

مقدمة:

تعتبر السياحة عند مختلف الشعوب بأنها من أهم الصناعات نظرا لأهميتها المتعددة التي تمتاز بها تعدد الرهان الأهم الذي تعقد عليه السياسات وتؤسس عليه الثقافات المجتمعية، أقلما يمكن اعتباره في السياحة أنها بمثابة الأرض الخصبة لاقتصاد المؤسسات و الدول، إذ تتطلب الكثير من الجهد والصبر والتنظيم، وهي من البدائل المهمة لتحقيق التنمية التي يلجأ إليها ذوي الرأي والمشورة، فالسياحة ترتبط ارتباطا مباشرا بالحياة البشرية، وبرغبات الناس المختلفة التي تفرضها الطبيعة المعاصرة للمجتمعات معتبرينها حاجات يجب تلبيتها، إذ لمتعد السياحة مجرد سفر أو مغامرة عابرة في حياة الأفراد وإنما أصبحت مشروع منظم تسخر لأجله جميعا لإمكانيات، وتجسد من أجل نجاحه كل الشروط بجمع المعلومات اللازمة حول الوجهة المقصودة التي يتم مسبقا من طرف السائح أو الهيئة المكلفة بذلك.

فالسياحة ثقافة، إذ لا بد من أن تدعمها أو تفعلها مؤسسات محددة، ولا يمكن الفصل بينهما، والثقافة هي من تُوجه الفرد نحو السياحة التي يرغب في القيام بها، وهي من ترسم لها لملامح الأولوية في ذهنه، مجسدة صورة مسبقة لنوع السياحة التي يحلم في تحقيقها متيحة لها لعديد من الاختيارات التي تتناسب مع رغباته وإمكانياته، إن حاجة الأفراد لاكتساب الثقافة السياحية أو نشرها في أوساط المجتمع بكافة فئاته يعد أمرا مهما، إذ تلعب بعض المؤسسات الاجتماعية، والوكالات السياحية، والإذاعات، ووسائل الاعلام المختلفة، أدوار متعددة في نشرها وتفعيلها.

فما طبيعة هذا الدور الذي تقوم به الإذاعة من أجل تفعيل ثقافة سياحية داخل هذا المجتمع المحلي بالمنطقة؟.

أولاً: تحديد بعض المفاهيم:

يعود مصطلح الدور: **The Role** بالمعني الاجتماعي العلمي إلى لينتون مع أن هذه الكلمة وردت بهذا المعنى عند نيتشه هي كتابه " العلم البهيج ": ((أن الحياة تفرض على مختلف الذكور الاوروبيين دورا معيناً، ويفرض عليهم مهنتهم....)). أما في نظر علم الاجتماع، فكل تنظيم يتضمن مجموعة أدوار متباينة نسبياً، ويمكن تحديد هذه الادوار بأنها منظومات إكراه معياري أو عرقي يفترض بالمثلين.

وعليه فإن الدور يحدد منطقة الواجبات والاكراهات متلازمة مع منطقة استقلالية شرطية. فعندما يدخل الفاعل (أ) في تفاعل مع (ب) يرتقب كل منهما أن يتصرف الآخر ضمن الاطار المعياري الذي يحدده له الدور¹.

والدور هو "سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين وللدور معني ستاتيكي وآخر معياري فالأول يقصد به دور معين باعتبار أن ذلك أمرا بديها أو شائعا داخل المجتمع، أما المعني المعيارى فهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل، يتم تحديد هذا المعني طبقا لما يعتقد أنه هو الوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع²."

أما الدور الاجتماعى: **Social Role**: هو "السلوك المتوقع من الفرد الذي يشغل وضعاً اجتماعياً معيناً، وقد نبعت فكرة الدور الاجتماعى من المسرح حيث تشير إلى الأدوار التي يلعبها الممثلون في العمل المسرحي ويلعب الأفراد في كافة المجتمعات عدداً من الأدوار الاجتماعية المختلفة، طبقاً للسياقات المتباينة للأنشطة التي يمارسونها"³.

