



جامعة عمار ثليجي - الأغواط -

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية
والحضارة

قسم علوم الإعلام والاتصال



الموسومة ب:

دور الإذاعة المحلية في الترويج للمناطق السياحية بولاية تمنراست " إذاعة تمنراست أنموذجاً "

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال و علاقات عامة

إشراف:

الدكتور عبد القادر النوعي

من إعداد الطالبين:

إيمان سبيوا

عائشة قنوان

أعضاء لجنة المناقشة

الدكتور عبد القادر النوعي مشرفا

الدكتور حجاج مداني رئيسا

الدكتور الطاهر بن دهقان مناقشا

السنة الجامعية: 2019-2020م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرافان

يقول سبحانه وتعالى "لئن شكرتم لأزيدنكم" سورة إبراهيم " الآية 07"
بعد الشكر والامتنان لله سبحانه وتعالى على ما أنعمه علينا من فضله وكرمه
بالعلم والبصيرة ما مكننا من إنجاز هذه المذكرة نتقدم بعظيم الشكر والتقدير
لجامعتنا جامعة عمار ثليجي الأغواط خاصة وكلية العلوم الإنسانية والإسلامية
الحضارة، وقسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة.
ونتقدم بالشكر الجزيل والثناء الخالص والتقدير إلى نبع العون، إلى من وجهنا
دون وهن، إلى من زودنا بكل شحن، إلى أستاذنا والدكتور الفاضل " النوعي عبد
القادر" المشرف على هذه المذكرة، لك منا الشكر الجزيل وخالص الاحترام والتقدير
ودمت الشعاع المنير جزاك الله عنا كل خير.

إيمان & عائشة

إهداء

وأخيرا رفعت القبة احتراما لسنين مضت من الدراسة... اليوم أنهيت آخر مرحلة في الدراسة وها قد انطوت صفحة من صفحات الحياة تعلمت الكثير ومازلت أتعلم وأخيرا بمناسبة تخرجي بفضل الله ونعمته والحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات... أهدي هذا العمل إلى الروح الطاهرة التي تمنيتها بجانبني لتشاركني هذا الفرح إلى الغائبة الحاضرة دائما معي "أمي" الحبيبة أسكنها الله فسيح جنانه.

إلى من كان بهجة عمري "أبي" الغالي أطال في عمره وزوجته وإخوتي.

مهما تحدثت من حروف وكلمات لا أستطيع أن أوفي أو أجزي كل من كان لهم الفضل بعد الله في دعمي سواء المادي أو المعنوي خلال مسيرتي الدراسية جدي "بشير" وجدتي "عائشة" أطال الله عمرهما. إلى من كانوا الضوء لعيوني والمهد لجفوني أخوالي "محمد" و"أحمد". وإلى النجوم التي زينت سمائي وعاشوا معي اللحظات الحلوة والمرتة خالاتي الأعزاء حفظهم الله خالتي "خديجة" وجوهرتها "سارة"، وخالتي يمينة وأبناءها، وخالتي "الزهراء" وأبناءها وخالتي "أم هاني".

إلى أخي "بلال" الذي كان عزوتي وسندي وصاحب الضحكة الجميلة التي أنارت دنيتي وحياتي وفقك الله لما يحب ويرضى... وإلى أختي "خديجة" التي ساندتني ووقفت بجانبني وهي موطن قلبي وبراعمها "توهامي ورياض".

إلى التي تتسابق لها الكلمات وتتراحم العبارات لتتظم عقد شكر الذي لا يستحقه إلا أنت زوجة خالي "خديجة" وإلى نجومها الصغار.

إلى من رزقني الله به يا أجمل وأروع نعمة أعطاها الله لي يا بسمة رسمت على خطيبي "عبد الغني". إلى من لا تغيب الشمس عنه جدي "محمد" وجدتي "خوته" وزوجته وكل الأعمام والعمات. إلى الأخت التي لم تُلدها أمي التي كانت لي نعم السند والتي قاسمت معي هذا العمل "عائشة". وكل عبارات الشكر لا يمكن أن تعبر على مدى تقديرنا واحترامنا إلى الأساتذة الأفاضل الذين كانوا لنا منبع العلم والمعرفة.

إلى من كانت لي معهم أحلى وأجمل الذكريات "زينب، وسيلة، سعاد، أسيا، فاطيمة"... إلى كل

الأشخاص الذين أحمل لهم المحبة والتقدير.

نسأل الله أن يجعله نبراسا لكل طالب علم

إهداء

أولاً الحمد لله حمدا كثيرا مباركا فيه أهدي هذا العمل المتواضع إلى الوالدين الكريمين جميل أن يهدي المرء ثمار كده وتعبه والأجمل من ذلك أن يهديه على طيبة خاطر لغيره ويتقاسم طعم النجاح معهم، أهدي هذا العمل إلى التي رأني قلبها قبل عينيها وحملتني أحشائها قبل يديها، إلى من أيقظت ليلتها لراحتي وسهرت من أجل سعادتي وأرادت أن أكون في أعلى المراتب إليك أنت يا "أمي" الغالية.

وإلى الذي رسم على قلبي صور المحبة والصفاء ووهب حياته وماله من أجل تعليمي وإلى من كان يضربني في صغري ليس حبا في الضرب وإنما خشية على مستقبلتي إليك أنت يا "أبي" أدعوا الله أن يحفظكما ويرعاكما وأن يطيل في عمركما (أمين).

إلى من جمعتني بهم أغلى الذكريات وأسمى روابط الإخوة، وإلى من تقاسموا معي مر الحياة وحلواها إليكم إخواني وبالأخص أخواتي (فاطيمة، سمية، سارة، ولا أنسى الكتكوتة الصغيرة "أنفال أم الفضل) وأخواتي نور عيني أخي الكبير "عبد اللطيف"، وأخي إدريس عبد السلام. وفقكم الله وحفظكم ورعاكم وأطال الله عمركم.

إلى أجدادي وأخوالي وخالتي وأعمامي وعماتي وإلى كل من يحمل لقب: "قلوان" و"كداوة" حيث ما وجدوا.

إلى كل من قدم لي نصيحة أو علمني حرفا، وإلى جميع معلمي وأساتذتي في جميع الأطوار تعليمي من المدرسة القرآنية إلى التعليم العالي، دون أن أنسى زملاء وزميلاتي في الحياة الدراسة... وإلى كل من تجمعني بهم روح الصدقة.

دون أن أنسى الأستاذ "شلباك سليمان"، كما أهدي هذا العمل إلى الأستاذ المشرف "نوعي عبد القادر" جزاه الله عنا ألف جزاء. وإلى طلبة الأولى والثانية ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة عمار تليجي.

وإلى من ذكرهم فؤادي وأسقطهم قلبي سهوا، إلى كل من حواتهم ذاكرتي ولم تحتويهم مذكرتي، وإلى سكان تديكلت.

وإلى كل من يؤمن بأن بذور نجاح التغيير هي في ذاوتنا وفي أنفسنا قبل أن تكون في أشياء أخرى....

يقول الله تعالى: " إِنَّ اللَّهَ لَا يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوهُمَا بِأَنفُسِهِمْ " الآية 11 من سورة الرعد.

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل. عائشة

فهرس المحتويات

البسمة

شكر وعران

إهداء

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

مقدمة:.....أ

الفصل الأول: الإطار المنهجي

الإشكالية:.....5

فرضيات الدراسة:.....6

أسباب اختيار الدراسة:.....7

أهداف الدراسة:.....7

أهمية الدراسة:.....8

صعوبات الدراسة:.....8

الدراسات السابقة:.....9

تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة:.....15

الجانب النظري

الفصل الثاني: تاريخ ظهور الإذاعات وتطورها

المبحث الأول: ماهية الإذاعة.....22

المطلب الأول: تعريف الإذاعة.....22

المطلب الثاني: خصائص الإذاعة.....23

المطلب الثالث: وظائف الإذاعة.....25

28	المطلب الرابع: أنواع الإذاعات.....
29	المبحث الثاني: نشأة وتطور الإذاعة
29	المطلب الأول: نشأة وتطور الإذاعة في العالم الغربي.....
33	المطلب الثاني: نشأة وتطور الإذاعة في الوطن العربي
38	المطلب الثالث: الإذاعة في بعض دول الخليج
41	المبحث الثالث: تاريخ ظهور الإذاعات المحلية في الجزائر.....
41	المطلب الأول: لمحة عن نشأة الإذاعة في الجزائر.....
44	المطلب الثاني: ظهور الإذاعات المحلية في الجزائر
46	المطلب الثالث: مراحل تطور الإذاعات المحلية في الجزائر

الفصل الثالث:السياحة في الجزائر

50	المبحث الأول: ماهية السياحة
50	المطلب الأول: تعريف السياحة
55	المطلب الثالث: أهمية السياحة في الجزائر:
57	المطلب الرابع: أنواع السياحة في الجزائر:.....
61	المبحث الثاني: مقومات السياحة في الجزائر وأهم خصائصها وعلاقتها مع محيطها
61	المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر.....
64	المطلب الثاني: خصائص السياحة:.....
66	المطلب الثالث: تفاعل وعلاقة السياحة مع محيطها.....
70	المطلب الرابع: أفاق السياحة في الجزائر:
72	المبحث الثالث: الترويج السياحي وأهميته وأهدافه وعناصره.....
72	المطلب الأول: مفهوم الترويج السياحي:.....
73	المطلب الثاني: أهمية الترويج السياحي.....
74	المطلب الثالث: أهداف الترويج السياحي
76	المطلب الرابع: عناصر المزيج الترويجي السياحي

79	المبحث الرابع: السياحة في ولاية تمنراست:.....
79	المطلب الأول: مفهوم السياحة الصحراوية.....
80	المطلب الثاني: أهم المناطق السياحية بولاية تمنراست.....
86	المطلب الثالث: المقومات الطبيعية لولاية تمنراست:.....
90	المطلب الرابع: عوائق الإستثمار السياحي بولاية تمنراست:.....

الفصل الرابع الجانب التطبيقي

93	المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة المنهجية.....
93	المطلب الأول: منهج الدراسة.....
94	المطلب الثاني: أدوات الدراسة.....
95	المطلب الثالث عينة الدراسة.....
96	المطلب الرابع: مجالات الدراسة.....
97	المبحث الثاني: بطاقة فنية عن ولاية تمنراست.....
97	المطلب الأول: تعريف بمنطقة تمنراست:.....
101	المطلب الثاني: بطاقة فنية عن إذاعة تمنراست الجهوية وأهم البرامج السياحية التي تبث من خلالها
110	المطلب الثالث: مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية تمنراست.....
112	المطلب الرابع: ديوان الحضيرة الوطنية للأهفار.....
119	المطلب الخامس: وكالة السياحة أكار أكار.....
124	المبحث الثالث: عرض وتحليل.....
136	خاتمة.....
140	قائمة المراجع:.....

الملاحق

قائمة الجداول

جدول رقم (1): الإذاعات المحلية في الجزائر، المقر، و تاريخ التأسيس: 7
جدول رقم(2): درجة حرارة إقليم الأهقار خلال أشهر السنة..... 7
جدول رقم(3): هطول الأمطار خلال السنة..... 7
جدول رقم(4): متوسط الرطوبة خلال أشهر السنة..... 7
جدول رقم (5) إذاعة تمارست الجهوية، الشبكة البرمجية السنوية 2019 - 2020 ... 06

قائمة الملاحق

رقم الملحق	العنوان	الصفحة
ملحق رقم (01)	أسكرم فصل الربيع	148
ملحق رقم (02)	معلم جنازي في منطقة أبلسة	149
ملحق رقم (03)	هرافوك	149
ملحق رقم (04)	طاسيلي آجر	150
ملحق رقم (05)	ضريح تينهان بمنطقة أبلسة	151
ملحق رقم (06)	منطقة تيت	152
ملحق رقم (07)	لباس الرجل التارقي	153 . 154
ملحق رقم (08)	تيمز دلاسين أدلس	155

156	طاسيلي هقار	ملحق رقم (09)
157	خريطة الحظيرة الوطنية للأهقار	ملحق رقم (10)
158	الصقر والفنك	ملحق رقم (11)
159	منطقة تفادست ونمر	ملحق رقم (12)
160	صورة منقوشة على الحجر تابعة لطاسيلي ناجر	ملحق رقم (13)
161	تفوقين	ملحق رقم (14)
162	أبلسة رمينة	ملحق رقم (15)
162	جامع العتيق	ملحق رقم (16)
163	منطقة تفادست	ملحق رقم (17)

مقدمة

مقدمة:

يعتبر الإعلام والاتصال وسيلة من وسائل التواصل بين المجتمعات وبين الناس في كل الأرض فأساس الإعلام هو الاتصال والتواصل وإرسال خبر معين للجهة الأخرى، ثم تطورت هذه الوسائل عبر التاريخ من وسائل تقليدية كلاسيكية إلى وسائل حديثة أو إلكترونية ومن أهمها نجد الهاتف والتلفزيون والإذاعة.

وهذه الأخيرة التي أثرت في الحياة الإقتصادية والاجتماعية والثقافية... إلخ، إذ مكنت المجتمعات الإنسانية من إرسال الصوت الإنساني والموسيقى والإشارات بأنواعها المختلفة إلى أرجاء متعددة من العالم. كما أصبحت وسائل الإعلام في وقتنا الحاضر من أدوات التأثير والتوجيه والتنقيف والتعليم خاصة في ظل العولمة الاتصالية وما تتميز به زحم في البث الإذاعي والتلفزيوني واستعمال وسائل الانترنت وهو ما ساهم في انهيار البعد الزمني والمكاني بين الثقافات والأمم، لكن العديد من متغيرات العصر بدأت تواجه الإذاعة وتهز مكانتها وكان من الممكن أن تختفي من الوجود أمام ضغط هاته المتغيرات التي خلقها ذلك التقدم التكنولوجي المذهل في مختلف المجالات، ومع ذلك استطاعت الصمود إلى الآن وبقيت كأحد أهم الاتصال والإعلام الجماهيري. وكان أول تواجد الإذاعة في الجزائر سنة 1925 جاءت من طرف الاحتلال الفرنسي وذلك في العشرينات من القرن الماضي وظهرت في ولايات كثيرة نذكر من بينها ولايات الجنوب (ولاية تمنراست). وتسعى الإذاعة كذلك إلى تحقيق أهداف مختلفة تعود على الفرد والمجتمع كالتنقيف والترفيه والتثقيف.

وفيما يتعلق بالسياحة فهي أنشطة الأشخاص المسافرين أو المقيمين في أماكن خارج بيئتهم المعتادة، فالجزائر غنية بمواد سياحية هائلة فهي بدورها تسعى للارتقاء بمرافقها ولاهتمام بالمقاصد السياحية وفتح مجال أمام الاستثمارات المحلية والدولية وكذلك يعد الترويج أحد العناصر المهمة المسؤولة عن تعريف السياح بالمنتجات التي تقدمها المؤسسات السياحية عن كيفية ومكان الحصول عليها.

واستخدمت الإذاعة كالأداة استطلاعية أولية استخدمت في السياحة ولذلك سنعالج الموضوع التالي علاقة الإذاعة بالسياحة من خلال الخطوات التالية:

نتاولنا في الجانب المنهجي وهو: "موضوع الدراسة" نتاولنا فيه مشكلة الدراسة وصياغتها، ثم أسباب واختيار الموضوع، ثم تحديد أهداف الدراسة، ثم تحديد المفاهيم، ثم دراسات سابقة

حول ظاهرة موضوع الدراسة، ثم منهج الدراسة وكذلك مجتمع الدراسة وعينته وفي الأخير أدوات الدراسة

وفي الفصل الأول المسمى "تاريخ ظهور الإذاعات وتطورها" تناول فيه ثلاث مباحث وكل مبحث قسمناه إلى مطالب، حيث تم إعطاء في المبحث الأول: ماهية الإذاعة، تعريف الإذاعة، خصائص الإذاعة وأهم وظائفها وأنوعها. أما في المبحث الثاني نشأة وتطور الإذاعة في العالم الغربي، ونشأتها في العالم العربي والإذاعة في بعض دول الخليج العربي. وفي المبحث الثالث تطرقنا إلى تاريخ ظهور الإذاعات المحلية في الجزائر، بحيث في المطلب الأول قمنا بإعطاء لمحة عن نشأة الإذاعة في الجزائر وظهور الإذاعات المحلية في الجزائر، وأخيرا وليس آخرا تطور الإذاعات المحلية في الجزائر.

أما في الفصل الثالث خصصناه "للسياحة في الجزائر"، تناولنا فيه أربع مباحث، ففي المبحث الأول تطرقنا إلى ماهية السياحة ونشأة السياحة في الجزائر وتعريفها وأهميتها وأنواعها.

أما في المبحث الثاني تناولنا فيه مقومات السياحة في الجزائر وأهم خصائصها، وتفاعل وعلاقة السياحة مع محيطها وفي المطلب الرابع أفاق السياحة في الجزائر.

وفي المبحث الثالث تضمن الترويج السياحي مفهومه وأهمية الترويج السياحي وأهم أهدافه وعناصر المزيج الترويج السياحي.

وفي المبحث الرابع تم التطرق إلى السياحة في ولاية تمنراست، في المطلب الأول عرفنا السياحة الصحراوية والمطلب الثاني تطرقنا إلى أهم المناطق السياحية بولاية تمنراست بالإضافة إلى مقومات السياحة بتمنراست وأخيرا عوائق الاستثمار السياحي بولاية تمنراست.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

الإشكالية:

يزخر الوطن العربي بموقع استراتيجي في قلب العالم بين آسيا وإفريقيا وأوروبا، كما يمتاز بجميع المقومات السياحية، فالوطن العربي يضم أشكالا من القوالب السياحية كالسياحة الدينية والثقافية، ويزخر بتراث تاريخي غريق وشواهد حضارات تضرب بجذورها في أعماق التاريخ أكثر من 7000 سنة ومن ثم صار الوطن العربي موقع الذي انصهر منه معظم الحضارات على مر العصور كالفرعونية والبابلية والإسلامية والحضارة اليمينية، ونجد أن المغرب هي وجهة سياحية لكثير من السياح الأجانب وخاصة إسبانيا ويرجع ذلك لقربها من إسبانيا والسياحة في المغرب لها طعم خاص فهي بلد الثقافات المختلفة، وهذه الأخيرة تدمج بين عالمين العربي والإفريقي كما أن شعبها متمسك بالعادات القديمة والتراث المغربي القديم رغم ظهور بعض المظاهر الثقافية الغربية.

ولعل من أبرز الشواهد في الجزائر على مرور الحضارات الفينيقية والرومانية حيث نجد مدينة تمنراست غنية بمعالم أثرية ورسوم صخرية ومناطق سياحية، تعتبر السياحة في الجزائر من أهم القطاعات الاقتصادية والاجتماعية تجعل الكثير يقومون بزيارتها خصوصا من لم يقم بزيارتها من قبل لتمتع بالمناظر الخلابة، إضافة إلى الكم الهائل من التراث الجزائري الأصيل والتحف التاريخية النادرة التي تصل أعمارها إلى أكثر من 30 ألف سنة كما أنها تلعب دورا بارزا لتنمية وتطوير البلدان وقد ازدادت أهميتها كصناعة أو حرفة من خلال وسائل الإعلام كافة، بحيث لم تعد السياحة كما كانت منذ سنوات تشعبت فروعها وتداخلت وأصبحت تدخل في معظم مجالات الحياة اليومية. وتولي الحكومة عناية كبيرة لهذا الجانب السياحي إذ أنها توفر استثمارات بكل أبعادها وتوفر إمكانيات لترويج وتعمل على ترقية المنتجات التي لها علاقة مع ترقية السياحة وتطورها وتبرمج أسواق تقليدية تستقطب بها السياح، ويتجلى دور الإعلام خاصة في الترويج وجذب السياح، حيث تلعب وسائل الإعلام دورا هام في إقناع السائح وإغرائه بالقدوم إلى بلد من البلدان مثل ما هي قادرة على تشويه صورة هذه البلدان وبث الدعايات الكاذبة والإشاعات عنها وتخويف السائح من القدوم إليه وغير ذلك من الأساليب.

وبظهور وسائل الإعلام وتعدد شتى أنواعها وتتنوع استخداماته من قبل الأفراد كل حسب ميوله ومن بين هاته الوسائل نجد الإذاعة المسموعة التي شهدت خلال العقدين الماضيين تطور كبير على كافة المستويات، سواء ذلك ارتبط بالجانب التقني في جانب استقبال إذاعي، فالإذاعة اليوم لها أهمية وقوة تأثير كبيرة على المستمعين لأنها أصبحت من الأدوات الإعلامية الثقافية والترفيهية الأكثر أهمية في حياة الأفراد عن طريق البرامج السياحية قصد الترويج والتعريف بالمناطق والتراث المادي واللامادي بالغتتين العربية والأمازيغية (التارقية) إذاعة تمارست لها دور كبير في ترويج المناطق السياحية وعلى هذا الأساس نطرح الإشكال التالي:

ما هو دور الإذاعة المحلية في الترويج للمناطق السياحية بولاية تمارست؟

وتتدرج تحت هذه الإشكالية عدة التساؤلات:

- ما هي البرامج التي تقدمها الإذاعة التي تخص المناطق السياحية؟
- كيف تساهم المادة الإعلامية المذاعة في ترويج المناطق السياحية؟
- هل توقيت البرامج الإذاعية المخصصة لترويج السياحي كافية أو غير كافية؟
- هل مضامين الإشهارات في الإذاعة المحلية تساهم على الترويج للمناطق السياحية؟

- الفرضية الرئيسية:

دور الإذاعة المحلية في الترويج للمناطق من خلال البرامج و إختيار الفترة الزمنية المناسبة للبت من خلال الإشهارات وغيرها.

. فرضيات الدراسة:

1. البرامج التي تقدمها الإذاعة التي تخص المناطق السياحية منها صحرائنا عبر العصور، جولة في بلادي.
2. تساهم المادة الإعلامية المذاعة في ترويج المناطق السياحية.
3. توقيت البرامج الإذاعية المخصصة لترويج السياحي كافية أو غير كافية.
4. مضمون الاشهارات في الإذاعة المحلية يساعد على الترويج للمناطق السياحية.

أسباب اختيار الدراسة:**أسباب ذاتية:**

1. ميلنا لهذا الموضوع والرغبة في الاطلاع والتعمق فيها أكثر.
2. قلة الأبحاث في مثل هذا النوع من الدراسة.
3. التعرف على المناطق السياحية وكيفية ترويجها عن طريق الإذاعة المحلية.
4. اهتمامنا الشخصي بالتعرف على أهم الآثار التي تزخر بها هاته المناطق السياحية بولاية تمنراست.

أسباب موضوعية:

1. قابلية البحث لدراسة معرفيا ومنهجيا.
2. العمل على معرفة دور الإذاعة في تحقيق الترويج السياحي.
3. التحسيس بأهمية الإذاعة في تحسين صورة السياحة لجعلها مورد يعمل على تنمية الاقتصاد الوطني والمحلي.
4. الرغبة في التقرب من الوسيلة الإعلامية التي لها مكانتها وهي الإذاعة.

أهداف الدراسة:**1. أهداف علمية:**

جمع الحقائق واقع الإذاعة المحلية في المنطقة والأساليب والعوامل التي بادرت بدورها في المنطقة السياحية.

- معرفة إسهامات الإذاعة في عملية دعم وتشجيع المناطق السياحية.
- الكشف عن طبيعة النشاط السياحي ويكون ذلك عن طريق الإذاعة المحلية التي هي وسيلة للترويج من خلال تعدد وظائفها وبرامجها التي لها تأثير إيجابي في النهوض بالقطاع السياحي.

2. أهداف عملية:

1. التدريب على البحث العلمي وخطواته.
2. اعتبار هذه الدراسة كنوع من المراجع الجديدة في جامعة عمار ثليجي بالأغواط.

3. من أجل تسليط الضوء على البرامج الإذاعية التي تبثها حول المناطق السياحية

4. الإحاطة قدر المستطاع بأهمية الإذاعة وذلك بغية الرفع من مستوى الترويج للمناطق السياحية بولاية تمنراست.
أهمية الدراسة:

1. تتضح أهمية الدراسة كونها تتناول موضع الإذاعة المحلية ومساهمتها في دعم السياحة بتمنراست.

2. جعل هذه الدراسة ركيزة لدراسة أخرى مشابهة.

3. الإحاطة بواقع المناطق السياحية وذلك راجع إلى دور التي تلعبه إذاعة تمنراست.

4. معرفة أهم البرامج التي تقدمها الإذاعة بالترويج السياحي.
صعوبات الدراسة:

رغم امتياز أي بحث علمي بالسهولة فنجد أنه لا يخلوا من صعوبات وعقبات، فقد واجهنا في سبيل إتمامنا لهذا البحث العديد من الصعوبات والمعوقات يمكن إنجازها فيما يلي:

1. قلة وندرة البحوث والمراجع الخاصة بموضوعنا.

2. قلة المصادر التي تناولت دور الإذاعة المحلية بولاية تمنراست.

3. بعد في المكان الذي نؤدي فيه الدراسة التطبيقية.

4. كذلك واجهنا صعوبة في إجراء مقابلتنا خاصة مع الأشخاص الذين قمنا بمقابلتهم في حين الحضور الكلي وأحيانا غياب العاملين وهذا ما يعيق مقابلتنا ويضيع من الوقت المبرمج.

5. عدم توفر الإمكانيات المادية بالإضافة إلى الظروف الزمنية والوقت المناسب.

6. تداخل القطاع السياحي مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى وصعوبة فصله في بعض الأحيان وتحديد بياناته الأخرى.

7. قلة المعلومات الخاصة بالمناطق السياحية بولاية تمنراست بحيث كانت معلومات ضئيلة وعدم وجود كتب أو مصادر كافية حول هذه المناطق وكذلك قلة الكتب الإذاعة.

8. غلق الجامعات والمكتبات بسبب الأزمة العالمية "جائحة كورونا" الدراسات السابقة:

1.1 الدراسات الوطنية:

الدراسة الأولى:

العنوان: دور الإذاعة المحلية في نشر التراث اللامادي الجزائري

الدرجة العلمية: مذكرة لنيل شهادة الماستر. سعيدة

إعداد: مداح هنية

السنة: 2018/2017

متغيرات الدراسة: دور الإذاعة المحلية/ في نشر التراث اللامادي الجزائري

إشكالية الدراسة:

إن الحفاظ على ثقافة وتراث الشعوب والأمم، يتم من خلال ما تتناقله الأجيال على مر السنين، وبقدر إهتمام الشعوب بعون ثقافتها، وتراثها وتسجيله، وتوثيقه وحفظه، يظل هذا التراث وهذه الثقافة معبرة عن أصالة الأمة، وكلما أبدعت العقول الخلاقة طرقا مستحدثة للاستفادة والتطوير والتحسين على هذا المورث الإنساني الثقافي فإنها تستمر في البقاء والتطور عبر أجيالها، وتلحق بمسيرة الحضارة الإنسانية بما يحافظ على الموروث الحضاري، ويرفع الأمة إلى مسار التقدم والتفاعل مع المجتمعات المجاورة.

أهم النتائج:

- إن الإذاعة المحلية من خلال تقديم لبرنامج "قعدة زمان" تهدف إلى ترقية وتعريف بالتراث المحلي، وكذلك ترقية المواطن ثقافيا.

- تساهم الإذاعة المحلية إلى نش إلى التنوع الثر الثقافة المحلية بين أوساط

الشعبية.

- تختلف العادات والتقاليد الشعبية في الجزائر باختلاف المناطق واختلاف المناسبات وهذا ما يؤدي إلى التنوع الثقافي لهذا المجتمع، وولاية النعامة لها تراث ثقافي يميزها.

- تساهم إذاعة المحلية إلى ترسيخ القيم والعادات والتقاليد والحفاظ عليها من خلال برامجها الثقافية.

الدراسة الثانية:

العنوان: دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية

الدرجة العلمية: مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر/ أم البواقي

إعداد: مريم بعلول/ يمينة رزوق

السنة: 2016/2015

متغيرات الدراسة: دور الإذاعة المحلية/ في ترسيخ الهوية الثقافية

إشكالية الدراسة:

لقد أصبح الإعلام اليوم من الحاجات الأساسية والضرورية في حياة الإنسان نظرا لما يقدمه من وظائف داخل المجتمع وقدرته على تلبية حاجاته كالحاجة إلى المعرفة والتواصل مع الآخرين، والحصول على الأخبار والحقائق وكل ما يجري حوله ومن بين وسائل الإعلام نجد الإذاعة، التي استطاعت الصمود والمحافظة على مكانتها رغم المنافسة الشديدة من طرف باقي الوسائل، إذ استفادت هي الأخرى من التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الإعلام، مما جعلها تواكب تغيرات المجتمع التي فرضها التقدم التكنولوجي وذلك بفضل ما تمتلكه من مميزات وخصائص كتخطي موجاتها الإذاعية لجميع الحواجز.

أهم النتائج:

1. توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة (الطلبة) يستمعون أحيانا لإذاعة البواقي

المحلية على عكس البعض الآخر منهم الذين يسمعون إليها نادرا فقط.

2. خلصت الدراسة إلى أن المبحوثين يفضلون البرامج الترفيهية والمنوعة حيث

جاءت في المرتبة الأولى نظرا لأنها أكثر استقطابا للجمهور، بينما جاءت

البرامج الثقافية في المرتبة الثانية.

3. إن معظم المبحوثين يستمعون للبرامج الثقافية في إذاعة أم البواقي المحلية إلا أنهم يستمعون لها أحيانا مما يعني أنهم لا يستمعون إليها بانتظام.
4. إن معظم المبحوثين يستمعون للبرامج الثقافية لإذاعة أم البواقي المحلية صباحا وبالتالي فإن أغلب المبحوثين يميلون لهذه الفترة من اليوم في حين جازت فترة الظهيرة على أضعف النسب.

ب . الدراسة الثالثة:

العنوان: دور المواقع الإلكترونية في الترويج السياحي.

الدرجة العلمية: مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي.

إعداد: حمزة غشوة، معمر نوحه.

السنة: 2015 /05/31 / ورقة.

متغيرات الدراسة: المواقع الإلكترونية/الترويج السياحي

إشكالية الدراسة:

لقد حقق استخدام تكنولوجيا الأعمال الإلكترونية (انترنت) في المنظمات السياحية والفندقية وقرات كبيرة، إذ أصبح بإمكان هذه المنظمات الإستغناء عن شبكة الوسطاء إلى حد ما، وتوفير رسوم الإشتراك، في نظام التوزيع العالمية GDSS.

أهم النتائج:

1. نتائج الدراسة في دور التساؤل الأول: تعتمد على كل من وكالة فيزاترافلوالتاسيلي في ترويجها عبر مواقعها الإلكترونية على الإعلانات وذلك من خلال عرض أهم الصور التي تعرف بالسياحة الوطنية.
2. نتائج الدراسة في دور التساؤل الثاني: تقوم الوكالتين السياحيتين بعرض مختلف الخدمات والأنشطة وذلك من خلال وجهتها السياحية ويظهر ذلك في النافذة الخاصة بالوجهات (Circuits).

4.1: الدراسة العربية:

الدراسة الرابعة:

العنوان: الإعلام السياحي في الأردن.

الدرجة العلمية للدراسة: إكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام / الأردن.

إعداد: فايز محمد علي الحميدات.

السنة: 2013

متغيرات الدراسة: الإعلام السياحي / في الأردن.

إشكالية الدراسة:

رغم أن الأردن بلد سياحي بمختلف المقاييس إلا أن الإعلام المتخصص لم يواكب عناصر الجذب السياحي ولم يوفق في الإستثمار الإمكانات السياحية المتنوعة في الأردن، ومن هنا فإن مشكلة الدراسة تتمحور في الكشف عن واقع الإعلام السياحي من خلال إذاعة سياحية FM، من وجهة نظر العاملين بالقطاع السياحي بشقيه الحكومي والخاص.

أهم النتائج:

1. إن المقطوعات الموسيقية حصلت على مواقع متقدمة بالنسبة إلى غيرها من المواد الإعلامية التي تبث عبر إذاعة سياحية FM ، ويبدو أنها كانت تأخذ القسط الأوفر من المواد الإعلامية التي تبث في الإذاعة، كذلك فقد تميزت الإذاعة عن غيرها من الإذاعات ببث هذه المقطوعات الموسيقية والقصائد الشعرية والتي كان أغلبها مختلفاً عن الأغاني والموسيقى التي تبث في الإذاعات الأخرى.

2. إن الآثار السلوكية كانت من الأكثر الآثار التي توقعها المستجيبون جراء الإستماع لبرامج إذاعة سياحة FM.

2. التعليق على الدراسات السابقة:

1.2 ما يتعلق بالعنوان الرئيسي والفرعي للدراسة:

(تمحورت الدراسة الأولى على متغيرين مستقل والتابع في حين مثالتها الدراسة الثانية والثالثة والرابعة منوغرافية أحادية المتغير.)

جاءت الدراسة الأولى بعنوان "دور الإذاعة المحلية في نشر التراث اللامادي الجزائري" حيث ركزت على وجوب الحفاظ على ثقافة وتراث الشعوب والأمم والحفاظ

على الموروث الحضاري، وهذه الدراسة تختلف عن الدراسة الثانية التي جاءت بعنوان "دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية" والتي بدورها ماثلت دراستنا كذلك في المتغير المستقل ركزت على الحفاظ الإرث الثقافي وهوية الشعوب والحفاظ على العادات والتقاليد التي تختلف من منطقة لأخرى، أما الدراسة الثالثة التي كانت بعنوان "دور المواقع الإلكترونية في الترويج السياحي" حيث متغيرها التابع يشبه متغير التابع لدراستنا الذي ركز على مدى التأثير المواقع الإلكترونية في الترويج وزيادة الطلب السياحي من خلاله لكنه أهمل دور الإذاعة سواء كانت محلية أو برامج إذاعية، أما الدراسة الأخيرة التي جاءت بالطابع المونوغرافي أي أحادية المتغير والتي بعنوان "الإعلام السياحي بالأردن" بحيث جاءت هذه الدراسة خارج التراب الوطني وكان هدفها الكشف عن الواقع الإعلام السياحي المسموع وهدفت أيضا إلى مدى مواكبة الإذاعة الاحتياجات التنموية في القطاع السياحي.

عناصر هامة من الدراسات السابقة:

1. تمثيل التراث الشعبي العربي في مختلف الهيئات الثقافية الدولية مثل: اللجنة الدولية

للفنون والمؤثرات الشعبية التابعة لليونسكو Unesco والتعريف به.

2. معرفة كيفية مساهمة البرامج الثقافية التي تبثها إذاعة أم البواقي المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية من وجهة نظر الطالب الجامعي.

3. معرفة مدى استخدام الوكالات السياحية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة

4. فاعلية البرامج الإذاعية في الترويج المواقع والأنشطة السياحية في الأردن.

2.2. ما يتعلق بخصائص العينة:

كل الدراسات التي تناولتها لم تتفق على عينة واحدة بحيث اعتمدت كل دراسة على عينة معينة فدراسة "مداح هنية" التي استخدمت مفاهيم الإذاعة، الإذاعة المحلية، البرنامج الإذاعي، بالإضافة إلى التعريف الإجرائي للإذاعة المحلية وتمثلت عينة الدراسة في العينة القصدية، بينما دراسة "مريم بعلول، يمينة رزوق" فقد اعتمدوا على العينة القصدية قد اختاروا طلبة علوم الإعلام والاتصال السنة الثانية والثالثة من طور الليسانس، والسنة الأولى من طور الماجستير، ودراسة الطالبين "حمزة غشوة،

معمر نوحة" شملت عينتهم مجموع الوكالات السياحية بولاية ورقلة "وكالة فيزاترافل ووكالة الطاسيلي للسياحة"، وتشابهوا في مفاهيم مع الدراسة السابقة في : الإذاعة، الإذاعة المحلية، واختلفوا في مفهوم البرامج الاجتماعية، والمواقع الإلكترونية، أما دراسة فايز محمد علي الحميدات تمثلت عينته في العاملين في القطاع السياحي، وشملت المفاهيم الإذاعة السياحية، الإعلام السياحي، الإعلام السياحي المسموع، برامج الترويج السياحي، والقطاع الحكومي، القطاع السياحي الخاص.

3.2. ما يتعلق بزمن الدراسة:

أحدث الدراسات السابقة هي ما يتعلق بعام 2018/2017 للطالبة "مداح هنية"، أما هذه الدراسة فممتدة من العام 2018 إلى العام 2020.

4.2: ما يتعلق بمكان الدراسات السابقة:

فيما سبق ثلاث دراسات وطنية الأولى بسعيدة والثانية بأم البواقي والثالثة بورقلة والرابعة والأخيرة عربية بالأردن.

5.2: منهج الدراسات السابقة:

من الدراسات السابقة من طبق فيه تحليل المضمون، ومنه من طبق منهج المسح الوصفي، والأخر استخدم المنهج الوصفي التحليلي بينما الدراسة الأخيرة استعملت المنهج الوصفي المسحي، كما تمت الاستعانة بمنهج الوصفي التحليلي في دراستنا وهو ما سجل في دراسة "معمر نوحة وحمزة غشوة".

6.2: التخصص العلمي للدراسات السابقة:

نلاحظ إن هناك اختلاف في بعض التخصصات، فدراسة حمزة غشوة ومعمر نوحه "تخصص تكنولوجيا اتصال الجديدة، وفايز محمد علي الحميدات تخصص إعلام، ما عدا مريم بعلول ويمينة رزوق تخصصهم تشابه مع تخصصنا "اتصال وعلاقات عامة".

7.2: النقد العام للدراسات السابقة:

نستنتج من النقد هو المضي نحو المصادقية والدقة والحقيقة المعرفية، فإن ما سبق شرحه فيما يتعلق في الدراسات السابقة يمكننا القول انه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن نوجه النقد الصريح أو الواضح لدراسة السابقة وذلك لسبب التالي:

- نظرا للاختلاف المنهجي عدا دراسة "حمزة غشوة ومعمر نوحه" تشابهت في المنهج مع دراستنا وكذلك الطرح للدراسات السابقة والتخصص فكل دراسة كانت تتناول منهج معين، وبالنسبة للتخصص نجد اختلاف عادا تخصص "مريم بعلول ويمينة رزوق وكذلك مداح هنية" حيث تشابه تخصصها مع تخصصنا "اتصال وعلاقات عامة".

- وبالتالي فإن الاختلاف في المناهج هو الذي حال بيننا من عدم القدرة على نقد تلك الدراسات بشكل واضح وصريح.

2،8: موقع الدراسة من الدراسات السابقة: مما سبق ذكره فإنه تشابهت دراسة طالبين "حمزة غشوة ومعمر نوحه" من خلال المتغير التابع "الترويج السياحي وكذلك دراسة "مريم بعلول ويمينة رزوق" وكذلك "مداح هنية" تشابهت دراستهم مع دراستنا في المتغير المستقل "الإذاعة المحلية" فحين دراسة الطالب فايز محمد علي حميدات فكان اختلاف كلي في كل من المتغيرات وكذلك في العينات.

تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة:

يفيد تحديد المفهوم في أداء عدة وظائف هامة منها ما ذكره "روبرت ميرتون" حيث يقول بأن المفاهيم تساعد على توضيح المعطيات التي تتدرج تحت المفهوم، ومن ثم يساعد ذلك التقليل من تدخل المعطيات العربية، وضم المعطيات الخارجة عنه والتي ينبغي أن تتدرج تحته، ونجاح المفهوم في تحديد معطياته الأساسية قد يفيد في إزالة كثير من الغموض المتضمن بعض النظريات، بل يؤدي أحيانا إلى تأسيس سلسلة يقوم بمهمة توجيه المشاهد الميدانية والإدراك الذهني، وربط المصطلحات بالأهداف والموضوعات المحددة، ولهذا ينبغي أن يندرج المفهوم في تصميم البحث، ويدخل كوحدة أساسية في الإطار التصويري لعملية البحث.

