جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم

كلية العلوم الإجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الإتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإتصال السياحي موسومة بـ

تصور الأساتذة لإستراتيجيات تنمية السياحة الثقافية بمستغانم
- أساتذة جامعة مستغانم نموذجا -

إعداد الطالبان:

- داني أمين
- جماع محمد ضياء الحق

إشراف الدكتورة :

- نفوسي مرتاض لمياء

السنة الجامعية:2016-2017

بسم الله الرحمن الرحيم

كلمة شكر

أخي لن تنال العلم إلا بستة سأنبيك عن تفصيلها ببيان

ذكاء و حرص و اجتهاد وبلاغة وصحبة أستاذ و طول زمان

اللهم لك الحمد ولك الشكر على ما أمنيته علينا من فضل و علم، فالشكر لله العلي القدير.

نتقدم بكل ما تحمله كلمة شكر وعرفان من معنى للأستاذة المشرفة الدكتورة نفوسي مرتاض لمياء التي كانت سنداً لنا و عوناً في رسالتنا هذه، كما نتقدم لجزيل الشكر إلى لجنة المناقشة الموقرة.

كما لا ننسى كل من مدَ لنا يد العون و المساعدة من بعيد أو من قريب .

إلى عشاق السفر و السياحة، و إلى محبي التعارف و الانتقاء بالأفراد والشعوب و الارتباط بهما.

كلهم شكراً...

إهداء

إلى والدي الذي ربانيي على الصبر و على طلب العلم

إلى والدتي التي ربتنيي على القول الطيب والتحلي بأحسن الخلق

إلى إخوتي و أخواتي

إلى كل أصدقائي

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي.

دانيي أمين

إهداء

"الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله"

أهدي ثمرة عملي إلى الغالية الحبيبة مصدر العطف والحنان البهجة والسرور، سر وجودي وشعاع نور في درب حياتي "أمي الغالية حفظها الله.

إلى الغالي منبع ارادتي، سندي طوال حياتي قدوتي في الصبر والشجاعة، طيب القلب والقناعة، تحمل مشاق الحياة والعيش بكرامة، إلى من تعب من أجلنا فسهر الليالي حتى ننام بأمان، معلمنا ومربينا "أبي الغالي" أطال الله في عمره.

الى اخوتي حفظهم الله ورعاهم ووفقهم في مشوارهم الدراسي .

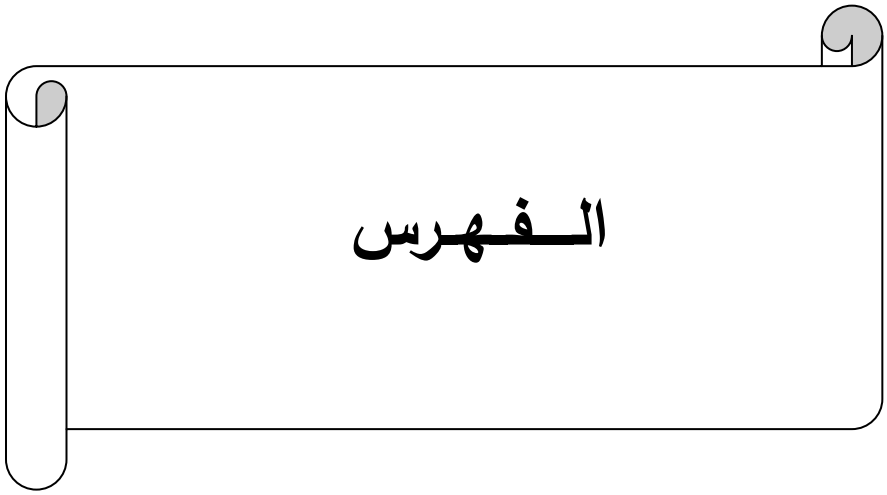
الى أخي وزميلي أمين داني وفقه الله وحفظه

الى جميع أصدقائي حفظهم الله

إلى كل من ساهم في هذه المذكرة،

إلى من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي.

جماع محمد ضياء الحق


الــفــهـرس

الفهرس

كلمة شكر

إهداء

الفهرس

الملخص

مقدمة عامة.....أ – ب – ت

الإطار المنهجي و المفاهيمي للبحث

1. الدراسة الاستطلاعية 15–16

2. الدراسات السابقة 16–20

3. أسباب اختيار الموضوع 20–21

4. أهمية الموضوع و الهدف منه 21

5. تحديد الإشكالية 21-24

6. الفرضيات 24

7. تحديد المفاهيم 25-28

8. المقاربة المنهجية 28-31

1.8 طبيعة الدراسة 28

2.8 أدوات الدراسة 29-31

9. مجتمع البحث،المعاينة و العينة 32-33

10. المقاربة النظرية 33-34

11. حدود البحث 34-35

1.11 المجال المكاني 34

2.11 المجال الزماني 35

الإطـــار النـظري

تمهيد.....37

الفصل الأول : أساسيات السياحة

تمهيد 38
1.ماهية السياحة 40-38
1.1 التعريف اللغوي للسياحة.....39-38
2.1 التعريف الاصطلاحي للسياحة.....40-39
2. دوافع السياحة ومغرياتها 46-41
1.2 دوافع السياحة 45-41
2.2 مغريات السياحة 46-45
خــلاصة 47

الفصل الثاني : السياحة الثقافية
تمهيد **.....**48
1.نبذة تاريخية عن السياحة الثقافية **.....**50 -48
2. مقومات السياحة الثقافية في مستغانم 59-50
1.2 التراث المادي .....56 -50
2.2 التراث اللامادي 59-56
.
خــلاصة 60

الفصل الثالث : استراتيجيات تنمية السياحة الثقافية
تمهيد 61
1.استراتيجيات السياحة الثقافية و التخطيط الاستراتيجي لها.....65 -61
1.1 إستراتيجيات السياحة الثقافية وأهدافها 63-61
2.1 التخطيط الاستراتيجي للسياحة،أهدافه و مراحله .....65 -63
2. التنمية السياحة الثقافية،أهدافها و مراحلها .....70 -66
1.2 أهداف التنمية السياحة الثقافية 68-66
2.2 مراحل تنمية السياحة الثقافية .....69 -68
خــلاصة 70
خــلاصة.....71

الإطـــار الـميدانـــي

بطاقة فنية لولاية مستغانم 74-73
1- خصائص العينة.....76 -74
الفصل الأول : الصورة الذهنية للأساتذة عن واقع السياحة الثقافية في مستغانم .
تمهيد 77
عرض وتحليل المقابلات .....85 -77

استنتاج 86

الفصل الثاني : معوقات تنمية السياحة الثقافية .
تمهيد 87
عرض وتحليل المقابلات 87- 97
استنتاج 98

الفصل الثالث : إستراتيجيات الحفاظ على التراث الثقافي و تنميته .
تمهيد 99
عرض وتحليل المقابلات 99-115
استنتاج 115-116

الاستنتاج العـــام 117
مقارنة نتائج الدراسة مع فرضيات البحث 118-120
خـــاتمة عـامـة ..... ث - ج
توصيات الدراسة 124

قائمة المراجع و المصادر.....125-131

قائمة الملاحق

الملخص:

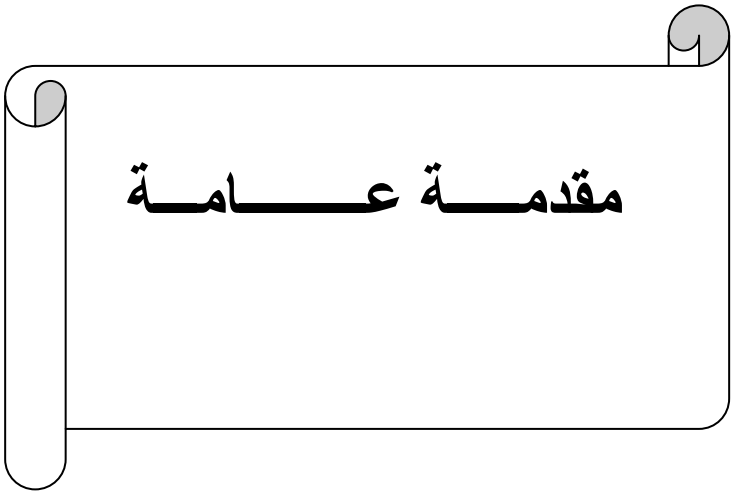
السياحة الثقافية دوراً هاما في تحقيق التنمية السياحية إن أُحسن استغلالها بعقلانية، فهي مقصد العديد من الباحثين والسواح المتعطشين للاكتشاف وحُب الإطلاع وإشباع الرغبة في المعرفة وتوسيع دائرة المعلومات الثقافية. وتتميز ولاية مستغانم بثراء موروثها الثقافي بشقيه المادي وغير المادي مِما يُخول لها أن تكون قطبًا سياحياُ بامتياز، لكن ما لمسناه في دراستنا الميدانية إهمال فادح و اللامبالاة لعناصر التراث الثقافي من طرف السلطة الوصية على السياحة من جهة،ومن طرف السكان المحليين من جهة أخرى؛ فأنتج وجهاً شاحباً و ضعيفاً للسياحة الثقافية في المنطقة ورسم بذلك تصوراً سلبياً لها.لذا استوجب ضرورة تبني استراتيجيات إستشرافية واضحة المعالم تكون مبنية على أُطر علمية قائمة على ثلاثة مستويات:قريبة،متوسطة، وبعيدة المدى، تجعل من السياحة الثقافية رافداً من روافد التنمية المستدامة،ويتأتى هذا من خلال نشر وتعزيز الوعي السياحي لدى الساكنة بإسهام وسائل الإعلام و الاتصال بشتى أنواعها و بإشراك الجامعة.

الكلمات المفتاحية : التصور ، استراتيجيات التنمية ، السياحة الثقافية ، الوعي السياحي

Summary:

Cultural tourism has a significant role in terms of the development of tourism if it used or exploited rationally, it is considered as a target for many researchers and tourists who seek for exploration, knowledge, and expand the circle of cultural information. Thus, Mostaganem's state is rich in cultural heritage in both categories; Material and intangible. The later pave the way for this city to be an ideal tourist attraction. However, what we have seen in our field study is gross neglect and carelessness for members of the cultural heritage from both;the commanding authority over tourism and the local population. As a result, this fact leads to produce a pale and weak feature of cultural tourism, also a negative perception in the region. Accordingly, the adoption of forwardlooking strategies based on scientific standardsin three levels: Close, Medium, and Far-reaching. Theses diversity of level make the cultural tourism a tributary of sustainable development tributaries, thistarget is achieved through the promotion of tourism awareness among the population with the contribution of journalism and communication in all its types, including the university.

Key terms: The **perception, Development strategies, Cultural tourism, Tourism awarenes**


مقدمـــة عـــــامــة

مقدمـة عـامـة

يحتل الحديث عن السياحة في الوقت الراهن مكانة كبيرة من قبل الباحثين باعتبارها صناعة بدأت تتطور مع مرور الوقت، خاصة في بداية القرن 21 م، حيث تؤكد الدراسات الحديثة أن ثلاث صناعات سوف تقود الاقتصاد العالمي ألا وهي : الاتصالات، تكنولوجيا المعلومات، والسياحة والسفر .

والسياحة هي نشاط ذو أهمية كبيرة له أثر مباشر على التنمية في جميع الميادين ولها تأثير على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي والثقافي، فحسب تقديرات المنظمة العالمية للسياحة OMT تعد أول قطاع بديل للمحروقات.وتعتبر الجزائر من أهم الدول التي تمتلك مخزونا تراثيا وثقافيا عريقا، على صعيد بلدان العالم العربي والإسلامي وحتى العالمي، وهو التراث الذي تراكم طيلة المراحل التاريخية التي مرّت، ناهيك عن تعاقب الحضارات عليها، من الأمازيغية والفينيقية إلى البيزنطية والرومانية وأخيرا الإسلامية، وهو ما جعل منها مِرآة عاكسة لماضيها وحاضرها ومستقبلها .

تتميز ولاية مستغانم بموقع إستراتيجي هام وزخم من المقومات الطبيعية و الثقافية جعل منها وجهة سياحية بامتياز، نظراً لثراء مورثوها الثقافي المادي وغير المادي الذي يُؤهلها لأن تكون عِماد النشاط الثقافي و السياحي في آنٍ واحد، فمستغانم تمثل عاصمة المسرح، ويُطلق عليها أيضاً عروس البحر الأبيض المتوسط ، كل هذا أكسبها مكانة مُهمة على صعيد المنتوج السياحي الوطني، وفضلاً عن ذلك منحها شهرة دولية متميّزة.فتحصلت على المرتبة الأولى عالمياً في نقاء و صفاء سواحلها وذلك في سنة 2004 ، فهي تستقطب عدداً هائلاً من السواح في الصيف، كما أن المنطقة معروفة بالسياحة الثقافية نظرا لوجود عدة أحياء قديمة كتجديت و المطمر وطبانة، بالإضافة إلى الأبواب الستة وعدة معالم أثرية ومناطق تاريخية هامة وعدة زوايا تم تصنيف البعض منها*، أضِف إلى ذلك تنوع عناصر

* انظر الملحق رقم 01.

التراث اللامادي فيها، وهنا جاءت دراستنا لإبراز التنوّع الثقافي والموزاييك الذي تتميز به مستغانم الذي من شأنه أن يُسهم في تطوير القطاع السياحي، على إعتبار أنّ السياحة الثقافية هي المُقوِم الأساسي للسياحة، وغالبا ما يكون الدّافع الأساسي لهذه السياحة هو اكتشاف الثقافة، من خلال زيارة المواقع الأثرية والمعالم التاريخية والمتاحف، والمشاركة في المعارض والمهرجانات. لذا، استوجب على السلطات المحلية بمستغانم ضرورة تبني إستراتيجيات واضحة المعالم تتوافق مع مميزات و خصائص المنطقة وثقافتها،على أن تكون هذه الآليات مبنية على أُطر علمية مدروسة تقوم على ثلاثة مستويات،قريبة، ومتوسطة وبعيدة المدى، وأن يتم التنسيق بين جميع الفاعلين الاجتماعيين و إعطاء الفرصة للدفعات المتخرجة من الجامعة صاحبة اختصاص السياحة، الفن والمسرح وأن يتم أيضا إشراك السكان المحليين في هذه المعادلة من خلال نشر وتعزيز الوعي السياحي الذي يعتبر الآلية الفعالة في تغيير بعض الذهنيات و الأفكار السلبية التي تؤثر سلباً على تدفق السواح وعودتهم مرة أخرى إلى المنطقة.وتسهم الجامعة و وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والوسائط الحديثة من خلال ذلك في تعلم وبث القيم والعادات و التقاليد و المفاهيم الجديدة لدى الساكنة فيمكنها بذلك حماية والحفاظ على التراث الثقافي الذي يمثل أحد عناصر السياحة الثقافية وجوهرها. فالوعي السياحي هو المُحصِلة النهائية للعلاقات و النتائج التي تطرحُها عملية التفاعل بين مختلف الأطراف الفاعلة في السياحة والتي تبرز في كفاءة وفاعلية كل عنصر من عناصر المنتج السياحي في تحقيق الأهداف التي وُضعت سلفاً، أبرزها تحقيق تنمية السياحية الثقافية من جهة، ثم تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية من جهة أخرى .

تتكون المذكرة من ثلاثة أطر:

أولاً إطار منهجي يضم: الدراسة الاستطلاعية، الدراسات السابقة، أسباب اختيار الموضوع، أهميته و الهدف منه، تحديد إشكالية البحث، تحديد النسقي و الإجرائي للمفاهيم، المقاربة المنهجية، مجتمع البحث، المعاينة و العينة، المقاربة النظرية، وحدود البحث.

ثم إطار نظري الذي يشمل ثلاثة فصول والمتمثلة في:أساسيات السياحة، السياحة الثقافية، وإستراتيجيات تنمية السياحة الثقافية.

و أخيراً إطار ميداني قمنا فيه بعرض وتحليل المقابلات التي تمت مع أفراد العينة، ثم قمنا بمقارنة النتائج بالفرضيات.

و في الأخير خاتمة، قائمة المراجع و المصادر فالملاحق ثم ملخص للدراسة.

الإطـار المنـهجي و المفاهيمـي للبحث

1. الدراسة الاستطلاعية:

تمثل الدراسات الاستطلاعية اللبنة الأولى للدراسة الميدانية كما تعتبر من المراحل المهمة في البحوث للكشف عن حيثيات الظاهرة المراد دراستها والتعمق في المشكلة وتحديد أبعادها، واستوجب علينا في هذه الدراسة تجميع بعض المعطيات قبل النزول إلى الميدان وتشمل هذه المرحلة عمليات القراءة، المقابلات الاستطلاعية يتم من خلالها تجريب التقنية المتبناة بتعديل محتواها مِما يُقرب الباحث من عينة بحثه،وتحديد الإشكالية والفرضيات بشكل أدق، وتحديد المفاهيم والمتغيرات الأساسية[1]، كما تمكِننا الدراسة الاستطلاعية من التعرف على الدراسات السابقة.

ونحن بصدد بحثنا هذا قمنا بدراسة استطلاعية في جامعة بمستغانم حول موضوع :

تصور الأساتذة لإستراتيجيات تنمية السياحة الثقافية في مستغانم

فقمنا في الدراسة الاستطلاعية بتوجيه سؤال انطلاقة للأساتذة و المتمثل في :

ما هي التصورات التي تحملونها عن السياحة الثقافية ؟ و هل في تصوركم نجحت الإستراتجيات المتبناة في الحفاظ على هذه السياحة و تطويرها و تنميتها ؟

و كانت النتائج الدراسة الاستطلاعية كالأتي :

تمكنا من تحديد دقيق لمفهوم للسياحة الثقافية و هو التراث الثقافي بشقيه المادي و غير المادي حتى نتفادى اللبس في الإجابات من طرف المبحوثين، والخلط بين مفهومي السياحة الثقافية الذي هو موضوع الدراسة و مفهوم الثقافة السياحية .

وتوصلنا إلى نتيجة مفادها أن هناك إهمال فادح للأماكن التاريخية والحضارية والمعالم الأثرية حيث أرجع مُعظم الأساتذة هذه المسألة إلى عدم وجود وعي سياحي لدى الأشخاص بأهمية السياحة الثقافية.

[1] Raymond Quivy,LueVan Campenhoudt, **Manuel de recherche en science sociales** ,Paris,Dunod,1995,p.41

– كما يتصور بعض الأساتذة أن الإستراتجيات المتبناة لم تحدد آليات المحافظة على السياحة الثقافية.لذا، يجب فتح مجالات واسعة للدراسة في مجال السياحة و تكوين إطارات في هذا الاختصاص.

– وتوصلنا في الدراسة الاستطلاعية إلى أن هناك عزوف عن زيارة المتاحف إلى حد كبير من طرف الأفراد خاصة تلاميذ المدارس.

– أنه يمكن للجامعة أن تلعب دورا هاما في تكوين مختصين في المجال السياحي، وإسهام الأساتذة الجامعيين في نشر وتعزيز الوعي السياحي لدى الساكنة، والذي يحقق بدوره تنمية سياحية ثقافية، ويظهر هذا خاصة في وجود تخصص الإتصال السياحي على مستوى جامعة مستغانم ولعله بادرة لتكوين كوادر مختصين في مجال السياحة.

2. الدراسات السابقة :

تشكل الدراسات السابقة مصدراً مُهماُ لجميع الدارسين و الباحثين، إذ تساعدهم في تكوين خلفيات علمية عن مواضيع دراستهم و أبحاثهم. و فيما يلي سيتم عرض ما تم الحصول عليه من دراسات التي لها علاقة بموضوع بالبحث:

1/ بوجمعة خلف الله و عمروش تومية،**السياحة الثقافية في الجزائر الإمكانيات و الإستراتجيات،** جامعة المسيلة :

و تناولت مشكلة البحث الخلل الموجود بين الإمكانيات السياحية الثقافية التي تزخر بها الجزائر الكثيرة والمتنوعة في ظل إستراتجيات و سياسات سياحية ليست بحجم و أهمية هذه المؤهلات، هذا بدوره أثر على المنتوج السياحي في الجزائر .

و كانت نتائج البحث كما يلي :

– لا توجد حُلول أو إقتراحات عملية تساهم في معالجة النقائص الذي يعاني منها قطاع السياحة الثقافية في الجزائر.

– الإستراتيجية تركز على الأرقام مثل عدد السياح المتوقع وعدد المشاريع التي ستنجز.

– عدم تجسيد أي من المشاريع السياحية الكبرى دليل على عدم نجاعة هذه الإستراتيجية.

2/ رياض محمد علي عودة السعودي، **السياحة البيئية و الأثرية في محافظة كربلاء وإستثمارها في تحقيق التنمية المستديمة**، جامعة كربلاء،2013 :

الدراسة جاءت للإهتمام بضرورة التخطيط السليم و الهادف و الرشيد للموارد المتاحة سواء الطبيعية أو البشرية إدارتها بما يمكنه أن تكون الكفاءة العالية، ومن هذه الموارد المستهدفةِ صناعة السياحة البيئية والأثرية التي أصبحت اليوم عنواناً للرقي و التقدم كونها أساساً لبقية القطاعات الأخرى ودورها المهم في جذب رؤوس الأموال و القضاء على البطالة وتحريك عجلة الإقتصاد.

وتناولت مشكلة الدراسة: ما الدور الذي تساهم فيه السياحة البيئية و الأثرية في تحقيق التنمية المستديمة في هذا القطاع ؟

نتائج الدراسة هي كالأتي:

– عدم الاهتمام من قبل وزارة السياحة و الآثار بمواقع البيئة و الأثرية.

–عدم إدلاء سياحيين في محافظة كربلاء بالمستوى المطلوب.

– ملاحظة العبث بالكثير من المواقع البيئية و الأثرية من قبل السكان.

3/ نسيمة جميل، **السياحة الثقافية وتثمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر(دراسة وصفية تحليلية لبرنامج مرحبا)**،رسالة ماجستير،كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران، 2010/2009 :

تمحورت مشكلة البحث حول: كيف صارت توظف البرامج الخاصة في التلفزيون الجزائري للمساهمة في السياحة الثقافية و تثمين للتراث، وتم أخذ برنامج مرحبا كنموذج للدراسة.

وكانت نتائج الدراسة كما يلي:

– المعلومات التي قدمت من خلال برنامج حصة "مرحبا" تناولت مُعظمها الجوانب السياحية والمعلومات عن التراث من أجل تسريع عجلة السياحة الثقافية و تثمين التراث.

– أهم المعالم التي تطرق إليها برنامج"مرحبا"هي المعالم الأثرية في الدرجة الأولى في مختلف أعداد الحصة.

– من خلال المضمون الذي قدمه برنامج "مرحبا" عن السياحة الثقافية في الجزائر تم عرض الجوانب الإيجابية لهذا القطاع دون التركيز على الجوانب السلبية التي تعاني منها السياحة الثقافية والتراث.

4/ الهيئة العليا للسياحة، **إستراتيجية تطوير قطاع الآثار والمتاحف**، الملخص التنفيذي، السعودية،2003 :

تهدف هذه الدراسة إلى وضع إستراتيجية محكمة للحفاظ على الإرث الثقافي المادي وغير المادي والعمل على تنمية السياحة الوطنية في مارس 2001 في المملكة العربية السعودية و انتهت في مارس 2002 من طرف فريق عمل من الهيئة العليا للسياحة بالتعاون مع استشاري دولي، حيث كان هدف الدراسة هو توفير إطار عمل اللازم لتحفيز تنمية السياحية وتطويرها باعتبارها قطاعا منتجا ذا منافع قيمة فيما يتصل بالتراث، وتظم هذه الخطط المبادئ و الأسس المهمة لتنمية أوجه الاستفادة من

التراث المنقول و غير المنقول و منها إحياء التراث و العادات، و دعم عملية المواقع التراثية و إعادة ترميمها و المحافظة على الحرف اليدوية و الأسواق الشعبية .

وكان الهدف من الدراسة :

- وضع برامج تنمية مستدامة ذاتِ صفات إدارية جيدة لترويج لتنمية سياحة ثقافية.
- وضع إستراتجية مُفصلة يتم تبنيها بالاستناد إلى الدراسات السابقة .
- العمل على الاستفادة من الآثار و المتاحف في التنمية الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية للمملكة.

5/ مليكة رغيب، سوسن زيرق، **دور ترميم المواقع الأثرية في ترقية السياحة الثقافية الداخلية،** رؤية مستقبلية للمسرح الروماني روسيكادا بسكيكدة :

يرى كلاهما بان الجزائر تمتلك مقومات سياحية ثقافية وحضارية هائلة المترامية هنا وهناك على مستوى ربوع الوطن جعلت من الجزائر موروثا ثقافيا كبيرا ومخزونا تراثيا واسعا بشقيه المادي وغير المادي باستحداث المناسبات الثقافية كالمهرجانات والمسرح والفرق الكشفية ...حيث تحتوي الجزائر على سبع مواقع أثرية مصنفة كتراث عالمي من طرف اليونسكو.

6/ الطريق السيار شرق غرب أتى على مواقع و مدن أثرية رومانية مهمة، حوار مريم بحشاشي للباحث والمدير السابق للمتحف الوطني للآثار لخضر درياس، جريدة النصر،الخميس 15 أكتوبر 2015 :

يرى بأن المواطن العادي له وعي ثقافي بقيمة هذه الآثار والمحافظة على التراث والإرث الثقافي أكثر من السلطات الحكومية التي خربت العديد من المدن الأثرية نتيجة لإنجاز الطريق السيار شرق غرب،ويقول بعد مرور أكثر من نصف قرن عن استقلال بلادنا، لم نقم بحفرية علمية دقيقة و كل ما

قمنا به في هذه الفترة مُجرّد حِفريات إنقاذية و إستعجالية، لا تترك للمختصين و الباحثين الوقت الكافي للتقصي و التوثيق عن هذه الأماكن التي قد تكون بها كنوز تاريخية مهمة.

كما يرى بأن الطالب الجزائري رهينة البحوث النظرية فقط وعدم احترام السلطات للقوانين التي تحافظ على الإرث الثقافي باستمرار لإنجاز المشاريع .

❖ **التعقيب على الدراسات السابقة :**

يمكن من خلال هذه الدراسات أن نستنتج مايلي :

– الجزائر تملك مقومات ثقافية متنوعة يُكمن استغلالها في تنمية السياحة .

– اللامبالاة بأهمية التراث الثقافي و الاستغلال غير العقلاني له.

–هناك خلل في الاستراتجيات المتبناة و الإمكانيات الثقافية الكثيرة في تحقيق تنمية حقيقية .

– أن السلطة لا تحترم القوانين التي تحافظ على الإرث الثقافي .

مُعظم هذه الدراسات عرضت المقومات المتنوعة التي تزخر بها الجزائر، لكنها لم تركز على الميكانيزمات التي تحدد آليات الحفاظ على السياحة الثقافية وكيف يتم تنميتها .

ومن هنا جاءت دراستنا عسى أن نقدم من خلالها بعض الحلول للمعوقات التي يعاني منها قطاع السياحة الثقافية في ولاية مستغانم، وتقديم أساليب المحافظة على الإرث الثقافي والحضاري والتراث من خلال إدامته وإعادة صيانته بتبني إستراتيجيات مُحكمة وإجراء بعض الفعاليات الترفيهية والثقافية والعمل على نشر الوعي السياحي الثقافي، و إشراك الأساتذة باعتبارهم فاعلين في رسم هذه الإستراتجيات حتى تتحقق بذلك التنمية السياحية .

3. أسباب اختيار الموضوع:

لقد تم اختيار هذا الموضوع نظراً لما لاحظناه من تخريب طال مُعظم عناصر السياحة الثقافية، نتيجة للإهمال ولا مبالاة بالتراث الثقافي بشقيه المادي و اللامادي من طرف السلطة

الوصية على السياحة من جهة، ومن طرف السكان المحليين من جهة أخرى.

ثم التعرف على أهم المعرقلات التي تقف أمام تطور الساحة الثقافية. أضف إلى ذلك عدم وجود إستراتيجيات واضحة المعالم للحفاظ وحماية عناصر السياحة الثقافية مُجسدة على أرض الواقع .

4. أهمية الموضوع والهدف منه:

السياحة الثقافية تؤدي دوراً كبيراً في تحقيق التنمية السياحية إن أُحسن استغلالها بعقلانية.فالسوق العالمية اليوم لديها مُيول لهذا النوع من السياحة، فهي مقصد العديد من الباحثين و السواح المتعطشين للاكتشاف وحُب الإطلاع، وإشباع الرغبة في المعرفة وتوسيع دائرة المعلومات الثقافية والتاريخية. فهي أيضاً تندرج ضمن الإستراتيجية التنموية والترقوية للاقتصاد الوطني والمحلي.

إن الغرض من هذا البحث هو محاولة لتحقيق الأهداف التالية :

- التوعية بضرورة تبني إستراتيجيات إستشرافية تجعل من السياحة الثقافية رافداً من روافد التنمية المستدامة، وهذا من خلال نشر وتعزيز الوعي السياحي لدى الساكنة حيث يُعتبر هذا الأخير الآلية الفعالة لتحقيق التنمية بشتى أنواعها.
- التنويه بخطورة وجود سياحة موسمية فحسب لا تكون فاعلة إلا في مناسبات خاصة ولا تسهم في عجلة التنمية المحلية على مدار السنة.
- توضيح أهمية السياحة الثقافية كلبنة أساسية للدفع بوتيرة التنمية المحلية.

5. تحديد الإشكالية :

تعتبر السياحة الثقافية المقوم الرئيسي و القابل للمنافسة في القطاع السياحي، نظرا لاعتمادها على التراث الثقافي بشقيه المادي و غير المادي.وقد تطورت العلاقة بين الثقافة والسياحة خلال السنوات

الأخيرة في جميع أنحاء العالم مُسايرة لرغبات السائح الذي يُفضل هذا النوع من السياحة قصد معرفة واستكشاف المقومات الثقافية التي تزخر بها بعض المناطق. فالاتجاهات الحالية للسياحة حسب الدراسات الإستشرافية المنجزة من طرف المنظمة العالمية للسياحة تؤكد أن السياحة الثقافية ستشغل في العشريات القادمة مكاناً هاماً في العرض السياحي العالمي، وقد خاضت بعض الدول النامية كماليزيا و كوريا الجنوبية تجارب ناجحة في هذا النوع من السياحة لثرائها بالمقومات المختلفة التي ساعدتها في رسم إستراتجيات رشيدة للترويج لمنتوجها السياحي بامتياز قصد استقطاب عدد كبير من السياح . و تحاول الجزائر أن تسلك نفس منحى هذه الدول باعتبارها بلداً يتوفر على عدة إمكانيات ثقافية هامة ومتنوعة نظراً لثراء موروثها الحضاري و الثقافي الذي يُؤهِلها لتطوير عرض سياحي ثري وجلب السواح، بُغية اكتشافهم لمختلف المعالم المصنفة كالقصبة، وقلعة بني حماد، والطاسيلي...إلخ، و أيضاً المواقع الأثرية الموجودة بمختلف ربوع الوطن ، و التعرف على العادات و التقاليد و على الصناعات التقليدية التي تتنوع من منطقة إلى أخرى ، ومن بينها صناعة الفخار وصناعة الحُلي والفِضة وصِناعة الزرابي والتطريز على القماش تتميز ولاية مستغانم بموقع إستراتيجي هام جعلها مسرحا لعدة حضارات وحِقب زمنية مختلفة خلفت وراءها عدة مناطق تاريخية و معالم أثرية أهمها : جامع المريني العتيق بطبانة، ومسجد بدر ودار القايد، وبرج الترك، وميناء "كيزا الفينيقي" الموجود في بلدية سيدي بلعطار، وميناء بحارة القديم، والسور الروماني الموجود في بلدية الصور، أضِف إلى ذلك التظاهرات الثقافية المختلفة التي تتميز بها المنطقة فهي تعرف بعاصمة المسرح، وتحتضن عدة مهرجانات كمهرجان الأغنية البدوية والشعر الملحون، و وعدة سيدي لخضر بن مخلوف، بحيث إن كل هذه المقومات يمكن أن تلعب دورا كبيرا في ترقية السياحة، مما يجعل مستغانم بذلك قطبا سياحيا بامتياز. فمن المهم البحث في هذه المقومات التي تشكل إرثاً ثقافياً مميزاً و توظيف الآليات المُمكنة بعقلانية بما يتلاءم مع هذه الإمكانات والمقومات التي تزخر بها المنطقة. ويظهر هذا جلياً من خلال

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025*الذي وضعته وزارة السياحة كاستراتجية لتنمية السياحة في الجزائر، خاصة بالولايات التي تتسم بالموقع السياحي الاستراتيجي الهام كمستغانم .

فالسياحة الثقافية تعتبر كصناعة واجب الاستثمار فيها، وذلك لأهميتها الاقتصادية و الاجتماعية والنفسية و الثقافية وحتى البيئية، فهي تسهم في تحسين ميزان المدفوعات وتوفير مناصب العمل، كما أنها تنشط عدة قطاعات لها علاقة بالسياحة كقطاع النقل، و التجارة، و الصناعات التقليدية.

كما أن الترفيه يعتبر الميزة الأساسية للسياحة فهو يُساعد بدوره على معالجة بعض الإضطرابات النفسية كالقلق و الاكتئاب. ووفود السياح إلى مناطق الجذب السياحي التي تتميز بها مستغانم تمكِن من الاحتكاك الثقافي بينهم وبين السكان المحليين ؛ ويتمكنون بذلك بالإلمام بالمقومات السياحية التي تزخر بها المنطقة؛ مِما ينمي لديهم الوعي السياحي حيث يتيح هذا الوعي مُشاركتهم بفاعلية في مجتمعهم ومشكلاته وتحديد موقفهم منها، ويدفعهم للتحرك من أجل تطويرها و غرسها في الأذهان مما يسمح في نجاح صناعة السياحة الثقافية .

