

مساهمة الإعلام السياحي المرئي في تفعيل التنمية السياحية في الجزائر

قراءة وصفية لبرامج قناة شمس السياحية

The Contribution Of Visual Tourism Media To Activating The Tourism Development In Algeria

Descriptive Reading Of The Shams TV)

كريمة شعبان¹

كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، chabane.karima@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: جوان/2021

تاريخ القبول: 2021/04/04

تاريخ الإرسال: 2019/11/13

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الإقتراب من واقع الإعلام السياحي في الجزائر وأبرز دوره في تطوير قطاع السياحة حيث أصبح هذا الأخير صناعة قائمة بحد ذاتها وهو يعتبر من القطاعات الهامة الداعمة للاقتصاد الوطني من خلال العائدات التي يمكن أن يدرّها عليه، ويعتبر الإعلام السياحي الدليل المادي للصناعة السياحية من خلال مساهمته بفعالية في التنمية السياحية في الجزائر حيث تتبع أهميته في الدور الذي يمكن أن يؤديه في الجذب السياحي، وتحسين صورة الجزائر سياحيا في الخارج من خلال نقل صورة ايجابية عن السياحة المحلية، وعليه تقف هذه الدراسة على واقع استثمار الإعلام السياحي المرئي في ترقية القطاع السياحي في الجزائر، باستقراء مضامين قناة شمس السياحية وقراءتها قراءة وصفية لمعرفة مستوى مواكبتها للتنمية السياحية في الجزائر، وقد تم التوصل إلى جملة من النتائج أهمها: ضرورة تدعيم القطاع السياحي بقنوات أخرى فضلا عن الإستثمار في البيئة الرقمية من خلال إنشاء مواقع ومنصات تساهم في الترويج للمنتوج السياحي الجزائري .

الكلمات المفتاحية: الإعلام - السياحة - الإعلام السياحي - التنمية السياحية المستدامة - الإعلام المتخصص

Abstract:

This study aims to approach the reality of tourism media in Algeria and highlight its role in the development of the tourism sector, where the latter has become an industry in its own right and is considered one of the important sectors supporting the national economy through the revenues it can generate, and tourism media is considered the physical guide to the tourism industry through its contribution

effectively to tourism development in Algeria, where its importance stems in the role it can play in tourism attractions, and improve the image of Algeria tourist abroad by conveying a positive image. On local tourism, this study is based on the reality of investing in the tourism media in the promotion of the tourism sector in Algeria, by extrapolating the contents of the Shams tourist channel and reading it descriptively to see the level of keeping up with the tourism development in Algeria, and a number of results have been reached, the most important of which is the need to strengthen the tourism sector with other channels as well as to invest in the digital environment through the establishment of sites and platforms that contribute to the promotion of the Algerian tourism product.

Key words: Media - Tourism - Tourism Media - Sustainable Tourism Development - Specialized Media

مقدمة

يعتبر قطاع السياحة واحد من بين القطاعات التي تلعب دورا بارزا في النهوض بالاقتصاد الوطني إذا ما تمّ استثماره استثمارا حسنا باتجاه زيادة إيرادات عملية التنمية المحلية لأقصى حد وبالتالي تحقيق ما يعرف بالنمو السياحي.

تعتبر الجزائر واحدة من بين الدول التي تفتنت مؤخرا إلى الدور الفعال الذي يلعبه قطاع السياحة في التنمية بعدما بقي هذا القطاع في طي النسيان لفترة زمنية معتبرة - خصوصا من الناحية الإعلامية- مما أدى إلى نقص الإقبال على استهلاك المنتج السياحي الجزائري.

ووسائل الإعلام هي أحد العوامل الهامة والحاسمة في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، كما يمكنها أن تساهم بفعالية في النهوض بقطاع السياحة عامة وتنمية السياحة المحلية على وجه الخصوص.

من أجل ذلك تأسست في السنوات الأخيرة علاقة وطيدة بين المنظمات السياحية ووسائل الإعلام بكل أنواعها. بغرض تبادل البيانات والمعلومات التي من شأنها المساهمة في عملية التنمية السياحية المحلية ذلك لأن المرحلة الراهنة تتطلب دورا رئيسيا للإعلام بشتى أنواعه مقروء أو مسموع أو مرئي يهدف إلى خدمة قطاع السياحة.

يؤدي الإعلام السياحي المرئي دورا مهما في إغراء السائح وإقناعه بزيارة بلد من البلدان من خلال بعض البرامج والمحتويات كالأفلام أو الإعلانات أو الريبورتاجات والتقارير الإخبارية التي تعمل على التعريف بما يحتويه البلد من معالم سياحية سواء كانت تاريخية أو أثرية أو طبيعية أو غيرها.

وبالتالي فللإعلام السياحي المحلي - خاصة المرئي منه- دور بارز وأساسي في صناعة السياحة وتمييزها وبالتالي النهوض بهذا القطاع اقتصاديا واجتماعيا.

وعليه تحاول هذه الورقة البحثية تحليل الإشكالية التالية:

• كيف يساهم الإعلام السياحي المرئي في تفعيل التنمية السياحية في الجزائر من خلال برامج قناة شمس السياحية؟

وتتضوي تحت هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

1. ماهي أبرز المميزات التقنية والفنية للتلفزيون التي تساهم في تمرير الرسالة الإعلامية في المجال السياحي؟
2. ما طبيعة البرامج التلفزيونية لقناة شمس السياحية؟
3. ماهي عناصر الجذب السياحي في البرامج المعروضة عبر قناة شمس السياحية؟
4. ما الدور الذي تقوم به قناة شمس السياحية من أجل مواكبة ودعم النمو السياحي؟

الأهداف الرئيسية:

- الوقوف على حدود اهتمام الإعلام بتنمية السياحة
- تسليط الضوء على واقع الإعلام السياحي المرئي في الجزائر
- التعرف على طبيعة البرامج التلفزيونية لقناة شمس السياحية
- معرفة عناصر الجذب السياحي في البرامج المعروضة عبر قناة شمس السياحية
- إبراز الدور الذي تقوم به قناة شمس السياحية في مواكبة ودعم النمو السياحي في الجزائر

المنهج:

يهدف القيام بتحليل علمي ومنهجي لإشكالية الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي و بالتالي فإن هذه الورقة البحثية تنتمي إلى الأبحاث الوصفية والتي تستخدم لوصف، ما هو كائن وتفسيره، وتهتم بالظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، فالبحوث الوصفية تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها والعلاقة بين المتغيرات وعليه تهتم هذه الدراسة بوصف الإعلام السياحي المرئي وإبراز إسهامه في تفعيل التنمية السياحية من خلال القيام بقراءة وصفية لأهم برامج قناة شمس السياحية ومعرفة أهم المواضيع المعالجة والكشف عن طبيعتها وأنواعها من أجل معرفة مدى مواكبتها للنمو السياحي .

