

الإعلام المتخصص ودوره في تنمية السياحة البيئية في الجزائر.

-دراسة وصفية في إطار صياغة إستراتيجية إعلامية وطنية-

أ.بكار أمينة: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية: جامعة محمد لمين دباغين-

سطيف 02:الجزائر

سميرة كتفي؛ كلية العلوم الانسانية والاجتماعية: جامعة محمد لمين دباغين-

سطيف 02:الجزائر

ملخص :

سنحاول من خلال هذه الدراسة أن نتوغل في الدور الهام والبارز لوسائل الإعلام في النهوض بقطاع السياحة البيئية، عبر مضمونها الإعلامية التي تسعى لنشر الوعي البيئي لدى المتلقي في وقت تواجه فيه هذه الصناعة (السياحة البيئية)، إشكالية الحفاظ على المنتج السياحي وترقيته بما يخدم التنمية المستدامة للمجتمعات النامية، إضافة الى تدني كفاءة المنتج السياحي في جانب المرافق والخدمات، سننطلق من هذه الدراسة بتحديد مفهوم الإعلام السياحي، والإعلام التخصص الذي يعنى بمحور السياحة البيئية، وبذلك فان المطلوب سيكون تحديد إذا ما كان الإعلام السياحي- البيئي الجزائري في إطار السياحة البيئية يساهم في ابراز وكشف مقدرات البيئية الداخلية في الجزائر بالإضافة الى مدى مساهمته في توضيح دور السياحة البيئية في تحقيق التوازن الاجتماعي والاقتصادي .

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام، الإعلام المتخصص (الإعلام السياحي-الإعلام البيئي)، السياحة، البيئة، السياحة البيئية.

Summary:

We will try through this study to take an inside look at the role of the media which have a great importance in the advancement of eco-tourism Cross-media contents, which seeks to spread environmental awareness among recipient, While the industry faces (eco-tourism), the problem of Maintaining the tourism product because of the low tourism product in the

side of the facilities and services efficiently, we will start in this study by determine the concept of media tourism as a fundamental axis reflects our reality of eco-tourism, and the concept of Environmental Media and thus the required will determine if the media tourism in Algerian is a part of eco-tourism contributes to highlight and expose internal environmental capabilities in Algeria, in addition to its contribution to clarify the role of eco-tourism in achieving socio-economic balance.

Keywords: Media, tourism, tourism media, environmental media, the environment, eco-tourism.

مقدمة :

لقد أصبحت السياحة المقوم الرئيسي لبعض البلدان في العالم، فقد نمت وتطورت وأصبح لها دور عظيم في حل مشكلات كثيرة، وقد عملت على إضافة مصادر حيوية لدخول الوطنية وإيجاد فرص عمل أمام قطاعات مختلفة، هذا بالإضافة الى أنها أدت الى الديناميكية بين أقطار العالم، مما أدى الى تدعيم العلاقات الدولية والإنسانية والمعنوية بين شعوب العالم.

والسياحة البيئية ظاهرة جديد تهدف الى البحث والتأمل وتوفير الراحة للإنسان، فالميزة التي يتيحها تطبيق السياحة البيئية هي ربط الاستثمار والمشاريع الإنتاجية للمجتمع مع حماية البيئة والتنوع الحيوي والثقافي للمناطق السياحية، وذلك عن طريق إعداد برامج سياحية تعتمد على توجيه السياحة نحو المواقع المميزة بيئيا دون الإضرار بالبيئة وتغيير توازنها الايكولوجي¹، وانطلاقا من الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام من توجيه وإعلام وإخبار وتوعية وترشيد، فإنها في مجال السياحة تسهم في تحقيق التنمية البيئية السياحية عبر الإعلام المتخصص (البيئي-السياحي).

1- مشكلة البحث:

تتمحور مشكلة البحث حول الدور التساهمي الذي تلعبه وسائل الإعلام في تنمية السياحة البيئية في الجزائر انطلاقا من المضامين الإعلامية المطروحة في هذا المجال، بالإضافة الى تسليط

¹ - خان أحلام، زاوي صورية: السياحة البيئية وأثرها على التنمية، ص 15.