وبناء على ما سبق ذكره حول أهمية المفاهيم ودورها الأساسي والرئيسي في أي بحث، وباعتبارها مفاتيح لحل الشفرات كل بحث، كان لازما علينا تحديد مفاهيمنا بدقة، وهذه المفاهيم هي:

1/الدور 2/ الإذاعة 3/ المحلية 4/الترويج.

5/المناطق 6/السياحة 7/تمنراست 8/البرامج.

9/ التوقيت 10/مضمون.

11/الإشهارات.

أولاً: الدور:

1.1. لغة: يعرف الدور بأنه الحركة أي الفعل والعمل، ونلاحظ من خلال هذا التعريف أن الدور مرتبط بالقدرة على الحركة والنشاط.

وحسب معجم (woutburg) و (bloch) فإن كلمة الدور مشتقة من العبارة اللاتينية (rotulas) التي تعني: من جهة ورقة مطوية تحمل مكتوب، ومن جهة ثانية ما يجب أن يستظهره ممثل مسرحية) وابتداء من القرن 11م بدأ استعمال مفهوم الدور بمعنى وظيفة اجتماعية أو مهنة.¹

2.1: اصطلاحاً: كلمة الدور مستعارة من حياة المسرح، أول من استعملها بهذا المعنى هو "نيتش"، حيث أن الفرد يمثل مجموعة من السلوك على خشبة المسرح، وكأن التنظيم الاجتماعي مسرح حياة الجماعة وأفرادها، يملكون تلك الأدوار المتعددة والمختلفة حسب اختلاف مراكزه.²

التعريف الإجرائي: الدور هو المهمة أو المهنة أو العمل الذي تلعبه الإذاعة بمختلف المهام.

2: الإذاعة:

1,2/ لغة: أذاع يذيع، مذيعة

أذاع النشرة أي بثها ونقلها بواسطة الجهاز اللاسلكي عبر الإذاعة المسموعة أو المرئية.

2.2/ المحلية: حل، يحل، والمصدر محلا.

3.2/ اصطلاحاً: الإذاعة المحلية هو مصطلح يعني البث المنظم ونشر الأخبار أو البرامج والمواد الإعلامية الأخرى موجهة إلى الجمهور محدود العدد ويعيش فوق

¹شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، جامعة قسنطينة، 2006/2005، ص 30.

² ليليا شاوي، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ص120.

ارض محدودة المساحة متنافسة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية بحيث بشكل هذا المجتمع بنية متجانسة على الرغم من وجود الفروق توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد وهكذا تتفاعل الإذاعة المحلية مع المجتمع تأخذه منه وتعطيه وتقدم له الخدمات المختلفة وتتأثر به.¹

التعريف الإجرائي: من التعاريف السابقة نستنتج أن **الإذاعة** "هي وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال المهمة في بث الأخبار والبرامج المختلفة".
- أما **الإذاعة المحلية** هي التي تبث برامجها لمخاطبة المجتمعات خاصة ومحدودة على المستوى المحلي فقط وتهتم بكل ما هو محلي".

3/الترويج السياحي:

1.3/ تعريف الترويج "هو جميع النشاطات التي تمارسها الشركة من أجل الاتصال بالمستهلكين المستهدفين ومحاولة إقناعهم بشراء المنتج، ويشمل الإعلان، البيع الشخصي، أدوات تنشيط المبيعات والعلاقات العامة".

2.3/تعريف الترويج السياحي "هو عملية إحداث المعرفة لدى السائح عن الشركة وبرامجها وإحداث تفاعل إيجابي بين السائح وبين المعلومات التي حصل عن طريق الجهود الترويجية وتشجيعه وتحفيزه على القيام بسلوك إيجابي محوره التعاقد على أحد البرامج السياحية التي تقدمها الشركة أو خلق طلب كامن لديه يظل يشعره بالتوتر والقلق حتى يقوم بإشباعه".²

4.3/التعريف الإجرائي: الترويج "هو عملية الاتصال في كل ما يبذله البائع في إبراز خصائص مميزة للسلعة أو الخدمات التي يتم الترويج لها. أو هو التنسيق بين جهود البائع في إقامة منافذ المعلومات وفي تسهيل بيع السلعة أو الخدمات أو قبول فكرة معينة".

¹ عبد الحميد بشكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، مصر، الإسكندرية، 2001، ص6.

² صفاء أبوغزالة، إدارة الخدمات السياحية، زهران للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، السعودية، 2006، ص73.

4/ مفهوم السياحة

1.4/ لغة: يعتبر لفظ السياحة من الألفاظ المستخدمة في اللغات اللاتينية إلا أنه كان معروفا في اللغة العربية، فالمفهوم اللغوي للفظ سياحة نجد أنه يعني التجوال، وعبارة ساح في الأرض "تعني ذهب وسار على وجه الأرض، وقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في سورة التوبة قوله تعالى " براءة من الله ورسوله إلى الذين عهدتم من المشركين فسبحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين" معناها سيروا أيها المشركين سير السائحين آمنين مدة أربعة أشهر لا يتعرض من خلالها أحد، إضافة إلى ذلك فإن من فرائض الإسلام حج البيت لمن استطاع إليه، وهذا ما يدخل الآن ضمن السياحة الدينية.¹

2.4/ اصطلاحا: هناك عدة تعاريف لمفهوم السياحة نورد منها: "السياحة عبارة عن نشاط ترفيهي يشمل السفر أو الإقامة بعيدا عن الموطن المعتاد من أجل الترفيه الراحة والتزود بالتجارب والثقافة بفضل مشاهدة مرئيات جديدة للنشاط البشري ولوحات لطبيعة مجهولة. وآخر يعرف السياحة بأنها" مجموعة الظواهر الاقتصادية والاجتماعية المتولدة عن الأسفار.

كما تعرفها الأكاديمية الدولية للسياحة بأنها مجموعة التنقلات البشرية والأنشطة المترتبة عليها والناجمة عن ابتعاد الإنسان عن موطنه، تحقيقا لرغبة الانطلاق الكامنة في كل فرد وأخيرا وليس آخرا " السياحة عبارة مجموعة العلاقات والتصرفات المتولدة عن إقامة وارتحال الأفراد طالما أن هذه الإقامة وهذا الارتحال لا يقصد بهما الريح".²

3.4/ التعريف الإجرائي: هو الانتقال من مكان إلى آخر قصد الاكتشاف والتسلية والتعليم، والاطلاع على مرئيات ولوحات وعادات جديدة.

¹ عبد القادر إبراهيم حماد، ناصر محمود عبد، مدخل إلى جغرافية السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2013، ص44.

² ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان الأردن، 2013-1434هـ، ص 38.

5/ مفهوم البرامج

1.5/ البرامج: هي نشر بالإذاعة لوصف شيء معين ويستخدم هذا المصطلح بالإذاعة والتلفزيون بالإشارة إلى شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة، وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة وثابتة يوميا وأسبوعيا أوكل أسبوعين، وفي الطباعة يشير المصطلح إلى "النشرة التي تقدم معلومات تصف شيئا أو تعلن عنه متضمنة النقاط الأساسية ونبذة عن المشتركين.¹

2.5/ البرنامج الإذاعي: يقصد بالبرنامج الإذاعي مختلف الحصص التي تتناول مواضيع مختلفة ومتنوعة، سياسية، ثقافية، اقتصادية، اجتماعية، تربية ترفيهية، سواء في شكل الإلقاء العادي للأخبار أوفي أشكال فنية إعلامية خاصة ومؤشرات صوتية مناسبة.²

التعريف الإجرائي: البرامج هي: " النشرة التي تقدم بالإذاعة يحمل اسم ثابت وله زمن معين ويتناول مواضيع مختلفة، وتقوم هذه الأخيرة على وصف شيء معين أو الإعلان عنه.

6/ الإشهارات: 1.6/ الإشهار لغة: أشهر الأمر أظهره وأعلنه عرفه الشيرازي ب: "المشاهدة"، في حين بطرس البستاني قال إنه: " يعني الإظهار والنشر".³ وهو كذلك مصطلح مشتق من كلمة أشهر أو شهرة التي تعني ظهور الشيء بسرعة وتميزه عن غيره، أما في اللغة الفرنسية فهي مشتقة من كلمة public بمعنى الجمهور، ومن الكلمة اللاتينية "publicis".⁴

2.6/ اصطلاحا: عرف الإشهار بأنه النشاط الذي يقدم الرسائل الإشهارية المرئية أو المسموعة إلى الجمهور لإغرائه على شراء سلعة أو خدمة مقابل جزء مدفوع.

¹ رجاء وحيد دبوري، البحث العلمي وأساسياته النظرية وممارسته العلمية، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، 2000، ص 185.

² فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، 1988، ص 139.

³ محمد جودات ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار المجلاوي، الأردن، 1997، ص 102.

⁴ مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباع، الطبعة الأولى، دار الفجر، مصر، 2004، ص 150.

وعرفه "اوكتفيلد" بأنه عبارة عن عملية اتصال تهدف إلى التأثير من البائع إلى المشتري على أساس غير شخصي حيث يفصح المشهر عن شخصيته ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة.

أما تعريف جمعية التسويق الأمريكية هو عبارة عن وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل اجر مدفوع.¹

3.6/ التعريف الإجرائي: هو الإعلان عن مجموعة من النشاطات والرسائل الإشهارية المرئية أو المسموعة بهدف الإقناع والتأثير في الجمهور وجذبه إلى شراء سلعة ما، وأما الإشهار عن طريق الإذاعة يهدف إلى إرشاد المستمع بالتعريف وأهمية الحصص الإذاعية والتركيز على الجوانب الإيجابية، سواء كانت دينية أو اجتماعية أو سياحية... إلى آخر ذلك.

¹ نجم عبد شهاب، نور الدين النادي، الدعاية والإعلان في السينما والتلفزيون، مكتبة التمتع العربي، الأردن، 2007، ص 23.

الفصل الثاني:

تاريخ ظهور الإذاعات وتطورها

تمهيد:

تعتبر الإذاعة من أوسع وسائل الإعلام والاتصال انتشارا وأكثرها شعبية وجمهورها هوجمهور عام بجميع مستوياتها تستطيع الوصول إليه مخترقة الحواجز التعليمية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام من الجمهور المستمع إليها يسمعها أين ما شاء ووقت ما شاء وتعتمد على الموسيقى والمؤثرات الصوتية وتمتاز إلى ذلك بدفئ الصوت البشري وتأثيره بالإضافة إلى الإحساس الجماعي الذي يتوفر لجمهورها مهما تباعدت أماكنه والإذاعة مثلها مثل أي وسيلة لها بدايات.

المبحث الأول: ماهية الإذاعة

المطلب الأول: تعريف الإذاعة

وجاء في معجم "تاج العروس" أن الإذاعة من "ذاع الشيء والخبر يذيع ذيوعا وذيعا وذيوعه" كشيخوخة" و"ذيعانا" محرقة: فشا وانتشر، و"المذيع" بالكسر من لا يكتم السر أو من لا يستطيع كتم خبره، والجمع "المذاييع"، ومنه قول علي رضي الله عنه في صفة الأولياء، الأولياء ليسوبالمذاييع البذر، وقيل: أراد لا يشيعون الفواحش، وهوبناء مبالغة، ويقال "فلان للأسرار مذيع ولأسباب مضيع".

وأذاع سره وبه أفشاه وأظهره أونادى به في الناس".

قوله تعالى: "وإذا جاءهم أمر من الأمن والخوف أذاعوا به" أي أظهروه ونادوا به في الناس.

وهذا ما نجده في "تاج العروس" وغيره من المعاجم اللغوية، على النحوالذي يشير إلى "الذيع" والانتشار والإفشاء والمناداة بالخبر في الناس.¹

الإذاعة هي بناء لنشر الأفكار العامة، وامتداد للحاجيات الإنسانية، تسعى للكشف عن المشكلات التي تحدث في المجتمع من خلال تحليل الأوضاع فيه، وقيامها بالتعبئة الاجتماعية للفت أنظار الناس إلى ما يهدد التماسك الاجتماعي من مشكلات اجتماعية متواجدة لها أثارها المتعدية، والمساهمة من خلال البرامج في

¹ عبد العزيز شرف، المدخل: المدخل إلى وسائل الإعلام ولغة الحضارة، مؤسسة مختار للنشر والتوزيع، ط2،

ب م ن، ب س، ص 173.

توعية الناس وجلب انتباههم نحو المعاناة التي يعيشها بعض أعضاء المجتمع، وما قد تتسبب فيه هذه المعاناة من تطور لمشاكل أخرى يكون المجتمع كله عرضة لها.

1

يعود مفهوم كلمة الإذاعة إلى لفظه راديو (Radius) باللاتينية، وتعني نصف قطر الدائرة وهذه التسمية تتناسب فعلا لإرسال الإذاعي حيث ترسل الموجات الصوتية عبر الإرسال في شكل دوائر لعا مركز إرسال.

ومن ثم أصبحت كلمة الراديو (Radio) وتعني بث الموجات بواسطة مراكز الإرسال وانتشار هذه الموجات عبر الأثير ثم إستقبالها مرة أخرى بواسطة أجهزة الإستقبال ويشمل الراديو تكنولوجيا التردد العالي H.F حيث تستخدم طاقة كهربائية لإرسال الأصوات والصور وإشارات التلغراف.

كما أطلق على هذه الوسيلة في بداية الأمر إسم اللاسلكي Wireless غير أن الأمريكيان فضلوا تسميتها بالراديو Radio واستمروا على ذلك حتى عام 1914، عندما وجدت البحرية الأمريكية بأن إستعمال اللفظة المذكورة لا يفي بالغرض لأنها واسعة وشاملة، ولذلك استخدموا بدلا عنها عبارة الورق اللاسلكي Radio Telegraph².

المطلب الثاني: خصائص الإذاعة

تتسم الإذاعة بمجموعة من الخصائص، قد تميزها عن غيرها من الوسائل الإتصالية الأخرى يتمثل أهمها فيما يلي:

- تعد الإذاعة أوسع وسائل الإعلام إنتشارا وأكثرها شعبية وجمهورها من الجمهور العام بجميع مستوياته، تستطيع الوصول إليه مختزقة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية والعقبات والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها، كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام من المستمعين وتتيح الإذاعة

¹ طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية إذاعة الجلفة نموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة خيضر محمد بسكرة، 2012/2011 ص 51

² مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن - عمان،

للوصول إلى جمهورها أشكالاً اتصالية مختلفة مثل التمثيلية والريبورتاج الإذاعي والإعلان والأغنية باستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية تتمكن من تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية وخلق الجوانب النفسية المناسب لتقبل الفكرة والإقناع بها، ويلاحظ إلى جانب ذلك أن تكلفتها أعلى من حالة الصحف والمجلات وأقل من السينما والتلفزيون.

- وتمتاز إلى جانب ذلك بدفئ الصوت البشري وتأثيره، مما يجعلها أكثر الوسائل قدرة على الاستهواء والإيحاء خاصة قليلي الحظ من الثقافة، بالإضافة إلى الإحساس الجماعي الذي يتوفر لجمهورها، مهما تباعدت أماكنه، كذلك تمتاز الكلمة المذاعة بإمكان تسجيلها وإعادة إذاعتها أكثر من مرة فتكسب في كل مرة قوة إضافية فضلاً عن قدرتها على بث الاهتمام بالمسائل العامة، وفي سرعة تجميع الجماهير حول رأي معين.¹

- يستطيع الإرسال الإذاعي أن يتخطى الحدود والموانع الطبيعية، مما يضمن انتشاراً أوسع للرسالة الإذاعية، ولذلك اعتبرت الإذاعة أسرع وسائل النشر فهي تتفوق في ذلك على الصحافة والتلفزيون، ومختلف وسائل النشر الأخرى، فهي تصل إلى ملايين البشر في ذات اللحظة بغض النظر عن نوعية المتلقي ودرجة تعليمه وثقافته وسنه. كما أن الإذاعة لا تحتاج إلى جهد من المتلقي كما هو حادث في الصحافة، وقد أدركت الحكومات هذه الخاصية فأتجهت إلى استخدام الراديو وتوظيفه لخدمة أهدافها لقدرة على مخاطبة مختلف الجماهير في نفس الوقت، ولذلك يلعب الراديو دوراً هاماً في تشكيل الرأي العام السياسي وتنوير وتنمية الوعي لدى الجمهور.

- كما تتميز الإذاعة بإستعمالها لمختلف طرق التعبير والتأثير على العاطفة، التي تتمثل في المؤثرات الصوتية والموسيقية، مما يعطي للمستمع شعوراً بالمشاركة ويكون تأثيرها أقرب إلى التأثير الشخصي الذي يقترب من الإتصال وجهاً لوجه.

¹ - بداني فؤاد، سوسولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية - دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم - (أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه: العلوم علم اجتماع الاتصال)، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2، 2016/2015، ص 50.

. من خصائص الإذاعة أيضا والتي تتفرد بها عن باقي وسائل الإتصال خاصية التكرار، وذلك عن طريق تسجيل المواد الإذاعية وإعادة بثها أكثر من مرة وبأكثر من طريقة، مما يجعل للإذاعة قوة فعالة توازي قوة الإتصال الشخصي.¹

. الإذاعة خفيفة أي غير مكلفة:

إن صناعة الأخبار والبرامج والإعلانات الإخبارية ليست مكلفة ماديا في الإذاعة إذا قورنت بتكاليف وسائل الإعلام الأخرى وخاصة التلفزيون.

ولعل قلة المصاريف هي العامل الأساسي في انتشار الإذاعات عبر مختلف أنحاء العالم وفي مختلف المدن الكبرى وفي الأحياء الكبيرة، على موجة تعديل الذبذبات FM.

. الإذاعة فعالة:

سهولة نقل أجهزة الراديو واستقلاليتها وصغر حجمها، جعل الإذاعة تتواجد في كل مكان (في الغابة، في الشاطئ، في السيارة، في الجيب.... الخ) هذا الوجود المكثف ضاعف فعالية الإذاعة في نشر الأخبار والبرامج والإعلانات على نطاق واسع.

. الإذاعة ذات مصداقية:

أغلبية المستمعين يبقون أوفياء للإذاعة التي يختارونها ويعتقدون أنها صادقة في أخبارها وبرامجها وأنها أحسن الإذاعات لا يجب أن يفهم أن الإذاعة هي أكثر وسائل الإعلام مصداقية عند كل الناس، بل عند المستمعين والمستمعات فقط.²

المطلب الثالث: وظائف الإذاعة

الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية لها وظائف رئيسية أهمها:

أولا: الأخبار:

¹. جمال مجاهد وآخرون، مدخل إلى الإتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، ب.ط، ب م ن، 2013، ص 150/149.

². إبراهيم زيوش، فنيات التحرير والتأثير في الإذاعة والتلفزيون، جميع الحقوق محفوظة للمؤلف، ص 14.

الخبر هو وصف أو تقرير دقيق غير متحيز للحقائق الهامة حول ما يحدث وما توحى به الأحداث مما يستأثر باهتمام الأفراد ويتعلق بالمصالح العامة بشرط ألا يكون خارجا على قواعد الذوق وقوانين القذف والسب.

وتقوم الإذاعة بتقديم الأخبار للمجتمع بأسلوب مختصر ولكنها تتكرر عدة مرات سواء كما هي أومع بعض الإضافات وفقا لتطور الأحداث خلال اليوم...

وتتميز بالسرعة عن غيرها من وسائل الإعلام ذلك أنها تقوم بإذاعتها عند حدوثها قبل أن تتمكن الصحف من طباعتها، ولكن هذه الأخبار لا تلبث أن تتسى بسرعة، وهنا لا نستطيع أن ننكر فائدة الصحافة المطبوعة والجهد الذي تبذله في تقويم موادها للقراء بحيث تبين الأخبار الهامة.. وبهذا لا يمكن القول إن الصحافة المذاعة تنافس الصحافة المطبوعة فكل منهما يكمل الآخر. ومع ذلك تستطيع الإذاعة تقديم الآراء المختلفة، وبذلك تسهم في تكوين الحس النقدي والوعي الوطني لدى جماهيرها. بخلاف الصحيفة، فالقارئ في العادة لا يشتري سوى صحيفة واحدة... وبالتالي فإنه لا يقرأ سوى رأيا واحدة.

ثانيا: التسلية:

من الوظائف الأساسية للإذاعة التسلية، وتقوم الإذاعة بتسلية مستمعيها والترفيه عنهم عن طريق الأغاني والمنولوجات والبرامج الترفيهية الموسيقية والأغاني الخفيفة، وعن طريق نقل المسرحيات الدرامية والغنائية، وتقديم المسلسلات والتمثيلات المذاعة التي تصادف إقبالا شديدا لدى عامة الشعب... هذا بالإضافة إلى الريبورتاجات الإذاعية والإحتفالات الرسمية والمباريات الرياضية والحفلات الدينية وغيرها...

كما تقدم الأحاديث مع المسؤولين التي يقوم مندوبو الإذاعة بإجرائها معهم... فضلا عن المسابقات وبرامج النقد الأدبي والمسرحي والموسيقى والرياضي، وأيضا المنوعات والأغاني الخفيفة.

والإذاعة في كل ما تقدم من برامج يجب أن تحرص على إحترام القواعد الخاصة بالفنون الإذاعية، وكذلك قواعد الخلق الفني وهي قواعد أساسية وهامة حتى تستطيع الإرتفاع بمستوى المستمع والثقافي والأخلاقي.

ثالثا: التعليم ونقل التراث الاجتماعي:

إن موارد الراديوالثقافية ضخمة.. وقد بدأ يلعب دورا رئيسيا في التعليم بالإشتراك مع التليفزيون... ونحن نعرف بالتأكيد حالة المدارس اليوم ومشاكلها من حيث نقص الأساتذة والإمكانيات وتزايد عدد الطلاب.. ويمكن للراديوأن يساهم في حل هذه المشكلة.. كما أنه يمكن أن يساهم في تعليم المواطنين بعد الإنتهاء من المدرسة والحصول على الشهادة التي تمنحها.. ليس هذا فقط بل إنه في استطاعته أيضا أن يهتم بمختلف أوجه النشاط المهني.

"في كثير من الدول برامج إذاعية متخصصة تتوجه إلى هذه الفئات أوتلك في عالم العمل، وتقدم لهم كل جديد في مجالات عملهم وأخر الاكتشافات والمخترعات في ميادين العلم والتكنولوجيا، وأخر النظريات الفلسفية والاتجاهات الفكرية والفنية.

كما تقوم الإذاعة بالإشتراك مع العائلة والمدرسة ووسائل الإعلام الأخرى بدور هام في عملية التطبيع والتنشئة الاجتماعية وذلك بنقل أنماط السلوك المقبول والقيم الشائعة، مما يساعد الفرد على اكتساب ثقافة جماعته وأساليبها الاجتماعية ويسلك سلوكا يأخذ توقعات الآخرين في إعتباره. ومن الضروري أن نؤكد أن التنشئة الاجتماعية عملية مستمرة تمتد من الطفولة حتى الشيخوخة. فبعض الأساليب على سبيل المثال مثل القواعد الأساسية عند تناول الطعام تنتقل إلى الفرد وهو طفل، وتحتاج بعض الأمور الأخرى إلى تعلم مستمر خلال الحياة.¹

- تساهم في التنمية المحلية وكذا التنمية الشاملة.

- تعمل على التنشئة الاجتماعية.

- تقوم بالتسلية من خلال الأغاني والمسلسلات الكوميدية.

- تعمل على تشكيل الرأي العام.

- تساهم في القضاء على الأمية.²

¹ محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2008، ص من 180/182

² فؤاد شعبان، عبيدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياه الحديثة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ب. ط، الجزائر، 1433هـ، 2012م، ص 124/125

المطلب الرابع: أنواع الإذاعات

1. **الحكومية التابعة للدولة:** هي الأكثر انتشاراً وتعتمد عليها الكثير من الحكومات لتوجيه مواطنيها وإرشادهم، وألترفيه عنهم وجذب انتباههم¹، ويقصد بالإذاعات الدولية، الإذاعات التي لعبت دوراً إعلامياً بارزاً على المستوى العالمي، وذلك من أجل تحقيق أغراض سياسية والعامية وفنية وثقافية عامة، وخاصة خارج حدود دولتهم السياسية، وغطت إرسالها تقريباً جميع مناطق العالم، مثل الإذاعة البريطانية (B.B.C) التي تأسست سنة 1922 وتقدم خدمات إذاعية وتلفزيونية، تبث برامجها بـ 38 لغة عالمية، ويقدر العاملين بها 22 ألف عامل، وإذاعة صوت أمريكا (V.O.A) وبلغ عدد مستخدميها 2300 عامل وموظف، وتغطي تقريباً العالم كله، وتبث إرسالها بحوالي 50 لغة.²

2. **الإذاعة المحلية:** والتي تشق اسمها من مفهوم المجتمع المحلي فالإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخدم ويوجه إلى مجتمع محلي، إذ تبث برامجها إلى جمهور محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة، وهي تخاطب جمهوراً متقارباً ومتناسقاً من الناحية الاجتماعية والثقافية، أي أنها تتفاعل مع الجمهور، تأخذ منه وتعطيه، ويمكن أن يكون أفراد المجتمع المحلي من سكان قرية وحدة، أو مجموعة قرى متقاربة، أو مدينة صغيرة، أو حتى مدن صغيرة ومتجانسة، وقد تكون مدينة كبيرة.

3- الإذاعة الإقليمية:

وهنا نود الإشارة إلى أن هناك خلط كبير بين الإذاعة المحلية والإقليمية عند الكثير، فعلى حد رأي عبد المجيد شكري فقد أدى هذا إلى الخطأ في اسم بعض الإذاعات، بحيث يعرفها في كتابه "الإذاعة المحلية لغة العصر" بأنها "إذاعة تخاطب مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقاً للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذه الأقاليم حاجزاً أو أكثر مثل حواجز اللغة والدين، وحواجز جغرافية مما يجعل كل إقليم

¹ . محمد علي القوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية، ط1، بيروت - لبنان، 1428هـ

2007م، ص 165

² . طاهري لخضر، مرجع سبق ذكره، ص 85

مستقل بحد ذاته". الإذاعة الإقليمية تثبت برامجها من عاصمة الإقليم، وتقدم برامج وخدمات تهتم أبناء الإقليم بأسره، وفي نفس الوقت نجد بالضرورة في كل إقليم مجتمعات محلية متناسقة، ويمكن أن تنشأ بينها إذاعات محلية صغيرة.

4. الإذاعة الوطنية أو المركزية:

وهي الإذاعة التي تثبت برامجها من عاصمة الدولة، ولها من قوة البث ما يغطي البلد كله، بل ويعبر صوتها حدود الدولة، فهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين بصفة عامة، وتهتم في برامجها بالكليات دون التفاصيل، وهي تجعل الاهتمامات المشتركة لكل هؤلاء سبيلها في كل ما تقدمه من برامج، وحتى مخاطبتها للطوائف، ونوعيات محددة من المواطنين يكون عن طريق التعميم دون التخصيص خلافا للإذاعة المحلية.¹

5. المحطة العامة: التي تغطي دولة بأكملها، وقد يمتد مجال إرسالها بحيث يمكن أن يستمع إليه خارج حدودها.²

المبحث الثاني: نشأة وتطور الإذاعة

المطلب الأول: نشأة وتطور الإذاعة في العالم الغربي

يعود إكتشاف الإذاعة الصوتية إلى مخترع إيطالي شاب يبلغ من العمر آنذاك عشرين عاما واسمه جوجليموماركوني Juglielmo Marconi الذي استطاع أن يظهر عمليا أنه في الإمكان إرسال إشارات كهرومغناطيسية من خلال الفضاء. ولقد كان (ماركوني) أول من سجل ابتكاره وذلك عام 1986م بعد أن أهملته إيطاليا ولم تعر إكتشافاته الاهتمام الكافي، فما كان إلا أن توجه إلى بريطانيا وهناك سجل ابتكاره الجديد.

والواقع أن (ماركوني) استفاد أيضا إفادة بالتجارب التي قام بها من سبقوه في مجال الكهرباء والكهرومغناطيسية واللاسلكي، ووضعت تلك التجارب الأساس لنجاح

¹ رشيد فريخ، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري (رسالة ماجستير: تسيير المؤسسات الإعلامية)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر " بن يوسف بن خدة"، 2008/2009، ص 30/29

² فؤاد شعبان، عبدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص 125

ماركوني في مجال الإذاعة الصوتية. فلقد كان العالم البريطاني (هنري جاكسون) أحد الذين نبغوا في مجال اللاسلكي بالإضافة إلى (ألكسندر بوبوف) الروسي.¹¹ ولقد أكدت معظم الدراسات أن الإذاعة ترتبط منذ مولدها بالعالم الإيطالي "ماركوني"، إلا أن الواقع يؤكد أنه لا يمكن إرجاع هذا الاكتشاف إلى شخص واحد بل إن هذا الاكتشاف إلى شخص واحد بل إن هذا الاكتشاف جاء نتيجة جهود وأبحاث علماء في مجالات مختلفة مثل الطبيعة والرياضيات وأبحاث الضوء حتى تم اكتشاف الموجات الصوتية والمرئية التي أساسها تحويل الصوت أو الصور إلى ما يعرف باسم الموجات الكهرومغناطيسية، فقد استفاد ماركوني من كافة البحوث الإيطالية والألمانية التي انتهت إلى اكتشاف تلك الموجات اكتشافا نظريا ورياضيا عام 1865.

وقد أثبت العالم "ماكسويل" نظريا وجود هذه الموجات وقدرتها على الإيصال والنقل دون وسيط والنقل دون وسيط أي لاسلكيا، ثم كان اكتشاف وجود هذه الاكتشاف الموجات طبيعيا بفضل العالم الألماني "هيرتز" عام 1888 واكتشاف العالم الإيطالي "ديجي" عام 1891. وقد استفاد "ماركوني" من هذه الاكتشافات واستغلها علميا وتطبيقيا عندما عمل على تنفيذ وصناعة أجهزة تعتمد على تلك النظريات.

وفي عام 1901 نجح "ماركوني" في نقل الإشارة التلغرافية اللاسلكية من "كورنول" في إنجلترا إلى "نيوفونلاند" على بعد ألفي ميل، ويعتبر عام 1906 الميلاد الحقيقي للإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية عندما استطاع "فاينسيندون" من جامعة "بيتريج" أن ينقل الصوت البشري والموسيقى على مسافة بعيدة، وتعتبر أول إذاعة صوتية في التاريخ.²

¹. ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، كبل كلية الإعلام لشؤون الدراسات العليا والبحوث جامعة القاهرة، القاهرة، 1999، ص 15

² جمال مجاهد، المؤلف الأول وآخرون، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دار المعرف الجامعية، بط، 2013، ب م ن، ص 146.

وفي سنة 1896، اخترع ماركوني marconie الاتصال اللاسلكي، الذي يركز على بعث إشارة ضوئية عبر الفضاء. وأول ربط إذاعي تم سنة 1908 بين برج إيفل la tour eiffel وليفيلجوييفvilleguif. وأثناء الحرب العالمية الأولى، استعمل الربط الإذاعي لعمليات حربية. أرور aurour للجيش الروسي بيتروكراد petrograd تعليمات تخص الحزب الثوري. وقد أظهر الحدث للجميع إمكانية الاتصال الآني والمتبادل والمتحرر من كل القيود المعتادة، الذي يتم لمسافة كبيرة تفصل بين مجموعتين من الأشخاص.

وقد عرفت سنة 1930 الانطلاقة الأولى للبث الإذاعي والروبرتاج المباشر. ففي سنة 1927 تم إنشاء إذاعة جريدة فرنسا بباريس. وفي سنة 1931 أزيغ أول روبرتاج إذاعي، وكان هذا النوع من الأخبار جديد على المستمعين، وكان بداية تأسيس لمجموعة من الروبرتاجات "المباشرة"، حيث تميزت بالقرب من الحدث، والسرعة في نقل الخبر، مما أثار عاطفة المستمعين، فأضفت هذه السمات على الجريدة طابعها المنفرد. ومن جهة أخرى، فإن الإنتاج الكثيف الذي عرفه العهد التاييلوري l ere du tayiorisme مكن الناس من اقتناء أجهزة استقبال الإذاعة (1.3 مليون مذياع سنة 1933. 3 ملايين سنة 1940 بفرنسا). ومنذ هذه الفترة بدأ الجدل حول تخصيص موجات الإذاعة، لتصبح وسيلة من وسائل الإعلام الجديدة.¹ كما أصبح، وبشكل مواز لذلك، جهاز الراديو الضخم أكثر خفة وسهولة في الحمل. واستخدم الهاتف اللاسلكي La radio téléphone خلال الحرب العالمية الأولى في العمليات الحربية كواسطة لنقل الرسائل.

ودخل البث الإذاعي التاريخ في تشرين الثاني 1917 عندما أخذ مرسل الطراد "الفجر" ينقل إلى الجيوش الروسية في "بتروغراد" تعليمات اللجان الثورية أما في فرنسا، بدأ مرسل "برج إيفل" منذ 1922 بث برامج منتظمة مع صحيفة ناطقة وبرامج موسيقية.

¹حسن حمائز، الاتصال الجماهيري والتنوع الإعلامي النظريات وآليات الاشتغال وطرق التحليل والإقناع، منشورات القصة، الطبعة الأولى 2016، ب، م، ن، 2016، ص 24.

وفي نفس العام بثت الإذاعة التي ستصبح أل ب. ب. سي B.B.C. أخبارا عن طريق الأمواج.

في غالبية البلدان كانت المجموعات المالية الخاصة هي التي أسست محطات الإذاعة T.S.F وبدأ معها الخلاف على التردد. وأسس في أوربا عام 1925 الإتحاد الدولي للبث الإذاعي U.I.R من أجل تخصيص أطوال الموجات إلى مختلف المرسلين. كما حددت الحكومة الفرنسية من تكاثر محطات الإرسال.

وقد أصبح البث الإذاعي بفضل التقدم أكثر طواعية، وكانت الأجهزة تصنع في مجموعات وتباع بسعر زهيد نسبيا ويمكننا أن نحصي 7 مليون جهاز عام 1928، وكانت الولايات المتحدة بوجه خاص في وضع متقدم في مجال أجهزة الاستقبال، إضافة لذلك كان هناك 604 محطات إرسال عام 1932 و650 عام 1938، في حين تطور عدد أجهزة الاستقبال من 12 مليون عام 1930 إلى 50 مليون عام 1940، أما في فرنسا فقد كان تطور الراديو متأخرا نسبيا إذ لم يكن هناك عام 1933 إلا 138000 جهازا وتسارع التطور فيما بعد بحيث يمكننا أن نحصي عام 1940، 5 مليون جهاز استقبال.

ومنحت معظم البلدان وضعاً شرعياً للراديو واحتفظت بعض الدول لنفسها باحتكار البث الإذاعي، بينما تخلي البعض الآخر عنه إلى المبادرة الفردية.

لعل ما كان يحمله الراديو معه من جديد هو قدرته على البث المباشر، ولقد فهم رجال السياسة بسرعة كبيرة الدور الذي يمكن لهذه الوسيلة الجديدة أن تضطلع به في حملاتهم الدعائية. كما أصبح الراديو أداة دعائية ممتازة، حيث سعت ألمانيا النازية كما فعلت إيطاليا الفاشية إلى استخدام الراديو لبث برامج مخصصة لنشر عقائدهم، وخلال الحرب العالمية الثانية لعب الراديو كداعية عالمية دورا متميزا، أما في البلدان النامية، حيث يعتبر الراديو أداة هامة للاتصال السياسي، فإن الإستماع الجماعي كان يسمح بتوسيع جماهير البرامج وساعد على دخول أنماط جديدة في السلوك الاجتماعي.¹

¹ جوديت لازار، سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري، ترجمة: علي وطفة، هيثم سطايجي، دار الينابيع للطباعة والنشر والتوزيع، ط 1، دمشق، 1994، ص 43/42

وكان الألمان والكنديون قد سبقوا العالم في استخدام الإذاعة كوسيلة اتصال شعبية منذ عام 1919، ثم تبعتهما الولايات المتحدة الأمريكية بافتتاح أول محطة إذاعية منتظمة في مدينة "بتسبيرج" بولاية "ميتشجان" الأمريكية في 31 أغسطس من عام 1920 باسم KDKA التي تعتبر أول إذاعة منتظمة في العالم.

وخلال العشرينيات بلغ عدد الدول التي تستخدم الإذاعات المنتظمة نحو أربعين دولة، ولم تكن جميعها من الدول الصناعية المتقدمة، وإنما ضمت دولاً أخرى مثل أفغانستان، والأرجنتين، ومصر، والصين، وكوريا، والفلبين، وأستراليا.

كانت بريطانيا من أوائل الدول الأوروبية التي تنشئ محطة إذاعية منذ مايو 1920، وتلاها إنشاء هيئة الإذاعة البريطانية BBC عام 1922.

وما أن انقضت سنة 1924 حتى كانت هناك محطة إذاعية واحدة على الأقل في كل دولة من دول العالم المتقدم، وفي السنة التالية أصبح في العالم نحو 600 محطة إذاعية، وفي عام 1935 ازداد عدد المحطات الإذاعية إلى أكثر من الضعف بقليل، وفي عام 1960 قفز عدد المحطات الإذاعية على مستوى العالم ليصل إلى سبعة آلاف وخمسمائة محطة إذاعية، ولا تكاد توجد حالياً منطقة في العالم لا يغطيها برنامج إذاعي منظم.¹

المطلب الثاني: نشأة وتطور الإذاعة في الوطن العربي

يعود تاريخ الإذاعة العربية إلى سنوات بعيدة، اتخذت، في خلالها، منهاجا ثابتا، واقتصر معظمها على موجة أو موجتين. ولكن البث الإذاعي العربي شهد في السنوات الأخيرة، تطورا كبيرا عبر تعدد الإذاعات العربية، وعدم الاقتصار على الإذاعة المركزية، في كل عاصمة عربية، والانتشار في المدن الرئيسية الأخرى.

ويخضع البث الإذاعي العربي لإشراف الحكومات العربية، تشغيلاً وإدارة، وهويتها ما بين الأخبار، والقرآن الكريم، والبرامج الترفيهية، والثقافية، والتعليمية، والرياضية، وتنمية البيئة والمجتمع، بل خص بعض الحكومات العربية تلاوة القرآن الكريم وتفسيره، والبرامج الإسلامية المتنوعة، ببعض المحطات الإذاعية، كما في

¹ حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1429 هـ 2008م، ص 26/25.

المملكة العربية السعودية ومصر وغيرهما، زد على ذلك البث باللغات الأجنبية، لاجتذاب المزيد من المستمعين، من الجاليات الأجنبية، وهكذا، استطاع البث الإذاعي العربي، أن يكون شخصيته المستقلة.¹

بعد الحرب العالمية الثانية عمت المحطات الإذاعية العديد من بلدان العالم، ومنها العالم العربي الذي عرفها في فترات مختلفة وظروف متباينة. وذلك بدأ بالمبادرات الفردية لبعض المهندسين العرب مروراً بالقوى الإستدمارية المحتلة والتي أوجدتها أساساً لخدمة تواجدها، وانتهاءً بالظهور العادي في فترة الاستقلال.

وتعتبر الجزائر ومصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة في منتصف العشرينات عن طريق بعض المبادرات الفردية لبعض المستوطنين الفرنسيين باللغة الفرنسية وبعض المصريين على التوالي. ثم توالى ظهورها تدريجياً في باقي الأقطار العربية حتى عمتها سنة (1970).

أولاً: الإذاعة في مصر:

عرفت مصر محطات الراديو وأواخر النصف الثاني من عشرينيات القرن العشرين، أي بعد إنشاء أول محطات إذاعية منتظمة في العالم بأقل من عشر سنوات. فكانت هذه المحطات أول الأمر ملكاً لبعض الأفراد، وكانت ضعيفة فنياً ومادياً وتعتمد في تمويلها على الإعلانات التجارية. ويمكن أن يقال إن برامج هذه المحطات كانت في معظمها ترفيهية ومنخفضة المستوى. وكانت أحياناً تهاجم بعضها بعضاً بأسلوب بعيد عن قواعد الذوق السليم.