لكن للأسف، ما لمسناه من خلال نزولنا إلى الميدان و إنجاز هذه الدراسة أن واقع السياحة الثقافية في الولاية متدهور، مِما جعل مُعظم الأساتذة يرسمون صورة سلبية عن السياحة الثقافية .

كما أن الاستراتجيات المتبناة ليست بحجم مقومات السياحة الثقافية . لذا، يستوجب من الأساتذة أن يسهموا في صنع تصور شامل حول هذه المسألة، وذلك من خلال دورهم في نشر الوعي الثقافي والسياحي.

وهذه ليست بالعملية البسيطة، بل هي صيرورة يتم من خلالها الاستثمار في العنصر البشري قبل الاستثمار في البنى التحتية و الفوقية وهذا من خلال صناعة الوعي السياحي على مستوى مؤسسات التنشئة الاجتماعية (الأسرة و المدرسة ثم الجامعة) ونشر بذلك الثقافة السياحية. فالوعي السياحي

* أنظر الملحق رقم 02.

يُعتبر من بين أهم استراتجيات تنمية السياحة الثقافية و الحفاظ عليها من خلال بث و نقل القيم والعادات والتقاليد و المفاهيم والتي تسهم في الوصول إلى درجة عالية من الوعي السياحي الذي بدوره يصنع السياحة و ينميها من شتى الجوانب .

ومن أجل الأخذ بجوانب الموضوع ، إرتأينا طرح التساؤل التالي :

– كيف يتصور الأساتذة إستراتجيات تنمية السياحة الثقافية في مستغانم ؟و كيف يتم تحقيقها؟

و للإجابة عن التساؤل الرئيسي، قمنا بتحديد تساؤلات فرعية وهي :

1 – كيف يتصور الأساتذة السياحة الثقافية في مستغانم ؟

2–– ما هي معوقات تنمية السياحة الثقافية ؟

3– ما هي الاستراتجيات التي يراها الأساتذة فعّالة من أجل تحقيق تنمية سياحية ثقافية ؟

6. الفرضيات :

وللإجابة عن تساؤلات الدراسة قمنا بصياغة هذه الفرضيات :

1. للأساتذة تصور سلبي عن واقع السياحة الثقافية في مستغانم .
2. يعتبر عدم تكامل بين السياسات السياحية و الاستراتجيات و الواقع السياحي الثقافي في مستغانم كأهم معوق .
3. تنمية الوعي السياحي من طرف وسائل الإعلام و الاتصال وَالجامعة هو الآلية الفعاّلة لتحقيق تنمية السياحة الثقافية.

4. تحديد المفاهيم :

يبين" دوركهايم " أن العالم أو الباحث يجب عليه أولا تعريف الأشياء التي يدرسها ليعلم فيما يدور إشكال البحث، ويُعرف المفهوم " على أنه ليس فقط مساعدة من أجل الحصول على نتيجة، لكن هو طريقة لتصور و الإدراك، فالمفهوم يضع الخط الأول وسط مجموعة من الظنون التي تعيق الباحث"[1] وفي دراستنا هذه تم إعتمدنا على المفاهيم التالية :بتحديد جانبها النسقي و الإجرائي.

- **المفهوم النسقي** : هي المفاهيم التي يتم صياغتها من المعاجم و القواميس و الكتب ويتم صياغتها من عنوان الموضوع ومن فرضيات الدراسة .
- **المفهوم الإجرائي** : هو تصور للمفهوم خاص بالباحث، يُحدد حين يطرح الباحث على نفسه السؤال الموالي :ما هو تحديدي للظاهرة؟ وما هو تصوري لها؟ ويتم ذلك إستناداً على مرحلة الدراسة الاستطلاعية.

7-1 التصور :

يعرفه "موسكوفيتشي" أنه عبارة جهاز من القيم و الأفكار و الممارسات المتعلقة لمواضيع معينة، ومظاهر و أبعاد للوسط الاجتماعي، فالتصور لا يسمح فقط باستقرار إطار حياة الأفراد والجماعات ولكن يُكِون أداة لتوجيه إدراك الوضعيات و إعداد الإجابات[2] .

أما فرانسوا لابلونتين يرى أن مفهوم التصور يتضمن العناصر التالية[3] :

أ- يقع التصور في نقطة الاتصال بين ما هو فردي وما هو اجتماعي.

ب-يقع التصور ضمن ثلاثة(03) ميادين بحث وهي :

---

[1] Madeleine Grawitz, **Méthodes des sciences sociales**, Paris, 8ème edition,Dalloz, 1990,p.369

[2]Christine Bonard ,Nicola Roussiau, **Les représentations sociales**,Paris,Donod,1999, p.19

[3] Laplantier Françoid, **Anthropologies des systèmes des représentations de la maladie,** dans Jodelet Denise, Les **représentations soçiales**, PUF, Paris,1 994, p.278

- الحقل المعرفي champ connaissance :لأنه هو قبل كل شئ معرفة.
- الحقل القيمي champ de la valeur :لأن التصور ليس معرفة فقط عند صاحبها حيث لا يحكم عليها من حيث صحتها فقط ، بل هي معرفة جيدة أو سيئة أي أنها تُقيم.
- الحقل العملي champ de l'action: فالتصور لا يمكن اختصاره في مُجرد مظاهر معرفية أو تقييمية فهو تعبير و بناء للواقع الاجتماعي في آنٍ واحد، فالتصورات ليس فقط وسيلة للمعرفة، بل أدوات للعمل.

❖ وإجرائيا نقصد بالتصور بأنه مجموعة الأفكار والمعارف التي غِرست في الأفراد نتيجة الاحتكاك المباشر و غير المباشر مع الجماعة.

وهو عبارة أيضاً عن رؤى و إدراك الأفراد للحياة ، يكونوها حول قضايا معين.

7-2 الأستاذ :

❖ إجرائيا نقصد بالأساتذة أنهم أشخاص متعلمون ومثقفون، لديهم شهادات جامعية، و يملكون تراكما معرفياً و رصيداً من الخبرة، وقدرة على النقد الاجتماعي و العلمي.

7-3 الاستراتجية :

هي مجموعة الخيارات الطويلة الأجل التي يضعها مديرو البرامج في شكل خدمات و سياسات وخطط[1]، وينبغي للإستراتجيات الناجحة أن تلبي أهداف البرامج العريضة التي تضعها الحكومة والبيئة على حد سواء.

❖ وإجرائيا نقصد بالاستراتيجية هي أسلوب علمي يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت ممكن .كما تعتمد على خطط و آليات توضع لتحقيق أهداف معينة على المدى القريب، المتوسط و البعيد.

[1] هدير عبد القادر،**واقع السياحة في الجزائر و أفاق مطورها**،رسالة ماجستير،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جامعة الجزائر، 2006،ص. 104

7-4 الـتـنـمـيـة :

هي مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي [1].

- ❖ وإجرائيا نقصد بالتنمية ارتقاء المجتمع و الانتقال به من الوضع الثابت إلى وضع أعلى وأفضل، وما يصل إليه من حُسن لاستغلال الطاقات التي تتوفّر لديه، والموجودة والكامنة وتوظيفها للأفضل.

7-5 التنــمية السـياحيـة :

يعرفها الدكتور صلاح الدين عبد الوهاب :<< أن معناها يشمل كل من العرض و الطلب لتحقيق التلاقي بينهم لإشباع رغبات السائحين و الوصول إلى أهداف قومية وقطاعية و إقليمية وموضوعية سلفا لتكون معياراً لقياس درجة التنمية السياحية المطلوبة>> [2] .

- ❖ أما إجرائيا نقصد بتنمية السياحة الثقافية تحقيق الزيادة المستمرة و المتوازنة في الموارد السياحية الثقافية و ترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، و التوسع بالخدمات السياحية بما يتوافق مع احتياجات السائحين، ولا يتأتى هذا إلا بالوعي السياحي الذي يعتبر كآلية لتنمية السياحة الثقافية.

7-6 السيـاحة الثـقافـيـة :

هي كل نشاط سياحي هدفه اكتشاف الإرث الثقافي الموجود في المدن التاريخية و المراكز الدينية القديمة ، والتعرف على العادات المحلية و الوطنية بالمشاركة في حفلاتهم التقليدية[1].

---

[1] عيسى مرزاقة،**التنمية السياحية في الجزائر ،دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر**،الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، يومي 09-10 مارس2010، ص.06

[2] دليلة طالب، عبد الكريم وهراني ،**السياحة أحد محركات التنمية المستدامة**،الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة يومي23،22نوفمبر 2011،ص.ص569-588

– وتمثل السياحة الثقافية في التراث الثقافي بشقيه المادي واللامادي، التراث المادي الذي يعني المواقع المخصصة للثقافة التي أدلى بها الإنسان من متاحف، معالم أثرية ومدن تاريخية وفنون، أما التراث غير المادي الذي يتجسد في الحافلات و التظاهرات الثقافية و التقاليد[2].

❖ وإجرائيا نقصد بالسياحة الثقافية تلك التي يكون الباعث الأساسي منها هو الثقافة وزيارة المواقع الأثرية والمعالم التاريخية والمتاحف والتعرف على الصناعات التقليدية أو أي شكل من أشكال التعبير الفني، والحضور في بعض الفعاليات الثقافية مثل: المعارض أو المهرجانات. ويتكون التراث الثقافي من: عناصر مادية و عناصر غير مادية.

1.6.7العناصر المادية :

- عناصر غير منقولة : تمثل المواقع ، المعالم و المباني الأثرية و التاريخية .
- عناصر منقولة :القطع الأثرية ،قطع التراث الشعبي (اللباس)،والحرف التقليدية.

2.6.7العناصر غير المادية :(المحسوس) وتضم اللغة، العادات، الفنون الشعبية كالشعر والمسرح .

7-7 الوعي السياحي :

إجرائيا هو المعرفة و الفهم و الإدراك لمجموعة من القيم و الاتجاهات و المبادئ السائدة في مجال السياحة،و العمل على غرسها في الأذهان مما يسمح في نجاح صناعة السياحة ،كما يتيح الوعي السياحي للأفراد المشاركة بفاعلية في أوضاع مجتمعهم و مشكلاته و تحديد موقفهم منها.

---

[3] عامر عيساني،**الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة(حالة الجزائر)**،أطروحة دكتوراه،جامعة باتنة،2009،2010، ص.16

[2] Laure Juanchich, **Culture, tourisme et territoire : les apports du tourisme culturel au développement local**, Master SECI, Institut d'études politiques, Lyon,2007, p.12

5.المقاربة المنهجية :

8-1 طبيعة الدراسة :

يقتضي إجراء أي بحث علمي تحديد الأسلوب و المنهج الذي يتناسب مع موضوع المعالج و الذي يساعد بدوره على جمع المعلومات و البيانات و تحليل المعطيات، والمنهج الذي ينتهجه الباحث يجب أن يجيب على مختلف الأسئلة التي تثيرها مشكلة بحثه،"فالمنهج يوجه إتجاه الباحث كإستراتيجية شاملة، فإن ذلك يتم مطابقة للأسئلة المطروحة أو الهدف من البحث "[1]

فالمنهج هو مجموعة من العمليات التي تعمل مع بعضها البعض للوصول إلى عدة أهداف، فهو بذلك خطة عمل من أجل تحقيق غاية، فالمنهج يمثل بذلك إستراتجيات الشاملة التي يستخدمها الباحث لفهم وتفسير الظاهرة التي هي مَحل الدراسة .

وبما أن دراستنا تهدف لمعرفة تصور الأساتذة لإستراتجيات تنمية السياحة الثقافية في مستغانم، فإن دراستنا هي كيفية تحليلية في الأساس نحاول من خِلالها فهم الظاهرة المدروسة، فقمنا بتحليل وتفسير المقابلات التي أجريناها مع المبحوثين بغرض الوصول إلى نتائج.

8-2 أدوات الدراسة :

الأداة و التقنية هي مجموعة إجراءات و أدوات التقصي المستعملة منهجيا تستخدم لقياس و تقييم ووصف و ملاحظة أبعاد مختلفة للظاهرة، يرتبط اختيارها بالهدف المنشود الذي يرتبط بدوره بالمنهج المستخدم في موضوع الدراسة .

ونظرا لطبيعة الموضوع فاعتمدنا على آراء المبحوثين حول تصورهم لإستراتجيات تنمية السياحة الثقافية في مستغانم ، واستخدمنا في دراستنا تقنيتين وهما الملاحظة و المقابلة .

[1] لمياء مرتاض نفوسي، **ديناميكية البحث في العلوم الإنسانية**، الجزائر، دار هومة، 2015،ص.43

8-2-1الملاحظـة :

هي تقنية مباشرة للتقصي العلمي، تسمح بملاحظة مجموعة ما غير موجهة من أجل القيام عادة بسحب كيفي ،بهدف فهم المواقف و السلوكات [1] .

فالملاحظة بذلك هي توجيه الحواس لمشاهدة و مراقبة سلوك معين و ظاهرة معينة، وتسجيل بذلك السلوك و خصائصه، ولقد إعتمدنا في دراستنا على :

8-2-1-1 الملاحظة المباشرة:

تستعمل عادة في مشاهدة مجموعة ما بصفة مباشرة وذلك بهدف أخذ معلومات كيفية، بُغية فهم المواقف و السلوكات وتظهر في دراستنا من خلال التمكن من ملاحظة المظاهر التعبيرية و الحركية للمبحوثين (الأساتذة) إزاء كل سؤال، وذلك في فترات الاستراحة التي نستغلها فيما بين طرح أسئلة المقابلة. والملاحظات التي قمنا بتجميعها من خلال ملاحظة بعض الأفراد في المنطقة كتصرفات من حيث تعاملهم لعناصر التراث الثقافي المادي واللامادي .

8-2-2 المقابلـة :

هي تفاعل لفظي منظم بين الباحث و المبحوث أو المبحوثين لتحقيق هدف معين [2] .

و استخدمنا لجمع المعلومات من المبحوثين المقابلة النصف الموجهة(غير المقننة).

التي هي نوع المقابلة الأكثر استخداما في العلوم الإنسانية. سُميت كذلك لأنها ليست مفتوحة بشكل كلي. في هذه الحالة، تُطرح على المبحوث مجموعة من الأسئلة استنادا إلى دليل المقابلة المحضر مسبقا ولكن، ليس شرطا أن يُتبَع تسلسل الأسئلة كما جاءت فيه. يقوم الباحث من خلال هذا النموذج "بالاستفسار حول بعض المواضيع المحددة مع تمكينه من طرح مواضيع أخرى أو زوايا من

[1] موريس أنجرس،**منهجية البحث في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية)** الجزائر، دار القصبة للنشر ،ط2،2000،ص.184

[2] محمد عبد الحميد ، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام و الاتصال** ، بيروت، دار المعارف،2008، ص.392

الموضوع".[1] لذلك فهذا النوع من المقابلة يُعتبر مرناً حيث يمكن تكييفها حسب مجريات المقابلة. يتكون دليل المقابلة في هذه الحالة من مجموعة أسئلة غير أن عددها قليل، كما يتم اللجوء إلى أسئلة مكملة بمثابة أسئلة دفع(questions de relance) تساعد على دفع وتيرة المقابلة .

ودليل المقابلة موجه إلى أساتذة جامعة مستغانم الذين لهم علاقة موضوع الدراسة، ومن أجل ذلك قمنا بصياغة أسئلة المقابلة و التي تضمنت السمات العامة للمبحوثين (الجنس،السن،الشهادة والاختصاص،الكلية، والقسم، والشعبة) و بيانات مصنفة حسب فرضيات الدراسة، وكل فرضية تضم عدة أسئلة و عدة متغيرات و أبعاد.ولقد ضم دليل المقابلة عشرة(10)أسئلة*.

- **نوع التحليل المنتهج:**

قمنا في دراستنا باستخدام تحليل المحتوى الموضوعاتي:(analyse thématique)

سيُؤخذ الموضوع كوحدة التقطيع في التحليل الموضوعاتي الذي هو جزء من الخطاب. يبحث التحليل الموضوعاتي عن "الاتساق الموضوعاتي بين المقابلات"[2]، فيحدد الأشكال المختلفة التي ظهر فيها نفس الموضوع من مبحوث لآخر، أي كيف يعرض كل مبحوث نفس الموضوع أو المفهوم. ويتم التقطيع في كل مقابلة بنفس الكيفية.

فيتم"تحديد وتصنف المواضيع والمواضيع الفرعية، ويتم من خلالها التحليل المقارن للنصوص داخل كل موضوع وموضوع فرعي. ويسمّى كذلك لأن كل موضوع "يعبر" (traverse) مجموع النصوص. فنقوم بمقارنة المقاطع المجمّعة لاستخراج نقاط التشابه والاختلاف. نقوم بتجميعات لبناء نماذج".[3]

---

1 Luc Bonneville et autres, L**ntroduction aux méthodes de recherche en communication**, Canada, Gaëtan Morin, 2007, p.175

* أنظر الملحق رقم 03.

2 Laurence Bardin, **L'analyse de contenu**, Paris, PUF, 1977, p.95

3 Jean-Claude Combessie,**La méthode en sociologie,** Alger, Editions Casbah, 1998, p.65

6.مجتمع البحث و المعاينة والعينة :

قبل اختيار عينة البحث كان علينا بدايةً تحديد مجتمع الدراسة الذي هو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكُل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته.ويتكون مجتمع بحثنا من أساتذة جامعة مستغانم الذين يعملون في ثلاث(03) كليات :

- كلية العلوم الاجتماعية و التي ضمت قسم علم الاجتماع، وقسم العلوم الإنسانية مُمثلاً في شعبتي علوم الإعلام و الاتصال، و التاريخ.
- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ممثلاُ في قسم التجارة، وقسم العلوم الاقتصادية.
- كلية الأدب و الفنون ممثلاً في قسم فنون العرض .

ولقد تم اختيار الأساتذة الذين لديهم دِراية بالمتغيرات والأبعاد والمؤشرات الاجتماعية والاقتصادية و الفنية، فهم لديهم القدرة على النقد الاجتماعي وعلى تكوين تصورات إستشرافية لبعض القضايا المصيرية. .

ولقد قمنا بمعاينة غير احتمالية نمطية(قصدية)، فالباحث هو الذي ينتقي أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته وبناءاً على معرفته دون أن تكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيره .[1]

والعينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً، فعينة الدراسة تكونت من15 مفردة أي 15 أستاذ من جامعة مستغانم يعملون في الكليات التي ذكرت آنفاً باعتبارهم يخدمون إشكالية البحث، و تم سحب مفردات عينة بحثنا عن طريق الفرز بشكل الكرة

[1] الكلالدة ظاهر،جودة كاظم،**أساليب البحث العلمي في ميدان العلوم الادارية**، عمان، زهران للنشر، 1997،ص. 177

الثلجية، فطلبنا من كل مبحوث أجرينا معه المقابلة أن يدلنا على مبحوث آخر يمكن أن يساعدنا في بحثنا وهكذا دواليك .

7.المقاربة النظرية :

إن أي دراسة علمية يجب أن ترتكز على مقاربة تكون بمثابة الأرضية التي ينطلق منها الباحث وبكل موضوعية، كما أن طبيعة الموضوع تلعب دوراً في تحديد نوعية المقاربة التي تكون أكثر ملاءمة للدراسة من غيرها، وفي دراستنا قمنا بتبني نظرية "التصورات الاجتماعية لموسكوفيتشي ."

فكل تصور اجتماعي هو بناء عقلي، إذ يُعيد الفرد بناء الأشياء من بيئته في ذهنه و على طريقته، ولكن خصوصية التصور الاجتماعي هو تأثره بالظروف الاجتماعية التي يتبلور فيها، فالتصورات تتأثر بخصائص كل من الشخص المتصِور والموضوع المتَصوَر الذين بدورهما يتأثران بالأفكار والقيم والإيديولوجيات و المعايير الاجتماعية التي يتم اكتسابها عن طريق الاتصال بالآخرين.

النموذج السوسيو تطوري[1] le modèle sociogénétique يُعد هذا النموذج أول مقاربة نظرية يقترحها "موسكوفيتشي" للعمل على التصورات الإجتماعية، حيث يدرس هذا النموذج الكيفيات التي يُتيح من خلالها الأفراد تصوراتهم حول مواضيع الحياة الاجتماعية المختلفة.

ويرى "موسكوفيتشي" أن ظهور وضعية اجتماعية جديدة وما تعرضه هذه الأخيرةِ قلة المعلومات بشأنها وعجز المعارف المكتسبة سابقاً عن تأويلها، يؤدي إلى بروزها كموضوع إشكالي وجديد يستجبان معرفته بالشكل الكامل نظراً لتشتت المعلومات التي تتعلق به، فهذه الوضعية توَلِد نِقاشات و جدلات وتفاعلات تزيد من الشعور بضرورة فهم الموضوع، وهذا يتم بتنشيط التواصل الجماعي و التطرق إلى كل المعلومات و المعتقدات و الفرضيات الممكنة، مِما يؤدي في نهاية الأمر إلى خروج لموقف أغلبية لدى الجماعة.هذا التوافق تساعده طبيعة معالجة الأفراد الانتقائية للمعلومات، إذ يتمركزون حول

[1] Christine Bonard ,Nicola Roussiau, **op**,**cit**,p.p19-20

مظهر خاص يتناسب وتوقعاتهم و توجهاتهم الجماعية، لكن هذه السيرورة العفوية المولِدة للتصور تحتاج إلى ثلاثة (03) شروط :

- تشتت المعلومة la dispersion de l'information
- التركيز في بؤرة la focalisation
- الحاجة إلى الاستدلال la pression l'inférence

كما اقترح "موسكوفيتشي" من خلال هذا النموذج سيرورتين تتيح عنهما ظهور التصورات :

- سيرورة التوضيع l'objectivation : وتسمح عملية التوضيع ترتيب المعارف الخاصة لموضوع تصور ما، بالمرور من عناصر نظرية مجردة إلى صورة ملموسة، وذلك عن طريق التبادلات و الآراء التي يمكن أن يحدث بين أعضاء جماعة معينة.
- سيرورة الترسيخ l'ancrage: هي سيرورة يحاول الأفراد من خلالها إدماج المعلومات الجديدة المتعلقة بالموضوع في نسق مرجعي موجود سلفاً.

ومن خلال هذا يرى موسكوفيتشي أن سيرورة الترسيخ تحِول العِلم إلى معرفة مُفيدة لكل شئ، في حين تنقل سيرورة التوضيع العِلم إلى ميدان الفرد[1].

11. حدود البحث أو الدراسة:

11-1 **المجال المكاني** : تم إجراء الدراسة في جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم في كلية العلوم الاجتماعية، وكلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، وكلية الأدب والفنون .

[1] Ipid .p.20

11-2 **المجال الزماني :**

استغرقت الفترة الزمانية للدراسة من شهر سبتمبر 2016 إلى مارس 2017، وأجريت على النحو التالي:

- مرحلة الدراسة الاستطلاعية :التي تم فيها تحديد مجتمع البحث و العينة، وتحديد منهج الدراسة وأدواته التي تتوافق مع موضوع البحث، ثم الأخذ بجوانب الموضوع المتطرق إليه. حيث تمت هذه المرحلة من شهر سبتمبر إلى غاية شهر ديسمبر 2016.
- مرحلة الدراسة الميدانية : وهي مرحلة تم فيها تصميم المقابلة التي ضمت 10أسئلة*، والتي تم إجرائها مع15 أستاذ من جامعة مستغانم يعملون في الأقسام التي ذكرت سابقاً، وذلك من تاريخ 2017/02/21 إلى غاية 2017/03/15.

وبعدما انتهينا من الإطار المنهجي نمر إلى الإطار النظري.

* أنظر الملحق رقم 03.

الإطار النظري

تمهيد :

تكتسي السياحة أهمية كبيرة في زيادة الدخل القومي و الوطني وتحسين ميزان المدفوعات ومصدراً مُهماً لجلب العملات الصعبة، فالواقع السياحي في الجزائر يبعث عن التفاؤل إذ لم يرقى هذا النطاق إلى المستوى المطلوب.فهي تتميز بزخم من الإمكانيات و المقومات الطبيعية و الثقافية تمكِنها أن تكون بلداً سياحياً بامتياز، فالسياحة الثقافية بشقيها المادي و اللامادي لها دور فعال في عملية التنمية الاجتماعية والاقتصادية. فهي تسهم في تحقيق التنمية.لذا، تسعى الجزائر بتبني عدة خطط لتجاوز العراقيل التي تحول دون ذلك، وهذا من خلال الإستراتيجية التي أقرتها وزارة تهيئة الإقليم والسياحة في تطبيق المخطط التوجيهي لآفاق 2025 الذي يشكل الإطار المرجعي للسياسة السياحة والإستراتيجية التنموية الواجب الإتباع و تفعيله لتحقيق الأهداف المسطرة مسبقاً*.

حيث يشمل الإطار النظري ثلاثة فصول، الفصل الأول تطرقنا فيه إلى أساسيات السياحة، أما الفصل الثاني تحدثنا فيه عن السياحة الثقافية و عناصرها، و أخيراً الفصل الثالث عرضنا أهم استراتيجيات تنمية السياحة الثقافية.

* أنظر الملحق رقم 02.

الفصل الأول : أساسيات السياحة

تمـهيد :

تقتضي الطبيعة البشرية من الفرد التطلع الأفضل و البحث عن الأحسن لتوفير جو من الراحة والاستمتاع بالطبيعة، فمن غير المُمكن توفير كل تلك الأجواء في مكان واحد.لذا، يضطر الفرد إلى التنقل والترحال بحثاً عن المكان الذي يجد فيه الراحة وتسوده المعرفة، روائع الكون، والصحة، والثقافة، و الدين وحتى الاستقرار السياسي و الاقتصادي، فذلك يقال عنه أنه سائح،أما النشاط الذي يقوم به يدعى السياحة. غير أن السائح يعتمد في قيامه بالنشاط السياحي على وسائط تعتبر بمثابة مُقومات لذلك النشاط السياحي. تحتلُ الجزائر المرتبة العاشرة عالمياً من حيث المساحة الإجمالية، كما تعتبر أيضا أكبر دولة في القارة الإفريقية، فهي تنفرد بمقومات طبيعية، وثقافية ودينية، وتاريخية جد مُميزة مِما يُمكنها بمزاولة أنشطتها السياحية على مدار السنة .

وجاء هذا الفصل ليلقي نظرة على أساسيات السياحة من خلال التطرق إلى المحاور التالية :

ماهية السياحة، و دوافع السياحة و مغرياتها.

1.1. : ماهية السياحة :

1.1.1 التعريف اللغوي :

السياحة لغةً هي الضرب في الأرض ، حيث إشتقت من سيح الماء وسيحانه ، وساح يسيح سيحاناً إذا جرى على وجه الأرض، والسياحة هي الذهاب في الأرض للعبادة والترهب، وساح في الأرض يسيح سياحةً و سُيوحًا وسيحاً وسيحاناً أي ذهب في الأرض .[1]

أما في اللغة الانجليزية نجد كلمة TOUR وتعني يجول أو يدور، أما كلمة TOURISM فقد استعملت أول مرة في أواخر القرن 18 في إنجلترا للدلالة على رحلة النبلاء الإنجليز إلى أوروبا

[1] ابن منظور ، **لسان العرب** بيروت، المجلد الثالث، ط1،1997 .

خاصة إلى فرنسا لمتابعة الدراسة، ثم انتقل استخدامها إلى الدول الأوروبية للدلالة على شخص يسافر بهدف الاستجمام أو التعلم أو الاستشفاء.

وقد انتقلت كلمتا TOURISM،TOURIST إلى كل اللغات تقريبا في نهاية القرن 19، و لها تعاريف ومفاهيم محددة، فقد عُرِف السائح في سنة 1937 من طرف الخبراء ولأغراض إحصائية بأنه كل شخص مسافر بغرض المتعة مبتعدا عن مقر سكناه لأكثر من 24 ساعة و لأقل من سنة، أما التنقلات التي تقل عن 24 ساعة فتعتبر نزهات[1].

- **يعرف قاموس لاروس Laousse** السياحة بأنها <<عبارة عن مجموعة من الأنشطة المتعلقة بالأسفار والاستجمام أو نشاط سفر وزيارة موقع ما من أجل المتعة والترفيه عن النفس.>>[2]

– في حين ورد تعريفها في معجم المصطلحات السياحية والفندقية أنها << لفظ من الألفاظ اللاتينية كما أنها تعتبر من الألفاظ العربية، وتعني انتقال الإنسان من مكان لأخر ومن زمان إلى زمان، أوالإنتقال في البلد (السياحة الداخلية) لمدة يجب لا تقل عن 24 ساعة، بحيث لا تكون من أجل الإقامة الدائمة وأغراضها تكون من أجل الثقافة أو الأعمال أو الدين أو الرياضة >> [3].

2.1.1 التعريف الإصطلاحي :

وهنا سنقف على تعاريف عدد من الباحثين المهتمين بالسياحة :

تختلف تعاريف السياحة باختلاف الزاوية التي يُنظر إليها منها، فمنهم من يعرفها كظاهرة اجتماعية والبعض الآخر يُعرفها كظاهرة اقتصادية، ومنهم من يرى بأنها عامل لبعض العلاقات الإنسانية والتنمية الاقتصادية.

---

[1] Marc Boyer ,**L'invention du tourisme, art de vivre,** Paris ,**Découvertes** ,1996,p.93

[2] Laousse –borda :**Dictionnaire de français N°00/06/79686**,imprime on France,1997

[3] زيد عبودي، **معجم المصطلحات السياحية و الفندقية**، عربي انجليزي، عمان، دار كنوز المعرفة، ط1،2006،ص.262

– ويكمن ذكر أول تعريف لها للألماني "**جويبر فروليبر**" عام 1905 و الذي عرفها بأنها<<عبارة عن ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثِق من الحاجة المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء و الإحساس بجمال الطبيعة و إلى الشعور بالبهجة والمتعة، والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا إلى نُمو الاتصالات وخاصة بين الشعوب و أوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة و الكُتاب السياحيين.>>[1]

– ويعرفها " **ليبير**"عام 1981 على أنها نظام مفتوح مؤلف من خمسة عناصر جميعها تتفاعل مع البيئة الأوسع: العنصر البشري، دول الطريق التي يتوقف السائح عندها خلال رحلته، وجهة القصد، والعنصر الإقتصادي، وصناعة السياحة نفسها[2] .

- أما منظمة السياحة العالمية عرفت السياحة بأنها نشاط إنساني و ظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من مكان الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة، و لا تزيد عن عام كامل لغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا الدِراسة والعمل[3].

ومن هنا يمكن اعتبار السياحة مزيج من مختلف القطاعات الاقتصادية ، الاجتماعية، والثقافية. فهي ظاهرة اجتماعية ينتقل فيها الشخص من مكان إقامته إلى مكان أخر بغرض إشباع رغباته المتمثلة في الراحة والاستجمام، والإطلاع وحُضور التظاهرات الثقافية والرياضية والتجارية، وتعتبر ظاهرة اقتصادية من خلال أنها صناعة تختص بتقديم الخدمات وتساهم بدرجة كبرى في التنمية الاقتصادية للدولة.

---

[1] محمد منير حجاب،**الإعلام السياحي**، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، 2002، ص.21

[2] حميد عبد النبي الطائي،**أصول صناعة السياحة**، الأردن،الوراق للنشر والتوزيع، ط2،2006،ص.23

[3] محمد منير حجاب **مرجع سبق ذكره**، ص.22

2.1 دوافع السياحة ومغرياتها :

1.2.1 دوافع السياحة :

المقصود بالدوافع هي الباعث أو الأسباب الأساسية التي تحرك رغبة الإنسان في السفر، قصد إشباع رغبة إنسانية معينة، سواءاً كانت ذهنية أم معنوية أم جسدية، و يمكننا أن نجد أكثر من عشرين دافعا أساسيا، و لكن ليست بالطبع جميعها على مستوى واحد من الأهمية، ففي بعض الحالات تتداخل عدة عوامل نحو الرغبة للسفر إلى مكان ما، و يمكن إبراز أهم هذه الدوافع السياحية فيمايلي :

❖ **دوافع ثقافية ، تاريخية ، تعليمية** : و تتمثل في:

- مشاهدة الآثار و تاريخ الحضارات القديمة و المواقع الأثرية.
- مشاهدة بعض الأحداث المهمة بالعالم أو حضور مهرجانات أو حفلات أو معارض.
- الإطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى والتعرف على حياتهم و أعمالهم و ثقافاتهم و نمط حياتهم الاجتماعية و الحضارية و الثقافية، واكتشاف أشياء جديدة لغرض العلم و الثقافة والمعرفة.
- معرفة ما يدور من حوادث الساعة و التقدم العلمي، أي التعرف على حقيقة ما يدور من أخبار وحوادث مثل مشاهدة انطلاق المركبات الفضائية ، و هذا الدافع يعتبر من أهم مصادر الدعاية. و بالتالي يتعلق هذا الدافع بالتعرف على الحضارات القديمة و التاريخ، و مشاهدة المعالم الأثرية والعلم و الدراسة، و التدريب، بالإضافة إلى تبادل الخبرات البشرية و دراسة العادات والتقاليد والأنماط المعيشية و الاقتصادية و الاجتماعية من خلال معايشة الشعوب المختلفة.[1]

[1] ماهر عبد العزيز توفيق ،**صناعة السياحة**،عمان، دار زهوان للنشر و التوزيع،1997،ص، ص48-49

❖ **دوافع دينية و عقائدية :**

و تتمثل في السفر إلى الأماكن المقدسة كالدافع إلى الحج والعمرة لمكة المكرمة والمدينة المنورة، وزيارة القدس وأضرحة الصحابة. فهذه وجهة المسلمين، في حين يذهب المسيحيون إلى القدس و بيت لحم وإلى الفاتيكان و إلى غير ذلك من الأماكن المقدسة لديهم.

