

أنواع الاتصال والدافعية الرياضية نحو ممارسة النشاط الرياضي السياحي

نموذج دورة فرنسا لسباق الدراجات الهوائية

تاريخ الإرسال: 2012/09/25 - تاريخ القبول للنشر: 2012/11/19 تاريخ النشر: 2012/12/24

داة بدرالدين

جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف

المقدمة:

يشهد العالم المعاصر تطورا مس جميع القطاعات و الميادين حيث أحدثت التكنولوجيا نقلة في عملية تنامي هذا التطور و اختصر من خلاله العديد من المراحل إلا أن النتائج تدل على أنه وفي كل لحظة ثمة جديد يتنامى و المستجدات التقنية و القطاعية و غيرها .

و من أبرز التطورات التي أحدثتها التكنولوجيا على صعيد وسائل الإتصال إختراع جهاز التلفزيون و الانترنت و غير ذلك من التكنولوجيا الفائقة من حيث الصورة و الصوة و العرض , فمنذ عشرينيات القرن الماضي بدأ العالم يواكب التطور الحاصل على صعيد التكنولوجيا و معها بدأت الأبحاث العلمية تجعل من الأوساط الجديد أرضية للبحث العلمي الأكاديمي الناجع و الذي يمنح من خلال نتائجه الحلول و الأفاق لأفكار جديد , و ما يشهده القرن الحالي ما هو إلا دليل على هذا التطور الحاصل على مستوى التكنولوجيا التي تحولت إلى رقمية و بدأت تصنع الفارق في صناعة الرفاهية للإنسان .

و مع تجسد و تلاشي النظرية الماكلوهانية امام هذا التنامي المتسارع لتكنولوجيات الإتصال حيث تحول العالم من خلال وسائل الإعلام إلى قرية صغيرة حسب ماكلوهان إلا ان التكنولوجيا و التطور على مستوى وسائل الإتصال الحديثة حول القرية إلى مجرد غرفة واحدة تتوفر إذ تختزل فيها المسافات و تتحول إلى أبعاد إفتراضية .

و على ضوء هذه الحداثة المعاشة و ما ترتب عنها من تغيرات في سلوك الإنسان , أصبح جليا دور الباحث و العالم في الكشف عن الحقائق و تبعات هذا التطور التكنولوجي الحاصل على الحياة و سلوكياتها , فمنذ ظهور جهاز التلفزيون في القرن الماضي تغيرت معه سلوكيات الأفراد و معها تغيرت طرق العيش في الأوساط الإجتماعية لتظهر بالضرورة مظاهر نفسية و اجتماعية و اقتصادية و حتى ثقافية جديدة كان لابد من دراستها بشكل علمي و منهجي لبلوغ الحلول المناسبة لتعديل السلوكيات الخاطئة, و مع هذه الأوضاع نجد أن ممارسة النشاط البدني و الرياضي هو الأخر تأثر بهذه التكنولوجيا الحديثة , و حتى الرياضة في شكلها التنافسي تأثر بهذه الحداثة إلا ان شكل استغلال تكنولوجيا الإتصال الحديثة كان سلاحا ذو حدين , و إلى جانب كل هذا تأثرت

بعض السلوكيات أيضا بحاضر التكنولوجيا المتطورة و أصبح الإنسان قليل السفر و الإستمتاع بالمشاهد الجميلة الخلابة في ربوع الكرة الأرضية و ذلك لأن وسائل الإتصال المنوعة أصبحت تنقل له كل ما يتمنى أن يشاهده فقط بالضغط على الزر .

و عليه فإن السياحة في العالم تأثرت أيما تأثر بتطور تكنولوجيا الإتصال الحديثة و أصبح من الضروري إيجاد أليات و طرق لجذب السياح لزيارة المناطق الأخاذة , و ما كان على الأذكياء و الباحثين و العلماء إلا بجعل النشاط البدني الرياضي بوابة لبلوغ هذا الهدف .

ففي هذا البحث نحاول أن نضع مجموعة من المعطيات و المطالب التفصيلية لبعث السياحة من جهة و الرياضة من جهة أخرى بحيث نخص دورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية بالبحث و التفصيل .