وفي 21 يوليو (1932) قررت الحكومة المصرية إنشاء محطة رسمية لها تحل محل هذه المحطات. وتولت عملية الإنشاء شركة ماركوني البريطانية. أما المحطات الأهلية فقد صدر لها الأمر بالتوقف عن البث ابتداءً من 29 مايو (1934). وافتتحت المحطة الرسمية في 31 مايو 1934.² ولقد إستمع الناس إلى صوت

¹. فؤاد أحمد الساري، وسائل الإعلام النشأة والتطور، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن - عمان، 2011م، ص 314/313.

². فؤاد شعبان، عبيدة صبطي، مرجع سبق ذكره، 129/130.

الإذاعة الرسمي وكان "أحمد سالم" أول مذيع ولقد فطنت الحكومة إلى أن الإذاعة مرفق حيوي وقوة رئيسية، للتأثير في الرأي العام كما أنها أداة تثقيف وترفيه وإرشاد فكان لابد من منحها استقلالها لتحقيق الأهداف السياسية والاجتماعية والثقافية وهكذا تطورت الإذاعة في مصر من عهد المحطات الأهلية ذات الأغراض التجارية إلى عصرنا الحالي الذي ترمي فيه الإذاعة كسائر أجهزة الإعلام إلى نشر الأخبار وتفسيرها وتحليلها فضلا عن التثقيف والترفيه والتعليم والتربية والتنشئة. وفي مايو سنة 1953 بدأت إذاعة صوت العرب والتي كان لها صدى عظيم بالنسبة للثورة الجزائرية، وهي تهدف أساسا إلى تجسيد الفكر القومي وبلورة الحوافز الثورية لدى الجماهير العربية في اتجاه الأهداف السياسية القومية.¹

ثانيا: الإذاعة في المغرب العربي:

الراديو في المملكة المغربية:

بدأ الراديو بث برامج من مدينة الرباط، العاصمة سنة 1928 وابتداء من سنة 1942 أصبحت هذه المحطة تذيع كذلك على الموجة القصيرة. وكانت الإذاعة حتى سنة 1947 تذيع بالغات العربية والفرنسية والإسبانية بالتناوب، أما في تلك السنة فقد أصبح بالإمكان إذاعة البرنامجين العربي والفرنسي في وقت معا. وفي سنة 1949 أصبحت الموجات الإذاعية تغطي المناطق الساحلية حول مدينة الرباط ومدينة الدار البيضاء وفي الداخل في مدينتي فاس ومكناس. وفي سنة 1949، وضعت خطة لإقامة مركز يشتمل على جهازين للإرسال على الموجات المتوسطة.

وابتداء من سنة 1954 أصبحت الشبكة الإذاعية المغربية تتكون من ثلاث قنوات للإرسال:

- القناة (أ) للبرامج الفرنسية على أجهزة الإرسال المقامة في سبع عيون والدار البيضاء.

¹ بغدادي خيرة، برامج الإذاعة الجزائرية وعلاقتها بالواقع الاجتماعي (رسالة ماجستير: علم الاجتماع)، قسم

علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر، 2001/2002، ص 38

- القناة (ب) للبرامج العربية والبربرية، على أجهزة الإرسال المقامة في سبع عيون، من الرباط على موجة متوسطة وموجتين قصيرتين.

- القناة (ج) للبرامج بالغتتين الإسبانية والإنجليزية على أجهزة الإرسال المقامة في الرباط، وعلى الموجتين المتوسطة والقصيرة.

وكانت الإذاعة المغربية تذيع برامج فرنسية لمدة 75 ساعة في الأسبوع و60 ساعة باللغة العربية و20 ساعة باللهجة البربرية و10.30 ساعات بالإسبانية و5.30 ساعات بالإنجليزية.

ولإنتاج هذه البرامج كان للمحطة في مدينة الرباط ثلاث استوديوهات حديثة ومجموعتان في كل منهما مسجلتان وثلاث سيارات لعمل التقارير الإخبارية. وإذا انتقلنا إلى مدينتي فاس ومراكش، وجدنا فيهما استوديوهات مؤقتة ومخصصة للإذاعات العربية الإقليمية.

ولما كان راديوالمغرب عضوا في اتحاد الإذاعات الأوروبية، كان في استطاعته أن يلتقط برامج ذات طابع دولي لإعادة بثها داخل البلاد.

وفي سنة 1955 أقيمت في سبع عيون ثلاثة أجهزة للإرسال على الموجة القصيرة وفضلا عن ذلك زيدت وسائل إنتاج البرامج، وذلك ببناء دار للراديو في الرباط، زودت بكل المستحدثات التقنية.

وفي الوقت نفسه، فإن منطقة طنجة - بفضل وضعها الذي كان يستثنىها من احتكار البريد والبرق والهاتف المغربي - منحت لمحطات خاصة أنشئت لبث الإعلانات التجارية، الحق في إقامة ثلاثة أجهزة بث على الموجة المتوسطة.

إن التجهيزات الإذاعية التي تمت في المغرب من سنة 1947، بمعاونة الراديو والتلفزيون الفرنسي، أدت إلى زيادة عدد أجهزة الاستقبال زيادة غير منتظرة حيث وصل عدد الأجهزة سنة 1956 إلى 450.000 جهاز.

وابتداء من سنة 1956 تتبادل الإذاعة المغربية والإذاعة التونسية الرسائل الصوتية كل يوم سبت من كل أسبوع.

وقد نالت المغرب إستقلالها في تلك السنة (1956)، ولكن بعض محطات الراديو فيها ظلت ملكا لنشرات تجارية حتى سنة 1959، حين صدر القانون الخاص بالملكية الإذاعية اشترت بمقتضاه الحكومة محطتي طنجة وتطوان.

فالإذاعة الصوتية في المغرب، تديرها الدولة ويشرف عليها وزير الأنباء. وبدأت المملكة المغربية سنة 1971 بإنشاء محطات للثبث في بعض المناطق التي لم تكن تصلها الإذاعة الصوتية.

وفي سنة 1978 افتتحت الإذاعة المغربية شبكة اتصالات مباشرة مع الإذاعة الموريتانية في نواكشوط، ومع إذاعة المملكة العربية السعودية في جدة، لتبادل الرسائل الصوتية الإخبارية عبر الأسلاك التليفونية مرة كل أسبوعين عبر الخطوط التليفونية.¹

ثالثا: الإذاعة في تونس:

أنشئت إذاعة تونس البريدية 15 سبتمبر 1938، لينطلق البث رسميا في 14 أكتوبر 1938، بعد إتفاق بين تونس وفرنسا وقد تم تكليف الأديب التونسي عثمان العكاك بإدارة البرامج العربية وفي سبتمبر 1939 أصبحت الإذاعة تسمى إذاعة تونس، وزاد عدد ساعات البث باللغة العربية ليصل إلى سبع ساعات سنة 1953، وبعدها كانت تبث أغلب برامجها باللغة الفرنسية.²

وقد استقر الرأي على بناء مركز كبير للثبث في تونس الجديدة وتم تشغيل محطة بث قوة 20 كيلوات على الموجة المتوسطة. وفي الوقت نفسه تم إعداد استوديوهات لإنتاج البرامج محليا لتغذي القناتين العربية والفرنسية.

واستمرت هذه الاستوديوهات حتى سنة 1955 حين بدأ العمل في دار الإذاعة الجديدة.

وفي 26 أغسطس 1948 صدر مرسوم يمنع إقامة محطات خاصة للثبث الإذاعي الكهربائي واستغلالها. وقد أكد هذا المرسوم احتكار الدولة للإذاعة الصوتية ومنح امتيازها للإذاعة الفرنسية.

¹ محمد عبد البديع السيد، الإذاعات العربية والدولية، ب د ن، ب ط، ب م ن، ب س، ص 102/100

² عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، دار الإثراء، ط6، الأردن، 2006، ص 136

وفي 31 مارس 1957 انتقلت إدارة الإذاعة إلى الحكومة التونسية طبقا للاتفاقية المبرمة بين الحكومتين التونسية والفرنسية في 20 مارس 1956. وفي 25 افريل 1957 صدر مرسوم يجعل الإذاعة الصوتية والمرئية للدولة دون غيرها.¹

رابعا الإذاعة في ليبيا:

يعود تاريخ الإذاعة الصوتية في ليبيا إلى سنة (1939) حين أنشأ المحتلون الإيطاليون لهذا القطر العربي محطة في مدينة طرابلس كانت تذيع بالإيطالية إلا أن أحداث الحرب العالمية الثانية وهزيمة المحور قضت عليها. وبعد إنتهاء الحرب بسنة أنشئت محطتا إرسال في كل من طرابلس وبنغازي لم تكونا من القوة بحيث تصل إلى كافة المستمعين الليبيين يضاف إلى ذلك قلة عدد أجهزة الإستقبال واتساع رقعة البلاد وعدم استقرار جانب كبير من سكان ليبيا في مناطق محددة.

وزاد إهتمام الحكومة الليبية الوطنية بعد نيلها الإستقلال بالإذاعة الصوتية. وأنشأت في 28 يوليو (1958) محطة إذاعة قوية نسبيا أطلقت عليها إسم خدمة الإذاعة الليبية.

المطلب الثالث: الإذاعة في بعض دول الخليج

أولا: الإذاعة في المملكة العربية السعودية

كانت المملكة العربية السعودية قد قررت في فبراير (1935) الترخيص بإدخال أجهزة الراديو إلى البلاد الواقعة تحت سلطاتها واستثنت من ذلك مكة المكرمة والمدينة المنورة... ولكنها عادت فقررت في شهر يوليو (1936) إلغاء ذلك الاستثناء وإباحة دخول أجهزة الاستقبال الإذاعية في جميع أنحاء مملكة نجد والحجاز وملحقاتها. وأنشئت أول محطة للراديو في هذه الدولة العربية وأذيع أول برنامج تجريبي من استوديو جدة. وفي 18 يوليو (1949) أصدر الملك عبد العزيز مرسوما ملكيا بشأن تأسيس نظام إذاعي في السعودية واقتصر البث على استوديوهات إذاعة جدة سنة (1965) عندما بدأ البث الإذاعي من إذاعة الرياض في 3 يناير 1965. وكانت

¹. محمد عبد البديع السيد، مرجع سبق ذكره، ص 102 / 103

البرامج في العهد الأول لهذه الإذاعة عبارة عن أحاديث دينية واجتماعية ومن الأخبار والثقافة العربية والشعر والأدب. وفيما عدا موسيقى الجيش والمارشات العسكرية لم يكن مسموحا بإذاعة أي نوع آخر من الموسيقى.

وحتى سنة (1950) لم يكن مسموحا للمرأة بأن تكون مذيعا أو أن تمثل أو تغني. ولكن تغييرا أساسيا حدث مع بداية سنة (1965) كان من نتيجته تطوير البرامج الإذاعية.

وفي سنة (1979) تم توحيد البث الإذاعي بين إذاعة جدة والرياض ليصبح برنامجا مشتركا يبدأ من الخامسة والنصف صباحا ويستمر حتى الساعة الثانية بعد منتصف الليل.

ثانيا: الإذاعة في البحرين

عرفت البحرين البث الإذاعي سنة (1942). وكانت هذه المحطة تذيع على موجة قصيرة لمدة ساعة مساء كل يوم. واستمرت هذه المحطة في البث حتى سنة (1945). وظلت البحرين بلا إذاعة إلى سنة (1955) حين بدأ البث الإذاعي الرسمي في 21 يوليو بقوة بث كيلوات واحد فقط. وفترة بث لا تزيد على الساعتين مساء كل يوم.

ولم يكن لدى هذه المحطة سوى استوديوهين وخمسة عاملين جميعهم من البحرين، هذا عدا بعض الفنيين والمهندسين الأجانب. وبعد افتتاح هذه المحطة بسنة أصبحت تبث برامجها لمدة ساعتين صباحا وساعتين مساء. وبدأ إرسال البعثات إلى الخارج في البث الإذاعي الهندسي وإخراج البرامج. وفي عام (1975) أصبح عدد أستوديوهات هذه المحطة أربعة. أما ساعات البث فقد ارتفعت إلى 14 ساعة يوميا، كما ارتفع عدد العاملين إلى ما يقرب من أربعين عاملا من فنيين وإداريين، كلهم من أبناء البحرين.

وبعد سنة (1980) صار عدد الأستوديوهات 8 وعدد ساعات البث (18) ساعة، وقفز عدد العاملين في هذه الإذاعة إلى مائة بين فنيين ومهندسين...، وعملت حكومة

البحرين على تقوية إرسال إذاعتها فأصبح لديها محطة بث (F.M) ووصلت ساعات إرسالها إلى ثمان وعشرين ساعة يوميا وأصبحت قوة الإرسال 100 كيلوات.¹

ثانيا: الإذاعة الكويتية:

منذ نصف القرن كتب أحمد الشرباصي عن الإذاعة الكويتية قائلا: الإذاعة الكويتية ناشئة وتتطلب الكثير من التوسع في المكان والمنهاج، وفي سنة 1952 افتتحت وقوتها واحد كيلوواط، وكانت المحطة تذيع مناهج تجريبية تقتصر على القراء الكريم والغناء والموسيقى، ثم أصبحت إذاعة رسمية بعد شهرين من تاريخ إنشائها، وأضيفت لها أيضا الأحاديث الدينية.

ولقد شاع بثها في تاريخ التراب الوطني ففي 1958 شهدت انطلاق ثماني إذاعات هي:

- صوت الجزائر من إذاعة طرابلس.
 - فرع آخر في إذاعة بن غازي ليبيا.
 - صوت الجزائر من دمشق وكان عليها محمد مهري وأبو الله غلام الله.
 - صوت الجزائر من الكويت.
 - الإذاعة اليوم، إذاعة موجهة باللغة الجزائرية أنشئت ما بين 1960 و 1961 بالقاهرة. إذاعة الجزائر من الأردن من أشهر العاملين بها الشاعر عبد الرحمان العقون.. إذاعة الجزائر من المملكة العربية السعودية.²
- وفي سنة 1953 أصبح وقت البث ثلاث ساعات ونصف وقد سجل عام 1959 ازدياد ملحوظا في عدد العاملين إذ أصبحوا 64. وأصبحت قوة البث عشرة كيلوات لمدة ست عشرة ساعة وأربعين دقيقة. وابتداء من أول أكتوبر 1960 أصبحت الإذاعة تقدم أربع نشرات للأخبار وثلاث نشرات موجزة يوميا. وفي 17 يناير 1962 ألحقت الإذاعة الكويتية بوزارة الإرشاد والأنباء (الإعلام حاليا).

¹. فضيل ديليو، مرجع سابق، ص 132/133

². خضرة رقاد، دور البرامج الإذاعية في الاطلاع المرأة بالقضايا الاجتماعية (شهادة الماستر: اتصال وعلاقات عامة) قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عمار ثلجي، الأغواط، 2016/2015، ص 30/29

وفي أول يونيو تم إنشاء (الإذاعة الشعبية) وهي برنامج يعني بالتراث الشعبي من فنون وتقاليد وقصص وقصائد وتمثيلات وبريد المستمع وجولة بالدولة وأمثال شعبية. واستبدال اسم هذا البرنامج في أول نوفمبر 1976 بالإذاعات المحلية. وهي تعرف اليوم باسم (البرنامج الثاني). ومن أبرز برامج هذه الإذاعة هو (لقاء على الهواء). وفي إذاعة الكويت قسم الالتقاط الأخبار يعمل منذ سنة 1959 لربط المستمع الكويتي والعربي بتطورات الأحداث الدولية وبأسرع ما يمكن. وفي أول يوليو 1964 تقرر استحداث برنامج باللغة الإنجليزية. وفي عام 20 مارس 1971 بدأت محطة F.M بإذاعة مواد موسيقية وغنائية. وتذيع هذه المحطة لمدة 17 ساعة في اليوم وقد استحدثت سنة 1974 برنامج بالأردو.¹

المبحث الثالث: تاريخ ظهور الإذاعات المحلية في الجزائر

المطلب الأول: لمحة عن نشأة الإذاعة في الجزائر

في حقيقة الأمر عرفت الجزائر الإذاعة منذ عام 1920، عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على موجة متوسطة لم تتعد قوتها 100 واط، ثم ارتفعت عام 1921 إلى 600 كيلواط، وعليه فالإذاعة كانت تابعة للحكومة الفرنسية، حتى سنة 1945. ولإشارة ففي هذه الأثناء كان الإشراف السياسي موزعا بين الحاكم العام للجزائر والحكومة الفرنسية، بحيث قدمت إليه امتيازات، إذ أصبح يتأخر مجلس أطلق عليه اسم اللجنة الجزائرية للإذاعة، ويتكون هذا المجلس من 6 أعضاء: 3 مسلمين و3 أوروبيين، كذلك 6 ممثلين عن الموظفين والعمال التابعين للإذاعة.

كانت الإذاعة في ذلك الوقت تبتث برامجها باللغة الفرنسية مما أدى إلى ضعف الإقبال عليها، فلم يكن يسمعها إلا الفرنسيون وعدد قليل من الجزائريين المتقنين للغة الفرنسية، وبعد ذلك قامت السلطات الفرنسية في نقل الأخبار والمعلومات الخاصة بالنشاطات السياسية للحكومة الفرنسية في الجزائر، للأمينين الجزائريين من خلال إنشاء أستوديو مستقل، إنجاز برامج باللغة العربية، كما قد تم إنشاء قناة تبتث باللهجة الأمازيغية في كل من قسنطينة، وهران، بجاية، إلا ان الإقبال عليها كان ضعيفا،

¹ محمد عبد البديع السيد، مرجع سابق، ص 82/81

يعكس نظرة عدائية اتجاهها، إلا بعد ظهور إذاعة الثورة، حيث اعتمدت الجزائر في البداية على إذاعات الدول العربية مثل: إذاعة القاهرة، تونس، لدعم الثورة الجزائرية، إضافة إلى صوت الجزائرية من تونس عام 1955، صوت الجزائر الثائرة من دمشق، وصوت الثورة الجزائرية من ليبيا، بحيث كانت البرامج الإذاعية العربية متكونة من نشرات إخبارية، وحصص لنشر الوعي الثقافي بأهمية الثورة ومكانتها.¹ وبعد توقف لمدة سمة 1957-1958 يعود البث مستقرا في الناظور بالمغرب الأقصى، وازدادت مدة الإرسال لتصل ست ساعات يوميا. ولقد أرجع الأمين العام بشيشي هذا التوقف إلى أسباب تقنية بحثية، ترجعها عدم قدرة الجهاز المتنقل على مواجهة الاحتياجات اللازمة نظرا لأن ما كانت تبثه الإذاعة من رسائل أثناء الثورة يهم الجزائريين بصفة مباشرة، فإن درجة الاهتمام بالإذاعة ازدادت بزيادة درجة الاستماع وأيضا بزيادة الطلب على أجهزة الاستقبال مقارنة بما كانت عليه قبل الثورة وعلى هذا فإن فرنسا شددت من رقابتها عليها (الإذاعة) بتقديمها إلى الجزائريين برامج عبر هذه الوسيلة الاتصالية الجماهيرية والشيء الأهم هو أنها كانت تقدم اغلب برامجها بنسبة كبيرة باللغة الفرنسية، وهذا رغم البرامج المقدمة بالعربية والقبائلية.² وفي 17 أوت 1962 أعلنت الهيئة التنفيذية المؤقتة أنه بالاتفاق مع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني، قد قامت بتكليف شخصية جزائرية بالإشراف على برامج الإذاعة إلى أن يتم تشكيل الحكومة الجزائرية، وقبل بداية المفاوضات الهائية، قامت الحكومة المؤقتة الجزائرية بتعيين شخصية جزائرية مديرا عاما للراديو، وذلك بدلا من الفرنسيين. وفي يوم 23 جانفي 1963، تم توقيع اتفاقية جزائرية فرنسية، جاء فيها العمل على تبادل البرامج بين الحكومتين.

¹ بن عزة فاطمة الزهراء، الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام (أطروحة دكتوراه: علم

الاجتماع الاتصال)، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017/2016، ص 49

² محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية النشأة ومسارها، الإذاعة الجزائرية، العدد 16، 2014، ص 2/3

وفي 1 أوت 1963، صدر قرار ينظم راديو وتلفزيون الجزائر، اللذان تعتبرهما الحكومة الجزائرية عنصرا يساعدا في التنمية القومية وفي بناء المجتمع الجزائري، وقد كان الراديو هو الوسيلة الوحيدة التي تصل رسالتها إلى جميع أنحاء البلاد وخاصة سكان الريف.

وبعد ذلك انتشرت الإذاعات في أرجاء بلاد الجزائر ونمت شبكات إذاعية الهدف منها هو التغطية الشاملة للبلاد، ففي سنة 1968 أسست محطة في قسنطينة وكذلك في وهران، أما في أواخر الثمانينات بعدما دخلت الجزائر في مرحلة التعددية الحزبية، ظهر هناك ما يسمى بحرية التعبير وأصبحت الإذاعة في الجزائر منذ ذلك الوقت مجالا للتعبير عن هذه الحرية، كوسيلة إعلام جماهيرية¹.

يعتمد تطور نظم الاتصال في أي مجتمع على مدى التقدم الذي أحرزه المجتمع في مختلف النواحي ووسائل الإعلام هي انعكاس للنظم السائدة في الدولة سواء كانت اقتصادية أم اجتماعية أم سياسية وقد واجهت الجزائر إثر الاستقلال بعض الاختيارات سياسية في مجال تحقيق التنمية، والجزائر واجهت على الأقل خمس مشاكل رئيسية في مجال التطور الأقل خمس مشاكل رئيسية في مجال التطور.

- حجم الاستثمارات المالية الممكن تخصيصها لتطوير هذا القطاع.
- الوظائف التي ستوكل لأجهزة الإعلام.
- مقدار الحرية التي سيتمتع بها رجال الإعلام ومدى الرقابة التي ستفرض على الممارسة الإعلامية.
- مستوى المضمون ونوع اتجاهاته.
- أهمية الجمهور في العملية الإعلامية.

لقد كانت الخبرة الإعلامية المكتسبة خلال مرحلة التحول الوطني غير كافية لمواجهة الظروف الجديدة، كما أن التغيرات السريعة في القيم الاجتماعية والظروف الاقتصادية والتطور التكنولوجي السريع تحديد رؤية جديدة للإعلام تتماشى مع حجم الدور المطلوب منه وفي سنة 1962 ورثت الجزائر شبكة للراديو تسمع في المدن

¹ ماجي الحلواني، وعاطف عدلي العبد، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، ب.ط، القاهرة.

الكبرى والمتوسطة ومحطة للتلفزة كما كانت الوضعية القانونية لهذه الوسائل الإعلامية تتلاءم مع النظام الإشتراكي الجديد الذي كان يتبنى سياسة احتكار الدولة لوسائل الإعلام وتسييرها أو مراقبتها فلم تجد الجزائر لعدم مواصلة التنظيم القائم مع إدخال مقاييس أخرى في المراقبة.¹

المطلب الثاني: ظهور الإذاعات المحلية في الجزائر

اختلفت تواريخ نشأة الإذاعات المحلية في الجزائر، فهناك من ربطها بالبث الجهوي الذي كان مع ميلاد برنامج (مغرب الشعوب) وكان يبث لمدة ستة ساعات من وهران وقسنطينة عام 1975 وتوسع هذا البث مع ظهور وحدات أخرى في ورقلة وبشار طبقا لما نص عليه قانون الإعلام لعام 1990 وهو ضرورة توسيع هذا البث عبر الوحدات المحلية، وهناك من ذهب إلى أن أول ظهور للإذاعة المحلية كان سنة 1990 بإنشاء إذاعة التكوين المتواصل وإذاعة القران الكريم في 12 جويلية 1991 وإذاعة البهجة 1992.ذ

وهناك فراغ قانوني فيما يتعلق بالإذاعات المحلية وإن كان هناك من يستند إلى قرار وزير الإعلام الصادر في 24 جانفي 1987 وتتص مادته العاشرة على أن عدد الوحدات المحلية هي أربع وحدات ومقرها في أربع ولايات:

- الجهة الشرقية: محطة قسنطينة.

- الجهة الغربية: محطة وهران.

- الجهة الجنوبية الغربية: محطة بشار.

- الجهة الجنوبية الشرقية: محطة ورقلة.

غير أن معظم الباحثين يجمعون على أن 1991 هوبداية ظهور الإعلام المحلي المسموع في الجزائر بإنشاء الإذاعات التالية.²

¹ ماجي الحلواني، وعاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص 204

² عبد العالي رزاق، عبد الرحمان رشاد، دور الإذاعة المحلية في التوعية بقضايا مشكلات المجتمع المحلي، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس، 2012، ص 45.

1- **إذاعة الساورة (بشار):** تأسست بتاريخ 20 أبريل 1991 وتبث على الموجة المتوسطة بتردد 576 كيلوهرتز ويوجد بها جهاز إرسال بقوة 400 وات وتغطي مساحة تمتد إلى 300 كيلومتر وتغطي أدرار، تندوف، بشار والنعام.

2- **إذاعة متيجة (الجزائر):** تأسست في 08 ماي 1991 تبث برامجها لمدة 4 ساعات يوميا على الموجة المتوسطة بتردد 1422 كيلوهرتز وتغطي العاصمة، البليدة، بومرداس، تيبازة.

3- **إذاعة الواحات (ورقلة):** تأسست في 09 ماي 1991 تبث برامجها لمدة 8 ساعات يوميا، على الموجة المتوسطة بتردد 1098 كيلوهرتز لعاصمة الإذاعة، يصل بثها إلى أكثر من 2000 كيلومتر في جميع الإتجاهات.

4- **إذاعة السهول (الأغواط):** تأسست في 5 نوفمبر 1991 تبث على الموجة المتوسطة بتردد 1161 كيلوهرتز بجهاز إرسال قوته 5 كيلوات ويصل إرسالها إلى 170 كيلومتر، تصل نسبة البرامج المباشرة فيها إلى 70%¹.

والقراءة المتأنية لتطوير الإذاعات المحلية خلال سنوات (1991-2012) تبين:
العشرية الأولى: (1991-2012) عرفت ميلاد 20 إذاعة محلية بالرغم من أن هناك أعواما لم تنشأ فيها إذاعة واحدة بسبب العنف الذي كان يسود الجزائر وخاصة 1991-1999.

العشرية الثانية: (2000-2012) عرفت ركودا في بعض السنوات وإرتقا في سنوات أخرى، حيث أنه من مجموع 28 إذاعة أنجزت خلال هذه الفترة انت تسعة إذاعات محلية قد أنشأت عام 2008، وهويدل على غياب سياسة إعلامية تعنى بالشأن المحلي ويبرز المنافسة بين الولاية.²

¹. صالح محمد حميد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ الوحدة الوطنية، دار غداء للنشر والتوزيع، ب، ط، الأردن، 2011، ص 100/98

². عبد العالي رزافي، عبد الرحمان رشاد، مرجع سابق، ص 46

المطلب الثالث: مراحل تطور الإذاعات المحلية في الجزائر المرحلة الأولى:

استغرقت هذه المرحلة مدة ثلاث سنوات (ما بين 1991 إلى 1993)، من خلالها إنشاء سبع إذاعات محلية في غياب كلي لأي دراسات سابقة لإمكانيات البث وطبيعة المحتوى ومقاييس الإنشاء أو دراسة لكيفيات التسيير والتمويل، وتميزت هذه الفترة بالنقص الكبير في مجال الهياكل المؤطرة والإمكانيات المادية والبشرية وغياب التصور الأولي للأهداف والبرامج لهذه الإذاعات.

المرحلة الثانية:

استغرقت مدة ثماني سنوات ما بين 1994 - 2001 حيث اتخذت هنا الإذاعة المركزية سنة 1994 قرار بإنشاء 12 إذاعة محلية على الحدود الجغرافية نظرا لتعرض سكان هذه المناطق للبث الوافد من الدول المجاورة، كان هذا القرار سنة 1994 بهدف تدعيم الإذاعات الموجودة سابقا وتجهيز الإذاعات التي سوف يتم إنجازها وهنا تركت الإذاعة المركزية مهمة التجهيز والتمويل تحت مسؤولية الجماعات المحلية ككل ولاية.

المرحلة الثالثة:

تبدأ هذه المرحلة من 2002 حتى الآن، حيث وضعت الإذاعة المركزية عدة برامج تقضي بإنشاء إذاعات محلية جديدة على أن يتم تقديم البرنامج بالنسبة لباقي ولايات الوطن، وهذا وفق مبدأ لكل ولاية إذاعة محلية.¹ وعلى العموم فلقد عرفت المرحلة الأخيرة تجسيدا للمشاريع والبرامج المسطرة من قبل الدولة والتي سعت بدورها إلى تطوير قطاع السمعى البصري وهذا من خلال تفعيل مشروع إنشاء محطة إذاعية محلية في كل ولاية من ولايات الوطن.

¹. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر، ط2، القاهرة، 2000، ص 89

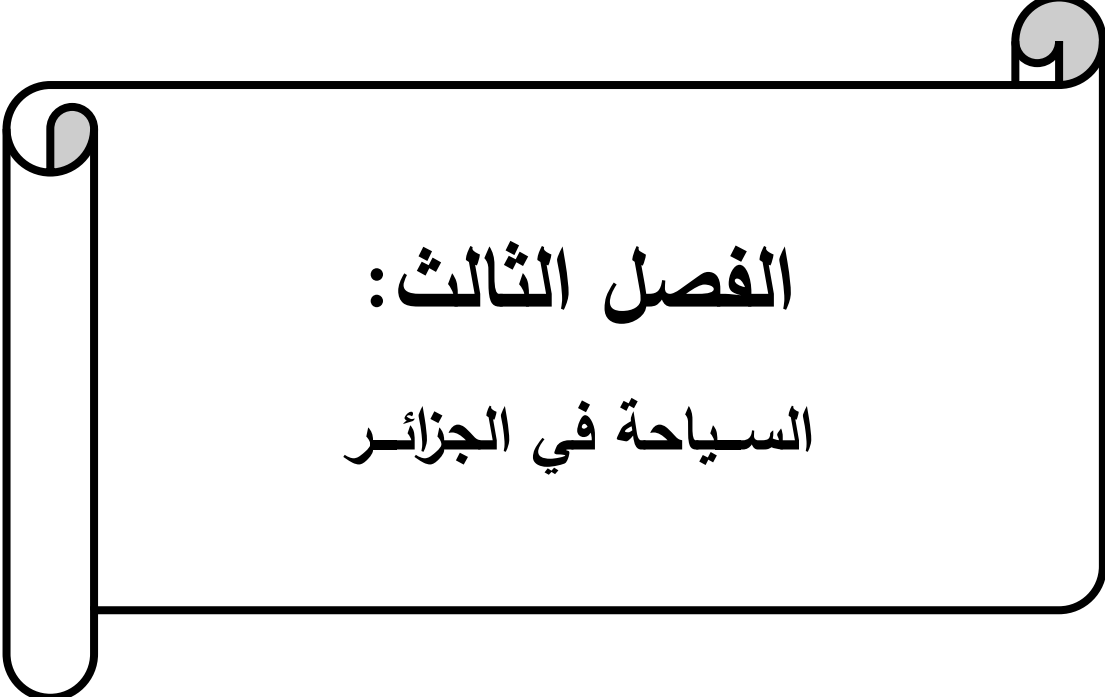
جدول رقم(1): الإذاعات المحلية في الجزائر، المقر، وتاريخ التأسيس:

الإذاعة	المقر	تاريخ التأسيس	الإذاعة	المقر	تاريخ التأسيس
الساورة	بشار	1991.04.20	ميزاب	غرداية	2001.02.24
متيجة	الجزائر العاصمة	1991.05.08	بني شقرون	معسكر	2003.07.27
الواحات	ورقلة	1991.05.09	البيض	البيض	2003.09.08
السهوب	الأغواط	1991.11.05	الحضنة	المسيلة	2003.10.07
الأهقار	تمنراست	1992.04.16	سكيكدة	سكيكدة	2003.11.15
البهجة	الجزائر العاصمة	1992.10.01	الشلف	الشلف	2004.01.26
العالية	تلمسان	1992.10.07	الضهرة	مستغانم	2004.02.10
الهضاب	سطيف	1992.10.10	بلعباس	سيدي بلعباس	2004.02.17
الأوراس	باتنة	1995.12.29	سوقاًهراس	سوق هراس	2005.02.23
الباهية	وهران	1995.01.26	غليزان	غليزان	2006.07.05
سرتا	قسنطينة	1995.02.05	جيجل	جيجل	2007.11.01
تبسة	تبسة	1995.04.04	سعيدة	سعيدة	2008.02.24
توات	أدرار	1996.06.04	أم البواقي	أم البواقي	2008.03.19
الصومام	بجاية	1996.08.19	المدينة	المدينة	2008.03.22
واد سوف	الواد	1996.11.21	عين تيموشنت	عين تيموشنت	2008.03.26
عنابة	عنابة	1997.01.13	تيسيمسيلات	تيسيمسيلات	2008.04.06
الطاسيلي	إليزي	1997.01.27	برج بوعريرج	برج بوعريرج	2008.04.23
تيارت	تيارت	1998.10.25	عين الدفلى	عين الدفلى	2008.05.01
تندوف	تندوف	1999.03.12	تيازة	تيازة	2009.07.01
الزيان	بسكرة	1999.05.14	الطارف	الطارف	2010.05.30
النعامة	النعامة	1999.04.25	البليدة	البليدة	2011.07.04

المصدر إذاعة تمنراست الجهوية

خلاصة الفصل الثاني:

وفي الأخير تعتبر الإذاعة وسيلة اتصال جماهيرية تكمن في كونها أداة تواصل مع عامة الناس داخل المجتمعات وهذا راجع إلى مخاطبة المستمعين ضمن نطاق واسع حيث يتجلى هذا الأخير بتغطية الحواجز السياسية والجغرافية من خلال سرعة الأخبار وفي مختلف الميادين مع مراعاة جوانب وظروف الحياة الاجتماعية للأفراد. فالإذاعة ذات تأثير فعال وكبير قادرة على تغيير الاتجاهات وتكوين اتجاه جديد للمستمع على نحو يتمشى ورسالة المصادر، يتضح ذلك من خلال برامجها المختلفة والمتنوعة التي تقدمها للفرد والأسرة والمجتمع في تفعيل الحياة الاجتماعية من إرشادات ونصائح مهمة ومفيدة في الحياة اليومية.



الفصل الثالث:
السياحة في الجزائر

تمهيد:

شكلت السياحة لدى معظم الشعوب العالم ومنذ العصور القديمة أهمية خاصة، ولكن تضاعفت أهميتها مع تزايد دورها الاقتصادي والاجتماعي والبيئي والتكنولوجي، ولقد برزت السياحة كأسرع القطاعات نموا في الاقتصاد العالمي وأصبحت صناعة السياحة تمثل موقعا متميزا في اقتصاديات الشعوب لتصبح أهم صناعة عالمية، وتعتبر السياحة نشاطا ضروريا لحياة الناس تمتد آثارها المباشرة إلى الميادين الاجتماعية والثقافية والاقتصادية فضلا عن العلاقات الدولية.

المبحث الأول: ماهية السياحة

المطلب الأول: نشأة السياحة في الجزائر

منذ أن خلق الله الإنسان على وجه الأرض وهو في الحاجة إلى التنقل بحثا عن المأكل والمشرب مستخدما وسائل التنقل المتاحة آنذاك والخاصة بكل حقبة زمنية. نستعرض فيما يلي المراحل الزمنية التي مرت بها السياحة في تطورها التاريخي:

أولا: العصور القديمة: وهي بداية نشأة الإنسان على وجه الأرض وحتى القرن الرابع عشر، وخلال تلك الفترة كان الإنسان بدائيا في حركات هوسكناته حيث كان يسير على الأقدام ويستخدم الدواب في تنقله، ولم تكن هناك قوانين تحكم وتضبط حركة البشر سوى قوانين الطبيعة، وكانت الوسائل التي تستخدم في الحصول على السلع والخدمات هي طريقة المقايضة والمبادلة وفي الغالب كان الإنسان يتحصل على حاجته بنفسه، ومن أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في العصور القديمة كانت على النحو التالي:

- الانتقال لغرض ديني لزيارة المعالم الدينية المختلفة بدءا بالمعابد الفرعونية والمعابد الدينية اليهودية والمسيحية وأخيرا الإسلامية المتمثلة في زيارة الأماكن المقدسة في مكة المكرمة والمدينة المنورة وفلسطين.
- الانتقال لتلقي العلاج، إما بالذهاب إلى المعابد للتبرك أو بالذهاب إلى الأماكن التي بها مناخ جيدا ومناطق عيون الماء أو مصبات الأنهار في بعض الأحيان.
- الانتقال بغرض الترفيه وعادة ما يكون في مناطق المناخ المعتدل.

- الانتقال بغرض التجارة ويشمل تنقل التجار من مكان لآخر في قوافل لبيع منتجاتهم البدائية.¹

ثانيا: العصور الوسطى: كان اتجاه السياحة في تلك العصور إلى التجارة، الحج، رحلات، دراسة. لقد انفرد العرب من الفترة بين القرن الثامن والقرن الرابع عشر في تطوير مبادئ السياحة، وقد وضعوا الأسس الأولى لمعظم فروع السياحة. فمن الوقائع الثابتة أن معظم البلاد الإسلامية كانت أكثر بلدان آسيا وأوروبا تقدما. كانت بغداد وقرطبة أكثر المدن ثراء فكانت تجارة العالم تجري إليها، كانت التجارة فيها نشيطة والصناعات ناجحة وكانت مركز لحياة ثقافية وحضارية حيث جذبت إليها العلماء والمتقنين من كل أنحاء العالم وبدأت حركة ازدهار في العلوم والفنون والآثار. وقد انطلق الرحالة العرب يجوبون العالم الذي كان يدور في فلك تلك الحضارة. ترك هؤلاء الرحالة وثائق سياحية ومن أبرز الرحالة العرب في تلك العصور هو ابن بطوطة الذي وضع كتاب (تحفة الأنظار في غرائب الأمصار وعجائب الأسفار) الذي ضمنه رحلاته إلى آسيا وإفريقيا وكذلك أبو عبيدة البكري الذي وضع كتاب عن غرب إفريقيا بعنوان (المسالك والممالك) ولا تزال هذه الكتب تصح للإرشاد السياحي في تلك المناطق.

ومن الرحالة العرب ابن جبير الذي قام برحلة من بلاد الأندلس إلى المشرق العربي. وكذلك كانت الروايات التي كتبت آنذاك مثل السندباد وألف ليلة وليلة. أما بالنسبة للأوروبيين فيمكن أن نذكر رحلة الإمبراطور الفرنسي شارلمان إلى بغداد في عصر الخليفة هارون الرشيد عام 797هـ.

بعد ذلك قام الإيطالي المشهور ماركوبولو برحلة إلى الصين بصحبة والده وعمه وكانت فلسطين بداية رحلتهم ثم أرمينيا ثم انحدروا بطريق أرض الجزيرة إلى الخليج العربي ثم اتجهوا إلى بكين عاصمة الصين.

¹سماعيني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة نخرج لنيل الماجستير إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية. علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2014/06/1، من صفحة 02 الى 03.

لقد أخذت السياحة الدينية أبعاد جديدة في العصور الوسطى فكان عدد كبير من الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون برحلاتهم الدينية إلى الأماكن المقدسة التي غالبا ما تبعد عن أوطانهم مسافات طويلة وكثير منهم كتبوا أوصافا لرحلاتهم وكانت بحق من كتب الإرشاد السياحي الغنية بالمعلومات والبيانات القيمة. في نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة الطلبة وطالبي العلم الذين كانوا يقومون برحلات لغرض العلم والدراسة والتعرف على آراء الغير والنظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى وكانت تلك الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت قاصرة على طبقة الأرستقراطيين لأن السفر يتطلب وقت وفراغ وأموال فائضة عن الحاجة.¹

ثالثا: السياحة في عصر الإغريق: كانت فلسطين هدفا لزيارة الإغريق، خاصة من الرحالة الذين يمكن اعتبارهم روادا للسياحة الثقافية الحالية، وعلى رأسهم العالم "هيرودوت" الذي وصف الأراضي الواقعة ما بين أنيسوس "خان يونس" وبحرية سربونس "البرد ويل" بأنها شديدة الجفاف، حيث كانت تأتي لمصر أو ان فخارية مملوءة بالنبيذ من بلاد اليونان وفينيقيا وكان كل رئيس مقاطعة يرسل جميع الجرار الفخارية إلى منف حيث تفرغ، ثم يغلونها بالماء ويصدرونها للأقاليم الجافة في البلاد السورية.

