

التغطية الإعلامية للأنشطة الاتصالية الترويجية لمديرية السياحة
بولاية تبسة - قراءة تحليلية
*Media coverage of tourist promotional communication activities
of the direction of tourism in tebessa - analytical reading –*

عابدي لدمية¹، جامعة العربي التبسي – تبسة، الجزائر
ABDI Ladmia University of larbi tebessi - Tebessa- Algeria
ladmiaabdi@yahoo.com
مهية زينب، جامعة العربي التبسي – تبسة، الجزائر
MEHAYA zineb University of larbi tebessi - Tebessa- Algeria
zzinebmehaya@yahoo.com

تاريخ النشر: 2018/11/06

تاريخ القبول: 2018/11/06

تاريخ الإرسال: 2018/10/20

ملخص

حظي الاتصال السياحي باهتمام كبير من طرف الأكاديميين والممارسين في مجال السياحة، مما له من تأثير بالغ الأهمية في الترويج، وجذب السياح للميدان، إذ لا بد للمناطق السياحية خاصة في ظل التراجع الذي تشهده من عوامل المنافسة المتنوعة، أن تبذل كل جهودها لابتكار طرق وأساليب جديدة من أجل تقريب صورتها السياحية للمستهلكين، وكان الاتصال السياحي أحد أهم هذه الطرق من خلال أنشطته المتعددة. وبناء على ذلك جاءت هذه الورقة البحثية بهدف استعراض الأنشطة الاتصالية الترويجية التي قامت بها مديرية السياحة بولاية تبسة خلال سنة 2017/2018، وقد اعتمدنا في ذلك على نقل ما تداولته وسائل الإعلام خلال تغطيتها للمجهودات الاتصالية الترويجية لها. الكلمات المفتاحية: الأنشطة الاتصالية، الترويج، التغطية الإعلامية، السياحة، مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية تبسة.

Abstract

Communicative Tourism has received a great attention from academics and tourism participants, which has a very important influence in the promotion and attraction of tourists .so that tourist places should work hard to invent new ways and methods to make its tourism image closer to consumers. Tourism communication was one of the most important ways through its various activities.

Accordingly, our aim is to review the promotional communication activities carried out by the Direction of Tourism in Tebessa during the year 2017/2018, and we have relied on what did media translate during the coverage of promotional efforts.

Keywords: *Communication Activities Direction and Traditional Industries of Tebessa, Media Coverage. Promotion, Tourism, Tourism*

1 المؤلف الرئيسي: عابدي لدمية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي التبسي – تبسة، الجزائر

مقدمة

تعتبر السياحة ظاهرة اجتماعية وإنسانية عرفت تطورات سريعة عكست مدى أهميتها، حيث أصبحت تشكل اليوم أكبر صناعة في العالم، فهي تحتل مكانة هامة في جميع المجالات وخاصة المجال الاقتصادي وهذا اعتبارا لدورها الهام في التنمية على وجه شامل، فقد أصبحت الاقتصاديات الحديثة ترى فيها قطاعا استراتيجيا وموردا دائما. وقد صاحب ذلك محاولة العديد من الدول النهوض بالقطاع السياحي من خلال وضع التسهيلات الإدارية والقانونية وتكثيف الجهود من أجل زيادة طلب السياح.

تزخر الجزائر بمتاحات طبيعية، وثقافية، وحضارية، وتاريخية، وغيرها من المقومات السياحية المتعددة والمتنوعة، و مدينة تبسة هي إحدى المدن الجزائرية السياحية بامتياز، وذلك لما تزخر به من مقومات جذب سياحي مختلفة، موزعة على مختلف بلدياتها فمنها ما هو طبيعي، وما هو أثري، وتاريخي، وثقافي...، ما يجعلها مؤهلة لاستقطاب السياح سواء على المستوى المحلي، أو الوطني، أو الدولي، إلا أن هذه المؤهلات السياحية لوحدها لا تكفي لجعلها مقصدا سياحيا مرغوبا، إن لم تكن هناك استراتيجيات مبنية على أسس علمية ومنظمة، ومن أهمها ضرورة الاعتماد على الاتصال السياحي كآلية فعالة، للترويج للمنتج السياحي المحلي والتعريف به من خلال أنشطة اتصالية متنوعة، وإقامة المعارض والمؤتمرات، والاتصال الشخصي مع السياح، والاحتفالات والمهرجانات، والأيام الدراسية... كلها جهود تدفع عجلة السياحة بتبسة بالسعي قدما إلى التعريف بالوجهات السياحية المحلية على مختلف الأصعدة، والتي تسند عادة للجهات المسؤولة عن هذا القطاع وعلى رأسها مديرية السياحة بولاية تبسة، التي تأتي في واجهة الجهات المسؤولة عن ترقية القطاع بالولاية، ومن خلال ما رصدته وسائل الإعلام المحلية والوطنية فإن هذه الجهة الوصية قامت بعدة أنشطة لإنعاش قطاع السياحة، والتعريف بالمناطق السياحي والترويج لها، خلال 2017/2018، وعليه وانطلاقا مما سبق فإن هذه الورقة البحثية تأتي للتعرف على مجهودات مديرية السياحة بولاية تبسة في الترويج للسياحة انطلاقا من التساؤلات التالية:

ما هي الأنشطة الاتصالية التي تمارسها مديرية السياحة بولاية تبسة للترويج للسياحة؟ ما هو الهدف من تطوير الأنشطة الاتصالية بولاية تبسة؟ كيف غطت وسائل الإعلام هذه الأنشطة؟
أهمية الدراسة:

ما زالت دراسات الاتصال المتخصص ووسائله وبرامجه وخاصة في مجال السياحة بحاجة ماسة إلى المزيد من الأبحاث والدراسات في الدول النامية، وتستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال المعلومات التي تقدمها، خاصة في ظل ندرة الدراسات التي تهتم بقطاع السياحة بولاية تبسة، إذ لم تجد الباحثان مادة علمية تتصل بموضوع هذه الدراسة قد أعدت في السابق، الأمر الذي يجعلها إضافة جديدة في الميدان.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم مجهودات مديرية السياحة بولاية تبسة، من خلال مختلف الأنشطة الاتصالية الترويجية التي قامت بها خلال سنة 2017/2018، بالاعتماد على التغطية الإعلامية لكل من

الصحف والإذاعة المحلية، وكذا التعرف على الهدف من تطوير قطاع السياحة عن طريق الأنشطة الاتصالية بولاية تبسة، وأخيرا تسليط الضوء على أهم ما يعيق التنمية السياحية بولاية تبسة.