الضوء على مدى ابراز الإعلام المتخصص للتنوع الحيوي والثقافي للمناطق السياحية. ومنه فان التساؤل الرئيسي لدراستنا يتمثل في الآتي : ماهو دور وسائل الإعلام في تنمية السياحة البيئية في الجزائر؟

2- أهداف البحث:

انطلاقا من مشكلة البحث الموضحة سابقا فإننا سنحاول الوصول الى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- التعرف على الإمكانيات السياحية في الجزائر.
 - 2- التعرف على دور وسائل الإعلام في تنمية السياحة البيئية في الجزائر انطلاقا من المضامين الإعلامية.
 - 3- ابراز أهمية مساهمة وسائل الإعلام في تحقيق التوازن الاجتماعي والاقتصادي انطلاقا من الإعلام المتخصص.
- ## 3- مفاهيم البحث :

قبل أن نعرض على تعريف الإعلام السياحي لا بد من تحديد مفهوم الإعلام كمصطلح هام في تبادل المعلومات والمعارف.

1. تعريف الإعلام: من الناحية اللغوية الإعلام من الإعلام، وأعلم فلانا بالشيء أخبره به إياه ، أما الكلمة الإنجليزية information الدالة على الإعلام، وكذلك الكلمة الفرنسية التي تماثلها كتابة وتختلف عنها لفظا فهي من أصل لاتيني informatio، التي تعني التوضيح والشرح، وإعلام الآخرين بخبر أو واقعة، أفرادا كانوا أو جماعات وقد تنوعت أشكاله ومضامينه ووسائله. اصطلاحا: هو تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تمكنهم من فهم الوقائع والمشكلات، وبالتالي فإن رسالة الإعلام هي الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق الموثقة، وهو يقوم على الوضوح والصرحة والدقة في الرواية ويلتزم بالصدق والأمانة.²

² - محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 61.

2. السياحة:

لغة: يعود مفهوم السياحة لكلمة "Tour" المشتقة من الكلمة اللاتينية "Torno"، ففي عام 1643 ولأول مرة، تم استخدام المفهوم "Tourisme" ليبدل على السفر أو التجوال من مكان لآخر، ويتضمن هذا المفهوم كل المهين التي تشبع الحاجات المختلفة للمسافرين، كما أن السفر (الترحال "Travel") يمكن أن يعتبر سياحة إذا كان مؤقت أو غير إجباري، بحيث لا يكون فيها البحث عن العمل أو نشاطات ربحية،³ كما تعرف السياحة حسب قاموس لاروس "Larousse" عبارة عن عملية سفر قصد الترفيه عن النفس، فهي مجموعة من الإجراءات التقنية، المالية، والثقافية المتاحة في كل دولة أو في كل منطقة والمعبر عنها بعدد السواح.⁴

اصطلاحاً: يعد مفهوم السياحة مفهوماً مركباً يتألف من عدة عناصر تتراوح من حيث الأصل بين العناصر الطبيعية والبشرية والحضارية، كما أن بعضها متداخلي التأثير وبعضها الآخر منفرد التأثير، ونعني بالسياحة انتقال أي شخص من مكان إقامته إلى أي مكان آخر لمدة قصيرة نسبياً والإنفاق على إقامته من مخراته وليس من العمل، وبناءً عليه ينتقل السائحون بصفتهم مستهلكين لا منتجين. وكلمة السياحة ترتبط بعدد كبير من الأنشطة كالإيواء والإطعام والنقل ولذلك فنشاطها يطال جوانب الاقتصاد كافة.⁵

عرفتها الأكاديمية الدولية للسياحة بأنها "تعبير يطلق على رحلات الترفيه أو مجوع الأنشطة الإنسانية لتحقيق هذا النوع من الرحلات وهي صناعة تتعاون على سد حاجات السائح"⁶

³ - خالد مقابلة، فيصل الحاج ذيب: صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، 2000، ص18.

⁴ - مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ: ميادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001، ص47.

⁵ - محمد عباس إبراهيم: السياحة والموروث الحضاري - دراسة في انثربولوجيا السياحة، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، مصر، ص43.

⁶ - الياس العاشي: الخدمات السياحية الفندقية والتنمية الحضرية في جيجل - دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الحضري، 2008-2009، ص15.

يضع الباحث جلاكسمان R.Glacksman السويدي سنة 1945 تعريفا للسياحة بوصفها أنها عبارة عن فروع العلاقات المتبادلة والتي تنشأ بين الشخصين، الذي يوجد بصفة مؤقتة في مكان ما وبين الأشخاص الذين يقيمون بهذا المكان.⁷

3. الإعلام السياحي: الإعلام السياحي هو أحد الأنماط الإعلامية الاتصالية، وهو كذلك نشاط إعلامي اتصالي يعنى بنقل وتواصل وتداول المعلومات المتعلقة بالجوانب المختلفة لصناعة السياحة، ومفهوم الإعلام السياحي في الجزائر هو ذلك النشاط الإعلامي الاتصالي الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة والجهات الرسمية ومنظمات المجتمع المدني من أجل نشر ثقافة السياحة في أوساط المواطنين والتعريف بإمكانيات المنتج السياحي الجزائري داخليا وخارجيا بهدف جذب السياح للإقبال على هذا المنتج.⁸

