

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



واقع المجالات المتخصصة في الشؤون السياحية في الجزائر

دراسة تحليلية لمجلات (TourismeMagazine-ASSIHAR-Tourisme et Voyages)

في الفترة الممتدة من جانفي 2019 إلى فيفري 2021

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

د. بوحيلة رضوان

إعداد الطالبتين:

بوعزيز نجاد

عيما سليا

السنة الجامعية: 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

الشكر الأول والأخير الى العزيز المنان ذر الفضل على كل
العباد الذي أعاننا على إتمام هذا العمل الذي حملناه بين أيدينا . . .
وقبل أن نمضي نقدم أسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة
لكل من ساعدونا على إتمام هذه الدراسة ونخص بالذكر
أستاذنا الدكتور بوحيلة رضوان الذي قبل الإشراف على هذا
العمل والذي مدنا بمتابعة بالكثير ولم يتوانى يوماً على مديد المساعدة

لنا

والى كل من أشعل شمعة في دربنا

اهداء

الحمد لله مهما حمدناه فلن تستوفي حمده والصلاة والسلام على من لا نبي بعده محمد الأنا م المبعوث للأمة كافة
اهدي ثمرة جهدي إلى أعظم رجل وأطيب مثال سما إلى أعلى الدرجات إلى صاحب الكبرياء أبي عبد القادر

إلى التي هي في أعماقي وذاتي وسر من أسرار حياتي إلى كل ما املك إلى ثروتي المعنوية أمي مائة

إلى من معهم كبرت وعليهم أسند إلى شموع حياتي إختوتي «أسامة, عادل, يونس, نركرا»

إلى من معهم تعلمت معنى الحياة والحياة والحب والتضحية والعطاء شقيقي «نسرین وشروق»

إلى من وهبهم القدر وأصبح وجزء من العائلة عروستينا «سلمى وفاطمة الزهراء»

إلى نروح أختي المحترم هشام

إلى من بفضلهم أصبحت عمه وخالة «ميس وانس وتسليم ووسيم ومحمد جواد»

إلى خالتي الوحيدة ومنع الحنان خالتي حكيمة إلى ابنتها مريمه ونيسة

إلى خالي حسان وزوجته الحنونة طاطا نجية التي احتضنتني واهتمت بي إلى أولادها إسماعيل وإسحاق ومحمد

إلى حبيبتي وعزيزتي وأختي وانسي في الحياة والإقامة الجامعية محمد بن بولعيد إلى من قاسمتني الفرح والمرض والأحزان

والسعادة وقاسمتني الأكل إلى من كنت أسند عليها كفتي نسرین مرحموني ابنة مدينة برهوم الدهاهنة

إلى الذين اثبت القدر صدق وعودهم وصدق جهم وصحبتهم وعشرتهم والذين علموني الوقوف ومواجهة صعاب الحياة

إلى الذين تعلمت معهم معنى الصبر إلى الذين قاسموني الفرح وبددوا الاحزان عني إلى الذين أسعدوني وأعطوا لحياتي معنى آخر

إلى الذين منحوني السعادة. أقول لكم محاكم هنا في القلب وكيانكم سكن الروح .

نجد

اهدي هذا العمل إلى كل الأقرب والأحب

إهداء

الإهداء الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى
أهدي هذا العمل المتواضع إلى أعلى ما في الوجود إلى ما إن دعاها سر
نجاحي وحمايتها بلسم جراحني إلى أعلى الحبايب أُمي، إلى أبي الفاضل
أكرمهما الله وطال في عمرهما بالخير والبركات.

سيليا

فهرس



المحتويات



فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	شكر وعرفان
	الإهداء
	الملخص
أ-ب	مقدمة
	الإطار المنهجي
04	1. الإشكالية
05	2. التساؤلات المرتبطة بالشكل
06	3. أهمية الدراسة
06	4. أهداف الدراسة
07	5. أسباب اختيار الموضوع
07	6. تحديد المفاهيم
09	7. منهج البحث
10	8. أداة جمع البيانات
24	9. التعريف بمجتمع البحث وعينته
26	10. الدراسات السابقة
	الإطار النظري
	الفصل الأول: الصحافة المتخصصة في السياحة
31	المبحث الأول: ماهية الصحافة المتخصصة
31	المطلب الأول: مفهوم الصحافة المتخصصة
31	المطلب الثاني: أسباب انتشار الصحافة المتخصصة
32	المطلب الثالث: نشأة الصحافة المتخصصة في العالم
33	المطلب الرابع: نشأة الصحافة المتخصصة في الوطن العربي
34	المطلب الخامس: نشأة الصحافة المتخصصة في الجزائر
34	المبحث الثاني: ماهية السياحة

35	المطلب الأول: مفهوم السياحة
35	المطلب الثاني: أهمية السياحة
37	المطلب الثالث: أنواع السياحة
38	المطلب الرابع: مقومات السياحة الجزائرية
42	المبحث الثالث: ماهية الإعلام السياحي
42	المطلب الأول: تعريف الإعلام السياحي
43	المطلب الثاني: وسائل الإعلام السياحي
44	المطلب الثالث: مبادئ ومنطلقات الاعلام السياحي
44	المطلب الرابع: أهداف الإعلام السياحي
	الإطار التطبيقي
47	المبحث الأول: إجراءات الدراسة التحليلية
50	المبحث الثاني: دراسة تحليلية لمجلة tourisme et voyage
61	المبحث الثالث: دراسة تحليلية لمجلة Assihar
72	المبحث الرابع: دراسة تحليلية لمجلة Tourisme magazines
87	المبحث الخامس: مناقشة استنتاجات الدراسة التحليلية
90	نتائج الدراسة
92	التوصيات
92	خاتمة
94	قائمة المراجع
////	الملاحق
/////	فهرس المحتويات

فهرس الجداول

الصفحة	مضمونه
	جداول مجلة tourisme et voyage
50	الجدول رقم (01): ترتيب الأنواع الصحفية حسب نسبة تكرارها و مساحة تحريرها في مجلة tourisme et voyage
51	الجدول رقم (02): بيانات تحرير الصور الصحفية في مجلة tourisme et voyage
52	الجدول رقم (03): بيانات تحرير المواد التحريرية في مجلة tourisme et voyage
52	الجدول رقم (04): بيانات لغة التحرير المستخدمة في مجلة tourisme et voyage

53	الجدول رقم (05): بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الوطنية في مجلة tourisme et voyage
54	الجدول رقم (06): بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الدولية في مجلة tourisme et voyage
55	الجدول رقم (07) : بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الصحراوية في مجلة tourisme et voyage
56	الجدول رقم (08): بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الساحلية في مجلة tourisme et voyage
56	الجدول رقم (09) : بيانات معالجة المواضيع حسب التراث المحلي في مجلة tourisme et voyage
58	الجدول رقم (10) : بيانات معالجة المواضيع حسب النقل الجوي في مجلة tourisme et voyage
59	الجدول رقم (11) : ترتيب المواضيع السياحية حسب نسبة تكرار تحريرها في مجلة .tourisme et voyage
59	الجدول رقم (12):ترتيب المواضيع السياحية حسب نسبة مساحة تحريرها في مجلة .tourisme et voyage
60	الجدول رقم (13) : بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية في مجلة tourisme et voyage
جداول مجلة Assihar	
61	الجدول رقم (14): بيانات الأنواع الصحفية حسب تكرارها و مساحة تحريرها في مجلة Assihar
62	الجدول رقم (15) : بيانات تحرير الصور الصحفية في مجلة Assihar
63	الجدول رقم (16) : بيانات تحرير المواد التحريرية في مجلة Assihar
63	الجدول رقم (17): بيانات لغة التحرير المستخدمة في مجلة Assihar
64	الجدول رقم (18) : بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الوطنية في مجلة Assihar
65	الجدول رقم (19) : بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الدولية في مجلة Assihar
66	الجدول رقم (20) : بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الصحراوية في مجلة Assihar
67	الجدول رقم (21): بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الساحلية في مجلة Assihar
68	الجدول رقم (22) : بيانات معالجة المواضيع حسب التراث المحلي في مجلة Assihar

69	الجدول رقم (23): بيانات معالجة المواضيع السياحية حسب التكرار في مجلة Assihar
70	الجدول رقم (24): بيانات معالجة المواضيع السياحية حسب المساحة في مجلة Assihar
71	الجدول رقم (25): بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية . في مجلة Assihar
جداول مجلة Tourisme magazines	
72	الجدول رقم (26) : بيانات الأنواع الصحفية حسب نسبة مساحة تحريرها في مجلة Tourisme magazines
73	الجدول رقم (27): بيانات تحرير الصور الصحفية في مجلة Tourisme magazines
73	الجدول رقم (28): بيانات تحرير المواد التحريرية في مجلة Tourisme magazines
74	الجدول رقم (29): بيانات لغة التحرير المستخدمة في مجلة Tourisme magazines
75	الجدول رقم (30) : بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الوطنية في مجلة Tourisme magazines
76	الجدول رقم (31): بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الدولية في مجلة Tourisme magazines
77	الجدول رقم (32): بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الصحراوية في مجلة Tourisme magazines
78	الجدول رقم (33) : بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الساحلية في مجلة Tourisme magazines
79	الجدول رقم (34) : بيانات معالجة المواضيع حسب التراث المحلي في مجلة Tourisme magazines
80	الجدول رقم (35) : بيانات معالجة المواضيع حسب النقل الجوي في مجلة Tourisme magazines
81	الجدول رقم (36) : بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة المستدامة في مجلة Tourisme magazines
81	الجدول رقم (37): بيانات معالجة المواضيع حسب الإرشاد السياحي في مجلة Tourisme magazines
82	الجدول رقم (38) : بيانات معالجة المواضيع حسب الشخصيات الفنية في مجلة Tourisme magazines
82	الجدول رقم (39) : بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الجبلية في مجلة Tourisme magazines
83	الجدول رقم (40): بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة التغذوية في مجلة

	Tourisme magazines
83	الجدول رقم (41): بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الوطنية الزراعية في مجلة Tourisme magazines
84	الجدول رقم (42) يوضح: بيانات ترتيبا للمواضيع السياحية حسب نسبة تكرار تحريرها في مجلة Tourisme magazines
85	الجدول رقم (43) يوضح: ترتيب المواضيع السياحية حسب نسبة مساحة تحريرها في مجلة Tourisme magazines
86	الجدول رقم (44) : بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية في مجلة Tourisme magazines

مقدمة



مقدمة:

إستطاعت الصحافة المتخصصة من تعزيز مكانتها في الإعلام لأنها تعتبر أحد الوسائل فائقة السرعة في نقل الخبر والمعلومات إلى أكبر شريحة من الأفراد والمجتمعات تعتبر الصحافة من وسائل الإعلام التي تطور تكنولوجيا دمجها مع حاجات الأفراد للمعرفة والمعلومات بدأت تحول نحو التخصص في موضوعها مما انشأ العديد من الدوريات المتخصصة كالصحف والمجلات حسب تفاصيل الفروع، منذ نشأتها الأولى حيث بدأت الصحافة في منتصف القرن 15 ميلادي متخصصة في أخبار النبلاء والسياسيين متحركة مع تطور التكنولوجيا الإعلامية أصبحت تهتم بكل ما يشغل الناس. تلعب السياحة دورا هاما في المجال السياحي حيث أنها من المواضيع أكثر دراسة خاصة في القطاع الاقتصادي فهو من أساسيات النهوض بهذا الأخير وذلك بوضع استراتيجية تواكب هذا النوع من التطور باعتبار القطاع السياحي من بين الموارد التي تسعى الدولة إلى استغلالها إن كان على الصعيد المحلي أو الإقليمي أو الوطني من خلال الترويج لها سماها البعض ببتروال القرن الحادي والعشرين.

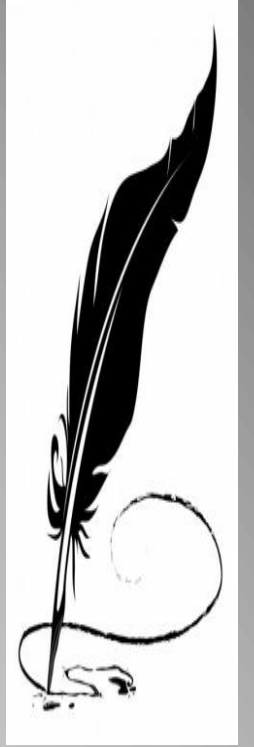
أصبحت السياحة الغاية الأولى لمعظم الدول المتقدمة والنامية ولكن الدول المتقدمة كان لها نصيب أكبر من السياح نظرا لطبيعة وضعها الاقتصادي وقدرتها المادية والبشرية على دعم قطاع السياحة وتطوره فإن السياحة حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان، أي جسر الثقافات والمعارف الإنسانية هذا ما يظهر جلها في تنافسية الدول بالعمل على استقطاب أكبر عدد من السياح، كما يعتبر الإعلام السياحي عامل أساسي في الترقية السياحي باستخدام وسائله المختلفة لإعطاء الصورة الحقيقية عن المكان المراد إغراء السائح من استعمال طرق الإعلام من خلال الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون والأنترنت خاصة في الأواني الأخيرة إقبال العديد من الصحف العمومية والخاصة القيام بالحملات الترويجية للسياحة.

وبناء على هذا فقد جاء هذا البحث المبني على المنهج المسحي الوصفي لدراسة موضوع المجالات السياحية المتخصصة في الجزائر من خلال تحليل مضمون ما ينشر في بعض أهم المجالات السياحية المتخصصة في الجزائر وهي المجالات الشهرية: Tourismmeet Voyages و Assihar و TourismMagazine، فبعد أن تم تخصيص الفصل الأول للإطار المنهجي للدراسة، خصص الفصل الثاني لمقاربات نظرية حول ما يتعلق بالصحافة المتخصصة والسياحة في الجزائر والإعلام السياحي أما الفصل الثالث فتمثل في الجانب التطبيقي للدراسة التحليلية من إجراءات وتحليلات ومناقشات لمختلف بيانات الدراسة، وقد ختم بأهم النتائج المتوصل إليها المرتبطة مباشرة بتساؤلات الدراسة في مؤشرات الواقع.

ونحن إذ نقدم هذه الدراسة، فإننا نرجو أن تساهم في تقديم إضافة علمية عن بعض حيثيات واقع المجالات المتخصصة في الشؤون السياحية في الجزائر كما نرجو أن تكون بداية لدراسات أخرى أعمق وأشمل، معتمدة ومسترشدة في ذلك على البحث العلمي ونتائجه الدقيقة.

الفصل الأول :

الإطار المنهجي للدراسة



1. الإشكالية:

تعددت في السنوات الأخيرة وخاصة في المجتمعات المتقدمة وتلك التي في طريق التقدم من بينها الجزائر، ظاهرة الصحف والدوريات المتخصصة مع تطور الحياة وزيادة نسبة التعليم وتقدم العلوم والتكنولوجيا، فظهرت التخصصات الدقيقة في مختلف مجالات الحياة، وفي العلوم والفنون، ولأن الصحافة تعتبر علما من العلوم الإنسانية إلى جانبها صناعة ومهنة، فقد واكبت العصر وظهرت فيها التخصصات المتعددة ونشأ عنها لون جديد هو "الصحافة المتخصصة".

وتعتبر الصحافة المتخصصة أحد مصادر المعرفة فالصحيفة اليوم عليها أن تلبي احتياجات القارئ في المعرفة العامة والخاصة وبالتالي تساعد الأفراد على التكيف مع البيئة المحيطة من خلال نقل المعلومات حول ما يجري من حوله في المحيط. والذي بدوره تفرعت عنه فروع في التخصص تغطي شؤون الحياة المتعددة كالطب وفروعه والزراعة ونباتاتها وهناك مجالات تخصصت في تقديم الخدمات وأخرى تهتم بالأطعمة والمشروبات وأخرى تهتم بشؤون المنزل وديكوراتها وتنسيق حدائقه، وأخرى تهتم بألعاب الأطفال وغيرها. بالإضافة إلى كل تلك التخصصات التي تناولتها الصحافة المتخصصة سنسلط الضوء ونعرج إلى موضوع السياحة في الجزائر وواقع المجالات المتخصصة التي هي موضوع بحثنا نظرا لحداثه وأهمية الموضوع ولأن السياحة أصبحت من القطاعات الداعمة للدولة في شتى المجالات والجزائر بحجم قارة تزخر بالمناطق السياحية المتنوعة (الشواطئ، الجبال، الصحراء، الغابات) وفي شتى المجالات (الدينية والثقافية والتاريخية. .. الخ).

تسعى الجزائر كغيرها من الدول لتحسين صورة السياحة الجزائرية باعتبارها إلتفاته جديدة ونقطة كانت مهمشة قبل ظهور الإعلام المتخصص في مجال السياحة ونشر الثقافة السياحية في الداخل، ومن بين أهم وسائل الإعلام السياحي المطبوع في الجزائر في العقد الأخير التي تعمل على تنشيط السياحة نجد كل من مجلة Tourismmeet و Voyages و "Tourism Magazine" و "Assihar" الجزائرية، لذا جاءت هذا البحث لدراسة بعض حيثيات واقع الصحافة المتخصصة في الشؤون السياحية في الجزائر من خلال تحليل محتوكل من المجالات "Tourisme et Voyages" و "Assihar" و "Tourism Magazine" للكشف عن واقع المعالجة الصحفية فيها للشؤون السياحية سواء الداخلية في الجزائر أو الخارجية شكلا ومضمونا في الفترة الممتدة من جانفي 2019 إلى فيفري 2021.

2. تساؤلات الدراسة:

التساؤلات المرتبطة بالشكل:

1- ماهي طبيعة وحجم الأنواع الصحفية المستخدمة في نشر المواد الصحفية في المجلات السياحية "Tourisme et Voyages" و"Assihar" و"TourismMagazine" في الفترة الممتدة من جانفي 2019 إلى فيفري 2021؟

2- ماهي الأهمية النسبية للصورة المستخدمة ضمن المواد الصحفية المنشورة في هذه المجلات في الفترة المحددة؟

3- ماهي النسبة المخصصة للإعلانات ضمن المواد الصحفية المنشورة في هذه المجلات في الفترة المحددة؟

4- ماهي اللغة المستخدمة في تحرير المواد الصحفية في هذه المجلات في الفترة المحددة؟

التساؤلات المرتبطة بالمضمون:

5- ماهي طبيعة المواضيع المعالجة في مختلف المجلات في المجلات السياحية "Tourisme et Voyages" و"Assihar" و"TourismMagazine" في الفترة المحددة؟

6- ما هو حجم المواضيع المعالجة حسب مختلف المجلات في هذه المجلات في الفترة المحددة؟

7- ماهي المصادر التي اعتمدتها هذه المجلات في جمع المواد الصحفية في الفترة المحددة ؟

3- أهمية الدراسة:

تعد الدراسات الأكاديمية المتعمقة في الصحافة المتخصصة بشكل عام في الشؤون السياحية بشكل خاص قليلة جدا، كما تتمتع بأهمية كبيرة في عالم اليوم وتقوم على عائداتها المالية العديد من الدول، خاصة مع التحولات المستجدة والتطورات الطارئة على العالم والعالم العربي ككل والجزائر لأننا ننتمي إلى هذا العالم. وللإعلام دور هام في مجال السياحة من خلال تعدد وتنوع وسائله. تحاول هذه الدراسة تحديد واقع المجلات المتخصصة في الشؤون السياحية في الجزائر التعرف على الممارسات التي تقوم بها هذه الأخيرة لدعم الإعلام ونشر الوعي السياحي.

4- أهداف الدراسة:

- ✓ التعرف على واقع التحرير الفني الصحفي في المجالات السياحية الجزائرية.
- ✓ التعرف على اهتمامات التغطية والمعالجة الصحفية لمختلف الأحداث والشؤون السياحية في الجزائر.
- ✓ كشف المحتويات والمواضيع السياحية التي تتناولها المجالات السياحية بمختلف مواضيعها وفروعها.
- ✓ كشف نسبة اهتمام المجالات السياحية بالإعلانات التجارية ضمن المواد الصحفية المنشورة.
- ✓ التعرف على مدى اهتمام الإعلام بمجال السياحة.
- ✓ تسليط الضوء على واقع السياحة في الجزائر وما تتمتع به من مناطق سياحية.

5- أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا لموضوع واقع المجالات المتخصصة في الشؤون السياحية في الجزائر جاء نتيجة لعدة أسباب موضوعية بررت هذا الاختيار وأسباب ذاتية أخرى قدمت تدعيمها.

الأسباب الموضوعية:

- ✓ قلة الدراسات التحليلية لمحتويات المواد المتعلقة بالسياحة في الجزائر.
- ✓ عدم كفاية التغطية الإعلامية والبحثية للوضع السياحي في الجزائر الذي لا يرقى إلى المستوى المطلوب بالرغم من امتلاك الجزائر مؤهلات ومناطق سياحية هائلة.

الأسباب الذاتية

- ✓ الرغبة في دراسة مثل هذه المواضيع والتحسين الذاتي لمستوى التحكم في طرق وكيفيات البحث العلمي في مجال الإعلام وخصوصا أسلوب تحليل المحتوى.
- ✓ حب الاستطلاع في مجال السياحة خاصة أن الجزائر بلد سياحي متنوع بامتياز.

6- تحديد المفاهيم:

المجلة السياحية:

هي وسيلة إعلامية مطبوعة تعمل على مخاطبة الجماهير داخل البلاد وخارجها مخاطبة موضوعية وعقلية باستخدام عوامل الجذب والتشويق في تقديم المنتج السياحي بقصد إقناع الجمهور وأثارة اهتمامه بأهمية السياحة وفوائدها للفرد والدولة وتشجيعه على التعرف على مقومات السياحة، وفوائدها للفرد والدولة وتشجيعه على التعرف على مقومات السياحة، وذلك بهدف نشر الوعي السياحي بينهم وحسن معاملة السائحين ومعاملتهم فيما يحتاجون (أل دغيم، 2014. ص59)

من خلال هذا التعريف يتضح ان المجلة السياحية ضرورية ولا يستحسن الاستغناء عنها لتعريف السائحين بالجهود المبذولة من طرف مقدمي الخدمات السياحية.

كما تتسم المجلات السياحية بالمصداقية والموضوعية حيث نقوم بعرض الحقائق بدون تحريف وبأسلوب بعيد كل البعد عن التحيز للأهواء الشخصية (العلمي، 2019. ص06)

التعريف الإجرائي: هي كل الدوريات الشهرية أو الفصلية أو النصف سنوية أو السنوية المطبوعة الصادرة في الجزائر المتخصصة في الشؤون السياحية المكتوبة بالعربية أو الفرنسية أو الإنجليزية.

– مجلة **Tourismmeet Voyages**: هي مجلة شهرية بالألوان تصدر عن مؤسسة sixty one plus تعالج في صفحاتها المواضيع السياحية بمختلف مجالاته :

المدير العام ومسؤول النشر طالبي عبد الغاني

مدير التحرير ومساعدوه: talbiabdelgani

H. baraka

T. derkouche

T. hadji

العنوان البريدي: شارع 1 ماي الجزائر

الموقع الإلكتروني: www.tourismmeetvoyages.com

– مجلة **Assihar**: هي مجلة شهرية بالألوان تصدر عن مؤسسة ART OF ADVERSITING
تعالج في صفحاتها المواضيع السياحية بمختلف مجالاته.

المدير العام ومسؤول النشر: شفيقة العراوي

مسؤول التحرير: مريم تومي

مسؤول الإخراج: قواسمية عبد القادر

لاكرازيقي

عثمان.ب

الموقع البريدي: [92.rue sylvain fourestierelmouradia.Alger](http://92.rue.sylvain.fourestierelmouradia.Alger)

الموقع الإلكتروني: www.assihar.com

– مجلة **TourismMagazine**: هي مجلة شهرية بالألوان تصدر عن مؤسسة Interexpo

المدير العام ومسؤول النشر سليمان سبة

مساعد المدير العام: محمد بوراد

زياد زهير

حكيم عمارة

فتيحة عيد

العنوان البريدي: حي النورني مسوس الجزائر

الموقع الإلكتروني: www.tourism_magazine_dz.com

لعل الدراسات الوصفية هدفها الرئيسي والأساسي هو تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر، لذلك فإن أهم منهج ستعتمده هذه الدراسة في تحقيق هذا الهدف هو منهج المسح الوصفي.

لأنه يستهدف تصوير وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها أو طرق الحصول عليها (عبد الحميد، 1992. ص247)

كما يعتبر منهج المسح الوصفي جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث من خلال دراسة عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث في فترة زمنية كافية (حسين، دت. ص127)

لذا إعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي باعتباره المنهج المتميز الذي لا يزودنا فحسب بإجابات أفضل بالنسبة للقضايا القديمة، ولكنه يعطي أيضا تفسيراً للقضايا الجديدة، كما من شأنه أن يثير قضايا لم يسبق التفكير فيه ويصور ويوثق الوقائع والحقائق والاتجاهات الجارية ويستخدم التحليل الذي يحاول أن يشرح ويفسر لماذا تستمر حالة أو ظاهرة ما، أو لاختبار العلاقة بين متغيرين ورسم الاستدلالات التفسيرية (عبد الحميد، نفس المرجع. ص94)

أسلوب وأداة جمع البيانات:

تستخدم الدراسة في جانبها التحليلي أسلوب تحليل المضمون واستمارته أداة أساسية لجمع البيانات والمعلومات وتصنيفها وتبويبها وتحليلها للوصول إلى حالة يمكن معها تقديم وصف وتفسير دقيقين للظاهرة محل البحث، وحسب "لازويل" فإن تحليل المضمون يستهدف الوصف الدقيق والموضوعي لما يقال عن موضوع معين في وقت معين (عبد الحميد، 1979. ص16)، وأما "برنارد بيرلسون" (berlson) الذي يعد من أوائل الذين اقتربوا من الجوانب المنهجية لتحليل المضمون، فيعرف تحليل المضمون على أنه أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال.