❖ **دوافع الراحة و الاستجمام و الترفيه** : و تتمثل في:

- الهروب المؤقت من الجو الروتيني اليومي للعمل و الابتعاد عن صخب المدينة و يحدث هذا في المدن الصناعية و التجارية الكبيرة و المزدحمة بالسكان.
- حب الاستمتاع بأوقات الفراغ في الأماكن الهادئة أو على سواحل الشواطئ أو في مناطق جميلة
- الترفيه عن النفس عند توفر الوقت و المال وعليه يعد هذا الطلب إنساني حيث الراحة والاسترخاء، وممارسة الهوايات فضلا عن التسلية و الترفيه و قضاء أوقات الفراغ و تتمثل في الاستمتاع بالفنون المختلفة، من موسيقى و غناء و مهرجانات و أعياد و معارض و غيرها.

❖ **دوافع اقتصادية** : و تتمثل في:

- انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السواح للتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار والحصول على السلع و الخدمات بأسعار أقل.
- فَرق في تحويل العملة يؤدي إلى تدفق السواح إلى بلد ما المنخفضة عملته لغرض التمتع بالخدمات والخدمات بأسعار أقل.
- السفر لغرض الأعمال و الحصول على صفقات تجارية بالنسبة للرجال الأعمال.

❖ **دوافع صحية** :و تتمثل في:

- السفر لأغراض العلاج و المداواة.

- السفر لغرض النقاهة و الاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين أو لغرض الراحة النفسية بعد إصابة الشخص بمرض أو أزمة نفسية أو التمتع بالهواء النقي.و تكون فترة النقاهة والاسترخاء هذه إما في مناطق المياه المعدنية أو الرمال الطبيعية أو الإقامة في المستشفيات والمصحات.

❖ **دوافع عرقية ذات العلاقات الشخصية و الأسرية** : و تتمثل في :

زيارة البلد الأم بتجديد الروابط الأسرية كزيارة أماكن الميلاد أو أماكن قضاء الطفولة أو أماكن سكن الأهل،الأقارب، الأصدقاء...الخ، و هذا الدافع ينشأ بقوة بالنسبة للمغتربين عن بلدهم ويولد لهم حافز قوي بزيارة بلدهم الأم.هذه الدوافع لها علاقة بالاتصال الجماعي[1]، حيث يرتبط الناس في كل المجتمعات في زمر اجتماعية عن طريق أنواع عديدة من الروابط والعلاقات، وتمثل رابطة القرابة أهم هذه الروابط حيث يقوم عليها الانحدار، والميراث قد تصل إلى أن يقوم عليها الإنتاج في المجتمعات التقليدية التي لا يمكن الفصل فيها بين القرابة من جهة و الزواج والعائلة من جهة أخرى.

❖ **دوافع رياضية** :و تتمثل في:

- السفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق معين.
- المشاركة في دورة رياضية أو سفر لغرض ممارسة ألعاب معينة مثل التزلج على الجليد أو التزلج على المياه أو ممارسة رياضة الغطس أو أي رياضة أخرى.

❖ **دوافع المكانة الاجتماعية** :فهي تختلف وفقا للوضع الشخصي و متطلباته و قدراته المالية.

❖ **دوافع أخرى** : وتتمثل في :

- المخاطرة أو المغامرة كسياحة الشباب و السياحة الصحراوية.

[1] فاروق أحمد مصطفى،**البناء الاجتماعي للطريقة الشاذلية في مصر**، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1980 ، ص.208

- التفاخر و المباهاة و خاصة لزيارة بعض المناطق في العالم مثل جزر البحر الكاريبى أو مونتي كولو.
- تقنية: مثل شراء سيارة جديدة و الرغبة في السفر بها إلى مكان ما أو الرغبة في تجربة وسيلة نقل جديدة و متطورة مثل الرغبة في السفر في طائرة الكونكورد.
- **دوافع علمية** : مثل دراسة نوعية معينة من الصخور أو دراسة نوعية معينة من التربة [1].

و من جملة هذه الدوافع نقول بأن الدوافع تختلف من سائح لآخر وفقا لمصالحه و ذوقه.

و يمكن القول هنا أنه بدراسة و تحليل دوافع السفر و السياحة يساعد ذلك على توفير الخدمات السياحية التي ترضي رغبات السائحين حيث يقودنا إلى التنمية السياحية المرجوة لكثير من البلاد التي تسعى إلى التنمية الشاملة، و يتضح من ذلك أن دوافع النشاط السياحي هي دوافع طبيعية واقتصادية و اجتماعية ونفسية و بشرية، إذ كل إنسان يحتاج إلى تخصيص بعض الوقت يروح فيه عن نفسه، حيث يحتاج إلى التغيير. فالإنسان ينتابه القلق الذي قد يزول بتغيير المكان و خط الحياة التقليدي وبعده بعض الوقت من مكان إقامته و عمله و تجمعه. فنشاطه السياحي يتمثل في التغيير والترويح عن النفس عن طريق الحركة، الانتقال و السياحة[2] .

و ترتبط أيضا تلك العناصر المتشابكة مع المواقع السياحية و تتداخل مع العوامل الاجتماعية التي تعمل على تشكيل السياحة بالدول المستقبلة للسياح.وتؤثر اللغة التي يجيدها السائح تأثيراً كبيراُ على مدى فهمه و استيعابه و استمتاعه. و قد تقوم اللغات الدولية مثل :الإنجليزية و الفرنسية و العربية بهذا التأثير.و يؤثر مستوى الدخل للأفراد في الحركة السياحية و تتأثر أيضا الحركة بمدى قرب مصادر السوق السياحي للمزارات السياحية.

---

[1] ماهر عبد العزيز توفيق ، مرجع سبق ذكره ، ص. 51

[2] حسين عفافي ،**رؤية في الدول النامية**، الإسكندرية، دار المطبوعات الجامعية ،ص.16

2.2.1 مغريات السياحة :

وتتمثل في المغريات الاجتماعية التاريخية والحضارية إضافة إلى الثقافية :

❖ **المغريات الاجتماعية والحضارية :**

تتشكل المجتمعات من خلال النظام السائد بين شعوبها من خلال تراثها الاجتماعي والثقافي ومختلف العادات والتقاليد والقيم والمعتقدات الدينية، وتتجسد منظومة البيئة الاجتماعية في إنتاج التفاعل الحادث بين المجتمعات البشرية عبر مراحل زمنية مختلفة[1]، فتكمُن أهمية المغريات الاجتماعية للسياحة في العلاقات التي تتشكل ما بين السياح والسكان الأصليين للمنطقة السياحية ومدى التجاوب معهم، انطلاقا من هذه الفكرة ومن خلال إحياء المهرجانات والمعارض من قبل العديد من الدول بغرض إنعاش فلكلورها الشعبي وتراثها الثقافي وخلق علاقاتِ ودَ ومحبة مع السِياح ، بينما تظهر مشاركة الإنسان في إثراء المغريات الحضارية من خلال تشييد المدن والاهتمام بالموروثات وتدوينها دون نسيان أساليب الحياة الفلكلورية والتعبيرات الفنية .

❖ **المغريات التاريخية :**

للمظاهر التاريخية جذبا فعالاً عند الكثير من السِياح، وتشمل هذه المغريات على المواقع التاريخية كالآثار والأطلال(كمدينة بابل في الأثرية في العراق، والأهرامات في مصر، والبتراء في الأردن) على المستوى الدولي أما على المستوى الوطني فنجد (تيمقاد، جميلة تيبازة، وبرج الترك والجامع المريني العتيق) ونجد العديد من مدن العالم تحتوي على العديد من الأبنية القديمة ذات الطراز المعماري الفريد الذي يعكس حضارة الشعوب ويزيد أكثر جمالية وهدوء بيئة هذه المدن ، فهي تعد ومازالت عامل جذب لعدد هائل من السواح وعلى المدى

[1] موفق عدنان الحميري،نبيل زعل الحوامدة ،**الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون**، عمان، دارالحامدة للنشر والتوزيع، ص.25

الطويل، وبالتالي فالمغريات التاريخية السياحية تتجلى في المدن التاريخية وكل الثروات التاريخية، مِما جعل الدول تهتم بهذا الشكل من المنتجات السياحية، ما يتوجب علينا ضرورة الاعتناء بها وحمايتها وترميمها وتثمينها، واتخاذ مختلف الإجراءات التي تحافظ على ثروة المناطق التاريخية السياحية، حتى يتم تصنيفها عالميا ومنه اكتساب شهرة عالمية.

❖ **المغريات الثقافية :**

السياحة جسر تعبر عليه كافة أحوال الشعوب ومعارفها فهي وسيلة ثقافية حضارية من وسائل الإعلام و الدعاية العصرية[1]، باعتبارها أداة تواصل ثقافي واجتماعي وتمازج وتعارف بين الشعوب بالرغم من بعد المسافات، واختلاف اللغات والأجناس، وباعتبار الثقافة ذلك الكل المركب الذي يشمل المعتقدات والقيم والعادات والسلوكيات وكل ما يميز بلد ما، خاصة من جانب التراث الثقافي بشقيه المادي واللامادي باعتباره أساس لترقية السياحة وتقديم أجمل صورة، فالمغريات الثقافية السياحية تكمن في تحفيز الزوار على التعرف على بلد ما من جهة فنونها وثقافتها وتاريخها وحضارتها وأثارها القديمة الباقية والاستمتاع بتراثها الأدبي، وهذا يتحقق في الغالب من خلال التردد على المتاحف بغرض الاستفادة منها في ميادين العلم والمعرفة وكذا الحفلات والمهرجانات .

[1] زهير عبد الله حسين ، **القطاع السياحي في المغرب :الواقع والأفاق**، الرباط ، شركة بيادر للنشر والتوزيع ، 1991،ص.7

خـــلاصـــــة:

من خلال ما سبق عرضه، نقول إنه لا يمكن دراسة أي ظاهرة دون امتلاك فكرة عنها وبعض المفاهيم المرتبطة بها.فالسياحة تعتبر همزة وصل فكري وثقافي واجتماعي بين مختلف الأفراد والمجتمعات، إضافة إلى أبرز الخصائص المميزة التي تلعبها كدور رئيسي في خلق مجالات عديدة للتبادل كالمجال الاقتصادي باعتبار أن له دور هام في تحسين الظروف المعيشية.

فالسياحة أصبحت علماً قائماً بذاته من حيث هي صناعة وفن ومهنة ، وباعتبارها مجموعة من المغريات والنشاطات والخدمات التي يسعى الفرد إلى تقديمها وتجميعها كخدمة متكاملة. لهذا لقيت اهتماماً كبيراً من قبل الكثير من الدول مقارنة بالتقدم العلمي والتقني والتطور الاجتماعي والاقتصادي.

ولكن مشكلة الجزائر تكمن في عدم الاهتمام بكل الإمكانيات التي تتميز بها خاصة الثقافية منها وعدم استثمارها بالشكل الصحيح.

الفصل الثاني : السياحة الثقافية

تمهيد :

السياحة الثقافية يقصد بها كل استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة من خلال اكتشاف تراث عمراني على غرار المعالم الآثرية و التاريخية والدينية، أو تراث روحي يتمثل في العادات و التقاليد الوطنية و المحلية و الفنون والغناء.فالذاكرة التاريخية لأي مجتمع تتجسد في تراثها الحضاري والتي تعمل السياحة الثقافية على تنميته و المحافظة عليه و استغلاله بطريقة مثلى، وزيادة الوعي لدى المجتمع بأهميته، فالتراث الثقافي بشقيه المادي و اللامادي يُعدُ جزءاً لا يتجزأ عن الهوية الوطنية.لذا، فإن فقدان أي عنصر من عناصر هذا التراث يُعدُ فقدان لجزء من هذه الهوية وخسارة لقيمة متميزة لا تُعدُ بثمن .

لهذا سنتناول في هذا الفصل السياحة الثقافية في مبحثين اثنين، المبحث الأول نتطرق فيه إلى ماهية السياحة الثقافية أما البحث الثاني فنعِرض فيه مُقومات السياحة الثقافية في مستغانم، التراث المادي وغير المادي.

1.2 نبذة تاريخية عن السياحة الثقافية :

برزت السياحة كمصطلح مستقل في إنجلترا في سنة 1811، المتمثل في مجموعة العلاقات والظواهر الناتجة عن السفر والإقامة خارج عن مكان العيش المعتاد لمدة لا تتعدى السنة لأغراض الترفيه والتسلية، وإرضاء الحاجة الثقافية، أو لدوافع أخرى.بينما ترجع إرهاصات السياحة الثقافية، إلى السفر الثقافي الذي كان قائماً منذ العصور اليونانية القديمة[1] عندما كان الكثير من الطلبة اليونان يحاولون دراسة تاريخ مدينتهم فوجدوا أنفسهم ملزمون على زيارة المعالم التاريخية التي لا تزال تشهد عن الأحداث التي ميزت ماضيهم ، ومن بين هذه المعالم التي وصفت من طرف العديد من الكتاب

[1] Valéry Patin.**Tourisme et Patrimoine**,Paris ,la documentation française,2005,p.10

خلال رحلاتهم السياحية الثقافية والاستكشافية والتي أشاروا إليها في قصص و أدلة السفر والإرشاد السياحي، مثل كتاب "هيروديت" "HERODOTE"الذي كان يُصف فيه "برج بابل". وفي العصور الوسطى ظهر السفر الثقافي الديني مثل الحج، وصارت زيارة الآثار التاريخية التي كانت من أهم الأنشطة الثقافية والسياحية في تلك الفترة تعزز الممارسة الدينية وتوسع معارف النصوص المؤسسة للإسلام، المسيحية والبوذية، حيث كانوا يترددون على المناطق التاريخية الدينية، مثل روما في إيطاليا وبيت لحم في فلسطين، وتواصل الاهتمام بنشر الديانات عبر مختلف البلدان خلال عصر النهضة، ولكن في القرن 18 م بدأت تسطر الخطوط الأولى للممارسات التي تعتبر الآن ركائز السياحة الثقافية وهذا إبتداءاً من مرحلة "الجولة الكبرى" وظهور أولى المقاربات العلمية لعلم الآثار وكذا فتح المتاحف للجماهير، وكانت مرحلة "الجولة الكبرى" منظمة من طرف شباب من الطبقة الأرستقراطية من أصل بريطاني حيث قاموا برحلات إلى أوروبا لزيارة المعالم التاريخية، والحضور في مختلف التظاهرات الثقافية.

وفي القرن 19 م ظهرت ثنائية السفر والتراث وتطورا بشكل مستمر، فالتراث من خلال إجراءات حماية وتهيئة المواقع والمعالم التذكارية كما تزايدت المتاحف وثمنت العديد من المواقع التاريخية، ومع بداية القرن 20 م زاد الأمر تطوراً حيث ارتفع عدد السياح والزوار وعملت الكثير من الدول على التعريف بتراثها وهذا من أجل فرض هويتها وكان ذلك بنشر البطاقات والطوابع البريدية، وبيع المنتجات التذكارية لكل منطقة وإنشاء الفنادق من المحفزات على السياحة الثقافية[1] .

من خلال النبذة التاريخية عن السياحة الثقافية نجد أن هناك اتجاهين لها : اتجاه تقليدي من خلال جعل السياحة الثقافية من أقدم أنواع السياحة من خلال ارتباطها بمفهوم السفر الثقافي بكل جوانبه، سواءاً كان السفر من أجل الدراسة والاستكشاف أو من أجل ممارسة الشعائر الدينية كالحج ونشر

[1] Ipid.p.16

الديانات، أما الاتجاه الثاني وهو الاتجاه الحديث للسياحة الثقافية الذي يربطها بالتراث بشقيه المادي واللامادي، وبمدى إقبال السياح والزوار المترددون على المرافق الثقافية من (معالم أثرية وتاريخية، ومتاحف) والمشاركة في التظاهرات الثقافية (حفلات، المهرجانات الثقافية والموسيقية والفولكلورية، والمعارض).

2.2 مقومات السياحة الثقافية في مستغانم :

تتميز مستغانم بتنوع تراثها الثقافي، تراثٍ مادي يتكون من عناصر غير منقولة كالمواقع والمعالم والمباني الأثرية والتاريخية، ومن عناصر منقولة مثل القطع الأثرية، قطع التراث الشعبي والصناعات التقليدية والحرفية، أضِف إلى ذلك تراث غير مادي و الذي يتمثل في العادات والفنون الشعبية .

1.2.2 التراث المادي: (المعالم الأثرية والتاريخية،المتاحف والصناعات التقليدية):

أولا : المعالم الأثرية و التاريخية.

❖ **ميناء كيزا:** هو أقدم ميناء عرفته المنطقة*، إذ يعود تاريخ ظهوره إلى الفترة الرومانية، بحيث كان هذا الموقع الأثري جزء من المملكة النوميدية الغربية ، ملكها "ماسسييل[1]، وعرف هذا الموقع الأثري تأريخه وفقا للنقوش اللاتينية التي تم العثور عليها.وما تزال أثاره إلى اليوم تدل على حركة الإنسان به حيث نجد "منشات حمامية، زيتية ومساحة باطنية وعدد كبير من الصهاريج مبنية تحت الأرض جدار.

* انظر الملحق رقم04.

[1] رشيد محمد الهادي بن يونس،**نيل الغنائم من تاريخ مستغانم**، مستغانم، المطبعة العلوية ، ط1، 1998،ص.44

❖ **جدار السور:**هو عبارة عن أطلال من قلعة أو حصن كان يحيط بمنطقة السور* حيث يرجع إلى الفترة الموحدية نظرا لمواد البناء المستعملة في بنائه حيث أقامه الموحدين بالمنطقة نظرا لموقعها الاستراتيجي المُطل على واد شلف ومنطقة سيدي بلعطار وهذا من أجل النظام الدفاعي للمدينة وهو من أهم الأسوار التي تم بناؤها في المنطقة والشاهد الوحيد على وجود حضارة التي ترجع إلى الفترة الموحدية في مستغانم .

❖ **المدن و الأحياء القديمة:** تتكون مستغانم من عدة مدن و أحياء قديمة* عاشت عدة حِقب تاريخية، وقد تم حفظها من طرف مديرية الثقافة لمستغانم ونذكر منها :

- **تجديت:** هي كلمة أمازيغية تعني الأساسات أي المدينة العربية القديمة التي كان يسكنها البرانية[1]، وهم العمال الذين كانوا يقصدون مدينة مستغانم التركية والحضرية للعمل، حيث كانوا يعبرون يومياً باب المجاهر وهو أحد الأبواب الستة للمدينة.كما يطلق على تجديت أيضا تسمية القاهرة و قصبة مستغانم، فهي لا تزال قائمة بجوار البنايات الحديثة و المدينة العصرية كما أنها تضم عدة معالم تاريخية وتراثية قديمة تشهد على مختلف المراحل والحقب التي مرت بها مستغانم.
- **المطمر:** ارتبط هذا الحي بسيدي عبد الله الخطابي، الذي يُقال أنه هو أول من سكن هذا الحي ، وكان يخزن الطعام لأهل الصحراء و الضيوف في المطامير، ثم ارتبط بالتجار الذين يخزنون المحاصيل و السلع و المنتوجات في مخازن الحبوب التي بناها حميد العبد. ويقع حي المطمر في الضفة اليمنى لوادي عين الصفراء، ويضم هذا الحي عدة معالم أثرية وتاريخية.

* انظر الملحق رقم05.
* أنظر الملحق رقم06.
[1] موقع الفايسبوك،صفحة **مديرية الثقافة لولاية مستغانم** ،يوم 2017/03/27 على الساعة 23:35

- **طبانة** : هي مدينة عثمانية وهذه التسمية مأخوذة من كلمة تركية تستعمل في المجال العسكري وهي تعني قاعدة أو مدفع أو بطارية المدفع، هذا ما يؤكد على الأهمية العسكرية لحي الطبانة العتيق لأنه يقع بتلة قريبة من البحر. إذ يعود تاريخها إلى القرن العاشر والحادي عشر ميلادي وهي قائمة على تخطيط عام يرتكز أساسا على العناصر المعمارية الموجودة في المدن الإسلامية والتي تضم : المسجد الجامع، السوق، وملاحقها من منازل وحمامات وشوارع ودروب وأضرحة وغيرها.

❖ **الأبواب الستة** : هناك مجموعة من الأبواب* التي عرفت بها مدينة مستغانم ومنها :

- **باب معسكر** : أطلق نسبة إلي طريق الرابط بين جنوب المدينة و معسكر وهو من أبواب الرئيسية في المدينة في العهد العثماني باعتبارها كانت عاصمة بايلك الغرب.
- **باب مجاهر**: أطلق نسبة إلي قبائل مجاهر التي تسكن المنطقة وكان معبر لتسوق وبيع المنتوجات مع العلم لم يبق منه في الوقت الحالي إلا فضائه المعماري.
- **باب الجراد**: يقع بجانب السور الغربي للمدينة، وتشير المصادر إلى أن خير الدين بربروس هو الذي قام ببنائه.
- إضافة إلى وجود عدة أبواب كباب البحر، وباب العرصة وباب وهران.

❖ **المساجد** : مستغانم معروفة بكثرة المساجد* التي تتميز بعمارة ذات طابع إسلامي :

- **جامع المريني العتيق** : يقع هذا المسجد بحي الطبانة على شاطئ نهر عميق "واد عين الصفراء" ، بني الجامع الكبير سنة 742هـ الموافق لـ 1340م من طرف السلطان أبي عبدالله بن أبي سعيد المريني.

* أنظر الملحق رقم07.
* أنظر الملحق رقم08.

❖ **الزوايا** : تعد مستغانم عاصمة الثقافة الصوفية، بحيث نجد عددا معتبرا من الزوايا تنتمي إلى الشيوخ وممثل الطرق الأكثر شهرة[1]، ومن بين هذه الزوايا نذكر :

- **الزاوية العلوية** : يعود تأسيسها نسبة إلى الشيخ أحمد بن مصطفى بن عليوة سنة 1910م، وهي من أكبر الزوايا الموجودة بالغرب الجزائري يقع مركزها الحالي بحي تجديت. ومن أعمال هذه الزاوية أنها أنشئت أول مطبعة عربية في الغرب الجزائري.
- **الزاوية التجانية** :أسست على يد الشيخ أحمد بن محمد بن مختار التيجاني المولود سنة 1915م بعين ماضي "الأغواط" والمتوفي بمدينة فاس، مركز هذه الزاوية الحالي بمستغانم.
- **الزاوية البوزيدية** : أسسها سيدي حمو البوزيدي المتوفي سنة 1909م، حيث كان موقعها بحي تجديت، يترأسها الشيخ عبد القادر دحاح منذ سنة 1999م وموقعها الحالي منطقة خروبة المطلة على البحر.

❖ **قصر الباي مصطفى محمد الكبير:** يعود بناء القصر إلى الفترة العثمانية* ما بين حكم الباي محمد بن عثمان الكبير باي الثاني للأيالة الغربية وتلمسان، حيث تولى الحكم سنة 1192هـ/1778م .

❖ **برج الترك (الشرق)** : هو عبارة عن برج عسكري*، يقع شرق المدينة العتيقة التي يعود تاريخها إلى القرن10م و 11 م المسماة حاليا (طبانة) يعود تاريخ بناء هذا الحصن إلى العهد العثماني، إختلفت الآراء في تاريخ بنائه حيث يرى البعض أن حميد العبد"أحد أمراء العرب في المنطقة، والبعض الأخر يؤكدعلى أن الباى مصطفى بوشلاغم هو الذي بناه قبل وفاته سنة1737م إلا أن عامة الناس تؤكد على أن برج بني من طرف الأول ورمم من طرف الثاني.

---

[1] موقع الفايسبوك،صفحة **مديرية الثقافة لولاية مستغانم** ،يوم 2017/03/27 على الساعة 23:35

*أنظر الملحق رقم 09.
* أنظر الملحق رقم10.

❖ **الــدور** : تتوفر مدينة مستغانم على عدد كبير من الدور العثمانية* التي تعتمد في تخطيطها على فناء أوسط مكشوف تحيط به:

- **دار الشعراء (القاضي):** تأسس هذا المعلم التاريخي بأمر من الباي محمد الكبير سنة 1732م، شيد هذا القصر ليكون مقرا لإقامة الباي ولكنه استغنى عنه، ثم اتخذه شعراء المدينة ناديا يجتمعون فيه للسهر وإلقاء الأشعار.
- **دار المفتي** : يحيط الغموض بتاريخ بناء هذا المنزل ومنشئه، وأجمعت الروايات على أن المنزل كان يسكنه مفتي المدينة في العهد العثماني.
- **دار القايد:**تم بناء هذا المعلم في العهد العثماني،من طرف الباي مصطفى قائد المسراتي ويقال عليه (باي المحال)، ثم أقترح ليصبح متحفا للفنون والثقافات الشعبية سنة 2004.
- **دار حميد العبد:** تحمل هذا الدار اسم أحد زعماء قبيلة المحال ألا وهو حميد العبد عاش خلال القرن السادس عشر سنة1517م، يتواجد المنزل بحي الطبانة.

❖ **ضريح الباي بوشلاغم وزجته لالا عيشوش** : ينسب هذا المعلم* إلى الباي مصطفى بوشلاغم الذي كان حاكما على منطقة وهران، مقر بايلك الغرب منذ فتحها سنة 1120هـ/1708م إلى غاية 1145هـ/1732م تاريخ إسترجاعها من طرف الأسبان، فخرج منها الى مستغانم وبقي بها إلى أن توفي سنة 1147هـ/1734م ، ودفن بالمطمر وبنيت على ضريحه قبة، حيث يذكر الأغا بن عودة المزاري أن هذا الضريح بني من طرف الباي بوشلاغم وكتب عليه اسمه وتاريخ بناؤه[1].

* أنظر الملحق رقم11.
* أنظر الملحق رقم12.
[1] Moulay Belhamissi,**Histoire de Mostaganem(des origines à nos jour)**,Aléger,SNED,2[2]édition,1982,p.89

ثانياً: المـــتاحـف و الصناعات التقليدية :

❖ المـتاحـف:

تعتبر المتاحف مورد من موارد السياحة الثقافية من حيث امتدادها إلى عصور قديمة، حيث كان المتحف في القديم يقتصر على طبقة معينة من المجتمع، ويعرف المتحف حسب المجلس الدولي للمتاحف ICOM مصطلح MUSEUM << أنه مؤسسة تقام بشكل دائم بغرض الحفظ والدراسة والتسامي بمختلف الوسائل، وعلى الأخص بعرض مجموعات فنية أو علمية أو تكنولوجية على الجمهور من أجل تحقيق المتعة والسرور.>>[1] فالمتحف يُمثل كوثيقة تعريفية لتراث وتاريخ المجتمعات وهويتها .

ففي ولاية مستغانم يوجد عدد من المتاحف يمكن حصرها فيمايلي :

- **متحف الفنون الشعبية:** مقره بدار القايد، موقعه بحي الطبانة ، يحتوي المتحف على قاعات مختلفة كل قاعة يشغلها فن من الفنون الشعبية المستغانمية.
- **متحف الآثـار:** مقره بالمعلم الأثري برج الترك الذي يقع بحي العرصة. و هو يحتوي على قاعة تاريخ الحصن، وقاعة ما قبل التاريخ ، وقاعة المعارض، والمكتبة و قاعة خاصة بالآثار العثمانية.
- **متحف المجاهد** : يقع قبالة البحر، فيه عدة مجسمات لعدة شخصيات جزائرية كالأمير عبد القادر الرئيس هواري بومدين.
- **متحف سيدي علي** : هو أول متحف في إفريقيا يحاكي أشكال التعذيب .

[1] بير شمر، **دليل تنظيم المتاحف** ، ترجمة محمد حسن عبد العزيز، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1993،ص.38

❖ **الصناعات التقليدية :**

الصناعات التقليدية هي كل صنع يغلب عليه العمل اليدوي ويستعين فيه الحرفي أحيانا بآلات لصنع أشياء نفعية أو تزيينية ذات طابع تقليدي وتكتسي طابعاً فنياً يسمح لها بنقل مهارة حرفية[1]، فهي تعتبر ركيزة حيوية للقطاع السياحي، وتمتلك قدرة تصديرية هامة.

فقطاع السياحي يشكل قطباً للنمو يمكن أن يستحدث الديناميكية الاقتصادية المرغوبة لتفعيل قطاع الصناعات التقليدية و الحرف من خلال الاستثمار و التوسع في طاقته الاستعابية، حيث يشكل سوقاً للمنتجات السياحية التقليدية، كما توفر السياحة قطاعاً تصديرياً هاماً للمنتوج التقليدي، فالسائح الأجنبي يحضر بنفسه للبحث عن المنتوج أو الخدمة التي يحتاجها دون الحاجة إلى تصدير المنتوجات وتسويقها دولياً، ِمما يتيح للأفراد دخلاً ينعكس مباشرة على فئة كبيرة من المجتمع. فلقد بينت الصناعات التقليدية مُساهمتها الفعالة في تنمية الاقتصاد الوطني عامة والمحلي خاصة وذلك من خلال توفير اليد العاملة، و تحقيق التوازن بين الريف والمدينة والتعريف بالموروث الثقافي من خلال مختلف الحرف المعروضة بأنواعها على مستوى المعارض والأبواب المفتوحة والتي تحاكي خصائص ومميزات ولاية مستغانم، فتحوز غرفة الصناعات التقليدية و الحرفيين على قاعدة بيانات تضم 3706 حرفي إلى غاية 2017/03/31 .

2.2.2 التراث اللامادي (التظاهرات الثقافية و الفنون الشعبية):

❖ **التصوف** :هو الميل إلى طريق الحق الذي جاء به الرسول صلى الله عليه و سلم وأصحابه الكرام بعده رضوان الله عليهم. [2]

---

[1] عبد الرحيم شنيني، **دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية و الحرفية،دراسة ميدانية حالة مدينة غرداية**،رسالة ماجيستر، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير والتجارة، تلمسان،2010/2009،ص.14

[2] نور الهدى الكتاني ،**الأدب الصوفي في المغرب و الأندلس في عهد الموحدين**،بيروت، دار النتب العلمية ،ط1 ،2008،ص.200

❖ **المسرح** : تعتبر مستغانم عاصمة مسرح الهواة، فالمسرح في المدينة يعود ظهوره إلى أوائل ثلاثينيات القرن الماضي حيث أخذ هذا الفن منذ ذلك التاريخ في تطور و نشاط. ويعتبر ولد عبد الرحمن كاكي و الجيلالي بن عبد الحليم هما الأب الروحي للمسرح، حيث تم إنشاء أول فرقة مسرحية بالجزائر سنة 1926م وهي الفرقة المسرحية التابعة للزاوية العلاوية.كماإحتضنت مستغانم في مسرحها الجهوي* من02أفريل إلى 17أفريل 2017 تظاهرة "مستغانم عاصمة المسرح"، الطبعة الـ50 له وذلك بمشاركة عدة فرق مسرحية

❖ **الكسابة** : هي من بين العادات و التقاليد المتأصلة في الوسط الثقافي المستغانمي، ونوع من أنواع اللقاءات الثقافية التي دأبت المرأة على ممارستها منذ زمن تقام كل سنة تحديدا في 21 مارس بالقرب من ضريح الولي الصالح "سيدي المجذوب" تحديدا عند الشاطئ حيث تقصد النسوة الضريح بنية التبرك بها لجلب الحظ، الر زق، الزواج. المعروف عنها أنها نبتة تنمو بشاطئ "سيدي مجذوب" ويطلق عليها أيضا اسم "لالة بنت النبي" ارتبطت بالفال تكون مصحوبة بعدة ممارسات ومازالت تمارس إلى يوم هذا.

❖ **الطبوع الموسيقية** : تتميز مستغانم بتعدد الطبوع الموسيقية* فيها كالبدوي والشعبي والأندلسي و المدحات.

- **الطـرب البدوي:** تعد مدينة مستغانم عاصمة الفن البدوي بلا منازع، حيث يعود لها الفضل في إرساء قواعد هذا الفن.يعتبر البدوي جزءاً من الذاكرة التراثية لسكان المنطقة.
- **الطرب الشعبي:** الشعبي طابع مميز بمستغانم، فهو يعتبر مصدرا تراثيا كبيراً، وتعتبر مستغانم مدرسة رائدة لهذا الطرب، ويأتي على رأسها الشيخ المرحوم" علي بن كلة".

* أنظر الملحق رقم 13.
* أنظر الملحق رقم14.

- **الطابع الأندلسي** :مستغانم هي إحدى قلاع الطرب الأندلسي في منطقة الغرب، هذا بفضل شيوخ ومحبي هذا الفن رأسهم الشيخ "مولاي بن كريزي"، الشيخ " نور الدين بن عطية" ولم يقتصر هذا الفن على الرجال فقط حيث اقتحمت المرأة مجال الطرب الأندلسي من خلال إنخراطها ضمن الفرق الأندلسية المختلفة إلى حين تأسيس جوق نسوي محض وذلك بجمعية الفن والنشاط.