أولا- الأنشطة الاتصالية:

1-تعريف الأنشطة الاتصالية:

1-1- تعريف الأنشطة:

✓ لغة: نشط، نشاطا، نشط: طابت نفسه للعمل وخفة وأسرع، والنشاط هو الخفة والسرعة والإخلاص في العمل أو غيره.¹

والنشاط هو مجريات الأحداث عبر العالم في الوقت الحالي.²

✓ اصطلاحا: هو عمل يقوم به فرد أو عدة أفراد من أجل إحداث تغيير ما، وقد يكون هذا النشاط في عدة مجالات فهناك نشاط سياسي، نشاط اقتصادي، اجتماعي.....³

2-1- مفهوم الاتصال:

✓ لغة: مشتقة من أصلها اللاتيني communis أي common ومعناها مشترك، فعندما نقوم بعملية

الاتصال فنحن نحاول أن نقيم رسالة مشتركة مع شخص أو جماعة، أي أننا نحاول أن نشترك معا في معلومات أو أفكار أو مواقف محددة.⁴

✓ اصطلاحا: جاء في قاموس المصطلحات الإعلامية أن الاتصال هو انتقال المعلومات أو الأفكار أو

الاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز، والاتصال هو أساس كل تفاعل اجتماعي، فهو يمكننا من نقل معارفنا ويسر التفاهم بين الأفراد.

وتراه جيهان رشقي بأنه العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة كائنات حية أو بشر أو آلات في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين.⁵

3-1- الأنشطة الاتصالية: نقصد بها كل ماتقوم به مديرية السياحة والصناعات التقليدية بولاية تبسة من

وظائف وأنشطة مستخدمة في ذلك وسائل الاتصال بأنواعها المختلفة، بهدف الترويج للمنتوج السياحي المحلي وخلق صورة ذهنية طيبة لدى الجمهور.

2- أنواع الأنشطة الاتصالية:

1-1-2- الاتصال الشخصي:

هو الاتصال الذي يتم مرسل و مستقبل أو مرسل ومستقبلين أو مرسلين ومستقبلين وجها لوجه دون استخدام وسائل اتصال كالإذاعة والمطبوعات والتلفزيون.

كما يعرف أنه:الاتصال المباشر أو الاتصال المواجهي حيث يمكن فيه أن نستخدم حواسنا الخمس ويتيح هذا الاتصال التفاعل بين شخصين أو أكثر في موضوع مشترك، ونتيجة الاتصال المواجهي تتكون الصداقات

والعلاقات الحميمية بين الأفراد، ويتيح هذا النوع من الاتصال فرصة التعرف الفوري والمباشر على تأثير الرسالة.⁶

*ومن خصائصه:

- في اتجاهين، فعملية الاتصال الشخصي هي عملية تبادلية تتيح للمشاركين تبادل أو تقاسم الأدوار إرسالا واستقبالا وأخذا وعطاء حتى يتحقق الهدف الكلي من الاتصال.
- تكون الاستجابة في الاتصال الشخصي فورية أو مباشرة فقد يلمح المرسل استجابة المستقبل في كلامه ولغة جسمه من تعبيرات وجهه وغيرها.
- يحدث الاتصال الشخصي في جو اجتماعي تفاعلي: عن طريق وجود المرسل و المستقبل في نفس المكان و الزمان.
- يتيح الفرصة للمشاركين في الاتصال تحديد أهدافهم المشتركة وتطوير أو تعديل رسائلهم الاتصالية عن طريق زيادة أو حذف أو اكتشاف معلومات جديدة ذات قيمة عالية بالنسبة لهم.
- الاتصال الشخصي مرن، فالمشاركون في الاتصال يتحققون من رسائلهم قبل بثها ويردون عليها بدقة.
- يتسم بحضور الحواس الإنسانية من سمع وبصر وذوق وشم ولمس لدى المشاركين في الاتصال.⁷

2-2- المؤتمرات:

- ✓ لغة: الجمع: مؤتمرات، اسم مكان من إئتمر والمؤتمر: مجلس أو مجتمع للتشاور والبحث في أمر ما ويغلب على الأمور العلمية أو السياسية.⁸
- ✓ اصطلاحا: هو عبارة عن مناقشة وتبادل فكري بين أعضائه حول قضية معينة، أو موضوع أو مشكلة أو مشروع أو ظاهرة يهتمون بها ومرتبطة بظروفهم بقصد التوصل إلى آراء أو توصيات أو قرارات مناسبة والعمل على الالتزام بها.
- كم يعرف على أنه قناة من قنوات الاتصال الجمعي التي تهيئ الفرصة لمجموعة من الأعضاء للتبادل الفكري فيما بينهم حول موضوع يهتمون بها.⁹

3-2- المطويات:

- هي التي لا يتجاوز عدد صفحاتها من القطع الصغيرة أو المتوسطة وتصمم بطريقة تطوى صفحاتها من دون استخدام أي من أدوات التثبيت من الخيوط أو الدبابيس ويطلق عليها محليا فولدرا وتمثل إحدى قنوات الاتصال الجمعي المبنية على الكلمة والصورة والرسوم البيانية والخرائط.
- وتستخدم المطويات لعرض نبذة موجزة عن منظمة أو عرض فكرة أو إبراز خدمة محددة أو تقديم نبذة عن مشروع معين من مشاريع المنظمة.
- وتتميز بانخفاض تكلفتها، وإمكانية إنتاجها بشكل سريع نسبيا، كما أن تترك انطبعا إذا أحسن اختيار مادتها بحيث تساهم في تحقيق أهداف المنظمة وتلائم حاجة المنظمة إذا ما حررت بطريقة جذابة ومقنعة ونسقت بطريقة مشوقة ولافتة لنظر القارئ.¹⁰

4-2- الإذاعة:

- ✓ لغة: المصدر أذاع نقل الصوت بواسطة الراديو، دار البث الإذاعي وأذاع الخبر أي نشره، السر فضحه.¹¹