وقد شرح "بيرلسون" هذه الأوصاف، فقصده بالوصف المنهجي الاعتماد على خطة رسمية مصممة مسبقا وخالية من التحيزات في اختيار المضمون الذي سيخضع للتحليل، وقصده بالوصف الكمي التعبير الكمي لنتائج

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

التحليل عن طريق التكرارات أو الجداول أو النسب بأشكالها المختلفة، أما الوصف الموضوعي فقصده به "بيرلسون" وجود قواعد واحدة تستخدم دون تمييز في تحليل المضمون، بحيث يمكن الحصول على النتائج نفسها إذا قام بالتحليل أكثر من شخص (بدر، 1998، ص 119)، ولا يقف تحليل المضمون عند الوصف الظاهر للمحتوى بل يتجاوز ذلك للكشف عن المعاني الكامنة فيعرفه "هولستي" (holsti)، و "كارني" (carney) و "ستون" (stone) على أنه أسلوب يحقق الاستدلال الموضوعي والمنظم للسلمات الخاصة بالرسالة.

ويقصد بتحليل المضمون الإعلامي دراسة المادة الإعلامية التي تقدمها الوسيلة بهدف كشف عما تريد هذه الوسيلة أن تبلغه لجمهورها، ودراسة تأثير القراءة أو الاستماع أو المشاهدة على هذا الجمهور (حسين، نفس المرجع السابق، ص 132)، وعلى هذا الأساس فإن دراسات تحليل المضمون تأخذ في اعتبارها مجموعة الأبعاد التالية:

- دراسة شخصية الوسيلة الإعلامية التي نشرت أو عرضت أو أذيعت بها المادة الإعلامية.
- دراسة الموضوعات الإعلامية التي تقدمها الوسيلة للتعرف على مكانة كل مادة إعلامية من إجمالية المواد التي تقدمها، وتقدير أهميتها النسبية.
- تحليل المادة الإعلامية المطلوب دراستها للتعرف على ما تحاول إن تؤكد من انطباعات وتأثيرات إعلامية معينة.
- دراسة الجوانب الشكلية التي تقدم بها المادة الإعلامية
- دراسة الجوانب الشكلية التي تقدم بها المادة الإعلامية من خلال الوسيلة، ففي حالة الصحف مثلاً يدرس موقع المادة الإعلامية ورقم الصفحة، والمساحة المخصصة للمادة وطريقة كتابة العناوين، ونوع الأنباط المستخدمة ومدى استخدام عناصر طوبوغرافية معينة للتأثير في درجة قراءة الموضوع.

كما تفيد دراسة تحليل المضمون في التعرف على مدى اهتمام وسائل الإعلام بالموضوعات الإعلامية المختلفة بصفة عامة ومدى اهتمام كل وسيلة بنوعيات معينة من الموضوعات أو مدى الأهمية التي توليها كل وسيلة إعلامية لكل موضوع من الموضوعات الإعلامية التي تقدمها، مع التعرض في هذا المجال للمساحات والأوقات الخاصة بكل موضوع، وللوحات الشكلية و طرق العرض التي تتبعها، ما يعكس إلى حد كبير درجة الاهتمام النسبي بهذه الموضوعات، كما أن تحليل موضوع من الموضوعات بطريقة تفصيلية يسهل التعرف على ما

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

يشتمل عليه من نقاط رئيسية، وما يركز عليه من اتجاهات، وما يستهدف توصيله من معلومات معينة أو الإيحاء به من أفكار و مقاصد خاصة(نفس المرجع السابق.ص133).

الخطوات الإجرائية في أسلوب تحليل المضمون:

تحديد العينة: تعتبر دراسة العينات من الدراسات الأساسية في بحوث الإعلام خاصة عند استخدام تحليل المضمون، لأن الباحث يعتمد في إجراء دراسته التحليلية على أساس اختيار عينات تمثل مجتمع البحث تمثيلاً صحيحاً، لأنه من الصعب إن لم يكن من المستحيل في بعض الحالات إجراء الدراسة على المجتمع الأصلي كله (حسين، دت. ص165)، لذلك يكتسي الحديث عن إجراءات اختيار العينة أهمية خاصة، كما يعتبر فهم هذه الإجراءات وتطبيقها بأمانة ودقة من قبل الباحث شرط نجاح دراسته، وتعميم نتائجها التي تتماثل مع نتائج دراسة كل مفردات المجتمع الأصلي باستخدام الحصر الشامل (طعيمة، 1987.ص130)، والعينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجياً، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً للمجتمع الكلي في السمات والخصائص التي يوصف من خلالها هذا المجتمع (عبد الحميد، 2000.ص133).

إن تحديد العينة في حالة الصحف لا يقتصر على إحصاء الصحف واختيار عينة عشوائية منها، بل يمر اختيار العينة بمراحل ويحتاج إلى بعض الاعتبارات الخاصة:

تحديد عينة المصادر: وتخضع لاعتبارات أرقام التوزيع وأهمية الوسيلة وملكيته واتجاهها التحريري.

تحديد العينة الزمنية: وهي الفترة الزمنية التي ستغطيها الدراسة.

تحديد التواريخ والأعداد: يتم تحديدها من عينة المصادر التي تم اختيارها في المرة الأولى.

تحديد مواد الاتصال (المضمون) التي سيجرى عليها التحليل.

-تحديد فئات ووحدات التحليل.

تحديد فئات ووحدات التحليل:

فئات التحليل:

-أ الفئات المرتبطة بالشكل (ماذا قيل؟):

فئة الأنواع الصحفية:

ونقصد بها الأجناس أو الأشكال الإعلامية التي وضعت فيها لمادة الإعلامية المنشورة في المجالات المدروسة والتي اتخذت عدة أشكال وتضم هذه الفئة عدة فئات فرعية وهي:

- **الخبر الصحفي السياحي:** وهو نوع من الأنواع الصحفية الذي يجيب عن الأسئلة الخمسة المشكلة للأحداث السياحية في الجزائر أو خارجها في صحف عينة الدراسة.

- **التقرير الصحفي السياحي:** وهو نوع من الأنواع الصحفية السياحية يقوم على عرض المعلومات من عين المكان المتعلقة بالموضوعات السياحية الجزائرية، ويتميز بأسلوب بسيط ومتمين كما يقوم على وصف لأحداث السياحة الجارية بالتفصيل وكذلك تطوراتها ونتائجها.

- **الحديث الصحفي السياحي:** وهو نوع من الأنواع الصحفية السياحية يقوم أساسا على الحوار المباشر والحيين الصحفي وشخصية من الشخصيات المعنية أو أحد الفاعلين داخل الحركة السياحية.

- **العمود الصحفي السياحي:** وهو نوع من الأنواع الصحفية السياحية وشكل من أشكال مادة الرأي العام يميل لعرض رأي أو تجربة أو خبرة، يبين من خلالها الصحفي المختص في الشؤون السياحية آراءه أو تجاربه فيما يخص موضوعات السياحة أو حول الواقع السياحي الجزائري على وجه الخصوص.

- **التحقيق الصحفي السياحي:** وهو نوع من الأنواع الصحفية السياحية يقوم بالإجابة على أسئلة خاصة بموضوع معين، كظاهرة الأمية وبعض العادات والتقاليد السائدة أو البائدة... إلخ وهو أقرب الأنواع الصحفية إلى البحث العلمي لما يتضمنه من تحليل وتفسير ونتائج.

- **التعليق الصحفي السياحي:** وهو نوع من الأنواع الصحفية السياحية قائم على شرح وتفسير وإبداء وجهة نظر بما يتعلق بخبر أو بحدث من الأحداث أو موضوعا من المواضيع يخص الشؤون السياحية بالجزائر أو حتى خارجها

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

– البورتريه الصحفي السياحي: وهو نوع من الأنواع الصحفية الثقافية بحيث يقوم بتعريف شخصية من الشخصيات الفاعلة في السياحة الجزائرية وحتى الأجنبية المتميزة وإظهار كل ما يميزها عن غيرها من عادات وطريقة العيش والتعامل مع الناس كما يبرز ماله من مشاريع وغير ذلك.

– الربورتاج الصحفي السياحي: وهو نوع من الأنواع الصحفية الثقافية الذي يقوم بجمع المعلومات اللازمة حول هويات أبطال الحدث السياحي، أعمارهم، طريقة تعبيرهم طرائف ومشاهدات حول الموضوع الجو العام الذي جرى فيه الحدث، بحيث يجيب الربورتاج عن التساؤل التالي:

ما الرسالة التي أنوي إيصالها؟

الافتتاحية:

فئة الصور: هي الصور التي تم نشرها ضمن المواد الصحفية وتنقسم إلى:

– الصور الفوتوغرافية

– الصور الكاريكاتورية

فئة الإعلان: وتشمل مساحة جميع الإعلانات التجارية التي تم نشرها ضمن المواد الصحفية.

– ب المرتبطة بالمضمون (ماذا قيل؟):

– فئة الموضوع: وتنقسم إلى الفئات الفرعية الآتية:

– السياحة الدولية:

وتضم الفئات الفرعية التالية:

– قرارات ومشاريع.

– تكنولوجيا الاتصال.

– تطورات ومشاكل.

– مركبات سياحية.

-اقتصاد.

-فندقة.

-دواوين السياحة.

النقل البري.

-أحداث وفعاليات.

-أحداث وتطورات.

-وكالات سياحية.

-أفلام وثائقية.

السياحة الدولية: وتضم الفئات الفرعية التالية:

-أحداث وفعاليات.

-تكنولوجيا الاتصال.

-أحداث وتطورات.

-قرارات ومشاريع.

-فعاليات وأنشطة.

-وجهات تاريخية.

-وكالات سياحية.

-اقتصاد.

-إحصاءات.

-مدن سياحية.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

-الإطعام.

-فعاليات.

السياحة الصحراوية: وتضم الفروع التالية:

-مناطق سياحية.

-مناطق طبيعية.

-قرارات ومشاريع.

-الفندقة.

-أحداث وتطورات.

-عادات وتقاليد.

-مدن سياحية.

-مناطق أثرية.

-شخصيات محلية تاريخية.

-المرأة الصحراوية.

-مدن صحراوية.

-كهوف ومغامرات.

-حيوانات صحراوية.

-شخصيات محلية فنية.

السياحة الساحلية: وتضم الفروع التالية

-مدن سياحية.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- مركبات سياحية.
- جبال ومناطق خضراء.
- سدود وحواجز مائية.
- قرارات ومشاريع.
- مركبات سياحية جبلية.
- بحيرات.
- خطائر وغابات.
- شواطئ.
- كهوف ومغامرات.
- خطائر وجبال.
- مدن قديمة.

التراث المحلي: ويضم الفروع التالية

- حرف تقليدية.
- الأكل التقليدي.
- مواقع أثرية.
- عادات وتقاليد.
- بنايات قديمة.
- لباس تقليدي.
- مواقع طبيعية.

-قرارات ومشاريع.

-تاريخ وذاكرة.

-مواقع وآفاق.

-حيوانات أصيلة.

-مساجد قديمة.

-فعاليات وأنشطة.

النقل الجوي: ويضم الفروع التالية

-شركة طيران وطنية.

-أحداث وتطورات.

-تطورات ومشاكل.

-إحصاءات.

-شركة طيران أجنبية.

-قرارات.

-أحداث وتطورات.

-قرارات وإحصاءات.

-أحداث وقرارات.

-تطورات ومشاكل.

-إحصاءات.

-آفاق.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

-سفر الأعمال.

-أحداث وتطورات.

-قرارات ومشاريع.

السياحة المستدامة: وتظم الفروع التالية

-قرارات ومشاريع.

-مواقع وآفاق.

_الإرشاد السياحي: ويظن الفروع التالية

-دراسات علمية.

-مواقع وآفاق.

_شخصيات فنية:وتضم الفروع التالية

-التصوير الفوتو عراقي.

-الفسيفساء.

السياحة الجبلية:وتظم الفروع التالية

-مركبات سياحية.

-وديان ونباييع.

-الفندقة.

-أحداث وتطورات.

السياحة التغذية:وتضم الفروع التالية

-مواقع وآفاق.

-فعاليات.

__السياحة الزراعية: ونظم الفروع التالية

-مواقع وآفاق.

- فئة المصدر:

ويقصد بها المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية سواء نصوصا أو صورا وتضم الفئات الآتية:

صحفي الجريدة: ويقصد بها المراسل وهو الصحفي الذي تعينه الصحيفة لمتابعة أحداث المنافسات الرياضية خارج مكان إقامتها، أيضا المبعوث أو المراسل المتحرك وهو الصحفي الذي تعينه الصحيفة لتغطية حدث هام في تظاهرة ما قائمة لمدة معينة، ويكون هذا المبعوث في أي مكان من أماكن إجراء هذه التظاهرة ثم يعود إلى المقر الرئيسي للجريدة ليعيد تحرير كل ما سجله عن هذا الحدث.

المصادر المجهولة: وهي التي لم يتم تحديدها في المواد الصحفية المنشورة، وتركزت من دون توقيع.

مصادر أخرى وتنقسم إلى ما يلي:

- وكالة الأنباء الجزائرية.

-وكالات الأنباء الأجنبية.

-صحف جزائرية.

- صحف أجنبية.

-قنوات تلفزيونية وإذاعية جزائرية.

- قنوات تلفزيونية وإذاعية أجنبية.

- مواقع إلكترونية.

وحدات التحليل:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وهي الوحدات التي يتم عليها العد أو القياس مباشرة، وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى، الذي يبدأ بالفكرة، ثم يتم إختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة و صياغتها، وبعد ذلك يأخذ المحتوى البناء الذي ينشر فيه على الصفحة أو يذاع في الراديو أو التلفزيون، ومن وحدات التحليل نجد وحدات مفردات النشر والإذاعة، وهي الأشكال التي تستخدمها الصحف في نقل المعاني والأفكار، مثل المقالات، والتحقيقات، والأحاديث، والرسوم، الكارتون إلى آخره، أو البرامج الإخبارية أو الحوارية واللقاءات والدراما وغيرها من الأشكال التي يستخدمها الراديو أو التلفزيون في عرض المحتوى.

لا يقلل من أهمية وحدات التحليل أن يقع العدد والقياس على الفئات نفسها، مثل فئات موضوع المحتوى، التي تستهدف الكشف عن مراكز الإهتمام، أو فئات السمات وغيرها، ذلك إنه في مثل هذه البحوث تصبح الفئات نفسها هي وحدات التحليل، وكذلك هي وحدات العد، عندما يكون رصد تكرار الظهور هو الوسيلة الوحيدة للعدد والإحصاء

وحدة التكرار:

يعتبر التصنيف الذي يضعه الباحث لكل من فئات التحليل، ووحدات التحليل، الأساس الذي يعتمد عليه فيتحديد أسلوب العد والقياس، ذلك أن التعامل مع الوحدات الكبيرة مثل الموضوع يختلف عن التعامل مع الوحدات الأصغر كالجمل والكلمات، وإن كان هذا لا يمنع من استخدام تكرار النشر في جميع الحالات كمقياس لهذه الوحدات، لذا فالدراسة في جانبها التحليلي تعتمد على وحدة التكرار في جميع فئات التحليل سواء المرتبطة بالشكل أو بالمضمون.

وحدة المساحة:

يصطدم التكرار في حالات عديدة بصعوبة تعبيره عن القيمة أو الوزن المقارن وعلى سبيل المثال لا يمكن أن نقارن بين الموضوعات الفتوية على أساس تكرار النشر، دون أن نضع في اعتبارنا مساحة وموقع النشر، التي تعكس القيمة الحقيقية للموضوع أو تؤكد الاتجاه في الوسيلة الإعلامية.

ولذلك تشير هذه المرحلة عند الباحث محاولة اكتشاف العلاقة بين المتغيرات الخارجية المصاحبة للموضوع عند النشر مثل المساحة، والموقع من الصفحة أو الصفحات وكذلك مساحة العنوان، لذا فهذه الدراسة تعتمد أيضا على المساحة كوحدة تحليل بالتوازي مع وحدة التكرار في جميع فئات التحليل ماعدا فئة المصدر التي تم

استخدام فيها وحدة التكرار دون وحدة المساحة التي لا يتطلب الأمر إدراجها في فئة المصدر التي تهم بعدد المصادر المعتمدة ونوعيتها.

وحدات العد والقياس:

تعتمد هذه الدراسة بالإضافة لوحدة العد عن طريق التكرار، على وحدة القياس بالمتر المربع بتقريب واحد من عشرة آلاف (10000/1) أي السنتيمتر المربع كوحدة قياس فئة المساحة لأنها أكثر الوحدات تماشياً مع الدراسة التحليلية، ولأن هذه الوحدة الغالب استخدامها في فئة المساحة في الصحافة المكتوبة المطبوعة).

8- التعريف بمجتمع البحث وعينته:

مجتمع البحث في الدراسة التحليلية هو كل المجالات المتخصصة في الشؤون السياحية في الجزائر باللغة العربية أو الفرنسية والإنجليزية ، وأما مجتمع البحث المتاح هو كل الأعداد الصادرة من مجلات الدراسة المذكورة في الفترة المحددة بما أنه حددت العينة الزمنية للدراسة التحليلية للمجلات السياحية المعنية في البحث من جانفي 2019 إلى فيفري 2021 أي 14 عدداً وبما أن عدد صفحات العدد الواحد من المجالات هو 64,40,49- بعد حذف الصفحة الأولى للعناوين الرئيسية نجد $2142 = 686 + 560 + 896$ أي أن مجتمع البحث المتاح هو 2142 صفحة .

حجم العينة في الدراسة التحليلية

تم اختيار الفترة الزمنية الممتدة من جانفي 2019 إلى فيفري 2021 لتناسبها وأهداف البحث ومع الأعداد المتوفرة للباحث وبما أن عدد صفحات كل عدد هو 450 ناقص الصفحة الأولى والأخيرة المخصصة لأهم العناوين والمعلومات أي تسعة أعداد لسنتي 2020 إضافة إلى شهر جانفي وفيفري ل 2021 ويرى الباحث " ستامبل" STEMPLE أن زيادة حجم العينة في تحليل مضمون الصحف اليومية عن 12 عدداً في السنة قد يكون استثماراً فقيراً لوقت الباحث وهذا يعني أن تجاوز حجم العينة عن 12 عدداً في السنة حسب نفس الباحث لا يخلق اختلافات معتبرة في النتيجة عند تطبيق الموضوعات فالأولى أن تكون حجم العينة أقل من 12 عدداً في حالة المجلة الشهرية التي لا تصدر منها إلا 12 عدداً، وقد تم تحديد 3 أعداد من 14 شهراً لكل مجلة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

، أما حساب نسبة العينة في الدراسة التحليلية فيكون: $459 = 147 + 120 + 192 = 49.3 + 40.3 + 64.3$ أي أن نسبة العينة تكون $21.42 = 2142 / 459.100$ % وهي نسبة مرتفعة إذا ما قورنت مع النسبة المتعارف على قبولها علمياً بالتمثيل لمجتمع البحث المتاح وهي 10%.

نوع العينة في الدراسة التحليلية:

تم اختيار عينة قصدية حيث تم تصنيف 3 مجموعات كل مجموعة تمثل 9 أشهر تبدأ من 2019 أي أن المجموعة تتشكل من جانفي/فيفري/مارس/أفريل/ماي/جوان/جويلية/أوت/سبتمبر.

أما الثانية فتتألف من أكتوبر/نوفمبر/ديسمبر/جانفي/فيفري/مارس/أفريل/ماي/جوان، والثالثة تتشكل من جويلية/أوت/سبتمبر/أكتوبر/نوفمبر/ديسمبر/جانفي/فيفري.

اخترنا أول عينة في شهر ماي في البداية لأن ذلك ما استطعنا الحصول عليه في الوقت الحالي في ظل جائحة كورونا لم نتمكن من تطبيق المنهجية في اختيار العينة بطريقة عشوائية.

وحدة العينة في الدراسة التحليلية

تم اختيار المجلة السياحية غير منتظمة الصدور بعد بحثنا عن السبب وجدنا جائحة كورونا والتكنولوجيا الحديثة في مجال الصحافة ومع ظهور المجالات الإلكترونية هي السبب في الصدور الغير منتظم للمجلة السياحية المطبوعة المكتوبة باللغة الفرنسية والعربية والانجليزية.

تم اختيار مجلة *Tourisme et Voyages* و *Assihar* و *TourismMagazine* كنموذج عينة الدراسة التحليلية وهي مجلات متخصصة في الشؤون السياحية.

تحديد الإعداد في عينة الدراسة التحليلية

تم اختيار عينة الدراسة التحليلية اعداد مجلة *Tourisme et Voyages* و *Assihar* و *TourismMagazine* خلال الفترة الزمنية المحددة من جانفي 2019 الى فيفري 2021 باستخدام العينة القصدية وهي الأعداد التي أمكن الحصول عليها في ظرف جائحة كوفيد 19.

مجلة: *Tourisme et Voyages*

المفردة الأولى: جانفي 2020.

المفردة الثانية: أكتوبر 2020.

المفردة الثالثة: جانفي 2021.

مجلة: Assihar

المفردة الاولى: ديسمبر 2020.

المفردة الثانية: جانفي 2021.

المفردة الثالثة: فيفري 2021.

مجلة: Tourismes Magazine

المفردة الاولى: ماي 2019

المفردة الثانية: نوفمبر 2019

المفردة الثالثة: جانفي 2020

المعالجة الإحصائية المستخدمة:

النسبة المئوية: حيث نفترض مثلا أن مساحة المجلة الواحدة في أحد الشهور هي "ن" وأن المساحة المخصصة لموضوع معين هي "أ"، وبذلك تكون نسبة المساحات المخصصة لهذه السياحة هي: أ/ن.

3. الدراسات السابقة:

تستمد دراستنا مشروعيتها المعرفية والمنهجية من جملة الدراسات والبحوث التي تلتقي معها في متغير أو أكثر، وقد ساعدتنا هذه الدراسات بشكل كبير في التوجه المنهجي والتطبيقي لهذا البحث، وهذه الدراسات هي:

الدراسة الأولى:

مذكرة ماستر تحت عنوان: مجلة الشروق العربي - دراسة تحليلية في الفترة الممتدة من جانفي 2018 إلى فيفري 2020.

تم إنجاز هذه المذكرة من قبل الطالب: اليزيدزيان؛ تحت إشراف الأستاذ: بوحيلة رضوان؛ في سنة 2020/2019 بجامعة محمد بوضياف - المسيلة-

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمثلت إشكالية هذه الدراسة في: حيث هدفت الى: التعرف على واقع التحرير الفني الصحفي في المجالات الثقافية الجزائرية.

✓ التعرف على إهتمامات التغطية والمعالجة الصحفية لمختلف الأحداث والشؤون الثقافية في الجزائر.

✓ كشف المحتويات والمواضيع الثقافية التي تناولها المجالات الثقافية الجزائرية بمختلف مستوياتها وجوانبها.

كشف نسبة إهتمام المجالات الثقافية بالإعلانات التجارية ضمن المواد الصحفية المنشورة واستخدم الباحث منهج المسح الوصفي واستمارة تحليل المضمون كأداة رئيسة لجمع البيانات حيث توصلت الدراسة إلى أهم النتائج وهي كالتالي:

✓ هيمنة المواد التقريرية على المواد الصحفية الأخرى بما فيها مواد الرأي في المجلة حيث بلغت نسبة تكراره 38.8% ومساحة بلغت نسبتها 32.01%، فيما جاء البورتري في المقام الثاني تكرارا ومساحة فيم لم يتم تخصيص إلا صفحة واحدة الخبر الصحفي في المجلة أي بنسبة ضئيلة جدا.

✓ هيمنة استخدام الصور الفوتوغرافية داخل مجلة الشروق العربي مقارنة بالصور الكاريكاتيرية، كما جاء استخدامها بنسبة أكبر من الأنواع الصحفية المصاحبة لها 63.87% تكرارا و 51.94% مساحة

✓ إعتداد مجلة الشروق العربي الجزائرية على الإشهار بنسبة غير مقبولة من ناحية القانونية والمهنية 55.86% من مجموع المواد الصحفية المنشوة في المجلة متجاوزة بقدر الضعف النسبة المحددة عالميا ومهنا ب 25% لحماية مساحة القارئ في الثقف والوعي والمعرفة من هيمنة وطغيان المجال التجاري الربحي على هدف العمل الصحفي.

✓ جاء المجال الاجتماعي في المقام الأول تكرارا ومساحة على حساب المجال الثقافي، وكانت قضايا الزواج والأسرة هي الأكثر إهتماما وتغطية من طرف مجلة الشوق العربي.

✓ هيمنة مواد الزينة والتجميل والعطور على باقي المنتجات التي تم الترويج لها في المساحات الإشهارية.