- **المدحات أو الفقيرات** :ويختص المديح النسوي بلمسة محلية تستعمل فيه تعابير وصيغ وإيقاعات وأنغام ومدح للرسول صلى الله عليه وسلم تنقسم بين الإيقاع الخفيف والشطيح أي الرقص البطيء والصورة التراثية المحلية المميزة هي "الرشقة " تقديم نقود مقابل الرقص وتبراح المداحة وسط الزغاريد ومن آلاتها البندير، القلال، الطبيلة .

❖ **الفولكلور** : يمثل الفن الفلكلوري أصالة وعمق المنطقة وغناها، يطفي البهجة و الفرحة في المناسبات و الأفراح* بحيث تزينه النغمات العيساوية والمدائح و فرق القرقابو والبارود .

- **العيساوى**:نوع من الفلكلورالمحلي المميز للولاية له فرق تحي الأفراح والمناسبات يكون عبارة عن مدائح صوفية تنتشر فرق العيساوى على مستوى كامل تراب الولاية.

- **القناوي**: يعتبر فناً إفريقياً محظاُ يحمل في طياته فنا شعريا وإنشاديا وغنائيا متميزا، وتتلون مادته بمواضيع تحمل إبتهالات ومدائح دينية، تنتشر بمستغانم فرق للديوان و القرقابو. تصنع الأفراح و الفرجة .

❖ **الوعدة**: هي عادات قديمة توارثها سكان المنطقة أبا عن جد و هي مواسم و حفلات شعبية تقام سنويا على أضرحة أولياء الله الصالحين تبركا بها و فأل خير بموسم الفلاحي و تقام معظمها في أيام الخريف بعد جمع المحاصيل الزراعية* و أشهرها وعدة سيدي بن ذهيبة،

*أنظر الملحق رقم15.
* أنظر الملحق رقم 16.

وعدة سيدي الشارف، وعدة سيدي منصور، ووعدة سيدي لخضر بن خلوف.

❖ **الأكلات الشعبية التقليدية** :تتميز مستغانم بتنوع الأكلات الشعبية و التقليدية* ومنها :

- **الكسكسي بالعمار** :أكلة شعبية متوارثة من جيل للأخر ، تقوم المرأة فيها بعملية فتل السميد مشكلة بذلك حبات الكسكسي ، ويطهو على البخار ثلاث مرات، ثم تقوم بتجهيز العمار الذي هو عبارة عن خليط من لحم مفروم يطهى مع والتوابل عندما ينضج يضاف إليه السميد المحمص، وكذلك بيض مسلوق مقطع إلى قطع صغيرة، ويزين به وجه الكسكسي من فوق، ويضاف إليه المرق والحمص.
- **بوفتـاتـة** :أكلة شعبية مستغانمية تتكون من المرق الذي هو عبارة عن بصل، طماطم وثوم جزر وبطاطا، إضافة إلى التوابل والشحم المملح والمجفف في الشمس، عندما ينضج المرق نضيف المعجنات المصنوعة من الدقيق والماء والملح ويقدم الطبق .
- **أطباق السمك:** تشتهر مدينة مستغانم بأطباق مختلفة من الأسماك وهذا بحكم أنها مدينة ساحلية وتفنن سكانها في طبخ السمك بعدة كيفيات .

❖ **اللبـاس التقليدي:** اللباس التقليدي المستغانمي* إرث ثقافي متوارث عريق عراقة المنطقة وأهلها، مما جعل المرأة المستغانمية تحضى بتشكيلة متنوعة من التصاميم التي تعكس مختلف أنماط حياتها تغوص في جمالية الإبداع الفني بالطرز ودقة اختيار الزخارف.

فالبلوزة مثلا هي لباس تقليدي جزء مهم في تصديرة العروس، تخاط بعدة أنواع من القماش كالفينا، قطيفة الهوى، الصاري ومن أشهرها: بلوزة الزعيم، بلوزة الجوه، بلوزة العقيق، و بلوزة السوتاج، أضف إلى ذلك "الشدة" التي لها طابع خاص لدى العروسة المستغانمنية فتزيدها رونقاً وجمالاً.

* أنظر الملحق رقم 17.
*أنظر الملحق رقم 18.

خـــلاصـــة :

لقد أصبحت فنون الجذب السياحي مِضماراً تتسابق فيه العديد من البلدان والتي تُعوِل على السياحة الثقافية كمصدر مهم للدخل الفردي و الوطني ،وعلى نحو يتحول الوعي السياحي إلى تنمية عامة تجعل السائح يشعر بالدفـء في المعاملة و التميز في الاستقبال والأُلفة بينه وبين الساكنة حيثما حلَ أو ارتحل على تراب الوطن عامة و ولاية مستغانم خاصة،حينئذٍ يفكر السائح ملياً في الرغبة في التمتع بما لقيِه من حُسن الضيافة وكرم المَعشر،حيث يكمُن النجاح الحقيقي في مجال الترويج السياحي في القدرة على إعداد هذا السائح وعدد من المتشوقين للتمتع باكتشاف ما تتميز به مستغانم من مقومات السياحة الثقافية المتنوعة المادية و غير المادية،وهنا يأتي دور الجهة الوصية في رسم إستراتيجيات رشيدة بغية تحقيق تنمية سياحية حقيقية .

الفصل الثالث : إستراتيجيات تنمية السياحة الثقافية.

تـمـهـيـد:

تجاوزت السياحة بمفهومها المعاصر من مجرد كونها سفراً و فعاليات ترويجية إلى نوع من الصناعة لها أبعادها الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية وضمن إطار نوع من تنظيم العلاقات والمصالح بين دول العالم .لذلك تعد التنمية السياحية في الوقت الحاضر أحد أهداف التنمية الاقتصادية و الاجتماعية الشاملة لما لها من القدرة على جلب العملة الصعبة و تحسين ميزان المدفوعات و خلق فرص جديدة للعمل المباشر و غير المباشر، فضلاً عن الإسهام في تحسين نمط الحياة الاجتماعية لمختلف الأفراد.

و لطالما عانى القطاع السياحي في الجزائر عدة مشاكل و معوقات عديدة أبرزها : قلِة المؤسسات التعليمية و المعاهد التكوينية للسياحة، وضعف مستوى التأهيل و التدريب لدى جُل العاملين في المجال السياحي، أضف إلى ذلكِ قلة الوعي السياحي لدى الساكنة، وأيضا الإهمال واللامبالاة التي تعاني منه السياحة الثقافية وذلك على مستوى المعالم الأثرية التي أصبحت تعاني الويلات من تخريب و افتقار إلى إستراتجيات واضحة المعالم حول هذا النوع من السياحة، الأمر الذي انعكس بالسلب عليها.

ولقد جاء هذا الفصل ليُسلط الضوء على استراتيجيات تنمية السياحة الثقافية من خلال التطرق إلى:

إستراتجيات السياحة الثقافية و التخطيط الإستراتيجي لها وَ التنمية السياحية،أهدافها و مراحلها.

1.3 استراتجيات السياحة الثقافية و التخطيط الإستراتيجي لها:

1.1.3 استراتجيات السياحة الثقافية و أهدافها:

إن ما يعرفه العالم اليوم من تغيرات و التي أثرت في جميع الدول، وصار هَم كل هذه الدول هو تحقيق الربح دون مراعاة الحدود الجغرافية و الإقليمية و القانونية، وظهور ما يعرف بالعولمة السياحية

وهذا راجع لإدراك هذه الدول بمدى أهمية قطاع السياحة في بَعث التنمية الشاملة خصوصاً بعد فتح الحدود بين العديد من الدول و إدماج تقنيات حديثة في العمل السياحي، فالجزائر بكونها تتميز بتنوع إمكانياتها السياحية جعل كل ولاية لها خصائصها التي تميزها عن ولاية أخرى، مِما استدعى من الحكومة تبني إستراتجيات فعّالة للحفاظ على التراث بأنواعه، ويكون التخطيط حسب مميزات كل ولاية.

فالاستراتيجية على مستوى الإدارة تُعرف بأنها الخطة العامة المعْدة لتحقيق أهداف منشودة ومحددة فقد استخدمت الإستراتيجية للدلالة على المهارة في التخطيط و الإدارة[1] ، ثم أصبحت مفهوما شاملاً يعني الخطة العامة لوسائل تحقيق الأهداف.

أولاً : الأهداف العامة للإستراتيجية، عموماً تدور حول ما يلي :

- تنوع وتعدد وسائل الجذب السياحي.
- إخراج المنتج السياحي إلى الأسواق العالمية من خلال العمل على تطويره.
- جذب الاستثمارات السياحية المحلية و العالمية.
- وضع معايير الجودة وتحديد مواصفاتها.
- العمل على خلق التنمية المستدامة و تطوير المجتمعات .
- تطوير أدوات التسويق و الترويج السياحي .
- تطوير القطاع الخاص و تشجيعه على الاستثمار في القطاع السياحي .

ثانياً : أهداف الإستراتيجية السياحية على مستوى المنشآت السياحية، يمكن حصرها فيما يلي:

- العمل على تنشيط الحركة السياحية.
- وضع خطط للحملات الإعلامية المحلية و الدولية.

[1] هدير عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص.103

- الاهتمام بالمشروعات السياحية و متابعتها .
- الاهتمام بالعنصر البشري والذي يُعد محوراً أساسياً للارتقاء بجودة الخدمات السياحية.
- العمل على نشر الوعي السياحي محلياً و دولياً ولجميع الشرائح المستهدفة .
- الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية و حماية النادرة منها.
- المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة.
- تحديد أهداف التنمية السياحية قصيرة و بعيدة المدى، ورسم السياسات السياحية و وضع إجراءات تنفيذها.

2.1.3 التخطيط الإستراتيجي للسياحة ، أهدافه و مراحله :

التخطيط الاستراتيجي في مجال السياحة هو التخطيط طويل المدى الذي تقوم به وزارة السياحة، أو الإدارات الرسمية و الذي يركز على كيفية تحقيق الأهداف الشاملة بعيدة المدى للمنظمة ككل، ويهتم التخطيط الإستراتيجي بتحديد المستقبل السياحي للبلاد وتحقيق الأهداف العريضة الخاصة بذلك، وهو ما تقوم به الإدارات الرسمية وتركز على التنمية السياحية بكافة أنواعها .

أولا:أهداف التخطيط الإستراتيجي للسياحة :

إن الهدف الرئيسي لأي خطة سياحية هو ترقية المنتج السياحي للبلاد لتلبية احتياجات السواح وذلك من خلال الاهتمام الفعلي بجميع أنواع السياحة خاصة السياحة الثقافية لما لها من أهمية، وعليه فإن أهداف التخطيط الإستراتيجي للسياحة [1]هي كما يلي :

- توفير التجهيزات و الخدمات لتنمية القطاع السياحي، من أجل تحسين أداءه و رفع كفاءته.
- العمل على إيجاد مناطق سياحية جديدة .

[1] فؤاد عبد المنعم البكري،**التنمية السياحية** ،عالم الكتاب ،ط1،2004، ص.128

- تطوير الإطار المؤسسي و الهيكلي لقطاع السياحة من أجل تطويره.
- الإسهام في تكوين أيدي بشرية عاملة مؤهلة و مدربة وتوظيفها لمتطلبات القطاع.
- الاهتمام بالمشاريع السياحية و البيئية و مقتضيات الحفاظ على الموروث الثقافي.
- الاهتمام بالوعي المجتمعي العام بفوائد السياحة و تعزيز السلوكيات الجاذبية لها، وجعل هذه الصناعة تحتل أولوية متقدمة على أجندة العمل الوطني.
- توفير التمويل من الداخل و اللازم لعملية التنمية السياحية .
- ضمان عدم قيام نشاطات اقتصادية أخرى منافسة في المواقع السياحية.

ثانيا : مراحل إعداد خطة إستراتيجية للسياحة :

من أجل إعداد خطة إستراتيجية سياحية، يجب المرور بمجموعة من المراحل يمكن تلخيصها فيمايلي :

فحسب"**كايزر**" و آخرون فإن التخطيط الإستراتيجي السياحي السليم يمرُ بأربعة مراحل [1]:

- المرحلة الأولى: يتم فيها عملية المسح الشامل للنشاط السياحي، موارده و اتجاهات النمو فيها، وكل ما يتعلق بالنشاط من عناصر وفرص.
- المرحلة الثاني : تحديد الأهداف العامة للنشاط من خلال تحديد معدلات نمو معينة، تشجيع نوع معين من السياحة و إنشاء مناطق سياحية جديدة.
- المرحلة الثالثة : في هذه المرحلة يتم تحديد الوسائل اللازمة لتنفيذ الأهداف المحددة سابقاً من خلال برامج التسويق.
- المرحلة الرابعة:الإشراف والرقابة على المشروع السياحي لمعرفة جوانب القوة والضعف فيه .

[1] عثمان محمد غنيم،**التخطيط أسس ومبادئ عامة،جامعة البلقاء التطبيقية**،عمان، دار حفاء للنشر و التوزيع، ط1،1994،ص.160

- وبناءا على ما سبق يمكننا أن نستنتج بأنه لنجاح عملية التخطيط الإستراتيجي السياحي يجب الاعتماد على :

➢ جمع المعلومات : يتم جمع كافة المعلومات المتعلقة بالنشاط السياحي للبلد من أنشطة وموارد الطلب السياحي ،الخدمات، والتجهيزات الحالية، والعلاقة الموجودة بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى.

➢ تحدي الأهداف الممكنة في الأجل القصير و الطويل وهذا من خلال:

✓ إبراز الموارد الحالية المتاحة و المقومات السياحية.

✓ تحليل و تقييم الوضع السياحي.

✓ تحليل أثر متغيرات و قيود البيئة .

➢ مراقبة الأهداف : يتم تحديد الأهداف الممكن تحقيقها في ضوء مساهمة السياحة في النشاط الاقتصادي الوطني.

➢ تحديد الإستراتيجيات البديلة :أي تحديد عدد البدائل التي يمكن من خلالها تحقيق الخطة الإستراتجية، فقد يكون واحد أو مجموعة من البدائل.

➢ وضع الخطة النوعية (القطاعية) :أي وضع الخطة الخاصة لكل قطاع ويتم هذا من خلال :

✓ اختيار أفضل الإستراتيجيات ككل قطاع سياحي فرعي.

✓ وضع الخطة الخاصة بتطوير العرض أو المنتج السياحي.

✓ تنفيذ الخطة الإستراتيجية، ومتابعة وتقديم المشاريع السياحية، ومقارنتها بالأهداف المسطرة ومن أجل تحقيق هذه المراحل يجب توافر نظام معلومات ووجود معايير للتقييم و قياس الفعالية على مستوى القطاع السياحي.

2.3 التنمية السياحية ، أهدافها و مراحلها :

1.2.3 أهداف التنمية السياحية :

التنمية السياحية تعبر عن مختلف الإستراتيجيات التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية، بغية ترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي من خلال إيجاد التوازن بين المطالب التنافسية و المتعارضة أحيانا على قاعدة الموارد المحدودة و تعظيم النتائج و الآثار الإيجابية للتنمية السياحية مع تقليل النتائج السلبية.

فالتنمية السياحية في حد ذاتها هدف كما تعد مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر ألا و هو تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية للدولة، وتختلف أهدافها من دولة لأخرى، ومن وقت لأخر داخل نفس الدولة الواحدة، ويرجع هذا لجملة من العوامل أهمها اختلاف الدول في مكونات العرض السياحي و إمكانياتها التنموية و موقعها من المناطق المصدرة للسائحين، بالإضافة إلى ظروف الداخلية (الاقتصادية والاجتماعية و الثقافية و البيئية) فنجد بعض الدول تهدف من عمليات التنمية جلب أكبر عدد ممكن من السياح مِما ينتج عنه العديد من المشاكل الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية و البيئية، في حين تهدف دول أخرى إلى جذب عدد محدود من السواح من ذوي الدخول المرتفعة .

- ويمكن تقسيم أهداف التنمية السياحية إلى قسمين[1] :

أولاُ :الأهـداف العــامة :

وهي تشمل كل ما تسعى التنمية السياحية إلى تحقيقه بصفة عامة مثل :

- تحقيق نمو سياحي متوازن.
- تدعيم المردودات الاقتصادية للسياحة.
- زيادة نصيب الدولة من النشاط السياحي .

[1] خالد قاسمي،**السياحة في الجزائر بين الإمكانيات المتاحة وتحديات التطور**، مجلة الاقتصاد الجديد، 8ماي2013،ص.ص. 239 –254

- خلق فرص العمل و تقليص معدلات البطالة .
- زيادة الدخل القومي الإجمالي .
- تنمية البنية الأساسية و توفير التسهيلات اللازمة للسائحين و المقيمين في الدولة.
- المساهمة الفعالة في حل المشاكل الاقتصادية و الاجتماعية .

ثانياً : الأهــداف المحـددة :

وتمثل بالتعريف بالمقومات الأثرية و الدينية و التاريخية التي تزخر بها الدولة، والتعريف بالجانب الحضاري الذي يتميز به البلد، ولبلوغ هذه الأهداف هناك مجموعة من المحاور التي تمثل الإطار المتكامل الذي يجب أن تسير عليه سياسات التنمية السياحية في مختلف الدول[1] وتتمثل في المحاور التالية :

- **جلب عدد كبير من السائحين** :تسعى الجزائر من خلال سياسات التنمية السياحية إلى زيادة عدد السواح الوافدين إليها سواءاً من السياحة الداخلية أومن السياحة الخارجية التي تعتمد على السائح الأجنبي، ويتم هذا من خلال النشاطات التسويقية التي تستعمله الدولة لترويج المنتوج السياحي الثقافي و إقناع السياح و استقطابهم بغية إشباع رغباتهم المعرفية و تلبية حاجاتهم.
- **تمديد متوسط مدة الإقامة** : يُعد متوسط الإقامة من المعايير الفعالة في قياس متوسط النشاط السياحي في أي بلد، إذ يُعبر عن مدى قبول المنتج السياحي من قبل السائحين، وبما أن المغريات السياحية لا تقاس بالكم أو الحجم، بل الكيفية و المستوى، فلقد حرصت البلدان السياحية إلى زيادة فاعلية عناصر الجذب الإيجابية للحركة السياحية و التقليل من عناصر الطرد السلبية بهدف بناء صناعة سياحية مزدهرة تحقق أعلى نِسب رضا من قبل السياح،

[1] يحي سعيدي،سليم عمراوي، **مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية (حالة الجزائر)**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية، بغداد،العدد36، 2013،ص.ص95-114/ pdf/ www.iasj.net ، تاريخ الاطلاع:2016/10/02،على الساعة 16:43.

ويتم هذا من خلال تحسين الخدمات و تطوير المناطق السياحية أولا، ثم التركيز على خلق مناطق جديدة مزودة بكافة المستلزمات و بأسعار تنافسية مقارنة لما تقدمه الدول المجاورة.ومن خلال كل هذا يتم تحقيق الرضا النفسي للسائحين مما يرفع بدوره متوسط مدة إقامتهم بدولة العرض السياحي.

- **زيادة متوسط الإنفاق اليومي للسائحين** : إن متوسط الإنفاق للسائح دور مهم في زيادة أو تقليل الناتج الاقتصادي من السياحة، ويتوقف متوسط الإنفاق اليومي للسائح على عدة عوامل، يتعلق بعضها بالسائح نفسه، في حين يتعلق البعض الأخر بمدى توفر مجالات الإنفاق التي تجذب السياح، فالعرض هنا يخلق الطلب و يتأثر فيه، وتعمل الجزائر إلى رفع من مستوى إنفاق السائح اليومي من خلال التركيز على جذب السواح أصحاب الدخول المرتفعة، أو العمل على حث الطلب وذلك عن طريق إعداد إستراتجية في مختلف المناطق السياحية و تهيئتها بمراكز البيع و الاهتمام بكافة مجالات إنفاق السياح.

2.2.3 مــراحل تنمية السياحة الثقافية :

لقد تناول موضوع التنمية السياحية العديد من الباحثين وتطرقوا إلى المراحل التي تمر بها، وقدموا في ذلك نماذج مختلفة لتحليل الظاهرة ونذكر منها :

" نموذج **ميوسيك** " الذي قسم مراحل التنمية السياحية إلى أربعة[1] (04) مراحل و هي :

- مرحلة الاكتشاف : حيث يتم اكتشاف القدرات السياحية للمقصد السياحي.
- مرحلة النمو : وفيها يبدأ تطوير الموارد السياحية للمنطقة بشكل تدريجي.
- مرحلة الانطلاق : وفيها تأخذ الدولة بمبدأ التخطيط و التوسيع السياحي .

[1] جليلة حسن حسنين،**التنمية السياحية**،مصر،الدار الجامعية ،2006، ص.20

- مرحلة النضج : حيث تظهر المنطقة على الخريطة السياحية و فيها يتكامل النشاط السياحي من خلال توفر عناصر الجذب السياحي و التسهيلات .

و يأخذ هذا النموذج توقفه عند مرحلة النضج السياحي وعدم تحليله لأي عوامل سلبية قد تؤدي إلى عدم استمرار النمو، وبالتالي عدم تحليله لأي عوامل سلبية قد تؤدي إلى عدم استمرار النمو، وبالتالي إحتمال دخول المنطقة في مرحلة التدهور و الانحدار نتيجة لتوجه السائحين إلى منطقة سياحية. منافسة.لذا، جاء نموذج "**بيتلر**"سنة 1980 و قد حدد هذا النموذج سِت (06)مراحل للتنمية السياحية وهي :الاكتشاف، المشاركة، التطور، النضج، الثبات أو الركود، التجديد أو التدهور.

يتشابه نموذج " **بيتلر** " مع دورة حياة المنتوج، فالمرحلة الأولى تبدأ باكتشاف المنطقة السياحية الجديدة، ومع تزايد إقبال السائحين على المنطقة تبدأ مرحلة المشاركة فتظهر مجموعة من الخدمات والتسهيلات، ثم تبدأ مرحلة التطور حيث يتم توفر الخدمات السياحية و التسهيلات بشكل مكثف للسائحين لخدمة الأعداد المتزايدة، وإذا استمر النمو مع مبدأ تحقيق التوازن تصل المنطقة إلى مرحلة النضج وتلي هذه المرحلة مرحلة الثبات فلا تشهد المنطقة النمو المتزايد للسواح بل يتوقف النمو عند حد معين من السائحين، وفي هذه المرحلة إن لم تظهر في المنطقة تنمية جديدة تعتمد على مقومات سياحية جديدة فإنها تتجه إلى التدهور، لذلك فإن الإدارة السليمة للنشاط السياحي في كافة مراحل التنمية تتمثل في تجنيب المنطقة الوصول مرحلة التدهور و نقلها إلى مرحلة جديدة من التنمية المتوازنة بما يعرف بمرحلة التجديد .

خـــلاصـة :

لا تبنى السياحة الثقافية على ترتيب غير مُحكم فهي تُركِز على إستراتجية محكمة، وقد بنيت هذه الأخيرة على مفهوم جديد للسياحة الجزائرية بالاستفادة مِما تملكه من مؤهلات لتحقيق متطلبات السياح المحليين و الأجانب، حيث يرمي هذا المفهوم إلى التموقع في الفروع السياحية الجديدة الواعدة و الاستفادة من تجارب البلدان المنافسة في حوض المتوسط، وإجراء تكييف يتماشى مع توجهات الاستهلاك و الطلب السياحي الدولي و المحلي و التوفيق بينهما. فالجزائر بكونها تتميز بتنوع إمكاناتها في السياحة الثقافية استوجب عليها تنويع عرضها السياحي الوطني و سواحها حتى يكون النشاط السياحي أكثر فاعلية و مرونة في مواجهة التغيرات المفاجئة للسوق. فمن حيث العرض السياحي يتوجب عليها تنويع الوجهات إلى بعض الولايات التي لها مقومات سياحية كولاية مستغانم مثلاْ، قصد التوجه لاستقطابات جديدة للنوعية و الجودة في المنتوج السياحي الثقافي خاصة، بغية زيادة المعرفة العلمية و اكتشاف مناطق تاريخية ومعالم آثرية جديدة التي بدورها تستلهم السياح وللتعرف على ثقافة السكان المحليين و عاداتهم . ولا يتأتى هذا إلا عن طريق ميكانيزمات و آليات فعالة ناجعة، كالعمل على نشر الوعي السياحي وتعزيزه من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية بمختلف أطوارها من المدرسة وصولا إلى الجامعة،أيضاً الدور الذي يلعبه المجتمع المدني من جمعيات و أحياء و الكشافة الإسلامية، أضف إلى ذلك إسهام وسائل الإعلام والاتصال في الترويج للمورث الثقافي و التعريف به، كلها عناصر تُسهِم في المحافظة على التراث الثقافي بشقيه المادي وغير المادي وبالتالي يتم تحقيق تنمية سياحية ثقافية .

والآن سننتقل إلى الإطار الميداني

.

الإطـار الميدانـي

بطاقة فنية لولاية مستغانم :

تقع ولاية مستغانم شمال غرب الجزائر العاصمة وتبعد عنها ب365 كلم، تتميز بموقع استراتيجي هام وبطول ساحلها 125 كلم، وتتكون الولاية من10 دوائر و32 بلدية.عُرفت المنطقة بتسمية "موريستاقا"MORISTAGA أطلقه الرومان على الموقع الذي تتواجد فيه المدينة الحالية على القوس الشرقي لخليج مستغانم، بينما يضم قوسه الغربي ميناء أرزيو[1].وقد ذكر الجغرافيون العرب عن مستغانم أنها بلدة صغيرة تقع في حفرة انهدامية على خط الساحل يحيط بها صور من ناحية الجنوب تمتد حولها البساتين وطواحين المياه.

تتركب كلمة مستغانم من مقطعين **مستى:** بمعنى محطة شتوية أو مكان للإقامة الشتوية، و**غانم:**تعني اسم لشخصية مرموقة. كما أطلق البعض عليها عدة تسميات نذكر منها:مرسى الغنائم، مسك الغنائم، في حين أطلق عليها البعض الآخر "كوخ قصب"، **مس:** بمعنى كوخ، و**غانم** :بمعنى قصب[2].

سايرت منطقة مستغانم أحداث العالم القديم والمتحضر وتغيراته ولم تنج من مختلف الفترات التاريخية التي عاصرت مختلف المدن الجزائرية، شأنها في ذلك شأن البلاد كلها،إذ أنها مرتبطة ارتباطاً عضوياً به.ولقد ترك الإنسان البدائي القديم بصمات جلية بالمنطقة وأثاره ما زالت موجودة بمتحف وهران وبمتحف العاصمة بالجزائر العاصمة، وكذا بقايا من حيوانات انقرضت مثل "الكركدان وآريان"نوع من الماعز،كانت الحياة الاجتماعية سائرة المفعول ونلمس تجمعاتها بخروبة، سيدي المجذوب، ماسرى، عين تادلس وغيرها من ضواحي مستغانم.فموقعها الإستراتيجي جعلها مسرحاً لعدة حضارات.فهي تعد مزيجاً من التراث العربي و الإسلامي و الأندلسي و العثماني. في الفترة التي يمكن حصرها تاريخيا إلى ما يسمى "بالعهد الفنيقي " أحدثت تغييراً ملموساً في الحياة الاجتماعية حيث استطاعوا أهالي المنطقة تبادل الخيرات بينها وبين العالم الخارجي والدليل على ذلك وجود مركز بالقرب من قرية سيدي

[1]رشيد محمد الهادي بن يونس، مرجع سبق ذكره،ص.20

[2]عبد القادر بن عيسى المستغانمي،**مستغانم و أحوازها عبر العصور-تاريخيا و ثقافيا**،مستغانم،المطلعة العلوية،ط1،1996،ص.16

بلعطار المسمى "كيزا"،أقيم من طرف الفينيقيون للملاحة التجارية والتنقل بين الأقاليم* ،كما يوجد أيضا مركز فينيقي آخر بمنطقة الشعايبية لقربه من شاطئ البحر[1].

أما في فترة الوجود الروماني التي استمرت حوالي ستة قرون، مازالت أنقاضها عبر الشمال الإفريقي منتصبة والمعالم التاريخية التي شاركت في إقامتها سكان المنطقة كبلعطار، الحجاج، سيدي علي.

في حين استقر بها في الفترة الإسلامية المرابطون من طرف يوسف بن تاشفين والمرينيون بقيادة "فارس قائد الزعيم المريني " أبو عنان ابن أبي الحسن المريني "أشهر أمراء بني مرين، فقد أسس هذا الأخير مسجداً عظيماً لا يزال قائما والذي تم ترميمه سنة1998م*.

كما أن مستغانم خضعت للنفوذ الاسباني أيضاً بموجب اتفاقية 26 ماي 1511م أبرمت بينهم وبين أعيان المدينة بتاريخ 28 ماي 1511م، فيما بعد استولى عليها الأتراك سنة 1516م حيث قام الأمير خير الدين بربروس بتحصينها.[2]

من خلال هذه الأحداث التي مرت بها مستغانم جعلها تتميز بموزاييك من التراث المادي و غير المادي و لعل أبرزه الذي يرجع إلى الفترة العثمانية، فهي ما بين منشآت دينية كالمساجد والأضرحة والزوايا، ومدينة كالمنازل والدور والقصور والحمامات، وعسكرية كالحصون والبروج و الأسوار .

1- خصائص العينة :

تم إجراء المقابلات مع 15 أستاذ يعملون في جامعة مستغانم، وهذا حسب الجدول الآتي :

* أنظر الملحق رقم 04.
[1] عبد القادر بن عيسى، مرجع سيق ذكره،ص.17
* أنظر الملحق رقم 08.
[2] رشيد محمد الهادي بن يونس، مرجع سبق ذكره،ص.24

جدول رقم 01: يبين خصائص أفراد العينة :

الرقم	الجنس	السن	التخصص	الكلية	القسم	الشعبة	تاريخ المقابلة
01	أنثى	46 سنة	علوم الإعلام والاتصال	العلوم الاجتماعية	العلوم الإنسانية	علوم الإعلام والاتصال	17/02/21
02	أنثى	38 سنة	علم الاجتماع	العلوم الاجتماعية	علم الاجتماع	-	17/02/21
03	أنثى	45 سنة	علم الاجتماع الثقافي	العلوم الاجتماعية	علم الاجتماع	-	17/02/26
04	ذكر	60 سنة	علم الاجتماع و الأنتروبولوجيا	العلوم الاجتماعية	علم الاجتماع	-	17/02/28
05	أنثى	47 سنة	علم الاجتماع	العلوم الاجتماعية	العلوم الإنسانية	علوم الإعلام والاتصال	17/02/28
06	أنثى	35 سنة	دراسات سينمائية	الأدب العربي و الفنون	فنون العرض	-	17/03/05
07	أنثى	49 سنة	إخراج سينمائي ومسرحي	الأدب العربي و الفنون	فنون العرض	-	17/03/05
08	أنثى	30 سنة	علوم الإعلام و الاتصال	العلوم الاجتماعية	العلوم الإنسانية	علوم الإعلام والاتصال	17/03/06
09	ذكر	43 سنة	التسويق الدولي	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	العلوم الاقتصادية	-	17/03/06
10	ذكر	47 سنة	تاريخ حديث معاصر	العلوم الاجتماعية	العلوم الإنسانية	تاريخ	17/03/08
11	أنثى	60سنة	تاريخ وسيط إسلامي	العلوم الاجتماعية	العلوم الإنسانية	تاريخ	17/03/08
12	ذكر	58 سنة	علم اجتماع الاتصال	العلوم الاجتماعية	العلوم الإنسانية	علوم الإعلام والاتصال	17/03/12
13	ذكر	35 سنة	علوم الإعلام و الاتصال	العلوم الاجتماعية	العلوم الإنسانية	علوم الإعلام والاتصال	17/03/13
14	ذكر	37سنة	علوم الإعلام و الاتصال	العلوم الاجتماعية	العلوم الإنسانية	علوم الإعلام والاتصال	17/03/15
15	أنثى	34سنة	تسويق الخدمات	العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير	العلوم التجارية	-	17/03/15

يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه أن مُعظم المبحوثين هم من فِئة الإناث والبقية الأخرى هم من فِئة الذكور.يتراوح سِن الأساتذة الذين تم إجراء المقابلات معهم ما بين 30 و60 سنة، ومُعظمهم يعملون في كلية العلوم الاجتماعية مقسمين على قسمين ، قسم العلوم الإنسانية و الذي يضم شعبتي علوم الإعلام والاتصال و التاريخ، وقسم علم الاجتماع ، وبقية المبحوثين يعملون مابين كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، وكلية الأدب العربي و الفنون.

والمقبلات أجريت مع المبحوثين من 2017/02/21 إلى غاية 2015/03/15.

الفصل الأول : الصورة الذهنية للأساتذة عن واقع السياحة الثقافية في مستغانم.

تمـهيـد:

تحوز مستغانم على إرث سياحي متنوع وموقع إستراتيجي هام يُؤهلها لتكون مدينة سياحية بامتياز، ويمكن للسياحة الثقافية من خلال عناصرها المادية و اللامادية أن تكون بديلاً تنموياً فعالاً، فهي أحد أهداف التنمية الاقتصادية و الاجتماعية لما لها من قدرة على جلب العملة الصعبة و تحسين ميزان المدفوعات وخلق فرص عمل، وكذلك لما تضمه أيضاً من مقومات طبيعية وإنسانية ومادية، شريطة أن يتم استغلال الموروث الثقافي وفق إستراتيجية سليمة وهادفة ورشيدة حتى نضمن بذلك النجاعة .

في هذا الفصل سنعرض تصور الأساتذة لواقع السياحة في مستغانم، وهل هناك اهتمام بعناصرها المادية وغير المادية، ثم نتطرق إلى إسهام السياحة الثقافية في دفع عجلة التنمية المحلية في مستغانم.