وهو مصطلح يعني البث المنظم والنشر للأخبار والبرامج والأغاني والتمثلات والموسيقى، وأي مواد إعلامية أخرى موجهة إلى الجمهور العام واستقبال ذلك جماهيريا وعمما بواسطة أجهزة استقبال راديو.¹²

✓ اصطلاحا: هي وسيلة تتمتع بالقدرة على التغطية الجغرافية الواسعة للإرسال الإذاعي، وتتخطى حاجزي الفقر والأمية، حيث لا تشترط مستوى تعليمي معين في من يتابع برامجها كما أنها رخيصة الثمن مقارنة بوسائل اتصالية أخرى، ويمكن جعل جهاز الاستقبال الإذاعي إلى أي مكان يغادر إليه الإنسان ويتم توظيفها بشكل جيد لخدمة عمليتي التعليم والتنمية، ومن خصائص الإذاعة ما يلي:

- السرعة الفورية في نقل الأخبار من مواقع الأحداث حية على الهواء وعلى جناح السرعة.
- اتساع نطاق التغطية الجغرافية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي.
- لا توجد حواجز تحول بين الإنسان والكلمة المذاعة، فالموجات الإذاعة قادرة على تخطي الحواجز الطبيعية والحدود السياسية والجغرافية والعسكرية والرقابة والتشويش.
- جمهور الإذاعة عريض يعد بالملايين وغير متجانس وبرامجها متنوعة لتناسب أذواق معظم الجماهير.
- يمكن مخاطبة كل مستمع بلغته.
- لا تحتاج الكلمة الإذاعية إلى معاناة القراءة.¹³

5-2- مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرفها الباحث محمد عواد بأنها: تركيبة اجتماعية إلكترونية من أفراد وجماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل: الفرد الواحد) باسم العقدة (node) بحيث يتم إيصال العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات لتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية بلد ما في هذا العالم، وقد فصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص.

وتعرفها هبة محمد خليفة بأنها: شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض، وبعد سنوات طوال، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم¹⁴.

فشبكات التواصل الاجتماعي لم تعد فقط من أجل الدردشة أو التسلية، بل أصبحت وسيلة لإنجاز الأعمال والأخبار والإعلان عن الوظائف، والتواصل لمختلف الأهداف والأغراض ك:

- إعطاء المعلومات المختلفة والحصول عليها.
- التعاون والتشارك في حل المشكلات واتخاذ القرارات.
- التعليم والتعلم والتدريب وتبادل الخبرات.
- التعبير عن المشاعر والأفكار والآراء وإسداء وتلقي النصح والتوجيه والإرشاد حول المواضيع.

ثانيا- الترويج السياحي:

1- تعريف الترويج السياحي: قبل تعريف الترويج السياحي لا بد أولا من تعريف الترويج، والسياحة:

1-1- الترويج: يعرف الترويج بمفهومه البسيط بأنه عملية اتصال مباشر أو غير مباشر بالمستهلك، لتعريفه بمنتوج المؤسسة ومحاولة اقناعه بأنه يحقق حاجاته ورغباته وحمايته من الاستغلال¹⁵.

2-1- السياحة: عرفها colden سنة 1939: بأنها: "أي نوع من الحركة التي بمقتضاها يقيمون-الأفراد-لأي غرض في مكن خارج بلادهم بشرط عدم اعتبار هذه الإقامة لأغراض الكسب الدائم أو المؤقت.¹⁶

3-1- الترويج السياحي: يعرف الترويج السياحي بأنه كافة الجهود الإعلامية والدعائية والعلاقات العامة الرامية إلى إعداد ونقل رسالة أو رسائل معينة عن الصور 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.¹⁷

2- أهداف الترويج السياحي: يمكن ايجاز أهداف الترويج السياحي في العناصر الموالية:¹⁸

- إقناع وجذب السياح المحتملين في مختلف الأسواق المستهدفة وذلك من خلال فهم دوافع السفر والسياحة لديهم، ثم تصميم وتنفيذ البرامج الترويجية المناسبة لكل قطاع سياحي للأسواق المستهدفة.
- محاولة التأثير على المدركات الحسية للسياح ايجابية كانت أو سلبية بالشكل أو الاتجاه المرغوب فيه والذي يخدم الأهداف المنشودة من خلال الاستراتيجية السياحية العامة للدولة.
- تعريف منافذ التوزيع من وسطاء، منظمي الرحلات السياحية، وكالات السفر، خطوط طيران، وفنادق بالمنافع والقيم السياحية في مختلف المواقع السياحية.
- تحقيق زيادات ملموسة في الطلب السياحي أو في الحصة السوقية للمنطقة السياحية أو على الأقل المحافظة على ثبات الطلب السياحي للمنتجات السياحية.
- تنمية مناطق سياحية جديدة وبعض المناطق الأخرى التي تتميز بعرض سياحي غير متناسب مع مستوى الطلب السياحي عليه.
- الاعتماد على الأساليب العلمية في اختيار الاستراتيجيات السياحية في جميع جوانبها وذلك لاختراق الأسواق السياحية.

الاهتمام باستخدام الوسائل المختلفة لتنشيط السياحي، كالدعاية، والإعلان، والعلاقات العامة

3- عناصر المزيج الترويجي السياحي: يتمثل في الوسائل المختلفة للترويج السياحي، وتتمثل أهم هذه العناصر في:¹⁹

- الإعلان السياحي: يتمثل الإعلان السياحي في مختلف وسائل الإعلان من تلفاز ورايو، وجرائد، ومجلات وملصقات وغيرها، والحملات الإعلانية والخارجية التي تهدف إلى التأثير على مواقف وآراء السياح الحاليين والمحتملين.
- البيع الشخصي السياحي: وهو يعبر عن الجهود التي تقع على عاتق وكلاء السفر ومنظمي الرحلات ومندوبي خطوط الطيران من خلال اتصالاتهم بمجموعة من الأفراد الراغبين بالقيام بزيارة موقع سياحي ما، حيث يتم تزويدهم بكافة المعلومات اللازمة عنه.
- تنشيط المبيعات السياحية: تعتبر إقامة المعارض السياحية والتي تبرز المقومات السياحية للموقع السياحي من الأمور الهامة لترويج وتنشيط السياحة هذا من جهة، ومن جهة أخرى تقدم المؤتمرات السياحية أوراقا دراسية عن مختلف المواقع السياحية.

