس فيها سياحة المغارات و المخاطر او الوان السياحة البيئية فيجب الترويج لتلك الخصائص و اظهارها في رسائل الترويج في ذلك السوق ، و بعبارة بسيطة تتم مخاطبة الاسواق السياحية وفق الاهتمامات الموجودة فيها اذا كانت متوفرة في المنطقة بالشكل القابل للاستخدام السياحي²

المبحث3: اهداف الترويج السياحي

- ان التجارب لأي عملية ترويج هي الشراء و القناعة لان هدف منظم عملية الاتصال هو معرفته كيف يحول الجمهور المستهدف الى حالة يكون فيها مستعدا للشراء
- تزويد المعلومات عن المنظمة السياحية و منتجها و خدماتها .
 - شرح و توضيح اعمال و نشاطات المنظمة السياحية .
 - جذب السائح و الحصول على ولاءه .
 - تقليل تقلبات المبيعات.
 - تكرار استخدام المنتج و الخدمة السياحية.
 - اعداد و تهيئة الادراك و الانتباه لدى السائح /المستهلك.

¹ العربي امينة ، عامر عامر عائشة ، دور الاعلام في ترويج المنتج السياحي ، غليزان نموذجا ، 2011 ، ص 45
رعد مجيد العاني ، الاستثمار و التسويق السياحي ، كنوز المعرفة للنشر و التوزيع ، ط 1 ، عمان ، 1428هـ/2008م ،
²ص ص 167 168

- شرح اعمال ونشاطات المنظمات السياحية و الفندقية اغراء المستهلك و استمالة مشاعره في الشراء و الخزن .

- معرفة السياح المستهدفين .

وتنقسم هذه الاهداف الى صنفين:

1 - الاهداف الترويجية البيعية المباشرة:

هي التي تستخدم الادوات الترويجية ذات الزمن المحدد كالإعلان و البيع الشخصي و تنشيط المبيعات و الدعاية ، و العلاقات العامة وبأساليب جديدة و ضمان و صيانة خدمات ما بعد البيع للمنتج السياحي .

2 - الاهداف الترويجية البيعية غير المباشرة :

هي مصالح الجماهير و المجتمع في قمة اهتمامها و خدمته على المدى البعيد و المساهمة في الانشطة الاجتماعية تحت شعار علامة تجارية او المساهمة في ابحاث و اجراءات المحافظة على البيئة من خلال الترويج للفندقة يمنع التدخين في المطعم او في طوابق خاصة من الفندق او منع تناول المشروبات الكحولية واحترام العادات والتقاليد الدينية والاجتماعية للبلدان .

وتتبنى مطاعم الوجبات السريعة اساليب و ممارسات من شأنها عدم تلويث البيئة من خلال الاحكام على جودة الاغلفة و العيوب و أحكام السيطرة على مواصفات البناء و التشييد للمنتجات والمواقع و الفنادق السياحية بشكل يؤمن اعلى درجات السلامة و الامان والحفاظ على البيئة من التلوث¹

المبحث 4: العلاقة بين الترويج الاعلامي و الترويج السياحي

الاعلام عامل اساسي في الترويج السياحي حيث كل واحد منهما خصوصياته ولكن يكملان بعضهما في علاقة تكاملية تبادلية وذلك من خلال اعطاء صورة صحيحة و مشرفة لبلد ما ويكون ذلك

¹ ابراهيم خليل بظاظو ، التخطيط و التسويق السياحي ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، دط ، عمان ، 2008، ص 150

بأشكال متعددة من وسائل وأدوات الاعلام المرئي و المسموع و المكتوب و من خلال المهرجانات والمعارض والفرق الفنية والمطبوعات و الافلام .

- يتجلى دور الاعلام خاصة في الترويج و الجذب السياحي حيث تلعب وسائل الاعلام دورا مهما في اقناع السائح وإغرائه بالقدوم الى بلد من البلدان وبالتالي للترويج الاعلامي دور استراتيجي في صناعة السياحة و الترويج لها و ذلك من خلال نقل الصورة الحقيقية والصادقة عن البلد باستعمال وسائل الاعلام المتعددة السمعية البصرية والمكتوبة وكذلك الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي وغيرها لذلك يعمل الترويج الاعلامي على التوعية و التعريف والإقناع .كذلك لما له من اثر ايجابي عن الترويج السياحي ¹.

اذ من خلال وسائل الاعلام المختلفة يسقي الفرد معلوماته والتي تصله عادة في شكل اخباري عن حقائق ومعلومات سياحية يهتم بها السائح وتدفع شركات السياحة مقابل مادي عن الاخبار السياحية ذات الطابع الاعلاني وعن برامجها السياحية او ما يهم جمهور الوسيلة الاعلانية السياحية وبشكل مباشر ، ويرتبط الاستفادة من الاعلام في نشاط الترويج السياحي بمقدار العلاقة الوطيدة بين شركة السياحة ومحربي الاخبار السياحية في وسائل الاعلام الجماهيرية ،وكذلك برؤساء تحرير الصحف و المجلات ودور النشر والإذاعة والتلفزيون والعاملين في هذه الاجهزة فضلا عن امكانيات ومكانة الشركة السياحية ومدى تأثيرها على الترويج السياحي حيث تجعل محربي الاخبار السياحية يسعون للحصول على اخبار سياحية وكل منه حريص على تسجيل سبق اخباري عنها وخطتها السياحية القادمة والأفكار التي تراود المسؤولين والقائمين عليها بشأن النشاط السياحي ².

خاتمة :

نستخلص من هذا الفصل ان الترويج يعتبر المرآة العاكسة لكافة الجهود و الانشطة المبذولة من قبل القائمين على السياحة و التي تهدف الى تحقيق الاهداف المنشودة و المحددة لها .

¹ فؤاد البكري ، الاعلام السياحي ، دار النهضة الشرق للنشر و التوزيع ، ط 1 ، 2007 ، ص 60
احمد طاهر عبد الرحيم ، تسويق الخدمات السياحية ، دار الوفاء لدنبا الطباعة و النشر ، ط 1 ، الاسكندرية - مصر ،
2012²

باستخدام مختلف عناصر المزيج الترويجي السياحي الاكثر ملائمة ، و الذي يتم تنفيذه وفق تفصيلات تتعلق بالوسيلة الترويجية و عليه فان الترويج السياحي يقع عليه مسؤولية كبيرة في نقل ما ترغب به الجهات المعنية ذات الصلة بموضوع السياحة و ذلك بنقل الاستراتيجية السياحية بشكل عام و الترويجية بشكل خاص .

الفصل الثاني : الثقافة السياحية

تمهيد :

الثقافة السياحية تعد عنصرا هاما، لتحقيق التنمية بفضل امتدادها على كل الابعاد الاقتصادية والاجتماعية ، وترجمة المعرفة الى وعي متكامل و سلوكيات ايجابية اتجاه السياحة و السياح مما يؤدي الى تنمية سياحية .

المبحث 1: تعريف الثقافة السياحية

موضوع الثقافة السياحية لم يتناوله الباحثين في مجال السياحة بصورة مستفيضة لحدثة الموضوع و يمكن ان نتناول بعض التعريفات لموضوع الثقافة السياحية وهي امتلاك الفرد لقدر من المعلومات والمعارف والمفاهيم و المهارات و الاتجاهات و القيم التي تشكل في موجبها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو المشتملات و المظاهر السياحية

وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط و التنظيم و التعامل مع المؤسسات و الأماكن السياحية و السواح .

- هي تراكم المخزون المعرفي لدى الفرد عن مقومات السياحة و أهميتها الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية و البيئية و ترجمة هذه المعرفة الى و عي سياحي متكامل و ال سلوكيات ايجابية اتجاه السواح و السياحة مما يؤدي الى تنمية سياحية متواصلة .
- و تعرف ايضا بأنها: الحفاظ على الموروث الثقافي و اكسابه وظيفة تجارية و التعامل بين جميع اعضاء المجتمع في ذلك لتحقيق الفائدة لهم جميعا¹.

المبحث 2: انواع الثقافة السياحية

- يمكن للثقافة السياحية ان تكون سلبية و ايجابية و نوضح ذلك فيما يلي:
- **الثقافة السلبية اتجاه السياحة:** نقصد بالثقافة السلبية تلك المعارف و الاتجاهات و المعتقدات السلبية التي يحملها مجموعة من الافراد في المجتمعات اتجاه السياحة او الفعل السياحي ، و على ضوء هذه الثقافة السلبية اتجاه السياحة عادة ما تكون نابعة من مايلى:
 - غياب او انعدام الوعي و الادراك بالأبعاد الاقتصادية و السياسية و الثقافية و الاجتماعية للنشاط السياحي و الذي عادة ما يؤدي الى اللامبالاة ، و التهميش و الاهمال و حتى النسيان لكل الثروات السياحية المتوفرة على مستوى الفضاء الجغرافي و حتى الثقافي و الاجتماعي الخاص بجماعة او بمجتمع معين .
 - انتهاج او تبني قراءة سلبية للسياحة او النشاط السياحي بمعنى اعتبار السياحة اداة فعالة لذوبان الذات و الكيان الثقافي و الموروث الحضاري ، و التي عادة ما تؤدي بالأفراد و الجماعات و المجتمعات الى عدم انتهاج سلوكيات و مناهج و استراتيجيات لترقية المنتج السياحي بمفهومه الواسع .
 - **الثقافة الايجابية اتجاه السياحة :**
 - عادة ما تنحدر من التصورات و القراءات الايجابية التي يحملها الافراد و الجماعات اتجاه السياحة و الفعل السياحي ، و يمكن تشخيص توفر هذا الصنف من الثقافة السياحية عل مستوى مجتمع معين من خلال المؤشرات التالية:

¹ احمد علي عبد الله ، التخطيط و التنمية السياحية ، امواج للطباعة و النشر و التوزيع ، ط1 ، 2014م ، ص 168

- الميل الى اعتبار السياحة كمورد او كثروة او كصناعة قادرة على الاسهام بشكل فعال في التنمية الاقتصادية ، الاجتماعية و الثقافية....الخ فالسياحة تساهم في تنوع مصادر الاقتصاد الوطني اي الحد من الاعتماد على الثروات الطبيعية .
السياحة تساهم في توفير العديد من مناصب العمل نظرا لأنها صناعة مبنية على تقديم الخدمات بمختلف انواع السياحة.¹

المبحث 3: اهمية الثقافة السياحية

تحرص البلاد ذات المكانة السياحية العالمية على ان تنمي لدى مواطنيها ثقافة سياحية من خلال تنمية وعي المواطنين باهمية السياحة و السائح ، فغياب الثقافة السياحية او نقصها يؤدي الى حدوث اضرار حتمية على اقتصاد البلاد و يرجع اساس غياب او نقص ثقافة سياحية لدى الفرد او المواطن مفهوم خاطئ عن السياحة و اهميتها وتوضح اهمية الثقافة السياحية من خلال مايلي :

- 1- فهم و تنمية التراث :** تعمل الثقافة السياحية على الحفاظ على التراث الحضاري للأمة الذي يمثل ذاكرتها التاريخية من خلال تعريف المجتمع بمكوناته و كيفية الحفاظ عليه و باستغلاله الامثل في تنشيط السياحة الى جانب تنمية الوعي بأهميته .
- 2- احتياج المجتمع للتغيير :** تعتبر الثقافة السياحية على قدر كبير من الاهمية نظرا لاحتياج المجتمع للتغيير في انماط العلاقات الاجتماعية و التي لايمكن ان تحدث الامن خلال التغيير الاجتماعي و الثقافي و الاقتصادي .
- 3- عالمية الثقافة السياحية :** من وظائف الثقافة السياحية ان تقدم المعلومات و المفاهيم و الاتجاهات لجميع افراد المجتمع ، ليس فقط على المستوى المحلي و بل على المستوى الدولي ايضا و ذلك لمحاولة دمج الثقافات المختلفة بما فيها من قيم و عادات تتلاءم مع المجتمع.
- 4- ضرورة الثقافة السياحية للتنمية :** تعمل الثقافة بوجه عام و الثقافة السياحية بوجه خاص على احلال قيم و عادات و تقاليد جديدة تتماشى مع البيئة المحيطة بالفرد و التي

مواسيم رابح ، رفيق يسعد سيد احمد ، دور الازاعة في تنمية الثقافة السياحية لدى المجتمع المحلي ، مذكرة ماستر ، تخصص اتصال سياحي ، جامعة مستغانم ، 2016 ، ص ص 36 37

تهدف الى التغيير و رفع المعيشة وان يعي الافراد ابعاد هذه القيم بحيث تصبح جزءا من كيانهم الثقافي و الاجتماعي .

5- الثقافة السياحية نشاط اجتماعي : هي نشاط يقوم به الانسان ، و الثقافة من السمات اللازمة للإنسان باعتباره عضو في المجتمع ومشاركة الجماهير في اعداد برامج لتنمية الثقافة السياحية¹.

فالثقافة السياحية تعمل على التراث الثقافي و الحضاري للأمة من خلال تعريف المجتمع بمكونات هذا التراث و كيفية الحفاظ عليه بالنسبة للمجتمع و الاستغلال الامثل في تنشيط السياحة الى جانب تنمية الوعي بأهمية هذا التراث.

و الضيافة تلعب دورا اصولها و قواعدها المرعبة و ان هذا الصنف يصبح ذا فائدة كبيرة اذ اصبح صديقا للدولة و شعبها . لأنه يصبح بمثابة السفير للبلد الذي يزوره مما يؤدي الى جذب اعداد كبيرة من السائحين وهذا كله يعتمد على ثقافة المواطنين و اهمية وعيهم بأهمية السياحة كصناعة مهمة بالنسبة للدولة ، و برجع كثير من تأخير الدول سياحيا بالرغم من وجود العديد من المقومات السياحية لديهم الى غياب و نقص الثقافة السياحية لديهم ، و انتشار بعض المفاهيم المعرصة عن السياحة¹.

المبحث 4: معوقات نشر الثقافة السياحية :

يمكن تقسيم المعوقات و الحواجز التي تحول دون نشر و تعميم الثقافة السياحية في اوسط المجتمع الى معوقات ذات طابع اجتماعي فصلها فيما يلي:

أ- المعوقات الثقافية: من بين اهم المعوقات التي تحول دون نشر ثقافة سياحية في المجتمع نجد الخلفية الثقافية للمجتمع او الثقافة السائدة فيه ، حيث يرى الدكتور علي الخشيبان مدير عام ادارة برامج المجتمع في الهيئة العليا للسياحة ، ان الثقافة السائدة في المجتمع مازالت تتوجس من مصطلح السياحة ، مشيرا الى انه مازالت هناك بوادر توحى بتجاوز قضية الثقافة الاجتماعية و مدى قبولها للسياحة بالتفاعل و لو الجزئي مع معطيات السياحة ، في مجتمعنا هنالك قضية مازالت عالقة بين السياحة كمفهوم و بين الثقافة السائدة التي تتوجس كثيرا في مصطلح السياحة حيث علقت الاذان مفاهيم لم تكن واردة فقط من الممارسات التي

¹ هدى سيد لطيف ، السياحة النظرية و التطبيقية ، الشركة الغربية للنشر و التوزيع ، دط ، القاهرة ، 1994 ، ص 44

¹ احمد علي عبد الله ، مرجع سبق ذكره ، ص 168

واكبت مفهوم السياحة على المستوى الاجتماعي و لكنها اتت من تقييم مسبق من الثقافة نفسها التي تردد عدم احتمالها لمفاهيم السياحة على المستوى الاجتماعي ولكنها اتت من تقييم مسبق من الثقافة نفسها التي تردد عدم احتمالها لمفاهيم السياحة مثل زيادة الاثار و الترفيه ، اضافة الى الصورة السلبية التي رسمت عن السياح و السياحة الخارجية من المجتمع ، مشكلة السياحة في المجتمع ان الثقافة (الفكر الاجتماعي) مازالت لاتحتمل امكانية وجودها كمصطلح و كممارسة و هذا لب المشكلة و مع ان السياحة في انظمتها العالمية (منظمة السياحة العالمية) لاتتعارض مع القيم و الاخلاق و الثقافات إلا ان السياحة مازالت تشكل الكثير من المعاني غير المرغوب فيها في ثقافة المجتمع العربي كله و ليس مجتمع بعينه .

ب - المعوقات الاجتماعية: من المعوقات الاجتماعية التي تسئ الى الثقافة السياحية نذكر منها :

- عدم الاختلاط بالغير (السائح) خوفا من عاداتنا و تقاليدنا منه .
- المطالبة بالابتعاد كليا عن المنشأة على السياحية على اعتبارات انها جالبة للتغيير السلبي ، و التعامل في مجال السياحة مع اشخاص مغلقين على انفسهم لايعرفون شيئا عن الغير (السائح).
- ت عدم التوعية الكافية بأهمية السياحة و خاصة السياحة الاسرية و النظرة القاصرة على ان السياحة بمعناها المجتمع لاتكون سوى للأفراد دون الاسرة .
- مشكلة الذهنيات و الثقافة و المعتقدات حيث نجد البعض ينظر الى بعض المهن كأقل قيمة من المهن الاخرى .
- ضعف غرس الاحساس و الادراك السياحي منذ النشأة .
- غياب برامج لتنظيم الرحلات و زيارة المعالم السياحية داخل الوطن .
- تواضع الوعي السياحي و تخلف التوعية الشعبية بأهمية السياحة لدى كافة المواطنين .
- غياب دور المجتمع المدني كالجمعيات او المنظمات السياحية التي تلعب بدورها في نشر الثقافة السياحية لدى الفرد و تعريفه بالمناطق و اهميتها .

- تواضع خطط الترويج و التسويق السياحي و قصور الاعتمادات الحكومية المخصصة للتسويق و البحوث و الاحصاءات و الاعلام السياحي¹

خاتمة :

بعد التعرف على ماهية الثقافة السياحية و انواعها و اهميتها نجد ان الدور الذي تلعبه في عصرنا الراهن باعتبارها قاطرة التنمية و سبب من اسباب الرقي الحضاري و تنمية و عي المواطنين يتوافق و لا شك على المعى الكامل بأهمية الثقافة السياحية و حيويتها لبلادنا حيث تساعد على تعظيم الدور الذي يلعبه في تحقيق التنمية الشاملة و في جميع الجهات مع اجهزة السياحة المختلفة في اداء رسالتها .

¹ هناء جامد زهران ، الثقافة السياحية و برامج تنميتها ، عالم الكتب ، ط1 ، القاهرة ، 2004 ، ص ص 23 24

الفصل الثالث : اليات الترويج للثقافة السياحية

تمهيد :

ان الترويج للثقافة السياحية يتغلب على مشكلة جهل السائح وعلى تردده وذلك بإغرائه و خلق حالة نفسية معينة يتقبل بمقتضاها ما يقدم اليه وحي يتم تقديم العرض السياحي تقديما مناسباً للجمهور يجب ان يراعي الاهتمام بالمغريات المتنوعة و عرضها عرضاً شيقاً باستخدام وسائل اعلامية اتصالية مناسبة كالإذاعة والتي تبرز وظيفتها الاساسية و جوهرها في التعريف بما يحتويه البلد من معالم سياحية سواء كانت طبيعية، او اثرية تاريخية ، او اي مظهر اخر .

المبحث الاول : علاقة الترويج بالثقافة السياحية

- بعد تهيئة البيئة الداخلية و الخارجية لتقبل الصناعة السياحية كصناعة يأتي دور التعريف بالمقومات و المنتجات السياحية التي يتوفر عليها البلد و التي تسمى بمناطق الجذب السياحي ، فمن الركائز الأساسية لصناعة السياحة نجد مناطق الجذب السياحي و التي تعد مادة مهمة أيضا للترويج السياحي كما تعد مناطق الجذب السياحي الدافع القوي الذي يقود السائح الى الاقبال على الخدمات السياحية من خلال الصورة الذهنية التي ترسم لديه ، سواء اذا زال هذا المكان ، أو اذا رأى ذلك من خلال وسائل الترويج السياحي ¹.
- و بالتالي ان علاقة الترويج بالثقافة السياحية علاقة تكاملية و يبرز هذا من خلال :
- التوعية على قبول فكرة السياحة كصناعة وتشجيع السلوكيات الايجابية لنجاحها و هذا يكون عن طريق تكثيف الحملات الاعلانية و الحصص التلفزيونية و الاذاعية .
 - تنظيم الرحلات و الجولات الى المراكز السياحية و الأثرية و غيرها .
 - تنظيم الرحلات للتعريف بالمقومات السياحية .
 - تنظيم رحلات و مخيمات لطلاب المدارس الثانويات ، الجامعات لتهيئة النشء وزيادة وعيهم بأهمية السياحة .
 - توفير الخدمات العامة و البنية التحتية الملائمة لتسهيل زيارة المواقع السياحية و الأثرية و غيرها .
 - الترويج للمواقع السياحية و الأثرية و أي مظهر أو مجال من مجالات الجذب السياحي اعلانات ، اشهارات ، ملصقات الخ.