- **تصور الأساتذة لواقع السياحة في مستغانم:**

من خلال تحليلنا للمقابلات ميزنا تصوريين متمايزتين اثنين لواقع السياحة في مستغانم.

التصور الأول:

و كان سلبياً، حيث أن مُعظم المبحوثين لديهم تصور سلبي لواقع السياحي في مستغانم.فهم يَرون أن مستغانم تُعتبر حقيقةً منطقة سياحية وهذا من حيث موقعها الإستراتيجي و امتلاكها لزخم من المقومات الطبيعية (الشواطئ ،الغابات ، المغارات...) وإمكانات ثقافية. فهي تتميز بتنوع موروثها الثقافي المادي و اللامادي(المعالم الأثرية، المتاحف،كثرة الأضرحة والزوايا،المسرح، والفنون الشعبية...)، لكن السياحة فيها هي سياحة محلية موجهة للسواح المحليين، ولا ترقى لتطلعات السائح

الأجنبي.فهي تعتمد على الكم لا على الكيف، و أجمع جُل الأساتذة أن مستغانم تُركِز على السياحة الشاطئية بالدرجة الأولى.

حيث نستشهد في هذا السياق بالمبحوثة << رقم 03، 45 سنة، علم اجتماع ثقافي >> قائلةً :

<< مستغانم معروفة بالموروث الثقافي ،الثقافة الشعبية، المناظر الطبيعية وغير ذلك فهي منطقة سياحية ولها موروث متنوع ،كان الأجدر أن تجلِب السواح المحليين ُ رغم كل ما تملكه من خيرات طبيعية وثقافية، لكن ما أُلاحظه أن في موسم الصيف تكثر السياحة الشاطئية لكن النسبة المئوية منخفضة وهذا ربما نظراً لأن المنطقة مغلوقة على ذاتها، وعلى تراثها وعاداتها وغير ذلك، فهي منطقة غير معروفة مقارنة بالولايات الأخرى فمستغانم لديها كل المكونات لكنها غير معروفة، زد على ذلك عدم وجود برامج توضِح آليات السياحة الطبيعية و الثقافية و حتى السياحة الدينية (الزوايا)، أو تم وَضع برامج لكن لم تخضع للتطبيق العقلاني. >>

التصور الثاني :

فقد حمل تصوراً إيجابياً تجلى من خلال بقية المبحوثين الذين يرون أن مستغانم لديها كل المؤهلات السياحية الطبيعية و الثقافية و التاريخية، وأنه مؤخراً يوجد اهتمام ملحوض بقطاع السياحة وهذا من خلال بعض الاستثمارات وإنشاء المنشآت السياحية في مناطق مختلفة في مستغانم .

و نستشهد في هذا السياق بالمبحوثة << رقم 08، 30 سنة، علوم الإعلام و الاتصال>> قائلةً :

<< مؤخرا يوجد بعض الاستغلال من خلال إنشاء بعض المنشآت السياحية خاصة في منطقة صابلات و منطقة الشعايبية، وسيدي المجدوب، وبدأت تظهر معالم هذا الاستغلال بمعايير عالمية ولقد جاءت قرارات وزارية بتشييد مركبات سياحية في أماكن أخرى.>>

التفسير :

مستغانم تزخر بموارد طبيعية وثقافية تؤهلها لتكون مدينة سياحية بامتياز نظرا لغنى الموروث الثقافي المادي و اللامادي و جمال الطبيعة، فالسياحة فيها حقيقة لا ترقى إلى المستوى المطلوب مقارنة مع الإمكانات السياحية المتنوعة التي تمتلكها وكذا الموقع الإستراتيجي الذي يُمكِنها أن تكون ولاية سياحية بجدارة.فالسياحة مقتصرة على الشاطئ بالدرجة الأولى مما جعلها بذلك سياحة موسمية.تملك مستغانم 125 كلم من الساحل، لكن غير مستغل كما يجب، فهي تعتمد على الكم وليس على الكيف مما نتج عنه كثرة الطلب وقابله سوء الخدمات. أضف إلى وجود بعض السلوكات والذهنيات السلبية لبعض المواطنين المحليين الذين لا يقبلون بالسائح الأجنبي، مقارنة بدول الجوار كتونس و المغرب الذين يملكون إمكانات محدودة إلا أن السياحة لديهم مزدهرة وشعبهم مندمج مع السائح الأجنبي ومتفتح على ثقافة الآخر. ويمكن تفسير هذا المئال في مستغانم إلى قِلة الوعي السياحي، وعدم وجود إستراتيجيات واضحة المعالم، هذا كله جعل جُل الأساتذة يرسمون تصوراً سلبياً لواقع السياحة في مستغانم. فالتصور الاجتماعي يتأثر بخصائص كل من الشخص الُمتصِور(الأستاذ) والموضوع المُتصوَر(واقع السياحة الثقافية)، وكلاهما بدورهما يتأثران بالأفكار و القيم و الإيديولوجيات والمعايير الاجتماعية التي يتم اكتسابها عن طريق الاتصال بالآخرين. ويعتبر النموذج السوسيو تطوري الذي جاء به "موسكوفيتشي"، يدرس الكيفيات التي يُتيح من خِلالها الأفراد تصوراتهم حول مواضيع الحياة الاجتماعية المختلفة[1] .

فالتصورات الاجتماعية هي التقاء الخبرة الفردية بالنماذج الاجتماعية حول طريقة تناول الواقع. إنها معرفة يبينها أفراد مجتمع معين حول جزئية من وجودهم.إنها تفسير اجتماعي للأحداث بحيث يصبح بالنسبة للأفراد المنتمين لذلك المجتمع الحقيقة بذاتها[2].

[1] Christine Bonard ,Nicola Roussiau,op,cit,p.19
[2] Laplantier Françoir ,op.cit,p.278

لكن هذا لا ينفي بعض الجوانب الإيجابية لواقع السياحة في مستغانم من خلال بعث بعض الاستثمارات و إنشاء البنى التحتية كالترامواي و بعض المنشآت السياحية وحديقة التسلية.تتميز مستغانم بتنوع موروثها الثقافي بشقيه المادي وغير المادي يمكن أن يكون بديلاً عن السياحة الشاطئية، مما يجعل واقع السياحة بذلك مشجع نوعاً ما.

– الاهتمام بعناصر السياحة الثقافية المادية وغير المادية :

وقد رصدنا في هذا السياق اتجاهين اثنين. اتجاه يضم مجموعة من الأساتذة يرون أن هناك بعض الاهتمام بعناصر السياحة الثقافية، و اتجاه آخر يرى أن هناك لا مبالاة بهذه العناصر.

الاتجاه الأول :

في هذا الاتجاه يرى مُعظم المبحوثين أجابوا بأنه لا يوجد اهتمام بعناصر السياحة الثقافية بشقيها المادي وغير المادي.يوجد بمستغانم تراث ثقافي مميز ومتنوع لكن غير مهتم به وغير مُفَعل. فمُعظم المعالم الأثرية تشهد لامبالاة سواءاً من عدم ترميمها من طرف السلطة وتخريبها من طرف السكان المحليين هذا بالنسبة للتراث المادي.

ونستشهد في هذا السياق بالمبحوثة <<رقم 11، 60 سنة، تاريخ وسيط ومعاصر>> قائلةً :

<< أحياناً يَوجَعني قلبي بعض الآثار الموجودة في الدَرب تَرجَع للعهد العثماني كالحمام والجامع غير معتنى بها كلياً، ونفس الشيئ للسويقة، وهذا نظراً لعدم اهتمام المسؤولين من جهة الذين لم يعملوا على ترميم بقايا الآثار، ومن جهة أخرى العامة الذين لم يساهموا في الحفاظ على البقايا المادية. >>

أما فيما يخص العناصر غير المادية يرى الأساتذة أن المنطقة غير معروفة نتيجة لعدم الاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام خاصة كالترويج للتظاهرات الثقافية كمهرجان الشعر الملحون والغناء البدوي، و الزردة .

حيث نستشهد في هذا السياق بالمبحوثة<<رقم 07 ،49 سنة، إخراج سينمائي و مسرحي>>، قائلةً:

<< أن مستغانم مدينة المسرح لكن لا يوجد إقبال عليه نتيجة لعدم الدعاية له كما يجب، فهم يعتبرون التراث اللامادي كفلكلور. >>

الاتجاه الثاني :

في حين يرى القِلة من المبحوثين أن هناك بعض الاهتمام بعناصر السياحة الثقافية.

ونستشهد بالمبحوث <<رقم 04، 60 سنة، علم اجتماع و أنتروبولوجيا>> قائلاً :

<< هناك اهتمام بعناصر التراث الثقافي من طرف بعض المؤسسات الثقافية، كالمتاحف، فمتحف المجاهد حيث يتم من خلاله حِماية وعرض مختلف الأدوات و الأجهزة إبان الثورة، والاهتمام بالتراث الثقافي من طرف مديرية السياحة و الثقافة و البيئة، إضافة إلى جامعة مستغانم من خلال مخابر البحث أين تم تثمين عناصر الثقافة الجزائرية و مكوناتها التي تتلخص في العناصر المادية واللامادية التي تتمثل في العادات والتقاليد، الحكم والأمثال، الروايات والحكايات الشعبية، وسائط الاتصال الشفوي، النشاطات الاحتفالية إلى غير ذلك. >>

أما فيما يخص العناصر غير المادية يرى مُعظم الأساتذة أن الاهتمام بها هو مُجرد اهتمام مناسباتي ومصلحي .

حيث نشتشهد في هذا السياق بالمبحوثة <<رقم 02، 38 سنة، علم الاجتماع >> قائلةً:

<<هناك اهتمام سياسي مصلحي هادف لإبراز قدرات المنطقة في مناسبات مثلا سيدي لخضر بن مخلوف متزامن مع نفس تاريخ عقد مؤتمر الصومام (20 أوت)، يرتبط بأهداف سياسية للسلطة وليس اهتمام سياحي رغم أن مستغانم من بين الولايات الأولى التي تتنوع فيها المقومات السياحية.>>

التفسير :

مستغانم يطلق عليها " لؤلؤة البحر المتوسط " نظراً لكل ما تحمله من مقومات طبيعية

و ثقافية، فهي تتميز بالعديد من المزايا الأثرية بفضل ما تحتويه من مناطق التي تزامن عليها عدةِ حقب تاريخية خلفت وراءها تراثاً مادياً. لكنها للأسف تشهد لامبالاة وإهمالاً مشتركاً بين المسؤولين و السكان المحليين، نظراً لقِلة الوعي السياحي و ضُعف البنى التحتية، والنمو الديمغرافي والتعمير الفوضوي وعدم تطبيق القوانين المتعلقة بالحفاظ على المناطق و المعالم الأثرية و إعادة ترميمها[1] ، حيث أن مُعظم المواقع غير مُسيجة مِما جعلها قابلة للتخريب والإهمال كضريح" الباي سيدي بوشلاغم ولالا عيشوش" الذي يعتبر معلماً هاما في مستغانم لكنه يشهد تدهوراً و إهمالاً مما جعله في صورة مأساوية وهذا حال عدة معالم آثرية التي باتت تعاني الويلات، وهذا يمكن تفسيره لقِلة الوعي السياحي لدى الساكنة نتيجة لقلة وجود أنشطة تثقيفية وتربوية على مستوى مؤسسات التنشئة الاجتماعية و التي تُسهِم في تنمية الثقافة السياحية، إضافة إلى عدم الاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام و الاتصال في الترويج للمنطقة والتعريف بموروثها الثقافي، كلها قد تُشكل عائقاً يمنع عودة السواح إلى مستغانم مرة أخرى. كما تتميز الولاية أيضا بموروث ثقافي غير مادي والمتمثل في التصوف، الشعر الملحون، الزوايا اللباس و الأطعمة التقليدية، والمسرح، خاصة أن مستغانم ستنظم الدورة 50 للمسرح لكن لم يُروج و لم يُسوَق له كما ينبغي نتيجة نقص المعلومات. مما أدى إلى عزوف الجمهور على هذه التظاهرة المهمة. كل هذه العناصر التي ذكرت آنفاً لم تُستغل ولم تُفعل سياحياً، فكان الأجدر أن تكون على مدار السنة وليست موسمية و مناسباتية .

- إسهام السياحة الثقافية في دفع عجلة التنمية المحلية في مستغانم :

وجدنا اتجاه واحداً في هذا السياق وهو اتجاه اقتصادي بالدرجة الأولى حيث يرى كل المبحوثين أن السياحة الثقافية هي مورد مهم لأي دولة و أي مدينة وهي مؤشر أساسي لدفع عجلة التنمية. فمقياس

[1] بوجمعة خلف الله، تومية عمروش ، مرجع سبق ذكره،ص.05

تتطور أي دولة أو مدينة هو السياحة، وبالتالي ينعكس إيجاباً على التنمية على جميع المستويات، لكن شريطة أن يتم استغلال ودعم عناصر السياحة الثقافية وتشجيع الصناعات التقليدية، وأن يتم إعطاؤها قيمتها الحقيقية حتى تضمن الفاعلية بذلك. فتصبح مستغانم مدينة سياحية بالدرجة الأولى فيتوافد عليها السواح من جهة جلب العملة الصعبة ومن جهة زيادة التوظيف ومن جهة زيادة إنشاء المركبات السياحية. وبالتالي يزيد التعريف بالمدينة من خلال تفتحها على الداخل وعلى الخارج حتى يصبح لديها صدى عالمياً، لكن الواقع كارثي؛فهناك الاستغلال السيئ واللامبالاة لهذه العناصر.فإتجهنا الى العالمية وتخلينا على بعض خصائص المنطقة و التي تدخل في الهوية الوطنية، رغم أن مستغانم لديها زخم و مقومات ثقافية كان أولى أن يكون دخلاً اقتصاديا واهتمام المنطقة مقتصر إلا على السياحة الشاطئية.

ونستشهد في هذا السياق بالمبحوثة << رقم 05، 47 سنة ، علم الاجتماع >> قائلةً :

<< من أجل تحقيق التنمية المحلية يجب في البداية جرد عناصر السياحية الثقافية المادية وغير المادية، فيمكن أن تسهِم إذ تم الاهتمام بعناصر السياحة الثقافية وهذا بالاستعانة برجال محليين يعرفون العناصر المكونة للسياحة الثقافية، ويُحدد الآفاق كيف يمكن أن تتطور على شريطة الاستثمار على مدار السنة.>>

التفسير :

السياحة الثقافية تُسهِم بدرجة كبيرة في عملية التنمية المحلية، فمن خلال الموارد الثقافية التي تتميز بها مستغانم تستطيع خلق تنمية سياحية و ذلك من خلال المهرجانات و البرامج التي تدخل في الحياة اليومية للمنطقة، شريطة أن ينفتح المجتمع المستغانمي على السائح الأجنبي والذي يُسهم في زيادة دخل الولاية. بما أن المنطقة تعتمد على السياحة الشاطئية يجب على السلطات المحلية أن تسعى لتحسين الخدمات السياحية وخلق نوع من التلاقي بين العرض والطلب حتى

تضمن بذلك الجودة في الخدمات، قصد رفع متوسط إقامة السواح فيتم تحقيق الرضى النفسي لهم ويقابله زيادة الإنفاق اليومي للسائحين، فلِما لا يتم استغلال جميع عناصر السياحة الثقافية في ذلك مثلا يتم نصب خِيم في الشواطئ ينشطها حرفي الصناعات التقليدية ومجموعة من الشعراء ويتم عرض الأكلات التقليدية التي تتميز بها مستغانم بُغية التعريف بالموروث الثقافي للولاية من جهة و زيادة دخلهم من جهة أخرى. فمستغانم تُعرف بمدينة المسرح خاصة بعد تشييد المسرح الجهوي* الذي يمكن أن يستقطب السواح المحليين وحتى الأجانب، من خلال بيع التذاكر فتزدهر معه عدة قطاعات في الولاية مما ينعكس إيجاباً على دخلها.بذلك، يتم خلق وتنمية علاقات بين القطاعات الاقتصادية والخدماتية وبين قطاع السياحة. فمن الممكن أن يؤدي التوسع إلى إنشاء المشاريع السياحية أو تطوير المشاريع الحالية إلى تحقيق درجة معينة من التكامل بين القطاعات الاقتصادية الأخرى وقطاع السياحة. كالتوسع مثلاً في إنشاء الهياكل السياحية قد يتبعه توسع وظهور مشروعات جديدة تمارس أنشطة اقتصادية و خدماتية أخرى لمقابلة الزيادة في الحركة السياحية[1]، كما يستوجب من المؤسسات الثقافية و السياحية تشجيع الجمعيات الثقافية الناشطة في التراث ،المسرح، والسينما والتي تساوي دخلاً يمكن أن يُستثمر في التهيئة العمرانية و الحد من البطالة من خلال خلق مهن ثقافية دائمة أو موسمية تُفعل في إطار مؤسسات وإعطائها الطابع التنموي وأن تكون مندمجة مع المجتمع، وأن تُسهم هذه المؤسسات الثقافية في توعية الأطفال في المدارس.لذا، يجب أن يكون هناك تنسيق بينها وبين المؤسسات التربوية و الجامعية فالهدف هو التنمية الاقتصادية والتهيئة الاجتماعية.

* أنظر الملحق رقم 13.

[1] قاشيمي خالد،مرجع سبق ذكره، ص،ص218-219.

وحتى تنجح التنمية السياحية يجب إتباع أسلوب علمي متمثل في التخطيط السياحي والذي يهدف إلى تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة و في أقرب وقت مستطاع[1] . فالتنمية السياحية هي تنمية كل من العرض و الطلب لإشباع رغابات السائحين والوصول إلى أهداف قطاعية ومحلية و إقليمية موضوعة سلفاً لتكون بذلك معياراً لقياس درجة التنمية السياحة المطلوبة.

الاستنتـــاج :

من خلال هذا الفصل تم الوصول إلى النتائج الآتية :

- للأساتذة تصور سلبي عن واقع السياحة الثقافية في مستغانم نظراً لعدم الاهتمام ببعض عناصرها والتي كان بمقدورها أن تكون بديلاً للاقتصاد وأنُ تسهِم في دفع عجلة التنمية المحلية للولاية .
- الإهمال و لا مبالاة بعناصر السياحة الثقافية بشقيها المادي و غير المادي من طرف السلطة الوصية على السياحة و من طرف السكان المحليين أيضاً جعل الموروث الثقافي فيها غير مُستغل و غير مُعلن عنه ويتعرض بذلك للتخريب و الاندثار.
- السياحة الثقافية هي مورد مٌهم لأي دولة ولأي مدينة وهي مُؤشر أساسي لدفع عجلة التنمية.لكن الاستغلال السيئ و اللامبالاة بالموروث الثقافي بمستغانم على مدار السنة وتركيزها على السياحة الشاطئية بدرجة كبيرة يَحول دون تحقيق تنمية سياحية محلية.

[1] دليلة طالب، عبد الكريم وهراني، مرجع سبق ذكره.

الفصل الثاني : معوقات تنمية السياحة الثقافية.

تمـهيد :

تتعاظم أهمية الموارد البشرية خصوصاُ في القطاعات الخدماتية التي تعتمد على العنصر البشري في أدائها، وعلى هذا الأساس فإن تكوين العنصر البشري في مجال السياحة يُعتبر أمراً ضرورياً قصد النهوض بمستويات الخدمة و الرقي به لمستوى العالمية من جهة، ولما تُساهِم من جهة أخرى في تحسين طرق التسيير السياحي و خلق وعي سياحي في أوساط المجتمع على تقبل الآخر، فاليد العاملة المتخصصة تحوز على عدة مهارات فنية تُخوَل لها العمل بالتخطيط الاستراتيجي لتحقيق التنمية السياحة الثقافية.

في هذا الفصل سنعرض تقييم الأساتذة لاستراتيجيات تنمية السياحة الثقافية المنتهجة في مستغانم، ثم نتطرق إلى نقاط الضعف ونقاط القوة لتنمية السياحة الثقافية، وأخيراً الحديث عن نقص المهارات الفنية المتعلقة بتخطيط السياحة الثقافية وتنميتها.

– تقييم الأساتذة لاستراتيجيات تنمية السياحة الثقافية المنتهجة في مستغانم :

رصدنا اتجاهين اثنين من خلال إجابات المبحوثين، ثُلة منهم من ترى أن هناك تأخر في الاستراتيجيات، وقِلة أخرى ترى أن هناك تقدم على المستوى الإستراتيجيات المنتهجة في الولاية قصد تنمية السياحة الثقافية .

الاتجاه الأول :

يرى مُعظم الأساتذة أن هناك تأخر كبير في الاستراتيجيات المنتهجة من طرف السلطات لتحقيق تنمية السياحة الثقافية.فهي تسيرِ وفق خُطى مُتباطئة وغير مُمَنهجة، وأن هذه الإستراتيجيات قائمة على مبدأ العرض و الطلب، لأن الطلب الذي يوجد في المدينة واضح وصريح أي الإقبال على السياحة الشاطئية، فأُهملت بذلك بعض عناصر السياحة الثقافية، نظراً لغياب الاستراتيجية على

مستوى بعض المؤسسات السياحية فنقصت بذلك التنافسية و بالتالي فُقدت الفاعلية وتدنت الجودة في الخدمة السياحية لعدم الاستعانة باليد المختصة والمؤهلة في السياحة ووسائل الإعلام و الاتصال، رغم أن مستغانم تتميز بتنوع تراثها ووجود تخصص اتصال سياحي على مستوى الجامعة، كان الأجدر منها أن تخلق أفقاً ترفيهياً آخر حتى تنتعش المدينة سياحياً على مدار السنة.

ونستشهد في هذا السياق بالمبحوثة<< رقم 01، 46 سنة، علوم الإعلام و الاتصال>> قائلةً :

<< ففي سنة 2003 أو2004 احتلت ولاية مستغانم المرتبة الأولى عالمياً في نقاء و صفاء سواحلها فمن المفروض هذا الترتيب تحافظ عليه، السنة لبعدها احتلت سيرايقي هي منطقة في عنابة احتلت المرتبة الأولى، ثم لم تحتل الترتيب العالمي، معناه لم يأخذ هذا الترتيب بعين اعتبار السلطات المحلية القائمة على السياحة بمستغانم، ولم يكن دفعاً لها لتتطور وهذا شئ فضيع، لو تلاحظوا هذا أمر غريب جداً، كان من المفروض أن يُقال "للمحسن أحسنت ويُحيوا حسائن ما أحسن "، مستغانم كانت معروفة في الألفينات أنها أنظف مدينة، هناك تأخر من حيث الإستراتيجيات في الولاية. >>

الاتجاه الثاني :

أما المبحوثون المتبقون يرون أن هناك بعض التقدم في الإستراتيجيات المطبقة على مستوى مستغانم، إذ بدأ الاهتمام بهذا القطاع بعد الأزمة المالية التي عاشتها البلاد بعد تدني أسعار البترول مِما استدعى تبني إستراتيجية بغية تحقيق تنمية مستدامة.

حيث نستشهد بالمبحوث<< رقم 04،60 سنة، علم الاجتماع و الأنتروبولوجيا >> قائلاً :

<< أنه لوضع الإستراتيجية يجب تسخير الموارد المالية و المادية لتحقيق الأهداف سواءاً على المدى البعيد أو القريب و أنه لا يمكن تحقيق هذه الإستراتيجية إلا بالاهتمام بالعنصر البشري لأنه يلعب دوراً أساسياً في ترقية النشاط السياحي من خلال تغيير الذهنيات لتكون مواكبة للتطور مقارنة مع المجتمعات الأخرى، وتظهر معالم الإستراتيجية في مستغانم من خلال تشييد بعض البنى التحتية

على غرار المركبات السياحية و خط التراموای يمكن أن تساهِم في تلبية حاجات السواح و بالتالي تحقق تنمية السياحة الثقافية .

وتضيف في هذا السياق المبحوثة << رقم 02، 38سنة، علم الاجتماع >> قائلةً :

<< يوجد اهتمام بهذا المجال خاصة في السنوات الأخيرة، خاصة من طرف مديرية الثقافة التي توجهت في إبراز الموروث الثقافي، هناك التفاتة و نشاط يحسب لهم في تنمية السياحة الثقافية .>>

التفسير :

رغم كل ما تتميز به مستغانم من تنوع في عناصر السياحة الثقافية يُخِوَلها لتكون قِبلة للسواح المحليين و الأجانب، لكن للأسف عدم وجود استراتيجية واضحة المعالم يَحول دون ذلك نظراً لعدم إعطاء السياحة الثقافية المكانة التي تستحقها. فالقائمون عليها لا يعتبرونها جزءاً من القطاع الإنتاجي للدولة وهذا ما أفضت عليه معظم إجابات الأساتذة. فهم يملكون معارف سابقة حول الاستراتيجيات السياحية المنتهجة في مستغانم وإن كانت قليلة ويقدمون تقييماً لها قصد الإسهام في بناء الواقع الاجتماعي. وهذا ما جاء به "فرانسوا لابلونتين" الذي يرى أن التصور الاجتماعي يقع في ثلاثة ميادين بحث، الحقل المعرفي، والحقل القيمي ثم الحقل العملي[1] .

إذ لم يتم تحديد في مستغانم علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي ولم يتم العمل بالتخطيط الإستراتيجي الذي يتمِ وفق ثلاثة مستويات على المدى القريب، المتوسط والمستوى البعيد،لأن هذه الإستراتيجية تحتاج إلى تكلفة عالية و الوقت الكافي في تطبيقها و يرجع أيضا لقِلة المختصين في التخطيط السياحي رغم أن جامعة مستغانم تُكِون دُفعات من اختصاص الاتصال السياحي لكن لم يتم الاستفادة منها وهذا راجع لعدم التنسيق بين الجامعة و المؤسسات السياحية.

[1] Laplantier Françoir ,op.cit,p.278

لكن هذا لا ينفي وجود بعض الخطط و إن كانت تسير ِ وفق وتيرة بطيئة و التي تتجسد في بناء بعض المركبات السياحية و إنشاء خط الترامواي و فتح خط بحري يربط بين مستغانم وإسبانيا وكذا تدشين المسرج الجهوي إضافة لما تقوم به مديرية الثقافة في إبراز التراث الثقافي وهذا خلال وضع مخطط لحفظ المدينة القديمة لمستغانم * وإحياء شهر التراث من كل سنة الذي يُنظَم من 18أفريل إلى 18 ماي، كلها عوامل قد تُسهم ولو نسبياً في استقطاب السواح للتعريف بموروث المنطقة، ولا يتأتى هذا إلا بتبني أسلوب علمي يتجسد في التخطيط الإستراتيجي، فهو الآلية الفعالة لتحقيق تنمية السياحة[1]، إذ يعتبر التنبؤ بالشكل المثالي للقطاع من خلال تحديد الأهداف وطريقة استخدام الموارد والإجراءات لتحقيق ذلك في المستقبل، فهو ضرورة على كل دولة لاستخدام مواردها المتاحة بشكل عقلاني يسمح بإعطاء دفع لعجلة التنمية السياحية و بالتالي التنمية الاقتصادية، والهدف من التخطيط الإستراتيجي هو ترقية المنتج السياحي للمنطقة لتلبية رغبات السياح من خلال التنسيق بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى.

- نقاط الضعف و نقاط القوة لتنمية السياحة الثقافية بمستغانم :

ميزنا من خلال إجابات المبحوثين اتجاهين متمايزين اثنين، منهم من يرى أنه يوجد في مستغانم بعض نقاط قوة في تنمية السياحة الثقافية ،وآخرون يرون أن هناك عدة نقاط ضعف إذ لم يتم حسبهم إعطاء المنطقة ما تستحقه للوصول إلى ما تملك من قدرات.

الاتجاه الأول :

يرى مُعظم المبحوثين أن هناك عدة نقاط ضعف شكلت عائقاً في تنمية السياحة الثقافية في مستغانم، و التي تتمثل في أن الموروث الثقافي المادي واللامادي في المنطقة وجمال الطبيعة غير مُستغل

* أنظر الملحق رقم06.
[1] هدير عبد القادر ،مرجع سبق ذكره ،ص.121

وغير مُعلن عنه. وهم يرون أيضاً أنه لا يوجد مراكز استقطاب. فالمنشآت السياحية ليست بذلك التميز الذي يطمح إليه السائح نظراً لقِلة المختصين في مجال السياحة الذي أنتج سوء الخدمات السياحية.

حيث نستشهد في هذا السياق بالمبحوثة<< رقم 03، 45 سنة، علم اجتماع ثقافي>> قائلةً :

<< مستغانم لديها مشاكل في الفنادق أي البنى التحتية نظرا للسياسات العمومية المنتهجة تعتبر نقطة ضعف قوية.>>

أضف إلى ذلك التخطيط السيئ للبرامج الثقافية في مستغانم. فنادراً ما نسمع بتظاهرات ثقافية ومهرجانات. فتنمية السياحة الثقافية هي موسمية، نظراً لعدم الاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام خاصة وسائل الإعلام الجهوية كالإذاعة وأيضا الوسائط الجديدة كمواقع التواصل الاجتماعي فهي كفيلة بإعلام المواطن و السائح بخصوصيات هذه البرامج الثقافية و مواعيدها، و يجب أن تكون قبل انعقاد التظاهرات حتى تسمح للسائح أن يُحضِر نفسه للسفر.

وتصرح المبحوثة << رقم 06، 35 سنة، دراسات سينمائية >> قائلةً :

<< مستغانم فيها أقدم مسرح على المستوى الإفريقي وسوف تحتفل بالدورة الخمسون، لكن تشوف مجتمع لا يتفاعل معه ويَمُر مَمَر الكِرام،فلا يوجد إشهار، فدائماً المسرح يضعونه في الدرجة الثانية فهو آخر إهتمامتهم، على عكس الدول الأوربية والتي تعطيه قيمة... >>

الاتجاه الثاني :

يرى البقية من المبحوثين أن نقاط قوة تنمية السياحة الثقافية بمستغانم تتمثل في موقعها الإستراتيجي و ما تملكه من قوة طبيعية أي ما أبدعه الخالق سبحانه وتعالى مما جعلها تتميز بجمال مُبهِر. ويُعتبر تاريخ مستغانم من أهم نقاط القوة ،وذلك من حيث كوكبة من الشعراء والفنانين وغيرهم

، فالمنطقة معروفة بكثرة الزاوايا والمعالم الأثرية التي خُلفت في حِقب تاريخية ماضية تشهد على عراقة و أصالة مستغانم، كما أن هذه الأخيرة معروفة بمدينة المسرح مما جعلها قطباً مسرحياً بإمتياز خاصة بعد تدشين المسرح الجهوي والذي أحتضن الدورة الخمسون (50) له في 02 أفريل إلى 17 أفريل 2017، أضف إلى ذلك تنوع الطابع الموسيقى فيها من أندلسي و شعبي والعيساوي و حتى البدوي كلها خصصت لها الولاية عدة مهرجانات .

حيث نستشهد بالمبحوثة <<رقم 08، 30سنة، علوم الإعلام و الاتصال>> قائلةً :

<<المسرح بدأ الاهتمام به من حين إلى أخر، مستغانم تحتضن تظاهرات مما جعلها قطب مسرحي بامتياز، لما لا أن تصبح معروفة عالمياً، فمسرح مستغانم لديه ميزة خاصة ،خاصة الهواة و الطلبة لديهم إمكانات محدودة لكنهم يقدموا عروض جيدة، فكثير ما نسمع أن المسرح المستغانمي يحصد عدة جوائز.>>

ويضيف في هذا السياق المبحوث <<رقم 12، 58سنة تخصص علم اجتماع الاتصال>> قائلاً :

<< في مستغانم توجد بعض المجالات التي تعرف بها الولاية ثقافياً و سياحياً كالمسرح و الغناء الشعبي والموسيقى الأندلسية، والسياحة الشاطئية، لكن تبقى معالمها باهتة في الكثير من الأحيان.>>

كما يرى بعض الأساتذة أن هناك مبادرات من طرف والي الولاية لتشجيع الاستثمار في قطاع السياحة وتظهر معالمه في إنشاء بعض المركبات السياحية التي تهدف استقطاب السواح وتوفير الخدمات لهم.

التفسير :

إن تنمية السياحة الثقافية تحكمها عدة اعتبارات يجب مراعاتها. فأي خطة لتنمية السياحة تتطلب تحديد المشاكل التي تعرقل هذه التنمية، ووضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ وتدريب يد عاملة مختصة حتى تقوم المؤسسات السياحية بدورها المطلوب وترتقي إلى الاحترافية والعالمية مقابل رفع مستوى الجودة في الخدمة السياحية.

مستغانم تتميز بعدة إمكانات ثقافية و طبيعية تجعلها مركز قوة كموقعها الإستراتيجي و جمالها الجذاب وتنوع معالمها الأثرية وكثرة الزوايا وتعدد الطبوع الموسيقية فيها ومسرحها المتميز كلها تشكل نقاط قوة للمنطقة. لكنها للأسف لم تحظى بالاهتمام و الاستغلال الأمثل فلم يتم إعطائها لحد الآن ما تستحقه من الاستحقاق المادي و المعنوي ، ويبقى الموروث الثقافي للولاية غير معروف نظرا لعدم استخدام الميديا الجديدة، إضافة لعدم وجود نظام مبرمج لزيارة وجذب السواح إلى أهم عناصر السياحة الثقافية في المنطقة،وعدم توفرالمعلومات والإحصاءات السياحية عن هذا النوع من السياحة و الذي صاحبه ضعف في الوعي السياحي بأهمية السياحة الثقافية لدى أفراد المجتمع من أجل الحفاظ على أهم المعالم الموجودة في المنطقة[1] .