من عدة اعتبارات إجرائية ولتحديد مفهوم الدور لغوياً واصطلاحياً وحسب الدراسة التي نعتمد من خلالها تعريف إجرائي يجب أن نحدد من خلاله جوانب الدراسة، والتي هي دور الإذاعة الجهوية في تفعيل الثقافة السياحية نقصد بالدور كل ما تقوم به الإذاعة من إعداد وتقديم للبرامج وما تملكه من إمكانيات وطاقات مادية وبشرية وجهد لأجل تفعيل ثقافة السياحة مقبولة على المستوى الداخلي والخارجي.

كما تعددت التعريفات لمفهوم **الإذاعة: Radio** مما يخلق نوع من الصعوبات خاصة في ما يخص تعريف دقيق لفهم للإذاعة الجهوية وقبل التعرض لهذا المفهوم لابد من التعرّيج على مفهوم اصطلاحى للإذاعة المحلية، فحسب هذا التعريف للدكتورة منى سعيد الحديدي للإذاعة المحلية: "هي الإذاعة التي تخدم مجتمعا محدودا متناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية، له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة، على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمل رقة الارسل المحلي. وقد يكون هذا المجتمع مدينة أو مجموعة قرى متقاربة تجمعها وحدة اقتصادية وثقافية متميزة. وانطلاقاً من لفظ - جهوي - يعلن عن وجود علاقة بالنسبة لمركز ما فإن المحطة الموجودة في جهة ما تبث برامجها عبر المحطة المركزية أي أن التغطية يكون عاماً وشاملاً وليس جهوياً فقط، وهو يغطي كل البلاد ويتجاوزها تبعاً للقوة التقنية للقناة المركزية، كما هو الحال في الجزائر لمحطات وهران، قسنطينة، ورقلة، بشار، تلمسان، تمنراست، والتي يكون بثها في أوقات زمنية معلومة عادة وتكون صباحاً أو ليلاً.

لقد أكد مارك لابلانت Mark Laplante من خلال كتابه حول التجربة السياحية بأن الثقافة السياحية: **La culture touristique (Tourism culture)** هي جزء من ثقافة الفرد الذي يعيش في المجتمع الصناعي، هذه الثقافة تدعى بالثقافة العضوية وهي التي تضم المجال الذي يمكن أن نطلق عليه اسم الثقافة السياحية مثلما ندعوه في اختصاصات أخرى ثقافة طبية، وثقافة علمية، ثقافة دينية،.... الخ."

ولعدة اعتبارات فإن " كل المعطيات والمعلومات والسلوكيات والمحيط وانماط الحياة بما تحمله من معاني والتي تخدم المجال السياحي من قريب أو من بعيد تدخل ضمن حقل الثقافة السياحية "4.

إذن نقصد بالثقافة السياحية ، كل ثقافة يمكن من خلالها التقدير الجيد لما يمتلكه المجتمع بشكل عام من قيم اجتماعية ثقافة شعبية وفنون وفلكلور واحتفالات يسعى من أجل التعريف بها في مختلف المناسبات والاعياد الداخلية والخارجية ، مع حسن الاستغلال والاستثمار وعرضها كمنتوج مادي وغير مادي وفق مقاييس وطنية أو عالمية لمختلف الزوار القادمين الى المنطقة غايتهم معرفة الثقافات المختلفة لبعض المناطق المختلفة، والترفيه عن أنفسهم او السياحة.

ثانياً: أهمية توظيف وسائل الاعلام في المجال السياحي:

يعرّف الإعلام السياحي بأنه ذلك النشاط الاتصالي الذي تقوم به وسائل الاعلام المختلفة والجهات الرسمية، ومنظمات المجتمع المدني كل بحسب صلتها، من أجل نشر ثقافة السياحة في أوساط المواطنين، والتعريف بإمكانيات المنتج السياحي للوطن، داخليا وخارجيا بهدف جذب السياح للإقبال على هذا المنتج⁵.