✓ إعتداد مجلة الشروق العربي الجزائرية على الصحفيين في جمع المواد الصحفية بنسبة بلغت 88.23%، ثم المصادر المجهولة بنسبة 11.76% و عدم أعتداد المجلة على المصادر الإعلامية الأخرى.

الدراسة الثانية:

أطروحة دكتوراه تحت عنوان: الصحافة الرياضية في الجزائر: دراسة تحليلية وميدانية ليوميتي الهذاف والخبر الرياضي.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تم إتمام هذه الأطروحة من قبل الباحث رضوان بوحيلة في سنة 2018، حيث تمثلت إشكالية هذه الدراسة في التساؤلات المرتبطة بالمضمون: كيف تتم المعالجة الصحفية للمواضيع حسب مستوى المنافسة الرياضية في يوميّتي «الهداف والخبر الرياضي» في الفترة المحددة من 1 جانفي الى 31 ديسمبر 2012

✓ كيف تتم المعالجة الصحفية للمواضيع حسب نوع اللعبة الرياضية في يوميّتي الهداف والخبر الرياضي في الفترة المحددة؟

✓ ماهو حجم المعالجة الصحفية للمواضيع من زاوية الجانب السلي في الحدث أو الشأن الرياضي في يوميّتي «الهداف والخبر الرياضي» في الفترة المحددة؟

✓ ماهي المصادر التي اعتمدتها «الهداف والخبر الرياضي» في جميع المواد الصحفية في الفترة المحددة؟

المرتبطة بالشكل:

✓ ماهي طبيعة وحجم الأنواع الصحفية المستخدمة في نشر المواد الصحفية في يوميّتي «الهداف والخبر الرياضي» في الفترة المحددة 1 جانفي الى 31 ديسمبر 2012 ؟

✓ ماهي الأهمية النسبية للصور المستخدمة ضمن المواد الصحفية المنشورة في يوميّتي الهداف والخبر الرياضي في الفترة المحددة ؟

✓ ماهي النسبة المخصصة للإعلانات ضمن المواد الصحفية المنشورة في يوميّتي الهداف والخبر الرياضي في الفترة المحددة؟

تساؤلات الدراسة الميدانية:

✓ ماهي أهم السمات العامة للصحفيين في يوميّتي الهداف والخبر الرياضي؟

✓ ماهي الخصائص التأهيلية والتكوينية للصحفيين العاملين في يوميّتي الهداف والخبر الرياضي؟

✓ ماهو واقع التدريب المهني للصحفيين في يوميّتي الهداف والخبر الرياضي؟

✓ ماهي طبيعة التوجيهات والتصورات المهنية لدى الصحفيين في يوميّتي الهداف والخبر الرياضي عند أداء مهامهم؟

✓ ماهي أهم الضغوط المهنية ومستوى الرقابة على الممارسة المهنية للصحفيين في يوميّتي الهداف والخبر الرياضي؟

حيث هدفت الدراسة إلى:

- ✓ التعرف على واقع التكوين العلمي والثقافي والتأهيلي للعاملين في الصحف الرياضية في الجزائر.
- ✓ التعرف على الأقدمية والخبرة المهنية للصحفيين في يوميّتي الهذاف والخبر الرياضي سواء في العمل الصحفي في مجال الرياضة أو خارجه.
- ✓ التعرف على طبيعة الضغوطات المهنية المحيطة والرقابة السائدة تجاه حرية الممارسة المهنية للصحفيين في مجال الصحافة الرياضية الجزائرية.
- ✓ واستخدم الباحث منهج المسح الوصفي واستمارة تحليل المضمون كأداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات وتصنيفها وتبويبها

توصلت الدراسة إلى أهم النتائجوهي كالتالي:

نتائج الدراسة التحليلية:

- هيمنة المواد الخبرية والتقريبية على حساب مواد الرأي، حيث جاء الخبر في مقدمة النزاع الصحفية من ناحية التكرار بنسبة قدرت بـ 54٪ أما من ناحية المساحة فقد جاء التقرير في المقدمة بنسبة مقارنة بـ 53٪ شبه غياب لمواد الرأي في صحيفتي الدراسة مع اختلاف طفيف بين بين الصحيفتين من خلال انفراد الهذاف باستخدام التعليق (0.40 و 0.14) تكرارا ومساحة وانفراد الخبر الرياضي باستخدام العمود (9 تكرارات من اصل 12) بالإضافة إلى غياب كلي للتحقيق في كلتا الصحيفتين مع وجود توازن في استخدام الصور الفوتوغرافية في التكرار والمساحة مع كل نوع صحفي فيهما.

نتائج الدراسة الميدانية:

- هيمنة مطلقة للذكور على العمل في الصحافة الرياضية بأغلبية شبانية وجامعية ولوج الكثير من الكوادر للعمل الصحفي الرياضي من تخصصات علمية أخرى قريبة من الصحافة كعلم الاجتماع والادب وبعيدة كالهندسة والتجارة.

- أقدمية مهنية متوسطة لمحمل العاملين في الصحيفتين الأمر الذي يفسر قلة وجود الخبراء والنقاد الرياضيين.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- لم يستفد أغلبية الصحفيين 92٪ من دورات تدريبية وتأهيلية في العمل الصحفي الرياضي سواء لعدم وجودها أصلاً داخل الوطن أو لأسباب بيروقراطية غير موضوعية.

الدراسة الثالثة:

مذكرة ماستر تحت عنوان: معالجة مجلة الجزائر **foot ball** للشؤون الرياضية -دراسة تحليلية في الفترة الممتدة من جانفي 2008 إلى ديسمبر 2008.

تم إنجاز هذه من قبل الطالب عبد الحليم ذويبيتحت إشراف الاستاذ بوحيلة رضوان في سنة 2020/2019 بجامعة محمد بوضياف.

تمثلت تساؤلات هذه الدراسة في:

المرتبطة بالشكل:

✓ ماهي طبيعة وحجم الأنواع الصحفية المستخدمة في نشر المواد الصحفية في المجلة الرياضية **foot ball** في الفترة المحددة؟

✓ ماهي الأهمية النسبية للصور المستخدمة ضمن المواد الصحفية المنشورة في المجلة الرياضية **foot ball** في الفترة المحددة؟

المرتبطة بالمضمون:

✓ كيف تتم المعالجة الصحفية للمواضيع حسب مستوى المنافسة الرياضية في مجلة فوت بول في الفترة المحددة من 1 جانفي 2008 إلى ديسمبر 2008؟

✓ كيف تتم المعالجة الصحفية للمواضيع حسب نوع اللعبة الرياضية في الفترة المحددة ؟

✓ ما هو حجم المعالجة الصحفية للمواضيع من زاوية الجانب السلبي في الحدث أو الشأن الرياضي في المجلة الرياضية الجزائر **foot ball** في الفترة المحددة ؟

حيث هدفت الدراسة إلى:

✓ التعرف على واقع التحرير الصحفي في المجالات الرياضية الجزائرية

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- ✓ التعرف على اهتمامات التغطية والمعالجة الصحفية لمختلف الأحداث والشؤون الرياضية في الجزائر.
 - ✓ كشف المحتويات والمواضيع الرياضية التي تتناولها المجالات الرياضية الجزائرية بمختلف مستوياتها وجوانبها خصوصا مع وجود متغيرات ومستجدات في الساحة الرياضية الجزائرية
 - ✓ كشف نسبة اهتمام المجالات الرياضية بالإعلانات التجارية ضمن المواد الصحفية المنشورة.
- واستخدم الباحث منهج المسح الوصفي باعتباره الأسلوب المناسب بالنسبة للقضايا القديمة ويغطي أيضا تفسيرا للقضايا الجديدة ، واستمارة تحليل المضمون كأداة رئيسة لجمع البيانات حيث توصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

- هيمنة المواد الخبرية والتقريبية على حساب مواد الرأي العام في مجلة فوت بول حيث جاء الخبر في مقدمة الأنواع الصحفية من ناحية التكرار بنسبة قدرت بـ 57.72٪ أما من ناحية المساحة التحريرية فقد جاء الحديث في المقدمة بـ 22.36٪

- الأهمية النسبية للصور الصحفية المصاحبة للأنواع الصحفية متوازنة وبصفة منطقية ضمن المواد الصحفية المنشورة في مجلة الجزائر فوت بول حيث نسبة تكرار الصور الصحفية 52.78٪، أما الأنواع الصحفية بـ 43.69٪ لان النوع الصحفي قد يستخدم أكثر من صورة أما من حيث المساحة فنجد 52.06٪ بالنسبة للأنواع الصحفية فيما كانت أقل بالنسبة للصور الصحفية المصاحبة لها بـ 34.53٪

- هيمنة مطلقة في الاهتمام لدى القائمين في مجلة الجزائر فوت بول في التغطية للشؤون الرياضية بالصور ومستوى الفرق المحترفة وشؤون النخبة من اللاعبين والمدربين على حساب الهواة والأقسام الدنيا.

- لا يوجد أي إهتمام بالألعاب الرياضية الأخرى لدى القائمين على مجلة الجزائر فوت بول الذي يفسر تسميتها المرتبطة بلعبة كرة القدم .

- إ اعتماد مجلة الجزائر فوت بول في التغطية الصحفية على المصادر المجهولة (بدون توقيع) بنسبة كبيرة بـ 59.73٪.

الدراسة الرابعة:

مذكرة ماستر تحت عنوان: الاستراتيجية الاتصالية للمؤسسة السياحية :دراسة ميدانية بالمركب السياحي سيدي فرج ،حيثتم إنجاز هذه المذكرة من قبل الطالبة سارة قلقول تحت إشراف الاستاذ صالح بن نوار

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمثلت الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة في: ماهي الاستراتيجية الاتصالية المعتمدة من طرف المؤسسة السياحية (المركب السياحي سيدي فرج) لخدمة جمهورها الداخلي والخارجي؟

والمتفرع بجملة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ✓ فين تكمن أهمية الاتصال بالنسبة للمؤسسة السياحية؟
- ✓ ماهي وسائل الاتصال التي يعتمد عليها المركب السياحي "بمجال الدراسة" في عملية الاتصال «جمهور داخلي وجمهور خارجي»؟
- ✓ ماهي أهم الخطط الموضوعية من قبل إدارة المركب السياحي "بمجال الدراسة" لاستقطاب السياح؟
- ✓ واستخدم الباحث منهج المسح الوصفي حيث توصلت الدراسة إلى أهم النتائج:
- ✓ إن إدارة المؤسسة لا تولي اهتماما بدور وفعالية الاتصال الداخلي
- ✓ هيمنة الاتصال النازل والتي لا تسمح ولا تشجع المبادرات الشخصية والإبداعية للأفراد
- ✓ عدم وجود خلية اتصال ساهم في توسيع الفجوة بين موظفي الإدارة وجعل العلاقة بينهم علاقة مضطربة
- ✓ اعتماد المؤسسة على رؤى وخطط مستقبلية لتفعيل عملية الاتصال الخارجي لها
- ✓ اعتماد المؤسسة على العديد من الوسائط للوصول إلى الجمهور الخارجي.

الفصل الثاني

: الصحافة المتخصصة في الشؤون
السياحية



المبحث الأول: ماهية الصحافة المتخصصة.

تعتبر الصحافة علم من العلوم الإنسانية بجانب أنها صناعة ومهنة وهواية فقد وكبت العصر وظهرت فيها التخصصات المتعددة ونشأ عنها لون جديد هو الصحافة المتخصصة التي تفرعت عن فروع وجزئيات في التخصص إلى حد أن أحدث الدراسات في الولايات المتحدة الأمريكية ذكرت أن عدد الدوريات المتخصصة في العالم بلغت 7800 دورية موزعة على 542 تخصص وضعها على هذه الأرقام تعكس إلى أي مدى أصبح هناك دوريات ومجالات في العالم تخصصت في شؤون الحياة المتعددة و المختلفة. (عدي العبد، 1993، ص182).

المطلب الأول: مفهوم الصحافة المتخصصة:

عرفها عاطف عدي العبد على أنها الصحافة التي تعالج على صفحاتها مواضيع متخصصة ويطالها الصفوة والقادة والمثقفون ثقافة عالية وهؤلاء يقومون بدور رئيسي في وضع السياسة العامة وتحديد القضايا المطروحة التي تؤثر في بقية شرائح المجتمع وفئاته. (عاطف عدي، 1993، ص182).

تعرف أيضا الصحافة التي تعنى بجانب واحد من اهتمامات القرى في تطلع نحو المعرفة والاستدادة منها وهي ليست صحافة للعمال أو المجتمع كله وإنما هي القاصر على قطاع معين من القراء. (شون ماك، 1981، ص328).

المطلب الثاني: أسباب انتشار الصحافة المتخصصة.

من المهم أن نذكر العوامل والأسباب التي ساعدت لظهور الصحافة المتخصصة وانتشارها حتى أصبحت ظاهرة جديدة بالبحث في مجال الدراسات الإعلامية ويمكننا أن نحدد فيما يلي:

- ✓ التطور الصناعي والتكنولوجي والعلمي.
- ✓ ظهور المؤسسات الإعلامية ووكالات الأنباء وظهور الإذاعة والتلفزيون وتنوع برامجها.
- ✓ انتشار الصحافة الشعبية وظهور صحافة الأقليات.
- ✓ دخول المرأة عالم الصحافة.
- ✓ امتداد النمو الإقتصادي الذي يمتد إلى الصحافة.
- ✓ انتشار التعليم وزيادة السكان. (طرايشي، 2003، ص18).

الفصل الثاني: الصحافة المتخصصة في الشؤون السياحية

المطلب الثالث: نشأة الصحافة المتخصصة في العالم

وثقت الدراسات الإعلامية التاريخية المختلفة أننا أول مجلة متخصصة علمية ظهرت في فرنسا عام 1665م باسم "العلماء" وكان ذلك في عصر النهضة، وهذا يدل أن ظهور الصحافة المتخصصة جاء متوازيا مع الظروف في العصر الذي نشأت فيه، ولهذا يمكن اعتبار القرن 19 هو المرحلة الحقيقية الجديدة لظهور الصحافة المتخصصة بأشكالها وأهدافها الجديدة. فقد أصدرت صحيفة الفيجارو le Figaro الفرنسية والتي أنشأت عام 1820م ملاحق با gagette la Figaro programme و مثل abomme باسم جريدة المشتركين التي كانت توزع مجانا مع الصحيفة، وتخصصت في رسوم وباترونات تصميم الأزياء. ثم صدرت بعد ذلك le Figaro litirature وهي صحيفة أسبوعية تطورت بعد ذلك فأصدرت صحيفة كل شهرين باسم alloum du Figaro وفيها من تصاميم "الموضات والأزياء" الكثير وهي مطبوعة على ورق مصقول ومزينة بالصور والرسوم ملونة تلونا جميلا. ثم صدرت في فرنسا مجلة أسبوعية مستقلة في الصحافة النسائية والأزياء باسم imune France أصدرتها دار الحرية البارسية وكانت تطبع 300 ألف نسخة، وشغلت المكانة الأولى في الصحافة النسائية الفرنسية.

أما في بريطانيا فقط كانت الحركة 6 الثقافية متوازية ومتساوقة فقد بدأت الصحافة فيها متخصصة في صحيفة التايمز التي أنشأت عام 1875م، واختار مالكها "جون والتر" الذي كان يعمل تاجرا و ابتدع أن يكون الإعلان هو مادته الوحيدة. وأن يكون قراءتهم رجال الإقتصاد والأعمال، وبالتالي في فالصحيفة لم تكن تنشر سوى أخبار السوق المالية وحركة السفن البحرية والإعلانات التجارية، ثم تطورت في بداية القرن 19 وبدأت تنشر مقالات في السياسة والأدب والفن وأخذت تهتم بشؤون عسكرية.

أما في الولايات المتحدة الأمريكية فقد بدأت الصحافة متخصصة باصدار صحيفة في المستعمرات عن طريق بنجامين هاريس Benjamin Harrish وكان قد غادر إنجلترا لنشره صحيفة سرية ثم وصل إلى بوسطن عام 1660م حيث نشر صحيفة جديدة سماها الحوادث العامة الأهلية والأجنبية.

استمرت الصحف الأمريكية حتى عام 1870م صحفا حزبية يملكها السياسيون ورجال الأعمال، ثم ظهرت بعد ذلك الدوريات من المجالات والصحف المتخصصة في العلوم التي نشرت أخبار الاختراعات الحديثة والاكتشافات العلمية في كافة المجالات المتخصصة، تعددت المجالات مما دعا جون ريتنر إلى أن يقسمها أربعة أنواع رئيسية وهي (الزراعة، الأعمال، المستهلك، المجالات الدينية)، وكل واحدة منها لها فئة فرعية بحيث تشير الدراسات أن عدد الصحف المتخصصة فاقت 8000 دورية تغطي أكثر من تخصص في مجالات متعددة.

المطلب الرابع: نشأة الصحافة المتخصصة في الوطن العربي.

عرف الوطن العربي في أول أمر الصحافة، متخصصة من خلال الحملة الفرنسية على مصر (صلاح، 2002، ص3)، حيث كانت النشأة الأولى أجنبية خالصة وكان هدفها خدمة الأغراض السياسية والدعائية للحملة الفرنسية، أي "بريد مصر" التي ظهر عددها الأول يوم le courrier de l'Égypte صحيفة" فكانت 29 اغسطس 1797 واستمرت لغاية 30 يونيو 1801 .

أما أول صحيفة عربية بمفهومها الحديث في كتابه صحيفة "وقائع مصرية" أصدرتها مطبعة بولاق عام 1828م (صبات، 1991، ص151)، والتي كانت تصدر في أول عهدها باللغة التركية ثم بعدها بلغتين العربية التركية وأصبحت فيما بعد عربية محضة (الزبير، 1982، ص27).³ ويسجل دليل عام الصحف والمجلات في الوطن العربي الذي أصدرته المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم التابعة لجامعة الدول العربية والصادر عام 1988، أن عدد الدوريات في مختلف التخصصات في الوطن العربي بلغ 465 دورية أي بنسبة 3.5%، مما يصدر في دوريات العالم، وهي نسبة قليلة بالقياس إلى عدد سكان الدول العربية والإمكانات المتاحة فيها، وقد وزع الدليل عدد الدليل عدد الدوريات على 40 تخصصا الأدبية والرياضية والعلوم والتكنولوجيا والدين... فنجد مثلا الأدب والثقافة ب: 287 دورية، الإقتصاد 240 دورية، الدين الاسلامي 94 دورية ومجلة الشباب والرياضة 80 دورية... الخ. (إبراهيم، 2000، ص328).

المطلب الخامس: نشأة الصحافة المتخصصة في الجزائر.

أصدر الفرنسيون المستعمرون عددا كبيرا من الجرائد منذ سنوات الأولى لدخولهم الجزائر واحتلالها باللغة العربية و الفرنسية، فكانت الصحيفة الأولى التي أصدروها باللغة العربية هي صحيفة "المبشر" عام 1847م وهي ثاني صحيفة تصدر باللغة العربية في الوطن العربي، حيث أصدرتها السلطات الفرنسية كصحيفة رسمية لمقاصد سياسية واستعمارية، تطلع الجزائريين في صفحاتها على التعليم والقوانين الصادرة من الولايات العامة ثم لتخذل به روح المقاومة، وتوالت بعدها الصحف الناطقه باللغة الفرنسية بأسماء عربية جزائرية مثل صحيفة "الجزائري l'Algérien" التي صدر عددها الأول يوم الأحد 25 أفريل 1852م وبدأت تصدر بانتظام في أول ماي 1952م أيام الأحد والثلاثاء والخميس، ونجد كذلك صحيفة الجزائر الجديدة Algérie La nouvelle، التي انطلق صدورها اليومي إبتداء من يوم الإثنين 6 ديسمبر 1858م برئاسة تحرير "Clément de vernoi" وهي أول جريدة يومية تصدر في الجزائر. عرفت الجزائر الصحافة المتخصصة منذ المنتصف الثاني من القرن 19م في مجالات متعددة فناجد مثلا المجله الطبية الجزائرية "La gazette médical" التي صدرت يوم 25 فبراير

الفصل الثاني: الصحافة المتخصصة في الشؤون السياحية

عام 1856 م بالعاصمة على أيدي أحد الأطباء الفرنسيين العاملين ضمن الجيش الاحتلال الفرنسي "جيش إفريقيا". اما الصحافة الأدبية فوجدت جريدة الرامي الجزائري "Le tirailleurs algériens".

المبحث الثاني: ماهية السياحة

تختلف تعاريف السياحة باختلاف الزاوية التي ينظر إليها منها، فمنهم من يعرفها كظاهرة اجتماعية والبعض الآخر يعرفها كظاهرة اقتصادية ، ومنهم من يرى بأنها عامل لبث العلاقات الإنسانية والتنمية الثقافية ويمكن ذكر أول تعريف للألماني - "جويبر فرويلر" عام 1905 الذي عرفها كما يلي :

"السياحة ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغير الهواء، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس، والشعور بالبهجة والمتعة، والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة وأيضا نمو الاتصالات وخاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة و الصناعة سواء أكانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمرتها تقدم وسائل الإتصال(احمد، 1988، ص108).

الملاحظة من هذا التعريف أنه ركز على الجانب الاجتماعي للسياحة وأهمل الجانب الإقتصادي. حسب تعريف "شوليرنشرانتهم" schullard.h النمساوي عام 1910: السياحة هي الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصا عملية الإقتصادية التي تتعلق باوفود وإقامة وانتشار الجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أي بلدة ترتبط بهم ارتباطا مباشرا". (ريان، 1996، ص11)

المطلب الأول: مفهوم السياحة

تختلف تعاريف السياحة باختلاف الزاوية التي ينظر إليها منها ، فمنهم من يعرفها كظاهرة اجتماعية والبعض الآخر يعرفها كظاهرة اقتصادية ، ومنهم من يرى بأنها عامل لبث العلاقات الإنسانية والتنمية الثقافية ويمكن ذكر أول تعريف للألماني - "جويبر فرويلر" عام 1905 الذي عرفها كما يلي :

السياحة ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغير الهواء، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس، والشعور بالبهجة والمتعة، والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة وأيضا نمو الاتصالات وخاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة و الصناعة سواء أكانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمرتها تقدم وسائل الإتصال.(احمد، 1988، ص108)

الملاحظة من هذا التعريف أنه ركز على الجانب الاجتماعي للسياحة وأهمل الجانب الإقتصادي.

الفصل الثاني: الصحافة المتخصصة في الشؤون السياحية

حسب تعريف "شوليرنشرانتهمون" schullard.h "النمساوي عام 1910: السياحة هي الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصاً عملية الإقتصادية التي تتعلق باوفود وإقامة وانتشار الجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أي بلدة ترتبط بهم ارتباطاً مباشراً". (ريان، 1996، ص11)

تعرف المنظمة العالمية للسياحة (WTO) السياحة بأنها: 'نشاط من الأنشطة التي تتعلق بخروج الفرد عن الوسط الذي يقيم فيه ولمدة لا تتجاوز السنة متواصلة، لغرض الترفيه والاستمتاع أو غيرها على ألا تكون مرتبطة بممارسة نشاط بهدف الحصول على دخل'.³ (jean et balfet، 2007، pr)

المطلب الثاني: أهمية السياحة

أهمية نفسية:

يمتاز عصرنا الحاضر بزيادة الصراعات النفسية والأزمات وانتشار الأمراض النفسية وقد كثرت هذه الحالات خاصة بعد الثورة الصناعية و ظهور عامل للتنافس الإقتصادي والإستخدامات التكنولوجية السريعة والتغيرات التي أدت إلى إحداث إضطرابات في الصحة النفسية في المجتمعات الصناعية ومنها :

✓ القلق الدائم بدون سبب.

✓ الشعور بالإكتئاب .

✓ عدم الثبات والإنفعال .

✓ ظهور الإضطرابات الجسمية ذات الأصل النفسي.

✓ القصور على تحقيق الأهداف الواقعية.

كل الحالات تؤدي في معظم الأحيان إلى ضعف قدرة الفرد في أداء عمله على أكمل وجه ضمن دائرة الإتصال الإجتماعي التي يعيشها الفرد بفرعها المختلفة الإقتصادية، الثقافية، والإجتماعية. فعلى سبيل المثال عند ظهور حالة تغير مفاجأة للفرد في عمله يشعر بالقلق محاولاً بذلك مقاومة تيار التغيير. (العيساوي، 2001، ص40)

أهمية بيئية وعمرانية:

وتكمن هذه السياحة في الإستغلال الأمثل للموارد والمعطيات الطبيعية وتدفع للحفاظ عليها وعدم إساءة استخدامها على إعتبار ثروة وطنية، كذلك تعمل النشاطات السياحية على تنظيم وتخطيط استخدام الأراضي بالشكل الذي يحقق أقصى منفعة ممكنة ولا يسبب مشاكل أو لأثار بيئية سلبية. (عثمان، وآخرون، 2002، ص22).

