



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس

مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم الاعلام و الاتصال

تخصص وسائل الاعلام و المجتمع



مذكرة تخرج لنيل درجة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال

"الثقافة السياحية في الاعلام الجزائري"

التلفزيون الجزائري أنموذجا"

من اعداد الطلبة : اشراف الاستاذ :

نطاح عودة العربي بوعمامة

أعضاء اللجنة المناقشة :

- بعلي محمد سعيد

- غوثي عطاء الله

السنة الجامعية : 2014/ 2015

تحديد الإشكالية:

تعتبر السياحة ظاهرة إنسانية ظهرت منذ أن خلق الله الكون, و ما علبها و هي قديمة قدم الحياة و عريقة عراقة التاريخ ,فمنذ أزمان طويلة و الإنسان في حركة دائمة بين السفر و التنقل بحثا عن أمنه و استقراره و سعيا وراء رزقه و عيشه متحررا من قيود بيئته و متطلعا إلى العلم و المعرفة و قد تحولت ظاهرة انتقال الإنسان من مكان إلى آخر بعد ذلك لظاهرة اجتماعية و ثقافية هدفها الثقافة و الراحة و الانسجام , و هي الآن ظاهرة دولية ضخمة , لا يمكن تجاهلها و لها مكانة بارزة بين البشر , و لكنها لم تأخذ مكانتها العلمية و العملية إلا مع ميلاد القرن العشرين حيث لقت بعملاق القرن العشرين , و بهذا أصبحت السياحة مطلبا ملحا من مطالب الإنسان الحديث للتعبير عن التغيير و أصبحت الحركة السياحية ظاهرة لها أهميتها و بدأت الدول و المنظمات تهتم بهذه الأخيرة الأمر الذي جعل وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة تنهات على هذه الحركة في مختلف الأماكن من بقاع الأرض خاصة و أن وسائل الإعلام أصبحت منتشرة في كل زاوية من زواياها فهي تشكل أدوات ثقافية للتعريف بالثقافات و الأماكن و العادات و غيرها لتنتشر ما يعرف بالثقافة السياحية لدى المجتمع و منها التلفزيون الجزائري و لهذا نطرح الأشكال التالي:

ما مدى مساهمة التلفزيون الجزائري في التعريف و نشر الثقافة السياحية لدى المتلقي؟

وضع الفروض :

كما عرفه الباحث سمير محمد حسين هو رأي يراه الباحث انه يمثل مجموعة من المتغيرات و العوامل المؤثرة في المشكلة محل الدراسة،أي المسببة للمشكلة كما عرف دانيال كاتز الفرضية بالتوقع المسبق لبعض الخلافات الأساسية بين المتغيرات الظاهرة و عليه فالفرضية هي ما يتوقعه الباحث من نتائج على مستوى بحثه في شكل فكرة توقع حل أو إجابة تصور علاقات التأثير و التأثير بين المتغيرات الظاهرة المدروسة.¹ ومنه اعتمدنا في دراستنا هذه الفرضيات التالية:

- يساهم التلفزيون الجزائري قناة الأرضية في نشر الثقافة السياحية.
- التلفزيون الجزائري وحده غير كافي في نشر الثقافة السياحية.
- الإعلام بمختلف وسائله غير كافي وحده على نشر الثقافة السياحية .

أسباب اختيار الموضوع:

- هناك مجموعة من الأسباب أدت بنا إلى دراسة هذا الموضوع و منها:
- تشكل الثقافة السياحية قوام فكر متحضر من خلاله ندفع عجلة التنمية .
 - الثقافة السياحية جزء صغير من قطاع السياحة و برواجها نحصل على أثارها المهمة .
 - السياحة قطاع حيوي و متجدد يمكن الاعتماد عليه في أي زمان و أي مكان و بما أن الجزائر تزخر بالعديد من المؤهلات السياحية يمكن لها الاعتماد عليه.

أهمية الموضوع:

باعتبار أن السياحة قطاع حيوي و مهم فيمكن الاهتمام به و النهوض به و تعريف التعريف بالثقافة السياحية للنشء القادم ،خاصة و أن الدول المتطورة أضحت تركز عليه مما يشكل لها دخل هام في مختلف القطاعات و خاصة القطاع الاقتصادي و بما أن الجزائر تعتمد على موردين غير قابلين للتجديد البترول و الغاز فيمكن الرجوع إلى هذا الأخير باعتباره المنفذ الأخير لها و الحل الأنسب و لا يمكن الوصول الى هذا إلا

(1)- أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2007، ص 90.

بتضافر الجهود بما فيها الإعلام بمختلف و سائله المسموعة و السمعية البصرية
والمكتوبة أو حتى السينما

أهداف الدراسة :

- إبراز الدور الذي يلعبه الإعلام في نشر الثقافة السياحية خاصة التلفزيون الجزائري.
- معرفة مدى مساهمة التلفزيون الجزائري في نشر الثقافة السياحية لدى المتلقي.
- تحديد الطريق الذي يعتمده التلفزيون الجزائري في نقل الثقافة السياحية و رواجها خاصة و أن الجزائر بلد سياحي يمكن أن يحقق نهضة سياحية.
- اكتشاف مختلف المعلومات و الحقائق من خلال دراستنا الميدانية.
- محاولة التعرف على أنواع السياحة و إمكانية تطويرها حتى نستطيع ان نخدم قطاع السياحة.

تحديد مفاهيم الدراسة :

تعد مفاهيم الدراسة بمثابة الكلمات المفتاحية وقد تطرقنا في دراستنا إلى بعض المفاهيم
منها:

السياحة Tourist : مشتقة من لفظ **Tour**، تعني باللغة الإنجليزية رحلة يقوم بها الشخص ويعود إلى نفس النقطة التي بدأ منها أي الرحلة دائرية تم التخطيط لها لزيارة عدة أماكن من أجل المتعة والاستجمام أو التعليم وخاصة خلال العطلات و في اللغة العربية تعني السياحة و التنقل من بلد إلى آخر طلبا للتنزه أو الاستطلاع.

اصطلاحا:

السياحة ظاهرة اجتماعية تشمل انتقال شخص أو أشخاص من مجال إقامتهم المعتادة إلى أماكن أخرى داخل دولهم.¹

إجرائيا:

السياحة قطاع من مختلف القطاعات الإنسانية تشمل مختلف الجوانب تتمثل في سفر او إقامة شخص ما في مكان ما غير المعتاد فيه غير ان هذه الرحلة لا تكون دائمة لأغراض مختلفة

التليفزيون:

لغة: مكون من مقطعين و معناه عن بعد و معناه الرؤية أي **télé** ومعناها عن بعد، و **vison**، ومعناها الرؤية، أي هو الرؤية عن بعد.

اصطلاحا:

طريقة إرسال و استقبال الصورة و الصوت من مكان إلى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية و الأقمار الصناعية.²

وهو وسيلة اتصال جماهيرية سمعية بصرية، وهو من أقوى و سائل الإعلام التي ظهرت في القرن العشرين يعتمد على الصورة الحية و الصوت الدال كما يستخدم فيه الكلمات الصور المرئية و الصوت لتوليد الانطباعات.³

إجرائيا :

(1)- فتحي محمد الشرقاوي: مبادئ علم السياحة، مكتبة بستان المعرفة، الإسكندرية، ب ط، 2006، ص03.
(2)- فؤاد أحمد ساري: وسائل الإعلام النشأة والتطور، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011، ص 328.
(3)- جمال العيفة : مؤسسات الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ب ط، 2010، ص116.

وسيلة من وسائل الإعلام يعتمد فيه على نقل الصورة و الصوت في وقت و احد حيث يقدم للمشاهد المعارف و الأفكار و الخبرات في مشاهد متكاملة.

الوعي السياحي:

نجد أن هذا المفهوم يتكون من كلمتين:

لغة: فالوعي انتبه من نومه أو غفلته، أو وعي من إهماله و يقال واع أي نابه فطن وهو شعور المرء بما يقول و إدراك الأمور على حقيقتها و إدراكه لذاته و أحواله إدراكا مباشرا.¹

أما بخصوص الوعي السياحي:

هو أدراك جميع الأفراد في المجتمع و فهمهم لواقع السياحة في بلدهم و أهميتها والحفاظ على المعالم السياحية و الآثار الموجودة ،و يعتبر الوعي السياحي بمثابة العمود الفقري للحركة السياحية و تزداد بذلك قيمة الشعور بأهمية السياحة و السائح فقط وإنما يجب أن يحرص كذلك على أهمية التعرف بالمنطقة السياحية فهو خير سفير و خير رعاية لها

منهج الدراسة :

يعتمد الباحثون في دراستهم على عدة مناهج للحصول على مختلف المعلومات ويعتبر بمثابة الخطة التي يمشي عليها و قد اعتمدنا في دراستنا لموضوع الثقافة السياحية على المنهج الوصفي الذي يعتبر طريقة من طرق التحليل و التفسير بشكل علمي منظم من اجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية² أو مشكلة اجتماعية فهو يقوم بتصوير الظاهرة المدروسة وذلك من خلال جمع المعلومات و تصنيفها و تحليلها و محاولة معرفة أسباب هذه الظاهرة و العوامل التي تتحكم فيها و هناك من يرى أن البحوث الوصفية أنها تركز على الحقائق الراهنة المتعلقة بوصف طبيعة و سمات و خصائص مجتمع ما.³

مجتمع الدراسة:

(1)- أنطون نعمة وأخرون: المنجد في اللغة العربية، دار المشرق، بيروت، ب ط، 2000، ص1542.

(2)- عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ديوان المطبوعات

الجامعية، الجزائر، ط6، 2011، ص139

(3)- عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 2، 2010،

ص 68.

مجموعة منتهية أو غير منتهية من عناصر محددة مسبقا أو هو جماعات متميزة و متنوعة تختلف في وضعها الاجتماعي.¹

و قد كان مجتمع دراستنا لدور الإعلام في نشر الثقافة السياحية مقتصرًا على وسيلة واحدة وهي التلفزيون و بالأخص التلفزيون الجزائري، القناة الأرضية نموذجًا.

أدوات الدراسة:

هناك عدة أدوات و تقنيات يعتمدها الباحثون لأجراء بحوثهم و قد استخدمنا في دراستنا أداة:

المقابلة: التي تعتبر تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف مواجهة يحاول فيها الشخص القائم بالمقابلة أن يستشير معلومات أو أراد الحصول على بعض البيانات الموضوعية.²

تحديد العينة³

يلجأ الباحثون في إجراء بحوثهم الميدانية وغيرها من البحوث الأخرى على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع البحث و بإمكانها تمثيل خصائص المجتمع. وقد اخترنا في دراستنا عينة من مجموعة الشباب الجزائرية ونوع العينة العشوائية.

الدراسات المشابهة:

دراسة الدكتور فاروق احمد مصطفى بكلية الأدب جامعة الاسكندرية:

بعنوان التنمية الأنتروبولوجي سنة 2011 عالج فيها الدكتور احمد مصطفى إشكالية اثر العلاقات القبلية والعائلية على العلاقات الاجتماعية على التنمية داخل المجتمعات السينمائية شمالا و جنوبا و ذلك بهدف:

- معرفة مقومات التنظيم القبلي و العائلي في المجتمعات المحلية السينمائية .
- العلاقات الاجتماعية بين القبائل الكبرى و مكان انعكاسها سلبا و إيجابا على التنمية .
- إمكانية استثمار العلاقات القبلية و العائلية في ضوء حركة التنمية الاجتماعية .
- الزعامة و دورها في البناء القبلي سواء أكانت زعامة رسمية أو شعبية أودينية .

(1)- معن خليل العمر: معجم علم الإعلام المعاصر، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2006، ص368.

(2)- رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، ط3، 2008، ص2012.

(3)- عدنان عوض : مناهج البحث العلمي، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر، ب ط، 2009، ص

- سلطة شيوخ القبائل و رؤسائهم في إحداث عملية التنمية.

و قد تم اختيار المجتمعات و المتجمعات الآتية:

- مركز مدينة الطور و قرية الجبيل و قرية الوادي.

- مدينة سانتا كاترين و التجمعات البدوية.

- شرم الشيخ و تجمع البدو في ابي ريدس.

- مدينة دهب و تجمعات البدو في العصلة.¹

منهج الدراسة :

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج البنائي الوظيفي الذي يحرص على الحالة الشاملة

التفصيلية بكل جوانب الحياة اليومية.

أدوات الدراسة:

استعان الباحث بأداة الملاحظة بالمشاركة و المقابلة .

و قد استمرت دراسته لمدة عام تقريبا .

اعتمد الدكتور على عدة تساؤلات رئيسية .

التعليم و علاقته بالتنمية للارتباط الوثيق بينهما وان التنمية الاجتماعية تتم من خلال

التنمية البشرية التي تعتمد على مدى انتشار التعليم بكل مستوياته.

مشكلات قروض المشروعات و رؤية المجتمع المحلي كإحداث المشكلات التي فرضت

نفسها أثناء الدراسة الميدانية كمعوق للتنمية الاجتماعية.

النتائج المتوصل إليها:

العلاقة بين أعضاء التنظيم القبلي و العائلي و مشروعات التنمية الاجتماعية تزيد من

ارتباط هذا التنظيم و الانتماء إلى الوطن الكبير و إن زيادة وضع خطط للتنمية الشاملة

المستدامة لمحافظة شبه جزيرة سيناء يجب أن تتم من خلال مشاركة أعضاء التنظيم و

أخذ رأيهم فيما سيقام من مشروعات تنموية مستقبلية .

اختلاف رؤية التنظيم القبلي في الشمال و الجنوب إلى المشروعات البنية الأساسية التي

إقامتها الدول فقد يرى البعض ان هذه المشروعات تمت و ليس من اجل البدو أو التنظيم

(1)- فاروق احمد مصطفى، التنمية المستدامة والسياحة، الإسكندرية، ب ط، 2011، ص 12.

القبلي و إنما من أجل جلب المزيد من الوافدين مما يؤدي إلى ظهور مشكلات اجتماعية بينما يرى البعض الآخر أن التنمية قامت و حازت على أكتاف الوافدين و أنها لن تكتمل إلا باكتمال النسيج الاجتماعي الموحد لكل من الوافدين و أعضاء التنظيم القبلي والعائلي.¹

يعد أعضاء التنظيم القبلي أنفسهم متخصصين و أنهم على درجة عالية من الكفاءة و المعرفة بشؤون الصحراء و المواقع التي يمكن تنفيذ المشروعات التنموية بها و الفجوة بين هذا التنظيم القبلي من كثير من المشروعات و عدم التحمس لها.

عند وضع مشروعات التنمية يجب أن يأخذ في الاعتبار الانعزال النسبي لشبه جزيرة سيناء عن بقية المجتمع الأم في مصر و الذي ساعد إلى حد كبير على تجانس المجتمع و أدى في الوقت ذاته قيام الكثير من الشكوك و التحفظ إزاء الجامعات الوافدة .

كما أشار الباحث في أهم توصياته على ضرورة ارتباط الإعلام و أحداث التنمية في مختلف المجالات و خاصة في مجال تنمية السياحة.²

دراسة الطالبتين لعربي أمينة و عامر عائشة بكلية العلوم الاجتماعية:

بعنوان دور الإعلام في ترويج المنتج السياحي لسنة 2011-2012 موقد عالجننا الإشكالية بالدور الذي يلعبه بمختلف و سائله في ترويج المنتج السياحي و قد وضعنا الفرضيات التالية:

المؤهلات السياحية لمدينة غليزان و بالرغم من توفرها إلا أنها تفتقد للاهتمام الإعلامي.

الأعلام السياحي وحده قادر على دفع عجلة التنمية و تحسين الخدمات السياحية .

يلعب الإعلام دورا بالغا في ترويج المنتج السياحي.

منهج الدراسة :

اعتمدنا على المنهج المسحي أما بالنسبة لأدوات استعانوا بالمقابلة و الملاحظة و قد تمثل مجتمع البحث في مجموعة الفاعلين في كل من القطاع السياحي و كذا الإعلامي و ركزت على عينة من موظفي مديرية السياحة و الحرف و الصناعة التقليدية و إذاعة غليزان الجهوية .³

(1)- فاروق احمد مصطفى: المرجع نفسه، ص 95.

(2)- فاروق احمد مصطفى: مرجع نفسه، ص96.

(3)- العربي أمينة، عامر عامر عائشة: دور الإعلام في ترويج المنتج السياحي، 2011، ص 18.

النتائج المتوصل إليها:

- إن وسائل الإعلام و الاتصال أهمية في دعم الترويج السياحي لكنها ناقصة
- السياحة في غليزان تعاني إهمالا إعلاميا حيث أن الإعلام السياحي موسمي فقط
- قلة الجرائد و المجالات المتخصصة فيما يخص واقع السياحة و أن كانت فهي عبارة عن قصاصات صغيرة تحوي بعض الأسطر
- من أشهر الأنواع السياحية نجد السياحة الدينية في زيارة الأضرحة و الزوايا و كذلك تنظيم الودعات.
- نقص الوعي أو بالأحرى الثقافة السياحية لدى المواطنين.¹

(1)- العربي أمينة، عامر عامر عائشة: المرجع نفسه، ص 87.

دراسة الطالب بن داني شريف بعنوان دور الإعلام في تنمية الخدمات السياحية لمدينة مستغانم انموذجا سنة 2013-2014 لنيل شهادة الماستر حيث كانت اشكاليته كالآتي :

ما هو الدور الذي يلعبه الإعلام بمختلف وسائله؟ و قد وضع فرضيتين اثنتين لمعالجة اشكاليته و هما الإعلام السياحي المحلي موسمي أو شبه غائب عن المشهد السياحي للولاية أما الفرضية الثانية و الإعلام السياحي لوحده قادر على عجلة التنمية وتحسين الخدمات السياحية للولاية، وقد هدفت دراسته إلى إبراز دور الإعلام لمختلف وسائله في تنمية القطاع السياحي ، سواء بجلب السياح أو المستثمرين لولاية مستغانم وقد اعتمد على المنهج المسحي بأداة المقابلة واختيار عينة البحث في مجموعة الفاعلين والقائمين على القطاع السياحي وهم موظفون مديرية السياحة بولاية مستغانم، ووكالة السياحة والأسفار التابعة لها وقد توصل إلى العديد من النتائج نذكر منها:

- إن المؤسسات السياحية والفندقية قليلة مقارنة بإمكانيات الولاية.
- أكثر السياحة انتشارا وشيوعا هي السياحة الترفيهية الشاطئية.
- السياحة في مدينة مستغانم موسمية هو ما يثبت صحة الفرضية الأولى.
- أهم آليات الجذب الإعلامي هي وسائل الإعلام المختلفة خاصة بالإشهار.