¹ ابو اسماعيل فؤاد ، الترويج ، دون ناشر ، ط 1 ، القاهرة ، 1999 ، ص 25

- استخدام الوسائل الاعلامية و الاتصالية من أفلام و اعلانات قادرة على جذب السائح سواء المحلي أو الأجنبي .

- اقامة البرامج التوعوية و الارشادية حول أهمية السياحة و دورها في حياة الأفراد و المجتمعات و الدول اعلانية خاصة بالمعالم الأثرية و السياحية و التاريخية و غيرها
- تنظيم دورات ارشادية للطلاب و الأسر و غيرهم حول السياحة و كيفية التعامل مع المواقع السياحية سواء السياحة الداخلية أو الخارجية¹.

المبحث الثاني : دور الإذاعة المحلية في الترويج للثقافة السياحية

تعتبر تنمية الثقافة السياحية امر في غاية الأهمية ، حيث تعتبر احد اهم اسس التنمية السياحية بوجه عام ،حيث تهدف ال ايجاد جيل واعي بأهداف السياحة و مقوماتها ، و قادرة على المساهمة الفاعلة في هذه التنمية ، فالثقافة السياحية مسؤولية الجميع لذى سنحاول ان نسلط الضوء على اهم المؤسسات التي لها دور مهم في تنمية الثقافة السياحية و التي تتمثل اساسا فيما يلي :

وسائل الاعلام و الاتصال : تعتبر وسائل الاعلام و الاتصال من العوامل الهامة التي تلعب دورا هاما في التغيير الاجتماعي ومن بين هذه الوسائل الإذاعة ، لقد اصبح الراديو يصل الى الناس و مخاطبته لكل الثقافات و الطبقات و التالي تلعب الإذاعة دور هام في نشر الثقافة بصفة عامة و الثقافة السياحية بصفة خاصة و تقوية الشعور القومي ، و تنوير الراي العام والترفيه عن الجمهور فهي من اهم وسائل الاعلام المؤثرة في حياة و سلوك الجماهير و خاصة قليلة الحظ من الثقافة و التعليم².

دور الراديو في تنمية الثقافة السياحية :

يقوم بتقديم برامج متنوعة و شاملة، ومنها البرامج السياحية التي تقوم بالتعريف بالمناطق السياحية و عرض ريبورتاجات للتعريف بمقومات البلد الطبيعية و التاريخية و الحضارية، وكذلك التعريف بتاريخ المناطق السياحية، واصل سكانها و عاداتهم وتقاليدهم... الخ .

نسيمة جميلي ، السياحة الثقافية و تميم التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر ، رسالة ماجستير، علوم الاعلام و الاتصال ، ص 76

² هناء جامد زهران ، مرجع سبق ذكره ، ص 30

مما سبق يمكن القول بأنه لتوسيع و انتشار قاعدة الوعي السياحي لابد للإذاعة القيام بالأدوار التالية :

- اعطاء البرامج السياحية المتخصصة اهتماما اكبر من حيث الكم و النوع في البرامج الاذاعية .
- الاهتمام بالبرامج التي تتناول قضية التنمية عموما و القضايا السياحية خصوصا على اعتبار ان السياحة جزء من هذه التنمية الشاملة .
- احتواء البرامج الاذاعية على العناصر الاذاعية التي تهتم بتوعية الجمهور بالدور الذي يلعبه النشاط السياحي في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية .
- التسويق للسياحة الداخلية و لمختلف الانماط السياحية (صحراوية ، علاجية ، دينية ، ترفيهية ، ثقافية الخ)
- حث المواطنين على القيام بهذه الرحلات وان تقوم الجهات المسؤولة عليها بوضع اسعار في متناول اغلب المواطنين .
- بيان اهمية السياحة الخارجية مع التركيز على بعض النماذج السياحية التي يمكن الاستفادة منها في تطوير السياحة الداخلية¹.

المبحث الثالث : اهمية المعالم الاثرية في الترويج للثقافة السياحية

الاثار هو مصطلح يطلق على كل ما تبقى من مشكلات مادية للأجيال القديمة ، فلا تكاد تخلو منطقة في العالم من الاثار ، إلا ان مقدار هذا التوجه للآثار مختلف بشكل نسبي من منطقة الى اخرى لذا تكمن اهمية المعالم الاثرية فيما يلي :

أ - الالهية التاريخية :

لايمكن ان تعد الاثار شيئا ثانويا ، فالعديد من الاشخاص خاصة في مجتمعاتنا العربية ينظرون اليها نظرة عادية ولا يلونها الكثير من الالهية مع انها تحتل مكانة عظيمة فهي اولا وقبل كل شيء تعتبر الدليل المادي على وجود الشعب و احقيته بارضه التي يقيم

منى الاسلام براويك، نسرين الغضبان ، الثقافة السياحية لدى المواطن و دورها في الحفاظ على المعالم الاثرية بولاية قالمة ، جامعة باجي مختار، عنابة ، ص08

عليها، ولولا الاثار العربية الاسلامية و المسيحية في فلسطين لبدا العرب و المسلمون انفسهم يشكون في ان فلسطين لهم .

وتجدر الاشارة الى وجود اختلاف بين العادات وترسخ الاعتزاز بالوطن ، مما ينتج عنه التلاحم القوي بين ابناء الشعب الواحد ، تساعد في المحافظة على الاثار و التاريخ ، باعتبارها مصدرا رئيسيا لحفظ تاريخ الشعوب التي عاشت فيها ، ويعكس حضارتها الاصلية التي قامت فيها منذ القدم .

ب - الاقتصادية و السياحية :

تكمن اهمية المعالم الاثرية الاقتصادية في كونها مساهما رئيسيا في دعم الاقتصاد ، سواء كان ذلك بشكل مباشر او غير مباشر ، ومن ابرز الواجه الاقتصادية التي تساهم الاثار فيها هي توفير فرص عمل و دعم المجتمع من حيث تقليل نسبة البطالة ، حيث يؤدي استثمار الاثار و المواقع الاثرية المختلفة خاصة في المناطق و المحافظات و المدن و القرى النائية و البعيدة . الى ايجاد ادوار وظيفية اقتصادية للشباب في تلك المناطق ، الامر الذي يحقق الاستقرار السكاني و دعم العائلات المحتاجة .

تشير الارقام الى ان الوظائف التي يساهم القطاع السياحي في توفيرها تتراوح بين 21 % 6،5 من اجمالي حجم التوظيف في سوق العمل التي تعبر عن نسبة عالية من الوظائف التي يتطلب مجال الخدمات السياحية ، والتي تشكل الاثار و التراث احد عناصر الجذب الاساسية فيها و بذلك يساهم في استغلال الاثار بالطريقة الصحيحة في ايجاد اقتصاد قوي و متكامل .

- حيث نجد للمعالم الاثرية دور حيوي في جذب السياح و بالتالي تحسين اقتصاد الدول ، فالسياحة تشكل مصدر دخل مهم و حيوي و فعال في تحسين اقتصاد الدول المختلفة خاصة في المناطق التي تحتوي على العديد من المعالم الاثرية المهمة و الحيوية ذلك ان الناس بمختلف انواعهم و اصنافهم يتهافتون على رؤية العظمة في البناء ، و الدقة في التصميم ، و الافكار الخلاقة التي كانت موجودة عند الاقوام و الحضارات المتدبرة ، مما يعمل على تنشيط الحركة الاقتصادية في الدول التي يزورونها ، حيث تتوفر العديد من فرص العمل ،

كما تنشط الحركة التجارية في المواسم السياحية بالإضافة الى اقبال السياح على المرافق السياحية المختلفة مما يؤدي الى ضخ الاموال بكثرة الى الدول السياحية.¹

خاتمة :

نستنتج مما تقد كله ان هناك عدة اليات تساهم في نشر الثقافة السياحية في المجتمع ، و يزداد دورها اهمية و تأثيرا في منظمات الاعمال السياحية كانعكاس طبيعي للتطورات في

امين احمد حلمي ، " الوسائل الامنية لحماية الاثار و الاعمال اية " ، (الرياض دار النشر بالمركز العربي للدراسات
الامنية و التدريب ، ص 14

فكر الترويج السياحي و التي تقتضي بان يكون العاملون كافة في المؤسسات السياحية الذين هم على تماس مباشر مع السياح المحليين خاصة و الاجانب عامة . وذلك من خلال التأثير عليهم و جذبهم لزيارة الاماكن السياحية و تقديم التسهيلات اللازمة لهم .

الفصل الاول : بطاقة فنية لولاية غليزان

تمهيد:

على غرار جميع مناطق الوطن تعرف غليزان منذ بداية الألفية الأولى ، حركة تطويرية سوسيو - اقتصادية و عمرانية منقطعة النظير . ذلك أن الموقع الجغرافي لولاية غليزان سمح لها بأن تلعب دور همزة وصل بين جميع مناطق الوطن كما سمح لها بامتلاك واحدة من أهم شبكات الطرقات في الوطن على اختلاف أنواعها ، وبغض النظر عن أهمية موقعها الاستراتيجي ، فان هذه الولاية تملك من المؤهلات ما يرشحها لأحداث نقلة تنموية نوعية وبلوغ مراتب الصدارة في اطار التطورات التي تحقها الديناميكية الاقتصادية للبلاد.

المبحث 01: نبذة تاريخية عن الولاية

- اسم الولاية : غليزان

- رقم الولاية حسب التقسيم الاداري : 48

- تسميات الولاية :

□ - في الفترة البربرية : مينا "Mina"

- في الفترة الرومانية : ملينا "Mlina"

- في الفترة الفرنسية : غليزان "GHILIZANE"

- موقع الولاية حسب احداثيات لامبير 0.20° شرق خط غرينتش شمال خط الاستواء .

- مساحة الولاية : 4851.21 كلم²

- عدد السكان : 72618 نسمة / 2008

- التنظيم الاداري للولاية : 13 دائرة / 38 بلدية

- مناخ الولاية : قاري

موقع و تاريخ ولاية غليزان :

تقع مدينة غليزان على الضفة اليمنى للوادي الذي يحمل اسم " مينا " و هو الوادي الشهير الذي يشق المنطقة من الجنوب الى الشمال تصب مياهه في وادي الشلف توجد المدينة في محيط سهل مينا " المعروف بخصوبة اراضيها الممتدة من ناحية" يلل " غربا الى غاية بلدية وادي الجمعة "بداية سهل الشلف السفلي " شرقا تمتاز بالأراضي الخصبة و المياه الغزيرة. لقد عرفت ولاية غليزان الموجودة في قلب الجهة الغربية من الوطن ، ضد احداث تاريخية تفاعلت معها منذ الفتح الاسلامي و خاصة في عهود الدول التي عرفها المغرب الاوسط الجزائر" و في العهد العثماني ، وكذلك في فترة الاستعمار الفرنسي التي شاركت اثناءها منطقة غليزان في كل الانتفاضات و الثورات الشعبية

غليزان مدينة عريقة و عظيمة ، هي من المدن الجزائرية الهامة و لكنها لسوء حظها لم تحظى بعناية الكتاب الجزائريين الذين يرجع لهم الامر في كتابة تاريخ بلادنا و مناطقها الزاخرة بالأمجاد و الاعلام و المعالم و المناطق التاريخية.

اما عن اسمها فقد مرت بعدة اسامي من بينها: "مدينة مينا ، غليزان ، غزة ... " بعد استرجاع السيادة الوطنية سنة 1962 ، ظلت منطقة غليزان تابعة لولاية غليزان الى غاية 1984 . و منذ هذه السنة اصبحت غليزان مقر الولاية رقم "48" و هي تتشكل من " 38" بلدية منها مدن و قرى شهيرة قامت بدور كبير في تاريخ الجزائر القديم و الحديث و في احصاء سنة 1938 بلغ عدد السكان 863.642 نسمة و بكثافة سكانية تقدر ب 133 نسمة في كلم مربع .¹

المبحث 02: التعريف بمديرية الثقافة و السياحة بغليزان

التعريف بمديرية الثقافة : هي مؤسسة عمومية ادارية ، تقع بولاية غليزان ، شارع محمد العربي تبسي .
رقم الهاتف :

046723334

رقم الفاكس :

046723408²

التعريف بمديرية السياحة : تقع المديرية ب شارع محمد خميستي ص ب 259 ، الاسم المختصر باللغة الفرنسية D.T.A باللغة العربية م. س.ص.ت.¹

العنوان الالكتروني : WWW.Relizen.Tourisme.info

رقم الهاتف : 046922728

¹ محمد مفلح ، اعلام من منطقة غليزان تراجم منذ القدم الى غاية القرن 19، مطبعة دار هومة ، 2006 ، ص ص 07 08

² مقابلة مع السيد : بن عيسى احمد ، موظف بمكتب مصلحة التراث الثقافي ، 2018/02/27 ، 10 صباحا ، بمكتبه مقابلة مع السيد جلول ، رئيس مكتب الاستثمار و التهيئة السياحية ، تمت يوم 2018/04/15 ، على الساعة 09:00 صباحا ، بمكتبه

رقم الفاكس : 046922728

E-mail :relitourisme yahoo.fr

المبحث 03: اهم المعالم الاثرية بولاية غليزان

- اسم الموقع : قصر كاوا KASR Kawa

- الفترة التي يعود اليها المعلم :الرومانية

- نوع الموقع : معلم عسكري

- الوضعية القانونية : ملك خواص

- الطبيعة العلمية : مصنف وطنيا في 1901/01/14

يعد قصر كاوا من اهم المواقع الاثرية الرومانية بمنطقة عمي موسى يقع بالتحديد على تلة ضمن جبال الونشريس يبعد عن مقر الولاية غليزان 92 كلم وعن بلدية الولجة 7 كلم و عن بلدية عمي موسى 13 كلم يتربع على مساحة معتبرة تقدر ب 50 ار اي نصف هكتار، كقوس المدخل الذي ما يزال قائما و الاسوار المحيطة بالهيكل و بقايا الاسوار لموقع كاوا يحد القصر من الشمال قمة القلعة 969 متر و تيغاردتين التي تغطيها اشجار الزيتون و البلوط. kawa

يتشكل مدخل المبنى من عمودين يقع خلفهما الباب الاول بعض التنوعات و الكورنيش اما البابين الجانبيان فيؤديان بهو دائري الشكل طوله 300مترا و عرضه ما بين 8 و 11 مترا، هو حسب الباحث مكان مخصص لحامية الخدم و العبيد .

اما مدخل القلعة فهو باب تكتنفه دعامتان معقودتان بعقد نصف دائري به 11 فقرة 9 منها مزخرفة و بعض الكورنيشات ، و تدعم هذا المدخل 6 انصاف اعمدة و يحل الجزء البارز من القوس النقش عليه الكتابة التالية :

Spesin De oFerimmi Amen

يؤدي باب المدخل الى رواق تقع على يمينه غرفتان بمعلقين من حجارة منحوتة داخل الجدار و باحدى هاتين الغرفتين ممرا و باخرى رواق عال يسمح بملئ المعلقين و يقابل المدخل فتحة عبارة عن شكل صليبي قريب من الارض و على يساره يوجد رواق ثاني يؤدي الى :

1- درج(مصعد من الحجارة)

2- شقة تتكون من ثلاث (03) غرف تتصل ببعضها بمدخل مقوسة

3- بهو داخلي يتشكل من 14 عمودا ومن اسوار داخلية ، يؤدي البهو عبر منفذ الى 09 ابواب تنقل بدورها الى عدة شقق تتشكل من غرفة واحدة او غرفتين. كل قواعد الاعمدة موجودة في اماكنها مسندة على جدار صغير علوه 0.50 متر الذي يشكل قاعدة و نهاية البهو ، يوجد اسفل الساحة المفتوحة على الفضاء الخارجي صهريجان ضخمان طول كل منهما 6.10 متر و بعرض 3.70 متر و ارتفاع 4 امتار ، كما يوجد ابواب بالجدار

الفاصل ثم ايضا العثور على مجاري فخارية بداخله ، و من ارضية هذين الصهريجين الى اعلى قطعة حجارة بالجدار الخارجي يصل الارتفاع الى 12 مترا سالم و الاخر قيمته مهذمة كما يوجد قوس و العقد المشكل من 06 سيقان اعمدة مرتبة او على محمل و لكن 04 منها مهذمة و عندما ضعفت قوة الركام التي كانت تشدها تهاوت الاعمدة كغيرها من الاعمدة الاخرى التي سقطت قتلها في الصهريج و يرى " مار شان " من خلال مقارنة بين حجم الركام و المكعبات الاسوار الداخلية و الخارجية ان المبنى يتكون من طابق علوي و لعلا ما يؤكد هذا الاعتقاد هو الدرج (المصعد) و ارتفاع بعض الشرفات "لابلانشار" الذي زار قصر كاوا في 15 جوان 1882 ، يؤكد ان كل الوثائق المتعلقة بالآثار الرومانية محفوظة بمكتب عمي موسى المختلطة و حسب "لابلانشار" يمكن تحديد تاريخ بناء كاوا بناء على عدة معطيات وشواهد لخصها الباحث في صلاحية جهاز الاسوار، النمط الاجمالي للبناء ليس رديئا، لكن الاشغال المنجزة مهمة تنقصها الدقة بناء الصروح الداخلية ثم بمواد بناء جلبت من جهات اخرى مثل قبة احد الصهريجين التي تبين كلها سيقان الاعمدة ، كما ان قواعد و تيجان الاعمدة رغم انها رائعة تنتمي للحقبة السفلى وهي كلها من طراز القرن الرابع ويدعم هذا طرح الزخرفة المتناثرة هنا و هناك و منها مفتاح قوس الباب يحمل شكل حمامة ، طيور ، حيوانات ويحمل احد الابواب مشهدا كاملا لعملية الصيد : رجل مسلح بسهم يسبقه كلب صيد يطارد غزالة و نفس الاشكال و الانواق توجد بالمدخل الرئيسي ، احجار مزخرفة هنا وهناك و كل المواضيع تبدوا منحوتة بطريقة سيئة . وفي اعمال الحفر سجل "لابلانشار" الكتابة التي تعلقو الباب الرئيسي

spes -In -Deo-Ferini-Amen Ferenus غير معروف و المؤكد حسب الباحث ان فرينوس هو احد كبار اعيان الاقليم وان كاوا هو اجمل القصور الموجودة بهذا الاقليم و التي احصاها "مارشان" في 103 موقعا اثريا تحمل نفس المواصفات و تنتمي لنفس الحقبة.

لمحة تاريخية عن الموقع :

لقد اثبتت الدراسات و الشواهد المادية كن كتابات لاتينية عثر عليها في مناطق مجاورة وما اكتشفه باحثوا القرن 19 ميلادي من رسومات و نقوش ترجع كلها الى الحقبة الرومانية . وحسب التواجد الروماني في منطقة عمي موسى فان قصر كاوا يرجع تاريخه الى القرن الرابع ميلادي يعتقد انه بني خلال الامبراطورية العليا ، حيث كان مركز قيادي في عهد الرومان يطل على عدة مراكز مراقبة تنشر عبر مناطق مجاورة ، و لقد اجرى الباحثون عدة دراسات على هذه المنطقة من بينهم كاتبان في الهندسة العسكرية " مارشان " 1859 ميلادي و هو الذي وصفه بالقصر و تحيط به عدة مراكز للحراسة

-ATLAS ARCHEO LOGIQUE. TOME ISTPHEN GZELL.MARCHAN

And B.S.G.A.O 1859

ان قصر كاوا فعلا برج السيد : فيرينيوس " عاش خلال القرن قبل الميلاد¹

- قلعة بني راشد

نبذة تاريخي عن القلعة :

القلعة هي بلدة صغيرة تبعد عن مدينة معسكر بحوالي 25 كلم ، و عن مستغانم بنحو 55 كلم و عن مدينة غليزان ب 37 كلم ، وهي معروفة قديما بقلعة بني راشد و اول من كان عاملا عليها من الاتراك هو " اسحاق بن يعقوب " اخ عروج الذي توفي و دفن قرب ضريح الولي الصالح "سيدي دحمان " ، استعمله اخواه على هذه الناحية و اكد عليه في تشديد الضغط على الاسبان المقيمين بوهران و قطع الميرة عليهم (اي الطعام) و كان يومئذ ابو حمو الثالث " معهم فجاء الى القلعة مقاتلا مع الاسبان و اشتدت المعارك هناك و كان الظهور فيها للأتراك ثم عاد " ابو حمو " بجيش و معه الاسبان فحاصر القلعة و ضيق عليها الخناق مدة 16 شهرا ثم افرج عنها وكانت الهدنة و عقد الصلح .