أهمية اقتصادية:

ميزت الجزائر بمعالم سياحية وحضارية تتحول السياحة إلى مصدرها الهام والقوي والأساسي من المصادر المتعددة للدخل القومي وفي هذا الوقت سوف تكون السياحة هي المرآة التي تستطيع أن تعكس الصورة الحضارية لبلد ما أمام جميع الدول العالم فالسياحة سوف توفر العملة الصعبة التي تستطيع أن تحل كافة المشاكل الاقتصادية التي تعوق تقدم للبلد وتحدد حياة الرفاهية للمواطنين الموجودين على أرضها ومن أهم المشاكل التي تستطيع السياحة إن إزدهرت بلد ان تحلها هي مشكله البطالة وإن تم حل هذه المشكلة فسوف يحدث التطور في إقتصاد هذا البلد أوتوماتيكيا وتكمن أهمية السياحة منح الناحية الإقتصادية في ما يلي:

✓ العمل على حل مشكلة البطالة بين الشباب من خلال توفير فرص عمل في المجال السياحي.

✓ نمو كامل في الدخل القومي وخاصة إدخال العملة الصعبة إلى البلد.

✓ العمل على تطوير المجال الزراعي من الاموال التي يتم إدخالها إلى البلد من السياحة.

✓ تطوير الكامل في كافة المؤسسات العامة بسبب التواجد المستمر للعملة الصعبة.

✓ توطيد العلاقات بين الدول وبعضها البعض وهذا يؤثر في التجارة الخارجية للدولة ومن ثم نمو إقتصادي

رائع. (/أهمية-السياحة-من-الناحية-الاقتصادية/klamnews.com 14:51p.m)

أهمية سياسية: تتضح الأهمية السياسية للسياحة كرد فعل مباشر من تعامل الدول مع بعضها البعض، والزيارات السياحية المتبادلة لعبت دورا هاما في العلاقات الدولية، حيث أصبحت تمثل أحد الإتجاهات الحديثة لتقليل حدة الصراعات والخلافات الدولية التي تنشأ بين الدول المتنازعة، وأصبحت السياحة رمزا من رموز السلام و التقارب بين الكثير من شعوب العالم.

أهمية ثقافية:

تمثل السياحة وسيلة حضارية وإجتماعية لنقل وتبادل الثقافات والحضارات بين شعوب العالم المختلفة. وكذلك يتحقق التبادل الثقافي بين الدول السياحية وتنقل اللغات والمعتقدات الفكرية، الأداب والفنون ومختلف ألوان ثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها. (عثمان، 1999، ص22)

أهمية اجتماعية:

تتمثل في رغبة السائح في زيارات الأقارب والأصدقاء هذه الدوافع تختلف تبعا للوضع والمكانة التي يحتلها الشخص. وقد تتجمع العديد من الدوافع مع بعضها البعض لدى سائح نظرا لدخوله في علاقه مصاهرة بين

الفصل الثاني: الصحافة المتخصصة في الشؤون السياحية

العائلات وعلاقات شخصية وأسرية يضاف إليها الدوافع الطبيعية المتراكمة والرغبة في الترفيه والتسلية في وقت الفراغ،(مروان ،1999،ص108).

الأهداف السياحية تعد وتختلف من مكان الى اخر ومن دولة الى اخرى فهي تحدد حسب ما يزخر به البلد المضيف من إمكانيات.

المطلب الثالث: أنواع السياحة

أنواع السياحة في الجزائر: بفضل تنوع الثروات الطبيعية من حيث تضاريسها ومناخها من منطقة إلى أخرى أدى ذلك إلى ظهور أنواع كثيرة من السياحة في الجزائر وهي :

السياحة الساحلية: هي أكثر أنواع السياحة انتشارا في الجزائر، بفضل الشريط الساحلي للمنتدى على مساحة 1200 كيلومتر ولقد حظي هذا النوع من السياحة بالإهتمام وجهزت بمركبات سياحية ما بين فنادق وبيوت الاصطياف ولفيلات الصيفية، وقد اخترت مناطق كبرى من أجل التوسع السياحي وهي:

✓ غرب مدينة الجزائر: موريثي، نادي الصنوبر، سيدي فرج، زرالدة وتيبازة.

✓ في الغرب: الأندلسيات في وهران.

✓ في الشرق: بجاية، عنابة، القل، سكيكدة والقالا. (عون، 1985، ص163).

السياحة ذات الطابع العائلي والاجتماعي: هذا النوع من السياحة يتميز بطابعه الأخلاقي يكون موجه للعائلات وتسمح بالاندماج مع السكان المحليين، كما إنها تسمح بتطوير نشاطات الإقتصادية في المناطق المحدودة التي تفتقر للمناطق السياحية.

السياحة الثقافية: تكاد تنعدم هذه السياحة في الجزائر ولا نجد إقبال كبير عليها من طرف السكان المحليين وتبقى حكرا على السياح الأجانب. (المجلس الإقتصادي والإجتماعي، 2000، ص27).

السياحة الصحية والمعدنية: تمتلك الجزائر إمكانيات هامة من الحمامات المعدنية والتي تسمح لها باستقبال السياح المهتمين بهذه السياحة بهدف الصحي أو الإستجمام والراحة ولقد تم إحصاء 202 منبع للمياه المعدنية سنة 1986 ومن بينها: حمام ربي بسعيدة، حمام شلالة بقلما، حمام الصالحين بسكرة، حمام بوحنيفية بمعسكر وهي مركبات سياحية مجهزة بمرافق صحية ومرافق ترفيهية.

السياحة الصحراوية: تمثل السياحة الصحراوية خاصية مميزة الوصف الى التراث السياحي في الجزائر في المناطق الصحراوية تتمتع بمناظر جميلة وأثار ونقوش صخرية وهذا يجعلها قطب سياحي حقيقي لجلب السياح الأجانب ولقد أنشئت بهذه المناطق فنادق نذكر منها: فندق القائد ببوسعادة، الزيانبيسكرة، شوف بالوادي الرستميين والجنوب غرداية، وفندق طهطا بتمنراست (حدانة ودحماني، د.س).

الفصل الثاني: الصحافة المتخصصة في الشؤون السياحية

السياحة ذات الطابع الديني: تتمثل هذه السياحة في زيارة المناطق التي تتواجد بها الأضرحة المحلية المشهورة والتي تعتبر محل إهتمام السياح الأجانب لمشاهدة الطقوس والتظاهرات التي تقام فيها من قبل مختلف الطوائف التي إعتادت على زيارتها.

سياحة المؤتمرات والأعمال: لقد ظهر هذا النوع من السياحة خاصة بعد تطور وسائل الإتصال وتحرير الإقتصاد وما نجم عنه من تنظيم الندوات والمؤتمرات، الأسواق، المعارض والزيارات الشخصية.

المطلب الرابع: مقومات السياحة الجزائرية.

الإمكانات الطبيعية: تتميز الجزائر بالإمكانات الطبيعية التالية:

الموقع والمناخ: تقع الجزائر شمال القارة الأفريقية وهي تتوسط بلاد المغرب الكبير يحدها من الشمال البحر المتوسط ومن الشرق تونس وليبيا ومن الغرب المغرب الأقصى موريطانيا ومن الجنوب النيجر ومالي. تتربع الجزائر عال مساحة تقدر ب 2381741 كلم مربع، إن هذه المساحة التي تتراوح في المسافات من الشمال إلى الجنوب، ومن الشرق إلى الغرب بين 1500 و2000 كلم تجعل من الجزائر أوسع بلد إفريقي¹. (د، كواش، 2004، ص216).

وتتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ :

مناخ المتوسطي على السواحل المنتدى من الشرق إلى الغرب ودرجة الحرارة متوسطة عموما في هذه المناطق من شهر أكتوبر إلى افريل وتقارب 18 درجة، أما في شهر جويلية أكثر من 30 درجة ويكون الجو حارا ورطباً .

مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا يتميز بموسم طويل بارد في الفترة من اكتوبر إلى ماي تصل درجة الحرارة أحيانا إلى خمس درجات أو أقل في بعض المناطق اما في باقي أشهر السنة فتتميز بحرارة جافة وتصل إلى أكثر من 30 درجة.

مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات ويتميز بموسم طويل حار من شهر ماي إلى سبتمبر حيث يتصل درجة الحرارة أحيانا إلى أكثر من 40 درجة أما باقي أشهر السنة هذا ما يمكن نشاط حركة السواح في فصل الشتاء . (مراقة، 2012، ص8.9).

الساحل الجزائري يمتد الساحل الجزائري على 1200 كيلومتر وهو يتميز بارتفاعه وتكونه الصخري وتوجد به عدة فضاءات سياحية نادرة ومن أهم المناطق السياحية الممتدة على هذا الساحل نجد: القالة، تيقزيرت، سيدي فرج ، تيبازة ، بني صاف... الخ. (p4، office national du tourisme).

الفصل الثاني: الصحافة المتخصصة في الشؤون السياحية

المناطق الجبلية: أهم ما يتميز المناطق الجبلية في الجزائر وجود سلسلة الأطلس التليوالأطلس الصحراوي التي تعطيان فرص الاكتشاف والصيد، إن خبايا المناطق الجبلية لا تختصر على المرتفعات والمغارات والكهوف فحسب، إنما هناك ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والنباتات المائية العذبة التي تتميز بالبرودة صيفا و الفتور شتاء وكل هذه تعتبر بمثابة عوامل جذب للسائح عندما تثير فيهم تفسير حلم الفضول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها مختلف مناطق الجزائر.

المناطق الصحراوية: تبلغ مساحة الصحراء الجزائرية حوالي 2 مليون كيلومتر وهي موزعة على أربعة محطات كبرى في الجنوب وهي:

- ✓ **ادزار:** الواقعة في الجنوب الغربي للصحراء وتعرف هذه المنطقة بتمازج مختلف الثقافات وقلاعها القديمة.
- ✓ **اليزي:**و التي تتمثل الطاسيلي الذي يقع في أقصى الجنوب الشرقي، تعرف هذه المنطقة بالحضيرة الوطنية للطاسيلي والتي صنف سنة 1982 تراثا عالميا من طرف منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة.
- ✓ **وادي ميزاب:** والتي تتوفر على معالم تاريخية ومعلومات معمارية وقد صنف ضمن التراث العالمي وتتمثل في مدن بني يزقن، بنورة، وبساتين النخيل .

✓ **تمنراست:** التي تتميز بوجود الحظيرة الوطنية للأهقار وماذا تتمتع به من تضاريس، ثروة غابية، حيوانية ونقوش حجرية التي تمثل موارد اساسية للسياحة.

✓ **المحطات المعدنية:** الجزائر بلد غني طبيعته الساحرة وقدرته السياحية والثقافية الهائلة والمتعددة وحتى الطبيعة كان لها الفضل أن تمنح الجزائر مناظر خلابة، كما وهبتها العديد من المنابع المعدنية بخاصية علاجية مؤكدة تبني حسب الدراسات التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسة السياحية وجود 202 منبع للمياه المعدنية بتركيز أغلبها في شمال البلاد ومن اهم هذه الحمامات نجد: حمام قرقور بسطيف، حمام الصالحين.

الحضائر السياحية الوطنية تمتلك الجزائر العديد من الحضائر الوطنية المتواجدة في مختلف ارجاء الوطن وهي كالتالي:

✓ الحضيرة الوطنية لجرجرة، تغطي مساحة 185000 كلم².

✓ الحضيرة الوطنية لثنية الحد، تغطي مساحة 38000 كلم².

✓ الحضيرة الوطنية لبلازما، تغطي مساحة 26000 كلم².

✓ الحظيرة الوطنية للشريرة، تغطي مساحة 26000 كلم².

✓ الحضيرة الوطنية لقوراية، تغطي مساحة 3000 كلم².

✓ الحضيرة الوطنية للقالا، تغطي مساحة 76438 كلم².

هذه الحضيرة مصنفة ضمن المناطق الرتبة من طرف منظمة اليونسكو.

ثانيا: الإمكانيات التاريخية الحضارية

تعتبر الجزائر من الدول التي تملك ارسال تاريخيا وحضاريا، تمتد جذوره إلى اعماقه التاريخ مرورا بمختلف المراحل التاريخية لهذا البلد الذي يتميز بتنوع حضارته ومواقعه الاثرية التي تمثل حضارات مختلفة مرت على الجزائر عبر حقبة زمنية طويلة تركت أثارا ثقافية وإجتماعية متنوعة في الوسط الاجتماعي.

وإجتماعية متنوعة في الوسط الاجتماعي من بينها الحضارة الرومانية، البربرية، والعربية الاسلامية والتي تعكس غنى هذا الإرث الثمين. واهم المواقع التاريخية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر موقع التاسيلي الذي يعتبر من أهم وأروع المواقع العالمية من حيث طبيعته الجيولوجية ويعود تاريخ هذا الموقع الى 6000 سنة قبل الميلاد، وتتجلى عظمته من حفرياته التي كشفت عن بقايا الحيوانات والنباتات التي كانت تعيش في هذه المنطقة وأيضا تسمى حي القصبة العريق تم التسجيل هذا الموقع تراثا عالميا سنة 1992،^{(١) p434:.... (Algérie)} في الجزائر والتي شيدها العثمانيون في القرن السادس عشر، تمثل أحد وأجل المعالم الهندسية في المنطقة المتوسطة، وتطل على جزيرة صغيرة كانت موقعا تجاريا للقرطاجيين خلال القرن الرابع قبل الميلاد. كما تعتبر " قلعة بني حماد" من المواقع الاثرية الهامة في التراث التاريخي للجزائر، فهي تتوفر على آثار رومانية كالاسوار والقبور القديمة على آثار اسلامية، وأثار للدولة الحماية ودوله الموحدون خلال فترة تواجدهم بهذه المنطقة يوجد هذا الموقع بمدينة المسيلة). يشمل تراث الحضاري والثقافي للجزائر رصييدا هاما في المتاحف منها:

- ✓ المتحف الوطني سيرا بقسنطينة: ويعتبر من اقدم المتاحف في الجزائر.
- ✓ متحف باردو الوطني: يوجد بالجزائر العاصمة، وتعرف به حفريات عن أصل الشعوب أنثوغرافية.
- ✓ المتحف الوطني زبانة: يوجد بمدينة وهران يشمل حفريات عن عصور ما قبل التاريخ.
- ✓ المتحف الوطني للجهاد: يوجد بالجزائر العاصمة، تتمثل معروضاته في آثار عن الثورة التحريرية.
- ✓ المتحف الوطني للفنون الجميلة: يوجد بالحامة الجزائر العاصمة، تعرض به ألوان من الفن العصري كالرسم التصوير والنحت.
- ✓ متحف تيمقاد: يوجد بمدينة تيمقاد، باتنة يظن قطعا من الفسيفساء وأثار قديمة منها نقود وأسلحة قديمة وثمانيل.

ثالثا: الإمكانيات والبنى (الهيكل) القاعدية

تمتلك الجزائر هياكل قاعدية هامة تتمثل في مايلي: 1_النقل لقد تم الإهتمام بالنقل وتحسينه في المنجزات الخاصة بشبكة الطرق والمطارات والموانئ، فكتفت شبكة طرق البحرية، الجوية والبرية المحققة في الجزائر، تشكل عامل هام لتشجيع السياحة في مختلف المناطق وأهم هذه الشبكات:

شبكة الطرقات: يصل طول شبكة الطرقات الى المنطقه الشمالية للبلاد، وهي مقسمة حسب ما يلي:

✓ الطرق الوطنية.

✓ الطرق الفرعية الولائية.

✓ الطرق البلدية.

وتجدر الاشارة إلى مشروع القرن في الجزائر وهو الطرق السيار شرق غرب الذي يمتد من شرق البلاد إلى غربها على مسافة 1216 كلم .

شبكة السكك الحديدية: طول السكك الحديدية تقارب 4500 كلم، تعبر حوالي 200 محطة تغطي على الخصوص شمال البلاد هذا نمط من وسائل النقل لا يمكن اعتباره كواسيلة نقل خاصة بالسياح. (ministre du tourisme, 2008, p49)

النقل الجوي: إن الهياكل القاعدية الخاصة بنقل الجوي في الجزائر قد شهدت تطورا ملحوظا تميز في إنجاز عدة مطارات إلى مختلف التراب الوطني. شركة الخطوط الجوية الجزائرية هي الرائدة في مجال النقل الجوي حيث تغطي حوالي 37 رحلة حول العالم إضافة إلى 31 مدينة في الداخل. الشبكة التي تغطيها شركة تقدر ب 96400 كيلومتر إضافة إلى 150 وكالة في الجزائر وخارجها.

أيضا هناك عدد شركات أخرى تقدم خدماتها في هذا المجال مثل: الخطوط الجوية التونسية شركة طيران التاسيلي... الخ.

النقل الجوي: إن العمل البحري في الجزائر يعتمد على 13 ميناء للعديد من الخدمات كالتجارة والصيد البحري، إضافة إلى مينائين متخصصين في المحروقات بالإضافة إلى العديد من الموانئ الصغيرة التي تستعمل لصيد البحري والترفيه، كما تحتوي على حجرات البحرية للأمن الملاحة ومحصات الدفاع الساحلي وأهم الموانئ: الجزائرية وهران، عنابة جن والتي تتضمن 75 % من نسبة حركة الملاحة.

الفصل الثاني: الصحافة المتخصصة في الشؤون السياحية

أهداف الترويج السياحي وتلخص أهداف الترويج السياحي باربعة عناصر هي الاعلام ويقصد به نشر المعلومات الضرورية بين السائحين المستهلكين او الجمهور المجتهدة في التعريف الى المنتج أو الخدمة السياحية ويمكن توافرها ومميزاتها الى تميزها عن غيرها الإقناع يقصد به استمارة الجمهور المستهلك السائحين الحاليين والمرقبين الى شراء المنتج أو الخدمة السياحية من خلال التركيز على المنافع والفوائد التي تحققها لهم بتالي حثهم على الحصول عليها التذكيره عن التوسع في تقديم المنتج أو الخدمة السياحية بحسب حاجه السوق المجتهد والتنبه الجمهور المستهلك السائحين الى المنتج والخدمة لا يزلان متوفرين التعزيز هو زياده رضا السائحين عن المنتج او الخدمة السياحية بعد شرائها والحصول على ولاءهم لها وجعلهم يتحدثون عنها الى غيرهم وتعميق شعورهم بالفجر ومن ثم تكوين الصور الجيده عن هذا المنتج والخدمه السياحية في اذهنها هؤلاء السياح السائحين.

الطاقة الفندقية: تمثل الطاقة الفندقية القدرة الإستيعابية للوحدات الفندقية وكل مؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين إلى الدولة السياحية المضيقة، وتعد أحد المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم هذا القطاع في بلد معين. (p48,1988,heddar).

يعرف الاعلام السياحي بأنه يلعب الإعلام السياحي دورا هاما في التنمية السياحية، وهو جزء لا يتجزأ منها ويعتبر عملا أساسيا في التعريف بالمووروث الثقافي باختلافه، وذلك من خلال إبراز الصورة الصحيحة للأجيال. أولا: مفهوم الإعلام .

هو كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة، خلال الأدوات ووسائل الإعلام والنشر الظاهرة والمعنوية ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية. (عواد، 2015، ص13).

المبحث الثالث: ماهية الإعلام السياحي

المطلب الأول: تعريف الإعلام السياحي

هو مخاطب الجماهير داخل البلاد وخارجها مخاطبة موضوعية وعقلية باستخدام عوامل الجذب والتشويق في تقديم المنتج السياحي بقصد إقناع الجمهور وإثارة اهتمامه بأهمية السياحة، وفوائدها للفرد والدولة وتشجيعه على التعرف على المقاومات السياحية، وذلك بهدف نشر الوعي السياحي بينهم وحسن معاملة السائحين ومعاوناتهم فيما يحتاجونه. (آل دغيم، 2014، ص59).

ويعرف الإعلام السياحي بأنه توصل معلومات التي تخص السياحة الداخلية والخارجية والمسيرة العامة لمؤسسة السياحة وإظهار الحقائق الايجابية عنها خارج المؤسسة الفعلية وإصلاحها حول انتاجها وصناعتها أو خدماتها للإتصال بالجماهير ضمن خطة مدروسة لها أهدافها وفوائدها الآنية والمستقبلية. (كاظم، 2010، ص286).

الفصل الثاني: الصحافة المتخصصة في الشؤون السياحية

الإعلام السياحي: هو إيضاح الحوادث الإيجابية المفيدة وعناصر الجذب السياحي وزوايا الإثارة الطبيعية والتنظيمية وبصمتها التاريخية والتراثية للجمهور في الداخل و الخارج وإبراز الجوانب التطويرية والإستثمارات التي تحصل في الإطار السياحي وكل مايتعلق بالطلب والعرض السياحي وعواملها ومفرداتها أمام الناس لتحفيزهم على الاتجاه نحو الحركة السياحية واستقطاب السائح إلى مراكز الإثارة والترفيه السياحيين. (حجاب، 2002ص43).

المطلب الثاني: وسائل الإعلام السياحي

تعتبر وسائل الإعلام من أهم الآليات في نشر المعلومات وبث الوعي وتنشيط السياحة وذلك باستخدام وسائل الإعلام بطرق مختلفة و لكي تتمكن من جذب السائحين ومن مختلف الجهات والمصالح تقوم باستخدام وسائل الإعلام المختلفة لمخاطبة الجمهور وهي الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون والسينما وهناك وسير أخرى للنشر في مجال السياحة، يمكن استخدام عدة وسائل إعلامية منها المطبوعات والكتيبات وملصقات وغيرها من الوسائل التي تهدف إلى جذب الفئات المستهدفة ومن بين هذه الوسائل التي يستخدمها الإعلام السياحي كوسيلة إعلامية هي الصحف، والمجلات والإذاعة والتلفزيون الإنترنت.

-الصحف: للصحف العامة دور في الإعلام عن المناطق السياحية، حيث تعتبر وسيلة لنقل الأخبار اليومية، فلو تم الإعلان عن منتج معين وعن إقامة أو رحلات شاملة فإن الإعلان يعتبر خبر مهم بالنسبة للقارئ الصحيفة فالعديد من المنشآت السياحية التي تجد صعوبة في إيصال رسائلها لدى الجمهور عبر وسائل الإتصال ما دامت لديها مصاريف النشر و الإعلان والقيم بحملات إعلامية .

المجلات: للمجلات العامة ميزة امكانية اختيار القارئ تبعا لخصائصه الديموغرافية، مما يقلل من نسبة الفاقد في الإعلام السياحي خصوصا إذا ما كانت ميزانية الاعلامية محدودة والشوق وسائل الانتشار بحفظ تخصص بابا أو قسما للشؤون السياحية والفندقة فتظهر مقالات وصور عن مناطق سياحية يكون الإعلان عن هذه القوة جذب والغرض الأساسي منها عرض الأحداث الجارية والتعليق عليها أو تقديم معلومات مختلفة مهمة للقارئ.

-الإذاعة: هي أوسع وسيلة السياحي انتشار وأكثرها شعبية وجمهورها هو الجمهور العام بجميع مستوياته وتستطيع الوصول إلى الجمهور، السياحة التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إليها.

-التلفزيون: في مجال الإعلام السياحي، يتميز التلفزيون كوسيلة إعلامية في نقل صورة حية وواقعية عن المناطق السياحية ويظهر سائحين وهم في حالة استمتاع بالمنتج هذا بجانب النص المسموع والخلفية الموسيقية الذين يزيدان في من تأثير الإعلام بالإضافة إلى أن الرسالة الإعلانية يتصل إلى إعدادها من المشاهدين وهم في حالة استرخاء مما يساعد على تقبلها وإستيعابها .

الفصل الثاني: الصحافة المتخصصة في الشؤون السياحية

-المؤتمرات والندوات السياحية وغير السياحية: بحيث تمثل المؤتمرات السياحية وسيلة اساسية في تنشيط التعاقدات وكذا في ترويج البرامج السياحية حيث تتم من خلالها ادارة الحوار حول هذه البرامج وشرح إمكانية وقدره شركة سياحية في التحقيق الاشباع السياحي المطلوب بصفة خاصة.

-المهرجانات والمعارض السياحية: التركيز والاهتمام بالمهرجانات والممارسة السياحية بهدف تنشيط المواسم السياحية على سبيل المثال اقامة المهرجان السياحي عالميا جذب إليه العديد من السياح.

-المطبوعات السياحية: لا تكفي نشر مطوية كل فندق أو قائمة مجموعة الفنادق في المنطقة أو المدينة، وإنما يتطلب الأمر اعداد مطبوعة كالكتيبات والخرائط وجداول المواعيد ويصدر كل متحف دليلا له مناطق سياحية وتباع بأثمان معقولة.

-الإنترنت: وتكمل أهمية استخدام الإنترنت في العالم السياحي من خلال قدرته الواسعة في الوصول إلى الأسواق السياحية المختلفة بصورة تختصر كثيرا من الجهد والوقت والمال بأساليب بالغة التأثير والفعالية حيث تتيح للمستهلك السياحي للحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاجها عن المنتج السياحي ويسمى ذلك معلومات عن الطيران والفنادق والبرامج السياحية وأماكن تأجير السيارات. (مثال الحجز عبر الوكالات)مذكرة الإعلام السياحي ودوره في السياحة الصحراوية.