كما يعرف الإعلام السياحي على أنه "الدليل المادي للصناعة السياحية من خلال وظيفته الأساسية وجوهرها هو التعريف بما يحتويه البلد من معالم سياحية سواء أكانت طبيعية أم أثرية تاريخية أم فندقية أو أي مظهر آخر أو مجال من مجالات الجذب السياحي وذلك باستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية المتطورة من أفلام وإعلانات قادرة على جذب السياح الأجانب ومواطني البلد، وبالتالي فالإعلام السياحي صفة لازمة ومحورية للصناعة السياحية."⁹

4. البيئة: من الناحية العلمية، تعرف البيئة بأنها الأحوال الفيزيائية والكيميائية والإحيائية للإقليم الذي يعيش فيه كائن حي.¹⁰ تعرف أيضا بأنها: "كل ما يحيط بالإنسان من أشياء تؤثر على الصحة، فتشمل المدينة بأكملها، مساكنها، شوارعها، أنهارها، أبارها، شواطئها،

⁷ - وفاء زكي ابراهيم: دور السياحة في التنمية الاجتماعية-دراسة تقويمية للقرى السياحية-، المكتب الجامعي الحديث، 2006، ص71.

⁸ - اتجاهات استراتيجية الإعلام السياحي في اليمن، وزارة السياحة، بدون سنة نشر، ص 4.

⁹ - <http://www.startimes.com/?t=28608676> تاريخ الإطلاع على الموقع: 2017/05/15.

¹⁰ - انظر الموقع على الشبكة العنكبوتية: مقالة ماهية البيئة للدكتور أسامة عبد العزيز ماهية البيئة

.knol.google.com/k/judje-dr-osamaabdelaziz.

كما تشمل كل ما يتناوله الإنسان من طعام وشراب وما يلبسه من ملابس بالإضافة إلى العوامل الجوية والكيميائية وغير ذلك¹¹. أما في علم الأحياء فالبيئة تعني «كل العوامل والظروف الخارجية التي تؤثر في أي كائن حي أو مجتمع حي ما»¹²، ومن تعريفات البيئة في هذا العلم أيضا ما قاله البعض أن للبيئة مفهومين يكمل بعضهما الآخر: "أولهما البيئة الحيوية وهي كل ما يختص بحياة الإنسان وبعلاقته بالمخلوقات الحية، الحيوانية والنباتية التي تعيش معه، أما ثانيهما فهي البيئة الطبيعية وتشمل موارد المياه والفضلات والتخلص منها، والحشرات وتربة الأرض والمسكن والجو ونقاوته أو تلوثه والطقس، وغير ذلك من الخصائص الطبيعية للوسط"¹³ أما البيئة في الجيولوجيا فتعرف بأنها "كل الظروف الفيزيائية والكيميائية والبيولوجية وكذلك القوى والمؤثرات الأرضية التي تؤدي إلى ترسيب صخر ما في إقليم جغرافي معين". أما في علم الاجتماع فالبيئة تعني "الأحوال الاجتماعية والطبيعية التي يعيشها الإنسان"¹⁴.

والبيئة في مفهومها التقليدي "اقتصرت على البعد الايكولوجي أو الطبيعي:

- البيئة العادية التي تتألف من مجموع المكونات غير الحية.
- البيئة البيولوجية التي تتألف من مجموع الكائنات الحية بما فيها الإنسان.
- العلاقات المتبادلة والتوازن القائم بين هاتين البيئتين.

أما البيئة بمفهومها الواسع فهي تشمل البعد الايكولوجي إلى جانب الأبعاد الأخرى: أبعاد تكنولوجية، اجتماعية، اقتصادية، تاريخية، ثقافية... الخ. وكل بعد من هذه الأبعاد يتفاعل مع

¹¹ - انظر نفس الموقع.

¹² - انظر نفس الموقع

¹³ - انظر نفس الموقع

¹⁴ - البحث العلمي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 46، ص: 22-23.

الأبعاد الأخرى ويلعب دورا حيويا في توازن هذا الكل. فعندما نقول البيئة فنحن نقصد جميع العناصر التي تحيط بالإنسان وتتفاعل معه من خلال قيامه بنشاطاته الحيوية"¹⁵.