إشكالية البحث :

إلى أي مدى استطاعت فيه وسائل الإعلام و الإتصال الحديثة من أن تجعل دورة (طواف) فرنسا لسباق الدرجات الهوائية بوابة سياحية عالمية ؟

التساؤلات :

- 1- هل يمكن إعتبار دورة فرنسا ملتقى سياحي عالمي في صيغة التنافس الرياضي؟
- 2- هل هناك معايير من خلالها يمكن اعتبار دورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية كموكب سياحي عالمي؟
- 3- ماهي المؤشرات السياحية المتضمنة في وسائل الإتصال الحديثة الدالة على الإتجاه السياحي لدورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية؟

الفرضيات :

الفرضية الجزئية الأولى :

التنوع في الجنسيات و الفرق المشاركة على مدار تاريخ دورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية جعل من المنافسة ملتقى سياحي عالمي .

الفرضية الجزئية الثانية:

معيار المسافة , المسار , عدد الجولات , و الإنفاق المادي (الجوائز) تعطي الدورة بعد الموكب السياحي العالمي .

الفرضية الجزئية الثالثة:

تعد القيم السياحية المتضمنة فيما تعرضه و تقدمه الوسائل الإعلامية و تكنولوجيا

الإتصال الحديثة مؤشر للإتجاه السياحي لدورة فرنسا لسباق الدراجات الهوائية .

أهداف البحث :

- تقريب الصورة عن مدى مساهمة الرياضة من خلال وسائل الإعلام و الإتصال الحديثة في ترقية و تنمية السياحة العالمية .

- الدور المهم و الحساس الذي يمكن لوسائل الإعلام و الإتصال الحديثة أن تلعبه في ترقية الرياضة و السياحة معا .

- الإسهام في تقريب الصورة للمسؤولين حول ضرورة التكامل ما بين الرياضة و السياحة و الإعلام.

السياحة: تعتبر السياحة من أكثر الصناعات نمواً في العالم، فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية، حيث بلغت قيمة الصادرات السياحية في عام 8991 نحو 235 بليون دولار، يليها مباشرة إنتاج المركبات بقيمة 225 بليون دولار. إن السياحة من منظور اقتصادي هي قطاع إنتاجي يلعب دوراً مهماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات، ومصدراً للعمالات الصعبة، وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة، وهدفاً لتحقيق برامج التنمية.

ومن منظور اجتماعي وحضاري، فإن السياحة هي حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان؛ بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب، ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد.

و من حيث مساهمتها في الإقتصاد العالمي فيمكن جمعه في النقاط التالية :

- تساهم السياحة بنسبة 11% من مجموع الانتاج المحلي.

-توفر نحو 002 مليون فرصة عمل ، أي حوالي 8% من مجموع فرص العمل في العالم.

- ستسهم السياحة بنحو 5.5 مليون فرصة عمل سنوياً حتى عام 0102.

- تشكل الصادرات السياحية رقم (1) في التجارة الدولية ، حيث بلغت قيمة الصادرات السياحية 235 بليون دولار عام 8991.

- معدل الدخل السياحي لعام 1002 نحو 264 بليون دولار

- بلغ معدل نمو الدخل السياحي في الفترة بين 8891 - 1002 ما يقارب 11%.

- أدى تطور الصناعات الحرفية والتقليدية في المجتمعات السياحية إلى زيادة تفاعل المجتمع المحلي مع السياحة ، بالإضافة إلى زيادة فرص العمل في هذا المجال.

وسائط الاتصال الحديثة: الاتصال اصطلاحاً: له تعاريف كثيرة منها:

هو العملية التي بمقتضاها يتفاعل مرسل الرسالة ومستقبلها في مضامين معينة، أو هو تفاعل بين طرفين، وفي هذا التفاعل تنقل أفكار ومعلومات أو وقائع وعواطف وآراء، ومشاركة الصور الذهنية، والتوجيه والإقناع أو هو العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد - القائم بالاتصال - منبهات - عادة رموز لغوية - لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين - مستقبلها الرسالة.

وسائل الاتصال الجماهيرية:

هي أدوات الاتصال التي تصل إلى أعداد كبيرة من الناس على الفور، وهي تحمل لهم رسالة واحدة .