المطلب الثالث: مبادئ ومنطلقات الاعلام السياحي

يهدى في الاعلام السحري الى نشر الوعي بأهمية السياحة من خلال مخاطبه جمهور السائحين المرتقبين وتشجيعهم على الزيارة وجذبهم وتشويقهم بطريقه موضوعيه ومشوقه في نفس الوقت فان له مجموعه من المبادئ والمنطلقات التي تساهم في ايصال الرسالة الاعلامية بشكل جيد وواضح و التي تتمثل في الاتي الالتزام بمبادئ واحكام الدين الاسلامي الحنيف وقواعد الشريعة الغراء التقيد بالأطر القانونية الناظمة لأنشطة القطاع السياحي وصناعه السياحة التقيد بالأطر القانونية والسياسات الناظمة للممارسات الإعلامية بإعتماد اللغة العربية كأداة رئيسية في إيصال رسالة الإعلام السياحي و الاحترام الكامل للقيم والعادات والتقاليد المرعية واعتبار المصلحة الوطنية العليا غايه اساسيه في النشاط الاعلام السياحي اتباع مفهوم العمل تراكمي لتحقيق التأثير المستهدف مع مراعاة التغيرات المستقبلية والتعامل معها وفق ما تقتضيه هذه التغيرات وعليه فان كل من يعمل في الاعلام السياحي بوسائله المختلفة المقروءة والمسموع والمرئية وعبر على الانترنت والوسائط المتعددة حتما عليه أن يكون صادقا وموضوعيا وإلا سيعمل ويسير في الاتجاه المعاكس.

المطلب الرابع: أهداف الإعلام السياحي

الفصل الثاني: الصحافة المتخصصة في الشؤون السياحية

أهداف الترويج السياحي وتلخص أهداف الترويج السياحي بأربعة عناصر هي:

الإعلام: ويقصد به نشر المعلومات الضرورية بين السائحين المستهلكين أو الجمهور المجتهد في التعريف إلى المنتج أو الخدمة السياحية ويمكن توافرها وميزاتها إلى تميزها عن غيرها. (السوطي، 2011، ص51)

الإقناع: يقصد به إستمارة الجمهور المستهلك السائحين الحاليين والمرقبين إلى شراء المنتج أو الخدمة السياحية من خلال التركيز على المنافع والفوائد التي تحققها لهم بتالي حثهم على الحصول عليها التذكيرية عن التوسع في تقديم المنتج أو الخدمة السياحية بحسب حاجة السوق المجتهد والتنبيه الجمهور المستهلك السائحين إلى المنتج والخدمة لا يزلا متوفرين.

التعزيز: هو زيادة رضا السائحين عن المنتج أو الخدمة السياحية بعد شرائها والحصول على ولائهم لها وجعلهم يتحدثون عنها إلى غيرهم وتعميق شعورهم بالفجر ومن ثم تكوين الصورة الجيدة عن هذا المنتج والخدمة السياحية في أذهان هؤلاء السياح السائحين. (بن منشط حياتي، 2014، ص100-102).

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول: إجراءات الدراسة التحليلية.

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة التي اعتمدت على أسلوب تحليل المضمون تم القيام بتصميم استمارة خاصة بتحليل المضمون انطلاقاً من أهداف الدراسة.

إعداد استمارة تحليل المحتوى:

✓ تحديد الأهداف التي يسعى من خلالها الباحث لتحليل مضمون الصفحات الرياضية في المجالات الرياضية.

✓ مراجعة الدراسات السابقة للتعرف على الأدوات التي يتم استخدامها في تحليل المضمون لاختيار ما يناسب منها أهداف الدراسة.

✓ إعداد استمارة بشكلها الأول متضمنة البيانات التي يسعى الباحث بتحقيق أهداف الدراسة.

✓ تم عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف ونوقش معه الصعوبات وتم تعديل الاستمارة بناءً على ملاحظته.

تم إعداد الإستمارة بصورتها النهائية لتشمل المواضيع الثقافية التي تم معالجتها من حيث المضمون من خلال المعالجة الصحفية للمواضيع حسب مستوى المواضيع الثقافية والإجتماعية وطبيعة المعالجة الصحفية للحدث أو الشأن الثقافي ثم المصادر المعتمدة في التغطية ثم من ناحية الشكل نجد الأنواع الصحفية المستخدمة في نشر المواد الصحفية والصور المصاحبة لها تكراراً ومساحة.

المعاملات العلمية لإختبارات الدراسة:

الصدق: تم القيام بعرض إستمارة تحليل المحتوى على عدد من المحكمين التالية أسمائهم:

الأستاذ: بلعباس عبد الحميد: أستاذ محاضر أ بجامعة المسيلة.

الأستاذ: صاوي عبد المالك: أستاذ محاضر أ بجامعة المسيلة.

الأستاذ : أحمد المهدي الزواوي: أستاذ محاضر أ بجامعة المسيلة.

مع الحرص على تمثيل المحكمين لمجال الدراسة، والمتخصصين في البحوث الإعلامية، وذلك لحساب صدق المحتوى و إبداء آرائهم و مقترحاتهم حول الفئات التي من خلالها يمكن تحليل محتوى المجالات السياحية.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

وبناء على ملاحظات الخبراء والمحكمين، أجريت بعض التعديلات على الفئات الجزئية لاستمارة تحليل المضمون ليتم تصميمها بشكلها النهائي.

الثبات:

إن العمل العلمي الذي أنجزناه يتوقف على 03 محكمين من أجل القيام بالتحليل. حيث قمنا بترميزهم بالطريقة التالية :

أ : الأستاذ: بلعباس عبد الحميد: أستاذ محاضر أ بجامعة المسيلة.

ب: الأستاذ: صاوي عبد المالك: أستاذ محاضر أ بجامعة المسيلة.

ج: الأستاذ : أحمد المهدي الزواوي: أستاذ محاضر أ بجامعة المسيلة.

وبعد الترميز قمنا بحساب متوسط الاتفاق بين كل محكمين اثنين أ- ب و ب- ج ثم بين المحكمين ب- ج، وهي طريقة "هولتسي" لحساب معامل الثبات في التحليل الذي يقوم به أكثر من محللين أي معامل ثلاث محكمين أو أكثر التي تقوم على القاعدة الرياضية التالية:

معامل الثبات = n (متوسط الاتفاق بين المحكمين)

$1 + (n - 1)$ متوسط الاتفاق بين المحكمين

حيث n : عدد المحكمين.

وكانت النتائج العملية للمرمزين الثلاثة كالآتي: بلغت ترميز إستمارة تحليل المضمون بعد التحكيم 135 رقما كما هو مبين في الملاحق:

الرمز (أ) قام بترميز 133 فئة، الرمز (ب) قام بترميز = 130 فئة، الرمز (ج) قام بترميز 127، ولمعرفة متوسط الاتفاق بينهم يجب اتباع الطريقة التالية:

متوسط الاتفاق بين المرمزين كل على حدا:

بين أ و ب تم الاتفاق على 130 عنصر من أصل 135، وبعد عملية القسمة أي:

$$0.96=135/130$$

بين ب و ج تم الاتفاق على 127 عنصر من أصل 135، وبعد عملية القسمة أي:

$$0.94=135/127$$

بين أ و ج تم الاتفاق على 127 عنصر من أصل 135، وبعد عملية القسمة أي:

$$0.94=135/127$$

بعد ذلك تجمع كل النتائج و تقسم على 03 أزواج لاستخراج متوسط الاتفاق:

$$0.94 = 3/2.84 = 0.96 + 0.94 + 0.94$$

متوسط الاتفاق

بعد ذلك تم تطبيق معادلة هولستي في حساب الثبات نجد كالتالي:

$$0.97 = \frac{2.82}{2.88} = \frac{(0.94) 3}{0.94(1-3)+1}$$

أي أن نسبة الثبات في عملية التحليل تساوي 97% وهذا دليل على أن معامل الثبات عال من حيث الدرجة التي حددها هولستي بين أقل من 1 إلى 0.75، وهذا ما سمح لنا بمتابعة الدراسة بكل صدق وثبات.

المبحث الثاني: تحليل بيانات الدراسة التحليلية:

1- المطلب الأول: تحليل بيانات مجلة **Tourisme et Voyages**.

الجدول رقم 01: بيانات الأنواع الصحفية حسب نسبة تكرارها ومساحة تحريرها في مجلة **Tourisme et Voyages**.

المعطيات النوع الصحفي	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة	الترتيب
الخبر الصحفي	22	27%	3746	9%	4
التقرير الصحفي	35	43%	17250	42%	1
الحديث الصحفي	06	7%	6203	15%	3
الريورتاج الصحفي	14	14%	11843	29%	2
البورتري الصحفي	1	1%	828	2%	6
الإفتتاحية الصحفية	3	3%	1231	3%	5
التعليق الصحفي	0	0	0	0	/
المجموع	81	100%	41101	100%	/

من خلال الجدول رقم (01) الذي يبين ترتيب الانواع الصحفية حسب نسبة تكرارها ومساحتها في مجلة **Tourisme et Voyages** نلاحظ أن التقرير الصحفي أخذ أكبر نسبة تكرار ب 43 % في حين احتل الخبر الصحفي المرتبة الثانية بنسبة تكرار 14 % وجاء الحديث الصحفي في المرتبة الرابعة بنسبة 7 % اما الافتتاحية اخدت نسبة 3 % ثم البورتري بنسبة بنسبة 1 % وفي الاخير التعليق الذي كانت نسبة تكرار منعدمة.

اما من حيث نسبة المساحة تصدر التقرير الصحفي التقرير الصحفي الانواع الصحفية بنسبة 42 % يليه الروبورتاج الصحفي بنسبة 29 % ثم يليه الحديث الصحفي بنسبة بلغت 15 % يليه الخبر الصحفي بنسبة 19 % والافتتاحية الصحفية بنسبة 3 % والبورتري الصحفي بنسبة 2 % وأخيرا التعليق بنسبة منعدمة.

الجدول رقم (02): بيانات تحرير الصور الصحفية في مجلة **Tourisme et Voyages**

Voyages

المعطيات / نوع الصور	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
الصور الفوتوغرافية	191	%100	33833	%100
الصور الكاريكاتورية	0	0	0	0
المجموع	191	%100	33833	%100

من خلال الجدول رقم (02) يوضح بيانات تحرير الصور الصحفية في مجلة **Tourisme et Voyages** أعلاه نلاحظ ان الصور الفوتوغرافية أخذت نسبة 100% من حيث نسبة تكرارها ومساحتها ثم تليها الصور الكاريكاتورية في المرتبة الثانية بنسبة منعدمة تكرارا ومساحة.

الجدول رقم (03): بيانات تحرير المواد التحريرية في مجلة **Tourisme et Voyages**

Voyages

المعطيات / المواد التحريرية	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
الأنواع الصحفية	81	%30	41101	%55
الصور الصحفية	191	%45	33833	%45
مجموع المواد التحريرية	272	100% 79%	74934	%100 %88
الإشهار	15	%21	10080	%12
المجموع الكلي	287	%100	85014	%100

من خلال الجدول رقم (03) الذي يبين بيانات تحرير المواد التحريرية في مجلة **Tourisme et Voyages** نلاحظ ان الصور الصحفية جاءت بأكبر نسبة تكرار بلغت 70% ثم تليها الأنواع الصحفية بنسبة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

30% أما من حيث نسبة المساحة فقد تصدرت الأنواع المرتبة الأولى بنسبة 55% ثم تليها نسبة مساحة الصور بـ 45%.

ومن جهة أخرى جاءت نسبة تكرار الإشهار بنسبة 21% ونسبة مساحة 12% من المجموع الكلي للمواد الصحفية في مجلة وهي نسبة جد معقولة ومناسبة إذ ما قارناها مع النسبة القصوى المحددة بـ 25%.

الجدول رقم (04): بيانات لغة التحرير المستخدمة في مجلة **Tourisme et**

Voyages

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
اللغة الإنجليزية	0	0	0	0
اللغة الفرنسية	81	100%	41101	100%
اللغة العربية	0	0	0	0
المجموع	81	100%	41101	100%

من خلال الجدول رقم (04) الذي يوضح بيانات لغة التحرير المستخدمة في مجلة **Tourisme et Voyages** نلاحظ من خلاله ان نسبة اللغة الفرنسية هي 100 % تكرارا ومساحة.

الجدول رقم (05): بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الوطنية في

مجلة **Tourisme et Voyages**

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
السياحة الوطنية				
قرارات ومشاريع	5	6%	2641	4%
تكنولوجيا الاتصال	1	1%	1456	2%
تطورات ومشاكل	1	1%	1705	2%
مركبات سياحية	1	1%	1326	2%
اقتصاد	2	2%	1547	2%
فندقة	13	16%	9022	12%
دواوين السياحة	0	0	0	0
النقل البري	2	2%	1456	2%
أحداث وفعاليات	7	9%	3770	5%

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

أحداث وتطورات	0	0	0	0
وكالات سياحية	4	5%	1962	3%
أفلام وثائقية	0	0	0	0
أحداث ومشاريع	0	0	0	0
المجموع	81	100%	74934	100%

من خلال الجدول رقم (05) الذي يوضح بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الوطنية في مجلة *Tourisme et Voyages* نلاحظ أن الفندقية بلغت أكبر نسبة تكرار 16% ثم تليها أحداث وفعاليات بنسبة بلغت 9% وبعدها قرارات ومشاريع بنسبة تكرار 6% ثم وكالات سياحية بنسبة تكرار بلغت 5% ثم تليها اقتصاد والنقل البري بنسبة 2% ثم تأتي تكنولوجيا الاتصال وتطورات ومشاكل مركبات سياحية والنقل البري بنسبة متساوية بلغت 1% وفي الأخير دواوين السياحة وأفلام وثائقية وأحداث ومشاريع بنسبة معدومة.

أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت الفندقية 12% ثم أحداث وفعاليات بنسبة 5% ثم قرارات ومشاريع بنسبة 4% ثم وكالات سياحية بنسبة 3% ثم تطورات ومشاكل وتكنولوجيا الاتصال ومركبات سياحية واقتصاد والنقل البري بنسبة 2% ثم دواوين السياحة وأحداث وتطورات وأفلام وثائقية وأحداث ومشاريع بنسبة معدومة.

الجدول رقم (06) : بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الدولية في مجلة *Tourisme et Voyages*

المعطيات السياحة الدولية	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
أحداث وفعاليات	1	1%	1540	2%
تكنولوجيا الاتصال	3	4%	3193	4%
أحداث وتطورات	0	0	0	0
قرارات ومشاريع	0	0	0	0
فعاليات وأنشطة	0	0	0	0
وجهات تاريخية	0	0	0	0
وكالات سياحية	0	0	0	0
اقتصاد	0	0	0	0
إحصاءات	0	0	0	0

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

مدن سياحية	3	4%	2531	4%
الإطعام	1	1%	1540	1%
فعاليات	2	2%	1498	2%
المجموع	81	100%	74934	100%

من خلال الجدول رقم (06) الذي يوضح بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الدولية في مجلة *Tourisme et Voyages* نلاحظ أن تكنولوجيا الاتصال ومدن سياحية بلغت أكبر نسبة 4 % ثم تليها في المرتبة الثانية فعاليات بنسبة تكرار 2 % ثم تليها في المرتبة الثالثة أحداث وفعاليات والإطعام بنسبة تكرار بلغت 1% وأخيرا أحداث وتطورات وقرارات ومشاريع وفعاليات وأنشطة وجهات تاريخية وكالات سياحية واقتصاد وإحصاءات بنسبة معدومة اما من حيث المساحة للمواضيع فبلغت تكنولوجيا الاتصال ومدن سياحية 4% ثم فعاليات و أحداث وفعاليات بنسبة 2% ثم الإطعام بنسبة 1 % ثم أحداث وتطورات وقرارات ومشاريع وفعاليات وأنشطة ووجهات تاريخية وكالات سياحية واقتصاد وإحصاءات بنسبة معدومة.

الجدول رقم (07): بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الصحراوية في مجلة *Tourisme et Voyages*

المعطيات السياحة الصحراوية	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
مناطق سياحية	0	0	0	0
مناطق طبيعية	2	2%	2877	4%
قرارات ومشاريع	0	0	0	0
فندقة	0	0	0	0
أحداث وتطورات	0	0	0	0
عدد وتقاليد	0	0	0	0
مدن سياحية	5	6%	3848	5%
مناطق أثرية	0	0	0	0
شخصيات محلية تاريخية	0	0	0	0
المرأة الصحراوية	0	0	0	0
مدن صحراوية	0	0	0	0
كهوف ومغارات	0	0	0	0
حيوانات صحراوية	0	0	0	0
شخصيات محلية فنية	0	0	0	0

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المجموع	81	%100	73934	%100
---------	----	------	-------	------

من خلال الجدول رقم (07) الذي يوضح بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الصحراوية في مجلة *Tourisme et Voyages* نلاحظ مدن سياحية بلغت أكبر نسبة تكرار بـ 6% ثم مناطق طبيعية بنسبة 2%.

أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت المدن السياحية نسبة 5% ومناطق طبيعية بنسبة 4%.

الجدول رقم (08): بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الساحلية في

مجلة *Tourisme et Voyages*

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
السياحة الساحلية				
مدن سياحية	1	1%	1309	2%
مركبات سياحية	1	1%	1526	2%
جبال ومناطق خضراء	0	0	0	0
سدود وحواجز مائية	0	0	0	0
قرارات ومشاريع	0	0	0	0
مركبات سياحية جبلية	1	1	1452	2%
بحيرات	0	0	0	0
خطائر وغابات	0	0	0	0
شواطئ	0	0	0	0
كهوف ومغارات	0	0	0	0
خطائر وجبال	0	0	0	0
مدن قديمة	0	0	0	0
المجموع	81	%100	74934	%100

من خلال الجدول رقم (08) الذي يوضح بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الساحلية مجلة *Tourisme et Voyages* في نلاحظ ان مدن سياحية ومركبات سياحية ومركبات سياحية جبلية بلغت أكبر نسبة تكرار 1% و 2% مساحة، ثم تليها بنسب متعددة تكرارا ومساحة الفروع التالية: جبال ومناطق

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

خضراء سدود وحواجز مائية قرارات ومشاريع بحيرات خطائر وغابات شواطئ كهوف ومغارات خطائر وجبال مدن قديمة.

الجدول رقم (09): بيانات معالجة المواضيع حسب التراث المحلي في مجلة **Tourisme et Voyages**

المعطيات والتراث المحلي	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
حرف تقليدية	6	7%	4038	5%
الأكل التقليدي	3	4%	4850	6%
مواقع أثرية	0	0	0	0
عادات وتقاليد	0	0	0	0
بنايات قديمة	0	0	0	0
لباس تقليدي	0	0	0	0
مواقع طبيعية	0	0	0	0
قرارات ومشاريع	0	0	0	0
تاريخ وذاكرة	0	0	0	0
واقع وآفاق	0	0	0	0
حيوانات أصيلة	0	0	0	0
مساجد قديمة	0	0	0	0
فعاليات وأنشطة	0	0	0	0
المجموع	81	100%	74934	100%

من خلال الجدول رقم (09) الذي يوضح بيانات معالجة المواضيع حسب التراث المحلي في

مجلة **Tourisme et Voyages** نلاحظ حرف تقليدية بلغت أكبر نسبة تكرار 7% والكل التقليدي بنسبة

4% تمثلها بنسب منعدمة مواقع أثرية وعادات وتقاليد بنايات قديمة لباس تقليدي مواقع طبيعية قرارات ومشاريع

تاريخ وذاكرة واقع وآفاق حيوانات أصيلة مساجد قديمة فعاليات وأنشطة.

أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع نجد الأكل التقليدي في المرتبة الأولى بنسبة 6% ثم تليها في

المرتبة الثانية حرف تقليدية بنسبة 5% وفي المرتبة الأخيرة بنسب منعدمة مواقع أثرية وعادات وتقاليد وبنايات قديمة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

ولباس تقليدي ومواقع طبيعية وقرارات ومشاريع وتاريخ وذاكرة وواقع وآفاق وحيوانات أصيلة ومساجد قديمة
فعاليات وأنشطة.

الجدول رقم (10): بيانات معالجة المواضيع حسب النقل الجوي في مجلة **Tourisme et**

Voyages

النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات النقل الجوي
2%	1414	1%	1	أحداث وتطورات
2%	1796	1%	1	تطورات ومشاكل
3%	2157	1%	1	احصاءات
7%	5367	3%	3	المجموع
2%	1456	4%	3	قرارات
2%	1243	2%	2	أحداث وتطورات
2%	1217	1%	1	فعاليات
3%	1901	2%	2	قرارات وإحصاءات
2%	1557	1%	1	أحداث وقرارات
2%	1251	1%	1	تطورات ومشاكل
3%	2143	2%	2	إحصاءات
%100	3369	13%	12	المجموع
2%	1277	1%	1	آفاق
0	0	0	0	سفر الأعمال
0	0	0	0	أحداث وتطورات
0	0	0	0	قرارات ومشاريع
2%	1277	1%	1	المجموع
%100	74934	%100	81	المجموع الكلي

من خلال الجدول رقم (10) الذي يوضح بيانات معالجة المواضيع حسب النقل الجوي في مجلة **Tourisme et Voyages** نلاحظ قرارات التي تنتمي الى فرع شركة طيران اجنبية بلغت أكبر نسبة تكرار 4% ثم احداث وتطورات وقرارات ومشاريع واحصاءات والتي تنتمي الى فرع شركة طيران اجنبية بنسبة 2% ثم فعاليات واحداث وقرارات وتطورات مشاكل التي تنتمي الى شركة طيران اجنبية واحداث وتطورات وتطورات

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

ومشاكل واحصاءات التي تنتمي الى شركة طيران وطنية وفاق بنسبة تكرار 1% ثم سفر الاعمال واحداث وتطورات وقرارات ومشاريع بنسبة تكرار معدومة.

اما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع نجد احصاءات التي تنتمي الى شركة طيران وطنية وقرارات واحصاءات واحصاءات التي تنتمي الى شركة طيران اجنبية بنسبة تكرار 3% ثم احداث وتطورات وتطورات ومشاكل التي تنتمي الى شركة طيران وطنية وقرارات واحداث وتطورات ومشاكل التي تنتمي الى شركة طيران اجنبية بنسبة 2% ثم سفر الاعمال واحداث وتطورات وقرارات ومشاريع بنسبة معدومة.

الجدول رقم (11): بيانات المواضيع الصحفية حسب نسبة تكرار تحريرها فيمجلة **Tourisme et Voyages**

المواضيع	المعطيات	التكرار	النسبة	الترتيب
السياحة الوطنية	36	44%	1	
السياحة الدولية	10	12%	3	
السياحة الساحلية	3	4%	6	
السياحة الصحراوية	7	9%	5	
التراث المحلي	9	11%	4	
النقل الجوي	16	20%	2	
السياحة المستدامة	0	0	7	
الإرشاد السياحي	0	0	7	
الشخصيات الفنية	0	0	7	
السياحة الجبلية	0	0	7	
السياحة التغذوية	0	0	7	
السياحة الزراعية	0	0	7	
المجموع	81	100%	/	

من خلال الجدول رقم (11) الذي يوضح ترتيب مواضيع الصحيفة حسب نسبة تكرار تحريرها فيمجلة **Tourisme et Voyages** نلاحظ ان السياحة الوطنية اخذت اكبر حصة في المجلة بنسبة 44% ثم تليها في المرتبة الثانية النقل الجوي بنسبة 20% ثم في المرتبة الثالثة السياحة الدولية بنسبة 12% ثم في المرتبة الرابعة التراث المحلي بنسبة 11% ثم السياحة الصحراوية في المرتبة الخامسة بنسبة 9% ثم في المرتبة السادسة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

السياحة الساحلية بنسبة 4% ثم في المرتبة السابعة السياحة المستدامة والإرشاد السياحي والشخصيات الفنية والسياحة الجبلية والسياحة الجبلية والتغذية والسياحة الزراعية بنسب منعدمة.

الجدول رقم (12): بيانات المواضيع الصحفية حسب نسبة مساحة تحريرها مجلة **Tourisme et**

Voyages

المواضيع	المعطيات	المساحة	النسبة	الترتيب
السياحة الوطنية	24885	36%	1	
السياحة الدولية	10302	16%	2	
السياحة الساحلية	4287	8%	6	
السياحة الصحراوية	6725	11%	5	
التراث المحلي	8888	14%	4	
النقل الجوي	10013	15%	3	
السياحة المستدامة	0	0	0	
الإرشاد السياحي	0	0	0	
الشخصيات الفنية	0	0	0	
السياحة الجبلية	0	0	0	
السياحة التغذوية	0	0	0	
السياحة الزراعية	0	0	0	
المجموع	74934	100%	/	

من خلال الجدول رقم (12) الذي يوضح ترتيب المواضيع الصحفية حسب نسبة مساحة تحريرها في مجلة **Tourisme et Voyages** نلاحظ أن السياحة الوطنية أخذت أكبر حصة في المجلة بنسبة 36% ثم السياحة الدولية بنسبة 16% ثم النقل الجوي بنسبة 15% ثم التراث المحلي بنسبة 14% ثم السياحة الصحراوية بنسبة 11% ثم السياحة الساحلية بنسبة 8% ثم باقي الأنواع بنسب منعدمة.

الجدول رقم (13): بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية في مجلة **Tourisme et Voyages**

Voyages

المصدر / المعطيات	التكرار	النسبة	الترتيب
صحفي ومجلة	8	10%	2
مصادر مجهولة (بدون توقيع)	73	90%	1
وكالة أنباء جزائرية	0	0	0
وكالة أنباء أجنبية	0	0	0
صحف جزائرية	0	0	0
صحف أجنبية	0	0	0
قنوات تلفزيون وإذاعة جزائرية	0	0	0
قنوات تلفزيون وإذاعة أجنبية	0	0	0
مواقع انترنت	0	0	0
المجموع	81	100%	/

من خلال الجدول رقم (13) الذي يبين بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية في مجلة **Tourisme et Voyages** نلاحظ أن المصادر المجهولة (بدون توقيع) أخذت أكبر نسبة بلغت 90% ثم صحفي المجلة بنسبة 10% أما باقي المصادر المذكورة في الجدول فكانت بنسب منعدمة.