5. الإعلام البيئي: عرفه البنك العالمي **La banque Mondiale** " بأنه نقل المعلومات ذات طابع بيئي من وكالات أو منظمات غير حكومية من أجل إثراء معارف الجمهور والتأثير على آرائه وسلوكاته تجاه البيئة."¹⁶

الإعلام البيئي هو الإعلام المتخصص في حماية البيئة والإرشاد البيئي للمحافظة على البيئة، وبالتالي على حياة الإنسان والكائنات الحية المختلفة والحفاظ على الطبيعة ومحتوياتها والمحافظة على الثروات البيئية. من هنا فإن للإعلام دورا رئيسيا وأساسيا إلى جانب المؤسسات والوسائل والعوامل الأخرى في الحفاظ على البيئة وحمايتها، فالإعلام البيئي تعبير مركب من مفهومين هما: الإعلام والبيئة، ويعتبر الإعلام أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة، حيث يتوقف إيجاد الوعي البيئي واكتساب المعرفة اللازمين لتغيير الاتجاهات والنوايا نحو القضايا البيئية، على نقل المعلومات وعلى استعداد الجمهور نفسه ليكون أداة في التوعية لنشر القيم الجديدة، أو الدعوة للتخلي عن سلوكيات قائمة.

6. السياحة البيئية: تعتبر السياحة البيئية صناعة تصديرية هامة كونها تعتمد على المقومات الطبيعية بمواردها وثرواتها المختلفة بالإضافة للمقومات المادية التي شيدها الإنسان لجذب السياح، كما أن لها دورا بارزا في تحقيق التنمية المستدامة والتي تشكل واجهة عاكسة لصور تطور الشعوب والدول في كافة المجالات، والمترتبة بشكل مباشر بالبيئة حيث تعمل على تحقيق الأهداف التنموية من جهة وحماية البيئة واستدامتها من جهة أخرى.

السياحة البيئية هي ذلك النوع الترفيهي والترويحي عن النفس والذي يوضح العلاقة التي تربط السياحة بالبيئة أو بمعنى آخر كيف يتم توظيف البيئة من حولنا لكي تمثل نمط من أنماط السياحة التي يلجأ إليها الفرد للاستمتاع، فالسياحة البيئية هي متعة طبيعية تعني بمفهومها

¹⁵ - مكاريد شون: أصوات متعددة وعالم واحد، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981، ص 164،

¹⁶ - Gilian Martin Machers, **Manuel de planification de la communication Environnemental pour la région Méditerranéenne**, éditeur suisse, suisse, 1992, p1

العام الخروج من الروتين اليومي إلى ارتياد الصحراء للتمتع بجمالها وطبيعتها بما فيها الحياة الفطرية النباتية والحيوانية وممارسة كافة الأنشطة المعتادة فيها أو السياحة إلى المناطق الساحلية والأثرية أو للمناطق الجبلية.

(أ) نشأة السياحة البيئية: يعود ظهور السياحة البيئية إلى العام 1983، حيث ينسب إلى هيكتور سيبالوس لاسكورين المهندس المعماري المكسيكي وأحد دعاة المحافظة على البيئة، وهو أيضا الرئيس المؤسس لمنظمة بيئية غير حكومية تدعى PRONATURA والتي انخرطت في أنشطة الحفاظ على الأراضي الرطبة بغية تأمين وضمان استمرارية تكاثر وتغذية الطيور في مواطنها مثل طائر الفلامينغو الأمريكي، وكان سيبالوس لاسكورين قد لاحظ أن ثمة عدد لا متنامي من السياح، خصوصا في أمريكا الشمالية مهتمين بالدرجة الأولى بمراقبة الطيور، وقد أيقن أن مثل هؤلاء الناس يمكن أن يلعبوا دورا هاما في تعزيز وتشجيع الاقتصاد الريفي المحلي، وخلق فرص عمل جديدة والحفاظ على البيئة في المنطقة، وبدأ باستخدام كلمة "السياحة البيئية" ليصف تلك الظاهرة، وقد تضافرت جهود الكثير من الخبراء من منظمات دولية عديدة بعد ذلك من أجل تطوير مفهوم السياحة البيئية ووضع شروط لها، كما قررت الجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية في دورتها الرابع عشرة التي انعقدت في سبتمبر 2001، اختيار السياحة البيئية مفتاح التنمية المستدامة ليكون موضوع اليوم العالمي للسياحة عام 2002 حيث تم الإعلان على أنها سنة السياحة البيئية وانعقاد القمة العالمية للسياحة البيئية في كوبيك - كندا- ليتفق المشاركون فيها على ضرورة تطوير وتشجيع السياحة البيئية والحفاظ على استدامتها.¹⁷

(ب) تعريف السياحة البيئية: حسب الصندوق العالمي للبيئة: تعرف بأنها "السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها تلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى خلل وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية ويعتبر هذا النوع من السياحة هاما جدا للدول النامية لكونه يمثل مصدرا للدخل، إضافة إلى دوره في الحفاظ على البيئة وترسيخ ثقافة وممارسة التنمية المستدامة".¹⁸

¹⁷ - وليامس موريس: السياحة البيئية، يومية تصدر عن شبكة الإعلام العراقي، www.alsabaah.com 2017/05/15.

