



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال سياحي

العمل الجماعي ودوره في الترويج السياحي
جمعية الظهرة للآثار والسياحة "مازونة"

الأستاذ المشرف:

د. بن علي مليكة



إعداد الطالبة:

العربي دواجي عبد الحميد

لجنة المناقشة:

د. صفاح آمال رئيسا

د. محراز سعاد مناقشا

د. بن علي مليكة مقرا

السنة الجامعية: 2017 - 2018

إهداء

إله من قال في شأنهما الله سبحانه وتعالى

(وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا)

إلى قرات أعيننا ، نبراس حياتنا ، لوعة حنيننا ومصدر بهجتنا :
أمهاتنا أطال الله في حياتهن ورعاهن و رحم الله من مات منهن .
إلى سندنا و متكنا ونرجس قلوبنا الذين ذاع شذاهم في فؤادنا :
أبناءنا أطال الله في أعمارهم وأدام لهم الصحة .

إلى من تقاسمنا معهم رحم أمهاتنا و قاسمونا طفولتنا بحلوها ومرها :

إخواننا وأخواتنا .

إلى جميع الأهل والأقارب كبير صغير وإلى جميع من يحمل لقب

العربي دواجي

إلى من جمعنا بهم أواصر الصداقة والمحبة أصدقائنا في جملة

أفراحنا وأفراحنا بالأخص : .

إلى جميع مشايخنا الذين علمونا و مهدوا لنا السبل إلى الخير

إلى كل أساتذتنا - كل واحد باسمه الذين ساهموا بتعليمنا و تنوير

عقولنا بنور العلم و المعرفة

و كل من رافقنا في درب الدراسة .

نهدي هذا البحث .



سورة الرحمن الرحيم

﴿ قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ

الْعَلِيمُ الْعَكِيمُ ﴾

صدق الله العظيم

الآية 32 من سورة البقرة

فهرس المحتويات

- إهداء
- اية*

أ)- مقدمة ا ب ت

ب)- الجانب المنهجي

- 1- تحديد الاشكالية 01
- تساؤلات 02
- 2- الفرضيات 02
- 3- أسباب اختيار الموضوع 03
- * أسباب ذاتية 03
- * أسباب موضوعية 03
- 4- أهمية الموضوع 04
- 5- أهمية الدراسة 04
- 6- منهج البحث 05
- 7- مجتمع البحث 05
- 8- أدوات جميع البيانات 06/ 07
- 9- تحديد المفاهيم 08/ 09
- 10- حدود البحث و الدراسة 09
- 11- الدراسات السابقة 10
- 12 - صعوبات الدراسة 11

****الجانب النظري**

الفصل الأول :اساسيات السياحة

المبحث الأول :مدخل للتعريف بالسياحة و خصائصها و نشأتها

-المطلب الأول:تعريف السياحة.....15/ 23

-المطلب الثاني:خصائص السياحة.....24 / 26

-المطلب الثالث:نشأة السياحة و تطورها التاريخي.....26 / 27

-المطلب الرابع:بعض المصطلحات السياحية.....28- / 30

المبحث الثاني:أنواع السياحة.....31

-المطلب الأول:السياحة حسب التصنيف الطبيعي.....32

-المطلب الثاني:السياحة حسب التصنيف الثقافي.....33/ 34

-المطلب الثالث:السياحة حسب اتجاه السياح.....35 / 36

-المطلب الرابع:السياحة حسب المرافق السياحية.....37

المطلب : أنواع السياحة حسب المعايير الأخرى..... / 38 42
-الخامس

المبحث الثالث :الآثار الاقتصادية و الاجتماعية للنشاط السياحي.....43

المطلب الأول:الآثار الاقتصادية للسياحة.....43/ 49

المطلب :الآثار الاجتماعية و البيئية للنشاط السياحي.....50/ 57
-الثاني

-المطلب الثالث:السياحة والعولمة.....58/ 64

الفصل الثاني:الترويج السياحي

المبحث الأول : ماهية الترويج السياحي...../65

-المطلب الأول:تعريف و أهمية الترويج السياحي67/65

-المطلب الثاني:أهم وسائل الترويج ا لسياحي.....77/68

المبحث الثاني: إستراتيجية الترويج السياحي.....78

-المطلب الأول:تعريف إستراتيجية الترويج.....78

-المطلب الثاني:أنواع استراتيجيات الترويج السياحي.....79

-المطلب الثالث:وسائل الاتصال في الترويج السياحي.....80

الفصل الثالث : العمل الجمعي تعريفه وتاريخه في الجزائر

المبحث الأول: ماهية الجمعيات.....81

-المطلب الأول: الأطر النظرية والتاريخية لانتشاء الجمعيات.....83/82

-المطلب الثاني:مفهوم الجمعيات و أنواعها ودوافع تأسيسها.....87/84

- المطلب الثالث : الضمانات القانونية لإنشاء الجمعيات.....90/88

المبحث الثاني : التطور التاريخي للنشاط الجمعي في الجزائر.....91

-المطلب الاول: مرحلة أبان الحقبة الاستعمارية.....93/91

-المطلب الثاني:مرحلة ما بعد الاستقلال.....96/94

-المطلب الثالث : الإطار القانوني للعمل الجمعي للجزائر.....104/96

المبحث الثالث: واقع جمعية الظهرة للفن و السياحة والاثار لولاية غليزان

-المطلب الاول:بطاقة فنية عن جمعية الظهرة.....105

-المطلب الثاني:ابعاد ووظائف الجمعية.....109/107

-المطلب الثالث: الدوان المحلي للسياحة.....110/109

الجانب الميداني

-المحور الأول: تقديم مجال البحث 112

المحور الثاني: تحليل المقابلات و النتائج.....124/113

المحور الثالث: الاستنتاج العام.....127/125

-

الخاتمة العامة .

المراجع

الملاحق

مقدمة:

أصبحت السياحة بمعظم المقاييس اكبر الصناعات في العالم لم تعد السياحة قطاعا بالغ الأهمية. لتأثيرها البارز اجتماعيا و ثقافيا واقتصاديا فحسب بل لكونها أيضا صناعة متسارعة النمو. حيث انه متوقع تضاعف حجمها خلال العقد القادم

فضلا على أثارها على الحياة الاجتماعية والثقافية والبيئية فان أثارها الاقتصادية هائلة ترى المنظمات و الهيئات سواء العالمية أو المحلية أن السياحة بمثابة مصدر دائم أو نطف الذي لا ينضب والذي يمكن من خلاله توليد الثروات و جذب العملة الأجنبية. صناعة السياحة اليوم صناعة مزدهرة تهدف إلى منح دفعة إضافية للنشاط الاقتصادي من خلال تشجيع المؤسسات الصغيرة والصناعات التقليدية ناهيك عن تنشيطها لقطاع الخدمات (النقل-المطاعم-الفنادق- وغيرها). إضافة إلى ذلك تفرض الصناعة السياحية فرص مميزة للمجتمع تتيح من خلالها إمكانية الاستماع بفضاءات سياحية متنوعة و مفيدة لتحقيق أكبر قدر ممكن من الراحة والترفيه و القرف على ثقافات و معارف جديدة وكسر روتين الحياة اليومية و من جهة أخرى تلعب الصناعة السياحية دورا بارزا في خلق نوع من التوافق الاجتماعي والثقافي عن طريق تبادل الثقافات والتقاليد والأعراف بين مختلف الشعوب.

و من هنا يتنامي الاهتمام بالسياحة من قبل الباحثين و المختصين في المجال العلمي باعتبارها احد أهم المتطلبات الأساسية و الضرورية لتحقيق التنمية المستدامة و وسيلة فعالة للمساهمة في دفع عجلة النمو الاقتصادي وترقية المجتمع بصفة عامة و في دراستنا نهدف إلى تعريف الاقتصاد من خلال دراسته لمادة الاقتصاد السياحي بالمبادئ الاقتصادية الأساسية للسياحة

كشاطر وصناعة وعلفه تشتمل المادة العلمية على دراسة السوق السفاحي بجانبيه الطلب والعرض تتبؤات اتجاهات الطلب وأهميته على المستويين الجزئي والكلبي. كما تتناول دراسة الظواهر الاقتصادية المترتبة على الأنشطة السفاحية على مستوى الاقتصاد الكلب أساليب التحليل الاقتصادي المستخدمة.

إن السفاحة من إحدى ظواهر العصر الحديث فهى كغذاء للروح وبتروال القرن الواحد والعشرون لذلك فان الاهتمام بها يؤدى إلى توفير العملة الصعبة وحبب الاستثمارات الوطنية و الأجنبىة و تحقيق التكامل فى مختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى.

الجزائر تعد بلدا يتمب بأهمية جغرافية متمبزة و تتمتع بمؤهلات سفاحية هامة جدا فتمتلك الجزائر مقدمات هامة سواء كانت طبيعىة من حيث المناخ و الموقع الاستراتيجى أو من إمكانيات حضارىة تاريخىة فأعماق الجزائر متجذرة فى التاريخ تتمب بالتنوع فكل منطقة لها تاريخها و عاداتها الخاصة كذلك توجد هياكل و بنى قاعدىة مثلا النقل و الطرقات و النقل الجوى و البحرى و غيرها. جعل الجزائر من البلدان الأوائل من حيث الإمكانيات السفاحية غير أن المشكل ليس فى الإمكانيات السفاحية لكن من الاستغلال فالواقع مر فالجزائر تحتل مراتب متأخرة فى عدد السفاح والنشاط السفاحي مقارنة بالبلدان الجوار و التى لا تملك مثل مقومات الجزائر. هذا الأمر راجع إلى غياب الاستغلال الأمثل للقطاع السفاحي و الترويج له وعدم وجود إستراتيجية ناجحة لعملية الترويج لاستقطاب عدد كبير من السفاح الأجانب و بالتالى العملة الصعبة لذلك معظم الاستراتيجيات التى وضعتها الحكومة للنهوض بالقطاع السفاحي لم تجنب ثمارها و هذا لعدة أسباب لعل أبرزها غياب ترويج سفاحي فعال يهدف إلى التعريف بالإمكانيات الضخمة التى

تتمتع بها السياحة الجزائرية و كذلك غياب ثقافة سياحية لدى المجتمع الجزائري و عدم إعطاء أهمية للسياحية كمورد هام للخزينة العمومية. ونظرا لغياب الاهتمام بالسياحة و مقوماتها من قبل الجهات الوصية بالقطاع جعل المجتمع المدني يتحرك لحماية مختلف الآثار الثقافية و الاجتماعية التاريخية و مختلف مقومات السياحة في عمل جمعي منظم.

لقد ظهرت الجزائر عدة جمعيات مختلفة ناشطة في كل المجالات السياسية و الاجتماعية و الثقافية وغيرها من هذه الجمعيات خصوصا الثقافية منها تهتم بكل ما هو حضاري و ثقافي في الجزائر و في منطقة مازونة بولاية غيليزان توجد عدة جمعيات لعل أهمها جمعية الظهرة للفنون لا السياحة التي تهتم بتاريخ مازونة و حمايته من الاهتمام بك ما هو ثقافي و ديني و حتى سياحي هذا الأمر جعل منها جمعية رائدة في هذا المجال و الارتقاء بمختلف المقدمات السياحية و الحضارية لمنطقة الظهرة و إعطائها بعدا ترويجيا سياحيا فصل دور هذه الجمعية في السياحة.

فتقوم بعملية الترويج السياحي و التعريف بالمنطقة هذا ما سنتعرف عليه في بحثنا هذا و الذي تطرقنا فيه إلى جانب منهجي يتعلق بمشكل الدراسة و اجراءاتها

المنهجية و ذلك من خلال طرح الإشكالية وصولا إلى التساؤلات و الفرضيات إلى أسباب اختيار الموضوع إلى تحديد المفاهيم و المنهج الدراسي و أدوات جمع البيانات إلى صعوبات البحث، ثم في الفصل الثاني تطرقنا إلى ثلاث (03) مراحل في الفصل الأول تطرقنا إلى السياحة بصفة عامة من حيث التعريف و أنواعها و خصائصها و نتائجها ثم نهضات السياحة ثم مختلف الآثار الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية للسياحة أهميته و أدواته و وسائل الاتصال في الترويج السياحي (من خلال الإعلان السياحي و الدعاية و العلاقات العامة السياحية)

ثم في الفصل الثالث تطرقنا إلى العمل الجمعي من خلال تعريف الجمعيات و دورها و شأنها عبر التاريخ خصوصا في الجزائر و جمعية الظهرة نموذج.

في المرحلة الثانية تطرقنا إلى الميدان التطبيقي للبحث يتضمن تعريف بمنطقة مازونة السياحية و تحليل المقابلات و الاستنتاج العام ومقارنة الفرضيات مع نتائج البحث ، ثم الخاتمة.

:

1-بناء الإشكالية :

يشهد النشاط السياحي نموا وتطور في الوقت الراهن حيث أصبحت السياحة من أهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية وهي تحتل موقعا مهما في اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة والنامية فهي تعد احد الركائز في معظم اقتصاديتها نظرا لمساهمتها الفعالة في الدخل الوطني. فالنشاط السياحي يحتاج إلى عملية الترويج التي تهدف إلى تقديم معلومات للتسهيل بين المنتج والسائح ولنجاح الحملة الترويجية أو السياسات الترويجية التي تضعها المنظمات السياحية فإنها تعتمد على ميزانية خاصة للدعاية والإعلان والبيع الشخصي والعلاقات العامة وتنشيط المبيعات والنشر ونظرا لقلة المنظمات السياحية وظهور الحركة الجموعية كواحدة من أبرز المؤسسات الاجتماعية التي ظهرت كمحرك أساسي في المجتمع المدني فأصبح العمل الجموعي أداة عملية لتطبيق إستراتيجية تعتمد على استقطاب الأفراد وترشيدهم في عمل جماعي منظم وذات طابع قانوني. بحيث شهدت انتشار واسع في الجزائر بحيث أخذت هذه الجمعيات ذات الطابع الاجتماعي السياسي أو الثقافي.نذكر بالتحديد جمعية الظهرة للآثار والسياحة التي تهتم بكل ماهو ثقافي وسياحي لمنطقة مازونة بولاية غليزان. بحيث تهتم بحماية التراث الثقافي الاجتماعي للمنطقة بحيث تعتمد أساسا على عملية الإعلام في الترويج لمختلف مقومات السياحة في المنطقة وهذا نظرا لنقص المؤسسات والمنظمات السياحية.

ومن أجل الأخذ بجوانب الموضوع، ارتأينا طرح الإشكال التالي :

فهل للعمل الجمعي دور في عملية الترويج السياحي ؟

وللإجابة عن التساؤل الرئيسي، قمنا بتحديد تساؤلات فرعية وهي :

1- هل تهتم الجمعيات بالمورث الثقافي والتاريخي ؟ خصوصا في ظل غياب مؤسسات سياحية مهتمة

بالجانب السياحي؟

2- هل تعطي جمعية الظهرة لآثار السياحة أهمية الترويج السياحي ؟

3- كيف تتعامل جمعية الظهرة لآثار السياحة مع الجمهور الخارجي ؟ أو كيف تسوق وتروج للسياحة المحلية ؟

2- الفرضيات :

- جمعية الظهرة تهتم في حماية مختلف مقومات السياحة المحلية.

- تعتمد جمعية الظهرة على مختلف وسائل الاعلام للترويج السياحي.

- جمعية الظهرة لها دور في الترويج السياحي.

2- أهمية الموضوع:

نظرا لأهمية السياحة في حياة الأمم واقتصاديات الدول ونظرا للدور الذي تلعبه السياحة في حياة الأفراد نظرا للإرث السياحي والثقافي المبادئ الذي تزخر به الجزائر و نركز بالذكر على منطقة مازونة في الغرب الجزائري بولاية غليزان.

نظرا لغياب فعال من جانب الدولة في عملية حماية المورث الثقافي والسياحي والترويج له ادى الى ظهور جمعيات ثقافية سياحية تسهر في الأساس على حماية وترويج السياحة المحلية

الحركة الجمعوية أصبحت تبني أفكار مختلفة (سياسية اجتماعية ثقافية) وأصبحت تستقطب العديد من الأفراد المجتمع خصوصا الشباب وهذا مهم جدا في نشر الوعي الثقافي والسياحي وأصبحت

الحركة الجمعوية كمؤسسة تهتم بالترويج السياحي بمختلف مقومات السياحة المحلية

-3

3 أهداف الدراسية:

تهدف أو تتمحور أهداف البحث ما يلي :

- تهتم الدراسة إلى معرفة مدى اهتمام الجمعيات بالجانب السياحي

- إلى معرفة المهام المختلطة التي تقوم بها الجمعيات الثقافية والسياحية

- كيفية القيام الجمعيات الثقافية والسياحية بعملية الترويج السياحي

5 أسباب اختيار الموضوع:

1-5 أسباب ذاتية:

- وجود رغبة منا كطلبة اتصال سياحي وذلك لإعطاء كل ما هو متعلق بالسياحة وكيفية النهوض

بها والاهتمام بها

- الموضوع يهتم بعملية الترويج السياحي في منطقة مازونة و الظهرة وبالتالي وبحكم الانتماء

للمنطقة تسعى دائما إلى التعريف بالمنطقة سياحيا على الجانب الجهوي والوطني.

- بحكم وجود جمعية الظهرة للآثار والسياحة والقرابة الموجودة مع أعضاء الجمعية.

2-5 اسباب موضوعية :

- نظرا لأهمية الجانب السياحي في البلاد كونه كالاقتصاد بديل لذا وجب علينا الاهتمام بالسياحة

والنهوض بها

- كون غياب مؤسسات سياحية مختلطة تهتم بالترويج السياحي وجب علينا الاهتمام بهذا الموضوع و قصد حمايته وتشجيع الفاعلين في هذا الميدان

- الواقع المتدهور للسياحة الجزائرية عموما ومنطقة الظهرة بوجه الخصوص وغياب الاهتمام من السلطات

- إبراز أهم الجعيات التي تهتم بعملية الترويج السياحي وقصد التشجيع

6- منهج البحث : 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 البحث¹

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 إستراتيجيات الشاملة التي يستخدمها الباحث لفهم وتفسير الظاهرة التي هي محل الدراسة .

وبما أن دراستنا تهدف لمعرفة الدور الذي يلعبه العمل الجمعي في عملية الترويج السياحي ، فإن دراستنا هي كيفية تحليلية في الأساس نحاول من خلالها فهم الظاهرة المدروسة، لأننا قمنا بتحليل المقابلات التي قمنا بها مع المبحوثين بغرض الوصول إلى نتائج.

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

7 مجتمع البحث و المعاينة و العينة:

قبل اختيار عينة البحث كان علينا بداية تحديد مجتمع الدراسة الذي هو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموعة الأكبر للمجتمع المستهدف

ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، ويتكون مجتمع بحثنا من أعضاء جمعية الظهره بـمازونة.

ولقد قمنا بمعاينة غير احتمالية نمطية(قصدية)، فالباحث هو الذي ينتقي أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته وبناءً 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 من 10 مفردات أي 10 أعضاء من جمعية الظهره باعتبارهم يخدمون إشكالية البحث،

1-8 أدوات الدراسة :

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

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

ونظرا لطبيعة الموضوع فاعتمدنا على آراء المبحوثين حول الدور الذي يلعبه العمل الجمعي في عملية الترويج السياحي ، واستخدمنا في دراستنا تقنيتين وهما الملاحظة و المقابلة .

8-1-1 الملاحظة :

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

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

8-1-1-1 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 (أعضاء الجمعية) 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 .

8-1-2 المقابلة :

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

¹ مورييس أنجريس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية) الجزائر، دار القصبية للنشر، ط2، 2000، ص.184

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

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 يُتبع 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 الموضوع"¹. لذلك فهذا النوع من المقابلة يُعتبر مرناً حيث يمكن تكيفها 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 أعضاء جمعية الظهرة الذين لهم علاقة بموضوع الدراسة، ومن أجل ذلك قمنا بصياغة أسئلة المقابلة و التي تضمنت السمات العامة للمبحوثين (الجنس،السن،المستوى التعليمي،المهنة) و بيانات مصنفة حسب فرضيات الدراسة، وكل فرضية تضم عدة أسئلة و عدة متغيرات و أبعاد.ولقد ضم دليل المقابلة عشرة (10)أسئلة*.

9- تحديد المفاهيم:

الدور :

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

* أنظر الملحق رقم 01.

لغة: نعرف بأنه الحركة ان الفعل و العمل¹

اصطلاحا: هو أنماط سلوكية تكون موحدة ذات معنى وتبدو ملائمة شخص يشغل مكانة معينة في

المجتمع او يشغل محدد في علاقات شخصية المتبادلة.²

التعريف الإجرائي: المقصود بالدور في هذا البحث هي وظيفة التي تؤديها تكنولوجيا الاتصال

الحديثة في اعلام الاخرين

الجمعية ذاك طابع السياحي والسكاني عرفت الجزائر منذ الاستقلال عدة قوانين ومراسيم وأوامر في نصوص في نظم عمل الجمعيات ووصف لتمييزها عن التنظيمات الأخرى لم تنتظر المشرع الجزائري على تعريف واحد تعريفات كتعريف

الترويج السياحي:

يعرف الترويج السياحي بأنه التنسيق بين جهود البائع والسائح في إقامة منافذ للمعلومات للتسهيل بين المنتج والسائح (2)

العمل الجمعي:

الجمعيات اتفاق لتحقيق تعاون مستمر بين شخصين أو عدة أشخاص لاستخدام معلوماتهم أو نشاطاتهم بعد تحقيق أهداف أعضائها غير المبرمجة

¹ علي غربي: إبداعات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، دار الفانز قسنطينة، 2009، ط2، ص.83

² فؤاد قوام البستان، منجد الطلاب، دار الشرق، بيروت، لبنان، ص.20.

و تعرف الجمعية أيضا أنها تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة و يشتركون هؤلاء الأشخاص في تسيير معارفهم و الوسائل المتاحة لهم تطوعا لغرض من أجل ترقية نشاطهم لاسيما في المجال المهني و الاجتماعي العلمي التربوي الثقافي الديني...الرياضي و

البيئي¹

10- حدود البحث أو الدراسة:

المجال المكاني: تم إجراء الدراسة في مدينة مازونة حيث إن مختلف مراحل البحث تدور حول المدينة من الملاحظات ومقابلات وهذا في اطار عملية جمع البيانات والمعطيات والمعلومات الميدانية.

الايطار الزمني :

استغرقت الفترة الزمانية للدراسة من شهر ديسمبر 2017 إلى ماي 2018، وأجريت على النحو التالي:

¹فاضلي سيد علي، نظام عمل الجمعيات في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة بسكرة، 2009

- مرحلة الدراسة الميدانية : وهي مرحلة تم فيها تصميم المقابلة التي ضمت 10 أسئلة* ، والتي تم إجرائها مع 10 من أعضاء جمعية الظهره بـمازونة ، وذلك من تاريخ 21 ماي 2018 إلى غاية 23 ماي 2018.

11 الدراسات السابقة :

تشكل الدراسات السابقة مصدراً مهماً 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/ عوايسية نصر الدين، الحركة الجموعية بين الفعل الثقافي والخدمة الاجتماعية، دراسة انثروبولوجية لجمعية الظهره الثقافية بـمازونة، رسالة ماجستير، جامعة وهران، 2016.

و تناولت مشكلة البحث : دور الحركة الجموعية في تفعيل العملية الاجتماعية و الثقافية وكانت نتائج الدراسة كمايلي :

- ان دوافع تأسيس الجمعية كانت حول مدى استجابة لطلبات أبناء مازونة لاسترجاع مكانة المدينة التاريخية و إخراجها من طي النسيان.
- أصبحت الجمعية منبر العلاقات الجديدة بين أعضاء الجمعية وفئة من المواطنين المحليين والحفاظ على الموروث الثقافي لـمازونة.

* أنظر الملحق رقم 01.

12 صعوبات الدراسة :

- قلة المراجع نظرا لانعدام مرجعية أكاديمية تناولت موضوع الجمعيات وعلاقتها بالسياحة وتتبع مسارها.
- تباين المعلومات في المراجع و عدم تطابقها.
- صعوبة الحصول على المعلومات والتقارير في الدراسة الميدانية.
- لقد تلقينا كثيرة كأى باحث الذي يتلقى العراقي والصعوبات في عملية الإلمام بالموضوع وهذه المعلومات الخاصة بالدراسة وهذا الإلقاء نظرة حول النشاط السياحي و العمل الجمعي. هذا ما تصعب علينا الأمر خصوصا لانعدام الدراسات السابقة في هذا المجال وصعوبة المقابلة مع بعض أعضاء الجمعية (جمعية الظهرة).
- أرتأيت أن تقيم البحث إلى جانب نظري تطرقنا إلى الباحث وعملية الترويج السياحي والعمل الجمعي وإلى جانب تطبيق جمعية الظهرة وبالترويج السياحي في المنطقة.

الفصل الأول: أساسيات السياحة

تصدر السياحة إهتمام معظم دول العالم، وذلك بقطاعيها العام والخاص، لما لها من دور هام في إقتصاديات هذه الدول، وتبرز أهميتها أساسا من كونها ظاهرة متعددة الجوانب تستثمر المظاهر الطبيعية للدول، وتستفيد من الملامح الثقافية والإجتماعية لشعوبها.

ولهذا فإن للإقتصاد السياحي أساسيات عديدة، سيتم التعرف عليها، وذلك من خلال التعرف على مفهوم السياحة وخصائصها، وبعض المصطلحات السياحية الهامة، دون أن ننسى التطرق لنشأة السياحة وتطورها التاريخي.

ونظرا لتعدد الجوانب السياحية وركائزها، فإن السياحة تختلف أنواعها من حيث زوايا النظر إليها، سواء من حيث التصنيف الجغرافي، الثقافي، حسب جنسية السياح وأهدافهم، حسب الطابع والشكل التنظيمي للسياحة وغيرها من المعايير الأخرى لتصنيف السياحة.

إن مختلف الأصناف السياحية تشكل في مجملها عرضا سياحيا متنوعا ومتباينا حسب المناطق السياحية، والتي تختلف كذلك من حيث الطلب السياحي عليها وذلك يرجع لعدة أسباب ومن ضمنها الخدمات السياحية.

لذلك فإن الفصل الأول من هذه الدراسة سيتضمن المباحث التالية:

✓ **المبحث الأول: مدخل للتعريف بالسياحة وخصائصها ونشأتها.**

✓ **المبحث الثاني: أنواع السياحة.**

✓ **المبحث الثالث: السوق السياحي والخدمات السياحية.**

➤ **المبحث الأول: مدخل للتعريف بالسياحة وخصائصها ونشأتها**

تعد السياحة من المواضيع الجديرة بالبحث والدراسة، حيث إعتمدت عليها العديد من الدول ونجحت في زيادة مواردها، خاصة باعتبارها كمصدر هام للدخل الوطني.

والسياحة توصف بأنها الصناعة الأسرع نموا في إقتصاديات الدول، فلم تعد مفاهيمها بسيطة تقتصر

على مجرد إنتقال الأفراد لإشباع رغبات معينة، بل تطورت مفاهيمها وأهدافها لتشكل ظاهرة إنسانية تخضع للعديد من

المتغيرات الإقتصادية والإجتماعية، وأصبحت السياحة حاليا صناعة قائمة بذاتها تبحث بدورها عن البقاء، النمو والإستمرارية.

الفصل الأول: أساسيات السياحة

سنتطرق في هذا المبحث إلى مفاهيم السياحة وخصائصها، ونشأتها التاريخية وأهميتها، وعناصر

أخرى ضرورية للإلمام بالمفاهيم الأساسية في الإقتصاد السياحي.

✓ **المطلب الأول: تعريف السياحة.**

✓ **المطلب الثاني: خصائص السياحة.**

✓ **المطلب الثالث: نشأة السياحة وتطورها التاريخي.**

✓ **المطلب الرابع: بعض المصطلحات السياحية.**

✓ **المطلب الأول: تعريف السياحة:**

إن تعدد الظروف التي ساهمت في إختلاف وظائف السياحة في حياة المجتمعات أدت إلى وجود عدة مفاهيم وتعريف لها. إذ أن التطرق لمفهوم السياحة يقودنا إلى التعريف بأصل الكلمة اللغوي والإصطلاحي من جهة، وكذا إلى التطرق لخصائصها التي تميزها عن بقية المفاهيم من جهة أخرى.

■ **أولاً: التعريف اللغوي للسياحة**

يعود مفهوم السياحة لكلمة " Tour " المشتقة من الكلمة اللاتينية " Torno " ففي عام 1643 م ولأول مرة، تم

إستخدام المفهوم " Tourism " ليبدل على السفر أو التجوال أو الإنتقال أو الترحال

من مكان لآخر، حيث يتضمن هذا المفهوم كل المهن التي تشبع الحاجات المختلفة للمسافرين¹

.وهناك العديد من المفاهيم اللغوية للسياحة نذكر من أهمها:

1- يعتبر السفر سياحة إذا كان مؤقتاً وغير إجباري بحيث لا يتم فيه البحث عن العمل أو أي نشاطات ربحية أخرى.²

2- السياحة أو الحركة والتنقل غريزة إنسانية إجتماعية كغريزة المعرفة والدفاع عن النفس، فهي إحدى الطبائع البشرية،

والسياحة لغة تمثل الإنتقال من المكان الأصلي والرحيل والتجوال والعودة مرة أخرى إلى نفس المكان.³

3- كما نجد أن السياحة حسب قاموس لاروس " Larousse " هي عبارة عن عملية سفر قصد الترفيه عن النفس، فهي

مجموعة من الإجراءات التقنية، المالية والثقافية المتاحة في كل دولة أو في كل منطقة والمعبر عنها بعدد السياح.⁴

¹خالد مقابلة و فيصل الحاج ذيب: صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، الأردن 2000، ص18

²المرجع نفسه، ص18

³حسين كفاي: رؤية عصرية للتخطيط السياحي في مصر والدول العربية، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر 1987، ص11

الفصل الأول: أساسيات السياحة

3- وأشار قاموس " Oxford " إلى أن مصطلح سائح قد إستخدم لأول مرة في اللغة الإنجليزية عام 1800م، وأن

مصطلح السياحة قد إستخدم فعليا عام 1811 م.⁵

4- بينما قاموس روبارت " Robert " قد أوضح أن مصطلح سائح قد عرف في اللغة الفرنسية عام 1716 م، بينما عرف

مصطلح سياحة عام 1741 م، حيث أشار هذا القاموس لإشتقاق مصطلحي السائح والسياحة من اللغة الإنجليزية.⁶

6- كما أن لفظ " السياحة " كان معروفا في اللغة العربية كذلك، حيث نجد أنه يعني التجوال، وعبارة " ساح في الأرض " تعني

ذهب وسار على وجه الأرض.⁷ وقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في أكثر من موضع، ففي قوله تعالى : **﴿فَسِيحُوا**

فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ﴾، بمعنى سيروا أيها

المشرك ون سير السائحين آمنين لمدة أربعة أشهر لا يتعرض لكم خلالها أحد، وقوله تعالى : **﴿التَّائِبُونَ إِلَىٰ عِبَادَتِ**

الْحَمْدِ وَالسَّائِحُونَ الرَّكَعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ

لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾.

والمقصود بالسائحين في الآيات السابقة هم الصائمون، لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم في الحديث الشريف : **﴿سياحة**

أمتي الصوم﴾، وهي بنفس المعنى في قوله تعالى : **﴿مسلمات مؤمنات قانتات تائبات عابدات سائحات﴾**.

فالسياحة في المفهوم الإسلامي إقترنت بطلب العلم والمعرفة، ومن أهم فوائدها التعرف على آيات الخالق في أجناس خلقه

وألوانهم وألوانهم وفي عاداتهم وتقاليدهم وفي أفكارهم وثقافتهم وفي سلوكياتهم وهواياتهم، وهذا مما يزيدهم إيمانا بعظمته وإقبالا

على طاعته ، إضافة إلى ذلك فإن من فرائض الإسلام حج البيت لمن إستطاع إليه سبيلا، وهذا ما يدخل ضمن السياحة

الدينية.

▪ **ثانيا : التعريف الإسطلاحي للسياحة:**

⁴مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ :مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان،

الأردن، ص47

⁵كمال درويش ومحمد الحماحمي :رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر 1997 ، ص 248.

⁶المرجع نفسه، 248

⁷محسن أحمد الخضيرى :التسويق السياحي " مدخل إقتصادي متكامل"، مكتبة مدبولي، دون ذكر مكان النشر، 0220 ، ص12

⁸سورة التوبة، الآية رقم 02

الفصل الأول: أساسيات السياحة

لم يتبلور مفهوم السياحة بشكل واضح ومحدد إلا في العصر الحديث، حيث جرت عدة محاولات لإعطاء تعريف موحد وشامل للسياحة، فهي مفهوم متعدد الجوانب من الناحية الإقتصادية، الإجتماعية، الثقافية والدولية.