-إن القطاع السياحي للولاية مهمش نوعا ما من طرف وسائل الإعلام وأنه لا وجود لإعلام متخصص يسمح بالترويج للسياحة ويبقى التلفزيون أنسب وسيلة إتصال جماهيري للترويج للسياحة .

مناقشة الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة بمثابة الطريق أو المنهج الذي اعتمده العديد من الباحثين في دراستهم و هي تشكل أولى الخطوات للدراسات الآتية كدراستنا هذه فلا ينبغي المرور دون الالتفات إليها لمعرفة أهم الزوايا التي تم التطرق إليها ، لمعالجة نحن الآن لموضوع من زاوية أخرى قد تكمل الدراسات السابقة أو تضيف عليها و عليه يمكن القول بأن الدراسة الثانية و الثالثة التي تم ذكرها بأهم خطواتها ابتداء من الإشكالية فالفرضيات و صولا إلى النتائج قد ساعدتنا في دراستنا سواء من خلال كسب معلومات جديدة بالاهتمام كما شملت حالتنا إلى الزاوية التي لم تدرس من خلالها و حاولنا في هذا التطرق إلى هذه الدراسة أو بالأحرى إلى صور التلفزيون الجزائري من أهم و أكثر الوسائل الإعلامية انتشارا شيوعا

و لا يمكن التحدث من الترويج السياحي أو تنمي السياحة ما لم تكن هناك أرض خصبة لإنجاح هذا و هذه الأرض هي الثقافة السياحية و ضرورة غرسها و منها الى المهام الأخرى.

الإطار الزمني للدراسة:

لقد انطلقت البداية الأولى للدراسة في شهر أكتوبر حيث تصورنا مبدئياً حول الموضوع وما إن استقرارنا على موضوعنا هذا بعد الدراسة والقراءة والمطالعة لكل ما يحيط بالموضوع من كل النواحي.

شرعنا من فورها والضبط في شهر نوفمبر بجمع العديد من الكتب والقواميس والمعاجم التي لها علاقة بالموضوع ودراستنا ومعالجة محتوياتها بتخصيص الفصول على جهة، المباحث من جهة أخرى. وبعدها انتقلنا إلى الدراسة الميدانية بعد تحديد المقابلات والقيام ببعض منها في شهر فيفري إلى أن تم تعديلها وتغيير بعض التساؤلات بناء على الموضوع للتخصص فيه والتعمق للخروج بنتائج تفيدنا وكان هذا الأمر بداية من شهر أفريل إلى غاية بداية شهر جوان .

الإطار المكاني للدراسة:

بعد الدراسة والملاحظة ارتأينا أن نقوم بدراستنا الميدانية في مدينة مستغانم حيث اخترناها كمدينة لغرض عرض النتائج وتبيان الحقائق وتفسيرها وهذا بعدما حددنا العينة في مجموعة من شباب مستغانم هذه العينة تم اختيارها عشوائياً لمعرفة مدى نشر

التلفزيون الجزائري للثقافة السياحية وامتلاكها من طرف الشباب ومعرفة ما إذا كانت هناك مشاهدة فعلية للتلفزيون الجزائري.

الخلفية النظرية:

نظرية الغرس الثقافي:

ترجع أصول هذه النظرية إلى العالم الأمريكي جورج جرنبر عندما درس تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية على البيئة الثقافية و تعد نظرية الغرس الثقافي التي نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية من أهم نظريات الاتصال خاصة و أن النظرية تدرس قدرات وسائل الإعلام في تشكيل معارف الأفراد و التأثير على إدراكهم للحقائق المحيطة بهم ،خصوصا بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى وسائل الإعلام بشكل متكرر و كبير و يرى جرنبر أن الأشخاص كثيفي التعرض لبرامج التلفزيون يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي من الأفراد قليلي التعرض و أن التلفزيون وسيلة فعالة في الغرس الثقافي لدى الأشخاص خاصة الأطفال.¹

¹- كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والاعلام، دار المسيرة، للنشر والتوزيع، الاردن، ط2، 2011، ص151.

كما ربط جرنبر سنة 1967 بين محتوى الاتصال الجماهيري و بين تأثيراته المحتملة على الأفراد و المجتمع، فالنظرية من مفهوم وظيفي تسهم في معالجة محتوى و تأثيرات وسائل الاتصال عامة و التلفزيون خاصة الذي له تأثير في تكوين مواقف و أذواق و اختيارات الجمهور¹ و نتيجة التعرض الدائم لفترات طويلة ومنتظمة تنمي لدى المشاهد اعتقاد بان العالم الذي يراه على الشاشة ما هو إلا صورة من العالم الواقعي الذي يحياه و تؤكد هذه النظرية على تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية² و تعتبر النظرية أي نظرية الغرس الثقافية تصويرا تطبيقيا للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى و تشكيل الحقائق الاجتماعية و التعلم من خلال الملاحظة و الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، بحيث يمكن النظر إلى أنها عملية تفاعل بين الرسائل و المتلقين و يعود إلى

جورج البدايات الأولى لهذه الأفكار نتيجة للجهود الذي قام بها و هو مجموعة من الباحثين في بحث تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكي عندما اجتاحت الولايات المتحدة موجة من العنف و الاضطرابات و الجرائم و الاغتيالات و العامل في هذه الوسائل الإعلامية التي احتلت مكانا بارزا في عالمنا الثقافي المعاصر بأدوارها و تأثيراتها.³

¹- بشير العلاق: نظريات الاتصال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، ب ط، 2010، ص 82.
²- اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: معجم مصطلحات عصر العولمة، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، ط1، 2004، ص

(³)- محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب، القاهرة، ط3، ص 330.

إسقاط نظرية الغرس الثقافي على دراستنا :

يعد التلفزيون من الوسائل الإعلامية العامة في مجال غرس الثقافة السياحية خاصة و انه من أوسع الوسائل الإعلامية انتشارا و أكثرها جاذبية لدى الجماهير , فيمكن من خلال التلفزيون و بالأخص شاشة التلفزيون الجزائري إرسال العديد من الرسائل عن طريق عرضه أو شبه جملة من البرامج السياحية و الإعلانات ناهيك عن الإشهار الذي يعمل بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في التعريف بالثقافة السياحية و منه تزويد الناس بالمعلومات عن الإمكانيات السياحية و المعالم الأثرية و عوامل الجذب السياحية المختلفة و طبيعة شعبها كما في هذه البرامج توعية للمواطنين و الجمهور عامة بأهمية السياحة ناهيك عن الأفلام التي لا يقل دورها عن الآخرين في بلورة الثقافة السياحية من خلال عروض التحرير في مختلف المناطق السياحية و الآثار العمرانية الثقافية تجعل من المشاهد متطلعا إلى هذه الأماكن و الرغبة في زيارتها و لا يمكن أن تحدث عن إلا في التلفزيون للمزايا التي يتمتع بها من الوسائل الأخرى و عليه يمكن القول بأن التلفزيون الجزائري و بمختلف برامج و حصصه الأثر البالغ في نشر و غرس الثقافة السياحية.

تمهيد :

تلعب السياحة دورا حضاريا مهما بين الشعوب, أن يوجد في مجالات أخرى و هي إحدى الظواهر الهامة في القرن الحالي وتشمل السياحة العديد من العناصر التي تشكل لها مختلف أنواعها المختلفة، ناهيك عن أهميتها سواء في المجال الاقتصادي أو في استخدام الموارد السياحية التاريخية و الدينية و الطبيعية بالإضافة الى التجهيزات السياحية و خدمات المواصلات و الاتصالات المحلية و العالمية التي تتطلبها السياحة

المبحث الأول:

تطور السياحة:

لقد أدرك الإنسان على مر العصور كثيرا من التطور في حياته وأصبحت السياحة سلوكا متجددا، كلما دخل في مضمار الحضارة بكل مناحيها الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية، وكما هو معلوم بأن السياحة مرت بثلاث مراحل يمكن أن نوجزها فيما يلي:

المرحلة الأولى :

وتعرف بالعصور القديمة حيث كان السفر في هذه المرحلة جزءا من الحياة فرضته حاجات الإنسان لتحقيق شؤونه، و توفير احتياجاته الضرورية و تعد أولى الرحلات التي نظمتها الملكة حتشبسوت منذ خمسة آلاف سنة قبل الميلاد إلى بلاد يونت وهي الصومال حاليا ، تلك الرحلة سجلت على جدار الدبر البحري، ولقد كانت هذه الرحلة من أجل التجارة و السلام و السياحة بالإضافة إلى العديد من الرحلات التي قام بها اليونانيون الأوائل ترجع إلى ثلاث آلاف و ثمانون مئة قبل الميلاد، ناهيك عن رحلات التجار الهنديين و الصينيين أما بالنسبة للعصور الوسطى و ذلك بانتقال العالم إلى العصور الوسطى قام بعض المستكشفين والمغامرين بأسفارهم الطويلة ومن أهمهم كريستوف كولمبس وابن بطوطة وتعد هذه الرحلات ضمن مرحلة الاكتشافات الجغرافية ، والتي أسفرت عن خدمات جليلة للعالم وبدأ العديد من الرحالة المؤرخين القيام بالعديد من الرحلات إلى مختلف البلاد ، ومع ظهور السياحة الدينية الى الوجود من أجل الحج و العمرة و زيارة الأماكن المقدسة عمد العديد من العرب بالسفر لكثير من الشعوب و أقاموا بين أهلها و تعلموا لغتهم و شاركوا بوصف و تسجيل الأحداث ، و العادات و التقاليد بكل صدوق أمانة مثلما يفعل الباحث الانتربولوجي اليوم¹ كما أسهم الجزائريون مساهمة واضحة في كتابة الرحلات ، ولاسيما خلال القرن الثاني عشر و كانت بعض رحلاتهم نتيجة الحج وبذلك تكون رحلات حجازية ، والبعض الآخر لطلب العلم وبذلك

(¹)- وفاء زكي إبراهيم: دور السياحة في التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ب ط، 2006، ص 92.

تكون رحلات علمية وكانت بعض هذه الرحلات مختصر و الأخر مطول وبعضها كتب شعر فصيحاً أو ملحوماً وبعضها نثراً مسجوعاً أو مرسلًا.¹

سوف نعرض بعض الأعمال لبعض العلماء الرحالة على سبيل المثال لا للحصر:

عبد الرحمن بن خلدون:

(¹)- ابو القاسم سعد الله: تاريخ الجزائر الثقافي من القرن العاشر إلى الرابع عشر هجري، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، ب ط، 1981، ص 395.

لقد كتب ابن خلدون تاريخه بعد أن تنقل إلى البلاد الإسلامية بالأندلس و المغرب، وعاش في بلاد سلاطينه المسلمين، وتقلب في خدمة دواوينهم أواخر القرن الرابع عشر ميلادي و منهم محمد الخامس سلطان غرناطة عند مالك قشتالة المسيحية وبهذا أشهد بنفسه أحوال الكثير من الدول عن كتب و لمس بيده عوامل التدهور الناشئة إظهارها بين المسلمين و المسلمين، مما جعل على كتبه على وجه التعميم و المقدمة على وجه التخصيص قيمة تاريخية فريدة، ثم وفد ابن خلدون لمصر سنة 1382م وكان انتهى من كتابه قبل ذلك لبضع سنين فأقام بالإسكندرية القاهرة اقامات متقطعة و حج أكثر من مرة و درس بجامعة الأزهر، و المدرسة الفصيحة وموضعها قرب جامع عمر، تولى منصب ب بقاضي القضاة مالكية بمصر كما وافق الحملة المملوكية التي قادها السلطان فارح ابن برقوق سنة 1401م لدفع تيمور لنك عن دمشق كما شارك في وفد المفاوضات للصالح بين الدولتين المملوكية و المغولية، كل هذه التفاصيل تنبأ بأصناف التجارب التي مر بها ابن خلدون و أودعها في كتبه و التي تدل على اتصاله الطويل بالكثير من العلماء و المؤرخين في مصر و الشام و غيرها من البلاد، جعلت كل أعماله محط أنظار العديد من العلماء كأمثال أوغست كونت الفرنسي، فيكو الايطالي، اكلتله البلجيكي، و نجد أهم كتب ابن خلدون المقدمة، شرح البردة، كتاب العبر، و المبتدأ الخبر¹ كما صاغ ابن خلدون قضية أسلوب تحصين المعاش بوضوح نظري متناسق من خلال تجاربه في الحياة، حيث يشكل تاريخ ابن خلدون واحدا من أهم التراث العربي الإسلامي توفي سنة 1406م بالقاهرة

ابن بطوطة:

(- يسري عبد الغني عبد الله: معجم المؤرخين المسلمين حتى القرن الثاني الهجري، دار الكتاب العلمية، لبنان، (1^ط، ص 73، 1991).

هو محمد ابن عبد الله بن محمد بن إبراهيم الطنجي و لد عام 703 هجري في طنبجة بلاد مراكش وغادر وطنه 725 هجري وظل حوالي ثمانية و عشرين سنة في أسفاره ورحلاته المتعاقبة، وبدأت رحلة ابن بطوطة بمغادرة المغرب الأقصى إلى الأراضي الحجازية مارا بالجزائر و تونس و طرابلس، تم وصل إلى الإسكندرية و عاش في دمياط ووصف القاهرة وسافر إلى البحر ساحل البحر الأحمر تم عاد إلى قسطاس و رحل عنها إلى فلسطين و لبنان و سوريا و غزة و بيت المقدس، و انتقل إلى الشام و دمشق ووصف مسجدها الجامع ولقد عانى ابن بطوطة من النواحي الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية و لا تقوته الإشارة إلى الطريف منها و انهي رحلته بالأراضي الحجازية حيث قام بأداء فريضة الحج وتحدث هناك عن عادات أهل الحجاز و أحوالهم الاجتماعية تم زار البصرة و الأردن و قام بوصف أحوالهم الاقتصادية و العلمية و طاف الرحالة ابن بطوطة في كثير من بلاد الأناضول ، فوصف أحوالها السياحية و العلمية و تحدث عن أحداثها و أثارها و عادات أهلها تم تولى منصب القضاء في دلهي سنة 734 هجري و أقام حوالي 8 سنوات وقام بوصف نباتاتها و حيواناتها وعادات و أحوال الهند، تم اتجه بعد ذلك إلى الصين ووصف مراكبهم و طريقة بنائها تم غادر الى جزر المالديف جزيرة سلان و ساحل الهند الشرقي و عاد إلى مدينة قاس و قام برحلته الثالثة إلى السودان الغربي منها إلى المالي و النيجر، ووصف ابن بطوطة أحوال السكان و عاداتهم البدائية هناك، و تمسكهم بالدين الإسلامي في تلك البلاد و لقد خلق لها وصفا صادقا للعصر الذي عاش فيه يجعلنا نشعر كأننا في زمانهم.¹

المرحلة الثانية:

(1)- وفاء زكي إبراهيم : المرجع نفسه، ص94.

أخذت السياحة في هذه المرحلة نمواً سريعاً نتيجة تطور الآلة، و تقدم وسائل المواصلات حيث ساعد ظهور البواخر و السيارات و السكك الحديدية على جعل السفر أكثر راحة و أمناً، و صحب ذلك تطور اجتماعي فقد ظهرت طبقة الحكام و رجل الدين و الإقطاعيين الذين ساعدتهم إمكاناتهم المادية و عدم تقيدهم بمواعيد و أوقات معينة على السفر طلباً للمتعة ، و المغامرة و المعرفة و لقد تميز السفر بقلّة عدد المسافرين نسبياً آنذاك ، و نتيجة ظهور الدول ذات النظم السياسية و الاقتصادية و الدينية المختلفة خضعت السياحة حينها لقيود و قواعد و قوانين كجوازات السفر في حين سعت العديد من الحكومات إلى توفير مختلف التسهيلات لإدراكه الأهمية السياحية في مختلف النواحي الإنسانية.

المرحلة الثالثة:

أو ما تسمى بعصر الحديث لقد عمدت النظم الاجتماعية في العالم إلى تنظيم الحياة المعيشية، و توفير أسباب الحياة الكريمة و ذلك بتخفيض ساعات العمل و تطبيق نظام الإجازات المدفوعة و بالتالي توجيه السفر و السياحة، ناهيك عن ظهور الطائرات و أيضاً تطور الطباعة، و طرق الاتصال المختلفة بالجمهير التي لعبت دورها في الإثارة و التشويق للاماكن البعيدة و الأشياء الجديدة، و هكذا أصبحت طبقة العاملين ذي الدخل المحدود تشكل الجزء الأكبر من حركة السياحة العالمية، و شهدت هذه الفترة قيام العديد من المنظمات و منها منظمة السياحة العالمية التابعة لهيئة الأمم المتحدة و محور عنايتها الرئيسي هي السياحة الدولية.¹

المبحث الثاني: أنواع السياحة :

¹-وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره ،ص99.

للسياحة أنواع مختلفة حيث يمكن تصنيف أنواع عديدة منها وفقا لعدة أسس ولقد اجتهد المشتغلون بالسياحة في إطلاق الأسماء لأنواع السياحة و ابتكروا العديد منها:

سياحة المؤتمرات:

وقد ازدادت أهمية هذا النوع من السياحة بعد الحرب العالمية الأولى حيث انتشرت ظاهرة عقد المؤتمرات الدولية للهيئات و المنظمات و الأحلاف السياسية و الاجتماعية نتيجة للتقدم الكبير بعد الحرب العالمية الثانية في نظم الاتصال و الارتفاع المطرد في أهمية الحوار بين الدول و الشعوب ببعضهم البعض و تتطلب سياحة المؤتمرات وجوب تسهيلات وخدمات سياحية لقاعة المؤتمرات بالإضافة إلى توفير مستوى مرتفع من الخبراء و منظمي المؤتمرات بالإضافة إلى أساليب الترجمة الفورية و السكرتارية المدربة هذا من ناحية و توفير الإقامة المناسبة و النقل و الإمكانيات السياحية من ناحية أخرى.

السياحة الرياضية:

تهدف السياحة الرياضية إلى إشباع رغبات السائحين في ممارسة رياضتهم المفضلة سواء عن طريق استغلال عناصر الطبيعة مثل الانزلاق على الماء أو التجديف أو صيد الأسماك و الحيوانات البرية و الغطس تحت الماء و التزلج على الجليد أو تلك التي تتطلب إمكانات خاصة لممارستها مثل الجولف و الفروسية والتخييم في الغابات و الصحاري و رحلات الصحاري، تشمل السياحة الرياضية الاستمتاع ببعض المناسبات الرياضية العالمية كمباريات كأس العالم لكرة القدم، الندوات الاولمبية و الدورات الإقليمية و السمة الأساسية لهذا النوع من السياحة هو إقامة المهرجانات السياحية و الرياضية لاستقطاب اكبر عدد ممكن من السياح و الجمهور.¹

سياحة الحوافز:

¹-وفاء زكي إبراهيم:مرجع سبق ذكره،ص145.