¹⁸ - طارق طه: إدارة الفنادق (مدخل معاصر)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2000، ص 135.

❖ الإطار النظري:

1. عناصر وأنشطة السياحة البيئية:

(أ) عناصر السياحة البيئية وهي كالآتي:¹⁹

- المحافظة على التوازن البيئي : من خلال ربط السياحة البيئية بمفهوم التنمية المستدامة، وكذا العمل على تحديد سلوك السائح في إطار حماية المحميات البيئية والمنتجعات السياحية من كل سلوكاته السلبية.

- ارتباط مصطلح السياحة بجمالية البيئة، وهو ما يعني بيئة سياحية نظيفة وصحية تساهم في انتعاش هذا القطاع.

- تحقيق توازن بين السياحة والبيئة من ناحية، وبينها وبين المصالح الاقتصادية والاجتماعية التي تعد الركيزة التي تقوم عليها السياحة البيئية.

- ترقية والحفاظ على التوازن الإيديولوجي، عن طريق حماية المحميات الطبيعية والحفاظ على الأصناف النادرة من الكائنات الحية، العمل على بناء نشاط سياحي في ظل حماية البيئة عنصرين مرتبطان ومكملان لبعضهما لا يمكن قيام الأولى دون وجود الثانية .

ب) أنشطة السياحة البيئية: وهي مجموع الأنشطة التي يمكن مزاولتها في أي بيئة طبيعية بصورة أساسية:²⁰

السياحة العلاجية، الرياضة المائية والغوص، تأمل الطبيعة واستكشاف كل ما فيها، تسلق الجبال، استكشاف الجبال والوديان، إقامة المعسكرات، تصوير الطبيعة، زيارة مواقع التنقيب الأثرية، البحث العلمي والتثقيفي، رحلات السفاري والصحراء.

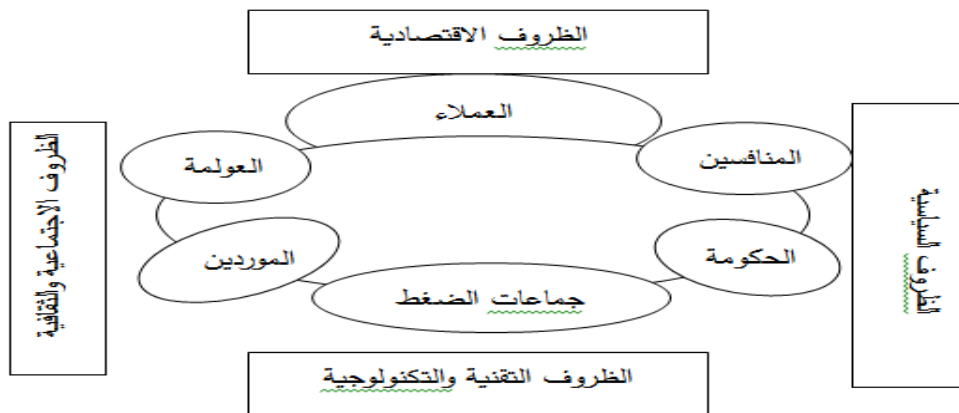
¹⁹ -عبدالله احمد الشايح عبد العزيز:الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي، أكاديمية نابف للعلوم الأمنية، 2003، ص

18.

²⁰ - زيد بن محمد الروماني: دور الإعلام السياحي في تعزيز السياحة الوطنية، موقع د.زيد

الرماني/0/19016/recommany/wep.alukah.net/http://

شكل رقم 1: العوامل المؤثرة في البيئة السياحية



المصدر²¹: طارق طه: إدارة الفنادق (مدخل معاصر)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2000، ص135.

في قراءة لمعطيات الشكل رقم واحد، يتضح أن مجموعة العوامل المؤثرة في البيئة السياحية، تشمل جزئين، الجزء الأول متعلق بـ البيئة الخاصة : المتدخلين مباشرة في النظام السياحي العملاء، المنافسين، الحكومة، الموردین...الخ.