أولاً: مدخل إلى الإعلام السياحي:

1- الإعلام:

لغة: كلمة الإعلام مشتقة من العلم، تقول العرب استعلمه الخبر فأعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته فلغويا يكون معنى الإعلام نقل الخبر

والإعلام في اللغة العربية لا يكون إلا بين طرفين يقوم أحدهما بالإعلام بالشيء سواء كان خبر أم تعريفاً أم رأياً فينتقل الثاني ما أعلم به¹

اصطلاحاً:

كلمة إعلام تعني نشر الأخبار والحقائق والمعلومات لكافة أفراد المجتمع، ويرى FERNAND TERROU فرنان تيررو بأن الإعلام هو نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور².

يعرفه سمير محمد حسين بأنه " كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية³

عليه يتبين أن الإعلام مرتبط بوسائل عصرية هي وسائل الإعلام أو وسائل الاتصال الجماهيري (صحافة، مكتوبة، إذاعة، تلفزيون).

2- الإعلام المتخصص:

يعدّ الإعلام السياحي شكلاً من أشكال الإعلام المتخصص الذي ظهر نتيجة للحاجة إلى المعلومات المتخصصة والجديدة وتنمية الجوانب المعرفية لدى الجمهور والمتخصصين إضافة لذلك فهو يهدف إلى تزويد الجمهور بالحقائق والمعلومات بما يحقق الوعي والإدراك وتكوينه في مجال خاص وليس مجال عام⁴

يعرّف الإعلام المتخصص بأنه نمط إعلامي معلوماتي يتمّ عبر وسائل الإعلام المختلفة ويعطي جلاً اهتمامه لمجال معين من مجالات المعرفة، ويتوجه إلى جمهور عام أو خاص، مستخدماً مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور ورسوم وألوان وموسيقى ومؤثرات فنية أخرى، ويقوم معتمداً على المعلومات والحقائق والأفكار المتخصصة التي يتم عرضها بطريقة موضوعية⁵

3- السياحة:

اختلف العديد من الباحثين في تعريف السياحة، فتنوعت تعاريفها، وعليه سنتطرق إلى البعض منها كالتالي:

- هي ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة، وعلى تغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضاً إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة من الجماعات الإنسانية وهي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة والصناعة⁶

- جملة العلاقات والظواهر الناتجة عن الترحال والإقامة المؤقتة للأفراد الذين يسافرون بدافع رئيس هو الترفيه وقضاء الوقت⁷

- عملية الانتقال المؤقت للأفراد خلال اوقات الإجازات السنوية بهدف تغيير نمط المعيشة⁸
- هي الحركة الاجتماعية التي تتم اختياريًا والتي تهدف إلى الترفيه والاستمتاع الذهني والعقلي والبدني⁹
- هي جزء من الاقتصاد القومي الذي يعني باستضافة المسافرين الذين يزورون أماكن خارج المواطن التي يقيمون أو يعملون بها.¹⁰
- فالسياحة نشاط إنساني يقوم به فرد أو مجموعة أفراد أو هيئات وهي عبارة عن انتقال من منطقة إلى أخرى أو من بلد إلى آخر لأغراض سياحية مختلفة.

4- الإعلام السياحي:

يعتبر الإعلام السياحي شكل من أشكال الإعلام المتخصص الذي يستجيب لجملة من القضايا التي تمس مختلف المجالات، وإذا كان هذا النوع الإعلامي موجه خصيصًا لقطاع السياحة فهو يقوم على استخدام وسائل الإعلام والاتصال لمخاطبة الجماهير ومحاولة إثارة اهتمامهم وإقناعهم عن طريق توفير كم هائل من المعلومات عن كافة الأنشطة السياحية المختلفة قصد جذب أكبر عدد ممكن من السياح سواء داخل البلد أو خارجه بالإضافة إلى استهداف خلق وعي سياحي لدى الجمهور.

يرى **فؤاد البكري** أن الإعلام السياحي " هو الجهود الموضوعية وغير الشخصية. المبذولة من الجهات الرسمية وغير الرسمية لتحسين الصورة السياحية والداعية إلى إعداد ونقل رسالة أو مجموعة من الرسائل بهدف تقديم صورة طيبة عن المنتج أو الخدمة السياحية، كذلك العمل على خلق وتنمية سياحية للدولة أو منطقة ما باستخدام الوسائل الاتصالية بغرض جذب اهتمام السائحين المرتقبين في تلك الأسواق سواء داخل البلاد أو خارجها ومن ثم دفعهم إلى السفر وممارسة النشاط السياحي"¹¹

وهو أيضا الدليل المادي للصناعة السياحية من خلال وظيفته الأساسية، وجوهرها هو التعريف بما يحتويه البلد من معالم سياحية سواء كانت طبيعية أم أثرية، تاريخية، ام فندقية أو أي مظهر آخر أو مجال من مجالات الجذب السياحي وذلك باستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية المتطورة من أفلام وإعلانات قادرة على جذب السياح الأجانب ومواطني البلد وبالتالي فالإعلام السياحي صفة لازمة للصناعة السياحية¹²

يتلخص مفهوم الإعلام السياحي في " الأطر الفكرية والممارسات المهنية التي تقوم بها الجهات الإعلامية المتخصصة، وغير الإعلامية الحكومية والخاصة للتعريف بصناعة السياحة، والمساهمة في تطويرها من خلال التوعية والتوجيه نحو الاستثمار فيها، بما يسهم في زيادة المعروض من المنتجات السياحية ويؤدي إلى اتساع سوق السياحة، مع العمل على مواكبة ما يعترض هذه الصناعة من عقبات من خلال تداول الحوار الحرّ الهادف حول مختلف جوانبها التنظيمية والتطبيقية، وقف السياسات والأنظمة الإعلامية المعتمدة في المجتمع. ووفق استراتيجية الإعلام السياحي التي تعمل أجهزة الإعلام المختلفة في إطارها"¹³