زغيج سفيان ، الخريطة الاثرية لولاية غليزان من خلال المجلة الافريقية ،تخصص اثار قديمة ،2012/2011 ، ص ص

ثم لاح لائح الخيانة من طرف الاسبان فانقضوا على القلعة سنة 925 هجري بقيادة " هيكودومونكاد " نائب ملك صقلية و قضاوا على اهلها غدرا و قتلوا الحاشية التركية وكان من بينهم "اسحاق " .

وفي ذلك الوقت توفيت الملكة التركية و دفنت بالقلعة و مازال ضريحها موجود الى حد الان .

ومن بين علمائها الشيخ العلامة الزاهد الامام " ابراهيم بن محمد بن علي الحنطي التازي " الذي يعتبر من احد كبار علماء القرن الخامس عشر (15) ميلادي ، حيث اتسم بالورع و الزهد و الكرم و غيرها من الصفات التي يتميز بها الاولياء الصالحين ، و كغيره من العلماء زار الامام ابراهيم النازي مختلف انحاء العالم الاسلامي طلبا للعلم و المعرفة فقصد مكة المكرمة لأداء مناسك الحج حيث التقى بكبار علمائها و منهم كبير محدثيها ، قاضي المالكية " سيدي شريف " ، تقي الدين محمد ابن احمد بن علي الحسين القاسمي ثم انتقل الى المدينة المنورة و درس على ايدي جماعة من الائمة مثل " ابو الفتح ابن ابي بكر القرشي ، ثم درس بتونس على يد الشيخ عبد الله العبدوسي و بعد عودته انتقل الى تلمسان حيث درس على يد العلامة " محمد بن مرزوق " و كان بكل محطة من محطات ترحاله يحصل على جائزة في العلوم التي يتلقاها ، ثم انتقل الى مدينة وهران ودرس على يد الشيخ الإمام الهواري "عدة سنوات حيث استقر بها و عمل كمساعد للإمام سيدي الهواري كما اسس معه مدرسة لتعليم علوم الدين و الفقه و اللغة .

وتوفي الامام " ابراهيم التازي " في بداية القرن السادس عشر (16) ميلادي الموافق لسنة 866 هجري و دفن بالقلعة .

ومن بين علمائها ايضا "سيدي عبد القادر " ومن بين اعماله : تأليف 100 كتاب كما نجد العلامة الشيخ محي الدين الذي برز و شاع نسبه حيث كان يشغل رئيس ديوان الامير عبد القادر .

□ يضيف على انفراد تمييز وجهها ، احتوائها ، جمعها ل 366 ولي صالح هذا بتعداد ايام السنة ، حيث يمثلون الجسر الرابط بين ماضي المنطقة و تاريخها الثقافي و توجهها الديني و مستقبلها مرورا بحاضرها .

كما يميزها ايضا استقبالها لثلاث(03) مواسيم سنوية (طعم ، على تسلسل منسجم ، القلعة) - الدبة ثم السمار و تعتبر اعيادا لأولياء الله الصالحين حيث يلتقي السكان بأهاليهم و ذويهم الذين قدر لهم الرحيل عن المنطقة في ايام ينتظرونها طوال العام و قد اعيد احياء هذه المواسيم منذ اربع (04) سنوات.

الموقع الجغرافي لبلدية القلعة :

تقع بلدية القلعة في الجهة الغربية الجنوبية من ولاية غليزان و هي محددة كالتالي :

- شمالا : بلدية عين الرحمة و بلدية سيدي سعادة

- جنوبا : بلدية المناور (ولاية معسكر)

- شرقا : بلدية عين الرحمة

- غربا : بلدية سجرارة (ولاية معسكر)

التضاريس :

تتميز بلدية القلعة بكونها منطقة جبلية و من اهم جبالها جبل بربر الواقع على مرتفعات القلعة و يقدر ارتفاعه على مستوى سطح البحر ب 800 متر اما مستوى البلدية يقدر ب520 متر على مستوى سطح البحر. تتربع بلدية القلعة على مساحة 7928 هكتار .

المناخ:

تتميز منطقة القلعة ب مناخ متوسطي حار في الصيف و بارد شتاء ، معدل سقوط الامطار يتراوح ما بين 200 متر مكعب الى 400 متر مكعب في السنة ، اما درجة الحرارة في الصيف تتراوح ما بين 30° الى 40° .

مجال السكن:

عدد السكان :

عدد سكان بلدية القلعة قدر حسب احصائيات 1997 ب 10083 نسمة

توزيع السكان:

يتوزع سكان القلعة بين المناطق الحضرية و الريفية و التجمعات السكنية :

- 1 - القلعة مركز : 14% - عدد السكان 1478 نسمة - عدد البنايات 291
- 2- السمار : 46% - عدد السكان 4686 نسمة - عدد البنايات 725
- 3- الدبة : 5 % - عدد السكان : 487 نسمة % - عدد البنايات 126
- 4- المناطق الريفية : 35 بالمئة

الفلاحة:

اغلبية سكان القلعة يمارسون الفلاحة و تقدر المساحة الصالحة للفلاحة بحوالي 4000 هكتار ومن اهم المزروعات الجلبان في المناطق الجبلية و الخضر بالنسبة لسهول السمار و تسقى من المياه الباطنية و مياه الامطار خلال الفصول الممطرة . الى جانب الزراعة هناك تربية الحيوانات و الدواجن .

الغابات:

تحتل الغابات المرتفعات الجنوبية من بلدية القلعة و تتربع على مساحة 650 هكتار هي من اجمل غابات الولاية .

القلعة ثقافة :

- مخطوطات قديمة لازال البعض منها محفوظ ومستغل
- مساجد قديمة بحيث يعود بناء مسجد عتيق الى سنة 1850م لا زالت على نمطها الاصلي
- 03 مواسيم يحتفل بها سنويا : القلعة ، الدبة ، السمار.
- 15 حضرة سنويا تقام خاصة في فصل الربيع
- مقابر عثمانية لا تزال قائمة لحد الان منها ضريح ملكة تركية والي جانب المصلى
- مدرستين لتعليم القران الكريم يقصد بها طلبة مسافرون من مختلف الولايات المجاورة بدون اي تكفل الا من حساب المواطنين
- 366 ولي صالح منها :سيدي صالح ،سيدي عبد القادر بن يسعد ،سيدي ابراهيم التازي ،سيدي دحمان لايزال يعتني بها.

- 11 مؤسسة تعليمية وتربوية كافية منها متوسطة و ثانوية.

الصناعات الحرفية و التقليدية:

تزرخر البلدية بتراثها التاريخي يعود زمانه الى عهد الرومان والاتراك ،ومن اهمها مسجد الدبة الذي تحتوي مكتبته على كتب ومخطوطات وكذا مسجد القلعة وضريح بنت السلطان التركي بالقلعة مركز.

تقتصر الصناعة التقليدية على صناعة الغزل او الصوف او الجلود او الزرابي ، الا ان نقص الامكانيات حال دون تطور هذا الجانب الهام.

وفي شهر اكتوبر سنة 2000 وبالاتفاق مع مركز التكوين المهني والتمهين ببلل تم فتح ملحقة للتكوين المهني في مجال الخياطة والنسيج التقليدي.¹

¹ مدني شريف عبد القادر ، قلعة بني راشد ، منشورات دار الاديب ، د ط ، ص ص 24 33

مازونة:

الاطار المكاني لمدينة مازونة:

الموقع الفلكي: يتحدد هذا الموقع نتيجة تقاطع خطوط الطول مع دوائر العرض، ومن هنا فمدينة مازونة تقع فلكيا بين خطي عرض 36.03 و 36.07 درجة شمال خط الاستواء و خطي طول 0.45 و 0.53 درجة شرق خط غرينتش وهي تعد بوابة الاقليم الغربي.

الموقع الاقليمي : الموقع الفلكي الذي تتميز به مدينة مازونة جعل منها مركزا وسطيا بين اقليمي الشمال الغربي والشمال الاوسط وهي بذلك تمثل مركز اشعاع والقلب النابض للإقليم، كما انها تلعب دور هام وفعالا في فك العزلة عن المناطق النائية ذات التضاريس الجبلية الوعرة ويتحدد موقعها من ولاية غليزان في الجزء الشمالي من الناحية الشرقية و تبعد عن مركز اولاية ب 75 كلم.

ويربط بينهما الطريق الوطني رقم 90 و يمر بها طريق ولائي رقم 29 و اخر رقم 08 تبعد عن عاصمة الاقليم الغربي بحوالي 200 كلم و تقريبا 230 كلم عن العاصمة الجزائر ، كما انها تبعد عن ساحل البحر الابيض المتوسط بحوالي 54 كلم .

تتربع مدينة مازونة على مساحة تقدر ب 72 كلم² تتصل حدودها بدائرة سيدي امحمد بن علي من الشمال وبدائرة عين امران من الشرق ، وبلدية واريزان من الجنوب ، وبلدية القطار من الغرب ، هذا ما جعلها تحتل موقعا اقليميا استراتيجيا هاما في المنطقة باعتبارها منفذا حساسا للمدن .

الموقع الاداري :

يعود تعيين مدينة مازونة كمركز بلدي الى فترة الاحتلال الفرنسي و بالضبط 1946م وكانت جميع شؤونها انذاك تسير من طرف البلدية المختلطة ل " رنو " سيدي امحمد بن علي حاليا ، و ظلت على هذه الحالة الادارية الى غاية الاستقلال ، حيث اعيد تهيئة و هيكلة الاقاليم البلدية و مراجعة النظام البلدي القديم ، واصبحت بموجب ذلك مدينة مازونة بلدية مستقلة لها كامل الصلاحيات في تسيير شؤونها الادارية المحلية و كانت ذلك سنة 1967 م و عقب ذلك عدة نصوص كان بين اجراءاتها ، اعادة تنظيم الحدود الاقليمية البلدية ومنها نص سنة 1974م ، الذي ارتقت طبقا له مدينة مازونة الى مقر دائرة و صنفتم ضمن الدوائر الجديدة انذاك و كان ذلك التعيين نظرا لموقعها الجغرافي الاستراتيجي ، الذي تتميز به ، وكذلك نتيجة امتداد نسيجها العمراني العتيق بالحديث دون ان تنسى الدور التاريخي الذي تميزت به عن غيرها من المدن المتواجدة بالإقليم الغربي وقد بلغ مجموع سكانها حسب احصاء 1988م ب 22555 نسمة .

اهمية المعالم المدنية الاثرية بمنطقة مازونة :

مراعاة لمعايير الاستنباط و الاستخلاص التي اعتمدت عليها في استنتاج المعالم الاثرية المدنية من مساكن و مرافق عامة و اخرى تجارية لمازونة القديمة التي كان الهدف منها القيام بعملية جرد بعض من تلك المعالم التي ترحزح بها في مختلف الفترات الرومانية الاسلامية و انشاء خارطة تصنفها . وقد تبين لنا تاريخها اللغز و ما ترحزح به من شهرة لاتزال على لسان كثير من المؤرخين و محل اهتمام ، و ما اكتشفناه من خبايا عنها فيما يخص في التاريخ العريق الذي بدا لنا سهلا في البداية لكن بعد البحث المتواصل تؤكدنا ان المهمة ليست سهلة .

- لقد كانت مازونة محطة حضارات عديدة وكانت ضحية العديد من الصراعات و النزاعات نظرا لما ترحزح به من معالم هامة لعبت دورا بارزا و لمدة طويلة في عهود سابقة ، فأحيائها يغلب عليها طابع الابنية العثمانية و الاستعمارية وذلك بعد تدخل يد الانسان فيها مما شوه تلك النظرة التي كانت تتميز بها لما غيره في نمط البناء القديم الذي يظهر على مساكنها ولكن هذا لا يمنع من القول ان المدينة مازالت محافظة على بعض من طابعها القديم

ويظهر ذلك في القصة و هذا ما وجدته من خلال الزيارة الميدانية و اكثر من كل هذا الموقع الاستراتيجي الهام و الروعة الالهية التي تتجلى في تلك الغابات و الوديان و منابع المياه الطبيعية و الكثيرة .

وما يدعوا للدهشة هو نسيان هذه المدينة وتدهورها ، سببها ذلك الجانب البشري الذي حول نسيجه العمراني الى فوضى كبيرة وتظهر المدينة حاليا بوجه مختلف تماما عن ما كانت عليه في السابق بحيث اختفت كل النشاطات الاساسية كنشاط تجاري ويظهر هذا من خلال موقعها ودكاكينها الغائبة عن العمل والتي اصبحت محل ضعف وانهيار للمدينة .

وللإبقاء على ارثنا الحضاري تحتاج تلك المعالم المدنية المدروسة الى جهود متواصلة لحمايتها، وهذا من خلال ما لاحظناه من تدهور كبير و اللامبالاة من الجهات المعنية حبال هذه المعالم ،كمعلم مسبح تامدة المهمل او تلك المساكن التي تكاد تتدنثر وذلك السوق الذي اصبح مجرد ساحة بدكاكين غائبة عن العمل ،على غرار المعالم الاخرى التي تبدو في وضعية سيئة ورغم كل هذا تبقى هذه المعالم تؤكد لنا الاهمية الكبيرة لمدينة مازونة في فتراتنا المختلفة إلا انها ما زالت تعاني من عوامل التخريب وغياب الترميم وان وجدت ، كان تدخلا من غير متخصص في هذا المجال حيث افقد بعض المعالم اصالتها وهذا ما وجدناه في معالم حي بني مانع ، القصبة ، اولاد سايح ، بوزلول حتى لاتبقى مازونة عديمة الكفاءة عبئا على حياة القاطنين وحتى نحفظ شهرتها تبقى فعلا كما قيل عنها انها مدينة العلم والحضارة والثقافة انتظر الدعم من طرف السلطات المعنية الاهتمام اكثر بشرط المساهمة الجماعية للاطراف المعنية وسكان وجمعيات وخاصة السلطات المحلية بالقيام بعمليات ترميم شاملة وبطريقة سليمة ،دون ان انسى الاستعانة بتجارب وخبرات الدول السابقة في هذا الميدان ،وترسيخ الهوية الوطنية في ابناء المنطقة من خلال ربطهم بفنهم وثقافتهم وأثارهم والحرص على انشاء متحف محلي ويبقى الزائر لمدينة مازونة يلمس فيها تلك المدينة المحافظة على عاداتها وتقاليدها وميزاتها الاثرية في عمق التاريخ فهي بحق مدينة

تفوح بعمق التاريخ كما وصفها الرحالة والمؤرخون ، مع العلم انها حاليا في صدد التصنيف لضمنها ضمن التراث الثقافي حسب المرسوم التنفيذي لقانون 98 / 104.

1 - مدرسة مازونة :

هي الوحيدة الباقية كمعلم اثري في الاقليم الغربي و التي تستطيع من خلالها الاجابة عن تساؤلات سابقة الطرح . ومن يقف امامها تظهر له ما كان للعلم قدر و قيمة و تخبره بالتطور الذي عرفه الاسلاف في ميدان الفكر و الدين و الادب . دورها العلمي و الثقافي و انعكاسات ذلك محليا و اقليميا طيلة العهد العثماني في بناء جيل مشبع بالثقافة المحلية لمواجهة و احباط سياسة طمس هوية الامة ، تخصصت في العلوم الدينية " الفقه " و اصوله ، تفسير القران ، علوم القران و الحديث و غيرها ... الخ شهدت تخرج علماء مقتدرين في تخصصات دينية اما المسجد العتيق الذي مازال يسمى بالمدرسة الاشتمالية عن المدرسة الفقهية القديمة و الذي اسسها سيدي محمد بن الشارف سنة 1029هـ/1700م .

ولعل من روائع الفن الاسلامي الذي خلفته الاجيال منذ فجر الاسلام ، التحف العمرانية لاسيما منها المساجد ، الجامعة ، المدارس و الزوايا ، لتكون مدرسة مازونة الفقهية احد هذه التحف بنورها الوضاء و اشعاعها الحضاري و الروحي الوهاج دليل على حضور المدينة الاسلامية في شتى المجالات تنير السيرورة الانسانية و ركبها الزاحف نحو الرقي الروحي و التقدم الحيوي .

2 - الزوايا و مراكز حفظ القران :

ان الزاوية قاعة من قلاع بث العلوم و توعية العقول و تربية النفوس ، الاخذ بيد الامة نحو السعادة و دعوتها الى كل كمال و لذا كانت الزوايا منتشرة في مازونة و ما حولها من بينها : - زاوية سيدي بللوش في اولاد السلامة على مرتفعات الظهرة بالقرب من دوار العفانية و شهدت هذه الزاوية بتخرج الكثير من الطلبة حفظة القران الكريم الذي كان يبلغ عددهم احيانا 150 طالبا كما تشهد لشيخها رحمه الله بالتقوى و الصلاح و الدعوة المباركة .

¹ مليكة بن زهرة ، رئيسة مكتبة الشهيد العقون محمد ، بلدية مازونة

- زاوية سيدي غلام الله وهي واقعة على جهة الشمال ، لقرية حمري في وسط جبال الظهرة على الجهة المطلة على حوض شلف ، ولقد شهد لهذه الزاوية ايضا بتخرج عدد من الطلبة و عملت على تدريس القران وكانت تحتوي على اكثر من 120 طالبا يدرس بها ، وهي مشهورة عند اهل المنطقة في الظهرة و حوض الشلف ومناطق عكرمة و المحال .

3 - البيوت و الاحياء القصدية :

حيث ما ذكر الرحالة الالماني " هايتريش " ان المدينة مازونة هي مدينة عربية تأخذ الطابع الغرب بدون هندسة معمارية اوروبية التي قد تغير من شكل بناء المنزل وان اشكال البناء في احياء المدينة بسيطة جدا و فقيرة اذ ما قورنت بأحياء مدينة الجزائر و المنازل كانت ذات طابع واد بها قرميد يغطي منظرا جميلا . وكان هذا خلال سنة 1852م وما زال اليوم بمازونة احياء و بيوت قديمة و ازقة ضيقة تشبه قسبة مدينة الجزائر ، ومن ضمن الاحياء القديمة في بوعلوفة و القسبة و بومانع ، وكما ذكر الادريسي ان مساكنها موقنة .

4 - الاسوار و الابواب المدينة :

تذكر المصادر الجغرافية القديمة ان للمدينة اسوار و ابواب وورد ذلك حتى في اخبار الرحلات و منها يذكر الادريسي : " وهي مدينة ذات سور " و ذكر الرحالة هاينريش عند قدومه من مدينة شلف الى مازونة انه دخل من بوابة الجنوب .

5 - المدرسة الفرنسية :

اسسها الاستعمار بمازونة سنة 1867م وهي مدرسة مختلطة عرب و فرنسيين ، تخرج منها الكثير امثال السيد لوكيل يوسف (1884 -1904م) و السيد بن علي بوقرط (1904 -1983م) و السيد مولاي بلخميبي و السيد عبد القادر بن عمارة و الكثير يصعب حصرهم .

6 - الاضرحة و القبب :

الاضرحة و القبب منتشرة كثيرا داخل المدينة مازونة للأولياء و العلماء و من بينها قبة الشيخ سيدي بن شارف ، قبة سيدي بوراس و قبة الشيخ سيدي بوطالب ، قبة سيدي مبارك

و قبة سيدي حمو ، وقبة سيدي بلمل ، و قبة سيدي هني ، وهذه القبب كانت قد بنيت ما بين القرن العاشر و السادس عشر ميلادي .