1-تعريف السياحة حسب أهم الباحثين:

يطلق عليها إصطلاحاً بأنها صناعة القرن العشرين وغذاء الروح وبتزول القرن الحادي والعشرين، ومن أبرز التعاريف:

- 3 نفس السورة، الآية رقم 880

- 4 سورة التحريم، الآية رقم 5

- 5 صليحة عشي: الأداء والأثر الإقتصادي والإجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه

العلوم الاقتصادية تحت إشراف أ.د صالح فلاحي كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير جامعة الحاج لخضر باتنة السنة الجامعية

2011/2010 ص12

6-ماهر عبد العزيز توفيق صناعة السياحة دار زهوان للنشر و التوزيع عمان الأردن 1997 ص- 21-22

الفصل الأول: أساسيات السياحة

أ - السياحة هي جميع أشكال السفر والإقامة للسكان غير المحليين، وهي عبارة عن إنتقال الأفراد خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها مدة تزيد على أربع وعشرين ساعة وتقل عن عام واحد، على أن لا يكون الهدف من وراء ذلك الإقامة الدائمة أو العمل أو الدراسة أو مجرد عبور الدولة الأخرى (ترانزيت)¹

ب - تعبر السياحة عن إستخدام محدد لوقت الفراغ ولكل أشكال الإستجمام، وأنها تشمل معظم أشكال السفر.

ج - المقصود بالسياحة هو مجموعة التنقلات البشرية وأوجه النشاط الم ترتبة عليها والناجحة عن إبتعاد الفرد السائح عن موطنه لتحقيق رغبته الكامنة.

د - السياحة ما هي إلا حركة مؤقتة للسكان أو للناس إلى مناطق معينة خارج مناطق سكناتهم وإقامتهم الدائمة، وتشمل

السياحة جميع النشاطات التي تمارس في المناطق المستهدفة وكذلك جميع الخدمات والتسهيلات التي تم توفيرها لممارسة هذه لنشاطات، والسياحة بهذا المفهوم نوع من أنواع السفر الذي يختلف عن رحلة العمل اليومية أو الهجرة أو التسوق أو الإقامة الدائمة.²

هـ - تشمل السياحة أشكال السفر المرتبطة بالمهنة والعلاج والسياحة المهنية وسياحة النقاهاة، وكذلك كل أشكال السفر الحر الذي يهدف إلى الإستجمام والترفيه بالمفهوم العام.

و - عرفت السياحة عام 1935 م، على أنها مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما، وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان، وهذه العلاقات والخدمات تكون ناجمة عن التغيير المؤقت والإرادي لمكان الإقامة دون أن يكون الباعث على ذلك أسباب العمل أو المهنة.

1 - عثمان محمود غنيم و بنينا نبيل سعد: التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، الطبعة الثانية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ص، ص00، 02.

2 - عثمان محمود غنيم و بنينا نبيل سعد: مرجع سابق، ص02.

5 - ماهر عبد العزيز توفيق: مرجع سابق، ص02.

7 - محمد البنا: إقتصاديات السياحة والفندقة، الدارة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 0228، ص

ط - وهي تشمل النشاطات التي يقوم بها الأفراد الذين يغادرون أماكن إقامتهم الدائمة والمعتادة ويقيمون في أماكن أخرى،

وبالتالي فإن صناعة السياحة تشمل كافة النشاطات الإقتصادية والإجتماعية المتعلقة بصورة مباشرة أو غير مباشرة بتقديم

الفصل الأول: أساسيات السياحة

الخدمات للسياح وهي تتضمن أكثر من 185 فرعاً من النشاطات الاقتصادية والتي من ضمنها النقل، الفنادق ودور الإيواء، مؤسسات تقديم الأطعمة والمشروبات، المؤسسات الثقافية الترفيهية، المصارف والمؤسسات المالية، مؤسسات الدعاية والتشجيع والترويج. 1

5- تعريف السياحة حسب بعض الهيئات الرسمية:

كما أن هناك بعض الهيئات ذات الطابع الرسمي والتي ساهمت في إثراء مفهوم السياحة وإعطاء تعريف لها حسب رؤيتها الخاصة: مثل:

أ- تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة:

ترى الأكاديمية الدولية للسياحة بأن السياحة هي إصطلاح يطلق على رحلات الترفيه، وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع لحاجات السائح، ففي تعريف لجنة الخبراء الإحصائيين التابعة لهيئة الأمم المتحدة سنة 1937 م، فقد أوصت بعدة إصلاحات لتعريف السائح حيث يقصد به كمن بدأ عام أي شخص يسافر لفترة زمنية من 24 ساعة أو أكثر غير تلك التي يقيم فيها بصفة دائمة. 2

وفي إجتماع هيئة الأمم المتحدة 1963 تحت عنوان السياحة الدولية فقد تم تعريف السائح الدولي على أنه كل شخص يكون موجوداً بشكل مؤقت في دولة أجنبية ويعيش خارج مكان سكناه الأصلي خلال أربع وعشرين ساعة أو أكثر. 3

ج- تعريف الجمعية البريطانية للسياحة:

أما تعريف هذه الجمعية للسياحة الذي ظهر عام 1981 م، فمفاده أن السياحة هي مجموعة من الأنشطة الخاصة والمختارة التي تتم خارج المنزل وتشمل الإقامة والبقاء بعيداً عن المنزل. 4

1- نبيل دبور: مقالة مشاكل وأفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي

2- يسرى دعيبس: صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، ص 822.

3- مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ: مرجع سابق، ص 71.

4- مروان السكر: مختارات من الإقتصاد السياحي، الجزء الخامس، مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، 8888، ص 87.

د- تعريف منظمة التعاون والتنمية الإقتصادية للسياحة:

بينما منظمة التعاون والتنمية الإقتصادية (O.E.C.D) (فترى في السياحة أنها صناعة تعتمد على حركة السكان أكثر من حركة البضائع.

الفصل الأول: أساسيات السياحة

ه - تعريف المنظمة العالمية للسياحة:

أما المنظمة العالمية للسياحة فقد حددت تعريفا للسياحة سنة 1963م يفرق بين الزوار الذين يمثلون كل شخص يتوجه إلى بلد لا يقيم فيه، عادة لأغراض مختلفة وليس لممارسة مهنة مقابل أجر. الأقارب وحضور مؤتمرات وندوات علمية وثقافية وسياسية. في حين أن المنتزهين فهم زوار لا يتعدى وقت إقامتهم أربع وعشرون ساعة.

و - تعريف اللجنة الاجتماعية والإقتصادية لغربي آسيا للسياحة

كما أشارت اللجنة الاجتماعية والإقتصادية لغربي آسيا التابعة للأمم المتحدة أن السائح هو أي شخص يقوم برحلة بين دولتين أو أكثر لمدة تزيد عن الأربع والعشرين ساعة وتقل عن سنة وذلك بغرض قضاء عطلة أو وقت فراغ، ممارسة أعمال معينة، للتجارة أو لأية أغراض أخرى، حيث يتضمن النشاط السياحي خدمات الفنادق والمطاعم، خدمات وكالات السفر ومنظمي ومشغلي الرحلات، خدمات الإرشاد السياحي، وخدمات أخرى تتمثل في النقل والإتصالات والتنزه والمتاحف.¹

ز - تعريف المؤتمر الدولي للترفيه والترويج والسياحة:

عرفت السياحة حسب المؤتمر الدولي للترفيه والترويج والسياحة الذي عقد عام 1981م بإنجلترا، تم الإتفاق على تعريف للسياحة على أنها تلك الأوجه من النشاط التي يقوم بها الفرد خارج نطاق المحل الدائم لإقامته، وربما تشمل أو لا تشمل الإقامة الليلية بعيدا عن المنزل أو الوطن.²

■ 3- تعريف السياحة حسب العوامل المؤثرة عليها:

تتأثر السياحة بالعديد من العوامل الإقتصادية، الاجتماعية، السياسية، التكنولوجية والبيئية، ويمكن تعريف السياحة بواسطة العوامل المؤثرة عليها كما يلي:³

-
- 1- إيباد عبد الفتاح النصور: أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية" مدخل مفاهيمي"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2021، ص، ص02، 07.
 - 2- كمال درويش ومحمد محمد الحماحمي . مرجع سابق، ص052 .
 - 3- خالد كواش: السياحة" مفهومها، أركانها وأنواعها . " ، مرجع سابق، ص

الفصل الأول: أساسيات السياحة

أما السياح فهم زوار مؤقت ون يمكنون على الأقل أربع وعش رين ساعة في البلد الذي يزورونه، وتتلخص دوافع زيارتهم في الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، الرياضة، وكذلك من أجل القيام بزيارة

أ - المحيط الاقتصادي:

تمثل السياحة بالنسبة للإقتصادي، صفات النشاط الإقتصادي عن طريق إنتاج السلع والخدمات السياحية المتمثلة في الأدوات الرياضية، تجهيزات الترفيه، المباني. أما الخدمات فتتمثل في النقل، الإيواء، المطاعم، التنشيط والترفيه وغيرها، إنتاج السلع غير السياحية والتي يستهلكها السائح مثل النقل والهياكل القاعدية، وهذا ما يوضح وجود ترابط بين السياحة ومختلف الفروع الأخرى. كما أن للسياحة انعكاس على ميزان المدفوعات من حيث الإيرادات والنفقات، بإعتبارها ظاهرة دولية، مما يجعلها تبين مكانة الدولة بالنسبة للدول الأخرى، كما يؤثر النظام الإقتصادي على الظاهرة السياحية عن طريق الطلب " موضوع السياحة "والعرض " الإستثمارات "

ب - المحيط الاجتماعي:

باعتبار السياحة كظاهرة إجتماعية، فهي تستحوذ على إهتمام الباحث الإجتماعي من حيث الهجرة، إستهلاك الزمان والمكان، تبادل القيم والعادات، العلاقات الاجتماعية والتعارف، إسترجاع قوة العمل، حيث أن هذه الحركة تتم إراديا وإختياريا بغرض الترويح والإستجمام النفسي والبدني والعقلي، كما أن الجانب الإجتماعي من السياحة يتمثل في كونها وسيلة للإتصال الثقافي والحضاري الذي يساعد على تكوين الشخصية السوية والتقليل من المسافات والفوارق بين الشعوب.

ج - المحيط السياسي:

في هذا المجال تتدخل الدولة لوضع سياسة سياحية معينة لتوجيه وتخطيط السياحة خاصة في البلدان النامية، بإعتبار أن السياحة مورد أساسي لإقتصادها، كمصر، المغرب، تونس، فهي تعد ثالث بند من بنود حركة التجارة الدولية بعد المنتجات البترولية وصناعة السيارات. وهنا يجب أن نذكر بأن الوضع السياسي له علاقة وطيدة بالسياحة فهو الذي يساهم في تطورها أو تأخرها.

الفصل الأول: أساسيات السياحة

د - المحيط التكنولوجي:

ككل الفروع الإقتصادية، تتأثر السياحة بالتطور التكنولوجي السائد في الدولة، خاصة في مجال التجهيزات السياحية ووسائل النقل المستعملة. فكلما كان التطور التكنولوجي إيجابيا كلما كانت النتائج السياحية إيجابية و العكس صحيح.

ه - المحيط البيئي:

يعتبر المحيط البيئي هو أساس السياحة، لأن العوامل الطبيعية كالطقس والمناخ، البحار، الجبال وغيرها، هي التي تحدد وجود السياحة بإعتبارها المكون الأساسي والعرض الأصلي لها

▪ ثالثا: التعريف الإجرائي للسياحة:

من خلال التعاريف المسردة سابقا سواء تلك التي عبرت عن الجانب اللغوي للفظ السياحة، وذلك من خلال عدة لغات كالعربية، الفرنسية والإنجليزية، وإستنادا على مجموعة معتبرة من القواميس والمعاجم، أو من

خلال مساهمات العديد من الباحثين في هذا المجال، وذلك من حيث أفكارهم وبحوثهم ومساهماتهم في تقديم تعاريف شاملة للسياحة.

ومن خلال كل ما سبق يمكن القول بأن السياحة عبارة عن إنتقال الأفراد من مكان إلى مكان ومن زمان إلى زمان (السياحة الخارجية)، أو الإنتقال داخل البلد نفسه (السياحة الداخلية)، لمدة يجب أن لا تقل عن أربع وعشرون ساعة، بحيث لا تكون من أجل الإقامة الدائمة وأغراضها، بل من أجل الثقافة، الأعمال، الدين، الرياضة أو غيرها من الأسباب الإستجمامية الأخرى.

✓ المطلوب الثاني: خصائص السياحة:

تعد السياحة من أهم قطاعات النشاط الإنساني في الدولة الحديثة، وهي تتميز بعدة خصائص إرتأينا تبويبها من حيث طبيعة السياحة نفسها، تأثيرها، وعناصرها المكونة لها، ومن هذا المنطلق فإن خصائص السياحة تتمثل في:

▪ أولا: خصائص السياحة حسب طبيعتها:

الفصل الأول: أساسيات السياحة

تتميز السياحة من حيث السوق السياحي وكذا من حيث الخدمات المقدمة للمستهلك السائح بطبيعة تميزها عن مختلف

المنتجات: 1

1- تتميز مقومات العرض السياحي بالندرة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، الموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بني تحتية وخدمات تكميلية.

2- عدم إمكانية الإحتكار أو النقل في الكثير من الأحيان خاصة بالنسبة لبعض المقومات والموارد السياحية النادرة وصعوبة القيام بإنتاج سلع سياحية بديلة.

3- عدم مرونة أسعار المنتجات السياحية وذلك لكونها لا تتغير بشكل كبير مع تقلبات الطلب مقارنة بالسلع الأخرى

4- يمتاز المنتج السياحي بخاصية الإختلاف لأنه دوما سيكون هنالك إختلاف في الجودة حتى لو كان هناك تطابق في الخصائص المادية للخدمة السياحية المقدمة.

5- التكامل بين مختلف الخدمات السياحية المقدمة فالتقصير في إحداها يقلل من قيمة المنتج السياحي النهائي المقدم للسائح.

6- السوق المستهدف لقطاع السياحة يمتد من عملاء السياحة الداخلية من مواطني الدولة إلى عملاء السياحة الخارجية من مواطني الدول الأخرى، فهو سوق متنوع الخصائص والإنتماءات والأنماط السلوكية.

▪ **ثانياً: خصائص السياحة حسب تأثريها:**

كما نلاحظ أن قطاع السياحة له تأثير على العديد من الجوانب جديدة بالذكر، تعطي للسياحة خصائص أخرى تتمثل في ²

1- تعد السياحة من القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدراً رئيسياً للدخل الوطني في الإقتصاديات الحديثة، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة التي ترتبط بالكيان الإقتصادي والإجتماعي والثقافي والحضاري للمجتمع.

2- يمتد نطاق المنافسة إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، فالمنافسة في مجال السياحة دائماً ما تكون عالمية بين الدول المختلفة، لهذا فهي أيضاً تتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية.

3- أثر هذا القطاع على القطاعات الأخرى يأخذ طابع تأثير المضاعف أي أن هذا الأثر يكون مركباً ومتوسعاً بصفة دائمة.

1. - [سعيد محمد المصري :إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية" المفاهيم والإستراتيجيات"، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 0228، ص02 .
2، - أحمد ماهر وعبد السلام أبو قحف :تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي، الطبعة الثانية، الإسكندرية، مصر، ص87 .

الفصل الأول: أساسيات السياحة

- 4- كل فلات المجتمع بكل إنتماءاتها المنظرية عامة أو خاصة، سواء كانت تهدف أو لا تهدف إلى ربح، تابعة للقطاع الحكومي أو غ يره، فإنها كلها تشترك في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، لأنها تشكل الصورة الذهنية الممي زة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة.¹
- 5- الإعتماد على المرافق السياحية الأخرى كالبنى التحتية في الموقع السياحي من نقل ومبيت²
- كما أن الأنشطة السياحية تؤثر على المستوى الكلي للدولة من خلال عدة زوايا، نوردها فيالعناصر التالية³
- 6- التأثير على الدخل الفردي والقومي وتحسين معدلات النمو الإقتصادي.
- 7- التحسين المستمر للأنشطة البيئية والموارد الطبيعية وخاصة تلك الموارد المرتبطة بالحميات الطبيعية.
- 8- تعظيم قيم التواصل والإتصال بين الشعوب المختلفة وزيادة الحصيلة من ثقافتها ومعارفها وتجاربها.
- 9- التحسين والتطوير المستمر للأنشطة العمرانية والثقافية، وتنمية الأنشطة الصناعية الحرفية الموروثة.
- 10- تدعيم خطط التنمية الإقليمية بالدولة وخلق مناطق عمرانية وصناعية جديدة قريبة من التجمعات السياحية.

ثالثا : خصائص السياحة حسب عناصرها:

- يلعب النشاط الإقتصادي دورا بارزا في تقديم الخدمات السياحية المختلفة للسائحين، كما يعمل على دعم إقتصاد الدولة السياحية المعنية في نفس الوقت، وتتميز السياحة على أساس العناصر المكونة لها بالخصائص التالية:⁴
- 1-العنصر الحركي ا ولتمثل في الإنتقال من مكان إلى آخر.

- 1 محمد عبيدات:التسويق السياحي"مدخل سلوكي"، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 0222 ، ص88 .

- 2 المرجع نفسه، ص88 .

- 3، 00 - محمد عبد الفتاح العثماني: المحاسبة السياحية، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 0228 ، ص، ص08 .

- 4 كمال درويش ومحمد الحماحمي: مرجع سابق ، ص052 .

الفصل الأول: أساسيات السياحة

2-العنصر الساكن والمقصود به عملية الإقامة في المنطقة السياحية.

3-العنصر الإنساني وهو الفرد الذي ينتقل من مكان إلى آخر.

4-عنصر الغرض ويمثل مجموعة العناصر الغرضية المرتبطة بالطبيعة والبيئة والتاريخ وكذلك التسهيلات ومختلف الخدمات

السياحية. ومن خلال العديد من الخصائص التي تم إستعراضها والتي تتمتع بها السياحة، تبين لنا أن جميعها تتفق على أن

هناك عناصر أساسية تحددان السياحة هي " الإنتقال، الغاية والمدة."

كانت سياحة الإستشفاء والنقاهاة تمارس في أغلب الأحيان من قبل العائلات الثرية، إذ أنها لم تكن في متناول العائلات

الفقيرة والمتوسطة، وهي تمارس في مناطق الينابيع المائية، وسواحل البحار، والغرض الأساسي

الذي تهدف إليه سياحة الإستشفاء والنقاهاة هو الشفاء من بعض الأمراض النفسية والجسدية.

3- السياحة الترفيهية:

أصبح الإحساس بالطبيعة في هذه المرحلة أحد أهم دوافع السياحة الترفيهية والرياضية، فقد إزداد الإهتمام بالمناطق الجبلية وخصوصا جبال الألب في أوروبا كهدف للسياحة الترفيهية والإستجمام في فصل الصيف، وفي فصل الشتاء حيث تمارس السياحة الرياضية ولا سيما رياضة التزلج على الجليد، بالإضافة إلى بروز أهمية الشواطئ لأغراض الراحة والإستجمام. وقد نجم عن ظهور سياحة الرياضة والتمتع بالمظاهر الطبيعية بعيدا عن ضوضاء المدن وروتين العمل، تزايد أعداد السياح باستمرار، مما أدى إلى إنشاء الكثير من المرافق والمنشآت السياحية في كثير من المناطق السياحية في أنحاء أوروبا والعالم التي لم تعد مقتصرة على العائلات الإقطاعية فقط، بل أصبحت تمارس من قبل الشرائح السكانية بمختلف مستوياتها، الأمر الذي أدى إلى تزايد أعداد السياح وتكثيف النشاطات السياحية المختلفة.

رابعاً: مرحلة العصور المعاصرة:

أما في نهاية القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، فقد عرف رجال الإقتصاد قيمة الرحلات والسفريات على المستوى الدولي وأث رها على إقتصاديات الدول، ففي تلك الفترة قامت دول عديدة بجذب السياح إليها، إلا أنه يمكن أن نعتبر أن الحربين العالميتين الأولى والثانية كان لهما أثر كبير في تطور وتقدم السياحة. إذ أنه بعد الحرب العالمية الثانية بدأ تطوير الطائرات الحربية إلى طائرات مدنية وكذلك وسائل النقل البحري والبري، لأن الإهتمام قبل ذلك كان على إستعمالها في المجال الحربي فقط، مما سهل التنقل بين الدول والقارات، أ ودى إلى إزدياد وتطور حركة السياحة ورافقها في ذلك تطور الفنادق والبنية التحتية والفوقية وإحلال السلام بين دول العالم وتبادل الخبرات والثقافات والتطور الإجتماعي، الإقتصادي والسياسي. وقد برز الأثر الكبير على تطور وإزدياد حركة السياحة العالمية كنتيجة لتطور الفكر الإنساني من حيث مستوى معيشة الفرد، وزيادة فترة الإجازات المدفوعة الأجر، وزيادة أوقات الفراغ، نتيجة التقدم الصناعي، وتوفير الوسائل المريحة، فقد ظهرت السياحة الجماهيرية، حيث أنه يمكن القول أن السياحة لم يتم تسمينها إلا من خلال هذه المرحلة لذلك فهي بمثابة العصر الذهبي للسياحة. 1

1 - خالد كواش: السياحة" مفهومها، أركانها وأنواعها. " ، مرجع سابق، ص، 81

الفصل الأول: أساسيات السياحة

ويلاحظ من خلال المراحل الآنف ذكرها، أن التطور التاريخي للسياحة كظاهرة ونشاط، قد إرتبط بعدد من العوامل التي عاشتها أوروبا في بداية عصر النهضة، وكانت هذه العوامل بمثابة منعطفات أو نقاط تحول في مفهوم السياحة ومسارها. فالثورات الزراعية والصناعية وما تبعها من تطورات وتحولات تكنولوجية، إقتصادية وإجتماعية، ساهمت بشكل مباشر وغير مباشر في سرعة تطور وإنتشار السياحة وحركة السفر، وذلك من خلال عوامل عديدة أهمها¹:

1- تزايد معدلات النمو السكاني وتحسن وإرتفاع مستويات التعليم وتنامي الرغبة في الإطلاع والتعلم نتيجة

لزيادة الوعي عند السكان بمختلف طبقاتهم الإجتماعية وشرائحهم الإقتصادية.

2- تحسن مستويات المعيشة ونوعية الحياة في معظم دول العالم نتيجة لزيادة وإرتفاع معدلات دخول الأفراد ونصيبهم من

الناتج الوطني الإجمالي والتنمية، مما أدى إلى زيادة كبيرة في معدلات السفر لأغراض التجارة والأعمال.

3- التحولات الإقتصادية والتقنية المتسارعة خاصة في مجال وسائل المواصلات والإتصالات بأنواعها المختلفة، وما ينجم عنها

من تسارع في حركة التجارة والسفر على حد سواء.

4- التقدم السريع والهائل في تنظيم وتسهيل إجراءات السفر والجمارك على الحدود بين العديد من الدول.

وجميع هذه العوامل عملت مجتمعة على تكثيف نشاطات السفر والسياحة بشكل أدى إلى بلورة مفاهيمها وأبعادها وزيادة

الإهتمام بها إضافة إلى أسعار وتكاليف السفر وتعدد المؤسسات السياحية ومنظمي السفر مما ساعد في مدى حرية إختيار

المناطق السياحية، وكذا تأثيرات الترويج وفاعليته على الأفراد المهتمين بالسياحة².

1 - عثمان محمود غنيم وبنينا نبيل سعد :مرجع سابق، ص -ص22 .

- 2 أحمد الجلال :أطوار الإتجاهات الحديثة في السياحة، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 0220 ، ص، ص57 .

المطلب الرابع: بعض المصطلحات السياحية

تعد السياحة من أهم النشاطات الفردية، والمفهوم يتخذ بعدا إقتصاديا وإجتماعيا عندما يصل تعداد هؤلاء الأفراد الذين يعبرون حدود دولهم إلى دول أخرى بالملايين، إذ أنه من خلال حركة هؤلاء الأفراد تبدأ عملية تدويل السياحة وتفرض نوعا من التغيير على المستوى الدولي. وهناك عدة مفاهيم ومصطلحات متداخلة مع مفهوم السياحة كوقت الفراغ، الإستجمام،

السفر، الزيارة، النزهة، حيث نورد مفاهيمها فيما يلي: 1 **أولا: وقت الفراغ:**

يعرف وقت الفراغ على أنه الوقت المتبقي بعد تأدية العمل والنوم، وبمعنى أدق هو كل ما يتبقى للفرد من وقت العمل والنوم وقضاء الحاجات الأساسية وخصوصا الأشغال المنزلية. ونشير إلى أن مفهوم وقت الفراغ يشمل السياحة والإستجمام بأنواعه المختلفة، وذلك لأن هذه الأنواع جميعا تقوم على مبدأ إستغلال الإنسان لأوقات فراغه في نشاطات معينة، وبدوافع معينة، ولفترات زمنية تطول وتقصّر حسب وقت الفراغ وحسب نوع النشاط والهدف منه.

✓ **ثانيا: الإستجمام:**

يشمل جميع النشاطات التي يمارسها الشخص أثناء وقت الفراغ، بإستثناء العمل الإضائي، أو العناية بالأطفال أو أداء الوظائف المنزلية، وكذلك جميع أعمال الصيانة الخاصة بالمنزل. وينقسم الإستجمام إلى نوعين رئيسيين هما:

1- الإستجمام القريب:

يتضمن الإستجمام القريب نوعين من الإستجمام، الأول هو الإستجمام الداخلي وهو الذي يتم داخل محل سكن الفرد أو في محيطه القريب، بحيث لا تستخدم فيه وسائل النقل بأشكالها المختلفة، وإنما يتم الوصول سيرا على الأقدام إلى المناطق المراد زيارتها، كما أن مدته الزمنية تتراوح غالبا بين الساعة الواحدة والثلاث ساعات. أما النوع الثاني من الإستجمام القريب فيتمثل في الإستجمام المحلي، وهو الذي يحدث ضمن حدود التجمع السكاني للأفراد، حيث يستخدمون فيه في أغلب الأحيان وسيلة نقل معينة حسب بعد المنطقة محل

الإستجمام، إذ تتراوح مدته عادة من ثلاث إلى ست ساعا

2- الإستجمام البعيد

أما الإستجمام البعيد فهو يختلف نوعا ما عن الإستجمام القريب، وذلك لأن الإستجمام البعيد ينشط في المناطق السياحية والترفيهية التي تقع خارج التجمعات السكانية للأفراد، كما أن مدته الزمنية لا تزيد عن يوم واحد، كما أنها لا يمكن أن تقل عن أربع وعشرون ساعة.

✓ **مثالها: السفر**

إن السفر هو نوع من أنواع حركة الأفراد خارج المنطقة التي يعيش فيها، متجها إلى منطقة أخرى، حيث أن المسافر هو ذلك الشخص الذي ينتقل من دولة إلى دولة أخرى، أو ينتقل من منطقة إلى منطقة أخرى داخل نفس الدولة التي يعيش فيها، حيث يكون سفره لأسباب مختلفة قد تكون سياحية أو غير سياحية.

✓ **وأبجها: الزيارة**

تعرف منظمة السياحة العالمية الزائر، على أنه الشخص الذي يزور بلدا غير تلك التي يقيم فيها بشكل دائم، لأي سبب من الأسباب غير الحصول على وظيفة أو عمل بأجر في الدولة التي يزورها، ويشمل هذا التعريف مفهوم السائح والمنتزه.

✓ **خاصة: النزحة**

يعتبر المنتزه أو طالب النزحة زائرا مؤقتا، إذ أنه يمكث أقل من أربع وعشرون ساعة في بلد الزيارة،

ولا يدخل ضمن هذا التعريف مسافرو الترانزيت حتى وإن قضوا بعضا من الوقت في الموانئ الجوية والبحرية أو المحطات البرية

للبلد المضيف. وإنطلاقا مما سبق فإن مفهوم السائح يختلف عن مفهوم المستجم، المسافر، الزائر وعن المنتزه، وذلك لأن

السائح هو زائر يمكث لليلة واحدة على الأقل في البلد المهدف (بلد الزيارة)، أي أن مدة الزيارة لا تقل عن أربع وعشرون

ساعة وتكون لأي هدف بإستثناء الوظيفة أو العمل بأجر. وبالتالي فالسائح هو الذي يسافر ويبقى بعيدا عن وطنه من أجل

أسباب مختلفة لفترة زمنية معينة لا تقل عن الأربع والعشرين ساعة، دون قصد الإقامة الدائمة أو ممارسة أي أعمال تجارية، ولا

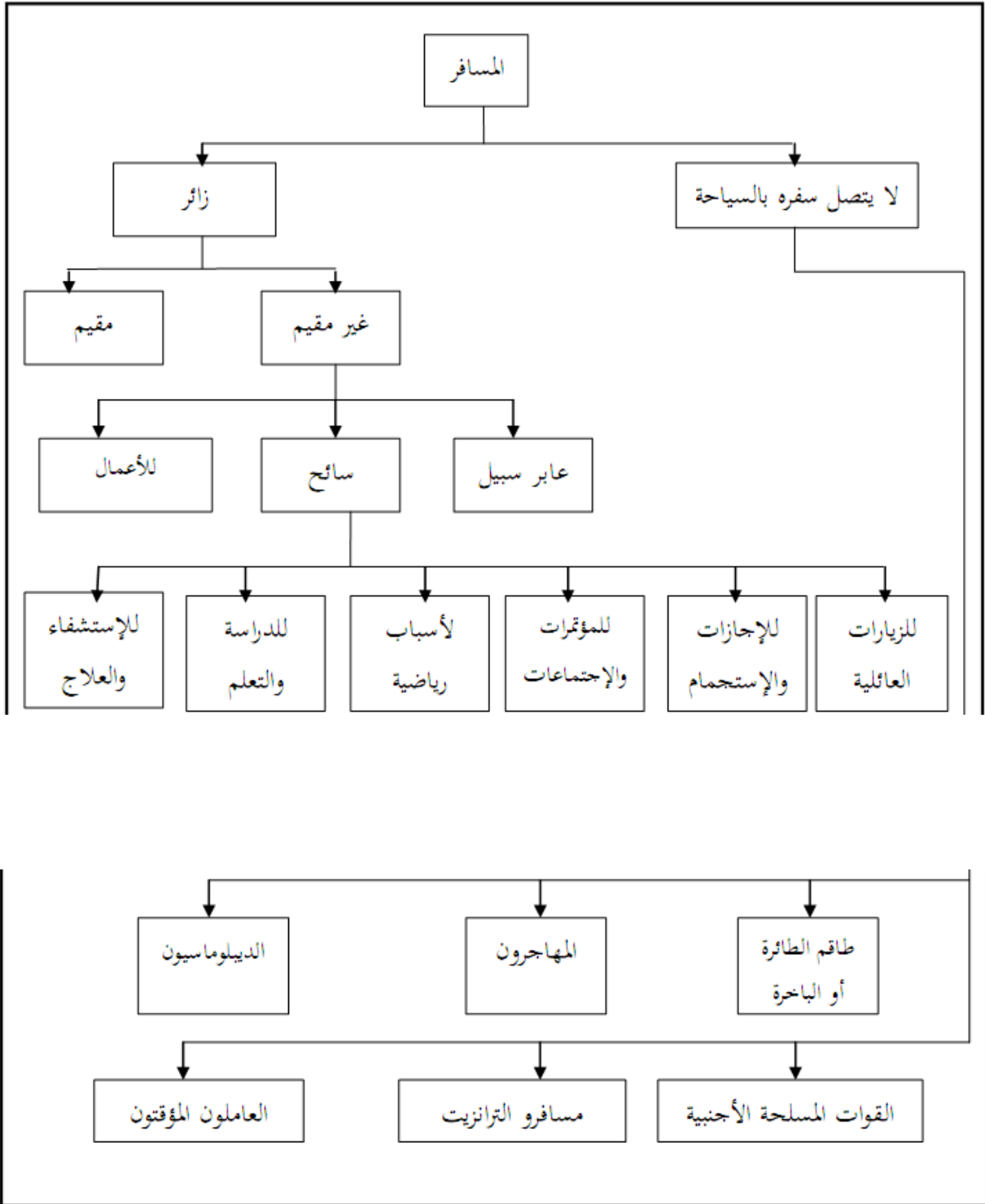
يمكن إعتبار الفلات التالية من الأفراد ضمن فلات السياح¹

- 1 زيد منير عبوي: المصطلحات السياحية والفندقية الحديثة، دائرة المكتبة الوطنية، عمان، الأردن، 0221، ص 875.

ومن هذا المنطلق يمكن إدراج الشكل التالي:

الفصل الأول: أساسيات السياحة

الشكل رقم 1 : تمييز السائح عن مختلف المسافرين



المصدر : يسرى دعبس : صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 0221 ،

ص 341 .