أما البيئة العامة فتشمل: الظروف السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، والطبيعية، وهذا ما يجعل من خصائص البيئة السياحية كبيئة دائمة التغير نتيجة الأنشطة التي يمارسها عناصر البيئتين الخاصة والعامة،²² فعامل عدم الثبات والاستقرار في البيئة السياحية يجعلها ضعيفة نوعاً ما، في ظل تغير الظروف الأمنية مثلاً ما يشكل خطراً على السياح وعلى صورة الوجهة السياحية للبلد المستضيف لهم، نقاط لا بد أن تكون محل نقاش ومعالجة لدى وسائل الإعلام التي سنعرف دورها وأهميتها في تنمية القطاع السياحي في المحاور الآتية.

²¹ - طارق طه: إدارة الفنادق (مدخل معاصر)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2000، ص135

²² - إلهام خضير شير: إدارة المخاطر وإدارة الأزمات في المنظمة السياحية (تطبيقات ومقترحات على المستوى العربي)، قسم السياحة وإدارة الفنادق، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المنصورية، بغداد، 2007

2. أهمية الإعلام السياحي من خلال النقاط الآتية:²³
- التطور الهائل لوسائل الإعلام وقدرتها الكبيرة في التأثير على الرأي العام، وأهمية الإعلام في حياة الشعوب والأمم، باعتباره عنصرا أساسيا من العناصر التي تشكل هيكل المجتمع وبنيته الاجتماعية والثقافية والتربوية والمعرفية والسياسية والاقتصادية.
 - يقوم الإعلام السياحي بتزويد الناس بما يحتاجون إلى معرفته من المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرارات، فهو يقوم بإشباع حاجات الجمهور وخدمته.
 - يكتسب الإعلام السياحي أهمية خاصة نتيجة للاهتمام العالمي بالسياحة وزيادة المنافسة العالمية بين الكثير من الدول بالإضافة إلى المنافسة المنتجات السياحية نفسها لغيرها من المنتجات وقوتها الإقتصادية.²⁴
 - قدرته على تنمية الشعور بالهوية والخصوصية الإسلامية، وكذلك إعلام الناس بأهداف السياحة وبرامجها من خلال التركيز على أهداف الاتصال من ناحية والأهداف الإقناعية من ناحية أخرى.²⁵
 - التعاون مع المتخصصين في مجال السياحة والمجالات التي تتعلق بها وتطويرها لخدمة المجتمع وحل المشكلات التي تتطلب المواجهة بأسلوب علمي وتعاون أفراد المجتمع مع المتخصصين عبر وسائل الإعلام السياحي.²⁶
 - يوفر الإعلام السياحي فرصة للمستثمرين والعاملين والقائمين على السياحة للإعلان والترويج لمشروعاته وأنشطتهم السياحية، ويشجع على زيادة المستثمرين والمشروعات.
3. مهام الإعلام البيئي وأهدافه: وتتمثل فيما يلي²⁷

²³ - السيد أحمد مصطفى: الإعلام المتخصص، بنغازي، جامعة قاربونس، 1997، ص 18.

²⁴ - نوال محمد عمر: الإعلام التربوي، د.ط، الأنجلو مصرية، القاهرة، 1986، ص 21.

²⁵ - إسماعيل إبراهيم: الصحفي المتخصص، دار الفجر، د.ط، القاهرة، د.س.ن، ص ص 224_225.

²⁶ - جمال الدين السيد علي صالح: الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، د.ط، مركز الإسكندرية للأبحاث، مصر،

2003، ص 94.

²⁷ - أحمد الجلال: دراسات بيئية في التنمية والإعلام السياحي المستدام، د.ط، عالم الفكر، القاهرة، ص 161.

- أ- تنمية الوعي البيئي من خلال تنمية الوعي اتجاه القضايا البيئية مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات للاهتمام بالمشكلات البيئية .
- ب- تحفيز الأفراد لتحريك الجمود نحو الساحة البيئية، وكذا دعم أصحاب القرار من خلال المعلومات البيئية الصحيحة، بغية التصرف بمسؤولية اتجاه البيئة وتحسين نوعية الحياة دون الإضرار بالموارد ودون تعريض حياة الأجيال القادمة للخطر.
- ج- الدعوة إلى ضرورة تحسين مستوى المعيشة وحفظ التنوع ونقص استنزاف الموارد غير المتجددة ومراعاة الحفاظ على القدرة الإستيعابية للأنظمة الأيكولوجية، وتغيير العادات وسلوكيات البيئية السيئة، ومواجهة العبث والاستهتار وتعزيز قدرات الفئات الراغبة في التغيير الأفضل وتمكين المجتمعات من حماية بيئتها.
- د- العمل على كسب أصدقاء للبيئة والتنمية وتسليط الضوء على الإيجابيات والجهود المبذولة لحماية البيئة.