5- أهمية الإعلام السياحي:

تبرز أهمية الإعلام السياحي من خلال النقاط التالية:

- 1- يقوم الإعلام السياحي بتزويد الناس بما يحتاجون إلى معرفته من المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرارات وتحديد المواقف قبل الرحلات السياحية، فهو يقوم بإشباع حاجات الجمهور وخدمته.
 - 2- يكتسب الإعلام السياحي أهمية خاصة نتيجة للاهتمام العالمي بالسياحة وزيادة المنافسة العالمية بين الكثير من الدول بالإضافة إلى منافسة سلعة السياحة نفسها لغيرها من السلع وقوتها اقتصاديا.
 - 3- قدرته على تنمية الشعور بالهوية والخصوصية الإسلامية، وكذلك إعلام الناس بأهداف السياحة وبرامجها عبر التركيز على أهداف الاتصال من ناحية والأهداف الإقناعية من ناحية أخرى.
 - 4- قدرته على نشر الثقافة المتعمقة والمتخصصة في السياحة مستغلا الإمكانيات الفنية لوسائل الإعلام وتقنيات الاتصال المتطورة الأخرى (إبراهيم، 2015. ص ص 37, 39)
 - 5- التأثير على متخذي القرارات في مجال السياحة وإسهامه في تعزيز الإبداعات¹⁴
 - 6- قدرة الإعلام السياحي على توصيل المعلومات المتخصصة لجمهور عالم بأساليب متنوعة ووسائل متعددة يسهل على المستقبل فهمها واستيعابها مما يسهم في ترقية العقول والتأثير على المواقف والاتجاهات وتحفيز الفكر والعقل¹⁵
- و إجمالاً فإن أهمية الإعلام السياحي تبرز من خلال تحقيق التوعية والتثقيف بأهمية المناطق والمعالم السياحية والتركيز على تحقيق الاقتناع لذي السائح كل ذلك انطلاقاً من استخدام كافة الأساليب والوسائل الملائمة.

6- وسائل الإعلام السياحي:

من أجل توصيل الرسالة الإعلامية إلى المستفيدين يتطلب الأمر اختيار الوسيلة الإعلامية الملائمة وفيما يلي عرض لأهم هذه الوسائل:

- 1- **التلفزيون:** يثبت الصورة السياحية مستخدماً الصورة والصوت مبرراً أهم مقومات المقصد السياحي وعوامل جذبه للسياح ومن مميزات هذه الوسيلة الإعلامية أن لها القدرة على مخاطبة جميع الفئات والشرائح وبمختلف المستويات الثقافية والوصول إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين في وقت واحد وهم في منازلهم حيث يعدّ من أكثر وسائل الإعلام المستخدمة في العالم إذ أن حوالي 88% من المعلومات المكتسبة للفرد تكون من خلاله.¹⁶

- 2- **الصحف:** تمثل أحد الوسائل الرئيسية في مخاطبة الجمهور السياحي لانتشارها الواسع وبتكلفة منخفضة حيث تحمل في طياتها مختلف الأخبار حول الوجهات السياحية في البلاد¹⁷

3- الإذاعة: هي من أنجح وسائل الإعلام السياحي التي تستخدم لتنشيط التعاقدات السياحية، حيث يتم التفاعل بين هذه الوسيلة والمجتمع بالاعتماد على حاسة السمع من خلال جمل لفظية وتعبيرات كلامية يكون لها وقع في آذان المستمع تهدف إلى جذب انتباه السياح وإيصال الرسالة الإعلامية وترسيخها لديهم، وكذلك نقل المعارف إليهم وتزويدهم بمختلف المعلومات حول مختلف الأماكن السياحية¹⁸ يستخدم الإعلام السياحي وسائل أخرى كثيرة كالمجلات، المعارض السياحية، المهرجانات فضلا عن التكنولوجيا الجديدة بكل وسائلها ووسائطها.

7- الإعلام السياحي المرئي -الإعلام السياحي وعلاقته بالتلفزيون:-

يعتبر التلفزيون من أوسع الوسائل انتشارا وأكثرها جاذبية لدى الجمهور المتلقي والتوصل إلى إقناعهم بالدليل المادي الملموس، مما يجعله وسيلة إعلامية متميزة في مجال الإعلام السياحي حيث ينقل صورا واقعية وحية عن المنطقة السياحية إلى جانب النص المسموع والخلفية الموسيقية اللذان يزيدان من تأثير الإعلانات التي تتلقاها جماهير غفيرة وهم في حالة استرخاء مما يساعد على تقبل الرسالة الإعلامية والإعلانية واستيعابها¹⁹

تعتبر إذن وسائل الإعلام المرئية - خصوصا التلفزيون من العناصر الأكثر فعالية في نجاح عملية جذب السياح نظرا للخصائص المتعددة التي يتميز بها، فهو أكثر جماهيرية وشعبية من الوسائل الأخرى، كما أنه يخاطب مختلف فئات المجتمع.

عند توظيف التلفزيون كوسيط لقيامه بالإعلام السياحي تكون هناك مجموعة من المميزات التقنية والفنية التي تساهم في تمرير الرسالة الإعلامية في المجال السياحي ويمكن تلخيصها في الآتي:

أ- الجمع بين الصوت والصورة والحركة:

تكمن الميزة الأساسية للتلفزيون في أنه وسيلة إعلامية إذ يجمع بين الصورة والصوت وهذا ما يساهم في التأثير على الجماهير وإقناعهم، حيث تكمن وظيفة الصورة في خدمة المضمون ونقل الحقيقة المرئية إلى المشاهد خصوصا في المجال السياحي، حيث تلعب الصورة دورا فعالا في جذب أنظار السائح من خلال عرض مختلف الخدمات والمواقع السياحية لمختلف المناطق²⁰

أما بالنسبة للنص المرافق للصورة فيفترض أن يصاغ في شكل مهني جذاب يشد الأذن مع العين ويدعم المشاهدة التي يتضمنها العرض التلفزيوني ويجملها وبالإضافة إلى رشاقة الصوت فمن الأهمية إلمامه بكافة المعلومات عن المواقع التي تهتم السائح²¹