فأدى هذا إلى بروز وضعية جديدة، نظرا لتشتت المعلومات التي تتعلق بسيطرت نقاط الضعف على نقاط القوة رغم أن مستغانم بقدروها أن تكونِ وجهة سياحية بامتياز، فهذه الوضعية استوجبت من الأساتذة ضرورة فهم هذا الخلل والخروج بحلولِ وفق تصوراتهم حتى تتطور السياحة الثقافية في المنطقة، فالتراث الثقافي بشقيه المادي و غير المادي في مستغانم يتعرض إلى عدة أضرار تتمثل في عمليات السرقة للآثار مما يعرضها للتشويه والإتلاف، كما أن للمشاكل البيئية و البناء العشوائي ونقص الوسائل البشرية و المادية لحماية المعالم الآثرية و إعادة ترميمها دور في إتلاف جزء من الآثار،عِلاوة على الأضرار الناجمة عن تأثير الظواهر الطبيعية. فهذا التدهور يجعل السائح لا يهتم بزيارة المنطقة وحتى المستثمر يتراجع عن الاستثمار في هذا القطاع[2] .

أضف إلى ذلك، أن بعض الطرق المؤدية للأماكن السياحية والأثرية هي طرق غير مُهيئة و مُمهدة كالمنطقة الآثرية " كيزا "الواقعة في بلدية سيدي بلعطار* أدى إلى صعوبة الوصول إليها قصد زيارتها

[1] فارس كريم بريهي،**تطوير السياحة ،مدخل للتنمية المستدامة في العراق**،مجلة المثنى للعلوم الإدارية و الاقتصادية،كلية الإدارة والاقتصاد،العراق ص.ص32-33

[2] بشيرة عالية،**السياحة في الجزائر و دورها في كشف معوقات التنمية الاجتماعية للبناء السوسيوثقافي**، رسالة ماجستير،كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية،الجزائر،2010/2009،ص.208

*أنظر الملحق رقم 04.

و اكتشافها من طرف السواح. فأغلبية المعالم في مستغانم تبقى مجهولة نتيجة لعدم الترويج لها عبر وسائل الإعلام و الاتصال وعدم وجود بطاقات تعريفية لها أيضاً ، إضافةً لنقص فادح للمرشدين السياحيين في المواقع مما يُصعِب من مُهِمة السواح الأجانب عند الزيارة، فالسلطات المحلية ركزت على توفير الخدمات داخل الإطار الحضري على عكس خارجه الذي تغيب فيه كل مظاهر التهيئة السياحية من خدمات وأمن، فمستغانم ولاية تغلق باكراً مما يُشكل نقطة ضعف قوية تمنع من ازدهار السياحة فيها، كما لا ننسى تخلف المنظومة المصرفية في الجزائر وعدم مواكبتها للتطورات الدولية انعكس بالسلب على طبيعة الخدمات المصرفية المقدمة خصوصا من حيث وسائل الدفع والتي تتوافق في الغالب وطلبات السائح الأجنبي.هذا الأمر يمنع عودة هذا الأخير مرة أخرى للمنطقة، كما أن المستثمر في قطاع السياحة في مستغانم ركز بشكل كبير على إنشاء فنادق ذات خمسة نجوم (5*) مع إهماله للفنادق أقل درجة مما نتج عنه ارتفاع في أسعار إقامة السواح، وصاحبه ظهور بعض الأشخاص الانتهازيين الذين يُؤجرون منازلهم بأسعار خيالية، إضافة لتفشي عقلية "البراني" في مستغانم. فالسكان المحليين ينظرون إلى السائح الأجنبي أنه غريب عن منطقتهم فهم لا يتقبلون ثقافة الآخر،فهذه الذهنيات والسلوكات السلبية تؤثر على قطاع السياحة في المنطقة وتمنع السياح من العودة إليها نتيجة لغياب الثقافة السياحية.

- نقص المهارات الفنية المتعلقة بتخطيط السياحة الثقافية و تنميتها :

لقد رصدنا اتجاه واحداً فيما يخص هذه النقطة، إذ يرى كُل المبحوثين أن هناك نقصاً كبيراُ في المهارات على مستوى الهيئات الوصية على قطاع السياحة في الولاية مما أنتج وجهً شاحباً وضعيفاً للسياحة الثقافية نظراً لعدم الاعتماد على أشخاص مختصين يتمتعون بالكفاءة والمهارة التي تُخوّل لهم رسم استراتيجيات فعالة في هذا القطاع و تنميته.ويَعتبر مُعظم الأساتذة أن العاملين في مجال

السياحة غير مختصين في هذا الميدان و أنهم يفتقرون لأساليب التخطيط والتسويق السياحي نتيجة لنقص التأهيل.

حيث نستشهد في هذا السياق بالمبحوثة << رقم 05، 47 سنة، علم الاجتماع >> قائلةً :

<< هناك نقص في المهارات على مستوى العاملين، فلا يوجد أشخاص أكفاء في الميدان السياحي إضافة إلى نقص الإرادة في تطوير السياحة. >>

فالمؤسسات السياحية لم تلجأ إلى المؤسسة التي تؤدي بها إلى تطوير هذه القدرات وهي الجامعة، فهي المكان الوحيد الذي يُستشار في هذا المجال.فهذه المؤسسات لم تستقطب الدفعات المتخرجة فهي لا تتماشى مع اختصاص اتصال السياحي الذي فتح في جامعة مستغانم، رغم وجود ثلاثة دفعات في هذا الاختصاص إلى غاية اليوم .

ويصرح المبحوث << رقم 12، 58 سنة، علم اجتماع الاتصال >> قائلاً :

<< مستغانم تتوفر على الكثير من الموارد البشرية و الكفاءات لكن سوء استغلالها و عدم منحها الفرصة هو الذي يفسر هذا النقص . >>

في حين يرى المبحوث<< رقم10، 47 سنة، تاريخ حديث معاصر >> أن :

<< الكفاءات موجودة لكن استغلالها غير عقلاني، فاستغلالها مرهون بالموازنات الجهوية مِما أدى إلى غياب التوازن في المناصب. >>

التفسير :

إن أغلبية القائمين على مجال السياحي في مستغانم غير متخصصين في هذا الميدان، وهذا ما لمسناه من خلال الخرجات الميدانية التي قمنا بها. فمُعظم الوكالات السياحية لا تستعين بوسائل الإعلام و الاتصال التقليدية و الحديثة في عملها ؛ فلا تقوم بالترويج اللازم للسياحة الثقافية الداخلية ولا تتوجه للسائح بل تنتظر السواح الذين يتوافدون عليها. وحتى العاملين في المنشآت السياحية

يعانون قصوراً في التعامل والتواصل مع السياح من ناحية الاستقبال والتواصل معهم، أضف إلى ذلك طريقة لباسهم لا تعكس ثقافة المنطقة و تقاليدها فكان الأجدر التركيز على طريقة اللباس التقليدي لتعريف السائح المحلي و الأجنبي خاصة بالموروث الثقافي لمستغانم، أما فيما يخص بعض حرفي الصناعات التقليدية ليس لديهم تكوين في كيفية الترويج والتسويق لمنتوجاتهم.

لقد تم مؤخراً فتح الخط البحري الذي يربط مستغانم بإسبانيا بما يعرف بالسياحة ما وراء البحار لكن لم يتم الترويج لها كما يجب، فمازلنا في الاتصال الشخصي، إذ لم يتم تبني أسلوب علمي مُمنهج قائم على إستراتيجيات ناجعة تعتمد على التخطيط السياحي و الاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام والاتصال قصد مَس أكبر شريحة من السواح لتعريفهم بما تزخر به مستغانم من مقومات طبيعية وثقافية. وبالتالي، يُمكن القول أن هناك خلل في المهارات الكفأة لتسيير المؤسسات السياحية و اليد العاملة في هذا القطاع.والنقص في المهارات راجع لعدم وجود سياسة عمومية محلية واضحة تتكفل في تكوين المهارات في هذا المجال.فالموظفون الذين يعملون في أدوار السياحة غالباً ليس لديهم تكوين في هذا المجال، على غرار وجود كوادر متخصصة غير مستغلة. فالإطارات التي تعمل هي إطارات إدارية بحته فالإداري لا يفهم في العمل الثقافي و الفني. لذا، يجب على الدولة أن تهتم بخرجي معاهد الموسيقى والفنون والسياحة و تخضعها لتكوين من أجل تسيير المؤسسة الثقافية و السياحية حتى يكونوا بدورهم فاعلين. فلا يمكن لأي سياسة سياحية أن يُكتب لها النجاح دون وجود موارد بشرية مُؤهلة ومُكونة تكويناً جيداً، فعملية التكوين في مجال السياحة تلعب دوراً مهماً لا يُستهان به من خلال تحسين نمط التسيير وكذا النهوض بمستوى الخدمات للضفر بمكانة محلية وعالمية مرموقة. ومنه،الاستثمار في العنصر البشري صار أكثر من ضرورة مُلِحة مِثل الاستثمار في الهياكل القاعدية السياحية.

وهذا لا ينفي عدم وجود يد عاملة مختصة، فمثلا في مديرية الثقافة بمستغانم، في مكتب المعالم والمواقع التاريخية يعمل فيها موظفين لهم علاقة بالاختصاص، كاختصاص الأركولوجيا و علم الاجتماع، فقاموا بتصميم مخطط لحفظ المدينة القديمة بمستغانم.*

إن حاجة الدول النامية و العربية منها أصبحت مُلحة لتخطيط القوى العاملة في قطاع السياحة والفندقة لمواجهة الطلب السياحي المتنامي مع ضرورة الابتعاد عن الأساليب التقليدية في التعليم والتدريب السياحي. فالنقص في الأيدي العاملة بالمستوى و العدد و النوعية لا يمكن أن يُسد إلا من خلال مؤسسات تعليمية قادرة على توفير الأيدي العاملة التي تحتاجها عملية التنمية السياحية بكافة أوجهها و لمختلف أنشطتها و فعالياتها[1].

والجزائر عملت منذ الستنيات على تأسيس مدارس خاصة بالتكوين السياحي من خلال مراكز التكوين المهني في كل من تيزي وزو، بوسعادة، قسنطينة ووهران، والمعهد العالي للفندقة بالجزائر العاصمة.لكن غياب الدعم و الاهتمام الحكومي وعدم وجود إستراتيجية واضحة ترتكز عليها عملية التكوين ساهم في تراجع دور الهيئات في عملية خلق يد عاملة مؤهلة في المجال السياحي[2] .فكان الأولى من السلطات الوصية على السياحة في مستغانم الاستفادة من الدفعات المتخرجة من الجامعة والمتخصصة في الاتصال السياحي والذي تم فتحه لِما تتمتع به المنطقة من زخم من المقومات السياحية.كما يمكن لخريجي هذا التخصص الإسهام وإعطاء نبض جديد لهذا القطاع من خلال تبنيهم إستراتيجيات فعالة وأسلوب التخطيط السياحي قصد تسويق الموروث الثقافي بِحُلة جديدة وهذا بهدف مَس كل أطياف المجتمع و توسيع دائرة الاهتمامات وجلب أكبر عدد من السواح لاكتشاف المنطقة.

* أنظر الملحق رقم 06.
[1] مثنى طه الحوري، **ربع قرن من التعليم السياحي و الفندقي في العراق**،1994،ص.34
[2] عامر عيساني، مرجع سبق ذكره،ص.230

الاستنتاج :

من خلال هذا الفصل تم استنتاج مايلي :

- مستغانم تملك موروثاُ ثقافياُ مادياُ و غير مادي غني و تمتلك طبيعة خلابة، فالاستراتيجيات المنتهجة ليست بحجم ما تملكه المنطقة من زخم من المقومات الثقافية مما يجعلها تفتقر إلى إستراتيجية واضحة المعالم حول السياحة الثقافية. فهي تركز على السياحة الشاطئية بالدرجة الأولى، حيث لم يتم تبني التخطيط الإستراتيجي ضمن فترات زمنية والذي يكون وِفق خُطط قريبة و متوسطة و بعيدة المدى.
- من خلال إجابات المبحوثين، يبدو أن نقاط الضعف مُسيطرَة على نقاط القوة في مستغانم وهذا ما خلق وجهًا ضعيفاً للسياحة الثقافية في المنطقة، رغم أنها تتميز بموروث ثقافي لكن غير مُستغل و غير مُعلن عنه لعدم الاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام و الاتصال التقليدية والحديثة للترويج للموروث الثقافي للمنطقة.

–مُعظم العاملين في المؤسسات السياحية يعانون من نقص فادح في المهارات الفنية وضعف كبير في مستوى التأهيل و التدريب، فلم يتم الاستفادة من دفعات المتخرجة من جامعة مستغانم والتي هي متخصصة في الاتصال السياحي.

الفصل الثالث : استراتيجيات الحفاظ على التراث الثقافي و تنميته.

تمـهيـد :

تحوز مستغانم على موزاييك من الموروث الثقافي المادي و غير المادي يمكن استغلاله وتسويقه في حُلة تُبهر السائح المحلي و الأجنبي قصد استقطابه، ويتأتى هذا بتطبيق عدة آليات أهمها نشر وتعزيز الوعي السياحي لدى الساكنة، فهو يشكل أهمية كبيرة في تحسين الصورة السياحية في المنطقة و التقليل من بعض الآثار السلبية التي ترافق صناعة السياحة الثقافية، ويكون ذلك من خلال بناء مجتمع مُثقف سياحياً، وهذا الوعي لا يتحقق إلا من خلال تضافر كافة الجهود داخل المجتمع من سلطة وصية ومؤسسات التنشئة الاجتماعية و الاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام والاتصال التقليدية والحديثة، وضرورة إشراك المواطن العادي. فهو شريك وعنصر رئيسي و مهم في عملية التنمية من جهة، ومعيار للرضى و التقدم الحضاري للمجتمع من جهة أخرى.

وفي هذا الفصل سنعرض الآليات اللازمة التي يراها الأساتذة مناسبة لحماية التراث الثقافي والمحافظة عليه، ثم كيف يتم نشر وتعزيز الوعي السياحي لدى الساكنة، وأخيراً التصور الإستشرافي للأساتذة للسياحة الثقافية.

- الآليات اللازمة لحماية التراث الثقافي و المحافظة علية :

يرى المبحوثين ضرورة التفكير بجدية في تنمية مستغانم وهذا من خلال الاهتمام والحفاظ على التراث الثقافي بشقيه المادي واللامادي،إذ قدم الأساتذة عدة آليات لذلك كلٌ حسب تخصصِه وتصوُرِه.

فيما يخص التراث المادي فالبعض منهم يرى أنه في بادئ الأمر يجب التنقيب عليه بالاستعانة بعلم الإركولوجيا حتى يتم رصد ما يحمله المكان من معالم آثريه وتاريخية، وأن يتم ترميم ما يحتاج لذلك

من طرف مختصين وأن يوضع ما يتم وضعه في المتاحف لصون الهوية الوطنية و التاريخية للمنطقة حتى نمنع بذلك اندثار و زوال هذا الموروث.

حيث نستشهد في هذا السياق بالمبحوثة << رقم 07، 49 سنة ، إخراج سينمائي>> قائلةً :

<< يجب التقنين و تسخير الخبرة الفنية ووضع دراسة لحفظ الجانب التاريخي. >>

أما البعض الآخر فيرى، أنه لا يتحقق هذا إلا بتوظيف كوادر مختصة في هذا المجال التي تعملِ وفق إستراتيجيات مدروسة تسعى لتحقيق عدة أهداف تتمثل في الحفاظ و حماية التراث الثقافي المادي وترويجه بالشكل المطلوب قصد تسويق العناصر المادية للسياحة الثقافية بُغية استقطاب أكبر عدد من السواح المحليين والأجانب، و لنجاح هذه العملية يجب تضافر عدة أطراف من سلطات وصية على السياحة وإشراك المواطنين.

ونستشهد بالمبحوث << رقم 09، 43 سنة، تسويق دولي >> قائلاً :

<< التدائب : siargé:2 +2=5 لأن القوى عندما تتحد تنشط الطاقة الكامنة مثال السيارة عندما يدفعها عدة أشخاص تكون قوة الدفع قوية وهذا الذي ينطبق على السياحة من خلال تضافر عدة قطاعات و اختصاصات لتعطي دفعة قوية للولاية . >>

في حين يضيف المبحوث << رقم 10، 47 سنة، تاريخ حديث معاصر >> قائلاً :

<< يجب إشراك جميع الفاعلين من مديرية السياحة ومديرية الثقافة و وسائل الإعلام و أن نشرك المواطنين و الجمعيات و حتى طلبة تخصص اتصال سياحي حتى يتم حفظ التراث الثقافي. >>

أما فيما يخص التراث غير المادي يقدم بعض المبحوثين عدة آليات للحفاظ عليه، فمستغانم تتميز بتنوع تراثها الثقافي اللامادي لذا يؤكدون على ضرورة الحفاظ علية على مدار السنة و أن لا يتم التعامل معه كفلكلور مناسباتي، و أن يتم تكريس التظاهرات وجعلها عادة حتى تُنشر محليا وعالميا. ويؤكد الأساتذة مرة أخرى على ضرورة وضع الرجل المناسب في المكان المناسب حتى يتم تحقيق

النجاعة ليتم حماية و تتنمية الموروث الثقافي بأسلوب علمي والترويج له عبر وسائل الإعلام والاتصال بأنواعها.

ونستشهد في هذا السياق بالمبحوثة << رقم 07، 49 سنة، إخراج سينمائي>> قائلةً :

<< أن يتم برمجة أمسيات شعرية، اللباس التقليدي، مسرح الطفل حتى تتحقق الفاعلية بذلك ويتم جلب السائح . >>

وتزيد على ذلك المبحوثة << رقم 05، 47 سنة ، علم الاجتماع >> قائلةً :

<< التراث اللامادي المتمثل في اللباس، الغناء، التظاهرات الثقافية الواجب أن يتم الترويج لها، فمثلا تظاهرة الكسابة التي تقام في 21 مارس لم يُروَج لها بالشكل المناسب حتى أن بعض الطلبة المستغانميين لا يسمعون بها . >>

فيجب القيام بعمليات تحسيسية لسكان المنطقة من خلال برمجة بعض المعارض و تمنية الصناعات التقليدية والترويج لها وضرورة تغيير نمط التفكير لدى بعض السكان المحليين وهذا من خلال نشر الوعي السياحي حتى يقتنع السكان بأن السياحة الثقافية لها دور مُهم في تنمية التنمية السياحية المحلية و الوطنية.

التفسير :

مستغانم غنية بموروثها الثقافي فهي تحوز على زخم من المقومات السياحية الطبيعية و الثقافية فتراثها الثقافي المادي يتمثل في معالمها الأثرية و مناطقها التاريخية التي عاشت عدة حِقبات ماضية كتجديت، والطبانة والمطمر، مازالت تشهد على خصوصية وعراقة المنطقة، أما التراث غير المادي المتمثل في التصوف، الشعر الملحون و الغناء البدوي، والموسيقى الأندلسية والطابع الشعبي والعيساوي، والمسرح الذي يميز مستغانم، وخصوصية أطباقها ولباسها التقليدي كلها تُعبر عن أصالة

المنطقة، كل هذا إن أُستغل على أكمل وجه يستقطِب السائح الذي هو في الأصل يبحث عن كل ما هو أجنبي عنه قصد التعرف على ثقافة الآخر وينهل منها معرفته وينميها.

إذا إمتلكت السلطات الوصية على السياحة في مستغانم المعلومات والإحصاءات يُخوَل لها ذلك استثمار هذه المعلومات فتقوم بتطويرها أو تحسينها و استقطاب مرافق أخرى لها ؛ لكن يبدو أن هناك نقص فادح في الفاعلية والإرادة على مستوى هذه السلطات نظراً لنقص المعلومات والإحصاءات لِما تستحِوذه هذه المنطقة من مقومات ثقافية. فعندما تغيب الفاعلية كأنني لا أملك المعلومة وهذا يُصعِب المُهمة لوضع آليات فعَالة للحفاظ و حماية التراث الثقافي بشقيه المادي واللامادي. والشئ المُلاحظ أيضاً أن المركز القانوني القائم على هذه الجهة لا يعمل فيه مختصون ذوو كفاءات ومهارات، مِما أدى إلى عدم قدرتهم على وضع ميكانيزمات لحماية الموروث الثقافي و معرفة كيفية تطوير ما يقومون عليه. فهم يستعملون عناصر السياحة الثقافية في حدود العلاقات الشخصية الأمر الذي جعل هذه السياحة لا تتطور ولا تُحقق التنمية الحقيقية.

إن إنتاج مسار الجودة موجود في قلب إستراتيجية التنمية السياحية الجزائرية لأفاق 2025 وهي إستراتيجية اعتمدتها الحكومة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT)* من خلال الدراسات والأبحاث و الاستشارة الموسعة لجميع الفاعلين في قطاع السياحة، تعكس هذه الإستراتيجية إدارة الدولة في دعم الإمكانات الطبيعية و الثقافية و التاريخية للبلد من أجل ترقيته إلى مرتبة الامتياز الأورومتوسطية وجعل الجزائرِ وجهة سياحية بامتياز[1].

وحتى يمكن حماية و الحفاظ على العناصر السياحة الثقافية يستوجب وضع الآليات التي لا تنفصل حقيقةً عن الإستراتيجيات و التي تقوم على مرحلتين. المرحلة الأولى يتم فيها تضافر وتنسيق الجهود مع كافة الفاعلين الاجتماعيين ، من أجل الحفاظ على صيانة التراث المادي الذي يتطلب عمل تقني

* أنظر الملحق رقم 02.

[1] Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, **Schéma directeur d'aménagement touristique ''SDAT 2025''**,Algérie, janvier 2008,p.14

متخصص لترميمه، لكن على أرض الواقع في مجال الصيانة يجب تفعيل العمل لأنه كسياسة ولا يطبق على أرض الواقع فهو حِبرٌ على ورق، فهناك عدة مواقع آثرية لم تكتشف إلى حد الآن، وإن أكتشفت لم تُفعل في المتاحف التي تعتبر آلية للحفاظ على التراث كالمنطقة الأثرية "سيدي الرايح" التي أُكتشفت مؤخراً في دائرة سيدي علي. لذا، يستوجب على السلطات الوصية أن تسعى جاهدة للحفاظ على هذه المكتسبات والسهر على حمايتها و نظافتها و الاهتمام بها، وهذا ما سعت إليه مديرية الثقافة بمستغنم مُمثلة في مصلحة حماية التراث. والتي قامت بحماية تجديت، والمطمر و الطبانة، والأبواب الستة لمستغانم، وجعلها كقطاع محمي*، أما فيما يخص التراث اللامادي للحفاظ عليه يجب أن نُفعِله ولا نتركه على شكل فولكلور، فهو مُجرد تعابير جسدية وصوتية فارغة من محتواها الحضاري فبمجرد انتهاء هذه النشاطات ينتهي معها كل شئ وتفقد بريقها.لذا، يجب ربط هذه النشاطات بالسياحة الثقافية ونشرها محلياً وإقليميا وعالمياً. وهنا تأتي المرحلة الثانية من خلال الجانب الاتصالي أي كيف يتم التعريف والترويج بالسياحة الثقافية بشقيها المادي و اللامادي وذلك بالاستغلال الأمثل والعقلاني لوسائل الإعلام و الاتصال التقليدية من صحافة مكتوبة و إذاعة جهوية وقنوات التليفزيون، وأيضا استعمال الميديا الجديدة من مواقع التواصل الاجتماعية و كافة المنصات الإلكترونية التي لها قوة هائلة في الانتشار متجاوزةً بذلك الحدود الجغرافية والمعرفية و مَس أكبر شريحة من الأفراد والتأثير عليهم وإقناعهم بمحتويات السياحة الثقافية التي تم صناعتها عبر مختلف الوسائل التي ذكرت آنفاً، حيث يتم خلق الرغبة لزيارة مستغانم واكتشاف كل ما تحوزُ عليه من ثراء ثقافي ممزوج بالأصالة و العصرنة في آنٍ واحد. وعلى الأساس، يستوجب العمل بقوة على تطوير الإستراتيجيات التسويقية والتي تركز على استغلال جميع فضاءات الاتصال والمشاركة بكثافة في المعارض و تظاهرات السياحة الدولية، كالتي نُظِمت مؤخراً في تركيا وكذا الدورة 15 بالشارقة بغرض التعريف بالموروث

* أنظر الملحق رقم06 .

الجزائري عامة والمستغانمي خاصة هذا من جهة. ومن جهة أخرى، يجب تفعيل دور المدرسة من خلال تلقين الثقافية السياحية و التربية المتحفية للتلميذ. أما التفعيل في الوسط الجامعي فيتم من خلال ربطه مع البحث العلمي و ضرورة التنسيق بين الجامعة و بين المؤسسات السياحية و الاستفادة من مذكرات طلبة تخصص اتصال سياحي. فالجامعة لا يقتصر دورها في إعداد الخبراء السياحيين فقط بل يجب عليها أن تقوم بإعداد مواطنين مثقفين سياحياً من خلال تعريف الطلاب بأهمية السياحة في تنمية الاقتصاد الوطني و ضرورة النهوض به، ويتم هذا من خلال إعداد برامج خاصة ومن خلال الندوات و المحاضرات [1] .

ونكون بهذا قد خلقنا نوعاً من الوعي السياحي في أوساط المجتمع و الذي يعتبر بدوره آلية فعالة للاهتمام والمحافظة على التراث الثقافي المادي و غير المادي.

- نشر وتعزيز الوعي السياحي لدى الساكنة :

لقد رصدنا اتجاهين اثنين فيما يخص هذه المسألة من خلال إجابات المبحوثين، فكلُ اتجاه يُكمل الآخر، فالاتجاه الأول يرى فيه المبحوثين أنه يتم نشر و تعزيز الوعي السياحي لدى الساكنة من خلال وسائل الإعلام والاتصال باختلاف أشكالها. أما الاتجاه الثاني فيرون أنه يتم خلقه ونشره من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية من أسرة و مدرسة و جامعة.

الاتجاه الأول :

يرى مُعظم المبحوثين أن لوسائل الإعلام الجماهيرية دور فعال في نشر و تعزيز الوعي السياحي لدى المواطنين إن أُحسن استغلالها، و يتم هذا من خلال برامجها التي تسعى من خلالها هذه الوسائل من إذاعة جهوية وصحافة مكتوبة وقنوات تليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعية للتعريف بمستغانم

[1] هدير عبد القادر ،مرجع سبق ذكره ،ص.69.

والترويج للسياحة الثقافية الموجود فيها قصد خلق بذلك نوع من الوعي السياحي لدى الساكنة و التأكيد على ضرورة الحفاظ على هذا الموروث الثقافي بشقيه المادي وغير المادي وإسهامه في تحقيق التنمية المحلية و الوطنية على حدٍ سواء .

ونستشهد في هذا السياق بالمبحوث<< رقم 12 ، 58 سنة، علم اجتماع الاتصال >> قائلاً :

<< لوسائل الإعلام والاتصال باختلاف أشكالها تُساهم بدرجة كبيرة في تنمية الوعي السياحي وخاصة عندما يكون توظيفها يخضع لإستراتيجيات معينة. >>

كما تُسهِم حسب هؤلاء المبحوثين وسائل الإعلام و الاتصال بالترويج و الإشهار للمنتوج السياحي وتبرز أهم عناصر السياحة الثقافية المادية و اللامادية من خلال الروبوراتجات والمطويات والبطاقات الفنية وحتى الأفلام الوثائقية .

وتصرح المبحوثة <<رقم 06، 35 سنة، دراسات سينمائية >> قائلةً :

<< وسائل الإعلام لها دور كبير في نشر الوعي السياحي، وهذا من خلال مثلاً تصوير فيلم وثائقي حول منطقة سياحية فتستهوي بذلك السواح لزيارة تلك المعالم و اكتشافها . >>

فالاستراتيجيات الحديثة في الدول االمتقدمة تعمل على تجنيد وسائل الإعلام والاتصال للسكان من أجل اكتساب وعي سياحي و بث التوعية لديهم وإشراكهم في التعريف بالموروث الثقافي للمنطقة وضرورة الحفاظ عليه وكيف يتعاملون مع السائح الوطني و السائح الأجنبي، فالمواطن هو شريك في هذه المعادلة.

ونستشهد بالمبحوث<< رقم 13،35 سنة، علوم الإعلام و الاتصال >> قائلاً :

<< أن نعمل على تجنيد المواطنين من خلال وسائل الإعلام في نشر الوعي السياحي من أجل الوصول إلى السياحة الثقافية، فالساكنة هي شريك أساسي في عملية إنجاح هذه العملية.>>

الاتجاه الثاني :

يرى أصحاب هذا الاتجاه أنه يمكن تعزيز و نشر الوعي السياحي من خلال مؤسسات التنشئة الإجتماعية نظراً لدورها الفعال، فيمكن خلقه و تقويته على مستوى المدارس عند الطفل من خلال برامج هادفة فالوعي هو عملية تلقن منذ الصغر، لذا يجب الاهتمام بمادة التربية البيئية. فعندما نلقنها للطفل يستطيع من خلالها الحفاظ على الطبيعة والتي تمثل أحد عناصر السياحة.

ونستشهد في هذا السياق بالمبحوثة <<رقم 03، 45 سنة، علم اجتماع ثقافي >> قائلةً :

<< يجب أن تكون المنظومة التربوية ليس فضاءاً للتعلم بل فضاء للتنشئة الثقافية والموروث الثقافي.

كما يعتبر المبحوثون أن للجامعة دور مُهم في نشر وتعزيز الوعي السياحي نظراً لانفتاحها على المحيط السوسيوثقافي والسوسيواقتصادي حيث يمكنها أن تسهِم في تطوير السياحة وبالأخص السياحة الثقافية من خلال تخصيص مشاريع بحث من مخابرو وحدات دراسة وتشخيص النقائص التي يتم ملاحظتها في هذا القطاع مع تقديم بعض الاقتراحات. >>

و يتم تقوية الوعي السياحي أيضاً من خلال تنظيم الملتقيات و النشاطات العلمية والأيام الدراسية التي تنظم حول موضوع السياحة، حول الواقع والأفاق.لذا، يجب الاهتمام بهذا القطاع فمستغانم تتميز بموزاييك من المقومات الطبيعية والثقافية و التي تُؤهلها لأن تكون قطباً سياحياً.

ونستشهد بالمبحوثة << رقم 47،05 سنة، علم الاجتماع >> قائلةً :

<< ويتم هذا من خلال تنظيم ندوات وملتقيات للساكنة ترفقها فرق العيساوى وبعض الأطباق الشعبية حتى نفهمهم بالموروث المحلي وضرورة الحفاظ عليه، حتى يتسنى للولاية خلق ثروة مالية. >>

وتضيف المبحوثة << رقم 11، 60 سنة، تخصص تاريخ وسيط إسلامي>> فائلةً :

<< مشاركة الأساتذة في الملتقيات و الندوات التي من خلالها ينمى الوعي السياحي، ويقدِر الأساتذة بتوجيه الطلبة لمواضيع تعنى بالسياحة الثقافية. >>

التفسير:

ضُعف المنظومة التربوية و الاتصالية في مستغانم وِقلة البرامج فيها للترويج للتراث الثقافي وإن وُجدت فهي موسمية، جعل هذا الموروث غير معروف وغير مُستغل مما انعكس على المنطقة من ناحية جَهل المواطنين بأهم عناصر السياحة الثقافية التي تتميز بها مستغانم مما أدى لعدم اهتمامهم بها نظراً لافتقادهم للوعي السياحي، فانعكس بالسلب في تواصلهم و تعاملاتهم مع السواح الوافدين إلى المنطقة و عدم تقبلهم لهم، فهم يعتبرونهم دائما مجرد "براوية " جاؤوا للمنطقة ليزاحموهم، فمازال المجتمع المستغانمي مُنغلق وغير مُتفتح على الآخر و لا يتقبل ثقافة الأجنبي مما أدى إلى رواج بعض الذهنيات والسلوكيات السلبية لدى بعض السكان المحليين والتي جعلها عائقا لاستقطاب السواح المحليين والأجانب وعزوفهم للعودة إلى المنطقة مرة أخرى، وعليه يستوجب تبني خطة علمية مدروسة وأكاديمية قصد نشر وتعزيز الوعي السياحي لدى الساكنة من أجل إظهار العادات والتقاليد العريقة والتي تعتبر عنصر جذب للسائحين الذين يبحثون عن التعرف والتقارب مع عادات وتقاليد الشعوب الأخرى، ويكون ذلك من خلال إشراك كافة أفراد المجتمع في عملية التخطيط السياحي من خلال الاستماع إلى أفكارهم البناءة وتفعيل هذه الأفكار في إطار التنمية السياحية، فضلاً عن إشراكهم في الاستثمارات السياحية حتى يسود الشعور لديهم بأن المردود السياحي لا سيما العائد الاقتصادي هو لكافة أطراف المجتمع وليس حِكراً على فئة معينة. فعندما يكون للمواطن وعي قد يُسهم بدوره في الترويج للسياحة الثقافية من خلال الاستقبال الرحب والكلام الطيب أوتقديم

معلومات يسأل عنها السائح وتوجيهه.لذا، يجب تضافر جهود الدولة وأجهزتها ومواطنيها وإشراك مؤسسات التنشئة الاجتماعية وَوسائل الإعلام والاتصال لإنجاح ذلك.