لا يختلف الباحثون في أن العملية الإعلامية تشمل العناصر الخمسة الآتية:

1- المرسل للرسالة الإعلامية.

2- الرسالة الإعلامية.

3- الوسيلة التي تقوم بنقل هذه الرسالة.

4- المستقبل للرسالة الإعلامية.

5- الاستجابة أو التأثير للرسالة الإعلامية.

وهناك من يضيف عنصراً سادساً، وهو رد الفعل، فيزيد في السؤال المركب: وما هو رد الفعل؟

وهذا السؤال المركب يبين لنا عملية مستمرة ومركبة، ويحلل لنا العناصر الرئيسية في عملية الاتصال، وكل عنصر منها يشبه الحلقة في السلسلة لا بد من وجودها لتتم عملية الاتصال

منهج البحث وإجراءاته :

تم استخدام المنهج الوصفي لملائمته لحل مشكلة البحث ويرتكز المنهج الوصفي على وصف الظاهرة التي ندرسها وتحديد الوضع الحالي لها للتعرف على جوانب القوة والضعف ومدى الحاجة لإجراء التغييرات (عاقل فاخر 8991 ص 611) , إلى جانب الاستعانة بمنهجية تحليل المضمون للمواد الإعلامية.

عرض وتحليل ومناقشة النتائج :

المطلب الأول : تحليل المعطيات الخاصة بالفرضية الجزئية الأولى

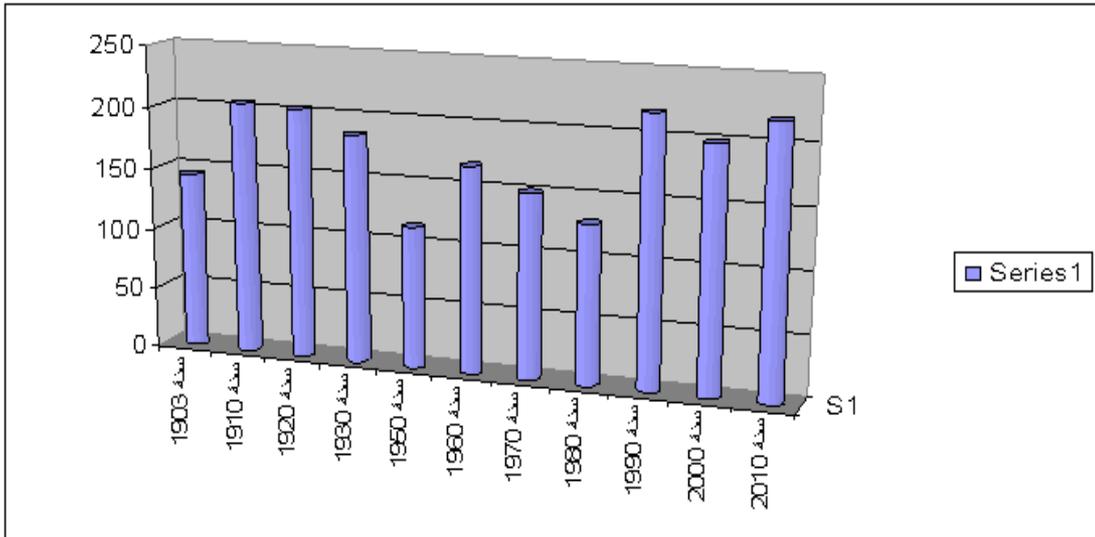
أنواع الاتصال والدافعية الرياضية نحو ممارسة النشاط الرياضي السياحي

الفرضية الجزئية الأولى : التنوع في الجنسيات و الفرق المشاركة على مدار تاريخ دورة فرنسا لسباق الدراجات الهوائية جعل من المنافسة ملتقى سياحي عالمي .