تعد سياحة الحوافز إحدى أنماط السياحة التي برزت في الآونة الأخيرة وذلك لتشجيع و تحفيزهم على زيادة الإنتاج وتحقيق كفاءات إنتاجية عالمية و لذا تقوم الشركات بتقديم رحلات سياحية متميزة لهم و من أهم أسباب تقدم سياحة الحوافز هو أن دوافع الناس في تحقيق أحلام السفر إلى أماكن معينة خاصة و أن الرحلة تتفق و رغبة العاملين وبدل أقصى جهد للفوز بالرحلة خاصة بعد تطورا لسفر بالطائرات.

السياحة الدينية:

تقوم السياحة الدينية سواء كانت داخلية أو دولية على العاطفة الدينية و الرغبة في إشباع هذه العاطفة كما تشمل زيادة الآثار و المعالم الدينية كالمملكة العربية السعودية بالنسبة للمسلمين حيث أداء فريضة الحج أو لأداء العمرة و زيارة الحرم النبوي الشريف، و بالنسبة لإيطاليا يزورها العديد من الأوروبيين الكاثوليك بغية التعرف على التراث الديني أو التبرك بالأماكن المقدسة، و تنقية النفس و الوجدان و تعميق الصلة الروحانية فيها تعد هذه الأخيرة من أكثر مجالات الجذب السياحية بشكل دوري و مستديم ، و عليه فالاهتمام بمناطق المضرات الدينية و تزويدها بتسهيلات السياحية المناسبة سوف يؤدي إلى زيادة حجم التعاقدات السياحية .

السياحة الاجتماعية:

حيث تقوم هذه السياحة بتشجيع أبناء الوطن المهاجرين إلى الخارج و أبنائهم المقيمين معهم للعودة إلى الوطن مرة أخرى ، عن طريق السياحة لزيارة أقاربهم و عائلتهم و التعرف على أوجه التغيير التي حدثت في الوطن، و يطلق البعض على هذه السياحة سياحة الأصول العرقية أو سياحة الجذور و من تم تهدف السياحة إلى تجديد الصلة بين السائح و أقاربه و تعميق الإحساس بالانتماء إلى أرض الوطن الأصلي.¹

سياحة الهوايات :

(1)- وفاء زكي إبراهيم: مرجع نفسه، ص 160 – 161.

تمثل الهوايات الإنسانية مجالاً خصباً للسياحة، فكلما كانت الهواية منتشرة ولها جمهورها الذي لديه الإمكانيات المادية المناسبة كلما استطاعت شركات السياحة جذب عدد مناسب و إعداد برامج سياحية مناسبة، و ذلك لمشاهدة و زيارة المعارض أو حضور المزارات الدولية للتحف المختلفة.

سياحة المهرجانات و الحفلات و الأعياد:

تمثل مهرجانات إحدى و سائل الجذب السياحي و تقوم الدول بالإعلان و الدعاية لهذه المهرجانات، و تزودها بكافة عناصر التشويق و جذب السائحين من مختلف أنحاء العالم، و تمثل حفلات الموسيقى والغناء و عروض الأوبرا مناسبات سياحية مهمة سواء لسياحة العالمية أو المحلية .

السياحة العلاجية:

تتمثل في انتقال الأفراد للعلاج و قضاء فترة نقاهة بالمنتجات الصحية، التي تتمتع بخصائص استشفائية و قد تقتضي هذه النقاهة فترة أطول و ترفع من قدرة الفرد في أدائه الطبيعي لوظائفه الجسدية و العقلية و الفكرية ، و تنمي علاقاته الاجتماعية فحين يمارس الأنشطة التي تؤدي إلى تجديد حيوية الإنسان و انتعاشه خاصة مع توفر المياه المعدنية و الجو الصحي المستقر، إلى غير ذلك من الإمكانيات المتاحة لغرض العلاج و الارتياح.¹

السياحة الثقافية:

تعد السياحة الثقافية احد أشكال السياحة التي يسعى إليها السائحون بهدف إشباع رغبتهم المعرفية و يعتمد هذا النوع على إقامة الندوات المعرفية الثقافية و كذا المعارف الخاصة بالكتب و المسابقات الثقافية خاصة مسابقات الشعر و القصة و مسابقات الأدب إلى غير ذلك إلى غير ذلك لغرض الدعوة لتبادل الرأي و الحوار مما يمكن للسائح اكتساب الخبرة فمثلا الجزائر نجدها بلدها يزخر بالعديد من الآثار لمختلف الدول و الحضارات التي مرت عليها كالعهد الفينيقي الروماني و مختلف المدن و القلاع وشبكات الطرق التي

(1)- وفاء زكي ابراهيم: المرجع نفسه، ص 161.

تحقق لهم الاتصال السريع بين مختلف الحاميات العسكرية الرومانية كتماد و جميلة ناهيك في مختلف الدول كالدولة العثمانية و أثارها المتناثرة في مختلف بقاع الجزائر و منها إلى احتلال الفرنسي الذي أقام العديد من الميداني و الآثار التي تدل على استقراره في تملك و احتلال الجزائر.¹

السياحة الموسمية:

وذلك حسب الموسم الطبيعي فنجد السياحة الشتوية وهي السياحة التي تحدث بين ديسمبر ومارس لسياحة الثلجية و الاستمتاع بدفء الشمس خاصة و انه يتزامن مع عطلة أعياد الميلاد و رأس السنة التي تصل إلى فترة الشهر في النصف الثاني من ديسمبر و النصف الأول من يناير أما السياحة الصيفية و هي التي تحدث في فصل الصيف و من أشهر المناطق العالمية في هذا المجال نجد حوض البحر الأبيض المتوسط و يستحوذ هذا النوع من السياحة النصيب الكبير من السياحة العالمية و ذلك بالاستجمام بالبحر خاصة و انه يتزامن و العطل و الإجازات بالبحر خاصة ناهيك من طول ساعات النهار في هذا الموسم و يرافق هذا النمط السياحي اختناقات مرورية و زحف كبير على وسائل النقل و الإيواء و كنتيجة لذلك ترتفع أسعار الخدمات السياحية.²

سياحة المزارع:

مند زمن بعيد و المناطق البكر بما تحمله من هدوء و مغريات خلابة تحفز العديد من الأفراد لزيارتها و الاستمتاع بها إلا انه في زيادة الضغوط على إنسان هذا العصر ظهر

(1) - صالح فركوس، تاريخ الجزائر الثقافي من ما قبل التاريخ إلى غاية الاستقلال، دار العلوم للنشر و التوزيع، عنابة،

ب ط، 2005، ص 58.

(2) - محمد عبد الفتاح احمد، طابع عبد اللطيف طه: مرجع سبق ذكره، ص 91.

اتجاه جديد نحو تقديم المزارع بعض الدول الأجنبية لخدمات الضيافة لزائريها و لا تقتصر الاستضافة على مجرد الإقامة في المزارع بل يصاحب ذلك تقديم العديد من الأنشطة

الثقافية و الترفيهية مما تحقق نوعا من الاستجمام و الراحة و راحة الأعصاب¹

المبحث الثالث:

أهمية السياحة:

¹-محمد الصيرفي، السياحة والبيئة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1 ، 2007 ، ص 270.

تعتبر السياحة قطاع هام غير منفصل عن القطاعات الأخرى تتجلى أهميته في مختلف المجالات و النواحي فمن الناحية الاقتصادية تعد السياحة مصدر للدخل بالعملات الحرة وذلك من خلال بيع الخدمات السياحية و السلع المتعلقة بها بالإضافة إلى زيادة توفير فرص العمل وتوسيع قاعدة الأجور و الإرباح ناهيك عن تحسين المعيشة أما من الناحية الاجتماعية تساهم في التعرف على الثقافات و العادات المتنوعة و يتم ذلك من خلال الاحتكاك المباشر و الاتصال و التعامل مع السائحين مما يؤدي إلى اكتساب الكثير من الخبرات و القيم النبيلة في الحياة مما يساعدهم على الانفتاح على العالم الخارجي كما تساعد السياحة في تنمية الشعور بالقومية خاصة منها السياحة المحلية و منها السياحة المحلية و منها إلى زيادة الوعي و الإدراك لشخصية كل منهم و كعادتهم بالإضافة إلى تقدير و الإعجاب و الاحترام أما الناحية السياسية حيث تعد السياحة أسلوبا دائما و مستمرا لنقل المهارات الخاصة لمختلف الثقافات العالمية و بالتالي يبرز دورها كركيزة سلام و تبادل حضاري ينشئ نوع من التقارب و التآلق و من شأن هذا أن تضع الصورة الذهنية الصحيحة ذات الانطباع الحسن عن البلد المضيف و بالتالي توثيق الروابط السياسية بين القيادات في شتى الأقطار مما يعمل على توحيد المواقف في مواجهة القضايا السياسية الدولية المشتركة و يتم البعد عن الهامشية و اللامبالاة و السلبية و يسهم الفرد في صنع القرار لصالحه و لصالح مجتمعه بنشر السلام و التقلب على الصراعات و التوترات الاجتماعية و الاضطرابات السياسية خاصة و ان نجد ان الاستقرار السياسي يؤثر على السياحة كالحروب مثلا¹، فنجد على سبيل المثال تونس حيث أعلنت وزيرة السياحة التونسية أن هناك انخفاض لعدد السياح الأجانب في تونس بنسبة بلغت 13,2% لسنة 2014 وانخفض عددهم من 6,27 مليون سنة 2013 الى 6,07 مليون سنة 2014 وأن العديد من السياح الأوروبيين خاصة الفرنسيين منهم قد ألغوا حجوزاتهم نحو تونس في أعقاب الهجمات التي ضربت مقر مجلة شارلي ايبو بفرنسا و عليه نستنتج أن قطاع السياحة قطاع حساس لا بد من توفر العديد من الشروط لتنميته و المناخ

(1)- وفاء زكي إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 172.

الديمقراطي بمثابة العمود الفقري لهذه الأخيرة¹ من الناحية الثقافية تحقق نوعا من الاتصال و التواصل و كرمه و حسن استقباله و التعرف على مختلف الثقافات و في مختلف المجالات.

خلاصة:

(1)- عبد الرحمن سالمي، جريدة النهار، صفحة الحدث، السبت 24 جانفي 2015، ص 05.

لقد تطورت السياحة تطورا ملحوظا كما تنامت و نشطت حتى أصبحت الآن صناعة العصر و المستقبل الذي لا حدود لتطويرها خاصة و هي الأكثر حضارة كما تشمله من سياحة دينية و أخرى سياحة علاجية و رياضية و غيرها من الأنواع السياحية المعروفة التي تشكل موردا هاما في تثبيت و تشكيل السياحة .

تمهيد :

تعد وسائل الإعلام المختلفة أدوات ثقافية فهي تشكل الوسيلة المهمة في الحصول على الثقافة ونقصد بهذا الثقافة السياحة التي هي الأخرى من اهتمامات العلامين في نشرها و التعريف بها و ضرورة غرسها خاصة و أن الوسائل الإعلامية لها التأثير الأساسي في انتقاء محتوياتها .

المبحث الأول:

مفهوم الثقافة السياحية:

هي امتلاك الفرد لقدر من المعارف و المعلومات و المفاهيم و المهارات و الاتجاهات و القيم التي تمثل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سياحيا رشيدا نحو كل المظاهر السياحية و كذلك العمليات اللازمة للتخطيط و التنظيم و التعامل مع الاماكن السياحية و المؤسسات و السائح فهي بذلك تشكل عملية متكاملة معرفيا و وجدانيا و مهاراتيا¹ فهي تشكل القوام لشخصية الأفراد التي سيحلونها طوال حياتهم خاصة و أنها تتكون من الجانب المعنوي و الفكري و الجانب المادي² و يكتسب هذه الثقافة من خلال اعتباره أو بصفته عضو في المجتمع و هي بذلك تميز الجماعات الإنسانية واحدة عن الأخرى في مختلف بقاع الأرض.³

(1)- هناء حامد الزهران: الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، عالم الكتاب، القاهرة، ط1، 2004، ص 24.
(2)- محمد جمال الفار: المعجم الاعلامي، دار اسامة المشرق الثقافي للنشر والتوزيع، الاردن، ب ط، 2010، ص124.
(3)- عدنان ابو مصلح: معجم علم الاجتماع، دار اسامة المشرق الثقافي للنشر والتوزيع، ط1، 2006.

المبحث الثاني:

مبادئ الثقافة السياحية :

- تعد السياحة عملية متكاملة على الدولة و مؤسساتها أن يهتموا بهذه الثقافة
- مشاركة الهيئات و المؤسسات في تنفيذ برامج الثقافة السياحية
- إقامة خطط مستقبلية خاصة ببرامج التنمية الشاملة للثقافية السياحية لدفع عجلة التنمية
- الثقافة السياحية تهتم بالجوانب الثقافية و الاجتماعية للمجتمع
- اشترك أفراد المجتمع و المتقنين في إعداد برامج لتنمية الثقافة السياحية.¹

المبحث الثالث:

(1)- هناء حامد الزهران: مرجع سبق ذكره، ص24.

أهمية الثقافة السياحية:

تكمن أهمية الثقافة السياحية في ما يلي:

فهم و تنمية التراث:

إن الذاكرة التاريخية لأي دولة هي تراثها الحضاري و التي تعمل الثقافة السياحية على تنميته و المحافظة عليه و استقلاله بطريقة أفضل و زيادة الوعي لدى المجتمع .

عالمية الثقافة السياحية:

صارت الثقافة السياحية تقدم المعلومات و المفاهيم و المهارات و الاتجاهات لجميع أفراد المجتمع محليا أو دوليا وذلك من خلال ما أصبح اليوم يسمى بظاهرة العولمة .

احتياج المجتمع للتغيير:¹

إن المجتمع في حاجة ضرورية للتغيير في أنماط العلاقات الاجتماعية و التي لايمكن ان تحدث إلا من خلال الجوانب الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية .

ضرورة الثقافة السياحية للتنمية:

تعمل على إحلالقيم و تقاليد جديدة تتماشى مع البيئة المحيطة و مشاركة الجماهير في إعداد البرامج لتنمية للثقافة السياحية.

خلاصة :

(1)- هناء حامد الزهران: مرجع سبق ذكره. ص24.

إن الثقافة السياحية مظهر من مظاهر الحياة الإنسانية تختلف من مكان إلى آخر و من مجتمع لآخر وهذا ما حسب ما يعرف بالعقلية الجماهيرية فقد تجد في طريقها معوقات تعوق دون نشرها نظرا للجذور و الثقافات المتبادلة في الشعوب و المختلفة فيهم وهذا حسب إدراكهم و غيرها من المتغيرات التي تشكل الثقافة عند الإنسان.

الإطار النظري

الفصل الأول

مدخل حول السياحة

الفصل الثاني

مبادئ الثقافة

السياحية وأهميتها

الفصل الثالث

استراتيجيات

الإعلام السياحي

ووظائفه

قائمة المراجع

الإطار التطبيقي

تمهيد :

تلعب السياحة دورا حضاريا مهما بين الشعوب، قل ان يوجد في مجالات اخرى وهي إحدى الظواهر الهامة في القرن الحالي وتشمل السياحة العديد من العناصر التي تشكل لها مختلف أنواعها، ناهيك عن أهميتها المتميزة سواء في المجال الاقتصادي من حيث استخدام الموارد بالصفة الى التجهيزات التي تتطلبها السياحة كخدمة المواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية المحلية منها والعالمية التي تعتبر عماد السياحة.

المبحث الأول:

مفهوم الإعلام السياحي :

أول من استخدم المصطلح هو المقداد 1982 الا انه لم يضع تعريفا محددًا له إلا أن بعض الباحثين حاولوا إعطاء تعريفا يصف ملامحه منهم نوفل الذي عرفه أنه كافة الجهود الإعلامية الموضوعية وغير الشخصية المبذولة من الجهات الرسمية أو غير الرسمية لتحسين صورة السياحة و الداعية إلى إعداد و نقل الرسالة أو مجموعة من الرسائل بهدف خلق وعي سياحي أو تنمية الصورة السياحية لدولة أو منطقة ما لدى أسواق و جماهير معينة باستخدام الرسائل الإعلامية، بغرض جذب اهتمام السائحين المرتقبين في تلك الأسواق سواء داخل البلاد أو خارجها و دفعهم إلى ممارسة النشاط السياحي.

وتعرفه و فاء على انه مجموعة أوجه النشاط التي تقوم به المؤسسات الإعلامية لتكوين قاعدة معرفية سياحية لدى الجمهور للتأثير في اتجاهاته وأفكاره و من ثم التأثير في سلوكياته نحو السياحة لاجتذاب أكبر عدد ممكن من السياح من داخل البلاد و خارجها عن طريق وسائل الإعلام المختلفة سواء داخلها أو خارجها.¹

ويعرفه محمد منير على انه :تلك الأنشطة الاتصالية التي تتوافق مع طبيعة السوق السياحي كالدعاية و الإعلام و العلاقات العامة و البيع الشخصي و الوسائل الإعلامية و الأنماط الاتصالية التي تهيئ لإقامة جسور من العلاقات المتبادلة بين الأجهزة و الهيئات و الشركات السياحية و بين المواطنين داخل الدولة لتنمية الوعي السياحي لديهم.

كما يعرفه على أنه أحد أشكال الإعلام المتخصص يشمل كافة أوجه النشاط الاتصالية المخططة المستمرة التي يمارسها إعلاميون متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الأخبار و الحقائق و المعلومات السليمة عن القضايا و الموضوعات و المشكلات المتعلقة بالسياحة²، خاصة و أن الإعلام السياحي يمارسه إعلاميون متخصصون في معالجة قضايا السياحة و شؤونها عبر وسائل الإعلام المختلفة.³

¹ - هياس بن رجاء الحربي، سعود السيف السهلي: الإعلام السياحي، مفاهيمه وتطبيقاته، دار أسامة للنشر، الأردن، ط1، 2011، ص44.

⁽²⁾ - محمد منير حجاب : الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2002، ص63.

⁽³⁾ - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، ص19.

المبحث الثاني :وظائف الإعلام السياحي:

الأخبار أو الإعلام:

والأخبار بصورة عامة يعني وفقا لرؤية هارولد لا زويل :تزويد الناس بالمعلومات و البيانات الدقيقة و الموضوعية عن الأحداث و الأفكار و القضايا و الظواهر و المشكلات

الراهنة في المجتمع بشكل يساعدهم على تكوين مواقف محددة تجاه ما يحدث في مجتمعهم و في عالمهم .