ب- استخدام الألوان: كان لبداية استعمال الألوان في التلفزيون دورا هاما في جذب الشعوب وإعطاء أهمية كبيرة للرسالة الإعلامية التي صارت تتخذ سمة الواقعية والدقة في العرض، ففي المجال السياحي صار بإمكان كاميرات التلفزيون التقاط مشاهد عن المواقع السياحية وآراء السياح اتجاها مما ينعكس على اقتناع المشاهدين بها²²

ج- عرض اللقطات فنيا:

يتميز التلفزيون بالإضافة إلى ما سبق بعدة خصائص أخرى مثل الطابع الفني في عرض اللقطات الذي يساهم بدرجة كبيرة في عملية الجذب السياحي. كما تلعب جودة الإخراج العامل الأبرز في شد المشاهد من خلال الإخراج المميز واستخدام الوسائل الحديثة في الإخراج والمونتاج، كما أنه لا بد من كسر حاجز الملل من خلال اللقطات السريعة أو تعدد زوايا التصوير واختيار الزوايا التي تعطي بعدا أكثر جمالا للموقع السياحي.²³

انطلاقا مما سبق يتضح أن للتلفزيون تأثير كبير وقدرة هائلة في التأثير على الأفراد، وهو يستحوذ على اهتمام قطاع كبير من الجمهور من كلا الجنسين كبارا وصغارا، كما أنه يتعامل مع حواس الإنسان الرئيسية (البصر والسمع) فضلا عن كونه يستخدم مؤثرات عالية (اللون، الصوت، الحركة

كما أن التلفزيون يساعد على نشر المعلومات السياحية لمسافات بعيدة ولمجموعات كبيرة من الناس ويقدم خبرات وتجارب واسعة، كما أن له قدرة الوصول إلى مناطق جغرافية نائية بفضل التطور التقني. فضلا عن قدرته على الاقناع بحكم العناصر الفنية الإخراجية لذا فالتلفزيون أداة إعلامية رئيسية وعصرية لنشر الثقافة بمفهومها العام والثقافة السياحية بمفهومها الخاص، ويتضح الدور الهام الذي يلعبه التلفزيون في إيصال الرسالة السياحية من خلال الإعلانات السياحية التي تركز على تنشيط السياحة في دولة أو مدينة ما وعرض أهم الفعاليات التي ستقام ويتبع ذلك تفاعل عدد كبير من الجمهور، ذلك ما يحقق مكاسب سياحية كثيرة لتلك الدولة أو المدينة²⁴

ثانيا: التنمية السياحية المستدامة

1- السياحة المستدامة: هي السياحة التي يمارسها الزوار مع خلق تأثير إيجابي على كل من البيئة

والمجتمع والاقتصاد لتلك الدول²⁵

أما التنمية السياحية فهي مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي²⁶

تعرف أيضا بأنه نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة العمرانية²⁷ كما أنها الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياسي باعتباره أسلوبا علميا يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وأقرب وقت مستطاع²⁸

انطلاقا مما سبق فإن التنمية السياحية المستدامة هي التنمية التي تشبع حاجات السياح والمجتمعات المضيفة الحالية وضمان استفادة الأجيال المستقبلية، كما أنها تنمية تدير الموارد بأسلوب

يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية الجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية واستمرارية العمليات الإيكولوجية والتنوع البيولوجي. ومقومات الحياة الأساسية.²⁹

2- خصائص التنمية السياحية المستدامة:

- تهتم بنوعية الخبرات وطرق تقديمها
- السياحة المستدامة فيها عدالة اجتماعية باشتراك الشعب بصنعها ومعرفة حاجات السكان
- السياحة المستدامة تستخدم المحليين في الأعمال والتخطيط وصنع القرار
- تعمل ضمن حدود الموارد الإقلال من التأثيرات ، استخدام الطاقات ، معالجة النفايات ، إعادة الاستخدام
- تقدم إمكانية الاستجمام وفرص المعرفة والثقافة للأجيال الحالية والقادمة
- تسمح للضيف أن يستمتع ويجد ما ينشده إلى جانب حماية المجتمع المضيف والبيئة
- تتوازن مع الصناعات الأخرى والأنشطة ضمن إطار الاقتصاد الوطني
- تتكامل مع الخطط المحلية والإقليمية والعالمية³⁰

3- عناصر التنمية السياحية

تشمل عناصر التنمية السياحية ما يلي:

- عناصر الجذب السياحي: وتشمل العناصر الطبيعية مثل أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان، كالمنتزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية.
 - النقل بأنواعه المختلفة البري والبحري والجوي
 - أماكن النوم سواء التجارية كالفنادق والموتيلات أو أماكن النوم الخاصة مثل بيوت الضيافة وشفق الإيجار.
 - التسهيلات المساندة بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك
 - خدمات البنية التحتية كالمياه والكهرباء والإيصالات والأمن
 - إضافة إلى الجهات التي تضطلع على هذه التنمية: القطاع العام والخاص³¹
- ثالثا: الإعلام السياحي والتنمية السياحية المستدامة:

بالنظر إلى الأهمية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية للسياحة اهتمت وسائل الإعلام بالسياحة في إطار أدائها لدورها ووظائفها في المجتمع باعتبارها وسيلة رئيسة من وسائل تنمية المجتمع وتطوره وتقدمه في شيء المجالات والبيادين.³²

وقد ساهم الإعلام في دفع عجلة التنمية المحلية من خلال ما يلي:

1- رسالة إعلامية هادفة:

تتميز الرسالة الإعلامية الهادفة في تحقيق تنمية سياحية بما يلي:

أ- الرسالة التوعوية: يمثل هذا الخطاب الخطوة الأولى للتعامل الإعلامي مع مختلف الجوانب ذات العلاقة بصناعة السياحة، حيث يستهدف تهيئة البيئة المحلية لتقبل السياحة وتعزيز الوعي لدى الجمهور

المستهدف تجاه السياحة وفقا لمفهومها الحديث، إضافة إلى سعيه لتشجيع السلوكيات الإيجابية اللازمة للارتقاء بالسياحة وتطويرها.

