

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام و الإتصال



المساهمة الإعلامية في تنمية السياحة الدينية
دراسة ميدانية على عينة من أساتذة مركز البحث في العلوم
الإسلامية و الحضارة بالأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: علاقات عامة

إشراف الأستاذ:

- بن عزوزي محمد

إعداد الطالبة:

- هواري سميرة

لجنة المناقشة	
أ.د/ بن عزوزي محمد	مشرفا ومقررا
أ.د/ ججاج مداني	رئيسا
أ / النوعي عبد القادر	مناقشا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر و عرفان

كلمة شكر و عرفان

الحمد لله الذي تتم الصالحات و الحمد لله الذي

وفقني لإتمام هذا العمل المتواضع ، ولا

يفوتني في هذا المقام إلا أن أتقدم بجزيل

الشكر الى كل من ساهم وساعد على إنجاز

هذا العمل المتواضع وأخص بالذكر الأستاذ

الفاضل والمشرف على هذه المذكر "بن

عزوزي محمد" كما أشكر كل زملاء على

مساعدهم وتوجيهاتهم .



إهداء

الحمد لله الذي يجزينا اجر ما تعبنا... و زيادة الحمد
الله الذي بنعمته تتم الصالحات و بتوفيق من الله
انهيت مشواري الدراسي ... الى ذلك النعيم و الفخر
الذي امن بطموحي و دلني على الطريق و سلمني
مفتاح النجاح بفضلته وصلت " ابي "

الى تلك التي جنة تحت قدميها انت شمعة حياة بفضل دعواتها التي رافقتني في
سبيل الوصول " امي "

الى الذين كانوا لي حشدا لهمتي كلما رأوا ضجرا و توان مني في بحثي "
اخواتي و ازواجهم و براعمهم "

- الى ما تطلو الحياة بوجودهم " اخوتي و ازواجهن و براعمهم "

- الى اولئك الذين جمعتمني بهم صداقة بكل معانيها صديقاتي و بالأخص "
هالة "

- الى من تتلمذت على ايديهم " و الى من امدوني بنصائحهم و توجيهاتهم "
استاذتي "

هوارى سمية



ملخص الدراسة:

يعتبر النمو الكبير الذي يشهده النشاط السياحي الدولي احد ابرز الظواهر الاقتصادية والاجتماعية....الخ وتواصلت خلال العقود القليلة الماضية سواءا من الايرادات السياحية او عدد السياح الوافدين وهذا ما فتح افاق العديد من مجالات. وتعتبر الجزائر واحدة من البلدان التي تمتلك نشاط سياحة الدينية رغم امكانياتها السياحية الهائلة من مقومات ومعالم سياحية ثرية بالحضارة موزعة في شتى ربوع الوطن . تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تدرس مساهمة الاعلامية في التنمية السياحة الدينية وقد اعتمدت على منهج الوصفي لدراسة عينة القصدية متكونة من 60 مفردة من أساتذة مركز البحث في العلوم الاسلامية و الحضارة بالأغواط .

وقد استند البحث الى مجموعة من الدراسات السابقة التي ترتبط بالموضوع وتتقاطع معه في عدة متغيرات ،والاطار النظري تطرق موضوعي الى مفهوم الاعلام الديني والسياحة الدينية وجانب التطبيقي اعتمدت على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات .حيث تهدف دراستنا لمعرفة دور الاعلام الجزائري في ابراز امكانيات السياحية الدينية وتسليط الضوء عليها .وتوصلت دراسة الى نتائج مهمة يمكن ايجازها في -ان وسائل الاعلام تهتم بالتراث الجزائري -اهتمام الجهات الرسمية بالسياحة الدينية -الاذاعة تخصص برامج مرتبطة بالمرجعية الدينية.

Abstract :

This study is part of the descriptive studies. The big growth that the international touristic activity witnesses is considered as one of the most prominent economic and social phenomena. It continued through the last few decades whether in terms of touristic revenues or the number of tourists. This opened new horizons in various domains. Algeria is one of the countries that have religious tourism, despite the splendid touristic potentials of monuments and landmarks, which are super rich with civilisation, and that are spread all over the country. This study examines the contribution of the media in the development of religious tourism. It was based on the descriptive approach to study the intentionality sample consisting of 60 students from media and communication. The research was based on a set of previous studies that are related to the subject and intersect with it in several variables. The theoretical part dealt with the concept of religious media and religious tourism. The practical part relied on the questionnaire as a main tool for data collection. This study aims to know the role of the Algerian media in highlighting and showing the potential of religious tourism. The study came up with important results that can be summarized in: - The media cares about the Algerian heritage - Officials' interest in religious tourism -The radio allocates programs related to religious reference.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	كلمة شكر و عرفان الإهداء ملخص الدراسة فهرس المحتويات فهرس الجداول والأشكال
أ - ب	مقدمة
الفصل الأول: الاطار المنهجي	
04	1- الإشكالية
05	2- تساؤلات الدراسة
05	3- الفرضيات
06	4- أسباب اختيار الموضوع
06	5- اهداف البحث
06	6- أهمية البحث
07	7- حدود الدراسة:
07	8- منهج الدراسة
08	9- مجتمع الدراسة وتحديد عينة الدراسة
09	10- الاستبيان
10	11- الدراسات السابقة
الفصل الثاني : مدخل الى الاعلام	
15	تمهيد
16	المبحث الأول : مفهوم الاعلام و عناصره
16	المطلب الأول : تعريف الإعلام
18	المطلب الثاني: عناصر العملية الاعلامية

21	المطلب الثالث: وظائف الإعلام
21	المبحث الثاني: أنواع وسائل الإعلام
22	المطلب الأول: الوسائل المكتوبة
23	المطلب الثاني: الإذاعة
25	المطلب الثالث: وسيلة التلفزيون
26	المطلب الرابع: شبكة الانترنت
29	المبحث الثالث: مفهوم الإعلام الديني
29	الفصل الأول: تعريف الاعلام الديني
31	المطلب الثاني: خصائص الإعلام الديني
32	المطلب الثالث: وظائف الاعلام الديني
الفصل الثالث : ماهية السياحة في الجزائر	
35	تمهيد
36	المبحث الأول : مفهوم السياحة
36	المطلب الأول: تعريف السياحة
38	المطلب الثاني: اساسيات السياحة
39	المطلب الثالث: انواع السياحة
42	المطلب الرابع : أهمية السياحة
44	المبحث الثاني : السياحة الدينية اهميتها و مرتكزاتها
44	المطلب الأول: السياحة الدينية
45	المطلب الثاني: اهمية السياحة الدينية
46	المطلب الثالث: مُرتكزات السياحة الدينية
48	المبحث الثالث: واقع السياحة الدينية في الجزائر
49	المطلب الأول : السياحة الدينية في الجزائر
51	المطلب الثاني: مقومات السياحة الدينية بالجزائر
55	المطلب الثالث: معوقات السياحة الدينية بالجزائر

الفصل الرابع: الاجراءات الميدانية للدراسة	
59	1- وسائل الاعلام تهتم بالتراث الديني
59	2- السياحة الدينية تلقى اهتماما من الجهات الرسمية
60	3- الإذاعة تخصص برامج مرتبطة بالمرجعية الدينية
61	4- الاهتمام بالسياحة الدينية في ارتفاع مستمر
61	5- البرامج الاذاعية تأخذ بعين الاعتبار الفرق بين السياحة العادية والسياحة الدينية
62	6- السياحة الدينية تمثل مصدرا اقتصاديا واعدة للمستقبل
62	7- البرامج الاذاعية لوحدها كفيلة بالترويج للسياحة الدينية
63	8- المضامين الإعلامية للسياحة الدينية متنوعة
65	خاتمة
68	قائمة المصادر و المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول:

الصفحة	الجدول
59	جدول رقم (01): يوضح مدى اهتمام وسائل الاعلام بالتراث الثقافي
59	جدول رقم (02): يوضح مدى اهتمام الجهات الرسمية بالسياحة الدينية
60	جدول رقم (03): يوضح مدى تخصيص الاذاعة للبرامج المرتبطة بالمرجعية الدينية
61	جدول رقم (04): يوضح نسبة اهتمام بالسياحة الدينية
61	جدول رقم (05): يوضح مدى تفريق البرامج الاذاعية بين السياحة العادية والدينية
62	جدول رقم (06): يوضح مدى اعتبار السياحة الدينية مصدرا واعدا للمستقبل
62	جدول رقم (07): يوضح مدى قدرت البرامج الإذاعية بالتكفل للترويج للسياحة الدينية
63	جدول رقم (08): يوضح مدى تنوع مضامين السياحة الدينية

قائمة الأشكال:

59	شكل رقم 01 يوضح اهتمام الاعلام بالتراث الديني
59	شكل رقم 02 يوضح اهتمام الجهات الرسمية بالسياحة الدينية
60	شكل رقم 03 الإذاعة تخصص برامج مرتبطة بالمرجعية الدينية
61	شكل رقم 04 الاهتمام بالسياحة الدينية في ارتفاع مستمر
61	شكل رقم 05 البرامج الاذاعية تحرص على التفريق بين السياحة العادية والسياحة الدينية
62	شكل رقم 06 السياحة الدنية تمثل مصدرا اقتصاديا واعدا للمستقبل
62	شكل رقم 07 البرامج الاذاعية لوحدتها كقيلة بالترويج للسياحة الدينية
63	شكل رقم 08 المضامين الاعلامية للسياحة الدينية متنوعة

مقدمة

حققت السياحة خلال العقود الماضية نموا كبيرا على المستوى العالمي، إذ أصبحت اقتصاديات دول عديدة تعتمد وبشكل كبير على هذا النشاط نظرا لاستجابة لمتطلباتها المالية في تمويل اقتصادياتها، ولم يلقى النشاط السياحي في الدول ذات الاقتصاد الموجه الأهمية باعتباره أنه نشاط غير قادر على خلق القيمة المضافة، وأن مصاريفه تعتبر هدرا للموارد الذاتية، في حين أن النشاط السياحي يعمل ويساهم في تكوين وإعادة توزيع الدخل الوطني الذي يجعل منه قطاعاً إنتاجياً مهماً في عملية البحث عن التوازنات الاقتصادية الكبرى.

ولعل الكثير من الانتقادات التي وجهت للسياحة كنشاط إنتاجي من التطور الاجتماعي أو الاقتصادي أو البيئي كانت لعدم فهم حقيقة مفهوم النشاطات المنتجة أو بالأحرى لطبيعة منتجات هذا النشاط، وهذا لكونه يعتمد بالدرجة الأولى على خدمة الانسان، وأن حسن استغلالها يؤدي الى زيادة فرص العمالة داخل الدولة من خلال الإيرادات المحققة بالعملة الصعبة.

وتعتبر السياحة ركيزة أساسية من ركائز التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول الصناعية والنامية على حد سواء. ويعد القطاع السياحي في الجزائر من أهم القطاعات الاقتصادية التي لم تستغل بالشكل الجيد

فلقد أضحت السياحة صناعة متكاملة و متعددة، تتفاعل مع قطاعات الاقتصاد الاخرى ما يقرب من 141 نشاط ، و بالتالي تعتبر قطاعا هاما ومساهما في التنمية المستدامة . وعلى الرغم من التقلبات السائدة في الاقتصاد العالمي و الاحداث التي تزعزع الاستقرار إلا ان ، السياحة أظهرت مرونة إيجابية في مواجهة التغيرات الاقتصادية و الاجتماعية

و يعد مفهوم السياحة الدينية معاصر يتعلق بنوع من السفر والنظر والزيارة، اهتمت بها دول في العالم أمثال مصر وسوريا و عدة مراكز روحية كالعراق، وبدا هذا المفهوم أو المصطلح يتبلور في الجزائر مؤخرا مع الأزمة الاقتصادية والبحث عن بدائل النفط من خلال تفعيل السياحة الدينية، حيث دعا مختصون إلى استغلال هذه الطاقات التي تزخر بها الجزائر، التي من شأنها أن تجمع المريدين والأتباع من جميع بقاع العالم، خاصة إفريقيا ودول جنوب شرق آسيا.. ويرى هؤلاء أن الجزائر تنام على منجم ذهب غير مستغل بين الجامع الأعظم، العمارة الإسلامية.

وبالرغم من تمتع الجزائر بالكثير من المقومات السياحية؛ فان القطاع السياحي لم يتبلور أو يصل إلى المستوى المستهدف الذي أعلنت عنه الحكومات المتعاقبه، ونظرا لدور الصحافة في تشكيل الوعي والمعرفة

وتكوين إتجاهات وسلوكات أفراد المجتمع، تبرز الحاجة لتعاون وثيق بين الصحافة والجهات المسؤولة عن السياحة من أجل زيادة الوعي بها وتزويدهم بالمعلومات الضرورية وتشجيعهم على تبني سلوكات وممارسات واتجاهات إيجابية، والإسهام في تنمية وتطوير هذا القطاع الذي يعتمد كثيرا على الترويج السياحي.

ومن هنا تولدت لدى الباحثة الرغبة في معرفة واكتشاف الواقع الحالي لمساهمة للإعلام في السياحة الدينية في الجزائر ودوره في ترتيب أولويات السياح تجاه المناطق السياحية والكشف عن مدى فاعليته في دعم السياحة الدينية. وقسمت هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول: الفصل الأول الاطار المنهجي و الفصل الثاني مدخل الى الاعلام أما الفصل الثالث ماهية السياحة في الجزائر.

الفصل الأول الإطار المنهجي

1- الإشكالية :

إن كلمة السياحة ذات مفهوم واسع جداً وترتبط بعدد كبير من الأنشطة، كالإيواء والإطعام والنقل، ولذلك فنشاطها يطال جوانب الاقتصاد كافةً، والسياحة الفعلية ولدت مع بداية القرن التاسع عشر، وتطورت مع ظهور وسائل النقل السريعة كالقطارات والسفن والطائرات في القرن العشرين، ولعل سياحة المستقبل ستكون بالمركبات الفضائية بين الكواكب والنجوم عبر علم النفس الحديث والعلوم السلوكية عن الدوافع بالحاجات، إذ يمكن الاستفادة من ديناميكية هرم ماسلو في تصنيف الحاجات، فالإنسان عندما يسعى لإشباع حاجاته فإن هناك قوة داخلية تحركه، لكنها تكون غامضة وغير محددة ، ولكي تصبح هذه الحاجات والدوافع رغبات محددة يجب تحريضها أو تحريكها عن طريق الإعلانات أو التسويق السياحي حتى لا يسعى الفرد إلى إشباعها لأنها أصبحت مدركةً وواضحةً بالنسبة له وفي كثير من الأحيان يسعى الإنسان إلى إشباع أكثر من دافع أو حاجة في وقت واحد، كأن يكون جائعاً ويدعو معه بعض أصدقائه للغداء وفي مكان سياحي مطل على بحيرة جميلة، فيكون بذلك أراضى حاجات ودوافع عدة مثل الجوع (حاجة فيزيولوجية) ، دعوة الأصدقاء (حاجة اجتماعية) المكان السياحي (حاجة تقدير الذات والاحترام) وقد تكون السياحة لإرضاء حاجات مرتبطة بالدوافع الأساسية، كالحاجة إلى الترويح عن النفس أو التقليل من الضغوط النفسية الناتجة عن العمل، والتخلص من روتين الحياة ورتابتها، ويمكن أن تضاف أيضاً الحاجات المعرفية وحب الإطلاع والفضول وهي مرتبطة بحاجات توكيد الذات مثل زيارة الآثار والمتاحف وحضور المهرجانات والحفلات .

كما يلعب الإعلام دوراً كبيراً في هذا المجال من خلال وسائل الإعلان المختلفة أو الترويج المتمثلة بالوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية والمعارض والأفلام والتبادل العيني والمطبوعات وغيرها.

كذلك بقدر ما للإعلام من أثر إيجابي في الترويج السياحي، وبقدر ما هناك حاجة ملحة لدوره الفعال في عملية التنمية السياحية بقدر ما هناك حاجة ماسة للاستثمار ووسائله كافةً وخاصةً الإعلان المرئي، إذ من خلال وسائل الإعلام المختلفة يستقي الفرد معلوماته والتي تصله عادةً في شكل إخباري عن حقائق ومعلومات سياحية يهتم بها السائح ، وتدفع شركات السياحة مقابل مادي عن الأخبار السياحية ذات الطابع الإعلاني عن برامجها السياحية أوقد ما يهم جمهور الوسيلة الإعلانية السياحية وبشكل مباشر .