وفي مجال الإعلام السياحي يعني تنمية و تزويد الجمهور بالأخبار الداخلية و الخارجية و الأنشطة المختلفة التي تنمي معرفة المواطنين و تساعدهم على الوعي السياحي لديهم مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم و يعملون على تقديمه في أفضل صورة تجذب السياح من مختلف جهات العالم، و تحثهم على المحافظة على المعالم الأثرية و عدم تشويه الآثار كما تعني وظيفة الإخبار أو الإعلام تزويد الأجانب بالمعلومات من الإمكانيات المتاحة لبلد ما أو منطقة ما.

التفسير:

ويعني تزويد الجمهور سواء الداخلي أو الخارجي بخلفيات و تفاصيل الأحداث و القضايا و المشكلات السياحية الراهنة و شرح جداول التنمية السياحية و على أن تقدم هذه المعلومات بطريقة مبسطة و خالية من التفاصيل العملية و بلغة سهلة و مسيرة و بطريقة توظف الجمهور و تثير انتباهه و تهيء ذهنه للمشاركة في مناقشتها و لهذا يعتمد الإعلام السياحي في تفسيره للأحداث و المشكلات على الرأي المدعم بالدليل و البرهان و الحقائق و الأرقام و يتجنب الألفاظ الضخمة الرنانة.¹

التثقيف و التعليم :

فالإعلام من أهم وسائل للتثقيف لما له من قدرة على التأثير في حياة الناس و طرق معيشتهم و عن طريق بث الأفكار و القيم و المفاهيم و القيم و المعتقدات و المعلومات يمكن أن تتم عملية التوجيه السياحية و وضع الحلول لها من خلال أشكال الاتصال المختلفة

(1)- محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 74.

الإقناع:

و هو جهد اتصالي إعلامي مخطط و مدروسو مستمر للتأثير في الآخرين و تعديل معتقداتهم و قيمهم و ميولهم من خلال الاستخدام المتعدد لوسائل الإعلام و ذلك لدفع الجماهير إلى موقف ايجابي و فعال للسياحة و تحسين الصورة الذهنية للسياحة لدى الجماهير في كافة القطاعات و تدعيم الاعتقاد و بأهميتها الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية و تأكيد مدى الاستفادة المحققة من ازدهار السياحة و من ناحية اخرى فان تحقيق الاقتناع يعد من أهم الوظائف.

نشر الثقافة:

عن طريق عرض مجموعات القيم و المفاهيم و المعتقدات و أساليب الحياة المختلفة للجمهور سواء كانت محلية أو عالمية و السياحة في حقيقتها كظاهرة حضارية تعد أهم وسائل الاتصال الثقافي بين الأمم و الشعوب و هذا ما تجلى في قوله عز و جل :
{يا أيها الناس إن خلقناكم من ذكر و أنثى و جعلناكم شعوبا و قبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله اتقاكم }

وقوله تعالى :{أفلم يسيروا في الأرض فتكون لهم قلوب يعقلون بها أو أذان يسمعون بها فأنها لا تعمي الأبصار و لكن تعمي القلوب التي في الصدور}.¹

خدمة السياسة القومية السياحية :

وذلك بفتح صفحات الجرائد و قنوات التلفزيون و الإذاعات لعرض القضايا و المشكلات و مناقشتها و تشجيع مشاركة المواطنين فضلا عن تغطية الشؤون السياحية الدولية بشكل موضوعي.

التسويق و الأعلام:

(1)- محمد منير حجاب : الإعلام السياحي، مرجع سبق ذكره، ص75.

يعد الإعلام من أهم الوسائل التي تلجأ إليها المؤسسات و الشركات و الهيئات السياحية لإعلان عن البرامج و السياسات السياحية و الإعلانات لتغطية الموضوعات السياحية ليفيد الجمهور بالمعلومات كما يعتبر مصدر التمويل للوسائل الإعلامية

الترفيه :

يعد أهم الأهداف الأساسية للوسيلة الإعلامية يمكن من خلالها الفرد في مواجهة أعباد الحياة بحيث تمكن الشخص من رؤية و سماع الشخصيات و مختلف التجارب و الخبرات فترسخ في الأذهان لتشكل فيما بعد عملية للتغيير و التحول الاجتماعي.¹

المبحث الثالث:

استراتيجيات الإعلام السياحي:

إن الاستراتيجيات تعني تحديد الهدف العام الأسمى والأعلى لشركة السياحة و عليه يمكن استخلاص أهم أنواع استراتيجيات الإعلام السياحي فيما يلي :

1-استراتيجيات الإعلام السياحي:

وفقا للزمن :ويقسمها الدكتور محمود علم الدين إلى نوعين :

(1)- محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 75.

أ- إستراتيجية طويلة المدى: تهدف إلى الوعي السياحي لدى المواطن من خلال حملات إعلامية توجه إلى قطاعات مختلفة من الجمهور عبر فترات زمنية مختلفة كالكتب مثلا

ب- إستراتيجية قصيرة المدى: تركز على تدعيم الاتجاهات الايجابية الراهنة لدى المجتمع وتغيير الاتجاهات السلبية التي قد يعتنقها البعض نتيجة لبعض الكتابات الصحفية

2- استراتيجيات الإعلام السياحي وفقا للنطاق: الذي تشمله الخطة :ونجد فيها الأتي:

أ- استراتيجيات الحملات الإعلامية المكثفة :حيث تستخدم السياحة هذه الإستراتيجية في حملاتها المختلفة و بصفة خاصة الحملات الإعلامية حيث تقوم بالتقاعد على شراء مساحات و أوقات إعلانية في وسائل الإعلام المختلفة تخاطب في ذلك كل الفئات و الطبقات في المجتمع.¹

ب- إستراتيجية الحملات المنقطعة أو الجزئية :حيث يتم اختيار أوقات متباعدة عادة ترتبط بالموسم السياحي و يكون الإعلان عن البرامج السياحية المميزة التي تحتوي على عناصر جذب خاصة بحيث يكون السياح منقسمين إلى فئات و كل فئة لرسالتها الموجهة إليها و ذلك لضمان التأثير الفعال في كل فئة و الحصول على تعاقدهم على البرامج بالشكل الذي يتناسب و رغباتهم و قدراتهم و أذواقهم.

ج- إستراتيجية الحملات الإعلامية المترابطة:

تقوم على أساس مجموعة من الأفكار و تعمل كل منها على تحقيق هدف جزئي من الحملة الإعلامية و بالتالي تكون كل الموضوعات جميعا مترابطة في المعنى و تصل إلى تحقيق الهدف النهائي

3- إستراتيجية الأعلام السياحي وفقا للغرض :ونجد فيها ما يلي :

(1)- محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، مرجع سبق ذكره، ص153

أ- إستراتيجية التوقيت:

تعتمد على اختيار الوقت المناسب لتوجيه الحملة الإعلامية كاختيار موسم الحج و موسم العمرة أو رمضان لترويج البرامج السياحية الدينية وهكذا بالنسبة للأنشطة الإعلامية عن البرامج السياحية بمناسبة بدأ الألفية الجديدة أو بمناسبة احتفالات رأس السنة و غيرها من الأعياد الوطنية منها و المحلية و العالمية.

ب- إستراتيجية التركيز :

تستخدم في أوقات الأزمات و المرافق الطارئة كأحداث الإرهاب و انتشار الأمراض المعدية إذ تقتضي تحركا سريعا عن مسؤولي الشركات السياحية لتوصيل الرسالة الإعلامية إلى كل أفراد الجمهور مما يساعد على مواجهة الشائعات أو على توضيح الحقائق بالنسبة للظروف الطارئة لمنع تأثيرها على السياح .

ج- إستراتيجية الارتباط والاقتران :

تظهر هذه في شكل خطابات أو رسائل أو مقالات من مختلف الشخصيات المشهورة والتي تصدر في مختلف الوسائل الإعلامية الأمر الذي يترك انطبعا لدى المستمع أو المشاهد فيعتمد إلى التجربة بنفسه أو يتعاقد على برنامج الزيارة للحصول على المتعة التي حصلت عليها الشخصية المشهورة.¹

خلاصة:

إن للإعلام السياحي أهمية بالغة في التعريف بالسياحة أو بالأحرى نشر و غرس الثقافة السياحية هذا و بمختلف استراتيجياتها التي تتبعها المؤسسات الإعلامية في تنفيذ و عرض برامجها للمشاهد أو المتلقي عامة ناهيك عن الجور البالغ في مختلف و وظائفه في الترويج للخدمات السياحية أو بصفة عامة نشر المعرفة السياحية بكاملها .

(1)- محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، مرجع سبق ذكره، ص164.

وضع الفروض :

كما عرفه الباحث سمير محمد حسين هو رأي يراه الباحث انه يمثل مجموعة من المتغيرات و العوامل المؤثرة في المشكلة محل الدراسة، أي المسببة للمشكلة كما عرف دانيال كاتز الفرضية بالتوقع المسبق لبعض الخلاقات الأساسية بين المتغيرات الظاهرة و عليه فالفرضية هي ما يتوقعه الباحث من نتائج على مستوى بحثه في شكل فكرة توقع حل أو إجابة تصور علاقات التأثير و التأثير بين المتغيرات الظاهرة المدروسة.¹

ومنه اعتمدنا في دراستنا هذه الفرضيات التالية:

- يساهم التلفزيون الجزائري قناة الأرضية في نشر الثقافة السياحية.
- التلفزيون الجزائري وحده غير كافي في نشر الثقافة السياحية.
- الإعلام بمختلف وسائله غير كافي وحده على نشر الثقافة السياحية .

أسباب اختيار الموضوع:

- هناك مجموعة من الأسباب أدت بنا إلى دراسة هذا الموضوع و منها:
- النظرة القاصرة أو بالأحرى التشاؤمية لموضوع الثقافة السياحية.
 - تشكل الثقافة السياحية قوام فكر متحضر من خلاله ندفع عجلة التنمية .
 - الثقافة السياحية جزء صغير من قطاع السياحة و بواجها نحصل على أثارها المهمة .
 - السياحة قطاع حيوي و متجدد يمكن الاعتماد عليه في أي زمان و أي مكان و بما أن الجزائر تزخر بالعديد من المؤهلات السياحية يمكن لها الاعتماد عليه.

(1)- أحمد بت مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3،

أهمية الموضوع:

باعتبار ان السياحة قطاع حيوي و مهم فيمكن الاهتمام به و النهوض به و تعريف التعريف بالثقافة السياحية للنشء القادم , خاصة و أن الدول المتطورة أضحت تركز عليه مما يشكل لها دخل هام في مختلف القطاعات و خاصة القطاع الاقتصادي و بما أن الجزائر تعتمد على موردين غير قابلين للتجديد البترول و الغاز فيمكن الرجوع إلى هذا الأخير باعتباره المنفذ الأخير لها و الحل الأنسب و لا يمكن الوصول الى هذا الإبتضاقر الجهود بما فيها الإعلام بمختلف و سائله المسموعة و السمعية البصرية و المكتوبة او حتى السينما.

أهداف الدراسة :

- إبراز الدور الذي يلعبه الإعلام في نشر الثقافة السياحية خاصة التلفزيون الجزائري.
- معرفة مدى مساهمة التلفزيون الجزائري في نشر الثقافة السياحية لدى المتلقي.
- تحديد الطريق الذي يعتمده التلفزيون الجزائري في نقل الثقافة السياحية و رواجها خاصة و أنالجزائر بلد سياحي يمكن أن يحقق نهضة سياحية.
- اكتشاف مختلف المعلومات و الحقائق من خلال دراستنا الميدانية.
- محاولة التعرف على أنواع السياحة و إمكانية تطويرها حتى نستطيع ان نخدم قطاع السياحة.

تحديد مفاهيم الدراسة :

تعد مفاهيم الدراسة بمثابة الكلمات المفتاحية وقد تطرقنا في دراستنا إلى بعض المفاهيم منها:

السياحة: مشتقة من لفظ **Tourist** تعني باللغة الإنجليزية رحلة يقوم بها الشخص ويعود

إلى نفس النقطة التي بدأ منها أي الرحلة دائرية تم التخطيط لها لزيارة عدة أماكن من أجل المتعة و الاستجمام أو التعليم و خاصة خلال العطلات و في اللغة العربية تعني السياحة و التنقل من بلد إلآخر طلبا للتنزه أو الاستطلاع.

اصطلاحا:

السياحة ظاهرة اجتماعية تشمل انتقال شخص او أشخاص من مجال إقامتهم المعتادة إلى أماكن أخرى داخل دولهم.¹

اجرائيا:

السياحة قطاع من مختلف القطاعات الإنسانية تشمل مختلف الجوانب تتمثل في سفر او إقامة شخص ما في مكان ما غير المعتاد فيه غير ان هذه الرحلة لا تكون دائمة لأغراض مختلفة

التليفزيون:

لغة مكون من مقطعين و معناه عن بعد و معناه الرؤية اي هو الرؤية عن بعد.

اصطلاحا:

طريقة إرسال و استقبال الصورة و الصوت من مكان إلآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية و الأقمار الصناعية.²

وهو وسيلة اتصال جماهيرية سمعية بصرية, وهو من أقوى و سائل الإعلام التي ظهرت في القرن العشرين يعتمد على الصورة الحية و الصوت الدال كما يستخدم فيه الكلمات و

الصور المرئية و الصوت لتوليد الانطباعات.¹

(1)- فتحي محمد الشرقاوي: مبادئ علم السياحة، مكتبة بستان المعرفة، الإسكندرية، ب ط، 2006، ص03.
(2)- فؤاد أحمد ساري: وسائل الإعلام النشأة والتطور، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011، ص 328.

اجرائيا :

وسيلة من وسائل الإعلام يعتمد فيه على نقل الصورة و الصوت في وقت و احد حيث يقدم للمشاهد المعارف و الأفكار و الخبرات في مشاهد متكاملة.

الوعي السياحي:

نجد ان هذا المفهوم يتكون من كلمتين:

لغة: فالوعي منانته من نومه أو غفلته، أو وعي من إهماله و يقال واع أي نابه فطن و هو شعور المرء بما يقول و إدراك الأمور على حقيقتها و إدراكه لذاته و أحواله إدراكا مباشرا.²

أما بخصوص الوعي السياحي:

هو أدراك جميع الأفراد في المجتمع و فهمهم لواقع السياحة في بلدهم و أهميتها و الحفاظ على المعالم السياحية و الآثار الموجودة , و يعتبر الوعي السياحي بمثابة العمود الفقري للحركة السياحية و تزداد بذلك قيمة الشعور بأهمية السياحة و السائح فقط و إنما يجب أن يحرص كذلك على أهمية التعرف بالمنطقة السياحية فهو خير سفير و خير رعاية لها.³

منهج الدراسة :

يعتمد الباحثون في دراستهم على عدة مناهج للحصول على مختلف المعلومات و يعتبر بمثابة الخطة التي يمشي عليها و قداعتمدنا في دراستنا لموضوع الثقافة السياحية على المنهج الوصفي الذي يعتبر طريقة من طرق التحليل و التفسير بشكل علمي منظم من اجل الوصول إلأغراض محددة لوضعية اجتماعية⁴ أو مشكلة اجتماعية فهو يقوم بتصوير الظاهرة المدروسة وذلك من خلال جمع المعلومات و تصنيفها و تحليلها و محاولة معرفة

(1)- جمال العيفة : مؤسسات الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ب ط، 2010، ص116.

(2)- أنطون نعمة وآخرون: المنجد في اللغة العربية، دار المشرق، بيروت، ب ط، 2000، ص1542.

(3)- محمد عبد الفتاح أحمد، طابع عبد اللطيف: الجغرافيا السياحية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الاسكندرية، ط1، 2007، ص151.

(4)- عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط6، 2011، ص139.

أسباب هذه الظاهرة و العوامل التي تتحكم فيها و هناك من يرى أن البحوث الوصفية أنها تركز على الحقائق الراهنة المتعلقة بوصف طبيعة و سمات و خصائص مجتمع ما.¹

مجتمع الدراسة:

مجموعة منتهية أو غير منتهية من عناصر محددة مسبقا أو هو جماعات متميزة و متنوعة تختلف في وضعها الاجتماعي.²

و قد كان مجتمع دراستنا لدور الإعلام في نشر الثقافة السياحية مقتصرًا على وسيلة واحدة وهي التلفزيون و بالأخص التلفزيون الجزائري, القناة الأرضية نموذجًا.

أدوات الدراسة:

هناك عدة أدوات و تقنيات يعتمدها الباحثون لأجراء بحوثهم و قد استخدمنا في دراستنا أداة:

المقابلة: التي تعتبر تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف مواجهة يحاول فيها الشخص القائم بالمقابلة أن يستشير معلومات أو أراد الحصول على بعض البيانات الموضوعية.³

تحديد العينة

يلجأ الباحثون في إجراء بحوثهم الميدانية وغيرها من البحوث الأخرى على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع البحث و بإمكانها تمثيل خصائص المجتمع.⁴

وقد اخترنا في دراستنا عينة من مجموعة الشباب الجزائرية ونوع العينة العشوائية.

الدراسات المشابهة:

دراسة الدكتور فاروق احمد مصطفى بكلية الأدب جامعة الاسكندرية:

(¹)- عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 2، 2010، ص 68.

(²)- معن خليل العمر: معجم علم الاعلام المعاصر، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2006، ص368.

(³)- رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، ط3، 2008، ص2012.

(⁴)- عدنان عوض : مناهج البحث العلمي، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر، ب ط، 2009، ص 282

بعنوان التنمية الأنثروبولوجي سنة 2011عالج فيها الدكتور احمد مصطفى إشكالية اثر العلاقات القبلية والعائلية على العلاقات الاجتماعية على التنمية داخل المجتمعات السينمائية شمالا و جنوبا و ذلك بهدف:

- معرفة مقومات التنظيم القبلي و العائلي في المجتمعات المحلية السينمائية .
 - العلاقات الاجتماعية بين القبائل الكبرى و مكان انعكاسها سلبا و إيجابا على التنمية .
 - إمكانية استثمار العلاقات القبلية و العائلية في ضوء حركة التنمية الاجتماعية .
 - الزعامة و دورها في البناء القبلي سواء أكانت زعامة رسمية أو شعبية أو دينية .
 - سلطة شيوخ القبائل و رؤسائهم في إحداث عملية التنمية.
- و قد تم اختيار المجتمعات و المتجمعات الآتية:
- مركز مدينة الطور و قرية الجبيل و قرية الوادي.
 - مدينة سانتا كاترين و التجمعات البدوية.
 - شرم الشيخ و تجمع البدو في ابي ريدس.
 - مدينة ذهب و تجمعات البدو في العصلة¹.
- منهج الدراسة :

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج البنائي الوظيفي الذي يحرص علنالحالة الشاملة التفصيلية بكل جوانب الحياة اليومية.

أدوات الدراسة:

استعان الباحث بأداة الملاحظة بالمشاركة و المقابلة .

و قد استمرت دراسته لمدة عام تقريبا .