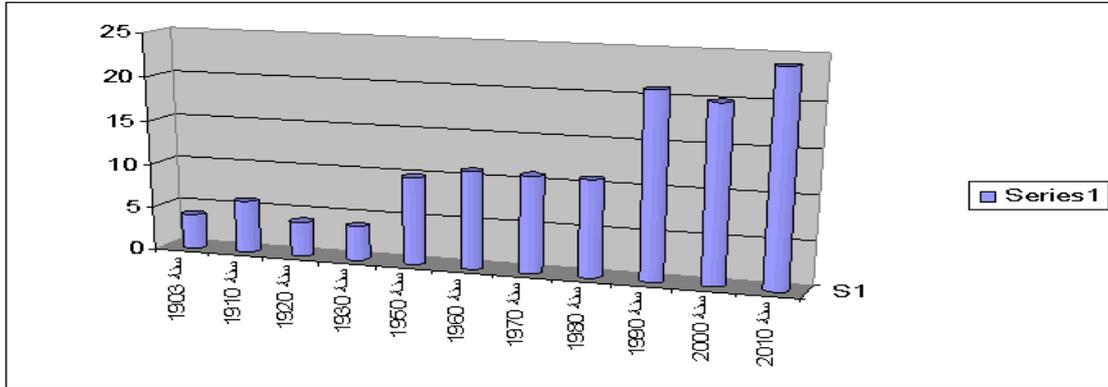
جدول يبين التنامي في عدد الفرق و الجنسيات المشاركة في دورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية عبر تاريخ الدورة

السنة	عدد الدراجين الإجمالي	عدد الجنسيات المشاركة	عدد الفرق
1903	144	4	4
1910	206	6	6
1920	204	4	4
1930	186	4	4
1950	116	10	11
1960	168	11	12
1970	150	11	15
1980	130	11	13
1990	219	21	22
2000	199	20	21
2010	219	24	22

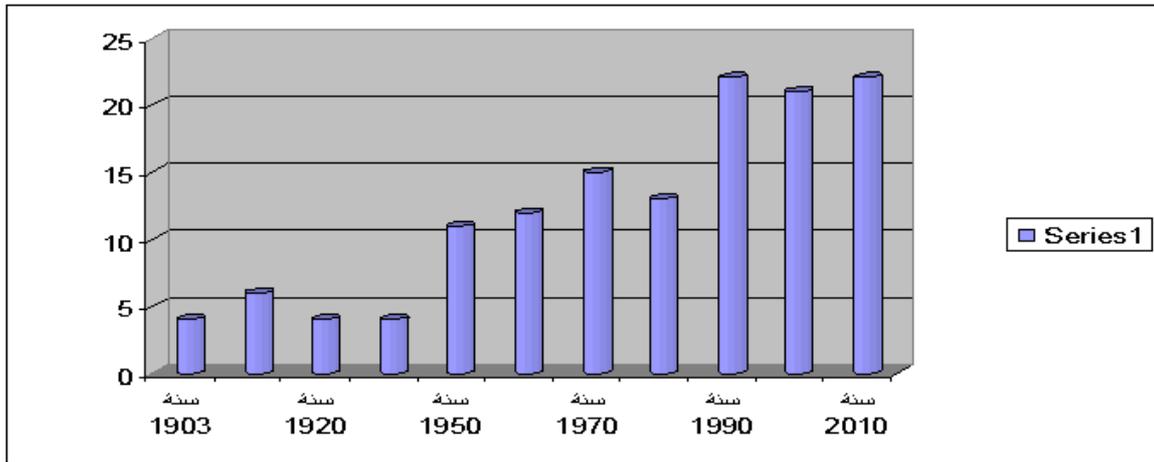
تمثيل بياني لعدد الدراجين المشاركين عبر تاريخ دورة فرنسا



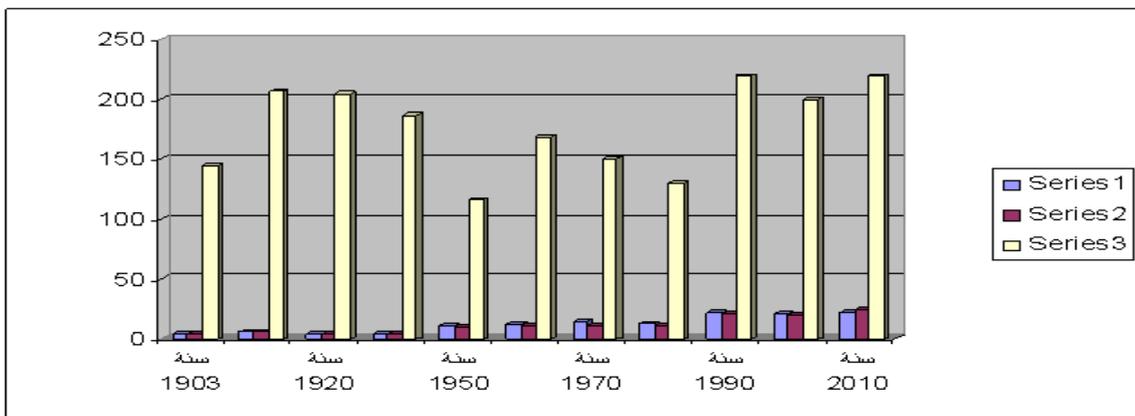
تمثيل بياني لعدد الجنسيات المشاركة عبر تاريخ دورة فرنسا