اضافة الى ذلك هناك قبب خارج المدينة منتشرة عبر جبال الظهرة على الجهة الشمالية المقابلة لحوض الشلف ومن بينها سيدي بلعباس ، و قد سميت تلك الجهة المحاذية لها بأولاد العباس اي باسمه ، و ايضا سيدي الصراوي و قبة سيدي غلام الله و قبة سيدي بوعبد الله ، محمد المغوفل ، وقبة سيدي بوعبد الله الصغير و قبة سيدي عابد ، و قبة سيدي افغول و في الجهة الشمالية للمدينة هناك ضريح وقبة سيدي لمحمد بن علي ابهلول المجاجي بمدينة " رنو " (سيدي امحمد بن علي) .

وهذه القبب و الاضرحة للأولياء كانت تحظى و مازالت باحتفالات و زيارات خلال عيد الفطر و المناسبات الاخرى و تعتبر هذه الزيارات في اطار كونها عادات فن تقليدي يحاكي الاسلاف ، ويكون الاحتفال بقدوم العديد من العائلات من مناطق مجاورة و بعيدة تأتي للاحتفال و رؤية الاهل و الاقارب ، و تبقى هذه العادة مظهرا من مظاهر الاتصال التقليدي.¹

خاتمة :

تتميز هذه الولاية بكونها تقع في ملتقى الطرق بين الشمال و الجنوب و الشرق و الغرب لتشهد بذلك تدفق كبير من المسافرين و الوافدين ، لذلك نحرص على وضع كل الوسائل الملائمة لتثمين المؤهلات السياحية الهائلة و تنمية و تطوير السياحة بالولاية بغية تحويلها الى وجهة سياحية ذات اولوية . و نؤكد بان التسهيلات الممنوحة في اطار الاستثمار السياحي الى جانب الجهود التي تقوم بها الدولة لانشاء مناطق للتوسع السياحي في المواقع التي تتوفر

¹ مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان ، كتاب الدليل السياحي غليزان

على مؤهلات سياحية سوف تمكننا من خلق ديناميكية من شأنها ان ترقى غليزان من مجرد مدينة يتوقف عندها العابر طلبا للراحة الى وجهة سياحية حقيقية للاستكشاف و الاسترخاء .

الفصل الثاني : الخطوات المنهجية للدراسة الميدانية

المبحث 01 : طريقة الدراسة الميدانية

الجدول رقم (01) :

الاسئلة	شرح الاهداف	اجزاء الاستبيان
	معرفة خصائص العينة	الجزء الاول يتضمن الخصائص الديمغرافية للعينة مثل : الجنس ، المهنة
من 01 الى 09	لمعرفة مدى اعتماد المديرية (الثقافية ، السياحية) على الترويج السياحي في الولاية	الجزء الثاني يتضمن الترويج
من 10 الى 20	وجود ثقافة سياحية بغيران ومدى تفاعل الجمهور المحلي مع المؤسسات السياحية	الجزء الثالث يتضمن الثقافة السياحية
من 21 الى 24	دور الاذاعة و المعالم الاثرية في الترويج للثقافة السياحية	الجزء الرابع يتضمن اليات الترويج للثقافة السياحية

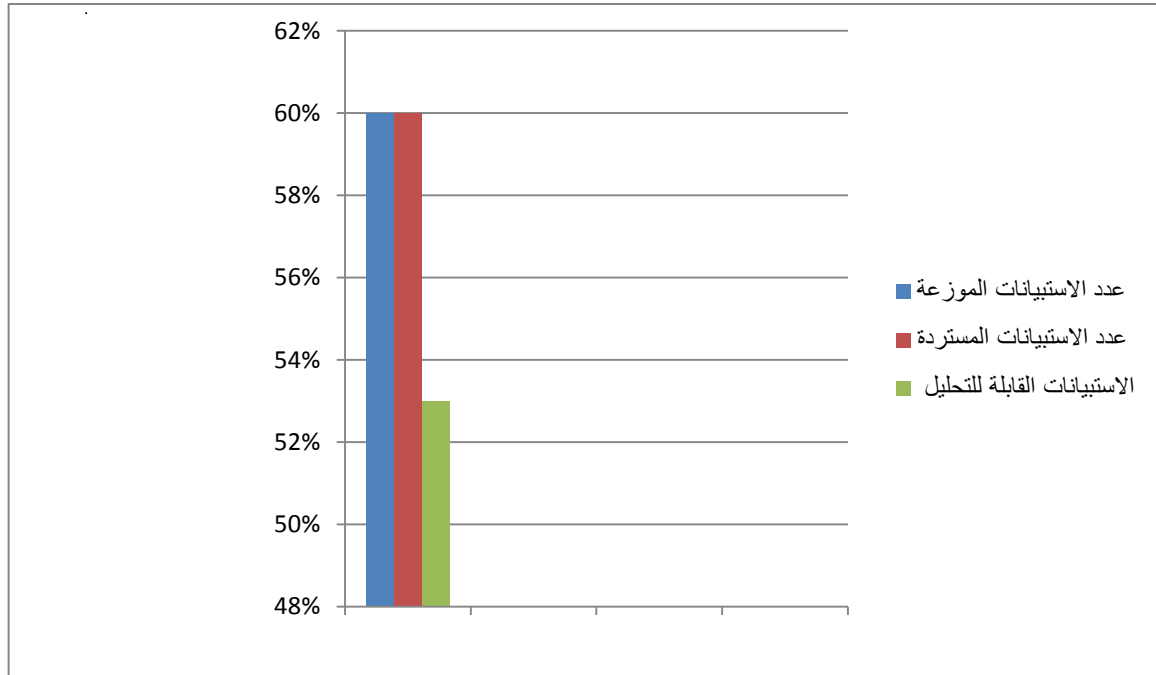
المبحث 02 : عرض و مناقشة الدراسة الميدانية

يعد توزيع الاستبيان الذي اعدناه ف المستجوبين تحصلنا على النتائج المبينة في الجدول :

الجدول رقم (02) :

النسبة	عدد العينة	البيان
100%	60	عدد الاستبيانات الموزعة
100%	60	عدد الاستبيانات المستردة
88.33%	53	الاستبيانات القابلة للتحليل

الشكل رقم (01) : يوضح حجم الاستثمارات الموزعة والمستردة



من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

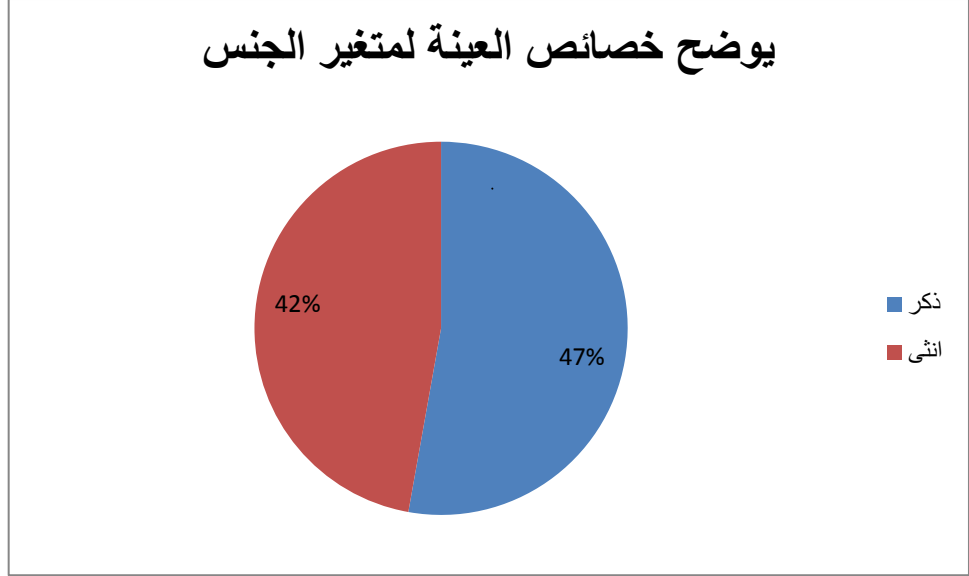
المبين من الجدول ان هناك استجابة من المبحوثين في الاجابة على الاستبيان و هذا ما عبرت عليه نسبة الاستثمارات التي تم استرجاعها وتحليلها ، اما النسبة غير قابلة للتحليل فتمثلت في 07 استثمارات اي نسبة 11.66 % من مجموع الاستثمارات التي تم توزيعها و استردادها .

الجدول رقم (03-01) : وصف خصائص العينة لمتغير " الجنس "

المتغير	الفئات	التكرارات	النسبة
الجنس	ذكر	28	46.66%
	انثى	25	41.66%

الشكل رقم (02) : يوضح خصائص العينة لمتغير " الجنس "

يوضح خصائص العينة لمتغير الجنس



من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

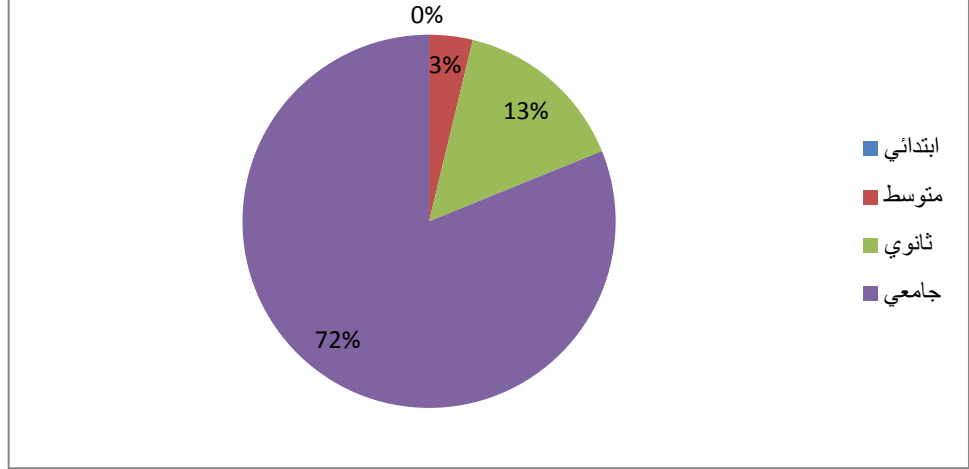
من خلال الجدول الموضح لعدد العينات المشمولين بالدراسة في متغير الجنس يتبين ان نسبة المبحوثين متقاربة بين الذكور و الاناث وقد شكلت النسبة العالية %46.66 للذكور ثم الاناث بنسبة %41.66 اي بعدد 25 مبحوثين من 53 مبحوث .

الجدول رقم (02-03) : وصف خصائص العينة " متغير المستوى العلمي "

المتغير	الفئات	التكرارات	النسبة
المستوى التعليمي	ابتدائي	00	0 %
	متوسط	02	3.33%
	ثانوي	08	13.33%
	جامعي	43	71.66%

الشكل رقم (03) : يوضح خصائص العينة لمتغير المستوى الدراسي

يوضح خصائص العينة لمتغير المستوى الدراسي



من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

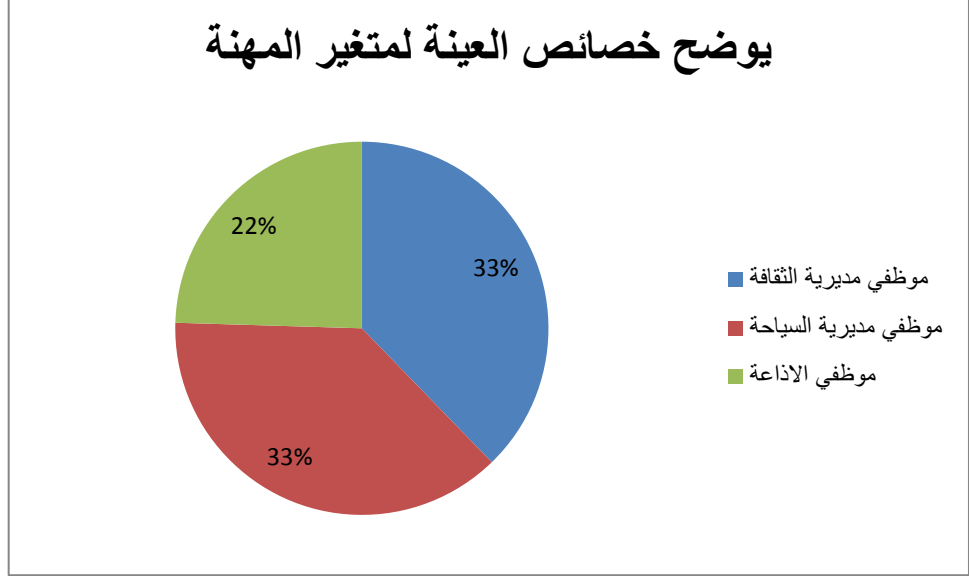
نلاحظ من الجدول ان المستويات التعليمية متفاوتة جدا في النسب حيث نجد ان المستوى الجامعي كأكبر المستجوبين بنسبة 71.66% ثم المستوى الثانوي بنسبة 13.33% ثم المستوى المتوسط بنسبة ضعيفة قدرت ب 3.33% مع انعدام وجود المستوى الابتدائي .

الجدول رقم (03-03): وصف خصائص العينة " متغير المهنة "

المتغير	الفئات	التكرارات	النسبة
المهنة	موظفي مديرية الثقافة	20	33.33%
	موظفي مديرية السياحة	20	33.33%
	موظفي الاذاعة	13	21.66%

الشكل رقم (04) : يوضح خصائص العينة لمتغير " المهنة "

يوضح خصائص العينة لمتغير المهنة



من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

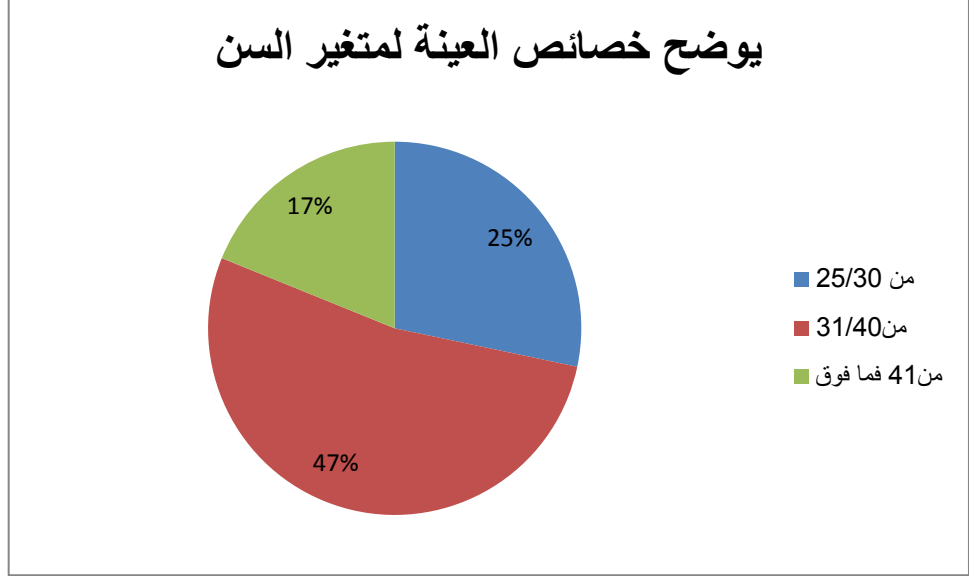
من الجدول نلاحظ ان المستجوبين من موظفي مديرية الثقافة ومديرية السياحة متساوية بنسبة 33.33% وتاتي نسبة المستجوبين في الاذاعة في الاخير بنسبة 21.66% من العدد الاجمالي للحالة المدروسة.

الجدول رقم (03-04): وصف خصائص العينة لمتغير " السن "

المتغير	الفئات	التكرارات	النسبة
السن	من 30/25	15	25%
	من 40/31	28	46.66%
	من 41 فما فوق	10	16.66%

الشكل رقم (05) : يوضح خصائص العينة لمتغير السن

يوضح خصائص العينة لمتغير السن



من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

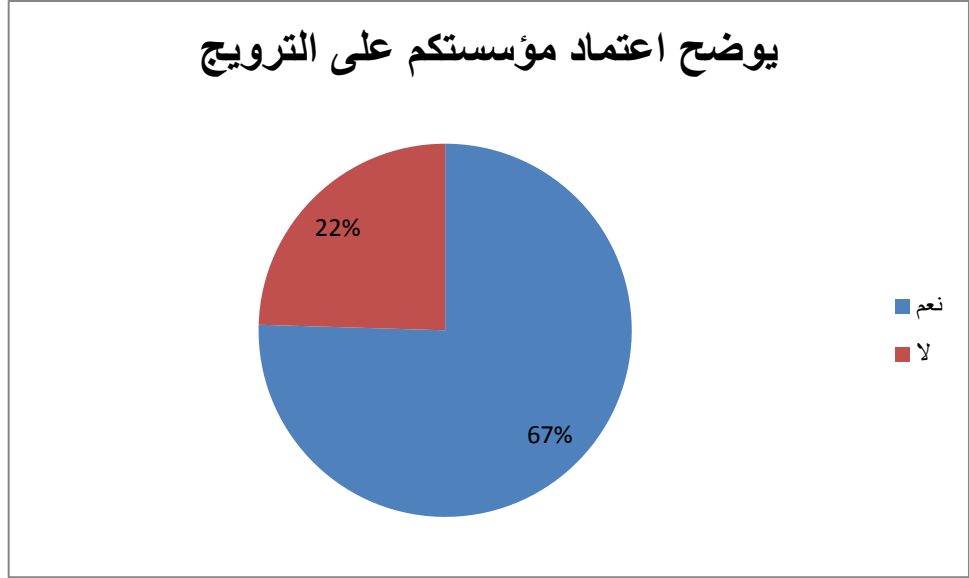
- نلاحظ من خلال ما تم تسجيله في الجدول ان الفئة العمرية من 40/31 تمثل العدد الاكبر من المبحوثين بنسبة 46.66% ثم تليها الفئة من 30/25 ب 15 مبحوث وتأتي الفئة من 14 فما فوق في مؤخرة الترتيب .

الجدول رقم (04) : هل تعتمد مؤسستكم على الترويج ؟

الاجابة	التكرارات	النسبة
نعم	40	66.66%
لا	13	21.66%

الشكل رقم (06) : يوضح اعتماد مؤسستكم على الترويج

يوضح اعتماد مؤسستكم على الترويج



من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

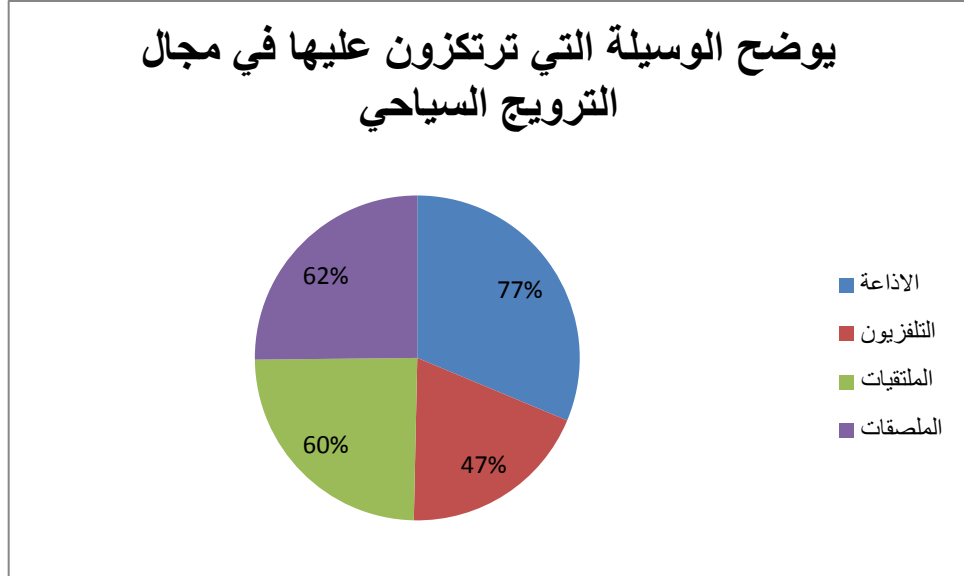
من خلال الجدول المبين لعدد المبحوثين و النسب يتضح ان نسبة الاجابة " نعم " استحوذت على الحصة الكبرى بنسبة 66.66% من العدد الاجمالي ثم تليها الاجابة ب " لا " بنسبة 21.66% .