المطلب الثاني: بيانات مجلة Assihar

الجدول ارقم (14): بيانات الأنواع الصحفية حسب نسبة تكرارها ومساحة تحريرها في مجلة

Assihar

الترتيب	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات الأنواع الصحفية
6	%0.02	254	%0.68	1	الخبر الصحفي
2	%2.84	27559	%27.18	28	التقرير الصحفي
4	%94.42	916079	%6.79	7	الحديث الصحفي
1	%2.8	24006	%47.58	49	الريبورتاج الصحفي
3	%0.11	1119	%11.66	12	البورتري الصحفي
5	%0.12	1172	%5.82	6	الإفتتاحية الصحفية
\	0	0	0	0	التعليق الصحفي
\	%100	970189	%100	103	المجموع

من خلال الجدول رقم (14) الذي يبين ترتيب الأنواع الصحفية حسب نسبة تكرارها ومساحة تحريرها في مجلة Assihar نلاحظ ان الريبورتاج الصحفي اخذ اكبر نسبة تكرار بـ %47.58 في حين احتل التقرير الصحفي المرتبة الثانية بنسبة تكرار تعادل %27.18 في حين ان البورتري الصحفي جاء في المرتبة الثالثة بنسبة %11.66 وجاء الحديث الصحفي في المرتبة الرابعة بنسبة %6.79 اما الافتتاحية الصحفية اخذت نسبة %5.82 ثم الخبر بنسبة %0.68 وفي الاخير التعليق الذي كانت نسبة تكراره منعدمة.

اما من حيث نسبة المساحة تصدر الحديث الصحفي الانواع الصحفية بنسبة %94.42 ويليه التقرير الصحفي بنسبة %2.84 ثم يليه الريبورتاج الصحفي بنسبة مساحة بلغت %2.8 يليه الافتتاحية الصحفية بنسبة مساحة %0.12 والبورتري الصحفي بنسبة %0.11 والخبر الصحفي بنسبة %0.02 واخيرا التعليق بنسبة منعدمة.

الجدول رقم (15): بيانات تحرير الصور الصحفية في مجلة Assihar

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
نوع الصور				
الصور الفوتوغرافية	362	%100	57094	%100
الصور الكاريكاتورية	0	0	0	0
المجموع	362	%100	57094	%100

من خلال الجدول رقم (15) الذي يبين بيانات تحرير الصور الفوتوغرافية في مجلة Assihar نلاحظ أن الصور الفوتوغرافية أخذت نسبة قدرت ب 100% من حيث نسبة تكرارها ومساحتها ثم تليها الصور الكاريكاتورية في المرتبة الثانية بنسبة منعدمة تكراراً ومساحة.

الجدول رقم (16): بيانات تحرير المواد الصحفية في مجلة Assihar

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
المواد التحريرية				
الأنواع الصحفية	103	%22.16	957127	%55
الصور الصحفية	362	%77.84	57094	%45
مجموع المواد التحريرية	465	100% 96%	1027283	%100 %88
الإشهار	20	%4	10080	%12
المجموع الكلي	485	%100	1038083	%100

من خلال الجدول رقم (16) الذي يبين بيانات تحرير المواد الصحفية في مجلة Assihar نلاحظ أن الصور الصحفية جاءت بأكبر نسبة تكرار بلغت 77.84% ثم تليها الأنواع الصحفية بنسبة 22.16%

أما من حيث نسبة المساحة فقد تصدرت الأنواع الصحفية المرتبة الأولى بنسبة 93% ثم تليها نسبة مساحة الصور ب 7%

ومن جهة أخرى جاءت نسبة تكرار الإشهار بنسبة 4% ونسبة مساحة ب 1.04% من المجموع الكلي للمواد الصحفية في المجلة

الجدول رقم (17): بيانات لغة التحرير المستخدمة في مجلة Assihar

المعطيات	المساحة	النسبة
اللغة الإنجليزية	30171	3.10%
اللغة الفرنسية	8568	0.88%
اللغة العربية	931451	96.02%
المجموع	970198	100%

من خلال الجدول رقم (17) الذي يبين بيانات لغة التحرير المستخدمة في مجلة Assihar نلاحظ أن اللغة العربية أخذت أكبر نسبة بلغت 96.02% ثم تليها اللغة الانجليزية بنسبة 3.10% وفي المرتبة الثالثة و الأخيرة اللغة الفرنسية بنسبة 0.88%.

الجدول رقم (18): بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الوطنية في مجلة Assihar

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
السياحة الوطنية				
قرارات ومشاريع	3	3%	2836	1%
تكنولوجيا الإتصال	0	0%	0	0%
تطورات ومشاكل	0	0%	0	0%
مركبات سياحية	0	0%	0	0%
إقتصاد	0	0%	0	0%
فندقة	2	2%	1441	1%
دواوين السياحة	0	0%	0	0%
النقل البري	0	0%	0	0%
أحداث وفعاليات	0	0%	0	0%
أحداث وتطورات	0	0%	0	0%
وكالات سياحية	0	0%	0	0%
أفلام وثائقية	1	1%	222	1%
أحداث ومشاريع	1	1%	245	1%
المجموع	103	100%	1038083	100%

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

من خلال الجدول رقم (18) الذي يبين بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الوطنية في مجلة Assihar نلاحظ أن قرارات والمشاريع أخذت أكبر نسبة تكرار ب، 3% وفي المرتبة الثانية الفندقية بنسبة قدرت ب 2% ثم تليها في المرتبة الأخيرة أحداث و مشاريع وافلام وثائقية بنسبة تكرار بلغت 1%

اما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت المفردات قرارات ومشاريع والفندقية واعدات ومشاريع وافلام وثائقية نسبة 1% بالتساوي.

الجدول رقم (19): بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الدولية في مجلة Assihar

المعطيات السياحة الدولية	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
أحداث وفعاليات	15	15%	619	1%
تكنولوجيا الإتصال	0	0%	0	0%
أحداث وتطورات	0	0%	0	0%
قرارات ومشاريع	0	0%	0	0%
فعاليات وأنشطة	0	0%	0	0%
وجهات تاريخية	0	0%	0	0%
وكالات سياحية	0	0%	0	0%
اقتصاد	0	0%	0	0%
احصاءات	0	0%	0	0%
مدن سياحية	0	0%	0	0%
الإطعام	0	0%	0	0%
فعاليات	0	0%	0	0%
المجموع	103	100%	1038083	100%

من خلال الجدول رقم (19) الذي يبين بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الدولية في مجلة Assihar, نلاحظ ان أحداث ومشاريع أخذ نسبة 15% من حيث التكرار وباقي المفردات بنسب منعدمة.

اما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت نسبة أحداث ومشاريع 1% وباقي المفردات بنسب منعدمة.

الجدول رقم (20): بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الصحراوية في مجلة Assihar

المعطيات السياحة الصحراوية	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
مناطق سياحية	1	2.64%	303	0.5%
مناطق طبيعية	4	10.52%	877	0.5%
قرارات ومشاريع	1	2.64%	1105	1%
فندقة	0	0%	0	0%
أحداث وتطورات	0	0%	0	0%
عادات وتقاليد	0	0%	0	0%
مدن سياحية	0	0%	0	0%
مناطق أثرية	4	10.52%	186	0.5%
شخصيات محلية تاريخية	6	15.78%	437	0.5%
المرأة الصحراوية	8	21.05%	198	0.5%
مدن صحراوية	4	10.52%	2239	1%
كهوف ومغارات	2	5.26%	570	0.5%
حيوانات صحراوية	2	5.26%	1609	1%
شخصيات محلية فنية	3	8%	1670	1%
المجموع	6	100%	1038083	100%

من خلال الجدول رقم (20) الذي يبين بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الصحراوية في مجلة Assihar نلاحظ ان المرأة الصحراوية اخذت اكبر نسبة تكرار قدرت بـ 21.05% ثم تليها شخصيات محلية تاريخية قدرت نسبتها بـ 15.78% ثم تليها مناطق اثرية ومناطق طبيعية ومدن صحراوية بنسبة تكرار بلغت 10.52% ثم شخصيات محلية فنية بنسبة تكرار 8% ثم كهوف ومغارات وحيوانات صحراوية بنسبة 5.26% واخيرا مناطق سياحية وقرارات ومشاريع بنسبة تكرار قدرت بـ 2.64%

اما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت قرارات ومشاريع ومدن صحراوية وحيوانات صحراوية وشخصيات محلية فنية اكبر نسبة قدرت بـ 1% ثم مناطق اثرية ومناطق سياحية وشخصيات محلية تاريخية والمرأة الصحراوية ومناطق طبيعية وكهوف ومغارات بنسبة 0.5%

الجدول رقم (21) : بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الساحلية في مجلة Assihar

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
السياحة الساحلية				
مدن سياحية	2	%15.38	887	%1
مركبات سياحية	2	%15.38	1640	%1
جبال ومناطق خضراء	0	%0	0	%0
سدود وحواجز مائية	0	%0	0	%0
قرارات ومشاريع	0	%0	0	%0
مركبات سياحية جبلية	0	%0	0	%0
بحيرات	4	%30.76	1092	%1
خطائر وغيابات	1	%7.69	683	%1
شواطئ	1	%7.69	391	%1
كهوف ومغارات	1	%7.69	494	%1
خطائر وجبال	1	%7.69	650	%1
مدن قديمة	1	%7.69	264	%1
المجموع	103	%100	1038083	%100

من خلال الجدول رقم (21) الذي يبين بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الساحلية في مجلة Assihar نرى أن البحيرات أخذت أكبر نسبة تكرار %30,76 ثم المدن السياحية ومركبات السياحة بنسبة تكرار قدرت ب %15,38 ثم خطائر وغيابات وشواطئ وكهوف ومغارات وخطائر وجبال ومدن قديمة بنسبة تكرار قدرت ب %7.69

اما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت نسب المفردات المذكورة ب %1

الجدول رقم (22): بيانات معالجة المواضيع حسب التراث المحلي في مجلة Assihar

المعطيات والتراث المحلي	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
حرف تقليدية	7	23.33%	5510	1%
الأكل التقليدي	4	13.33%	1595	1%
مواقع أثرية	6	20%	5440	1%
عادات وتقاليد	2	6.66%	627	1%
بنايات قديمة	4	13.34%	5808	1%
لباس تقليدي	6	20%	3747	1%
مواقع طبيعية	1	3.34%	281	1%
قرارات ومشاريع	0	0%	0	0%
تاريخ وذاكرة	0	0%	0	0%
واقع وآفاق	0	0%	0	0%
حيوانات أصيلة	0	0%	0	0%
مساجد قديمة	0	0%	0	0%
فعاليات وأنشطة	0	0%	0	0%
المجموع	103	100%	1038083	100%

من خلال الجدول رقم (22) الذي يبين بيانات معالجة المواضيع حسب التراث المحلي في مجلة Assihar نلاحظ أن الحرف التقليدية أخذت أكبر نسبة تكرار قدرت ب 23,33% ثم لباس تقليدي ومواقع أثرية بنسبة تكرار بلغت 20% ثم بنايات قديمة بنسبة تكرار بلغت 13.34% ثم الأكل التقليدي بنسبة 13.33% ثم عادات وتقاليد بنسبة تكرار قدرت ب 6.66% وأخيرا مواقع طبيعية بنسبة 3.34%.
أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت كل المفردات المذكورة نسبة 1%.

الجدول رقم (23): بيانات معالجة المواضيع حسب تكرار المجالات السياحية في مجلة Assihar

المعطيات	التكرار	النسبة	الترتيب
المجالات السياحية			
السياحة الدولية	38	36.90 %	1
السياحة الصحراوية	15	14.56 %	3
السياحة الساحلية	13	12.62 %	4
التراث المحلي	30	29.12 %	2
السياحة الوطني	7	6.80 %	5
النقل الجوي	0	0 %	\
الارشاد السياحي	0	0 %	\
الشخصيات الفنية	0	0 %	\
السياحة الجبلية	0	0 %	\
السياحة التغذوية	0	0 %	\
السياحة الزراعية	0	0 %	\
المجموع	103	100 %	\

من خلال الجدول رقم (23) الذي يبين بيانات معالجة المواضيع حسب نسبة تكرار تحريرها في مجلة Assihar نلاحظ أن السياحة الدولية تحت أكبر حصة في المجلة بنسبة 36.90 % ثم تليها في المرتبة الثانية التراث المحلي بنسبة 29.12 % ثم في المرتبة الثالثة السياحة الصحراوية بنسبة 14.56 % ثم في المرتبة الرابعة السياحة الساحلية بنسبة 12.62 % وفي المرتبة الخامسة السياحة الوطنية بنسبة 7 % وباقي المفردات بنسب منعدمة.

الجدول رقم (24): بيانات معالجة المواضيع حسب مساحة المجالات السياحية في مجلة

Assihar

المعطيات السياحة	المساحة	النسبة	الترتيب
السياحة الدولية	619	2%	4
السياحة الصحراوية	9193	21%	2
السياحة الساحلية	5516	13%	3
التراث المحلي	23108	51%	1
السياحة الوطنية	4114	13%	3
النقل الجوي	0	0%	\
الارشاد السياحي	0	0%	\
الشخصيات الفنية	0	0%	\
السياحة الجبلية	0	0%	\
السياحة التغذوية	0	0%	\
السياحة الزراعية	0	0%	\
المجموع	1038083	100%	\

من خلال الجدول رقم (24) الذي يبين بيانات معالجة المواضيع حسب مساحة المجالات السياحية في مجلة Assihar نلاحظ أن التراث المحلي اخذ أكبر حصة في المجلة بنسبة 51% ثم السياحة الصحراوية بنسبة 21% ثم السياحة الساحلية والسياحة الوطنية بنسبة 13% ثم في المرتبة الرابعة السياحة الدولية بنسبة 2% باقي المفردات بنسب منعدمة.

الجدول رقم (25): بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية في مجلة Assihar.

الترتيب	النسبة	التكرار	المعطيات المصدر
1	80,64%	75	صحفي المجلة
2	19,36%	28	مصادر مجهولة (بدون توقيع)
\	0	0	وكالة أنباء جزائرية
\	0	0	وكالة أنباء أجنبية
\	0	0	صحف جزائرية
\	0	0	صحف أجنبية
\	0	0	قنوات تلفزيون وإذاعة جزائرية
\	0	0	قنوات تلفزيون وإذاعة أجنبية
\	0	0	مواقع انترنت
\	100%	103	المجموع

من خلال الجدول رقم (25) الذي يبين بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية في مجلة Assihar نلاحظ أن صحفي المجلة أخذ أكبر نسبة بلغت 80,64 % ثم يليه في المرتبة الثانية المصادر المجهولة (بدون توقيع) بنسبة 19,36%, أما باقي المصادر المذكورة في الجدول فجاءت بنسب معدومة.

المطلب الرابع: دراسة تحليلية لمجلة Tourisme magazines

الجدول رقم (26): بيانات الأنواع الصحفية حسب تكرارها ومساحة تحريرها في مجلة Tourisme

magazines

الترتيب	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات النوع الصحفي
2	20%	9815	34%	34	الخبر الصحفي
1	35%	16881	44%	44	التقرير الصحفي
4	7%	3390	4%	4	الحديث الصحفي
3	32%	15466	11%	12	الريپورتاج الصحفي
6	2%	1076	2%	2	البورترى الصحفي
5	1%	890	3%	3	الإقتتاحية الصحفية
6	3%	1331	2%	2	التعليق الصحفي
/	100%	48849	100%	101	المجموع

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

من خلال الجدول رقم (26) الذي يبيانات الأنواع الصحفية حسب تكرارها ومساحة تحريرها في مجلة Tourism magazine نلاحظ ان التقرير الصحفي اخذ اكبر نسبة تكرار في المجلة بنسبة 44% ثم الخبر الصحفي بنسبة 34% ثم الروبورتاج الصحفي بنسبة 11% ثم الحديث الصحفي بنسبة 4% ثم الافتتاحية الصحفية بنسبة 3% واخيرا البورتريه و التعليق الصحفيين بنسبة 2%.

اما من حيث نسبة المساحة تصدر التقرير الانواع الصحفية بنسبة 35% ثم الروبورتاج الصحفي بنسبة 32% ثم الخبر الصحفي بنسبة 20% ثم الحديث الصحفي بنسبة 7% ثم التعليق الصحفي بنسبة 3% ثم البورتري الصحفي بنسبة 2% ثم الافتتاحية الصحفية بنسبة 1% .

الجدول رقم (27): بيانات تحرير الصور الصحفية فيمجلةTourisme magazines

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
نوع الصور				
الصور الفوتوغرافية	174	100%	26455	100%
الصور الكاريكاتورية	0	0	0	0
المجموع	174	100%	26455	100%

من خلال الجدول رقم (27) الذي يوضح بيانات تحرير الصور الصحفية فيمجلة Tourism magazine نلاحظ ان الصور الفوتوغرافية اخذت نسبة 100% من حيث نسبة تكرارها و مساحتها ثم تليها الصور الكاريكاتورية في المرتبة الثانية بنسبة منعدمة تكرارها ومساحة.

الجدول رقم(28) : بيانات تحرير المواد التحريرية فيمجلةTourisme magazines .

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
المواد التحريرية				
الأنواع الصحفية	101	37%	48849	65%
الصور الصحفية	174	63%	26455	35%
مجموع المواد التحريرية	275	93%	75304	100%
الإشهار	20	7%	14606	83%
المجموع الكلي	295	100%	89910	100%

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

من خلال الجدول رقم (28) الذي يبين بيانات تحرير المواد التحريرية في فيمجلة Tourism magazine نلاحظ ان الصور الصحفية جاءت باكثر نسبة تكرار بلغت 63% ثم تليها الانواع الصحفية بنسبة تكرار بلغت 37%.

اما من حيث نسبة المساحة فقد تصدرت الانواع الصحفية المرتبة الاولى بنسبة 65% ثم تليها الصور الصحفية بنسبة 35% وفي الجزء السفلي من الجدول جاءت نسبة تكرار الاشهار ب 7% و نسبة مساحته 17% من المجموع الكلي للمواد التحريرية في المجلة السياحية .

الجدول رقم (29) : بيانات لغة التحرير المستخدمة فيمجلة Tourism magazines

المعطيات اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
اللغة الإنجليزية	0	0	0	0
اللغة الفرنسية	101	100%	48849	100%
اللغة العربية	0	0	0	0
المجموع	101	100%	48849	100%

من خلال الجدول رقم (29) الذي يوضح بيانات لغة التحرير المستخدمة فيمجلة Tourism magazine نلاحظ من خلاله أن اللغة الفرنسية (100%) تكرارا و مساحة أي أنها اللغة الوحيدة المستخدمة في هذه المجلة.

الجدول رقم (30) : بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الوطنية فيمجلة **Tourisme**
magazines

المعطيات السياحة الوطنية	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
قرارات ومشاريع	8	%8	3127	%4
تكنولوجيا الإتصال	2	%2	859	%1
تطورات ومشاكل	2	%2	735	%1
مركبات سياحية	2	%2	751	%1
إقتصاد	2	%2	876	%1
فندقة	0	%0	0	%0
دواوين السياحة	2	%2	898	%1
النقل البري	0	%0	0	0
أحداث وفعاليات	0	%0	0	0
أحداث وتطورات	2	%2	759	%1
وكالات سياحية	0	%0	0	0
أفلام وثائقية	0	%0	0	0
أحداث ومشاريع	0	%0	0	0
المجموع	101	%100	75304	%100

من خلال الجدول رقم (30) الذي يوضح بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الوطنية فيمجلة **Tourism magazine** نلاحظ ان قرارات ومشاريع أخذت أكبر نسبة تكرار ب 8% ثم تليها تكنولوجيا الاتصال و تطورات و مشاريع و مركبات سياحية و اقتصاد و دواوين السياحة و احداث و تطورات بنسبة 2% ثم باقي الفروع الموجودة في الجدول اعلاه بنسب منعدمة.

اما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت قرارات ومشاريع نسبة 4% ثم تليها بتكنولوجيا الاتصال وتطورات ومشاكل ومركبات سياحية واقتصاد ودواوين السياحة واحداث وتطورات نسبة 1% وباقي الفروع في الجدول اعلاه بنسب منعدمة.

الجدول رقم (31): بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الدولية في مجلة **Tourisme**
magazines

المعطيات السياحة الدولية	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
أحداث وفعاليات	0	%0	0	0
تكنولوجيا الإتصال	1	%1	1041	%1
أحداث وتطورات	8	%8	4237	%6
قرارات ومشاريع	5	%4	1490	%2
فعاليات وأنشطة	1	%1	2324	%3
وجهات تاريخية	1	%1	651	%1
وكالات سياحية	1	%1	637	%1
اقتصاد	1	%1	1549	%2
احصاءات	1	%1	1413	%2
مدن سياحية	0	0	0	0
الإطعام	0	0	0	0
فعاليات	0	0	0	0
المجموع	101	%100	75304	%100

من خلال الجدول رقم (31) الذي يبين بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الدولية في مجلة **Tourism magazine** نلاحظ أن أحداث وتطورات بلغت أكبر نسبة تكرار 8% ثم تليها قرارات ومشاريع بنسبة 4% ثم تكنولوجيا الاتصال وفعاليات الأنشطة ووجهات تاريخية ووكالات سياحية واقتصاد واحصاءات بنسبة 1% ثم باقي الفروع الموجودة فكانت بنسب منعدمة.

أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت أحداث وتطورات أكبر نسبة مساحة 6% ثم فعاليات وأنشطة بنسبة 3% ثم قرارات ومشاريع واقتصاد واحصاءات بنسبة 2% ثم تكنولوجيا الاتصال ووجهات تاريخية ووكالات سياحية بنسبة 1% وأخيرا باقي الفروع بنسب منعدمة.

الجدول رقم(32): بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الصحراوية فيمجلة **Tourisme**
magazines

المعطيات السياحة الصحراوية	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
مناطق سياحية	2	%2	2370	%3
مناطق طبيعية	0	0	0	0
قرارات ومشاريع	2	%2	723	%1
فندقة	2	%2	579	%1
أحداث وتطورات	2	%2	651	%1
عادات وتقاليد	2	2%	2313	%3
مدن سياحية	0	0	0	0
مناطق أثرية	0	0	0	0
شخصيات محلية تاريخية	0	0	0	0
المرأة الصحراوية	0	0	0	0
مدن صحراوية	0	0	0	0
كهوف ومغارات	0	0	0	0
حيوانات صحراوية	0	0	0	0
شخصيات محلية فنية	0	0	0	0
المجموع	101	%100	75304	%100

من خلال الجدول رقم(32) الذي يبين بيانات تحرير المواضيع حسب السياحة الصحراوية فيمجلة **Tourism magazine** نلاحظ أن المناطق السياحية وقرارات ومشاريع وفندقة واحداث وتطورات وعادات وتقاليد بلغت أكبر نسبة تكرار بـ 2% ثم تليها باقي الفروع في الجدول بنسب منعدمة.

أما من حيث المساحة المخصصة للمواضيع فبلغت عادات وتقاليد ومناطق سياحية أكبر نسبة بلغت 3% ثم تليها قرارات ومشاريع وفندقة واحداث وتطورات بنسبة 1% ثم تليها باقي الفروع بنسب منعدمة.

الجدول رقم (33): بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الساحلية في مجلة **Tourisme magazines**

المعطيات السياحة الساحلية	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
مدن سياحية	3	%2	1411	%2
مركبات سياحية	0	0	0	0
جبال ومناطق خضراء	5	%4	1569	%2
سدود وحواجز مائية	1	%1	2655	%4
قرارات ومشاريع	1	%1	3464	%5
مركبات سياحية جبلية	0	0	0	0
بحيرات	0	0	0	0
خطائر وغابات	0	0	0	0
شواطئ	0	0	0	0
كهوف ومغارات	0	0	0	0
خطائر وجبال	0	0	0	0
مدن قديمة	0	0	0	0
المجموع	101	%100	75304	%100

من خلال الجدول رقم (33) الذي يبين بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الساحلية في مجلة **Tourism magazine** نلاحظ أن جبال ومناطق خضراء بلغت أكبر نسبة تكرار 4% ثم تليها مدن سياحية بنسبة 2% ثم سدود وحواجز مائية وقرارات ومشاريع بنسبة 1% وباقي الفروع بنسبة تكرار معدومة.

أما من حيث مساحتها فبلغت قرارات ومشاريع نسبة 5% ثم تليها سدود وحواجز مائية بنسبة 4% ثم مدن سياحية وجبال ومناطق خضراء بنسبة 2% ثم باقي الفروع بنسبة تكرار معدومة.