➤ المبحث الثاني: أنواع السياحة

جرت العديد من المحاولات لتصنيف السياحة والنشاط السياحي إلى أنواع مختلفة وفقا لعدة معايير وأسس، كالتصنيف الطبيعي والتصنيف الثقافي اللذان يعتبران أهم التصنيفات السياحية في العديد من الدول، كما يمكن أن نجد أنواع سياحية أخرى مبنية حسب جنسية السياح وأهدافهم، حسب الطابع والشكل التنظيمي للسياحة، حسب إتجاه السياح ومدة إقامتهم، وكذا حسب المرافق السياحية.

بالإضافة إلى ذلك فإنه يمكن تصنيف السياحة حسب معايير أخرى نتطرق إليها خلال هذا المبحث والذي يتضمن المطالب التالية:

- ✓المطلب الأول: السياحة حسب التصنيف الطبيعي.
- ✓المطلب الثاني: السياحة حسب التصنيف الثقافي.
- ✓المطلب الثالث: السياحة حسب إتجاه السياح.
- ✓المطلب الرابع: السياحة حسب المرافق السياحية.
- ✓المطلب الخامس: أنواع السياحة حسب معايير

الفصل الأول: أساسيات السياحة

✓ المطلب الأول: السياحة حسب التصنيف الطبيعي

يعتبر التصنيف الطبيعي أحد أهم الأسس التي على ضوئها يتم تحديد أشكال وأنواع السياحة،

ووفقا لهذا المعيار يمكن أن نجد الأنواع السياحية التالية: 1

أولا: السياحة الساحلية

يقصد بالسياحة الساحلية هي تلك السياحة التي تنشأ وتقام على سواحل المدن، فهي تتم من طرف الأفراد على إمتداد

شواطئ البحار والمحيطات، وتحظى بإهتمام كبير من أجل الإستجمام أو لأغراض علاجية وذلك عن طريق:

1- السياحة.

2- الإستلقاء على الرمال.

ثانيا: السياحة الصحراوية

تعد السياحة الصحراوية من أهم أنواع السياحة حسب التصنيف الطبيعي، حيث يمارس هذا النوع من السياحة في الصحاري

الواسعة التي تتمتع بها بعض المناطق وذلك من أجل:

1- ممارسة بعض الرياضات التي تحتاج إلى مساحات شاسعة كالرالي.

2- علاج بعض الأمراض عن طريق الرمال أو المناخ.

3- الإستمتاع بغروب الشمس.

ثالثا: السياحة الحموية

وهي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند الأفراد، وتسمى بالسياحة الحموية لكونها تقام أساسا

على مستوى الحمامات والمنابع المعدنية، حيث تعتبر كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الإستحمام أو الشرب، وتمارس

السياحة الحموية بغرض:

1- الشفاء التام من بعض الأمراض 2 / .التخفيف من الآلام والأوجاع

- 1. كمال درويش ومحمد الحماحمي: مرجع سابق ، ص 051 .

رابعاً: السياحة المناخية والجبلية

- 1- يستفاد من السياحة المناخية في بعض الأحيان العلاج عن طريق المناخ، وذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال، والبعض الآخر قرب البحار، ونوع آخر في الصحراء .
- 2- أما السياحة الجبلية فعادة ما يكون لها فصل واحد إلا في بعض الجبال التي تكون لها فصل سياحي شتوي من أجل التزلج على الثلج، وفصل صيفي لأغراض أخرى.

✓ . المطالب الثاني: السياحة حسب التصنيف الثقافي

يعد التصنيف الثقافي للسياحة أحد أهم التصنيفات، لكونها تأخذ بعين الاعتبار مختلف الجوانب الثقافية للمنطقة السياحية من ثقافات المجتمع وحضاراته، الآثار المتواجدة بالدولة، الجوانب الإجتماعية للأفراد، الأماكن الدينية المقدسة. إضافة إلى مختلف الأنشطة الثقافية التي تقام على مستوى الدولة وعلى رأسها الأنشطة الثقافية، وبناء على ذلك يمكن تصنيف السياحة من ناحية الجوانب الثقافية إلى عدة أنواع نوضحها كما يلي:

أولاً: السياحة الثقافية:

- تهدف هذه السياحة إلى زيادة المعرفة لدى الأشخاص من خلال تشجيع حاجاتهم الثقافية للتعرف على الدول والمناطق غير المعروفة لهم، وهي مرتبطة أساساً بما يلي: 1
- 1- التعرف على تاريخ الدول وثقافتها.
 - 2- التقارب بين الشعوب وعاداتها وتقاليدها.
 - 3- مع رفة الصناعات التقليدية.
 - 2- معرفة التظاهرات الثقافية المحلية المختلفة.

1- الديوان الوطني للسياحة: صالون الصناعات التقليدية، من أجل إنعاش جديد، مجلة: الجزائر سياحة، عدد رقم 02 ، بدون ذكر سنة النشر، مطبعة

الفصل الأول: أساسيات السياحة

ثانياً: السياحة الأثرية والحضارية:

تركز السياحة الأثرية والحضارية على المزايا الأثرية بفضل ما تحتويه من مناطق يعود تاريخ نشأتها إلى عصور ما قبل التاريخ، والتي من شأنها أن توضح وتشرح مختلف الحضارات القديمة التي مرت على المنطقة السياحية، وهذا النوع من السياحة يساهم

في التعرف على: 2

1-المواقع الأثرية للمناطق السياحية.

2-حضارات الشعوب.

3-المتاحف.

ثالثاً: السياحة الإجتماعية

تنتشر السياحة الإجتماعية خاصة في الدول التي لها جاليات تعيش في دول مجاورة لها جغرافياً، وتقام هذه السياحة بشكل أساسي للمحافظة مختلف العلاقات الإجتماعية مثل العلاقات الأسرية والعائلية، وذلك من خلال القيام بالسياحة وكذا زيارة 1 الأهل والأقارب والأصدقاء والأصحاب.

رابعاً: السياحة الدينية

تعتبر السياحة الدينية من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في تدفق السياح القادمين من الداخل أو الخارج بهدف التعرف على المواقع الدينية في العالم وتاريخها، وبما تمثله من قيم روحية لهذا الدين أو ذاك حسب الديانات المختلفة للأفراد ومعتقداتهم 2

حيث أن السياحة الدينية تمثل عاملاً نفسياً وحافزاً للسياح للتعرف على الموقع السياحي والدلالات الروحية والنفسية المرتبطة به، حيث يقصدها السائح لزيارة الأماكن المقدسة لأداء واجب ديني ومن أمثلتها 1:

1-مكة المكرمة بالنسبة للمسلمين.

2-روما بالنسبة للمسيحيين.

خامساً: السياحة الرياضية

الفصل الأول: أساسيات السياحة

وهي ذلك النوع من السياحة الذي يكون الغرض منه الميل لمشاهدة المباريات الرياضية، المسابقات، أو العروض أو المهرجانات الرياضية، أو المشاركة في حضور البطولات العالمية أو المسابقات الرياضية المتنوعة، كما قد يكون الغرض من السياحة الرياضية إشباع حاجة الفرد لممارسة الرياضة المفضلة لديه مثل²:

1- الترحلق على الجليد.

2- الصيد بأنواعه.

3- تسلق الجبال.

4- التخميم في الغابات أو الصحاري.

الديوان، الجزائر، ص02 .

- . 2مروان السكر: مرجع سابق، ص81 .

✓ المطلوب الثالث: السياحة حسب إتجاه السياح

يعتبر التصنيف الطبيعي للسياحة أهم أسس أنواع السياحة، ومع ذلك توجد أسس أخرى تفرض بدورها أنواعا أخرى للسياحة كحركة السياح وإتجاهاتهم داخليا أو خارجيا، ولذلك يمكن تقسيم السياحة حسب إتجاه السياح إلى:

■ أولا: السياحة الداخلية

تتسم السياحة الداخلية بسفر مواطني الدولة داخل حدود بلادهم، وتشمل كذلك إنتقال السياح داخليا ما بين المناطق المختلفة، وبالتالي يمكن القول بأن السياحة الداخلية ما هي إلا إنتقال المواطن من مكان إقامته المعتاد إلى مكان الزيارة مع مراعاة ما يلي: 1

1-فترة الإقامة لا تقل عن الأربع والعشرين ساعة ولا تتجاوز ستة شهور.

2-قطع مسافة 40 كلم على الأقل أو 100 كلم وفقا للرأي السائد في أوروبا.

3-السفر يكون لأي غرض من الأغراض ماعدا العمل والهجرة.

▪ ثانياً: السياحة الخارجية

يطلق مصطلح السياحة الخارجية على حركة السياح الذين يقصدون أماكن سياحية خارج وطنهم الأصلي، وهي من أوجه النشاط التي تمارس في تسفير السياح الوطنيين إلى الخارج أو إستقبال السياح الأجانب وذلك بغرض قضاء أوقات فراغهم أو الراحة والإستجمام، أو المشاركة في نشاطات معينة. 2 وقد تكون السياحة الخارجية على نوعين هما: 3

1-السياحة الإقليمية:

تعبر السياحة الإقليمية عن تلك السياحة التي يقوم الأفراد من خلالها بالسفر والتنقل بين الدول المجاورة لبلدهم الأصلي والتي تعد مناطق سياحية، كالسفر والإقامة في الدول العربية أو الإفريقية، دول حوض البحر الأبيض المتوسط، الدول الأوروبية وغيرها.

5-السياحة الدولية

إن من أهم أشكال السياحة الخارجية نجد السياحة الدولية، فهي تمثل حركة الأفراد وتنقلاتهم عبر حدود الدول والقارات المختلفة والإقامة المؤقتة فيها بغرض السياحة، وهي تخضع للعديد من المتغيرات السياسية والإقتصادية والإجتماعية التي تسود المناطق السياحية.

-
- 1 . المرجع نفسه، ص 055 1 . - المرجع نفسه، ص 878 .
 - 2 . - كمال درويش ومحمد الحماحمي: مرجع سابق، ص 051 .
 - 2 . - محسن أحمد الخضيرى: مرجع سابق، ص 52 .
 - 3 . - كمال درويش ومحمد الحماحمي: مرجع سابق، ص 055 .

✓ المطلوب الرابع: السياحة حسب المرافق السياحية

تعتبر المرافق السياحية المختلفة من دعائم السياحة في أي دولة، ولكل سائح إعتباره الخاصة في إختيار المرفق السياحي الذي يلائمه. فالسياحة التي تركز على الفنادق، تختلف عن السياحة التي تركز على النزل، وهما بدورهما يختلفان عن السياحة المرتكزة على القرى والمخيمات السياحية وعلى هذا الأساس يمكن تصنيف السياحة إلى الأنواع التالية: 1

- أولاً: سياحة الفنادق والنزل

حيث أن السياحة في الفنادق من أكثر الأنواع شعبية وتفضيلاً من قبل السياح، لأنها تؤمن راحة عالية ويقدم خدمات سياحية متكاملة تشمل الخدمات الأساسية كالنوم والطعام إضافة إلى خدمات أخرى. أما السياحة في النزل (موتيل) فمدة الإقامة فيها لا تتجاوز الليلة الواحدة، وهي تمثل فنادق للسياح الذين يصطحبون معهم مركباتهم أثناء السفر، فهي عادة ما تكون على جوانب الطرق الطويلة ليستريح فيها المسافرون ويصلحون مركباتهم.

- ثانياً: القرى السياحية

ظهرت القرى السياحية بداية في فرنسا والنمسا بعد الحرب العالمية الثانية وكانت مخصصة لأعضاء النوادي السياحية آنذاك، وأصبحت السياحة القروية حالياً مواقع سياحية هامة لجميع السياح من مختلف الطبقات الإجتماعية، حيث يفضل عدد كبير منهم الإقامة في القرى، لأنها توفر لهم الهدوء والطبيعة الجميلة وأغراض أخرى ترفيهية.

- ثالثاً: المخيمات السياحية

هذا النوع من السياحة يطلبها الكثير من السياح بإختلاف أعمارهم ومستوياتهم، وهو ينشأ على مستوى المخيمات السياحية التي يمكن تقام في أي منطقة سواء في الصحاري، على الشواطئ، على مستوى الجبال أو في أي منطقة سياحية أخرى، وهذا النوع من السياحة في تطور مستمر، وسبب هذا التطور أن الناس يحبون الإقتراب من الطبيعة والإبتعاد عن الإزعاج والضجيج.

الفصل الأول: أساسيات السياحة

✓ المطلوب الخامس: أنواع السياحة حسب معايير أخرى

تعد المعايير السابقة الذكر من أبرز تصنيفات الأنواع السياحية، ولكن مع ذلك نجد هناك معايير أخرى لتصنيف السياحة جديدة بالذكر، سواء حسب جنسية السياح، أو حسب أهدافهم، أو حسب الطابع السياحي، أو حسب الشكل التنظيمي للسياحة، أو حسب وسائل النقل المستخدمة، أو حسب عمر السياح، أو حسب الموسم السياحي، حيث نفصل فيها ما يلي:

- أولاً: السياحة حسب جنسية السياح

وهي سياحة تعبر عن حركة السياح حسب مختلف جنسياتهم، فقد تكون سياحة داخلية وهي التي تتم من قبل الأفراد المحليين وتكون داخل حدود دولتهم وتنفق فيها عملة محلية. وقد تكون سياحة خارجية وهي التي تكون من قبل الأفراد خارج حدود دولتهم وتنفق فيها عملة أجنبية بالنسبة للدولة التي قاموا بزيارتها، وتكون السياحة الخارجية على إحدى الحالتين التاليتين: 1

1- السياحة الخارجية السالبة:

حيث تكون السياحة الخارجية سالبة عندما يذهب الأفراد المحليون للسياحة في الخارج وينفقون عملتهم المحلية التي وفروها داخل بلدانهم.

5- السياحة الخارجية الموجبة:

وتكون السياحة الخارجية موجبة عندما يحضر الأجانب إلى الدولة السياحية وينفقون عملتهم الصعبة فيها والتي تساهم في زيادة الدخل الوطني لتلك الدولة التي زاروها.

ثانياً: السياحة حسب أهداف السياح

تنقسم السياحة حسب أهداف السياح إلى عدة أقسام منها: 2

1- السياحة الترفيهية:

حيث يكمن الهدف الأساسي للسياح من خلال السياحة الترفيهية، هو الحاجة للراحة الضرورية لاستعادة القوى النفسية والفيزيائية

- 1- المرجع نفسه، ص 87.
- 2- المرجع نفسه، ص

5-السياحة الرياضية:

تتمثل السياحة الرياضية في السفر والإقامة التي قد تكون موجبة للمشاركة الفعلية في مختلف الفعاليات والمباريات الرياضية، أو قد تكون سياحة رياضية سالبة تتمثل في السفر والإقامة من أجل مشاهدة المباريات والإحتفالات الرياضية.

ثالثا: السياحة حسب الطابع السياحي

قد تأخذ السياحة طابعا معيناً يجعلها تتميز بخصائصه، ويمكن تقسيمها حسب الطابع السياحي إلى نوعين

هما: 1

1-السياحة الرسمية:

تقسم السياحة الرسمية إلى نوعين سياحة رسمية سياسية، تكون عندما يسافر أعضاء الوفود أو أشخاص معينين من أجل المشاركة في محادثات رسمية، أو من أجل المشاركة في إحتفالات دولية معينة، وسياحة رسمية إقتصادية تكون عندما يسافر الشخص من أجل مشاهدة المعارض الصناعية والتجارية.

5-السياحة غير الرسمية:

قد تأخذ السياحة الطابع غير الرسمي، فمن أهم أشكالها نجد السياحة الدينية التي تعتبر من أقدم أنواع السياحة، وتتمثل في زيارة المواقع الدينية، كمكة المكرمة بالسعودية بالنسبة للمسلمين، والفاتيكان في روما بالنسبة للمسيحيين، والسياحة الإجتماعية التي تهدف للمحافظة على بقاء العلاقات الإجتماعية بين الأفراد. ومن أبرزها السفر من أجل زيارة الأقارب والمعارف في مختلف المناسبات، خاصة بالنسبة لتلك الدول التي لها جاليات تعيش في الدول المجاورة. وكذلك سياحة الترانزيت (سياحة العبور) التي برزت نتيجة الحاجة إلى العبور لوقت قصير من خلال أراضي دولة معينة للوصول إلى دولة أخرى، علما

رابعا: السياحة حسب الشكل التنظيمي للسياحة

باعتبار أن زيادة النمو السكاني على مستوى العالم يتيح فرصة ذهبية لزيادة نسبة الأفراد الذين يسافرون إلى مختلف المناطق السياحية سواء كانوا فرادى أو جماعات. وهذا ما يعطي السياحة الشكلين التاليين: 2

1- محسن أحمد الخضيرى: مرجع سابق، ص52، ص57.

2 - خالد كواش: "السياحة" مفهومها، أركانها وأنواعها. "، مرجع سابق، ص17.

الفصل الأول: أساسيات السياحة

1-السياحة الفردية

يقصد بالسياحة الفردية وهي سفر الأفراد لوحدهم للإقامة خارج مكان سكنهم الأصلي لأي غرض من الأغراض السياحية.

2-السياحة الجماعية:

وتكون السياحة الجماعية عندما يسافر السياح مع بعضهم جماعيا وفي مجموعات، وعادة ما تكون ضمن برامج تشمل الأماكن المراد زيارتها وغيرها، إضافة إلى تنظيم أم أكن النوم والطعام وغيرها، وعادة ما تنظم عن طريق وكالات السياحة والسفر.

خامسا: السياحة حسب مدة إقامة السياح

تختلف مدة إقامة السياح في المناطق السياحية التي زاروها حسب الوقت المتاح لديهم أو حسب إمكانياتهم المادية أو لإعتبارات أخرى خاصة بهم تفرض طول أو قصر مدة إقامتهم، وعليه تقسم السياحة إلى: 1

1-السياحة الطويلة:

قد تكون السياحة طويلة إذا إمتدت لمدة أسابيع يتم خلالها زيارة الأماكن التاريخية البعيدة، أما إذا كانت من أجل الرفاهية فإن مدتها لا تتجاوز أسبوعين، وقد تمتد السياحة الثقافية حتى خمس سنوات، علما أن هذا النوع يستمر طوال السنة خاصة السياحة الثقافية والسياحة العلاجية.

5-السياحة القصيرة:

أما السياحة القصيرة فهي تمتد فترتها إلى أقل من أسبوعين، وتقسّم إلى قسمين هما سياحة نهاية الأسبوع، وسياحة نهارية قصيرة لا تستغرق أكثر من يوم واحد.

سادسا: السياحة حسب وسائل النقل المستخدمة

تقسم السياحة حسب وسائل النقل المستخدمة فيها إلى الأنواع التالية: 2

1 - المرجع نفسه: ص-ص 87 .

2 - كمال درويش ومحمد الحماحمي: مرجع سابق، ص052 .

الفصل الأول: أساسيات السياحة

1-السياحة البرية:

وهي ذلك النوع من السياحة التي تتم عن طريق السيارات، القطارات، الحافلات، الدراجات وغيرها من وسائل النقل البرية، حيث نشير إلى أن النقل البري يعد الوسيلة الرئيسية في السياحة الداخلية.

5-السياحة البحرية:

وهي السياحة التي تكون بواسطة القوارب، السفن، البواخر واليخوت، حيث تكون على مستوى الأنهار والبحار والبحيرات من أجل أهداف مختلفة تلبي حاجة السياح للراحة والترفيه، وتعد أحيانا السياحة البحرية جزءا من السياحة الدولية.

أما السياحة النهرية فهي تعد ضمن السياحة الداخلية للمنطقة السياحية

3- . السياحة الجوية:

تتم السياحة الجوية، عن طريق الطائرات التي لها أفضلية خاصة في السياحة الدولية حيث بواسطتها يمكن قطع مسافات طويلة في مدة زمنية قصيرة نسبيا، كما أنها من ناحية أخرى توفر الراحة لجميع السياح، لذلك فهم يفضلونها مقارنة بالأنواع الأخرى للسياحة.

سابعاً: السياحة حسب عمر السياح:

يمكن تقسيم السياحة وفقا لخصائص السائح نفسه، فقد تكون حسب جنسه، فتكون لدينا سياحة الرجال وسياحة النساء، وقد تكون حسب عمه ، فنجد الأنواع السياحية التالية: 1

1-سياحة الطلائع:

ويتعلق هذا النوع من السياحة بالمراحل العمرية الأقل من 30 سنة، فهي مرحلة تعليمية يتم من خلالها إكتساب معارف ومهارات وسلوكيات معينة وتكون السياحة على شكل رحلات كشفية ورحلات تعلم أو رحلات التعرف على الطبيعة.

الفصل الأول: أساسيات السياحة

2-سياحة الشباب:

وهي السياحة الخاصة بفئة الشباب، التي يقوم بها الأفراد من سن 30 سنة إلى 40 سنة، حيث يمتاز هذا النوع من السياحة بالبحث عن الحياة الاجتماعية والإثارة والمغامرات، كما أنه غالبا ما يتم إستخدام بيوت الشباب، المعسكرات والقرى السياحية للإقامة فيها

3-سياحة الناضجين:

تسمى سياحة الناضجين كذلك بـسياحة متوسطي العمر، حيث يقوم بها الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 40 سنة و 60 سنة، وهي سياحة إسترخاء ومنتعة وهروب من جو العمل ويغلب عليها طابع الراحة والإستجمام. فغالبا ما يفضل الأفراد الذين ينتمون إلى هذه الفئة العمرية السفر إلى الأمكن والمناطق التي تتميز بالهدوء، وبالتالي تكون أغلبها نحو الشواطئ والأماكن الهادئة والدافلة والجبال والأرياف.

4-سياحة المتقاعدين:

تعتبر سياحة المتقاعدين من أنواع السياحة التقليدية، حيث يشارك فيها كل من المتقاعدين وكبار السن، حيث يقبل عليها الأفراد الذين تعدى سنهم 60 سنة أي بلغوا سن التقاعد عن العمل، بحيث يكون لديهم دوافع خاصة للسياحة كالعلاج

ثامنا: السياحة حسب الموسم السياحي:

تكون السياحة أساسية إذا كانت مرتبطة بموسم الإجازات في الدول المصدرة للسياح وتكون في مجملها ثقافية، ترويحية وسياحة كما قد ترتبط السياحة الأساسية بالطقس الملائم وبالموسم السياحي بالنسبة للدول المستقبلة للسياح، لهذا نجد 2:

1-السياحة الشتوية إذا كانت السياحة تتم في فصل الشتاء.

2-السياحة الصيفية إذا كانت السياحة تتم في فصل الصيف.

3-سياحة المناسبات إذا كانت السياحة تقوم على مناسبات معينة، سواء ذات طابع ديني، أو رياضي أو

غيرها.

1. - كمال درويش ومحمد الحماحمي: مرجع سابق ، ص057 .

2، محمود فوزي شعوبي: السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية/1794/ 2002 أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، تحت إشراف- / أ.د قادة اقسام، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية0222/2006/2007 ص20

➤ المبحث الثالث: الآثار الاقتصادية والاجتماعية للنشاط السياحي

أصبحت السياحة من الصناعات التصديرية الأولى في العالم مع اية القرن العشرين ولا يوجد هناك أدنى شك فيما للسياحة من تأثير على الاقتصاد وخاصة اقتصاديات الدول النامية لأن السياحة تعتمد على اليد العاملة البشرية نجحها مما يتيح فرص عمل كبيرة مباشرة وغير مباشرة، وتعتبر مصدرا مرمزا لجلب العملة الصعبة، كما لا تغفل الآثار الاجتماعية والبيئية للنشاط السياحي الذي يعمل على تحقيق التواصل والارتباط الاجتماعي والمضاري على المستوى المحلي والدولي. خاصة في ظل العولمة التي أدت أيضا إلى خلق منافسة شديدة بين الدول السياحية في جلب أكبر عدد ممكن من السياح من مختلف دول العالم. ومن خلال هذا المبحث سوف نتطرق إلى مختلف الآثار الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية للسياحة، إضافة إلى العلاقة بين العولمة والنشاط السياحي.

✓ المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للسياحة

ترجع الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي إلى تأثيره على العديد من المتغيرات الاقتصادية الرئيسية، من حيث كونه مصدرا مهما للدخل بصفة عامة وموردا من موارد النقد الأجنبي بصفة خاصة، كما يعد عنصرا مؤثرا في تنشيط الاستثمار وخلق فرص عمل جديدة والمساهمة في الناتج المحلي وتنمية التوازن الاقتصادي والاجتماعي للسكان، أي تحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة.

أولاً: الآثار الاقتصادية المباشرة للنشاط السياحي

يمكن إبراز الآثار الاقتصادية المباشرة للنشاط السياحي في النقاط التالية:

1- أثر السياحة على ميزان المدفوعات: يقصد بميزان المدفوعات لبلد ما ذلك السجل الذي يوضح

قيمة جميع العمليات الاقتصادية بين المقيمين في هذا البلد وبقيّة العالم خلال فترة زمنية عادة سنة، والسياحة تمثل جزءا من المعاملات غير المنظورة وتأخذ مكانا ضمن مختلف الصادرات غير المنظورة كالملاحة والتأمين والمعاملات المصرفية ويؤثر الدخل السياحي على الميزان التجاري تأثيرا مباشرا¹، حيث يتحدد هذا الأثر بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان

الفصل الأول: أساسيات السياحة

التجاري سواء كانت إيجابية أو سلبية، فإذا كانت سلبية وكان الأثر الإيجابي للميزان السياحي كبيرا فإنه قد يجد من العجز في الميزان التجاري أو يَظف منه على الأقل. أما إذا كانت نتيجة الميزان التجاري إيجابية ساعد الأثر الإيجابي للميزان السياحي في زيادة تلك الإيجابية في الميزان التجاري وبالتالي يركن التأثير إيجابيا على ميزان المدفوعات للدولة. وتشكل السياحة مصدرا هاما من مصادر العملات الأجنبية الذي تسعى دول العالم إلى الحصول عليها. وهنا تزداد أهمية الدخل السياحي في ميزان المدفوعات خاصة في الدول النامية لعدة أسباب أهمها:

تدعم السياحة ميزان المدفوعات لهذه الدول أكثر من أي قطاع آخر حيث أن القدرة على المنافسة في مجال السياحة بالنسبة للدول النامية هو أكبر من القدرة على المنافسة في مجال الصادرات السلعية مع الدول المتقدمة لأن أسعار المنتجات السياحية في الدول المتخلفة يركنها أن تنافس مثيلا في الدول المتقدمة بعكس الحال في السلع المصنعة؛ أن التسربات الحاصلة في العملة الصعبة نتيجة للاستثمار في السياحة أو نتيجة واردات هذا القطاع يركن استرجاعها وبأكثر قيمة وفي وقت أقصر مقارنة مع معظم الأخرى نتيجة التطور التكنولوجي في الدول المتقدمة؛ إن صناعة السياحة لا تتطلب معدلا كبيرا من النقد الأجنبي إلى إجمالي الاستثمارات لاستيراد السلع والتجهيزات الخاصة بالنشاط السياحي.

2. أثر السياحة على الإنفاق: يركن تعريف الإنفاق السياحي بأنه التقييم الاقتصادي لموع الخدمات

المقدمة إلى السائحين، بمعنى أن كل إنفاق من جانب السائح إنما هو في المقابل خدمة سياحية يحصل عليها كالإنفاق على الخدمة الفندقية والتي تشمل الإيواء والإطعام، وعلى مختلف الخدمات التي يطلبها السائح أثناء إقامته بالفندق، هذا الإنفاق يمثّل انتقال الأموال من السائحين إلى أصحاب المؤسسات الفندقية. ويتفرع على هذا الإنفاق سلسلة أخرى من النفقات وهي إنفاق القائمين على الصناعة الفندقية فيما يخص اقتناء وتجديد التجهيزات اللازمة للفنادق وبالتالي انتقال جزء من دخول القائمين على صناعة الفنادق إلى عملائهم الذين يمرون م بالسلع والخدمات كما يذهب جزء من دخول أصحاب الفنادق إلى موردي الأطعمة المختلفة.

جودي عبد القادر، أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر. 2006. ص52.

تدعم السياحة ميزان المدفوعات لهذه الدول أكثر من أي قطاع آخر حيث أن القدرة على المنافسة في مجال السياحة بالنسبة للدول النامية هو أكبر من القدرة على المنافسة في مجال الصادرات السلعية مع الدول المتقدمة لأن أسعار المنتجات السياحية في الدول المتخلفة يركن أنها أن تنافس مثيلاً في الدول المتقدمة بعكس الحال في السلع المصنعة؛ أن التسريبات المباشرة في العملة الصعبة نتيجة للاستثمار في السياحة أو نتيجة واردات هذا القطاع يركن استرجاعها وبأكثر قيمة وفي وقت أقصر مقارنة مع معظم الصناعات الأخرى؛ إن معدل التغيير في الصناعة السياحية هو أقل منه في الصناعات الأخرى، وهذا ما يلائم الدول النامية والتي لا تستطيع في أغلب الأحيان مواكبة التطورات الهائلة والسريعة في القطاعات الأخرى نتيجة التطور التكنولوجي في الدول المتقدمة؛ إن صناعة السياحة لا تتطلب معدلاً كبيراً من النقد الأجنبي إلى إجمالي الاستثمارات لاستيراد السلع والتجهيزات الخاصة بالنشاط السياحي.

2. أثر السياحة على الإنفاق: يركن تعريف الإنفاق السياحي بأنه التقييم الاقتصادي موع

الخدمات المقدمة إلى السائحين، بمعنى أن كل إنفاق من جانب السائح إنما هو في المقابل خدمة سياحية يحصل عليها كالإنفاق على الخدمة الفندقية والتي تشمل الإيواء والإطعام، وعلى مختلف الأموال من السائحين إلى أصحاب المؤسسات الفندقية. ويتفرع على هذا الإنفاق سلسلة أخرى اللازمة للفنادق وبالتالي انتقال جزء من دخول القائمين على صناعة الفنادق إلى عملائهم الذين يرونهم بالسلع والخدمات كما يذهب جزء من دخول أصحاب الفنادق إلى موردي الأطعمة المختلفة.¹ وما يقال عن الخدمات الفندقية يقال عن سائر الخدمات المتصلة بالنشاط

السياحي كخدمات النقل بكل أنواعها، كما يؤدي كذلك نشاط الحركة السياحية إلى زيادة الإنفاق على السلع التذكارية والاستهلاكية، وزيادة الاستثمار، كما أن الخزينة العمومية للدولة تستفيد من رسوم التأشيرات، الضرائب على الأرباح الصناعية والتجارية والضرائب على الدخل رسوم الترخيص بمزاولة المهن والأعمال المتصلة بالسياحة.

1-دماد نوال، مرجع سبق ذكره، ص22.

وتجدر الإشارة إلى أن حجم الحركة السياحية يتوقف على الجهود التي تبذلها الدولة السياحية، لاجتذاب أكبر قدر ممكن من السياح، ومن أبرز هذه الجهود هو إظهار الإمكانيات السياحية للدولة عن طريق الحملات التسويقية التي تقوم بها الدولة

3- أثر السياحة على قطاع التشغيل: تعاني أغلبية دول العالم الثالث ومن ضمنها الجزائر من

مشكلة البطالة مما يتم العمل على دفع وتحريك القطاعات التي بإمكانها خلق مناصب الشغل والتخفيف من عبء البطالة¹. وباعتبار السياحة قطاع مركب ومرتبط مع القطاعات الإنتاجية الأخرى كالقطاع الصناعي والزراعي التأمين والنقل، فهي بذلك تساهم بطريقة مباشرة وغير مباشرة في خلق العديد من مناصب الشغل وامتصاص جزء من البطالة، باعتبار أن السياحة تعمل على زيادة توظيف عوامل الإنتاج في اتمع وبصفه خاصة عنصر العمل. وقد بينت الدراسات العديدة في هذا المجال أن التأثير مرتبط بالأهمية المدعومة للسياحة في الدخل الوطني وأولويتها في قائمة القطاعات الإنتاجية التي يتم الاستثمار فيها، ويقدر أن خلق منصب شغل في الفندقية ينجر عنه خلق منصب جديد في قطاع آخر، كما أن السياحة تخلق 2.75 وظيفة لكل غرفة فندقية².