و نجد أن السياحة الدينية أحد أهم أغراض السياحة الموجودة حالياً، فبالطبع للسياحة أنواع عدة تندرج تحت تعريفها الشامل بأنها زيارة بلاد غريبة والتعرف على معالمها وثقافتها؛ فهناك السياحة العلاجية والسياحة الخدمية والترفيهية والثقافية وأيضاً السياحة الدينية والتي يقصد بها زيارة السائح لأماكن ذات طابع ديني روحاني وآثار تشهد على كل ما له صلة بالأديان ، و غير ذلك من النشاطات المختلفة وتحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على المساهمة الاعلامية في تنمية السياحة الدينية في الجزائر من خلال طرح الاشكالية التالية:

كيف تساهم وسائل الإعلام في الترويج للسياحة الدينية في الجزائر ؟

2- تساؤلات الدراسة:

1) كيف تساهم الاذاعة في نشر سياحة الدينية؟.

2) كيف تساهم برامج الاذاعية في نشر ثقافة سياحة الدينية؟.

3) كيف تروج الإذاعة لخدمة السياحة الدينية ؟.

4) الفرضيات:

1- كلما ساهم الاعلام في الترويج للمعالم الدينية في الجزائر كلما زاد ذلك في

جذب السياح .

2- يؤثر الاعلام السياحي على السياحة الدينية في الجزائر ايجابا .

3- يعتبر الاعلام من اهم مقومات السياحة الدينية في الجزائر.

4- أسباب اختيار الموضوع

- دوافع الذاتية:

- الرغبة في دراسة مثل هذه المواضيع التي تعتبر حديث الساعة.

- الميل الاشباع فضول العلمي من خلال دراستي.

- حب الاستطلاع في مجال السياحة.

الاسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات التي تناولت الموضوع.

- التهميش الاعلامي الذي تعاني منه السياحة الدينية بالرغم من امتلاك الجزائر

مؤهلات و مقاصد سياحية دينية.

- وجود امكانية دراسة الموضوع.

- اثراء المكتبات جامعية

5- اهداف البحث

يهدف البحث الى:

- تسليط الضوء على امكانيات السياحة الدينية.

- ابراز امكانيات السياحة الدينية .

- اثراء الموضوع و تبيان مجالاته.

6- أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في ابراز واقع السياحة الدينية بالجزائر وذلك بتثمين

الامكانيات والمقومات السياحة التي تزخر بها الجزائر والتي تشكل العرض السياحي بها

وذلك حتى يمكن وضع تصور لتطوير السياحة في الجزائر ،مما يعني تفعيل النشاط

السياحي والارتقاء به لمستوى المنافسة العالمية.

7- حدود الدراسة:

- المكانية : الاذاعة.

- الزمنية : من مارس حتى نهاية جوان.

8- منهج الدراسة

نحتاج في دراستنا العلمية الى منهج يتلاءم مع طبيعة دراستنا من اجل الكشف على الحقائق بهدف وصول الى نتائج محددة لذلك اعتمدنا على دراستنا على المنهج الوصفي.

يعرف المنهج الوصفي:

بانه و صف الظاهرة المدروسة و تصويرها كما في طريق جمع المعلومات مقننة عن المشكلة و تصنيفها و تحليلها و اخضاعها للدراسة الدقيقة.¹

كما انه: طريقة منتظمة لدراسة الحقائق راهنة المتعلقة بظاهرة او موقف او افراد بهدف اكتشاف حقائق جديدة او التحقق من صحة حقائق قديمة.²

- كما يشير بانه الطريق او مجموعة الطرق التي تمكن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية و الظروف المحيطة بها من بيئتها و المجال العلمي الذي تنتمي اليه ، و تصور العلاقة بينهما و بين الظاهر الاخرى المؤثرة في ذلك ، كما تصور شكل العلاقة بين متغيرتها باستخدام اساليب و ادوات البحث العلمي.³

- و يستخدم المنهج الوصفي في الدراسة الاوضاع الراهنة للظواهر من حي خصائصها اشكالها و علاقتها و العوامل المؤثرة في ذلك، وهذا يعنى ان المنهج الوصفي يهتم بدراسة حاضر الظواهر و الاحداث ، مع ملاحظة ان المنهج الوصفي يشمل في كثير من الاحيان عن عمليات تنبؤ لمستقبل الظواهر و الاحداث و لتي يدرسها.

¹ عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية و الاعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، ط2 ، 2010 ، ص80.

² بلقاسم سلاطنية، حسان الجيلالي: المنهجية العلوم الاجتماعية ، درا الهدى للطباعة و النشر و التوزيع، عين ميله، الجزائر، 2004، ص186.

³ مصطفى حميد الطلائي، خير ميلاد ابو بكر: مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الاعلام و العلوم السياسية، دار الوفاء ، لنديا و الطباعة و النشر ، الاسكندرية، 2007، ص95 .

- يرتبط استخدام المنهج الوصفي غالبا في دراسات العلوم الاجتماعية و الإنسانية و التي استخدم فيها منذ نشأته و ظهوره، ولكن هذا يعني ان استخدامه و تطبيقه يقتصر على هذه العلوم فحسب بل انه يستخدم احيانا في دراسات العلوم الطبيعية لوصف الظاهر الطبيعية المختلفة¹.

- يقوم المنهج الوصفي على رصد و متابعة دقيقة لظاهرة او حدث معين بطريقة كمية او نوعية في فترة معينة او عدة فترات، اجل التعرف على الظاهرة او الحدث من حيث المضمون ، و الوصول الى نتائج و تعميما تساعد في فهم الواقع و تطويره².

9- مجتمع الدراسة وتحديد عينة الدراسة:

مجتمع الدراسة

يعد المجتمع الاكبر او مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق الدراسة، بمعنى جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها ويمثل المجتمع الكلي او المجموع الاكبر الذي يستهدف دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة و على كل مفرداته، الا انه يصعب الوصول الي هذا المجتمع المستهدف فيتم التركيز على المجتمع المتاح او الممكن الوصول اليه او الاقتراب منه لجمع البيانات³، فعندما يصعب تحديد حجم مجتمع البحث يقوم الباحث بتحديد مجتمع بحثه الاصيلي من خلال الاكتفاء بدراسة الاوساط المختلفة فيه⁴، ويكون الجزء المتاح عادة الجزء الذي يمثل الكل ويخدم اهداف الدراسة .

¹ - عبيدات محمد وزملائه، منهجية البحث العلمي : القواعد و المراحل و التطبيقات، ص 47 .

² - نفس المصدر، ص 47.

³ - عبد العزيز السيد، مناهج البحث العلمي، دار النهضة، العربية، القاهرة، 2007، ص 169 .

⁴ - احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة، الجزائر، 2003، ص 172 و 173 .

تحديد العينة:

وبعد تحديدنا لمجتمع البحث والذي يتمثل في أستاذ مركز البحث الاسلامي ، قمنا بتحديد الدراسة المتمثلة في أستاذ مركز البحث الاسلامي باستخدام العينة القصدية ، نظرا لاقتصار دراستنا على أستاذ مركز البحث الاسلامي مستمعي الاذاعة .
والعينة القصدية هي التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريق محكمة لامجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصا باقتناء المفردات الممثلة اكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرد ما بطريقة مباشرة.

وعليه فقد اخترنا عينة تتكون من خمسون مفردة وقد تمت عملية توزيع الاستمارات في الفترة ما بين 15 ماي الى 10 جوان 2020 على طلاب السنة الاولى ماستر والثانية ماستر قسم علوم الاعلام والاتصال بكلية العلوم الانسانية والحضارة لجامعة عمار الثلجي بولاية الاغواط .

10- الاستبيان :

يعتبر الاستمارة اداة هامة من الادوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات، المتعلقة بموضوع الدراسة وهي عبارة عن مجموعة من الاسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة ، ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على اداة الاستبيان او الاستقصاء التي وزعت على عينة من أساتذة مركز البحث في العلوم الاسلامية و الحضارة بالأغواط .

ويُعرف الاستبيان بأنه "أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوى على عدد من الاسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب ويجري توزيعها على اشخاص معينين لتعبئتها"¹.

وتم اعتماد هذه الاداة في الدراسة "المساهمة الاعلامية في التنمية السياحية الدينية" دراسة العينة متكونة من 60 طالب لعلوم الاعلام والاتصال 30 سنة اولى و30 سنة ثانية، تم توزيع الاستمارة للتكون من 3 محاور، اذ يشمل المحور الاول البيانات الشخصية للأساتذة، اما المحور الثاني علاقة الاعلام بالسياحة الدينية، في حين المحور الثالث يدور حول دور البرامج الاذاعية الجزائرية في تنمية السياحة الدينية .

11- الدراسات السابقة

الدراس الأولى : الدراسة السابقة دراسة تيراب (2015)، بعنوان "دور البرامج الإذاعية في الترويج للسياحة في السودان"، سعت هذه الدراسة إلى إبراز دور البرامج الإذاعية في الترويج للسياحة في السودان، وقياس مدى اهتمام الجمهور للاستماع لبرامج الترويج السياحية، وقد استخدم الباحث أداة تحليل مضمون بأسلوب الأسبوع الصناعي لتحليل (20) حلقة من برنامج دنيا السياحة. وطبقت الدراسة على عينة عشوائية متعمدة تكونت من (50) مفردة من مستمعي الإذاعة وأصدقاء الباحث المتخصصين بالموضوعات السياحية.

وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- ساهمت البرامج الإذاعية في ترويج السياحة، فقد بينت الدراسة رغبة مستمعي برنامج "دنيا السياحة" بزيارة المواقع السياحية تأثراً بالبرنامج.
- ساهم برنامج "دنيا السياحة" في توعية الجمهور وحثه للتعرف على القضايا السياحية من خلال المعلومات القيمة التي قدمت للمستمعين.

¹ - احمد عارف العساف ،محمود الوادي ،منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والادارة المفاهيم والادوات ،دار الصفاء للشر والتوزيع ،عمان، طبعة 2014 ، ص 255 .

- تدهور في مستوى السياحة في السودان لعدم إهتمام الدولة في السياحة كمورد إقتصادي وإنما كنشاط ترفيهي للأفراد والمجموعات.

الفرضيات

1- كلما ساهم الاعلام في الترويج للمعالم الدينية في الجزائر كلما زاد ذلك في جذب السياح .

2- يؤثر الاعلام السياحي على السياحة الدينية في الجزائر ايجابا .

3- يعتبر الاعلام من اهم مقومات السياحة الدينية في الجزائر.

الدراسة الثانية : أولاد راوي عبد الرحمن ، رحايلية سيف الدين ، جامعة مساعدية محمد الشريف ، سوق أهراس ، الملتقى الوطني الأول حول المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر(المؤسسات الإذاعية كأداة فعالة لترويج السياحة في الجزائر) -22 - 23 أبريل 2014.

الإشكالية الرئيسية :

- كيف تساهم المؤسسات الإذاعية في الترويج للسياحة الداخلية في الجزائر ؟

التساؤلات الفرعية :

- الإذاعة الوطنية تساهم في نقل المعلومات السياحية الصحيحة في الوقت المناسب من أجل خلق وتشجيع السياحة الداخلية من جهة ومن جهة أخرى ترويج السلوكيات الحضارية في التعامل مع السياح والمنشآت السياحية.

الدراسة الثالثة : فايز محمد علي الحميدات ، الإعلام السياحي في الأردن (إذاعة سياحة FM نموذجاً) ، ماجستير في الإعلام ، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط ، 2003.

الإشكالية: ما واقع الإعلام السياحي في الأردن من خلال دراسة إذاعة سياحة FM ومستوى فاعلية برامجها في تلبية الاحتياجات السياحية ومواكبتها للنمو السياحي ؟ وما

طبيعة المضامين والمواد الإعلامية التي تمتاز بها من وجهة نظر العاملين بالقطاع السياحي بشقيه الحكومي والخاص ؟

الأسئلة الفرعية

- ما تقييم العاملين في القطاع السياحي للمواد الإعلامية التي تبث عبر إذاعة FM ؟
- ما الآثار المتنوعة التي يتوقعها العاملون في القطاع السياحي جراء الاستماع لبرامج الإذاعة السياحية ؟
- ما درجة إسهام برامج إذاعة سياحة في ترويج المواقع والأنشطة السياحية في الأردن من وجهة نظر العاملين في القطاع السياحي ؟
- ما درجة إسهام إذاعة السياحة في تعديل بعض السلوكيات من وجهة النظر العاملين في القطاع السياحي ؟
- ما درجة مواكبة إذاعة سياحة للنمو السياحي في الأردن من وجهة نظر العاملين في القطاع السياحي ؟

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن واقع الإعلام السياحي المسموع من خلال دراسة إذاعة سياحة FM وهدفت أيضا التعرف على مدى مواكبة الإذاعة للاحتياجات التنموية في القطاع السياحي في الأردن ، من وجهة نظر العاملين في هذا القطاع ، حيث استخدم في الدراسة المنهج الوصفي المسحي واستخدم الاستبانة والمقابلة ، حيث طبقت الاستبانة على عينة من 306 من العاملين في القطاع السياحي في الأردن بشقيه الحكومي والخاص في حين أجرى الباحث مقابلات مع عدد من القائمين على الإذاعة وبرامجها.

12- مصطلحات الدراسة

الإعلام : هو عملية اجتماعية تعمل على نقل المعلومات بطريقة محددة ومتنوعة سلفا من المرسل إلى المستقبل عبر قنوات إعلامية.¹

¹ - محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط ، 1 ، 2010 ، ص 28.

والإعلام هو تقديم معلومات صحيحة للجمهور المستقبل للمعلومة ولا يجب أن تكون مشبوهة.

السياحة : هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث والأساسي فيها الحاجة المتزايدة للحصول على عمليات الاستجمام وتغيير الجو والوعي الثقافي المنبثق لتذوق جمال المشاهد الطبيعية ونشوة الاستمتاع بجمال الطبيعة.¹

السياحة هي خروج الإنسان للراحة والاستجمام وتغيير الجو واكتشاف مناطق سياحية ومعرفة تاريخ المنطقة السياحية و تحسين مزاجه وحالته النفسية..

الإعلام السياحي:

الدليل المادي للصناعة السياحية من خلال وظيفته الأساسية وجوهرها هو التعريف بما يحتويه البلد من معالم سياحية سواء أكانت طبيعية أم أثرية تاريخية أم فندقية أو أي مظهر آخر أو مجال من مجالات الجذب السياحي وذلك باستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية المتطورة من أفلام وإعلانات قادرة على جذب السياح الأجانب ومواطني البلد، وبالتالي فالإعلام السياحي صفة لازمة ومحورية للصناعة السياحية².

وسائل الإعلام : كلمة جمع تشير إلى كل الطرق التي يتم فيها نشر المعلومات، كوسائل إعلام مقروءة كالصحف والمجالات والنشرات المطبوعة ، وسائل الإعلام المسموعة والمرئية الراديو والتلفزيون ، والمفرد من هذا المصطلح كلمة MEDUIM وتعني إحدى هذه الوسائل منفردة .

¹ - محمد أحمد العمري ، الأمن السياحي ، المفهوم والتطبيق ، دار الرابحة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2010، ص 26.

² الاعلام السياحي : <https://djelfaonline.ahlamontada.net/> ، 22:00 ، 2020/04/22 .

الفصل الثاني مدخل الى الاعلام

تمهيد :

يتضمن شرح هذا الفصل ، تقسيمه حسب مقتضيات هذه الدراسة، وبتالي تم تقسيم الفصل الى ثلاث مباحث (اولهم) مفهوم الاعلام وعناصره، (المبحث الثاني) انواع ووسائل الاعلام ،(المبحث الثالث) مفهوم الاعلام الديني .

المبحث الاول : مفهوم الإعلام وعناصره

اما في خصوص ،الجانب الشكلي لهذا المبحث ، فتم تقديمه ليشمل مفهوم الاعلام في (المطلب الاول) ، عناصر العملية الاعلامية (المطلب الثاني) ووظائف الاعلام (المطلب الثالث) .