(¹)- فاروق احمد مصطفى، التنمية المستدامة والسياحة، الاسكندرية، ب ط، 2011، ص 12.

اعتمد الدكتور على عدة تساؤلات رئيسية .

التعليم و علاقته بالتنمية للارتباط الوثيق بينهما وان التنمية الاجتماعية تتم من خلال التنمية البشرية التي تعتمد على مدى انتشار التعليم بكل مستوياته.

مشكلات قروض المشروعات و رؤية المجتمع المحلي كإحداث المشكلات التي فرضت نفسها أثناء الدراسة الميدانية كمعوق للتنمية الاجتماعية.

النتائج المتوصل اليها:

العلاقة بين أعضاء التنظيم القبلي و العائلي و مشروعات التنمية الاجتماعية تزيد من ارتباط هذا التنظيم و الانتماء إلى الوطن الكبير و إن زيادة وضع خطط للتنمية الشاملة المستدامة لمحافظة شبة جزيرة سيناء يجب أن تتم من خلال مشاركة أعضاء التنظيم و أخذ رأيهم فيما سيقام من مشروعات تنمية مستقبلية .

اختلاف رؤية التنظيم القبلي في الشمال و الجنوب إلى المشروعات البنية الأساسية التي إقامتها الدول فقد يرى البعض ان هذه المشروعات تمت و ليس من اجل البدو أو التنظيم القبلي و إنما من اجل جلب المزيد منالوافدين مما يؤدي إلظهور مشكلات اجتماعية بينما يرى البعض الآخر أن التنمية قامت و حازت على أكتاف الوافدين و أنها لن تكتمل إلا باكتمال النسيج الاجتماعي الموحد لكلمن الوافدين و أعضاء التنظيم القبلي والعائلي.¹

يعد أعضاء التنظيم القبلي أنفسهم متخصصين و أنهم على درجة عالية من الكفاءة و المعرفة بشؤون الصحراء و المواقع التي يمكن تنفيذ المشروعات التنموية بها و الفجوة بين هذا التنظيم القبلي من كثير من المشروعات و عدم التحمس لها.

(¹)- فاروق احمد مصطفى: المرجع نفسه، ص 95.

عند وضع مشروعات التنمية يجب أن يأخذ في الاعتبار الانعزال النسبي لشبه جزيرة سيناء عن بقية المجتمع الأم في مصر و الذي ساعد إلى حد كبير على تجانس المجتمع و أدى في الوقت ذاته قيام الكثير من الشكوك و التحفظ إزاء الجامعات الوافدة .

كما أشار الباحث في أهم توصياته على ضرورة ارتباط الإعلام و أحداث التنمية في مختلف المجالات و خاصة في مجال تنمية السياحة.¹

دراسة الطالبتين لعربي أمينة و عامر عامر عائشة بكلية العلوم الاجتماعية :

بعنوان دور الإعلام في ترويج المنتج السياحي لسنة 2011-2012موقد عالجا الإشكالية بالدور الذي يلعبه بمختلف و سائله في ترويج المنتج السياحي و قد وضعنا الفرضيات التالية:

المؤهلات السياحية لمدينة غليزان و بالرغم من توفرها إلا أنها تفتقد للاهتمام الإعلامي.

الأعلام السياحي وحده قادر على دفع عجلة التنمية و تحسين الخدمات السياحية .

يلعب الإعلام دورا بالغا في ترويج المنتج السياحي.

منهج الدراسة :

اعتمدنا على المنهج المسحي أما بالنسبة لأدوات استعانوا بالمقابلة و الملاحظة و قد تمثل مجتمع البحث في مجموعة الفاعلين في كل من القطاع السياحي و كذا الإعلامي و ركزت على عينة من موظفي مديرية السياحة و الحرف و الصناعة التقليدية و اذاعة غليزان الجهوية.²

النتائج المتوصل إليها:

- إن وسائل الإعلام و الاتصال أهمية في دعم الترويج السياحي لكنها ناقصة
- السياحة في غليزان تعاني إهمالا إعلاميا حيث أن الإعلام السياحي موسمي فقط

(1)- فاروق احمد مصطفى: مرجع نفسه، ص96.

(2)- العربي امينة، عامر عائشة: دور الاعلام في ترويج المنتج السياحي، 2011، ص 18.

- قلة الجرائد والمجلات المتخصصة فيما يخص واقع السياحة و أن كانت فهي عبارة عن قصاصات صغيرة تحوي بعض الأسطر

من أشهر الأنواع السياحية نجد السياحة الدينية في زيارة الأضرحة و الزوايا و كذلك تنظيم الودعات.

نقص الوعي أو بالأحرى الثقافة السياحية لدى المواطنين.¹

الخلفية النظرية:

نظرية الغرس الثقافي:

ترجع أصول هذه النظرية إلى العالم الأمريكي جورج جربنر عندما درس تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية على البيئة الثقافية و تعد نظرية الغرس الثقافي التي نشأت في الولايات

(¹)- العربي امينة، عامر عائشة: المرجع نفسه، ص 87.

المتحدة الأمريكية من أهم نظريات الاتصال خاصة و أن النظرية تدرس قدرات وسائل الإعلام في تشكيل معارف الأفراد و التأثير على إدراكهم للحقائق المحيطة بهم , خصوصا بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى وسائل الإعلام بشكل متكرر و كبير و يرى جرنبر أن الأشخاص كثيفي التعرض لبرامج التلفزيون يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي من الأفراد قليلي التعرض و أن التلفزيون وسيلة فعالة في الغرس الثقافي لدى الأشخاص خاصة الأطفال.¹

كما ربط جرنبر سنة 1967 بين محتوى الاتصال الجماهيري و بين تأثيراته المحتملة على الأفراد و المجتمع , فالنظرية من مفهوم وظيفي تسهم في معالجة محتوى و تأثيرات وسائل الاتصال عامة و التلفزيون خاصة الذي له تأثير في تكوين مواقف و أذواق و اختيارات الجمهور² و نتيجة التعرض الدائم لفترات طويلة ومنتظمة تنمي لدى المشاهد اعتقاد بان العالم الذي يراه على الشاشة ماهو إلا صورة من العالم الواقعي الذي يحياه و تؤكد هذه النظرية على تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية³ و تعتبر النظرية أي نظرية الغرس الثقافية تصويرا تطبيقيا للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى و تشكيل الحقائق الاجتماعية و التعلم من خلال الملاحظة و الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات بحيث يمكن النظر إلى أنها عملية تفاعل بين الرسائل و المتلقين و يعود الى جورج البدايات الأولى لهذه الأفكار نتيجة للجهود الذي قام بها و هو مجموعة من الباحثين في بحث تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكي عندما اجتاحت الولايات المتحدة موجة من العنف و الاضطرابات و الجرائم و الاغتيالات و العامل في هذه الوسائل الإعلامية التي احتلت مكانا بارزا في عالمنا الثقافي المعاصر بأدوارها و تأثيراتها.⁴

(1)- كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري و الاعلام، دار المسيرة، للنشر و التوزيع، الاردن، ط2، 2011، ص151.

(2)- بشير العلق: نظريات الاتصال، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، الاردن، ب ط، 2010، ص 82.

(3)- اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: معجم مصطلحات عصر العولمة، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، ط1، 2004، ص 180.

(4)- محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتاب، القاهرة، ط3، ص 330.

المبحث الأول:

تطور السياحة:

لقد أدرك الإنسان على مر العصور كثيرا من التطور في حياته وأصبحت السياحة سلوكا متجدد, كلما دخل في مضمار الحضارة بكل مناحيها الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية, وكما هو معلوم بأن السياحة مرت بثلاث مراحل يمكن أن نوجزها فيما يلي:

المرحلة الاولى :

وتعرف بالعصور القديمة حيث كان السفر في هذه المرحلة جزءا من الحياة فرضته حاجات الإنسان لتحقيق شؤونه، و توفير احتياجاته الضرورية و تعد أولى الرحلات التي نظمتها الملكة حتشبوت منذ خمسة آلاف سنة قبل الميلاد إلى بلاد يونت وهي الصومال حاليا ، تلك الرحلة سجلت على جدار الدبر البحري، ولقد كانت هذه الرحلة من أجل التجارة و السلام و السياحة بالإضافة إلى العديد من الرحلات التي قام بها اليونانيون الأوائل ترجع إلى ثلاث آلاف و ثمانون مئة قبل الميلاد، ناهيك عن رحلات التجار الهنديين و الصينيين أما بالنسبة للعصور الوسطى و ذلك بانتقال العالم إلى العصور الوسطى قام بعض المستكشفين والمغامرين بأسفارهم الطويلة ومن أهمهم كريستوف كولمبس وابن بطوطة وتعد هذه الرحلات ضمن مرحلة الاكتشافات الجغرافية ، والتي أسفرت عن خدمات جلييلة للعالم وبدأ العديد من الرحالة المؤرخين القيام بالعديد من الرحلات إلى مختلف البلاد، ومع ظهور السياحة الدينية الى الوجود من أجل الحج و العمرة و زيارة الأماكن المقدسة عمد العديد من العرب بالسفر لكثير من الشعوب و أقاموا بين أهلها و تعلموا لغتهم و شاركوا بوصف و تسجيل الأحداث ، و العادات و التقاليد بكل صدقو أمانة مثلما يفعل الباحثانتربولوجي اليوم¹ كما أسهم الجزائريون مساهمة واضحة في كتابة الرحلات ، ولاسيما خلال القرن الثاني عشر و كانت بعض رحلاتهم نتيجة الحج وبذلك تكون رحلات حجازية ، والبعض الآخر لطلب العلم وبذلك تكون رحلات علمية وكانت بعض هذه الرحلات مختصر و الآخر مطول وبعضها كتب شعر فصيحاً أو ملحوماً وبعضها نثراً مسجوعاً أو مرسلًا.²

وسوف نعرض بعضاً لأعمال لبعض العلماء الرحالة على سبيل المثال لا للحصر:

عبد الرحمن ابن خلدون:

لقد كتب ابن خلدون تاريخه بعد أن تنقل إلى البلاد الإسلامية بالأندلس و المغرب ، وعاش في بلاد سلاطينه المسلمين ، وتقلب في خدمة دواوينهم أواخر القرن الرابع

(1)- وفاء زكي إبراهيم: دور السياحة في التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ب ط، 2006، ص 92.

(2)- ابو القاسم سعد الله: تاريخ الجزائر الثقافي من القرن العاشر إلى الرابع عشر هجري، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، ب ط، 1981، ص 395.

عشر ميلادي و منهم محمد الخامس سلطان غرناطة عند مالك قشتالة المسيحية
وبهذا أشهد بنفسه أحوال الكثير من الدول عن كتب و لمس بيده عوامل التدهور
الناشبة إظهارها بين المسلمين و المسلمين، مما جعل على كتبه على وجه التعميم و
المقدمة على وجه التخصيص قيمة تاريخية فريدة، ثم وفد ابن خلدون لمصر سنة
1382م وكان انتهى من كتابه قبل ذلك لبضع سنين فأقام بالإسكندرية القاهرة اقامات
متقطعة و حج أكثر من مرة و درس بجامعة الأزهر، و المدرسة الفصيحة
وموضعها قرب جامع عمر، تولى منصب قاضي القضاة مالكية بمصر كما وافق
الحملة المملوكية
التي قادها السلطان فارح ابن برقوق سنة 1401م لدفع تيمور لنك عن دمشق كما
شارك في وفد المفاوضات للصالح بين الدولتين المملوكية و المغولية، كل هذه
التفاصيل تنبأ بأصناف التجارب التي مر بها ابن خلدون و أودعها في كتبه و التي
تدل على اتصاله الطويل بالكثير من العلماء و المؤرخين في مصر و الشام و غيرها
من البلاد، جعلت كل أعماله محط أنظار العديد من العلماء كأمثال أوغست كونت
الفرنسي، فيكو الايطالي، كاتلنه البلجيكي، و نجد أهم كتب ابن خلدون المقدمة، شرح
البردة، كتاب العبر، و المبتدأ والخبر¹ كما صاغ ابن خلدون قضية أسلوب تحسين
المعاش بوضوح نظري متناسق من خلال تجاربه في الحياة، حيث يشكل تاريخ ابن
خلدون واحدا من أهم التراث العربي الإسلامي توفي سنة 1406م بالقاهرة.

(1)- يسري عبد الغني عبد الله: معجم المؤرخين المسلمين حتى القرن الثاني الهجري، دار الكتاب العلمية، لبنان، ط1،
1991، ص 73.

ابن بطوطة:

هو محمد ابن عبد الله بن محمد بن إبراهيم الطنجي و لد عام 703 هجري في طنجة ببلاد مراكش وغادر وطنه 725 هجري وظل حوالي ثمانية و عشرين سنة في أسفاره ورحلاته المتعاقبة,وبدأت رحلة ابن بطوطة بمغادرة المغرب الأقصى إلى الأراضي الحجازية مارا بالجزائر و تونس و طرابلس ,تم وصل إلى الإسكندرية و عاش في دومياط ووصف القاهرة وسافر إلى البحر ساحل البحر الأحمر تم عاد إلى قسطاس و رحل عنها إلى فلسطين و لبنان و سوريا و غزة و بيت المقدس ,و انتقل إلى الشام و دمشق ووصف مسجدها الجامع ولقد عانى ابن بطوطة من النواحي الاقتصادية والاجتماعية,الثقافية و لا تفوته الإشارة إلى الطريف منها و انهى رحلته بالأراضي الحجازية حيث قام بأداء فريضة الحج وتحدث هناك عن عادات أهل الحجاز و أحوالهم الاجتماعية تم زار البصرة و الأردن و قام بوصف أحوالهم الاقتصادية و العلمية و طاف الرحالة ابن بطوطة في كثير من بلاد الأناضول ,فوصف أحوالها السياحية و العلمية و تحدث عن أحداثها و أثارها و عادات أهلها تم تولى منصب القضاء في دلهي سنة 734 هجري و أقام حوالي 8 سنوات وقام بوصف نباتاتها و حيواناتها وعادات و أحوال الهند, تم اتجه بعد ذلك إلى الصين ووصف

مراكبهم و طريقة بنائها تم غادر الى جزر المالديفو جزيرة سلان و ساحل الهند الشرقي و عاد إلى مدينة فاس و قام برحلته الثالثة إلى السودان الغربي منها إلى المالي و النيجر , و وصف ابن بطوطة أحوال السكان و عاداتهم البدائية هناك , و تمسكهم بالدين الإسلامي في تلك البلاد و لقد خلق لها وصفا صادقا للعصر الذي عاش فيه يجعلنا نشعر كأننا في زمانهم .

المرحلة الثانية:

أخذت السياحة في هذه المرحلة نموا سريعا نتيجة تطور الآلة , و تقدم وسائل المواصلات حيث ساعد ظهور البواخر و السيارات و السكك الحديدية على جعل السفر أكثر راحة و أمنا , و صحب ذلك تطور اجتماعي فقد ظهرت طبقة الحكام و رجل الدين و الإقطاعيين الذين ساعدتهم إمكاناتهم المادية و عدم تقيدهم بمواعيد وأوقات معينة على السفر طلبا للمتعة , و المغامرة و المعرفة و لقد تميز السفر بقلّة عدد المسافرين نسبيا آنذاك , و نتيجة ظهور الدول ذات النظم السياسية و الاقتصادية و الدينية المختلفة خضعت السياحة حينها لقيود و قواعد و قوانين كجوازات السفر في حين سعت العديد من الحكومات إلى توفير مختلف التسهيلات لإدراكها لأهمية السياحة في مختلف النواحي الإنسانية

المرحلة الثالثة:

أو ما تسمى بعصر الحديث لقد عمدت النظم الاجتماعية في العالم إلى تنظيم الحياة المعيشية , و توفير أسباب الحياة الكريمة و ذلك بتخفيض ساعات العمل و تطبيق نظام

الإجازات المدفوعة وبالتالي توجيه السفر والسياحة, ناهيك عن ظهور الطائرات وأيضاً تطور الطباعة, وطرق الاتصال المختلفة بالجمهير التي لعبت دورها في الإثارة والتشويق للاماكن البعيدة والأشياء الجديدة, وهكذا أصبحت طبقة العاملين ذي الدخل المحدود تشكل الجزء الأكبر من حركة السياحة العالمية, وشهدت هذه الفترة قيام العديد من المنظمات ومنها منظمة السياحة العالمية التابعة لهيئة الأمم المتحدة ومحور عنايتها الرئيسي هي السياحة الدولية.

المبحث الثاني: أنواع السياحة :

للسياحة أنواع مختلفة حيث يمكن تصنيف أنواع عديدة منها وفقاً لعدة أسس ولقد اجتهد المشتغلون بالسياحة في إطلاقاً لأسماء لأنواع السياحة وابتكروا العديد منها:

سياحة المؤتمرات:

وقد ازدادت أهمية هذا النوع من السياحة بعد الحرب العالمية الأولى حيث انتشرت ظاهرة عقد المؤتمرات الدولية للهيئات والمنظمات والأحلاف السياسية والاجتماعية نتيجة للتقدم الكبير بعد الحرب العالمية الثانية في نظم الاتصال والارتفاع المطرد في أهمية الحوار بين الدول والشعوب ببعضهم البعض وتطلب سياحة المؤتمرات وجوب تسهيلات وخدمات سياحية لقاءة للمؤتمرات بالإضافة إلى توفير مستوى مرتفع من الخبراء ومنظمي المؤتمرات بالإضافة إلى الترتيب الفورية والسكرتارية المدربة هذا من ناحية وتوفير الإقامة المناسبة والنقل والإمكانات السياحية من ناحية أخرى.

السياحة الرياضية:

تهدف السياحة الرياضية إلى إشباع رغبات السائحين في ممارسة رياضتهم المفضلة سواء عن طريق استغلال عناصر الطبيعة مثل الانزلاق على الماء أو التجديف أو صيد الأسماك والحيوانات البرية والغطس تحت الماء والتزحلق على الجليد أو تلك التي تتطلب إمكانات خاصة لممارستها مثل الجولف والفروسية والتخييم في الغابات والصحاري ورحلات

الصحاري ,تشمل السياحة الرياضية الاستمتاع ببعض المناسبات الرياضية العالمية كمناسبات كأس العالم لكرة القدم ,الندوات الاولمبية و الدورات الإقليمية و السمة الأساسية لهذا النوع من السياحة هو إقامة المهرجانات السياحية و الرياضية لاستقطاب اكبر عدد ممكن من السياح و الجمهور .