الجدول رقم (34): بيانات معالجة المواضيع حسب التراث المحلي **Tourisme**

magazines

المعطيات والتراث المحلي	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
حرف تقليدية	4	3%	1271	2%
الأكل التقليدي	2	2%	1877	2%
مواقع أثرية	4	3%	2072	2%
عادات وتقاليد	1	1%	894	1%
بنايات قديمة	1	1%	692	1%
لباس تقليدي	0	0	0	0
قرارات ومشاريع	2	3%	760	1%
تاريخ وذاكرة	1	1%	776	1%
واقع وآفاق	1	1%	1353	2%
حيوانات أصيلة	1	1%	765	1%
مساجد قديمة	1	1%	1335	2%
فعاليات وأنشطة	1	1%	1229	2%
المجموع	101	100%	75304	100%

من خلال الجدول رقم (34) الذي يبين بيانات معالجة المواضيع حسب التراث المحلي فيمجلة **Tourism magazine** نلاحظ أن حرف تقليدية و مواقع أثرية و قرارات و مشاريع بلغت أكبر نسبة تكرار 3% ثم تليها الأكل التقليدي بنسبة 2% ثم تليها عادات و تقاليد و بنايات قديمة و تاريخ و ذاكرة وواقع و آفاق ،حيوانات أصيلة و مساجد قديمة و فعاليات و أنشطة بنسبة 1% و أخيرا اللباس التقليدي بنسبة تكرار منعدمة.

أما من حيث مساحتها فبلغت حرف تقليدية والأكل التقليدي و مواقع أثرية وواقع و آفاق و مساجد قديمة و فعاليات وأنشطة أكبر نسبة قدرت ب 2% ثم تليها عادات و تقاليد و بنايات قديمة وقرارات ومشاريع و تاريخ وذاكرة وحيوانات اصيلة بنسبة 1% وأخيرا اللباس التقليدي بنسبة منعدمة.

الجدول رقم (35) : بيانات معالجة المواضيع حسب النقل الجوي في مجلة **Tourisme**

magazines

المعطيات النقل الجوي	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
شركة طيران وطنية	أحداث وتطورات	0	0	0
	تطورات ومشاريع	0	0	0
	احصاءات	0	0	0
المجموع				
شركة طيران أجنبية	قرارات	3	2%	1700
	أحداث وتطورات	1	1%	767
	فعاليات	0	0	0
	قرارات وإحصاءات	0	0	0
	أحداث وقرارات	0	0	0
	تطورات ومشاكل	0	0	0
	إحصاءات	0	0	0
المجموع				
آفاق				
سفر الأعمال				
أحداث وتطورات				
قرارات ومشاريع				
المجموع الكلي				

من جلال الجدول رقم (35) الذي يبين بيانات معالجة المواضيع حسب النقل الجوي في مجلة **Tourism magazine** نلاحظ ان قرارات و احداث و تطورات بلغت اكبر نسبة ب 2% ثم احداث و تطورات التي تنتمي الى شركة طيران اجنبية و سفر الاعمال و قرارات ومشاريع بنسبة 1% و اخيرا باقي الفروع بنسب منعقدة .

أما من حيث مساحتها فبلغت احداث و تطورات وقرارات ومشاريع اكبر نسبة ب 3% ثم تليها قرارات بنسبة 2% ثم تليها احداث تطورات وسفر الاعمال بنسبة 1% واخيرا باقي الفروع بنسب منعقدة .

الجدول رقم (36) : بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة المستدامة في مجلة **Tourisme magazines**

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
السياحة المستدامة				
قرارات ومشاريع	1	1%	671	1%
واقع وآفاق	2	2%	4279	6%
المجموع	101	100%	75304	100%

من خلال الجدول رقم (36) الذي يوضح بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة المستدامة في مجلة Tourism magazine نلاحظ ان واقع وآفاق بلغت اكبر نسبة تكرار و مساحة بنسبة 2% و 6% ثم تليها قرارات ومشاريع بنسبة 1% تكرار و 1% مساحة .

الجدول رقم (37) : بيانات معالجة المواضيع حسب الإرشاد السياحي في مجلة **Tourisme magazines**

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
الإرشاد السياحي				
دراسات علمية	1	1%	687	1%
واقع وآفاق	1	1%	1319	2%
المجموع	101	100%	75304	100%

من خلال الجدول رقم (37) الذي يوضح بيانات معالجة المواضيع حسب الارشاد السياحي في مجلة Tourism magazine نلاحظ ان دراسات علمية وواقع وآفاق قد بلغت نفس النسبة من حيث التكرار 1%.

أما من حيث مساحتها فبلغت واقع وآفاق اكبر نسبة ثم تليها دراسات علمية بنسبة 1%.

الجدول رقم (38): بيانات معالجة المواضيع حسب الشخصيات الفنية في مجلة **Tourisme**

magazines

المعطيات / الشخصيات الفنية	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
التصوير الفوتوغرافي	2	2%	1822	2%
الفسيفساء	1	1%	945	1%
المجموع	101	100%	75403	100%

من خلال الجدول رقم (38) الذي يوضح بيانات معالجة المواضيع حسب الشخصيات الفنية في مجلة **Tourism magazine** نلاحظ أن التصوير الفوتوغرافي بلغ أكبر نسبة تكرارا و مساحة ب 2% ثم تليها الفسيفساء بنسبة 1% تكرارا و مساحة .

الجدول رقم (39): بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الجبلية في مجلة **Tourisme**

magazines

المعطيات / السياحة الجبلية	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
مركبات سياحية	1	1%	894	1%
وديان ونبابيع	1	1%	931	1%
الفندقة	1	1%	625	1%
أحداث وتطورات	1	1%	761	1%
المجموع	101	100%	75304	100%

من خلال الجدول رقم (39) الذي يبين معالجة المواضيع حسب السياحة الجبلية في مجلة **Tourism magazine** نلاحظ أن كل الفروع أخذت نفس النسبة تكرارا ومساحة والتي بلغت 1% .

الجدول رقم (40) : بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة التغذوية في مجلة *Tourisme magazines*

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
السياحة التغذوية				
واقع وآفاق	1	1%	743	1%
فعاليات	1	1%	1324	2%
المجموع	101	100%	75304	100%

من خلال الجدول رقم (40) الذي يبين بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة التغذوية في مجلة *Tourisme magazines* نلاحظ ان واقع وآفاق وفعاليات قد بلغت نفس النسبة تكرار ومساحة ب 1%.

أما من ناحية المساحة فقد بلغت فعاليات أكبر نسبة ب 2% ثم واقع وآفاق بنسبة 1%.

الجدول رقم (41): بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الزراعية في مجلة *Tourisme magazines*

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
السياحة الزراعية				
واقع وآفاق	1	1%	747	1%
المجموع	101	100%	75304	100%

من خلال الجدول رقم (41) الذي يبين بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الزراعية في مجلة *Tourism magazine* نلاحظ ان واقع وآفاق قد بلغت نسبة تكرارها ومساحتها 1% .

الجدول رقم (42): بيانات ترتيب المواضيع السياحية حسب نسبة تكرار تحريرها في مجلة

Tourisme magazines

الترتيب	النسبة	التكرار	المعطيات المواضيع السياحية
2	19%	19	السياحة الوطنية
3	17%	18	السياحة الدولية
4	9%	9	السياحة الساحلية
4	9%	9	السياحة الصحراوية
1	23%	23	التراث المحلي
5	8%	8	النقل الجوي
7	3%	3	السياحة المستدامة
8	2%	2	الإرشاد السياحي
7	3%	3	الشخصيات الفنية
6	4%	4	السياحة الجبلية
8	2%	2	السياحة التغذوية
9	1%	1	السياحة الزراعية
/	100	101	المجموع

من خلال الجدول رقم (42) الذي يبين ترتيب المواضيع السياحية حسب نسبة تكرار تحريرها في مجلة

Tourisme magazines نلاحظ أن التراث المحلي أخذ أكبر حصة في المجلة بنسبة 23% ثم تليها في

المرتبة الثانية السياحة الوطنية بنسبة 19% ثم في المرتبة الثالثة السياحة الدولية بنسبة 17% ثم في المرتبة الرابعة

السياح الساحلية والسياحة الصحراوية معا بنسبة 9% ثم في المرتبة الخامسة النقل الجوي بنسبة 100% ثم

السياحة الجبلية بنسبة 4% في المرتبة السادسة ثم في المرتبة السابعة السياحة المستدامة الشخصيات الفنية بنسبة

3% ثم في المرتبة الثامنة الإرشاد السياحي السياحة التغذوية بنسبة 2% وفي المرتبة الأخيرة السياحة الزراعية

بنسبة 1% .

الجدول رقم (43): ترتيب المواضيع السياحية حسب نسبة مساحة تحريرها في مجلة **Tourisme magazines**

الترتيب	النسبة	المساحة	المعطيات المواضيع السياحية
5	10%	8005	السياحة الوطنية
2	17%	13344	السياحة الدولية
4	11%	9099	السياحة الساحلية
6	8%	6636	السياحة الصحراوية
1	19%	14897	التراث المحلي
3	13%	10347	النقل الجوي
7	7%	4950	السياحة المستدامة
9	3%	2006	الإرشاد السياحي
8	4%	2767	الشخصيات الفنية
8	4%	3211	السياحة الجبلية
9	3%	2067	السياحة التغذوية
10	1	747	السياحة الزراعية
/	100%	75304	المجموع

من خلال الجدول رقم (43) الذي يوضح ترتيب المواضيع السياحية حسب نسبة مساحة تحريرها في مجلة **Tourisme magazines** نلاحظ أن التراث المحلي أخذ أكبر نسبة بلغت 19% ثم تليها السياحة الدولية 17% ثم النقل الجوي بنسبة 13% ثم السياحة الساحلية بنسبة 11% ثم السياحة الوطنية بنسبة 10% ثم السياحة الصحراوية بنسبة 8% ثم السياحة المستدامة بنسبة 7% ثم سياحة الشخصيات الفنية والسياحة الجبلية بنسبة 4% ثم الإرشاد السياحي و السياحة التغذوية بنسبة 3% ثم السياحة الزراعية بنسبة 1% .

الجدول رقم (44): بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية فيمجلة **Tourisme**

magazines

المصدر	المعطيات	التكرار	النسبة	الترتيب
صحفي ومجلة	49	49	%49	1
مصادر مجهولة (بدون توقيع)	8	8	%8	3
وكالة أنباء جزائرية	32	32	%31	2
وكالة أنباء أجنبية	0	0	0	/
صحف جزائرية	3	3	%3	5
صحف أجنبية	5	5	%5	4
قنوات تلفزيون وإذاعة جزائرية	0	0	0	/
قنوات تلفزيون وإذاعة أجنبية	1	1	%1	6
مواقع انترنت	3	3	%3	5
المجموع	101	101		/

من خلال الجدول رقم (44) الذي يوضح بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية فيمجلة **Tourisme magazines** الصحفية نلاحظ ان صحفي المجلة أخذ أكبر نسبة بلغت 49% ثم وكالة الانباء الجزائرية بنسبة بلغت 31% ثم مصادر مجهولة (بدون توقيع) بلغت نسبتها 8% ثم صحف اجنبية بنسبة 5% ثم صحف جزائرية بنسبة 3% ثم قنوات تلفزيونية و إذاعة أجنبية بنسبة 1% ثم وكالة أنباء أجنبية وقنوات تلفزيونية و إذاعة جزائرية بنسبة منعدمة.

المبحث الثالث: مناقشة إستنتاجات الدراسة التحليلية

التساؤلات المرتبطة بالشكل :

التساؤل الأول :

ما هي طبيعة وحجم الأنواع الصحفية المستخدمة في نشر المواد الصحفية في مجلة "Tourisme et Voyages" و "Assihar" و "TourismMagazine" في الفترة الممتدة من جانفي 2019 إلى فيفري 2021؟

الحديث:

حصل الحديث الصحفي على أكبر مساحة من مجموع مساحة الأنواع الصحفية ونسبة بلغت 87.31٪ ونسبة تكرار بلغت 6.18٪ وذلك لأن المجلة سلطت الضوء على الشخصيات الفنية التي تخدم قطاع السياحة بوجه خاص ولأن الحديث معهم كان ذو معنى وفائدة على هذا الأخير اخذ أكبر نسبة مساحة في المجلة.

التقرير:

جاء التقرير في المرتبة الثانية مساحة من مجموع مساحة الأنواع الصحفية بنسبة 6٪ ونسبة التكرار المخصصة له بلغت 38.92٪، وجاءت هذه النتائج على هذا النحو كون المجلة تسلط الضوء على هذا النوع الصحفي .

الريورتاج :

جاء الريورتاج في المرتبة الثالثة مساحة من حيث مجموع مساحة الأنواع الصحفية بنسبة 5٪ وبلغت نسبة تكرارها المخصصة 27.27٪، وهذه النتائج تبدو طبيعية كون استخدام الريورتاج لا يأتي إلا في بعض الأحيان التي تقتضي الوصف و التفصيل في بعض القضايا و ظهور الريورتاج بهذه النسبة المتوسطة لا يعني قلة ظهوره أو نقص الاهتمام به .

الخبر :

جاء الخبر في المرتبة الرابعة مساحة من مجموع مساحات الأنواع الصحفية بنسبة 1٪ وبلغت نسبة تكراره المخصصة 20.72٪ وكانت هذه النتائج مقبولة نوعا ما كون المجلة لم تسلط الضوء بكثرة على الخبر ولأن هذا المجال لا يخدمه قالب الخبر كون المجلة سياحية بنسبة كبيرة جاء على هذا النحو وهي نتيجة غير مستبعدة

الافتتاحية:

جاءت الافتتاحية في المرتبة الخامسة مساحة من مجموع مساحة الأنواع الصحفية بنسبة 0.31٪، وبلغت نسبة تكراره 4.36 وجاءت هذه النتائج والنسب الضئيلة للافتتاحية منطقية وواقعية.

البورترى:

جاء البورترى في المرتبة السادسة مساحة من مجموع مساحة الأنواع الصحفية بنسبة 0.28٪ ونسبة تكراره المخصصة له بلغت 1.82٪ و هذه النسب تبين عدم اعتماد المجلة على البورترى بالشكل المطلوب رغم أهمية البورترى في تغطية كثير من الشؤون السياحية.

التعليق:

يتم الاعتماد على التعليق بنسبة ضئيلة من خلال نسبة مساحته من مجموع مساحة الأنواع الصحفية والمقدرة ب 0.10٪ في المرتبة السابعة، وتكراراً بنسبة 0.72٪، وهذه النتائج والنسب شبه المنعدمة توضح لنا أن المجلة السياحية لا تعتمد على هذا النوع من الأنواع الصحفية في تشكيل محتواها.

التساؤل الثاني:

ما هي الأهمية النسبية للصور المستخدمة ضمن المواد الصحفية المنشورة في مجلة السياحة في الفترة المحددة؟

إعتمدت المجلة بشكل كلي على الصور الفوتوغرافية حيث بلغت نسبة تكرارها 100٪ ومساحتها 117382٪ ثم تليها الصور الكاريكاتورية بنسبة تكرار ومساحة منعدمة، هذه النتائج والنسب منطقية وواقعية لأن المجلة توظف الصور الفوتوغرافية لدعم مواضيعها وجذب القراء لها.

التساؤل الثالث:

- ما هي النسبة المخصصة للإعلانات.

ضمن المواد الصحفية المنشورة في مجلة السياحة المحددة في الفترة الزمنية المحددة؟

إستخدمت المجلة السياحية تكرار الإشهارات حيث بلغت نسبته ب 2٪ والمساحة المخصصة له قدرت ب 1٪، وهي نسبة جد منخفضة إذا ما قورنت مع النسبة القانونية المحددة المتعاف عليها في أدبيات و أخلاقيات المهنة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الصحفية ب 25% لكي لا يهضم حق القارئ في السياحة والوعي والمعرفة ولا يطغى أو يهيمن الهدف التجاري على حساب ما ذكر.

السؤال الرابع: ماهي اللغة المستخدمة في كتابة المجلات المحددة في الفترة الزمنية المذكورة اعلاه؟

حصلت اللغة الفرنسية على أكبر نسبة مساحة 87.86% ثم في المرتبة الثانية اللغة العربية بنسبة 9.30% ثم اللغة الإنجليزية بنسبة 2.84% في المرتبة الثالثة وذلك نتيجة لأسباب تاريخية وما خلفه الاستعمار الفرنسي في الجزائر بالدرجة الأولى وثانيا من أجل السواح الاجانب فترجح اللغة الفرنسية على حساب اللغتين المذكورتين اعلاه لأنها مناسبة لكلا الطرفين.

التساؤلات المرتبطة بالمضمون:

السؤال الخامس:

- ✓ كيف تتم المعالجة الصحفية للمواضيع حسب طبيعة وحجم الموضوع في المجلة المحددة وفي الفترة الزمنية ؟
- ✓ بالنسبة لموضوع السياحة الوطنية فترى قرارات ومشاريع وفندقة اخذت أكبر نسبة تكرار ب 28% أما بالنسبة للمساحة ففندقة وقرارات ومشاريع أخذنا أكبر نسبة بلغت ب 37.86% و 28.64%.
- ✓ بالنسبة لموضوع السياحة الدولية فنرى احداث وتطورات وقرارات ومشاريع أخذنا أكبر نسبة ب 28.57% و 14.28% انا بالنسبة للمساحة فاحداث وفعاليات واحداث وتطورات بلغات أكبر نسبة ب 34.42% و 17.62%.
- ✓ بالنسبة لموضوع السياحة الصحراوية فنرى مناطق طبيعية ومدن سياحية ومدن صحراوية اخذت أكبر نسبة بلغت ب 20.86% و 13.79% و 13.80% أما بالنسبة للمساحة فأخذت مناطق طبيعية ومدن سياحية أكبر نسبة بلغت ب 15.04% و 15.56%.
- ✓ بالنسبة لموضوع السياحة الساحلية فترى مدن سياحية وبحيرات قد بلغنا أكبر نسبة تكرار ب 21.74% و 17.3% أما بالنسبة للمساحة فأخذت قرارات ومشاريع وسدود وحواجز مائية أكبر نسبة بلغت ب 21.58% و 15.69%.
- ✓ بالنسبة لموضوع التراث المحلي فنرى حرف تقليدية ومواقع أثرية قد بلغنا أكبر نسبة تكرار ب 29.09% و 18.18%.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

- ✓ بالنسبة لموضوع النقل الجوي فنرى قرارات اخذت أكبر نسبة تكرار ب 37.5٪ انا بالنسبة للمساحة فبلغت احداث وتطورات وقرارات ومشاريع أكبر نسبة ب 3٪
- ✓ بالنسبة للمواضيع المتبقية فقد جاءت بفروع قليلة ونسب قليلة لأنها جاءت في نوع مجلة واحد وليس الثلاثة معا

السؤال السادس:

- ✓ ماهي المصادر التي اعتمدتها المجلات السياحية في المجلات السياحية في الفترة الزمنية المحددة؟
- ✓ اعتمدت المجلة السياحية بالدرجة الأولى على صحفيي المجلة ثم مصادر مجهولة بدون توقيع ثم وكالة أنباء جزائرية
- ✓ ويرجع اعتماد المجلة على صحفيي المجلة لأن لها تغطية محلية وأخرى خارجية للشؤون السياحية وكل مجلة تمتلك مراسلين في مختلف أنحاء الوطن وخارجه يقومون بتغطية المواضيع السياحية.

نتائج الدراسة:

- بعد تحليلنا للبيانات التي تحصلنا عليها من خلال تحليل مضمون المادة التحريرية الموجودة في المجلات السياحية المعينة خالصنا الى مجموعة النتائج التي يمكن ان نوجزها في الآتي:
- ✓ أظهرت الدراسة على ان اعلى نسبة من الأنواع الصحفية التي تناولت المواضيع السياحية هي الحديث والتقارير والروبورتاج على التوالي.
- ✓ أظهرت الدراسة على اعتماد المجلات السياحية على الصور في كل مواضيعها وذلك لأهمية والدور الكبيرين بين الذي تلعبه الصور في الترويج للسياحة. بالإضافة الى الى الجمال الذي حل على المجلات من خلال الصور والتعبير الصريح الذي تعكسهم الصور دون قراءة المضمون.
- ✓ كما أظهرت النتائج تكرار الاشهار ومساحته بنسب منطقية تبين من خلالها احترافية المجلات المتخصصة بصفة عامة والمجلة السياحية بصفة خاصة التي لم تهمل الجانب الصحفي على حساب الجانب التجاري حيث لم تتجاوز الحد المحدد قانونيا في غالب الأحوال وهو 25٪.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة كذلك طغيان اللغة الفرنسية في المجلات حيث استعملت المجلة السياحية الفرنسية باعتبارها موروث استعماري واللغة الأجنبية الأولى في الجزائر من حيث التداول وإعطاء الأجانب فرصة الاطلاع على سياحتنا الداخلية.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

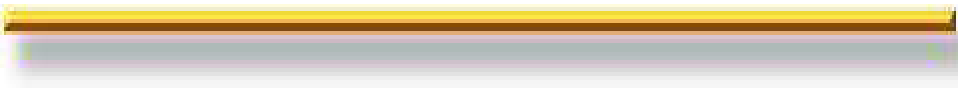
- ✓ بالنسبة لفئة الموضوع نلاحظ بان موضوع السياحة قد غطى نسبة كبيرة من المجالات والفروع نذكر منها التكنولوجيا والاتصال والنقل البري والتطورات الحاصلة في مجال السياحة والاحداث والمشاريع اهتمت بالفندقة والاقتصاد واهتمت بالتاريخ فكان لها وجهات تاريخية ومناطق اثرية وشخصيات تاريخية وحيوات اصيلة كما تناولت مجال البيئة كالبحيرات والغابات والكهوف والمغارات والجبال.
- ✓ على خلاف مجلة tourisme magazine التي تفردت بفروع إضافية فتناولت السياحة المستدامة وموضوع الارشاد السياحي وموضوع الشخصيات الفنية والسياحة الجبلية وموضوع السياحة التغذوية والسياحة الزراعية لتتفرد بتغطيتها لأكبر قدر ممكن من الموضوعات والمجالات التي تخدم السياحة.
- ✓ جاء ترتيب موضوعات المجلة السياحية كالتالي: السياحة الوطنية في المرتبة الأولى ثم السياحة الدولية في المرتبة الثانية و موضوع التراث المحلي في المرتبة الثالثة ثم في المرتبة الرابعة موضوع السياحة الصحراوية ثم موضوع السياحة الساحلية في المرتبة الخامسة وفي المرتبة السادسة النقل الجوي ثم السياحة الجبلية والسياحة وشخصيات فنية والسياحة المستدامة ثم السياحة التغذوية والإرشاد السياحي وأخيرا السياحة الزراعية.
- ✓ اعتماد المجلة السياحية في التغطية الصحفية على صحافيي المجلة بالدرجة الأولى ثم مصادر مجهولة ثم وكالة الانباء الجزائرية وباقي المصادر بنسبة ضئيلة.

التوصيات:

التوصيات الممكن وضعها على ضوء النتائج التي توصلنا اليها:

- ✓ الاهتمام بكافة الأنواع الصحفية كالتحقيق والعمود وتخصيص مساحات لها وإعطائها فرصة الظهور في المجلة.
- ✓ الاهتمام بالشؤون السياحية لمختلف المجالات والمواضيع ومختلف المناطق والمستويات.
- ✓ الاهتمام بمختلف المواضيع السياحية وإمكانية تناول دراسة حولها كموضوع الفندقية والتراث المحلي والسياحة الساحلية.

خاتمة



خاتمة:

إن المجالات الدورية المطبوعة يبقى لها دور كبير في التوعية والمساهمة في النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، حيث تعد من أحد الوسائل المهمة بالتعريف بالمنتجات السياحية والترويج لها داخليا وخارجيا و ورغبة كل منها في خدمة جمهورها أفضل خدمة إعلامية، وترقية الأنشطة التي يقومون بها، كما أن على هذه المجالات المتخصصة في الشؤون السياحية أن تواكب التطورات الحاصلة في مختلف المجالات التكنولوجية و الثقافية في المجتمع الحديث لكي تكسب الإهتمام الجماهيري الواسع .

أن هذا النوع من الصحف المتخصصة لا زال يساهم بشكل لا بأس به في زيادة التسويق للخدمات فيما يتعلق بالجانب السياحي، وأصبح من الضروري على الدولة الإستثمار أكثر في هذا الإعلام المتخصص في التسويق والترويج للوجهات السياحية ونشر ثقافة السياحة والسفر لدى مختلف فئات المجتمع.

فمن خلال هذه الدراسة تبينت الإمكانيات الطبيعية والثقافية السياحية الهائلة لدى الجزائر والتي لم يتم إستغلالها بشكل جيد يليق بالتطلعات والطموحات التي يستحقها هذا المجال وللدور الذي يلعبه في تطوير الإقتصاد وتنويع مصادر الدخل أو الواردات بالعملية الصعبة، ولذا فهذه المجالات المتخصصة رغم المحاولة بشكل جهيد وفق إمكانياتها الإعلامية والإتصالية في المساهمة والمساعدة على نشر الوعي السياحي وتطوير خدماته بالشكل الذي يتواءم مع المستوى الدولي التنافسي، إلا أن ذلك لن يمكنها لوحدها من النجاح الكامل والمتكامل في خوض هذا الغمار ما لم تتحد جميع الوسائل الإعلامية الأخرى مع بعضها في إستراتيجية محددة ، و تتحد مع العوامل الأخرى السياسية والإقتصادية، من أجل نهضة قوية وفعالة كما حدث مع دول ليس حتى متطورة من العالم الثالث لا تملك ربع إمكانيات الجزائر في هذا المجال .