رابعا: السياحة في العصر الروماني: يشير عدد كبير من المؤرخين إلى أن الرومان هم من أول شعوب الحضارات القديمة التي اهتمت بشغل أوقات الفراغ بالسفر والترحال من أجل المتعة والسرور وقضاء أوقات طيبة، ويغزى ذلك إلى ازدهار الحركة السياحية في العهد الروماني مع نمو الطبقة الوسطى وتوفر العملة، وكثرة الطرق البرية والمرات المائية الممتازة، وتوفر الأمان، وتحسن فهم اللغات، والتوسع في الألعاب الرياضية التي نسخت عما بدأه اليونان والتي يقوم بها الأسرى والعبيد، وكانت تسمى بالقتال حتى الموت fight to death.

ففي عام 129 ميلادية الذي أصبح بداية للتقويم الغزي أو الهدياني، نسبة إلى الحاكم الروماني هديان حيث أقيم في غزة ألعابا أولمبية ومهرجانات رياضية لألعاب

¹ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان الأردن، 2013، ص من 18/16.

القوى والملاكمة والمصارعة، قام بعرض الأسرى خلالها لتمزق الحيوانات أجسادهم أربا أربا.

ولما كان هدریان كارها للديانة اليهودية والمسيحية الوليدة، فقد اهتم ببناء الهياكل والمعابد الوثنية في مدينة غزة، فقد نشر في فلسطين مراكز خاصة لهذه العبادات وجعل مدينة غزة مدينة العبادات الوثنية هي ومينائها انثيدون، ولعل هذا النوع من السياحة هو من أنماط السياحة الحديثة أو ما يعرف الآن بالسياحة الدينية. وانتشرت في مدينة غزة في عهد هدریان تجارة الرقيق. وفي سنة 134م، أصبح فيها أسواقا لهم. ولا شك أن هذه الحركة التجارية المزدهرة تتيح للتاجر المتنقل الاطلاع على التقدم الواضح الذي طرأ على مدينة غزة التي تألفت في عهد هذا الحاكم، وأمتد الأمر إلى مجال الموصلات، حتى أصبحت شبكة الموصلات الرومانية بعد هدریان في فلسطين تامة وأخذت شكلها النهائي الذي يربط سواحلها بداخلها حتى دمشق، وتواصلت في هذا العصر زيارات الرحالة إلى فلسطين ومنهم استرابوالذي يعتبر من الرحالة الذين زاروا في رحلاتهم كثيرا من البلدان المأهولة ومنها فلسطين.

واهتم استرابوا بالملاح الجغرافية، وأعجب إعجابا كبيرة بالبحر الميت، فقضى وقت طويلا إلى جواره، ولاحظ كثافته وأنه يمنع المرء من أن يغطس، ويبقى إلى حدود الخضر، وقد لاحظ الينابيع الساخنة.

وكان من هؤلاء السياح والزوار سنوحي حيث ورد الحديث عن زيارة سنوحي إلى فلسطين في أوراق البردي المصرية. وقدم سنوحي وصفا كاملا عن أوضاع البلاد آنذاك، حيث وصفها بأنها البلاد التي تفيض لبنا وعسلا.¹

المطلب الثاني: تعريف السياحة:

1: مفهوم السياحة: يرى الألماني "جويرفرويل" "guyferleuler" بأن السياحة ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، والغاية منها الحصول على الاستجمام وتغيير الجوالمحيط الذي يعيش فيه الإنسان، واكتساب الوعي الثقافي وتذوق جمال المشاهد الطبيعية ونشوة الاستمتاع بجمالها.

¹ عبد القادر إبراهيم حماد، ناصر محمود عبد، مدخل إلى جغرافية السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2013، ص من 72/70.

أما الاقتصادي النمساوي "شوليرنشرانتهمون" schullard.h.v عرف السياحة على أنها الاصطلاح الذي يطلق على أي عملية من العمليات الاقتصادية التي تتعلق بانتقال وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة، أو بلدة ترتبط بهم ارتباطا مباشرا.

وعرفت أيضا بأنها: "مجموعة من العلاقات المادية وغير المادية، التي تتحقق نتيجة قيام الإنسان اختيارا) بتغيير محل إقامته بصفة مؤقتة لإشباع رغبات متعددة ليس من بينها الكسب عن طريق العمل".

من التعاريف السابقة يتضح بأن السياحة تفيد انتقال الشخص من مكان إقامته المألوفة والمعتادة إلى أماكن أخرى من أجل إشباع رغباته في التنزه والترفيه وقد تندرج ضمن هذه الرغبات ممارسة الطقوس الدينية والعلاج وغيرها.¹

لفظ السياحة في اللغة العربية يعني الضرب في الأرض (يقال ساح الماء أي جرى على الأرض، وساح في الأرض يسيح، سياحا وسيوحا وسياحة وسيحات بفتح الياء أي ذهب مختار. ويقابله في اللاتينية كلمة tourism والمشتقة من جملة to tour، أي يدور أو يجول.

– وهناك عدة تعاريف لمفهوم السياحة نورد منها: السياحة عبارة عن نشاط ترفيهي يشمل السفر أو الإقامة بعيدا عن الموطن المعتاد من أجل الترفيه الراحة والتزود بالتجارب والثقافة بفضل مشاهدة مرئيات جديدة للنشاط البشري ولوحات طبيعية مجهولة. وآخر يعرف السياحة: بأنها مجموعة الظواهر الاقتصادية والاجتماعية المتولدة عن الأسفار.

كما تعرفها الأكاديمية الدولية للسياحة بأنها مجموعة التنقلات البشرية والأنشطة المترتبة عليها والناجمة عن ابتعاد الإنسان عن موطنه تحقيقا لرغبة الانطلاق الكامنة في كل فرد وأخيرا وليس أخرا السياحة عبارة عن مجموعة العلاقات

¹راضية بوزيان، (ورقة ملتقى بعنوان: إشكالية التخطيط السياحي في الجزائر: المؤشرات والتحديات والمقاربة سويسواقتصادية)، الملتقى الوطني: التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية والمجتمعية بالجزائر، قسم علم الاجتماع بالتعاون مع قسم الحقوق، جامعة الطارف، أيام 6/5 ماي، 2014. الطارف.

والتصرفات المتولدة عن إقامة وارتحال الأفراد طالما أن هذه الإقامة وهذا الارتحال لا يقصد بها الريح¹.

المطلب الثالث: أهمية السياحة في الجزائر:

للسياحة أهمية كبيرة ما جعلها تحتل مكانة متميزة في السياسات في التنمية للدول المتقدمة والنامية على السواء، وفيما يلي عرض لأهمية السياحة في النقاط التالية:

أولاً: الأهمية الاقتصادية:

وتساهم السياحة في الاقتصاد العالمي حيث يفوق الناتج منها ناتج بعض الصناعات الكبرى مثل صناعة الصلب، والسيارات، والنسيج، والإلكترونيات، وينفق المستهلكون في الدول المتقدمة على السفر، والسياحة أكثر مما ينفقون على الملابس، والرعاية الصحية وينفق رجال الأعمال على السفر أكثر مما ينفقون على الإعلان.

وترجع الأهمية الاقتصادية لصناعة السفر، والسياحة إلى ما تجلبه من رؤوس أموال في الاستثمار بالإضافة إلى إيرادات الضرائب، وتعد السياحة العامل الرئيسي في التنمية الأساسية للاقتصاد من حيث أهميتها في مجال التسويق، والمبيعات، والإدارة والتخطيط، وتقوية الروابط الاقتصادية بين الدول، ويمثل سفر الأشخاص ثلثي إجمالي مبيعات السفر، والسياحة بينما يمثل الثلث الباقي في قطاع الأعمال والحكومة ويتم إنفاق الجزء الأكبر من النفقات الاستهلاكية على السفر بعد المأكل والسكن في معظم الدول الغربية.

تعد دراسة الأهمية الاقتصادية للسياحة مهمة من حيث صلتها بالجوانب الاجتماعية، والسلوكية، والحضارية بالإضافة إلى كون الاقتصاد عامل مشترك في معظم الأنشطة الإنتاجية داخل الدولة.²

تعتبر السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي يتولد عنها دخول لمختلف عناصر الإنتاج العاملة في مجالات السياحة، وقد نمت إيرادات السياحة بمعدل سنوي بلغ

¹ عبيدة عبد السلام حسنا، أثر التخطيط السياحي على التنمية السياحية من وجهة نظر مدراء مكاتب

السياحة، دار غيداء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2017 - 1438هـ، ص 37/38

² وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تقييمية للقرى السياحية، المكتب الجامعي

الحديث، بدون طبعة الأزيطة - الأسكندرية، 2006، ص 176/177.

09% في المتوسط خلال السنوات العشر من 1988 إلى 1997، وقد أحصت المنظمة العالمية للسياحة عدد السياح في العالم لسنة 1997 بـ 62.80 مليون سائح وينفقون ما مقداره 4430 مليار دولار، حيث أصبحت السياحة الصناعة الأولى في العالم.

ومن جهة نظر الإنتاج تساهم السياحة بحوالي 1.5% من الناتج الإجمالي العالمي، كما إن السياحة هي مصدر رئيسي للعمالة، حيث تولد فرص عمل متنوعة في قطاعها، إذ توفر نحو 200 مليون فرصة عمل أي حوالي 08 بالمائة من مجموع فرص العمل في العالم، وتساهم السياحة بنحو 5.5 مليون فرصة عمل سنويا حتى عام 2010، حيث إن قطاع الفنادق وحده يستخدم حوالي 11.3 مليون عامل على النطاق العالمي¹

وتعود الأهمية الاقتصادية لصناعة السياحة إلى ما تجذبه إلى البلد من عملة صعبة ورؤوس أموال وفي كثير من الدول تعتمد البنية الأساسية للاقتصاد المحلي على صناعة السياحة. وتعتبر هذه مجالاتها المختلفة أكبر صناعة في العالم في مجال تشغيل اليد العاملة والقضاء على البطالة وتسهم بالتالي إلى تنمية اقتصاديات الدول. تعتبر صناعة السياحة سوق قابل للتوسع بحيث تشمل كافة الصناعات الأخرى مثل التجارة والصناعة والزراعة... الخ²

ثانيا: الأهمية الاجتماعية:

لا يختلف إثنان في أن التطور الاقتصادي في أي بلد يؤدي حتما إلى إحداث تطور مماثل في الجانب الاجتماعي، بمعنى أن العلاقة بين القطاعين طردية. ويفترض أن يساهم القطاع السياحي في توفير النقد الأجنبي لخزينة البلد ويساهم في نفس الوقت في تخفيف حدة البطالة وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين. وينبثق هذا الطرح من

¹عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر. 3، 2012/ 2013، ص 25.

²ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، مرجع سابق، ص 32

كون السياحة تعتمد على الاستعمال المكثف لليد العاملة في مختلف الخدمات المتعلقة بالسياحة كالنقل والإسكان والإطعام والاتصال والبيع ونحوها. وفي الجزائر تشير الإحصائيات بأن نسبة المستخدمين في إدارات القطاع السياحي تصل 24%، بينما لا ينبغي أن تتجاوز هذه النسبة 7% وفقا للمعايير المعمول بها دوليا. يضاف إلى ذلك أن نسبة 50% من المستخدمين يفتقدون إلى المؤهلات، في الوقت الذي يفترض أن تتجاوز هذه النسبة 20%.

ثالثا: الأهمية السياسية:

إن السياسة الناجحة هي التي تنطلق من استراتيجيات مدروسة وهادفة مما يؤدي في النهاية إلى التجسيد الفعلي للأهداف المسطرة. وإذا كانت السياحة الناجحة تفعل فعلتها في الميدانين الاقتصادي والاجتماعي، فإنها من ناحية أخرى قد تحقق أهدافا سياسية إذ ما رغب صانعو القرار السياسي في ذلك.

ولتأمل المرء قليلا، فإنه سيدرك وببساطة أن تنقل الأشخاص ضمن البلد الواحد تفسح المجال واسعا للتعارف والتحاور وبلورة التصورات الآتية والمستقبلية في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية. فضلا عن ذلك، فإن الاحتكاك بين الأشخاص من جنسيات مختلفة سيكسبهم لا محالة قدرا كبيرا من الفهم والإدراك والوقوف على ثقافات الآخرين وعاداتهم ومعتقداتهم ونمط حياتهم.

وهذه كلها تعمل على مد الجسور بين شعوب ذات ثقافات متباينة ليس بين الأفراد فحسب وإنما بين التنظيمات المختلفة والحكومات أيضا. وهنا تتشكل تصورات تنطلق من معطيات أقرب إلى الحقيقة منها إلى التخمين.¹

المطلب الرابع: أنواع السياحة في الجزائر:

من البديهي أن بلد تمتد مساحته بالملايين وله وجهة بحرية وتتسع حدوده لتلمس أكثر من أربع دول افريقية وتنوع في التضاريس المناخية والطبوغرافية، واحتوائها على أثار بشرية ومادية تعود إلى العصور الحجرية القديمة. هذا التنوع البيئي والتراث الثقافي التاريخي كفيل بأن يجعل من الجزائر بلد رائد في استقطاب السواح

¹مبروك رايس، واقع وتحديات السياحة الصحراوية في الجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية،

جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص 14.

من داخل وخارج الوطن. فالسياحة اليوم لم تعد مقصورة على السياحة الجبلية والصحراوية والبحرية فقط بل تعددت لتشمل كل مناحي الحياة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية... الخ.

أولاً: السياحة الصحراوية:

تغطي الصحراء الجزء الأكبر من إجمالي الرقعة الجغرافية للوطن، فهي تزخر بواحاتها الواسعة، وسلاسل جبالها البركانية، والزخرفة والرسومات المنقوشة الشاهدة على قدم وتعاقب الحضارات. بالإضافة إلى النمط المعماري الذي تتميز به المنطقة، ونوع الحيوانات التي تسكنها، ورمالها الذهبية التي تجلب السواح ثارت للتمتع بمناظرها وثارت للعلاج برملها. ولكي تستغل الجزائر هذه الثروات وتجعل من مداخنها دعامة للاقتصاد الوطني، يستلزم تبني سياسات واستراتيجيات عن بقية الأنواع الأخرى. فإذا كان الأمن والهياكل والخدمات من شروط التنمية المستدامة فإن هناك قضايا أكثر أهمية بالنسبة لهذا النوع يأتي في مقدمتها النقل بمختلف أنواعها وهذا يفرض توفير إمكانيات مادية وبشرية معتبرة لإنجاح هذا النوع من السياحة.

ثانياً: السياحة الجبلية:

رغم توفر الجزائر على أكبر سلسلة جبلية في شمال إفريقيا ممثلة في سلسلة الأطلس التلي والأطلس الصحراوي وجبال الهقار والطاسلي، والتي تتميز بمناظر خلابة وغابات شامخة، وخلجان بحرية متميزة، وتنوع في الغطاء النباتي والحيواني، واحتوائها كهوف ومغارات تمتد على مسافات طويلة مازالت تحتفظ بإسرارها إلى يومنا هذا. إلا أنها لم تستغل بالشكل المراد من طرف الجهات المكلفة بترقية هذا النوع من السياحة، رغم أنها غير مكلفة بالنسبة للأنواع الأخرى. فهي تتطلب الترويج والإشهار والأمن. هذا الأخير الذي شكل ومازال يشكل هاجس وعائق أمام تطوير هذا النوع من السياحة خاصة لما تشهده الساحة الجزائرية من تدهور في الوضع الأمني منذ تسعينيات القرن الماضي.

ثالثاً: السياحة الشاطئية: تتربع الجزائر على شريط ساحلي طوله 1200 كلم

تتخلله شواطئ وغابات، وسلاسل جبلية ذات مناظر خلابة، وهياكل سياحية متنوعة. إلا أن فعليتها تبقى دون المستوى المطلوب، وهذا يرجع إلى أسباب عدة نذكر منها:

- عدم وجود رؤية واضحة اتجاه قطاع السياحة في الجزائر.

- نقص المنافسة بين القطاع العام والخاص.

- قلة الإمكانيات المادية المخصصة لهذا القطاع.

هذا النوع من السياحة لا بد أن يشكل في المدى الطويل الوجهة الأولى للتنمية السياحية في الجزائر نظرا لوجود طلب داخلي كبير باعتبار أن غالبية السكان متركزون في الشمال.¹

ربعا: السياحة حسب الهدف: تنقسم السياحة حسب الهدف إلى:

1. السياحة الدينية:

وتعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية، ومن أشهر المواقع الدينية في العالم نجد مكة المكرمة والمدينة المنورة في المملكة العربية السعودية، وهذا النوع من السياحة يهتم بالجانب الروحي للإنسان، وبالتالي فهي مزيج من التأمل الديني والثقافي، أو السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري.

2. السياحة العلاجية:

وهي سياحة لإمتاع النفس والجسد مع العلاج، وتعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة مما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها من الكفاءة ما تساهم في علاج الأفراد الذين يلجئون إلى هذه المراكز.

3. السياحة الإستشفائية:

وهي زيادة المنتجات السياحية التي خصصت لهذا الغرض، وتعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم مثل الينابيع المعدنية والكبريتية والرمال والشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض.

4. السياحة البيئية:

وهي السفر والانتقال من مكان إلى آخر بغرض الإستمتاع والدراسة والتقدير بروح المسؤولية للمناطق الطبيعية وما يصاحبها من مظاهر ثقافية تقليدية، وبتعبير آخر هي السفر من أجل زيارة المحميات الطبيعية، والتي تهدف جميعها إلى المحافظة

¹ ورقة بحثية : مراد كشيّش، عيادي نادي، استراتيجيه تنمية السياحة في الجزائر، جامعة الطارف، الطارف،

على الموروثات السياحية الحضارية والأثرية والبيئية والطبيعية، وكل عناصرها من مصادر المياه المعدنية ونباتات وحيوانات وطيور وغابات وفق خطة إستراتيجية بعيدة المدى تعمل على خلق سياحة شاملة رفيقة بالبيئة، إذ أن الهدف من دراسة العلاقة بين السياحة والبيئة هو أن تكون السياحة وسيلة للحفاظ على نقاء البيئة، فالموارد السياحية هي من مكونات البيئة في المنطقة.¹

خامسا: أنواع السياحة على أساس مناطق الجذب السياحي: وتوجد ثلاثة أنواع هي:

• **سياحة ثقافية:** وتشمل هذه السياحة زيارة الأماكن التاريخية والمواقع الأثرية والدينية والمتاحف، وهذه السياحة غالبا ما تكون دائمة إذا ما توفرت الظروف المناخية الملائمة لحركة السياح وتقلاتهم.

• **سياحة طبيعية:** وهي سياحة متعددة الوجوه (مناخية، نباتية، طبيعية، عامة) ومتنوعة الأغراض (ترويحية، علمية، إستشفائية) ولكن يعد المناخ عنصرها الأساسي ومحركها الفعال.

• **سياحة اجتماعية:** وهي سياحة متعددة الجوانب، فهي سياحة علاقات اجتماعية وسياحة ترويج وترفيه عن النفس وربما تكون سياحة المدن ضمن هذه السياحية.

سادسا: أنواع السياحة على أساس التنظيم: هناك ثلاثة أنواع سياحية عائلية أوفردية وقد تكون جماعية (مجموعات سياحية).

سابعا: أنواع السياحة على أساس أعمار السياح: هناك ثلاثة أيضا هي:

أ - سياحة الشباب بين (16 - 30) سنة.

ب - سياحة الناضجين بين (30 - 60) سنة.

ج - سياحة كبار السن (المسنين) أي سياحة من تجاوز 60 سنة وسياحة هؤلاء تزداد أهميتها كلما ازداد الوعي الصحي وطال عمر الإنسان.

¹عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر. 3، 2012/ 2013، ص 21.

ثامنا: أنواع السياحة حسب وسيلة النقل: هناك السياحة الجوية عن طريق الطيران، والسياحة البحرية عن طريق السفن واليخوت، وهناك نوع جديد من السياحة يسمى سياحة الفضاء وهذه السياحة محصورة حتى الآن ببعض الأشخاص القلائل جدا حيث تكلف الرحلة ملايين الدولارات.¹

المبحث الثاني: مقومات السياحة في الجزائر وأهم خصائصها وعلاقتها مع محيطها

المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر

الجزائر تعد من البلدان التي تتميز بطبيعة خاصة جعلتها اهتمام الباحثين والرحالة العرب والغرب، وهذا ما يؤكد الدكتور عبد الله الركيبي في مؤلفه " الجزائر في عيون الرحالة الانجليز" الذي ذكر العديد من الرحالة الذين زاروا الجزائر وكتبوا على أمثال: Hilton Simon في كتابه " رحلة في ربوع الأوراس" (1912. 1920)، وكذلك R .V.C.Bodlley في كتابه "ريح الصحراء" (1944)، و M.D.Stot في كتاب " الجزائر على حقيقتها" وغيرهم من الكتاب الغرب الذين وصفوا الجزائر بأنها فيسفاء حضاري وثقافي وتحفة نادرة

أولا: الإمكانيات الطبيعية:

تتميز الجزائر بإمكانيات طبيعية التالية:

1. الموقع والمناخ:

تقع الجزائر شمال الإفريقية وهي تتوسط بلاد المغرب الكبير يحدها من الشمال البحر المتوسط ومن الشرق تونس وليبيا ومن الغرب المغرب الأقصى وموريتانيا ومن الجنوب النيجر ومالي.

تتربع الجزائر على مساحة تقدر ب 2381741 كلم مربع، إن هذه المساحة التي تتراوح في المسافات من الشمال إلى الجنوب، ومن الشرق إلى الغرب بين 1500 و 2000 كلم تجعل من الجزائر أوسع بلد إفريقي ويبلغ عدد سكانها المقيمون داخل

¹مصطفى يوسف كافي، السياحة المستدامة، السياحة الخضراء ودورها في معالجة ظاهرة البطالة، نشر إستيراد وتوزيع الكتب، الطبعة الأولى 2017، قسنطينة، 2017، ص 27 / 28.

الجزائر ب 38.7 مليون نسمة، وهذا في آخر تقرير كشف عنه الديوان الوطني للإحصاء (ONS).

وتتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ: . مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب ودرجة الحرارة متوسطة عموما في هذه المناطق من شهر أكتوبر إلى أبريل وتقارب 18 درجة، أما في شهر جويلية وأوت فتصل إلى أكثر من 30 درجة، ويكون الجو حار ورطباً. . مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا يتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من أكتوبر إلى ماي وتصل درجة الحرارة أحيانا إلى 5 درجات أواقل في بعض المناطق أما باقي أشهر السنة فتتميز بحرارة جافة وتصل إلى أكثر من 30 درجة. . مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات ويتميز بموسم طويل حار من شهر ماي إلى سبتمبر حيث تصل درجة الحرارة أحيانا إلى أكثر من 40 درجة، أما باقي أشهر السنة فتتميز بمناخ متوسطي ودافئ، هذا ما يمكن نشاط حركة السياح في فصل الشتاء.¹

2: الإمكانات التاريخية والأثرية: تعتبر المقومات التاريخية والأثرية من الإمكانات السياحية الهامة، وتوجد بالعالم معالم تاريخية هامة كالأهرامات في مصر، حيث يكتسب السائح متعة ذهنية، من خلال التعرف على تطور وتعاقب الحضارات.

3: المقومات الدينية: تتمثل المقومات الدينية في الأماكن المقدسة والآثار الدينية، وتعتبر مكة المكرمة من أشهر المواقع الدينية في العالم، من حيث عدد السياح الذين يقصدونها من كل بقاع العالم، وهذا لأجل أداء مناسك الحج والعمرة.

4: المقومات الثقافية: وتلعب دورا مهما من خلال رغبة السياح في التعرف على مختلف عادات وتقاليد الشعوب وفنونها الشعبية والصناعة التقليدية لهذه الشعوب، والتظاهرات الثقافية والفنية.

5: المقومات المؤسسية: وتتمثل في المؤسسات القائمة على القطاع السياحي، ولعب دورها في مختلف المجالات الخاصة بالسياحة، من خلال سن التشريعات

¹سماعيني نسبية، مرجع سبق ذكره، ص 46/45.

والقوانين، والهياكل التنظيمية العامة، ووضع خطط التسويق وبرامج الترويج للسياحة.¹

6: المقومات السياحية المادية: تتمثل المقومات السياحية المادية في توفير خدمة فندقية تتناسب مع مختلف أحجام ومستويات السائحين، إلى جانب توفير البنية التحتية الملائمة على غرار الطرق السريعة، الموانئ البحرية والجوية، شبكة الاتصالات وغيرها.

تتميز الجزائر بمستوى مقبول عموما في مجال البنية التحتية، ومن المنتظر أن يعرف تحسنا أكبر في المستقبل، مع انتهاء انجاز مجموعة من المشاريع الهامة على غرار مشروع الطريق اليسار شرق - غرب، مشروع متروالجزائر وعدة مشاريع أخرى. أما في مجال الخدمات الفندقية، فقد عرفت الجزائر نموا مستمرا، حيث تطور عدد الأسرة من حوالي 53812 سريرا في عام 1990م إلى حوالي 73548 سريرا في عام 2002م، أي بمعدل نموسنوي متوسط في حدود 2،92%.

وقد أظهر توزيع عدد الأسرة حسب تصنيف الوحدات الفندقية في الجزائر خلال الفترة (1990-2002)، أن عدد الأسرة في الفنادق المصنفة يمثل 44،35% من إجمالي عدد الأسرة، بينما يمثل عدد الأسرة في الفنادق غير المصنفة حوالي 44،64%. مما يعكس ضعف مستوى الخدمات الفندقية في الجزائر من حيث النوعية.

كما أظهرت بيانات رسمية زيادة عدد الفنادق والمنظمات السياحية للإيواء من 800، بطاقة استيعاب تقدر ب 72000 سرير وبنسبة إشغال تقدر ب 40%، كما أن عدد السياح الأجانب في الجزائر ارتفع بنسبة 09،4% عام 2003 بزيادة تفوق 15% عن سنة 2002، ليزيد في حجم العائدات السياحية من 133 مليون سائح من بينهم 2 مليون سائح أجنبي بحلول عام 2013، ولقد تم التركيز على السياح

¹عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص30/31.

الأجانب بشكل كبير لان مساهمتهم الحالية في العادات السياحية الجزائرية ضعيفة لا تتعدى 5% من إجمالي العائدات السياحية.¹

المطلب الثاني: خصائص السياحة:

1. - تشكل السياحة مصدرا للدخل القومي:

تعد السياحة نشاطا اقتصاديا متزايدا أو متضاعف الطبيعة وبصورة مطردة وخاصة ما يتعلق بالدخل والاستخدام السياحي وتفسير ذلك أن إقدام السياح على الإنفاق وتحويل نقودهم إلى عملات الدولة المستقبلية لهم من أجل سداد تكاليف الخدمات التي يحتاجون إليها إلى جانب مشترياتهم من الهدى التذكارية والعاديات، ويعني كل ذلك انتقال النقود التي ينفقها السياح عبر عدة أشخاص وقنوات ومستويات متعددة بالإضافة إلى استخدامها أكثر من مرة عن طريق انتقالها من حائز إلى آخر، مما يؤدي على تزايد الدخل وهوما يطلق عليه رجال الاقتصاد صفة multiplier رغم انتقال بعض هذه الأموال إلى الخارج الإقليم المستقبل للسياح من أجل توفير خدمات معينة أو تأمين خدمات محددة، وعلى ذلك يمكن القول بأن الدخل السياحي يتزايد في الأقاليم أو الدول السياحية التي تستطيع توفير كافة أو معظم خدمات ومتطلبات صناعة السياحة لها، ويقل هذا الدخل تبعا لمستوى ودرجة الاكتفاء الذاتي التي يتمتع بها الإقليم أو الدولة في هذا المجال.

2. ومن الطبيعي أن يتباين مستوى الدخل السياحي المتزايد في إقليم سياحي تبعا

لطبيعة الخدمات ووسائل التسلية المتاحة ومستواها بالإضافة إلى قوة الجذب السياحي ومستوى الأسعار، وأيضا تبعا لإمكانات السياح الوافدين وحجم دخولهم، مما يعني في النهاية التزايد المطرد للدخل السياحي.²

3. تشعب وتعدد مكونات النشاط السياحي وارتباطه بالكثير من الأنشطة

الاقتصادية الأخرى، (صناعية، خدمية... الخ).

¹بوفليح نبيل، دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، حالة الجزائر، تونس، المغرب، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر- الواقع والأفاق، جامعة حسيبة بن بوعلي، يومي 11-12 ماي، 2010، الشلف.

² عبد القادر إبراهيم حماد، ناصر محمود عبد، مرجع سبق ذكره، ص 118/119.

4. إن مدى ملائمة المناخ السياحي بمفهومه الشامل من العوامل المؤثرة على الطلب على المنتج السياحي محليا ودوليا.
5. الطلب السياحي لا يتوقف فقط على مدى توافر الموارد وتنوع المقومات والخدمات والتجهيزات السياحية، بل وعلى غيرها من العوامل كالأسعار خدمات السياحة الأساسية أو التكميلية.
6. إن الطلب السياحي يتوقف والى حد كبير على القدرة المالية للسائح (خاصة أن الطلب السياحي في جملته لا يرتبط بإشباع حاجة ضرورية، بل يرتبط غالبا بإشباع حاجة كمالية).
7. يتأثر الطلب السياحي بمستوى الرفاهية الاقتصادية في الدولة، والتقدم التكنولوجي في وسائل المواصلات والاتصال والتقلبات الاقتصادية (كالرواج والكساد) بالإضافة إلى عوامل ثقافية وسياسية يصعب على الدولة التأثير والتحكم فيها.¹
8. تعتبر السياحة صادرات غير متطورة، فهي لا في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر وهي تعتبر واحدة من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه، وعليه فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي " الدولة المضييفة" لا تتحمل نفقات النقل خارج حدودها، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى التي تتطلب بالإضافة إلى تكاليف إنتاجها وتكاليف نقلها.
9. إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي "الموارد السياحية الطبيعية التاريخية الأثرية" لإتباع إلا من خلال السياحة، فهذه الموارد لا تدر عائدا بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي، وهذا المنتج لا يباع في معظم الأحوال من غير وجود سلع وخدمات مساعدة التي تتمثل في التسهيلات السياحية التي يجب أن تتواجد جنبا إلى جنب مع الموارد السياحية وتتمثل هذه التسهيلات السياحية في أربع مجموعات:

¹ مبروك رايس، واقع وتحديات السياحة الصحراوية في الجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، جامعة خيضر، بسكرة، ص 12/11.

- أ- توفر الهياكل الأساسية "القاعدية": كشبكات النقل، الخدمات المرفقة "المياه والكهرباء"، وسائل الاتصال، توفر الأمن والاستقرار
- ب- توفر المنشآت الإقامة: الهياكل الفندقية وغيرها من وسائل الإقامة التكميلية "المخيمات، القرى السياحية".
- ج- توفر النقل: البري، الجوي، البحري.
- د- توفر المنشآت السياحية الترويجية: كدور اللهو والتسلية، محلات بيع الهدايا التذكارية والسلع الخدمات¹.

المطلب الثالث: تفاعل وعلاقة السياحة مع محيطها

إن النشاط السياحي متنوع ومعقد ومرتبطة بعدة قطاعات اقتصادية واجتماعية أخرى ولا يمكن له أن ينمو بمفرده، وأكثر من ذلك فإن جودة الخدمات السياحية المقدمة مرهونة، إلى حد كبير إن لم نقل شبه آلي، بالسلع والخدمات المنتجة في تلك القطاعات وبالنوعية التي تمتاز بها.

من الواضح أن نوعية الخدمات السياحية تتحدد، بصفة عامة، على أساس نوعية وسائل النقل، نوعية الاستقبال على مستوى المطارات والموانئ ونقاط العبور، نوعية المواد اللازمة لتحضير الوجبات الغذائية، نوعية التنشيط الترفيهي، نوعية الصناعات التقليدية، نوعية العلاقات الاجتماعية التي تربط السكان المحليين بالسياح، نوعية المحيط الطبيعي، الخ...

ومن ثم، يمكن التأكيد أن النوعية في قطاع السياحة متوقفة بالدرجة الأولى على مستوى تطور النوعية في القطاعات الأخرى وأن أي خلل يحدث في هذه السلسلة الطويلة المكونة للمنتجات السياحية سينعكس لا محالة بطريقة سلبية على هذه الأخيرة.

لذا نجد أن السياحة تتفاعل مع محيطيها، فتؤثر وتتأثر بعدة أنظمة مرتبطة بهذا المحيط وتساهم هي الأخرى في تحديد مفهوم السياحة.

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 49 / 50.

أولاً: تفاعل السياحة مع محيطها الاقتصادي:

يوجد ارتباط عضوي ما بين النشاط السياحي والمحيط الاقتصادي. فبالنسبة للاقتصادي، تعتبر السياحة مجالاً اقتصادياً هاماً ويتجلى ذلك من خلال العناصر التالية:

- إنتاج السلع والخدمات ذات الطابع السياحي المستعملة من قبل هذا القطاع مثل الأدوات الرياضية، تجهيزات الترفيه والتسلية، المباني السياحية بشتى أنواعها، معدات النقل السياحي، وسائل التخيم، الأثاث الموجه للتجهيز الفنادق والمركبات والقرى السياحية الخ... أما الخدمات فتشمل توفير وتنظيم النقل، الإطعام، التنشيط، التسلية، الجولات السياحية...

- السياحة تحفز على إنتاج سلع غير سياحية إلا أنها مستعملة أو مستهلكة من طرف السياح مثل إنجاز الهياكل القاعدية، بناء المرافق العامة، تطوير الصناعات التقليدية، إنتاج المواد الغذائية ومختلف المنتجات الصناعية المستعملة من طرف القطاع السياحي.

- بروز وتطور بعض المهن المرتبطة بالسياحة مثل وآلاء السياحة والأسفار، المرشدين السياحيين، الفرق الفلكلورية، الحرفيين، المنشطين الخ.

- تأثير السياحة على ميزان المدفوعات من حيث التدفقات المالية المتعلقة بالإيرادات والنفقات.

- مساهمة السياحة كظاهرة اقتصادية واجتماعية دولية في تنمية الكثير من الدول والمناطق الجهوية وفي إعادة توزيع الدخل.

ثانياً: تفاعل السياحة مع المحيط الاجتماعي:

إضافة إلى طابعها الاقتصادي، تعتبر السياحة كذلك ظاهرة اجتماعية، وتبعاً لذلك فهي تستحوذ بصفة خاصة على اهتمام علماء الاجتماع في مواضيع عدة، نذكر منها على سبيل المثال المجالات التالية:

- التدفقات والهجرة المؤقتة للأفراد والعائلات نتيجة الحركات السياحية التي تحدث ما بين المناطق والدول.

- استهلاك الوقت والمكان وسد أوقات الفراغ.

- تبادل القيم وتطوير العلاقات الاجتماعية واحتكاك الثقافات وتعارف وتقارب الشعوب.

- تطوير ثقافة المحبة والسلم والتسامح واحترام الآخر.

- تجديد قوة العمل عن طريق الاستفادة من الراحة والترفيه.¹

ثالثا: تفاعل السياحة مع المحيط السياسي:

إن المحيط السياسي له صلة وثيقة بالسياحة حيث تتدخل الدولة من خلال وضع السياسات السياحية الملائمة التي تهدف إلى تخطيط وتوجيه وتأطير السياحة وجعلها تستجيب للأهداف المراد بلوغها قصد تلبية الحاجات المتنوعة للطلب السياحي الداخلي والخارجي.

رابعا: علاقة السياحة بالتكنولوجيا:

ككل القطاعات الاقتصادية الأخرى، تتأثر السياحة بالمحيط التكنولوجي الذي تتموفيه خاصة فيما يتعلق بمكونات العرض السياحي كالنقل بشتى أنواعه وأصنافه، التجهيزات الفندقية، وسائل الإعلام والاتصال، المنشآت القاعدية... إلخ فكلما كانت التكنولوجيا متطورة كلما انعكس هذا إيجابيا على العرض السياحي وعلى نوعية الخدمات بصفة عامة، وخلافا لما يعتقد البعض، فإن السياحة الدولية مركزة بصفة أساسية في الدول المصنعة.

خامسا: علاقة السياحة بالثقافة:

هناك علاقة طردية بين المستوى الثقافي للفرد وطلبه على السياحة ومساهمته في التنمية، بالرغم من أن هناك من يرى أن التنمية تلتقي مع الثقافة في إطار جد ضيق كونها نشاط غير منتج، فمنذ أكثر من عشرين عاما كانت هذه العلاقة مبهمة وغير مؤكدة. ولكن يجب التأكيد على أن الاطلاع والمعرفة الشخصية المكتسبة من خلال الوسائل التعليمية المختلفة تكون بمثابة عامل محفز للفرد المثقف للقيام بالرحلات السياحية بهدف الاطلاع عن كثب بالواقع الفعلي على المعالم السياحية لمختلف بلدان العالم، كما تدفع الثقافة إلى الانفتاح الاجتماعي والرغبة في الاحتكاك بالشعوب الأخرى. كما أن زيارة العلماء من الاختصاصات المتعددة على حساب

¹ مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى علم السياحة، مرجع سابق ص 62/63.

السياح أعلى حساب دولتهم لإجراء البحوث والدارسات أيضا تعد سياحة ثقافية، وهكذا فإن الثقافة الشخصية تشكل دافعا للسياحة وتشكل الثقافة الظاهرية عاملا مستقطبا للسياحة، وكلاهما يساهم في التنمية.

ومن ثم تمثل السياحة وسيلة حضارية لنقل وتبادل الثقافات والحضارات بين شعوب العالم المختلفة فعن طريقها يتحقق التبادل الثقافي بين الدول السياحية حيث تنتقل اللغات والمعتقدات الفكرية والأدب والفنون ومختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها. وبالتالي يؤثر الاستجمام بطريقة إيجابية على الثقافة وعلى الشخص والمجتمع، فمقولة "العقل السليم في الجسم السليم" هي ائزان نفسي وجسدي يحافظ عليه بواسطة الاستجمام (شغل وقت الفراغ).

سادسا: السياحة والبيئة الطبيعية:

لقد ثبت بما لا يقبل الشك أن التطور التكنولوجي يكون على حساب البيئة الطبيعية، ونتيجة لذلك برزت قضية حماية البيئة الطبيعية بشكل مركز واضح. وقد دعت الهيئات الدولية المعنية كالأمم المتحدة إلى عقد مؤتمرات من أجل صيانة البيئة والمحافظة على المصادر الطبيعية النباتية منها والحيوانية. والمعروف ان الغرض السياحي يعتمد بشكل كبير جدا على العامل الطبيعي المتمثل بما يلي:

- المناخ بمواصفات معينة.
- هيكل الأرض والمناظر الطبيعية الجذابة.
- المياه بمختلف مصادرها ومواقعها.
- الغابات والأشجار والمساحات الخضراء.
- النباتات والحيوانات.