- النشرات والدعاية السياحية: تتمثل المواد الدعائية في تصميم نشر أخبار محددة عن الموقع السياحي في أوقات محددة وبكلمات معبرة، وكذا من خلال نشر الصور والمقالات وعرض الأفلام الإذاعية والتلفزيونية، أو دعوة بعض قادة الرأي العام كالسياسيين والإعلاميين لزيارة الموقع السياحي.
- العلاقات العامة: تلعب العلاقات العامة دورا هاما في دعم التدفق السياحي للمواقع السياحية سواء كانت على المستوى المحلي أو الدولي، فالعلاقات العامة المحلية تركز عادة على تنمية أو اصر التعاون والتنسيق بين كافة المؤسسات الرسمية وغير الرسمية لتشجيع السياحة، أما العلاقات العامة الدولية فدورها يتمثل في ايجاد علاقات تعاون وتنسيق مع البلدان الأخرى ومنظمي الرحلات العالميين وغيرهم.

ثالثا - السياحة بولاية تبسة:

1- موقع ومساحة مدينة تبسة:

تقع ولاية تبسة في منطقة الهضاب العليا بأقصى الشرق الجزائري، وهي تبعد عن العاصمة بحوالي 700 كم، وترتفع ب 900 م، عن مستوى سطح البحر، يحدها من الشمال ولاية سوق أهراس، من الجنوب ولاية الوادي، من الشرق الجمهورية التونسية، ومن الغرب ولاية خنشلة، وأم البواقي، وترجع على مساحة تقدر ب 13878 كم مربع.

ونميز بمدينة تبسة نوعين مناخيين هما:

✓ مناخ متوسطي: يتميز بتساقط الأمطار والبرودة، كما تغطي الثلوج قمم الجبال هذه الفترة.

✓ مناخ صحراوي: يتميز بالجفاف وهبوب رياح جنوبية حادة تعرف بالسيروكو.

يتميز وسطها الطبيعي بمنطقتين رئيسيتين، إحداهما الهضبة الأطلسية (منطقة ذات طابع فلاحي رعوي بحيث تنتشر بها السهول الخصبة والمراعي)، والأخرى المنطقة الصحراوية (تمتد جنوب الولاية، وتنتشر بها الواحات والحلفاء، هذا بالإضافة لكونها منطقة رعوية).

تتوفر الولاية على ثروة مائية معتبرة، تختلف بين سطحية تأتي من الأحواض الشمالية مجردة، أما المصادر الجوفية فتتمثل في الآبار، والمنايع الطبيعية، والمجري الجوفية.

2- المؤهلات السياحية بالمنطقة: تزخر مدينة تبسة بمؤهلات طبيعية ساحرة ومناظر فاتنة، تمنح لزائريها الدلال والخيار للاستمتاع بأفضل الأجواء في رحابها، واكتشاف مواقعها الطبيعية، ومعالمها التاريخية، الدينية، الثقافية...²⁰

1-2- المواقع الطبيعية: تحظى ولاية تبسة بمواقع طبيعية ساحرة ومناظر فاتنة، وتتمثل في:²¹

➤ الحمامات: كانت تسمى قديما أكوا أسرريس بمعنى المياه القيصرية، تتجمع محاسن الطبيعة بهذا الموقع حيث المنابع المتدفقة من صلب الصخور، وأشجار ونباتات تحف ضفاف الأودية المناسبة مما يزيد من روعتها.

➤ مغارات واد بوعكوس: داخل هذه المغارة آثار تدفقات المياه، إضافة إلى الألوان المذهلة التي اكتسبتها الصخور بفعل المناخ، يظهر لنا خارج هذه المغارة قمم جبلية تشبه في تكوينها وشكلها الجبال البركانية للهقار.

- خنقة بكارية: في الطريق نحو أقصى الحدود الشرقية لولاية تبسة تستوقفنا لوحة طبيعية تنبض بالجمال، هي خنقة بكارية، يتميز هذا المضييق بطابعة الجذاب، والمتميز بغاباته اليافعة، وهدهود الأجواء التي لا تسمع فيها غير خريبر مياه المنبع والساقية.
- الحويجبات: غير بعيد عن خنقة بكارية توجد غابات الحويجبات وطاقا الخضراء، حيث تمتد الأشجار المتنوعة الأصناف على طول النظر.
- مغارات قسطل: تتواجد هذه المغارات ببلدية عين الزرقة التي تتميز بطابعها الريفي، تسمى هذه المغارات أيضا بالدواميس وهي عبارة عن حجرات يفترض بأنها قبور رومانية قديمة. وطريق هذه المغارات عبارة عن طرق ملتوية، تلمح بها مياه وأودية طبيعية تسقى بها المزارع الصغيرة.
- المريج: على بعد 20 كم نحو الجهة الشمالية الشرقية لولاية تبسة، تتواجد بلدية المريج تتوفر على الحمام المعدني "يحيى بن طالب"، حيث المياه المعدنية الحموية والمروج المترامية الأطراف، هذا بالإضافة إلى الغابات الخضراء التي تميز المنطقة.
- نقرين وفركان: بأقصى جنوب ولاية تبسة، يوجد وجه آخر لطبيعة صحراوية بالمنطقتين، حيث واحات النخيل، وسواقي المياه المتدفق، وتحتوي مدنها على فنون الهندسة الصحراوية البسيطة في مواردها، ويوجد أيضا واد نقرين المنحدر من فج الجبل ومعصرة الزيتون التقليدية.
- 2-2-المعالم التاريخية: إن تناوب العديد من الحضارات على مدينة تبسة، جعلها تحتفظ بمعالم تاريخية كثيرة هي:²²
- 2-2-1-الأثار الرومانية:
- القلعة البيزنطية: يعود تاريخ تشييدها حوالي سنة 535م، على يد القائد الروماني صومولون في عهد الإمبراطور جستيان، وذلك لحماية الجالية البيزنطية والدفاع عن المدينة، تحمل القلعة 14 برجاً للمراقبة، و3 أبواب رئيسية هي: باب شالة، باب صولومون، وباب كراكلا.
- معبد مينارف: يعتبر من أشهر المباني الدينية الرومانية بتبسة، بني بين سنتي (193م/217م)، في عهد الإمبراطور سبتيم سفارتخت اشراف انطونيس، وقد شيد هذا المعبد تكريماً للآلهة الحكمة: مينرف، يتميز بشكله المستطيل، وأعمدته الأسطوانية الضخمة.
- الكنيسة المسيحية: أو البازيليك، تقع على بعد 500 م من القلعة البيزنطية، بنيت عهد القنصل الإفريقي أنينوس جليانوس بين سنتي 320م و385م، على شرف السيدة كرسين النوميديّة، بعد أن نجح باب الدخول الكبير نجد المدرج الكبير، الكنيسة الأولى، والكنيسة الكبرى، حوض تعميد النبلاء، حوض الغسيل، الصحن، طاولة القرايين المقدسة...
- معصرة الزيتون برزقان: تقع على بعد 35 كم عن تبسة، على الطريق المؤدي إلى بئر العاتر، اعتبرت أكبر معصرة زيتون في إفريقيا، وهي ملك للعائلات الرومانية الثرية، شيدت في عهد الإمبراطور ترجان حوالي 78 كم تتألف من 3 طوابق، كما تتميز بالأقواس الكبيرة.