ويمكن تصنيف القوى العاملة المرتبطة بصناعة السياحة إلى أربع فئات رئيسية تتمثل في:

- **العاملون الدائمون بصورة مباشرة:** وهم الفئة التي ترتبط وظائفهم بإنفاق السياح

المتكررين على المنشآت السياحية ومرافق خدمات كالفنادق ومراكز الترفيه

والمطاعم المرتبطة، ووكلاء السياحة والسفر ومنظمو الرحلات السياحية؛

- **العاملون في السياحة بصورة غير مباشرة:** هم فئة العاملون بالخدمات المرتبطة بأنشطة

السياحة أي جمل مناصب العمل الناتجة عن النشاطات والقطاعات التي لها علاقات أمامية

وخلفية مع القطاع السياحي كالبناء التآثيث، التجهيز؛

- **العاملون المنجذبون إلى السياحة كقوى إضافية مؤقتة نتيجة لطبيعتها المتزايدة:** وهم

غالبا سكان المنطقة السياحية وليس من خارجها ويعملون خلال فترة الذروة في المواسم

السياحية؛

-**العمل السياحي المحرض:** وهو مجمل مناصب العمل غير السياحية بطبيعتها، ولكنها تنتج سلعا وخدمات تستهلك من طرف السياح مثل ، الزراعة ، الحرف، التغذية و الصحة.

4- أثر السياحة على إعادة توزيع الدخل: توجد المناطق ذات الأهمية السياحية عموما على

شواطئ البحار في الجبال، الريف، الصحراء، أماكن الآثار البعيدة، وهي الأماكن الأقرب إلى الطبيعة منها إلى العمران (المدن) ويعيش أغلب أهل هذه المناطق على نظام إنتاج بسيط يعتمد على الزراعة تربية المواشي، وبعض الصناعات الحرفية مما يؤدي إلى ضعف المستوى الاقتصادي والمعيشي للسكان³. في هذه الظروف يركن للسياحة وبرقوما الخاصة وأثارها الاقتصادية الدافعة أن تصبح موردا مهما لأهل هذه المناطق من خلال تنمية سياحية لهذه المناطق التي سوف تؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة وبالتالي مداخيل جديدة، فهي تعمل على توزيع الدخل على كافة المناطق بدلا من تركيزه المراكز الحضرية الرئيسية¹، فالأجور المدفوعة للعاملين بالمنشآت السياحية المقامة في هذه المناطق والأرباح والمداخيل المحققة بالكي المشاريع وحتى منتجي السلع والتجهيزات التي يحتاجها النشاط السياحي تؤدي إلى زيادة الدخل فيها وبالتالي إعادة توزيعه بين المدن وهذه المناطق السياحية كما ينتج عن ذلك الحد من النزوح الريفي الناتجة من جراء البطالة.

■ ثانيا: الآثار الاقتصادية غير المباشرة للسياحة

■ مضاعف الإنفاق السياحي: إن الفكرة الأساسية لمضاعف الإنفاق السياحي هي أن

المبلغ الذي يدخل قطاع السياحة يدور في حركة الاقتصاد الوطني دورات تتعدد بحسب

قوة هذا الاقتصاد، ويكون أثرها أكبر من قيمة المبلغ الأصلي، حيث يؤدي الإنفا

الاستثماري في القطاع السياحي وكذا الإنفاق الاستهلاكي من جانب السياح في مقابل الحصول

على الخدمات السياحية المختلفة إلى تنشيط القطاعات الاقتصادية الأخرى، وتفصيل ذلك أنه

بالإضافة إلى زيادة حجم العمالة ودفع المرتبات والمكافآت التي تمثل قوة شرائية جديدة نتيجة

للسياحة، تستخدم العملات التي تحصل عليها الدولة في الاستيراد مما يؤدي إلى دورات جديدة من

الشراء والإنفاق داخل الدولة² إلا أن الدخل الأولي غالبا ينقسم إلى شريحتين، الأولى تخرج نهائيا

من مجرى التداول في الاقتصاد حيث تجز لمواجهة بعض المدفوعات في صورة استيراد السلع

اللازمة للتشغيل أو معدات وتجهيزات، أو في صورة تحويلات من جانب العمالة الأجنبية

أو كأرباح للمستثمرين الأجانب، أما الجزء الثاني فيستخدم في التداول ويبقى داخل الاقتصاد ويتكرر الإنفاق عدة مرات ولذلك يسمى مضاعف الإنفاق. وقد دلت الدراسات على ارتفاع قيمة المضاعف السياحي في المناطق المتقدمة بما يعادل 5 خمسة مرات، في حين يكون في الدول النامية من 1,2 إلى 2 مرة ويرجع السبب في ذلك إلى مدى اعتماد الاقتصاد الوطني على ذاته، فكلما حققت الدولة السياحية التكامل في قطاعها قل التسرب وارتفع أثر المضاعف.³

- أثر السياحة على تنمية القطاعات الاقتصادية الأخرى: يؤدي التوسع في إنشاء المشاريع

السياحية أو تطوير المشاريع الحالية إلى تحقيق درجة معينة من التكامل بين القطاعات الاقتصادية الأخرى والقطاع السياحي فالتوسع في إنشاء مشروع سياحي قد يتبعه توسيع أو ظهور مشاريع جديدة تمارس أنشطة اقتصادية وخدمائية أخرى مرتبطة بالنشاط السياحي لمقابلة الزيادة في الحركة السياحية نشاطا وطلبا، بمعنى آخر فإن زيادة عدد الفنادق مع زيادة عدد السائحين يتبعه زيادة في الطلب على المواد الغذائية اللازمة لإعداد الوجبات هذا سوف يؤدي إلى تنشيط الصناعات الغذائية والزراعة إضافة إلى زيادة الطلب على مختلف التجهيزات اللازمة للفنادق كما يؤدي وضع الدولة لبرنامج خاص بتنمية وتطوير القطاع السياحي سوف يؤدي إلى تنشيط ورشات البناء وإقامة مشاريع البنية التحتية الأساسية وكل هذه التشابكات بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى تسمى آثار الدفع الأمامية والخلفية؛

1 علي أحمد هارون، أسس الجغرافيا الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص.131.

2 سهيل الحمدان، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر، عمان، 2001، ص.61.

3 صلاح الدين خربوطي، السياحة صناعة العصر، الطبعة الأولى، دار حازم للطباعة والتوزيع والنشر، دمشق، 2002،

3- أثر السياحة على تسويق بعض السلع غالبا ما يقدم السياح عند زيارتهم لدولة ما على شراء سلع و منتجات تقليدية و التي تذكرهم بالمناطق و الأماكن التي يزورونها كما يقومون بشراء سلع أخرى تشتهر و تتميز بها الدولة السياحية المستقبلية للسياحة على غرار السلع الغذائية التي يطلبونها اقامتهم السياحية¹ إن طبيعة هذا الإنفاق على هذه السلع يعد بمثابة تصدير لمنتجات وطنية دون الحاجة إلى مصاريف الشحن والنقل إلى الخارج، وبالتالي كلما زادت الحركة السياحية أو بالأحرى عدد السياح القادمين من الخارج كلما زاد تسويق المنتجات المميزة للدولة المستقبلية ومنه ترتفع صادراتها من تلك السلع؛

-أثر السياحة على زيادة الاستثمار الوطني والأجنبي: على اعتبار السياحة صناعة مركبة تضم وترتبط تنميتها بالعديد من النشاطات الاقتصادية والتي تساهم في تنشيط السياحة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فإن القطاع السياحي يعتبر قطاع هام يساهم في جلب وتنمية الاستثمارات وذلك بتوفير مجالات متعددة للاستثمار كمراكز الاستشفاء المراكز الرياضية، المطاعم، وكالات السفر، الفنادق، وسائل النقل وغيرها. وكل هذه الآليات تتطلب استثمارات إضافية إلى الاستثمارات في المشاريع الكبرى، كتهيئة المناطق السياحية وتطويرها سواء عن طريق المستثمرين المحليين أو الأجانب وهذا ما تسعى إليه الجزائر حاليا باتخاذ إجراءات تحفيزية عديدة لتسهيل الاستثمار الوطني والأجنبي على حد سواء لتنمية وتطوير القطاع السياحي الجزائري. وسوف نتطرق إلى هذا الجانب في الفصل الثالث. وفي الأخير نذكرنا أن نجل أهم الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي في النقاط التالية²:-

-تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية بما تحدثه من آثار إيجابية على مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني من خلال التشابكات الأمامية والخلفية للنشاط السياحي مع القطاعات الاقتصادية الأخرى، وتؤدي إلى زيادة الإنتاج الوطني الخام؛

بوعقلين بديعة، الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2006، ص 29.

محمد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص 105.

- تعتبر السياحة وعاءا ضريبيا بما يترتب على النشاط السياحي من رسوم وضرائب، سواء كانت على شكل تراخيص أو ضرائب على الدخول أو الأرباح التجارية أو رسوم غير مباشرة؛

- تزيد السياحة من الطلب على الصناعات والخدمات المتصلة بنشاطها مثل البناء والأثاث والتجهيزات وكذلك صادرات الإنتاج الحرفي ومنتجات الصناعات الصغيرة من خلال إنفاق السياح؛

- يساعد النشاط السياحي على تسويق بعض السلع الخاصة بالدولة السياحية من خلال طلب السياح محليا دون الحاجة إلى تصديرها من خلال شحنها ونقلها إلى الأسواق الخارجية.

✓ **المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية والبيئية للنشاط السياحي**

على غرار الآثار الاقتصادية للسياحة فإن النشاط السياحي تترتب عنه أيضا تأثيرات اجتماعية تؤدي إلى إيجاد نوع من التوازن الاجتماعي والثقافي سواء على المستوى المحلي أو الدولي بالإضافة إلى جانب مهم في عملية التنمية السياحية وهو علاقة السياحة بالجانب البيئي وما للسياحة من تأثيرات مختلفة على البيئة، وسوف نتطرق إلى أهم هذه الآثار من خلال هذا المطلب.

- **أولاً: الآثار الاجتماعية للسياحة** يركزنا أن نتطرق إلى أهم الآثار الاجتماعية للنشاط السياحي في النقاط التالية¹:

- السياحة الداخلية أصبحت تعبيرا عن الرغبة في رفع مستوى الصحة النفسية للشعب والقضاء على التلوث البيئي بانتشار المحميات الطبيعية، المسطحات المائية، والمساحات الخضراء؛

- السياحة لها أبعادها (الاجتماعية، الجمالية، العمرانية، الصحية) التي يجب مراعاتها عند التنمية السياحية؛

السياحة أصبحت أكثر من صناعة لأن للعنصر البشري فيها أهمية كبيرة، فإذا كانت الصناعة -- تحريك آلات ومعدات- فإنها تستهدف في النهاية الاستجابة لتطلبات الإنسان، أما السياحة فهي حياة الإنسان نفسه، لأنها تستهدف استعادة اللياقة الذهنية والعصبية بما يفيد الإنتاج، فالسياحة صناعة بشرية من الدرجة الأولى، وتحقق الرفاهية للمجتمع؛

- السياحة تمثل أهمية بالغة في اتمتع الإنساني في تأكيد حق الإنسان في الاستمتاع بوقت الفراغ من خلال حريته في السفر مقابل حقه في العمل لارتباط ذلك إيجابيا بقضية الإنتاج والتنمية، فالسياحة أصبحت أكبر من أداة مهمة لتحقيق التنمية؛

-دائما يتم اختيار الأزمات السياحية التي تتلاءم وطبيعة البلاد وظروفها ولا تتعارض مع القيم وأخلاقيات اتمتع وتوسيع قاعدة المشاركة لأكثر عدد ممكن من المواطنين داخل المنشآت السياحية بحيث تستوعب أكبر عدد من العاملين من المناطق السكنية المحيطة بالمشروع السياحي لتحقيق الولاء بين اتمتع والمشروع السياحي؛

- الاستثمار السياحي دائما يكون له عادة جانب يتمثل في رصف الطرق وتجميل المناطق وتحسين الخدمة التليفونية، ومشروعات الصرف الصحي وبذلك الكل ينتفع؛

-السياحة أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي القومي والاعتزاز بالوطن وتساهم في بناء الشخصية الإنسانية وتعمل على الترفيه والترويح النفسي والجسدي فيعود المواطن إلى عمله أكثر نشاطا وإنتاجية كما تساهم في تماسك اتمتع بما تنتجه من ألوان التآلف والتعارف؛

- الوعي السياحي هو أحد فروع الوعي الاجتماعي، لأن نشاط السياحة هو الإحاطة بكل الواقع المحيطة بالإنسان، اتمتع والطبيعة، وتنمية الوعي الاجتماعي من خلال التعرف على هذا الواقع بالقيام برحلات سوف تؤدي إلى تنمية الوعي السياحي لدى أفراد اتمتع مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيطون به ويعملون على تقديره في أفضل صورة لجذب السياح من مختلف دول العالم؛

- تطوير السياحة وإنشاء اتمعات الجديدة وإنشاء البيئة التي تسهل الاتصالات والاحتكاك بثقافات وحضارات مختلفة تؤدي إلى التنمية الاجتماعية للمناطق المزدهرة سياحيا؛

- السياحة نشاط إنساني في الدرجة الأولى وظاهرة اجتماعية تسود اتمعات فتؤثر فيها سلبيا (سوف نشير إلى بعض الآثار السلبية من خلال هذا المطلب) وإيجابيا لأنها تقوم على تفاعل مباشر بين السائح والبيئة الاجتماعية وأفراد اتمع المضيف؛

- السائح باتجاهاته وميولاته ومعتقداته الشخصية وسلوكه الاجتماعي وأفكاره التي يتبناها، حينما يقوم بزيارة سياحية لأي دولة أو منطقة سياحية وتكرار زيارته لها ينشأ نتيجة هذه الزيارات المتكررة نوع من التآلف والاندماج بينه وبين أفراد اتمع في الدولة التي زارها وقد تكون تآلفا (لغويا أو ثقافيا) بمعنى تعرف السائح على المقومات الثقافية للمجتمع المضيف وتتبع إنجازاته وتطوره في هذا المجال إضافة إلى إطلاع هذا اتمع على الثقافات الأجنبية الوافدة من خلال هؤلاء السائحين بما يحملونه من أفكار واهتمامات؛

السياحة أصبحت مصدرا من مصادر التغيير والتحول الطبقي بين أفراد اتمعات السياحة نظرا لأن بعض فئات اتمع ترتبط أعمالهم بالسياحة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ينتقلون من طبقة اجتماعية إلى طبقة أعلى لما يحققونه من مكاسب وأرباح عن طريق العمل السياحي؛

- السياحة وسيلة حضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب المختلفة حيث تكتسب الدول السياحية المهارات الثقافية والخبرات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها مثل اللغة والأفكار

كما ينشأ التطور الاجتماعي بين أفراد اتمع في الدول المستقبلة للسائحين نتيجة لاحتكاك المباشر بين السائحين أنفسهم وبين أفراد اتمع سواء في أماكن الإقامة (الفنادق) أو المحلات العادية أو السلع السياحية (التذكارات) أو في أثناء التجوال في المناطق السياحية مثل احترام القوانين والنظام وآداب السلوك؛

- تعمل السياحة على تقليل الفوارق بين أفراد اتمع مما يحقق التطور الاجتماعي، كما تعمل على الاهتمام بالقيم الحضارية للدولة السياحية والحفاظة على التراث الثقافي والمواقع التاريخية والأثرية والأنظمة المعمارية المميزة وإحياء الفنون التقليدية والصناعات اليدوية وغيرها؛

- هناك علاقة وطيدة بين السياحة والتكافل الاجتماعي لا يجب تجاهلها فمن الصعب تصور إمكانية حماية التدفق السياحي واستمراره دون أن نضع في اعتبارنا ظروف الناس ومصالحهم واحتياجاتهم الحيوية، الناس الذين يعيشون حول المدن السياحية وحول فنادقها الفاخرة ومزارع المشهورة تحت خط الفقر وهم يشاهدون أفواج السياح الأجانب القادمين ينتقلون في رفاهية واضحة بينما هؤلاء بالإضافة إلى فقرهم المدقع يتظللون تحت شمس الصيف الحارقة أو ترتعد مفاصلهم من برد الشتاء¹. ولأنه لا يكسر سم الحقد والكرهية شيء قدر " التراحم " فإن الدور على مستثمري السياحة أن يعيدوا جزء من أرباحهم في صور التكافل الاجتماعي على أن يبدأ هؤلاء المستثمرين بمناطق استثمارا م.

يجب أن نشير إلى نقطة مهمة في عملية تفعيل وتطوير النشاط السياحي والتي تدخل في عملية الترويج السياحي للدولة السياحية من طرف جميع أفراد اتمع وهي²:

+الوعي السياحي: هو أحد فروع الوعي الاجتماعي لأن الإحاطة بكل الواقع المحيط بالإنسان وتمع والطبيعة يزدم النشاط السياحي. ومن ثم فإن تنمية الوعي الاجتماعي من خلال التعريف ذه المواقع من خلال رحلات وزيارات ستؤدي حتما إلى تنمية الوعي السياحي لدى أفراد اتمع، مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط م ويعملون على تقديره في أفضل صورة تجذب إليه السياح من مختلف دول العالم، وتبادل المعرفة وتنمية السلوك السياحي.

مرتقبا لزيارات تالية، والأهم من ذلك أنه يقوم بنقل نصيحته من هذه التجربة إلى أهله ومعارفه مما يمثل أكبر أنواع الدعاية والترويج تأثيرا وهو ما يعرف بالكلمة المنطوقة أو الدعاية الشفهية

ومن الآثار السلبية للنشاط السياحي اجتماعيا وثقافيا ذكر مايلي:

+التحولات الاجتماعية: النشاط السياحي يتطلب الاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة وتعميرها وتتميتها وإعدادها لاستقبال السائحين، ويتولد عن ذلك قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة مفاجئة وسريعة بالنسبة لسكان المناطق السياحية، والتي تختلف عن مورثات الحضارية والاجتماعية التي نشأوا فيها وتربوا عليها مما يؤدي إلى تحولات وتغيرات في هذه المجتمعات؛

■ **انتشار عوامل الفساد والتدهور الاجتماعي والأخلاقي:** بعض الدول تعاني من انخفاض

مستويات المعيشة ونقص الإمكانيات المتاحة، في الوقت الذي يتوافد إلى هذه المناطق أصناف مختلفة من السائحين بعاداتهم الاستهلاكية وقدراتهم المالية مما يؤدي إلى اتجاه نسبة من أبناء هذه الدول إلى محاولة تحقيق مكاسب مادية سريعة وإن كانت بوسائل غير مشروعة. وانتشار بعض صور الانحراف تحت مسميات مثل التسلية، الترفيه، المتعة والراحة؛

■ **التصادم الثقافي:** حدوث نوع من التصادم الثقافي أو المواجهة السلبية بين الثقافتين بسبب

الاختلاف الكبير بين عناصر الثقافتين وأساليب الحياة والمعتقدات والأفكار

ويكمن تقليل هذه الآثار السلبية باعتبار أن المواطنين في الدولة هم التراث البشري بقيمه وعاداته وتقاليدته والذي لا يقل أهمية عن التراث الطبيعي الحضاري والتاريخي للدولة ويكون العلاج لهذه الآثار السلبية عن طريق تقوية القيم الدينية والأخلاقية لدى المواطنين بشتى وسائل الإعلام والتعليم وإفهامهم أن لكل دولة قيمها وتراثها وعاداتها وتقاليدتها.

❖ ثانيا: الآثار البيئية للسياحة

تستطيع السياحة جلب منافع عظيمة لبلد ما ولكنها في الوقت ذاته تجلب أثارا سلبية على البيئة الطبيعية والأثرية، لذلك فإن تنمية السياحة يجب أن لا تكون على حساب الموارد المحدودة التي تعتبر عامل جذب للسياحة حيث أن البيئة هي المادة الأولية للنشاط السياحي أو هي السبب في قيام هذا النشاط، ولقد أثرت البيئة في حياة

الإنسان كما أثر الإنسان على البيئة وأصبحت علاقة لها جوانبها الإيجابية والسلبية وهذه العلاقة أدت إلى ظهور المشكلات البيئية التي أحاطت بعناصر البيئة الطبيعية والثقافية والعمرانية¹.

هذا وقد تنبّهت الدول السياحية إلى الآثار السلبية التي تتركها السياحة على البيئة عندما تم التأكيد على ذلك من خلال إعلان مانيلا²* (1980) الذي نص على أنه لا ينبغي تلبية احتياجات السياحة بطريقة تلحق الضرر بالمصالح الاجتماعية والاقتصادية لسكان المناطق السياحية أو بالبيئة أو الموارد الطبيعية والمواقع التاريخية والثقافية التي تعتبر عامل الجذب الأساسي للسياحة.

فالسياحة تستهلك الموارد الطبيعية ويصدر عنها مخلفات صلبة وسائلة وغازية، وهي بحاجة إلى بنية تحتية محددة، كما أنها تتنافس على الموارد المحدودة من أجل البقاء وخاصة أن السياحة صناعة يسيطر عليها القطاع الخاص الذي يغلب عليه البعد المادي الربحي

محمد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص 89.

تشكل البيئة الطبيعية الرصيد الأساسي لصناعة السياحة، فإذا تم تجاوز التحمل أو الطاقة الاستيعابية لهذا الرصيد فيمكن أن تعاني من التدهور، وقد يكون ضررا لا سبيل لإصلاحه فقد أدت السياحة الكبيرة الحجم (وخاصة ما يسمى سياحة الرمل والشمس) إلى تدهور بيئي في بلدان الكاريبي والبحر المتوسط وغيرها من المناطق الواقعة على شواطئ البحار. وفي تونس انخفض مستوى المياه الجوفية في منطقة الحمامات بسبب الاستغلال المفرط من أجل تلبية حاجيات السياح المتزايدة.

ويعتبر تزايد عدد الزوار للمواقع الأثرية والتاريخية مصدرا للقلق، وبينما تلعب السياحة دورا رئيسيا في اقتصاديات المناطق الجبلية إلا أن الأضرار التي تلحق بالأنظمة البيئية بلغت مستوى حرجا مما يضر بمستقبل السياحة نفسها.

يمكن أن يكون للسياحة كغيرها من القطاعات الأخرى آثار سلبية إضافة إلى آثار إيجابية على البيئة البشرية حيث أن الترويج للسياحة البيئية يؤكد على السياسة الصحيحة التي يجب أن تنتهجها الدول السياحية باعتبارها صناعة تنموية حيث يأتي السوق إلى المنتج بدون الحاجة إلى استثمارات كبيرة.

إن تعريف السياحة البيئية (أو السياحة الطبيعية) هو "السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازها الطبيعي إلى الخلل وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتها وحيوانها البرية وحضارتها في الماضي والحاضر"³.

ومن هذا يتضح أن السياحة البيئية تعتمد في المقام الأول على الطبيعة بمناظرها الخلابة، فالسياحة عادت بالمنفعة على البيئة عن طريق التدابير المحفزة على حماية السمات المرادفة للبيئة والمواقع والمعالم التاريخية والحياة البرية.

لياء السيد حنفي وفتحي الشرقاوي، الاتجاهات الحديثة للسياحة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص33.

*2 إعلان مانيلا: سمي إعلان مانيلا انطلاقاً من اسم المدينة التي عقد فيها المؤتمر الدولي للسياحة الذي أشرفت عليه المنظمة العالمية للسياحة سنة 1980، حيث أن مانيلا هي عاصمة الفلبين.

وعادة ما يكون الترفيه والسياحة الهدفين الأولين من إنشاء الحدائق الوطنية وأنواع كثيرة من المناطق المحمية، وقد أصبحت اليوم المناطق الطبيعية عوامل الجذب الرئيسية وتشكل الأساس لما يعرف الآن باسم السياحة الطبيعية أو السياحة الايكولوجية.

ولذلك فإن فكرة السياحة المستدامة تعتمد في الأصل على مواجهة احتياجات لسياح الحاضر مع توفير فرص مشاة لسياح المستقبل. فالسياحة المستدامة هي نقطة التلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم. مما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطوير المستقبلي، بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية ولكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها.¹

وللاستدامة السياحية كما هو الحال بالنسبة لاستدامة الصناعات الأخرى، هناك ثلاثة مظاهر متداخلة

- الاستدامة البيئية.

وعليه تتمثل الجوانب الإيجابية في علاقة الإنسان بالبيئة في أن جمال الطبيعة يعمل على زيادة السائحين الأجانب و لكن إذا زادت أعداد السائحين فوق الطاقة الاستيعابية للبيئة يؤدي إلى تدهورها وهذا هو الجانب السلبي لعلاقة الإنسان بالبيئة، بينما من جهة أخرى فإن تنمية النشاط السياحي بشكل مستدام سوف يؤدي إلى الاعتناء بالبيئة الطبيعية وتحسينها وتدريب العنصر

البشري وزيادة ثقافته وتنمية الوعي السياحي في اتمع بما يزدم المصالح الاقتصادية

والاجتماعية والبيئية للدولة ولجميع السكان وهذه هي الجوانب الإيجابية للسياحة.

1 أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص90.

المطلب الثالث: السياحة والعولمة

تعتبر العولمة مصطلح مركب متعدد الأوجه و الجوانب يصعب حصرها في مجال معين فهناك العولمة الاقتصادية والثقافية والسياسية والإعلامية، ولا يمكننا التطرق إلى كل هذه الجوانب هنا ويكفي أن نشير إلى تعريف العولمة الاقتصادية حتى يمكننا الحديث عن علاقة العولمة بالنشاط السياحي.

الحقيقة هناك صعوبة كبيرة في صياغة تعريف شامل لظاهرة العولمة نظرا لتشعب محتوى المفهوم حيث انقسمت الآراء والأفكار بين مؤيد ومعارض للعولمة، ومن هنا فإن الذين يروجون للعولمة يأتون بتعاريف تربط بينها وبين العالمية. بحيث تبدو شيئا حتميا ومفروضا لا بد من الاستسلام له، أو شيئا محببا لا بد من الاعتراف والإقرار به أما الراضين لفكرة العولمة يعتمدون في تعريفهم لها على أنها استعمار من نوع جديد تروج له الدول المتقدمة خاصة الولايات المتحدة الأمريكية ويؤكدون أنه يجب الحذر والخوف منها.¹ ويكفي أن نذكر بعض التعاريف للعولمة الاقتصادية فيما يلي:

✓ أولا: تعريف العولمة الاقتصادية

-تعريف صندوق النقد الدولي للعولمة الاقتصادية: " تتمثل العولمة في زيادة الاعتماد الاقتصادي المتبادل بين الدول مع تنوع وتكامل المعاملات التي تتم عبر الحدود، كما أنها تصف العمليات التي من خلالها تؤدي القرارات والأحداث والأنشطة التي تحدث في أحد أرجاء العالم إلى نتائج مهمة للأفراد والتمعات في بقية العالم"²؛

العولمة تعني بصورة شاملة حرية انتقال وحركة رؤوس الأموال والسلع والخدمات والأيدي العاملة والاستثمارات والمعلومات عبر الحدود الوطنية والإقليمية دون أية قيود؛

يعرفها "مالكوم واترز" مؤلف كتاب العولمة بأنها " كل المستجدات والتطورات التي تسعى بقصد أو بدون قصد إلى دمج سكان العالم في مجتمع عالمي واحد"³.

-ثانيا: ازدهار النشاط العولمة

إن ازدهار الاقتصاد وعودته ستؤدي بدون شك إلى نمو في النشاط السياحي وزيادة عدد السياح والإنفاق السياحي بشكل عام. فالعلاقة بين السياحة والعودة ناتجة في المقام الأول من كون السياحة نشاط اقتصادي يتجاوز حدود الوطن. وفي إطار تحديات العودة وتحرير التجارة الدولية وتجارة الخدمات أدركت العديد من الدول النامية ومن ضمنها الجزائر أن تنمية صناعة السياحة هي الطريقة الصحيحة والمثلى للتنمية الاقتصادية والاجتماعية لما لهذه الصناعة من خصائص وأهمية كالا اعتماد على العمالة الكثيفة وتشابك قطاع السياحة مع بقية القطاعات الاقتصادية الأخرى وقدرة الدول النامية على إنتاج سياحي دون اللجوء أو الحاجة إلى رؤوس أموال ضخمة أو المعدات التقنية المتقدمة التي تتطلبها الخدمات أو الصناعات الأخرى.

إن ما طرأ اليوم على صناعة السياحة العالمية من تغيرات في كيفية إدارتها من حيث الكفاءة وجودة الخدمة المقدمة والمقدمة للسياح أدى إلى ظهور منافسة شديدة بين الدول السياحية من أجل جذب أكبر عدد ممكن من السياح في إطار ما يفرضه زمن العودة. ووفقا لتوقعات خبراء المنظمة العالمية للسياحة فإنه سوف يزيد عدد السياح من (919) مليون سائح في 2010 بمعدل زيادة سنوية 4% حتى سنة 2020، وهذه الزيادة سوف تصاحبها بالطبع زيادة في الإيرادات السياحية. وستؤدي العودة إلى زيادة التبادل والانفتاح على العالم الخارجي وانخفاض دور الدولة وازدياد دور الشركات متعددة الجنسيات والقطاع الخاص في الحياة الاقتصادية وسهولة انتقال الأفراد ورؤوس الأموال.

1

بجاوي سمر، العولمة وتأثيراتها على تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول العربية- حالة الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2005، ص 8.

2 آسيا الوافي، التكتلات الاقتصادية الإقليمية وحرية التجارة في إطار المنظمة العالمية للتجارة، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2007، ص 127.

3 نفس المرجع، نفس الصفحة.

ولقد تضاءلت الحواجز التجارية مثلا بتحقق قيام الإتحاد الأوروبي. كما بدأت تتغير خريطة الشركات السياحية بعد أن استحوذت واندجت العديد من شركات السياحة العالمية مع بعض شركات السياحة الكبيرة والمتوسطة في العديد من دول العالم ويعد اسحواد شركة " تومي" الألمانية على جميع شركات السياحة المتوسطة الحجم في الولايات المتحدة الأمريكية هو الحدث الأكبر في حركة " الإستحوادات".

إن التطور الذي يتوقع أن تشهده وتعرفه السياحة على المستوى العالمي في ضوء العولمة يمكن رصده في النقاط التالية:

إجراءات عبور الحدود: سوف تؤدي ظاهرة العولمة وخاصة في جانب ظهور التكتلات الاقتصادية إلى أن تصبح هناك بساطة وسرعة إن لم تلغى أصلا إجراءات وتعقيدات عبور الحدود سواء بالنسبة للأفراد أو بالنسبة للسلع والخدمات وذلك سبب تطور التقنيات المساعدة، الأمن، ويعتبر ما حققته أوروبا بشأنغل" خير دليل على ذلك¹؛

توسع و تطور وسائل النقل: إن التطورات الحاصلة في ميدان النقل الجوي ما فتئت تزداد إذ ظهر الجيل الجديد من الطائرات القادرة على استيعاب أكثر من 600 شخص في الرحلة الشيء الذي سوف يؤدي إلى:

تخفيض في كل من أسعار النقل وتكلفة الرحلات الجوية؛ ازدياد المنافسة بين شركات النقل الجوي؛ انخفاض في عمولات شركات ووكالات السفر والسياحة، خاصة بعد توجه شركات الطيران للتعامل بشكل مباشر مع الركاب من خلال شبكة الاتصالات الإلكترونية وهذا سوف يوفر للسياح عروضاً مغرية وخدمات بتكلفة أقل.

تخفيض ساعات العمل: لقد كان العمل في أوائل القرن العشرين ستة أيام و10 ساعات عمل يومياً وبدون عطل مأجورة أسبوعية أو سنوية، وانخفضت في اية ذات القرن في بعض البلدان مثل فرنسا إلى 35 ساعة عمل أسبوعياً مع إمكانية العمل 4 أيام في الأسبوع مع عطلة سنوية مدفوع

الأجر لا تقل عن 4 أسابيع إضافة إلى أيام العطل والأعياد الوطنية والدينية، أي أن أوقات

العمل قد حصل فيها انخفاض بنسبة 45% تقريبا، ولاشك أن ذلك سيؤدي إلى ازدياد مدة أيام السفر من أجل السياحة².

التطور السريع في التكنولوجيا وانعكاساته ونتائج المتوقعة سياحيا: لقد بدأت التقنيات الحديثة بعد بدأ استخدام الانترنت كأحد طرق اختيار السائح للمقصد السياحي، إضافة إلى أنظمة الدفع بدون تسديد نقدي فوري، وكذلك استخدام البريد الإلكتروني سيؤدي إلى توسع كبير في الحجز. إن الـ (WEB) أي ما يصطلح عليه اسم بروتوكول التطبيق اللاسلكي الذي أصبح من الوسائل المتطورة والجديدة للسياحة الذي سيتيح للمستهلك أن يتصل بالويب. (WEB) لأخذ المعلومات و أن يقوم بجوزات عبر هاتفه النقال. ولقد أدى استخدام الانترنت بشركات السياحة، إلى توفير إمكانية التسوق المباشر للزبون حيث يمكنه الاتصال بالمقصد السياحي دون وسطاء.