كما تُعد الأسرة المدرسة الحقيقية لأي فرد، فهي تؤثر بصورة مباشرة على سلوكه وهي مسؤولة على تشكيل اتجاهات الناشئين. وعليه، للأسرة دور مُهم و كبير في تنمية الوعي السياحي من خلال تنمية

اتجاهات و قيم إيجابية لدى الأطفال و الشباب عن السياحة وفائدتها على الأفراد والمجتمع. كما للأسرة دور تربوي أيضاً من خلال اكتساب الأفراد كيفية التعامل مع السائحين وحُسن استقبالهم وتنمية السلوك الحضاري للمحافظة على المكتسبات السياحية و البيئية.[1]

أما على مستوى المدرسة، فيتم خلق الوعي السياحي من خلال العمل على توظيف عناصر الموروث الثقافي بداخلها و إدماج التربية المتحفية و التربية البيئية في البرامج التربوية للطفل وجعلها كمادة أساسية لا ثانوية، لنغرس بذلك فيه قيم حب البيئة والطبيعة ونلقنه كيفية المحافظة عليها، وندعم السلوكيات الإيجابية تجاهها ، وأن يتم كذلك التنسيق بين المدرسة وعدة مديريات كالسياحة و الثقافة و المجاهدين قصد تسطير برامج لزيارة التلاميذ إلى المعالم الأثرية و إلى المناطق التاريخية والمتاحف لتعريفهم بأهم عناصر الموروث الثقافي المادي واللامادي وآليات الحفاظ عليها بصورة مبسطة، فتترسخ بذلك في ذهنهم الهوية الوطنية وتُحفظ الذاكرة التاريخية للمنطقة، كما يستوجب أيضاَ على الذين ينشطون في قطاع السياحة والثقافة أن يندمجوا مع الطفل من خلال تعليمهم أبجديات التعامل مع السواح وتشجيع مسرح الطفل وتنظيم المسابقات والنشاطات الثقافية التي بدورها تنمي وتعزز الوعي السياحي لديه، وأن يُطبق هذا وفق إستراتيجيات يَسهر على تطبيقها أشخاص ذوي كفاءة و مهارة حتى تتحقق بذلك الفاعلية فينتشر الوعي السياحي في أوساط المجتمع ككل ويتم فهم و تقبُل السياحة واعتبارها كمورد أساسي تُسهِم في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية المستدامة للمنطقة والبلد ككل. وهنا، يأتي دور الجامعة التي تعمل جاهدةً من خلال كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، مُمثلة في شعبة علوم الإعلام والاتصال، في فتحها تخصص ماستر اتصال سياحي وكذا كلية الأدب والفنون، مُمثلة في قسم فنون العرض في تكوين يد عاملة متخصصة في السياحة والثقافة بهدف إعطاء دفعة قوية لقطاع السياحة و جعلها ترتقي إلى الاحترافية والعالمية.

[1] هدير عبد القادر ، مرجع سبق ذكره ،ص. 69

إذ يجب علينا أن نزرع التوعية السياحية في أذهان طلبتنا الجامعيين وذلك في جميع المراحل الدراسية و مستوياتها لزيادة الوعي السياحي لديهم لينعكس ذلك في كيفية معاملة السائح المحلي والأجنبي لنحقق بذلك ما هو أفضل لاستمرارية قدوم السواح إلينا. على أثر ذلك، تتوطد العلاقات الإنسانية وِفق الحقائق المتبادلة بين الأفراد والجماعات وهنا تؤثِر التوعية السياحية على الحركة السياحية و تُنشطُها في البلد بصورة عامة[1] .

فيجب كذلك التنسيق بين الجامعة ومختلف المؤسسات السياحية وَوسائل الإعلام و الاتصال قصد تقديم صورة إيجابية للساكنة عن السياحة الثقافية فيتم بذلك نشر و تعزيز الوعي السياحي من خلال تنظيم ملتقيات ومحاضرات وندوات وأيام دراسية، فتعمل المؤسسات السياحية على صناعة محتويات ومضامين إعلامية و تقدمها للوسائل التي ذكرت سابقا.فهذه الوسائل باختلاف أنواعها تكمن قوتها في سرعة انتشارها لدى الجمهور، فهي تحوز على خدمة أساسية وهي خدمة المصلحة العامة وصناعة الرأي العام و التوعية لكنها بحاجة إلى من يدفعها، ويشكل التسويق السياحي أداة فاعلة في بناء الوعي السياحي، ويمكن أن يكون ذلك من خلال مختلف أدوات الاتصال التسويقية التقليدية والجديدة، فلقد نجحت الدول الرائدة في قطاع السياحة كتركيا من استغلال وسائل الإعلام والاتصال على أكمل وجه من خلال الترويج للموروث الثقافي في الأفلام الدرامية وخلق الرغبة لزيارتها، فلقد عرفت الآونة الأخيرة عدة حجوزات من الجزائر إلى تركيا، فلم تستطع الوكالات السياحية الجزائرية أن تستوفي كل الطلبات .

كما أن للجمعيات أيضاً دور كبير في هذه المعادلة.فهي تحتك بالفئات الاجتماعية والسلطات العمومية، كما تعتبر وسيطاً للترويج للفعل السياحي والفعل الثقافي وتربية الوعي من خلال نشاطاتها

[1] وهاب فهد الياسيري،**الوعي السياحي لدى طلبة المراحل الجامعية كلية الأدب الكوفة نموذجا**،مجلة كلية التربية الأساسية ،جامعة بابل، العدد09،أيلول 2012،ص.ص259-268 /dspace.univ-dz/pdf،تاريخ الاطلاع :2016/11/25،على الساعة 22:15.

وبرامجها الهادفة ومن خلال كذلك معرفة بماذا يهتم الأفراد في مجالات الثقافة والسياحة وإيصالها للسلطات الوصية. لكن في الواقع الجمعيات تتلقى عدة عراقيل مما جعل دورها محدوداً ومُقيداً.

- تصور الأساتذة الإستشرافي للسياحة الثقافية في مستغانم :

ميزنا من خلال إجابات المبحوثين تصورين اثنين، الاتجاه الأول يرى فيه المبحوثين أن مستقبل السياحة الثقافية في مستغانم سيتطور، أما الاتجاه الثاني و الذي يحمل رؤية تشائمية فيرى فيه المبحوثين أنها ستتقهقر.

التصور الأول :

يرى مُعظم المبحوثين أن السياحة الثقافية ستتطور شريطة أن تكون هناك نية حسنة و إرادة قوية تسعى إلى وضع خطة لاستغلال المقومات التي تزخر بها مستغانم أحسن استغلال ، فالمنطقة تتميز بثراء موروثها يُخِول لها لتكون مدينة سياحية بامتياز، والدليل على ذلك أنه تم إنجاز بعض المشاريع السياحية الكبيرة في المنطقة.

ونستشهد في هذا السياق بالمبحوثة << رقم 15، 34 سنة، تسويق خدمات >> قائلة ً :

<<أنا متفائلة فالسياحة الثقافية ستتطور،لاسيما وجود حِراك في الولاية من ناحية بعض الاستثمارات الواعدة في قطاع السياحة والتي ستُسهِم بدورها في تحقيق التنمية الاقتصادية>>.

في حين يضيف المبحوث<< رقم 04، 60سنة، علم الاجتماع و الأنتروبولوجيا >> قائلاً :

<< تصوري حول مآل لتطور السياحة الثقافية في مستغانم هو تصور واعد، على شرط أن يكون الفاعلين و المسؤولين على هذا القطاع أن تكون لديهم الإرادة لتطويره، ولا شك أن منطقة مستغانم ستكون قطبا سياحيا بارزا في منطقة البحر الأبيض المتوسط و منطقة المغرب العربي، خاصة وأنها تمت تسميتها من طرف رئيس الجمهورية بعروس البحر الأبيض المتوسط. >>

و سعت جامعة مستغانم كذلك في الموسم الجامعي 2015/2014 من فتح تخصص جديد وإن جاء متأخراً وهو مشروع ماستر تخصص اتصال سياحي عسى أن يعطي إضافة للقطاع السياحي في الولاية وينشطه و أن تستفيد منه المؤسسات السياحية إن تم التنسيق معها بالشكل اللازم.

حيث نستشهد بالمبحوثة << رقم 07، 49 سنة، إخراج سينمائي و مسرحي >> قائلةً :

<< أنا أتوسم خيراً، فأنا أستشرف في هذه المدينة بمجموعة من الشباب الذين يطمحون لجعل المدينة قطباً سياحياً بامتياز إن توفرت لديهم الإمكانات وُقدمت لهم تسهيلات وأُخذت اقتراحاتهم بمحمل الجد >>.

وفي هذا الصدد تضيف المبحوثة << رقم 05، 47 سنة، علم الاجتماع >> قائلةً :

<< إذاُ رِوج للسياحة الثقافية بالشكل المناسب و سهر عليها رجال مختصين ستتطور، كما يمكن تفعيل حركة السياحة بمستغانم من خلال إعادة النظر في البنية التحتية للاستقبال بمعنى بناء فنادق تتماشى مع المعايير العالمية من جودة ونظافة و استقبال. >>

التصور الثاني :

في حين يرى بعض المبحوثين أن السياحة الثقافية لن تتطور وستعرف تقهقراً إذا بقيت الأمور على حالها، إذ تشهد مستغانمِ قلة المنشآت السياحية وعدم استيعابها لكل السواح الوافدين إلى المنطقة وإن وجدت غابت الجودة في الخدمات، إضافة إلى وجود تقصير من طرف السلطات الوصية على السياحة فيما يخص عدم الاهتمام بأهم عناصر السياحة الثقافية وهذا يدل على غياب إستراتيجية واضحة المعالم .

ونستشهد في السياق بالمبحوثة << رقم 11، 60 سنة، تاريخ وسيط إسلامي>> قائلةً :

<< على حسب ما أرى فالسياحة الثقافية تسير في مستوى غير مرضي، لأنه لا يوجد عناية بالآثار وزد على ذلك جانب المادة طغى، وتم التخلي على الكثير من التقاليد فاللباس المستغانمي بدأ يفقد

بعض المواصفات الأصيلة وهذا يرجع لعدم الوعي لقيمة السياحة الثقافية و عدم المسؤولية و غياب الجانب الحسي. >>

ويضيف المبحوث<< رقم 14، 37 سنة، علوم الإعلام و الاتصال>> قائلاً :

<< المسؤول لديه القدرة على الدفع لكنه لا يُساهم، والسياحة الثقافية حتى تتطور تتطلب مصاريف وتضحية والتفاني في العمل. >>

تعاني مستغانم كبعض ولايات الوطن من تدني مستوى الوعي السياحي و ضعف المنظومة الاتصالية على المستوى المحلي، إذ تنتشر في المنطقة بعض الأفكار والسلوكيات السلبية لدى بعض السكان المحليين.فهم لا يقبلون الانفتاح على السائح الأجنبي، و ينعتونه دائماً "بالبراني" بمعنى الأجنبي والدخيل، فهذه العقليات قد تمنع السائح مهما كانت جنسيته من العودة إلى مستغانم.

حيث نستشهد في هذا السياق بالمبحوثة <<رقم 01، 46 سنة ، علوم الإعلام و الاتصال>>قائلة:

<< ويمكن أن تتقهقر السياحة الثقافية في خِضم ما توجد من أفكار " فكرة البراني" فمجتمع المستغانمي هو مجتمع محلي تقليدي لا يقبل التفتح على ثقافة الأخر، وعندهم فكرة أن مستغانم تخرج على البراني. لذا، يجب ندخلوا للساكنة في فِكرها أن كل المدن الساحلية عندها الفِكر المفتوح إلا مستغانم.>>

وتضيف المبحوثة << رقم 02، 38 سنة ، علم الاجتماع >> قائلةً :

<< مجتمع منغلق لا يتقبل الأخر و غير منفتح على التسامح و على ثقافة الحوار ولا يتقبل الأخر، نظرة عدائية للإنسان الأجنبي" البراني "، على عكس في المغرب يوجد عدة طوائف وسواح أجنبيين متعايشين عادي.لذا، يجب تقوية الوعي السياحي... >>

ويصرح أيضاً المبحوث <<رقم 10، 47 سنة، تاريخ حديث معاصر>> قائلاً :

<< بعض المستثمرين في قطاع السياحة ليس لديهم قناعة بالسياحة بل عندهم جشع مالي همهم هو زيادة رقم الأعمال مما أدى إلى استغلال أصحاب الكفاءات. >>

التفسير :

إن الاستشراف يبنى من خلال تنوع الفئات التي تضع السياسات السياحية، و حتى نغير النمطية في مستغانم يجب أن يتم في بادئ الأمر رسم استراتيجية مدروسة و رشيدة مبنية على ثلاثة (03) مستويات قريبة و متوسطة و بعيدة المدى، و أن يتم التضافر و التنسيق بين الجهود وتبادل الآراء بينهم قصد تحقيق جُملة الأهداف التي وُضعت سلفاً ، أبرزها تحقيق تنمية السياحة الثقافية والعمل على تطويرها و استقطاب أكبر عدد من السواح المحليين والأجانب.

وتسمح عملية التوضيع l'objectivation التي قدمها "موسكوفيتشي" بترتيب المعارف الخاصة لموضوع تصور ما، بالمرور من عناصر نظرية مجردة إلى صورة ملموسة، وذلك عن طريق التبادلات و الآراء التي يمكن أن يحدث بين أعضاء جماعة معينة[1].

فمستغانم تحوز على طبيعة خلابة وموروث ثقافي مادي وغير مادي قابل للاستغلال يسمح لها أن تكون قِبلة للسواح من كل حدبٍ و صَوب. فالسائح الأجنبي يُحب اكتشاف كل ما هو جديد عليه ويتشوق للتعرف على ثقافة الآخر.لذا، لتتطور السياحة الثقافية يجب تدارك نقاط الضعف التي تم رصدها في البحث، أي الاهتمام بعناصرها بجدية وعلى الدوام و ليس بصفة موسمية من خلال ترميم المعالم الأثرية وصيانتها وتوفير الأمن و كل الخدمات التي يحتاجها السائح، وأن تستغل وسائل الإعلام والاتصال بكل أنواعها للترويج للتراث الثقافي وتسويقه بحُلة جذابة تثير السائح ، وأن يُجند كافة المواطنين في هذه العملية حتى نُفهمهُم أن السياحة الثقافية أصبحت ضرورة حتمية وبديلا إقتصاديا للولاية و أنها تخلق مناصب شغل مباشرة وغير مباشرة. لذا، يستوجب على الساكنة أن تحوز

[1] Christine Bonard ,Nicola Roussiau,op,cit,p.20

على وعي سياحي يُمكنها على التفتح على ثقافة الآخر و أن تتقبل السائح الأجنبي وتتعامل معه، فهو ينشط بدوره الحركة السياحية في المنطقة ويزيد من مداخيلها، و أن تتخلص بذلك من تلك الذهنيات السلبية القائمة على فكرة " البراني"التي قد تعيق تدفق السواح على مستغانم .

ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT)* هو الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، ويمثل أيضا الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات، وجميع المناطق عن مشروعها السياحي لآفاق 2025 وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الثقافية والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر ولتحقيق القفزة المطلوبة و جعل السياحة أولوية وطنية للدولة يجب النظر إليها على أنها لم تعد خياراً بل أصبحت ضرورة لأنها تشكل مورداً بديلا للمحروقات.

لذلك يجب إعادة النظر في هذه السياسات العمومية و ألا تكون على شكل خطابات رنانة بل تكون فعالة ومُجسدة على أرض الواقع، وعليه يستوجب إشراك النخبة المثقفة والجمعيات في بلورة سياسة ثقافية خاصة بالمنطقة، فكل منطقة لها خصائصها تميزها عن المناطق الأخرى حتى تتطور السياحة الثقافية بذلك ، فليس ببعيد تم فتح في جامعة مستغانم تخصص اتصال سياحي نظرا لما تتميز به المنطقة من زخم من الإمكانات الطبيعية والثقافية، فيجب استغلال أصحاب هذا الاختصاص من طرف مختلف المؤسسات السياحية لأنهم يملكون الكفاءة والقدرات التي تُخِولُهم من تفجير مواهبهم وإعطاء القيمة الإضافية للقطاع والإسهام في تحسين الخدمة السياحية حتى يتم استقطاب السواح ويتم تحقيق رضاهم فتتحقق بذلك التنمية السياحية المحلية والوطنية، وكانت بادرة من طرف السيد "عبد الوحيد تمار" والي ولاية من خلال عقد اجتماع بتاريخ 2017/04/05 في ديوانه مع عدد من مديري عدة قطاعات و21 وكالة للسياحة الأسفار وبمشاركة ممثلي طلبة تخصص اتصال سياحي

* أنظر الملحق رقم 02.

دفعة2017 في المشاركة من أجل تقديم الاقتراحات لرسم إستراتيجية إستشرافية بهدف تشجيع السياحة الداخلية وتنميتها و استقطاب أكبر عدد من السياح في المنطقة. ومؤخراً بدأ الاهتمام بشكل ملحوظ بمجال السياحة بصفة عامة وتشجيعها وهذا من خلال بعث بعض الاستثمارات في المنطقة كبناء بعض الهياكل السياحية كبناء سلسلة من الفنادق و مشاريع لفنادق ذات صيت عالمي كسلسة " IBIS " وفتح المسرح الجهوي وتدشين حديقة التسلية وخط الترامواي وفتح الخط البحري الذي يربط مستغانم بإسبانيا و الحديث عن إنشاء مطار للرحلات الداخلية، هذا كله سينعكس إيجابا على السياحة الثقافية، لأن كل فرع سيكمل الآخر مما يُسهل تنقل السواح و اكتشاف كل ما تسخر به مستغانم.

الاستنتـــاج :

من خلال هذا االفصل وصلنا إلى استنتاج مايلي :

- آليات الحفاظ على التراث المادي و اللامادي تتم عبر مرحلتين اثنين، المرحلة الأولى يتم فيها تضافر الجهود و التنسيق مع كافة الفاعلين الاجتماعيين للحفاظ هذا الموروث وصيانته وذلك بالاستعانة بأشخاص أكفاء ومختصين، ثم تأتي المرحلة الثانية و التي تتمثل في الجانب الاتصالي من أجل التعريف بعناصر السياحة الثقافية و الترويج لها عبر وسائل الإعلام والاتصال باختلاف أشكالها، مع ضرورة تفعيل دور المدرسة من خلال تعليم التلاميذ التنشئة الثقافية و كذا تفعيل دور الجامعة و التنسيق بينها و بين مختلف المؤسسات السياحية.
- ضعف المناهج التعليمية المتعلقة بالتعليم السياحي وقِلة الرحالات إلى المعالم الأثرية والمناطق التاريخية وعدم وجود ثقافة زيارة المتاحف لدى الأطفال و ضعف المنظومة

الاتصالية في مستغانم أيضاً أدى إلى غياب الوعي السياحي لدى الساكنة، فالوعي السياحي يُعدُ عنصراً مهماُ وعاملاُ مؤثراُ في السياحة وتطورها من جهة و التأثير على نفسية السائح من جهة أخرى، ويتم نشره و تعزيزه لدى الساكنة من خلال آليتين اثنتين وهما وسائل الإعلام و الاتصال باختلاف أنواعها و مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

- الاستشراف يبنى من خلال تنوع الفئات التي تضع السياسات السياحية، وهذا وفق استراتيجيات رشيدة مع ضرورة التنسيق بين جهود جميع الفاعلين لتكوين مجتمع واعٍ بالسياحة ومتفتح على ثقافة الآخر فتتطور السياحة الثقافية بذلك .

الاستنتاج العام

من خلال المقابلات التي قمنا بها مع أساتذة جامعة مستغانم توصلنا إلى النتائج التالية :

للأساتذة تصور سلبي عن واقع السياحة الثقافية في مستغانم نظراً لعدم الاهتمام ببعض عناصرها والتي كان بمقدورها أن تكون بديلاً اقتصاديا وأنُ تسهِم في دفع عجلة التنمية المحلية للولاية.فرغم أنها تملك موروثاُ ثقافياُ مادياُ و غير مادي غني و تمتلك طبيعة خلابة، إلا أن الإستراتيجيات المنتهجة ليست بحجم ما تملكه المنطقة من زخم من المقومات الثقافية مِما جعلها تفتقر إلى إستراتيجية واضحة المعالم حول السياحة الثقافية. فهي تركز على السياحة الشاطئية بالدرجة الأولى، حيث لم يتم تبني التخطيط الإستراتيجي ضمن فترات زمنية والذي يكون وِفق خُطط قريبة و متوسطة و بعيدة المدى.هذا جعل نقاط الضعف مسيطرة على نقاط القوة فأنتج وجهاً شاحباً للسياحة الثقافية في مستغانم.

أضف إلى ذلك ضعف المناهج التعليمية المتعلقة بالتعليم السياحي وقِلة الرحالات إلى المعالم الأثرية والمناطق التاريخية وعدم وجود ثقافة زيارة المتاحف لدى الأطفال، و ضعف المنظومة الاتصالية في مستغانم أيضاً أدى إلى غياب الوعي السياحي لدى الساكنة. فالوعي السياحي يُعدُ عنصراً مهماُ وعاملاُ مؤثراُ في السياحة وتطورها من جهة و التأثير على نفسية السائح من جهة أخرى، ويتم نشره وتعزيزه لدى الساكنة من خلال آليتين اثنتين وهما وسائل الإعلام و الاتصال باختلاف أنواعها ومؤسسات التنشئة الاجتماعية.

مقارنة نتائج الدراسة مع الفرضيات

من خلال الدراسة التي أجريناها في جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم تبين لنا ما يلي :

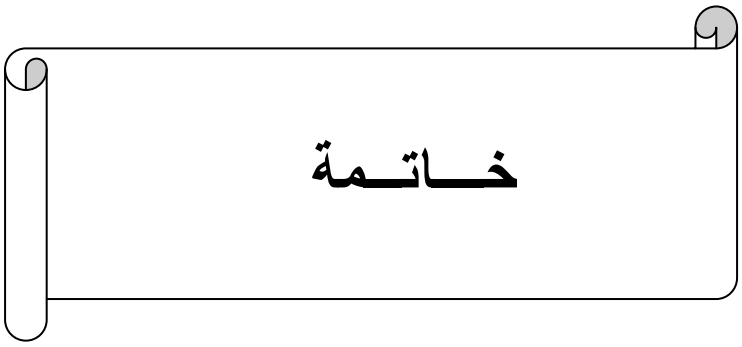
– تحققت الفرضية الأولى التي مفادها أن " للأساتذة تصور سلبي عن واقع السياحة الثقافية في مستغانم"، نظراً للنتائج المتحصل عليها من خلال المقابلات التي قمنا بها مع أساتذة جامعة مستغانم الذين يعملون في الأقسام التي ذكرت سلفاً.فمستغانم تتميز بثراء موروثها المادي واللامادي، وجمال طبيعتها وموقعها الإستراتيجي الهام يُخول لها أن تكون مدينة سياحية بامتياز، كما يمكن اعتبار السياحة الثقافية بديلاُ اقتصاديا ومورداً مُهماً للمنطقة ومؤشرا أساسي لدفع بعجلة التنمية المحلية في مستغانم، لكن هذه الأخيرة اهتمامها مُقتصر على السياحة الشاطئية بالدرجة الأولى مِما جعلها تُهمِل عناصر التراث الثقافي الذي يشهد استغلالاً غير عقلاني ولا مبالاة من طرف القائمين على السياحة من جهة، ومن السكان المحليين الذين لا يُقدِرون أهمية السياحة الثقافية من جهة أخرى.فأدى لتعرض عناصرها للإهمال و للتخريب والاندثار، نتيجة لعدم تبني إستراتيجية واضحة فغابت بذلك مؤشراتها ومعالمها فصعُب على الأساتذة تقييمها، وأدى بهم لرسم تصور سلبي لواقع السياحة الثقافية في مستغانم.فالتصور يتأثر بخصائص كل من الشخص المتصِور(الأستاذ) والموضوع المتصوَر(واقع السياحة الثقافية) الذين بدورهما يتأثران بالأفكار و القيم والمعايير الاجتماعية التي اكتسبها الأساتذة عن طريق الاحتكاك و الاتصال بالآخرين.

– أما الفرضية الثانية التي تعتبر" أن عدم تكامل بين السياسات السياحية و الإستراتجيات و الواقع السياحي الثقافي في مستغانم كأهم معوق"، فهي بدورها ثبتت حيث إن واقع السياحة الثقافية في مستغانم كارثي ولا يرقى لرغابات السائح المحلي والأجنبي، وهذا من خلال عدم وجود استراتيجية واضحة المعالم قائمة على أسس علمية أكادمية . فلم يتم العمل بالتخطيط السياحي الذي يطبق وِفق

ثلاثة مستويات على المستوى القريب والمتوسط ثم على المستوى البعيد، فأي خطة لتنمية السياحة تتطلب تحديد المشاكل التي تعرقلها ووضع خُطط بديلة وتدريب كوادر متخصصة حتى ترتقي المؤسسات السياحية إلى الاحترافية و العالمية. فالسياسات السياحية المنتهجة في مستغانم هي موسمية تحكمها المصلحة الخاصة بالدرجة الأولى ، ويُفسر هذا بالنقص الفادح في المهارات الفنية المتعلقة بالتخطيط السياحي في أغلبية المؤسسات السياحية التي لا تستعين بوسائل الإعلام والاتصال التقليدية والحديثة للترويج بالموروث الثقافي للمنطقة.وعليه، سيطرت نقاط الضعف على نقاط القوة للتنمية السياحية الثقافية، فكان من الأولى الاستفادة من القوة البشرية المتخصصة التي تكونها الجامعة من خلال تخصص اتصال سياحي واختصاص الفن و الموسيقى و المسرح. فعدم التكامل بين السياسات السياحية والإستراتيجيات وقِلة المعلومات حول التراث الثقافي كلها أدت إلى بروز معوقات أسهمت في انتشار بعض الذهنيات والأفكار السلبية لدى السكان المحليين فأنتجت وجهاً شاحباً لواقع السياحة الثقافية في مستغانم .فهذه الوضعية وَلدت نِقاشات وتفاعلات تزيد من الشعور بضرورة فهم معوقات تنمية السياحة الثقافية. لذا، يرى الأساتذة ضرورة التنسيق بين جميع الفاعلين الاجتماعيين قصد الحفاظ وتنمية السياحة الثقافية.

– وفي الأخير ثبتت الفرضية الثالثة التي مفادها " تنمية الوعي السياحي من طرف وسائل الإعلام والاتصال وَالجامعة هو الآلية الفعاْلة لتحقيق تنمية السياحة الثقافية "، لأن الوعي السياحي هو أحد متطلبات البنية التحتية للسياحة. فلا يمكن الحديث عن نجاح البنية الفوقية دون توفر قدر عالٍ من الوعي السياحي لدى الساكنة، الذي يُتيح لهم المشاركة بفاعلية في أوضاع مجتمعهم و مشكلاته ويدفعهم للتحرك أيضا من أجل تطوير ونجاح صناعة السياحة ، فمستغانم تتميز بزخم من المقومات الطبيعية والثقافية لكنها غير مُستغلة وغير معروفة مِما جعل جُل السكان يجهلون أهم العناصر

المُكِونة للسياحة الثقافية في المنطقة مِما جعلهم غير مهتمين وغير مبالين بها، نظرا لغياب الوعي السياحي لديهم، فانعكس هذا على تواصلهم مع السواح الوافدين إلى مستغانم نتيجة لعدم تفتحهم على ثقافة الآخر وعدم تقبلهم لهم، فهم ينظرون إليهم دائما "كبراوية" بمعنى كدخلاء وغرباء جاءوا ليزاحموهم في ولايتهم، لدى يستدعي ضرورة تطبيق ميكانيزمات للتقليل من هذه الأفكار والذهنيات السلبية التي شاعت في وسط المجتمع المستغانمي، قصد نشر و إظهار التقاليد والعادات العريقة التي تتميز بها المنطقة كالكرم و حُسن الضيافة.لأنها تعتبر كعنصر جذب للسواح.ويتأتى نجاح هذه الآليات بتضافر الجهود و إشراك جميع الفاعلين من سلطة وصية على السياحة ومؤسسات التنشئة الاجتماعية من أسرة و مدرسة و جامعة التي لها دور فعال من خلال تكوين إطارات مختصة والتي تعمل بالتنسيق مع وسائل الإعلام و الاتصال التي لها سرعة في الانتشار والتأثير على السكانة، من خلال بث القيم والمفاهيم التي تسهم في حالة عالية من الوعي السياحي الذي يصنع السياحة فيتم بذلك تحقيق تنمية السياحة الثقافية .


خـــاتـــمة

خـاتـمة

أصبحت السياحة الثقافية الرِهان الحقيقي التي تتبناه مستغانم . لِمَا تملكه من ثراء في موروثها الثقافي بشقيه المادي و غير المادي، يُمكن أن يكون بديلا اقتصاديا ومصدراً هاماً للتنمية المستدامة، فالمنطقة تتمتع بعوامل جذب ثقافية و تاريخية و دينية كبيرة يُخوَل لها أن تكون قطباً سياحياً بامتياز، حيث بدأ في الآونة الأخيرة الاهتمام بهذا القطاع الحساس من خلال بعث بعض الاستثمارات ولو أنها تسيرِ وفق خطى بطيئة، كتدشين بعض المنشآت والهياكل السياحية وإنشاء خط الترامواي و فتح الخط البحري الذي يربط مستغانم بإسبانيا، رغم هذا، إلا أن الآليات المنتهجة ليست بحجم ما تملكه مستغانم من زخم من الإمكانات الثقافية، مِما جعلها تفتقر إلى إستراتيجية واضحة المعالم حول السياحة الثقافية. فهي تركز على السياحة الشاطئية بالدرجة الأولى، هذا جعل نقاط الضعف مُسيطرة على نقاط القوة فأنتج وجهاً شاحباً للسياحة الثقافية في المنطقة، وصاحبه تصور سلبي للأساتذة.لذا، حتى نغير هذه النمطية يجب أن ترتكز السياحة الثقافية على رؤية جديدة تفسيرية مُحكمة حول تاريخ مستغانم من خلال تبني إستراتيجيات رشيدة قائمة على أُطر علمية وأكاديمية يسهر على تطبيقها أشخاص أكفاء يتمتعون بقدرات ومهارات فنية في التخطيط الإستراتيجي السياحي المبني على ثلاثة (03) مستويات، قريب ومتوسط و بعيد المدى. لذا، يجب الاستفادة من الدفعات المتخرجة من الجامعة و أن يتم التنسيق معها حتى تسهم في إعطاء دفعة جديدة للسياحة ، كما يجب أيضا التضافر بين جميع الجهود قصد تحقيق جُملة الأهداف التي سُطِرت آنفاً ، أبرزها تحقيق تنمية السياحة الثقافية والعمل على تطويرها بُغية استقطاب أكبر عدد من السواح المحليين والأجانب؛ فحتى تتطور السياحة الثقافية يجب الاهتمام بعناصرها بجدية وعلى الدوام و ليس بصفة موسمية، من خلال ترميم المعالم الأثرية وصيانتها وتوفير المرشدين السياحيين على مستواها، وتوفير الأمن، ووضع برامج لتطوير القطاعات

السياحية المختلفة من خلال تشجيع الصناعات التقليدية، وإعادة تأهيل القطاع الفندقي وتحديث قطاع النقل السياحي، حتى نوفِر بذلك كل الخدمات التي يحتاجها السائح ونحققِ رضاه.

وأن يتم أيضاً إشراك كافة المواطنين في هذه العملية و نُفهمهُم أن السياحة الثقافية أصبحت ضرورة حتمية لِما لها من أهمية في جميع الميادين. ويستوجب على الساكنة أن تتخلص من تلك الذهنيات والأفكار السلبية التي قد تعيق تدفق السواح على مستغانم .لذا، يجب عليها أن تحوز على وعي سياحي يُمكنها من تقبل السائح الأجنبي والتفتح على ثقافته ، فهو ينشط بدوره الحركة السياحية في المنطقة ويزيد من مداخيلها ، وهنا يأتي دور الجامعة ووسائل الإعلام والاتصال التقليدية و الحديثة في الترويج للتراث الثقافي وتسويقه بحُلة جذابة تثير السائح وتدفعه للسفر إلى مستغانم، فتتحقق بذلك التنمية السياحية المحلية ثم الوطنية .

ويعتبر موضوع السياحة الثقافية ذا أهمية كبيرة.فهي تعتبر كصناعة لها عدة أبعاد فهي أحد أهداف التنمية الاقتصادية و الاجتماعية الشاملة لمَا لها من القدرة التعرف على ثقافة الآخر وعلى جلب العملة الصعبة وتحسين ميزان المدفوعات و خلق فرص جديدة للعمل، ومن خلال هذا يمكن إقتراح بعض المواضيع لكي تشكل إشكاليات بحث في المستقبل فاتحة زوايا جديدة جديرة بالدراسة من بينها الوعي السياحي كآلية فعالة في تحقيق التنمية السياحة .