4. أهداف الإعلام البيئي:

- تعد وسائل الإعلام من أهم وسائل التعليم غير النظامي، لما لها من دور في عمليتي التربية والتثقيف، ويبدو أن العلاقة الوطيدة بين الإعلام والتربية البيئية على الرغم من اختلاف الوسائل والظروف المحيطة بكل من العمليتين، إلا أن الهدف واحد وهو نشر وتدعيم الوعي البيئي، وتلعب وسائل الإعلام الجماهيري دورا هاما في تدعيم التربية البيئية، إذ أنها تمثل الوسائط المثالية للوصول إلى أوسع قاعدة جماهيرية ممكنة.²⁸
- البعد الإدراكي: يمثل في مجمله المعلومات والمفاهيم التي ينبغي أن يعرفها المتلقي عن النظم البيوفيزيائية، وكل ما تحتويه البيئة الطبيعية من موارد وعلاقات وقدرات وما تتعرض له من مشكلات، ولضمان الفهم والإدراك الصحيحين للعلاقة التي تربط الإنسان ببيئته، ينبغي الاهتمام والعناية بقنوات الاتصال وقدراتها على الأداء في إيصال المعلومات والبيانات البيئية، بالإضافة إلى معالجة المشكلات البيئية على مستوى البرامج الإعلامية عبر مختلف وسائلها

²⁸ - اليونسكو : اتجاهات التعليم البيئي بين الحكومة بمدينة تبليس بالاتحاد السوفيتي، مجلة اليونسكو، 1 أكتوبر،

المكتوبة والمسموعة والسمعية البصرية، كلما توفرت المعلومة البيئية بشكل مستمر تساعد في تجنب حدوث الخلل والمشكلة بشكل نسبي.²⁹

- تكوين المواقف والقيم (البعد المهاري): ويقصد بها دور وسائل الإعلام في اكتساب المتلقي لجملة من المشاعر والاهتمام بالجوانب المرتبطة بالبيئة، العمل على بناء مواقف واتجاهات إيجابية نحو البيئة، كما يتعين على وسائل الإعلام في هذا الصدد إعداد جمهور يتقبل تغيير مواقفه وقيمه التقليدية وسلوكياته المضرة بالبيئة والتأثير فيه من أجل تحسينها ورفع مستوى معيشتة للمحافظة على التنوع البيولوجي والموارد الغير متجددة والقدرة الإستيعابية للأنظمة الأيكولوجية.³⁰

- المشاركة (البعد الانفعالي): التأثير على مستوى السلوك العمل على إتاحة الفرصة للجمهور للمشاركة على كافة المستويات في حل المشكلات البيئية، وقد أثبتت التجارب أن إشراك الجمهور في وضع القرارات التي تتعلق بها مستقبلهم أمر ضروري. ومنه ينبغي على وسائل الإعلام أن تبني قنوات للحوار الاجتماعي بين الجماهير للوصول إلى القرار المشترك مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات عندما يتعلق الأمر بالبيئة، ولتحقيق استمرارية هذا الحوار يتحتم على وسائل الإعلام تخصيص مجال مفتوح لطرح آراء وأفكار ومقترحات الجمهور المهتم بالبيئة، ونقل مشكلات بيئتهم إلى الجهات البحثية والتنفيذية ومتخذي القرار.³¹

5. واقع الإعلام البيئي في الجزائر:³²

ان ظهور هذا القطاع من الإعلام بالجزائر يعد حديث النشأة، حيث كانت الكتابات حول البيئة محتشمة نوعا ما وغير مكثفة من هذه الجهة، ومن جهة أخرى نجد أن الجزائر لم تظهر فيها

²⁹ - جمال الدين صالح وعلي السيد: الإعلام البيئي، مركز الإسكندرية، مصر، 2003، ص ص 50_51.

³⁰ - Organisation mondiale du tourisme(UNWTO) , faits saillants OMT du tourisme, édition 2012, Madrid, Espagne, 2012, p03.

³¹ -عابد راضي خنفر وإياد عبد الاله خنفر: تسويق السياحة البيئية والتنوع الحيوي، مجلة البيئة والمحيط، مجلد 9،

العدد 2، جامعة أسيوط، مصر، أكتوبر 2006، ص 59.

³² - جميلة قاسمي : الإنتصال الداخلي و الخارجي بوزارة تهيئة الإقليم و البيئة، الجزائر، 2004 ، عن شادي عزالدين، بحث مقدم حول الاعلام البيئي، منشور، ص06.