تمثيل بياني لعدد الفرق المشاركة عبر تاريخ دورة فرنسا



تمثيل بياني شامل للتصاعد في الجنسيات و الفرق و عدد المشاركين عبر تاريخ دورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية



أنواع الاتصال والدافعية الرياضية نحو ممارسة النشاط الرياضي السياحي

عدد الفرق 1 seires , عدد الجنسيات 2 seires , عدد المشاركين 3 seires

تحليل و مناقشة نتائج البيانات :

من خلال الجدول و البحث التاريخي في أرقام الدورات السابقة لدورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية , نجد بأن تم تسجيل تنامي متصاعد لعدد الجنسيات المشاركة إلى جانب تنامي عدد الفرق المتعددة الجنسيات المشاركة في دورات فرنسا لسباق الدرجات الهوائية , بل إلى جانب كل هذا نجد بأن عدد الدراجين المشاركين في مراحل سابق الدرجات الهوائية بفرنسا تزايد و نمى عبر المراحل التاريخية التي شهدها سباق فرنسا للدرجات الهوائية على مدار أزيد من 69 دورة .

و على ضوء هذه النتائج نجد بان الدورة كانت و لا زالت عبارة عن ملتقى عالمي ملون بمختلف الجنسيات تتنافس وفق لقواعد رياضية و لكن ضمن إطار اشهاري و تعريفي و سياحي و ومنه فإن الفرضية الجزئية الأولى قد تحققت .

المطلب الثاني : تحليل المعطيات الخاصة بالفرضية الجزئية الثانية

الفرضية الجزئية الثانية: معيار المسافة , المسار , عدد الجولات , و الإنفاق المادي (الجوائز) تعطي الدورة بعد الموكب السياحي العالمي .

جدول يبين المعايير الأساسية الخاصة بدورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية

السنة	المسافة	المسار	المراحل	مجمل الجوائز
1903	2428 كلم	باريس-ليون-مارسيليا-بورجون-نانت-بارس	06	20000 فرنك
1910	4734 كلم	باريس-روبي-متز-بيلفور-ميون-نيس-نيم-برينيون-لوشان-بايون-نانت-بريست-كان-باريس	15	25000 فرنك
1920	5503 كلم	باريس-لوهافر-شيربورق-بريست-ليسابل-بايون-لوشان-برينيون-ايكس-اونبروفنس-نيس-غرونوبل-جيكس-ستراسبورغ-متز-ونغريق-باريس	15	80765 فرنك
1930	4822 كلم	باريس-كان-دينان-برست-فان-ليسابل-بورجون-هنداي-بو-لوشان-برينيون-مونبوليه-مارسيليا-كان-نيس-غرونوبل-ايفيان-بيلفور-ميتز-شارلويل-مالو-باريس	24	606000 فرنك
1950	4773 كلم	باريس-ميتز-لياج-ليل-روان-دينار-سانت بريو-انجير-نيور-بورجون-بوسانت-غودنز-برينيون-نيم-تولون-مونون-نيس-غاب-بريونسون-سانت ايتيان-ليون-ديجون-باريس	22	14000000 فرنك