المطلب الاول : تعريف الاعلام

يذهب مجموعة من الباحثين الى عدم وجود إعلام إسلامي اليوم نظرا لان مواد الإعلامية الدينية الكائنة إنما تختص بجانب واحد من جوانب الشريعة الإسلامية دون ان تكون هنالك معالجة شاملة للمواضيع المختلفة من وجهة نظر إسلامية و لهذا يفضل بعض الباحثين استعمال مصطلح ' إعلام ديني' بدل مصطلح " إعلام إسلامي" و هذا الصدد ينبغي علينا ان نفرق بين مصطلحين متجاوبين من مصطلحات التي تتصل اتصلا وثيقا بالرسالة الدينية الإسلامية التي تتولى مهمة تطبيق الإسلام بمختلف مجالات الحياة وكنا نلاحظ تذبذبا واضحا في استعمال مصطلح لدى الباحث الواحد في مرجع واحد.

ويعرف محمد منير حجاب الإعلام الإسلامي فيقول " هو الإعلام الذي ينعكس الروح و المبادئ و القيم الإسلامية " و يمارس في مجتمع الإسلامي و يتناول المعلومات والحقائق و الأخبار متعلقة بالكافة نواحي السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و القانونية والأخلاقية.¹

ويتحدث محمد سيد محمد " الإعلام الإسلامي " على طبيعة الإعلام الإسلامي الذي ينعكس الإطار الاجتماعي الذي يعمل في ضل ما يقول " المجتمع الإسلامي الذي يطبق الشريعة الإسلامية مجتمع الشمولي من حيث العقيدة و تكامل البناء الاجتماعي و من ثم فان كل شيء فيه إسلامي بدا من المرح و المزاج و التسلية الى مواجهة الموت والكوارث

¹ محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، المبادئ، النظرية، التطبيق، دار الفجر الجديد، القاهرة، 2002، ص 24 .

و الإعلام في هذه الحالة إسلامي في صدق إخباره و إسلامي في تعليمه شرح الأخبار وتفسيرها".

هو تلك الجهود، الموجهة لتوصيل الأخبار، والمعلومات الدقيقة، والتي تُركز على الصدق ، والصراحة ، في عرض السلع والخدمات ، او الافكار ، او المنشآت وغيرها، من وسائل النشر المختلفة ، بقصد مخاطبة عقول الجماهير، معتمدا على الصدق او الاساليب.

اما تعريف الاعلام عند(ريد فيلد) ، فيعرفه بأنه المجال الواسع ، لتبادل الوقائع، والآراء بين البشر، بينما يعرفه (ويليام ريفزر) ، بأنه يشمل كافة الطرق التعبيرية ، التي تصلح للتفاهم المتبادل¹ ، والإعلام بمفهومه العصري ، ينطبق خاصة على عملية الاتصال، التي تستعمل الوسائل العصرية، من الصحافة، والإذاعة، والتلفزيون، ولم يُطلق قديما على هذه العملية ، كلمه عرف مثلاً الدين الإسلامي ، نوعا من الاتصالات، سُميت بالتبليغ، أو الدعوة، وهو اقوى ، الى المفهوم العصري للإعلام، فالإعلام هو تزويد الناس، بالأخبار الصحفية، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة.²

يعرف الاعلام بشكل عام بأنه فن إقامة وتوطيد العلاقات والثقة المتبادلة ما بين المؤسسة ومختلف العاملين معها، عن طريق التعريف بالمؤسسة وبمنتجاتها، ودراسة سلوكيات ورغبات هؤلاء المتعاملين ومحاولة اشباع حاجاتهم والعمل على تنمية وتوسيع المصالح المتبادلة³.

¹ احمد علي عبد الله ، التخطيط والتنمية السياحية، ط 3، الجزائر، السنة 1999 ، ص151 و 152

² رضوان بلخيري ، سارة جابري مدخل للاتصال والعلاقات العامة ، جسور للنشر والتوزيع الجزائر الطبعة الاولى 2014 ص 19 .

³ - صالح خالص ،الاعلام التجاري والمفوضيات التجارية ، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية ، الجزائر ص 4 .

كما يعرفه الدكتور (عبداللطيف حمزة) هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم¹.

وعرفه ايضاً الدكتور (عز عبد الرحمن) بأنه انتقال المعلومات من مصدر الى آخر، ويرمز الاعلام في علوم الاعلام والاتصال الى ما تبثه وسائل الاتصال من صحافة مكتوبة وسمعية ومرئية من محتويات إخبارية ثقافية اجتماعية وترفيهية الى قطاع واسع من المجتمع².

المطلب الثاني: عناصر العملية الاعلامية

تعتمد عملية الاتصال، بصفة أساسية، على خمسة عناصر متصلة، ومتشابكة، ومتداخلة، مع ظروف نفسية، تؤثر في النهاية على انتقال، و الآراء والمعلومات، بين الأفراد والجماعات وهي:

الفرع الأول: المصدر او المرسل (Source)

وهو صاحب الرسالة، التي يتم إرسالها للأخرين، ويجب ان يجيد صياغة افكاره، في رموز تعبر عن المعنى، الذوي يُقصد به ان يكون المصدر، او المرسل شخص، او جهة مسؤوله، او وسائل الاعلام.. الخ وذلك وفقاً لشكل الاتصال.

¹ - عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير، ط3، دار الفكر، القاهرة 195 ص 135.

² - فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003 ص 24.

الفرع الثاني: الرسالة: (Message)

الرسالة أساس عمليات الاتصال ، وتعد الرسالة بمثابة المضمون المعبر عنها، وتتفاوت هذه الرسالة في أنماطها ، فهناك رسائل لفظية شفوية ، او كتابية ، وهناك رسائل غير لفظية ، فالحدث الاصلي ، هو مجمل هذه الرسائل ، والتي تشكل المعنى الإجمالي، لمضمون الاتصال ، ولكي يتحقق للرسالة الوضوح ، من الناحية الفنية ، ينبغي استخدام الجذب والعبارات السهلة ، لأن فهم المعنى ، هو أساس الاقناع والاستمالة ، وينبغي ان تتناول الرسالة ، موضوعا يجذب انتباه المُستقبل ، وان يثير احتياجات محددة عنده، وتقترح الوسائل المناسبة لإشباعها.¹

الفرع الثالث: الوسيلة (Channel)

الوسيلة ، هي التي يتم من خلالها ، نقل الرسالة من المرسل او المصدر ، الى المتلقي ، او المستقبل ، وهذه الوسيلة تختلف خصائصها ، وامكانياتها، باختلاف الموقف الاتصالي ، وحجم المتلقين ، وانتشارهم ، وحدود المسافة بين المرسل ، و المتلقين . ويتوقف استخدام كل وسيلة، في العملية الاتصالية ، على طبيعه الفكرة المطروحة ، او الهدف الذي تسعى لتحقيقه ، من خلال رسالة معينة ، وكذا خصائص الجمهور المستهدف، وايضا تكاليف استخدام الوسيلة ، بالنسبة للأهمية الهدف المطلوب تحقيقه، مع أهمية عامل الوقت ، بالنسبة للموضوع الذي يتناوله الاتصال ، مع اخذ في الاعتبار، مزايا كل وسيلة ، وما تحققه من تأثير على الجمهور المستهدف.²

¹ - محمود عياصرة، ومروان محمد بن احمد ، القيادة والرقابة والاتصال الاداري ، الطبعة الاولى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الاردن، 2007 ص 163 و164.

² - محمد امين عودة ، اساليب الاتصالات والتغير الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 1998 ص19 .

الفرع الرابع : المستقبل (Receiver)

المستقبل، هو الذي يستقبل الرسالة ، سواء كان هذا المتلقي فردا، او جماعة، او جماهير فقيره، او متوسطة، او المتلقي شخص معنوي كالإدارة ..الخ ، ويعتبر المستقبل، هدف كل عملية اتصال ، ويقوم المستقبل بإعادة فك رموز الرسالة الموجهة ، من المرسل ويفسرها تبعاً ، للإطار الدلالي ، وهنا يحدث احد الامرين:

❖ اما ان يوفق المتلقي في تفسير الرسالة ، على النحو الذي يقصده ، فتصل الفكرة إليه بوضوح.

❖ واما ان يخفق ، في استخلاص المعنى المقصود ، لأي سبب يتعلق بصياغة الفكرة ، او وسيلة نقلها ، او الظروف التي نُقلت فيها اليه ¹.

الفرع الخامس: رجع الصدى:(The feedback)

وهو ما يسمى ، بالتأثير المترتب ، او قياس مدى فعالية الرسالة ، وماذا حققت من أهداف اتصالية ، ويمكن قياس رجع الصدى ، بناء على عدة محاور ، من أهمها² :

❖ مدى تحقيق الإدراك لمضمون الرسالة ، او موضوعها لدى الجمهور ، المستهدف .

❖ مدى تحقيق التذكر، بموضوع الرسالة.

❖ مدى تحقيق التغيير الواضح في الآراء، والاتجاهات، لدى الجمهور المستهدف.

❖ مدى تحقيق التصديق، لدى المستقبل، لما تضمنته الرسالة، من معلومات³ .

¹ - علي عوجة وآخرون ، مقدمة في وسائل الاتصال الطبعة الاولى ، مكتبة مصباح ،جدة 1989 ص 20 و21 و23.

² - محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، ط 1 ،عالم الكتاب ،القاهرة ،1997 ص 26 .

³ - صالح خليل ابو اصبع، العلاقات العامة والاتصال الانساني ،ط 1 ،دار الشروق ،الاردن ، 1998 ص 13 .

المطلب الثالث: وظائف الاعلام

تتعدد وظائف لتشارك في كونها تمر على احدى هذه الاسهامات التالية:

- ❖ اما الغرض منها الاسهام في نوعية الجمهور، المنظمة بمخرجاتها، وكيفية الانتقال بها ، او الاسهام في تطويرها .
- ❖ اما دور الوظائف يقتضي تطوير تقنياتها الانشطة الاعلامية ، بما يحقق مرونة التفاعل الايجابي مع جمهور المنظمة .
- ❖ اما يكون له وظيفة مفادها رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة ، بما يحسن من العلاقات العامة مع الجمهور، ويدفعها بالاتجاهات الايجابية¹.

المبحث الثاني: أنواع وسائل الإعلام

تم تقسيم هذا المبحث ، ليتطرق الى وسائل الاعلام المكتوبة(كمطلب أول)، والاذاعة كوسيلة (المطلب الثاني) ، والتلفزيون كوسيلة (المطلب الثالث) ، و شبكة الأنترنت (المطلب الرابع).

¹ - محمد جواد زين الدين المشهداني، العلاقات العامة في المؤسسات السياحية، المملكة الاردنية الهاشمية ، دار امجد للنشر وتوزيع الطبعة الاولى 2007 ص 74 .

المطلب الأول: وسائل الإعلام المكتوبة¹

كما نجد الكتيبات، وهي وسيلة اعلاميه خاصة و مقروءة، تهدف الى الاحاطة المرتبة، للأفكار والمعلومات، عن اي منظمه وسياستها وانجازاتها ، بهدف كسب تأييدهم وثقتهم، حيث تتضمن الكتيبات بيانات تهم الجمهور المتعلم ، وتساهم في نشر الرسالة الإعلامية ، على عدد كبير من الأفراد ، في وقت قصير ، وتمتاز في ان الحائز على الكتيب لديه الوقت الكافي للقراءة والاستيعاب ، للأفكار والمعلومات الواردة فيه ، وهي وسيلة ذات طابع شخصي ، كما نجد الدعوات العامة ، والزيارات الاعلامية ، ان الدعوة العامة او المفتوحة يمكن ان تُستخدم في أغراض كثيرة ، حيث يتم من خلالها أعلام العملاء ، والموردين والمستهلكين ، ورجال الصحافة ، كيف تعمل المنظمة على الطبيعة ، وقد يكون الهدف من الدعوة العامة ، استضافة عدد من وسائل الإعلام للقيام زيارة صحفي للمنظمة ، وهو إعلام الجماهير ووسائل الاعلام المختلفة، بطريقة عمليه ، ويكون لها قيمة إخبارية ، تساهم في تحسين سمعة المنظم ، وتحسين صورتها امام الجماهير، وهو امر يكفل اندماجهم ، ومعيشتهم لواقعها ، وارتباطهم وشعورهم بالانتماء اليها.

وتتميز الوسائل المقروءة ، عن غيرها ، بانه يمكن حفظها ونقلها بسهولة ، كما أنها تيسر للقارئ فرصة الاختيار ، والانتقاء ، كما يمكنه تأجيل قراءتها ، وكذلك إعادة قراءتها وتستخدم في ذلك حاسة البصر فقط ، وجمهور الرسالة المقروءة غير متجانس، يقرأها فئات مختلفة من العمر والجنس، ومنهم المتخصص الذي يميل الى قراءة الكتب والدوريات العلمية ، ومنهم الجمهور الغير متخصص ، الذي يقرأ الصحف اليومية والمجلات العامة ، ومنهم من يجمع بين الاثنين ، ونشير إلى أن هذه المطبوعات تخضع

¹ - رضوان بلخيري، مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال نشأتها وتطورها، الجزائر ، دار الجسور للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى 2014 ص 21 و 22 .

لقوانين النشر والرقبة، اما رجع الصدى، بطيء إذ انه يكون بالبريد والكتابة والردود الصحفية، الأمر الذي يستغرق فترة من الزمن.

وتمثل الوسائل المسموعة المرئية ، رساله في شكل صوت ، وصوره متحركة معا، ويمكن التحكم في استقبالها ، او من عدمه، والوسيلة هنا غالبا ما تكون التلفزيون، او السينما ، والفرق بين السينما والتلفزيون ، ان الاولى تفيد المتلقي بالجلوس مستقبلا الرسالة طول الوقت، و وقت الجمهور لا يعرفه واناس من حوله يقيدون حركته ، وقد يكون هناك تشويش، أما التلفزيون فيمكن التحكم فيه عن طريق اغلاقه او خفض صوته او الرد على الهاتف ، ثم معاودة الاستماع والمشاهدة ، وهذه الأمور تؤثر على استقبال الرسالة ، كما يمكن القول ان رجع الصدى ، في السينما اسرع منه في التلفزيون¹.

المطلب الثاني: الإذاعة

وهي وسيلة الاتصال تخاطب حاسة السمع ، وتعتبر من أفضل الوسائل خاصة بالنسبة للموضوعات، التي يعتبر الصوت فيها محور الاهتمام ، مثل الموسيقى واغاني والاحداث الجارية، ويوجد نوعان من الاذاعة، إحداهما الإذاعة الشكلية ، وتسمى احيانا بالإذاعة الداخلية ، وفيها يكون الميكروفون ومكبر الصوت بسماعه الاتصالات السلوكية، اما الثانية فهي لاسلكية، فلا يصل من الميكروفون الذي يتكلم فيه المرسل من محطة الإذاعة والسماعة الموجودة في جهاز الراديو سلوكيا، وتستخدم على نحو خاص في الترويج السياحي بسبب توفر الناحية المسموعة ، والتي تتطلب نوعا خاصا من الرسائل السياحية ،المُعتمدة على الجانب الخبري ، ويمكن تناول مزايا وعيوب الإذاعة في (فرعين اول وثاني) فيما يلي:

¹ - رضوان بلخيري، المرجع السابق ص 21 و 22 .

الفرع الأول: المزايا

- ❖ البث الإذاعي غالبا ما يصل الى اكبر عدد من المستمعين ، وعلى نطاق عالمي.
- ❖ المرونة التي يشتمل عليها البث الإذاعي، في تغطية السوق المستهلك.
- ❖ تساعد هذه الوسيلة في نقل الاخبار، والاحداث السياحية المختلفة ، فور حدوثها.
- ❖ هذه الوسيلة تصل الى جماهير عريضة ، وتمثل قبلة قلبي الحظ ، من الثقافة والتعليم والاميين ، والإذاعة تغطي مجالا لتخيل ، والتصوير، والتفكير، أكثر من الصورة التلفزيونية المكتملة ، وبذلك تعمل على تنمية الخيال لدى المستمعين .
- ❖ قلة تكلفة الاعلانات، مقارنة مع التلفاز، ويمكن اعدادها بسرعة تتسم بالمرونة من حيث التعديل والتغيير، بين فترة وأخرى .