وتتجسد هذه العلاقة بين الإعلام والسياحة ضمن علاقة تشاركية تستفيد منها السياحة مثلما تجد وسائل الإعلام مادة إعلامية ممتعة ومشوقة لإرضاء الجمهور وقد توقع البعض منذ سنوات أن تقل حركة السياحة مع تطور الاعلام،... لكن السنوات أثبتت أن السياحة ستظل أكثر الصناعات نمواً وأكثر رسوخاً وأكثرها اعتماداً على وسائل الإعلام، إذ أن الأدوار التي تمارسها وسائل الإعلام في البلدان المتقدمة في دعم صناعة السياحة عبر توفير فرص للمستثمرين والعاملين والقائمين على السياحة، للإعلان والترويج لمشروعاتهم وأنشطتهم، فغياب هذه الوسائل والمؤسسات يفقد المجتمع عاملاً من عوامل التطور والتقدم ويكون له آثار سلبية على السياحة⁶. ضمن هذه العملية التشاركية بين وسائل الإعلام ومختلف المؤسسات الثقافية أو السياحية نأخذ بعين الاعتبار أن:

- طبيعة المنتج السياحي والذي يحتاج الى جهد إضافي للتعريف بطبيعته ومزاياه وكيفية الحصول عليه.
- الحاجة إلى التعريف بأهمية العملية السياحية ودورها في تنشيط الدخل القومي.
- رفع مستوى الثقافة السياحية عن طريق مختلف البرامج التي تسهم في التعريف بالأماكن والمعالم السياحية وبصفة خاصة للجمهور الداخلي.
- أن معظم وسائل الإعلام تتميز بخاصية الوصول وهو ما يمكنها من توصيل الرسالة الاتصالية إلى قطاع جماهيري عريض عبر الزمان والمكان.
- تعدد فنون الاتصال غير المباشرة وتنوع قوالبه وهو ما يخدم المادة الاعلامية ويجعلها متعددة وغير متكررة.

- المزايا النوعية لكل وسيلة وهو ما يميزها في العرض الاعلامي للقضايا والموضوعات السياحية كل حسب أهميته⁷.

كما تتخذ الرسالة الاعلامية المستهدفة للجمهور ثلاث أنواع إذ قد تكون رسالة توعية (توعوية): تهدف لتعزيز وعي جمهورها بالسياحة بشكل عام، وتسعى إلى غرس قنوات إيجابية لديه تجاه السياحة تحفز دوافع العمل من أجل الارتقاء بالسياحة وتطويرها؛ أو رسالة تعريفية: من خلال تعريف جمهورها بالمنتج السياحي للوطن بالمقاصد السياحية المهيأة لاستقبال السياح، وتواصله كذلك بالفعاليات والأنشطة السياحية المختلفة، التي يشهدها الوطن، وتعرفه بالوسائل المتاحة التي تمكنه من الانتقال إلى تلك المقاصد، أما الثالثة فهي الرسالة الإقناعية (إقناعية): التي تعزز قناعة جمهورها بأهمية الانتقال، وقضاء إجازات خارج المنزل، ومزايا التعرف على أماكن جديدة لا يعرفها من قبل والتعريف بمزايا وإمكانيات المنتج السياحي لهذا البلد⁸.

ثالثاً: للراديو (الإذاعة) دور تثقيفي:

الإذاعة المحلية:

عبارة عن مجموعة من الناس تعيش في منطقة جغرافية متجاورة نشأت بينهم علاقات اجتماعية، وثقافية معينة أدت إلى وجود مجموعة من المؤسسات والمنظمات الاجتماعية وإلى وجود أهداف اجتماعية مشتركة، فالإذاعة المحلية هي التي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من الناحية الجغرافية والاقتصادية والاجتماعية، أي (مجتمعا له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة على أن تحده حدود جغرافية، حتى تشمل رقعة الإرسال المحلي)⁹.