ب- الرسالة التعريفية: تهدف إلى تعريف المواطنين بالمقومات والمرافق والمنتجات السياحية المحلية ومختلف المقاصد المهيأة لاستقبال السياح وكذا الفعاليات والأنشطة السياحية التي يشهدها الوطن.

ج- الرسالة الإقناعية: تعمل على تعزيز القناعة لدى الجمهور بإيجابيات السياحة على مختلف الأصعدة بغية التأثير على سلوكياتهم ومواقفهم تجاه هذه الصناعة وتحفيزهم لممارستها³³

2- دعم السياحة الداخلية:

تلعب وسائل الإعلام دورا هاما في دعم السياحة الداخلية لما لها من آثار بارزة في دعم التنمية وخدمة المجتمع، ولذلك فإنها تضطلع بدور هام في دعم السياحة الداخلية وتسويقها وإبراز مناشطها وتوجيهها وحل مشكلاتها حيث يمكن لوسائل الإعلام السياحي المتخصصة أو الوسائل العامة أن تحقق دورها في دعم السياحة الداخلية وبالتالي التنمية السياحية المحلية المستدامة من خلال:

1. التعريف بالمقومات الحضارية للمناطق السياحية (الثقافية والتاريخية)
2. التعريف بالمقومات السياحية للمناطق السياحية (الطبيعية، الطقس، الخدمات)
3. التعريف بالنشاطات والبرامج المقامة في المناطق السياحية
4. خرائط للمناطق السياحية والخدمات المتوفرة لها
5. تقديم العروض التسويقية (الأسعار، التخفيضات التكاليف المتوقعة)
6. التعريف بمستوى الوعي السياحي لسكان المناطق السياحية
7. إبراز السلوكيات المتميزة للسائحين والتحذير مما يخالفها
8. مناقشة المشكلات والسلبيات المتعلقة بالسياحة في (المرافق، الأسعار...) 34

رابعا: الإعلام السياحي في الجزائر:

من أجل أن يكون النشاط السياحي فعالا لا بد من تشجيع السياسات السياحية وتفعيل الشراكة مع جميع القوى الفاعلة في الميدان في الجزائر، ونخص بالذكر وسائل الإعلام التي تلعب دورا بارزا ومميزا في عملية الجذب السياحي، من خلال التركيز على فكرة الاستثمار في السياحة الجزائرية، ويتعلق الأمر في البداية بإبراز صورة الجزائر بجعلها مقصدا سياحيا ذو تنافسية عالية على الصعيد الدولي والوطني³⁵ تعمل وسائل الإعلام باختلافها على النهوض بالوعي الاجتماعي بصناعة السياحة من خلال التعريف بما تزخر به البلاد من مناطق وتقديم كافة المعلومات والحقائق حولها فضلا عن التركيز على مقومات الجذب السياحي من أجل رسم صورة حسنة عن الجزائر وتتمثل هذه المقومات فيما يلي:

- المقومات الطبيعية: مثل الموقع الجغرافي حيث تعدّ الجزائر القلب النابض للمغرب العربي وبوابة إفريقيا بالإضافة إلى المناخ والمحطات المعدنية حيث تمتلك الجزائر الكثير من المنابع المعدنية بخصائص علاجية (حوالي 202) منبع للمياه المعدنية

- المقومات التاريخية والأثرية: حيث تزخر الجزائر بإرث تاريخي وثقافي لا بأس به نظر لمختلف الفترات والحضارات التي تعاقبت عليها، بالإضافة إلى الصناعات التقليدية والتراث الثقافي والشعبي.

- المقومات السياحية المادية: وتعني توفر الظروف المهيأة لاستقبال السياح كالبنى التحتية (الطرق، المطارات، السكك الحديدية، الموانئ...) الهياكل الفندقية... الخ بالإضافة إلى توفر وكالات سياحية للتعريف بما تزخر به البلاد من خيارات³⁶

يعمل الإعلام السياحي بالجزائر على استظهار هذه المقومات والتركيز عليها من خلال مختلف المضامين والمحتويات التي تعمل على تنمية وتزويد الجمهور بمختلف الأخبار والأنشطة وبالتالي مساعدتهم على تنمية الوعي السياحي لديهم، فالكثير من المحتويات الهادفة في الإعلام السياحي صنعت قيما لدى الجمهور بضرورة الحفاظ على الموروث الثقافي و المقومات الطبيعية في الجزائر.

الإعلام السياحي المرئي في الجزائر يتوفر التلفزيون على الكثير من الخصائص التي تجعل منه أداة فعالة بامتياز للاستثمار والجذب السياحي، ويمكن للتلفزيون أن يبرز المقومات التي تتمتع بها الجزائر من خلال البرامج التي يعرضها على المشاهد.

لكن الواقع عكس ذلك تماما حيث يكاد ينذر مشاهدة المواد التلفزيونية التي تتناول السياحة في بلادنا بالرغم مما تحويه من مقومات مهمة على خارطة السياحة العالمية إلا أن وجود بعض القنوات القليلة المتخصصة في السياحة والتي لا تزال في مراحلها الأولى يمكن أن ينبئ بمستقبل واعد للإعلام السياحي المرئي بالجزائر.

ومن مبررات التركيز على الإعلام المرئي (التلفزيون) سياحيا، ذلك لأن التلفزيون يعتبر من أقوى وسائل الإعلام قدرة على الإقناع بعد الاتصال الشخصي، فهو يشغل حاستي السمع والبصر معا، مما يسهل عملية إدراك الرسالة لدى المتلقي، كما أنه يتيح للقائم على الإعلام السياحي أكثر من أي وسيلة أخرى. تقديم برامج وأشكال فنية متنوعة تلائم التنوع في مجال المعلومات السياحية والخدمات والإعلانات المختلفة عبر قوالب من البرامج والأفلام والأخبار وغيرها³⁷

قناة شمس TV السياحية:

شمس TV هو اسم لأول قناة سياحية بالمغرب العربي، وهي قناة فضائية خاصة بإبراز مختلف الإمكانيات السياحية والبيئية الهائلة التي تتوفر عليها الجزائر التي تعدّ أكبر بلد إفريقي من حيث المساحة تبتث قناة شمس CHAMS TV مجموعة من الأشرطة الوثائقية. والتقارير والريپورتاجات كما تشارك في نشاطات كثيرة وتقوم بتغطيات تقريبا لكل الأحداث والتظاهرات السياحية والرسمية تعرّف القناة بمختلف

المناطق والمدن الجزائرية كما أنها تتطرق إلى التعريف بمختلف العادات والتقاليد الموجودة بالجزائر حسب كل منطقة، كما تسعى للتواصل مع وكالات السفر والسياحة والوكالات البيئية والتنمية المستدامة بهدف خلق فضاء جدّ مناسب في هذا المجال الذي يهّم المواطن الجزائري على وجه الخصوص، وهو الأمر الذي من شأنه أن يكون له دور جدّ إيجابي في تحقيق التنمية³⁸ أول بث للقناة كان في نوفمبر 2017، وهي تعمل على التعريف والإشهار والترويج للوجهة السياحية الجزائرية بمختلف أنواعها: السياحة الشاطئية والصحراوية والجبلية والثقافية والدينية والبيئية.