الجدول رقم (05): ماهي الوسيلة التي تركزون عليها في مجال الترويج السياحي ؟

الوسيلة	التكرارات	النسبة
الاذاعة	46	76.66%
التلفزيون	28	46.66%
الملتقيات	36	60%
الملصقات	37	61.66%

الشكل رقم (07): يوضح الوسيلة التي تركزون عليها في مجال الترويج السياحي

يوضح الوسيلة التي تركزون عليها في مجال الترويج السياحي



من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

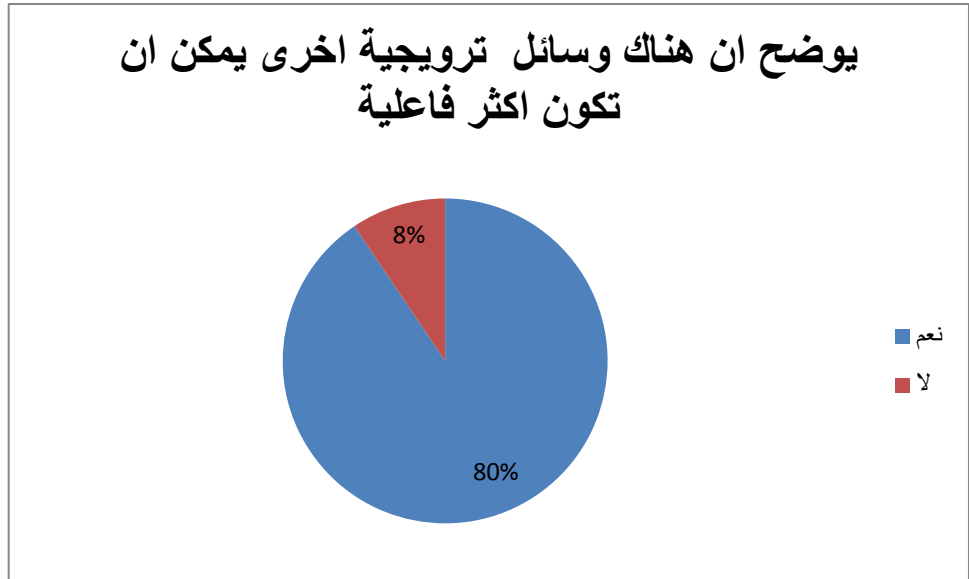
من خلال الجدول المبين لعدد المبحوثين و النسب يتضح لنا ان نسبة الاعتماد على الاذاعة استحوذت على الحصة الكبرى ب 76.66% من العدد الاجمالي تليها في المرتبة الثانية الملصقات بنسبة 61.66% ثم الملتقيات بنسبة 60% وفي الاخير ياتي التلفزيون بنسبة 46.66% .

الجدول رقم (06): هل تعتقد ان هناك وسائل ترويجية اخرى يمكن ان تكون اكثر فاعلية؟

الاجابة	التكرارات	النسبة
نعم	48	80%
لا	05	8.33%

الشكل رقم (08): يوضح ان هناك وسائل ترويجية اخرى يمكن ان تكون اكثر فاعلية

يوضح ان هناك وسائل ترويجية اخرى يمكن ان تكون اكثر فاعلية



من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

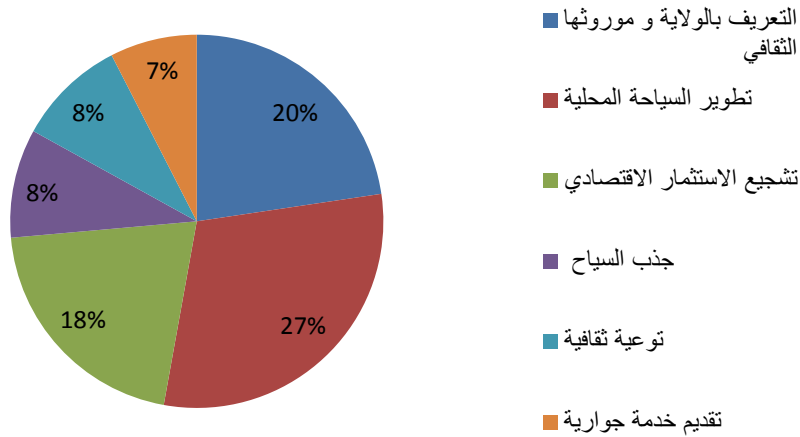
في الجدول المبين لاحظنا ان اغلب المبحوثين اجابوا بان هناك وسائل ترويجية اخرى " نعم " و ذلك بنسبة كبيرة بلغت 80% و كان الخيار الثاني " لا " بنسبة 8.33% من المبحوثين .

الجدول رقم (07) : ما الغاية من اعتماد مؤسساتكم على الترويج

العبارات	التكرارات	النسبة
التعريف بالولاية و موروثها الثقافي	12	20%
تطوير السياحة المحلية	16	26.66%
تشجيع الاستثمار الاقتصادي	11	18.33%
جذب السياح	05	8.33%
توعية ثقافية	05	8.33%
تقديم خدمة جوارية	04	6.33%

الشكل رقم (09): يوضح الغاية من اعتماد مؤسساتكم على الترويج

يوضح الغاية من اعتماد مؤسستكم على الترويج



من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

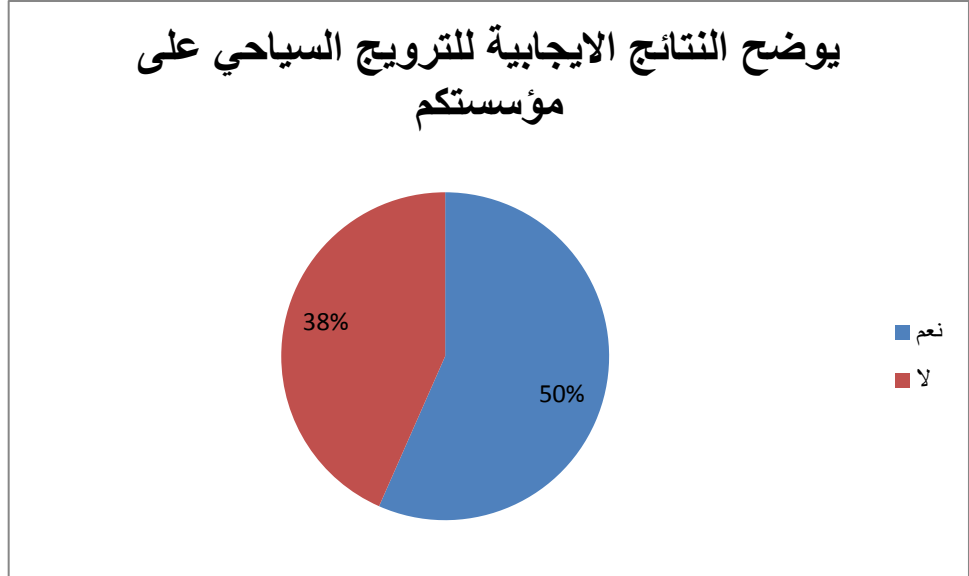
نلاحظ من خلال الجدول ان عبارة تطوير السياحة المحلية كانت لها نسبة كبيرة قدرت ب 26.66% ثم تليها عبارة التعريف بالولاية و موروثها الثقافي بنسبة 20% ثم بعدها تشجيع الاستثمار الاقتصادي بنسبة 18.33% لتأتي كل من جذب السواح و التوعية الثقافية بنسبة 8.33% و في الاخير عبارة تقديم خدمة جوارية بنسبة 6.66% .

الجدول رقم (08) : هل كان للترويج اسياحي نتائج ايجابية على مؤسستكم ؟

النسبة	التكرارات	الاجابة
50%	30	نعم
38.33%	23	لا

الشكل رقم (10): يوضح النتائج الايجابية للترويج السياحي على مؤسستكم

يوضح النتائج الايجابية للترويج السياحي على مؤسستكم



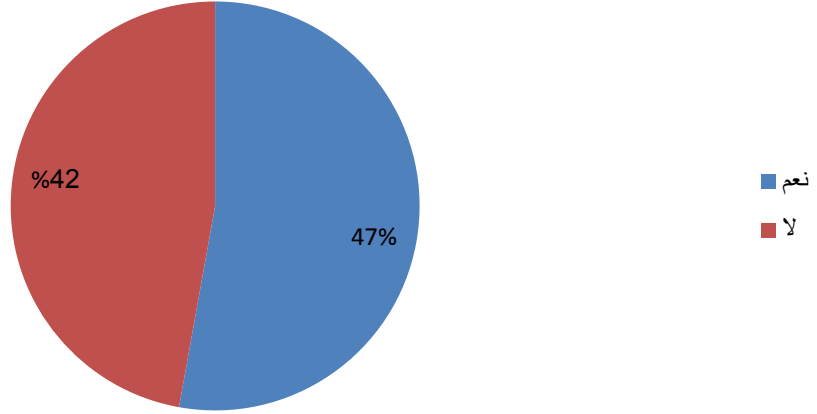
من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

في الجدول المبين لاحظنا ان اغلب المبحوثين اجابوا بان للترويج السياحي نتائج ايجابية " نعم" على المؤسسة وذلك بنسبة تقدر ب50% ثم تليها الاجابة ب " لا " بنسبة 38.33% .
الجدول رقم (09) : هل هناك تخصيص مبالغ مالية لقطاع السياحة عامة و الترويج خاصة؟

الاجابة	التكرارات	النسبة
نعم	28	46.66%
لا	25	41.66%

الشكل رقم (11): يوضح تخصيص المبالغ المالية لقطاع السياحة عامة و الترويج خاصة

يوضح تخصيص المبالغ المالية لقطاع السياحة عامة والترويج خاصة



من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الدراسة

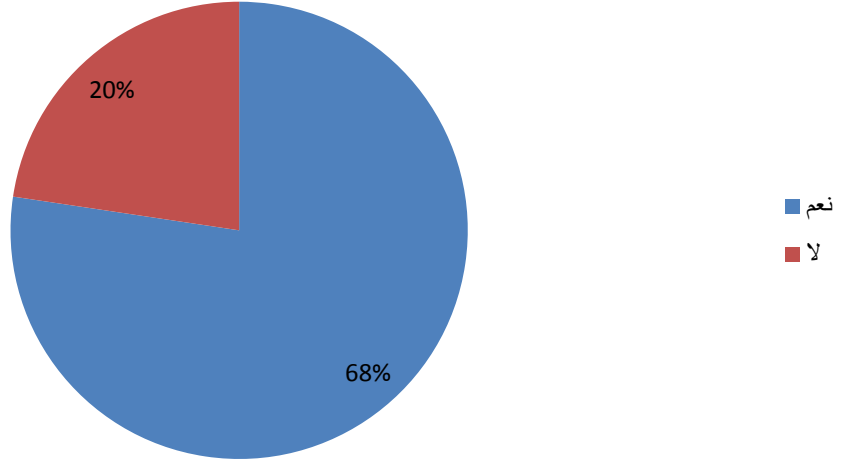
في الجدول المبين نلاحظ ان نسبة الاجابة ب " نعم " كانت اكبر قدرت ب 46.66% ثم تليها الاجابة ب " لا " بنسبة 41.66% .

الجدول رقم (10): هل يوجد تنسيق بين مؤسستكم و الجمهور الخارجي ؟

النسبة	التكرارات	
68.33%	41	نعم
20%	12	لا

الشكل رقم (12): يوضح التنسيق بين المؤسسة و الجمهور الخارجي

يوضح التنسيق بين المؤسسة و التنسيق الخارجي



من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

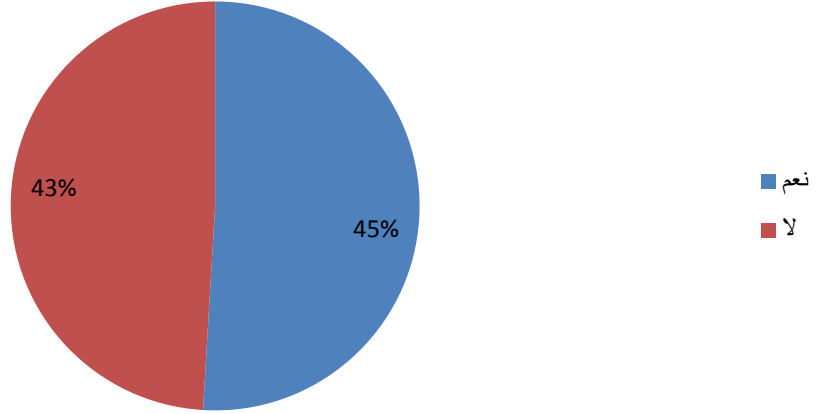
من خلال الجدول نلاحظ ان الاجابة ب " نعم " حققت اكبر نسبة قدرت ب 68.33% غير ان الاجابة ب " لا " كانت اقل نسبة 20%.

الجدول رقم (11): هل ترجعون ارتفاع او تدني نسب الاقبال المحصل عليها سنويا الى غياب الاهتمام الاعلامي او ما يسمى بالترويج السياحي ؟

الاجابة	التكرارات	النسبة
نعم	27	45%
لا	26	43.33%

الشكل رقم (13): يوضح ارتفاع او تدني نسب الاقبال المحصل عليها سنويا الى غياب الاهتمام الاعلامي او ما يسمى بالترويج السياحي

يوضح ارتفاع او تدني نسب الاقبال المحصل عليها سنويا
الى غياب الاهتمام الاعلامي



من اعداد الطالبان بالاعتماد الى نتائج الاستبيان

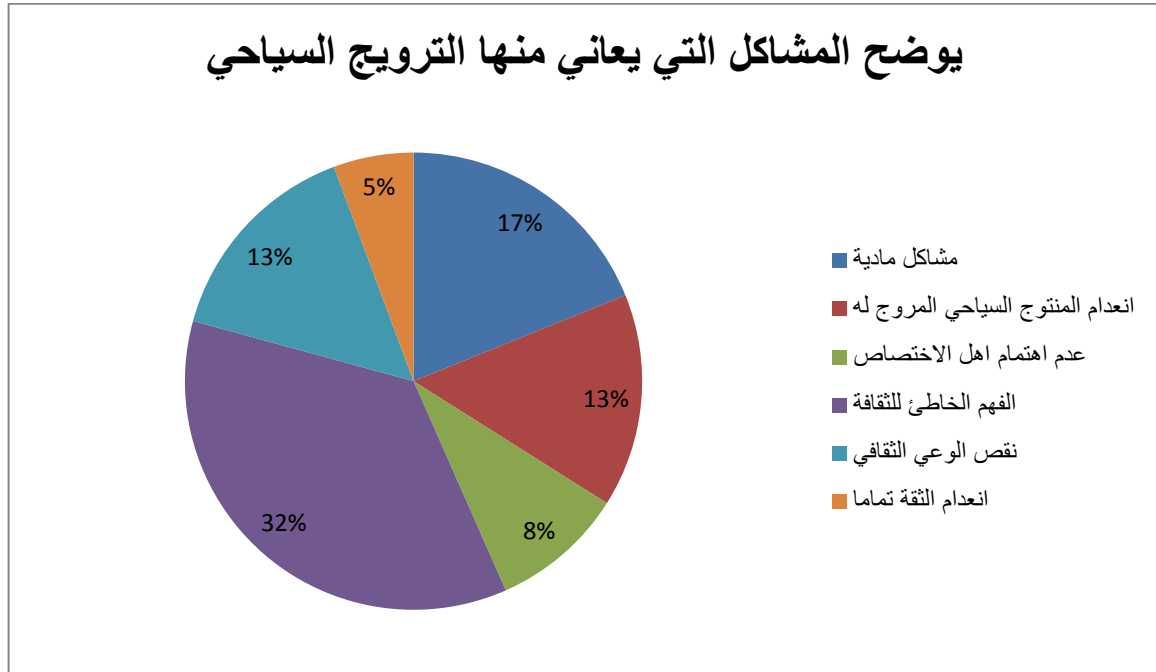
نلاحظ من خلال الجدول ان النسب المتحصل عليها متقاربة في الاجابة " نعم " و " لا " حيث كانت نسبة الاجابة ب " نعم " تقدر ب 45% اما الاجابة ب " لا " بنسبة 43.33% .

الجدول رقم(12-01): ماهي المشاكل التي يعاني منها الترويج السياحي في نظرك ؟

العبارات	التكرارات	النسبة
مشاكل مادية	10	16,66%
انعدام المنتج السياحي المروج له	08	13,33%
عدم اهتمام اهل الاختصاص	05	8,33%
الفهم الخاطى للثقافة السياحية	19	31,66%
نقص الوعي الثقافي	08	13 , 33%

5%	03	انعدام الثقة تماما
----	----	--------------------

الشكل رقم (14): يوضح المشاكل التي يعاني منها الترويج السياحي في نظرك



من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الترويج

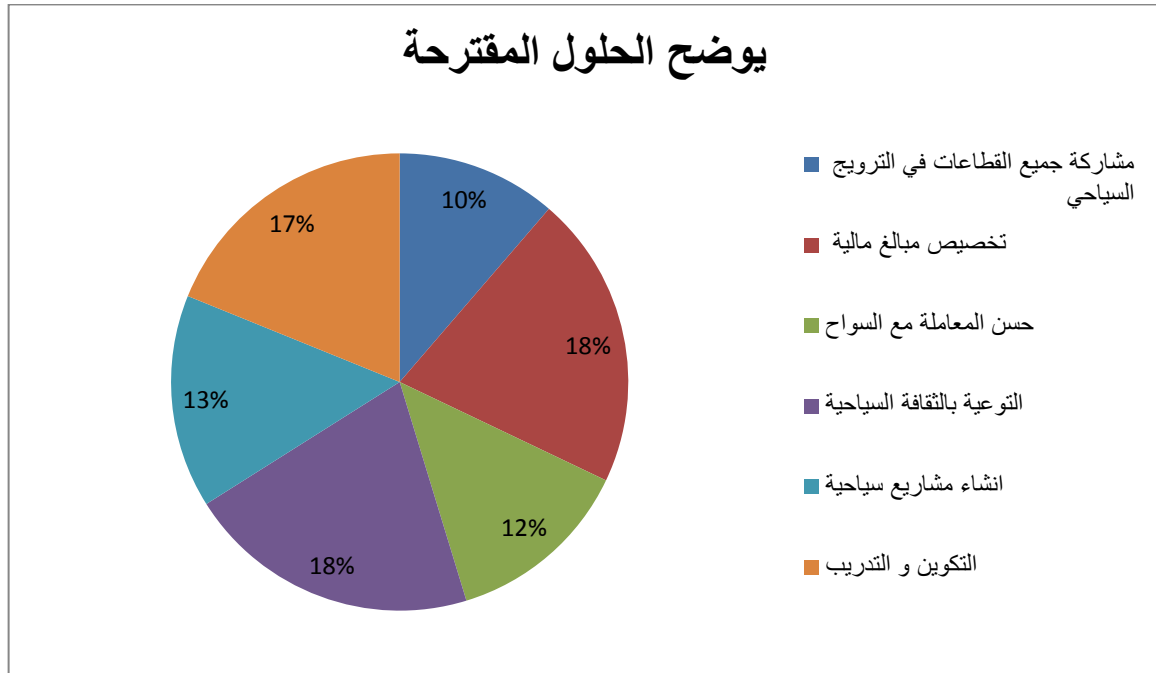
نلاحظ من خلال الجدول ان عبارة الفهم الخاطئ للثقافة السياحية حققت اكبر نسبة و ذلك ب 31,66% ثم المشاكل المادية بنسبة 16,66% لتتساوى كل من انعدام المنتج السياحي المروج له و نقص الوعي الثقافي في النسب ب 13,33%، لنجد بعدها عدم اهتمام اهل الاختصاص بنسبة 8,33% و في الاخير عبارة انعدام الثقة تماما بنسبة 5% .