وعالميا ترسخت السياحة الإلكترونية لتصبح خدمات السياحة من خلال الانترنت صناعة تدر مليارات الدولارات متجاوزة مفهوم خدمات الجوزات التقليدية لقاعد شركات الطيران وغرف الفنادق والسفن وغيرها إلى خدمات أكثر تفاعلية¹، فتجد أن بعض المواقع مثل موقع (travelocity.com) الذي يسمح لك باختيار المدينة أو الجهة التي تريد السفر إليها ووضع حدود الميزانية وتحديد طبيعة الرحلة (مغامرة ، ترفيه... الخ) ليعود إليك محرك بحث الموقع بعدد من الخيارات المناسبة لطلبك وميزانيتك.

لقد أصبحت السياحة الإلكترونية حلم العالم القادم فلا أحد ينكر الدور المهم الذي أصبحت تلعبه الآن في ظل ما يعرف بالقرية الصغيرة، والسياحة الإلكترونية (e.Tourism) هي مجموعة الخدمات السياحية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية "الانترنت"، وتشكل السياحة الجزء الأكبر من حجم التجارة الإلكترونية في الخدمات حيث وصلت نسبتها إلى أكثر من 45% عام 2005 وهي في ارتفاع مستمر، حيث لا تزال خدمة السياحة الإلكترونية حتى الآن أكثر تصديرا للسائحين أعمالهم كالمعتاد حين سفرهم وباتصال وثيق بزملائهم في مكاتبهم بصرف النظر عن المسافات البعيدة².

لقد استطاع التسويق السياحي الإلكتروني أن يصنع ثورة في عالم السياحة، حيث أن السياحة الإلكترونية أثرت على المشتري أو السائح وعلى البائع أو مقدم الخدمات على حد سواء، وفتحت آفاقاً أمام السائح لينتقي بين اختيارات عديدة كلها تحاول أن ترضى ذوقه.

سياحة المسنين كظاهرة جديدة ومتزايدة: إن ازدياد العمر الوسطي لسكان الكرة الأرضية وتحسين العناية الصحية هي عوامل سوف تؤدي إلى تقاعد مبكر وزيادة عدد المسنين المتقاعدين، الشيء الذي سيؤدي إلى ازدحام المدن والترويج والتنشيط لتنمية وتطوير الصناعة السياحية بشكل كبير ومن ثم فإن حرية المسنين والمتقاعدين في اختيار أوقات العطل حسب مزاجهم وأثناء فترات السعر الأدنى ستساعد في تقليل الضغط في دورة المواسم لصالح أوقات العمل الضعيف مما يزيد من الاستغلال السنوي وبالتالي زيادة المردودية السنوية سواء كان ذلك بالنسبة للمؤسسات والمرافق السياحية أو وسائل النقل كنتيجة لزيادة نسب الامتلاء أثناء المواسم الضعيفة، إن للمسنيين متطلبات تناسب وتلاءم احتياجاتهم كالإشارات سهلة القراءة والعناية الطبية في المواقع السياحية والإطعام الخاص وغالباً ما يقصد المسنين الأماكن التي تفتقر إليها بلدانهم كأماكن الحضارات والآثار القديمة، الجبال والصحاري أو الشواطئ بالإضافة إلى أن سياحتهم متميزة على اعتبار تفضيلهم الحياة الريفية حتى وإن تطلبت إنفاقاً أكثر.

1 إبياء السيد حنفي وفتحي الشرقاوي، مرجع سبق ذكره، ص252.

مليفة حفيظ شبايكي، السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري قسنطينة، 2003، ص207.

نفس المرجع، ص208.

مليفة حفيظ شبايكي، مرجع سبق ذكره، ص208.

السلامة والأمان والاستغلال الأمثل والأفضل للوقت: أصبح الآن في عداد المسلم به أن السياحة لا تتطور

بلد فيه أو بجواره مباشرة قلاقل واضطرابات سياسية أو اجتماعية أو حروب أو لا تتوفر فيها الشروط المحددة للبيئة ومن تم السلام والاستقرار والأمان شروط ضرورية وأساسية للتنمية والتطور في القطاع السياحي في ظل العولمة.

7. **البيئة والسياحة:** لقد ميزنهاية القرن 20 م وبداية القرن 21 م حديث عن التنمية

المستدامة والسياحة البيئية ويستمر نمو السياحة البيئية مع طلبات متزايدة من السياح الذين يبحثون عن مقاصد سياحية نظيفة وذات طبيعة خلابة وغير ملوثة حيث يقضون مدة أطول وينفقون أكثر على المواقع الخضراء التي ستصبح أكثر تنظيماً.

8- **اتفاقية التجارة في الخدمات وأثرها على قطاع السياحة:** تدعو الأهداف الرئيسية

للاتفاق العام للتجارة في الخدمات (GATS) إلى المساواة في معاملة الخدمات المحلية والأجنبية والتقليل من التمييز والحماية في تجارة الخدمات بما في ذلك السياحة¹. ويدعو الاتفاق العام للتجارة في الخدمات جميع الدول الأعضاء إلى توفير المساواة في المعاملة وفي النفاذ إلى السوق للموردين الأجانب الذين يوفرون خدمات من قبيل تشغيل الفنادق ووكالات السفر والرحلات وتتضمن المساواة في المعاملة والسماح للموردين الأجانب بإنشاء وتقديم الخدمات السياحية في غير بلدانهم، والسماح لهم بالحصول على جميع المستلزمات من الخارج وإعطائهم الحوافز المحلية والامتيازات الأخرى التي يتمتع بها مقدمو الخدمات المحليون، وتتضمن كذلك حرية تنقل الموظفين اللازمين لإدارة هذه الخدمات من بلد لآخر دون قيود وبشكل عام يدعو الاتفاق العام لتجارة الخدمات إلى التحرير التام والكامل للتجارة في الخدمات بما فيها السياحة، وإلغاء جميع الحواجز والقيود التجارية التي

تحول دون نمو هذا القطاع، ولتحرير التجارة الدولية و انتقال السلع و الأفراد بحرية آثار ايجابية على قطاع السياحة خاصة في مجال سياحة المؤتمرات والتدريب وسياحة رجال الأعمال خصوصا في البلدان التي لديها البنية التحتية اللازمة لتلبية الطلب المتوقع، وعلاوة على ذلك يشكل قطاع السياحة قطاعا مفتوحا نسبيا إذا ما قورن بالقطاعات الأخرى ومعظم البلدان تعتمد على القطاع الخاص بما في ذلك القطاع الخاص الأجنبي للقيام بدور رئيسي في تنمية السياحة وتز يده بالحوافز والميزات لتحقيق هذا الغرض بالإضافة إلى ذلك يعمل مشغلو الفنادق الدولية بنشاط في عدد كبير من البلدان السياحية، ولكن المشكلة الرئيسية التي تواجه مشغلي السياحة في الدول العربية ومن ضمنها الجزائر هي ذات المشكلة التي تواجه غيرها الخدمات السياحية، وكي يتحقق هذا فعلا لا بد أن تعمل الدول العربية ومنها الجزائر على تكثيف جهودها لتنمية قطاع السياحة وتحسين نوعية الخدمات المحلية، وفتح هذا القطاع تدريجيا أمام القطاع الخاص لزيادة فعاليته وقدرته التنافسية، وبالتالي زيادة قدرته على استقطاب اكبر عدد ممركن من الحركة السياحية العامية

1-مليكة حفيظ شبايكي، السياحة وأثارها الاقتصادية والاجتماعية، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري قسنطينة،

2003، ص207.

2-نفس المرجع، ص208.

3-ناجي التوني دور و افاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية المعهد العربي للتخطيط الكويت

2001ص9

المبحث الأول: ماهية الترويج السياحي

تمهيد:

تعتبر السياحة ظاهرة من ظواهر العصر، تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة، وأيضاً إلى نمو الاتصالات على الأخص بين الشعوب المختلفة بين

الشعوب المختلفة من الجماعات الإنسانية. ولهذا وجب الاهتمام بها ومحاولة البحث عن كل الثغرات التي يمكن لنا من خلالها إيجاد مناطق سياحية جديدة تتناسب واتجاهات الجماهير التي تتغير من وقت إلى آخر وبالتالي الفوز بثقتهم وتحقيق الطلب أكثر على المعروض السياحي، ولعل أبرز سبيل إلى ذلك هو إقامة علاقات طيبة في كل كافة الأرجاء سواء على المستوى الداخلي أو على المستوى الخارجي فمن خلالها نستطيع الترويج للسياحة حتى ولو كان ذلك بطريقة غير مباشرة وهذا ما سيتضح لنا جلياً من خلال الفصل الثالث في ثلاث محاور رئيسية هي:

1- ماهية الترويج السياحي.

2- وسائل الاتصال في الترويج السياحي.

3- دور العلاقات العامة في الترويج السياحي.

✓ **المطلب الأول: تعريف وأهمية الترويج السياحي.**

■ **تعريف الترويج السياحي:**

يعرف الترويج السياحي بأنه " عملية إحداث المعرفة لدى السائح عن الشركة وبرامجها وإحداث تفاعل إيجابي بين السائح وبين المعلومات التي حصل عليها عن طريق الجهود الترويجية وتشجيعه وتحفيزه على القيام بسلوك إيجابي محوره التعاقد على أحد البرامج السياحية التي تقدمها الشركة أو خلق طلب كامن لديه يظلّ يشعره بالتوتر والقلق حتى يقوم بإشباعه." ومن هنا تأتي أهمية الجهود الترويجية لإنجاح البرامج السياحية وتنبع من ثمة أهمية الاتصال السياحي باعتباره المحور الفعال داخل مكونات المزيج الترويجي الأربعة:

1-البيع الشخصي

2-الإعلان

3-ترويج المبيعات

4-العلاقات العام

2-الإعلان

3-ترويج المبيعات

4-العلاقات العامة

1-محمد منير حجاب . المداخل الأساسية للعلاقات العامة . دار الفجر للنشر والتوزيع ، مصر 1995 ص7

فالترويج السياحي لا يتم إلا من خلال الاتصال عبر هذه الأنشطة بصورة مباشرة أو غير مباشرة بالسائح لإقناعه بأهمية التعامل على برنامج سياحي معين ويعرف الترويج السياحي أيضا بأنه كافة الجهود الإعلامية والدعائية والعلاقات العامة الرامية إلى إعداد ونقل رسالة أو رسائل معينة عن الصورة السياحية لدولة ما أو منظمة ما إلى أسواق محددة بالوسائل الفعلية بغرض جذب الجماهير ودفعهم إلى ممارسة نشاط سياحي في تلك المناطق المستهدفة أي أن الهدف هو الطلب السياحي."

يعتمد الترويج السياحي على مخاطبة العواطف وإيقاظ الخيال وكسب المشاعر والاتجاهات من منطلقات سيكولوجية موجهة نحو الجوانب الغريزية والدوافع الأساسية والمكتسبة، مع عدم إغفال

النواحي الموضوعية والفكرية. فدور الترويج السياحي هو بناء صورة مضيئة وخلفية إيجابية لدى القدر الأكبر من مستقبلي رسائله المتعددة ثم الحفاظ على استمرارية هذه الصورة ودوام بريقها بمداومة تسليط الأضواء عليها

✓ أهمية الترويج السياحي:

تتمثل أهمية الترويج السياحي فيما يلي :

أولا: تحقيق النوعية السياحية:

فانخفاض مستوى الوعي السياحي لدى الجمهور يعد أحد العوامل التي تعوق السياحة عن أداء دورها في تنمية المجتمع والارتقاء به وأحد العوامل الخطيرة التي تفقد المنتج السياحي أهم مقوماته التي يتميز بها، لذلك فتحقيق النوعية السياحية مهمة جدا.

ثانيا: تحفيز الطلب على المضمون السياحي:

فالمضمون السياحي لدولة ما أو منظمة ما، ما هو إلا إجمالي عناصر الجذب السياحي التي تجذب السياح إلى تلك الدولة أو المنطقة وتدفعهم إلى زيارتها للاستمتاع بالسياحة فيها.

ثالثا: نشر المعرفة السياحية:

يعد الترويج أحد الوسائل الأساسية لنشر المعرفة والثقافة السياحية لدى الجمهور الداخلي والخارجي فمن خلال المعلومات التي تنتشر عن الآثار والمعالم السياحية والخدمات والبرامج المختلفة وعن أوجه الجذب والاستثمار يؤثر في آراء واتجاهات ومواقف الجمهور

رابعاً: تحقيق الإقناع لدى السائح:

يتحقق التنشيط السياحي باستخدام كافة الأنشطة الترويجية والأساليب الإقناعية التي تساعد على زيادة إعداد السائحين الفعليين والمرتبين من داخل الدولة أو من خارجها على السواء... بالإضافة إلى ذلك تهدف هذه الجهود إلى تحفيز المسؤولين عن الشركات والمؤسسات والهيئات السياحية كزيادة جهودها لاجتذاب أكبر عدد من السائحين.

المطلب الثاني: أهم وسائل الترويج السياحي

أدوات الترويج السياحي: 3

تتمثل أهم أدوات الترويج السياحي فيما يلي:

أولاً: الأفلام

وهي من الوسائل التي تستخدم في الخارج وتحقق الهدف الترويجي وتعد الأفلام من أكثر الوسائل فاعلية في نقل الأفكار على أنه لا بد من وجود رسالة دائمة ومتجددة ومضمون أو منتج سياحي مميز تسلط عليه الأضواء لجذب المشاهدين وميزانية مناسبة لإنتاج هذه الأفلام أو تسهيل إنتاجها بما يتفق والحملات الترويجية وأن يتوفر لدى الجهة أو المكتب أو الشركة أو الممثل السياحي الأفلام السياحية المناسبة والحديثة وأن يتم الاتفاق مع الجهات المختصة لعرض هذه الأفلام بأجهزة الإعلام الجماهيرية وفي دور العرض والجامعات والسفارات على أن تكون هذه الأفلام مختلفة المقاسات للاستعمال المسرحي وغير المسرحي وأن تكون الأفلام متنوعة الموضوعات جيدة المضمون ومتجددة بصفة دورية بحيث تغطي أهم المناطق السياحية وتبرزها وأن تكون صالحة للعرض في البلد الذي يتم فيه الإعلان من حيث الموضوع والفكرة والجاذبية والتشويق توفر عدد كبير من نسخ هذه الأفلام لتناسب وامتداد ميدان الحملة الترويجية توفير أفلام ملونة على أعلى مستوى إخراجي وأن تكون صالحة للعرض في التلفزيون وأن تكون جيدة الإعداد والإخراج صالحة للعرض مع مداومة عمل الصيانة اللازمة للتأكد من استخدامها في

1- إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة والإعلام، الطبعة الثانية، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1980 ص 95

2- إبراهيم إمام، مرجع سابق ص 95.

ثانيا :الصور:

وهي من المواد الهامة الترويجية خاصة عند كتابة مقالات في الصحف أو المجلات، وأيضاً الأنباء المصورة التي توزع على وكالات الأنباء والصحف والمجلات للاستعانة بها عند عمل نشرات سياحية وفي النوادي والجامعات مع مراعاة أن تكون الصور على جانب من الحداثة وتصور الواقع تصويراً شيقاً وواقعياً وجذاباً، مع ضرورة تنوعها وتعبيرها عن كافة أنواع السياحات الموجودة

الرسوم والصور لجذب الإنتباه بجانب أنها مادة تثقيفية لغتها سهلة وسليمة وتعمل على خلق الحافز لدى المتلقي 1.

ثالثا :الكتيبات:

والكتيبات من الوسائل الهامة التي يمكن استخدامها في الداخل والخارج أيضاً ولا تختلف عن الكتب كثيراً إلا في صغر الحجم، وتعتمد على وجود مادة دعائية وترويجية مناسبة ويمكن استخدامها داخل المنشأة وتقديمها للزوار والمتكردين من خارج المنشأة والبلاد لتوزع على الجمهور بكافة مستوياته على أن يراعي فيها الكتابة بلغة سهلة سليمة تتفق ولغة البلاد أو لغة البلد الذي توزع فيه وعاداته وتقاليده وثقافته السائدة، وأن تتمتع بالمستوى المنافس في حالة توزيعها في الخارج بحيث لا تقل عن المستوى المنشور في البلد الذي ستوزع فيه لا من حيث الجودة والطباعة ولا العرض أو الإخراج

رابعا :الملصقات:

ما زالت الملصقات من الوسائل الترويجية الهامة للمنشآت المختلفة رغم تعدد وتنوع الوسائل ورغم اختراع الكثير من الوسائل الحديثة والملصقات وسيلة ترويجية مقروءة قد تأخذ شكل لافتة كبيرة من القماش أو الورق أو المعدن تعلق في أماكن عامة كالميادين والشوارع الرئيسية التي يتردد عليها الجمهور أو تعلق على مركبات النقل العام، ومحطات السكك الحديدية، والملصقات التي تستخدمها الجهات المختلفة عديدة ومن المهم لخبير الترويج السياحي أن يعرف أنواعها المختلفة ومزايا كل نوع وخصائصها من حيث التحرير والإخراج والأهداف التي يمكن أن تتحقق تحقيقها والطريقة التي يفضل استخدامها سواء كانت كتابة فقط أو صور فوتوغرافية أو رسوم طبيعية

أو تجمع بين هذه الأشكال وبعضها وتنقسم الملصقات إلى

1- الملصقات الورقية: وهي كبيرة الحجم وتلصق بعد طبعها أو رسمها على لوحات خشبية
معدة

لذلك وتتميز بسهولة تغييرها كل فترة زمنية.

2- لوحات مصنوعة من المعادن والخشب والزجاج وتوضع داخلها الرسالة الترويجية وهي
طويلة

العمر وتفيد أكثر باعتبارها وسيلة تذكير تحمل رسالة مستمرة طويلة الأجل.

والملصقات من الوسائل الهامة التي تساعد على خلق الاتصال المستمر مع السائح لإمكان
تكرارها

وإمكان تعليقها بأحجام مختلفة، ويجب أن تمتاز بطابع الجهة المراد الترويج لها وأن تكون
معبرة عنها وعن الهدف الذي ترمي إليه مع مراعاة تناسب الأحجام مع الإستعمالات
المختلفة في

الدول المروج فيها، ومراعاة ارتفاع مستوى التصميم والإخراج والموضوعات وتوافر
الكميات لتناسب فرص العرض، وتمتاز الملصقات بسهولة وضعها في الطيران وشركات
السياحة والمعارض وأماكن الاحتفالات ومكاتب السفر، واختيار موقع الملصق هام لذا يجب
وضعه في موقع يجذب الانتباه ويكون واضحا للجمهور²

خامسا: ورق الخطابات والأظرف

وتحمل أوراق الخطابات والأظرف العلامة الترويجية للجهة السياحية المعلن عنها
سواء كانت شركة أو فندق أو بلد وهي وسيلة غير مكلفة حيث يمكن أن يقوم السائح أو الفندق
بإرسال خطاب إلى قريب أو صديق أو أي جهة، فيصبح بذلك وسيلة لتعرف الآخرين على
المكان وما يتمتع به من جمال وإمكانيات ومزايا
بإمكان إرسالها لعدد كبير من الزبائن المختارين، وأهم مميزات أنها تخلق شعورا بالاهتمام
والتقدير

1- محمد حسين بازرعة، الع- محمد منير حجاب، مرجع سابق ص 71

2 علاقات العامة والسياحة دار المعارف القاهرة 1997 ص 60

لدى المرسل إليه وهي وسيلة فاعلة للوصول إلى أكبر عدد من الأفراد بتكلفة قليلة وفي وقت قياسي بالنسبة لوسائل الاتصال الأخرى وتستخدمها كثير من شركات الطيران والفنادق وبعض الشركات

السياحية، وقد تنجح هذه الشركات في جذب السائح أو المتعامل في التعامل مرة أخرى، خاصة وأن الخطابات تحمل المشاعر الطيبة والود وتكون أقدر على خلق الاستجابة الحسنة لدى بعض الفئات.1

سادسا :بطاقات البريد

وإذا كانت المطبوعات هي العمود الفقري بالنسبة للتنشيط السياحي فإن بطاقات البريد تمثل أهمية خاصة في مجال السياحة، وذلك لأن بطاقات البريد تحمل المعنى والتعبير فمن المعروف أن بطاقات البريد تحول الحلم إلى حقيقة عن طريق الصور والحقائق المصورة والبيانات والمعلومات التي تتضمنها وتعرضها.

وتوجد مبادئ متفق عليها تراعى عند إصدار هذه البطاقات هي:

- 1- الالتزام بالأحجام المحددة والمقبولة لدى شركات السياحة بحيث تعرض بعضها الأفق أو يمكن إرسالها بالبريد أو حملها. art Works
- 2- الصور جيدة وملونة ويفضل البعض استعمال الصور بدلا من التصميمات الفنية لأنها متضمنة ومؤثرة أكثر مختصر جدا والعبارات قصيرة test .
- 3- المتن وتتميز المطبوعات بوجه عام بأنها تستثير اهتمام القارئ خاصة عند وضع الصور المعبرة عن إمكانات المكان وتميزه عند استعمال التصميمات الفنية ولكن استعمال وسيلة مطبوعة خصائصها التي يمكن الاستفادة منها وفي مجال السياحة يذكر البعض أن البطاقات البريدية لها دورها الهام في الترويج عن الجهة المروج لها لنقلها الصورة دون تكلفة تذكر وتكرار عملية الترويج.

3-نفس المرجع ص 61.

سابعاً: النشرات المطبوعة:

تتسابق الدول لإصدار هذه النشرات تحتوي على صور ومعلومات تهم السائحين ويشير برينيكير

خبير السياحة النمساوية إلى أن من الضروري مراعاة عامل التوقيت عند إعداد النشرة لأن الأوقات قد ترتبط بعادات الشعوب فالبعض يستعد لرحلته مبكراً مثل الإنجليز والألمان والبعض يستعد لها متأخراً مثل الفرنسيين، وبالنسبة لوكالة السفر فهي تعلن عن برامجها في وقت مبكر جداً حيث تحتاج لإعدادها مبكراً وإرسالها للدول المختلفة.

وعادة تقوم المنشآت والشركات المختلفة بعمل نشرة دورية لها كل شهر أو ثلاثة أشهر، وتقوم بإرسالها إلى عملائها أو إلى جماهيرها بصفة دائمة، والنشرة أداة طيبة لاكتساب ثقة العملاء لما تتضمنه من معلومات مفيدة وأخبار هامة فهي تهيء الفرص للسؤال والاستفسار عما يدور في أذهان المتعامل من أسئلة وفي مجال السياحة تجيب النشرة عن برامج الزيارات والأسعار كما أنها وسيلة¹ جيدة لتلقي الاقتراحات أو الرغبات وتقوم المنشأة السياحية بإصدار مطبوعات داخلية توزعها داخل البلاد لجذب السياحة الداخلية "للجمهور الداخلي" ومطبوعات خارجية للجمهور العام من السياح أو العملاء المرتقبين وذلك لإعطائهم الفكرة والانطباع الجيد عن المنتج السياحي المتنوع وقد تكتفي بعض المنشآت السياحية بإصدار نشرة داخلية توزع في الداخل لشرح ما يهم العملاء معرفته من معلومات وخطط وأسعار، كما يمكن توزيعها في الخارج وإرسالها إلى من تربطهم بالمنشأة السياحية صلة من حيث الأهداف، ويفضل بعض المنظمات إرسال النشرات إلى العملاء على منازلهم عن طريق البريد ويعتبر المضمون الجيد والمفيد الذي يقدم في النشرة هو الذي يحدد قيمتها وأهميتها سواء للجهة التي تتوجه إليها أو للجهة التي أصدرتها. ولا ينطبق هذا على النشرات فقط وإنما ينطبق على كافة المطبوعات والوسائل التي تتطلب سلامة المضمون والرسالة الواضحة السليمة والمفهومة.

1- زكي محمود هاشم ، العلاقات العامة المفاهيم والأسس العلمية، مطبعة ذات السلاسل الكويت 1996 ص 47. ،

2- ثامنا: المعارض

وتعد المعارض من الوسائل الهامة التي تهيء الفرص وتسمح بلقاء المهتمين بالعمل السياحي والعاملين به، خاصة المعارض والأسواق الدولية التي تتيح المجال والفرص للقاء كافة المعنيين والمهتمين بالسياحة والتي أصبح لها وقت محدد يحرص أصحاب الاهتمام على المشاركة فيه، فالمعارض وسيلة لعرض آخر المنتجات السياحية، والبرامج السياحية، وعقد الاتفاقات والتبادلات

بين الترابطات وتبادل وجهات النظر والعناوين وآخر الاتجاهات والأخبار السياحية وتمثل المعارض أهمية خاصة لعرضها المنتجات المحلية التي يقبل عليها الزوار وتزيد من القيمة المضافة لإنفاق السائحين وتعد المعارض والأسواق من أهم المنافذ والنوافذ الخاصة بالعرض الخارجي وترجع أهميتها إلى تمييزها ببعض الخصائص المحلية المميزة التي تساعد على تشويق وإثارة رغبة الجمهور في الشراء وتتمثل الخصائص التي تميز المعارض والأسواق في:

1- أنها تعكس جو الدولة وتوفر صورة حية لما ينتظره السائح من مغريات ووسائل تشويق وراحة ومنتعة

2- عرضها شرائح وأفلام تبرز المزايا السياحية المتوفرة وجمال المنتج السياحي وتنوعه وتحقق

للسائح ما يحلم به من متعة الشراء ومنتعة التواجد في بيئة وطنية خاصة مما يحقق له الجوى النفسى الذى ينتظره فى البلد المعلن عنه [

3- إمكانية تنظيم عرض أزياء ورقصات وطنية ووجبات شعبية تشتهر بها الدولة يثير خيال السائح ويدفعه إلى اتخاذ القرار بالسفر إلى ذلك البلد مما يعمل على تطوير المنتجات السياحية

والمنتجات الشعبية وتطوير المهارات الفنية الخاصة بالدولة لعرضها في الخارج.
4- تساعد المعارض على تحسين مستوى الخدمات والمنتجات المحلية وزيادة جودتها خاصة السلع التذكارية التي يقبل عليها السياح بوجه عام

تاسعا:مجلة المنشأة

وتعد مجلة المنشأة وسيلة من أهم وسائل المنشآت المختلفة للتعامل مع جمهورها الداخلي والخارجي وتصدرها المنشأة شهريا أو دوريا أو كل ثلاثة أشهر وأهم أهدافها بناء سمعة المنشأة وشهرتها وتدعيمها بين الجمهور وقد تصدرها إدارة العلاقات العامة أو قسم يتبعها، وتتضمن

1--محمد منير حجاب . المداخل الأساسية للعلاقات العامة . دار الفجر للنشر والتوزيع ، مصر 1995ص185" . المدخل الاتصالي

أهم الأخبار والأحداث الجارية وأهم الخطط المستقبلية التي سيتم تنفيذها، وهي وسيلة الاتصال بين العاملين في المنشآت والإدارة العليا وبينهم وبين المجتمع الخارجي حيث تهتم المنشآت الكبيرة بخلق روح الزمالة وخلق جو من التفاهم بينها وبين الجمهور والتحفيز على العمل، وتساعد مجلة المنشأة على تحقيق تلك الأهداف وعلى مستوى المنشآت السياحية تستطيع كافة المنشآت السياحية أن تقدم إلى جمهورها مجلة تحقق هذه الأهداف وتدعم الصورة الحسنة الخاصة بها على أن يراعي في تحريرها المقالات المشوقة يكون التوزيع حسب الأهمية بدءاً من مسؤولي السياحة وشركات السياحة، شركات النقل، الكتاب والمحرون السياحيين والمهتمون بالسياحة في المجالات السياحية المختلفة على أن يراعي انتظام صدورها وسرعة توزيعها وصدورها في الوقت المناسب¹

عاشرا: المؤتمرات

ويرى بعض الباحثين أن المؤتمر عبارة عن مناقشة وتبادل الأفكار بين الأعضاء وبعضهم البعض حول قضية أو موضوع أو مشكلة أو مشروع أو ظاهرة ترتبط بظرف معين، وذلك بقصد التوصل إلى آراء أو توصيات أو قرارات مناسبة مع العمل على الالتزام بها وفي مجال السياحة قام المسؤولون بعقد الكثير من المؤتمرات لمناقشة القضايا السياحية. المختلفة لبحث الموضوعات الخاصة بالمجال وكان من أهمها سبل تنشيط السياحة والتنمية السياحية والاستثمارات في مجال السياحة وغيرها من الموضوعات التي فرضتها ظروف البلاد في وقت من الأوقات مثل المؤتمر الذي عقد عن الإرهاب وتأثيره على السياحة وعوامل مكافحته وشارك فيه العديد من ممثلي الدول والمؤتمرات من أهم الأنشطة التي تقوم بها الجهات المختلفة لتحقيق رسالتها الاجتماعية والفكرية والإعلامية حيث يتم في تلك المؤتمرات مناقشة وبحث السياسات والسبل لكثير من الموضوعات ووضع وتحديد الإستراتيجيات ومناقشة الكثير من الموضوعات المتعلقة بموضوع المؤتمر ثم عرض

1-حسن توفيق ، العلاقات العامة. مطبعة المعرفة مصر 1982ص 80.

النتائج التي يتوصل إليها المشتركون في المؤتمر و اتخاذ التوصيات. وتعود أهمية المؤتمر إلى تسليط الأضواء عليه وعلى ما يدور بها وعلى البلد الذي يحتضن ذلك المؤتمر مما تعني أهمية إعلامية كبيرة لتزايد مساحة التغطية الإعلامية لأحداث المؤتمر خاصة إذا كان موضوع الانعقاد من المؤتمرات الهامة التي تشغل بال الرأي العام العالمي أو الإقليمي أو المحلي. كما يعد عقد المؤتمر من أكبر الفرص المواتية للترويج السياحي أثناء وبعد انعقاد المؤتمر إما بدعوة ضيوف المؤتمر لمشاهدة مواطن الجذب السياحي أو دعوة رجال الإعلام للزيارة ونقلهم أخبار ما رأوه في بلد عقد المؤتمر مما يمكن الترويج السياحي الرسمي من القيام بدور مناسب للترويج عن البلاد في أثناء انعقاد تلك المؤتمرات، وتكثيف الترويج عن الخصائص السياحية المتوفرة ونقل ذلك إلى وكالات الأنباء والمراسلين الأجانب وغير الأجانب لذلك أضحت تلك المؤتمرات تمثل أهم وسائل الاتصال الشخصي على المستويين المحلي والعالمي. وتختار المنشآت السياحية المختلفة من بين هذه الأدوات ما تستطيع بها تحقيق أهدافها الترويجية التي تتناسب مع أهدافها وظروفها الخاصة " المالية والبشرية " بحيث تصل إلى جمهورها المستهدف، وأن تختار الوسيلة المناسبة التي تحقق رسالتها.

الجمهور السياحي:

تعد معرفة الجمهور هي المدخل الرئيسي في التعامل معه، فمعرفة الجمهور وخصائصه وسماته وطبيعته هي التي تساعد على الترويج الناجح وتحديد الوسائل المناسبة والبرامج الواقعية التي تقدم إليه¹

أولاً: تعريف الجمهور السياحي

قبل التطرق إلى تعريف الجمهور السياحي لا بد أولاً معرفة المعنى الحقيقي للجمهور بصفة عامة. الجمهور اصطلاح فني يستخدمه خبراء العلاقات العامة للدلالة على جمع من الناس تربطهم مصلحة أو اهتمامات مشتركة إزاء مسائل أو مواقف يثار حولها الجدل، وهم ليسوا بالضرورة تجمعهم حدود جغرافية أو طبيعية محدودة وهو ما يؤكد الباحثون من أن مصطلح الجمهور يجمع أفراداً كثيرة سواء اجتمعوا في بقعة محدودة أو انتشروا في مساحة

واسعة وهم لا يعرفون بعضهم البعض شخصياً، بل يستجيبون لقضية أو حدث أو مشكلة واحدة. أما الجمهور السياحي فهو اصطلاح قني يقصد به جماعة من الناس كبيرة نسبياً سواء اجتمعوا في مكان محدد أو انتشروا في مساحة واسعة يرتبط أفرادها بروابط معينة، وتجمعهم ميول مشتركة كما يتميزون بتصرفات خاصة وأن من أهم صفات جمهور السائحين أنه شديد الحساسية للقلق السياسية والإشاعات، وأي أخبار الدعاية التي تشعره بعدم الاطمئنان، وتمنعه من الزيارة أو السفر مما يتطلب العمل الدائم على تقليل أثر الجوانب السلبية التي قد يحدث وتؤثر في السياحة، والتي قد تنشأ عن الأحداث الطارئة أو الأزمات أو الإشاعات الكاذبة، وجمهور السائحين يتأثر بالموودة وحسن المعاملة والتقدير وسرعة تقديم الخدمة واحترام المواعيد وسرعة الإجراءات والالتزام بالوعود والمواعيد، كما يهتم أيضاً بالمستوى المناسب وعدم المغالاة في الأسعار.