➤ الفن المطبخي:

يتميز الطبخ بولاية تبسة بتنوع أطباقه ولذتها الفائقة ناهيك عن قيمتها الغذائية العالية منها: كسرة

الشحمة، الكسكسي التقليدي، الغرايف، المفور، والحلويات: كالبقلاوة، والمقروط، الرفيس...

رابعا - قراءة تحليلية للأنشطة الاتصالية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لسنة 2018/2017:

يلعب قطاع السياحة دورا مهما في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وأثبتت التجارب للدول الرائدة في هذا القطاع بأنه يشكل موردا أساسيا يعتمد عليه في تنمية اقتصادها، وانطلاقا من نجاحات الدول الرائدة في القطاع السياحي عمدت المصالح المركزية الجزائرية إلى بعث دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT آفاق 2025، هذا المخطط الذي يبرز في توجهاته وبرنامجه الركائز الأساسية التي من خلال تنفيذها نرقى بقطاع السياحة ونجعله في مصاف القطاعات المنتجة المساهمة في دفع وتيرة التنمية الاقتصادية وفي هذا الإطار وعملا بتوصيات الحكومة في اجتماعها المنعقد مع الولاية خلال شهر فيفري 2017، من أجل إنشاء وتطوير وبعث قطاعات تساهم في تحقيق الدخل خارج قطاع المحروقات والذي يعتبر كثرة زائلة، حيث اعتبر قطاع السياحة إلى جانب قطاع الفلاحة والصناعة كقطاعات بديلة بإمكانها تحقيق المداخل خارج المحروقات²⁴.

وفي هذا الصدد باشرت الحكومة بوضع وتنفيذ جملة برامج ذات أهمية معتبرة لترقية قطاع السياحة من خلال تقديم التحفيزات المشجعة للاستثمار السياحي والاهتمام بالحرف والمهن على اعتبارها الخزان المادي للتراث الوطني، وتسعى مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية تبسة وعبر تسخير كافة الوسائل المادية والبشرية لتجسيد الأهداف المرجوة من خلال عدة أنشطة اتصالية للمديرية سنذكرها فيما يلي:

1- اجتماعات رسمية مع فاعلين في قطاع السياحة: حيث يحرص المدير الولائي للسياحة والصناعات التقليدية على القيام باجتماعات رسمية دورية يتصل فيها بطريقة مباشرة (وجها لوجه) مع أصحاب وكالات السياحة والأسفار ومديري الفنادق ومديري الجمعيات السياحية المتواجدة بولاية تبسة لحثهم وتوجيههم على ضرورة الترويج للمنتوج السياحي المتنوع بالولاية من سياحة ثقافية وبيئية وطبيعية وهذا خاصة بعد عمليات التهيئة التي أشرفت عليها السلطات المحلية والتي مست محيط أهم المعالم الأثرية بالولاية والمتمثلة في السور البيزنطي، باب كركلا، متحف مینارف، حيث يحرص السيد يحيى عبد النور مدير السياحة في اجتماعاته على السماع لانشغالات هذه الفئة ومشاكل القطاع ومحاولة إيجاد الحلول الفورية لها.

2- تنظيم رحلات سياحية داخل الولاية: حيث قامت مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية تبسة بالتعاون مع بعض وكالات السياحة والأسفار (وكالة الأنفال للسياحة والأسفار، وكالة الجرف للسياحة والأسفار، وكالة البتول للسياحة والأسفار، وكالة يوكوس للسياحة والأسفار) بتنظيم رحلات سياحية من 02 فيفري 2017 إلى 27 ماي 2017 لمعظم تلاميذ مدارس البلديات لولاية تبسة لزيارة الآثار والمناطق الطبيعية في إطار تشجيع السياحة الثقافية والبيئية ونشر وزرع الوعي والثقافة السياحية لدى الأجيال الناشئة.²⁵

3-تنظيم القافلة الإعلامية التحسيسية لترويج السياحة والصناعة التقليدية:نظمت مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية تبسة و بمشاركة الإذاعة المحلية، مديرية الشباب والرياضة، مديرية التكوين المهني والتمهين، مديرية الثقافة ومديرية البيئة قافلة إعلامية تحسيسية لترويج السياحة والصناعة التقليدية من 02 أكتوبر 2017 إلى 18 أكتوبر 2017 بدائرة نقرين (سياحة صحراوية:القصور، واحات النخيل) ، الوزنة ، الكويف(ساحات الوثام، بئر مقدم (فج القعقاع)،مرسط(آثار رومانية)،تبسة(بمختلف الآثار التاريخية)و من أهم أهداف هذه القافلة الإعلامية ما يلي²⁶:

-إبراز المتاحات الطبيعية،الثقافية و التاريخية لولاية تبسة مع التعريف بالهياكل القاعدية التي تؤهل الولاية لتكون قطبا متنوعا للاستثمار.

-التعريف بخصوصية كل المناطق السياحية التي زارها القافلة.