الجدول رقم (12-02): ماهي الحلول المقترحة

الاجابة	التكرارات	النسب
مشاركة جميع القطاعات في الترويج السياحي	06	10%
تخصيص مبالغ مالية	11	18,33%
حسن المعاملة مع السياح	07	11,66%

18,33%	11	التوعية بالثقافة السياحية
13,33%	08	انشاء مشاريع سياحية
16,66%	10	التكوين و التدريب

الشكل رقم (02-14): يوضح الحلول المقترحة



من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من خلال الجدول ان النسب متساوية بين كل من العبارات تخصيص مبالغ مالية و التوعية بالثقافة السياحية بنسبة 18,33% ، ثم تليها التكوين و التدريب بنسبة 16,66% ، وفي الاخير مشاركة جميع القطاعات في الترويج السياحي بنسبة 10% .

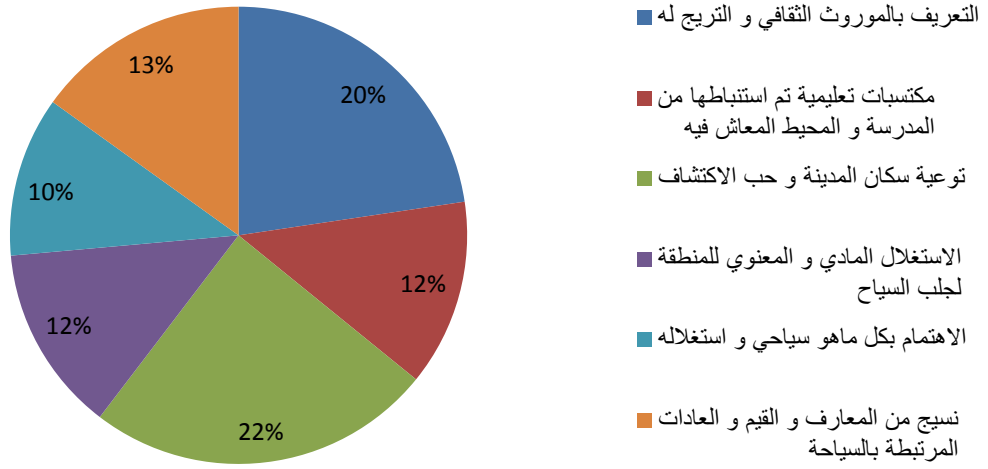
المحور الثاني : الثقافة السياحية

الجدول رقم (13): كيف تعرف الثقافة السياحية؟

النسبة	التكرارات	العبارات
20%	12	التعريف بالموروث الثقافي و الترويج لها
13,33%	08	نسيج من المعارف و القيم و العادات المرتبطة بالسياحة
11,66%	07	مكتسبات تعليمية تم استنباطها من المدرسة و المحيط المعاش فيه
21,66%	13	توعية سكان المدينة و حب الاكتشاف
11,66%	07	الاستغلال المادي و المعنوي للمنطقة لجلب السياح
10%	06	الاهتمام بكل ما هو سياحي و استغلاله

الشكل رقم (15): يوضح تعريف الثقافة السياحية

يوضح تعريف الثقافة السياحية



من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

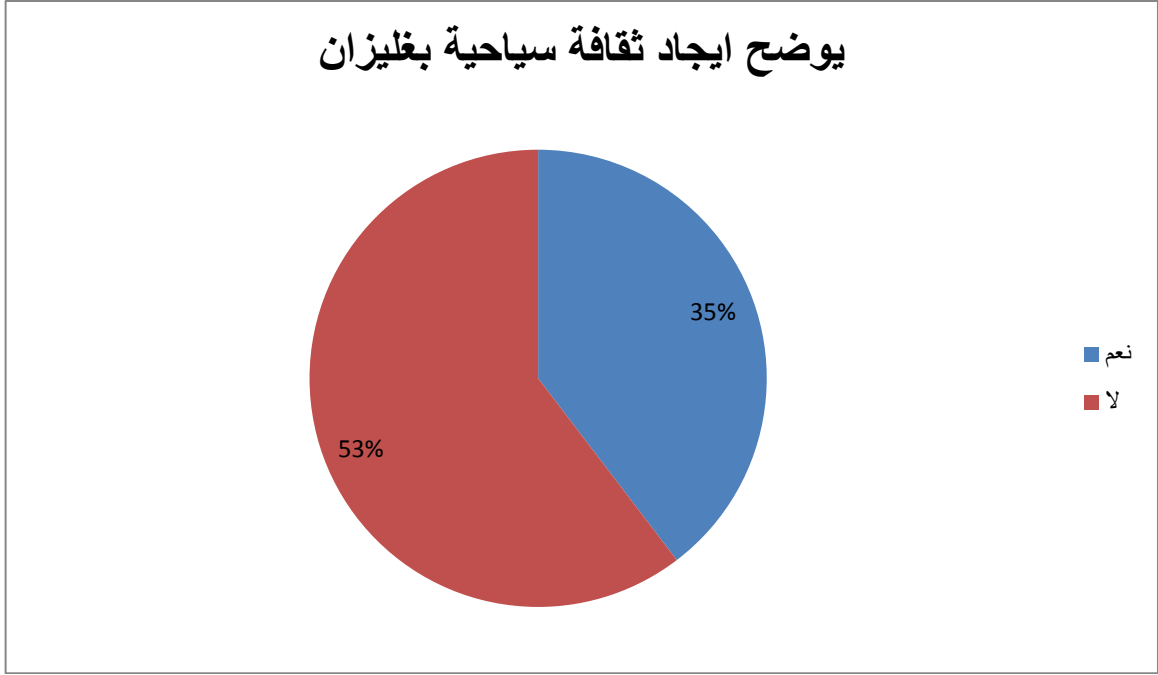
نلاحظ من خلال الجدول ان عبارة توعية سكان المدينة و حب الاكتشاف حققت نسبة اكبر قدرت ب 21,66% ثم تليها التعريف بالموروث الثقافي و الترويج له بنسبة 20% ، اما مكتسبات تعليمية تم استنباطها من المدرسة و المحيط المعاش و الاستغلال المادي و المعنوي لجلب السياح كانت بنسب متساوية قدرت ب 11,66% ثم تليها في الاخير الاهتمام بكل ماهو سياحي و استغلاله بنسبة 10%.

الجدول رقم (14): هل يوجد ثقافة سياحية في غليزان ؟

النسبة	التكرارات	الاجابة
35%	21	نعم
53,33%	32	لا

الشكل رقم(16): يوضح ايجاد ثقافة سياحية بغليزان

يوضح ايجاد ثقافة سياحية بـغليزان



من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من خلال الجدول المبين اعلاه ان نسبة الاجابة بعدم وجود ثقافة سياحية في غليزان بـ "لا" قدرت بنسبة 53,33% بـ 32 مبحوث ثم تليها 21 مبحوث بالإجابة "نعم" بنسبة 35%.

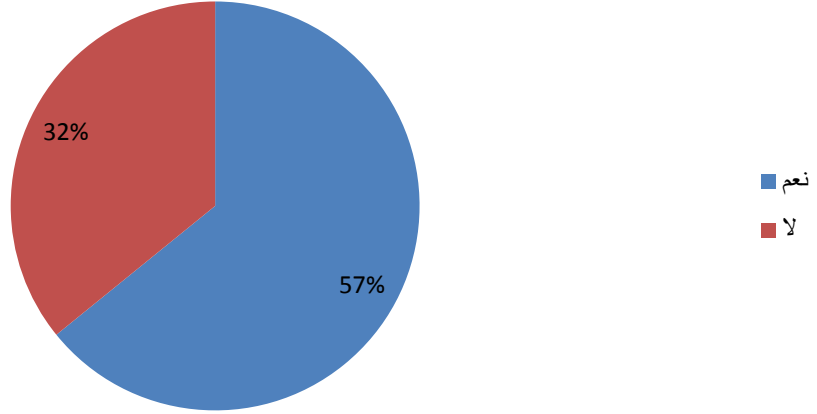
الجدول رقم(15): بصفتمكم ضمن مؤسسات القطاع السياحي هل يتجاوب الجمهور المحلي مع الخدمات التي تقدمونها ؟

الاجابة	التكرارات	النسبة
نعم	34	56,66%
لا	19	31,66%

الشكل رقم(17): يوضح تجاوب الجمهور المحلي مع الخدمات التي تقدمها مؤسسات

القطاع السياحي

يوضح تجاوب الجمهور المحلي مع الخدمات التي يقدمها القطاع السياحي



من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

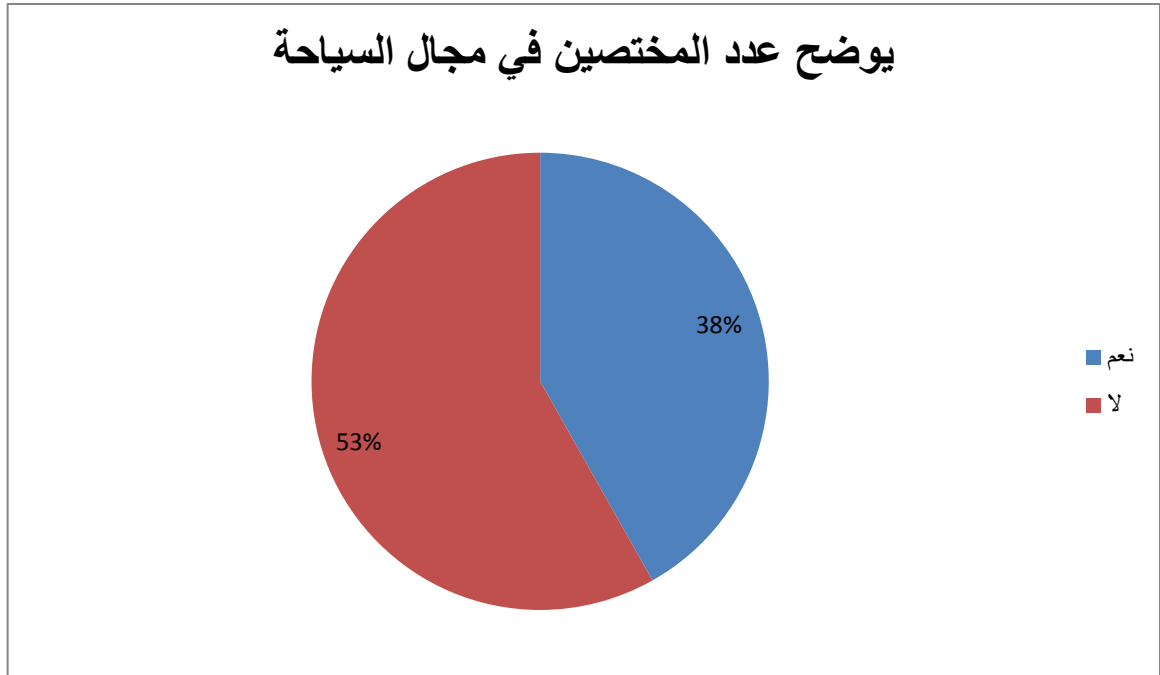
نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة تجاوب الجمهور المحلي مع الخدمات التي تقدمونها بالنسبة للقطاع السياحي " نعم " بنسبة 56,66% ثم تليها عدم تجاوب الجمهور بنسبة 31,66%.

الجدول رقم (16): هل هناك مختصين في مجال السياحة ؟

الاجابة	التكرارات	النسبة
نعم	23	38,33%
لا	32	53,33%

الشكل رقم (18): يوضح عدد المختصين في مجال السياحة

يوضح عدد المختصين في مجال السياحة



من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة المستجوبين الذين اجابوا بأنه لا يوجد مختصين في مجال

السياحة " لا" قدرت ب 53,33% اما نسبة الذين اجابوا بان هناك مختصين في مجال

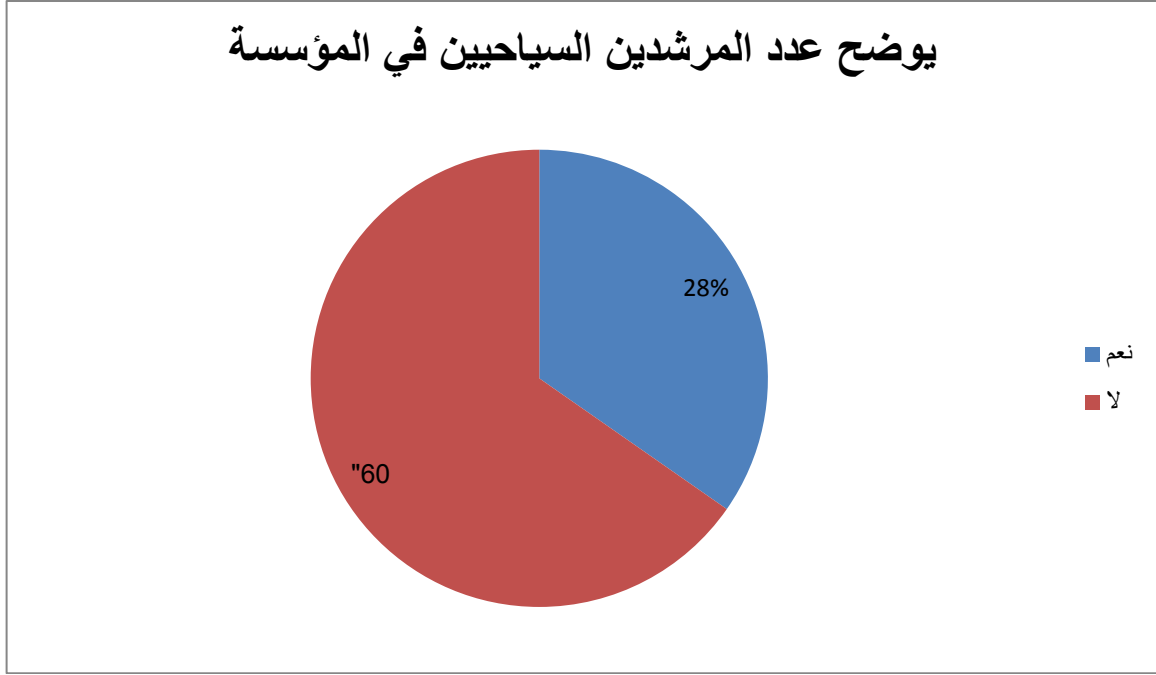
السياحة "نعم" قدرت ب 38,33%

الجدول رقم (17): هل يوجد مرشدين سياحيين ؟

الاجابة	التكرارات	النسبة
نعم	17	28,33%
لا	36	60%

الشكل رقم (19): يوضح عدد المرشدين السياحيين في المؤسسة

يوضح عدد المرشدين السياحيين في المؤسسة



من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

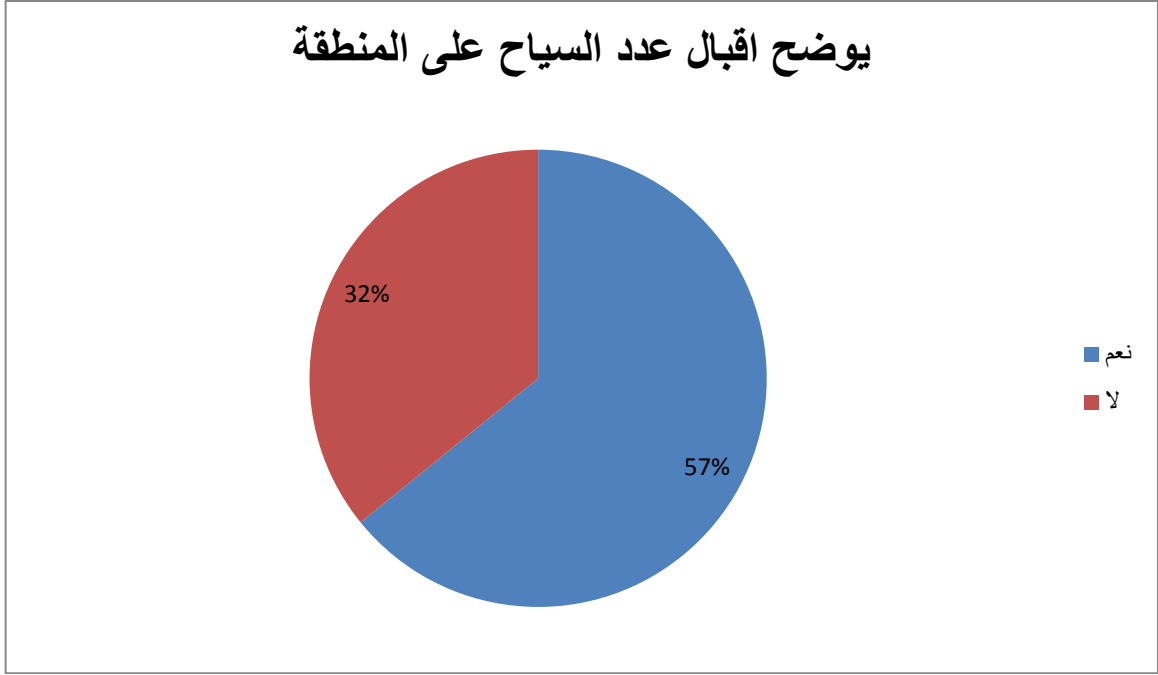
نلاحظ من خلال الجدول ان الاجابة ب "لا" استحوذت على النسبة الاكبر و التي تمثلت في 60% ثم تليها الاجابة ب "نعم" بأقل نسبة قدرت ب 28,33%.

الجدول رقم (18): هل هناك اقبال للسياح على المنطقة ؟

الاجابة	التكرارات	النسبة
نعم	34	56,66%
لا	19	31,66%

الشكل رقم (20): يوضح اقبال عدد السياح على المنطقة

يوضح اقبال عدد السياح على المنطقة



من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من خلال الجدول ان عدد المستجوبين ب "نعم" بنسبة اكبر قدرت ب 56,66%

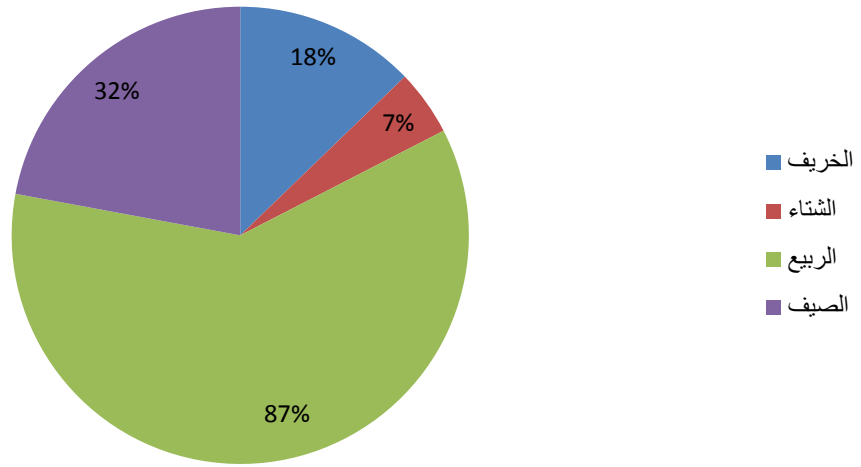
لتأتي بعدها نسبة المستجوبين ب " لا" بنسبة قدرت ب 31,66% .