وبالتالي فإن الاستغلال الاقتصادي الأمثل للمورد السياحي يتطلب بالضرورة الاهتمام والعناية بالطبيعة والمحافظة عليها. ومن المؤكد أن للسياحة تأثيرات بيئية مختلفة حيث تعتبر البيئة الطبيعية الجيدة موردا أساسيا من الموارد التي تعتمد عليها

التنمية السياحية كما أن الاستعمال المجحف للبيئة الطبيعية قد يتسبب في تدهور النشاط السياحي.¹

المطلب الرابع: أفاق السياحة في الجزائر:

دعا وزير السياحة والصناعة التقليدية المستثمرين الخواص إلى بذل أقصى الجهود لإرساء نمط حوار وتشاور مجد لإعادة بعث قطاع السياحة في الجزائر، مؤكدا على ضرورة تذليل الصعوبات القائمة لتجسيد 523 مشروعا سياحيا في الآجال المحددة ومن ثم كسب رهان صناعة سياحية ناضجة في منطقة المتوسط.

وقال الوزير على هامش إشرافه على لقاء تقييمي حول الاستثمار السياحي بالعاصمة، أن 523 مشروعا استثماريا سياحيا قد وافقت عليه وزارة السياحة خلال الفترة مابين 2008 إلى نهاية 2010 وهوما من شأنه أن يرفع سعة الاستقبال ب 50 ألف سرير مع توفير 75000 منصب عمل جديد، مبرزا أن اللقاء يعكس عزم الدولة على الوقوف إلى جانب المستثمرين الخواص أمام مختلف العراقيل التي تواجه مشاريعهم، لاسيما المشاكل المتعلقة بالبنوك والهيئات المصرفية. وأضاف المتحدث أن وزارته جلبت تدابير جبائية وشبه جبائية وجمركية، وأكثر من ذلك فإن الدولة مستعدة لتقديم الدعم القوي والتأطير المادي لمختلف النشاطات السياحية.

كما اعترف المسؤول الأول على القطاع بضعف العمل الإعلامي في جلب السياح وتلميع صورة الجزائر السياحية في الخارج مقارنة مع النماذج الموجودة في الدول الشقيقة التي تطورت في هذا المجال، مضيفا أن عملية تسويق المنتج السياحي الجزائري مازال يحتاج إلى الكثير من العمل. وفي هذا الصدد كشف أن الوزارة تعمل حاليا على ضبط ورقة طريق من خلال ورشة خاصة لترويج السياحة في الجزائر، مثيرا في هذا الصدد إلى أهمية استعمال التكنولوجيات الحديثة في هذا الغرض.

¹ وزاني محمد، السياحة المستدامة: واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر - > دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة - حمام ربي - < مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق وخدمات، جامعة أوبوكر بلقايد، ولاية سعيدة، 2010/2011، ص من 50/48

وأوضح الوزير أن اعتماد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 فتح المجال لتحولات جذرية في أسلوب التفكير والعمل من أجل إحياء قطاع السياحة، خاصة وأنه يتمتع حاليا بمكانة راقية في نمو الاقتصاد العالمي، حيث يتصدر السوق العالمية للخدمات وهو يمثل في عدد كبير من الدول المصدر الرئيسي لدخلها. وأشار المتحدث إلى أن المنظمة العالمية السياحية تتوقع مستقبلا واعدة من حيث التعزيز والتطور عبر العالم، معا لأخذ بعين الاعتبار النمو المتواصل للأسفار والترفيه، ففي الفترة الممتدة من 2011 إلى 2020 يتوقع أن تتراوح نسبة النمو بين 4 و5 بالمئة.

وعلى صعيد آخر فند المتحدث الإشاعات التي تدور حول غياب الأمن في المناطق الصحراوية خاصة وأنها تشهد حاليا أوج فترات الاستقطاب السياحي قائلًا في هذا الصدد "كنت بولاية إليزي قبل ثلاثة أسابيع ويمكنني أن أؤكد سلامة السياح الأجانب وأن كل الأمور آمنة".

من جهته دعا السيد عبد الرحمان بن خالفة مندوب عام الجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية الوصاية إلى الإسراع في تنصيب مركز المرافقة من منطلق أن المهن القاعدية المتعلقة بالقطاع غير متحكم فيها على غرار الاستغلال الفندقية وفتح سلاسل فندقية من علامات عالمية وغيرها ويكون المركز على شكل شبكة تضم متعاملين من القطاع العمومي والخاص وتقوم بإسداء النصح والإرشادات للمستثمرين وأصحاب المشاريع السياحية عند تجسيدها.

وأكد السيد الوزير أن لسوق السياحة عوائد جيدة ولكنه في الجزائر غير ناضج، إلى أن الفاعلين في القطاع يفضلون الاستثمار في العقارات دون الاهتمام بإستغلال الثروات الطبيعية التي يزخر بها الوطن، وشدد المتحدث على ضرورة الاهتمام بالخدمات المقدمة أكثر من تشييد المرافق، حيث ستبقى دون معنى إذا لم تضمن خدمة تستجيب لاحتياجات ضيوف الجزائر من السياح.¹

¹مبروك رايس، مرجع سبق ذكره، ص 22/21.

المبحث الثالث: الترويج السياحي وأهميته

تمهيد: يعتبر الترويج السياحي من بين الركائز الأساسية وعنصر من عناصر المزيج التسويقي والسياحي، والتحدث عن الترويج في مجال السياحة يعني التحدث عن العلاقات العامة كأبرز عنصر من عناصر المزيج الترويجي، خاصة وأن خصائص المنتجات السياحية تتطلب عملية ترويجية تتميز بوسائل واستراتيجيات تضمن الترويج الأمثل لهذا النوع من الخدمات.

المطلب الأول: مفهوم الترويج السياحي:

أولاً: الترويج (bromontion)

هو عنصر من عناصر المزيج التسويقي ويساهم في تصريف البضائع والسلع والخدمات ويمثل القوة الدافعة للنشاط التسويقي، يعرف الترويج على أنه، الاتصال الذي يبني ويحافظ على العلاقات من خلال إعلام وإقناع جمهور المشاهدين بوجهة نظر المنظمة بصورة إيجابية وقبول منتجاتها.¹

كذلك تم تعريفه على أنه: "عملية اتصال مباشرة وغير مباشرة بالمستهلك لتعريفه بالمنتج والخدمة السياحية لتحقيق رغبته وميوله ورسم الصورة الذهنية لإقناعه بالشراء وحمايته من الاستغلال".²

ثانياً: الترويج السياحي

فيعرف على أنه "كافة الجهود المباشرة التي تهدف إلى تحقيق الأهداف المحددة لها في الإستراتيجية التسويقية السياحية العامة لهذا البلد، أوفي هذا الموقع أوحى هذا الفندق أوداك وباستخدام المزيج الترويجي الأكثر ملائمة".³

ويعرف الترويج السياحي أيضاً: "بأنه التنسيق بين جهود البائع والسائح في إقامة منافذ للمعلومات لتسهيل بين المنتج إلى السائح"

¹ بشير العلاق، محمد علي رابعة، الترويج والإعلان، دار اليازوري، دار عمان، 1998، ص 53.

² يوسف أبوفاة، التدقيق التسويقي، الأدبية للطباعة والنشر، عمان، 2001، ص 253.

³ عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر. 3، 2012 / 2013، ص 41.

وهو كذلك: " كافة الجهود الإعلامية والدعائية والعلاقات العامة الرامية إلى إعداد ونقل رسالة أوسائل 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".

المطلب الثاني: أهمية الترويج السياحي

تتمثل أهمية الترويج السياحي فيما يلي:

1. تحقيق التوعية السياحية: فانخفاض مستوى الوعي السياحي لدى الجمهور يعد أحد العوامل التي تعوق السياحة عن أداة دورها في تنمية المجتمع والارتقاء به، وأحد العوامل الخطيرة التي تفقد المنتج السياحي أهم مقوماته التي يتميز بها، لذلك فتحقيق التوعية السياحية مهمة جدا.
2. 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 فيها¹.
3. 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.
- 4- 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 السائحين².

¹فتيحة أوهابيه، شمس ضيات خلفلاوي، (مجلة أفاق للعلوم 7228-2507 essn: / الترويج السياحي من خلال تفعيل العلاقات العامة)، العدد الثالث عشر، سبتمبر 2018، جامعة زيان عاشور - الجلفة، ص 131/130.

²كحيط إيمان، (مجلة العلم القانونية والاجتماعية / الترويج السياحي والإعلام السياحي في الجزائر)، العدد التاسع عشر، جامعة زيان عاشور، الجلفة، ص 410.

المطلب الثالث: أهداف الترويج السياحي

يهدف الترويج السياحي إلى حل مشكلة عدم توفر المعلومات لدى السياح حول الخدمات وأسعارها وكيفية الحصول عليها لتوفير حالة إيجابية يستقبل من خلالها السائح ما يقدم إليه من خدمات ويمكن تحديد أهداف الترويج بصفة عامة بالأهداف الآتية:

- توفير قنوات للتغذية العكسية حول الخدمات السياحية المقدمة حيث تمثل علمية الاتصال الترويجي علاقة مع عناصر التسويق الأخرى ومع البيئة الخارجية ويمثل حالة التبادل والتفاعل بين المنظمة السياحية السياح من خلال عملية تبادلية للمعلومات التسويقية.

- تذكير السياح وحملهم على معاودة طلب الخدمة.

- زيادة مستوى الولاء نحو الخدمات المقدمة فضلا عن تعميق الموافق الإيجابية اتجاه الخدمات.¹

- وتختلف أهداف الترويج السياحي من مؤسسة إلى أخرى ومن طرف إلى آخر، والترويج السياحي للمنطقة أو المورد السياحي يحقق هدفين مترابطين:
الأول: هو الإعلام عن مزايا وخصائص ومكونات المنطقة أو المورد للسياح المحتملين وإثارة الرغبة لديهم لزيارة تلك المنطقة.

الثاني: اتخاذ الإجراءات لتنفيذ تلك الزيارة بالشكل المناسب وخطة التسويق للمنطقة يجب أن تتضمن رسائل ترويجية يتم إعدادها انطلاقا من نتائج دراسة وتحليل السوق التي تظهر العلاقة بين العرض والطلب (السياح والموارد).²

- وتسعى المؤسسة السياحية لتحقيق عدة أهداف من خلال نشاطها الترويجي ومن أهمها:

¹حنشي، أبوعجيلة حاجي، أثر عناصر المزيج الترويجي على اتجاهات السياح نحو السياحة المحلية في ليبيا، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الأعمال، 2009، ص 44.

²محمدي وافية، دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية (دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة)، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية، الجزائر، 2011-2012، ص 63.

- **الإعلام:** ويقصد به إتاحة المعلومات والبيانات عن المنتج السياحي للعملاء (السياح) الحاليين والمرقبين.

الإقناع: محاولة إقناع السياح المستهدفين والمحتملين بالتركيز على المنافع والفوائد التي سيحصلون عليها من استعمال المنتج والتي تحقق إشباع حاجاتهم ورغباتهم.

-**التذكير:** يعني تذكير السياح من وقت لآخر بالمنتج السياحي حتى لا ينسونه ومن أجل الوصول إلى تعميق مستوى الولاء النسبي للعملاء وحتى لا يتجهون إلى منتجات المنافسين.

-**التعزيز:** ويعني تدعيم مواقف الآراء الحالية الايجابية للسياح نحو المنتج السياحي لتقوية الشعور بالرضا بعد الشراء ولتكرار الشراء باستمرار.

- **الاهتمام:** إثارة اهتمام السياح المستهدفين والحاليين وتكوين صورة ذهنية جيدة عن المؤسسة والمنتج وبناء صورة ذهنية جذابة لدى السائح عن المؤسسات السياحية ومنتجاتها وعلاماتها التجارية.

- بذل الجهد من أجل التأثير في الآراء والمواقف السلوكية السلبية للعملاء وتحويلها إلى مواقف ايجابية اتجاه المنتج السياحي والمؤسسة، توفير المعلومات للزبائن ومختلف العملاء، الرفع من الطلب وتمييز المنتج بناء العلاقات وخفض تقلبات المبيعات.¹

كما يمكن عن طريق الترويج السياحي تحقيق هدفين:

الهدف الأول: إقناع السائح بقيمة وأهمية مزيج الخدمات السياحية المقدمة عن طريق إعادة عرض الخصائص الغير ملموسة للخدمة وجعلها أكثر ملموسة باستخدام وسائل الترويج المختلفة والمؤثرة إيجابيا في العميل (السائح).

¹MohammedObidat et Hani Al_Dmour, Priciples of marketing, DarWaelfr publishing, Amman, 2005, p342.

الهدف الثاني: بناء والتحكم في توقعات السائح، والعمل على إزالة أوتقليص الفجوة بين توقعات السائح وتجارية ومدركاته، الانطباع الذي يتكون في ذهنه بعد حصوله على الخدمة والانتفاع بها من خلال التجربة الفعلية.¹

المطلب الرابع: عناصر المزيج الترويجي السياحي

أولاً: العلاقات العامة

مفهومها: المعلومة تؤدي إلى المعرفة، والعلاقات العامة تضيف التأكيد على المعرفة، وفي كلا الحالتين يتطلب المهارة، أي مهارات الاتصال. العلاقات العامة تنسج شبكة من المعلومات الصادقة والموضوعية من خلال اتصال منتظم ومخصص لعملاء محددین بشكل خاص. كما تعمل على التحسين الغير مكلف لصورة العلامة التجارية وسمعة وجهة سياحية أوخدمة سياحية وتعمل على زيادة اهتمام الجمهور للعرض المقدم.² تمثل العلاقات العامة مجموعة من الجهود الواعية، المخططة، المتبعة والتي تهدف إلى إنشاء، ومحافظة وتطوير فهم وثقة متبادلة بين منظمة ومختلف جماهيرها.³

ثانياً: الدعاية السياحية

- تعتبر الدعاية السياحية من بين إحدى الوسائل المستخدمة في مجال الترويج السياحي، وتهدف إلى تحقيق الالتقاء أوالتقريب بين العرض السياحي والطلب السياحي، وذلك من خلال توجيه الطلب السياحي إلى مناطق العرض السياحي، وتقديم المعلومات والبيانات اللازمة عن طبيعة وظروف ومكونات العرض السياحي، والخدمات السياحية على وجه الخصوص.⁴

¹براهيمي وهبية، "إشكالية ترقية المنتج السياحي في الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود مالية، كلية العلم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003/2002.

²Alinparenteau. **le marketing pratique du tourisme réceptif européen**. Edition g.lanore.3eme édition.malakoff.1997.p /99/100.

³isabelle frochot.patricklagohere. **Le marketing du tourisme**. Dunod. paris. 2007.p 219.

⁴صبري عبد السميع، " التسويق السياحي والفندقي: أسس علمية وتجارب عربية"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006، ص244.

- تعتبر الدعاية الأثر المتحقق لأي جهد ترويجي ممارس من قبل كافة الوسائل الترويجية، والدعاية في مجال السياحة نعني محاولة نشر بيانات ومعلومات بهدف تحقيق التقريب بين العرض السياحي والطلب السياحي إلى مناطق العرض السياحي المستهدفة، وتقديم المعلومات والبيانات الوافية عن طبيعة وظروف ومكونات العرض السياحي من خلال العديد من الوسائل الدعائية والكتيبات والملصقات والمجلات التي تعرض المقومات السياحية ومناطق الجذب السياحي والخدمات والتسهيلات السياحية للمواقع السياحية إلى جانب عرض الأفلام الإذاعية والتلفزيونية والذي يعتبر عاملا مساعدا في توصيل المعلومات عن الموقع السياحي¹.

ثالثا: الإعلان السياحي

- يعرف الإعلان السياحي أنه تلك الوسيلة الغير شخصية والتي تهدف إلى التأثير في عواطف ومدركات السياح، وتوجيه سلوكهم السياحي نحو التعاقد على برنامج معين أعلى خدمات سياحية للشركات سياحية معينة. والإعلان السياحي قد يكون على المستوى الرسمي أي تقوم به الهيئات الحكومية لترويج المقومات والخدمات السياحية الموجودة في تلك الدولة. أوقد يكون الإعلان السياحي على مستوى القطاع الخاص وتقوم به الشركات السياحية وكالاتها للإعلان عن البرامج والخدمات السياحية التي تقدمها. يقتضي الإعلان السياحي مخاطبة حاجات رغبات السياح، وهذا ما يتطلب على الشركات والوكالات السياحية القيام بدراسة جيدة وواعية للسوق السياحي من أجل التعرف على خصائص القطاعات السياحية التي سوف تخدمها، والظروف والأحوال التي تعيشها هذه القطاعات، ومزيج الخدمات السياحية التي تفضلها، والتعرف على الخدمات السياحية التي تقدمها الشركات المنافسة وذلك من أجل تصميم رسالة إعلانية مناسبة لكل قطاع سياحي تعمل على شد وجذب انتباه ذلك القطاع ودفعه للتعامل مع شركة السياحة باقتناء برامجها وخدماتها السياحية².

¹ مرداوي كمال، ابن سيرود فاطمة الزهراء، " واقع الممارسات التسويقية في المؤسسات السياحية الجزائرية"، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والأفاق، المركز الجامعي بالبويرة، 11 و12 ماي 2012، ص 5/6.

² عبد العزيز أبونبعة، "دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة - منهج تطبيقي -"، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2005، ص 201.

رابعاً: البيع الشخصي

- البيع الشخصي يعني تقديم وبيع السلع أو الخدمات بصفة شخصية ومباشرة لزبائن، ويعمل رجل البيع على إمداد الزبون بكافة المعلومات والخصائص عن المنتج والعمل على إغرائه وإقناعه بشرائه، أوترك لديه انطباع جيد عن المنتج حتى وإن لم يقم باستعماله فوراً، أي العمل على جلب الزبون مستقبلاً. وفي السياحة يقوم رجل البيع بالاتصال مباشرة بالسياح من أجل التعاقد على البرامج السياحية والترويج لها بشكل ملفت ومغري ومقنع.¹

خامساً: تنشيط المبيعات

يعتبر تنشيط المبيعات عنصر فعال من عناصر المزيج الترويجي، فهي تقنية اتصالية تجارية تؤدي إلى التأثير المؤقت على سلوك السائح، وتعتمد في مبدئها على إستراتيجية الدفع للخدمات السياحية نحو السياح المستهدفين وهدفها التغيير الحالي في سلوكيات المستهلكين وبالتالي ارتفاع المبيعات في الأجل القصير، أي زيادة مؤقتة في المبيعات خلال فترة زمنية محددة. وتأخذ هذه التقنية العديد من الأشكال نذكر منها التقسيمات، الهدايا، المسابقات، الكتاوجات، التخفيضات والخصوم، والمعارض والمهرجانات السياحية وغيرها من وسائل تنشيط المبيعات. تسعى الإدارة التسويقية من خلال استخدام هذا الأسلوب الترويجي إلى تفعيل وتنسيق مختلف الجهود المبذولة والتي تهدف إلى تشجيع المشتري الحالي والمرتقب على إتمام عملية الانضمام وشراء برامج سياحية خلال فترة زمنية قصيرة من خلال إغرائه بمنافع وفوائد ستعود عليه أثناء شرائه للخدمات السياحية.²

¹ حفصي هدى، " بحوث العلاقات العامة في المؤسسة السياحية - دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة -"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، فرع تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص 53.

² قمرأوي نوال، أثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية - دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة - مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل الماجستير في علوم التسيير، إدارة أعمال البيئة والسياحة، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011/2010، ص 98/97.

المبحث الرابع: السياحة في ولاية تمنراست:

تمهيد: تعود منطقة تمنراست عاصمة الهقار بالجزائر مدينة تفتخر بعراقة تاريخها وتشهد على ذلك الرسومات والنقوش الحجرية التي تحتفظ بتاريخ المنطقة التي اكتشفت بطاسيلي الهقار وتديكلت وهي تمثل اليوم أغنى متحف في الهواء الطلق لفنون ما قبل التاريخ. ولذلك صنفت منطقة اليونسكو الحظيرة الوطنية للهقار ضمن التراث العالمي المحفوظ.

وتشتهر تمنراست بكونها ملحمة الرجل الأزرق وهم "الطوارق" أو أهل اللثام الذين اشتهروا بكنية الرجل الأزرق لتفنينهم في ارتداء الكوفية والعمامة الزرقاء، حيث تحدى هؤلاء منذ القديم والزمان، مصاعب الصحراء الكبرى، وحولوها إلى متحف فريد نحواضلاع السلسلة الجبلية الشهيرة وتحس بأنك تتلامس حضارة من العصر الحجري، وأنامل الإنسان الأول في منطقة دلت الحفريات على تواجد الإنسان بها قبل نصف مليون عام.

وتعتبر مدينة تمنراست قبيلة السياح الأولى في الجزائر من مختلف بقاع العالم لما تحتويه من معالم طبيعية اهلتها بجدارة لأن تكون مدينة سياحية بامتياز، وصحرائها تبعث في النفس السكينة والهدوء وروح التأمل، يعود ذلك التاريخ إلى الأصول الأولى للإنسان.

المطلب الأول: مفهوم السياحة الصحراوية

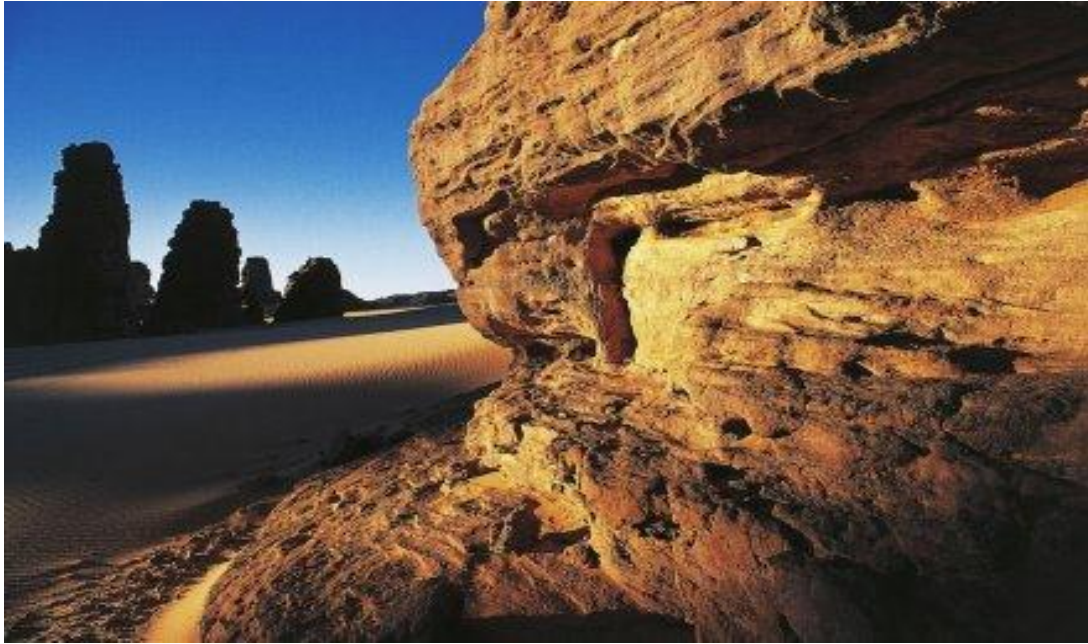
هي نوع من أنواع السياحة الطبيعية، مجالها الصحراء بما فيها من مظاهر طبيعية تتمثل بتجمعات الكثبان الرملية (الرق، العرق، والسرير) والجبال الجرداء والأدوية والواحات الطبيعية والخباري والضايات والقيعان، ومن مظاهر بشرية تتمثل في اسلوب حياة وثقافة الشعوب الصحراوية المتناغمة والمنسجمة تماما مع طبيعة الصحراء لتشكل في تفاعلها الطبيعي والبشري هذا نمطا غريبا من انماط الحياة المألوفة في المدن والأرياف.¹

¹فؤاد غضبان، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق والتطبيق، الطبعة الأولى، 2015، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 79.

قدم المشرع الجزائري مفهومه للسياحة الصحراوية وعرفها بأنها: "كل إقامة سياحية في منطقة صحراوية تقوم على إستغلال مختلف القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية لهذه البيئة، مرفقة بأنشطة مرتبطة بها من تسلية وترفيه واستكشاف".¹

المطلب الثاني: أهم المناطق السياحية بولاية تمنراست

تتخر منطقة تمنراست بعدة مناطق سياحية تضم عدة مناظر طبيعية، معالم أثرية ونقوش حجرية هائلة، ونذكر من أهم هذه المناطق نذكر منها:
أولاً: **منطقة الأتاكور**: أوما يعرف "الكدية" وهو من أهم مناطق الأهقار حيث يشكل أعلى قمة فيها نظرا لموقعه في المنطقة الوسطى حيث يبلغ ارتفاع قاعدته من 900 إلى 1000 م بينما إرتفاعه يقدر 2200 م فهومن المناطق الأكثر إثارة في الأهقار.



¹القانون 03 - 01 المتعلق بالتنمية المستدامة، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 19- 02 - 2003، ص

ثانيا: منطقة أسكرم:

تبعد عن الولاية ب 80 كلم يمتاز بكتلة الجبلية روعة في الجمال كذلك بأحسن شروق وأحسن غروب ليس بالجزائر فحسب بل في العالم، وأين يوجد الأب شال دي فوكو. حيث يتوافد السياح بكثرة إليه.



ثالثا: منطقة إفيلال:

وهي التي تم تصنيفها من أهم المناطق الرطبة التي تمتاز بمياهها، يلجأ إليها السياح حيث يوجد بها قلتات وأعشاب زادت من روعة المنطقة.



رابعا: منطقة هيرافوك:

تعرض هذه المنطقة بطبقتين:

1-المستوى الأول: قديم جدا يعرض اهم الحيوانات المنقوشة في المنطقة اهمها الزرافة- والنعامه - والظباء.

2-المستوى الثاني: أكثر حداثة (عصر الأوسط) حيث ترك الإنسان في هذا العصر ليبية بربرية تمثلت في الكلاب والأبقار والجمال.

3-وتحتوي على أماكن رطبة ومنها قلنة إظيمان



خامسا: منطقة إدلس:

تقع شمال شرق ولاية تمنراست على بعد 120 كلم حيث توجد بها نصب تذكارية إسلامية بأحجام مختلفة، إضافة إلى ذلك النحوت وقبر لـ اقالمين.



سادسا: منطقة جبال تاهات:

يعد أعلى قمة في الجزائر يعلو ويقدر بـ 2918م، ويحتوي على مجموعة من النصب التذكارية قبل الإسلام (معالم وقبور فترة فجر التاريخ) بأحجام كبيرة ومختلفة وبعض النقوش.



سابعاً: منطقة تاقمارت

هي قرية تقع على سلسلة الأتاكور على بعد 35 كلم من مدينة تمنراست وبها قريتين ومنها:

1- القرية الأولى: تشتهر بنحوت ورسومات تتواجد بها حيث يتسنى لزائر من مشاهدتها وتمتع نظرها وجمالها الخلاب.

2- القرية الثانية: تتميز هذه القرية بلتات تقع بمكان يدعى اوفادن في منخفض طولي مقطوع بصحرتين بمنفذ صعب للغاية كما أن به هضبة تمثل جزء من المنطقة الطبيعية للاتاكور.

وهي تشكل نقطة توقف حيوانات البرية بمختلف أنواعها وهي المكان الذي تأوي إليه الأروية ومختلف الطيور المقيمة (العقعق) والمهاجرة كاللقلق والخطاف والسنونو.



ثامنا: منطقة تازروك:

وهي قرية تبعد حوالي 200 كلم عن تمنراست بها بساتين للنخيل ومحطة للمنحوتات تعرض بقريات وبعض الرسومات بشكل مبهم، ونجد كذلك النقوش وكتابات التقيناغ وكتابات ليبية بربرية، وعلى بعد 22 كلم عن القرية كما بها قصر يدعى قصر تازروك.



تاسعا: منطقة تيت:

وهي قرية تبعد حوالي 40 كلم شمال تمنراست بها مجموعة من النحوت المهمة في الأهقار خاصة محطة تينيسا حيث توجد فيها نقوش ورسومات من حيوانات مثل الزرافة والفيلة والنعام والظباء.

عاشرا: منطقة تافدست:

تقع شمال شرق مدينة تمنراست على بعد أكثر من 300 وهي مرتفع كبير صواني موجه من الشمال إلى الجنوب على حوالي 150 كلم طول و0.5 كلم عرض، قسمة المجرى العظيم لواد مرتوتك، تعرض وقائع للصيد والحياة الأليفة، حيوانات محلية عتيقة منها (الزرافات، الغزلان، النعام) أو الحيوانات من الحياة الأليفة كالخيول، الحمير، المعز والأبقار.

تافدست في مجموعها عبارة عن الصخور صيوانية وتعد منطقة صعبة التي لاتحوي سوى واحة واحدة وتدعى مارتوتك.

حيث أن هذا الجزء من الصحراء يعد موزعا لمهد الحضارة العصر الحجري الحديث (ليوليتية) نشأت أساسا على الهضبة والأودية المرتفعة القريبة لواد مرتوتك، وتعد التماثيل بها أكثر قدما إلى حوالي 6700 سنة، حيث تمتاز بعدة تماثيل ونقوش.¹

الحظيرة الوطنية الثقافية للأهقار : مبادرات للمحافظة على التنوع البيولوجي بمنطقتي تافدست و تايسا



المطلب الثالث: المقومات الطبيعية لولاية تمنراست:

1: المقومات الطبيعية:

اولا: الموقع الطبيعي: تحتل ولاية تمنراست موقعا جيوستراتيجي وهذا بوجودها في اكبر حضية تم تصنيفها كتراث عالمي من طرف اليونسكو لاحتوائها على مواقع أثرية تعود إلى عقود قديمة، تشهد على أولى التظاهرات الإنسانية، جعلت من الاهقار في فترة ما قبل التاريخ إحدى المناطق الأكثر كثافة سكانية في العالم، وكذا وجود عشرات من النقوش والرسوم الحجرية التي تعود إلى 12000 سنة مضت، كما أنها بوابة الصحراء على الساحل الإفريقي.

ثانيا: المناخ:

(خط عرض: 22 درجة، 48 شمالا. خط طول: 5 درجة، 27 شرقا. ارتفاع: 362،1 متر).

درجة الحرارة (المتوسط الشهري والمطلق على 10/1 درجة):

¹الديوان الوطني الحضية الثقافية للأهقار بولاية تمنراست.

جدول رقم(2): درجة حرارة إقليم الأهقار خلال أشهر السنة

الشهر	درجة الحرارة العظمى	درجة الحرارة الدنيا	العظمى. المطلقة	الدنيا. المطلقة
1	202	53	280	43-
2	226	76	302	26-
3	225	106	330	2
4	292	147	367	25
5	326	189	385	70
6	348	223	396	149
7	346	226	400	137
8	340	221	383	165
9	324	204	368	143
10	289	160	346	87
11	245	106	305	9
12	208	66	385	45-
السنوات	283	148	400	45-

(B) هطول الأمطار (المتوسط الشهري على 10 / م):

جدول رقم(3): هطول الأمطار خلال السنة

السنوات	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	السرعة
470	20	91	23	87	81	40	84	76	22	20	21	22	

(a) متوسط الرياح (المتوسط الشهري على 10/1 م/سا):

جدول رقم(4): متوسط الرياح خلال السنة

السنة	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	السرعة
41	82	03	73	24	14	64	74	64	94	84	9	33	

الرطوبة (المتوسط الشهري بالمئة):

جدول رقم(4): متوسط الرطوبة خلال أشهر السنة

السنة	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	الرطوبة
22	27	28	26	23	20	18	17	19	19	21	24	27	بنة

ثالثا: التضاريس: تتكون من سهول وهضاب علوها 2000م وجبال مثل قمة تاهات (2918م)، ايلمان(2760م)، اسكرام(2728م).

رابعا: النبات: يتكون الغطاء النباتي على أكثر من 300 نوع نباتي، تستعمل لتداوي كالشايح

وتبركات... الخ، ولأغراض رعوية.

ب المقومات التاريخية والثقافية والدينية:

تحتوي حظيرة الوطنية على مواقع أثرية تشهد على تواجد الإنسان منذ العصر الحجري القديم إلى العصر الحديث منها:

- **ضريح تينهنان:** وتينهنان هي ملكة التوارق، يتواجد ضريحها بمنطقة أبلسة على بعد 100 كلم شمال شرق مدينة تمنراست، حيث أن جثمانها موجود بمتحف باردو بالجزائر العاصمة، وهذا الضريح يرجع الى ما قبل القرن الخامس.

- قصر موسى أق امستان: يقع بمنطقة صور وبلدية تمنراست، يتميز ببناء معماري دوطابع صحراوي وقد بنيا ما بين سنة (1916-1918م).

- قصبة سيلت بدائرة سيلت.

- قصر باجودة بعين صالح وقصبة أولاد سيدي المختار أيضا بدائرة عين صالح.

معبد الأب فوكو: بمنطقة الأسكرام والتي كانت سابقا خلوة للأب بعدما أصبحت حاليا قبلة لزيارة السواح.

- **شلالات تمكرست:** التي تبعد عن مقر الولاية ب: 50 كلم.

- الغابة المتحجرة بمنطقة تيديكلت (عين صالح، اينغر، فقارة الزوى).

كما يتميز إقليم الأهقار بالعديد من المهرجانات والتظاهرات الثقافية نذكر منها:

- **الأسيهار:** تظاهرة اقتصادية، ثقافية، سياحية، تقام من جانفي إلى فيفري.

- **مهرجان تافسيت:** تظاهرة ثقافية سياحية، تقام خلال شهري مارس وأفريل.

- **المهرجان الثقافي للأغنية والموسيقى الأمازيغية:** مهرجان ثقافي سياحي يقام

خلال شهر ديسمبر

الزيارات الدينية بإقليم الأهقار:

-زيارة داغمولي: تقام بالواد على بعد 60 كلم شمال غرب تمنراست، تقام في شهر ماي.

-زيارة مولاي لحسن: تقام على بعد 300 كلم شمال تمنراست، تقام في شهر أكتوبر.

-زيارة مولاي عبد الله: تقام ببلدية تازروك، على بعد 280 كلم غرب تمنراست، تقام في شهر أوت.

-زيارة سبعين صالح: تقام بمنطقة عين صالح، تقام في شهر ماي.¹

3: الصناعة التقليدية: تشتهر ولاية تمنراست بتنوع غزير في الصناعات التقليدية لأنها تمثل حضارة عريقة أنشأتها حاجة الإنسان إلى التطوير والرقي، فأخذ يبدع فيها إلى أن أصبحت فن حقيقي نلمسه من خلال بساطة الصنعة وجودتها. ومن هنا يمكننا تقسيم هذه الصناعة على منطقتين وهما:

منطقة الأهقار: وتشتهر بالصناعات التالية:

- صناعة الحلي التقليدية: مثل الخلاخل، الأساور...الخ.
- صناعة الجلود: مثل صناعة القرية والخيمة...الخ.
- صناعة الفخار: مثل صناعة الأواني التي تستعمل للطبخ والأكل مثل القدر والقلعة....

- صناعة الخشب: مثل صناديق الزينة وأواني الأكل....
- صناعة الألبسة التقليدية: إذ تتميز بجودة ونوعية مع إضفاء التطريز والألوان عليها مما يجعلها تحظى بإقبال كبير من طرف السياح رجال ونساء.
- منطقة تيدكلت: وتشتهر بالصناعات التالية:
- صناعة الحلي التقليدية: وهي تختلف كلية عن حلي الهقار إذ تمتاز بكبرها وثقلها.

¹مفاتيح يمينية، تسويق السياحة الإقليمية الصحراوية في ظل التنمية المستدامة، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات، قسم العلوم تجارية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2011/2012، ص 79 / 82.

• صناعة الألبسة التقليدية: مثل العبايات النسوية التي تلبس في الأعراس وغيرها... الخ.

صناعة السلالة: لوجود النخيل بكثرة في المنطقة ومنتجاتها متنوعة منها الطبق، الحصير... الخ.¹

المطلب الثالث: عوائق الإستثمار السياحي بولاية تمنراست:

إن ضعف حركة الإستثمار السياحي بولاية تمنراست لم يكن وليد الصدفة وبالنظر إلى الإمكانيات التي تملكها الولاية لإحتواء هذا النوع من الإستثمار كان من الضروري تسجيل قفزة نوعية على هذا المستوى وأمام التدفقات السياحية للسياح والأرقام القياسية المسجلة التي تعتبر كمؤشر حقيقي للخوض في هذا المجال، غير إن ذلك لم يحظ برسم الصورة الحقيقية التي نطمح أوبالأحرى نطمع في الوصول إليها كل هذا وذاك سببه وجود الفجوة الواضحة لكل من هومتعايش في قطاعنا والمتمثلة في عدة عوائق معيقة الأطراف والتي أشبهها بخيوط بنجاح لكن هذا لن يتأتى إلا بالوقوف عليها دون غض الطرف على أي مشكل مهما كان نوعه. وفي هذا السياق يمكن أن نلفت النظر إلى بعض العوائق التي لازالت تعيق العدد المعبر من المستثمرين السياحيين الذين بادروا بمشاريعهم أو من هم في الطريق المبادرة إليها وتكمن هذه العوائق في مايلي:

1. صعوبة الحصول على العقارات الأرضية بسبب عدم تهيئتها وتحضيرها على مستوى منطقة التوسع السياحي.
2. تجميد دراسة منطقة التوسع السياحي.
3. تقييد الاستثمار السياحي في منطقة التوسع السياحي على من لايملك العقار، مع عدم وجود جرد شامل للمساحات السياحية الأكثر فاعلية للنشاط السياحي.
4. نقص التمويل المالي لإتمام المشاريع التابعة للمستثمرين الخواص خارج منطقة التوسع السياحي.

¹ ابن عبد الله محمد، دور وسائل الإعلام المحلية في تنمية السياحة المحلية، (نيل شهادة الماستر: وسائل الإعلام والتنمية المستدامة)، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة خميس مليانة، 2014/2013، ص 63/62.

5. صعوبة الإجراءات الخاصة بالحصول على تأشيرة الدخول للبلدان الأوروبية مما يعرقل مشاركة المتعاملين السياحيين للمشاركة في التظاهرات الدولية والتي تسمح لهم بإمكانية التعريف بالمنتوج السياحي للمنطقة وعقد إتفاقيات مع المتعاملين الأجانب مجال الإستثمار السياحي.
6. ضعف الإتصال والإعلام على المستويين الوطني والخارجي مما يساهم بقوة في تجاهل مقومات الجذب السياحي المحلي من أجل جلب اهتمام المستثمرين وبالتالي إبعاد الصورة الحقيقية للإمكانيات السياحية للولاية.
7. عدم وجود تنسيق فعلي بين مختلف القطاعات والمتعاملين السياحيين من أجل دفع حركة الاستثمار السياحي.
8. عدم وجود تهيئة المنابع الحموية للسماح للمستثمرين بالمبادرة بالاستثمار.
9. عدم تهيئة المسالك السياحية وتزويدها بالضروريات اللازمة كالماء والبنزين والكهرباء.... الخ لإمكانية التفكير في الاستثمار في بعض المناطق القريبة من الواقع السياحية.
10. عدم تهيئة الطريق الرابط بين مدينة تمنراست ودوائرها، والطريق الذي يربطها بالدول الإفريقية المجاورة.¹

¹ عبد الله بن عبد السلام، كلثوم حمدي، (مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية: عوائق الاستثمار السياحي بولاية تمنراست وعوامل النهوض به)، العدد 05، 2018، المركز الجامعي لتامنغست، من ص 178/176.

خلاصة الفصل:

وبذلك نستنتج أن السياحة الصحراوية تعد عنصرا هاما، لتحقيق التنمية المستدامة، بفضل امتدادها على كل الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية، إضافة إلى التوسع في استخدام وسائل الإعلام كالإذاعة المحلية في تقريب بعض البرامج السياحية لجمهور المستمعين، وبالتالي النهوض بهذا المجال وتنميته مما يقرب لدى مستمعين الإذاعة المحلية ثقافة دعم السياحة في الصحراء بشتى الآليات المناسبة وتعرفهم على أهم المناطق التي تزخر بها الصحراء الكبرى وتكشف لهم جمال بلادهم والأماكن النادرة التي لا توجد إلا في صحراؤنا الغناء.