ظروف ظهور الإذاعة المحلية:

إن التطور الذي تظهر به الإذاعات عامة والمحلية خاصة يعود لعدد المراحل والتحديات والعراقيل مرت بها الإذاعة المحلية بالجزائر إلى أن أصبحت على ما هي عليه اليوم، من هذه الظروف:

- نزح الطابع المركزي عن الإذاعات الوطنية باعتمادها بث أفقي يشجع على الاتصال بالمواطنين.
- تعد بمثابة إعلام بديل وتجسيد لحرية التعبير.
- وسيلة للمشاركة والتفاعل الاتصالي الاجتماعي من خلال إنتاج برامج محلية خاصة بهم¹⁰.

عوامل إنتشار الإذاعة المحلية:

إن لكل إذاعة محلية ميزة خاصة بها تختلف عن باقي الإذاعات المحلية الأخرى، إلا أنه تتفق جميع الإذاعات في أن لها، جمهور تستهدفه، وأن المادة المذاعة مستمدة من المجتمع ذاته، لذلك تتعدد وتختلف عوامل انتشارها إذ نحدد أهم العوامل في الآتي:

يعد العامل الجغرافي من أهم العوامل الذي يؤثر على النظام الإذاعي في أي دولة، فحجم وشكل الأرض في أي منطقة أو أي دولة له تأثير كبير على نظامها الإذاعي حيث لا تستطيع أحيانا الإذاعة المركزية أن تغطي كل أجزاء الدولة ولا يمكنها أيضا أن تلبى حاجيات شعبها.

أما اللغة فهي من العوامل التي تؤثر في الأنظمة الإذاعية، خاصة إذا تعددت اللهجات اللغات لدولة ما مما قد يشكل عائقا أمام الإذاعة في بعض الأحيان وهذا ما يؤكد إلى الحاجة إلى إذاعة محلية تخاطب التركيبات السكانية المختلفة وبلغتهم المحلية أيضا.

أضافة لما سبق يعد التحفيز للمشاركة في التنمية أحد العوامل الدافعة لإنشاء إذاعة محلية لتفعيل المشاركة في المجال التنموي، إذ أدكرت دول عدة أن أفضل أساليب الإعلام من أجل تحقيق مشاركة فعالة للجمهور ووضع خطط تنموية في بيئاتهم المحلية إلا من خلال وسائلهم المحلية، إذاعة، جريدة، تلفزة، مما أصبح هذا النوع من الوسائل ضرورية و الملحة الذي يحتم على الدولة النامية اعتماد هذا النمط لأجل دفع عجلة التنمية¹¹، فقد اعتبرت المنظمة العالمية للتغذية: أن(الإذاعة المحلية هي أنترنت إفريقيا، فهي توصل إلى جمهورنا الأهم، وهم الاميين والفقراء)¹².

العلاقة بين الإذاعة المحلية والمجتمع المحلي:

ترتبط الإذاعة في أساسا بمجتمع خاص محدد المعالم والظروف، وقد يكون هذا المجتمع مدينة أو مجموعة قرى، أو مدنا صغيرة متقاربة تجمعها وحدة اقتصادية وثقافية متميزة إذ تكون هذه الإذاعة هي مجاهم الطبيعي للتعبير عن مصالحهم وتعكس فهمهم وتراثهم وأذواقهم أفكارهم بل حتى لهجتهم المحلية¹³.

هكذا تصبح الإذاعة المحلية هي الإذاعة التي تخاطب مستمعا محدد له مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعروفة وتراثه وعاداته، بالإضافة إلى إحساس المجتمع بالانتماء لهذه الإذاعة التي تقدم له الأخبار التي تهمه، وتقدم الأسماء والشخصيات المعروفة لديه، والقرية منه وتقدم له كل الألوان والفنون التي يرتاح لها أكثر من غيرها كما تناقش المشكلات التي تمس حياته اليومية وتوفر له المشاركة المباشرة وغير المباشرة من خلال برامجها.

فهي أحد روافد الإعلام المحلي الذي ينبثق من بيئة محددة ويوجه إلى جماعات بعينها بحيث يصبح الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس ومتصلا بثقافته البيئية المحلية وظروفها الواقعية مما يجعله انعكاسا للتراث الثقافي والقيمي في هذه البيئة ويعتمد اعتمادا كلياً على كل ما فيها من أفكار بحيث تكون هناك الأفكار السائدة بين الجمهور المستهدف وتصبح القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، والسياسية والعادات والتقاليد، هي التي تكوّن في النهاية أسلوب وشكل مضمون الإعلام المحلي¹⁴.