توصيات الدراسة

في ضوء النتائج التي توصلنا إليها في الدراسة يُمكن اقتراح جُملة من التوصيات التي يمكن أن تُسهم في تحقيق تنمية السياحة الثقافية في مستغانم، ومن بين أهم التوصيات المقترحة ما يلي:

- يجب أن تراعي الإستراتيجيات المنتهجة إمكانات ومقومات كل مدينة وخصائصها، والخصائص الثقافية للساكنة.
- لنجاح التنمية السياحية يجب نشر وتعزيز الوعي السياحي لدى الساكنة، وهذا بالاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام و الاتصال بشتى أنواعها حتى يُروَج التراث الثقافي المادي واللامادي على أكمل وجه.
- ضرورة إدماج مادة تعالج المسائل السياحية في المناهج التربوية، حتى يتم خلق وتعزيز الوعي السياحي لدى الأطفال.
- وضع آليات لحماية عناصر السياحة الثقافية، وحمايتها من الزحف العمراني.
- صيانة الموروث الثقافي والاهتمام به من أجل استقطاب السواح المحليين والأجانب.
- وضع خريطة ثقافية تبرز أهم المعالم الأثرية و التاريخية التي تزخر بها مستغانم، قصد التعريف بها وسهولة الوصول إليها.
- فتح معاهد في كل ولاية سياحية لتكوين مرشدين سياحيين .
- التنسيق بين الجامعة ومختلف المؤسسات السياحية وضرورة الاستفادة من الدفعات المُؤهلة والمتخِرجة من الجامعة حتى نضمن الجودة في الخدمة.
- أن يتم إشراك النخبة المثقفة و الأساتذة و جمعيات المجتمع المدني في رسم إستراتيجيات السياحية

قائمة المراجع و المصادر

قائمـة المراجـع و المصـادر

أولاً: المراجع باللغة العربية :

المعاجم و القواميس :

1. ابن منظور ، **لسان العرب** ، المجلد الثالث، بيروت ،ط1،1997.
2. زيد عبودي،**معجم المصطلحات السياحية و الفندقية،عربي إنجليزي**،عمان، دار كنوزالمعرفة، ط1،2006.

الكتب:

1. أنجرس موريس،**منهجية البحث في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية)**، الجزائر، دارالقصبة للنشر، ط2، 2000.
2. بن يونس رشيد محمد الهادي،**نيل الغنائم من تاريخ مستغانم**، مستغانم،المطبعة العلوية، ط1،1998.
3. توقيق ماهر عبد العزي، **صناعة السياحة**، عمان،دار زهوان للنشر والتوزيع، 1997.
4. حجاب محمد منير،**الإعلام السياحي**، مصر،دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، 2002 .
5. حسن حسنين جليلة،**التنمية السياحية**،مصر،الدار الجامعية، 2006.
6. الحوري مثنى طه،**ربع قرن من التعليم السياحي و الفندقي في العراق**،1994.
7. الحميري موفق عدنان، الحوامدة نبيل زعل،**الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون**،عمان،دارالحامدة للنشر والتوزيع .
8. شمر بير، **دليل تنظيم المتاحف**،ترجمة محمد حسن عبد العزيز،القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1993.

9. الطائي حميد عبد النبي،**أصول صناعة السياحة**،الأردن،الوراق للنشر والتوزيع،ط2، 2006.

10. ظاهرالكلالة ،جودة كاظم،**أساليب البحث العلمي في ميدان العلوم الإدارية**،عمان، زهران للنشر، 1997.

11. عبد الحميد محمد،**تحليل المحتوى في بحوث الإعلام والاتصال**،بيروت،دارالمعارف 2008.

12. عبد المنعم البكري فؤاد،**التنمية السياحية** ،عالم الكتاب،ط1،2004.

13. عفافي حسين،**رؤية في الدول النامية** ،الإسكندرية، دار المطبوعات الجامعية .

14. زهيرعبد الله حسين،**القطاع السياحي في المغرب :الواقع والأفاق**،الرباط، شركة بيادر للنشر والتوزيع ، 1991.

15. الكتاني نور الهدى،**الأدب الصوفي في المغرب والأندلس في عهد الموحدين**، بيروت، دارالنتب العلمية، ط1 ،2008.

16. محمد غنيم عثمان،**التخطيط أسس ومبادئ عامة،جامعة البلقاء التطبيقية**،عمان، دار حفاء للنشر والتوزيع ، ط1،1994.

17. مرتاض نفوسي لمياء،**ديناميكية البحث في العلوم الإنسانية**،الجزائر،دارهومة،2015.

18. المستغانمي عبد القادربن عيسى،**مستغانم وأحوازها عبر العصور–تاريخيا و ثقافيا**،مستغانم المطلعة العلوية،ط1،1996.

19. الهيئة العليا للسياحة،**إستراتيجية تطوير قطاع الآثار والمتاحف**،السعودية،الملخص التنفيذي، 2003.

المجلات :

1. بريهي فارس كريم،**تطوير السياحة ،مدخل للتنمية المستدامة في العراق**،مجلة المثنى للعلوم الإدارية و الاقتصادية،كلية الإدارة والاقتصاد،العراق.
2. السعودي رياض محمد علي عودة ، **السياحة البيئية و الأثرية في محافظة كربلاء واستثمارها في تحقيق التنمية المستديمة**، جامعة كربلاء،2013.
3. قاسمي خالد،**السياحة في الجزائر بين الإمكانيات المتاحة وتحديات التطور**،مجلة الاقتصاد الجديد ،08ماي2013 .

الأطروحات والرسائل :

1. جميل نسيمة،**السياحة الثقافية وتثمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر–دراسة وصفية تحليلية لبرنامج مرحبا**،رسالة ماجستير،كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران،2010/2009.
2. شنيني عبد الرحيم،**دورالتسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية والحرفية،دراسة ميدانية حالة مدينة غرداية**،رسالة ماجستير،كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، تلمسان،2010/2009 .
3. عالية بشيرة،**السياحة في الجزائرو دورها في كشف معوقات التنمية الاجتماعية للبناء السوسيو ثقافي**،رسالة ماجستير،كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية،الجزائر،2010/2009.
4. عبد القادر هدير،**واقع السياحة و آفاق تطورها**،رسالة ماجستير،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جامعة الجزائر،2006/2005.

5. عيساني عامر،**الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة(حالة الجزائر)**،أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة،2010/2009.

الأيام الدراسية :

1. بوجمعة خلف الله و عمروش تومية،**السياحة الثقافية في الجزائر الإمكانيات والإستراتجيات،** جامعة المسيلة .

2. طالب دليلة، وهراني عبد الكريم،**السياحة أحد محركات التنمية المستدامة**،الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة يومي22، 23 نوفمبر 2011.

3. عيسى مرزاقة،**التنمية السياحية في الجزائر،دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر**،الملتقى الدولي حول إقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة يومي 09-10 مارس2010.

4. مليكة رغيب،سوسن زيرق، **دور ترميم المواقع الأثرية في ترقية السياحة الثقافية الداخلية،رؤية مستقبلية للمسرح الروماني روسيكادا بسكيكدة.**

الويبوغرافيا :

1. سعيدي يحي،عمراوي سليم،**مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية(حالة الجزائر)**،مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية ، بغداد ،العدد36، 2013.

2. فهد الياسيري وهاب،**الوعي السياحي لدى طلبة المراحل الجامعية كلية الأدب الكوفة نموذجا،** مجلة كلية التربية الأساسية ،جامعة بابل،العدد09،أيلول 2012.

3. موقع الفايسبوك// **صفحة مديرية الثقافة لولاية مستغانم،** يوم2017/03/27 على الساعة 23:35.

ثانيا :المراجع باللغة الأجنبية :

Les dictionnaires

1. Laousse –borda:dictionnaire de français N°00/06/79686,imprime on, France ,1997.

Les ouvrages:

1. Bardin Laurence, **L'analyse de contenu**, Paris, PUF, 1977.
2. Belhamissi Moulay,**Histoire de Mostaganem(des origines à nos jour)**, Aléger,SNED,2^{2}édition,1982.
3. Bonard Christine , Roussiau Nicola, **Les représentations sociales**, Paris, Donod,1999.
4. Bonneville Luc et autres, **Introduction aux méthodes de recherche en communication**, Canada, Gaëtan Morin, 2007.
5. Boyer Marc,**L'invention du tourisme,art de vivre**,Paris,decouvertes gallimard,1996.
6. Combessie Jean.Claude,**La méthode en sociologie**,Alger,Editions , Casba , 1998.
7. Grawitz Madeleine,**Méthodes des sciences sociales**, Paris,8ème édition, Dalloz,1990.

8. Laplantier Françoid ,**Anthropologies des systèmes des représen-tations de la maladie**, dans Jodelet Denise,**Les représentations soçiales**,PUF, Paris, 1994.

9. Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, **Schéma directeur d'aménagement touristique** ''**SDAT 2025**'',Algérie, janvier 2008.

10. Patin Valéry ,**Tourisme et patrimoine**,Paris,la documentation française, 2005.

11. Quivy Raymond, Campenhoudt LueVan, **Manuel de recherche en science sociales**,Paris,Dunod,1995.

Les thèses :

1. Laure Juanchich, **Culture, Tourisme et territoire les apports du tourisme culturel au développement local**, Master SECI, Institut d'études politiques, Lyon,2007.

الملاحق

الملحق رقم 01

المعالم الأثرية والمواقع التاريخية بولاية مستغانم

المعالم الأثرية المصنفة وطنيا :

الدائرة	البلدية	التسمية	العصر	تاريخ التصنيف	رقم الجريدة الرسمية
مستغانم	مستغانم (حي طبانة)	جامع المريني العتيقà	الفترة المرينية	1982/10/19	رقم 48 1982/11/30
مستغانم	مستغانم (حي العرصة)	برج الترك (الشرق)	الفترة العثمانية	1996	رقم 70في 1996/11/17

المعالم الأثرية المسجلة في قائمة الجرد الإضافي للولاية:

اسم المعلم	تاريخ بناء المعلم	موقع المعلم	الطبيعة القانونية	تاريخ التسجيل
دار القايد	الفترة العثمانية	حي طبانة بلدية مستغانم	ملك الدولة	مسجل في قائمة الجرد الإضافي في2009/2/21
ضريح الباي بوشلاغم وزوجته لالا عيشوش	الفترة العثمانية	حي المطمر بلدية مستغانم	ملك الدولة	مسجل في قائمة الجرد الإضافي في2009/2/21
ضريح الباي مصطفى لحمر	الفترة العثمانية	حي العرصة بلدية مستغانم	ملك الدولة	مسجل في قائمة الجرد الإضافي في2009/2/21
دار الشعراء(دارالقاضي)	الفترة العثمانية	حي طبانة بلدية مستغانم	ملك الدولة	مسجل في قائمة الجرد الإضافي في2/21 2009
ضريح سيدي عبد الله بوقبرين	الفترة العثمانية	حي مطمر بلدية مستغانم	ملك الدولة	مسجل في قائمة الجرد الإضافي في2/21 2009

اسم المعلم	الفترة التاريخية	موقع المعلم	الطبيعة القانونية
موقع كيزا	الفترة القديمة	بلدية سيدي بلعطار	ملك خاص
جدار السور	الفترة الموحدية	بلدية السور	ملك الدولة
دار حميد العبد	الفترة العثمانية	حي طبانة بلدية مستغانم	ملك خاص
موقع كيزا	الفترة الحديثة	بلدية سيدي بلعطار	ملك الدولة
جامع البدر (كنيسة سابقا)	الفترة الاستعمارية	مركز المدينة بلدية مستغانم	وقف من اوقاف الشؤون الدينية

الملحق رقم 02

المخطط التوجيهي لآفاق2025*:

Préambule : d'un pays Émetteur à un pays Récepteur

Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique « SDAT » 2025 constitue le **cadre stratégique de référence pour la politique touristique de l'Algérie. À sa faveur l'État :**

- affiche sa vision du développement touristique national aux différents horizons à court terme (2009), moyen terme (2015) et long terme (2025) dans le cadre du développement durable, afin de faire de l'Algérie un pays récepteur
- définit les instruments de sa mise en œuvre et précise les conditions de sa faisabilité.

Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique « SDAT 2025» est une composante du SNAT 2025 lequel montre comment l'État compte assurer, dans un cadre de développement durable le triple équilibre de l'équité sociale, de l'efficacité économique et de la soutenabilité écologique à l'échelle du pays tout entier pour les vingt ans à venir.

Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique « SDAT 2025» constitue donc une partie intégrante du Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT 2025) : il est l'acte par lequel l'État affiche pour tous les acteurs, pour tous les secteurs, pour toutes les régions, son projet touristique territorial à l'horizon 2025.

Le présent Schéma Directeur d'Aménagement Touristique «SDAT 2025» est de ce fait un instrument qui traduit la volonté de l'État de valoriser le potentiel naturel, culturel et historique du pays et de le mettre au service de la mise en tourisme de l'Algérie afin de la hisser au rang de destination d'excellence dans la région euro méditerranéenne.

Il donne de ce fait pour l'ensemble du pays ainsi que pour chacune des parties du territoire national, les orientations stratégiques d'aménagement touristique dans le cadre d'un développement durable.

Le SDAT 2025 est l'aboutissement maturé d'un long processus de recherches, d'enquêtes, d'études, d'expertises et de consultations; il est le résultat d'un brain storming et d'une large concertation menée avec les acteurs nationaux et locaux publics et privés tout au long des **assisses régionales et des enrichissements** qui en ont résulté. L'enjeu est l'appropriation du SDAT 2025 à tous les stades de son évolution (élaboration, mise en œuvre, suivi) par les acteurs et les opérateurs centraux et locaux du tourisme aux différents échelons (cadres hôteliers, restaurateurs, voyagistes, guides, opérateurs, associations).

1. * Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, **Schéma directeur d'aménagement touristique** ''**SDAT 2025**'',Algérie, janvier 2008.

Le tourisme ne se fait pas en ordre dispersé : la nécessité d'une stratégie à long terme

Le SDAT 2025

Donne une visibilité au nouveau concept du tourisme algérien

Définit le nouveau concept du tourisme algérien et amorce le positionnement de l'Algérie en tant que nouvel entrant dans le tourisme mondial

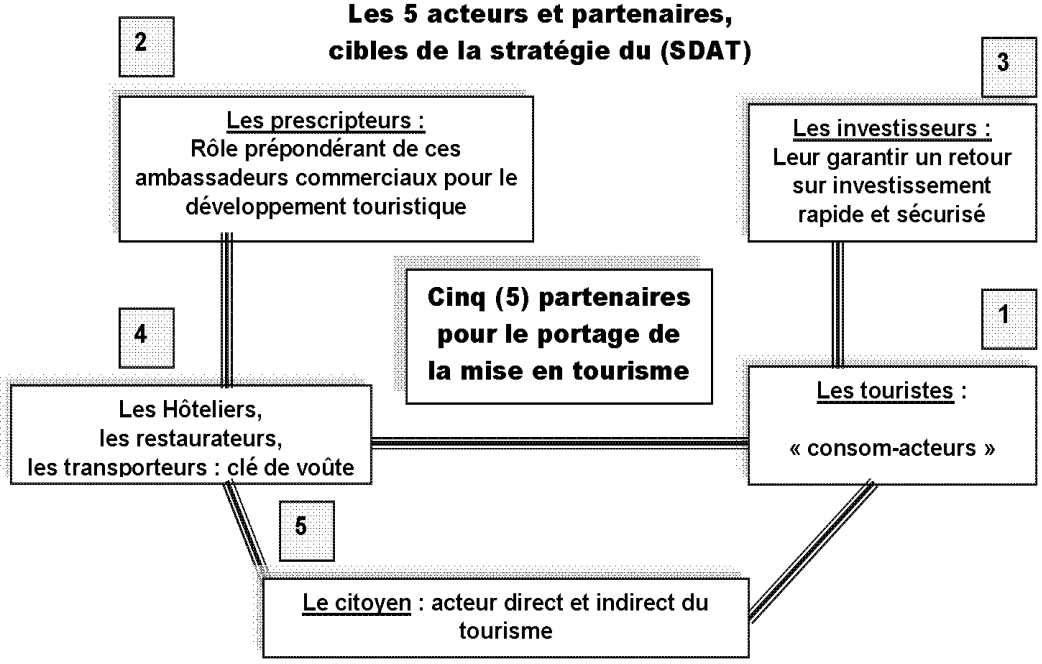
Le nouveau concept ne vise ni à diaboliser ni à idéaliser le tourisme d'autant qu' il ne s'agit ni d'une activité superficielle ni d'une activité superflue ; c'est une activité respectable qui satisfait des besoins et répond à une demande nationale et internationale.

I.3. De nouveaux atouts à construire afin d'ancrer le nouveau positionnement

- L'Algérie dispose de grands atouts contrastés et variés.
- L'Algérie recèle 'une grande diversité de ressources touristiques dont certaines sont spécifiques au pays (Saharienne, Thermal, Culturel) qu il s'agit de privilégier.
- D'autres entrent davantage dans le champ de la concurrence internationale (tourisme balnéaire, d'affaires et de congrès, tourisme sportif et de loisirs). L'Algérie peut légitimement prétendre à rejoindre le club des meilleurs dans ces filières.
- Enfin, **un tourisme authentique et un écotourisme** respectueux de l'environnement. Ce choix peut être également une carte à jouer pour le pays.

A cette grande diversité de ressources s'ajoutent plus qu'ailleurs :
- **L'authenticité des sites** (moins stéréotypés, plus simples, plus vrais) ;
- **La rupture, l'évasion** qu'offre la diversité des paysages algériens (L'Algérie « terre aventure ») ;
- **La facilité d'accès** (proximité relative des marchés européens) ;
- **La densité des échanges culturels et les facilités linguistiques …**
- **Le climat modéré.**

I.4. Les cinq acteurs partenaires cibles prioritaires à convaincre afin d'assurer le portage et le développement du nouveau concept de la mise en tourisme de l'Algérie



5. Le tourisme culturel, cultuel et événementiel

Les thématiques	Les actions
Les sites historiques	Mise en valeur et en lumière des sites antiques et des sites archéologiques. Politique de préservation Création de circuits
L'offre muséographique	Schéma national de structuration et d'enrichissement de l'offre actuelle Mise en réseau des musées Politique active de promotion pour la population Politique de vulgarisation et de pédagogie vis-à-vis des scolaires
Sites commémoratifs	Développer le tourisme de mémoire
Découverte des sciences et des techniques	Structuration de l'offre autour d'espaces forts comme: ➢ Les planétariums ➢ Les palais des sciences ➢ Les espaces thématiques comme la Cité des insectes, le Centre de découverte des écosystèmes, le Monde de la géologie... Créer un réseau de Maisons du patrimoine et d'Eco-musées pour les métiers à préserver
L'offre culturelle et festive **Le tourisme cultuel** **Le tourisme culturel**	Structurer l'existant et faire connaître d'abord aux habitants et dans un second temps aux touristes Développer les grands rendez-vous avec la mise en place d'un schéma national de l'événementiel autour de moments forts comme: • Le festival du cinéma du monde arabe • La semaine de l'Environnement : l'eau et la vie • la journée de la côte • La Biennale du carnet de voyage africain • Les courses d'orientation • Planète Raï, R and B L'Algérie peut appuyer sa mise en tourisme sur de nombreuses fêtes locales traditionnelles et évènements cultuels assurant une veille permanente, un marquage dans la mémoire du visiteur. Ces fêtes sont également des supports possibles à la valorisation d'un tourisme culturel et cultuel ou de mémoire comme : • Mawlid El Nabaoui • Zaouïa Tidjania à Ain Madhi • Saint Augustin

الملحق رقم 03

دلـيــل المقـابلـة

نحن طلبة علوم الإعلام و الاتصال ،سنة ثانية ماستر تخصص إتصال سياحي في صدد إنجاز مذكرة تخرج حول موضوع :تصور الأستاذة لإستراتيجيات تنمية السياحة الثقافية في مستغانم،كما نشكركم على منحكم لنا جزء من وقتكم للتحاور حول هذا الموضوع و نعدكم بسرية المعلومات التي تدلون بها، وإستعمالها في إطارالبحث العلمي،وشكرا .

السمات العامة :

- **الجنس :**
- **السن :**
- **الشهادة و التخصص :**
- **الكلية ،القسم،و الشعبة الذي تعمل فيه:**

1. ما هو تصورك لواقع السياحة في مستغانم؟
2. في رأيك هل هناك إهتمام بعناصر السياحة الثقافية المادية و غير المادية ؟ولماذا؟
3. كيف يمكن للسياحة الثقافية أن تسهم في دفع عجلة التنمية المحلية في مستغانم ؟
4. ما هو تقييمك لإستراتيجيات تنمية السياحة الثقافية المنتهجة في مستغانم؟
5. ماهي نقاط قوة تنمية السياحة الثقافية بمستغانم ؟ وفيما تتمثل ؟
6. إذا كانت هناك نقاط ضعف في تنمية السياحة الثقافية بمستغانم ففيما تتمثل ؟
7. هل هناك نقص في المهارات الفنية المتعلقة بتخطيط السياحة الثقافية و تنميتها ؟ و كيف تفسر ذلك ؟
8. ماهي الآليات اللازمة لحماية التراث الثقافي والمحافظة عليه (المادي وغير المادي)؟
9. كيف يمكن نشر وتعزيز الوعي السياحي لدى الساكنة ؟
10. ماهو تصورك الإستشرافي للسياحة الثقافية في مستغانم ؟ ولماذا؟

الملحق رقم 04

ميناء كـــيـــــزا

الملحق رقم 05

جدار السور

الملحق رقم 06

المدن و الأحياء القديمة (تجديت و المطمر وطبانة) :

مخطط القطاع المحفوظ للمدينة القديمة بمستغانم :

قطاعات القطاع المحفوظ: يضم القطاع أربع قطاعات وكل قطاع يضم مجموعة من المعالم الأثرية

قطاع 01	قطاع 02	قطاع 03	قطاع 04
al-ʿArsah (العرصة)	Tubbana (طبانة)	Tigdit (تجديت)	Zone verte de Mostaganem
al-Matmur (المطمر)	al-Darb (الدرب)	al-Swiqâ al-Fûqâniyya (السوقة الفوقانية)	Wâd ʿAyn al-Safrah (واد عين الصفراء)
	al-Qriyyah (القرية)	al-Swiqâ al-Tahtâniyya (السوقة التحتانية)	al-Bhâyar (البحاير)
		al-Maqsar (القصر)	
		Trialgire (طرابلجير)	
		Qâdûs al-Maddâh (قادوس المداح)	

- واد عين الصفراء
- الطاحونة
- المقبرة
- متنعة

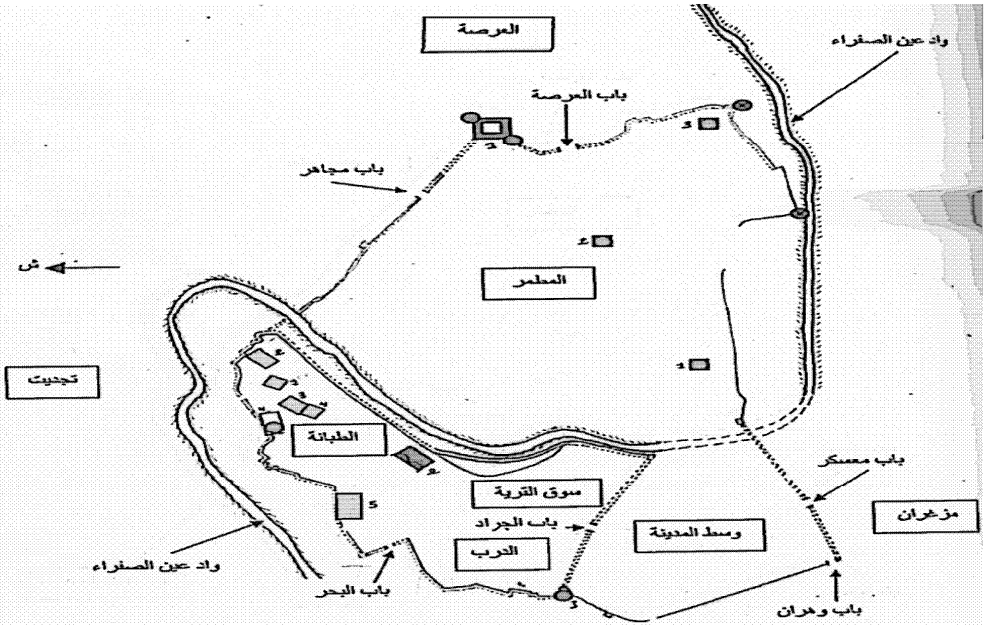
- مسجد سيدي علال محمد
- مسجد سيدي يعقوب
- مسجد سيدي سابع
- مسجد ميل النخلة
- زاوية سيدي قدور
- زاوية سيدي حمو البوزيدي
- الزاوية العيساوية والمسجد
- زاوية العلاوية
- حمام السبع
- مقبرة سيدي معزوز
- سوق "سويقة"
- المنابع المائية "سيدي يعقوب"

- الجامع المريني العتيق
- دار القايد
- دار حميد العبد
- دار الشعراء
- قصر الباي محمد الكبير
- حمامات المور
- سور المدينة
- باب البحر
- المعبد اليهودي
- مسجد سيدي يحي
- سوق القرية
- حمام بن يزلو
- حمام الغار
- قصر القنصلة
- جامع البحر

- برج التركي
- ضريح الباي بوشلاغم وزوجته
- لالا عيشوش
- ضريح الباي مصطفى لحمر
- تكنة جيني
- دار الصناعة التقليدية
- ضريح سيدي حمدوش
- ضريح سيدي عبد الله الخطابي
- ضريح سيدي عبد القادر الجيلالي

الملحق رقم 07

الأبواب الستة لمستغانم



الملحق رقم 08

المساجد :

جامع المريني العتيق :

الملحق رقم :09

قصر الباي مصطفى الكبير

الملحق رقم 10

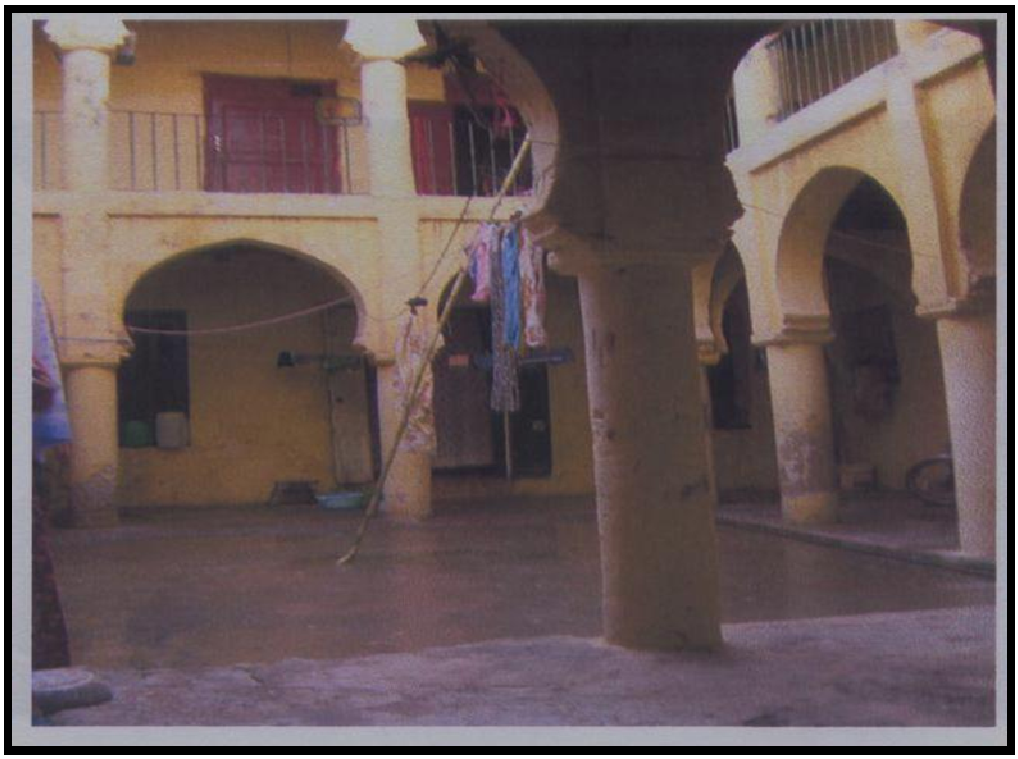
بــرج التــرك :

الملحق رقم 11

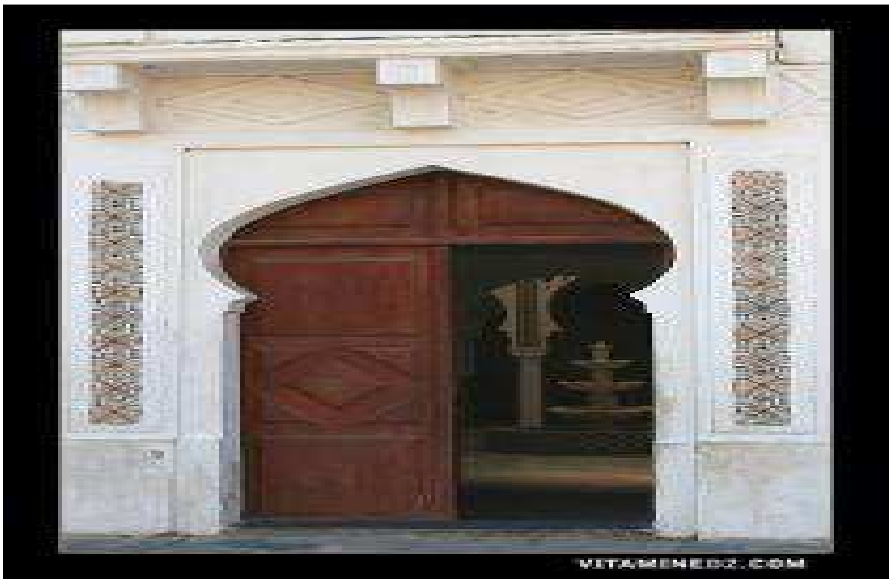
الدور :

دار الشعراء أو القاضي :

دار المفتي :

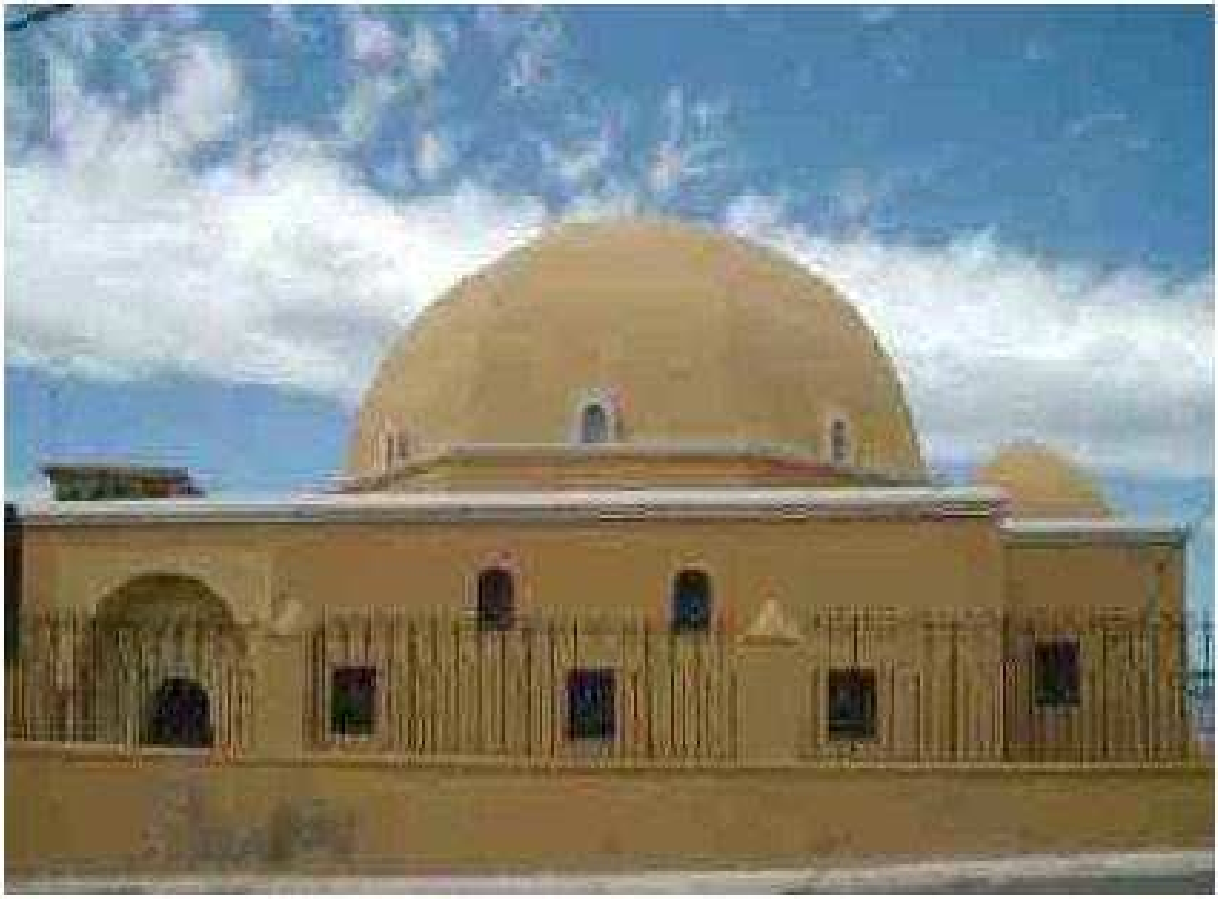


دار حميد العبد :



الملحق رقم :12

ضريح الباي بوشلاغم ولا لا عيشوش :



الملحق رقم 13 :

المسرح الجهوي لمستغانم

الملحق رقم :14 :

الطبوع الـفنـيـة :

الطابع البدوي :

الطابع الشعبي :

الطابع الأندلسي :

المدحات (الفقيرات):

الملحق رقم 15 :

الفلكلور:

العيساوي :

القناوي :

الملحق رقم 16 :

الوعدات :

الملحق رقم :17

الأكلات الشعبية

- **الطعام بالعمار**

الطعام

بوفتاتة

- **طبق السمك**

الملحق رقم 18

اللباس التقليدي المستغانمي

البلوزة

الشدة