الفصل الرابع: الجانب
التطبيقي

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة المنهجية

تمهيد: بعد الإنتهاء من الجانب النظري لهذه الدراسة والمتمثل في الفصول الأول والثاني والثالث سنتناول الجانب الميداني والذي يعتبر الأهم في كل دراسة، والوصول إلى النتائج المطلوبة توجب إتباع خطوات متعارف عليها منهجيا، وتتمثل في عرض المنهج المتبع وعينة الدراسة وحدودها وأدواتها وهذا ما نتناوله في هذا الفصل.

المطلب الأول: منهج الدراسة

أولا: منهج الدراسة

يعتبر المنهج أهم خطوات التي يسير عليها الباحث إذ يحدد له الطريق الذي ينبغي عليه سلكه وإتباعه لإنجاز الدراسة بشكل صحيح حتى يصل إلى نتائج دقيقة للمشكلة.

فقبل التطرق إلى المنهج المستخدم لا بد من الإشارة إلى أن لكل منهج شروط ومتطلبات وقدرات محدودة في البحث والتقصي، تفرض على الباحث استخدامها في حالات معينة، وأن عملية اختيار الباحث لمنهج بحثه لا تتم بطريقة، وإنما طبيعة الموضوع الذي يعالجه ونوعيته هي التي تفرض على الباحث تفضيل منهج على آخر. ويعرف المنهج في البحوث العلمية هو الطريقة والأسلوب الذي ينتهجه العالم في بحثه أودراسة مشكلة وصولا إلى بعض النتائج والأهداف.¹

والمنهج هو الطريق أو الطريقة المحددة التي توصل الإنسان من نقطة إلى نقطة أخرى، وفي البحث يعتبر وحدة متكاملة ذات كيان مستقل يتألف من أساليب ووسائل معنوية ومادية.²

وبالتالي فالمناهج عديدة ومختلفة، فهي تختلف باختلاف طبيعة المواضيع التي تتناولها والظواهر التي تعالجها، وطبيعة دراستنا حتمت علينا إختيار المنهج الوصفي

¹ عبد الرحمان العساوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، دار الراتب الجامعية، لبنان، د.ت، ص 13.

² أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009م، ص 12.

التحليلي بإعتباره المنهج الأنسب لهذا النوع من الدراسات فنحن نسعى من خلال هذا البحث إلى وصف وتحليل البرامج السياحية بإذاعة تمارست وصفا تحليليا. يعرف المنهج الوصفي التحليلي بألية كيفية على أنه "الطريقة المنظمة لدراسة حقائق راهنة، متعلقة بظاهرة أو موقف أو فرد أو أوضاع معينة بهدف اكتشاف حقيقة جديدة أو التأكد من صحة حقائق قديمة وأثارها والعلاقات المنبثقة عنه وتفسيرها وكشف الجوانب التي تحكمها".¹

ويعرف كذلك: المنهج الوصفي التحليلي "هو أسلوب من أساليب التحليل الذي يعتمد على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترات زمنية ومعلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة".

أي ان المنهج الوصفي يمثل الأكثر قابلية للإستخدام عند دراسة المحاور الإنسانية كما يعد الأكثر استخداما في بحوث الإعلام.²

المطلب الثاني: أدوات الدراسة

أداة الدراسة: لتحقيق الأهداف المسطرة توجب علينا تصميم أداة مناسبة بإمكانها تحقيق أهداف دراستنا بحيث قمنا ببناء أسئلة مقابلة التي تمثلت في أسئلة مفتوحة.

تعريف المقابلة:

تعتبر المقابلة من الأدوات الرئيسية لجمع المعلومات والبيانات في دراسة الأفراد والجماعات الإنسانية. كما أنها تعد من أكثر وسائل جمع المعلومات شيوعا وفاعلية في الحصول على البيانات الضرورية لأي بحث. والمقابلة ليست بسيطة بل هي مسألة فنية.³

¹ محمد شفيق، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الطبعة الأولى، القاهرة - مصر، 1985، ص 84.

² علي عربي: أبجديات في كتابة الرسائل الجامعية، الطبعة الثانية، دار الفائز، قسنطينة، 2009، ص 83.

³ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، بن عكنون، الجزائر، 2007، ص 75

تعرف المقابلة بأنها: "مواجهة شخصية يقوم بها الباحث للتعامل المراد دراسة اتجاهاته، حيث يستخدم استمارة وقد لا يستخدمها بل يكتفي بمناقشة العميل في موضوع معين، ويتركه يسترسل في الحديث أوفي نقاط هامة من الموضوع".¹

كما تعرف المقابلة بأنها: "إحدى أهم وسائل جمع البيانات وهي وسيلة يقوم بواسطتها الباحث أو مساعده بتوجيه عدد من الأسئلة لعضو العينة وتدوين إجاباته".¹

- "إنها عبارة عن تفاعل لفظي يسمح للمبحوث بتخطي حدود الإجابة المجردة على أسئلة الباحث إلى الحرية الكاملة في الإجابة على الأسئلة بالطريقة التي يراها، والتعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته".²

المطلب الثالث عينة الدراسة

إن اختيار العينة المناسبة يعد أحد العناصر الأساسية المهمة في بداية الجانب التطبيقي لذلك يمكن أن نعرف العينة بأنها " شريحة (جزء) من مجتمع الدراسة، تحمل الخصائص وصفات هذا المجتمع وتمثله فيما يخص الظاهرة موضوع البحث"³ تعرف العينة بأنها مجموعة من وحدات المعاينة تخضع لدراسة تحليلية أو ميدانية ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا متكافئا مع المجتمع الأصلي ويمكن تعميم نتائجها عليه⁴

كما أن العينة هي اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختيارا عشوائيا أو منتظما (المعروف لدى بعض الباحثين بأسلوب العدد العشوائي) أو تحكيميا قسديا ليشكل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة.⁵

¹ عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2010، ص 137

² سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن - عمان، 2019، ص 157

³ ظاهرة الكلالدة واخرون: اساليب البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار زهران، عمان، 1997، ص 177
⁴ محمد أبو عبد العزيز آل جبران، البحوث الإعلامية أسسها، أساليبها، مجالاتها، الرياض، مكتبة فهد الوطنية، الطبعة الثانية، 2004، ص71.

⁵ أحمد عبد الله الحلق وصطفى محمود أبو بكر: البحث العلمي (تعريفه، خطواته، مناهجه، المفاهيم الإحصائية)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002/2001، ص 66.

وبالتالي فإن اختيارنا لعينة الدراسة سيكون قصديا حيث يعرفها الدكتور " احمد بن مرسل في كتابه مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال أنها العينة التي يقوم الباحث باختيار مفردتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات.¹

ولهذا تمثل مجتمع البحث الذي نقوم به، في كل من مدير الإذاعة بولاية تمنراست وبعض العاملين المتكلفين ببرامج الإذاعة الخاصة بالسياحية، بالإضافة إلى أحد العاملين في الوكالة السياحية "وكالة أكار أكار"، والحضيرة الوطنية للاهقار بالإضافة إلى أحد العاملين في مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية تمنراست.

المطلب الرابع: مجالات الدراسة

يعد تحديد مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية الهامة لأي دراسة لما له من أهمية بالغة في البناء المنهجي، نظرا للمساعدة التي يقدمها للباحث بإثبات معارفه النظرية في الجانب الميداني.

أ. المجال الجغرافي: ويقصد به النطاق المكاني الذي تجرى فيها الدراسة.

ويتمثل هذا المجال في دراستنا في ولاية تمنراست، امتدت من سنة 2018 إلى 2020.

ب - المجال البشري:

يتضمن المجال البشري جمهور البحث الذي تشملته الدراسة.

وفي هذه الدراسة اعتمدنا على العينة القصدية من العاملين في الإذاعة المحلية بولاية تمنراست ومديرية السياحة وكذلك الحضيرة الثقافية بالأهقار ووكالة أكار أكار، مما سهل لنا إجراء البحث والوصول إلى نتائج موضوعية.

ج - المجال الزمني: انطلق المجال الزمني لهذه الدراسة في 02 فيفري إلى غاية

19 فيفري 2020 وقسمت هذه الفترة إلى 04 مراحل:

¹ الهاشمي بن بوكريطة أمال، دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية والحفاظ عليها، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، جامعة خميس مليانة، 2014/2015، ص 17.

المرحلة الأولى: أين تمت زيارة لمقر الإذاعة المحلية بتمنراست، حيث تم إعطاء لمحة وجيزة عن العمل الصحفي وتاريخ تأسيسها وكذلك طريقة بث البرامج الإذاعية وكيفية التعامل مع الأخبار والمعلومات وكذلك قمنا بإجراء مقابلة مع المدير وبعض العاملين الذين يقدموا حصص إخبارية في السياحة وقد استغرقت هذه المرحلة 05 أيام من 02 فيفري إلى 06 فيفري 2020.

المرحلة الثانية: قمنا بزيارة مديرية السياحة، حيث تم إعطاءنا معلومات عن أنواع السواح الذين يقبلون على المنطقة وعددهم وإلى غير ذلك حيث امتدت هذه الفترة من 09 فيفري إلى 13 فيفري 2020.

المرحلة الثالثة:

قمنا بزيارة كذلك الحاضرة الثقافية للإجابة عن بعض التساؤلات قمنا بمقابلة مع بعض العاملين من أجل معرفة بعض المعلومات والدور الذي تلعبه ديوان الحاضرة في الترويج للسياحة في المنطقة من خلال المعارض وغيرها حيث امتدت هذه الفترة من 16 فيفري إلى 18 فيفري 2020.

المرحلة الرابعة: قمنا بزيارة وكالة أكار أكار لإثراء بحثنا قمنا كذلك بمقابلة أحد العاملين وامتدت هذه الفترة يوم واحد 19 فيفري 2020.

المبحث الثاني: بطاقة فنية عن ولاية تمنراست

المطلب الأول: تعريف بمنطقة تمنراست:

يعود تاريخ مدينة تمنراست إلى ست مئة ألف سنة، حيث ظهر الإنسان البدائي، وشيد حضارة عريقة، عرفت ذروتها صحراء الجزائر، تشهد على ذلك الرسومات والنقوش الحجرية التي تحتفظ بتاريخ المنطقة، والتي اكتشفت بطاسيلي هقار والتديكلت، وهي تمثل اليوم أغنى متحف على الهواء الطلق لفنون ما قبل التاريخ، حيث صنفت منظمة اليونسكو الحاضرة الوطنية للأهفار ضمن التراث العالمي المحفوظ وظلت تمنراست تستقطب اهتمام الشعوب حيث عرفت انتشار البربر (الطوارق) الذين قدموا من مناطق مختلفة، وشهدت حركة بشرية جد نشطة عندما استقر الرومان بشمال إفريقيا، وجعلوا منها مسلكا وقطبا تجاريا مهما وتحولت إلى ملتقى قوافل التجار من أوروبا وروما وإفريقيا، شهدت نشوب العديد من المقومات

والثورات الشعبية من أشهرها: ثورة الدغامشة وثورة فقييرة وثورة تيت وثورة الشيخ أمود.

تحتل منطقة تمنراست موقعا إستراتيجي، يحوي حضيرة الأهقار التي صنفت عالميا من بين أكبر الحضائر عالميا وما تخفيه وسط أحشائها من ثروات طبيعية وما تعاقبت عليها من حضارات إنسانية مختلفة، جعلتها قبلة للسياح، ومنطقة عبور لحضارات ومجتمعات مختلفة وتتربع على مساحة تقدر ب: 25,557906 كلم مربع أي ما يعادل ربع مساحة الجزائر وهذا ما يعني أنها تغطي ما نسبته 23 بالمئة من التراب الوطني. حيث تقع بأقصى الجنوب الجزائري على بعد 2200 كلم عن العاصمة، ولقد رقيت تمنراست إلى ولاية في التقسيم الإداري لسنة 1974م، لها حدود مشتركة مع بعض ولايات الجنوب كغرداية من الشمال، ومن الشمال الشرقي ولاية ورقلة، ومن الشرق إليزي، ومن الغرب ولاية ادرار، ومن الجنوب الشرقي جمهورية مالي ومن الجنوب الغربي جمهورية النيجر على شريط حدودي يقدر ب1200كلم، وبهذا الموقع الجغرافي تعد منطقة إستراتيجية فهي همزة وصل بين الجزائر وإفريقيا، كما أنها نقطة تبادل تجاري وثقافي هام جدا.

تحتوي الولاية على سبع دوائر وهي تمنراست، سيلت، عين صالح، انغر، تازروك، عين قزام، تين زاواتين. كما تمتاز بمقومات كثيرة منها:

1. المقومات الطبيعية:

أولا: الموقع الطبيعي: تحتل ولاية تمنراست موقعا جيوسراتيجي وهذا بوجودها في أكبر حضيرة تم تصنيفها كتراث عالمي من طرف اليونسكولاحتوائها على مواقع أثرية تعود إلى عقود قديمة، تشهد على أولى التظاهرات الإنسانية، جعلت من الاهقار في فترة ما قبل التاريخ إحدى المناطق الأكثر كثافة سكانية في العالم، وكذا وجود عشرات من النقوش والرسوم الحجرية التي تعود إلى 12000 سنة مضت، كما أنها بوابة الصحراء على الساحل الإفريقي.

ثانيا: الموقع الفلكي:

خط عرض: 22 درجة، 48 شمالا. خط طول: 5 درجة، 27 شرقا. ارتفاع 1362: متر.

ثالثا: تضاريس:

يتكون الغطاء النباتي على أكثر من 300 نوع نباتي، تستعمل لتداوي كالشيخ وتبركات...الخ. ولأغراض رعوية.

2. المقومات التاريخية والثقافية والدينية: تحتوي حضيرة الوطنية على مواقع أثرية تشهد على تواجد الإنسان منذ العصر الحجري القديم إلى العصر الحديث منها:

- **ضريح تينهنان:** وتينهنان هي ملكة التوارق، يتواجد ضريحها بمنطقة ابلسة على بعد 100 كلم شمال شرق مدينة تمنراست، حيث أن جثمانها موجود بمتحف باردو بالجزائر العاصمة، وهذا الضريح يرجع إلى ما قبل القرن الخامس.

- **قصر موسى أق امستان:** يقع بمنطقة صوروا ببلدية تمنراست، يتميز ببناء معماري نوطابع صحراوي وقد بني ما بين 1916-1918م.

قصبية سيلت: بدائرة سيلت.

- **قصر باجودة:** بعين صالح، وقصبية أولاد سيدي المختار: أيضا بدائرة عين صالح.

- **معبد الأب فوكو:** بمنطقة الاسكرم والتي كانت سابقا خلوة للأب بعدما أصبحت حاليا قبلة لزيارة السواح.

- **شلالات تمكرست:** التي تبعد عن مقر الولاية ب 50 كلم.

- **الغابة المتحجرة بمنطقة تديكلت:** (عين صالح، اينغر، فقارة الزوى).

كما يتميز إقليم الاهقار بالعديد من المهرجانات والتظاهرات الثقافية نذكر منها:

- **الاسيهار:** تظاهرة ثقافية، سياحية، تقام من جانفي إلى فيفري.

- **مهرجان تافسيت:** تظاهرة ثقافية سياحية، تقام خلال شهري مارس وأفريل.

- **المهرجان الثقافي للأغنية والموسيقى الامازيغية:** مهرجان ثقافي سياحي يقام

خلال شهر ديسمبر.

الزيارات الدينية بإقليم الاهقار:

- **زيارة داغمولي:** تقام بالواد على بعد 60 كلم شمال غرب تمنراست، تقام في

شهر ماي.

- زيارة مولاي لحسن: تقام على بعد 300 كلم شمال تمنراست، تقام في شهر أكتوبر.

- زيارة مولاي عبد الله: تقام ببلدية تازروك، على بعد 280 كلم غرب تمنراست، تقام في شهر أوت.

- زيارة سبعين صالح: تقام بمنطقة عين صالح، تقام في شهر ماي.

3. الصناعة التقليدية:

تشتهر ولاية تمنراست بتنوع غزير في الصناعات التقليدية لأنها تمثل حضارة عريقة أنشأتها حاجة الإنسان إلى التطوير والرقي، فأخذ يبدع فيها إلى أن أصبحت فن حقيقي نلمسه من خلال بساطة الصنعة وجودتها ومن هنا يمكننا تقسيم هذه الصنعة على منطقتين هما:

منطقة الأهقار: وتشتهر بالصناعات التالية:

صناعة الحلبي التقليدية: مثل الخلاخل، الأساور... الخ

صناعة الجلود: مثل صناعة القرية والخيمة... الخ

صناعة الفخار: مثل صناعة الأواني والتي تستعمل للطبخ والأكل مثل القدر

والقلة... الخ

صناعة الخشب: مثل الصناديق الزينة وأواني الأكل... الخ

صناعة الألبسة التقليدية: إذ تتميز بجودة ونوعية مع إضفاء التطريز والألوان

عليها مما يجعلها تحظى بإقبال كبير من طرف السياح رجال ونساء.

منطقة تيدكلت: وتشتهر بالصناعات التالية:

صناعة الحلبي التقليدية: وهي تختلف كلياً عن حلبي الهقار إذ تمتاز بكبرها

وثقلها.

صناعة الألبسة التقليدية: مثل العبايات النسوية التي تلبس في الأعراس

وغيرها... الخ

صناعة السلالة: لوجود النخيل بكثرة في المنطقة ومنتجاتها متنوعة منها الطبق،

الحصير، الخ

4. **المنشأة القاعدية:** تساهم المنشأة القاعدية في تنمية السياحة وفي تقديم خدمات أفضل مثل: شبكات النقل ومرافق الإيواء والوكالات السياحية... الخ

5. **مقومات أخرى:**

الإعلام:

التكوين والتأطير في مجال السياحة: من أجل دعم قطاع السياحة باليد العاملة المتخصصة في المجال السياحي يضم المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني بالولاية تخصصات تهم المجال السياحي، ويعتبر هذا التكوين محفزا أساسيا للتشغيل الذاتي للمنطقة. ومن الاختصاصات في مجال السياحة على مستوى المعهد ما يلي: مرشد مرافق، مرافقة واستقبال، تنشيط وترفيه سياحي، إدارة فندقية، فندقية وطبخ، فندقية وإطعام.

الإذاعة:

يوجد بالإقليم إذاعة جهوية محلية تعمل على بث حصص خاصة بالمجال السياحي من حين لآخر، للتعريف بهذا القطب وذلك بالتنسيق مع كل المتعاملين السياحيين.

المطلب الثاني: بطاقة فنية عن إذاعة تمارست الجهوية وأهم البرامج السياحية

التي تبث من خلالها

أولا: لمحة تاريخية عن المحطة: تم تأسيس إذاعة تمارست الجهوية بتاريخ 16 أبريل 1992م، حيث تداول على تسييرها نخبة من إطارات الإذاعة الجزائرية، الذين لم يبخلوا بتجاربههم لضمان نجاح هذا الصرح الإعلامي بأقصى جنوب الجزائر، رغم الظروف الصعبة التي ميزت انطلاقها.

كانت انطلاقة البث بإشارة من طرف السيد المرحوم أبوبكر بلقايد، وقد كان آنذاك وزيرا للاتصال، وكان من أهداف الإذاعة وقتها، التحسيس والتوعية في مختلف المجالات، لإعلام المواطنين. هذه المهمة التي أدتها بكل احترافية فرقة إعلامية شابة، سهرت على سيرورة العمل كما ونوعا وكانت الإنطلاقة بأربع ساعات بث، من التاسعة صباحا إلى غاية الواحدة زوالا، ثم انتقلت من سنة 1995 إلى ست (06) ساعات يوميا من التاسعة صباحا إلى الثالثة بعد الزوال، ولم تلبث الإذاعة الجهوية

بتمنراست كثيرا حتى انتقلت إلى ثماني ساعات من البث، من التاسعة صباحا إلى غاية الخامسة مساء وذلك في عام 1998، وهذا بحثا عن فضاء أوسع ومساحة تسمح لها بطرق أبواب جديدة، اجتماعيا وتربويا وثقافيا... الخ.

وبمجهود خاص استطاعت هذه الإذاعة أن تحتل مكانة مرموقة، حيث لقيت بملتقى طرق التنمية المحلية، كما برهنت على قدرتها في دفع عجلة التنمية المحلية في جوانب عديدة، نذكر من بينها، الصحة والتعليم، والبيئة وغيرها، وهذا من خلال شبكات برمجية، أخذت في الحسبان طبيعة المنطقة وتركيبها الاجتماعية، والمتغيرات الثقافية.

لم تكف الإذاعة بهذا القدر من التطور، حيث وعلى غرار باقي الإذاعات الجهوية الأخرى، لم يتوقف طموحها عند هذا الحد من الإنجازات، تحت إلهام مستمعيها من جهة، وطموحاتها في خدمتهم من جهة أخرى، وكانت النتيجة تمديد البث إلى 12 ساعة من البث المتواصل، وذلك من جوان 2006 من الساعة السادسة وأربعين دقيقة إلى غاية الساعة والنصف مساء، بشبكات برمجية، سمّتها الأساسية الثراء والتنوع بتنوع المصادر والمناهل بالمنطقة وكان هذا بالتوازي مع توسيع محيط بثها عن طريق توفير شبكة لأجهزة الإرسال FM، تغطي جميع بلديات الولاية، عدا منطقة التيدكلت التي تستقبل البث الإذاعي للمحطة عن طريق موجة AM، كما استحدثت الإذاعة الجهوية بتمنراست طرقا جديدة للعمل، وهي استعمال الإعلام الآلي كوسيلة عمل تحسن الكثير من الظروف العمل، وجودة المادة الإعلامية المقدمة للمستمعين وفي نوفمبر 2014 طورت بثها إلى 24 ساعة على 24 ساعة من العمل.

الموجات: تبث إذاعة تمنراست الجهوية برامجها على الموجات التالية:

موجة FM.98 في مقر الولاية وأغلب البلديات.

موجة FM.92 عين صالح وما جاورها.

تردد 12674 على القمر الصناعي NSS7، وعلى القمر AB3:

11059.5

الاتصال بالمحطة: تسخر الوسائط التالية لتمكين مستمعيها من طرح انشغالاتهم، وكذا إبداء ملاحظاتهم، وجملة مساهماتهم في برامجها، على النحو التالي:

الخطوط الهاتفية: 029.32.01.01

029.32.02.02

الهاتف فاكس: 029.32.03.03

البريد الإلكتروني: radioahaggar@gmail.com

البريد العادي: ص ب 1080 تمنراست الرمز البريدي 11000

الإشهار في محطة تمنراست الجهوية: العمل الإشهاري وإن لم يرق إلى المقاييس المطلوبة، بسبب غياب الثقافة الإشهارية الملائمة، فإنه يبقى وسيلة لتوفير بعض المداخل لها، حيث لا زالت تعمل الإذاعة على تطوير التعامل لاقتحام سوق الإشهار من خلال تقديم مادة إعلانية في مستوى رغبات زبائنها وخلق محيط ملائم تسوده الثقة المتبادلة مع كل الزبائن، وعلى رأسهم الزبائن التقليديين.

معلومات عن شبكة البرامج: تسطر إذاعة تمنراست الجهوية شبكاتها البرمجية (الشبكة العادية، الشبكة الصيفية، الشبكة الرمضانية) تماشيا مع الخصوصيات المحلية، في الثقافة والعادات والمتغيرات الاجتماعية كما تراعي المواسم التي تنبث فيها هذه الشبكات البرمجية، فالشبكة السنوية التي تنطلق كالعادة في مستهل الدخول الاجتماعي، يراعي فيها حضور البرامج التربوية الموجهة للطلبة في مختلف المستويات، والبرامج الاجتماعية التي تعالج قضايا المواطن المحلي، مع الاحتفاظ دائما بالبرامج الإخبارية، التي تسعى من خلال تحقيقاتها الميدانية نقل إنشغالات المواطنين إلى المسؤولين، وترسيخ مبدأ تقريب المواطن من الإدارة والعكس، بهدف إرساء ثقافة الحوار حول قضايا الشأن المحلي ضف إلى ذلك الشبكة الصيفية التي تنطلق مع بداية فصل الصيف ويراعي فيها الجانب الترفيهي وكذا توعية المواطنين من حيث الإستهلاك خاصة مع الحرارة المرتفعة خلال هذا الفصل، أما الشبكة الرمضانية التي تخصص للشهر الفضيل يركز فيها على الجانب الروحاني لهذا الشهر المبارك وتقديم مادة إعلامية توعوية للمواطنين عن فضل شهر رمضان ومختلف الأحداث التي تزامنت معه ومع مسابقات ولعل أشهرها مسابقة رمضان.

التأطير البشري: تشغل إذاعة تمارست الجهوية حاليا أربعة وأربعون عاملا وعاملة في مختلف الأقسام الإذاعية، كما تستعين بالمنتجين المتعاونين والمراسلين الذين يغطون بلديات الولاية، وهذا كما يلي:

المدير وأعاون الأمن والسكرتاريا: 07

القسم الإداري: 06 (المكلف بالإدارة 01 + السائقون 03 + عون النظافة 01)

قسم الإنتاج: 12 (05 مخرجين - 07 منشطين)

القسم التقني: 08 (تقنين + مهندس في الإعلام الآلي)

قسم الصحافة: 10

الوسائل التقنية: تعتمد إذاعة تمارست الجهوية على أستوديوث تماثلي: عارضة تقنية: studer962 وتعتمد على أستوديو إنتاج بعارضة تقنية Onair1000.

وسائل النقل: تحتوي حظيرة الإذاعة على خمس (05) سيارات 02 منها رباعية الدفع جديدة من نوع نيسان باترول، وسيارة للروبورتاج HF. من نوع مرسيدس.¹

ثانيا: أهم البرامج السياحية التي تبث في إذاعة تمارست:

أولا: حصة صحراؤنا عبر العصور: من إعداد الدكتورة "مسعودة بن مسعود" وتقديم الصحفي "بن عبد الله محمد نصر الدين"... حصة أسبوعية مباشرة مدتها 50 دقيقة تتناول مختلف جوانب تاريخ المنطقة منذ ما قبل التاريخ من الفن الصخري والمميزات السياحية والأنثروبولوجية للمنطقة وتهدف إلى التعريف بالتراث المادي والتحسين حول وأهميته والحفاظ عليه.

ثانيا: فقرة جولة بلادي: من الفقرات التنشيطية اليومية الصباحية من 5 دقائق تتناول التعريف بالمواقع السياحية التي تذخر بها منطقة أهقار وتيدكلت من إعداد وتقديم ديوان حضيرة الأهقار الثقافية".

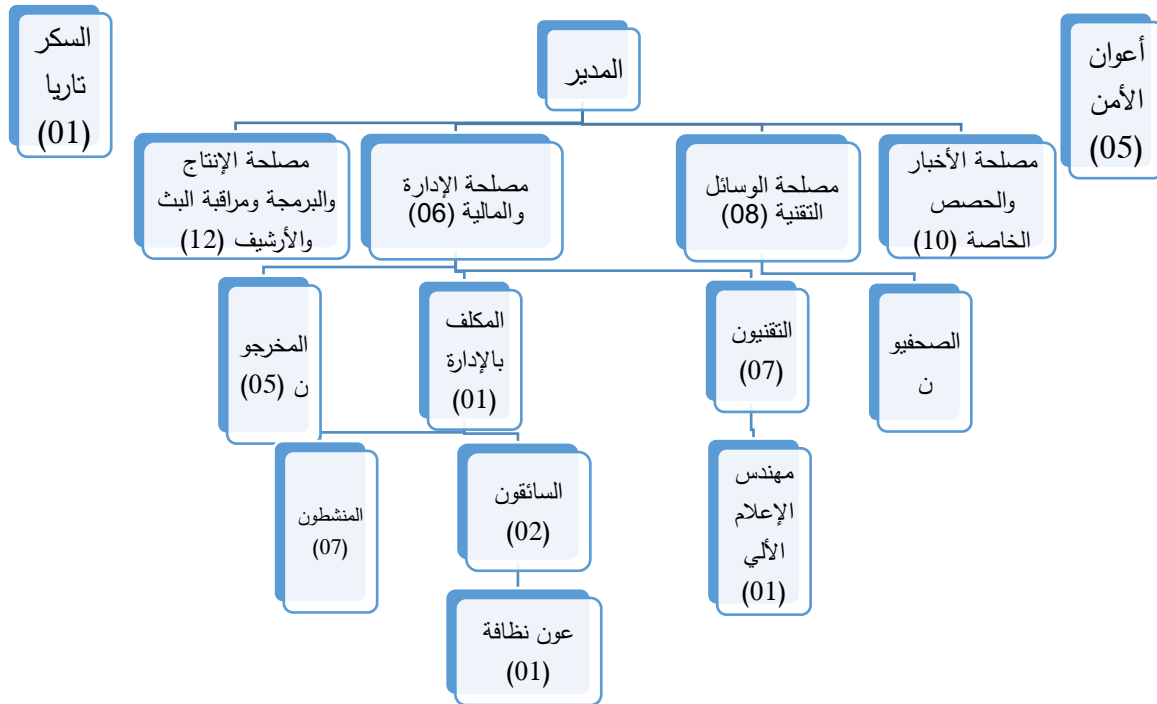
ثالثا: النافذة على السياحة: حصة أسبوعية من إعداد وتقديم "مالك بن مالك" تتناول موضوع السياحة واهتمامات مختلف المجالات ذات الصلة بها وتعرف بالمواقع السياحية الصحراوية والتحسيس والتوعية حول الحفاظ على المواقع الأثرية والسياحية ذات الأهمية العالمية وتتناول أيضا النشاطات الجموعية والرسمية الهادفة

¹. إذاعة تمارست الجهوية

إلى إبراز الموروث الثقافي والصناعات التقليدية المتعلقة بالسياحة والسفر في مختلف الجوانب المتصلة بقطاع السياحة الصحراوية.

رابعاً: الأهمّار حضارة وتاريخ: برنامج إذاعي أسبوعي من إعداد وتقديم "المخرج عبد الله حميدو" يناقش المواضيع المتصلة بالثقافة والتراث الشعبي بمنطقة الهقار من عادات وتقاليد، وفلكلور بهدف الحفاظ على الثقافة الشعبية والتعريف بها وتبيان العلاقة الوطيدة بين الثقافة والتراث من جهة والطبيعة الصحراوية التي تلهم الإنسان حول ما يتعلق بالحياة الاجتماعية والثقافية وبالتالي فهي تروج بصفة غير مباشرة للسياحة والآثار والتعريف العميق بالمنطقة.

الهيكل التنظيمي لإذاعة الجزائر من تمارست



العدد الإجمالي للعمال

43

المصدر إذاعة تمارست الجهوية 2020

جدول رقم (5) إذاعة تمارسات الجهوية الشبكة البرمجية السنوية 2019 - 2020

التوقيت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	السبت
06:5 5	اللحن المميز للمحطة	اللحن المميز للمحطة	اللحن المميز للمحطة	اللحن المميز للمحطة	اللحن المميز للمحطة	اللحن المميز للمحطة	اللحن المميز للمحطة
07:0 0	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى
07:1 5	حديث الصباح ع + ت	حديث الصباح ع + ت	حديث الصباح ع + ت	حديث الصباح ع + ت	حديث الصباح ع + ت	حديث الصباح ع + ت	حديث الصباح ع + ت
08:0 0	موجز إخباري محلي ع	موجز إخباري محلي ع	موجز إخباري محلي ع	موجز إخباري محلي ع	موجز إخباري محلي ع	موجز إخباري محلي ع	موجز إخباري محلي ع
08:0 3	صباح الخير تمنراست	صباح الخير تمنراست	صباح الخير تمنراست	صباح الخير تمنراست	صباح الخير تمنراست	صباح الخير تمنراست	صباح الخير تمنراست
08:3 0	روبرتاج الصباح	روبرتاج الصباح	روبرتاج الصباح	روبرتاج الصباح	روبرتاج الصباح	روبرتاج الصباح	روبرتاج الصباح
09:0 0	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت
09:0 3	صباح الخير تمنراست	صباح الخير تمنراست	صباح الخير تمنراست	صباح الخير تمنراست	صباح الخير تمنراست	صباح الخير تمنراست	صباح الخير تمنراست
10:0 0	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت
10:0 5	مع الأسرة صحتك أولا	فن التربية	بصمة خير	تمط نموهاغ	اسستان دسوغل الفلاس	إذاعتي المدرسية	إذاعتي المدرسية
11:0 0	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت
11:0 5	تحقيقات إذاعية	فوروم القناة الأولى	من قضايا المواطن	فوروم الإذاعة	مع الشرطة	تقرير المراسل	صحة و علوم

						أفاق فلاحية	
12:00	النشرة المحلية	النشرة المحلية	النشرة المحلية	النشرة المحلية	النشرة المحلية	النشرة المحلية	0
12:08	فترة تنشيطية متنوعة	مهن ومستقبل	مشعل الحياة	مهن ومستقبل	فوروم القناة الأولى	ترشيد الاستهلاك	12:30
12:30	نقل وقائع صلاة الجمعة					إعلام التاجر	0
13:00	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	0
14:00	الساعة الثقافية - إ، ث	الساعة الثقافية - إ، ث	الساعة الثقافية - إ، ث	الساعة الثقافية - إ، ث	الساعة الثقافية - إ، ث	الساعة الثقافية - إ، ث	0
15:00	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	0
15:05	جسور	فضاء الجمعة	بحر القوافي بيت القصيد	صحراؤنا عبر العصور	لقاء المعرفة	البيئة ثقافة وسلوك	الأهفار حضارة وتاريخ
16:00	النشرة المحلية - ت	النشرة المحلية - ت	النشرة المحلية - ت	النشرة المحلية - ت	النشرة المحلية - ت	النشرة المحلية - ت	0
16:08	أستماهق	حوار في التربية	تفירת تينون	السلامة المرورية	لقاء المعرفة	صحراؤنا عبر العصور إعادة	الأحد الرياضي
17:00	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	0
17:05	فترة تنشيطية متنوعة	فترة تنشيطية متنوعة	فترة تنشيطية متنوعة	فترة تنشيطية متنوعة	فترة تنشيطية متنوعة	فترة تنشيطية متنوعة	5
17:30	الأخبار الجهوية	الأخبار	الأخبار	الأخبار	الأخبار	الأخبار	0

0	الجهوية ق	الجهوية ق	الجهوية ق	الجهوية ق	الجهوية ق	الجهوية ق	1
18:0	النشرة	النشرة	النشرة	النشرة	النشرة	النشرة	0
0	المحلية - ع	المحلية - ع	المحلية - ع	المحلية - ع	المحلية - ع	المحلية - ع	الإخباري (ع)
18:0	رواق	واحة	رايكم	السليل	زنزقومد	الفن	8
0	سولدد	الحروف	شباب		(فكر	وأجب)	
19:0	الربط	الربط	الربط	الربط	الربط	الربط	0
0	بالقناة	بالقناة	بالقناة	بالقناة	بالقناة	بالقناة	الأولى
19:3	فترة	فترة	فترة	فترة	فترة	فترة	0
0	تنشيطية	تنشيطية	تنشيطية	تنشيطية	تنشيطية	تنشيطية	منوعة
20:0	الربط	الربط	الربط	الربط	الربط	الربط	0
0	بالقناة	بالقناة	بالقناة	بالقناة	بالقناة	بالقناة	الثانية
22:0	موجز	موجز	موجز	موجز	موجز	موجز	0
0	إخباري	إخباري	إخباري	إخباري	إخباري	إخباري	محلي ع
22:0	راد بوك	راد بوك	قعدة	مسابقة	رسالة أمل	إذاعتي	5
0	إنهيتن (ماذا يقول الممثل)	لحباب	لحباب	رفيق الليل	مدرسية		
23:0	نشرة	نشرة	نشرة	نشرة	نشرة	نشرة	0
0	الإذاعة	الإذاعة	الإذاعة	الإذاعة	الإذاعة	الإذاعة	الدولية
23:2	وصلة نغمية	وصلة نغمية	وصلة نغمية	وصلة نغمية	وصلة نغمية	وصلة نغمية	5
00:0	موجز	موجز	موجز	موجز	موجز	موجز	0
0	إخباري	إخباري	إخباري	إخباري	إخباري	إخباري	محلي ت
00:0	مع الأسرة	تمط نموهاغ	بصمة خير	فن التربية	صحتك أولا	صحة وعلوم	5
01:0	JOURNAL AFRICAIN	JOURNAL	JOURNAL	JOURNAL	JOURNAL	JOURNAL	0
0	L	L	L	L	L	L	

	AFRICAI N	AFRICAI N	AFRICAI N	AFRICAI N	AFRICAI N	AFRICAI N	
01:05	أستمهق أسنان دسوغل فلاس	مع الشرطة	فوروم الإذاعة	من قضايا المواطن	البيئة ثقافة وسلوك	تحقيقات إذاعية أفاق فلاحية	
02:00	موجز إخباري محلي ع	موجز إخباري محلي ع	موجز إخباري محلي ع	موجز إخباري محلي ع	موجز إخباري محلي ع	موجز إخباري محلي ع	
02:05	لقاء المعرفة	فضاء الجمعة	بحر القوافي	صحراؤنا عبر العصور	السليل	صحراؤنا عبر العصور	الأهفار حضارة وتاريخ
03:00	نشرة المغرب العربي	نشرة المغرب العربي	نشرة المغرب العربي	نشرة المغرب العربي	نشرة المغرب العربي	نشرة المغرب العربي	
03:05	لقاء المعرفة	حوار في التربية	مهنة ومستقبل	مشعل الحياة	مهنة ومستقبل	ماينتهي إنهيتن (ماذا يقول المثل)	ترشيد الاستهلاك إعلام التاجر
04:00	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	موجز إخباري محلي ت	
04:05	الماهورن بالقرآن	تقرير المراسل	تفيرت تينون (الكلمة لكم)	السلامة المرورية	برامج القنوات الوطنية	برامج القنوات الوطنية	برامج القنوات الوطنية
05:00	الربط مع إذاعة القرآن الكريم	الربط مع إذاعة القرآن الكريم	الربط مع إذاعة القرآن الكريم	الربط مع إذاعة القرآن الكريم	الربط مع إذاعة القرآن الكريم	الربط مع إذاعة القرآن الكريم	

المصدر إذاعة تمرناست الجهوية 2020

المطلب الثالث: مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية تمنراست

موقعها: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية تمنراست

العنوان: الحي الإداري طريق أسكرام - تمنراست -

تقع ببلدية: تمنراست في الحي الإداري الجديد سرسوف طريق أسكرام.

يحدها: - شمالا: منطقة التوسع السياحي تمنراست

- جنوبا: ديوان الحظيرة الوطنية الاهقار OPNA

- شرقا: ديوان الحظيرة الوطنية الاهقار OPNA

- غربا: طريق اتجاه أسكرام

أنشئت مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية بموجب المرسوم التنفيذي 257-10 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010، والمتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية وتحديد مهامها وتنظيمها تضم مديرية السياحة والصناعة التقليدية ثلاث (03) مصالح:

- مصلحة السياحة.

- مصلحة الصناعة التقليدية.

- مصلحة الإدارة والوسائل.

كل مصلحة تضم ثلاث مكاتب، وحسب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 ماي 2012، والذي يحدد تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية إلى مكاتب.

تضم مصلحة السياحة ما يأتي:

1- مكتب متابعة الإستثمار والتهيئة السياحية.

2- مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء.

3- مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.

تضم مصلحة الصناعة التقليدية ما يأتي:

1- مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف.

2- مكتب الدراسات والإحصاء.

3- مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية والمهن.

تضم مصلحة الإدارة والوسائل ما يأتي:

1- مكتب المستخدمين والتكوين.

2- مكتب الميزانية والمحاسبة.

3- مكتب الوسائل العامة.

مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية:

في مجال السياحة:

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية.

- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة

للنشاطات السياحية المحلية.

- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تثمين القدرات

المحلية.

- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية.

- تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقويم

نتائجها.

- جمع وتحليل وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية

والمعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات

المعدنية وضمان نشرها.

- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية لا سيما في

ميادين الإستثمار وتكوين الموارد البشرية.

- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم وال عمران وتثمين مناطق

التوسع السياحي.