سياحة الحوافز:

تعد سياحة الحوافز إحدى أنماط السياحة التي برزت في الآونة الأخيرة وذلك لتشجيع و تحفيزهم على زيادة الإنتاج و تحقيق كفاءات إنتاجية عالمية و لذا تقوم الشركات بتقديم رحلات سياحية متميزة لهم و من أهم أسباب تقدم سياحة الحوافز هو أن دوافع الناس في تحقيق أحلام السفر إلى أماكن معينة خاصة و أن الرحلة تتفق و رغبة العاملين و بدل أقصى جهد للفوز بالرحلة خاصة بعد تطور السفر بالطائرات.

السياحة الدينية:

تقوم السياحة الدينية سواء كانت داخلية أو دولية على العاطفة الدينية و الرغبة في إشباع هذه العاطفة كما تشمل زيادة الآثار و المعالم الدينية كالمملكة العربية السعودية بالنسبة للمسلمين حيث أداء فريضة الحج أو لأداء العمرة و زيارة الحرم النبوي الشريف,وبالنسبة لايطاليا يزورها العديد من الأوروبيين الكاثوليك بغية التعرف على التراث الديني أو التبرك بالأماكن المقدسة ,و تنقية النفس و الوجدان و تعميق الصلة الروحانية فيها تعد هذه الأخيرة من أكثر مجالات الجذب السياحية بشكل دوري و مستديم , و عليه فالاهتمام بمناطق المظاهرات الدينية و تزويدها بتسهيلات السياحية المناسبة سوف يؤدي إلى زيادة حجم التعاقدات السياحية .

السياحة الاجتماعية:

حيث تقوم هذه السياحة بتشجيع أبناء الوطن المهاجرين إلى الخارج و أبنائهم المقيمين معهم للعودة إلى الوطن مرة أخرى , عن طريق السياحة لزيارة أقاربهم و عائلتهم و التعرف على أوجه التغيير التي حدثت في الوطن , و يطلق البعض على هذه السياحة سياحة الأصول

العرقية أو سياحة الجذور و من تم تهدف السياحة إلى تجديد الصلة بين السائح و أقاربه و تعميق الإحساس بالانتماء إلى أرض الوطن الأصلي .

سياحة الهوايات :

تمثل الهوايات الإنسانية مجالاً خصباً للسياحة، فكلما كانت الهواية منتشرة ولها جمهورها الذي لديه الإمكانيات المادية المناسبة كلما استطاعت شركات السياحة جذب عدد مناسب و إعداد برامج سياحية مناسبة، و ذلك لمشاهدة و زيارة المعارض أو حضور المزارات الدولية للتحف المختلفة.

سياحة المهرجانات و الحفلات و الأعياد:

تمثل مهرجانات إحدى و سائل الجذب السياحي و تقوم الدول بالإعلان و الدعاية لهذه المهرجانات , وتزودها بكافة عناصر التشويق و جذب السائحين من مختلف أنحاء العالم , و تمثل حفلات الموسيقى والغناء و عروض الأوبرا مناسبات سياحية مهمة سواء لسياحة العالمية أو المحلية .

السياحة العلاجية:

تتمثل في انتقال الأفراد للعلاج و قضاء فترة نقاهة بالمنتجعات الصحية , التي تتمتع بخصائص استشفائية و قد تقتضي هذه النقاهة فترة أطول و ترفع من قدرة الفرد في أدائه الطبيعي لوظائفه الجسدية و العقلية و الفكرية , و تنمي علاقاته الاجتماعية فحين يمارس الأنشطة التي تؤدي إلى تجديد حيوية الإنسان و انتعاشه خاصة مع توفر المياه المعدنية و الجو الصحي المستقر , إلى غير ذلك من الإمكانيات المتاحة لغرض العلاج و الارتياح

السياحة الثقافية:

تعد السياحة الثقافية احد أشكال السياحة التي يسعى إليها السائحون بهدف إشباع رغباتهم المعرفية و يعتمد هذا النوع على إقامة الندوات المعرفية الثقافية و كذا المعارف الخاصة بالكتب و المسابقات الثقافية خاصة مسابقات الشعر و القصة و مسابقات الأدب إلى غير ذلك

إلى غير ذلك لغرض الدعوة لتبادل الرأي و الحوار مما يمكن للسائح اكتساب الخبرة فمثلا الجزائر نجدها بلدها يزخر بالعديد من الآثار لمختلف الدول و الحضارات التي مرت عليها كالعهد الفينيقي الروماني و مختلف المدن و القلاع وشبكات الطرق التي تحقق لهم الاتصال السريع بين مختلف الحاميات العسكرية الرومانية كتمقاد و جميلة ناهيك في مختلف الدول كالدولة العثمانية و آثارها المتناثرة في مختلف بقاع الجزائر و منها إلى احتلال الفرنسي الذي أقام العديد من الميداني و الآثار التي تدل على استقراره في تملك و احتلال الجزائر

السياحة الموسمية:

وذلك حسب الموسم الطبيعي فنجد السياحة الشتوية وهي السياحة التي تحدث بين ديسمبر ومارس لسياحة الثلجية و الاستمتاع بدفء الشمس خاصة و انه يتزامن مع عطلة أعياد الميلاد و رأس السنة التي تصل إلى فترة الشهر في النصف الثاني من ديسمبر و النصف الأول من يناير أما السياحة الصيفية و هي التي تحدث في فصل الصيف و من أشهر المناطق العالمية في هذا المجال نجد حوض البحر الأبيض المتوسط و يستحوذ هذا النوع من السياحة النصب الكبير من السياحة العالمية و ذلك بالاستجمام بالبحر خاصة و انه يتزامن و العطل و الإجازات بالبحر خاصة ناهيك من طول ساعات النهار في هذا الموسم و يرافق هذا النمط السياحي اختناقات مرورية و زحف كبير على وسائل النقل و الإيواء و كنتيجة لذلك ترتفع أسعار الخدمات السياحية.

سياحة المزارع:

مند زمن بعيد و المناطق البكر بما تحمله من هدوء و مغريات خلافة تحفز العديد من الأفراد لزيارتها و الاستمتاع بها إلا انه في زيادة الضغوط على إنسان هذا العصر ظهر اتجاه جديد نحو تقديم المزارع بعض الدول الأجنبية لخدمات الضيافة لزائريها و لا تقتصر الاستضافة على مجرد الإقامة في المزارع بل يصاحب ذلك تقديم العديد من الأنشطة الثقافية و الترفيهية مما تحقق نوعا من الاستجمام و الراحة و راحة الأعصاب .

المبحث الثالث: أهمية السياحة:

تعتبر السياحة قطاع هام غير منفصل عن القطاعات الأخرى تتجلى أهميته في مختلف المجالات و النواحي فمن الناحية الاقتصادية تعد السياحة مصدر للدخل بالعملات الحرة وذلك من خلال بيع الخدمات السياحية و السلع المتعلقة بها بالإضافة إلى زيادة توفير فرص العمل وتوسيع قاعدة الأجور و الإرباح ناهيك عن تحسين المعيشة أما من الناحية الاجتماعية تساهم في التعرف على الثقافات و العادات المتنوعة و يتم ذلك من خلال الاحتكاك المباشر و الاتصال و التعامل مع السائحين مما يؤدي إلى اكتساب الكثير من الخبرات و القيم النبيلة في الحياة مما يساعدهم على الانفتاح على العالم الخارجي كما تساعد السياحة في تنمية الشعور بالقوموية خاصة منها السياحة المحلية و منها السياحة المحلية و منها الى زيادة الوعي و الإدراك لشخصية كل منهم و كعادتهم بالإضافة إلى تقدير و الإعجاب و الاحترام أما الناحية السياسية حيث تعد السياحة أسلوبا دائما و مستمرا لنقل المهارات الخاصة لمختلف الثقافات العالمية و بالتالي يبرز دورها كركيزة سلام و تبادل حضاري ينشئ نوع من التقارب و التآلق و من شأن هذا أن تضع الصورة الذهنية الصحيحة ذات الانطباع الحسن عن البلد المضيف و بالتالي توثيق الروابط السياسية بين القيادات في شتى الأقطار مما يعمل على توحيد المواقف في مواجهة القضايا السياسية الدولية المشتركة و يتم البعد عن الهامشية و اللامبالاة و السلبية و يسهم الفرد في صنع القرار لصالحه و لصالح مجتمعه بنشر السلام و التقلب على الصراعات و التوترات الاجتماعية و الاضطرابات السياسية خاصة و ان نجد ان الاستقرار السياسي يؤثر على السياحة كالحرب مثلا , فنجد على سبيل المثال تونس حيث أعلنت وزيرة السياحة التونسية أن هناك انخفاض لعدد السياح الأجانب في تونس بنسبة بلغت 13,2% لسنة 2014 وانخفض عددهم من 6,27 مليون سنة 2013 الى 6,07 مليون سنة 2014 وأن العديد من السياح الأوروبيين خاصة الفرنسيين منهم قد ألفوا حجوزاتهم نحو تونس في أعقاب الهجمات التي ضربت مقر مجلة شارلي ايبودو بفرنسا و عليه نستنتج أن قطاع السياحة قطاع حساس لا بد من توفر العديد من الشروط لتنميته و المناخ الديمقراطي بمثابة العمود الفقري لهذه الأخيرة من الناحية الثقافية تحقق نوعا من الاتصال و التواصل و كرمه و حسن استقباله و التعرف على مختلف الثقافات و في مختلف المجالات.

المبحث الأول :

مفهوم الثقافة السياحية:

هي امتلاك الفرد لقدر من المعارف و المعلومات و المفاهيم و المهارات و الاتجاهات و القيم التي تمثل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سياحيا رشيدا نحو كل المظاهر السياحية و كذلك العمليات اللازمة للتخطيط و التنظيم و التعامل مع الاماكن السياحية و المؤسسات و السائح فهي بذلك تشكل عملية متكاملة معرفيا و وجدانيا و مهاراتيافهي تشكل فهي تشكل القوام لشخصية الأفراد التي سيحلونها طوال حياتهم خاصة و أنها تتكون من الجانب المعنوي الفكري و الجانب و يكتسب هذه الثقافة من خلال اعتباره أو بصفته عضو في المجتمع و هي بذلك تميز الجماعات الإنسانية واحدة عن الأخرى في مختلف بقاع الأرض.

المبحث الثاني:

مبادئ الثقافة السياحية :

- تعد السياحية عملية متكاملة على الدولة و مؤسساتها أن يهتموا بهذه الثقافة
- مشاركة الهيئات و المؤسسات في تنفيذ برامج الثقافة السياحية
- إقامة خطط مستقبلية خاصة ببرامج التنمية الشاملة للثقافية السياحية لدفع عجلة التنمية
- الثقافة السياحية تهتم بالجوانب الثقافية و الاجتماعية للمجتمع
- اشترك أفراد المجتمع و المثقفين في إعداد برامج لتنمية الثقافة السياحية

المبحث الثالث:

أهمية الثقافة السياحية:

تكمن أهمية الثقافة السياحية في ما يلي

فهم و تنمية التراث:

إن الذاكرة التاريخية لأي دولة هي تراثها الحضاري و التي تعمل الثقافة السياحية على تنميته و المحافظة عليه و استقلاله بطريقة أفضل و زيادة الوعي لدى المجتمع .

عالمية الثقافة السياحية:

صارت الثقافة السياحية تقدم المعلومات و المفاهيم و المهارات و الاتجاهات لجميع أفراد المجتمع محليا أو دوليا وذلك من خلال ما أصبح اليوم يسمى بظاهرة العولمة

احتياج المجتمع للتغيير:

إن المجتمع في حاجة ضرورية للتغيير في أنماط العلاقات الاجتماعية و التي لا يمكن ان تحدث إلا من خلال الجوانب الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية .

ضرورة الثقافة السياحية للتنمية:

تعمل على إحلالقيم و تقاليد جديدة تتماشى مع البيئة المحيطة و مشاركة الجماهير في إعداد البرامج التنموية للثقافة السياحية.

المبحث الأول:

مفهوم الإعلام السياحي :

أول من استخدم المصطلح هو المقدادي 1982 إلا انه لم يضع تعريفا محددًا له إلا أن بعض الباحثين حاولوا إعطاء تعريفا يصف ملامحه منهم نوفل الذي عرفه أنه كافة الجهود الإعلامية الموضوعية وغير الشخصية المبذولة من الجهات الرسمية أو غير الرسمية لتحسين صورة السياحة و الداعية إلباعداد و نقل الرسالة أو مجموعة من الرسائل بهدف خلق وعي سياحي أو تنمية الصورة السياحية لدولة أو منطقة ما لدى أسواق و جماهير معينة باستخدام الرسائل الإعلامية بغرض جذب اهتمام السائحين المرتقبين في تلك الأسواق سواء داخل البلاد أو خارجها و دفعهم إلى ممارسة النشاط السياحي

وتعرفه و فاء على انه مجموعة أوجه النشاط التي تقوم به المؤسسات الإعلامية لتكوين قاعدة معرفية سياحية لدى الجمهور للتأثير في اتجاهاته وأفكاره و من ثم التأثير في سلوكياته نحو السياحة لاجتذاب أكبر عدد ممكن من السياح من داخل البلاد و خارجها عن طريق وسائل الإعلام المختلفة سواء داخلها أو خارجها .

ويعرفه محمد منير على انه :تلك الأنشطة الاتصالية التي تتوافق مع طبيعة السوق السياحي كالدعاية و الإعلام و العلاقات العامة و البيع الشخصي و الوسائل الإعلامية و الأنماط الاتصالية التي تهني إقامة جسور من العلاقات المتبادلة بين الأجهزة و الهيئات و الشركات السياحية و بين المواطنين داخل الدولة لتنمية الوعي السياحي لديهم.

كما يعرفه على أنه أحد أشكال الإعلام المتخصص يشمل كافة أوجه النشاط الاتصالية المخططة المستمرة التي يمارسها إعلاميون متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الأخبار و الحقائق و المعلومات السليمة عن القضايا و الموضوعات و المشكلات المتعلقة بالسياحة خاصة و أن الإعلام السياحي يمارسه إعلاميون متخصصون في معالجة قضايا السياحة و شؤونها عبر وسائل الإعلام المختلفة .

المبحث الثاني :وظائف الاعلام السياحي:

الأخبار أو الإعلام:

والأخبار بصورة عامة يعني وفقا لرؤية هارولد لا زويل: تزويد الناس بالمعلومات و البيانات الدقيقة و الموضوعية عن الأحداث و الأفكار و القضايا و الظواهر و المشكلات الراهنة في المجتمع بشكل يساعدهم على تكوين مواقف محددة تجاه ما يحدث في مجتمعهم و في عالمهم .

وفي مجال الإعلام السياحي يعني تنمية و تزويد الجمهور بالأخبار الداخلية و الخارجية و الأنشطة المختلفة التي تنمي معرفة المواطنين و تساعدهم على الوعي السياحي لديهم مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم و يعملون على تقديمه في أفضل صورة تجذب السياح من مختلف جهات العالم , و تحثهم على المحافظة على المعالم الأثرية و عدم تشويه الآثار كما تعني وظيفة الأخبار أو الإعلام تزويد الأجانب بالمعلومات من الإمكانيات المتاحة لبلد ما أو منطقة ما.

التفسير:

ويعني تزويد الجمهور سواء الداخلي أو الخارجي بخلفيات و تفاصيل الأحداث و القضايا و المشكلات السياحية الراهنة و شرح جداول التنمية السياحية و على أن تقدم هذه المعلومات بطريقة مبسطة و خالية من التفاصيل العملية و بلغة سهلة و مسيرة و بطريقة توظف الجمهور و تثير انتباهه و تهئ ذهنه للمشاركة في مناقشتها و لهذا يعتمد الإعلام السياحي في تفسيره للأحداث و المشكلات على الرأي المدعم بالدليل و البرهان و الحقائق و الأرقام و يتجنب الألفاظ الضخمة الرنانة .

التثقيف و التعليم :

فالإعلام من أهم وسائل التثقيف لما له من قدرة على التأثير في حياة الناس و طرق معيشتهم و عن طريق بث الأفكار و القيم و المفاهيم و القيم و المعتقدات و المعلومات يمكن أن تتم عملية التوجيه السياحية و وضع الحلول لها من خلال أشكال الاتصال المختلفة

الإقناع:

و هو جهد اتصالي إعلامي مخطط و مدروسو مستمر للتأثير في الآخرين و تعديل معتقداتهم و قيمهم و ميولهم من خلال الاستخدام المتعدد لوسائل الإعلام و ذلك لدفع الجماهير إلى موقف ايجابي و فعال للسياحة و تحسين الصورة الذهنية للسياحة لدى الجماهير في كافة القطاعات و تدعيم الاعتقاد و بأهميتها الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية و تأكيد مدى الاستفادة المحققة من ازدهار السياحة و من ناحية اخرى فان تحقيق الاقتناع يعد من أهم الوظائف.

نشر الثقافة:-

عن طريق عرض مجموعات القيم و المفاهيم و المعتقدات و أساليب الحياة المختلفة للجمهور سواء كانت محلية أو عالمية و السياحة في حقيقتها كظاهرة حضارية تعد أهم وسائل الاتصال الثقافي بين الأمم و الشعوب و هذا ما تجلى في قوله عز و جل :

{يا أيها الناس إن خلقناكم من ذكر و أنثى و جعلناكم شعوبا و قبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله اتقاكم }

وقوله تعالى :{أفلم يسيروا في الأرض فتكون لهم قلوب يعقلون بها أو أذان يسمعون بها فأنها لا تعمي الأبصار و لكن تعمي القلوب التي في الصدور}

خدمة السياسة القومية السياحية :

وذلك بفتح صفحات الجرائد و قنوات التلفزيون و الإذاعات لعرض القضايا و المشكلات و مناقشتها و تشجيع مشاركة المواطنين فضلا عن تغطية الشؤون السياحية الدولية بشكل موضوعي.