ثانياً: تقسيمات الجمهور السياحي:

ينقسم الجمهور السياحي إلى قسمين رئيسيين هما

1- الجمهور الخارجي:

يعني كل الأفراد الذين يقعون خارج الدول وتتصل بهم الشركة السياحية اتصالاً مباشراً أو غير مباشر وهو نوعين: يشمل الأفراد الذين تجمعهم روابط أو مصالح أو ميول أو اهتمامات مشتركة مثل جمهور النوادي أو النقابات أو المصالح أو الجامعات أو الجمعيات. عام: ويشمل جميع الجماهير الخارجية في منطقة معينة أو بلد معين، سواء كان هذا الجمهور في بلد أجنبي أو بلد عربي. 1

2- الجمهور الداخلي:

يشمل المواطنين المحليين الذين ينتقلون من بلد إلى آخر وتتصل بهم أيضاً المنظمة السياحية اتصالاً مباشراً أو غير مباشر. ووظيفة الإعلام الرئيسية هي الاهتمام بكافة أنواع الجمهور "الداخلي والخارجي" ووضع الخطط المناسبة للاتصال به لنجاح الخطط الإعلامية والترويجية في تحقيق أهدافها يفضل الاتصال بالجماهير النوعية تبعاً لخصائصهم الجغرافية أو الحضارية أو الديموقرافية أو الطبقة الاجتماعية.

2. - حسن توفيق العلاقات العامة، (مطبعة دار المعرفة، مرجع سابق مصر 1982 ص 81)

المبحث الثاني : استراتيجية الترويج السياحي

المطلب الأول: تعريف إستراتيجية الترويج السياحي:

الإستراتيجية في معناها العام هي التكتيك أو الأسلوب الواجب إتباعه في موقف معين أو هجوم معين، فهي منهاج للتفكير يعتمد على التقدير والتنسيق السليم وللوسيلة المتاحة. وفي مجال الترويج

السياحي تتأثر الممارسة الإعلامية بإستراتيجية الترويج للنشأة وترتبط هذه الإستراتيجية بالسياسة التي تتبعها المنشأة لكسب ثقة الجمهور وتنمية هذه الثقة باستمرار، كما تتأثر إستراتيجية الترويج السياحي التي تأخذ بها المنشآت السياحية بالأهداف التي تسعى إلى تحقيقها والسياسات التنفيذية للإدارات المساعدة والمشكلة المرتبطة بالموقف الراهن وبالأنشطة المختلفة للمنشأة وأيضا بالمعلومات المتوافرة في السائح الداخلي والأجنبي، ومنه فالإستراتيجية الترويج السياحي " تعتبر إحدى أجزاء أو مكونات الإستراتيجية التسويقية السياحية العامة للمنظمة والتي يتم تصميمها للاتصال بالسوق السياحي من خلال مجموعة من الأنشطة التي يتم ممارستها في إطار طبيعة نشاط المنظمة أو ما تقدمه للسوق السياحي من خدمات." ولوضع إستراتيجية الترويج السياحي يستلزم توافر المعلومات التالية :

1. تحديد الأهداف بدقة.
2. تحديد الإستراتيجية المنافسة.
3. تحديد السوق السياحي المستهدف والمستهلكين المستهدفين.
4. تحديد عناصر المزيج الترويجي.
5. ربط الأهداف مع وسائل الترويج.
6. تحديد الشعارات والشخصيات التي ستعتمد عليها الحملات الترويجية.

*المطلب الثاني: أنواع استراتيجيات الترويج السياحي

أولاً: إستراتيجية الحملات الترويجية المكثفة:

تستخدم شركات السياحة هذه الإستراتيجية في حملاتها المختلفة وبصفة خاصة الحملات الترويجية حيث تقوم بالتعاقد على شراء مساحات للترويج ليتولى بذلك الانطباع لدى السائح

عن المنطقة السياحية المراد الترويج لها، وقد تتناول الرسالة الترويجية موضوعات ثقافية وإرشادية تلافياً لملل القارئ للرسالة الترويجية وتستخدم هذه الإستراتيجية من طرف شركات السياحة الكبرى ذات الإمكانيات المادية الكبيرة والبرامج السياحية شديدة التنوع، ومن هنا فإن هذه الإستراتيجية تخاطب السوق السياحي

ككل بكل فئاته وبكل طبقاته وتعتمد اعتماداً كبيراً على اسم وشعار الشركة وعلى سمعتها في السوق السياحي من حيث جودة خدماتها السياحية وتنوع برامجها وإمكانياتها الكبيرة في إشباع احتياجات ورغبات جميع أنواع السياح، وما لديها من عناصر وإمكانيات خاصة للجذب السياحي.

ثانياً: إستراتيجية الحملات الترويجية المتقطعة أو الجزئية:

ووفقاً لهذه الإستراتيجية يتم اختيار فترات متباعدة عادة ترتبط بالموسم السياحي. ويكون الترويج عن البرامج السياحية المميزة التي تحتوي على عناصر جذب خاصة، ويقسم السياح هنا إلى فئات محددة تبعاً لدراسة السوق السياحية في البلد المروج له، وتعد لكل فئة الرسالة الترويجية التي تناسبها لضمان التأثير الفعال في كل طبقة والحصول على تعاقداتهم على البرامج بالشكل الذي يتناسب ورغباتهم وقدراتهم.¹

ثالثاً: إستراتيجية الحملات الترويجية المترابطة:

وتقوم على أساس مجموعة من الأفكار تعمل كل منها على تحقيق هدف جزئي من الحملة الترويجية، وتعد الرسالة الترويجية بحيث تتناول منها فكرة واحدة تتفق واحتياجات السلع في كل سوق، وفي النهاية تكون الموضوعات جميعها مترابطة المعنى وتصل إلى تحقيق الهدف النهائي وهو زيادة النصيب السوقي لشركة السياحة من التعاقدات السياحية.

1. - منير حجاب . مرجع سابق ص 19

المطلب الثالث : وسائل الاتصال في الترويج السياحي

أوضحنا فيما سبق مفهوم الترويج السياحي ونظرا لما قد يحدث من خلط بينه وبين مفاهيم الاتصال الأخرى كالإعلان والدعاية والعلاقات العامة، ورغم أن هذه الفنون لا تعد وأن تكون أدوات يستخدمها الترويج السياحي في نقل رسائله الترويجية والتأثيرية للجماهير فضلا عن كونها فنونا قائمة بذاتها إلا أنه كان من الضروري أن نقارن بينها وبين الترويج السياحي في مجالات التطبيق السياحي المختلفة.

1. - منير حجاب . مرجع سابق ص 19

العمل الجمعي : تعريفه وتاريخه في الجزائر

***تمهيد:**

شهدت الجزائر في العقدين الأخيرين كما في معظم دول العالم، التنظيمات المدنية والجمعيات الأهلية المهمة بقضايا الحياة الاجتماعية، الثقافية، الصحية والسياسية وغيرها بشكل لم يسبق له مثيل في الماضي وخاصة بعد الانفتاح السياسي حيث شهد المجتمع الجزائري ديناميكية أحدثتها الحركات الاجتماعية خاصة مع تراجع دور الدولة في مجال الاهتمام بالقضايا الاجتماعية وهذا ما فتح المجال أمام توسع النشاط الجمعي في البلاد وخاصة مع تعالي الأصوات المنادية بضرورة فتح المجال أمام الجمعيات.1

1-فؤاد البكري مرجع سابق ص. 97

المبحث الأول : ماهية الجمعيات

نتطرق في هذا المبحث لمفهوم الجمعيات والأصول التاريخية لنشأتها

***المطلب الأول : الأطر النظرية و التاريخية لإنشاء الجمعيات**

ظلّ الإنسان منذ القدم ميالاً إلى فكرة التجمع ذلك لتكوين الإطار الفكري الموحد وذلك مالا يتمخض عن الاجتماع بين الأشخاص متباعدين بل يرمي إلى تكوين الإطار الذي يضمهم و يعبرون فيه عن مواقفهم، ما جعل هذا المطلب يصبح حق لممارسة الفطرة أي اعتبار التجمعات حق أساسي ينبغي أن يتمتع المشاركين في التجمع السلمي قدر الإمكان بحرية تنظيمية بدون تقييد من أحكام قانونية فاعتبار مالا يمنعه القانون بصراحة يجب اعتباره ملموساً بذلك فان الذين يرغبون في إقامة تجمعا ليسوا مرغمين على الحصول على إذن بالقيام بذلك، و تجدر الإشارة بأنّ الحزب السياسي يختلف عن الجمعيات في الأهداف بحيث أنّ الأول يستهدف إلى الوصول للسلطة بشكل سياسي أما الجمعية فأهدافها تختلف عن الحزب السياسي.

ومن جهة أخرى الجمعيات و الأحزاب تنظيمان متشابهان و متدخلان حيث أنّ هناك بعض الدول تنظر إلى الأحزاب على أنّها نوع من أنواع الجمعيات و الجزائري مثال على ذلك، في الدستور 1989 و قانون 89/11 مؤرخ في 5 / 7 / 89 المتعلق بالجمعيات ذات الطابع السياسي الذي يرمي إلى الإشارة للأحزاب السياسية.

وتبقى أهم ميزة عن الجمعيات هي إن نشاط الجمعيات عموما يكون ذو طابع اجتماعي أو ثقافي تربوي أو ديني في حين الأحزاب نشاطها سياسي بالأساس يهدف إلى مشاركة سياسية¹ كما أنّ فكرة الانتماء إلى المجموعة أو القبيلة ظلت منذ الأزل فطرة يسعى الإنسان

من خلالها إلى التواجد في مجموعة و ذلك إما من أجل حماية نفسه من الأخطار التي قد تهدده من الطبيعة أو من الإنسان نفسه(الصراعات و الحروب) كما يعتبر العمل الجمعي الوسيط بين المواطنين و الدولة في صنع القرارات الهامة، وقد تأخذ هذه التجمعات مجموعة من الأشكال منها :

التجمعات العفوية: و تكون دون تحضير مسبق لها و يستتني القانون في هذه الحالة شرط الإخطار لتجمعات طالما كانت هذه التجمعات السليمة.

التجمعات المتزامنة: و تكون بأن يحدث التجمعين في نفس الوقت ليس بالضرورة أن تكون الأهداف مشتركة لكن عامل الزمن يجعلها تتداخل .

العامل المكاني: أي عدم الاشتراك في الرقعة الجغرافية أو الاشتراك فيها لا يحدد و لا يمنع حدوثها **1**

التظاهرات المضادة: هي شكل خاص من أشكال التجمعات تحدث عند ضرورة التعبير من طرف المجتمعين، و ذلك عندما يحسون أنّ هناك تهديد فعلي لمصالحهم ولأفكارهم.

1-أرحموني محمد . تنظيم ممارسة حرية التجمع في القانون الجزائري (الجمعيات و الأحزاب السياسية نموذجين) ،

1- أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة في القانون العام ،كلية الحقوق والعلوم السياسية،قسم العلوم السياسية،جامعة

*المطلب الثاني : مفهوم الجمعيات، أنواعها و دوافع تأسيسها

1-1 تعريف الجمعيات:

للجمعيات عدة تعريفات متعددة و مختلفة باختلاف جوانب الدراسة و التي يمكن حصرها

كالآتي *أولا/التعريف الفقهي:

الجمعيات هي كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة معينة أو غير معينة تتألف من أشخاص

طبيعيين واعتباريين بغرض الحصول على ربح مادي¹

تعرف الجمعيات بأنها اتحادات بشرية و منظمات اجتماعية غير مبرحة العمل فيها يقوم

على أساس تطوعي و تهدف إلى تقديم خدمات عديدة و متنوعة يحتاج إليها المجتمع يحتاج

أعضاء هذه الجمعيات الاشتراك في جميع م ا رحل العمل بها ، يطلق عليها في الولايات

المتحدة اسم القطاع الثالث على أساس أنّ الدولة هي القطاع الأول و القطاع الخاص هو

القطاع الثاني الهادف إلى تحقيق الربح³

1مجموعة من خبراء منظمة الأمن التعاون الأوربي، مكتب المؤسسات الديمقراطية و حقوق الإنسان بخصوص حرية

التجمع، وارسو ست ا رسب ورغ، 2010 ، ط 2 ، ص. 18

2أنور الدين تواتي. الجمعيات و القانون المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم

العلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 ، 2005 ، ص. 11

و تعرف أيضًا بأنها تشكيلات اجتماعية فاعلة و منظمة تقوم على أسس تطوعية غير مبرحة لتحقيق أهداف عامة لمجموعة تعتمد أساليب الحكم إلا رشد ضمن أطر قانونية التي تضمن الشفافية وحرية التشكيل في علم الاجتماع تعرف الجمعية بأنه: العملية الاجتماعية التي تنعكس في التفاعل و الاتصال .

****ثانيا/التعريف القضائي:** من بين أشهر التعريفات التي وضعها القضاء للجمعيات

التعريف الصادر عن المحكمة الدستورية العليا في مصر المتضمن في حكمها الشهير رقم

153 سنة 21 قضاء دستوري، القاضي بعدم دستورية القانون رقم 153 سنة 1999

المتضمن قانون الجمعيات و المؤسسات الأهلية حيث من أهم ما جاء في حيثيات الحكم ما

يلي: هي واسطة العقد بين الفرد و الدولة إذ هي الكفيلة بارتقاء بشخصية الفرد بحسابه

القاعدة الأساسية في بناء المجتمع عن طريق بث الوعي و نشر المعرفة والثقافة العامة و

من ثم تربية المواطن على ثقافة الديمقراطية الفردية و المشروعة على ضمان الشفافية و

التأثير في السياسات والتوافق في إطار من الحوار الحر و بناء الاجتماعية و الاقتصادية

معاً، و

من الحوار الحر و بناء الاجتماعية و الاقتصادية معاً، و تعبئة الجمهور الجماعية لإحداث

مزيد من التنمية العمل بكل الوسائل العامة و تعميق مفهوم التضامن الاجتماعي و مساعدة

الحكومة عن طريق الخبراء المبذولة و المشروعات العامة الحث التطوعية على أداء أفضل

للخدمات على حسن توزيع الموارد و توجيهها ترشيد الاتفاق العام

2/- واقع تأسيس الجمعيات و الانضمام إليها:

يكون انضمام الأفراد إلى الجمعيات أو تأسيسها للأسباب و العوامل التالية :

*إنجاز الأعمال المشتركة بين الأعضاء .

*تقوية العلاقات بين الأفراد و سهولة الاتصال بينهم .

*حماية حقوقهم و الحفاظ على مكتسباتهم.¹

تحقيق الانتماء و التقدير من خلال المجموعة .البحث عن مكتسبات جديدة كالخبرة و

التعلم .الحاجة إلى الصداقة و العلاقات خارج الإطار الرسمي المعتاد .إشباع الحاجات

الإنسانية و خلال العمل داخل الجماعة، فالفرد بانضمامه إلى تلك الجماعات إنما هو يبحث

عن تلبية الحاجة الإنسانية التي تكون من خلال إثراء العمل الجماعي الإنساني بين أعضاء

الجماعة و قيادتها. و تتمثل هذه الأهداف فيما يلي :

أولاً/التجانب بين الأشخاص :-و ذلك من خلال التشابه بين الأشخاص في الاتجاهات و

القيم السمات البدنية والشخصية و الخصال و الخصائص الوجدانية و المستوى الاقتصادي

و الاجتماعي.

ثانياً/الجانبية لأنشطة الجماعة :-مثل الانضمام لنادي معين نظراً لكونه يهتم بنشاط معين

يكون الفرد له رغبة ملحة للقيام به.

ثالثاً/الجاذبية لأهداف الجماعة : عندما يرى الفرد أنّ أهداف الجماعة تتداخل وتتشابه مع

طموحات و أهدافه الشخصية ذلك من خلال أنّ الجماعة تمتاز بمناخ يشعر فيه الأفراد بالتقارب والانتماء و الولاء للجماعة والعمل معاً في سبيل تحقيق هدف مشترك، و تتمثل هذه العوامل فيما يلي

أ /جاذبية التفاعل بين الأعضاء : أي أنّه كلما ا زدت التفاعلات بين أف ا رد الجماعة كلما أدى ذلك إلى مزيد من التماسك.1

ب/جاذبية أنشطة الجماعة : و ذلك من خلال توافق أنشطة الجماعة مع استعدادات و قد ا رت الفرد و سماته الشخصية(2) .

ج/إسهام عضوية الجماعة في تحقيق الأهداف الخاصة : و سواء كانت هذه الأهداف مادية أو معنوية و هذا ما يضاعف من ولاء الأفراد للجماعة و الإقبال على العمل الجماعي(3).

1 حسن ملمح.نظرية الحريات العامة، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط1 ، سنة 1981 ، ص. 75

2 إبراهيم محمد حسين.أثر الحكم بعدم دستورية قانون الجمعيات الأهلية، مصر،دار الكتب و النشر القانونية، 2006 ،

ص11 سائدك ا رجة.المجتمع المدني في الوطن العربي،لبنان،دار النشر لمنشورات المركز الدولي للقوانين و المنظمات غير الهادفة.

***المطلب الثالث : الضمانات القانونية لإنشاء الجمعيات**

إنّ حرية التجمع السلمي حق أساسي من حقوق الإنسان التي يمكن أن يتمتع بها و يمارسها الأفراد الجماعات و الجمعيات غير المسجلة، و الكيانات القانونية و الهيئات الاعتبارية و قد تم الاعتراف بأنّها أحد أسس الديمقراطية الفعالة و السلمية يساعد تسهيل المشاركة مع الآخرين في التجمعات ، و على هذا النحو تقوم حرية التجميع السلمي بتسهيل الحوار داخل المجتمع المدني و ما بين المجتمع المدني و ما بين القيادات السياسية و الحكومة، و قد تخدم حرية التجمع السلمي أعراضا كثيرة بما في ذلك التعبير عن آراءه و الدفاع عن المصالح المشتركة ، الاحتفال و إحياء المناسبات والاعتصام و الاحتجاج، إنّ لممارسة هذه الحرية أهمية رمزية و إجرائية على حد سواء، و يمكنها أن تكون عناصر هامة في المناط على الثقافة و تطويرها و كذلك في مراعاة و الحفاظ على هويات الأقليات، تستكمل هذه الحرية بغيرها من الحقوق والحريات، مثل حرية تكوين الجمعيات الحق في إقامة الاتصالات و الإبقاء على التواصل داخل

أراضي الدولة و حرية التنقل الحق في عبور الدولية، حرية التعبير، حرية الفكر الضمير، تحمل حرية التجمع أهمية جوهرية في مجالات التنمية و الكرامة الشخصية، و منه يكون الإطار القانوني للتجمع كآتي:

1-1 المعايير الدولية و الإقليمية:

في هذا المجال نذكر أهم المعاهدات الدولية و الإقليمية في شأن حرية التجمع السلمي.

-المادة : 20 الإعلان العالمي لحقوق الإنسان:

لكل شخص الحق في حرية الاشتراك في الجمعيات و الجماعات السلمية.

-المادة : 21 العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية السياسية:

يكون الحق في التجمع السلمي معترفاً به، لا يجوز أن توضع قيود على ممارسة الحق إلا تلك التي تفرض طبقاً للقانون و تشكل تدابير ضرورية في مجتمع ديمقراطية لصيانة الأمن القومي والسلامة العامة أو النظام العام أو حماية الصحة العامة أو لآداب العامة أو حماية حقوق الآخرين و حرياتهم.

.لا يجوز تقييد ممارسة هذه الحقوق بأية قيود غير القيود المفروضة طبقاً للقانون والتي

-المادة : 11 الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان:

1- . لكل إنسان الحق في حرية الاجتماعات السلمية و حرية تكوين الجمعيات مع

الآخرين، بما في ذلك حق الاشتراك في الاتحادات التجارية لحماية مصالحه.

2- . لا تخضع ممارسة هذه الحقوق لقيود أخرى غير تلك المحددة في القانون حسبما

تقتضيه الضرورة في مجتمع ديمقراطي لصالح مجتمع ديمقراطي لصالح الأمن القومي، و

سلامة الجماهير، و لا يمنع هذه المادة م فرض قيود قانونية على ممارسة رجال القوات

المسلحة أو الشرطة أو الإدارة في تلك الدول لهذه الحقوق.

-المادة 15 : الاتفاقية الأمريكية لحقوق الإنسان.

حق الاجتماع السلمي بدون سلاح هو حق معترف به و لا يجوز فرض قيود على ممارسة هذا الحق إلا تلك المفروضة طبقاً للقانون و التي تشكل تدابير ضرورية في مجتمع ديمقراطي لمصلحة الأمن القومي أوالسلامة العامة أو النظام العام أو حماية الصحة العامة أو الأخلاق العامة أو حقوق الآخرين

حسين عبد الحميد أحمد u1585 رشواني.البناء الاجتماعي للإنسان و الجماعات، مصر، مؤسسة شباب الجامعة ،ال
اسكندرية ، 2007، ص 248

2فاروق عبده فليه محمد عبد المجيد .السلوك التنظيمي في دراسة المؤسسات التعليمية، عمان ،دار المسيرة للنشر
والتوزيع و الطباعة، الأردن ، ط 1 ، 2005 ، ص96
يه محمد عبد المجيد . مرجع سابق، ص 97

***المبحث الثاني: التطور التاريخي للنشاط الجمعي في الجزائر.**

يعود العمل الجمعي في الجزائر إلى الحقبة الاستعمارية حيث تم تأسيس العديد من الجمعيات و فيما يلي تفصيل لهذه المراحل.

• **المطلب الأول :**

**** المرحلة الأولى :إبان الاحتلال الفرنسي للجزائر.** نشأة المجتمع المدني في الجزائر

ارتبطت بالدين خاصة الزوايا، و يرجع بعض الباحثين أن البدايات الأولى لتشكيل المجتمع المدني تعود إلى القرن الحادي عشر ميلادي، مع بروز الطرق الصوفية التي تشكل الإطار

العام الذي من خلاله يدافعون على الحرية الوطنية ضد الأفكار الداخلية الآنية من

الاستعمار، فقد واجهت الجزائر أبشع أنواع الاستعمار، حيث طمس إلى كل ما يرمز للهوية

الجزائرية ، كل المقومات الحضارية للشعب الجزائري من خلال الثالوث الأسود التف قير

النتصير التجهيل، بل ذهب إلى ابعده من ذلك خلال إصدار المرسوم الفرنسي الذي اعتبر

الجزائر مقاطعة فرنسية، في ظل هذا الوضع السيئ، كرد فعل قام الجزائريين بعده.3

3- محمد منير حجاب مرجع سابق ص 108

1سعد اله ابو القاسم. **لحركة الوطنية الجزائرية الجزائر**، عالم المعرفة للنشر والتوزيع، ط 1 ، 2009 ، ص. 85

الجمعية الراشدية:

تم تأسيسها سنة 1894 عن طريق مجموعة من الشباب خريجي المدارس الفرنسية الجزائرية و بتأييد من طرف المتعاطفين مع الجزائريين، و استطاعوا أن ينشئوا لها فروع الجزائر، كان هدف هذه الجمعية هو مساعدة الشباب الجزائري على العمل التفكير و العيش عيشة عصرية، و من بين الآليات التي تركز عليها لتبليغ رسالتها إلغاء المحاضرات و هذا عناوين المحاضرات التي نظمتها الجمعية 1907 التضامن و الأخوة بين المسلمين .التشريع الإسلامي في الجزائر منذ. 1832

ب /الجمعية التوفيقية:

تم إنشائها عام 1908 و استطاعت هذه الجمعية استقطاب عددا هائلا من الأعضاء وصل إلى 200 عضوا خلال سنة واحدة، كان يرأسها الدكتور "آية التهامي" هدف هذه الجمعية الثقافية هو جمع الجزائريين

الذين يرغبون في تثقيف أنفسهم و تطوير الفكر العلمي (1 . كم إلى جانب هذه الجمعيات تأسيس العديد من النوادي أهمها :نادي صالح بآي الشرفي، نادي الشباب الجزائري في تلمسان، الإقبال في جيجل ... إلخ... لعبت دورا بارزا في الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري و حمايته من الغزو الثقافي الفرنسي.

ج /الطرق الصوفية:

كان لها دورا هاما في الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري و تحصينه ضد الغزو الثقافي الفرنسي أثناء احتلاله للجزائر، و لا يزال تلعب فاعلا مهما في تشكيل

تصورات المواطنين و مدركاتهم الإسلامية، بل كذلك في التجنيد السياسي الطريقة الجانية 1786، الطريقة القادرية... إلخ.

د /جمعية علماء المسلمين.

تأسست جمعية علماء المسلمين في الخامس من مايو 1931 بالعاصمة و قد ضمت 72 عالما جزائريا جاءوا من مختلف U1571 أنحاء القطر و من مختلف الاتجاهات الدينية، و من بين أهدافها تعليم اللغة العربية، محاربة الخ ارفات و تصفية الإسلام بما علق به من شوائب خلال الفروق المتأخرة، كان لها دور فعالا في القضية الوطنية.

حيث أيقظت الشعب الجزائري من سباته و غفوته و دعته إلى المطالبة بحقوق المهضومة، القيام باللغة العربية، لغة الدين و الوطن و نادى على العمل بالقض آرن و السنة الشريفة .

¹ في نفس السياق كما تؤكد معظم الدراسات التي تناولت تاريخ الجزائر المعاصر، إن مؤسسات المجتمع المدني كان لها الفضل الكبير في مقاومة الاحتلال الفرنسي، لم يمنع الوضع السيئ الذي آلت عليه الزوايا خلال فترة الاحتلال لتكون بمثابة مؤسسة شاملة، فهي مسجد للعبادة و ملجأ للهاربين، مأوى للغرباء و مركز للفقراء، و علاوة على ذلك هناك العديد من الممارسات التضامنية التي تتجسد أولها "التوزيعة" التي تعد بمثابة العرق في المجتمع التقليدي، الذين يستمتعون بشخصية محترمة، إضافة إلى اعتبارات أخلاقية و خاصة الذين ينحدرون من الأسر. ¹

1-محمد منير حجاب . مرجع سابق ص111.

• المطلب الثاني :

**المرحلة الثانية : مرحلة ما بعد الاستقلال

و قد قسمت هذه المرحلة إلى فترتين هامتين قد مر بهما النظام السياسي الجزائري، هما على النحو التالي:

-أولاً : فترة الأحادية الحزبية 1962 : 1988 -

تميزت فترة الأحادية الحزبية بضعف النشاط الفعلي للمجتمع المدني حيث لعبت السلطة السياسية الحاكمة في الجزائر منذ الاستقلال دوراً هاماً في تكييف مجتمع مدني على مقامها، و ذلك بالاعتماد على رفع شعارات محددة من ضمنها " المحافظة على الوحدة الوطنية " و يلاحظ أنّ منذ السنوات الأولى من الاستقلال سعت السلطة للاستيلاء و صياغة الفضاء السياسي الرسمي و غير الرسمي و ذلك وفقاً مما تقتضيه مصلحتها وتؤكد. العديد من الشواهد هذه الحقيقة لأنّ الدولة كانت ترى أنّ التنمية الاقتصادية، الاجتماعية، التربوية و الثقافية مدمجة في طبيعة النظام السياسي، و نظراً لهيمنة النظام السياسي على منظمات المجتمع المدني فقد ظلت الدولة تمارس دور الأب و الوصي الفعلي على مؤسسات المجتمع المدني و ذلك نظراً للفكر الإقصائي الذي كان سائد آنذاك، بحيث أنّ نفس المصير الذي واجهته مؤسسات المجتمع المدني كان متخلخلاً في مؤسسات الدولة السياسية و كانت هناك معالم الديكتاتورية واضحة على جميع المستويات .

ذلك أنّ النظام السياسي كان يروج للأفكار الشخصية لصناع القرار ورفض المبادرات و عدم تقبل التيار سواء المعاكس المعتدل أو المتطرف و سادت إيديولوجية شمولية في النظام

السياسي وهذا ما انجر عنه صراعات داخل حزب جبهة التحرير الوطني و بروز الانقلابات العسكرية نجح بعضها و فشل البعض الآخر و كل هذا جعل نشاط المجتمع المدني ثانوي لا فائدة منه يكاد يوصف بالقصور .

و تجدر الإشارة أنه و بالرجوع إلى دستور 1963 م، المادة 19 الحرية مكفولة لإنشاء :« و التي تنص الجمعيات من طرف الدولة، بحيث أنه لا يجب أن يكون هذه الجمعيات توجهات تتعارض مع توجهات الحزب الحاكم و معالم الاشتراكية المنتهجة في النظام السياسي الجزائري، بل تكون ملزمة بالسير وفق توجهات الحزب الحاكم و أن تكون مهمة هذه الجمعيات هي تكوين كوادر مشبعة بقيم الحزب و ضمان الترويج لها، ذلك السماح بنشاط الجمعيات التي تتعارض مع هذا الطرح تجاوز و الخروج على النطاق الايدي ولوجي للحزب.

«الحاكم و الأمثلة على ذلك عديدة، هذا ما يوضح التضييق الفعلي على تأسيس الجمعيات و نطاق نشاطها وان صح القول فقد أفرغت الجمعية من محتواها و أصبحت مجرد تمثال و همي يمثل وجه آخر للنظام السياسي قلبا و قالبا.

1وردت هذه الفكر من حرية الجمعيات

بتصرف من مرجع : يامنة أمينة نواري . المجتمع المدني و التنمية المحلية في الجزائر، د دراسة حالة ولاية

سعيدة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة سعيدة،- 2014

2015،ص. 37 2وردت هذه الفكرة بتصرف من مرجع، يامنة أمينة نواري، مرجع سابق، ص. 38

فترة التعددية الحزبية (بعد 1989)

أزدهر نشاط المجتمع المدني أحدث أحداث أكتوبر 1988 م و 1995 م ، و هذا نظرا لظروف التحويل الديمقراطي الذي شهدت الجزائر على غرار بلدان أن العالم، و ما تقتضيه من حريات الأفراد في التعبير¹

و قد جاءت فترة الثمينات و أبدت السلطة الحاكمة بعض التسهيلات في مجال إنشاء الجمعيات و ذلك في قانون رقم 15 / 87 المؤرخ في 21 جويلية 1987 مع وجود بعض التصيق، غير أنه عموما يمكن القول أن النشاط الجمعي ظل محصور بشكل كبير . أما القانون رقم 15 / 87 المؤرخ في 21 جويلية 1987 المتعلق بالجمعيات فقد عرف الجمعية في مادته تجمع أشخاص يتفقون لمدة محددة أو غير محددة على جعل معارفهم و أعمالهم و وسائلهم : « الثانية بأنها و يجب أن يعلن هدف الجمعية دون غموض و يكون أسما...» مشتركة بينهم قصد تحقيق معين لا يدر ربحا مطابقا له، و نجد في هذا التعريف أن المشرع ألزم إعلان الهدف من تشكيل الجمعية و أن يكون اسمها مطابق لهدفها، و هذا حتى يتسنى للجميع التعرف عليها و لا يختلط تشخيصها مع جمعيات أخرى لها نفس الأهداف، كما نجد أن هذا القانون ينفي عنصر الديمومة عن الجمعية التي جاء بها الأمر رقم 79 / 71 و هذا عندما أورد عبارة (لمدة محددة أو غير محددة).

1- إبراهيم إمام. مرجع سابق ص 136

المطلب الثالث : الإطار القانوني للعمل الجمعي في الجزائر.

1 : القانون 90 / 31 ، الصادر 4 ديسمبر 1990 ، المتعلق بالجمعيات.

عرف المجتمع المدني في الجزائر كمفهوم، ممارسة منذ القدم، و حظي باهتمام متزايد في الخطاب السياسي من خلال إقرار مجموعة من النصوص الدستورية القانونية التي تعتبر من أقوى الضمانات لممارسة نشاطها.

- 1 حسب دستور 1989 الجمعيات الجزائرية.

جاء دستور الجزائري 1989 لتكريس حقبة التعددية في تاريخ الجزائر، كانت أهم الإصلاحات التي احتواها هي استحداث المادة 40 ، «حق إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي معترف به : » التي تنص على كذا عدة نصوص إيجابية في مجال حقوق الإنسان و الحريات العامة، و ذلك في الفصل الرابع من باب الدستور 1989 ليشكل عددا هائلا من تنظيمات المجتمع المدني كالجمعيات و النقابات و في نفس السياق، نصت كل من المواد 32 (، 39 ،) 53 على دور الجمعيات و الأفراد في الدفاع عن الحقوق الأساسية للإنسان وعن حريات الفردية، الجماعية بالإضافة إلى الحق النقابي لجميع المواطنين، حمايته بقوة القانون، و قد تدعم هذا الانفتاح السياسي باتجاه التعددية.

2- حسب بصدور القانون 90 / 31 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990.