-تحفيز الشباب للمشاركة في التنمية المحلية وانتظامهم في دواوين محلية وجمعيات ذات طابع سياحي.

-شرح أهمية الصناعة التقليدية والحرف كمجال استثماري فردي، عائلي وجماعي.

-شرح آليات الاستفادة من القروض والدعم الحرفي.

مرافقة الدولة للحرفيين المتخصصين في صناعة الزربية التقليدية من خلال إجراءات الدمغ والوسم المجانية وفق المواصفات الجزائرية وإعدادها لعملية التصدير.

ومن أبرز التوصيات التي خرجت بها القافلة الإعلامية ضرورة برمجة لقاءات دورية لمتابعة تنفيذ وتقييم التوصيات والمقترحات المنبثقة من أشغال الطبعة الأولى للقافلة، وضرورة تثمين القدرات السياحية للولاية واستغلالها أحسن استغلال.

4- الفعاليات السياحية : تنظم مديرية السياحة لولاية تبسة العديد من الفعاليات والأيام السياحية منها اليوم العالمي للسياحة واليوم الوطني للسياحة الموافق ل 25 جوان،بالإضافة إلى الاحتفال باليوم الوطني للسنة الأمازيغية2968الموافق ل 12 جانفي 2018 و الذكرى الواحدة والخمسين لتأسيس بلدية تبسة، حيث تم افتتاح معرض الصناعة التقليدية و الحرف ذات البعد الأمازيغي من طرف السيد مولاتي عطا الله والي ولاية تبسة .

5-تنظيم ملتقيات دولية:حيث شاركت مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية تبسة بالتعاون مع جامعة تبسة في تنظيم هذا المؤتمر الدولي الأول من نوعه ونأمل ألا يكون هو الأخير حول دور قطاع السياحة والصناعة التقليدية في تحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على الإرث التاريخي والحضاري للجزائر بهدف الوصول إلى مقترحات حول كيفية تنشيط حركة السياحة بالمنطقة والتعرف على المتاحات السياحية لولاية تبسة من قبل الباحثين والطلبة بجامعة تبسة وغيرها والذين يجهلون منها الكثير.

6-المرافقة الإعلامية لإذاعة تبسة الجهوية:تساهم إذاعة تبسة الجهوية في التعريف بكل الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية من خلال التغطية الإعلامية المستمرة لمختلف الفعاليات السياحية وتقديمها في النشرات الإخبارية على مدار الساعة واليوم، أو من خلال الأبواب المفتوحة، أو من خلال البرامج الإذاعية التي تروّج من خلالها للسياحة الثقافية خاصة للمجتمع التبسي وأهم هذه البرامج:برنامج

من التراث وهو برنامج ثقافي شعبي يهتم بالموروث الثقافي اللامادي للمنطقة ، وبرنامج شارع الثقافة الذي يهتم بالساحة الثقافية المحلية.

7- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: حيث تمتلك مديرية السياحة والصناعات التقليدية صفحة في مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد في الفيسبوك باعتبارها الوسيلة الأكثر تداولاً واستخداماً واستقطاباً للشباب باعتبارهم الفئة العمرية القادرة على بذل مجهودات سياحية. والموقع عنوانه المجلة الالكترونية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية ، الذي من خلاله تعرف المديرية بمختلف النشاطات السياحية التي تقوم بها باستمرار.

8- التغطية الإعلامية للصحافة المكتوبة والالكترونية: ترافق الصحافة المكتوبة أيضاً الصحف الالكترونية أغلب الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية بالإضافة إلى التصريحات الرسمية التي يدلي بها مسؤولون من المديرية بين الحين والآخر واللقاءات الصحفية التي تغطي من خلالها هذه الصحف مختلف الفعاليات السياحية.

وسنتحدث فيما يلي عن التغطية الإعلامية لسنتي 2017 / 2018:

* جريدة الصريح الجزائرية اليومية بتاريخ 24-06-2017: تحدثت عن مبادرة سياحية قامت بها مديرية السياحة بالتنسيق مع إحدى الوكالات السياحية بتبسة وديوان تسيير واستغلال الممتلكات الأثرية في إطار التحضير لمخطط الترويج للوجهة السياحية بولاية تبسة بعدما أوشكت عمليات التهيئة الداخلية والخارجية لوسط المدينة على الانتهاء حيث شرعت في جلب عربات تقليدية الصنع من النوع الرفيع تجرها الأحصنة للمرور بمحيط الأسوار والمناطق التي أعيد الاعتبار لها في إطار التعريف بمعالم تبسة الأثرية.²⁷

* جريدة المساء اليومية بتاريخ 08-08-2017: أكدت تدعيم قطاع السياحة والصناعات التقليدية بولاية تبسة بمشاريع استثمارية عديدة، ستساهم حتماً في النهوض بالاستثمار عبر كافة مناطق الولاية وتتمثل هذه المشاريع في تهيئة ثلاثة مسارات سياحية ببعض البلديات وهي كالآتي:

* المسار السياحي الأول: ببلدية تبسة عاصمة الولاية والذي يكون انطلاقا من مقر البلدية باتجاه باب كركلا مرورا بساحة كارنو ومعبد مينارف والبازيليك وباب شالة.

* المسار السياحي الثاني: الذي يتعلق بالمواقع الطبيعية لكل من بلدية الحمامات وفج القعقاع وبلدية بئر مقدم وثليجان وبلدية قسطل.

* المسار السياحي الثالث: الذي يتعلق بالسياحة الصحراوية بكل من بلدية بئر العاتر ووحدات نقرين، والمعصرة التقليدية لزيت الزيتون بفركان والمساحات الفلاحية بمنطقة جارش ببلدية فركان .