لم تعد الثقافة مجرد الاطلاع الواسع على شتي أنواع المعرفة والإلمام بأهم جوانبها، بل أصبحت البوصلة التي تحد مسار الإنسان في سبيل الحياة الحديثة المتشعبة و هي الأداة التي تساعد على فهم قوانينها وكيفية التعامل معها، وامتلاك القدرة على أن يكيف مواقفه في مواجهة متغيراتها، وتقلباتها، والارتقاء بمستواه الاجتماعي، فوظيفة الثقافة هي وظيفة تنويرية وتربوية في آن واحد، وهي وظيفة الراديو على وجه التحديد، لأنه يستطيع توصيل كل المستويات الثقافية التي تراوح بين الثقافة الكلاسيكية الرفيعة والثقافة الشعبية الفولكلورية، فهو لا يزال صديق الأميين والبسطاء في كل مكان، إذ يمكن القول بأن الثقافة من الراديو تعد ثقافة طازجة، وساخنة في حين تعد الثقافة المنشورة في الصحيفة ثقافة معلبة وباردة، فمن الواضح أن هناك تفاعلا من نوع حميم بين المستمع والراديو إذا ما قورن بتفاعل القارئ العقلاني مع الصحيفة.

فالراديو - ومعه التلفزيون - ليس مجرد وسيلة لنشر الثقافة بين الجمهور العريق فحسب، بل يساهم في صياغة مضمون الثقافة وتطويرها وتغييرها وإظهارها أو تجسيدها في أشكال جديدة، لكن العلاقة التي يمكن أن تكون حميمة بين الراديو والمستمع الفرد، قد تؤدي إلى فتح نافذة رحبة على كهوف الأمية فتبدد عتمتها، ولم يكن الراديو إحصاءا لآليات الحضارة التكنولوجية الحديثة محل التربية التقليدية، بل قام بترسيخها وتدعيمها وتنويع أساليبها، من خلال تحقيق ديمقراطية الثقافة ونشرها على نطاق واسع بين الجماهير، أي أن الراديو يستطيع أن يبلور الوحدة الثقافية للمجتمع بشكل قد لا تستطيع الصحيفة أو الكتاب أو المدرسة أو المسرح أو السينما، إذ يسعى دائما لإيجاد منظومة ثقافية شاملة، يستطيع كل مستمع من الجماهير التي يصعب تحديد اهتماماتها المتعددة أن يجد ما يروق له كم عناصر هذه المنظومة، مما يوسع خلفيته الثقافية بقدر الإمكان، فالثقافة السمعية لا تزال تحمل الكثير من القدرة على التفكير العميق والتأمل العقلاني والتحليل المتأن، عبر العلاقة الحميمة والخاصة القائمة بين المستمع والراديو¹⁵.

إن إذاعة الأهمقار أو إذاعة تمنراست هي إحدى الإذاعات الجزائرية، بدأت بثث برامجها يوم 16 أفريل 1992 وتبث على الموجة FM98.0 وتغطي ربع مساحة الجزائر تزيد عن 1100 كلم طولا من عين قزام حدود النيجر إلى عين صالح وتين زاوتين حدود مالي وتاظروك وسيلت وأبالسة وغيرها لتشكل بذلك خارطة