الجدول رقم (16): في رايك ماهي المواسم التي يكون فيها القطاع السياحي اكثر نشاطا ؟

العبارات	التكرارات	النسبة
الخريف	11	18,33%
الشتاء	04	6,66%
الربيع	52	86,66%
الصيف	19	31,66%

الشكل رقم(21): يوضح المواسم الاكثر نشاطا في القطاع السياحي

يوضح المواسم الأكثر نشاطا في القطاع السياحي بالمنطقة



من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

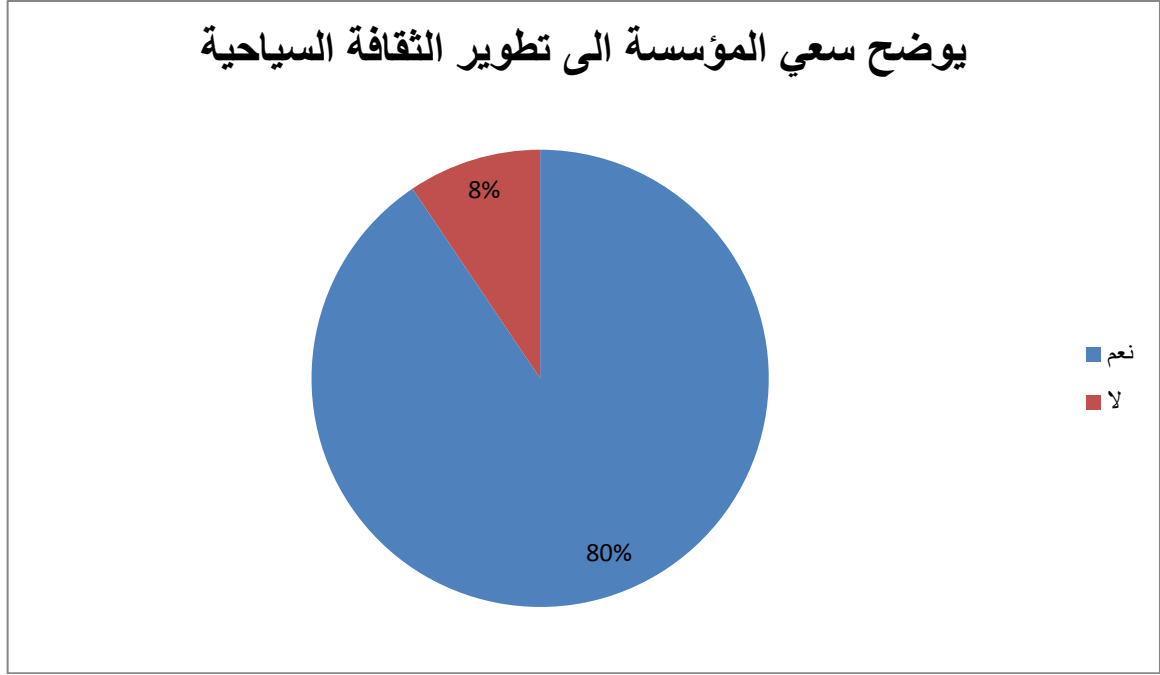
نلاحظ من خلال الجدول المسجل علاه ان نسبة اقبال السياح على المنطقة يكون في فصل الربيع و ذلك بنسبة اكبر قدرت ب 86,66% ليليها فصل الصيف بنسبة ليليها فصل الصيف بنسبة 31,66% ثم الخريف بنسبة 18,33% لنجد نسبة اقبال السواح في فصل الشتاء ضعيفة جدا بنسبة 6,66%.

الجدول رقم (20): هل تسعى مؤسستكم الى تطوير الثقافة السياحية بالولاية ؟

الاجابة	التكرارات	النسبة
نعم	48	80%
لا	5	8,33%

الشكل رقم (22): يوضح سعي المؤسسة في تطوير الثقافة السياحية بالولاية ؟

يوضح سعي المؤسسة الى تطوير الثقافة السياحية



من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

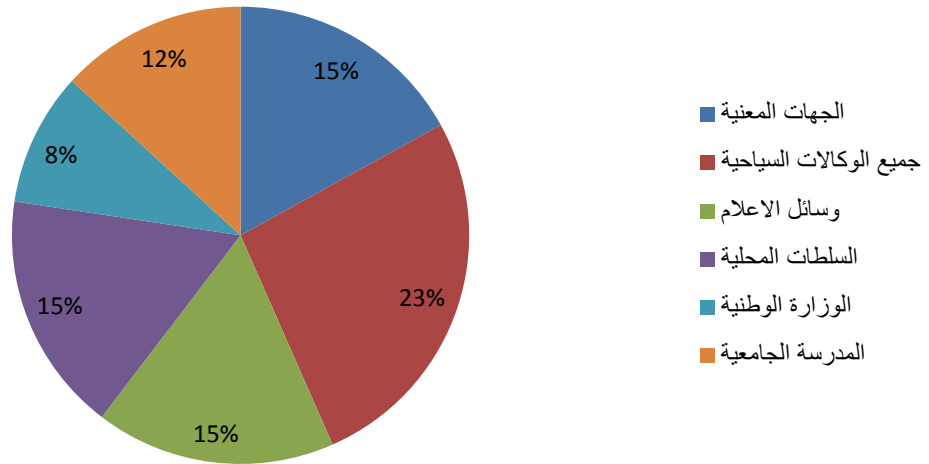
نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة الاجابة "نعم" كانت الاكبر قدرت بـ 80% لتأتي بعدها الاجابة بـ "لا" بنسبة ضعيفة جدا قدرت بـ 8,33% .

الجدول رقم (21): برأيك من يتحمل مسؤولية نشر الثقافة السياحية بالولاية ؟

العبارات	التكرارات	النسبة
الجهات المعنية	09	15%
جميع الوكالات السياحية	14	23,33%
وسائل الاعلام	09	15%
السلطات المحلية	09	15%
الوزارة الوطنية	05	8,33%
المدرسة الجامعية	07	11,66%

الشكل رقم (23): يوضح من يتحمل مسؤولية نشر الثقافة السياحية بالولاية

يوضح من يتحمل مسؤولية نشر الثقافة السياحية بالولاية



من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

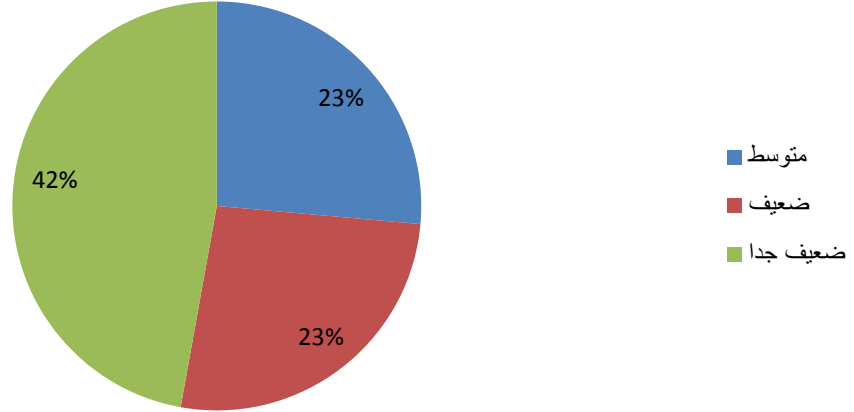
نلاحظ من خلال الجدول ان الاجابة على من يتحمل مسؤولية نشر الثقافة السياحية بالولاية هي جميع الوكالات السياحية كانت بنسبة اكبر قدرت ب 23,33% لتأتي بعدها كل من العبارات الجهات المعنية ووسائل الاعلام ، السلطات المحلية بنسب متساوية قدرت ب 15% ثم المدرسة الجامعية بنسبة 11,66% و في الاخير الوزارة الوطنية بنسبة 8,33% .

الجدول رقم (22): كيف تقيم واقع الثقافة السياحية في غليزان مقارنة بالولايات الاخرى ؟

العبارات	التكرارات	النسبة
متوسط	14	23,33%
ضعيف	14	23,33%
ضعيف جدا	25	41,66%

الشكل رقم(24): يوضح تقييم واقع السياحة في غليزان مقارنة بالولايات الاخرى

يوضح واقع الثقافة السياحية في غليزان مقارنة بالولايات الأخرى



من اعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

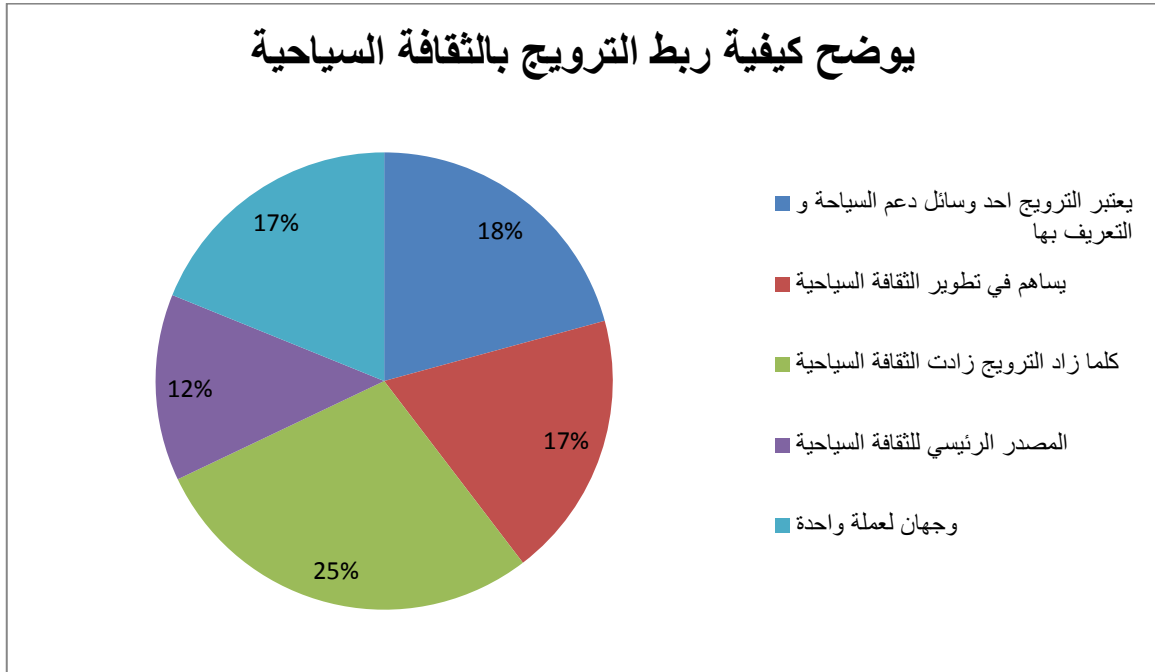
نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة المستجوبين في تقييمهم لواقع الثقافة السياحية في غليزان مقارنة بالولايات الأخرى بعبارة " ضعيفة جدا " بأكبر نسبة قدرت ب 41,66% ، ثم تليها كل من " متوسط " و "ضعيف" بنسبة متساوية قدرت ب 23,33% .

المحور الثالث : اليات الترويج للثقافة السياحية

الجدول رقم (23): كمؤسسة سياحية كيف يمكنكم ربط الترويج بالثقافة السياحية ؟

النسبة	التكرارات	العبارات
18,33%	11	يعتبر الترويج احد وسائل دعم السياحة و التعريف بها
16,66%	10	يساهم في تطوير الثقافة السياحية
25%	15	كلما زاد الترويج زادت الثقافة السياحية
11,66%	07	المصدر الرئيسي للثقافة السياحية
16,66%	10	وجهان لعملة واحدة

الشكل رقم (25): توضيح كيفية ربط الترويج بالثقافة السياحية



من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

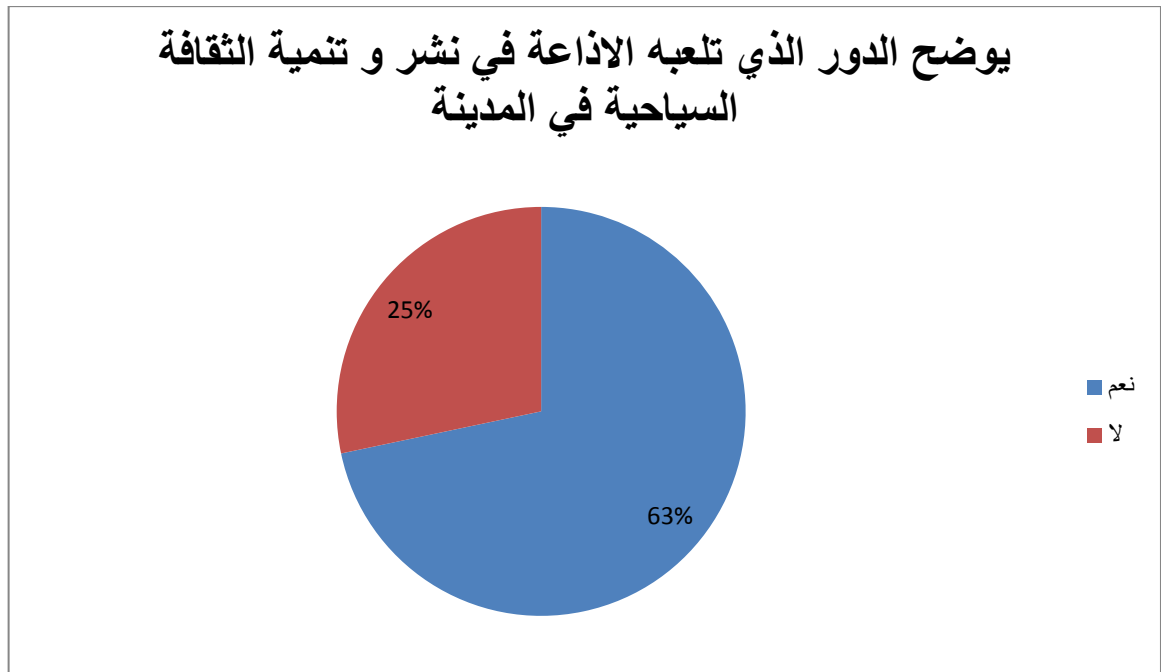
نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة المستجوبين الذين اجابوا عن السؤال التي كانت بعبارة " كلما زاد الترويج زادت الثقافة السياحية بنسبة اكبر قدرت ب 25% ، تأتي بعدها عبارة "

يعتبر الترويج احدو وسائل الاعلام لدعم السياحة و التعريف بها بنسبة %18,33 ثم تليها كل من العبارتين "يساهم في تطوير الثقافة السياحية " ، " وجهان لعملة واحدة بنسبة %16,66 ، ثم نجد في الاخير عبارة " المصدر الرئيسي للثقافة السياحية " بنسبة %11,66.

الجدول رقم (24) : هل الاذاعة تلعب الدور الرئيسي في نشر و تنمية الثقافة السياحية في المدينة ؟

الاجابة	التكرارات	النسبة
نعم	38	63, 33%
لا	15	25%

الشكل رقم (26): يوضح الدور الذي تلعبه الاذاعة في نشر و تنمية الثقافة السياحية في المدينة



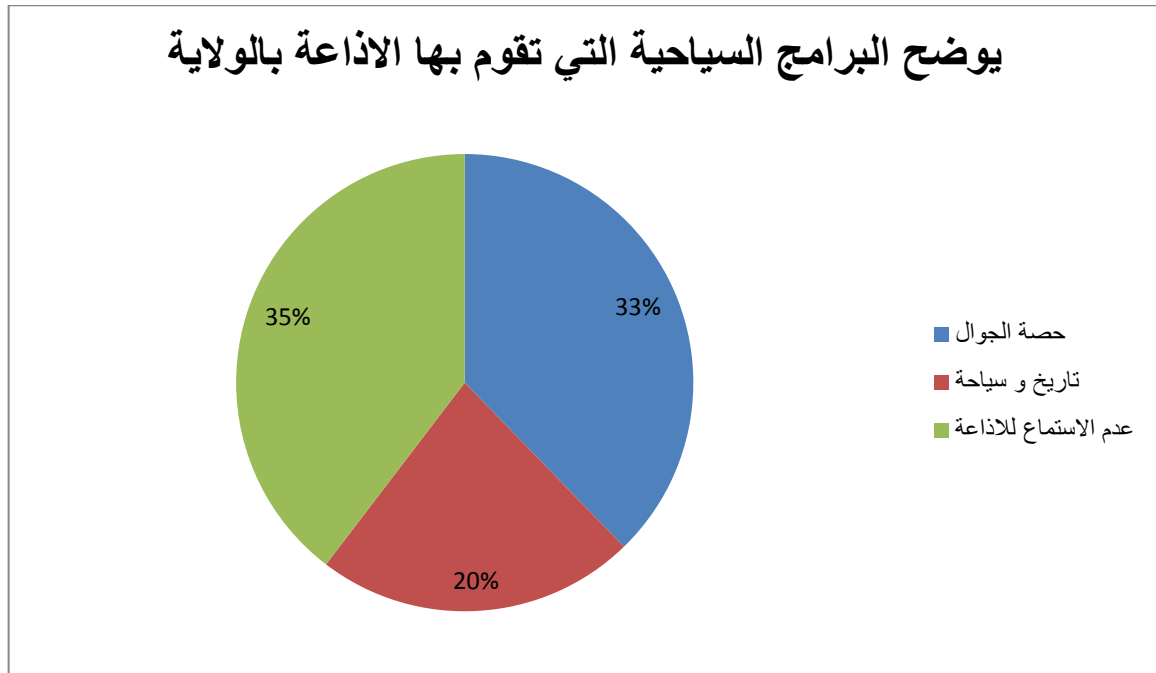
من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من خلال الجدول ان عدد المستجوبين الذين اجابوا ب " نعم " الاذاعة التي تلعب في نشر و تنمية الثقافة السياحية في المدينة بنسبة اكبر قدرت ب63,33% ، اما نسبة الاجابة ب "لا " قدرت ب25% .

الجدول رقم (01-25): ماهي البرامج السياحية التي تقوم بها الاذاعة بالولاية ؟

العبارات	التكرارات	النسبة
حصة الجوال	20	33,33%
تاريخ و سياحة	12	20%
عدم الاستماع للاذاعة	21	35%

الشكل رقم (01-27): يوضح البرامج السياحية التي تقوم بها الاذاعة بالولاية



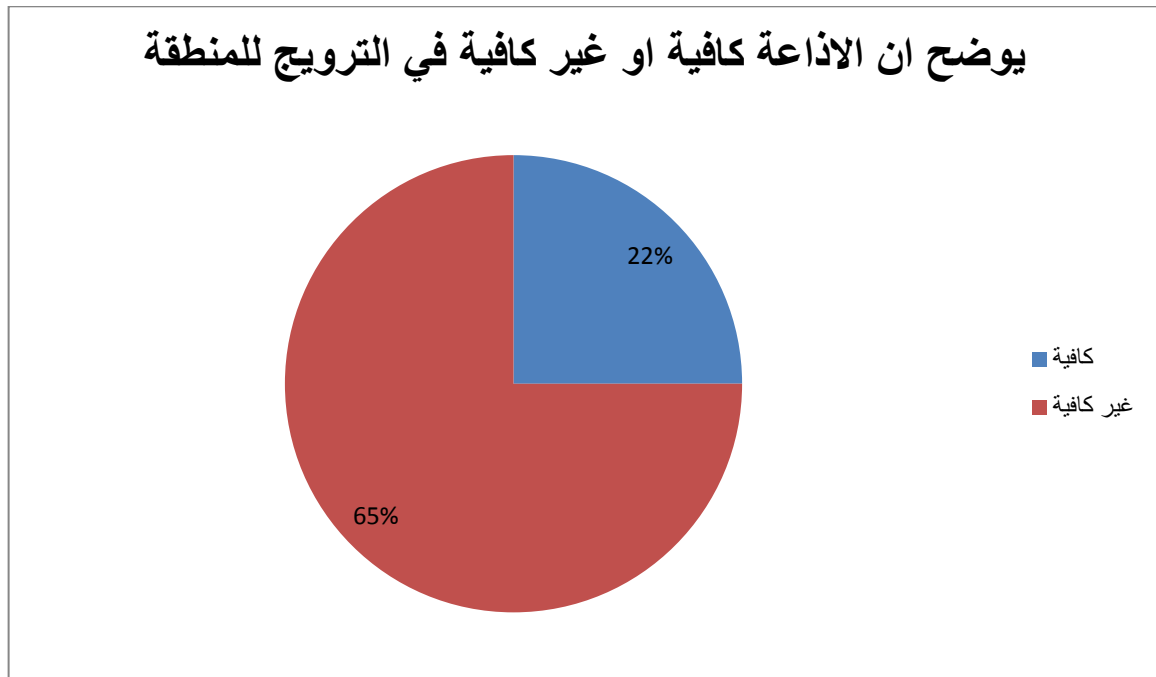
من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من الجدول ان نسبة المستجوبين الذين لا يستمعون الى الاذاعة كانت اكبر قدرت ب35% ، ثم تأتي الاستماع لحصة الجوال بنسبة 33,33% ، ثم تليها حصة تاريخ و سياحة بنسبة 20% .