الفرع الثاني: العيوب

- ❖ مستمعي الراديو، غالبا ما يكونون مشتتين بين العدد الكبير من الاذاعات الموجودة ، في منطقة واحدة .
- ❖ الراديو وسيلة سمع محدودة الفاعلية، مقارنة بالوسائل الاخرى .
- ❖ اكثر شيء سلبي في راديو الجانب الاستقصائي في المواضيع ، لغياب الجانب المرئي المباشر واعتماده على البرامج والحصص المسجلة عادتا ، من ما يجعل من البث الإذاعي ، ذو دور سلبي ، استقصائي تشكيكي في المحتوى¹.

¹ - مرتضى البشير الامين ، وسائل الاتصال والترويج السياحي ، دار امواج للنشر والتوزيع، 2016 ، ص 135

المطلب الثالث: التلفزيون

يعتبر التلفزيون من أهم الوسائل الإعلامية ، من ناحية الرواج والتأثير على الجمهور ، وقد احيط باهتمام العديد من الباحثين ، وهذا الاهتمام انعكس على التعريفات العديدة ، التي تم نسبها الى التلفزيون، وفيما يلي سنحاول ان ندرج اهم التعاريف التي حضي بها التلفزيون،

فالتلفزيون لا يزال لحد اليوم ، يتربع على عرش أكثر اجهزة الاتصال جماهيرية وتأثيراً، فهو يخاطب العين والاذن معاً، بالصوت و الصورة ، فالإنسان يحصل على ما بين 100 الى 90 من معلوماته عن طريق العين ، ومن 100 الى 80 عن طريق السمع، ومن 100الى 02 عن طريق الحواس الاخرى.

والتلفزيون كما هو معروف ، بدوره في نقل الصورة المنقولة لاسلكيا ، وهو وسيلة الكترونية للنقل الاخباري والافكار ، والمعلومات في مجالات متعددة ، من أبرزها الثقافة والعلوم، ومجالات اخرى يصعب حصرها .

وهناك من يعرف التلفزيون ،على انه ومنذ انتشاره في مختلف ارجاء المعمورة ، تميز بقدرته الفائقة على نقل الصور الناطقة و المتحركة ، للمشاهد اي أنه يجمع بين إمكانيات الصحف والراديو ، في وقت واحد ، بالإضافة الى انه احال الصور الثابتة في الصحيفة ، الى صور متحركة ، ومنها الى احاديث وحوارات لا حدود لها ، كما انه احال الكلمات المتدفقة من الراديو ، إلى مشاهد حية متتابعة .

وقد عرفه العالم الالمانى (اونمبارغ)، على أنه : التعبير الموضوعي ، عن العقلية وروحها ، وميولها واتجاهاتها .

وتتخذ البلدان الأكثر تطورا، من التلفزيون وسيلة لتعليم الصغار وتربيتهم ، وعرض قيم مجتمعاتهم ، واحاطتهم بتطورات و أمجاد أسلافهم .

يعد التلفزيون سمة العصر، وليس هناك ما ينافس التلفاز كوسيلة اعلامية، في قدرته على تغطية الاحداث ، حال وقوعها وتقدمها في مشاهد متكاملة ، تحكي ما يحدث في انحاء العالم، بلغة بصرية مفهومة لغالبية البشر¹ .

المطلب الرابع : شبكة الأنترنت

وسائل الانترنت:

هناك العديد من الوسائل المتوفرة على الانترنت التي تساعد مستفيدين على استخدامها و الاستفادة من تسهيلاتها و أهم هذه الوسائل هي:

الانترنت:

تعرف بأنها شبكة عالمية من مجموعة من الحواسيب التي ترتبط مع بعضها البعض لنقل المعلومات و إرسالها من حاسب الى آخر و قد تم استخدام الانترنت الأول مرة عام 1969م من قبل وكالة مشاريع الأبحاث المتقدمة التابعة لحكومة الولايات المتحدة فيما قامت بعد ذلك جامعة كاليفورنيا و معهد ستانفورد للأبحاث المرتبطة بالانترنت الأول بمجموعة من الدراسات و الأبحاث حول إرسال الرسائل و إعادة توجيهها قبل ليصبح هذا التضام جزءا مهما من البنية التحتية لعلوم الكمبيوتر في الولايات المتحدة تلى ذلك توسعه وانتشاره حول العالم بالشكل الذي يتيح لإفراد استخدامه بسهولة.

¹ - جلال عبد الرحمان ، دور التلفزيون في تثقيف المجتمع الجزائري (دراسة وصفية تحليلية على سكان مدينة المسيلة)، ص 29 .

- و يقول العالمان الأمريكيان فلي هاراكاداي و بات ماكروجر & clee hara cady & macreyoh Part في الإجابة عن هذا السؤال الانترنت شيء مختلف بالنسبة لأي منا.
- (1) انها مجموعة من الحسابات الآلية تتحدث عبر الألياف الضوئية و خطوط التليفون ووصلات الأقمار الصناعية و غيرها من الوسائل.
- (2) انها مكان يستطيع فيه التحدث الى أصدقائك و أفراد أسرتك المنتشرين حول العالم.
- (3) هي محيط من الثورات في انتظار من ينقب عنها.
- (4) هي مكان تقدم فيها الأبحاث التي تحتاج إليها رسالتك الجامعية أو أعمالك التجارية.
- (5) هي فرص تجارية غير محدودة.
- (6) هي مجموعة دعم عالمية لأي مشكلة أو حاجة
- (7) هي منجم ذهب يضم أصحاب الكفاءات في جميع ميادين وهم يتقاسمون المعلومات عن مجالات عملهم.
- (8) هي مئات من المكتبات و الأرشيف التي تفتح بمجرد لمسك لها.
- (9) هي مضيعة للوقت.
- (10) إنها تكنولوجيا المستقبل التي ستجعل حياتنا و حياة أطفالنا أكثر إشراقا¹... وكل هذه الإجابات.

¹رضوان بخيري، مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال نشأتها و تطورها، جسور للنشر و التوزيع، الجزائر، ص الاولى، ص216 و 217.

(1) البريد الالكتروني E.MAIL:

البريد الالكتروني و هي وسيلة تسهل عملية الاتصال بالملايين الناس من خلال الانترنت و بعد من أكثر وسائل استخداما و هي عملية البريد الالكتروني و تشبيهه عملية البريد التقليدي ففي كلتا الحالتين تكتب من شخص الى آخر.¹

(2) التلنت Telnet:

التلنت هي وسيلة تسمح للمستخدمين من الانترنت بالدخول المباشر الى الحواسيب الأخرى المرتبطة بالشبكة و القيام بالاستفادة من الخدمات و العمليات المتوفرة لهم هي الانترنت مثل و تشغيل و برامج الاطلاع على الملفات.²

(3) بروتوكول نقل الملفات: File Transfer Protocol:

هذا البروتوكول هو وسيلة تسمح للمستخدمين من الانترنت الوصول الى الحواسيب الموجودة في اية بقعة من بقاع العالم و القيام اما بنقل ملفات منها الى حواسيبهم أو تحميل ملفات من حواسيبهم الى حواسيب أخرى.³

(4) الويب World wide web:

الويب WWW و هي مجموعة من الصفحات المخزنة على الحواسيب المنتشرة في أنحاء العالم مرتبطة بوصلات تسهل الوصول الى المواقع الويب المختلفة.⁴

¹ Uneslo.op.cit.p.s

² Lunch d and rose .N.Internet system Handbook.London.Addison

³ الدرکزلي، شدي سلمان "الانترنت، ثورة المعلومات و الثقافة و التعليم ، افاق الثقافة و التراث، العدد 66 سنة

1977، ص 13

⁴ Scott . op . cit .p.04

المبحث الثالث : مفهوم الاعلام الديني

المطلب الاول: تعريف الاعلام الديني

هو عملية تشمل جميع الاعلام في الاسلام فهو ليس مجرد بعض الدروس والمواعظ تلقى من خلال اجهزة الاعلام ،ولا تلك المسلسلات التاريخية تعرض ضمن برامج الاذاعات والتلفزيون وانما هو وسائل وحقائق وندوات وبرامج ،اقتصادية واجتماعية ، وسياسية ... الخ .

الاعلام الديني يعتمد على الخبراء والأخصائيين ، والفنيين والكتاب والمؤلفين، الملتزمين بالإسلام ايماناً وعملاً ، ويعيشون على هذا النظام بعقولهم وافكارهم .

الاعلام الديني هو وجود التفاعل وسلوكيات الاستجابة بين المرسل والمستقبل ، وهو يؤدي الوظائف على المستوى الوطني والدولي فهو موجه لكافة الناس ،لذلك هو يستعمل كل اجهزة الاعلام المتخصصة والعامة في تلميع صورة الاسلام في جميع انحاء العالم ،وهو يستعين بوكالات الانباء الاسلامية المختلفة ويستخدم الاقمار الصناعية العربية والغير العربية وينشر في الاذاعات الوطنية والتلفزيونية العالمية .

مثل غيره من الأنشطة واجه الاعلام الديني عقبات لها علاقة بتحديد الجانب التطبيقي للمصطلح ونطاق عمله والمشكلة هي عدم ايجاد آلية تطبيق ووضع موضع التنفيذ بسبب تعقد النشاط الاعلامي ومن الذي يمثله هل يجب ان يكون شيخاً او شخصاً محسوب على الوسيلة الاعلامية الدينية بالضرورة ؟

تحول النشاط الاعلامي الى صناعة معقدة متجاوزا المفهوم البدائي للأعلام ، وادراك خبراء الاعلام انه لا يمكن توفر شيخ في كل برنامج .

وهنا يتم التركيز على مضمون الرسالة الاعلامية الدينية من جانب حتمية مراعات العنصر البشري المؤهل والمؤدي الناقل، وبذلك يصبح الجمهور المتأثر في المرتبة الاولى والمؤدي في المرتبة الثانية، كون ان الرسالة هي الالهة وهنا يطرح السؤال : ما هي الرسالة الاعلامية التي يمكن ان يعبر عنها بالاعلام الديني؟ هل من النصوص القرآنية او من السنة، او السلوكيات المرتبطة¹؟

ما بين هذا الجدل في مفهوم الاعلام الديني ، نقر بانها كل قول او ممارسة مباشرة اما للقران الكريم (الفرع الأول) او السنة او سيرة النبوية(الفرع الثاني) او التجارب والقصص والانتاج البشري .

الفرع الأول: القران الكريم

يعتبر المصدر الاول، وذلك لما يتضمنه من احكام وتعاليم واداب و اخلاق ، فيلتزم الاعلام بكل ذلك ، وكذلك كل شخص ، وكل مؤسسة اعلام دينية ، وهذا المصدر يجعل الرسالة تتسم بالثبات ، لان مصدرها الله ولا يكون الالتزام بالقول فقط بل بالعمل ، ويعتبر هذا الاصل الاعلى ، مما يدعو الناس الى الالتزام بالتشريع من خلال وسائل الاعلام .

الفرع الثاني: السنة والسيرة النبوية

المعروف ان القران شامل ولكن التفصيل والبيان جاء في السنة وهناك آيات كثيرة يأمرنا فيها الله بطاعة رسول الله صلى الله عليه وسلم كما يعتبر القران مصدر للأعلام كذلك السنة من التزام واحكام وبث ذلك من خلال مختلف الوسائل الاعلامية ورفع الناس

¹ - نعيمة قارة ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال ، الاعلام الديني ودوره في ترسيخ القيم لدى الجمهور الجزائري ص18.

الى المُثل العليا وايفادهم من القصص والعبر التي تساهم في تنشئتهم وبعث سلوكيات اجتماعية خالصة في ترقية القيم.

الفرع الثالث: التجارب والقصص والانتاج البشري

وهي تجارب من سبقونا بالإيمان وهي عرض امثال وعبر وتلتزم فيها القواعد الشرعية اما الانتاج البشري فهو يحتاج الى الضبط والقواعد الخلقية والقيم¹.

المطلب الثاني : خصائص الاعلام الديني

للاعلام الديني خصائص متعددة ، تجعله يتميز على غيره من انواع الاعلام، وسنذكر خصائص اوردها الدكتور (منير سعد الدين) في كتابه قراءه في الاعلام المعاصر والاعلام الديني، و كانت كالتالي:

❖ الأعلام قاعدته الحرية وقيمه المسؤولية ، في النظام الإسلامي الحرية هي أساس النظام السياسي، وفطرة لا يُصادرهما الإسلام، وهي قاعده لنظامه الإعلامي في الإعلام الديني ، فلا حرية بدون ضوابط.

❖ الأعلام الديني حرمة وحقوق ، فهو يحترم العرض، وحرمة النفس ، وحرمة العقل، وحرمة المال .

❖ الأعلام ملتزم بالإسلام، وأخلاقه.

❖ إعلام مستقل ، رافض لتبعية.

❖ اعلام يدعو الى السلوك الحضاري ، والعمل الصالح .

¹ - نعيمة قارة، المرجع السابق، ص 18 و 19 .

❖ اعلام قائم على الإقناع، لا الإكراه، يعتمد الإعلام الديني في مخاطبته للناس من خلال مضمون رسائله، على خاصية الإقناع لا الإكراه¹.

المطلب الثالث: وظائف الإعلام الديني

كون ان الاعلام الديني له نشاطه ، وعمله الاعلامي المتميز ، فإنه يملك عدة وظائف تساهم في إتمام العملية الإعلامية الدينية ، وتقديم خدمته للجمهور ، وتشمل هذه الوظائف ما يلي:

الفرع الأول: وظيفة دعوية و وظيفة إخبارية

وهي جزء من الامانة التي حملتها امه سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام ، ويسعى الاعلام الديني الى نشر عقيدة التوحيد ، كما يتبنى الدعوة الى العبودية الخالصة لله وحده لا شريك له عبادة خالصة لوجه الكريم دون سواه، فكل الإعلام دعوه.

ينقل الإعلام الديني الأخبار، والمعلومات، والأحداث والوقائع، ويتبنى قضايا المسلمين ويبرزها ويحلها ويقدم الحلول المناسبة لها ، وفق المنظور الإسلامي.

الفرع الثاني: وظيفة علمية وتربوية و وظيفة تثقيفية

ترمي الى الارتقاء باهتمامات الناس، والارتقاء بعقولهم، ووجدانهم، وسلوكهم، وتزويدهم بعلوم الشريعة وغيرها من العلوم النافعة، وغرس المعاني الأخلاقية .

اما الجانب التثقيفي فالتقافة مفهوم واسع يتضمن معارف وعلوم متنوعة ، في الشأن السياسي، والاقتصادي ، والاجتماعي ، والعسكري ، ويتضمن اخبار وتقارير ومعلومات، تؤدي دورا تكميلياً يحفز على واجب الاهتمام بها.

¹ - احمد محمد العسل ، النظام الاقتصادي في الاسلام ، القاهرة ، طبعة 1997 ص 145 .

فرع الثالث: وظيفة اجتماعية و وظيفة توعوية

تعمل على بناء الشخصية الاسلامي المتوازنة ، والقوية ، وبناء المجتمع المتماسك، وتعميق شعور الانسان ، مع روح الاخرين ، وبث الألفة والمودة ، وتحقيق الانسجام داخل المجتمع كما يساهم من خلال برامج على التنشئة الاجتماعية.

التوعيه بواقع الأمة الإسلامية ، وعلاقتها بالأمم الأخرى ، ذات التأثير بقضايا المسلمين سواء في الجانب السياسي أو الاقتصادي .

الفرع الرابع : وظيفة تنموية و وظيفة تقويمية

المساهمة الفعالة في تنمية المجتمع اقتصاديا ، واجتماعيا ، وعلى أسس سليمة وراسخة تعتمد على الأرقام والمعلومات ، وتؤدي دورا موازيا ، و مكمل لجهود الدولة . ان من اهم وظائف الاعلام الديني ، عملية التقويم لأداء الناس وأنشطتهم واعمالهم، واقوالهم وهذا لا يتحقق الا في ظل اعتلاء منابر العلم والإيمان، والصالح .