في مجال الصناعة التقليدية:

- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة

التقليدية.

- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جوملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة

التقليدية.

- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الإعتبار له.
- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج والممارسة لأنشطة الصناعة التقليدية.
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.
- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية.
- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية.
- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية.¹

المطلب الرابع: ديوان الحظيرة الوطنية للأهقار

تقديم حظيرة الأهقار الوطنية

1.1. الديوان:

إن ديوان حظيرة الأهقار الوطنية هوعبارة عن مؤسسة ذات طابع إداري تحت وصاية وزارة الثقافة أنشأ بتاريخ: 03 / 11 / 1987 بموجب مرسوم رئاسي رقم: 87/231 ويسير بموجب المرسوم رقم: 87/ 232 المتضمن التنظيم والتشريع الخاص بديوان حظيرة الأهقار الوطنية. تتربع الحظيرة على مساحة قدرها 450 ألف كلم².

تقع في أقصى الجنوب الشرقي للجزائر ما بين خطي طول 1-10 شرقا وخطي عرض 20-27 شمالا، يحدها من الشرق ولاية إليزي (الحظيرة الوطنية للطاسيلي)، من الجنوب جمهورية مالي والنيجر، شمالا ولاية غرداية وغربا ولاية أدرار (هضبة التنزروفت).

¹ مديرية السياحة بولاية تمنراست

تنقسم الحظيرة إلى أربعة مناطق:

• **المنطقة 1:** تحوي سلاسل الأهقار المركزي (أتاكور، أغشوم، أدرار هقارن، أوهلاجنوسركوت) طاسيليات تان أهقار الغربية والشرقية تين غرهو، تيمساووكذا مواقع لمحور تيت، أبلسة، تين دهار.

• **المنطقة 2:** تحوي سلاسل التفدست، مرتوتكوالأمدغور.

• **المنطقة 3:** تحوي جبال وتاسيليات الأراك والأهنتوالإميدير.

2.1. المهام:

بغرض تدوين هذا التراث الكنز وجب القيام بالمهام الآتية:

- حماية
- حفظ
- ترقية وتثمين المواقع ما قبل وفجر التاريخية، مواقع النقوش والرسوم الصخرية والوسط الطبيعي الفيزيائي والحيواني المحتواة فيه.
- حماية الحظيرة من كل تدخل قد يسيء لمظهرها أو يعوق تطورها.
- يطبق التنظيم الذي يخص حركة مرور الزائرين داخل الحظيرة بالتنسيق مع المصالح المعنية.
- يتخذ أي إجراء ضروري لتهيئة الحظيرة وتنمية ثرواتها مراعيًا في ذلك أهميتها العلمية والثقافية، وحثمية حفظها وجلب الزائرين.
- يضبط جردًا منظمًا للثروات الثقافية والطبيعية ويدرسها بالتعاون مع المصالح المختصة والباحثين المؤهلين ولتحقيق ديوان حظيرة الأهقار الوطنية أهدافه المذكورة يجب أن يكون له مراكز لدراسة وحفظ الآثار ومتحف موقع.
- للعلم أن معظم المراكز لازالت تقليدية البناء (زرايب) ما عدا المركز الوحيد المهيأ بموقع تين هينان بأبلسة، و19 مركز قيد الإنجاز تم إعلان المناقصة عنها.
- أما مركز الوصف التحليلي فقد تم إنجاز الهياكل أما اقتناء التجهيزات والتهيئة الداخلية للزيارة فإنها قيد الدراسة.

4.1.1. الموظفين والمستخدمين:

يستخدم ديوان حظيرة الأهقار الوطنية 477 عامل منهم 37 إطار جامعي.

ممتلكات الحظيرة الوطنية للأهقار:

1.1.1. التراث الطبيعي:

تترجع حظيرة الأهقار الوطنية على مساحة تقدر بـ: 450 ألف كلم²، حيث تتميز بغنى تراثها الطبيعي والجيولوجي، أين تحوي أنواع خاصة وعديدة من نباتات وحيوانات تعيش ضمن مناخ شبه جاف.

• التراث الجيولوجي:

تشكل الأهقار من صخور قاعدية تعرف بالصخور البلورية إذ عرفت تغيرات وتحولات عدة وهامة لتصل إلى ما وصلت إليه اليوم. ففي الحقبة الأولى (حوالي 500-600 مليون سنة)، تقدمت مياه البحار وتراجعت عدة مرات مما أدى إلى تشكل ما يعرف بالطاسيلي أين كان يسود المنطقة مناخ مداري.

3.1.1. الهياكل القاعدية:

من أجل التسيير الحسن للثروات تملك الحظيرة الوطنية 50 مركزا لحراسة، مراقبة، إغاثة وإعلام و11 بوابة للعبور والخروج من الحظيرة معرفة بواسطة التشريع (المرسوم الرئاسي رقم: 87/232 المؤرخ في: 87/11/03 الموزعة على 03 نيايات مديرية، تمنراست، إدلس وعين صالح، مغطية بذلك معظم ولاية تمنراست وتمتد إلى تيمياوين بولاية أدرار.

للعلم أن معظم المراكز لازالت تقليدية البناء (زرايب) ما عدا المركز الوحيد المهيأ بموقع تين هينان بأبلسة، و19 مركز قيد الإنجاز تم إعلان المناقصة عنها. أما مركز الوصف التحليلي فقد تم إنجاز الهياكل أما إقتناء التجهيزات والتهيئة الداخلية للزيارة فإنها قيد الدراسة.

في الحقبة الثانية (الميزوزويك: 40 مليون سنة) عرفت المنطقة للمرة الأخيرة تقدم وتراجع مياه البحار تاركة عدة مستحاثات بحرية، نباتية وحيوانية متنوعة.

لتختم هذه التحولات بترسب حديث العمر بركاني المنشأ (في الحقبة الثالثة والرابعة) أدى إلى تشكل قمم الأهقار، أهمها قمة تاهات أين يصل ارتفاعها إلى حوالي 3.000م.

• تراث النباتي:

غني جدا، معرض لعدة أخطار وكذا للإنقراض، بتعداد يفوق 371 نوع نباتي ذومصادر مختلفة حيث ينتشر على كامل المساحة الشاسعة للحظيرة الوطنية للأهقار وهذا حسب إرتفاع كل منطقة.

- في المناطق المرتفعة مثل الأتاكور والتفيدست نجد عدة أنواع ذات مصدر من البحر المتوسط مثل: الزيتون، الشيح...، إلخ.
- في المناطق المنخفضة نجد عدة أنواع ذات مصدر مداري مثل الأكاسيا والتيشوت.

أما في المناطق الأقل إنخفاضا نجد عدة أنواع صحراوية من أنماط مختلفة مثل: النخيل، النجم والدرين.

• التراث الحيواني:

من بين 176 نوع من الطيور التي تم إحصائها، 39 من بينهم يتكاثرون ويتعايشون بصفة جماعية مع وجود عدة تجمعات ذات أهميات مختلفة مثل: روعة الصحراء. كما يوجد 38 نوع من الطيور الكاسرة مثل: النسر الملكي، الباز العمق، شقراء الصخور...، إلخ. 123 نوع مصنف ضمن الطيور المهاجرة أين يكون طريق الهجرة يساوي على الأقل مرة واحدة من مساحة الحظيرة الوطنية للأهقار، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر البلارج الأبيض والبلسم.

- الثدييات:

بتنوع بيولوجي متمثل في 36 نوع، تساهم الثدييات (الجربوع، الخفاش، الأروي، الغزال، الفهد...، إلخ) في الحفاظ على التوازن الإيكولوجي للمنطقة.

- أوجه أخرى من التنوع البيولوجي:

أنواع أخرى من الحيوانات تواجدتها مرتبط بتوفر المياه على مستوى منطقة الهقار، متمثلة في الزواحف، البرمائيات والأسماك والتي يصل تعدادها على التوالي 30، 04 و 02.

يجب أن نأخذ بعين الاعتبار مفهوم الوسط الطبيعي، الذي يبقى العنصر الأساسي لحماية الأصناف والأنواع والمحافظة عليها.

- المواقع والمناطق ذات الأهمية:

بتميزها الجيومورفولوجي عبر منطقتي الهقار والتيدكلت تتوفر الحظيرة الوطنية للأهقار على مواقع ومناطق عدة ذات أهمية علمية بالغة ومؤكد:

- المسطحات المائية المتمثلة في قلعة إسقراسنو أفيلال المصنفتان ضمن اتفاقية رمسار المتعلقة بالمناطق الرطبة ذات الأهمية العالمية.
- التجمع التراثي لمنطقة تيت.
- موقع تاهبورت.

يجب أن نأخذ بعين الاعتبار مفهوم الوسط الطبيعي، الذي يبقى العنصر الأساسي لحماية الأصناف والأنواع والمحافظة عليها.

- الثروات السياحية:

باعتباره متحف مفتوح على الطبيعة، الهقار بشاسعة مساحته وتمايز طبيعته، يوفر ثروات سياحية دعمها تعاقب الحضارات على المنطقة منذ آلاف السنين والتي أكسبتها مقومات جعلت منها منطقة سياحية متميزة.

|| التراث الثقافي: ملك (ممتلك) حظيرة الأهقار الوطنية

- ملك ثقافي: غني جدا يحوي شقين مادي وفكري (غير مادي)

- التراث المادي والمواقع الثقافية:

1- أركيولوجيا (آثار): يزخر الأهقار بمواقع أثرية تشهد على قدم تواجد الإنسان ينتشر على شكل بقايا مشكلة من آثار وأدوات حجرية استعملت من طرف الإنسان منذ حوالي 2،5 مليون سنة إلى 70 ألف سنة.

- وتنتشر على أسطح الملاجئ والصخور، منها آلاف النقوش والرسوم الحجرية (الفن الصخري) على هيئة تعابير فنية صخرية تشرح حياة الإنسان آنذاك منذ 13

ألف سنة، حاول فيها الإنسان التعبير عن محيطه الطبيعي وتفسيره بواسطة أساطير وأشكال رمزية مازالت تحتاج إلى تفسير، ثم الرقي إلى الكتابة الأمازيغية التي لم يبقى منها سوى التيفيناغ (الكتابة اللوية البربرية).

كما تحوي آلاف المعالم الجنائزية وأشكال وتراكيب هندسية متنوعة تشهد على خصوصية العلاقة التي كانت تربط عالم الأحياء بعالم الأموات لقد تحكم أسلافنا القدماء لمدة طويلة في فن البناء وذلك قبل ظهور الأهرامات المصرية.

ب: معالم أونصب والمواقع التاريخية: بالرغم من قلتها غير أن المعالم تنتشر وبشكل واسع بحظيرة الأهقار الوطنية ولها أهمية كبيرة من ناحية الفن والمعمار والتاريخ ومنها القصابات والقصور المبنية بطريقة تقليدية، بحيث تسمح بنهوية جيدة وتنمية مستدامة.

ج. التراث اللامادي: يعرف بأنه مجموعة معارف وأتصورات إجتماعية أو معرفية أو مهارة أو كفاءات أو تقنيات قائمة على التقاليد في مختلف ميادين التراث الثقافي، وتمثل الدلالات الحقيقية للإرتباط بالهوية الثقافية، ويحوزها شخص أو مجموعة أشخاص. ومنها الصناعة التقليدية (صناعة الجلود، صناعة المعادن، الصناعة الطينية، الخشب، الجريد... إلخ) بحيث لازالت حية تمارس أبا عن جد وبننا عن أما ويمكن تصنيفها إلى نوعين:

الصناعة الجلدية: وهي من اختصاص المرأة بحيث تصنع مختلف أدوات الجلدية.

الصناعة التقليدية الاحترافية: وهي من اختصاص طبقة إندان (المعلمين) الذين يصنعون مختلف الأشياء والأدوات منها الحلي والأدوات الفلاحية أو الأدوات ذات الاستعمال اليومي وهي موجهة للبيع التي تمثل منتوجا سياحيا هاما في المقام الأول.

III. التأثيرات:

يمكن أن تلحق بالتراث الثقافي والطبيعي عدة أضرار نتيجة تأثيرات طبيعية وبشرية:

III.1. التأثيرات الطبيعية:

إن الأضرار الطبيعية رغم أنه لا يمكن إستدراكها أوالتراجع عنها إلا أنها تعتبر قليلة أمام الأضرار التي يسببها الإنسان.

2. III. التأثيرات البشرية:

يواجه التراث الثقافي والطبيعي تهديدات حقيقية ذات وزن ثقيل من طرف الإنسان، ويتعلق الأمر بصفة أساسية بالتصرفات التالية:

- الإستغلال المفرط للخشب والفحم، جمع النباتات الطبية والعلفية بغية الإيجار بها.

- نهب رمال الأودية وما ينجر عنه من إتلاف لنباتاتها.

- التصرف في حجارة المعالم الجنائزية للعصور القديمة بغية إستعمالها في البناء.

- الإقامة العشوائية للمحاجر والمقالع وما ينجر عنها من خسائر جد معتبرة.

- إستخراج المعادن من المناجم وكذا إستغلال الملح.

- القطع المحظور للنباتات الشجرية كالكرنكة.

- الفوضى في استغلال الأراضي (أوما يعرف بالإستصلاح الزراعي).

- الدوس دون مبالاة على النباتات والحشرات والصيد المحظور للحيوانات.

- الجمع المحظور للأدوات الأثرية الحجرية (الصناعة الحجرية لعصور ما قبل

التاريخ).

- القيام بالخرشيات على الجدران أوالمساحات المسطحة التي نقش أو رسم عليها

قديمًا.

- الجمع المحظور للمواد البيولوجية سواءًا كانت نباتية (بذور، قشور ومساحيق)

- أوحيوانية (جلود، عظام، أوبار، حيوانات ولحوم مجففة).

- صيد الزواحف.

- التسيير غير العقلاني للنفايات والبقايا وما ينجر عنه من تغيير لمحيط العيش.

- الأعمال غير الملائمة التي يقوم بها السواح.

– حماية وتقييم الأنظمة البيولوجية:

أنشأت الحظيرة الوطنية للأهقار وتمت تهيأتها في منطقة حماية التراث الطبيعي والثقافي والمحافظة عليه، حيث يندرج إنشاءها ضمن الإستراتيجية الوطنية والعالمية التي تسعى للمحافظة على هذا التراث وتنميته.

في هذا الإطار، قامت السلطة المسيرة لحظيرة الأهقار الوطنية بإنجاز هياكل الحماية وإعادة الإعتبار تمثلت في إقامة مركز للدراسات والوصف التحليلي، كما أنشأت 50 مركزا للحراسة والمراقبة والإسعافات والاستعلامات.

تماشيا مع هذا الخيار أنجزت عدة متاحف مفتوحة على الطبيعة نذكر على سبيل المثال: تينهينان، تمنغست، عين صالح، إيلسومرتوتك، كما سيتم إنجاز وتهيئة مواقع أخرى مثل: تهابورت، تيتوتقمارت، تضاف إليها مشاريع الإشارة الخاصة بالحظيرة وتجهيزات الطاقة الشمسية التي ستستفيد منها المراكز.¹

المطلب الخامس: وكالة السياحة أكار أكار

أولا: تعريف بالوكالة أكار أكار:

أكار أكار هي شركة ذات مسؤولية لسياحة والسفر والخدمات تأسست على يد مؤسسها زونقه مخطار، تنشط منذ عام 1972 م على المستوى المحلي، وقد اشتهرت الشركة في مجال السياحة الصحراوية.

حيث كانت في البداية عبارة عن وكالة سياحية وهي تعتبر أقدم وكالة على مستوى الولاية تقدم خدمات سياحية ذات جودة. ومع ركود السياحة تم توسيع نشاط الشركة من اختصاصها في مجال الخدمات والإنشاءات.

اهم الخدمات التي تقدمها:

تعتبر الشركة مساهم كبير في التنمية من خلال توفير العديد من مناصب الشغل حيث تقدم الشركة الخدمات التالية:

✓ السياحة والسفر.

✓ النقل وكراء السيارات.

✓ خدمات الإطعام.

✓ الإنشاءات والري

¹. ديوان الحظيرة الوطنية للأهقار

- ✓ تنظيم الرحلات إلى الخريطة.
- ✓ تنظيم رحلات دراسية ورحلات لغوية.
- ✓ تحقيق الإقامة والدوائر والرحلات في مجالس الأعمال.
- تنظيم الندوات والمؤتمرات والندوات.
- ✓ تأجير السيارات.
- ✓ حجز غرف الفنادق.
- ✓ استقبال ونقل من المطار.
- ✓ حجز وبيع تذاكير الطيران الوطنية والدولية والبحرية.
- ✓ إكتشاف والمواقع والمعالم.
- ✓ الرحلات وعطلات نهاية الأسبوع
- ✓ السياحة التعليمية والثقافية.
- ✓ العلاج بالمياه المعدنية والسبا.
- ✓ مخيم صيفي.
- ✓ التخيم العائلي.
- ✓ دورة رياضية.

مهام منظم الرحلة السياحية:

- ✓ إعداد وتنظيم البرامج السياحية التي تشمل الإقامة والفندق المختلفة والمزارات السياحية والانتقالات وغيرها.
- ✓ تسعير البرامج السياحية وذلك بالتنسيق مع مدير الشركة السياحية.
- ✓ إرسال البرامج السياحية التي قام بإعدادها إلى الوكلاء السياحيين لتسويقها وبيعها للمستهلك السياحي.
- ✓ التأكد باستمرار من سير البرنامج السياحي الذي يتم تنفيذه في أحسن صورة لمعالجة التي قد تظهر.

إعداد البرنامج السياحي:

التعريف البرنامج السياحي:

هو عبارة عن مجموعة الخدمات أو المنافع التي تقدمها شركة السياحة للسائح خلال فترة معينة أو بتكلفة معينة.

أنواع برامج سياحية:

1. برامج سياحية موجهة إلى السياح الأجانب: وتشمل هذه البرامج السياحية الموجهة لجميع سياح العالم مطروحا منهم السياح من مواطني الدولة سواء كانوا مقيمين بالداخل أو يعملون بالخارج وتقوم على عناصر الجذب السياحي المتوافرة سواء داخل أو خارج.

2- برامج سياحية موجهة للمواطنين الذين يعملون في الداخل: وتنقسم إلى سياحة داخلية تعتمد على المعالم السياحية الخارجية تقسيم حسب الغرض منها:

- سياحة ثقافية

- سياحة مؤتمرات

- سياحة الهواية

- سياحة المشتريات

- سياحة دينية

- الرحلات الخاصة

- السياحة العلاجية

تقسيم البرنامج على حسب:

1. عدد السياحية على حسب:

برامج سياحية فردية

برامج سياحية جماعية

2-المرحلة العمرية للسائح:

سياحة الطلائع

سياحة الشباب

سياحة الناضجين

سياحة ما بعد سن التقاعد

3- تقسيم البرامج حسب المدة التي يستغرقها البرنامج:

السياحة لمدة أيام

السياحة الموسمية

السياحة العابرة

4- تقسيم البرامج حسب جنسية السائح:

برامج موجهة للسياح الأجانب

برامج موجهة للمواطنين المحليين

5- مكونات البرنامج السياحي:

1- خدمة الإقامة: هي عنصر رئيسي من عناصر البرنامج ويتحدد مكان الإقامة

بما يتفق مع نوعية المستهلك.

2- وسائل النقل والمواصلات وتنقسم إلى:

1- النقل الجوي

2- النقل البحري

3- النقل البري

3- خدمة الإعاشة (الوجبات الغذائية):

يتضمن البرنامج السياحة على خدمة الإعاشة ونوعياتها وهي:

- تكاليف الإقامة والوجبات

- حساب تكلفة الإقامة والإعاشة

- الوجبات: وتنقسم إلى: مبيت والإفطار

6- مخطط ارتباط وكيل السفر مع شركات النقل:

مخطط يوضح ارتباطات وكيل السفر مع شركات النقل وشركات الخدمات

السياحية الأخرى.

أ- إيجابيات وسلبيات وكيل السفر:

إيجابيات وكيل السفر:

- 1- يعتبر عمل وكيل السفر عمل مثير وممتع لأنه يتيح الى مالكة السفر إلى جهات متعددة بالعالم والالتقاء بالناس المهمين.
- 2- الحصول على تذاكر سفر ورسوم منخفضة فضلا عن إمكانية الحصول على خدمات مميزة في الفنادق وشركات الخطوط الجوية.
- 3- يساعد العمل في وكالة السفر في الحصول على معلومات ثقافية وجغرافية وسياسية.
- 4- العمل على تقوية الشخصية وصقلها من خلال الالتقاء بالناس والاستفادة من خبرتهم
- 5- الحصول على ارباح قد تكون مجزية إذا ما تم استعمال مجال الغداة الحديثة والتخطيط الجيد.

سلبيات وكيل السفر:

- 1- عمل وكيل السفر شاق ومتعب في بعض الحالات يستوجب متابعة المدة 24 ساعة.
- 2- يحتاج العمل إلى دقة في التنظيم والمواعيد والأسعار فإن أي خطأ ممكن أن يؤدي إلى خسارة كبيرة وخاصة عند تعامل مع الشركات والفنادق أجنبية لأنه يوجد فق في العملة في التحويل.
- 3- صعوبة الحصول على عناصر بشرية كفئة للعمل يحتاج في وكالة السفر لان العمل يحتاج إلى خبرة وشهادة أكاديمية.
- 4- تحمل مخاطر الظروف الطارئة والتي قد تضطر الوكالة على إلغاء كثير من الحجوزات لأسباب اقتصادية أو سياسية أو امنية وهذه تعتبر خسارة لوكيل السفر وخارجه عن سيطرته.

5- كثير من الحالات تفشل الرحلة السياحية المنطقة أو قد لا يحقق السواح رغباتهم من سفره ما فيكون وكيل السفر هو الملام مع العلم أن وكيل السفر ليست لديه سيطرة على ذلك وليس له ذنب بذلك.¹

المبحث الثالث: عرض وتحليل

قمنا بأربع مقابلات إجتماعية وفردية وكانت في كل من إذاعة تمنراست و مديرية السياحة وديوان الحضيرة بالأهقار والوكالة السياحية أكار أكار.

1. كانت أجوبة المبحوثين في الإذاعة كما يلي:

إن إذاعة تمنراست من أقدم الإذاعات الجهوية على مستوى الوطني بإعتبارها أسست 16 أبريل 1992، منذ نشأة هذا الصرح الإعلامي بولاية تمنراست بإعتبارها منطقة سياحية أكد أنها تلعب دورا كبير جدا في تنمية السياحة وتشجيع عليها من خلال:

مرافقة الهيئات المعنية بهذا القطاع من خلال الحملات التحسيسية للحفاظ على المواقع الأثرية المتواجدة بالولاية، وكذلك مرافقة السواح عند إحلالهم بالولاية من خلال توجيههم وتوعيتهم بأهمية الحفاظ على هاته المواقع السياحية، ولإنجاح هذا البرنامج أكد إذاعة تمنراست الجهوية من خلال شبكاتنا البرمجية الصيفية والعادية وحتى الرمضانية نعمل دائما على توجيه ومتابعة كل الملفات المتعلقة بالسياحة على مستوى الولاية من خلال البرامج السياحية، هناك العديد من البرامج التي تحملها الشبكة البرمجية كبرنامج الهقار حضارة وتاريخ وكذلك صحرائنا عبر العصور... الخ، هناك العديد من البرامج التي تحملها الشبكة البرمجية التي نعرف من خلالها بالموروث الثقافي وكذا المواقع السياحية المتوفرة بالمنطقة، وبرامج التوعية والتحسيس الخاصة بالسواح سواءا كانوا أجانب أو جزائريين القادمين لولاية تمنراست، كما نعمل دائما على إعداد ومضات إخبارية للتعريف بالمنطقة هاته الومضات تعرف مختلف المناطق السياحية التي تزخر بها المنطقة، كما تعرفون أن منطقة تمنراست منقسمة إلى جهتين جهة في التيدكلت وجهة في الأهقار، السياحة في التيدكلت تختلف كثيرا عن السياحة بالأهقار من خلال الطوبوع التي تسجل هناك،

¹. وكالة السياحة أكار أكار بولاية تمنراست

فهناك طبوع محلية تختلف تستقطب أيضا السواح الأجانب، لذلك هناك برامج للتعريف بهذه الطبوع المختلفة بالمنطقة.

1. كيف يتم تقسيم الأدوار والتنسيق بين العمال؟

الشبكات البرمجية من خلال إذاعة تمارست الجهوية، هناك قسم الإنتاج وقسم الأخبار، قسم الإنتاج يعمل دائما على إعداد برامج توعوية تحسيسية وإشهارية تعرف بالموروث الثقافي والسياحي بالمنطقة، وفي الجانب الآخر مصلحة الأخبار تعمل دائما على مرافقة جديد القطاع بإتصالها بمديرية السياحة وكذا غرفة الصناعة التقليدية، وكذا الحظيرة لإعطاء المواطن المعلومة حول المواقع السياحية وأهميتها، كما تعمل دائما على إحصاء عدد السواح الأجانب الذين يتوافدون على المنطقة كل سنة وهذا ما شجعنا على برمجة العديد من البرامج السياحية.

2. ما مدى فاعلية الإذاعة في تنمية الوعي السياحي للمنطقة؟

ليست الإذاعة فقط بل كل وسائل الإعلام لها دور كبير جدا في تنمية الوعي السياحي عند سكان المنطقة، المسجل عدد سواح الأجانب تناقصوا كثيرا خلال السنوات الأخيرة لكن القطاع من خلال متابعتنا له سطر برنامج لتشجيع السياحة الداخلية من خلال تهيئة هياكل إستقبال بالولاية، وكذلك تشجيع الإستثمار، هذه الخطوات نعمل دائما على متابعتها واستضافة المعنيين لشرح هاته النقاط حتى نصل إلى أكبر عدد ممكن من السواح وتوعيتهم بأهمية السياحة الداخلية خصوصا أن ولاية تمارست تزخر بالعديد من المواقع السياحية.

3. من خلال مسارك المهني وإهتمامك بالجانب السياحي في خلال البرامج

السياحية التي تبث في الإذاعة، كيف تقيمون الدور الذي لعبته الإذاعة في ترويج السياحة؟

تقيم دور السياحة من خلال الإحصائيات التي نسجلها فإن الإذاعة لها دور كبير جدا، بإعتبار أي سائح يستطيع من خلال البرامج التي تقدمها الإذاعة أن يتعرف على الخدمات السياحية المقدمة بالمنطقة وكذا الجهات تستقبل أكبر عدد ممكن من السواح، وبالتالي فإنه سيدخل في ربح الوقت حتى يتمكن من زيارة أكبر عدد ممكن

من الواقع السياحية، وبالتالي فالإذاعة لها دور كبير في التعريف والتوعية بالمواقع السياحية.

4. هل هناك حصة تقدم معلومات عن كيفية الحفاظ والتعامل مع التراث الثقافي والمادي للمنطقة؟

أكد من خلال حصة بن مسعود مسعودة " صحرائنا عبر العصور " التي تقدم على مستوى الإذاعة هوبرنامج ثري جدا من خلال المعلومات التي يقدمها حتى قبل عصور عديدة، هذا البرنامج يستضيف أساتذة مختصين في هذا المجال لشرح أهمية هاته المواقع السياحية وقيمتها التاريخية بالمنطقة، لذلك نعمل دائما على تشجيع مثل هذه البرامج حت نتمكن من وضع أرشيف خاص بالقطاع السياحة بمنطقة الأهقار .

5. هل لاحظتم تفاعل من طرف المجتمع مع المواضيع الخاصة بالسياحة؟

أكد أن كل إذاعة تعمل دائما على إستقطاب أكبر عدد من المستمعين، وبالتالي فإن عدد الاتصالات التي ترد إلى البرامج التي نقدمها دليل على تفاعل المستمعين مع هاته البرامج التي نقدمها، وبالتالي نحن سعداء بهذا التفاعل الذي نجده الذي يدخل في إطار وعي المستمعين لأهمية الحفاظ على المواقع السياحية، كذا التنوع التي تزخر به المنطقة.

6. هل تلعب الإذاعة دورا في تعميم الثقافة السياحية؟

الإذاعة لها دور في تعميم الثقافة من خلال العناوين التي تقدمها مختلف البرامج التي تحملها الشبكة البرمجية، فإن المواطنين بولاية تمنراست لهم وعي بالسياحة، لكن الغالب حسب رأينا هوإقبال الشباب على الإستثمار في هذا المجال ضعيف جدا، نجد أن الشباب إلى حد الآن ليس لديهم الوعي للإستثمار في المجال السياحي الذي نراه من الهياكل أوالقطاعات التي منح لها الاهتمام الكبير ستساعد في ترقية الاقتصاد الوطني، وبالتالي القضاء على البطالة بهاته المنطقة.

7. في رأيك ماهي الطريقة الأنجع للترويج لهاته المناطق من خلال الإذاعة؟

تعمل الإذاعة دائما بمتابعة أي سائح يقدم إلى المنطقة، لكن العديد من السواح من خلال ملاحظاتهم والتسجيلات التي قمنا بها مع هؤلاء لاحظنا أن هياكل الإستقبال تحتاج إلى تهيئة، وبالتالي لتشجيعهم على القدوم إلى الولاية يجب أن

نحسن من هياكل الأستقبال وكذا إضافة عدد من الوكالات السياحية حتى نتمكن من التكفل بالأعداد الكبيرة التي تأتي إلى ولاية تمنراست كل سنة.

8. مثلا كنت مديرا لمديرية السياحة وكنت تمتلك وكالة سياحية، كيف يتم التصرف في الأعمال داخل المؤسسة؟

التجربة ستكون شيقة ولكن في هذا الإطار لنجاح أي عمل يجب أن تتوفر لديك الإرادة في البداية والإمكانيات حتى تتمكن من تحقيق الهدف المنشود الذي يدخل في إطار ترقية السياحة من خلال وضع إستراتيجية لإستقطاب أكبر عدد ممكن من السواح، ووضع برنامج يدرس جميع الجوانب المتعلقة بالقطاع وبالتالي نجاح المشروع يجب الإستعانة بخبراء في هذا المجال.

9. ما الهدف من البرامج السياحية التي تبث عبر الإذاعة؟

التوعية والتحسيس وتوعية المواطنين بأهمية الحفاظ على المواقع السياحية واستقبال الضيوف أحسن إستقبال.

10. هل قدمت هذه الحصص معرفة بالتراث الطبيعي والمادي للمنطقة؟

نحن نعمل دائما على تقديم الأفضل بإعتبار إذاعة تمنراست من الإذاعات التي لها مسموعة كبيرة عبر مختلف ولايات الوطن من خلال الاتصالات التي ترد إلينا وبالتالي أملنا كبير أن تجد البرامج التي نقدمها صدى كبير حتى يتعرفوا على المواقع السياحية، لكن مدى تفاعل المواطنين مع هاته البرامج لم نقم بإجراء سبر للأراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي وحتى موقع الإذاعة لمعرفة مدى استقطاب هاته البرامج للمستمعين بولاية تمنراست.

11. هل هناك حصص أو مومات إخبارية تبث عبر الإذاعة الوطنية؟

علاقتنا بالإذاعات الوطنية المراسلات التي نقوم بإرسالها لهاته القنوات كل ما اقتضت الضرورة ذلك من خلال افتتاح الموسم السياحي وحتى في تسجيل أشياء تدخل في إطار ترقية السياحة بالمنطقة، نعمل دائما على تقديم إحصائيات عن عدد السواح الذين زاروا المنطقة، وكذا المواقع السياحية الجميلة التي تستقطب السواح وكيفية الحفاظ عليها، فتفاعل القنوات الوطنية مع هاته المراسلات أكيد أنه إيجابي

من خلال الاتصالات المواطنين من مختلف الولايات لتأكيد رغبتهم للحضور إلى ولاية تمنراست والمشاركة في الرحلات السياحية التي تنظم بالمنطقة.

12. هل تشجع البرامج السياحية في جلب السواح داخل الوطن؟

البرامج السياحة المحلية لا أظن ذلك، لكن البرامج السياحية التي تقدم على المستوى الوطني ممكن، وبالتالي فإن إذاعة تمنراست كل من يسمعها هو موجود هنا وبالتالي يعرف المناطق السياحية لكن أملنا أن تكون هناك إذاعات مختصة في الشمال وحتى في الخارج لتعريف بالمنطقة من خلال عرض صور وغيرها لإستقطاب أكبر عدد ممكن من السواح.

13. كيف يتم الترويج لهاته المناطق السياحية؟

من خلال عرض صور وكذا قيمتها التاريخية وكذا تنظيم محاضرات على مستوى هاته المواقع السياحية والنجاح هو تنظيم الرحلات السياحية بالمجان لهاته المناطق حتى يتمكن المواطنين من استغلال هاته الفرصة وبالتالي من خلالها شرح ما رأوه لزملائهم حتى نرفع من عدد السواح الذين زاروا هاته المناطق السياحية.

14. فيما تكمن أهمية البرامج الإذاعية في تطوير السياحة الصحراوية في الجنوب

الجزائري؟

الإعلام والسياحة وجهين لعملة واحدة لا يمكن للسياحة أن ترقى إلى ذلك المستوى المنشود دون إعلام ناجح يهدف إلى التعريف والترويج لهاته السياحة، والسياحة حتى تنجح يجب أن تستعين بالإعلام الهادف والإعلام الذي يعطي الصورة الحقيقية لهاته المواقع السياحية وقيمتها التاريخية.

15. ماذا تقترح لتنمية القطاع السياحي بالمنطقة؟

الدولة قامت بمجهود كبير لترقية السياحة بالمنطقة من خلال أن هناك مديرية السياحة وغرفة الصناعات التقليدية وتشجيع الوكالات السياحية، الآن يبقى على الشاب بالمنطقة أن يتفاعل مع هاته البرامج وخصوصا أن الدولة فتحت أجهزة الدعم العديدة "لونساج" وغيرها بإمكان الشباب بأن يتقدموا لهاته الهياكل حتى يقوموا بفتح وكالات سياحية تعمل على تفعيل السياحة بالمنطقة خصوصا أن السنوات الأخيرة لاحظت أوسجنت ركود كبير في مجال السياحة.

2. كانت أجوبة المبحوثين في مديرية السياحة كما يلي:

1. هل تمثل التذكرة عائق للسواح الزائرين؟

هي أكبر مشكلة لأن لديهم رحلتين رحلة إلى الجزائر ورحلة إلى مدينة تمنراست وكانوا يقومون بدراسات مع الخطوط الجوية من أجل القيام بتخفيضات في الموسم، وهدفهم ليس السائح الأجنبي السائح الأجنبي عملته صعبة يمكنه القدوم على المناطق السياحية لكن المشكل في السواح الجزائريين العملة تكون لديه ضعيفة وثمان التذكرة مرتفعة هي أكبر عائق بالنسبة للسواح الوطنيين.

2. هل ردة الفعل تكون كما كانوا يتصوروها أو العكس؟

هناك دراسات على ردة فعل الزائر حين زيارته للمناطق من خلال توزيع استمارات، السائح الذي يأتي وقاموا بإستقباله وقام بجولته السياحية بصفة عادية وجيدة تكون ردة فعله إيجابية، أما السائح الذي يتأخر في المطار ولم يتم إستقباله بصفة جيدة ويقوموا بإلغاء جولته السياحية مع العلم أن الجولات السياحية مقطوعين أو مغلقيين لأن الجيش مكفل بالسياحة، ويجب على هذا السائح أن يتماشى بقوانين التي وضعتها الأمن أويقع في مشاكل، حسب تطلعات السائح اذا توفقت في تحقيق جميع تطلعاته أكيد السائح يكون راضي إلى حد ما، عكس السائح الذي يقع في مشاكل يكون غير راضي وردة فعله تكون سلبية.

3. رغم أن يكون الترويج السياحي ناجح، هل ترى أن قلة المرافق وغلاء الفنادق

يسبب عزوف أو ضعف إقبال السواح على الولاية؟

السواح الأجانب لا يلبق بهم المرافق والسواح الأجانب هم فئات حسب رغبة الزبون هناك سواح صارمين وسواح عاديين كل حسب تطلعات السائح، هناك سواح عندما يقبل على المنطقة يتعرض الى مشاكل وبالتالي يأخذ صورة سيئة على المنطقة، وهناك سواح المغامرات ينام في الأرض تتسخ ملابسه في الصحراء لا يكون عنده إشكال الأهم عنده يزور المنطقة هنا حسب نوع الزبون، أما الجزائريين بصفة عامة من النوع الذي لا يعجبه شيء ويتذمر من أي شيء، وهذا لا يمنع المؤسسات الفندقية أن تقدم خدمات حتى لو بسيطة من نظافة أوتوفير الماء، وكذلك لا يمنع أن تقدم خدمة ذات جودة حتى ولو ببساطة حتى ولو بمخيم، ومحاولة المفتشين

بمديرية السياحة أن يقوموا بمراقبة المخيمات والفنادق من أفرشة وغرف، حتى ولو كانت مؤسسة نظيفة يجب عليها توفير نظافة للزبون، مثلا في الأردن مخيم في الصحراء تتوفر فيه نظافة.

4. ماهي نوعية السواح اللذين يزرون المنطقة بكثرة؟

نوع السائح يعيظ نوع النشاط هناك سواح اللذين يحبون المغامرات (تسلق الجبال، سباق الدرجات)

هناك سواح علماء جيولوجيين (يدرسون المنطقة، الصخور... الخ) وهناك باحثين كل حسب تخصصه علم آثار، جيولوجيا يقوموا بدراسة المنطقة وغيرها

وهناك سياحة دينية (في أسكرم "معبد" و "الكنيسة" المتواجدة في قطع الواد) عادة ما يقوموا بزيارتها كبار السن.

وهناك سياحة ثقافية (التراث المحلي للمنطقة).

وبالتالي فإن كثرة السواح الذين يقبلون على المنطقة هم السواح المغامرون.

5. حسب معرفتنا أن أهم المناطق التي تستهوي السائح (أسكرم) (طاسيليا الأهقار)، لكن ان التنقل لهذه المناطق يكلف مبالغ كبيرة، الا يشكل هذا عائق لإستقطاب السواح؟

السياحة الصحراوية تكلف مبالغ كبيرة ولم ينجحوا مع السياحة الوطنية عندما انقطعت السياحة سنة 2010/2011 بدأت الدولة تشجع في السياحة الوطنية.

6. في رأيك ماهي الطريقة الأنجع لترويج الإذاعي للمناطق؟

الإذاعة المحلية تقتصر على المحلية هي للمنطقة تكون بين السلطات والإدارة والشعب يكون حوار محلي تقوم بتنشيط وتغطية التظاهرات من معارض وحرفيين والمهرجانات يكونوا على إطلاع بكل شيء، هي وسيلة وسيطة بين الشعب والوالي والإدارة تروج محليا وتنشط الاقتصاد المحلي في جميع القطاعات الثقافة، السياحة، التجارة، يستعينوا بها محليا، هنا المواطن لا يكون في عزلة يكون على علم على الأحداث التي تقع في المنطقة تكون هناك لحمة وتواصل اجتماعي في المنطقة.

7. ماهي علاقة مديرية السياحة بالإعلام (الإذاعة) من أجل الترويج السياحة؟

كمديرية من غير الإذاعة المحلية يأتوا صحفيين من الجزائر العاصمة وقنوات مثل قناة النهار أوالقناة الأولى يقوموا بلقاء مع المدير ويقوموا بتغطية عندما يأتي وزير ويقوموا بتغطية السياحة، وكذلك الصحافة المكتوبة يقومون بلقاءات مع المدير والمسؤولين، لديهم علاقات عامة مع وسائل الإعلام، والإذاعة المحلية إي شيء وقع أومشاكل يقوموا بتغطيتها من تظاهرات وحصص تخص بالسياحة هناك علاقة وثيقة بين الإدارة ومديرية السياحة، فالسياحة هي قطاع حساس في الميدان الإذاعة كظل مديرية السياحة أي شيء وقع تقوم بتغطيتها لعلم الناس بالمشاكل التي تقع فهي صوت الجمهور .