وفي مجال البيئة تسعى القناة لإحياء ثقافة المواطن المساهم والمشارك في نظافة محيطه وبيئته فلا سياحة بدون بيئة نظيفة.

وأكدت مديرة قناة شمس TV السيدة مدينة بولحشيش في تصريح لموقع " دزاير توب " أنه لا يمكن لقطاع السياحة في أي بلد أن يتطور إلاّ بالانخراط التام والفعلي لكل الفواعل المشاركة في صناعة المنتج السياسي أو الوجهة السياحية، والإعلام يشكل أحد أهم الفواعل التي من شأنها الارتقاء بالجزائر كوجهة سياحية وترقية السياحة الداخلية من خلال التعريف بالكنوز السياحية المتناثرة في كل ربوع البلد وكذلك بمختلف المرافق والهياكل والأنشطة السياحية المتوفرة والتي غالبا ما يجهل المواطن توفرها في بلاده.³⁹ تحاول قناة شمس TV السياحية من خلال برامجها المتنوعة ان يكون نافذة للعالم على الجزائر، من خلال التعريف بالجزائر وبإمكاناتها السياحية التي لا يمكن الاستهانة بها.

كذلك تعتبر القناة نافذة للجزائريين على العالم فهي تعرّفهم بأهم الجهات والاستعدادات الواجب القيام بها قبل كل سفر وكذا الحقوق والاحتياجات الواجب القيام بها تجاه الرحلات والعروض السياحية في الخارج.⁴⁰

• أهم برامج القناة:

1. برنامج حقيقية ظهر SAC A DOS: هو عبارة عن رحلات استكشافية عبر 48 ولاية، يقوم فيها منشط الحصة بزيارة مناطق مختلفة من الوطن ويركز على أهم المعالم والاماكن السياحية التي تترخر بها الجزائر.

يضم البرنامج فريق متكامل يجمع بين المغامرة وحب السفر كما ينقل لنا البرنامج كل ماله علاقة بالمقومات والإمكانات سواء الطبيعية او التاريخية او الأثرية وكذلك المقومات السياحية المادية بالإضافة إلى كل ماله علاقة بالتراث الثقافي والشعبي الخاص بكل منطقة يتم زيارتها.

2- شواطئ شمس: حصة من إنتاج القناة بمشاركة مجمع فندقية وسياحة وحمامات معدنية بثت خلال صيف 2018 ابتداء من شهر جويلية، وهو برنامج سياحي ثقافي ترفيهي، غرضه التعريف بالسواحل الجزائرية وشواطئها كل أسبوع فريق قناة شمس TV يحط رحاله بولاية سياحية من الطارف شرقا إلى تلمسان غربا عبر نصب منصة على شواطئ مختلفة بالولاية لاستضافة المصطافين والضيوف للحديث عن السياحة في تلك الولاية وأجواء وظروف الاصطياف.

يتم إجراء مسابقات ترفيهية بين العائلات حول السياحة في الجزائر وألعاب شاطئية للأطفال وحملات توعية تطوعية للمساهمة في تنظيف الشواطئ يتخلل البرنامج فقرات حول التعريف بالمعالم التاريخية للولاية وواقع الاستثمار السياحي وكذا صناعتها التقليدية وطبوعها الموسيقية من خلال استضافة بعض الفنانين من المنطقة وإجراء حوارات خاصة مع الشخصيات والجمعيات الفاعلة في مجال السياحة والبيئة.⁴¹

3- من سيربح الرحلة: برنامج ترفيهي، معرفي يبث كل سهرة خميس، يضم مسابقات، حيث يتم استضافة عائلات من مختلف المناطق وتطرح عليها أسئلة حول مختلف المعالم السياحية بالجزائر يتخلل الحصة تقارير عن المنطقة.

4- حصة تقارير: تعرض تقارير صحفية حول الأحداث المختلفة المرتبطة بالسياحة والبيئة، تتبع خرجات وزير السياحة ووزيرة البيئة والطاقت المتجددة.

5- حصة بيئة- كوم:

تعنى بكل قضايا البيئة في الجزائر وهي حصة نصف شهرية.

6- عرض ريبورتاجات مختلفة مثلا:

- ريبورتاج: كافثيريا في مجال الفن بباتنة

- ريبورتاج حول: سواحل الغرب

- ريبورتاج حول: توابل مغنية

- ريبورتاج حول: رياضة الملاحة الشراعية

- ريبورتاج : تونس وجهة السائح الجزائري

- ريبورتاج: جيجل الكنز المدفون

7- حصص موسمية: شمس العيد بثت أثناء العيد، تنقل العادات والتقاليد الخاصة بالعيد في الجزائر

8- حصة أصدقاء شمس: حيث تقوم القناة بمرافقة السياح في مناطق مختلفة وتنقل انطباعاتهم

9- حصة وجهات 5 نجوم: وهي حصة تسلط الضوء على الهياكل الفندقية الموجودة في الجزائر مع قدرات استيعابها وإمكانياتها، ووسائل الترفيه المتوفرة فيها، وذلك لأن الفنادق تلعب الدور الأول بل الرئيسي في تنمية السياحة فالسائح يقضي وقتا طويلا في الفنادق وخاصة بالنسبة للسياحة العلاجية وسياحة الأعمال والمؤتمرات، فالسائح عند وصوله إلى أي بلد فإن أول شيء يقوم به هو البحث عن الفندق قبل الطعام والشراب⁴²

10- حصة جولة: وهي حصة سياحية بامتياز يقوم فيها المنشط بزيارة منطقة من المناطق وينقل لنا كل ما يخص هذه المنطقة من كل النواحي (سياحة، ثقافة، عادات، تقاليد، لباس، أكالات....)