الفرع الخامس: وظيفة ترفيهية

المقصود بالوظيفة الترفيهية ، التركيز على الترفيه الهادف ، الذي يُروح على النفس، ويبعث النشاط فيها ، ويشعرها بالسعادة .¹

¹ - محمد محمد يونس ، الاعلام الاسلامي ، القاهرة 1998،ص23

الفصل الثالث

ماهية السياحة في الجزائر

يتناول هذا الفصل مبحثين ، تم تقسيمهم حسب مقتضيات الدراسة، بين (مبحث اول) يُبرز مفهوم السياحة وانواعها ، وبين (مبحث ثاني) يعطي تصور لمفهوم السياحة الدينية ، وفي يشمل ايضا المعوقات .

المبحث الأول : مفهوم السياحة

المطلب الأول : تعريف السياحة

لا شك ان السياحة وتعريفاتها تعيش تطورات من زمن لآخر منها من هو متعارف عليه، ومنها ما هو حديث تم تعديله في شكل معاصر ، لي يتناسق مع الحاضر ومتطلباته ذكرنا اهمها كفرعين اول وثاني اهمهم :

الفرع الأول: تعريفات حول السياحة

وردت العديد من التعاريف حول السياحة ، اختلفت حسب الزاوية ، التي ينظر منها الباحثون والهيئات الدولية ، ولكنها تتكامل لتعطي في النهاية تعريفاً واسعاً وشاملاً للسياحة وعليه نستعرض أهم التعريفات التي ورد منها :

اولاً: ورد أول تعريف للسياحة ، سنة 1905 للألماني (Freuler E.G)

وقال ان السياحة هي ظاهرة من الظواهر عصرنا ، تنبثق من الحاجة المتزايدة الى الراحة، والى تغير الهواء، و مولد للإحساس بجمال الطبيعة ، ونموا هذا الإحساس ، والى الشعور بالبهجة والتمتع ، من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة ، وايضا الى نموا الاتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة¹.

ثانياً: تعريف الباحث (Colden) في سنة 1935

يقصد بالسياحة اي نوع من الحركة ، التي بمقتضاها يقيم الافراد لأي غرض في مكان خارج بلادهم، بشرط عدم اعتبار هذه الإقامة للأغراض الكسب الدائم، او المؤقت².

¹ - اسماعيل علي سعد ، الاعلام والدعاية ، رؤية تحليلية نقدية ، مصر دار المعرفة الجامعية 2003 ص33

² - امين عبد العزيز حسن ، استراتيجية التسويق في القرن 21 م ، القاهرة ، دار القباء 2001 ص17

ثالثا: تعريف الهيئات الدولية في عام 1937

ورد عن لجنة الخبراء الاحصائيين ، التابعة لعصبة الامم المتحدة ، ان السائح هو اي شخص يسافر، لفترة من ساعة او اكثر، الى دولة اخرى غير تلك التي يقيم فيها، بصفة دائمة¹.

الفرع الثاني: التعريف الحديث للسياحة

يختلف كل باحث او دارس، في اقتناء المفردات المناسبة، والمعبرة التي تخدم مجال بحثه المتعلق بالسياحة وتعريفاتها، وقد يستعمل ايضا بعض الاسقاطات واقتباسات يراها مناسبة تخاطب عقول المتلقين، من ابناء جيله وعصره، كما تختلف هذه الاسقاطات منها ما هو قديم ، يمتاز بالأصالة وتم تزيينه ليبدووا في حلة جديدة ، وطبعة منقحة ، ومنها

الحديث حداثة الظواهر الزمنية الحالية، المعاصرة وقد اخترنا من التعريفات ما يلي:

اولا : يعرفها الالمانى (جويير فرويلر)

على انها ظاهرة من ظواهر العصر الحديث ، تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة ، وتغير المكان ، والى التمتع بجمال الطبيعة، والاحساس بها ، وكذا الاقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة².

ثانيا: ويعرفه (هونيكر وكراف)

بانها مجموعة من العلاقات ، والنشاطات التي تترتب عن سفر ، او من خلال تنقل واقامة الاشخاص ، خارج مكان اقامتهم المعتاد ، طالما ان هذه الاقامة مؤقتة ، وطالما ان هذا التنقل، لا يرتبط بنشاط يُدخل ربح لهذا الفرد³.

¹ - احمد بدر ،الراي العام ،طبيعة وتكوين وقياسه ودوره في السياسة العامة ،القاهرة ، دار غريب للطباعة 1977 ص 65.

² - ماهر عبد العزيز توفيق ، صناعة السياحة ،الاردن دار زهران للنشر والتوزيع 1997 ص 22.

³ - Pierre py ,le tourisme un phénomène économique (paris ،Edition les études de la documentation français 1996) p 09 .

ثالثاً: تعريف المنظمة العالمية للسياحة (Omat)

على انها هي أنشطة الاشخاص الزائرين ، لمكان غير مكان اقامتهم، لمدة لا تزيد عن سنة كاملة، لغرض الترويج او الاعمال، او لأغراض شخصية اخرى¹ .

المطلب الثاني : أساسيات حول السياحة

من بين اساسيات السياحة ، التي سوف نتطرق اليها في تفصيل من الفروع (كفرع اول) سوف نتكلم عن الطلب السياحي، وبعدها (كفرع ثاني) عن العرض السياحي ، ونختم هذا المطلب (بفرع ثالث) عن الحوكمة السياحية ، كل ما ذكرنا نتطرق له على حداً في فرع مستقل بذاته .

الفرع الأول: الطلب السياحي

تعريفاته تتباين طبقاً لوجهة صاحب التعريف وتوجهاته ، فالإقتصاديون مثلاً ، يعتبرون الطلب السياحي ، بمثابة بيان بكمية المنتج او (سلع، خدمات، فكرة) يكون الناس راغبين وقادرين على شرائه ، او الانتفاع به ، بمقابل سعر معين،(من بين مجموعة محتملة من الأسعار) خلال فترة زمنية محددة .

اما اصحاب التوجه من علماء النفس ، يتناولون الطلب من وجهة نظراً ، تركز على الدافع والسلوك .

اما الجغرافيون ، فإنهم يُعرفون الطلب السياحي ، على أنه يمثل اجمالي عدد الاشخاص، الذين يسافرون او يرغبون بالسفر ، و الذين يستحسنون التسهيلات والخدمات، المقدمة للسياح، في أماكن بعيدة عن أماكن عملهم، وإقامتهم¹ .

¹ -Organisation mondiale de tourisme Omt،sit web : www.media-inioto.org consulte le 4-05-2020 .

الفرع الثاني: العرض السياحي

يُعرفُ على أنه رغبة المُنتج ، بعرض السلع أو الخدمات للبيع، في الأسواق مقابل ثمن معين ، في وقت معين، ويعرف ايضا، على انه كل المستلزمات ، التي يجب توفرها في أماكن القصد السياحي ، لسياح الحقيقيون أو المحتملون ، وكل الخدمات والبضائع التي يُحتمل ان تُغري الناس لزيارة بلد معين .²

الفرع الثالث: الحوكمة السياحية

تُعرفها المنظمة العالمية للسياحة بأنها ، ممارسة قابلة للقياس من طرف الحكومة ، تهدف الى تحقيق الادارة الفعالة ، للقطاع السياحي ، على جميع المستويات ، ومن ثم تحقيق المصلحة المشتركة لشبكة الأطراف المؤثرة على القطاع ، و الحوكمة السياحية ايضا عبارة عن القواعد والميكانيزمات التي تسمح بتطوير السياسات السياحية ، عن طريق التنسيق بين الأفراد والمنظمات .³

المطلب الثالث : أنواع السياحة

للسياحة عدة أنواع يصعب في الواقع تحديدها، وهذا بسبب تعقد وتنوع الدوافع ، الا انه هناك أسس ومعايير يمكن ان تدخل في تصنيف أنواع السياحة ، حسب الآتي :

الفرع الأول: السياحة وفق الطلب والعرض

والتي نوجزها في ما يلي :

¹ - صحراوي محمد تاج الدين و السبتي وسيلة ، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول ، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة ص52 .

² - صحراوي محمد تاج الدين و السبتي وسيلة ، المرجع السابق ، ص52 .

³ - المرجع نفسه ، ص52 .

اولا : السياحة الدينية

تعتبر من أقدم أنواع السياحة، وتمثل في زيارة المواقع الدينية، ومن أشهر المواقع الدينية في العالم ، مكة المكرمة ، والمدينة المنورة ، في المملكة العربية السعودية ، وهذا النوع من السياحة يهتم بالجانب الروحي للإنسان ، وبالتالي فهو مزيج من التأصيل الديني، والثقافي ، او السفر من أجل الدعوة ، او من أجل القيام بعمل خير.

ثانيا: السياحة العلاجية

هي سياحة لإمتاع النفس والجسد معا ، بالعلاج وتعتمد على استخدام المراكز والعلاجات، والمستشفيات الحديثة، بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية ، لديها من الكفاءة ما تساهم في علاج الأفراد الذين يلجئون الى هذه المراكز.

ثالثا: السياحة الاستشفائية

هي زيارة المراكز والمنتجعات السياحية، التي خُصت لهذا الغرض، وتعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم، مثل الينابيع المعدنية، والكبريتية، والرمال، والشمس، بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض.

رابعا : السياحة البيئية

وهي السفر والانتقال من مكان إلى آخر، بغرض الاستمتاع والدراسة ، و التقدير بروح المسؤولية للمناطق الطبيعية ، وما يصاحبها من مظاهر ثقافية تقليدية ، وبتعبير آخر هي السفر من أجل زيارة المحميات الطبيعية ، والتي تهدف جميعها الى المحافظة على الموروثات السياحية الحضارية ، والأثرية ، والبيئية ، والطبيعية.

خامسا : السياحة التاريخية

يعد هذا النوع من احسن انواع السياح ، حيث تجذب انواع كثيرة من السياح ، خاصة اذا توفرت هذه الآثار التاريخية على مراكز للراحة والترفيه ، وعلى كل ضروريات المحافظة عليها، كما ان للآثار السياحية دور مهم في تحقيق التفاهم ، وتقويم العلاقات ، كما تتطلب استثمارات كبيرة لرؤوس الأموال لتطويرها، وحمايتها.

سادسا: السياحة الثقافية

يهتم هذا النوع من السياحة بشريحة معينة من السائحين ، على مستويات مختلفة من الثقافة والتعليم، حيث يتم التركيز على زيارة الدول التي تتمتع بالمقومات التاريخية، والحضارية الكثيرة ، ويمثل هذا النوع نسبة 10 % من حركة السياح العالمية.

سابعا : السياحة الاجتماعية

تسمى ايضا السياحة الشعبية ، او السياحة الإجازات ، والسبب في تواجد هذا النوع من السياحة ، أنه كان مقتصرًا في القديم على الطبقات الثرية فقط .

ثامنا: السياحة الترفيهية

وهي من أقدم أنواع السياح وأكثرها انتشارًا، حيث يعتبر حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق اجتذابًا لحركة السياحة الترفيهية، وتكون السياحة الترفيهية بغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس ، ويطلق عليها بالهوايات، مثل الصيد ، والغوص ، والتزلج ، والذهاب الى المناطق الجبلية والصحراوية.

تاسعا: سياحة المؤتمرات

ارتبط هذا النوع من السياحة بالعلاقات بين أغلب دول العالم، واعتمد النهوض بهذا النوع من السياحة، على توفر عوامل عدة، منها اعتدال المناخ، ووجود الفنادق، والقاعات المجهزة لعقد الاجتماعات، والمطارات الدولية.¹

عاشرا: السياحة الرياضية

يقصد بهذا النوع الانتقال من مكان الإقامة، الى مكان آخر في دولة أخرى، لفترة زمنية مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة، او الاستمتاع بمشاهدتها وافضل مثال تقريبي لهذا النوع، نجد دورات الألعاب الأولمبية، وبطولات العالم المختلفة .

الفرع الثاني: السياحة الخارجية

وهذا النوع يتعدى السياحة داخل حدود الدولة ، بما يترتب على ذلك من علاقات وآثار مختلفة في السياحة الدولية، قد يجد سائح تغاير في عدة أمور، كاللغة والعادات والتقاليد، والنظم السياسية والاجتماعية ، والاقتصادية ، بالإضافة لاختلاف العملة ، واكثر الاختلافات ان زيارتها، تستلزم الحصول على إذن بدخول البلد (تأشيرة الدخول) بينما هذا لا يوجد في السياحة الداخلية² .

المطلب الرابع: أهمية السياحة

بعد الحرب العالمية الثانية أصبحت السياحة من أهم الصناعات العالمية حيث أن ظهورها جلب إهتمام الخبراء الإقتصاديين .

¹ - بن طالبي فريد و جاوي فاتح و شلال زهير، القطاع السياحي في الجزائر واقعه وتحدياته، ص 4 و5 و 6 .

² - بن طالبي فريد و جاوي فاتح و شلال زهير، المرجع السابق، ص 4 و5 و 6 .

- 1/ إن الدخل السياحي وإمكانية التوسع أعطيا أهمية وإعتبارا كبيرا وتم السعي لهذه الأهداف لتحقيقها في الإقتصاد بعد الحرب العالمية الثانية من خلال المشاريع الفردية ومن ثم الحكومية وكان التأكيد على النمو والترويج بدلا من الإدارة والرقابة.
- 2/ مع إدخال السياحة الجماعية إزداد الوعي للحاجة إلى التخطيط المركزي والإدارة للسياحة من خلال الإهتمام الإقتصادي والإجتماعي والبيئي وبالإضافة لكونه نشاط إقتصادي فإن السياحة تعتبر أساسا للتبادل الثقافي والحضاري بين الشعوب.
- 3/ تساعد السياحة على تعزيز العلاقات الإقتصادية الدولية حيث أن الإشتراك في المنظمات الدولية السياحية الرسمية وغير الرسمية من شأنه أن يسهم في تطوير السياحة محليا و دوليا كما أن إستخدام رؤوس الأموال الأجنبية لبناء البنية التحتية في تلبية إحتياجات السياحة الدولية .
- 4/ إن للسياحة أهمية اجتماعية من خلال انعكاس ذلك على الجوانب الجغرافية والديمغرافية للسكان بالإضافة إلى الملامح الخاصة بسلوكاتهم وعلاقتهم والخصائص الثقافية المتعلقة بالعادات والتقاليد وما يخص الفنون والأدب واللغات .
- 5/ تؤدي إلى خلق فرص جديدة للعمالة المستقبلية للسياح مما يؤدي إلى رفع مستوى المعيشة ورفع المستوى الاجتماعي للدولة¹.
- 6/ تؤدي إلى إعادة بعث الفنون والصناعات اليدوية والنشاطات الحضارية للسكان المحليين في المناطق السياحية البعيدة عن المدن .
- 7/ تعمل على إحياء التقاليد المعمارية المحلية مع احترام خصائص المنطقة البيئة والتراث.

¹ خالد كواش ، الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة حالة الجزائر، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، العدد 13، 2005 ، ص 57 .

8/ تتيح السياحة أمام أفراد المجتمع التعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة من خلال تعاملهم ومشاهدتهم واتصالهم المباشر للسياح وهو ما يساهم في انفتاحهم على العالم الخارجي ويساعد على اكتسابهم الكثير من القيم .

المبحث الثاني: السياحة الدينية أهميتها و مقوماتها

تقريبا لتطلعات القارئ ، خصوصا وان مفهوم السياحة الدينية ، يختلف من شخص لآخر له اختلاف كاختلاف الدين والعقيدة من بلد لبلد ومن شخص لآخر، ارتأينا ان نستهل هذا المبحث (بمطلب اول) نتناول فيه التعريف كبداية وجمعنا أهمية السياحة في (مطلب محايد وثاني) ومرتكزات السياحة الدينية في (المطلب الثالث) .

المطلب الاول : السياحة الدينية

ان المُحدد الرئيسي في اعتبار السياحة الدينية يمر على احدى هذه الفروع المعروفة اهمها:

الفرع الأول: الوجهة

بحيث يكون توجه السائح نحو مكان من الأماكن المقدسة والمعروف عنها ذلك، لدى فئة من الفئات أو ديانة من الديانات.