أنواع الاتصال والدافعية الرياضية نحو ممارسة النشاط الرياضي السياحي

400000 فرنك	21	ليمونج- لاغوشيل- انجير- رين- ليزيو- روان- اميان- فالانسيان- فوريست- سيني- فيلد سبيرغ- سارلويس- مولهاوس- بيلفورت- ديفونس- تونون- غرونوبل- غاب- موننتفونتو- مونبوليه- تولوز- سانت غودان- لامونغي- بوردور- وروفك- تور- فرساي- باريس	4173 كلم	1960
605525 فرنك	23	ليمونج- لاروشل- انجر- رين- ليزيو- روان- امين- فالانسيان- فوريست- سيني- فيلد سبيرغ- سارلويس- مولهاوس- بيلفورت- دجيون- تونون- غرونوبل- غاب- مونفينتو- كاربينتراس- مونبوليه- تولوز- سانتغودان- لانلونجي- بانيردويغور- موران- بوردور- وروفك- تور- فرساي- باريس	4254 كلم	1970
1487930 فرنك	22	فرانكفورت- فيسبادن- ميتز- ليج- سبا- فرنكوشاب- ليل- كونيان- بوفي- روان- فلورزينت- مالونانتروشايفورت- بوردور- دامازن- لابلوماجن- بوشن- مونبوليه- مارتيك- تريتس- برالو- سيرشوفالييه- مورزينا فورياس- برا بوتل- سينتاتيان- اوكسير- فونتاني- سوبوا- باريس	3842 كلم	1980
10073450 فرنك	21	فتروسكوب- بواتيه- نانتمونت- سانت ميشيل- افارونش- روان- ساربورغ- فيتل- ايبينال- بيسانسو- جونيف- سانتجيرفي- لال- دو هيز- فيلار- دولان- سانت اتيان- لوبوي- ميلوروفل- لوزارد- دن- لوردس- بو- بوردور- ليموج- لالك- دو فالسيفير- بريتيني- سور اورونج	3504 كلم	1990
15500500 فرنك	21	فوتروسكوب- لودون- نانتمونت- نزاير- فان- فيتر- تور- ليموج- فيلنوفسورلوت- اجون- داكس- لورد هتكام- كارنتراس- موننتفونتو- افينيون- دراغينيون- برينسون- كور شوفال- مورزينا فورياس- ايفيان- ليليان- لوزان- فريبورغ- اين بريسك- مولهاوس- بيلفور- تروي- باريس- شوناييلزي	3662.5 كلم	2000
20500500 فرنك	22	روتردام- بروكسل- سبا- فانز- انبرغ- بورت- هاينو- غوبراي- ريمز- ابارني- مونتا- رجس- غواقنون- تموس- ستاسيون- يروس- مورزين- افورياس- غاب- شونبير- سيسترون- بورغ- ليفالانس- ميند- روديز- ريفيل- اكش- 3 دومين- بامير- بانير- دو لوشان- بوكول- تورماليت- سالي- دو بيرن- بوردور- بويك- لونغيوم- موباريس- شون ايليزي	4022 كلم	2010

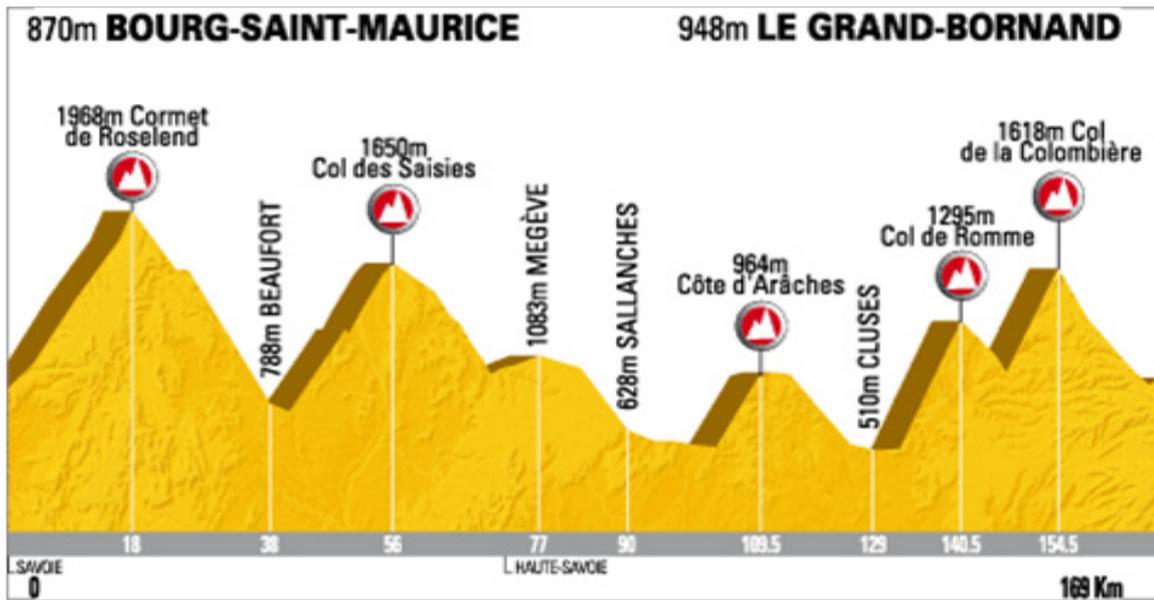
أنواع الاتصال والدافعية الرياضية نحو ممارسة النشاط الرياضي السياحي