الجدول رقم (02-26): هل هي كافية في الترويج للمنطقة ؟

العبارات	التكرارات	النسبة
كافية	13	21,66%
غير كافية	39	65%

الشكل رقم (02-28): يوضح بان الاذاعة كافية او غير كافية في الترويج للمنطقة



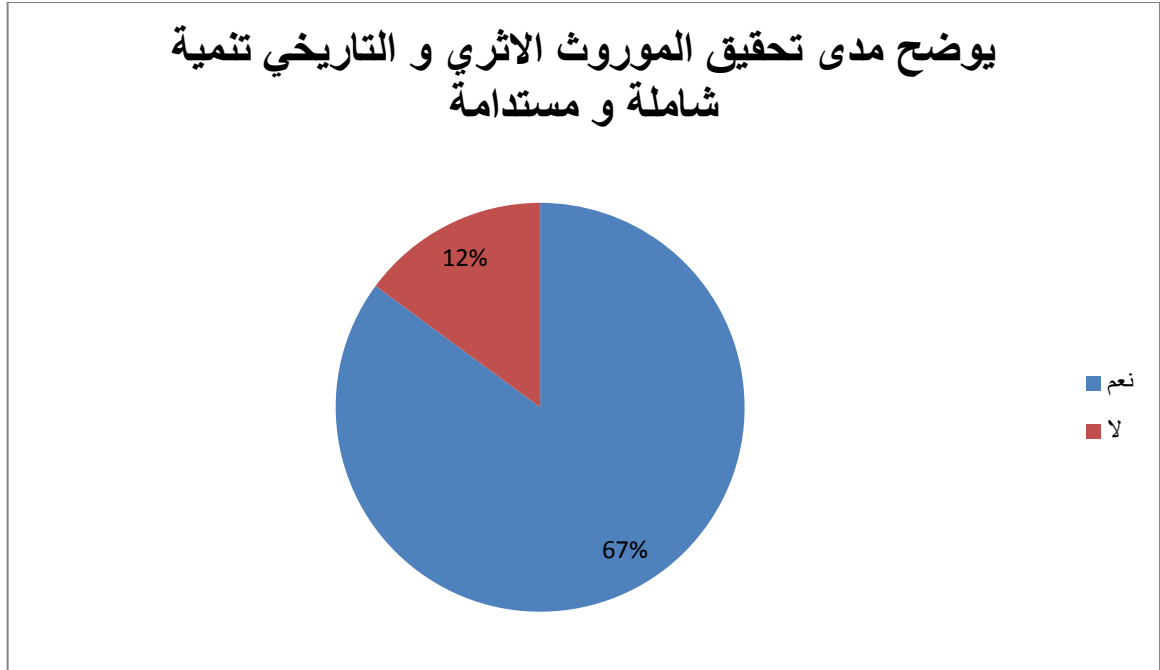
من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة الاجابة بان الاذاعة غير كافية في الترويج للمنطقة اكبر قدرت ب 65% لتأتي بعدها الاجابة بأنها كافية في الترويج للمنطقة بنسبة 21,66%.

الجدول رقم (27): ان للموروث الاثري و التاريخي دور في احداث المسار السياحي فهل يمكن ان يحقق تنمية شاملة و مستدامة ؟

الاجابة	التكرارات	النسبة
نعم	40	66,66%
لا	07	11,66%

الشكل رقم (29): يوضح مدى تحقيق الموروث الاثري و التاريخي تنمية شاملة و مستدامة



من اعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من خلال الجدول ان الاجابة ب " نعم " كانت لها الحصة الكبرى بنسبة 66,66% اما الاجابة ب "لا" فكانت بنسبة اقل قدرت ب 11,66% .

المبحث 02 : تحليل ومناقشة نتائج الاستمارة

المحور الاول : الترويج

س : هل تعتمد مؤسستكم على الترويج السياحي ؟

بينت النتائج التي تم تسجيلها من خلال اجابات المبحوثين فيما يخص هل تعتمد مؤسستكم على الترويج السياحي ان نسبة المبحوثين الذين اجابوا ب " نعم " ان هناك اعتماد لمؤسستهم على الترويج السياحي بلغت %66.66 ثم تليها الاجابة ب " لا " بنسبة %21.66 وهذا يدل على ان المؤسسات السياحية تعتمد بشكل كبير على الترويج السياحي وهذا واضح من خلال الفارق الكبير في النسب .

س : ماهية الوسيلة التي تركزون عليها في مجال الترويج السياحي :

بينت النتائج التي تم تسجيلها من خلال اجابات المبحوثين فيما يخص ماهي الوسيلة التي تركزون عليها في مجال الترويج السياحي ان نسبة المبحوثين الذين عن طريق الاذاعة بلغت %76,66 ثم تليها الملصقات بنسبة %61,66 بينما باقي النسب كانت كالتالي %46,66 و %60 وهذا يدل على انه بالرغم من التكنولوجيا و الوسائل الاتصالية المتوفرة فان هناك تقصير في استخدامها و تنشيطها في المجال السياحي لما تملكه من مميزات السرعة و الانتشار و السهولة في التواصل مع السياح في اي وقت و في اي مكان و التخلي عن الاعتماد بشكل كبير عن الاذاعة التي تساهم بقدر واضح في تنشيط السياحة .

س : هل ترجعون ارتفاع او تدني نسب الاقبال المحصل عليها سنويا الى غياب الاهتمام الاعلامي او ما يسمى بالترويج السياحي ؟

تبين لنا من خلال هذا السؤال النتائج التالية ان هناك تقارب في النسب الا ان الاجابة ب"نعم " استحوذت على الحصة الكبرى التي قدرت ب %45 ، لتليها الاجابة ب"لا" بنسبة %43,33 و هذا يدل على ان وسائل الاعلام لا تولي اهتمام كبير بالترويج السياحي في المنطقة و هذا واضح من خلال النتائج المحصل عليها .

س: ماهي المشاكل التي يعاني منها الترويج السياحي في نظرك ؟

وقد تبين لنا من خلال هذا السؤال النتائج التالية و هي ان اكبر عدد من المبحوثين انحصرت ارائهم في " الفهم الخاطى للثقافة السياحية " و ذلك بنسبة %31,66 لتليها "

مشاكل مادية " بنسبة %16,66 بينما باقي النسب كانت كالتالي %13,33 و %8,33 و %5 وهذا دليل لتكوّن فكرة سلبية في ذهن السائح المحلي خاصة و الخارجي عامة حول السياحة في المنطقة .

الفرضية الاولى :

يمكن ان تكون ولاية غليزان منطقة سياحية لما تملكه من مؤهلات ثقافية سياحية و هذا في حالة ما اذا تم اشتراك كل وسائل الاعلام و الاتصال و التكنولوجيات الحديثة الواسعة الانتشار و توسيع حجم التدفق المعلوماتي الذي يتلقاه السائح في سبيل تعريفه بالولاية و مؤهلاتها .

المحور الثاني :الثقافة السياحية

س : هل يوجد ثقافة سياحية في غليزان ؟

وقد بينت النتائج المحصل عليها على انه لا يوجد ثقافة سياحية بغليزان و التي قدرت بنسبة %53,33 و هذا دليل على عدم الاهتمام بالمجال السياحي عامة و الثقافة السياحية خاصة بالولاية و هذا يوضح عدم وجود نظرة مستقبلية لجعل الولاية منطقة سياحية .

س : بصفتكم ضمن مؤسسات القطاع السياحي هل يتجاوب الجمهور المحلي مع الخدمات التي تقدمونها ؟

وقد تبين لنا من خلال هذا السؤال النتائج التالية و هي ان اكبر عدد من المبحوثين التي كانت اغلب اجاباتهم " نعم " بنسبة بلغت %56,66 و هذا دليل على تفاعل الجمهور المحلي مع الخدمات السياحية التي يقدمها القطاع السياحية وما توليه المؤسسات السياحية من اهتمام كبير بالسياح و هذا واضح من خلال الفارق الكبير في النتائج المتحصل عليها .

س: هل هناك مختصين في مجال السياحة ؟

وقد بينت النتائج المحصل عليها من هذا السؤال ان نسبة " عدم وجود مختصين سياحيين " استحوذت على الحصة الكبرى بنسبة %53,33 و هذا دليل على نقص السياحة بالولاية " غليزان " و عدم اللامبالاة من قبل المسؤولين على هذا القطاع .

س: برأيك من يتحمل مسؤولية نشر ثقافة السياحة بالولاية ؟

من خلال ما لاحظناه من اجابات المبحوثين بان عبارة " جميع الوكالات السياحية " هي من تتحمل المسؤولية في نشر الثقافة السياحية بنسبة اكبر قدرت ب %23,33 لتليها كل من " الجهات المعنية " و "وسائل الاعلام " و " السلطات المحلية " بنسب متساوية قدرت ب %15 ، و هذا دليل على عدم وجود ناشطين بالقطاع السياحي في الولاية و عدم اللامبالاة بالنسبة لكل من الوكالات السياحية ووسائل الاعلام و المدرسة الجامعية و هذا وفقا للنتائج المبينة .

الفرضية الثانية :

القائم بالاتصال له دور رئيسي في الترويج للثقافة السياحية و ذلك بتنشيط المؤسسات لخدماتها الترويجية السياحية و مساهمتها في التوعية الثقافية و هذا وفقا للأهداف المخطط لها و ذلك للتأثير على السياح ومنه فالافتراض هذا مؤكد حسب الدراسة الميدانية .

المحور الثالث : اليات الترويج للثقافة السياحية

س : ان للموروث الاثري و التاريخي دور في احداث المسار السياحي فهل يمكن ان يحقق تنمية شاملة ومستدامة ؟

تبين النتائج المتحصل عليها من الدراسة ان الموروث الاثري و التاريخي يمكنه ان يحقق تنمية شاملة و مستدامة و ذلك بنسبة بلغت %66.66 و هذا راجع لى القيمة التي تملكها المعالم الاثرية و الدور الذي تلعبه في تطوير السياحة و جعل غليزان وجهة سياحية .

الفرضية الثالثة:

تزرخ غليزان بمعالم اثرية قديمة تنفرد ضمن قطب الامتياز السياحي في تطوير السياحة و مساهمتها في تحويل الولاية الى التفتح على الحداثة و التنمية و هذا من خلال مباشرتها بتجسيد العديد من المشاريع السياحية الثقافية الاقتصادية استجابة لطموح زوارها .

خلاصة الفصل:

من خلال ماترقنا اليه في البحث الميداني الذي قادننا الى دراسة استببنا نية من خلال الاستمارة و النتائج المحصل عليها تبين لنا ان الترويج للثقافة السياحية من خلال المعالم الاثرية بغليزان محل الدراسة ولا تعتمد المؤسسات السياحية بشكل كافي على كل الوسائل الترويجية خلال عملها مما انعكس على السياحة في المنطقة و بالتالي يجب ان يكون هناك تفعيل و توسيع العمل بالوسائل التكنولوجية الاتصالية الحديثة.

خاتمة عامة:

من خلال دراستنا للترويج للثقافة السياحية دراسة ميدانية لواقع المعالم الاثرية بولاية غليزان ، وجدنا ان لوسائل الاعلام و الاتصال اهمية كبيرة في دعم الترويج للثقافة السياحية لكنها ناقصة من حيث التنوع و غير كافية من حيث الاستخدام و لم نصل بعد الى المستوى لتفعيل الحركة السياحية و ذلك لان السياحة في غليزان تعاني اهمالا اعلاميا ، حيث ان الترويج السياحي يظهر في المواسم اي الترويج موسمي كما نلمس قلة الجرائد و المجالات المتخصصة فيما يخص واقع السياحة ، انما توجد قصاصات صغيرة تتحدث في بضع اسطر عن السياحة.

تعتبر الثقافة السياحية في غليزان ذات طابع خاص و فريد من نوعه حيث انها سياحة موسمية و دينية لأنها تتوفر على عدد كبير من الاضرحة و الزوايا التي يتم زيارتها من قبل السياح المغتربين الذين يتوافدون بكثرة في فصل الصيف وهو ما يصادف عطلة اخر السنة الدراسية و مواسم الاعداد كما يتم زيارة المعالم الاثرية مثلا (قصر كاوه ، مازونة ، قلعة بني راشد) و لا يقوم القائم بالترويج بدور رئيسي في تنشيط الثقافة السياحية و ابراز المعالم الاثرية و ذلك لنقص الاختصاص في مجال السياحة و نقص الثقافة ووعي الباحثين بالموقع الاستراتيجي لغليزان و انما يبقى دوره ثانويا وتطوعيا و الذي يتجسد في نشاط الجمعيات .

فإذا كانت وزارة السياحة تعي مسؤولياتها و مسؤوليات اخرين فان اقل ما يقال هو مشاركة وسائل الاعلام المختلفة في الترويج السياحي و ذلك بتناغم مع خطط و برامج الثقافة السياحية و حماية المعالم الاثرية من الاندثار واجبا حتميا لا هروب منه و ذلك بالقيام بمهامها طالما ان الوطن هو همنا بصفة عامة وولاية غليزان بصفة خاصة.

المراجع

قائمة الكتب باللغة العربية

- ابراهيم خليل بظاظو ، التخطيط و التسويق السياحي ، دط ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008
- ابو اسماعيل فؤاد ، الترويج ، ط 1 ، دون ناشر ، القاهرة ، 1999
- احمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ، ط 2 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2005
- احمد طاهر عبد الرحيم ، تسويق الخدمات السياحية ، ط 1 ، دار الوفاء لندنيا الطباعة و النشر ، الاسكندرية ، مصر ، 2012
- احمد علي عبد الله ، التخطيط و التنمية السياحية ، ط 1 ، امواج للطباعة و النشر و التوزيع ، 2014
- امين احمد حلمي ، "الوسائل الامنية لحماية الاثار و الاعمال اية" (الرياض دار النشر بالمركز العربي للدراسات الامنية و التدريب
- بشير عباس العلاق ، و علي محمد الربابعة ، الترويج و الاعلان التجاري ، د ط ، دار اليازوري ، 2007
- حسين عبد الوهاب رشوان ، اصول البحث العلمي ، د ط ، مؤسسة شباب الجامعة ، القاهرة ، 2003
- خالد محمد ابو شعيرة ، الثقافة و عناصرها ، ط 1 ، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع ، 1430هـ/2009م .
- هدى سيد لطيف ، السياحة النظرية و التطبيقية ، دط ، الشركة الغربية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 1994 .
- هناء حامد زهران ، الثقافة السياحية و برامج تنميتها ، ط 1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004 .

- فؤاد البكري ، الاعلام السياحي ، ط1 ، دار النهضة الشرق للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2007 .
- فؤاد عبد المنعم البكري ، التسويق السياحي والتخطيط للحملة الترويجية ، ط1 ، عالم الكتب ، القاهرة .
- عامر مصباح ، منهجية اعداد البحوث العلمية مدرسة شيكاغو ، د،ط 2006 .
- رحيم يونس كرو الغزالي ، منهج البحث العلمي ، ط1 ، دار دجلة ، عمان ، 2007 .
- رعد مجيد العاني ، الاستثمار والتسويق السياحي ، ط1 ، كنوز المعرفة للنشر والتوزيع ، عمان ، 1428 هـ / 2008 م .
- محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، ط1 ، عالم الكتب ، مصر ، 2004 .
- محمد مفلح ، اعلام من منطقة غليزان تراجم منذ القدم الى غاية القرن 19 ، مطبعة دار هومة ، 2006 .
- مدني شريف عبدالقادر ، قلعة بني راشد ، د،ط ، منشورات دار الاديب .
- مصطفى حلمي ، مناهج البحث في العلوم الانسانية ، ط1 ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، 2005 .
- مصطفى يوسف كافي ، الاعلام والاعلان السياحي ، ط1 ، دار الجامد للنشر و التوزيع ، عمان ، 1436 هـ / 2015 م .
- موريس انجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، ط2 ، دار القصة للنشر والتوزيع ، 2006 .
- وفاء زكي ابراهيم ، دور السياحة في التنمية الاجتماعية ، د ط ، مكتب الجامع الحديث ، الاسكندرية ، 2006 .

الجرائد الرسمية :

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، الجريدة الرسمية ، العدد 44 ،
12 صفر 1419هـ / 12 جوان 1998م ، باللغة العربية .

المجلات :

- مديرية السياحة و الصناعة التقليدية، الدليل السياحي ، ملتقى طرق لكنوز طبيعية ،
غليزان .

- ملتقى التحف الطبيعية ، MONOGRAPHIE TOURISTIQUE ، غليزان .

المعاجم :

- اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي ، معجم مصطلحات عصر العولمة ، ط 1 ، الدار الثقافي
للنشر، القاهرة ، 1425هـ / 2004م .

- محمد جمال الفار معجم المصطلحات الاعلامية ، د ط ، دار اسامة للنشر و
التوزيع، 2004 .

- محمد جمال الفار ، المعجم الاعلامي ، د ط ، دار اسامة و دار المشرق الثقافي للنشر و
التوزيع ، عمان ، الاردن ، 2010 .

المواقع الالكترونية :

- <https://or.wikipedia.org> ، الثلاثاء 2018/05/08 ، الساعة 18:00 .

المقابلات:

- الاستاذة ملال نصيرة ، علوم الاعلام و الاتصال ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة عبد
الحميد بن باديس – مستغانم-

- بن عيسى احمد ، موظف بمكتب مصلحو التراث الثقافي ، 2018/02/27 ، 10:00 ،
صباحا ، بمكتبه .

- جلول ، رئيس مكتب الاستثمار و التهيئة السياحية ، 2018/04/15 ، الساعة 09:00
صباحا بمكتبه .

- مليكة بن زهرة ، رئيسة مكتبة الشهيد العقون محمد -بلدية مازونة- ، 2018/04/09 ، الساعة 13:35 مساء.

المذكرات:

- العربي امينة و عامر عامر عائشة ، دور الاعلام في ترويج المنتج السياحي ، غليزان نموذجاً ، 2011 .

- زغيج سفيان ، الخريطة الاثرية لولاية غليزان من خلال المجلة الافريقية ،تخصص اثار قديمة 2012/2011.

- منى الاسلام براويك و نسرين الغضبان ، الثقافة السياحية لدى المواطن و دورها في الحفاظ على المعالم الاثرية بولاية قالمة ، جامعة باجي مختار ، عنابة.

- مواسيم رابح ورفيق يسعد سيد احمد ، دور الاذاعة في تنمية الثقافة السياحية لدى المجتمع المحلي ، مذكرة ماستير ، تخصص اتصال سياحي ، جامعة مستغانم

- نسيمة جميلي ، السياحة الثقافية و تثمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر، رسالة ماجستير -علوم الاعلام و الاتصال -

صور للمعلم الاثري قصر كاوا



مدخل للقصر



القصر من الداخل



الاسوار المتبقية من قصر كاوا

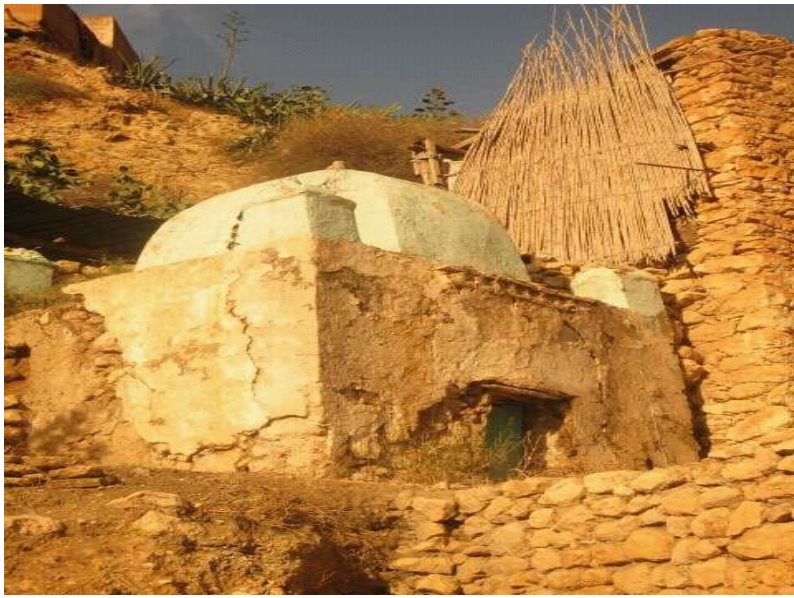
صور لقلعة بني راشد



مسجد سيدي ابراهيم التازي



القبب الموجودة بالقلعة



قبة سيدي سعادة

مغارة الكوة





مسجد سيدي بلمهل

البيوت و الاحياء القصديرية



الاسوار القديمة