الفرع الثاني: القصد والغرض

فيجب أن يكون الغرض من الزيارة يخدم الاعتبارات دينية وروحية، وهو التقرب والعبادة وحصول البركة، مع ملاحظة انه قد يجتمع هذا الغرض مع غيره من الاغراض الاخرى، اذا من عادة الإنسان تثمين اسفاره وتعظيم منافعها، وهذا ما نجده في المثال السائد تداوله بين الناس، عندما يتكلمون عن مُفردة (حج وحاجة) اي ان الحاج يؤدي فريضته، ولا مانع أن تكون

لديه اشباكات اخرى ، يعمل على تحقيقها ، بطبيعة الحال ، ما لم تتنافى مع محظورات الشرع الذي يحكمه ¹.

ومن هنا تتضح الصورة حول تعريف السياحة الدينية ، بأنها زيارة للمواقع الدينية، والمقدسات، والسفر بهدف زيارة الأماكن المقدسة و الروحية .

المطلب الثاني: اهمية السياحة الدينية

تهتم السياحة الدينية بالجانب الروحي للإنسان ، كونها مزيج من التأمل الديني ، والثقافي وتكمن أهمية هذا النوع من السياحة ، في كونها تهدف الى زيارة الاماكن المقدسة والاستمتاع بمشاهدتها، بدافع الفطرة الإيمانية ، والاهتمام بالتاريخ ، وحفظ معالمه وآثاره ²، وهذا ما يجعل السياحة الدينية، ذات أهمية كبيرة ، مقارنة بأنواع أخرى ، من السياحة ونستطيع ان نترجم هذه الأهمية في النقاط التالية: ³

❖ السياحة الدينية من افضل انواع السياحة التي يمكن ان تحقق للفرد حالة الامن والامان، والسلام ، ذلك لمردودها الديني والدنيوي معا، والطريقة الجماعية التي تتم بها غالبا، لذلك ينبغي ان يولي المسؤولون رعاية واهتماما خاصا، بهذا النوع من السياحة .

❖ ان السياحة بمختلف اشكالها ، تُشكل اكبر حركة سياحية جماعية منظمة في العالم، ويُقدر ذلك سنويا بما لا يقل عن مئات الملايين من السياح، بواردات مالية تقدر بعشرات المليارات من الدولارات.

¹ - ميلود زيد الخير و محمد الطاهر قادري ، فرصة تسويق صناعة السياحة الروحية الدينية وامكانياتها بالجزائر، مجلة الدراسات، العدد الاقتصادي،المجلد4،العدد 2ماي2013،جامعة الاغواط،ص194.

² - رفاة الامامي، مذكرة في اطار مقتضيات شهادة الماجستير بعنوان: التنمية السياحية في العراق وارتباطها بالتنمية الاقتصادية، غير منشورة ، الاكاديمية العربية في الدنمارك ،الدنمارك ص 98.

³ - Islamic tourism (2019،10) Récupère sur : www. Islamic tourism.com

❖ ان اعادة احياء مسارات الرُّسل والاولياء الصالحين ، وجعل اثارهم شواهد ومقاصد سياحية تعتبر خطوة هامة وحاسمة ، لنشر مبادئ السلام ، والعدالة ، في العالم ، خصوصا مع حقيقة كون غالبية سكان الارض هم من الموحدين .

❖ يعتبر هذا النوع من السياحة من اهم وسائل التقارب، والتفاعل ، والتواصل ، والتلاقي الحضاري ، وينبغي على المنظمات السياحية الفاعلة على الساحة الدولية ، وضع وترسيخ المبادئ والقيم والاخلاق العامة ، التي يجب على السائح والدولة المُضيفة له احترامها، ليستمتع الجميع بهذا النوع من السياحة، بمختلف ابعادها ، الدينية ، والروحية ، والاخلاقية ، وكذلك الصحية .

❖ بالإضافة الى ما تدره السياحة الدينية من موارد على المواقع السياحية ، والتي تكون عادة مناطق شعبية ، تبعث فيها السياحة الدينية الحياة ، والثقافة وترسخ ايمانها بمعتقداتها وقدراتها الذاتية .

❖ تؤدي السياحة الدينية الى انتعاش الصناعات التقليدية ، ذات الطابع الديني والتراثي كافتاء التذكارات التي يتزود بها السياح في رحلة عودتهم لأهلهم عادة .

المطلب الثالث: مرتكزات السياحة الدينية

لنجاح السياحة الدينية، لابد من توفر بعض المرتكزات ، والمقومات المرتبطة بالموقع السياحي الديني من جهة، و بالأنشطة والخدمات المرافقة للوصول من جهة اخرى ، ومن أهم هذه المرتكزات ما يلي: ¹

❖ القيمة الدينية الفعلية للموقع ، من حيث اعتراف السياح المحتملين بأهميته الدينية ، وبضرورة زيارته ، كما تتضمن القيمة الدينية للموقع السياحي الديني ، العدد المحتمل لزيارته

¹ - محمد عبيدات ، التسويق السياحي مدخل سلوكي ، الاردن، دار وائل للنشر، ص 62.

في السنة او على مر الزمن ، على سبيل زيارة مقامات الصحابة وما تمثله من ثقل روحي، لأصحاب الديانة الإسلامية.

❖ العناية المستمرة بالمواقع الدينية، بهدف اعدادها الدائم ، لاستقبال زوارها من السياح ، وهو ما يستوجب تخصيص موارد بشرية، وموازنات مالية ، للعناية بها، بحسب الأهداف المنشودة .

❖ ان يتولى ادارة المواقع السياحية الدينية، أفراد مؤمنين فعلا بأهميتها الدينية والروحية، بالإضافة إلى ضرورة تأهيلهم للحديث عنها، وعن تاريخها ، وما تمثله من قيم .

❖ وجوب أن ترتبط هذه المواقع الدينية بشبكة ذات مستوى عالم من المواصلات، والاتصالات، والخدمات الاخرى ، كالفنادق والمطاعم وغيرها.

❖ وجود منتجات سياحية ، معبرة عن قيم القيمة الروحية للموقع السياحي الديني ، ذلك أن وجود صور او تحف تمثل حقيقه الموقع، يأخذها السياح معهم اما بشكل ماديا او فكريا عند عودتهم لبلدانهم، قد يمثل دعاية مجانية للموقع.

❖ وجود استراتيجية تسويقية واضحة المعالم للسياحة الدينية ، على مستوى الدول مما يدعم تدفق السياح لزيارة المواقع الدينية ، كما أن البرامج التي يتم وضعها لابد أن تراعي الخصوصية الدينية لكل موقع، بالإضافة إلى الخصائص النفسية والديمقراطية للسواح .

وعليه يمكن القول ، بانه كي تصل السياحة الدينية الى عامل هام لجذب السياح ، لابد من مراعاة ما يلي:¹

❖ العناية من قبل الاجهزة المسؤولة عن الآثار الدينية ، والمعالم الإسلامية ، والمسيحية وغيرها ، والاهتمام بصيانتها ونظافتها، والمحافظة على قداستها واهميتها الدينية ، ينحصر هذا

¹ - ماهر عبد الخالق السيبي، مبادئ السياحة الطبعة الاولى، القاهرة ،مجموعة النيل العربية للنشر ص 56.

الدور في نطاق وزارتي تتكفل به اما وزارة السياحة والأوقاف، او الهيئات الدينية المختلفة، او هيئة الآثار.

❖ قيام الهيئات المسؤولة عن المواصلات بتوفير وسائل النقل المناسبة ، الى الاماكن الاثرية الدينية ، والعمل على تسهيل انسياب الحركة السياحية إليها.

❖ إصدار النشرات والكتيبات الإعلامية، التي تضمن المعلومات حول التراث الديني، والمعالم الدينية المختلفة ، والتاريخ الديني ، والتي تشد اهتمام السائحين فتُنشط السياحة على نطاق أوسع.

❖ تركيز السياحة الدينية ، كأحد الأنشطة السياحية الهامة ، من حيث الاهتمام بوسائل الاعلام، والتسويق السياحي، وخاصة المعتمد على التكنولوجيا الحديث، والأترنت.

المبحث الثالث: واقع السياحة الدينية بالجزائر

تتوفر الجزائر على إمكانيات سياحية عظيمة، إلا أن عدم الاهتمام بها خلال مسارها التنموي حال دون الاستفادة منها والتعرف على مكنوناتها محليا ودوليا. فبالإضافة إلى تنوع التضاريس من الشريط الساحلي إلى المرتفعات الداخلية إلى الصحراء الشاسعة، وما تزخر به كل منطقة من معالم سياحية متنوعة، فللجزائر تراث تاريخي عريق استطاع أن يتحدى تعاقب الأحقاب كالكهوف والأضرحة والرسوم على الصخور، والتي تعود إلى عهود ما قبل التاريخ.

وعندما دخل الرومان الجزائر شيّدوا مدنا في شكل حاميات لا زالت تحتفظ بإبداعاتهم في

الفن المعماري والتطور الثقافي، من ذلك مثلا آثار تيمقاد (باتنة)، جميلة (سطيف)، قالة،

تبسة، شرشال وتيبازة. كما تتوفر الجزائر على آثار إسلامية تعود جميعها إلى الفترة السابقة

لاستعمار الجزائر، وتتجلى في المساجد والأبراج والقلاع و الكنائس والقصور والزوايا والقبب، وكلها تعتبر آية في الفن المعماري الإسلامي والديني ومعالم ذات أبعاد حضارية و دينية¹.

المطلب الأول : السياحة الدينية في الجزائر

تعتبر السياحة الدينية لدى العديد من دول العالم، التي تمتلك أماكن مزارات دينية مقدسة، كإيران، أو المملكة العربية السعودية أو العراق أو سوريا ، أو الفاتيكان أو غيرها، مصدراً رئيسياً من مصادر الدخل القومي لتلك الدول، فهي تحرص دوماً على إبراز تلك الآثار الدينية السياحية وتعريف العالم بها، فهذا النوع من السياحة يدرُّ على الدولة السورية رغم أنها تعاني من أزمة أمنية واقتصادية خانقة، حوالي 2 مليار ليرة سنوياً، وذلك بمعدل 250 ألف سائح يزورونها سنوياً، يأتي معظمهم من لبنان والعراق ودول الخليج، لزيارة العتبات الشيعية المقدسة، وكذلك الآثار الأموية التاريخية، بالإضافة إلى الأماكن الدينية المسيحية الموجودة في مدينتي صيدنايا ومعلولا، فالسياحة الدينية التي يمكن لها أن تلعب دوراً رئيسياً في زيادة مداخيل الدولة من العملة الصعبة، إذ أنها يمكن أن تساهم بأكثر من 2 مليار دولار سنوياً كمدخيل من العملة للصعبة للاقتصاد الوطني، الذي يشهد حالة ركود، و أزمات مالية و اقتصادية متلاحقة، مما أثر سلباً على الاحتياطي العام للدولة من العملة الصعبة .

فالجزائر التي تمتلك أماكن طبيعية وسياحية خلابة، يصنف بعضها كحديقة الطاسيلي المفتوحة بأقصى الجنوب الجزائري، كمعالم سياحية طبيعية تدخل ضمن نطاق التراث العالمي، فهي بالمثل تحتوي على العديد من الأماكن، والمزارات الدينية التي تستقطب الآلاف، من الزوار من مختلف الدول، وخاصة الإفريقية منها، فالزوايا والأضرحة المنتشرة للأولياء الصالحين، والعلماء والأقطاب الربانيين، المؤسسين لمختلف الطرق الصوفية. المنتشرة في الكثير من الدول الإفريقية والمغاربية، تحظى باهتمام كبير من طرف مريدي هذه الطرق

¹ - سميرة عبد الصمد ، فوزية برسولي، تفعيل السياحة بالجزائر بالتركيز على السياحة الدينية ومقوماتها ، مجلة الاقتصاد الصناعي ، المجلد 09 العدد 02 ، لسنة 2019 ص 89 .

والمتأثرين بنهجها الروحي الرباني، ولكن بالرغم من المعالم السياحية الدينية التي تزخر بها الجزائر، ولكن تبقى السياحة الدينية فيها لا ترقى إلى مستوى المنافسة السياحية سواء على المستوى المغربي أو حتى العربي والإفريقي، لأن الاهتمام بقطاع السياحة الدينية لا يوليه المسؤولون عن قطاع السياحة الاهتمام اللازم، في ظل غياب الهياكل القاعدية والبنى التحتية، من فنادق مخصصة لاستقبال الوفود السياحية الدينية، أو نقص وسائل النقل، المخصصة لنقل السياح إلى تلك الأماكن والمزارات الدينية، بالأخص وأن الكثير منها تقع خارج المدن الكبرى وفي أماكن نائية¹.

فالسّياحة الدينية، يمكن أن تكون رافداً اقتصادياً مهماً، إن توفرت هناك الإمكانيات والميكانيزمات اللازمة، بالإضافة إلى الإرادة السياسية، لإحداث التغيير المنشود في هيكلية الاقتصاد الوطني، والخروج من دائرة التبعية لقطاع المحروقات، حيث أن السوق النفطية العالمية تعتبر سوقاً متذبذبة وغير مستقرة، فالجزائر التي تعتبر بلداً نفطياً من الدرجة الأولى. إذ أن حوالي 90 بالمائة من مداخل البلاد من العملة الصعبة تأتي من قطاع المحروقات، وبالتالي صار الوقت كما يؤكد على ذلك الكثير من خبراء الاقتصاد الوطني لتفكير في بدائل أخرى لتنويع مصادر الدخل، وبالطبع تعتبر السياحة الدينية من أهم الحلول الممكنة والمتوفرة لذلك، ولا تحتاج البلاد إلا إلى مخطط وطني وإستراتيجية سياحية يقوم على إعدادها مختصون وخبراء بالقطاع، من أجل استغلال تلك الأماكن والمزارات الدينية المهمة في معظمها، للتحول الجزائر إلى وجهة سياحية مهمة في منطقة شمال إفريقيا.

و بالإضافة إلى المزارات الدينية الإسلامية في الجزائر، فإن هناك العديد من الكنائس التاريخية، الموجودة فيها منذ الحقبة الاستعمارية، ومنها على سبيل المثال لا الحصر كنيسة السيّدة الإفريقية بالعاصمة، والتي تم تدشينها سنة 1872م، وهي خاصة بالطائفة المسيحية الكاثوليكية، بالإضافة إلى كنيسة القديس أوغسطين بمدينة عنابة، والتي تم بنائها في الفترة

¹ رأي اليوم : <https://www.raialyoum.com/> ، 2020/05/28 ، 22:00 .

الممتدة من 1881-1900م، وتطل على الواجهة البحرية لميناء عنابة، فالتنوع الحضاري والتمازج الديني والثقافي الموجود في الجزائر، يعطي السائح الأجنبي فرصة لزيارة العديد من المعالم السياحية الدينية الخلابة، التي يجمع بعضها بين الفن الإسلامي الراقى في فن العمارة، وبين الفن البيزنطي والمغاربي، وهو شيء ربما يكون استثنائياً وقلما نشاهده في الدول المجاورة الأخرى، فالدولة الجزائرية مدعوة أكثر من أي وقت مضى، إلى استغلال تلك الأماكن السياحية والترويج لها على نطاق واسع، والتسويق لها في مختلف المؤتمرات الدولية، والمنتديات العربية والإقليمية الخاصة بترقية وتطوير قطاع السياحة وخاصة الدينية منها، إن كانت جادة فعلاً في مسعاها لإيجاد حلول ناجعة للأزمة الاقتصادية الخانقة التي تعرفها البلاد حالياً.

المطلب الثاني: مقومات السياحة الدينية في الجزائر

اختلاف الشعوب الرحالة التي سكنت ومنها من لا يزال يسكن جغرافية الجزائر باختلاف أعراقهم واجناسهم وثقافتهم التي اصل وجودها التعايش القبلي القديم المتنوعة الذي مر عبر العصور بالجزائر، أكسبنا بمرور الزمن آثار ، ومعالم دينية رسخت التاريخ والحضارة المنتشرة على مختلف ربوع الوطن ، والتي يمكن أن تجتذب شريحة كبيرة من السياحة الداخلية والوافدة للأهمية الخاصة التي تمتاز بها من وجود أضرحة ومقامات ومساجد وكنائس تتشكل من خلالها ذاكرة جماعية وهوية تاريخية للشعب، ويمكن تصنيف هذه المعالم والشواهد إلى معالم إسلامية ومعالم مسيحية¹ .