ثقافية واجتماعية مهمة تمتد عبر كل منطقة الأهقار والتديكلت فهي تعرّف المجتمع بالعادات والتقاليد والحياة اليومية للسكان وبذلك تقدم له لوحة واقعية لما يجري في ربوع الأهقار والتديكلت وتقريبها للمستمعين من أجل فهمها والتعرف عليها بشكل أقرب ، تبث الإذاعة برامجها باللغة العربية إلى جانب اللغة التارقية وتبث أيضاً مجموعة من البرامج تقوم من خلالها بتقديم المعلومات عن مختلف جوانب الحياة في الأهقار والتديكلت، كما تشارك المستمعين حصصها وآرائهم ومقترحات بالتواصل المباشر عن طريق الهاتف والرسائل أو مختلف الوسائط الحديثة للاتصال، كانت في بدايات فترات بثها تبث لمدة (04 ساعات) لغاية 1998م إبتداءً من الساعة التاسعة، ثم لست (06) ساعات، فثمانية لغاية 2006م، ومن هذه السنة توسعت الفترة لتصل (13 ساعة) في اليوم بداية من الساعة الثامنة صباحاً، تبث برامجها من الاستوديو في تمارست يبعد عن وسط المدينة بـ 05 كلم، إلا أن الآونة الأخيرة توسعت فترة بثها لتصبح على مدار الاربعة والعشرين ساعة بعد زيارة الوزير للولاية لهذا العام، ومن بين أبرز برامجها التي لاقت استحساناً من طرف المستمعين برنامج بحر القوافي ، وبرنامج مع الأسرة ، بالإضافة إلى برامج أخرى شبانية، وثقافية وحوارية، كما أن إذاعة تمارست الجهوية تبث عدة برامج بالتارقية مثل برنامج (تفيرتينيون) وغيرها من البرامج التفاعلية الهادفة والتي لاقت تجاوب مع الكثير من المستمعين. وبصفة عامة تترجع الإذاعة على مساحة تقدر بـ 3385 متر مربع يحتوي على أستوديو بث، وأستوديو تسجيل، ومركز البث، ومكتب القسم التقني، وقاعتان للتحريك، الاخبار، الانتاج وقاعة اجتماعات، ومكتبة الموسيقى والاغاني، ومكاتب إدارية.

أما من ضمن أهم البرامج التي يستمتع لها جمهور الجهوية إذ تم إدراجها من طرفي لاعتبار أنها تخدم بشكل أو بآخر الثقافة السياحية، والتي يمكن أن نحدددها في الآتي:

الحظيرة معالم وثقافة: هو برنامج أسبوعي ذا طابع ثقافي، يلقي الضوء على الموروث الأثري الذي تتوفر عليه الحظيرة الثقافية للأهقار وأليات الحفاظ عليها، يقدم بالتعاون مع ديوان الحظيرة الثقافية للأهقار لمدة (50 دقيقة) كل أربعاء، ويبث على المباشر.

جولة في بلادتي: برنامج أسبوعي ذا طابع اجتماعي، يعرف بالمواقع السياحية وأهمية تفعيل النشاط السياحي بالمنطقة، يقدمه عبد الله حميدو، لمدة (52 دقيقة) كل يوم أربعاء، ويبث على المباشر.

سباق الاغاني: برنامج أسبوعي، فني ترفيهي، يقدم أشهر الاغاني المحلية على مضمار السباق وحسب رغبات المستمعين، تقدم البرنامج سامية بن محجوب، لمدة (50 دقيقة) كل يوم خميس، وعلى المباشر.

أهقار ثقافة وتقاليد: برنامج أسبوعي، طابعه اجتماعي، تهتم بالموروث الثقافي المحلي والعادات والتقاليد بالمنطقة، يقدم البرنامج، تقديم عبد الله حميدو، مباشر كل يوم أحد.

لقاء مع فنان: برنامج أسبوعي في ترفيهي يستضيف الفنانين المحليين ويعرف بهم وبمسيرتهم الفنية، كل يوم أحد من تقديم، أغالي أمرزاق، ييث مسجل.