بالإضافة إلى إنجاز دار أخرى للصناعات التقليدية ببلدية الشريعة واستحداث فضاءات لعرض المنتجات التقليدية، ناهيك عن العديد من المشاريع السياحية لإنجاز فنادق ووكالات سياحية وحدائق تسلية.²⁸

* جريدة أخبار اليوم بتاريخ 30-12-2017: جاء فيها تصريح لمدير السياحة والصناعات التقليدية عبد النور يحي مفاذه تعزيز الحضيرة الفندقية لولاية تبسة بحوالي عشرين فندقا عبر البلديات الـ 28 ومن جهة أخرى واستنادا لرئيس مصلحة السياحة بالنيابة بذات المديرية مفيد بوزيد فإن ولاية تبسة استقبلت 4448 سائحا

أجنبيا في الفترة ما بين أول جانفي 2017 إلى غاية 31 أكتوبر 2017 مشيرا الى أن هؤلاء السياح قد قضاوا 5776 ليلة عبر مختلف الفنادق كما استقبلت ولاية تبسة 199134 زائرا أجنبيا عبروا مختلف المراكز الحدودية، وأفاد نفس المصدر بأن السياح المسجلين يمثلون عدة جنسيات في مقدمتها التونسيون والليبيون ثم ايطاليين وفرنسيين وأتراك وبولونيين وغيرهم وللإشارة فإن ولاية تبسة تتوفر على 18 مؤسسة فندقية 15 منها بعاصمة الولاية و 3 أخرى بكل من بئر العاتر والحمامات و المريج.²⁹

جريدة النصر بتاريخ 2018-01-06: حيث أكدت الجريدة من خلال مصدر مطلع من مديرية السياحة، بأن القطاع مقبل سنة 2018 على رقمنة قطاعه بالتدريج عبر ثلاث مراحل كالتالي:³⁰
-المرحلة الأولى: ستنصب فيها الجهود لرقمنة وكالات السياحة والأسفار البالغ عددها 18 وكالة سياحية ناشطة بالولاية.

-المرحلة الثانية: ستوجه الرقمنة في هذه المرحلة إلى قطاع الفنادق الذي يتوفر على 21 فندقا ناشطا في انتظار استلام عدد آخر من الفنادق الجديدة إذ يتعين على صاحب كل فندق الانخراط في عملية الرقمنة التي باتت إجبارية، بالإضافة إلى العمل في الوقت ذاته للإشهار للوجهة السياحية التبسية الزاخرة وذلك لن يتأتى إلا بتحسين الخدمات التي تعد حجر الزاوية في كل العمليات.

-المرحلة الثالثة: تتطلب استحداث دورة تكوينية لدليل السياحة وذلك بالتنسيق مع مديرية التكوين المهني والتمهين بالولاية، هذه العملية التكوينية ستسمح بتنشيط الوجهة السياحية التبسية التي رغم توفرها على أقدم حضارة في التاريخ وهي الحضارة العاترية ووجود ما نسبته 40 % من الآثار الرومانية عبر الوطن بهذه الولاية ومرورا بآثار قسطل وكهوفها العجيبة ومرتفعات الحمامات القديمة ووصولاً إلى السياحة الصحراوية في قصور نقرين إلا أن كل ذلك لم يشفع لهذه الولاية لأخذ مكانها السياحي الطبيعي بين الولايات.

9-الهدف من تطوير قطاع السياحة عن طريق الأنشطة الاتصالية بولاية تبسة: إن الهدف من أي تنمية هو الوصول إلى الأفضل وتنمية القطاع السياحي بصفة خاصة تساهم في تحقيق التنمية المحلية، وولاية تبسة تمتلك من المؤهلات الطبيعية والثقافية والتاريخية ما يساعدها على تحقيق تنمية سياحية محلية رائدة وهذا يحتاج إلى خطة اتصالية تسويقية ناجحة للمنتج السياحي بالولاية ومن أهم أهداف تطوير القطاع السياحي ما يلي:

-خلق مناصب شغل مباشرة متعلقة بالخدمات السياحية على مستوى الفنادق والمركبات السياحية والوكالات السياحية، ومناصب شغل غير مباشرة مرتبطة بالقطاعات التي لها علاقة بالقطاع السياحي كقطاع الفلاحة، وقطاع الصناعة، وقطاع التغذية، وقطاع النقل.....

-تثمين الإرث الثقافي والتاريخي بولاية تبسة من خلال ترميم الآثار وتهيئة المعالم التاريخية لتطوير نوع مهم من أنواع السياحة وهو السياحة الثقافية.

-التركيز على السياحة الداخلية في المرحلة الأولى للطبقات المتوسطة بإنشاء قرى سياحية تتوافق وإمكانيات هذه الأسر مع توفير جودة خدمات على الأقل تتوافق مع الخدمات السياحية لدول الجوار مع احترام عادات وتقاليد المجتمع الجزائري.

-وضع استراتيجية وطنية للإعلام السياحي من أجل الترويج للوجهة الجزائرية بصفة عامة والوجهة التبسية بصفة خاصة في كل المحافل المحلية والإقليمية والدولية والمشاركة الفعالة في المعارض التي تهتم بالسياحة والصناعات التقليدية وطنيا ودوليا.

-الترويج والإشهار والتسويق للسياحة التبسية وللمنتوج التقليدي المتعلق بولاية تبسة باستعمال التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال كالاترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

10-معوقات التنمية السياحية بولاية تبسة:

رغم امتلاك ولاية تبسة لمؤهلات وثروات سياحية طبيعية،ثقافية وتاريخية هائلة إلا أن هناك عدة عراقيل تحول دون تنميتها واستغلالها بهدف ترقية وتطوير القطاع السياحي ومن ثمة التنمية المحلية،ومن أهمها ما يلي:

- نقص اليد العاملة المؤهلة في القطاع السياحي.
- ضعف المنتج السياحي وبساطته يؤثر في قدرته التنافسية.
- قلة اهتمام المستثمرين بالقطاع السياحي.
- نقص استغلال التراث المادي وغير المادي المتواجد بالمنطقة كعنصر جذب للسياح في الولاية .
- نقص الوعي السياحي والثقافة السياحية لدى المجتمع الجزائري بصفة عامة والمجتمع التبسي بصفة خاصة.
- غياب التنسيق بين مختلف القطاعات المواكبة للقطاع السياحي نظرا لعدم وجود استراتيجية اتصالية تنموية موحدة.
- غياب خطة استراتيجية اتصالية تسويقية للمنتجات السياحية و عدم الاستفادة من التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في هذا المجال.