الفرع الأول: المقومات و المعالم السياحية الإسلامية بالجزائر

لا تخلو أي منطقة من مناطق الجزائر تقريبا من المعالم والشواهد الإسلامية القائمة إلى يومنا هذا أو من الوثائق التاريخية الدينية الموضوعة في المتاحف والزوايا، والتي لا تزال

¹ - سميرة عبد الصمد ، فوزية برسولي، المرجع السابق، ص 89 .

تحافظ على الموروث المتبقي من فترات الحكم الإسلامي التي مرت بها الجزائر، فنجد بتلمسان عاصمة الزيانيين، والتي تم اختيارها كعاصمة للثقافة الإسلامية لسنة 2010/2011، العديد من المساجد والأضرحة والقلاع منها، المسجد الكبير بندرومة، والذي يعتبر من أهم المعالم الدينية الإسلامية بالمنطقة، و يعود تشييده إلى سنة 1348 من طرف الزيانيين، وايضا المسجد الكبير، الذي بني في بداية القرن الثاني عشر قبل 853 سنة خلت، والذي لا يزال يستعمل للصلاة. و لا يختلف هذا المسجد في تصميمه وزخرفته عن مسجد " قرطبة " الشهير، كان من إنجاز "يوسف بن تاشفين" مؤسس المملكة المرابطية بالإضافة إلى مسجد سيدي بن عوفين ذو القباب المتعددة، ومسجد سيدي بو علي وهما أقدم من المسجد الكبير، و مسجد سيدي بلحسن، الذي بني في القرن الرابع عشر و يعتبر تحفة فنية إسلامية ويعد محرابها الأجمل بالمغرب العربي إلا أن الجزء الكبير منه تعرض لحريق أثناء فترة الاستعمار، ومن بين الأضرحة المتواجدة بها ضريح أبو مدين، الذي يعود تاريخه إلى عصر أبو الناصر الموحي، ويكتسي الضريح بجانب قيمته الدينية قيمته معمارية إسلامية ، كما تحوي المدينة قلعة المنصورة، وهي من معالم الموحدين، و لم يبق من هذه القلعة إلا المنارة و جدران المسجد وبعض القنوات التي تزود المدينة بالماء الشرب¹، ومجموعة أخرى كبيرة من المساجد والأضرحة كمسجد سيدي بومدين، مسجد سيدي الحلوي، مسجد سيدي إبراهيم، مسجد أولاد الإمام... وغيرها .

من جانب آخر تعتبر مدينة الأغواط شُعلة للإشعاع التربوي والديني غدى مختلف مناطق الجنوب، بها القصر القديم " زقاق الحجاج" الذي كانت تمر به قوافل الحجيج القادمة من ليبيا، ومسجد الدراويش، وقبة سيدي عبد القادر وباب الواد وقلعة المراقبة، ومن أهم معالمها الدينية: المسجد العتيق ، الذي يعود تشييده إلى تأسيس المدينة أي إلى القرن الخامس هجري، الحادي عشر للميلاد، ويحظى المسجد ابهتمام كبير من طرف سكان المدينة بصفته الجامع الذي تردد

¹ - سميرة عبد الصمد ، فوزية برسولي، المرجع السابق، ص 90 .

إليه الكثير من الأعلام، مثل سيدي الحاج عيسى والرحالة الناصري ومؤسس الطريقة التجانية أحمد التيجاني.

كما تزخر الجزائر العاصمة بدورها؛ بالعديد من المعالم الدينية أهمها: جامع كتشاوة، والذي

يعتبر من أشهر المساجد التاريخية بالعاصمة الجزائرية، بني في العهد العثماني سنة 1021هـ/1792م و الجامع الكبير، الذي شيده المرابطون وهو نموذج مميز للفن المعماري الإسلامي ، ويضم خمسة أبواب تؤدي إلى الداخل وصحن دار يطل على المحكمة المالكية القديمة ، كما تضم المدينة مسجد عبد الرحمن الثعالبي والذي تم تشييده في 1669م وفيه ضريح عبد الرحمان الثعالبي. بالإضافة إلى المسجد الأعظم الذي يعد معلما دينيا حضاريا من جانبها، تعرف أيضا مدينة ورقلة باحتضانها الزاوية التيجانية التي يقصدها الآلاف من الحجاج الأفارقة، وبها مدينة سدراتة الأثرية والمختفية تحت الرمال، مؤسسها الشيخ "حادور" إمام الإباضية القادم من " زنجبار" وتلقب بسلطانة الواحات، يرجع تاريخ هذه المدينة إلى عام 909 للميلاد.¹

كما تضم تنس بمدينة شلف أحد أهم المعالم الإسلامية بالجزائر، وهو مسجد "سيدي معيزة" والذي يعود تاريخ تأسيسه إلى القرن التاسع للميلاد على يد الفاطميين، وذلك بأمر من الخليفة المعز لدين الله الفاطمي، ويمثل منارة علم ودين عمرها عشرة قرون.

أما مدينة قسنطينة فأنها تزخر بالعديد من المعالم التاريخية والدينية، منها الجامع الكبير الذي يعود بناؤه إلى القرن الثالث عشر، وضريح سيدي راشد وفيها قصر الباي أحمد الذي يعدان نموذجا رائعا لفن العمارة العربية الإسلامية. و مسجد الأمير عبد القادر، الذي يعتبر من أكبر مساجد شمال إفريقيا ويعد إحدى التحف المعمارية و يقع في قلب مدينة قسنطينة و يضم جامعة

¹ - سميرة عبد الصمد ، فوزية برسولي ، المرجع السابق ص 91 .

العلوم الإسلامية التي تداول عليها عدة من العلماء الاجلاء كالشيخ محمد الغزالي ويوسف القرضاوي وغيرهما، كما تزخر باقي المدن أيضا بالعديد من المعالم الدينية فمن جانبها، تضم مدينة غرداية التي أسسها الأباطيون في القرن الحادي عشر للميلاد، المسجد الكبير، والمدينة المقدسة للمزاب بني يزقن والتي أسست سنة ألف وخمسين ميلادي، وهو جزء من قصر الباي محمد الكبير الذي يعود تاريخ بنائه إلى نهايات القرن السابع عشر، وتضم مدينة مستغانم بدورها المسجد العتيق "المريني"، الذي بناه السلطان المنصور بالله ابو الحسن علي بن عبد الحق المريني، وقد صلى به الشيخ مصطفى العلوي .

ومن جهتها تشتهر مدينة بسكرة بمسجد الصحابي الجليل عقبة بن نافع الفهري بمدينة سيدي عقبة، والذي يعود للقرن الثامن للميلاد (بن قربة و شلوق، 2014، ص 439)، وكان المسجد ولا يزال يحظى باهتمام رجال الدين والتاريخ، لما له من أهمية في التاريخ الإسلامي لمنطقة المغرب العربي، باعتبار أن هذا المسجد العتيق يضم الى جواره ضريح هذا الصحابي الجليل الذي يعود إليه ولمن بعده من الفاتحين، الفضل في نشر الإسلام بهذه الربوع من الوطن العربي، كما تضم المدينة الزاوية القادرية التي أسهمت عبر تاريخها في تخرج مئات الطلبة من حفظة القرآن.¹

الفرع الثاني: المقومات السياحية المسيحية بالجزائر

مرت الجزائر بحضارات عديدة منها الفينيقية والرومانية والبيزنطية وسادت فيها معتقدات وديانات متنوعة حتى وصلتها الفتوحات الإسلامية وانتشر بها الإسلام، لكن لازالت أثر بعض تلك الديانات صامدة في بعض المناطق أهمها :

❖ كاتدرائية القديس أوغستين بمدينة عنابة، وهو قديس ولد وترعرع في الجزائر قبل أكثر من 1500 عام، وقد وضع بها سنة 1886 تمثال من البرونز القديس أوغستين، كما

¹ - سميرة عبد الصمد، فوزية برسولي، المرجع السابق ص 92 .

تضم المدينة بازلنيك القديس أوغستين، التي تقع بالمدخل الغربي للمدينة فوق هضبة ببوخضرة على ارتفاع 450 متر، وهي من أهم الأماكن المقدسة للمسيحيين من داخل وخارج الوطن لوجود بقايا جثمان القديس أوغستين، مما يجعلها مقصد لكثير من المسيحيين من كل أنحاء العالم، حيث تكشف الأرقام أن البازلنيك يقصدها حجاج من أوروبا و أمريكا يزورون الموقع الأثري، كذلك أعداد كبيرة من الأفارقة، ويقدر عدد الزائرين حوالي 15000 زائر سنويا.

❖ الكنيسة القديمة بمدينة الأغواط، وهي كنيسة الآباء البيض ويعرفها سكان المدينة بجامع النصارى شيدت الكنيسة في جوان 1899م، وبقيت تقام فيها الشعائر المسيحية حتى الاستقلال .

❖ بالإضافة إلى كاتدرائية تحمل اسم سانت فيليب، بالجزائر العاصمة. و كاتدرائية بمدينة تبسة، بنيت في القرن الرابع وبها أسوار ومعابد بيزنطية مرممة ، وكنيسة في قلب مدينة الشلف، شيدت في القرن الثالث بعد الميلاد، ومعبد كركلا بمدينة سطيف، والكنيستين اللتان تعودان إلى القرن الرابع ميلادي بمدينة جميلة الأثرية، علاوة على العديد من الكنائس القديمة المتواجدة بعدة ولايات ، كورقلة، وهران، باتنة... وغيرها¹.

المطلب الثالث: معوقات السياحة الدينية بالجزائر

هناك جملة من العوائق ، تقف أمام تطور السياحة بالجزائر بصفة عامة، وهي نفسها تقريبا التي تعيق تطور السياحة الدينية وهي متفاوتة الصعوبة فيما يخص تجاوزها، يمكن تلخيصها في :

❖ ضعف التنسيق بين الأطراف المعنية بترقية السياحة (الديوان الوطني للسياحة، الخطوط الجوية، أصحاب الفنادق.... الخ) .

¹ - سميرة عبد الصمد ، فوزية برسولي ، المرجع السابق ص 92 و 93 .

- ❖ هياكل استقبال متآكلة وبأسعار مرتفعة نسبيا بالنسبة لحركة السياحة الداخلية، أو مقارنة بمستوى جودتها، كذلك فنادق جد ضعيفة وذات نوعية رديئة حيث 10% فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية .
- ❖ نقص الاستثمار والهياكل القاعدية للسياحة في الجزائر.
- ❖ المحيط الاجتماعي والثقافي وما له من آثار على استقبال السياح وأهمية السياحة عبر مختلف المستويات.
- ❖ تدهور تغطية الخدمات في الفنادق الجزائرية، وعجز في طاقات الاستقبال معظم الأحيان.
- ❖ ضعف أداء وكالات السفر، والنقص في تكوين وتأهيل المستخدمين.
- ❖ غياب النظرة للمنتجات السياحية الدينية فهناك مواقع بلا صيانة وغير مثمّنة بصفة كافية.
- ❖ إهمال معظم الشواهد و الآثار الدينية، وعدم العناية بها ، وتركها للزوال والاندثار كذلك إتلاف بعض الآثار اثناء عملية التنقيب عنها خاصة المدفونة منها.
- ❖ عدم القيام بالترميمات اللازمة في الوقت اللازم وعدم توفر المرممين المحترفين للحفاظ على الصور الجمالية للآثار التاريخية الدينية.¹
- ❖ تغلغل ضعيف لتقنيات الإعلام والاتصال في السياحة الدينية، وانعدام فضاءات الاتصال تقريبا .

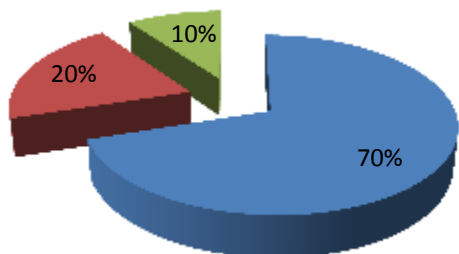
¹ - سميرة عبد الصمد ، فوزية برسولي ، المرجع السابق ص 93 و 94 .

- ❖ عجز في الترقية و التسويق لمختلف المعالم الدينية و التاريخية، وغياب الأنشطة التي تساهم في التعريف بها ، كصالونات و المعارض و المهرجانات الإعلامية.
- ❖ غياب سياسة واضحة لخطط الترويج و التسويق السياحي، للسياحة الدينية بالجزائر.
- ❖ غياب المنشورات و المطبوعات التي تروي تاريخ المعالم الدينية، فما يصل إلينا اليوم قصص شفوية يتوارثها سكان هذه المناطق .

**الفصل الرابع
الاجراءات الميدانية
للدراصة**

1- وسائل الاعلام تهتم بالتراث الديني

شكل رقم 01 يوضح اهتمام الاعلام بالتراث الديني



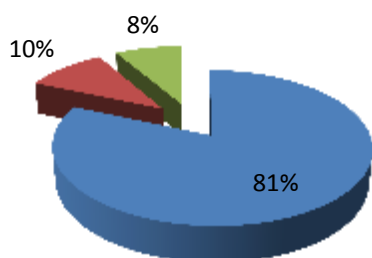
الاحتمالات	التكرارات	النسب المئوية
دائما	35	%58.33
احيانا	15	%25
أبدا	10	%16.16
المجموع	60	%100

جدول رقم (01): يوضح مدى اهتمام وسائل الاعلام بالتراث الثقافي

يوضح الجدول أعلاه ايجابيات افراد العينة حول مدى اهتمام وسائل الاعلام بالتراث الثقافي نلاحظ ان اغلب ايجابيات افراد العينة اسفرت نسب متفاوتة حيث نجد النسبة الاكبر تقدر ب 58.33 % حول البديل دائما وهذا مؤشر على ان وسائل الاعلام تهتم بالتراث الثقافي حسب وجهة نظر افراد العينة.

2- السياحة الدينية تلقى اهتماما من الجهات الرسمية:

شكل رقم 02 يوضح اهتمام الجهات الرسمية بالسياحة الدينية



الاحتمالات	التكرارات	النسب المئوية
دائما	49	%81.16
احيانا	6	%10
أبدا	5	%8.33
المجموع	60	%100

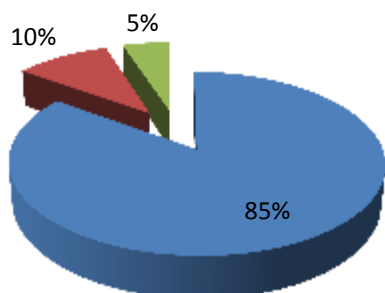
جدول رقم (02): يوضح مدى اهتمام الجهات الرسمية بالسياحة الدينية

نلاحظ من خلال الجدول الذي يحلل ايجابيات افراد العينة حول مدى اهتمام الجهات الرسمية بالسياحة الدينية نجد اغلب ايجابيات افراد العينة اسفرت نسب متفاوتة إذ نجد

اعلى نسبة تقدر 81.16 % حول البديل دائما وهذا مؤشر على ان هناك اهتمام من طرف الجهات الرسمية بالسياحة الدينية حسب وجهة نظر افراد العينة

3- الإذاعة تخصص برامج مرتبطة بالمرجعية الدينية

شكل رقم 03 الإذاعة تخصص برامج مرتبطة بالمرجعية الدينية

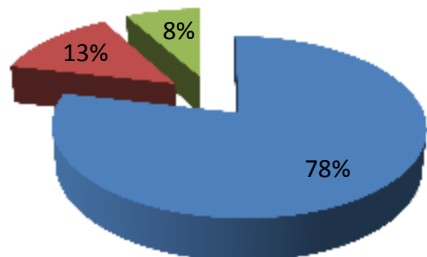


الاحتمالات	التكرارات	النسب المئوية
دائما	51	85%
أحيانا	6	10%
أبدا	3	5%
المجموع	60	100%

جدول رقم (03) : يوضح مدى تخصيص الإذاعة للبرامج المرتبطة بالمرجعية الدينية يوضح الجدول أعلاه إجابات أفراد العينة حول مدى تخصيص الإذاعة للبرامج المرتبطة بالمرجعية الدينية نلاحظ ان اغلب إجابات أفراد العينة أسفرت نسب متفاوتة حيث نجد النسبة الأكبر تقدر ب 85 % حول البديل دائما وهذا مؤشر على ان الإذاعة تخصص للبرامج المرتبطة بالمرجعية الدينية حسب وجهة نظر افراد العينة.