رابعاً: رؤية واقعية في تفعيل الثقافة السياحية بالجزائر:

حقيقة تتخذ الجزائر كل التدابير اللازمة من أجل إحياء القطاع السياحي من جهة وتحقيق فعالية متينة تنطلق من الوسط المحلي تتعدى لتصل الوجهة العالمية، فحسب وكالة الانباء الجزائرية فقد إتفقت الجزائر مع الأمم المتحدة على تنظيم اجتماع تقني في آجال قريبة لتحديد برنامج عمل في قطاع السياحة يجمع إطارات السياحة بالجزائر وخبراء المنظمة الأممية، إذ تمحور حول البحث في سبل تعزيز وتطوير التعاون في مجال السياحة والصناعة التقليدية ودراسة مختلف التسهيلات التي تمنحها الدولة لمختلف المتعاملين والمستثمرين، أضف لذلك تشجيع السياحة الداخلية و إستراتيجية التسويق وأدوات الاحصاء،¹⁶ ونظرا لما تملكه الجزائر من إمكانات طبيعية بشرية هائلة في المجال السياحي، إلا أن الوزير محمد الأمين الحاج السعيد أقر بأن المواطن الجزائري يفتقد للثقافة السياحية هذا ويعود لاعتبارات أن مداخيل السياحة بلغت حوالي 420 مليون دولار خلال السنة الماضية وأن الجزائر عرفت أكثر من 2 مليون سائح نصف تعداد كان أجنبي بقدر 240 ألف أوروبيين، و 400 من التونسيين فقط كما يرتقب أن يتم توفير 37 ألف منصب شغل خلال سنة 2015 ضمن قطاع السياحة، إذ بلغت المشاريع نهاية سنة 2012 م بـ 713 مشروع استثماري، وبرمجة أربع مدارس تكوين جديدة ستساهم في تغطية العجز، بمنح مدرسة بالجنوب الجزائري بهدف تكوين اليد العاملة المؤهلة وتشجيع السياحة الصحراوية¹⁷؛ إلا أنه ما يعاب في هذه المؤسسات خاصة فيما يتعلق بهذه المدارس بأنها لا ترقى إلى المستوى المطلوب، والمشكل المطروح هو كفاءة المترشحين بهذه المدارس، وفي كثير من الاحيان لا يكونون في مستوى الفنادق التي تقوم باستقبال السياح، لذا فهو يفتقد للثقافة السياحية والتي يجب أن تكتسب عن طريق المواظبة ، ونحن لم نصل لأن نكون وجهة سياحية بمعنى الكلمة.

مما يستدعي ضرورة نشر الثقافة السياحية في سن مبكرة وضمن مختلف الفعاليات كاليوم الوطني للسياحة إنعقد تحت شعار "طفل اليوم سائح الغد" ولأهمية نشر ثقافة سياحية في سن مبكرة من أجل توعية بالحيط السياحي ولجعل سائح الغد مستهلك حقيقي للمنتج السياحي والنهوض بوجهات سياحية جهوية تأخذ بعين الاعتبار الخصوصية المتعلقة بالعادات والتقاليد وخلق مقصد سياحي جزائري محض وأصيل فالسائح اليوم لا يهتم اكتشاف المناطق الطبيعية فقط بل تذوق كل العادات والتقاليد التي توجد في تلك المنطقة.

أضف لذلك دعوة الحكومة لمجموعة من وجهات الميزات والتدابير، كضرورة احترام المعايير الدولية للبناء التعمير والتي تجاوزت 30% من إجمالي المساحة السياحية، و الإعتماد على مستثمرين ملمين بطبيعة العقار

وطبيعة النشاط وبالتالي فهم خصوصية كل منطقة واحترام طبيعتها، مع إدراج بعض الشروط والبنود التي تجبر المستثمرين على استعمال هندسة خاصة بكل منطقة لاجتناب تشويه المناطق التاريخية والطبيعية¹⁸.