بعض خرائط الدورات السابقة وكذا المسارات المتبعة

خريطة مسار سباق دورة فرنسا 9002



قمة المرحلة السابعة من سباق دورة فرنسا 9002



خريطة مسار سباق دورة فرنسا 1102



تحليل و مناقشة نتائج الجدول و مضمون الخرائط:

من خلال النتائج نجد بأن دورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية شهدت عبر تاريخها تحولات مهمة أهلت هذه الدورة إلى ان تصبح الأولى عالميا و ذات رواج في الوساط السياحية العالمية , و نلاحظ من خلال الجدول بأن هناك تزايد في عدد المدن الداخلة ضمن حيز مسار دورة فرنسا , إلى جانب تزايد في المسافة المقطوعة و تنوعها حسب الخرائط المبيّنة لمسار الدورة خلال السنوات الأخيرة , كما ان مجمل مبلغ الجوائز شهدا ارتفاعا كبيرا عبر تاريخ الدورة , و بهذا نجد بأن دورة فرنسا شبيهة بالموكب السياحي الذي يقطع مسافات طويلة وفقا لمسارات محددة و و هذا بغية التنافس الشريف في جو من الطبيعية و التنزه و السياحة بكل انواعها منها الجبلية الساحية وغيرها , اما بلغة الأرقام في دورة فرنسا 1102 فنجد : ان من حيث الجمهور نجد 21 مليون إلى 51 مليون نسبة تشاهد الحدث منها 07% من الرجال و 03% , بينما يقدر نسبة المشاهدين الفرنسيين ب 08% و 02% سائح اجنبي. إذا و من خلال المعطيات الجدولية و الخرائط , نجد بأن معيار المسافة و المسار و الجولات و افنفاق المادي (الجوائز) تعطي دورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية بعد الموكب السياحي العالمي و عليّة فإن الفرضية الجزئية الثانية تحققت .

المطلب الثالث : تحليل المعطيات الخاصة بالفرضية الجزئية الثانية

الفرضية الجزئية الثالثة : تعد القيم السياحية المتضمنة فيما تعرضت و تقدمه الوسائط الإعلامية و تكنولوجيايات الاتصال الحديثة مؤشرا للإتجاه السياحي لدورة فرنسا لسباق

الدراجات الهوائية

فقد تم اختيار عينة عمدية تتلائم وخصوصية البحث المنجز ووسائط الإعلام و تكنولوجيا الإتصال الحديثة نحصرها في الموقع الإلكتروني الخاص بدورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية rf.ruotel.www::ptth بحيث حددنا منهجية تحليل المضمون للبحث عن أهم القيم التي يتج نحوها الموقع وخدماته , كما اخترنا وحدة التحليل الأيقونة و التي تقدم خدماتها على الموقع ككل , و عليه تم إنجاز الجول التالي حول فئة المضمون للموقع السالف الذكر فكانت النتائج كالآتي :

جدول يبين فئة المضمون من حيث القيم المكرسة بالموقع

قيم سياحية		قيم تجارية		قيم تنافسية رياضية		قيم خدمات اعلامية	
صريحة	ضمنية	صريحة	ضمنية	صريحة	ضمنية	صريحة	ضمنية
تك	%	تك	%	تك	%	تك	%
460	45.9	32	3.1	250	24.9	140	13.9
460	45.9	32	3.1	250	24.9	140	13.9

تحليل نتائج الجدول :

من خلال النتائج نجد بان الموقع الإلكتروني الخاص بدورة فرنسا للدراجات الهوائية يقدم قيم سياحية بنسبة 9.54 % بشكل صريح بينما يقدمها نسبة 1.3 في شكل ضمني, في المقابل يقدم الموقع خدمات تجارية صريحة بنسبة 9.42 بينما مثلت 5.4 % من القيم الصريحة التنافسية في حين بلغت نسبة قيم الخدمات الاعلامية ما نسبته 9.31 بشكل صريح .