4- الاهتمام بالسياحة الدينية في ارتفاع مستمر

شكل رقم 04 الاهتمام بالسياحة الدينية في ارتفاع مستمر



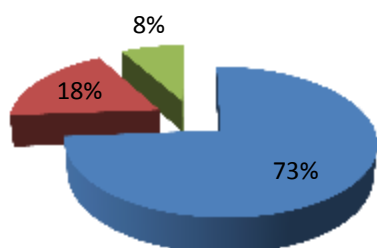
الاحتمالات	التكرارات	النسب المئوية
دائما	47	78.33%
احيانا	8	13.33%
أبدا	5	8.33%
المجموع	60	100%

جدول رقم (04) : يوضح نسبة اهتمام بالسياحة الدينية

نلاحظ من خلال الجدول الذي يحلل ايجابيات افراد العينة حول نسبة اهتمام بالسياحة الدينية نجد اغلب ايجابيات افراد العينة اسفرت نسب متفاوتة إذ نجد اعلى نسبة تقدر 78.33% حول البديل دائما وهذا مؤشر على ان هناك اهتمام بالسياحة الدينية حسب وجهة نظر افراد العينة .

5- البرامج الاذاعية تأخذ بعين الاعتبار الفرق بين السياحة العادية والسياحة الدينية

شكل رقم 05 البرامج الاذاعية تحرض على التفريق بين السياحة العادية والسياحة الدينية



الاحتمالات	التكرارات	النسب المئوية
دائما	44	73.33%
احيانا	11	18.33%
أبدا	5	8.33%
المجموع	60	100%

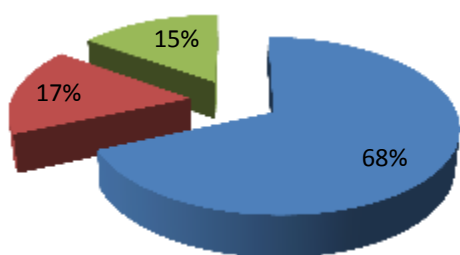
جدول رقم (05) : يوضح مدى تفريق البرامج الاذاعية بين السياحة العادية والدينية

يوضح الجدول أعلاه ايجابيات افراد العينة حول مدى تفريق البرامج الاذاعية بين السياحة العادية والدينية نلاحظ ان اغلب ايجابيات افراد العينة اسفرت نسب متفاوتة حيث

وجد النسبة الاكبر تقدر ب 73.33 % حول البديل دائما وهذا مؤشر على ان هناك تفريق البرامج الاذاعية بين السياحة العادية والدينية حسب وجهة نظر افراد العينة.

6- السياحة الدينية تمثل مصدرا اقتصاديا واعدا للمستقبل

شكل رقم 06 السياحة الدينية تمثل مصدرا اقتصاديا واعدا للمستقبل



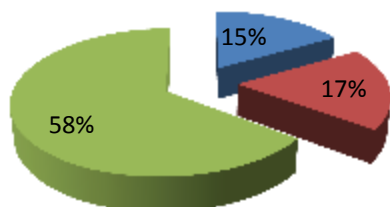
الاحتمالات	التكرارات	النسب المئوية
دائما	41	68.33%
احيانا	10	16.66%
أبدا	9	15%
المجموع	60	100%

جدول رقم (06) : يوضح مدى اعتبار السياحة الدينية مصدرا واعدا للمستقبل

نلاحظ من خلال الجدول الذي يحلل اجابات افراد العينة حول مدى اعتبار السياحة الدينية مصدرا واعدا للمستقبل نجد اغلب اجابات افراد العينة اسفرت نسب متفاوتة إذ سجلت اعلى نسبة حول البديل دائما وقدرت ب 78.33% وهذا مؤشر على ان السياحة الدينية تمثل مصدرا اقتصاديا واعدا للمستقبل حسب وجهة نظر افراد العينة.

7- البرامج الاذاعية لوحدها كفيلة بالترويج للسياحة الدينية

شكل رقم 07 البرامج الاذاعية لوحدها كفيلة بالترويج للسياحة الدينية



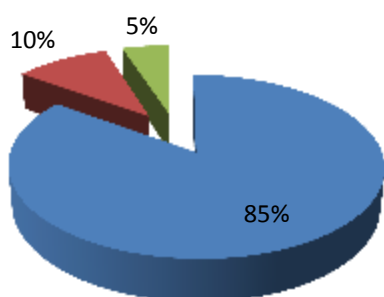
الاحتمالات	التكرارات	النسب المئوية
دائما	15	25%
احيانا	10	16.66%
أبدا	35	58.33%
المجموع	60	100%

جدول رقم (07): يوضح مدى قدرت البرامج الإذاعية بالتكفل للترويج للسياحة الدينية

نلاحظ من خلال الجدول الذي يحلل ايجابيات افراد العينة حول مدى قدرت البرامج الإذاعية بالتكفل للترويج للسياحة الدينية نجد اغلب ايجابيات افراد العينة اسفرت نسب متفاوتة إذ سجلت اعلى نسبة حول البديل ابدأ وقدرت ب تقدر 58.33% وهذا مؤشر على ان البرامج الاذاعية لوحدها كفيلا للترويج للسياحة الدينية حسب وجهة نظر افراد العينة.

8- المضامين الإعلامية للسياحة الدينية متنوعة

شكل رقم 08 المضامين الاعلامية للسياحة الدينية متنوعة



النسب المئوية	التكرارات	الاحتمالات
85%	51	دائماً
10%	6	احياناً
5%	3	أبداً
100%	60	المجموع

جدول رقم (08) : يوضح مدى تنوع مضامين السياحة الدينية

نلاحظ من خلال الجدول الذي يحلل ايجابيات افراد العينة حول مدى تنوع مضامين السياحة الدينية نجد اغلب ايجابيات افراد العينة اسفرت نسب متفاوتة إذ سجلت اعلى نسبة حول البديل دائماً وقدرت ب تقدر 85% وهذا مؤشر على المضامين الإعلامية للسياحة الدينية متنوعة حسب وجهة نظر افراد العينة.

الخاتمة

إدخال مادة سياحية كأحد المواد العلمية التي يدرسها طلاب المدارس فى جميع المراحل التعليمية بحيث تتدرج هذه المادة من حيث معلوماتها وتعريفها للسياحة وأهميتها وعوامل الجذب فيها وكيفية تنميتها والحفاظ عليها ، وذلك لخلق الوعى السياحى للمواطن منذ الصغر وتأهيله للسلوك السياحى الإيجابى والرغبة فى السفر والمعرفة والثقافة:

-زيادة عدد البرامج السياحية بالوسائل الإعلامية وإذاعتها فى وقت مناسب يتيح للمشاهد رؤيتها مع زيادة المساحة الزمنية المخصصة لها ، مع التنويه عن مواعيد إذاعتها والموضوعات التى تتناولها.

- الاهتمام بالدور الإرشادى و التوجيهى لمواد الإعلام السياحى ، وذلك عن طريق توعية الجمهور بكيفية التعامل مع السائحين واحترام المزارات السياحية والأماكن التى يقيمون فيها وهو ما يعتبر نوع من حب الوطن واحترامه والرغبة فى تحسين صورته أمام الغير مما يقوى شعور الانتماء للوطن ويكون بمثابة مشاركة فعلية للمواطنين فى دفع حركة السياحة داخل بلدهم.

- إعداد إستراتيجية للإعلام السياحي وما ينبثق منها من برامج .

- الاستثمار فى المجال السياحي وتقديم معلومات سياحية.

- إنشاء مواقع إعلامية على شبكة الإنترنت موجهة للسائح المحلي يتضمن معلومات بصفة دقيقة خاصة تلك المتعلقة بالمؤسسات الفندقية والمقاصد السياحية، المميزات الثقافية، المعالم التاريخية، التظاهرات الرسمية السياحية، الحفلات ... ذلك عن طريق الإشهار والإعلام والتعريف بالسياحة الجزائرية، بالإضافة إلى الانتقال لطريقة الحجز عن طريق هذه الشبكة، حيث لا تزال تعرف السياحة الجزائرية تأخرا كبيرا وملحوظا فى هذا المجال.

- ضرورة الاستمرار في التطبيق الفعلي والحقيقي لبرامج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية باعتباره السياسة الجديدة الجزائرية على المدى الطويل وتجنب الوقوع في الأخطاء.

- الاستفادة من تجارب البلدان السياحية خاصة الدول المجاورة التي تملك نفس الإمكانيات المتاحة لدينا وفي كثير من الأحيان نملك أحسن منها.

- جعل من المجتمع الجزائري مجتمع سياحي وذلك من خلال نشر ثقافة سياحية لدى أفراد المجتمع لتمكينه من احتضان الأنشطة السياحية بالإضافة إلى جعله يفرق بين ما هو السائح وما هو الضيف.

- الاهتمام الجاد بالإعلام السياحي وتنشيطه بمختلف أنواعه المرئي، المسموع المكتوب، من أجل تعريف السائح المحلي والأجنبي بالمواقع السياحية.

قائمة المراجع

1. احمد بن مرسلي ،مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4 ، الجزائر ، 2003 .
2. احمد عارف العساف، محمود الوادي ،منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والادارة المفاهيم والادوات، دار الصفاء للنشر والتوزيع ،عمان ،طبعة 2014 .
3. احمد علي عبد الله ، التخطيط والتنمية السياحية، الطبعة 3, الجزائر, السنة 1999 .
4. احمد محمد العسل ، النظام الاقتصادي في الاسلام ، القاهرة ، طبعة 1997 .
5. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، المبادئ، النظرية، التطبيق، دار الفجر الجديد، القاهرة، 2002.
6. بلقاسم سلاطنية، حسان الجيلالي: المنهجية العلوم الاجتماعية ، درا الهدى للطباعة والنشر و التوزيع، عين ميله، الجزائر، 2004.
7. الدركزلي، شدي سلمان "الانترنت ثورة المعلومات و الثقافة و التعليم ، افاق الثقافة و التراث، العدد 66 سنة 1977.
8. رضوان بلخيرى ، مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال نشأتها وتطورها، الجزائر، دار الجسور للنشر والتوزيع ،الطبعة الاولى 2014 .
9. سامية محمد جابر ، منهجيات البحث الاجتماعي والاعلامي ،دار المعرفة الجامعية لطبع والنشر والتوزيع ،القاهرة .
10. صالح خالص ،الاعلام التجاري والمفوضيات التجارية ، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية ، الجزائر .
11. صالح خليل ابو اصبع ، العلاقات العامة والاتصال الانساني ،الطبعة الاولى، دار الشروق، الاردن ، 1998 .

12. عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية و الاعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2 ، 2010 .
13. عبد العزيز السيد، مناهج البحث العلمي، دار النهضة، العربية، القاهرة ، 2007.
14. عبد اللطيف حمزة ، المدخل في فن التحرير، الطبعة الثالثة ، دار الفكر، القاهرة، 1995.
15. عبيدات محمد وزملائه، منهجية البحث العلمي : القواعد و المراحل و التطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2006
16. علي عوجة وآخرون ، مقدمة في وسائل الاتصال، الطبعة الاولى ، مكتبة مصباح ،جدة 1989 .
17. فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2003.
18. محمد أحمد العمري ، الأمن السياحي ، المفهوم والتطبيق ، دار الراية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2010.
19. محمد امين عودة ،اساليب الاتصالات والتغير الاجتماعي ،دار المعرفة الجامعية ،القاهرة، 1998 .
20. محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010.
21. محمد جواد زين الدين المشهداني ،العلاقات العامة في المؤسسات السياحية، المملكة الاردنية الهاشمية ، دار امجد للنشر وتوزيع الطبعة الاولى 2007 .
22. محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، الطبعة الاولى ،عالم الكتاب، القاهرة ، 1997 .
23. محمد محمد يونس ،الاعلام الاسلامي ، القاهرة، 1998.

24. محمود عياصرة، ومروان محمد بن احمد ، القيادة والرقابة والاتصال الاداري ، الطبعة الاولى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الاردن، 2007 .
25. مرتضى البشير الامين ، وسائل الاتصال والترويج السياحي ، دار امواج للنشر والتوزيع 2016 .
26. مصطفى حميد الطلائي، خير ميلاد ابو بكر: مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الاعلام و العلوم السياسية، دار الوفاء ، لدنيا و الطباعة و النشر، الاسكندرية، 2007.

مذكرات ورسائل التخرج:

- 1.نعيمة قارة ، الاعلام الديني ودوره في ترسيخ القيم لدى الجمهور الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال ،جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2016/2015 .
- 2.جلال عبد الرحمان ، دور التلفزيون في تثقيف المجتمع الجزائري (دراسة وصفية تحليلية على سكان مدينة المسيلة)، جامعة محمد بوضياف ، مسيلة، 2019/2018 .

الأنترنت:

1. <https://djelfaonline.ahlamontada.net/>

الملاحق

جامعة عمار ثليجي الأغواط
قسم كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة
قسم: علوم الإعلام و الاتصال



إستمارة بحث

سيدي، سيدتي يشرفني أن أتقدم إلى سيادتكم بهذه الاستمارة، لإنجاز بحث علمي (مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر) والموسومة ب: المساهمة الاعلامية في تنمية السياحة الدينية في الجزائر
لذا أرجو منكم الإجابة على الأسئلة التي تتضمنها الاستمارة بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة كما نعلمكم أن هذه المعلومات ستبقى سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.
وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

البيانات الشخصية:

-الجنس : ذكر أنثى

-السن : 30-20 40-30 أكثر من 40

المحور الأول: علاقة الاعلام بالسياحة الدينية

- 1- هل هناك روبورتاجات خاصة بالسياحة الدينية؟. توجد لا توجد
- 2- هل تبث وسائل الاعلام فعاليات الملتقيات الدينية؟ دائما أحيانا
- 3- هل نقل الشعائر الدينية التي تبث احيانا تساهم في تفعيل السياحة؟
بصورة كبيرة بشكل ضعيف
- 4- ماهي الانشطة والممارسات الدينية التي غالبا ما تبثها وسائل الاعلام وتراها أكثر متابعة وتأثير في المتابعين؟
الوعدات الندوات روبورتاجات
- 5- هل ترى أن الاعلام الجزائري كافي في مساهمة ترويج لسياحة الدينية؟
قناة تلفزيونية صحافة المكتوبة ذاعة
- 6- كيف ترى الإقبال علي الموقع السياحية الدينية بالجزائر؟
كبير محتشم منعدم
- 7- كيف ترى اهتمام السلطات بالسياحة الدينية بالجزائر؟
كبير محتشم منعدم

المحور الثاني: دور البرامج الاذاعية الجزائرية في تنمية السياحة الدينية

- 1- هل تتابع البرامج الخاصة بالسياحة بالجزائر؟ دائما أحيانا لاأتابع
- 2- هل ترى ان الاعلام الجزائري يهتم بالترويج للسياحة الدينية؟ دائما أحيانا لاأتابع
- 3- ما نوع الوسائل الاعلامية الاكثر اهتماما بالسياحة الدينية؟ دائما أحيانا لاأتابع
- 4- ماهي البرامج الإذاعية التي تقدمها الاذاعة الجزائرية في التنمية السياحة الدينية؟ دائما أحيانا لاأتابع

5- ماهي البرامج الإذاعية التي تقدمها الاذاعة الجزائرية في التنمية السياحية الدينية؟

.....

.....

6- كيف ترى تأثير الإعلام في جذب السياح ؟ دائما أحيانا لا أتابع

7- هل انتعشت نوعا ما السياحة الدينية في الجزائر مقارنة بالماضي؟ يهتم لا يهتم أحيانا

8- كيف يمكن لوسائل الاعلام المساهمة في تطوير وانتعاش السياحة الدينية بصورة أكبر؟

تخصيص قنوات لذلك تخصيص برامج اكثر تكوين صحافيين مختصين