خلاصة القول يحدد طبيعة دور الاذاعة المحلية بالجنوب من أجل تفعيل الثقافة السياحية بمدى ارتباطه باهتمام الجمهور المحلي ووفق ما تخطط له الاذاعة من برامج، وما يتماشى مع حاجات مجتمعها المحلي، إذ نجد أن الاذاعة تسعى من خلال برامجها، مشاركة ومساعدة مستمعيها وذلك عن طريق التقرب منهم محاولة فهم خصوصياتهم وتلبية متطلباتهم قدر الإمكان، فيظهر كل هذا في تنوع باقاتها البرمجية، متجسدة في صوره بانوراميه لمحيطها العام بطريقة ترويجية، لبعض الأغاني المحلية، وإذاعة كل الاخبار والاعلانات المتعلقة بالمنطقة بمختلف الطرق، كل هذا يخدم السياحة من جهة ويخدم الثقافة السياحية من جهات أخرى¹⁹. إن حاجات المجتمع كثيرة ومتنوعة ولكي تلبي هذه الحاجات على الاذاعة بذل ما بوسعها، نحو ما تراه يخدم مستمعيها وفهم رغبته لإشباع حاجته، وعلى المستمع أن يبحث باهتمام عن كل ما يرغبه في إذاعته ولكي يتجسد الإشباع الفعلي بكل ما تحمل الكلمة من معنى، لا بد من وجود مدة زمنية كافية للمتابعة، وكذا ثقة متبادلة بين الاذاعة والجمهور في مختلف المعلومات التي تبث عبر الاذاعة، أضف لذلك برامج ذات متابعة حقيقة كل هذا يمكن الاذاعة من تجسيد خططها أو تفعيل ثقافتها، أي تفعل ثقافة سياحية تشبع حاجة جمهورها.

الهوامش:

- ¹ - خليل أحمد خليل، المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع: دار الحداثة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، ط01، 1984، ص98.
- ² - عصمت عدلي: علم الاجتماع الأمني، الأمن والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، دون طبعة، 2001، ص15.
- ³ - أنتوني جينز، مقدمة نقدية في علم الاجتماع، ترجمة أحمد أبو زيد وآخرون، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، القاهرة، مصر، 2002، ص233.
- ⁴ - Fernand Choger Bourg: tourisme un a tout développer Présentent, 1996, p143.
- ⁵ - دليل وزارة السياحة اليمنية.
- ⁶ - فايز محمد علي الحميدات: مرجع سابق، ص46-47.
- ⁷ - شدوان شيبه: دراسات في الاعلام السياحي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2009، ص109-101.
- ⁸ - دليل وزارة السياحة اليمنية، نفس الملحق.
- ⁹ - مصطفى أحمد كناكر: مصدر سابق.
- ¹⁰ - السعيد بومعيزة: الاذاعة المحلية من المعارضة إلى المشاركة، مجلة اتحاد إذاعات العربية، 18/02/2009، ص18-26.
- ¹¹ - الموسوعة الإعلامية: الاذاعة المحلية المفهوم وأسس التخطيط، 29 سبتمبر 2009، www.mediacom.arabbogs.com، تاريخ المشاهدة، 16/02/2014.
- ¹² - السعيد بومعيزة: مرجع سابق، ص24.
- ¹³ - خالد زعموم، السعيد بومعيزة: التفاعلية في الاذاعة: أشكائها ووسائلها، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية صادرة عن اتحاد إذاعات الدول العربية، 2007، ص25.
- ¹⁴ - عبد الله أبو الحمد حسن: تحديات الإعلام المحلي (صحافة، إذاعة، تليفزيون)، مقال نشر في موقع مصر الجديدة، 13/12/2011، www.masress.com/misलगadida، تاريخ المشاهدة، 23/03/2015.
- ¹⁵ - نبيل راغب: العمل الصحفي، الشركة المصرية العلمية للنشر - لونجمان -، مصر، ط01، ص432-424، (بالتصريف).
- ¹⁶ - وكالة الأنباء الجزائرية: وأج، وموقع الرعد - <http://elraaed.com/ara/watan/26305> :
- ¹⁷ - يوسف. ب: جريدة الحياة العربية، تاريخ الصدور 27/04/2013، تاريخ المشاهدة 24/11/2013 الساعة 20:42.
- ¹⁸ - موقع الاذاعة القناة الاولى www.radioalgrie.dz ، تاريخ الصدور الثلاثاء 25/06/2013، تاريخ المشاهدة، 29/01/2014، الساعة 22:04.
- ¹⁹ - Mohamed Berraiane: Tourisme culture et développement dans la région arabe, O.N.U. pour l'éducation, la science et la culture, 1999, pp73.