8. في رأيك ماذا تقترح لتنمية والقيام بالقطاع السياحي وتطويره؟

- يجب تنشيط النشاط السياحي.
- وحل جميع المسارات المغلقة وفتح مجال أمام السياحة حرثوعدم الخروج مع الأمن.
- إعطاء قروض بنكية بدون فائدة (من أجل بناء فنادق... والى غير ذلك).
- إنشاء تكوين خاص السياحة.
- الدعم المادي (تخفيضات طائرة) وتسوية الطرقات معنى ذلك تحسين النقل البري والجوي.

3. كانت أجوبة المبحوثين في وكالة أكار أكار كالتالي:

1. ما هو الدور الذي تلعبه الوكالة في الترويج للمناطق السياحية؟
 بما أن الوكالة عندها أقدمية وسوق معروف تشارك مع الكل عندما تتيح لها الفرصة لكي تعرف المناطق ككل لديهم جمعية حديثة لديها 03 سنوات عندما ينظمون مظاهرات سياحية للترويج للسياحة بصفة عامة مؤسسة أكار أكار تكون الراعي الرسمي لهذه الجمعية

9. ماهي نوعية السواح الذي يزرون المنطقة؟ هل هم سواح داخليين أم خارجيين؟
 في الأعوام الأخيرة السواح اللذين يزرون المنطقة هم سواح داخليين والمواطنين المقيمين والغير مقيمين الشيء الذي أثر على الأمر أن السائح الأجنبي لم يعد يقبل على منطقة تمنراست أن المناطق بالولاية غير مفتوحة للأجانب وهذه من المعوقات

وقرارات سياسية متعلقة بالأمن عندنا في ولاية تمنراست الأجنبي عنده منطقة الأسكرم فقط يعني الأجنبي لديه يومين أو ثلاثة في جولته السياحية ويكون مرافقه رجل أمن.

4. توصلنا من خلال مقابلتنا لأحد العمال في ديوان الحظيرة الوطنية للأهفار بولاية تمنراست إلى الإجابات التالية:

السؤال الأول: ما هو دور ديوان الحظيرة في الترويج السياحة في المنطقة من خلال المعارض التي قمت بها والسفريات للخارج؟

الجواب الأول: أ: غزلان نفيس: لم تتمكن من إجابتنا لأنها لم تقم بالسفر إلى الخارج لكي تقدم لنا معلومات دقيقة.

ب: بضبوضة: هوحماية والحفاظ على السياحة في الاهفار وتثمين وبالتالي فإن التثمين يدخل في مجال ترويج للسياحة.

السؤال الثاني: كيف يتم حماية المواقع الأثرية؟

الجواب الثاني: أ: غزلان نفيس: يتم حمايتها من خلال المواقع والمراكز الأمن والحراسة، فمن مهام الحظيرة حماية وتثمين وترقية التراث المادي واللامادي من خلال مراكز المتوزعة على ثلاث 3 مديريات: مديرية تفاعلية تمنراست، ومديرية إدلس، ومديرية عين صالح وكل مديرية عندها مراكز والتي يصل عددها 55 (مركز حراسة) أبواب بحيث داخل هذه المراكز أعوان حراسة وهم الذين يقومون بدورات مراقبة لمواقع الأثرية والسياحية في حظيرة تمنراست (الأمن).

وبالتالي هؤلاء الأعوان يحددون من خلال أهمية المواقع وأهمية الدراسة تكون فيها: "مواقع أثرية، مناطق رطبة، منظر طبيعي ملائم" يساهمون في مراقبة الآثار من خلال التخريب البشري كان أوالحيواني، وبمجرد هذه الأعوان يلاحظون أي شيء دخل للمنطقة هم مكلفون بتبليغ الحظيرة أن هذا الموقع تعرض لاكتشاف شديد وتعرض لتخريب وحوادث شديدة من اجل المحافظة على هاته المواقع.

ب: بضبوضة: يتم حمايتها عن طريق رسائل قانونية (من إشارات مرور وغير ذلك) وقوانين المؤسسات البحث في هذا المجال مختص في مجال أبحاث ما قبل التاريخ الأنتربولوجيا "كراسك" في وهران يحافظ على التراث كذلك عن طريق الجانب

التحسيسي يتم التحسيس عن طريق المعارض والصور وحصص في الإذاعة والموقع والنشاط الميداني في مختلف المؤسسات كل مؤسسة والدور الذي تقوم به لكن يجب إن يكون هناك تضامن واتحاد لحماية التراث.

السؤال الثالث: ما هو أكبر خطر يهدد السياحة؟

الجواب الثالث: غزلان: أكبر خطر هو الخطر البشري، فمهما كانت الطبيعة متألفة مع الحيوان ويكون تقني مع الطبيعة ويقوم بدوره اتجاه الطبيعة ويهتم بها لا يكون هناك خطر، لذلك فإن أكبر خطر هو الإنسان من خلال التخريب فيتمثل ذلك بالكتابة العشوائية على الرسومات الصخرية، وتلويث المناطق السياحية عن طريق حرق ورمي الأوساخ وتقطيع الأشجار بطريقة غير منتظمة وحتى إن كان في الفصل الغير مناسب بالإضافة إلى صيد الحيوانات مثل الغزال وهذا ما يؤدي إلى خطر واخل في الطبيعة وتهدمها.

السؤال الرابع: ما هي نوعية السياح الذين يزرون المناطق السياحي؟

الجواب الرابع: غزلان نفيس: على العموم سياحة الأجانب تمثل نسبة ضئيلة أكثر منها السياح المحليين والوطنيين الداخلية أما الخارجية قليلة جدا.

السؤال الخامس: ما هو دور المجتمع المدني المتمثل في الجمعيات الثقافية والاجتماعية في الترويج السياحي؟

الجواب الخامس: أ/ غزلان: يتمثل في الصناعة التقليدية لترويج السياحة كذلك نجد الفلكلور المحلي يساهم في ترويج السياحي والأكلات الشعبية والألعاب التقليدية واللباس أيضا.

ب/ بضبوضة: يلعب دور في الحماية مثل جمعية أتاكور تقوم بتوعية وتحسيس الناس والجمعيات من اجل حماية التراث والمناطق السياحية.

السؤال السادس: كيف يتم الحفاظ على الإرث الطبيعي للحظيرة الوطنية؟

الجواب السادس: جواب غزلان: يتم المحافظة على التراث من خلال المراقبة، مراقبة الجانب الطبيعي والحفاظ عليه من طرف سكان المنطقة، بحيث السكان المحليين يعتبرون الدور الأساسي والمهم في حماية التراث الطبيعي لان الحظيرة ليست مؤسسة داخلية هي متحف على الهواء الطلق.

أما مهام الخاصة بمتحف الحاضرة هونشاط يومي يتمثل في تسجيل تراث اللامادي وأرشفته، وتمريره للناس للمحافظة عليه والتوعية والتحسيس من خلال برامج إذاعية "حصص"، التسجيل والأرشفة خاصة مع أعيان المنطقة وحاملي التراث. والحصص الإذاعية هناك قارة في الأسبوع بعنوان "تراث بلادي" و"جولة في بلادي"، بالإضافة إلى موقع فيس بوك لديهم صفحة يقومون فيها بنشر كل النشاطات الحاضرة والتراث الخاص بالمنطقة عن طريق فيديو وصوت وصور.

السؤال السابع: كيف تقوم العلاقة وكيف يتم تقسيم الأدوار والتنسيق بينهم؟

الجواب السابع: غزلان: هناك 3 أقسام في الحاضرة، القسم التراثي ويضم (تراث المادي واللامادي)، والقسم الطبيعي، وقسم الاتصال، وكل قسم له مهام فنجد القسم الطبيعي يهتم بالتراث الطبيعي والقسم التراثي يهتم بالتراث المادي واللامادي، وقسم الاتصال يهتم بالسياحة ويتم ذلك من خلال تقسيم الأدوار، مثل: تراث اللامادي عندما يخرج يجب عليه أن ينسق مع قسم الإعلام لكي تكون عنده منهجية وطريقة العمل الخاص به، نفس الشيء في التراث المادي عند الخروج يجب أن يكون معهم عامل من قسم الاتصال وشخص من قسم التراثي، يقوم بالعمل مع الناس الكبار على العادات والتقاليد، وعامل من قسم التراث الطبيعي، فمثلا في منطقة أدلس عندهم مهام جرد التراث المادي واللامادي هذا يحتاج إلى العمال من الأقسام الثلاثة يعني أعمال مشتركة فيما بينهم من خلال التوعية والحفظ والتمين والترقية والتعرف وشرح للسائحين التراث وأهميته البالغة.

السؤال الثامن: من خلال مسارك المهني واهتمامكم بالجانب بالمواقع السياحية في تقديم البرامج الإذاعية، كيف تقيمون الدور الذي لعبته الإذاعة في الترويج للسياحة؟

الجواب الثامن: غزلان: أكيد الإذاعة عندها دور كبير في ترويج السياحة والحفاظ على المناطق، وهذا الدور يكمل في توعية والتحسيس والنقص من التخريب والتهديب وإهمال الثقافة والتغطية.

فالدور الأول للإذاعة هو التوعية عند بث الحصص الإذاعية تقوم بتوعية الناس بأهمية التراث وتعليمهم بالمناطق وتزويدهم بالخبرات والمعلومات.

السؤال التاسع: ما الهدف من البرامج السياحية الإذاعية التي تبث في الإذاعة؟ وهل لاحظتم تفاعل من طرف المجتمع؟

الجواب التاسع: غزلان الهدف منها هي التوعية والتحسيس وإيصال المعلومة للمستمعين بطريق ابلغ وانجح، توعيتهم من اجل ضرورة الحفاظ على المناطق والواقع السياحية.

والتفاعل هناك تفاعل كبير خاصة في النقوش والنحت على الحجار بشكل عشوائي نقص بشكل كبير، بالإضافة إلى جولات والرحلات العائلية لم تعد مثل قبل ترمي الأوساخ بعد الفراغ من الرحلة أصبحت تهتم بالمناطق وعرفت قيمتها وإعطاء أهمية كبيرة للطبيعة والمواقع السياحة.

السؤال العاشر: فيما تتمثل أهمية الحفاظ على السياحة الصحراوية؟

الجواب العاشر: بضبوضة: مثلا الجزائر كدولة عندها قدرات سياحية في المحافظة على المنطقة السياحية، ففي الشتاء يأتي الكثير من السياح في سبتمبر وديسمبر وجانفي بالإضافة إلى الجانب الأمني يساهم بشكل كبير في المحافظة. والجزائر تساهم في الاقتصاد الوطني بان الجزائر منطقة كبيرة في السياحة على مستوى 12 شهر.

تعليق على مقابلة في إذاعة تمرناست:

وفي الأخير نستنتج إن الإذاعة هي إحدى وسائل الإعلام والاتصال المهمة في حياتنا اليومية والتي من بينهم إذاعة تمرناست الجهوية باعتبار هذه الأخيرة من أقدم الإذاعات الجهوية على المستوى الوطني والتي تهتم بالمناطق السياحية والتعريف بالموروث الثقافي، وعلى هذا قمنا بإجراء مقابلة مع أحد العمال والمدير في الإذاعة، للإجابة عن أسئلتنا المبهمة لتثمين واسراء بحثنا. رغم الظروف المكانية والزمنية لكن طريقة التعامل العاملين والمدير الجيدة والعلاقات العامة وتعزيز الثقة والتفاهم الأمر الذي جعلنا نتوقف في اكمال مقابلتنا بجد وصرامة في العمل، كنا قد طرحنا أسئلة مباشرة ومتشابهة عمدا على المبحثن لمقارنة الإجابات سواء كانت تختلف ام لا.

بحيث كانت إجابات موفقة لحد ما ومواجهة وصريحة دليل على المبحثن ملمين بمعلومات كافية ومقنعة عكست الصورة الذهنية للإذاعة ودورها في الحفاظ وتشجيع

المناطق السياحية، إلا في السؤال الحادي عشر الذي هو هل هناك حصص أو مميزات إقليمية تبث عبر الإذاعات الوطنية؟ استشرنا أن العاملين يتهبون من الإجابة لكن المدير قدم لنا إجابة مباشرة بالرغم من أنها إجابة مختصرة لكنها مقنعة، كذلك لوحظ أن الإذاعة لها صلة قوية بترويج المناطق السياحية في الولاية بغية التحسيس وتوعية المواطنين المستمعين بأهمية الحفاظ على المناطق السياحية وجلب السواح واستقبالهم أحسن استقبال من خلال تلك البرامج التي تبث في الإذاعة بغية.

تعليق على مقابلة في مديرية السياحة:

قمنا بزيارة رئيسة وسائل الإعلام والاتصال قدمت لنا إجابات مباشرة وغير غامضة، بحيث في السؤال الأول: هل يمثل تذاكر عائق للسواح الزائرين؟ والسؤال الخامس: الذي تمثل في أن منطقة أسكرم وطاسلي الهقار هي التي تستهوي السائح؟ لكن غلاء هذه التذاكر هو أكبر مشكلة للزائرين وبعد المسافات يكلف مبالغ كبيرة للتنقل لهذه المناطق ادى هذا الى فشل السياحة الوطنية والى انقطاع السياحة في 2010/2011.

بالإضافة إلى علاقة مديرية السياحة بالإعلام (الإذاعة) في السؤال "السابع" توضح لنا ان الإذاعة هي كظل مديرية السياحة بحيث أي شيء سلبي يقع تقوم الإذاعة بتغطيتها على الناس، فالإذاعة صوت الجمهور. ففي هذه المقابلة تبين لنا أن الإذاعة لها دور كبير وعلاقة وطيدة بينها وبين مديرية السياحة فالأول يكمل الآخر. كذلك هناك بعض الاسئلة لم تتمكن الباحثة من إجابتنا قامت بتوجيهنا إلى حضيرة الأهقار للإجابة عليها.

مقابلة وكالة اكار اكار:

تعتبر وكالة سياحية تهتم بالمناطق السياحية والحفاظ عليها، بحيث العاملين في الوكالة لم يقيموا بإجابتنا إلى إلا على بعض الأسئلة لأن ليس لهم علاقة بترويج المناطق السياحية، لأنهم متكفلين بالسواح الزائرين وإستقبالهم فقط. بحيث أكبر السواح الزائرين هم السواح الداخليين والمواطنين المقيمين لأن السائح الأجنبي لم يعد يقبل على منطقة تمنراست، ويعود الأمر دائما إلى غلاء التذاكر وبعد في المسافات

وهذا ما يعيق السياحة، كما لاحظنا التهرب من بعض الأسئلة ولم يتمكنوا من إقناعنا بسبب اختصار في الإجابات.

تعليق على مقابلة حضيرة الأهقار:

تعد من أكبر متاحف الطبيعية والأثرية في الجزائر والعالم بالنظر إلى ثرائه وتنوعه وخصوصياته النادرة، فقمنا بإجراء مقابلة مع اثنان من العاملين في الحضيرة فالإجابات التي توصلنا إليها عن طريق المبحوثين كانت إجابات مقنعة وبليلة ومقاربة جدا لكن في الاسئلة الأخيرة اتضح لنا العاملين يتهربون أيضا من الإجابة نظرا لضيق الوقت.

ومجابة على الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية:

ما هو دور الإذاعة المحلية في الترويج للمناطق من خلال البرامج واختيار الفترة الزمنية المناسبة للبث من خلال الإشهارات وغيرها؟

- نظرا للرواج الواسع لإذاعة تمنراست في الوسط الاجتماعي بالمنطقة فإنها من خلال مختلف البرامج الخاصة بالترويج للسياحة والمناطق ذات الأهمية والبعد الثقافي والتراثي تلعب دورا هاما في التعريف بها من خلال البرامج الترفيهية والإخبارية والتنافسية والثقافية وحتى الاجتماعية والروبورتاجات الميدانية حول تلك المناطق.

- هل البرامج التي تقدمها الإذاعة المحلية كافية لترويج المناطق السياحية بولاية تمنراست؟

- البرامج تساهم بشكل كبير في الترويج للسياحة ولكنها غير كافية لابد من تكاتف الجهود مع الجهات الأخرى ومن بين هذه البرامج هي الهقار حضارة وتاريخ، "صحراؤنا عبر العصور"، "جولة في بلادي"،

- هل تساهم المادة الإعلامية المذاعة في ترويج المناطق السياحية بولاية تمنراست؟

- بالطبع المادة الإعلامية تساهم بنسبة كبيرة في ترويج المناطق السياحية من خلال التعريف بها ووصفها والدعوة إلى المحافظة عليها.

- هل توقيت البرامج الإذاعية المخصصة لترويج السياحي مناسب في إذاعة
تمنراست؟

- توقيت البرامج المخصصة يضبط بشكل مدروس حسب اهتمامات المستمعين
ويهدف إلى استقطاب أكبر عدد ممكن من المستمعين.

4. هل مضمون الإشهارات الإذاعة المحلية يساعد على ترويج المناطق السياحية
بولاية تمنراست؟

- بالتأكيد مضمون الإشهار ينجز حسب ما يتوافق مع الترويج الفعال للمناطق
السياحية.

نتائج الدراسة:

- توصلنا من خلال هذه الدراسة التطبيقية التحليلية عن تأثير الإذاعة المحلية
بالأهقار ومديرية السياحة وكذلك الحاضرة الأهقار ووكالة أكار في السياحة
بعده نتائج تلخص بالتالي:

1. الاهتمام بمقومات نجاح السياحة وتطويرها باستمرار وتعزيز قيم الضيافة بإنشاء
وبناء فنادق ومخيمات بطريقة تجذب السائح مثلا مخيم في وسط الصحراء
مصنوع بطريقة تقليدية ولكن بلمسة عصرية.

2. يجب تحسين صورة السياحة بواسطة وسائل الإعلام المختلفة ومواقع التواصل
الاجتماعي، لكي يجد السائح الرغبة في زيارتها وبالتالي زيادة المدخول لدى
الخرينة وكذلك تطوير آليات الترويج للسياحة في الولاية.

3. ضرورة الاهتمام بالمواقع الأثرية من خلال ترميمها باستمرار وإبعادها عن
الأبنية المحيطة بها، ويجب إصدار خرائط للمواقع الأثرية لتسهيل مهمة السائح
في التجوال.

4. فاعلية المجتمع مع المواضيع الخاصة بالسياحة مما يدل على وعي المستمعين
لأهمية الحفاظ على المواقع السياحية.

5. الإذاعة لها دور كبير في تعميم الثقافة السياحية وذلك من خلال العناوين التي
تقدمها مختلف البرامج التي تحملها الشبكة البرمجية.

6. تقوم إذاعة تمارست بمراسلات مع الإذاعات الوطنية من خلال افتتاح الموسم السياحي وكذلك تسجيل أشياء تدخل في إطار ترقية السياحة بالمنطقة.
7. تقديم إحصاءات عن السواح الذين زاروا المنطقة من خلال الإذاعات الوطنية، وكذلك المواقع السياحية تستقطب السواح وكيفية الحفاظ عليها.
8. تعمل الإذاعة المحلية بمتابعة أي سائح لكن العديد من السواح من خلال ملاحظتهم التي قاموا بها، لاحظوا أن هياكل الإستقبال تحتاج إلى تهيئة لتشجيعهم على القدوم إلى المنطقة وكذلك بإضافة عدد من الوكالات السياحية حتى تتمكن من التكفل بالأعداد الكبيرة من السواح الذين يقبلون على المنطقة.
9. يتم الترويج للمناطق السياحية من خلال الصور وكذلك قيمتها التاريخية وتنظيم رحلات بالمجان لهاته المناطق.
10. تكمن أهمية البرامج الإذاعية في تطوير السياحة الصحراوية أن الإعلام والسياحة وجهين لعملة واحدة لا يمكن للسياحة أن ترقى إلى ذلك المستوى المنشود دون الإعلام.
11. بالنسبة للسواح الذين يزرون المنطقة هم في هاته الأعوام الأخيرة هم سواح داخليين والمواطنين المقيمين والغير المقيمين، الشيء الذي أثر على السائح الأجنبي لديه منطقة واحدة يقوم بزيارتها وهي منطقة "أسكرم" لدية يومين أو ثلاثة أيام فقط.
12. إن أكبر مشكلة أوعائق بالنسبة للسائح هوسعر التذكرة وهي أكبر عائق بالنسبة للسواح الوطنيين.
13. يتم حماية المواقع الأثرية من خلال مراكز الحراسة والأمن، فمن مهام الحاضرة الوطنية للأهقار حماية وتنميين وترقية التراث المادي واللامادي.
14. أكبر خطر يهدد السياحة هوالعنصر البشري وذلك من خلال التخريب وترك النفايات في المناطق السياحية وقطع الأشجار بطريقة عشوائية.
15. يتمثل دور المجتمع المدني في الصناعة التقليدية لترويج للسياحة وكذلك نجد الفلكلور المحلي والأكلات الشعبية واللباس التقليدي مما يساهم في الترويج السياحي.

16. أن الإذاعة المحلية تعمل جاهدة على تطوير السياحة الصحراوية، لأن البرامج التي تبث عبر الإذاعة كافية لتغطي مواضيع الخاصة بالسياحة الصحراوية.
17. الإذاعة المحلية تطمح إلى وضع سياسة تهدف إلى تكثيف البرامج التي تساهم في الحفاظ على التراث الثقافي والطبيعي الذي في طريقه إلى الزوال.
18. تحاول الإذاعة إشباع حاجات الجمهور في التعرف على التراث السياحي للمنطقة التي ينتمي إليه وأيضا المناطق المجاورة.
19. إن أهمية الحفاظ على البيئة الصحراوية في ولاية تمنراست تكون من خلال تشجيع المصالح المعنية بالمحافظة على الموروث السياحي لرفع من مستوياتها ومستوى اقتصاد الداخلي والوطني.
20. تساهم الإذاعة بإرشاد المستمعين على خلق بيئة نظيفة والحفاظ على تراث الصحراء.
21. إن السياحة الصحراوية تعد عنصرا هاما لتحقيق التنمية المستدامة بفضل إمتدادها على كل الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية.
22. إن السياحة الصحراوية تساعد على القضاء على البطالة من خلال تشغيل اليد العاملة وزيادة الدخل الوطني الإجمالي للبلد من خلال الاستفادة من خدمات (النقل، الإقامة، الطعام).

خاتمة

خاتمة

تعد الإذاعات المحلية عنصرا مهما في حياة كل مواطن ينتمي إلى منطقة معينة تمكنه من الإطلاع على كل مجريات المحيط الذي يعيش فيه، فكان الدور الأساسي للإذاعة هوتبليغ الرسالة الإعلامية التي توجه إلى المواطن بصفة خاصة والتي تسمح له من خلال ذلك الترقى للوصول إلى معارف جيدة تخص المجتمع المحلي الذي لا يقتصر فقط على العادات والتقاليد بحكم اختلاف الشرائح المجتمعية واللهجات التي تداول في أوساطهم إذ أن الإذاعة سمحت للعديد من الأفراد بالاندماج والتأقلم مع المحيط الذي يدور حوله، ولدى الإذاعات المحلية دور كبير في تقوية الاتصال الاجتماعي والحفاظ على التفاعل الجماهيري، ودفع عجلة التنمية في كافة المجالات.

وتعتبر السياحة ركيزة أساسية وعامل مهم في إشكال التنمية الأخرى لأنها تهتم أولا بالبناء الاقتصادي للمنطقة من خلال إقبال الزوار والسياح من مختلف المناطق مما يزيد من حركية الاقتصاد. وكما تبين لنا من خلال ما تقدم أن السياحة ظاهرة إنسانية ونشاط إقتصادي إجتماعي يمثل قوى فاعلة ومؤثرة في حياة المجتمعات، حيث أنها أصبحت تحتل حيزا لا يستهان به في حياة الأفراد والدولة ككل على حد سواء، وهي مثل أي نشاط إقتصادي وإنساني آخر لها أثارها ونتائجها، لذلك كانت الحاجة ماسة وملحة لتخطيط وتفعيل هذا القطاع من أجل ضمان تحقيق أقصى منفعة ممكنة منه، وهذا من خلال مواكبة العصر في التعريف والترويج للخدمات السياحية.

وسائل الإعلام اليوم بمختلف أنواعها ليس الإذاعة فقط بل السمعية، البصرية، وكذا المكتوبة تدعم القطاع السياحي من خلال التظاهرات والنشاطات الثقافية وبالتالي يجب تقوية الصلة بين السياحة ووسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

وكذلك الإذاعة المحلية (تمنراست)، لها دور كبير بدعم المناطق السياحية بتمنراست نظرا للبرامج التي تبثها مثل: "النافذة على السياحة"، "الهقار حضارة وتاريخ"، "صحراؤنا عبر العصور"، "جولة في بلادي"، وبالتالي دفع عجلة النمو

الاقتصادي والثقافي كون الإذاعة أكثر قربا من الجمهور من خلال المضامين التي تبث على أثيرها والتي تقوي السبل لدعم القطاع السياحي بتمنرات.
وبالتالي نتمنى أن تكون دراستنا منطلقا لدراسة جديدة تتيح القدرة على الفهم الجيد للعلاقة الوطيدة بين السياحة ووسائل الإعلام الأخرى بغض النظر عن الإذاعة



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع:

القرآن الكريم

سورة إبراهيم " الآية 07

سورة الرعد الآية 11

• الأطروحات والرسائل:

0. الهاشمي بن بوكريطة أمال، دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية والحفاظ عليها، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، جامعة خميس مليانة، 2015/2014.
1. بدائي فؤاد، سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية، دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، العلوم علم إجتماع والاتصال، قسم علم اجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران2، 2016/2015.
2. براهيمى وهيبية، "إشكالية ترقية المنتج السياحي في الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود مالية، كلية العلم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003/2002.
3. بغدادى خيرة، برامج الإذاعة الجزائرية وعلاقتها بالواقع الاجتماعي، رسالة ماجستير، علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر، 2002/2001.
4. بن عبد الله محمد، دور وسائل الإعلام المحلية في تنمية السياحة المحلية، نيل شهادة الماستر، وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة خميس مليانة، 2014/2013.
5. حفصي هدى، بحوث العلاقات العامة في المؤسسة السياحية، دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، فرع تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006.

6. حنشي، أبوعجيلة حاجي، أثر عناصر المزيج الترويجي على اتجاهات السياح نحو السياحة المحلية في ليبيا، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الأعمال، 2009.
7. خضرة رقاد، دور البرامج الإذاعية في الاطلاع المرءة بالقضايا الاجتماعية، شهادة الماستر، إتصال وعلاقات عامة، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عمار ثليجي - الأغواط، 2016 / 2015.
8. رشيد فريح، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، رسالة ماجستير: تسيير المؤسسات الإعلامية، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، بن يوسف بن خدة، 2008، 2009.
9. سماعيني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل الماجستير لا دارة الاعمال، كلية العلوم الاقتصادية. علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2014/06/1.
10. شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، جامعة قسنطينة، 2006/2005.
11. طاهري لخضر، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، الجلفة نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة خيضر محمد بسكرة، 2011، 2012.
12. عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 2013 / 2012.
13. قماروي نوال، أثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية - دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل الماجستير في

علوم التسيير، إدارة أعمال البيئة والسياحة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011/2010.

14. ليليا شاوي، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية لجمهور المستمعين، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2009.

15. مبروك رايس، واقع وتحديات السياحة الصحراوية في الجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

16. محمدي وافية، دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية (دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة)، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، الجزائر، 2011-2012.

17. مفاتيح يمينه، تسويق السياحة الإقليمية الصحراوية في ظل التنمية المستدامة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2011/2012.

18. وزاني محمد، السياحة المستدامة: واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر - > دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة - حمام ربي - < مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق وخدمات، جامعة أوبوكر بلقايد، ولاية سعيدة، 2010/2011
• دوريات علمية:

1. بوفليح نبيل، أستاذ مساعد - أ -، مداخلة بعنوان دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، حالة الجزائر، تونس، المغرب، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر- الواقع والأفاق، جامعة حسيبة بن بوعلي، يومي 11-12 ماي، 2010، الشلف.

2. راضية بوزيان، (ورقة ملتمى بعنوان: إشكالية التخطيط السياحي في الجزائر: المؤشرات والتحديات والمقاربة سويسواقتصادية)، الملتقى الوطني: التنمية

- السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية والمجتمعية بالجزائر، قسم علم الاجتماع بالتعاون مع قسم الحقوق، جامعة الطارف، أيام 6/5 ماي، 2014. الطارف.
3. عبد الله بن عبد السلام، كلثوم حمدي، (مجلة الإجتهد للدارسات القانونية والاقتصادية: عوائق الاستثمار السياحي بولاية تمنراست وعوامل النهوض به)، العدد 05، 2018، المركز الجامعي لتامنغست، من ص 176/178.
4. فتيحة أوهاببية، شمس ضيات خلفاوي، (مجلة أفاق للعلوم 7228-essn 2507: / الترويج السياحي من خلال تفعيل العلاقات العامة)، العدد الثالث عشر، سبتمبر 2018، جامعة زيان عاشور - الجلفة -، ص 130/131.
5. كحيط إيمان، (مجلة العلم القانونية والاجتماعية / الترويج السياحي والإعلام السياحي في الجزائر)، العدد التاسع عشر، جامعة زيان عاشور، الجلفة، ص 410.
6. مداخلة مشتركة بين: مراد كشييب، عيادي نادي، إستراتيجية تنمية السياحة في الجزائر، جامعة الطارف، الطارف، ص 4/5.
7. مرداوي كمال، ابن سيرود فاطمة الزهراء، " واقع الممارسات التسويقية في المؤسسات السياحية الجزائرية"، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والأفاق، المركز الجامعي بالبويرة، 11 و12 ماي 2012.

• الكتب

0. إبراهيم زيوش، فنيات التحرير والتأثير في الإذاعة والتلفزيون، جميع الحقوق محفوظة للمؤلف.
1. بشير العلق، محمد علي رابعة، الترويج والإعلان، دار اليازوزي، دار عمان، 1998.
2. جمال مجاهد وآخرون، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، ب ط، ب م ن، 2013.

3. جوديت لازار، سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري، ترجمة: علي وطفة، هيثم سطايجي، دار الينابيع للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، دمشق، 1994.
4. حسن حمائر، الإتصال الجماهيري التنوع الإعلامي النظريات وأليات الإشغال وطرق التحليل والإقناع، منشورات القصبه، ط1، ب م ن، 2016.
5. حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرون، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1429هـ، 2008م.
6. صالح محمد حميد، دور الإذاعات في ترسيخ الوحدة الوطنية، دار غيداء للنشر والتوزيع، ب ط، الأردن، 2011.
7. صبري عبد السميع، " التسويق السياحي والفندقي: أسس علمية وتجارب عربية"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006.
8. صفاء أبوغزالة، إدارة الخدمات السياحية، زهران للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، السعودية، 2006.
9. عبد القادر إبراهيم حماد، ناصر محمود عبد، مدخل إلى جغرافية السياحة، الورق للنشر والتوزيع، الجامعة الإسلامية غزة، عمان - شارع الجامعة الأردنية مقابل كلية الزراعة، الطبعة الثانية 2013، (3159/8/2016).
10. عبد العالي رزاق، عبد الرحمان رشاد، دور الإذاعة المحلية في التوعية بقضايا مشكلات المجتمع المحلي، سلسلة بحوث إذاعية، تونس، 2012.
11. عبد العزيز أبونبعة، "دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة – منهج تطبيقي –"، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2005.
12. عبد الحميد بشكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، مصر، الإسكندرية، 2001.
13. عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، دار الإثراء، ط6، الأردن، 2006.
14. عبد العزيز شرف، المدخل: المدخل إلى وسال الإعلام ولغة الحضارة، مؤسسة مختار للنشر والتوزيع، ط2، ب م ن، ب س.

15. عبيدة عبد السلام حسنات، أثر التخطيط السياحي على التنمية السياحية من وجهة نظر مدراء مكاتب السياحة، دار غيداء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2017-1438هـ.
16. فضيل ديليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، 1988.
17. فؤاد أحمد الساري، وسائل الإعلام النشأة والتطور، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن - عمان، 2011.
18. فؤاد شعبان، عبيدة صبطي، تاريخ وسال الاتصال وتكنولوجياه الحديثة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ب ط، الجزائر، 1433هـ، 2012.
19. فؤاد غضبان، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، 2015، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
20. ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، كبل كلية الإعلام لشؤون الدراسات العليا والبحوث، جامعة القاهرة، 1999.
21. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان الأردن، 2013.
22. مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن - عمان، 2012.
23. مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباع، الطبعة الأولى، دار الفجر، مصر، 2004.
24. محمد جودات ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار المجلاوي، الأردن، 1997.
25. محمد حمدي، مرشد الطالب، دار ابن رشد للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.
26. محمد عبد البديع السيد، الإذاعات العربية والدولية، ب د ن، ب ط، ب م ن، ب س.
27. محمد علي القوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية، ط1، بيروت - لبنان، 1428هـ، 2007م.

28. محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2008.

29. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر، ط2، القاهرة، 2000.

30. مصطفى يوسف كافي، السياحة المستدامة، السياحة الخضراء ودورها في معالجة ظاهرة البطالة، نشر إستيراد وتوزيع الكتب، الطبعة الأولى 2017، قسنطينة، 2017.

31. نجم عبد شهاب، نور الدين النادي، الدعاية والإعلان في السينما والتلفزيون، مكتبة العربي، الأردن، 2007.

32. وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تقييمية للقرى السياحية، المكتب الجامعي الحديث، ب ط، الأزريرة - الإسكندرية، 2006.

33. يوسف أبوفاة، التدقيق التسويقي، الأدبية للطباعة والنشر، عمان، 2001.

• كتب المنهجية:

0. أحمد عبد الله الحاح ومصطفى محمود أبوبكر: البحث العلمي (تعريفه، خطواته، مناهجه، المفاهيم الإحصائية)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002/2001.

1. أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009م.

2. رجاء وحيد دبوري، البحث العلمي وأساسياته النظرية وممارسته العلمية، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، 2000.

3. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن - عمان، 2019.

4. ظاهرة الكلالدة وآخرون: أساليب البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار زهران، عمان، 1997.

5. عبد الرحمان العيساوي، **مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث**، دار الراتب الجامعية، لبنان، د.س.
6. عامر مصباح، **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2010.
7. عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، بن عكنون، الجزائر، 2007.
8. علي عربي: **أبجديات في كتابة الرسائل الجامعية**، الطبعة الثانية، دار الفائز، قسنطينة، 2009.
9. محمد أبو عبد العزيز آل جبران، **البحوث الإعلامية أسسها، أساليبها، مجالاتها**، الرياض، مكتبة فهد الوطنية، الطبعة الثانية، 2004.
10. محمد شفيق، **البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، الطبعة الأولى، القاهرة - مصر، 1985.

• **القوانين:**

1. القانون 03 - 01 المتعلق بالتنمية المستدامة، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 19 - 02 - 2003.

• **كتب أجنبية:**

1. Alin parenteau. **le marketing pratique du tourisme réceptif européen**. Edition g.lanore.3eme
2. Mohammd Obidat et Hani Al_Dmour, **Priciples of marketing**, Dar Wael fr publishing, Amman, 2005.
3. sabelle frochot. patrick lagoherel. **Le marketing du tourisme**. Dunod. paris.

الملاحق

ملحق رقم (01): أسكرم فصل الربيع



ملحق رقم (02): معلم جنائزي في منطقة أبلسة



ملحق رقم (03): هرافوك



ملحق رقم (04): طاسيلي آجر



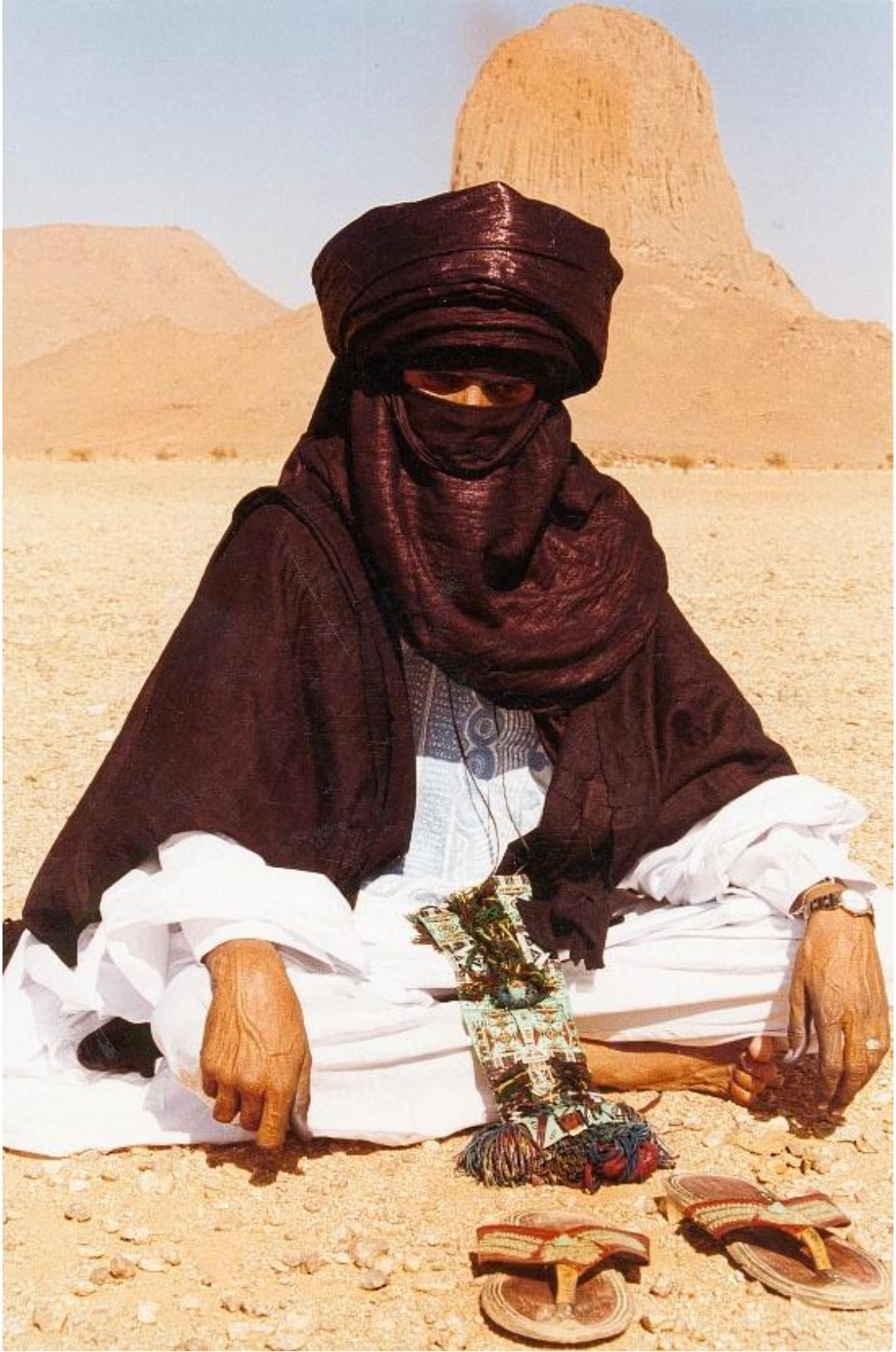
ملحق رقم (05): ضريح تينهان بمنطقة أبلسة



ملحق رقم (06): منطقة تيت



ملحق رقم (07): لباس الرجل التارقي





ملحق رقم (08): تيمزدلاسين أدلس



ملحق رقم (09): طاسيلي هقار



ملحق رقم (10): خريطة الحظيرة الوطنية للأهقار

Parc National de l'Ahaggar

الخطيرة الوطنية للأهقار



ملحق رقم (11): الصقر والفنك



ملحق رقم (12): منطقة تفادست ونمر



ملحق رقم (13): صورة منقوشة على الحجر تابعة لطاسيلي ناجر



ملحق رقم (14): تفوقين



ملحق رقم (15): أبلسة ركيينة



ملحق رقم (16): جامع العتيق



ملحق رقم (17): منطقة تفادست