و يعتبر من بين القوانين التي تناولت موضوع الجمعيات و خصصت له عددا من موادها، الذي حدد المبادئ و الشروط اللازمة لتأسيسها و قواعد عملها و تمويلها و إيقاف و حضر نشاطها، القانون 90 / 31 يمكن اعتباره خطوة كبيرة في مجال الاعتراف بحرية العمل

الجمعي لما تضمنه من تسهيلات إدارية وإجرائية تعرف أنها اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها، و تجمع في إطارها : « الجمعية طبقاً لهذا القانون في مادته الثانية أشخاصاً طبيعيين و معنويين لغرض غير مريح، كما يشتركون في تنفيذ معارفهم، و رسائلهم لمدة محددة من و .» « أجل ترقية الأنشطة ذات الطابع المهني، الاجتماعي، الديني، التربوي و الثقافي و الرياضي عل الخصوص يحدد القانون أجهزة الجمعيات المتمثلة في الجمعيات العامة و المكتب التأسيسي، يوضح آليات تسييرها الداخلي.¹

من مداولات و انتخابات، و سبل اتخاذ القرار المحاسبي، و لا بد من التذكير أن القانون 90 /13 أكد على استقلالية العم استقلالية العمل الجمعي على العمل السياسي، إذ تنص المادة 11 على ضرورة تميز الجمعية بهدفها وتسميتها و عملها عن أي جمعية ذات طابع سياسي، لا يمكن أن تكون لها أية علاقة بها سواء كانت تنظيمية أو هيكلية إلى جانب استقلالية المالية عن الحماية ذات الطابع السياسي، يحدد القانون في مادته 26 مواردها المتمثلة في - :اشتراكات الأعضاء، العائدات المرتبطة بالأنشطة، الهبات و الوصايا .

الإعانات المحتملة التي قد تقدمها الدولة أو الولاية أو البلدية.¹

1- أحمد الجلال. التنمية والإعلام السياحي المستدام. عالم الكتب. مصر 2003 ص 137.

التصريح لدى السلطات المختصة و مع ذلك، فالق الجديدة للقانون و الممارسات الفعلية المرتبطة به قد تجعل الملاحظ يعيد النظر في هذا الحكم المتفائل الذي ارتبط بمرحلة بداية التسعينيات، قبل أن تسوء الأوضاع في الجزائر بسرعة فائقة بعد ذلك جراء تدهور الوضع الأمني و السياسي، و لتوضيح ذلك بذكر ما يلي 2 :

-المادة : 07 تؤسس الجمعية قانونيا بعد الإجراءات التالية :تصريح التأسيس لدى السلطات العمومية المختصة المذكورة في المادة 10 من هذا القانون .تسليم وصل تسجيل تصريح التأسيس من خلال السلطة العمومية المختصة خلال 10 أيام على الأكثر من يوم إيداع الملف و بعد دراسة مطابقة لأحكام القانون.

: 1 حيث تنص المادة 32 دستور 1989 على الدفاع الفردي أو عن طريق الجمعية عن الحقوق الأساسية للإنسان عن الحريات الفردية الجماعية.

: 2 المادة 02 من القانون 31 / 90 المتعلق بالجمعيات.

هذا القانون يعود إلى الغرفة الإدارية أمر الفصل في ذلك خلال 30 يوما الموالية للإخطار، إذ لم تخطر الجهة الهوية الوطنية المتمثلة في الإسلام و العروبة، الامازيغية في خطابها السياسي

1-حمود الجوهري دليل العلاقات العامة للمؤسسات والشركات. الدار القومية للطباعة والنشر مصر 1963ص 35
-حمود الجوهري دليل العلاقات العامة للمؤسسات والشركات. الدار القومية للطباعة والنشر مصر 1963ص 35

فهو جاء ليؤكد أن حرية التعبير إنشاء الجمعيات و الاجتماع مضمونة للمواطن حسب نص

المادة 41 . 1

كما نصت المادة 16 منه، على مشاركة المواطنين في تسيير شؤون العمومية و تذهب المادة 33 من نفس الدستور على ضمان الدفاع عن الحقوق السياسية و المدنية و المادة 43 التي تنص على ضمان الدولة إنشاء الجمعيات و التشجيع على ازدهار الحركة الجموعية، فـدستور 1996 لم يكتف بإنشاء الحركة الجموعية ولم يؤهل الدولة لسن القوانين التي تنظم هذه الحركة فقط و إنما أعطى الدولة الدور البارز في تشجيع الحركة الجموعية انطلاقاً من أن هذه الأخيرة يجب أن يكون لها دور أساسي في تنشئة المواطن و توعيته بإبداء أريه في السياسات العممة و المشاركة المباشرة أو غير المباشرة في وضع السياسة الخارجية، بحيث يكون في خدمة المصلحة الوطنية للأمة، بإضافة إلى برنامج الحكومة لسنة 2004 الذي نص على أن الحكومة تشجيع مساهمة المجتمع المدني في إدارة شؤون المجتمع، النقاش الفكري، كما نص على م ا رجعة الحكومة لقانون الجمعيات . و نتيجة للحراك العربي الذي حدث في مطلع عام 2011 ألقى الرئيس الحالي عبد العزيز بوتفليقة خطاباً شهر أبريل من نفس السنة، توعده فيه بالقيام بعدة إصلاحات جوهرية تمس كافة المجالات في الدولة، أدى هذا إلى ظهور عدة قوانين كمخرجات لهذه الإصلاحات،

2. فؤادة البكري. الإعلام السياحي دار النشر للجامعات مصر 2001 ص 162

كما أن المشرع قد سعى إلى أحكام الرقابة و هذا يتعارض مع العمل الجمهوري، كذلك يتعارض مع بنود المعاهدات و الصكوك الدولية التي تضمن حرية العمل الجمعي التي وقعت عليها الجزائر و ضمنتها

1:المواد من 11 إلى 26 من القانون 31 / 90 المتعلق بالجمعيات

2 : حيث تنص المادة 132 على أن المعاهدات التي يصادق عليها رئيس الجمهورية

حسب الشروط المنصوص عليها في الدستور، تسمو على القانون

مختلف 1 الدساتير، علما ان المعاهدات الدولية تسمو على القوانين الداخلية بموجب نص

الدستور 1996 في مادته. 132

-أما المادة 17 يجب على الجمعيات أن تعلم السلطات العمومية المختصة المنصوص

عليها في : « تنص على المادة (2) 10 من هذا القانون بكل التعديلات التي تدخل على

قانونها الأساسي و جميع التغييرات التي تطرأ على هيئاتها القيادية خلال « 30 يوما الموالية

للقرارات التي تتخذ في هذا الشأن

و نص المادة 18 يجب على الجمعيات تقديم كل المعلومات المتعلقة بعدد المنخرطين فيها

و كذا:»

مصادر أموالها و وضعها 1575 المالي بصفة منتظمة إلى السلطة العمومية المختصة، وفقا

للكيفية التي يحددها التنظيم.3

و مما سبق الذكر يتضح أن هاتان المادتان 17 (،) 18 تجعل الجمعية تحت رقابة وزارة

الداخلية مباشرة، لقد بينت تجربة الكثير من الجمعيات الوطنية حتى المحلية، أنها عمليا أمام

إعادة الاعتراف بها في كل مرة تقوم المكلف بالمالية على وجه التحديد باعتبار الرئيس هو الممثل القانوني للجمعية، يملك مع أمين المالية حتى التسيير المالي للجمعية، فإن أي تفسير لهما يعني عمليا إعادة تسجيل جديد للجمعية أما مصالح وزارة الداخلية إلى قد تستغل هذه الفرصة للضغط على الجمعية و عدم منحها تأشيرة المطابقة، فإمضاء الرئيس و أمين المالية مطلوبان من قبل كل البنوك و مراكز البريد عند أي معاملة مالية، مهما كان حجمها مما يعني أن كل تفسير في الحصول على تأشيرة المطابقة معناه تعطيل فعلي لعمل الجمعية¹

- 3 الحركة الجمعوية في ظل دستور. 1996

بعد فوز الجبهة الإسلامية للإنقاذ ، تم حضر نشاطها و مصادرة ممتلكاتها، أصدرت الحكومة اقرار في مارس 1992 بحل جميع التنظيمات و الجمعيات التي كانت مرتبطة بالجبهة الإسلامية للإنقاذ و استمر الوضع إلى غاية وصول الرئيس اليمين زروال إلى الحكم ، قام بأجراء تعديل على دستور 1989 و تم تصويت عليه²

1 بن ناصر بوطيب. النظام القانوني للجمعيات في الجزائر، قراءة نقدية في ضوء القانون 06 / 12 ، مجلة دفاتر

السياسة القانون، العدد 10 ، جامعة قاصدي مرباح، 2014 ، ص. 256

2 حيث تنص المادة 10 من القانون المتعلق بالجمعيات على ببادر أعضاء الهيئة القيادية المؤسسون بداع تصريح

تأسيس الجمعية لدى السلطات المختصة²

مما سبق يظهر أن هذا القانون كان أكثر صرامة و تقييد لحركة النشاط الجمعي، بدل أن يأتي في اتجاه

يعبر على أطروحات أكثر انفتاحا خاصة أن صدور صاحب حركات ما يسمى الربيع العربي، القاضية بإرساء معالم الديمقراطية اشتراكية على الأقل من ناحية الضغط الذي شكلته حركتها على النظام الحاكم، فالقانون سعي إلى تشديد الإجراءات على مستوى التأسيس ، فرض الرقابة المشددة على نشاط الجمعية مواردھا المالي علاقتها بالأحزاب السياسية و مختلف الجمعيات الدولية، هذا ما يعكس سلبا على أداء الجمعيات في الجزائر عموما، فبالرغم من التعداد الذي تجاوز 120 ألف جمعية حسب إحصائيات 2013 ، إلا أن نشاطها لا يزال ضعيفا و غالبا ما يتصف بالمناسبتين، هذا ما أسهم في تراجع دور حركات المجتمع المدني على جميع.

- 4 الضمانات القانونية حسب التعديل الدستوري. 2016

+المادة : 33 الدفاع الفردي، أو عن طريق الجمعية عن الحقوق الأساسية للإنسان و عن الحريات الفردية والجماعية مضمون.

+المادة : 41 حريات التعبير، و إنشاء الجمعيات، و الاجتماع مضمونة للمواطن.

+المادة : 45 حق إنشاء الجمعيات مضمون - .تشجع الدولة ازدهار الحركة الجمعوية .

يحدد القانون العضوي شروط و كلفيات إنشاء الجمعيات.¹

¹نادية بنوة.المرجع السابق، ص. 136

يظهر من خلال ما جاء في التعديل الدستوري أن حق إنشاء الجمعيات مكفول دستوريا والـج
ا زئر منخلال هذه التشريعات تحاول ترقية العمل الجمعي و إثراء المشاركة الشعبية و حق
المواطن¹

1 بلال أمين زين الدين. منظمات المجتمع المدني في الدول العربية و الغربية (د ا رسة مقارنة)، مصر، دار الفكر

الجامعي، الاسكندرية، ط 1 ، 2014 ، ص. 37

المبحث الثالث : واقع جمعية الظهرة للفن والسياحة والآثار

المطلب لأول : التعريف بالجمعية

بيان نشر التأسيس في اليومية الوطنية: تم نشر التأسيس في جريدة الجمهورية يوم الأحد 8

محرم 1425هـ الموافق ل 29 فبراير 2004 في عددها 2119

*بطاقة فنية عن جمعية الظهرة

-الاسم : جمعية الظهرة للفن والسياحة والآثار تنشط على مستوى بلدية مازونة

تأسست في 27 : جانفي 2004 .

-رقم الاعتماد : 005/م ت ش ع / م ت ع 2004

-العنوان : عين الجنة مازونة ولاية غليزان

-رئيس الجمعية : الأستاذ كحلوش عبدالقادر *

التعريف بالجمعية : جمعية الظهرة للفن والسياحة والآثار لمازونة هي جمعية معتمدة

مصنفة ضمن جمعيات الثقافية المحلية ، تأسست بتاريخ 2004/1/15 و اعتمدت بتاريخ

2004/1/27 ، تنشط على مستوي تراب والية غليزان بحيث تعمل على ابراز المعالم

التاريخية و الثقافية و السياحية و الفنية بالاشتراك مع مديرية الثقافة و مديرية السياحة و لم

تشارك مع مديرية النشاط الاجتماعي أبدا لولاية غليزان ، ينخرط فيها 150 منخرط من

مختلف المستويات العلمية و المهنية و يقوم على تسييرها 15 عضوا سنتعرف عليهم فيما

بعد.

*ظروف التعرف علي الجمعية و الانطباع الأولي:

1-أرشيف الجمعية اشهار جريدة الجمهورية 2004

2-وصل تسجيل رقم 2004/005 بتاريخ 2004/01/27 ولاية غليزان سنة 2004

2-فؤادة البكري مرجع سابق ص 101

إذا و إتباعا اهتمامنا بالحركة الجمعوية ابتداء من مذكرة ليسانس علي مستوي غليزان . حاولنا البحث عن جمعية ثقافية تنشط بشكل منتظم في أحد بالديات والية غليزان إذ من خلال أطالعي علي الكثير من الجمعيات و أعضائها تبين لي أني اتصل بأحد الأصدقاء في الحركة الجمعوية حتى دلني علي جمعية الظهرة و نظم لي موعد مع رئيس الجمعية في شهر ديسمبر سنة 2012 و من خلالها بدئنا في إحصاء الحركة الجمعوية علي المستوى الولائي و هذا ما أكده الكثير من أهل مازونة بكونها جمعية نشطة و لها دور فعال في صهري (اهتمام بتاريخ مازونة و هذا ما صرحه لنا أحد المخبرين و لنا معه عالقة عائلية الذي رافقني في مراحل انجاز هذا البحث. و الذي عرفني أكثر و عن قرب بريس الجمعية كونه صديق خصية المازونية له و زميل له في قطاع التربية ، و أول انطباع الذي خرجت به هو ذلك الصرار علي نشر تاريخ مازونة و التحدي علي لثبات الشخصية المازونية واثبات تاريخية هذه المنطقة

المطلب الثاني :

كرونولوجيا الحركة الجمعوية

إذ كان الجميع متفق علي تأسيس هذه الجمعية للدفاع عن تاريخ مازونة وتبيان معالم أثارها والبحث عن المحافظة علي تقاليد المنطقة حيث بدأ سنة 2004

ب طرح فكرة تأسيس جمعية مكونة من أبناء المنطقة و كانت الفكرة بداية من طرف الرئيس الحالي للجمعية و بعض أعضائها و اجتمعوا حول الفكرة في تأسيس جمعية الظهرة و هو ما تم في سنة 2004 بحصولهم على الاعتماد و هذا ما مكنهم في مزاولة نشاطهم و الذي لم يعرف الانقطاع حتى اللحظة التي نقوم فيها بهذا البحث و دام نشاطهم إلى درجة مشاركتهم في كل المناسبات المحلية و الوطنية كما سنبينه في تحليلنا لنشاطاتهم الجمعوية في إطار أفكارهم و أهدافهم المسطرة في قانونهم الأساسي و التي هي على مدار العشر سنوات و التي عرفت الجمعية من خلالها تغيير أعضائها في ثلاث مرات و هذا من خلال تغيير القوانين المنظمة للجمعيات و تغيير بعض الأعضاء و بقية الرئيس محتفظ بالرئاسة منذ 2001 الي 2014 مرورا بقانون 2012/6

المطلب الثالث : ابعاد ووظائف الجمعية

و كما هو مصرح به في القانون الساسي ، ان الجمعية تهدف اساسا الي نشر تاريخ المنطقة و المحافظة علي الثار و المعالم الثرية و المطالبة بترميمها و تحسين افراد المجتمع باللتفاف حول هذا المشروع كما جاء في كتابات الاتجاه الوظيفي – البنائي في الوظائف 1النثروبولوجيا و علم الاجتماع مع الوظيفة الظاهرة التي تتمتع بها الجمعية كون الظاهرة هي بالضرورة نتائج موضوعية التي يتوقع الافراد حدوثها.

إن أعضاء الجمعية يعملون علي تحقيق هذه الهداف من خلال النشاطات في إطار الحركة الجمعية ، و التي في ثالثة أبعاد و هو البعد الاجتماعي و البعد الثقافي و البعد السياحي الي الجانب التحسيسي و التي يركزون علي تحقيقها من خالل ما يلي:

البعد الاجتماعي:

إن جمعية الظهرة تعتبر جمعية ذات طابع ثقافي بالدرجة الولي نظرا للدوافع التي أسست من اجلها و التي من خالها نلتمس و عي المنتمين للجمعية بأهمية المنطقة و تاريخها كما تبين من خلال الفاعلين في الجمعية بشكل واضح و الذين عبروا في كثير من الحيان من استيائهم من الدارة المحلية التي تري فيها عدم الاهتمام بالمنطقة و القاع عن تاريخها ، و هذا يتبين في الدوافع الولياطة العمال و النشاطات التي تقوم بها الجمعية و نشاطات أخرى تأتي في الدرجة

الثانية من حيث الاهتمام و التي تصب في مساعدة كبار السن في حالة التقتعد من أبناء المنطقة و حيائل تكريم الوجوه المعروفون فنيا و ثقافيا من أبناء المنطقة و خارجها كما ستبينه فيما بعد الزيارات الميدانية و الخرجات السياحية تقوم الجمعية أحيانا بتنظيم زيارات ميدانية داخل و خارج مازونة ألبنائها و احياء النشاطات الوطنية المختلفة و المناسبات الثقافي و المساهمة أيضا في السابيع الثقافية التي تقام في الولايات داخل الوطن ، و يقوم أيضا أعضاء الجمعية بزيارة الكثير من الرجوع المعروفة لمدينة مازونة في بيوتهم في القرى و المناطق المعزولة و التابعة إداريا لدائرة مازونة أين يزورونهم و يقدون لهم الهدايا و اهم نشاط يحبذونه.

1- . رحيل ، البعاد النثروبولوجية للحركة الجمعية ذات الطابع الثقافي ، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، 5919

أعضاء الجمعية هو ذلك التكريم يقام سنويا في يوم 07 أفريل من كل سنة و الممثل في يوم العلم لتكريم وجوه أدبية أو فنية و خاصة من أفراد عائلة التعليم الذين قدوا الكثير في مجال النشاط الوحيد الذي ننتظره كل سنة و : التعليم علي حد قول احد المبحوثين

هو تكريم بعض أبناء المنطقة من شهر افريل من كل سنة اليوم الذي أطلق عليه " التكريم ببرنس الظهره " الذي يحدي به مجموعة من المعروفين في المنطقة و هم في حالة تقاعد و النشاط مبرمج في كل سنة مرة واحدة التي يتم الانتقاء من أول السنة و نحن نحضر له و هذا ما يعجبني في النشاط و خاصة عندما نزور المختارين في التريم بالبرنوس و كما تري في الصور و الفيديوهات للنشاطات السنوات الماضية و النشاط مستمر و يتجدد كل سنة ، و كما بدأنا أول مرة بترقيم أول رجل من المنطقة أصبحنا ستة مكرمين كما رأيت و حضرت بنفسك التركيم سنة 2014

البعد الثقافي ، التحسيسي ، الترفيهي

إن نشاطات الجمعية في مجملها متداخلة و متكاملة حتى تستطيع إن تخدم بشكل مباشر للأهداف المسطرة لها و التي من اجلها أسست الجمعية ن هذا إلي جانب الترفيه التي تقوم به أطفال المنطقة من حيث زيارة الأماكن الثرية خارج منطقة مازونة و هذا الانسجام يتضح و يبدو متكامل في الجانبين التحسيسي و الثقافي كما يتبين لنا في النشاطات تنظيم حفلات و من خلالها تدخلت عالمية و - : المتبادلة فيما بينهم و هذا من خلال اليوم -اليوم الوطني للعلم يوم 14/07/من كل سنة - : تحسيسية لصالح منطقة مازونة الأيام و الأعياد الوطنية و الدينية الأخرى -اليوم الوطني للفنان -الوطني للشهيد

بين أيدينا فيديو يغطي التكريم لسنة 5914 ، و هو من انجاز الجمعية -ل

أيضا تحي و تنظم الجمعية و تشارك في العديد من المناسبات الثقافية في الولاية و خارجها -التعريف بمنطقة مازونة - : حول مازونة و ما تختزنه من آثار التاريخية و المتمثلة في إظهار المخطوطات و الآثار التي -التعريف بشخصيات تاريخية و أدبية لمنطقة مازونة تحتويها مازونة

التقرب من الادارة و مطالبتها بالحفاظ علي الآثار و ترميم الأماكن المعرضة لانهدار - كالقصبه و مساجد عتيقة

نستنتج من خلال هذه النشاطات فهي تعبر علي عدد من الأهداف المسطرة من طرف الجمعية و من حالها نجد ان الهدف الأساسي هو التقارب و التحسيس و نشر ثقافة و تاريخ مازونة في الوسط المحلي و خارجه و هذه اللقاءات فتعتبرها اعضاء الجمعية فرصة للاحتكاك بجمعيات للعرب أكثر علي أهمية المنطقة و تاريخها و التقرب أيضا من المسؤولين المحليين من مختلف الدارات العمومية.

المطلب الثالث : الديوان المحلي للسياحة

يعتبر : القانون الأساسي للديوان المحلي للسياحة بـمازونة : تعريف الديوان المحلي للسياحة الديوان المحلي للسياحة جناح تابع للجمعية و حتى تتمكن هذه الخيرة تلقي مساعدات مالية البد عليها تأسيس ديوان للسياحة مصادق عليه من طرف مديرية

السياحة التي أجرينا معها مقابلة في مقر المديرية و أيضا حضرنا لحصة خاصة بالإذاعة الجمهورية لغليزان حول المعالم الأثرية في مازونة بحضور مدير السياحة ، ممثلة بلدية طلب دعم مالي ..مازونة المكلفة بمكتب ..و رئيس جمعية الظهرة بدل من رئيس الديوان إلي مدير السياحة

طلب دعم مالي الي مدير السياحة

جانب الدعم المالي للديوان

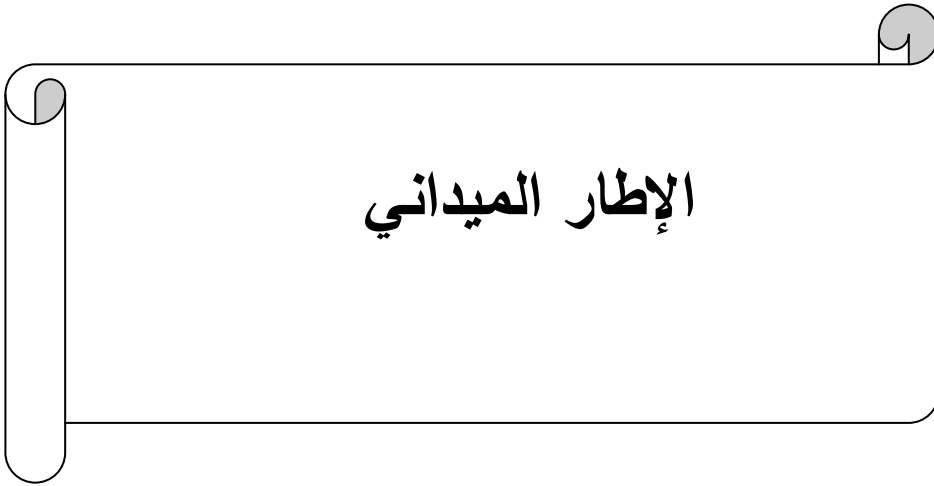
كيف يتم تدعيم الديوان : طيلة مرحلة تأسيس هذا الديوان لم نتلقى الجمعية دعما في ذا المجال و بكل بساطة هذا الديوان الذي هو من صلب الجمعية و أعضاء الجمعية هم أنفسهم أعضاء الديوان لذلك لم تقدم أي عمل مقارنة مع عمل الجمعية لحد لم نتلقى أي إجابة حول هذا الديوان حاولنا كثير من المرات الاتصال بمدير السياحة الصناعة التقليدية إلى إننا و في كل مرة نتلقى نفس الجواب إننا المدير في اجتماع و مرة أخرى هو موجود في الولاية

طلب دعم مادي إن ما تزخر به مدينتنا مازونة من آثار و معالم سياحية كمسبح تامدة الطبيعي ومدرسة مازونة العثمانية والقصبه التي التخلف كثيرا عن قصبه العاصمة أو

قصة تلمسان يحتاج جهودا متضافرة ودعمًا ماديًا من وزارة السياحة والصناعة التقليدية ولتحقيق ذلك أملنا إن يتحقق طلبنا هذا كما تعودنا منكم دائما . تقبلوا تحياتنا

المرفقات.

الطلب من أرشيف الجمعية مأخوذ بتاريخ 2012 /08/06-



تقديم مجال البحث

المحور الاول:

المحور الاول:

تقديم مجال البحث

بطاقة فنية عن جمعية الظهرة بيان نشر التأسيس في اليومية الوطنية: تم نشر

التأسيس في جريدة الجمهورية يوم الأحد 8 محرم 1425هـ الموافق ل 29 فبراير

2004 في عددها 2119

*بطاقة فنية عن جمعية الظهرة

-الاسم : جمعية الظهرة للفن والسياحة والآثار تنشط على مستوى بلدية مازونة

تأسست في 27 : جانفي 2004 .

-رقم الاعتماد : 005/م ت ش ع / م ت ع 2004

-العنوان : عين الجنة مازونة ولاية غليزان

-رئيس الجمعية : الأستاذ كلوش عبدالقادر *

التعريف بالجمعية : جمعية الظهرة للفن والسياحة والآثار لمازونة هي جمعية

معتمدة مصنفة ضمن جمعيات الثقافية المحلية ، تاسست بتاريخ 2004/1/15 و

اعتمدت بتاريخ 2004/1/27 ، تنشط علي مستوى تراب والية غليزان بحيث تعمل

علي ابراز المعالم التاريخية و الثقافية و السياحية و الفنية بالشترك مع مديرية

الثقافة و مديرية السياحة و لم تشارك مع مديرية النشاط الاجتماعي أبدا لغليزان ،

ينخرط فيها 150 منخرط من مختلف المستويات العلمية و المهنية و يقوم علي

تسيير ها 15 عضوا سنتعرف عليهم فيما

الإطار الميداني

مذكرة نيل شهادة الماجستير في الانتثرو ي الوجيا بعنوان الحركة الجموعية 2015/ 2016 وهران

المحور الثاني: تحليل المقابلات و النتائج

جدول رقم 01 : يبين خصائص أفراد عينة البحث :

قمنا باستجواب أفراد العينة و هذا حسب الجدول التالي :

الرقم	الجنس	السن	المستوى التعليمي	المنصب	تاريخ إجراء المقابلة
01	ذكر	51 سنة	جامعي	رئيس الجمعية	2018/05/21
02	ذكر	28 سنة	جامعي	عضو بالجمعية	2018/05/21
03	ذكر	36 سنة	متوسط	كاتب عام	2018/05/21
04	ذكر	25 سنة	ثانوي	عضو بالجمعية	2018/05/21
05	ذكر	25 سنة	جامعي	عضو بالجمعية	2018/05/22
06	أنثى	30 سنة	ابتدائي	عضو بالجمعية	2018/05/22
07	ذكر	43 سنة	ثانوي	عضو بالجمعية	2018/05/23
08	ذكر	49 سنة	ثانوي	عضو بالجمعية	2018/05/23

الإطار الميداني

2018/05/23	عضو بالجمعية	متوسط	38 سنة	أنثى	09
2018/05/23	عضو بالجمعية	جامعي	27 سنة	ذكر	10

يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه أن عينة البحث مكونة من 10 مبحوثين، معظمهم من فئة الذكور و البقية الأخرى هن من فئة الإناث، و يتراوح سن أعضاء جمعية الظهرة التي تم إجراء المقابلات معهم في مدينة مازونة ما بين 25 سنة و 51 سنة ، أما مستوى أعضاء الجمعية جاء متنوعا ،أغلبهم لهم المستوى الجامعي ثم يليه المستوى الثانوي ثم المستوى المتوسط و أخيرا المستوى الابتدائي.

وتم إجراء المقابلات مع المبحوثين من 21 ماي 2018 إلى غاية 23 ماي 2018.

الفصل الأول : الجمعية وعلاقتها بالنشاط السياحي

تمهيد :

تعتبر مدينة مازونة من المدن التاريخية العريقة الأصيلة وقاعدة تاريخية هامة في قلب جبال الظهرة ،فهي كانت ملتقى لعناصر مختلفة و حضارات متعددة ،إلى جانب موقعها الاستراتيجي الذي جعلها تتألف عبر مختلف الأزمنة .

في هذا الفصل سنعرض ما هو تصور أعضاء جمعية الظهرة عن السياحة ، تم كيف تساهم الجمعية في تنشيط السياحة المحلية و ونشاطاتها المحلية و الدولية، وهل توجد ثقافة سياحية للجمهور الداخلي و الخارجي للجمعية.

- تصور أعضاء جمعية الظهرة عن السياحة :

الإطار الميداني

من خلال تحليل المقابلات ميزنا اتجاه واحد لتصور أعضاء الجمعية عن السياحة، فكانت إجابات المبحوثين متقاربة فهم يرون أن السياحة هي الترويج عن النفس وتبادل الأفكار .

حيث نستشهد >> بالمبحوث رقم 51،01 سنة، رئيس الجمعية >>، قائلا : >> السياحة في نوع من الثقافة من أحل التعارف و تبادل الأفكار >> .

ويضيف >>المبحوث رقم 04، 25 سنة، عضو بالجمعية >> قائلا : >>السياحة هو ذلك النشاط الطي يهدف إلى التعرف بمكونات المجتمع الثقافي و الموروث الفكري لأي مجتمع >> .

التفسير :

عايشت مازونة عدة حقبات من العهد الروماني وتشهد على ذلك عدة آثار وكانت مركزا بربريا ومقرا قديما لرئيس قبيلة الماسون وأسماء أحياء المدينة " تاسرت" ، " أجدير" و " أدليل" لخير دليل على ذلك، مما جعل مازونة تملك زخما من المقومات السياحية حول لها أن تكون مدينة سياحية بامتياز، كل هذا مهد لتأسيس جمعية الظهرة سنة 2004 التي تسعى للمحافظة على الموروث الثقافي للمدينة .وجل اعضاء جمعية الظهرة لديهم نفس التصور عن السياحة في المدينة فعيتبرون السياحة الترفيه غن النفس و تبادل الافكار و التعرف على الموروث الثقافي التي تتميز به مازونة.

وعرف الألماني جويبر فرولير عام 1905 السياحة بأنها >>عبارة عن ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة و إلى تغيير الهواء و الإحساس بجمال الطبيعة و إلى الشعور بالبهجة و المتعة، وإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة،و أيضا إلى نمو الاتصالات

الإطار الميداني

وخاصة بين الشعوب و أوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية، و هي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة و الكتاب السياحيين ¹ <<

- اسهام جمعية الظهرة في تنشيط السياحة المحلية ، ونشاطاتها المحلية و الدولية.

من خلال تحليل المقابلات ميزنا اتجاه واحد فيمكن إسهام الجمعية بالتعريف بالموروث السياحي للولاية غليزان عامة و منطقة الظهرة خاصة.

حيث نستشهد <<بالمبحوث رقم 05، 25 سنة، عضو بالجمعية >> قائلا : <<تمثل إسهام الجمعية في التعريف بالفن و الآثار و الرموز التي تتميز بها الظهرة، كمدرسة العتيقة، مسبح تامدة وغيرها من المناطق >>.

ويضيف <<المبحوث رقم 10، 27 سنة، عضو بالجمعية >> قائلا : << وذلك عن طريق التعريف بالثقافة و الإرث الفكري للمجتمع المحلي و العمل على جعله منتوجا سياحيا قابل للتسويق >>.

في حين أدلى <<المبحوث رقم 07، 43 سنة، عضو بالجمعية >> قائلا : << يمكن المساهمة عبر الترويج للسياحة المحلية عبر نشر مقاطع الفيديو و الصور >>.

التفسير :

تعتبر السياحة مورد مهم لأي دولة وأي مدينة وهي مؤشر أساسي لدفع عجلة التنمية، فمقياس تتطور أي دولة أو مدينة هو السياحة، و بالتالي ينعكس إيجابا على التنمية على جميع المستويات لكن شريطة أن يتم استغلالها وإعطائها قيمتها الحقيقية حتى تضمن الفاعلية بذلك وتسعى جمعية الظهرة من خلال نشاطاتها المتنوعة من خلق تنمية سياحية، وذلك من خلال

¹ أمين داني، تصور الأساتذة لاستراتيجيات تنمية السياحة الثقافية بمستغانم ، رسالة ماستر، جامعة مستغانم، 2016/2017، ص.38.

الإطار الميداني

المهرجانات و البرامج التي تدخل في الحياة اليومية للمنطقة و القيام بزيارات ميدانية داخل وخارج مازونة لأبنائها و إحياء النشاطات الوطنية المختلفة و المناسبات الثقافية .