• بالإضافة إلى كل هذه الحصص والبرامج تبث القناة تغطيات لمهرجانات وطنية ودولية، كما تغطي مختلف المعارض خصوصا السياحية منها والخاصة بالصناعات التقليدية وغيرها.

- تقوم القناة بحملات توعية للحفاظ على البيئة وتنظيف المحيط.
- حصة لنكتشف معا، حصة عالم البيئة بينتنا حياتنا، حصة ألف مدينة ومدينة حصة تذكر سفر... الخ
- نتائج القراءة الوصفية لبرامج قناة شمس السياحية:
- من خلال القراءة الوصفية لمضامين قناة شمس السياحية الجزائرية يتضح مايلي:
- تنوع مضامين القناة، حيث تركز على تنشيط السياحة والترويج لها عن طريق المحتوى السياحي المتنوع.
- تتنوع البرامج المقدمة في القناة في مدة العرض، وقت العرض وأشكاله، فنجد أن بعض البرامج تبتث يوميا نظرا لأهميتها في ترويج الخدمات السياحية مثل حصة "تقارير" فهي تعرض جل المستجدات المرتبطة بالسياحة البيئية، كمتنقل مختلف خرجات وزير السياحة لتظهر اهتمامها بالسياحة المحلية نجد من جانب آخر برامج تبتث أسبوعيا بصفة منتظمة مثل برنامج "من سيربح الرحلة" وهو برنامج ترفيهي تتخلله تقارير عن مناطق سياحية مختلفة، كما نجد حصص نصف شهرية مثل حصة "بيئة كوم" وهي تعنى بكل قضايا البيئة في الجزائر.
- تتنوع الحصص المبتثة بين حصص استكشافية الهدف منها جذب المتلقين لزيارة مناطق مختلفة من الوطن والتعريف بمختلف المعالم والأماكن السياحية بالجزائر "برنامج من سيربح الرحلة" وبين حصص ترفيهية الغرض منها التسلية والترفيه من جهة والتعريف ببعض الفنادق والحمامات المعدنية من جهة أخرى مثل برنامج "شواطئ شمس"، فضلا عن البرامج السياحية التي تهتم بكل من الجانب الثقافي والاستثمار السياحي.
- اختلاف الأنواع الصحفية التي تعرض من خلالها المضامين بين الأخبار والتقارير والريبورتاجات حيث لاحظنا أن القناة تركز على هذه الأشكال أكثر من غيرها.
- أهم هدف للقناة هو خلق وعي سياحي من خلال كم المعارف والمعلومات المقدمة ضمن البرامج المختلفة حيث تقوم بتوعية المشاهد بضرورة الاهتمام والحفاظ على هذه السياحة لتبقى محافظة على جمالها وقيمتها السياحية، وهو ما يشكل عنصر من أهم العناصر المكرسة للوعي السياحي الذي يهدف إلى تكوين صورة إيجابية عن المنطقة
- تحقيق التنمية السياحية من خلال التركيز على أهم عناصرها وهو عنصر الجذب السياحي فنلاحظ أن معظم البرامج المعروضة تسلط الضوء على ما تزخر به الجزائر من مواقع أثرية تاريخية، منتزهات، فنادق... الخ، كما تقوم بعرض مختلف الخدمات التي توفرها هذه الأماكن وهذا من شأنه أن يجذب السياح ويلفت أنظارهم إلى هذه المناطق والأماكن.
- نتائج عامة
- تتمتع الجزائر بإمكانيات سياحية مميزة لا بد من إظهارها.

- لوسائل الإعلام عموما والإعلام المرئي على وجه الخصوص أهمية معتبرة في تنشيط القطاع السياحي في بلادنا إذا ما منحت له كل الإمكانيات اللازمة
 - تقدم قناة شمس السياحية الجزائرية مضمونا سياحيا متنوعا مابين برامج سياحية إخبارية ترفيهية، ثقافية، استكشافية، بيئية تتنوع من حيث المضمون، مدة العرض ووقته وأشكاله
 - تهدف القناة إلى تحقيق التنمية السياحية من خلال التركيز على أهم عناصرها والمتمثل في الجذب السياحي.
 - تهدف قناة شمس السياحية إلى خلق وعي سياحي لدى جمهورها المنتبغ لبرامجها
 - قناة إعلامية مرئية سياحية واحدة غير كافية من أجل المساهمة في التنمية المحلية، لذا لا بد من فتح المجال للإعلام السياحي المرئي في الجزائر من أجل المساهمة الفعالة والتعاون في مجال التنمية السياحية المستدامة.
- خاتمة:**

تبين من خلال هذه الدراسة أن الإعلام بكافة وسائله بما فيه الإعلام المرئي يلعب دورا هاما في المجتمع من خلال تسليط الضوء على القضايا الهامة فيخرجها من دائرة التجاهل لتتري النور معتمدا في ذلك على الطرح الموضوعي الرصين والمعالجة والتنميين لمختلف هذه القضايا يعمل في هذا الإطار الإعلام السياحي في الجزائر على ترقية قطاع السياحة وتنشيطه وبناء صورة سياحية إيجابية عن الجزائر ووسائل الإعلام سواء كانت مطبوعة أو مسموعة أو مرئية تستثمر كل امكانياتها للوصول إلى الجذب السياحي من خلال الجمهور المستهدف، ويؤدي التلفزيون دورا لا يستهان به في جذب الجمهور المتلقي من جهة وتعزيز التنمية السياحية من جهة أخرى نظرا للمزايا التي يتمتع بها حيث تتمتع الصورة والصوت والحركة والألوان بمقومات جذب الانتباه والاحتفاظ بالاهتمام.