خاتمة

إن تنشيط الحركة السياحية يحتاج إلى استراتيجية فعالة لتسويق الخدمات و المنتجات السياحية من خلال الاعتماد على مختلف الأنشطة الاتصالية القائمة على معطيات واضحة وتطبيقها بكفاءة عالية ووعي سياحي بهدف بلوغ المستوى اللائق بإمكانيات سياحية رائدة في الجزائر بصفة عامة وولاية تبسة بصفة خاصة، حيث أن للسياحة دورا فعالا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتي تبقى غير مستغلة على الإطلاق والتي يمكنها أن تكون في المستقبل القريب من بين أهم القطاعات الاستراتيجية للدولة الجزائرية التي تمكننا من التخلص من تبعية المحروقات وتأسيس اقتصاد فعال بديل ومتجدد إذا توفرت الإرادة السياسية و الاقتصادية والوعي المجتمعي بأهمية السياحة في البلاد.

ومما سبق يمكننا القول أن الجزائر تمتاز بمقومات سياحية متنوعة وولاية تبسة على غرار العديد من ولايات الجزائر تملك مقومات الجذب السياحي لما يتوفر فيها من سياحة تاريخية وثقافية وطبيعية كما رأينا سابقا والتي ترضي أغلبية حاجات السياح،ورغم الجهود المبذولة من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية تبسة إلا أنها لا تزال بعيدة على المستوى الإقليمي والعالمي، وأرقام وواقع السياحة تؤكد على أنه لازال هزيلا بسبب ضعف الأنشطة الاتصالية التي تهدف إلى الترويج للخدمات والمنتجات السياحية.

الهوامش

- ¹ أحمد زكي بدوي، صديقة يوسف محمود، المعجم العربي الميسر، د. ط. دار الكتاب المصري للنشر والتوزيع، القاهرة، ص.766.
- ² dictionnaire larousse .2000.page22.
- ³ متاح على الموقع <https://ar.m.wikipedia.org> بتاريخ 2017/02/13 على الساعة 22:21
- ⁴ محمود جمال الفار، المعجم الإعلامي ، ط.1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ، 2006، ص.8.
- ⁵ إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودور في التفاعل الاجتماعي ، ط.1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص.121.
- ⁶ حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط.9 ، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، 2010، ص.30.
- ⁷ إبراهيم أبو عرقوب، مرجع سبق ذكره، ص.121.
- ⁸ مأخوذ من الموقع: www.almaany.com.dic>ar-ar بتاريخ 2017/02/13 على الساعة 22:17
- ⁹ محمد صاحب سلطان ، العلاقات العامة ووسائل الإتصال، ط.1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة الأردن، 2011، ص.192.
- ¹⁰ محمد صاحب سلطان ، مرجع سبق ذكره ص ص 184، 183.
- ¹¹ قاموس (عربي-عربي) لموسوعة لسان العرب ، د ط، د د ن ، ص.20.
- ¹² محمد جمال الفار، مرجع سبق ذكره ص 16.
- ¹³ إبراهيم أبو عرقوب ، مرجع سبق ذكره ص ص 91، 90.
- ¹⁴ علي خليل شقرة، الإعلام(شبيكات التواصل الاجتماعي)، ط.1، نبلاء ناشرون وموزعون ، عمان ، 2014، ص.59.
- ¹⁵ نزار عبد المجيد البرواري، أحمد محمد فهد: استراتيجيات التسويق: المفاهيم، الأسس، الوظائف، دار وائل للنشر، الأردن، 2004، ص.215
- ¹⁶ أمين عبد العزيز حسن، استراتيجيات التسويق في القرن 21م، دار قباء، القاهرة، 2001، ص.30.
- ¹⁷ ابراهيم إمام: فن العلاقات العامة والإعلان، ط.2، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر 1980، ص 95
- ¹⁸ Gérard tocquer et Michel zins: marketing du tourisme, gaeten morin édition, france, 1999 , p206
- ¹⁹ عميش سميرة: دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس - سطيف 1-، 2015، ص ص 102، 103.
- ²⁰ أحمد عيساوي، مدينة تبسة وأعلامها (بوابة الشرق ورثة العروبة وأريج الحضارات)، ط.1، دار البلاغ، الجزائر 2005، ص ص 18، 19.
- ²¹ مديرية السياحة لولاية تبسة: مجلة تبسة: تبسة مونوغرافيا سياحية، 2007، ص.10.
- ²² المرجع السابق، ص 11
- ²³ المرجع السابق، ص 11
- ²⁴ بوزيد مفيد : السياحة بولاية تبسة بين الواقع ، الأفق و التطلعات ، المجلة الالكترونية للسياحة والصناعة التقليدية لولاية تبسة، بتاريخ 17-03-2018 على الساعة 18:58.
- ²⁵ ابراهيم مرامية ، حمزة غنيات ، فيديو مصور في إطار فعاليات اختتام القافلة الإعلامية التحسيسية للترويج للسياحة والصناعات التقليدية لولاية تبسة أكتوبر 2017 ، متاح على موقع المجلة الالكترونية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية بتاريخ 17-03-2018 على الساعة 20:01.
- ²⁶ المرجع السابق
- ²⁷ هواري غريب: عربات تجرها الأحصنة تلقى فضول المئات من السكان، جريدة الصريح الجزائرية، بتاريخ 24 ماي 2017 ، متاح على الموقع: <http://www.essarihonline.com> / تاريخ التصفح 17-03-2018 على الساعة 23:10
- ²⁸ نجية بلغيث : 21 عقدا استثماريا لإنجاز فنادق فخمة ، جريدة المساء اليومية ، بتاريخ 08-08-2017 ، متاح على الموقع <https://www.el-massa.com/dz/index.php/component/k2/item/39802> تاريخ التصفح : 17-03-2018 على الساعة 22:49
- ²⁹ ق م : مشاريع لبناء حوالي عشرين فندقا جديدا بتبسة ، جريدة أخبار اليوم ، بتاريخ 30-12-2017 متاح على الموقع http://www.akhbarelyoum.dz/ar/index.php?option=com_content&tmpl=component&id=23060 تاريخ التصفح : 18-03-2018 على الساعة 16:34 .
- ³⁰ الجموعي ساكر : فيما تجري رقمنة تدريجية للقطاع للشروع في تصنيف الفنادق بتبسة ، بتاريخ 06-01-2018 متاح على الموقع : <http://www.annasronline.com/index.php> / تاريخ التصفح : 18-03-2018 على الساعة 17:37 .