قائمة المراجع



قائمة المصادر والمراجع:

المراجع باللغة العربية:

1. احمد بدر: مناهج البحث في الاتصال والراي العام والاعلام الدولي، القاهرة، دار قباء للنشر وللتوزيع، 1998.
2. أحمد فوزي ملوخية :مدخل إلى علم السياحة ،دار الفكر الجامعي الإسكندرية مصر -2007.
3. إدوين إمري فيليب وه.أولت،كأجي:الإتصال الجماهير ترجمة إبراهيم سلامة إبراهيم القاهرة الشركة الدولية للطباعة ،2000.
4. الإعلام السعودي وتأثيره على السياحة الداخلية،رسالة ماجستير في الإعلام والإتصال ، إشراف .د.حسين السوطي،2011.
5. الاعلام السياحي و دوره في تنشيط السياحة الصحراوية في الجزائر...
6. آمنة أبو حجاز،الجغرافيا السياحية،دار أسامة و للنشر و التوزيع،عمان،2001.
7. حدانة أسماء و دهماني موسى ،تسويق المنتج السياحي الصحراوي الجزائرية في ظل التنمية المستدامة،الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق.
8. خالد بن عبد الرحمان آل دغيم،الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية،عمان،دار أسامة للنشر والتوزيع،2014.
9. خليل صبات : وسائل الإتصال و نشأتها تطورها،ط6،د.ن مكتبة الأنجلو المصرية،1991.
10. رشدي طعيمة: تحليل النضمون في العلوم الإنسانية مفهومه اسسه واستخداماته، القاهرة، الفكر العربي، 1987.
11. الزوير سيف الإسلام،تاريخ الصحافة في الجزائر،ج2،الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع و،1982.
12. سمير محمد حسين: بحوث الاعلام، الأسس والمبادئ، ط1، القاهرة، عالم الكتب، د ت.
13. سمير محمد حسين: تحليل المضمون، ط2، د ن، د ت.
14. السياحة، أحمد الجلال التخطيط السياحي و البيئة بين النظرية و التطبيق،عالم الكتاب طبعة 1،القاهرة،1998.
15. صلاح عبد اللطيف: الصحافة المتخصصة:ط1،الاسكندرية،مكتبة الإشعاع الفنية ،2002.

16. طرايشي، ميرفت، محمد كامل مدخل إلى صحافة الأطفال، دار الفكر العربي، مصر، 2003.
17. عبد الرحمان العيسوي :دراسات في علم النفس السياحي الطبعة الأولى، دار المعرفة الجامعية ،مصر، 2001.
18. عبد الرزاق علي الهيتي، الصحافة المتخصصة، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، 2010.
19. عبد القادر عزيزان :السياحة في الجزائر الإمكانيات و المعوقات ،أطروحة دكتوراة في العلوم الإقتصادية و علوم التسيير والعلوم التجارية ،جامعة الجزائر.
20. عبد الكريم عون، جغرافية الغذاء في الجزائر، دار المؤسسة الوطنية للكتاب.
21. عثمان محمد غنيم، نبيل سعد: التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ، عمان - الأردن، 1999.
22. علائي الزاهية ،مذكرة ماستر ،السياحة الصحراوية في الجزائر، دراسة تحليل مضمون موقع جريدة السياحي الالكتروني الجزائري ، 2017/2018، ص31، 27.
23. عيسى مرازق :دراسة أداء ومعالجة مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر، الملتقى الدولي، إقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة_مارس 2012، ص8، 9.
24. غنيم محمد عثمان وآخرون : التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع ،عمان، الأردن 2002،
25. فاطمة عواد الإتصال والإعلام التسويقي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015.
26. كواش: مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول-2004
27. المجلس الإقتصادي و الإجتماعي ،لجنة أفاق التنمية الإقتصادية و الإجتماعية، مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية-الدورة 16 نوفمبر 2000.
28. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2000.
29. محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة. القاهرة، عالم الكتب، 1992.
30. محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، ط1، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1997.
31. محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الاعلام ، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1993

قائمة المصادر والمراجع:

32. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال ،تخصص: اتصال علاقات عامة الطالب
،قرية وسيم،2016،2015.
33. مروان سكر :مختارات الإقتصاد السياحي،المجلد الخامس ،الطبعة الأولى،دار الجامعة،عمان-
الأردن،1999.
34. مساعد بن منشط الحياتي،الأمن والسلامة السياحية،دار الحامد للنشر و التوزيع ،عمان،2014.
35. منير عبد القادر واقع السياحة في الجزائر و آفاق وتطورها،رسالة ماجستير،كلية العلوم الإقتصادية،جامعة
الجزائر.
36. الندوة العلمية،أثر الأعمال الإرهابية على السياحة :صناعة السياحة ،صناعة السياحة وأهميتها
الإقتصادية،محمد العطا عمر،دمشق-ص6/7/2010.
37. هادير عبد القادر،رسالة ماجستير في علوم التسيير،تخصص نقود مالية وبنوك،2005-2006.
38. اليزيد زيان ، مذكرة ماستر،مجلة الشروق العربي الجزائري،دراسة تحليلية في الفترة الممتدة من جاتفي
2018إلى فيفري 2020،إتصال وعلاقات عامة،2019/2020.
39. يوسف جعفر،السياحة و الفنادق و الارشاد السياحي والتربية الصحيحة،دار
الكتاب،الجزائر،1432هـ2001م.
40. يوهالي محمد الشريف:تصنيف الحضيرة الوطنية لتازة بيجل ضمن المحميات العالمية،مجلة سنمات
الكورنيس،للعدد 3،ديسمبر،2004.

المراجع باللغة الأجنبية:

41. haddarBelkacem,rôle socio_economique du، tourisme cas de
l'Algérie، édition Enap/Enal/Plus، Algérie،1988،p48.
42. Jean Pierre et Michel balfet : management du tourisme،2emme
édition Pearson éducation، France،2007،p4.
43. Minitère du tourisme :shimadirecteure d'aménagement
touristique،"sdat2025" livre la diagnostic:audit du
tourisme.algerien،2008.

44. office nationale du tourisme (plage d'Algérie) guide des plages d'Algérie.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الأعلام والاتصال



استمارة تحليل المضمون

في إطار إنجاز مذكرة ماستر تحت عنوان:

واقع المجالات المتخصصة في الشؤون السياحية في الجزائر

دراسة تحليلية لمجلات (TourismMagazine–Assihar–Tourisme et voyages)

في الفترة الممتدة من جانفي 2019 الى فيفري 2021

ن

إعداد الطلبة: تحت إشراف الأستاذ:

د. بوحيلة رضوان

بوعزيز نجود

عيমান سيليا

نرجو من سيادتكم الإجابة عن هذه الأسئلة بكل دقة ووضوح وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة لرأيكم ولعلمكم انه لا توجد أسئلة صحيحة وأخرى خاطئة.

وبإجابتكم هذه تكون قد ساهمتم في إثراء هذا البحث.

دليل استمارة تحليل المضمون:

الرقم 1: يدل على اسم المجلة السياحية

الرقم 2: تدل على عدد الصدور

الرقم 3: يدل على شهر الصدور

الرقم 4: يدل على سنة الصدور

حسب الشكل (كيف قيل؟):

✓ الأرقام 5-6-7-8-9-10-11-12 تدل على فئة الأنواع الصحفية: الخبر الصحفي-التقرير

الصحفي - الحديث الصحفي - الريبورتاج الصحفي - البورتري الصحفي - الافتتاحية-التعليق.

✓ الأرقام 13-14-15 تدل على فئة الصور: الصور الفوتوغرافية-الصور الكاريكاتورية.

✓ الرقم 16 يدل على فئة الإشهار مساحة وتكرارا.

✓ الأرقام 17-18-19-20 تدل على فئة اللغة المستخدمة: اللغة الانجليزية-اللغة الفرنسية-اللغة العربية.

✓ الفئات المرتبطة بالمضمون (ماذا قيل؟):

✓ الأرقام 21- 22-23-24-25-26-27-28-29-30-31-32-33-34 تدل على

فئة موضوع السياحة الوطنية: قرارات ومشاريع - تكنولوجيا الاتصال- تطورات ومشاكل-مركبات

سياحية -اقتصاد- فندقة -دواوين السياحة -النقل البري-أحداث وفعاليات-أحداث وتطورات-

وكالات سياحية-أفلام وثائقية- أحداث ومشاريع.

✓ الأرقام 35-36-37-38-39-40-41-42-43-44-45-46-47 تدل على فئة

موضوع السياحة الدولية: أحداث وفعاليات - تكنولوجيا الاتصال-أحداث وتطورات- قرارات

ومشاريع - فعاليات وأنشطة -وجهات تاريخية- وكالات سياحية - اقتصاد -احصاءات-مدن

سياحية-الإطعام -فعاليات.

✓ الأرقام 48-49-50-51-52-53-54-55-56-57-58-59-60-61-62 تدل

على فئة موضوع السياحة الصحراوية: مناطق سياحية - مناطق طبيعية - قرارات ومشاريع- فندقة-

أحداث وتطورات - عادات وتقاليد - مدن سياحية - مناطق أثرية - شخصيات محلية تاريخية-المرأة الصحراوية- مدن صحراوية- كهوف ومغارات -حيوانات صحراوية-شخصيات محلية فنية.

✓ الأرقام 63-64-65-66-67-68-69-70-71-72-73-74-75 تدل على فئة موضوع السياحة الساحلية: مدن سياحية-مركبات سياحية - جبال ومناطق خضراء-سدود وحواجز مائية - قرارات ومشاريع - مركبات سياحية وجبلية - بحيرات - خطائر وغابات - شواطئ - كهوف ومغارات - خطائر وجبال - مدن قديمة.

✓ الأرقام 76-77-78-79-80-81-82-83-84-85-86-87-88-89 تدل على فئة موضوع التراث المحلي: حرف تقليدية-الأكل التقليدي- مواقع اثرية-عادات وتقاليد - بنايات قديمة - لباس تقليدي -مواقع طبيعية -قرارات ومشاريع -تاريخ وذاكرة-واقع وآفاق-حيوانات أصيلة -مساجد قديمة -فعاليات وأنشطة.

✓ الأرقام 90-91-92-93-94-95-96-97-98-99-100-101-102-103-104 تدل على فئة موضوع النقل الجوي :شركة طيران وطنية: أحداث وتطورات- تطورات ومشاكل-إحصاءات -شركة طيران أجنبية :قرارات- أحداث وتطورات- قرارات وأحداث- أحداث وقرارات - تطورات ومشاكل - إحصاءات- آفاق-سفر الأعمال - أحداث وتطورات- قرارات ومشاريع.

✓ الأرقام 107-108-109 تدل على فئة موضوع السياحة المستدامة: قرارات ومشاريع-واقع وآفاق.

✓ الأرقام 110-111-112 تدل على فئة موضوع الإرشاد السياحي: دراسات علمية-واقع وآفاق.

✓ الأرقام 113-114-115 تدل على فئة موضوع شخصيات فنية: التصوير الفوتوغرافي-الفسيفساء.

✓ الأرقام 116-117-118-119-120 تدل على فئة موضوع السياحة الجبلية: مركبات سياحية-وديان وينايع- الفنادق - أحداث وتطورات.

✓ الأرقام 121-122-123 تدل على فئة موضوع السياحة التغذوية: واقع وآفاق-فعاليات.

✓ الأرقام 124-125 تدل على فئة موضوع السياحة الزراعية: واقع وآفاق.

✓ الأرقام 126-127-128-129-130-131-132-133-134-135 تدل على فئة المصدر: صحفي المجلة- المصادر المجهولة (بدون توقيع) -وكالة الأنباء الجزائرية - وكالة انباء أجنبية -

صحف جزائرية - صحف أجنبية - قنوات تلفزيونية وإذاعية جزائرية - قنوات تلفزيونية وإذاعية
أجنبية - مواقع إلكترونية.

اسم المجلة السياحية: العدد: تاريخ الصدور:

الجدول رقم (01): ترتيب الأنواع الصحفية حسب نسبة مساحة تحريرها

الترتيب	النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات النوع الصحفي
					الخبر الصحفي
					التقرير الصحفي
					الحديث الصحفي
					الريبورتاج الصحفي
					البورتري الصحفي
					الإقتتاحية الصحفية
					التعليق الصحفي
					المجموع

الجدول رقم (02): بيانات تحرير الصور الصحفية

النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات نوع الصور
				الصور الفتوغرافية
				الصور الكاريكاتورية
				المجموع

الجدول رقم (03) : بيانات تحرير المواد التحريرية

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
المواد التحريرية				
الأنواع الصحفية				
الصور الصحفية				
مجموع المواد التحريرية				
الإشهار				
المجموع الكلي				

الجدول رقم (04) : بيانات لغة التحرير المستخدمة

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
اللغة المستخدمة				
اللغة الإنجليزية				
اللغة الفرنسية				
اللغة العربية				
المجموع				

الجدول رقم (05) : بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الوطنية

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
السياحة الوطنية				
قرارات ومشاريع				
تكنولوجيا الإتصال				
تطورات ومشاكل				
مركبات سياحية				
إقتصاد				
فندقة				
دواوين السياحة				
النقل البري				
أحداث وفعاليات				
أحداث وتطورات				
وكالات سياحية				
أفلام وثائقية				
أحداث ومشاريع				
المجموع				

الجدول رقم (06) : بيانات معالجة المواضيع الصحفية حسب السياحة الدولية

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
السياحة الدولية				
أحداث وفعاليات				
تكنولوجيا الإتصال				
أحداث وتطورات				
قرارات ومشاريع				

				فعاليات وأنشطة
				وجهات تاريخية
				وكالات سياحية
				اقتصاد
				احصاءات
				مدن سياحية
				الإطعام
				فعاليات
				المجموع

الجدول رقم (07): بيانات تحرير ومعالجة المواضيع حسب السياحة الصحراوية

المعطيات السياحة الصحراوية	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
مناطق سياحية				
مناطق طبيعية				
قرارات ومشاريع				
فندقة				
أحداث وتطورات				
عدد وتقاليد				
مدن سياحية				
مناطق أثرية				
شخصيات محلية تاريخية				
المرأة الصحراوية				
مدن صحراوية				

				كهوف ومغارات
				حيوانات صحراوية
				شخصيات محلية فنية
				المجموع

الجدول رقم (08) : بيانات تحرير ومعالجة المواضيع حسب السياحة الساحلية

المعطيات السياحة الساحلية	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
مدن سياحية				
مركبات سياحية				
جبال ومناطق خضراء				
سدود وحواجز مائية				
قرارات ومشاريع				
مركبات سياحية جبلية				
بحيرات				
خطائر وغابات				
شواطئ				
كهوف ومغارات				
خطائر وجبال				
مدن قديمة				
المجموع				

الجدول رقم (09) : بيانات معالجة المواضيع حسب التراث المحلي

المعطيات والتراث المحلي	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
حرف تقليدية				
الأكل التقليدي				
مواقع أثرية				
عادات وتقاليد				
بنايات قديمة				
لباس تقليدي				
مواقع طبيعية				
قرارات ومشاريع				
تاريخ وذاكرة				
واقع وآفاق				
حيوانات أصيلة				
مساجد قديمة				
فعاليات وأنشطة				
المجموع				

الجدول رقم (10) : بيانات معالجة المواضيع حسب النقل الجوي

النسبة	المساحة	النسبة	التكرار	المعطيات النقل الجوي	
				أحداث وتطورات	شركة طيران وطنية
				تطورات ومشاريع	
				احصاءات	
				المجموع	
				قرارات	شركة طيران أجنبية
				أحداث وتطورات	
				فعاليات	
				قرارات وإحصاءات	
				أحداث وقرارات	
				تطورات ومشاكل	
				إحصاءات	
				المجموع	
				آفاق	
				سفر الأعمال	
				أحداث وتطورات	
				قرارات ومشاريع	
				المجموع الكلي	

الجدول رقم(11) : بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة المستدامة

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
السياحة المستدامة				
قرارات ومشاريع				
واقع وآفاق				
المجموع				

الجدول رقم (12): بيانات معالجة المواضيع حسب الإرشاد السياحي

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
الإرشاد السياحي				
دراسات علمية				
واقع وآفاق				
المجموع				

الجدول رقم (13): بيانات معالجة المواضيع حسب الشخصيات الفنية

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
الشخصيات الفنية				
التصوير الفوتوغرافي				
الفسيفساء				
المجموع				

الجدول رقم (14) : بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الجبلية

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
السياحة الجبلية				
مركبات سياحية				
وديان ونباييع				
الفندقة				
أحداث وتطورات				
المجموع				

الجدول رقم (15) : بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة التغذوية

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
السياحة التغذوية				
واقع وآفاق				
فعاليات				
المجموع				

الجدول رقم (16) : بيانات معالجة المواضيع حسب السياحة الزراعية

المعطيات	التكرار	النسبة	المساحة	النسبة
السياحة الزراعية				
واقع وآفاق				
المجموع				

الجدول رقم(17): بيانات ترتيب المواضيع السياحية حسب نسبة تكرارها.

المعطيات المواضيع السياحية	التكرار	النسبة	الترتيب
السياحة الوطنية			
السياحة الدولية			
السياحة الساحلية			
السياحة الصحراوية			
التراث المحلي			
النقل الجوي			
السياحة المستدامة			
الإرشاد السياحي			
الشخصيات الفنية			
السياحة الجبلية			
السياحة التغذوية			
السياحة الزراعية			
المجموع			

الجدول رقم (18): بيانات ترتيب المواضيع السياحية حسب نسبة مساحة تحريرها.

المواضيع / المعطيات	المساحة	النسبة	الترتيب
السياحة الوطنية			
السياحة الدولية			
السياحة الساحلية			
السياحة الصحراوية			
التراث المحلي			
النقل الجوي			
السياحة المستدامة			
الإرشاد السياحي			
الشخصيات الفنية			
السياحة الجبلية			
السياحة التغذوية			
السياحة الزراعية			
المجموع			

الجدول رقم (19): بيانات المصادر المعتمدة في جمع المواد الصحفية.

المصدر	المعطيات	التكرار	النسبة	الترتيب
صحفي ومجلة				
مصادر مجهولة (بدون توقيع)				
وكالة أنباء جزائرية				
وكالة أنباء أجنبية				
صحف جزائرية				
صحف أجنبية				
قنوات تلفزيون وإذاعة جزائرية				
قنوات تلفزيون وإذاعة أجنبية				
مواقع انترنت				
المجموع				

Tebessa

The oldest Town

in the Est of Algeria

تبسة

لقد مروا من هنا جميعا

Algiers...

The abandoned trades
and professions

The Wool house

The palace of culture,
a unique architecture

Al-Zfeithi

The most popular dish

The Brunus
A traditional dress
of dignity and greatness

الحايك

صورة تجسد الدناقة والأصالة

العاصمة

حظيرة ثنية الحد

محمية الأرز العذراء

الديوان الوطني للسياحة

السيد: رشيد بننومي - م.ع في حوار خاص

Le DG du complexe de Thalasso de Sidi-Fredj

«Le client est notre priorité»

Kalaâ des Beni Hammad

L'autre histoire de M'sila

Tobna Batna

Le berceau de l'histoire

ISSN N° 11127139 - Prix Algérie: 100 DA

Edition N°124 | Janvier 2021

Tourisme magazine

Revue mensuelle du tourisme
et de l'hôtellerie éditée par Interexpo

LE TOURISME FACE
À L'ADVERSITÉ



EGT Centre : une pionnière dans
le management hôtelier



Tourisme & Voyages

MAGAZINE MENSUEL SPÉCIALISÉ DANS LE TOURISME ET L'ARTISANAT
Edition N° 12 - Octobre 2020 - Prix 200 DA

الكتاب 168
المسيرة 1462 الشتر 1

✓ ADRAR LA MAGIE DU GRAND SUD

DESTINATION ALGÉRIE
UN NOUVEAU DÉPART



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Affairs

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة المادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:
واقع المجلات الكمية في السجون لسياحة في الجزائر
جريدة "Tourisme et Voyage" و "ASSI HAR" و "Tourisme magazine"
في الفترة الممتدة من جانفي 2019 إلى فيفري 2021.

إعداد الطلبة:

1- بوعزيز تاجود رقم التسجيل: 16 16 35 10 11 99

2- عميدان سميما رقم التسجيل: 16 16 33 02 86 82

القسم: علوم الإعلام والاتصال الشعبية: التخصص: الإعلام وعلاقات عامة

إشراف: بوحيلة رمضان الرتبة: أستاذ محاضر

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2020-
2021 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة.

رئيس فريق الاختصاص



موافقة وإمضاء المشرف(ة):

بوحيلة رمضان



كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2021/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): يوسف بن نجود

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 1616381011
119961012003960002

الصادرة بتاريخ : عن دائرة :

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الإعلام والاتصال تحت رقم التسجيل: 161638101199

والمكلف بإنجاز أعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).

عنوانها: واقع المجالس التكميلية في الشؤون السياسية في الجزائر دراسة
تحليلية لتيارين: ASSI-BEAR و Tourismatyoung

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة
الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2021/06/08

امضاء المعني (ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2021/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): عبدان سيلا

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): معلمة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 119960346008750005

الصادرة بتاريخ: 2016-05-12 عن دائرة: مسيلة

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم اللغة وادبها

تخصص: ادب اللغة وادبها تحت رقم التسجيل: 161633008682

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: واقع ايداع تامة في الشؤون السياحية في الجزائر
Le tourisme magazine tourisme d'Algérie
Assiher

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة
الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2021/06/08

امضاء المعني(ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

الملخص:

ان الهدف من الدراسة هو تصوير وتحليل وتفسير واقع المجلات المتخصصة في الشؤون السياحية في الجزائر، وجاء التساؤل الرئيسي للدراسة كالتالي: ما هو واقع المجلات المخصصة في الشؤون السياحية في الجزائر؟ واستخدمنا في دراستنا هذه منهج المسح الوصفي للمضمون الظاهري للمواد الصحفية المنشورة عن طريق أسلوب تحليل المحتوى على عينة قصدية تتكون من 9 اعداد أي ثلاث أنواع من المجلات وهي: tourism et voyages و assihar و tourisme magazines الصادرة من جانفي 2019 الى فيفري 2021.

ولعل الدراسة ذات أهمية كبيرة في الوقت الراهن خاصة مع التحولات المستجدة والتطورات الطارئة على العالم ومن خلال اطلعنا على واقع المجلات المتخصصة في الشؤون السياحية في الجزائر على اعتبار ان المجلات المعتمدة تسعى الى تحقيق هدفها من خلال اطلعنا على واقع المجلات المتخصصة وكذلك من خلال تغطيتها للعديد من المناطق السياحية من خلال المعطيات والنتائج توصلنا الى ان المجلات تمكنت من استعمال الجوانب الشكلية المناسبة في المواضيع التي نشرتها حول السياحة بصورة جيدة ومعتبرة ترجمت واقع السياحة.

وتوصلت الدراسة الى النتائج التالية في الجانب الشكلي تبين ان الحديث والتقرير والروبورتاج الصحفي استخدموا بالدرجة الاولى في معالجة المواضيع السياحية المختلفة وظهرت الدراسة اعتمادها على الصور لان لهذه الاخير الدور الكبير في ترجمة محتوى النصوص دون قرائتها بالاضافة الجمال الذي اضافته على مستوى هذه المجلات كما اظهرت النتائج نسبة ضئيلة للاشهار قدرت ب 2% ومن اهم النتائج التي اظهرتها الدراسة طغيان اللغة الفرنسية في المجلات باعتبارها موروث استعماري واللغة الاجنبية الاولى من حيث التداول اما من حيث تناولها للمواضيع فقد غطت المجلات التي اخذناها كعينة اكبر قدر ممكن من المواضيع في مختلف المجالات وغطت مختلف مناطق الوطن.

الكلمات المفتاحية: الصحافة المتخصصة ، السياحة، المجلات ، الجزائر

Abstract :

The aim of the study is to portray, analyze and interpret the reality of magazines specialized in tourism affairs in Algeria, and the main question of the study came as follows: What is the reality of magazines devoted to tourism affairs in Algeria? In this study, we used the method of descriptive survey of the apparent content of published press materials by means of a content analysis method on a purposive sample of 9 numbers of three types of magazines: tourism et voyages, assihar and tourisme magazines issued from January 2019 to February 2021.

Perhaps the study is of great importance at the present time, especially with the emerging transformations and developments in the world and by informing us of the reality of specialized magazines in tourism affairs in Algeria, given that the approved magazines seek to achieve their goal by informing us of the reality of specialized magazines as well as through their coverage of many Tourist areas Through the data and results, we concluded that the magazines were able to use the appropriate formal aspects in the topics they published about tourism in a good and considered manner that translated the reality of tourism. The study reached the following results in the formal aspect, showing that the talk, the report and the press report were used primarily in dealing with various tourism topics.

The study showed its reliance on images, because the latter had a great role in translating the content of texts without reading them, in addition to the beauty that they added at the level of these magazines. The results also showed a percentage of It was negligible for publicity, estimated at 2%, and one of the most important results that the study showed is the tyranny of the French language in the magazines as it is a colonial heritage and the first foreign language in terms of circulation.

Keywords: specialized press, tourism, magazines, Algeria