في هذه الدراسة حاولنا التعرف على مساهمة الإعلام السياحي المرئي في تفعيل التنمية السياحية في الجزائر من خلال قراءة وصفية لبرامج قناة شمس السياحية

فتعرضت دراستنا هذه إلى جوانب عدة انطلاقا من الإعلام والإعلام السياحي والتركيز على أهميته في تفعيل التنمية السياحية المستدامة ثم إبراز أهم وسائله مركزين على الإعلام السياحي المرئي وخصوصيته ثم حديث عن التنمية السياحية المستدامة وأهم خصائصها ودور الإعلام في تفعيلها عرجنا كذلك على الإعلام السياحي المرئي في الجزائر وبيننا كيف يقوم هذا النوع الإعلامي على التعريف بما تزخر به البلاد من مناطق وتقديم كافة المعلومات والحقائق حولها فضلا عن التركيز على مقومات الجذب السياحي من أجل رسم صورة حسنة عن الجزائر في الجانب التطبيقي تعرفنا على قناة شمس السياحية وتعرضنا لأهم برامجها ثم قدمنا قراءة وصفية لهذه البرامج، لنتوصل إلى مجموعة من النتائج مفادها أن الجزائر تتمتع بإمكانيات سياحية مميزة لا بد من إظهارها كما أن لوسائل الإعلام عموما والإعلام المرئي على وجه الخصوص أهمية معتبرة في تنشيط القطاع السياحي في بلادنا إذا ما منحت له كل الإمكانيات اللازمة كما توصلنا إلى أن قناة شمس السياحية الجزائرية تقدم مضمونا سياحيا متنوعا يهدف إلى تحقيق التنمية السياحية.

الهوامش

- 1- عيساني رحيمة الطيب، مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث، جدار للكتاب العالمي، الأردن. 2008، ص 16
- 2- إحدان، زهير، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص 13
- 3- حسين سمير محمد، الإعلام والاتصال بالجماهير، عالم الكتب، القاهرة. 1995، ص 21
- 4- الحميدات فايز محمد علي، الإعلام السياحي في الأردن: إذاعة سياحة "FM" نموذجاً، رسالة ماجستير في الإعلام كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط. 2013، ص 41
- 5- بدران عبد الله، ظهور الإعلام المتخصص ونشأته، مدونة الإعلام البترولي، مدونة خاصة بالإعلام والثقافة البترولية BADRAN_64@HOTMAIL.COM
- 6-P. LAROUSSE: LE PETIT LAROUSSE. ED LIBRARIES LAROUSSE 1980. P 80
- 7- إبراهيم إسماعيل، الإعلام السياحي الأسس والمبادئ، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2015، ص 16
- 8- المكان نفسه
- 9- دليل المفاهيم والتعريفات السياحية المتعارف عليها دولياً، وزارة الاقتصاد، الإمارات العربية المتحدة، سلسلة نشر الوعي السياحي، الإصدار الخامس، ص 16
- 10- خطاب محمد، الإعلام السياحي والعلاقات العامة دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن. 2015، ص 45
- 11- البكري فؤاد، العلاقات العامة في المنشآت السياحية، ط 1، عالم الكتب، القاهرة 2004، ص 5
- 12- خطاب محمد، مرجع سبق ذكره، ص 25
- 13- إبراهيم إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 25
- 14- خطاب محمد، مرجع سبق ذكره، ص 65
- 15- المرجع السابق، ص 66
- 16- محمد تيمور زكي داليا، الوعي السياحي والتنمية السياحية، مفاهيم وقضايا، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية. 2008، ص 42
- 17- بلبخاري سامي، بن أحسن ناصر الدين، تأثير الإعلام السياحي في صورة السياحة الداخلية، دراسة ميدانية لعينة من السياح. ص 5
- 18- المرجع السابق، ص 6 خطاب محمد
- 19- جميل نسيمه، السياحة الثقافية وتثمين التراث ومن خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر دراسة وصفية تحليلية لبرنامج حصة " مرحباً " رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2009- 2010. ص 146
- 20- المرجع السابق، ص 147
- 21- ، مرجع سبق ذكره، ص 58
- 22- جميل نسيمه، مرجع سابق، ص 147

- 23- خطاب محمد، مرجع سابق، ص58
- 24- إبراهيم إسماعيل، مرجع سابق، ص، ص 78،79
- 25- قعوار عوني ناصر، خطة تنمية السياحة المستدامة، صحيفة الرأي ALRI. COM الصادرة يوم 2017/07/11، ص1
- متوفر على الموقع التالي: PETROLEURN- MEDIA. BLOGPOST.COM تاريخ الزيارة 2018/10/11
- 26- توفيق ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ص198
- 27- عراقي محمد ابراهيم ، فاروق عيد النبي عطا الله، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية، دراسة تقييمية على محافظة الإسكندرية، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات الورشة السياحية الإسكندرية، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي الإسكندرية، 2005، ص4
- 28- كافي مصطفى يوسف، صناعة السياحة كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية، دار الفرات. نينار للنشر والتوزيع. 2006، ص 106،107
- 29- زرقين عبود ، العلمي إيمان ، تعزيز دور الإعلام في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، الدراما التركية كنموذج إعلامي للتنمية السياحية، ورقة بحثية مقدمة ضمن المنتدى السنوي السابع حول الإعلام والإقتصاد... تكامل الأدوار في خدمة التنمية، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال. 2016، ص15
- 30 -المكان نفسه .
- 31-العلمي إيمان ، دور الإعلام في رفع كفاءة التسويق السياحي بالجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص إدارة الاعمال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواق. 2016، ص 118
- 32- إبراهيم إسماعيل، مرجع سابق، ص 34
- 33- بلخاري سامي، ص، ص 5،4
- 34-- إبراهيم إسماعيل، مرجع سابق ، ص 44
- 35- سويقات، محمد عبد الرحمن ، واقع استخدام المزيج الترويجي على مستهلك الخدمات السياحية، دراسة حالة مستهلكي خدمات وكالة تيميساوتور بتمنراست 1999-2015، مذكرة ماستر في العلوم التجارية جتمعة قاصدي مرباح. 2015، ص 14.
- 36- العلمي إيمان، ص، ص 128،134
- 37-المرجع السابق، ص 252
- 38- معلومات متوفرة على الموقع التالي HTTP:// WWW.DZ.MODERN.COM
- 39- المكان نفسه
- 40- الشيباني مروان ،شمس TV القناة السياحية الرائدة في الجزائر تطفئ شمعتها الأولى، دزاير توب، جريدة وقناة الكترونية 14 يونيو. 2018
- 41- شهاب برس، جريدة إلكترونية، 2018/06/27
- 42- سويقات، محمد عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 31