التسويق و الأعلام:-

يعد الإعلام من أهم الوسائل التي تلجأ إليها المؤسسات و الشركات و الهيئات السياحية لإعلان عن البرامج و السياسات السياحية و الإعلانات لتغطية الموضوعات السياحية ليفيد الجمهور بالمعلومات كما يعتبر مصدر التمويل لوسائل الإعلامية

الترفيه :

يعد أهم الأهداف الأساسية للوسيلة الإعلامية يمكن من خلالها الفرد في مواجهة أعباد الحياة بحيث تمكن الشخص من رؤية و سماع الشخصيات و مختلف التجارب و الخبرات فترسخ في الأذهان لتشكل فيما بعد عملية للتغيير و التحول الاجتماعي

المبحث الثالث:

استراتيجيات الإعلام السياحي:

إن الاستراتيجيات تعني تحديد الهدف العام الأسمى الأعلى لشركة السياحة و عليه يمكن استخلاص أهم أنواع استراتيجيات الإعلام السياحي فيما يلي :

1-استراتيجيات الإعلام السياحي:

وفقا للزمن :ويقسمها الدكتور محمود علم الدين إلى نوعين :

أ- إستراتيجية طويلة المدى:تهدفإلىالوعي السياحي لدى المواطن من خلال حملات إعلامية توجه إلى قطاعات مختلفة من الجمهور عبر فترات زمنية مختلفة كالكتب مثلا

ب- إستراتيجية قصيرة المدى:ترتكز على تدعيمالاتجاهات الايجابية الراهنة لدى المجتمع وتغيير الاتجاهات السلبية التي قد يعتنقها البعض نتيجة لبعض الكتابات الصحفية

2-استراتيجيات الإعلام السياحيوفقا للنطاق: الذي تشمله الخطة :ونجد فيها الاتي:

أ-استراتيجيات الحملات الإعلامية المكثفة: حيث تستخدم السياحة هذه الإستراتيجية في حملاتها المختلفة و بصفة خاصة الحملات الإعلامية حيث تقوم بالتقاعد على شراء مساحات و أوقات إعلانية في وسائل الإعلام المختلفة تخاطب في ذلك كل الفئات و الطبقات في المجتمع

ب-إستراتيجية الحملات المتقطعة أو الجزئية: حيث يتم اختيار أوقات متباعدة عادة ترتبط بالموسم السياحي و يكون الإعلان عن البرامج السياحية المميزة التي تحتوي على عناصر جذب خاصة بحيث يكون السياح منقسمين إلى فئات و كل فئة لهرسالتها الموجهة إليها و ذلك لضمان التأثير الفعال في كل فئة و الحصول على تعاقداتهم على البرامج بالشكل الذييتناسب و رغباتهم و قدراتهم و أذواقهم.

ج-إستراتيجية الحملات الإعلامية المترابطة:

تقوم على أساس مجموعة من الأفكار و تعمل كل منها على تحقيق هدف جزئي من الحملة الإعلامية و بالتالي تكون كل الموضوعات جميعا مترابطة في المعنى و تصل إلى تحقيق الهدف النهائي

3- إستراتيجية الأعلام السياحي وفقا للغرض : ونجد فيها ما يلي :

أ- إستراتيجية التوقيت:

تعتمد على اختيار الوقت المناسب لتوجيه الحملة الإعلامية كاختيار موسم الحج و موسم العمرة أو رمضان لترويج البرامج السياحية الدينية وهكذا بالنسبة للأنشطة الإعلامية عن البرامج السياحية بمناسبة بدأ الألفية الجديدة أو بمناسبة احتفالات رأس السنة و غيرها من الأعياد الوطنية منها و المحلية و العالمية.

ب- إستراتيجية التركيز :

تستخدم في أوقات الأزمات و المرافق الطارئة كأحداث الإرهاب و انتشار الأمراض المعدية إذ تقتضي تحركا سريعا عن مسؤولي الشركات السياحية لتوصيل الرسالة الإعلامية إلى كل أفراد الجمهور مما يساعد على مواجهة الشائعات أو على توضيح الحقائق بالنسبة للظروف الطارئة لمنع تأثيرها على السياح .

ج- إستراتيجية الارتباط والاقتران :

تظهر هذه في شكل خطابات أو رسائل أو مقالات من مختلف الشخصيات المشهورة والتي تصدر في مختلف الوسائل الإعلامية الأمر الذي يترك انطباعا لدى المستمع أو المشاهد فيعتمد إلى التجربة بنفسه أو يتعاقد على برنامج الزيارة للحصول على المتعة التي حصلت عليها الشخصية المشهورة.

المراجع :

الكتب

1. أحمد بن مرسلي،مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،ط3،2007
2. أبو القاسم سعد الله،تاريخ الجزائر الثقافي من القرن العاشر إلى الرابع عشر هجري ،الشركة الوطنية للنشر و التوزيع،الجزائر،ب ط،1401هـ-1981م
3. الطاهر عبد الله،نظرية الثورة من ابن خلدون الى ماركس ،المؤسسة العربية للدراسات و النشر،بيروت،ط1،1979
4. بشير العلاق ،نظريات الاتصال،دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع،الأردن،بدون طبعة، 2010
5. جمال العيفة ، مؤسسات الإعلام و الاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر بدون طبعة،2010
6. رشيد زرواتي،تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ،ديوان المطبوعات الجامعية،قسنطينة،ط3،2008
7. زهير عدنان،الصحافة المكتوبة في الجزائر ،ديوان المطبوعات الجامعية بدون طبعة،2012
8. صالح فرкос ،تاريخ الجزائر الثقافي من ما قبل التاريخ إلى غاية الاستقلال،دار العلوم للنشر و التوزيع ،عنابة ،بدون طبعة 2005
9. عامر بوحوش ،محمد محمود الذنبيات،مناهج البحث العلمي و طرق اعداد البحوث ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر،ط6،2011
10. عامر مصباح،منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،ط2،2010
11. عبد الرحمان محمد العيساوي ،دراسات في علم النفس ،دار المعرفة الأزاريطة بدون طبعة،2002
12. عدنان عرض ،مناهج البحث العلمي ،الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات ،مصر ،،بدون طبعة،2008-2009
13. فاروق أحمد مصطفى ،التنمية المستدامة و السياحة ،الاسكندرية ،بدون طبعة،2011
14. فتحي محمد الشرقاوي،مبادئ علم السياحة ،الإسكندرية ،،بدون طبعة،2006
15. فؤاد أحمد الساري،وسائل الإعلام ،النشأة و التطور ،دار أسامة للنشر و التوزيع،الأردن،ط1،2011

16. كامل خورشيد مراد، الإتصال الجماهيري و الإعلام، دار المسير للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2011
17. محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتاب، القاهرة، ط3
18. محمد عبد الفتاح أحمد، طابع عبد اللطيف طه، الجغرافيا السياحية، دار الوفاء الدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، ط1، 2007
19. محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 2002
20. محمد الصرفي، السياحة و البيئة، دار الفكر الجامعي، الاسندرية، ط1، 2007
21. نورالدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية و البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، ط2، 2009
22. هباس بن رجاء العربي، سعود السيف السهلي، الاعلام السياحي مفاهيمه و تطبيقاته دار أسامة للنشر و التوزيع، الاردن، ط1، 2011
23. هناء حامد الزهران، الثقافة السياحية و برامج تنميتها، عالم الكتاب، القاهرة ط1، 2004
24. وفاء زكي ابراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، بدون طبعة، 2006
- القواميس و معاجم:**
25. اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة، دار الثقافة للنشر القاهرة، ط1، 2004
26. عدنان ابو مصلح، معجم علم الاجتماع، دار أسامة المشرق الثقافي للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2026
27. محمد جمال الغار، المعجم الاعلامي، دار أسامة المشرق الثقافي للنشر و التوزيع الاردن، بدون طبعة، 2010
28. محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة ط1، 2004
29. معن خليل العمر، معجم علم الاجتماع المعاصر، دار الشروق للنشر و التوزيع عمان، ط1، 2006
30. يسري عبد الغني عبد الله، معجم المؤرخين المسلمين حتى القرن الثاني عشر هجري دار الكتاب العلمية، لبنان، ط1، 1991
31. انطوان نعمة واخرون، المعجم في اللغة العربية، دار المشرق، بيروت، 2000

الجراند:

32. جريدة النهار ،صفحة الحدث،عبد الرحمان سالمى 2015/01/24

الدراسات السابقة :

33. العربي أمينة ،عامر عامر عائشة ،دور الإعلام في ترويج المنتج السياحي ،غليزان نموذجاً ،2011.
34. بن داني شريف ، دور الإعلام في تنمية الخدمات السياحية ،مستغانم نموذجاً ،2013.

تمهيد

تسعى المؤسسات الإعلامية باختلاف أنواعها الى كسب اكبر قدر ممكن من الجماهير، مما يضمن لها البقاء و الاستمرارية نفسها نفس الاشهار الذي يحقق لها الارباح و التشهير لها و التلفزيون الجزائري باعتباره احد الوسائل الاعلامية الفاعلة في الوسط الاسري و المجتمع ككل، هو الاخير له ايضا صدى من طرف مشاهديها او حتى غير المشاهدين بعرض مختلف برامج و حصصه التي يقوم عليها في اداء دوره و عليه حاولنا ان نستعرض اهم ادواره في نشر الثقافة السياحية.

بطاقة فنية عن التلفزيون الجزائري :

استقلت الجزائر في 5 جويلية 1962 ، و في 28 اكتوبر كان لابد من السلطة لن تهتم بهذه الوسيلة الاعلامية، و الاعتماد على نفسها و على ابنائها داعية كل الاطارات الوطنية التي سبق لها العمل في مجال الاتصال في صفوف جيش التحرير الى تسلم التلفزة ، حيث باشر هؤلاء بالقسط القليل من التجربة التي اكتسبوها من عملهم الى جانب الفرنسيين في اداء عملهم و تواصل البث دون اي انقطاع و اصبح المقدم يقول هنا تلفزيون الجزائر ، و في نفس اليوم تمكن الجزائريون من متابعة نشرة الثامنة تحت راية الاستقلال ، الحرية و رغم الظروف الصعبة و قلة الكفاءات و ضعف القدرات المالية ، فقد كان التحدي كبير جدا امام السلطة الجزائرية التي ادركت و بصفة واضحة الدور الاستراتيجي لهذه الوسيلة و الى ضرورة تكيفها في الجزائر المستقلة ، حيث عملت النافذة الجزائرية على جراءة التنظيمات الداخلية و تجديد هياكل التلفزيون الإدارية ، بحيث كان عليها أن ترسي قواعد و أرضيات لمنطق جديد يحقق تحولا ذهنيا و ابتداء من 1970 حرص التلفزيون الجزائري على الاعتماد على نفسه في مجال تكوين وظائفه و بحق شهدت هذه السنة تخرج أول دفعة من التقنيين و الفنيين ، الحصريين سرعان ما تلتها دفعات أخرى في تخصصات أخرى¹.

أما التلفزة فإنها لم تبدأ في البث في الجزائر إلا في سنة 1956 و كانت ضعيفة جدا لها محطة إرسال توجد برأس تمنفوت على بعد 20 كلم من مدينة الجزائر ، و لم تتطور التلفزة في الجزائر إلا بعد الإستقلال حيث عملت الحكومة على اقتناء هذا الجهاز بتخفيض أسعاره رغم أنه كان مستوردا إلا انه قل وجوده في السوق في سنة 1980 أصبحت الجائر تنتج هذا الجهاز وصولا إلى ما عليه الآن².

1-نور الدين تواتي ,الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر , دار الخلدنيةط,2,2009ص107

2-زهير احداذن,الصحافة المكتوبة في الجزائر ,ديوان المطبوعات الجامعية 2012ص142

أهم برامج التلفزيون الجزائري :

- صباح الخير
- حصة بيناتنا
- رسوم متحركة
- حصة إشارات المرور
- حصة ألعاب تقدر تربح
- حصة مؤشرات مالية
- حصة محلى ذي العشية
- برنامج فتاوى على الهوى
- صياد و الغاز
- حصة الأطفال ساهلة ماهرة
- نشرة الأخبار الأمازيغية و العربية
- حصة ألعاب فاميلتنا
- حصة أبحار
- حصة في دائرة الضوء
- برنامج من واقعنا
- حصة فرسان القرآن

بالإضافة إلى المسلسلات و نحن كما يعلم الجميع هناك سلسلة واضحة لمسلسلات المعروضة على التلفزيون الجزائري بداية من الأفلام المصرية فالسورية إلى المكسيكية فالصينية فالهندية وصولا إلى المسلسلات التركية التي اكتسحت السوق العالمي بكثرة في الآونة الأخيرة ، و التلفزيون الجزائري كان من السابقين الى عرض هذه الأخير و إدراجها ضمن برامجه المختلفة .

تحليل المقابلات :

- تحليل المحور الثاني :

يحضى التلفزيون الجزائري بمتابعة قليلة حسب إجابة أغلب المبحوثين فكانت جل الإجابات المبحوثين الذين بلغ عددهم 13 أن متابعتهم للتلفزيون الجزائري تكون بشكل فترات قليلة ومتواترة من حين لآخر هذا فيما يخص السؤال الأول و اجابته المتعددة ماعدا المبحوث رقم 07 الذي صرح بكامل العبارة "أنا منتبش التلفزيون الجزائري لخطرش يتيم من كل شيء".

أما بالنسبة لأجوبة السؤال الثاني, المتعلق إن كانت هناك برامج سياحية يعرضها التلفزيون الجزائري، و هل تم الإستفادة منها في تنمية الثقافة السياحية، و نشرها فكانت جل الإجابات بنعم و راحوا يعبرون عن مختلف البرامج, فمثلا المبحوث

رقم 02 قال بأن التلفزيون الجزائري كان يعرض لنا عدة مناطق بكل صدق و كل ما هو جميل و ساحر عن البلد الجزائري, وذكر في هذا الصدد برنامج صيف بلادنا من تقديم صهيب، و يذهب معها في الرأي المبحوثة رقم 06, و تقول بأن "صح توجد برامج و تذكر الواحدة تلو الأخرى حيث هناك برامج يتم عرضها فيه البلد بأكمله بعباداته و تقاليد و أهم ما يشتهر به. و برامج أخرى يتم فيه ذكر مختلف البطولات الي قادها الشهداء بعدة أماكن بالجزائر, و منها عرض المنطقة و التعريف بها التي تشكل مسكن هذا الشهيد كأمثال العربي بن مهيدي، سيدي لخضر بن مخلوف، و آخرون، و أضافت المبحوثة رقم 06 أن هناك حصة مساء الخير و التي تعرض على الساعة الثالثة مساء حيث يتم فيها التعريف بعبادات و تقاليد من ألبسة و طعام للشعوب, كالشعب الصحراوي في تيميمون و غيرها من اللوحات الرملية التي تكسبني ثقافة سياحية عن المنطقة و الاتجاه نفسه تؤكد المبحوثة رقم 13 بأنني تتابع التلفزيون الجزائري و مختلف برامجها و هناك برامج تعرض كل يوم ولاية للتعريف بها و قد اكتسبت ثقافة سياحية.

أما فيما يخص وجهة نظر تجاه برامج التلفزيون الجزائري فقد كانت الإتجاهات و الآراء متباينة و مختلفة من مبحوث لآخر حيث تري المبحوثة رقم 05 بأن هناك برامج جيدة نوعا ما , غير أنه ينقصه الكثير , بحيث تكمل المبحوثة رقم 06 بحيث ينقصه الكثير سواء من حيث التطور الإعلامي من جهة و الترتيب, البرمجة من جهة أخرى, حيث نجد هناك عدة برامج معادة و مكررة , كالرسوم المتحركة, المسلسلات, ومكانش فيه جديد و أغلب برامج سياسية.

هذا عن أجوبة السؤال الثالث و السؤال الرابع و الذي يتعلق أساسا بأهم الأنواع السياحية التي اكتسبتها و تعرفت عليها من خلال التلفزيون الجزائري فتباينت الإجابات هي الأخرى و يبقى المبحوث رقم 07 و المبحوث رقم 01 متمسكين برأيهما بأنهما لم يكتسبا أي ثقافة سياحية أو نوع سياحي من التلفزيون الجزائري و هذا على حسب قولهما أننا لا نشاهد أصلا عدا المبحوث رقم 04 فذكر أن هناك عدة أنواع سياحية اكتسبتها من خلال متابعتي للتلفزيون الجزائري كالتي تلك تتحدث في التراث و التاريخ في الجزائر, و يقصد هنا السياحة الثقافية ناهيك عن السياحة الترفيهية سواء تعلق الأمر بالشواطئ و البحار التي بها البلاد و الحمامات المعدنية الموجودة في مختلف المناطق الجزائرية أي السياحة العلاجية.

الاستنتاج :

يعد التلفزيون الجزائري من أحد أهم الوسائل الإعلامية الموجودة في الجزائر غير أنه و مع مرور الوقت و تطور التكنولوجيا تراجعت هذه الأخيرة عن منصبها الأساسي, فأزاحت نوعا ما عن مركزها الذي كانت تتمتع بها بين أبناء الوطن, غير أن هذا لم يشكل لها خطر فرغم ظهور القنوات المتعددة و الجزائر المتخصصة و الإذاعات في مختلف ولايات الوطن , إلا أن هذه الأخيرة سعت بكل قواها لتحافظ على مكانتها و كسب مشاهديها من جديد و عليه يمكن القول بأنه لا زال التلفزيون الجزائري يحظى ببعض المشاهدة من خلال ما قمنا به من مقابلات و استجواب للآراء و الإتجاهات لمختلف المبحوثين لكن في

الأخير استطاع ان يغرس ثقافة سياحية لدى مشاهديه بحيث لم أجد مبحوث يتابع التلفزيون الجزائري ان قل تتابعه له الا ان هذا لا يمنع من تشكيل و كسب لديه ثقافة سياحية سواء من المعارف او الخبرات او القيم او ما شابه ذلك غير ان هؤلاء المبحوثين التمسست معهم من خلال اجراء محاورات معهم و مقابلات لهم هناك بعض النفور و الاستياء لبعض برامج التلفزيون الجزائري كالبرامج القديمة التي يتم اعاتها كم لو انه متعطش الى معرفة الجديد و تفسير كل ما هو قديم , وما نخلص اليه في الاخير انه ثبتت و صدقت فرضيتنا الاولى بان التلفزيون الجزائري يساهم في نشر الثقافة السياحية غير ان هذه المساهمة تتوقف على حسب المشاهدة .

تحليل المحور الثالث :

- لقد اختلفت الاجابات فيما يخص اهم الوسائل الاعلامية الاخرى التي يجدها المتلقي في الاسر الجزائري اكثر غرسا للثقافة السياحية غير ان هذه الاجابات و ان اختلفت الا انها توحدت في وسيلة ما او اكثر ، فالمبحوث رقم 07 يعبر على انه:"انا اعتمد فقط على الانترنت لمعرفة اي جديد من مختلف النواحي الاقتصادية ، الاجتماعية ، الثقافية ، الاستهلاكية و حتى السياحية منها " ، فحين ترى المبحوثة رقم 02 أن الجرائد تساعدني بشكل قليل في ثقافة سياحية لدي ، أما المبحوثة رقم 06 فقد عبرت على انه الإذاعة تشكل لي النصيب الأسد في غرس الثقافة السياحية لأنها و ببساطة تعبر عن المكان او المنطقة بشكل كبير و بلغة سهلة و بسيطة.