فتستعين جمعية الظهرة بعدة وسائل الإعلام و الاتصال للترويج لنشاطاتها بغية التعريف بالمقومات السياحية التي تزخر بها منطقة الظهرة.

- الثقافة السياحية لدى الجمهور الداخلي و الخارجي للجمعية .

يرى معظم المبحوثين أن لوسائل الاتصال الجماهيرية دور فعال في نشر الثقافة السياحية لدى الجمهور الداخلي (أعضاء الجمعية) و الجمهور الخارجي (المواطنين) إن أحسن استغلالها ، و يتم هذا من خلال برامج و نشاطات الجمعية.

حيث نستشهد >> بالمبحث رقم 51،01 سنة، رئيس الجمعية << قائلا : >> توجد تجارب كبيرة لدى الجمهور الداخلي و الخارجي، وهذا الدور الذي تلعبه الجمعية سواء بإقامة معارض أو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة السياحية.<<

ويضيف >> لمبحث رقم 25،05 سنة، عضو بالجمعية << قائلا : >> الجمعية تقوم باتصال داخلي و خارجي قصد التعريف بالمنطقة وهذا ما تركز عليه الجمعية.<<

التفسير :

الاستراتيجيات الحديثة في الدول المتقدمة تعمل على تجنيد وسائل الإعلام و الاتصال للسكان من أجل اكتساب ثقافة سياحية و بث لديهم و إشراكهم في التعريف بالموروث الثقافي للمنطقة

الإطار الميداني

و ضرورة الحفاظ عليه وكيف يتعاملون مع السائح الوطني و السائح الأجنبي، فأعضاء جمعية الظهرة هم شركاء في هذه المعادلة .

الثقافة السياحية هي امتلاك الفرد لقدرة من المعارف و المعلومات و المفاهيم و المهارات والاتجاهات و القيم التي تشكل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المظاهر السياحية² .

ويتم نشر السياحة الثقافية لدى الجمهور الداخلي و الخارجي من خلال تنظيم الملتقيات والنشاطات و الأيام الدراسية التي تنظم حول موضوع السياحة وبهذا يتم التعريف بالموثوث الثقافي التي تتميز به منطقة الظهرة و إظهار العادات و التقاليد العريقة التي تعتبر عنصر جذب للسائحين الذين يبحثون عن التعرف و التقارب مع عادات و تقاليد الشعوب الأخرى، ويكون ذلك من خلال إشراك كافة أفراد المجتمع المدني خاصة الجمعيات و الاستماع إلى أفكارهم البناءة و تفعيل هذه الأفكار في إطار التنمية السياحية.

فالثقافة السياحية مسؤولية كل المؤسسات السياحية الموجودة في المجتمع المدني بالإضافة إلى الأسرة و المدرسة، لان الثقافة السياحية عملية مستمرة و ليست مقيدة بوقت أو مرحلة عمرية مميزة فبإمكان التربية أن تضمن جزءا من الثقافة السياحية لكي تقوم السياحة بدور تربيوي فعال.

الاستنتاج : من خلال هذا الفصل تك استنتاج ما يلي :

² هناء حامد زهران، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 2004، ص.24.

الإطار الميداني

- تتميز منطقة الظهرة بمقومات سياحية متنوعة ،وتسعى جمعية الظهرة للحفاظ عليها.

- تسعى جمعية الظهرة من خلال نشاطاتها و برامجها المتنوعة إلى تحقيق التنمية السياحية في المنطقة .

- تعمل جمعية الظهرة بنشر الثقافة السياحية لدى الجمهور الداخلي و الخارجي.

الفصل الثاني : جمعية الظهرة و علاقتها بوسائل الإعلام .

تمهيد :

تعتبر وسائل الإعلام و الاتصال انعكاسا للبنية السياسية و الاجتماعية و الثقافية للمجتمعات المتواجدة فيها،فالخطاب الإعلامي مرتبط و يتأثر بمضمونه بالمجتمع في أبعاده الاجتماعية للمؤسسة،ومن هنا نرى أن هناك علاقة تبادلية و تفاعلية بين وسائل العلام و المجتمع المدني بمختلف مكوناته ،وفيه الجمعيات ومن هنا نلمس بأن الوسيلة الإعلامية هي في حالة تأثر وتأثير،وعليه سنتطرق في هذا الفصل كيف يتم التواصل بين أعضاء جمعية الظهرة وما هي الوسائل الإعلامية أكثر استخداما، وهل تتواصل الجمعية مع مؤسسات حكومية وغير حكومية وهل هناك توأمة مع جمعيات دولية.

- طريقة التواصل بين أعضاء جمعية الظهرة ، والوسائل الإعلامية التي تتعامل بها الجمعية :

من خلال تحليل المقابلات توصلنا أن أعضاء جمعية الظهرة يتصل بعضهم البعض عن طريق عدة وسائل تقليدية و حديثة.

الإطار الميداني

حيث نستشهد >> بالمبحوث رقم 02، 28 سنة، عضو بالجمعية << قائلاً : >> يتم التواصل عبر عدة طرق منها مواقع التواصل الاجتماعي و الاجتماعات .<<

ويضيف >>المبحوث رقم 49،08 سنة، عضو بالجمعية << قائلاً : >>التواصل بالطرق التقليدية و عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.<<

و نستشهد >> بالمبحوث رقم 51،01 سنة، رئيس الجمعية << قائلاً : >>الجمعية تتعامل مع وسائل إعلامية مكتوبة،المسموعة و المقروئة كالجرائد و الإذاعة، وتتعامل أيضا بمواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك و تويتر.<<

كما يضيف >>المبحوث رقم 03، 36 سنة، كاتب عام<< قائلاً: >> تكمن في الوسائل التقليدية كالتلفزيون،الجرائد ، المجالات، ووسائل الجديدة كمواقع التواصل الاجتماعي.<<

التفسير :

تعتبر الجمعيات هيئات أنشأت لخدمة المجتمع بدون أي ربح وتخلق من طرف مواطنين للدفاع عن قضايا المجتمع و تطويره وعليه يعد الاتصال الجمعي شكل من الأشكال التنظيمية.

تسعى الجمعيات دائما في خدمة المجتمع بمختلف شرائحه و السعي وراء حل مشاكله المختلفة و المتعددة وبأفضل السبل لكونها همزة وصل بينهم و بين الإدارات العمومية و الهيئات العامة للسلطة ،و عليه لا بد من وجود طرق الاتصال لتحقيق الأهداف و الوصول إلى غايتها، وهذا بفضل قنوات الاتصال المطروحة في المجتمع و التي من خلالها تتدخل الجمعيات و تطرح مشاكلها، فجمعية الظهرة تستعمل الاتصال الشفوي بين أعضاء الجمعية،و الذي يعتبر الطريقة المباشرة في طرح المشاكل و رسم الخطط و البرامج وذلك عن طريق اللقاءات و الندوات

الإطار الميداني

والاجتماعات و غيرها، كما تستعمل الجمعية أيضا وسائل الاتصال التقليدية من إذاعة وصحافة مكتوبة كالجرائد و المجالات هذا من جهة، ومن جهة أخرى وسائل الاتصال الجديدة بما يعرف الوسائط الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي)، فهي تعتبر خيارات جديدة فعالة وسهلة للوصول و المشاركة للفرد في أي مكان حيث تملك وسائل الاتصال الحديثة و منها الانترنت دور أكثر فاعلية للتعرف بالإمكانات السياحية و نشر كذلك معارف الجمعية ونشاطاتها في مجال السياحة و التعريف بالمقومات السياحية التي تتميز بها منطقة الظهرة .

تواصل الجمعية مع مؤسسات حكومية وغير حكومية، وإقامة توأمة مع جمعيات دولية .

من خلال تحليل المقابلات تبين أن جمعية الظهرة تتواصل مع عدة جمعيات أخرى داخل الجزائر و خارجه.

حيث نستشهد <<بالمبحوث رقم 51،01 سنة ، رئيس الجمعية>> قائلا : <<هناك شراكة مع عدة جمعيات خارج التراب الوطني (تونس، المغرب ، مصر).>>

ويضيف <<المبحوث رقم 25،05 سنة ،عضو بالجمعية>>، قائلا: <<الجمعية لديها تواصل داخلي وخارجي،منها علاقات مع المؤسسات الحكومية حيث تقوم بمبادرات خيرية بالتنسيق مع المؤسسات الحكومية،أما غير الحكومية من أجل دعم المالي لها شركات وطنية فتقوم بإعداد صالونات وطنية.>>

التفسير :

ذكرنا أنفا أن جمعية الظهرة تقوم بعدة نشاطات ثقافية وسياحية بهدف التعريف بما تزخر به مازونة من إمكانات سياحية متنوعة و هي تسعى جاهدة للحفاظ عليها و نشر الثقافة السياحية

الإطار الميداني

حتى يتسنى لأفراد المجتمع المشاركة في العمل الجمعي و حماية هذا الإرث الثقافي ، وكل النشاطات التي تقوم بها الجمعية هي فرصة للاحتكاك بجمعيات أخرى داخل و خارج الجزائر حتى يتم التعريف بالمقومات السياحية و جلب السواح من داخل و خارج الوطن، كما تتعامل جمعية الظهرة مع بعض المؤسسات الحكومية كمديريات السياحة و مديريات الثقافة و غيرها كما تسعى الجمعية إلى إنشاء توأمة مع عدة جمعيات من المغرب و تونس و مصر حتى يتم تبادل الخبرات و تبادل الثقافات بين هذه الدول .

الاستنتاج : من خلال هذا الفصل تم استنتاج ما يلي :

- جمعية الظهرة تستخدم وسائل إعلامية تقليدية و وسائل إعلامية جديدة .

- تسعى جمعية الظهرة لبناء توأمة مع جمعيات داخل و خارج الجزائر .

الفصل الثالث : جمعية الظهرة و الترويج السياحي

تمهيد :

يعتبر الترويج السياحي نشاطا ضروريا لا يمكن الاستغناء عنه، وعليه فان الترويج هو عنصر من عناصر المزيج التسويقي القائم على نظام اتصالي للتأثير على الأفراد واستمالة سلوكهم إزاء ما يروج له وذلك دون الخروج عن الإستراتيجية التسويقية للمؤسسة .

في هذا الفصل سنعرض هل لأعضاء جمعية الظهرة فكرة عن الترويج السياحي، وهل للجمعية مهام في الترويج السياحي المحلي وما هي الآليات لذلك، ثم كيف يمكن للجمعية أن تساهم في الترويج السياحي الوطني.

- نظرة جمعية الظهرة عن الترويج السياحي ، ومهامها لذلك.

من خلال تحليل المقابلات اتضح أن أعضاء الجمعية نظرة متقاربة عن مفهوم الترويج السياحي ، وهي تعتمد على عدة وسائل الإعلام التقليدية و الجديدة لذلك .

حيث نستشهد <<بالمبحوث رقم 51،01 سنة ،رئيس الجمعية>> قائلاً : << تعتمد الجمعية على أفكار أعضائها الناشطين من أجل تقديم الجديد في المجال السياحي.>>

ويضيف نفس المبحوث قائلاً : << للجمعية مهام كثيرة من بينها السياحة لان الطابع الأسمى الذي تتميز به،و الترويج يكون بإعداد ندوات عن منطقة الظهرة ومعارض للكشف عن الموروث الثقافي للمنطقة.>>

حيث يضيف <<المبحوث رقم 25،04 سنة ،عضو بالجمعية >> قائلاً : <<عملية الترويج يكون يشتى الطرق ويكمن ذلك في الإعلان و الإشهار عبر وسائل الإعلام و الاتصال و الوسائط الجديدة.>>

أما <<المبحوث رقم 10، 27 سنة، عضو بالجمعية >> يقول : <<تقوم الجمعية بالترويج السياحي عن طريق التعريف بالسياحة المحلية ومقوماتها ومختلف الآثار الموجودة في المنطقة.>>

التفسير :

يرتبط الترويج بالاتصال من حيث أنه مجموعة الأنشطة التي تهدف من خلالها الجمعية إلى التأثير على اتجاه الجمهور و سلوكياتهم بالاتجاه الذي يحقق أهدافها و لا يمكن أن تنجح الجمعية في نشاطها الترويجي مالم تضعه في قالب اتصالي يتيح لها تمرير رسائلها إلى

الإطار الميداني

جمهورها المستهدف من جهة ويسمح لها باستقبال نتائجها في شكل استجابة سلبية أو ايجابية مما قد يجعلها تتدارك الأمر إما بتعديل الرسالة أو تغيير القناة أو الوسيلة.

وتروج جمعية الظهرة لبرامجها التي تعنى بمقومات السياحة التي تزخر بها منطقة الظهرة من آثار و موروث ثقافي متنوع وذلك عبر عدة وسائل إعلامية تقليدية الإذاعة، الجرائد ، المجالات، وعبر الوسائط الجديدة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت تنتشر بسرعة وتؤثر على الجماهير وتعرفهم به

- إسهام جمعية الظهرة في الترويج السياحي و العمل السياحي الوطني .

من خلال تحليل المقابلات تبين أن لجمعية الظهرة دور فعال في الترويج السياحي لمنطقة الظهرة بصفة خاصة و الجزائر بصفة عامة، فهي تنتهج عدة آليات لذلك كإقامة توأمة مع عدة جمعيات أخرى رائدة في العمل السياحي و الثقافي حتى تسوق المنتج السياحي و تعرفه للجمهور. حيث تستشهد >> بالمبحوث رقم 51،01 سنة، رئيس الجمعية << قائلاً : >> يكون الترويج السياحي وطنيا ذلك بالقيام بعدة توأمة مع جمعيات من الشمال و الجنوب. << ويضيف >> المبحوث رقم 25،05 سنة، عضو بالجمعية << قائلاً : >> يمكن أن تساهم الجمعية في الترويج للعمل السياحي وطنيا في المشاركة في المهرجانات الثقافية وذلك بإنشاء فيلم قصير من إعداد الجمعية للتعريف بالمنطقة.<<

التفسير :

الإطار الميداني

تهدف جمعية الظهرة إلى نشر تاريخ المنطقة و المحافضة على الآثار و المعالم الأثرية و المطالبة بترميمها و تحسيس أفراد المجتمع بالانقاف حول المشروع السياحي، و يسعى أعضاء الجمعية من خلال الترويج تحقيق ثلاثة أبعاد وهي البعد الاجتماعي و البعد الثقافي و البعد السياحي، و يتم تحقيقها من خلال مايلي :

الزيارات الميدانية و الخرجات السياحية فتقوم الجمعية بتنظيم زيارات ميدانية داخل و خارج مازونة و إحياء النشاطات الوطنية المختلفة و المناسبات الثقافية و المساهمة أيضا في الأسابيع الثقافية التي تقام في الولايات داخل الوطن . كما تقوم جمعية الظهرة بتكريم بعض أبناء المنطقة في شهر أفريل من كل سنة مرة واحد وهذا بما يعرف <<بيرنوس الظهرة >> ، كما تقوم الجمعية بعرض بعض الصور و الفيديوهات التي تعرف بما تملكه مازونة من تراث مادي و غير مادي للسواح الوافدين إلى المنطقة ، كما تحيي و تشارك جمعية الظهرة في عدة مناسبات داخل ولاية غليزان و خارجها حول مازونة و ما تتميز به من آثار تاريخية و التعريف بالشخصيات التاريخية و الأدبية و إظهار المخطوطات التي تحتويها المنطقة لانها عايشة عدة حقبة زمنية مختلفة .

الاستنتاج :

من خلال هذا الفصل تم استنتاج مايلي :- تعتمد جمعية الظهرة في برامجها الترويجية على عدة وسائل إعلامية .

- تسهم جمعية الظهرة في الترويج السياحي للمنطقة ، فهي تسعى للحفاظ على الموروث الثقافي للمنطقة .

الاستنتاج العام :

الإطار الميداني

من خلال المقابلات التي أجريناها مع أعضاء جمعية الظهرة توصلنا إلى النتائج التالية :

- تتميز منطقة الظهرة بمقومات سياحية متنوعة ،وتسعى جمعية الظهرة للحفاظ عليها.وهذا من خلال نشر الثقافة السياحية في أوساط المجتمع المحلي ،و يشاركوا في حماية التراث الثقافي التي تتميز به مازونة.

- جمعية الظهرة تستخدم وسائل إعلامية تقليدية من تليفزيون و راديو وصحافة مكتوبة ومجالات وملتقيات هذا من جهة، زكم جهة أخرى تستعمل الجمعية وسائل الإعلامية الجديدة والتي تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي ،حتى تعرف بما تزخر به منطقة الظهرة من زخم من المقومات السياحية .

- تعتمد جمعية الظهرة على الترويج السياحي ،فهي تسعى من خلاله الحفاظ على الموروث الثقافي للمنطقة، وهذا من خلال النشاطات و البرامج المتنوعة التي تسطرها الجمعية وهذا بالتنسيق مع مؤسسات حكومية و غير حكومية بهدف تنمية السياحة المحلية.

مقارنة نتائج الدراسة مع الفرضيات :

من خلال الدراسة التي أجريناها مع جمعية الظهرة بمازونة تبين لنا مايلي :

- تحققت الفرضية الأولى التي مفادها "جمعية الظهرة مهمتها الأساسية حماية مختلف المقومات السياحية"، نظرا للنتائج المتحصل عليها من خلال المقابلات التي قمنا بها مع أعضاء جمعية الظهرة ، فمازونة تتميز بتنوع مقوماتها السياحية ،وتسعى الجمعية على الحفاظ عليها من خلال نشر الثقافة السياحية في أوساط المجتمع المحلي ،و إعطائهم الفرصة للمشاركة في حماية التراث الثقافي التي تزخر به .

الإطار الميداني

- أما الفرضية الثانية التي تعتبر " أن الجمعية تعتمد على مختلف وسائل الإعلام و الاتصال في الترويج السياحي " ، فهي تستخدم وسائل الإعلام التقليدية من تلفزيون و إذاعة وصحافة مكتوبة و جرائد و تستخدم أيضا الميديا الجديدة المتمثلة في مواقع التواصل الإجتماعي ،

و كما تسعى جمعية الظهرة أيضا لبناء توأمة مع جمعيات داخل و خارج الجزائر،كلها تساهم في الترويج لبرامجها السياحية و حمايتها.

خاتمة عامة

أصبحت السياحة تشكل صناعة هامة في الاقتصاد العالمي بعدما كانت عبارة عن نشاط بسيط تعني التنقل من مكان إلى آخر للبحث عن الرزق و الأمن و طلب العلم ، حيث تطورت بشكل كبير بعد الحرب العالمية الثانية نتيجة الاستقرار الأمني و التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم و خاصة في وسائل النقل و الاتصالات، و ارتفاع مستوى الدخول في الكثير من الدول الصناعية المتقدمة.

ومن خلال دراستنا عن مساهمة العمل الجماعي في عملية الترويج السياحي ومن خلال نموذج جمعية الظهرة للآثار و السياحة استنتجنا بان الجمعية تهتم ب ما يتعلق بالسياحة فهي تسعى الى حماية الموروث السياحي بشكل عام .و يظهر هذا الاهتمام من خلال مختلف النشاطات و المهام التي تقوم بها الجمعية .

غير ان عملية الترويج السياح تبقى بعيدة المنال ولم ترقى الى عملية جذب السياح الاجانب في منطقة مازونة . فمهام الجمعية تهدف اساسا الى حماية التراث المحلي .مع ذلك المجهودات المبذولة تبقى مشكورة و تنتظر الدعم المالي و الاعلامي و مختلف التسهيلات لانجاح عملية الترويج السياحي و بالتالي القيام بدور فعال في جذب السياح من مختلف الوطن وحتى الاجانب .

الجزائر وعلى الرغم من امتلاكها لمقومات سياحية تمكنها و تأهلها لتكون من أهم دول العالم جلبا للسياح إلا أنها لا زالت لم تحجز لها مكانا في الخريطة السياحية العالمية التي تتماشى مع تلك المقومات الكبيرة التي تتوفر عليه و هذا راجع إلى إهمال القطاع السياحي و عدم انتهاجها إستراتيجية ترويجية تسويقية مما أدى إلى احتلال مراتب متأخرة من حيث استقطاب السياحة و نظرا لهذا الإهمال أدى إلى ظهور جمعيات ثقافية سياحية تهتم بكل ما هو سياحي ثقافي و هذا ما خلصت إليه دراستنا إليه من خلال دراسة جمعية الظهرة حيث تبين إن من مهامها الاهتمام بالسياحة و حماية الموروث الثقافي و الحضاري الذي يشكل أهم مقومات جلب السياحة غير انه يوجد نقص للثقافة السياحية و في عملية الترويج للسياحة المحلية و التعريف بها وطنيا وذلك لعدة أسباب .

إن السياحة في بلادنا تحتاج إلى اهتمام فعال و إستراتيجية مدروسة من قبل الدولة و تعاون مع الجمعيات الثقافية الناشطة و هذا لأجل هدف واحد إلا و هو الترويج للسياحة و إعطاء الجزائر مكانتها الحقيقية في مجال السياحة.

قائمة المراجع:

- 1-خالد مقابلة و فيصل الحاج ذيب :صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، الأردن2000 ، ص18
- 3-حسين كفاقي :رؤية عصرية للتخطيط السياحي في مصر والدول العربية، مطابع الهيئة
- 4-المصرية العامة للكتاب، مصر1987 ، ص11
- 5-مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ :مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ص47
- 6-كمال درويش ومحمد الحماحي :رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر1997 ، ص248.
- 7- محسن أحمد الخضري :التسويق السياحي " مدخل اقتصادي متكامل" ، مكتبة مدبولي، دون ذكر مكان النشر، 0220 ، ص12 .
- 8-- نبيل دبور :مقالة مشاكل وآفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي
- 9- يسرى دبس :صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، ص822 .
- 10- مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ :مرجع سابق، ص71 .
- 11- مروان السكر :مختارات من الاقتصاد السياحي، الجزء الخامس، مجدلأوي للنشر، عمان، الأردن، 8888 ، ص87 .
- 12-خالد كواش :السياحة" مفهومها، أركانها وأنواعها . " ، مرجع سابق، ص16.
- 13-محمد عبيدات :التسويق السياحي"مدخل سلوكي"، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 0222، ص88 .
- 14-محمد عبد الفتاح العشماوي :المحاسبة السياحية، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 0228 ، ص، ص08 .
- 15 - .كمال درويش ومحمد الحماحي :مرجع سابق ، ص05 .
- 16- عثمان محمود غنيم و بنيتا نبيل سعد :مرجع سابق، ص22 .
- 17 - ماهر عبد العزيز توفيق :مرجع سابق، . ص85 .
- 18 -سورة قريش، الآية رقم (8)

- 19- عبد الفتاح مصطفى غنيمه: السياحة قاطرة التنمية لمصر المعاصرة، دار الكتب المصرية، مصر، 8885 ، ص75 .
- 20-خالد مقابلة وفيصل الحاج ذيب :مرجع سابق، . ص8 .
- 21-خالد كواش :السياحة" مفهومها، أركانها وأنواعها . " ، مرجع سابق، ص،81
- 22-أحمد الجلاّد :أطوار الإتجاهات الحديثة في السياحة، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 0220، ص، ص57 .
- 23- زيد منير عبوي :المصطلحات السياحية والفندقية الحديثة، دائرة المكتبة الوطنية، عمان، الأردن، 0221 ، ص875 .
- 24- .كمال درويش ومحمد الحماحمي :مرجع سابق ، ص051 .
- 25-مروان السكر :مرجع سابق، ص8 .
- 26-كمال درويش ومحمد الحماحمي :مرجع سابق، ص051 .
- 27-محسن أحمد الخضيرى :مرجع سابق، ص52 .
- 28-كمال درويش ومحمد الحماحمي :مرجع سابق، ص055 .
- 29-مروان السكر :مرجع سابق، . ص02 .
- 30-محسن أحمد الخضيرى :مرجع سابق، ص52، ص57 .
- 31-كمال درويش ومحمد الحماحمي :مرجع سابق ، ص057 .
- 32-محمود فوزى شعوبى :السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية/1794/ 2002 الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2006/2007 ص20
- 33- علي أحمد هارون، أسس الجغرافيا الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة،، 2000، ص.131.
- 34- سهيل الحمدان، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر، عمان، 2001، ص61.

35- صلاح الدين خربوطي، السياحة صناعة العصر، الطبعة الأولى، دار حازم للطباعة والتوزيع والنشر، دمشق، 2002، ص206.

36-مليكة حفيظ شبايكي، السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري قسنطينة، 2003، ص207.

37-نفس المرجع، ص208.

38-ناجي التوني دور و افاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية المعهد العربي للتخطيط الكويت 2001ص9

39- إبياء السيد حنفي وفتحي الشرقاوي، مرجع سبق ذكره، ص252.

40-مليكة حفيظ شبايكي، السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري قسنطينة، 2003، ص207.

العلوم كلية اقاسم، قادة د. أ. / إشراف تحت العلوم، دكتوراه شهادة لنيل مقدمة أطروحة
41-الديوان الوطني للسياحة :صالون الصناعات التقليدية، من أجل إنعاش جديد، مجلة :

42-الجزائر سياحة، عدد رقم 02 ، بدون ذكر سنة النشر، مطبعة

43- بوعقلين بديعة، الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2006، ص



صور تعبر عن بعض نشاطات جمعية الظهرة



http://www.elmassar-elarabi.com الإثنين 20 مارس 2017 م الموافق لـ 21 جمادى الثانية 1438 هـ السنة العاشرة

قيادة الموجهة للشباب الجزائري الراغب في الاستثمار وانشاء

مجتمع المسار

نظمتها جمعية الظهرة للفن والسياحة والآثار مازونة تحتضن ندوة وطنية بعنوان "علماء مازونة"

نظمت جمعية الظهرة للفن والسياحة والآثار بـمازونة ولاية غليزان بحر الأسرع الجاري بالتنسيق مع مدير تاريخ الجزائر جامعة وهران 1 أحمد بن بلة الذي يرأسه الدكتور عبد القادر بويابة بحضور السلطات المحلية و الأمنية نظمت ندوة علماء مازونة تحت عنوان "علماء مازونة" استهجن فيها هذا اللقاء الذي جمع بين 20 أستاذا وباحثا محاضرا قدموا من مختلف جامعات الجزائر بكلمة من طرفه رئيس جمعية الظهرة للفن والسياحة والآثار الأستاذ عبد القادر كحلوش بقوله كلمة مدير مدير تاريخ الجزائر من جامعة وهران 1 ، وانطلقت فعاليات هذه الندوة بعقد جلسة علمية أولى تنطويها الدكتور مصطفى مغراوي من جامعة حسيبة بن بوعلي ولاية الشلف بـعنوان "التحفة المدنية في مازونة نماذج ومواقف" بمداخلة تالية قدمها الدكتور محمد الزين من جامعة جيلالي لباس ولاية سيدي بلعباس تحت عنوان "انسطور التاريخي لـمدرسة مازونة عبر العصور" بعدها قدمت طالبة الدكتوراء حليمة سرندي من جامعة وهران 1 محاضرة بعنوان "حاضرة مازونة في العصر الوسيط من خلال المصادر الجغرافية" ،لقها مداخلة للدكتور بوجلال قدور من جامعة مصطفى السطوري ولاية معسكر حول "الدور الثقافي و الحضاري لمدرسة مازونة خلال العهد العثماني" ،محاضرة بـعنوان "مدرسة مازونة التأسيس و التدريس" لشطها الدكتور مختار بونقاب ،وقلت الجلسة العلمية الأولى جلسة تالية وثالثة عرفت لقاء عدة مداخلات من قبل الأساتذة المشاركين في جو حماسي وثقافي حاد بين الباحثين والمشاركين حول تاريخ المدينة لتختتم أعمال هذا اللقاء بمناقشة عامة وتوزيع شهادات وهدايا على كافة المشاركين ،وقلص المشئي حسب رئيس جمعية الظهرة الأستاذ عبد القادر كحلوش بـتوصيات أهمها أن تعقد الندوة السنة القادمة في نفس التوقيت ،وأن تطبع وتدور أعمال هذا اللقاء في كتاب ويكون العام المقبل بصيغة دورية حول تاريخ مازونة بالما كهيئة



صور تعبر عن بعض مقالات الصحف عن مهام الجمعية
(جريدة المسار العربي)

DHAHRA ORGANIZATION OF ARTS, TOURISM AND ARCHEOLOGY

MAZOUNA ** RELIZANE **

Article 3 : Our organization aims basically to :

1. Revive the intellectual heritage of the region and develop it.
2. Discover touristic and archeological sites and preserve them.
3. Create theatrical groups.
4. Create musical groups.
5. Organise trips - to Hammams and beaches - and picnics.
6. Organise summer camping.
7. Preserve any intellectual or artistic product of the region.
8. Encourage the intellectuals and the artists.
9. Take part in the creation of intellectual clubs.
10. Imprint the national identity in the local inhabitants by linking them with their arts and culture.
11. Exhibit paintings and different artistic works.
12. Ask for the creation of a local museum.
13. Take pictures of the touristic sites and exhibit them in the different national festivals.

ASSOCIATION DAHRA MAZOUNA

- 1- Animation et développement de l'héritage culturel de la région.
- 2- La découverte et la protection des lieux, touristiques, archéologiques de la région.
- 3- création de groupes pour le théâtre .
- 4- création de groupes pour la musique .
- 5- faire des excursions touristiques à l'intérieur et à l'extérieur de la région (les bains-les parcs-d'attraction-les plages).
- 6- organisation de colonies de vacances .
- 7- la protection et la préservation du patrimoine culturel de la région .
- 8- encouragement des intellectuels et des artistes et leur apporter un appui et un soutien moral.
- 9- la participation à la création de clubs culturels.
- 10- renforcement et fixation de l'identité nationale chez les enfants de la région par le biais de l'art, de la culture et des vestiges.
- 11- la participation à l'exposition de photos des merveilles artistiques.
- 12- veiller à la création d'un musée local.
- 13- filmer les régions touristiques et les publier dans des cérémonies nationales.

0773518523 : الهاتف
046947700 : الفاكس
046948201 : الهاتف
mailto:ahkouloul@hotmail.fr
http://www.mazouna.net
http://www.mazouna.tlfr1.net



جمعية المازونة
للثقافة والسياحة والآثار
بمحافظة مازونة ولاية غليزان

إعداد رقم: 005/001 تاريخ الترخيص: 2004

جمعية المازونة للثقافة والسياحة والآثار أنشطة للمنطق الإيهاف التالية

01	إحياء المناسبات الثقافية بالمنطقة وتنشيطها
02	تأليف المنطق السياحية والآثار بالمنطقة والمنطق الفنية
03	تشجيع الفرق المسرحية
04	تشجيع الفرق الموسيقية
05	التعاون مع الجمعيات خارج المنطقة وتنظيمها (مسابقات حفلات - التوازي)
06	تقديم محاضرات تعليمية
07	تنظيم حفلات مناسبات ثقافية بالمنطقة
08	تشجيع المنطقين والفنانين ودعمهم ماديويا
09	استضافة في المناسبات الوطنية ثقافية
10	إرساء الهوية الوطنية في أبناء المنطقة من خلال تنظيمهم بطقوسهم والتقاليد (الزهر)
11	التعاون مع المراكز للتصوير والتلفزيون الثقافية
12	التعرض على المناسبات مختلف مناسبات
13	تسويق المنطق السياحية والآثار في المناسبات الوطنية



دليل المقابلة

المحور الأول : الجمعية و علاقتها بالنشاط السياحي

السؤال الأول: ماذا تعرف بالسياحة؟ و ما هي السياحة بالنسبة لك ؟

السؤال الثاني: كيف تمكن للجمعية (الظهرة) أن تساهم في النشاط السياحي و السياحة المحلية؟

السؤال الثالث: هل توجد ثقافة سياحية لدى الجمهور الداخلي و الخارجي ؟

المحور الثاني : الجمعية و التعامل مع وسائل الاعلام

السؤال الأول: كيف يتم التواصل بينكم كأعضاء الجمعية ؟

السؤال الثاني: هل تتعامل الجمعية مع وسائل الاعلام و الاتصال؟ و ما هي اهم وسيلة ؟

السؤال الثالث: هل الجمعية عملية تواصل مع مؤسسات حكومية كجمعيات مثلا؟ و هل هناك مشاركات وطنية و دولية؟

المحور الثالث: الجمعية و عملية الترويج السياحي

السؤال الأول: هل لديك فكرة عن عملية الترويج السياحي خصوصا في مجال السياحة؟

السؤال الثاني: هل من مهام الجمعية الترويج للسياحة المحلية؟ كيف ذلك؟

السؤال الثالث: كيف يمكن للجمعية أن تساهم في الترويج للعمل السياحي و طنيا؟