جدول يبين فئة المضمون من حيث الأهداف المكرسة بالموقع

أهداف سياحية		أهداف تجارية		أهداف تنافسية رياضية		أهداف خدمات اعلامية	
أدائية	غائية	أدائية	غائية	أدائية	غائية	أدائية	غائية
تك	%	تك	%	تك	%	تك	%
398	34.4	56	4.84	280	24.24	34	2.64
398	34.4	56	4.84	280	24.24	34	2.64

تحليل و مناقشة النتائج :

من خلال النتائج المتجلاة نجد بأن ما نسبته 4.43 % من الاهداف ذات بعد سياحي أداتي , بينما قدرت نسبة الأهداف السياحية الغائية 48.4 % , فيما قدرت نسبة الأهداف التجارية الأدائية بـ 42.42 % و 46.2 % غائية, إلى جانب تسجيل 35.7 % أهداف تنافسية رياضية أدائية تقابلها 77.2 % من الأهداف غائية , كما سجلت الأهداف الخدمية الإعلامية ما قدره 52.02 % أدائية, في المقابل 49.2 كغائية .

الإستنتاج :

من خلال نتائج تحليل محتوى الموقع الإلكتروني الخاص بدورة فرنسا لسباق الدراجات الهوائية من حيث المضمون فقط (فئة القيم , فئة الأهداف), نجد بأن وسائط الإتصال و الإعلام تعرض دورة فرنسا بشكل يكرس القيم السياحية و الأهداف السياحية للدورة , لتشكل بذلك دورة فرنسا أكبر تظاهرة رياضية في رياضة سباق الدراجات الهوائية لها نكهة و صبغة سياحية أسهمت في تنامي هذا العدد في كل مرة , كما أعطت الإتجاه السياحي لدورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية و عالية تتحقق الفرضية الجزئية الثالثة .

الخاتمة : إن البحث عن أهمية وسائل الإعلام و الإتصال في عملية ترقية السياحة الرياضية او الرياضة السياحية عمل يتطلب الكثير من الوقت و البذل المادي و المعنوي , وهذا الإعتبارت أهمها أن العالم يسير بسرعة الضوء المر الذي سيتطلب منه أضعاف مضاعفة للرقى بالبحث العلمي , و من خلال الدراسة هذه نجد بأن السياحة جزء يكمل الرياضة و الرياضة جزء مكمل للسياحة , و لابد من توفير و تحرير السبل الكفيلة بضمان حق المشاهد في الإستمتاع بالنشاط الرياضي و البدني في قوالبه المتعددة و خاصة منها المرتبطة بعالم البيئة و السياحة المتنوعة المعالم , و ما دورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية إلا أكبر دليل على ما توصلنا إليه في هذا البحث من نتائج تخص جورة فرنسا لسباق الدرجات الهوائية .

المراجع :

1- بوعقلين بديعة السياسات السياحية في المجتمع الجزائري وانعكاساتها على العرض والطلب رسالة ماجستير غير منشورة سنة 1996 .

2- جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظرية الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975

3- عادل طاهر السياحة ماضيها حاضرها ومستقبلها : مصر منشورات الاتحاد العربي للسياحة سنة 1974

4- مروان السكر : مختارات من الاقتصاد السياحي - مجد لاوي للنشر والتوزيع الاردن سنة 1999.

5- محمدي موسى الحريري - جغرافية السياحة " الاسكندرية" القاهرة مصر سنة 1991

6- محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، ط1، القاهرة، 1982.

7- GAZETTE OFFICIELLE DU TOURISME N° 369 du 21 -1-1975

8- www.letour.fr

9- www.wikipedia.org