- أما فيما يخص أهم التعليقات على الوسائل الإعلامية التي لا تولي أهمية للثقافة السياحية و نشرها فقد تباينت هي الأخرى حيث عبرت المبحوثة رقم 05 أنه ليس بالضرورة للوسائل الإعلامية أن تولي أهمية للثقافة السياحية باعتبار 2 أنها حرة و لديها الحرية المطلقة في اختيار برامجها كما تشاء ، أما المبحوثة رقم 08 فقد ذهبت عكس ذلك و اعتبرت أن الوسائل الاعلامية التي لا تولي أهمية للثقافة السياحية لا تتطور، و يذهب معها في الرأي المبحوث رقم 04 بضرورة ايجاد فضاء أو ركن خاص لكل وسيلة إعلامية مهما كان نوعها سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة للتعريف بالثقافة السياحية ، و تؤكد رؤية في ذلك المبحوثة رقم 02: بأن السياحة تجلب الناس لذا فعلى الوسائل الإعلامية مراعات هذه الأخيرة، في حين رأت المبحوثة رقم 06 بأن السياحة تشكل مدخولا معتبرا لمختلف الدول فعلى الوسائل الإعلامية عرض برامج من أجل التشهير بمناطقها.

- هذا أما إن كانت الوسائل الإعلامية تشكل حافز بالقيام بالرحلات السياحية فقد تعددت الآراء بحيث ترى المبحوثة رقم 02 بأنها قامت برحلة سياحية بناء على مشاهدتها لمنطقة ما في احدى الوسائل الاعلامية و ذهب معها في الرأي جل المبحوثين أما إن كان المكان كما قد وصفته الوسيلة الاعلامية و نقلتها فقد

تباينت في الاخرى الاجابات فقد صرح المبحوث رقم 07 انه قام يوما برحلة سياحية يوما الى فرنسا لكنه لم يتوقع ان المكان كما قد تصوره من خلال الوسيلة الاعلامية بحيث كان ما شاهده في الوسيلة الاعلامية و بين ما عايشه فرق صارخ و كبير أما إجابات المبحوثين الآخرين فكانت إجابتهم كلها بالإيجاب.

الاستنتاج:

تشكل الوسائل الاعلامية احدى اهم الوسائل المهمة في المجتمع على نقل مواضيعه و حوادثه و تغيراته و اضطراباته و من جهة اخرى تعمل على تعديله و بناءه و تفسيره الى الاحسن و نقصد هنا المجتمع لكن لا يمكن الجزم بهذا في كل الاوقات ،هذا ما جعلنا ان نصبو الى معرفة الحقيقة و تفسيرها من خلال إجراء دراستنا هذه حيث تلعب الوسائل الإعلامية بمختلف انواعها سواء الاذاعة او الجرائد او المجلات او الانترنت دورها هام في نقل و تبليغ أهم ما يتعلق بالثقافة السياحية غير أن الجرائد كانت من اقل الوسائل في نشر الثقافة السياحية حسب إجابات اغلب المبحوثين،ناهيك عما وفرته القنوات الخاصة و الفضائية في نشر الثقافة السياحية،حيث تشكل الوسائل الإعلامية احدى اهم الحوافز للقيام بالرحلات السياحية حيث تغرس عنصر التشويق لدى المتلقي، اما عن مصداقيتها في نقل و التعريف بالمناطق فهذا يتوقف على الوسيلة من جهة و علاقتها بالمشاهد من جهة اخرى هذا ما يثبت لنا صدق الفرضية الثانية بأن التلفزيون الجزائري وحده غير كافي لنشر ثقافة سياحية.

تحليل المحور الرابع :

- ان اجابات السؤال الاول الخاص بالمحور الرابع كانت متعددة بحيث عبرت المبحوثة رقم 09 بأن الوسائل الاعلامية ليست هي الوحيدة التي اعتمدها في تنمية ثقافتها السياحية حيث هناك عدة طرق أخرى كالأسرة و المرشدين السياحيين بمختلف الوكالات السياحية للسياحة و الاسعار و الرأي نفسه ذهبت إليه المبحوثة رقم 02 بأن السفر يشكل لها فرصة كبيرة في التعريف بالمنطقة و مشاهدتها عن قرب أما المبحوثة رقم 10 فقد رأت بان حضورها المؤتمرات التي تقيمها و تعدها الجامعة تشكل لها فرصة للتعرف عن المنطقة في تنمية ثقافتها السياحية ناهيك عم الرحلات التي تنظمها الجامعة اما المبعوث رقم 4 فقد عبر بانه لا يعتمد على الوسيلة الاعلامية فحسب بل هناك المطالعة التي اجد فيها متنفسا اخر لتنمية ثقافتها السياحية
- اما عن وجهة نظر نظرههم لقطاع السياحة في الجزائر فقد عبرت المبحوثة رقم 11 بأنه ضروري للدولة ان تهتم بهذا القطاع و من مختلف النواحي كتوفير الامن و وضع مختلف التسهيلات و الاهتمام بالخدمات السياحية لأجل النهوض بالقطاع خاصة و انه يمكن الاعتماد عليه في بلدنا هذا مما يسخر به من مؤهلات يمكن ان ترفع به الى عجلة التنمية و الازدهار ، أما المبحوثة رقم 12 فقد عبرت بانه قطاع السياحة في الجزائر هو نوعا ما غائب عن الساحة و ضروري جدا الاهتمام به و التسخير له مختلف الضروريات كبناء الفنادق و الاهتمام بالنقل و هذا للنهوض به .
- اما بخصوص معرفة من المسؤول عن غرس الثقافة السياحية فقد تباينت الإجابات المبحوث رقم 07 رأى من الضروري تكافل كل من وزارة الثقافة و وزارة السياحة و الاعلام لنشر الثقافة السياحية اما المبحوث رقم 01 فقد اعتبر ان الاعلام هو الكفيل بنشر الثقافة السياحية لوحده ، أما المبحوثة رقم 02 رأت بان الاسرة عامل مهم و المسؤولة هي الأخرى عن غرس الثقافة السياحية و

كذلك المدرسة ، ويذهب عكس ذلك المبحوث رقم 04 بان الفرد هو وحده المسؤول عن غرس الثقافة السياحية بنفسه و للآخرين .

الاستنتاج :

- يحوي المجتمع العديد من الوسائل و الاليات لتنوير دروب العقل لمختلف الشرائح الموجودة فيه فالوسائل الاعلامية من جهة و الوسائل التعليمية من جهة أخرى بالإضافة إلى الأسرة و مختلف مؤسسات المجتمع من مساجد و مدارس و جامعات و وزارات و غيرها تشكل هي الاخرى سلسلة مفتوحة في غرس الثقافة السياحية لدى الفرد فالطالب في المدرسة كان او في الجامعة يطالع الكتب مرة و يسمع الوسائل الاعلامية تارة اخرى ، و يذهب الى المسجد تارة اخرى فهو ياخذ من كل ما حوله و ما يحيط به. و عليه يمكن القول بان الاعلام وحده غير كافي و غير قادر لنشر الثقافة السياحية و هذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة .

دليل المقابلة

نحن طلبة السنة الثانية ماستر تخصص وسائل الاعلام و المجتمع ،بصدد انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر بعنوان "الثقافة السياحية في الاعلام الجزائري"التلفزيونالجزائري انموذجا، لذا نرجو من سيادتكم المحترمة الاجابة عن هذه الأسئلة بغية الخروج بنتائج لإفادتنا في الدراسة .و شكرا .

المحور الأول: السمات العامة

الجنس

السن

المستوى التعليمي

مكان الإقامة

المحور الثاني :التلفزيون الجزائري يساهم في نشر الثقافة السياحية

- هل أنت من متتبعي التلفزيون الجزائري؟.....
- هل ترى هناك برامج سياحية استطعت من خلالها كسب ثقافة سياحية؟ كيف؟.....
- ما وجهة نظرك اتجاه برامج التلفزيون الجزائري ؟لماذا؟.....
- ما هي أهم الأنواع السياحية التي تعرفت عليها من خلال متابعتك للتلفزيون الجزائري؟.....

المحور الثالث :التلفزيون الجزائري وحده غير كافي لنشر ثقافة سياحية

- ماهي أهم الوسائل الاعلامية التي تجدها أكثر غرسا لك للثقافة السياحية ؟.....
 - ما تعليقك على الوسائل الاعلامية التي لا تولي أهمية للثقافة السياحية ؟.....
 - هل سبق و أن قمت برحلة سياحية بناءا عن متابعتك لوسيلة إعلامية ما ؟أي شكل لك حافظا ؟.....
 - هل وجدت المكان كما تابعته من خلال الوسيلة الاعلامية ؟.....
- ### المحور الرابع :الاعلام بمختلف وسائله غير كافي لنشر الثقافة السياحية .
- هل ترى بأن الوسائل الاعلامية هي الوحيدة التي تنمي ثقافتك السياحية ؟.....
 - ماهي الوسائل الأخرى التي تعتمد عليها في تنمية ثقافتك السياحية ؟.....
 - ما وجهة نظرك اتجاه قطاع السياحة بالجزائر ؟.....
 - من برأيك تحمله المسؤولية في نشر الثقافة السياحية ؟.....

الاستنتاج العام :

- يلعب التلفزيون دورا هاما في وسط المجتمع الجزائري ، نظرا للميزات التي يتميز و ينفرد بها عن غيره من الوسائل الاعلامية المعروفة و المبتكرة حديثا .
الا ان هذا الاخير ظل يخطف العديد من المشاهدين و يجلب اليه الكثير من الجماهير ولا يخفى الامر نفسه عن التلفزيون الجزائري بما لعبه من ادوار مهمة في وسط الاسرة الجزائرية منذ ظهوره و اعلانه كأول وسيلة تسعى الى تنوير العقول و تثقيفها بكل ما يحدث حولها و تبين حقيقة الاستعمار الغشم على شعبه المسالم في ظل بقاء الامية و انتشارها ، و منه القول بان دراستنا هذه افادتنا بالخروج بعدد من النتائج و الاستخلاصات تيقنا من خلالها ان التلفزيون الجزائري لا زال ولحد اليوم يقوم بوظائفه و الادوار الملقاة عليه ، و بالأخص في نشر الثقافة السياحية بكل اشكالها و انواعها و لا زال يحافظ على المبادئ المتعلقة و المغروسة غي شخصية المسلم الجزائري ، في كل مرة يسعى الى بلورة الثقافة السياحية بمختلف البرامج التي يعرضها سواء كانت على شكل مسابقات ، كمسابقة تقدر تريح التي تمنح لناجحيها فرصة الذهاب و القيام برحلة ما ، سواء داخل الوطن او خارجه او من خلال الحصص المبرمجة للتعريف بالمناطق الجزائرية كحصص الابحار . و لو ان كلها الجزائر بلد سياحي لا ينقصه سوى الموهلات ، أو حتى الاشهار المعلن عنه تنظمه على شكل مسابقة لفرصة الفوز و للقيام برحلة . و عليه فان التلفزيون الجزائري يسعى بطريقة او باخرى لنشر الثقافة السياحية من جهة و كسب ثقافة سياحية من جهة اخرى ، لكن هذا الامر يتوقف على انماط المشاهدة عند المتلقي ، الذي يبقى هو المحور و المحرك و العنصر الاساسي في العملية الاتصالية و مدى نجاحها ، خاصة و ان

المتلقي اليوم تحيط به العديد من الوسائل و التكنولوجيات الحديثة التي تبهره في كل مرة ، ومن لحظة الى اخرى و اكبر مثال على ذلك الانترنت التي استهوت ان صح التعبير العديد من شرائح المجتمع على اختلافها و اختلاف مؤسستها في جلب العديد من الجماهير و منه لا تهم الوسيلة بقدر ما كانت تقنياتها عالية ، بل الاهم من ذلك ان تكون تلك الوسيلة ذات مضمون قيم يسعى الى معرفة الحقائق و عرضها ، و تحقيق عنصر التفاعل مع الاخر و لا تقتصر الوسيلة على الاداة فقط بالفرد ايضا .

خلاصة

ان جل برامج التلفزيون الجزائري تهدف الى احاطة المشاهد بكل ما يحيط به من اخبار سواء كانت او اعلانات او حتى اهم الاشهارات المعلنة عنها في السوق و ضرورة اعلام المشاهد كما يسعى كذلك الى كسب الكثير من القيم و العقائد في العديد من البرامج الدينية منها و الثقافية و لا يفوتنا في هذا الصدد غرس و نشر الثقافة السياحية ، معدة في ذلك البرامج و الحصص و الاركان لتثبيتها لدى المشاهد او المتلقي عامة ، غير ان هذا النشر لا يكون الا بضرورة وجود المستقبل للرسالة . ولا يمكن ان نتحدث عن البرامج في ظل غياب المتلقي لها و الامر نفسه بالنسبة للثقافة السياحية فالفرد يكتسب ثقافة السياحية من خلال البرامج التلفزيونية ، معتمدا في ذلك العديد من المصادر و الموارد الاخرى .

الفهرس

آية قرآنية

اهداء

تشكر و تقدير

مقدمة عامةأ،ب

الاطار المنهجي

10..... تحديد الاشكالية

11..... وضع الفروض

11..... اسباب اختيار الموضوع

11..... أهمية الموضوع

12..... أهداف الدراسة

13..... تحديد مفاهيم الدراسة

14..... منهج الدراسة

15..... مجتمع الدراسة

15..... أدوات الدراسة

15..... تحديد العينة

16..... دراسات مشابهة

21..... مناقشة الدراسات السابقة

الاطار الزماني و المكاني

22..... للدراسة

23..... الخلفية النظرية

23.....

الاطار النظري

الفصل الأول:مدخل حول السياحة

29.....تمهيد

30.....المبحث الأول:تطور السياحة

35.....المبحث الثاني :انواع السياحة

40.....المبحث الثالث:أهمية السياحة

42.....خلاصة

الفصل الثاني :مبادئ الثقافة السياحية و أهميتها

44.....تمهيد

45.....المبحث الأول :مفهوم الثقافة السياحية

46.....المبحث الثاني :مبادئ الثقافة السياحية

47.....المبحث الثالث :أهمية الثقافة السياحية

48.....خلاصة

الفصل الثالث :استراتيجيات الإعلام السياحي و وظائفه

50.....تمهيد

51.....المبحث الاول :مفهوم الإعلام السياحي

53.....المبحث الثاني :وظائف الإعلام السياحي

56.....المبحث الثالث :استراتيجيات الإعلام السياحي

58.....خلاصة

الاطار التطبيقي

60.....	تمهيد
61.....	بطاقة فنية عن التلفزيون الجزائري
62.....	أهم برامج التلفزيون الجزائري
63.....	تحليل المقابلات دليل المقابلة
	70
71.....	الاستنتاج العام
73.....	خلاصة
ج.....	خاتمة
	قائمة المراجع .

دليل المقابلة

نحن طلبة السنة الثانية ماستر تخصص وسائل الاعلام و المجتمع ،بصدد انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر بعنوان "الثقافة السياحية في الإعلام الجزائري" التلفزيون الجزائري أنموذجاً، لذا نرجو من سيادتكم المحترمة الاجابة عن هذه الأسئلة بغية الخروج بنتائج لإفادتنا في الدراسة و شكرا.

المحور الأول: السمات العامة

الجنس

السن

المستوى التعليمي

مكان الإقامة

المحور الثاني: التلفزيون الجزائري يساهم في نشر الثقافة السياحية .

- هل أنت من متبعي التلفزيون الجزائري؟
- هل ترى هناك برامج سياحية استطعت من خلالها كسب ثقافة سياحية؟ كيف؟.....
- ما وجهة نظرك اتجاه برامج التلفزيون الجزائري؟لماذا؟.....
- ما هي أهم الأنواع السياحية التي تعرفت عليها من خلال متابعتك للتلفزيون الجزائري؟.....

المحور الثالث: التلفزيون الجزائري وحده غير كافي لنشر ثقافة سياحية .

- ماهي أهم الوسائل الاعلامية التي تجدها أكثر غرسا لك للثقافة السياحية؟.....
- ما تعليقك على الوسائل الاعلامية التي لا تولي أهمية للثقافة السياحية؟.....
- هل سبق و أن قمت برحلة سياحية بناءا عن متابعتك لوسيلة إعلامية ما؟ أي شكل لك حافظا؟.....

- هل وجدت المكان كما تابعتته من خلال الوسيلة الإعلامية؟.....

المحور الرابع: الاعلام بمختلف وسائله غير كافي لنشر الثقافة السياحية .

- هل ترى بأن الوسائل الإعلامية هي الوحيدة التي تنمي ثقافتك السياحية؟.....
- ماهي الوسائل الأخرى التي تعتمد عليها في تنمية ثقافتك السياحية؟.....
- ما وجهة نظرك اتجاه قطاع السياحة بالجزائر؟.....
- من برأيك تحمله المسؤولية في نشر الثقافة السياحية؟.....

خاتمة

تحقق السياحة نوعا من التواصل و الاتصال الفكري و الاجتماعي و الثقافي بين مختلف أبناء الشعوب ,و تنقل صورة واضحة و جليلة عن المجتمع باختلاف أفرادها سواء من حيث الجنس و العادات و التقاليد و الأعراف و القيم ،و البلاد التي يقطنها و السياحة اليوم تتطلب نشاطا اعلاميا مكثفا و مطلبا ملحا لمختلف القنوات و التلفزيونية و الجرائد و المجلات ،بالإضافة الى الإذاعة و السينما ومع ظهور الأنترنت و التي جعلت الكون قرية واحدة ،أدرجت السياحة ضمنها لا لشيء سوى للترويج و التعريف بالثقافة السياحية معتمدة في ذلك العديد من الاستراتيجيات و الخطط و وضعها في نظام ممنهج و عرضها للمتلقي بفرض الغرس و التثبيت لهذه الأخيرة ,بحيث تبدأ المبادرة الأولى لإزالة مختلف العقبات و الصعاب بداية بذلك الفرد الذي هو بحق أئمن و أعلى ما تمتلك الأمة عامة و الشعب الجزائري خاصة . خاصة و نحن في عصر اكتشاف الثورة البشرية ،و لذلك لم تحقق الدول الكبرى ما حققته من تقدم ،إلا بفضل اقامتها لصروح علمية قوية في مجتمعاتها ،حققت لها التقدم و الرقي و التحضر و السيادة و القوة و المتعة .و نحن حين نستهدف القيام بهذه الأخيرة فإنها تقوم على أساس من تطبيق العلم و مناهجه ،و على أساس من الالتزام بالمبادئ و القيم و المثل و المعايير الإسلامية ،و كما يعبر البروفيسور باسكالي نائب مدير عام اليونسكو فنزويلي الجنسية قال: "إن الثقافة القومية ليست مجموعة أحجار أثرية أو أبطال ،أو قيم فلكلورية يتم عرضها على السائحين ،و لكن الثقافة القومية في خلاصة الميراث الروحي للشخصية القومية فهي تضم كل القيم الرمزية و المجسدة التي تتميز بها هذه الشخصية". و عليه فعلى المؤسسات الإعلامية الانتباه لتمثيل هذه الشخصية أحسن تمثيل في مختلف محافلها الإعلامية خاصة التلفزيون الجزائري .