مشاكل بيئية خطيرة في السابق تستدعي تكثيف الجهود الإعلامية لخدمة القضايا البيئية، ولكن مع تطور الصناعة وارتفاع الكثافة السكانية طفت على السطح ممارسات مغللة بنظام البيئي، مما تطلب معالجة عميقة لهذا الواقع بطريقة موضوعية من قبل وسائل الإعلام المحلية والجهوية والوطنية، حيث تطرق في هذا الجانب عدد من المؤلفين أمثال "سوندمان" 1974، في كتابه "التربية البيئية"، إلى أهمية وسائل الإعلام ودورها الوظيفي في التوعية البيئية، من حيث نقل المعرفة والمهارات للجماهير.

من هذا المنطلق يمكننا أن نتعرف على كيفية توظيف وسائل الإعلام في الجزائر لمعالجة القضايا البيئية المطروحة، ولتحقيق دورها ووظيفتها الأساسية وهي التوعية والتربية البيئية، وذلك من خلال مختلف أنواعها سواء الصحف المكتوبة أو السمعية البصرية المتمثلة في الإذاعة والتلفزيون.

علينا أن نقر أولاً بأن هناك نقص في ترسانة المؤسسات الإعلامية الجزائرية مقارنة بباقي دول المغرب الكبير، لكن رغم هذا القصور في المؤسسات الإعلامية إلا أننا نلمس أن هناك جهود وتجارب إعلامية في تغطية ومعالجة القضايا البيئية.

○ الصحافة المكتوبة: نجد هناك جريدة "الوطن" التي تصدر باللغة الفرنسية، والتي تعتبر مثالا يقتدي به لاهتمامها بالقضايا البيئية من خلال التغطيات المستمرة والمعقدة خاصة تلك المرتبطة بالمعاهدات والمؤتمرات الدولية وكذلك من خلال تخصيصها لمساحات خاصة بالقضايا البيئية، ونجد جريدتي "الصباح" و"الشروق" فالأولى تخصص صفحة أسبوعية للبيئة تركز فيها على المعلومات المبسطة الهادفة إلى التوعية البيئية.

○ التلفزيون: يلعب الإعلام التلفزيوني دورا مهما في تكوين الوعي البيئي على المستوى جماهيري واسع، باعتبار أن البيئة في المجال العام للحياة. ويتحقق ذلك من خلال النظر للإعلان في إطار ما يعرف بالنموذج السيكلوجي لعملية الاتصال الإعلاني، ويمكن أن يكون الإعلان - إذا أحسن استخدامه وتوظيفه- إحدى الأدوات الفعالة المساعدة في تناول موضوع البيئة من خلال كثير من الرسائل الإعلانية التي تدور حول سلع أو خدمات أو أفكار مختلفة، أي أنه يمكن تكوين اتجاه ايجابي نحو البيئة عن طريق:

- إثارة الاهتمام بموضوع البيئة مع الإعلان عن طريق السلع والخدمات المختلفة، كربط الإعلان بالمشاهد الطبيعية، والمناظر الخلابة التي تنمي لديه إحساس بالجمال مما يستدعي ضرورة الحفاظ عليها.
- استثارة رغبة المعلن إليه باستخدام الخدمات التي توفر له بيئة نقية صحية.
- إقناع المشاهد بربط السلوك السليم بنماذج القدرة وإثارة الرغبة في المحاكاة بما يخدم مجال البيئة.

أما عن واقع البيئة في التلفزيون الجزائري فنجد برنامجا في شكل فقرة إرشادات فلاحية يعده ويقدمه " أحمد ملحة" إضافة إلى برنامج حول البيئة بعنوان " البيئة والمجتمع" يهتم بالمواضيع ذات الصلة بالمشاكل البيئية وتأثيرها على المواطنين من خلال التحقيقات الميدانية، واستجواب المواطنين الذين يوجدون ف واجهة هذه المشكلات البيئية، وقبل هذا البرنامج كان هناك برنامج تحت عنوان " الإنسان والبيئة".

○ الإذاعة: الإذاعة الوطنية بمختلف إذاعاتها الجهوية عبر التراب الوطني وقنواتها الأخرى، تلعب دورا مهما في توظيف وسائلها لمعالجة القضايا البيئية ونشر الوعي والتربية البيئية من خلال الحملات التوعوية التي تمر على شكل فواصل إخبارية عبر الأثير.

ومنه نستنتج ان لوسائل الإعلام بشتى فروعها، دور كبير في ترشيد الأفراد في تبني سلوكيات سليمة اتجاه بيئتهم وفي نشر الوعي البيئي، فكان لزاما من الكشف عن دورها ومدى مساهمتها، لكن يبقى هذا الدور ضعيف نوعا ما إذ يتوجب ربطه بمجموعة من الجهود في هذا الإطار لمؤسسات التنشئة الاجتماعية وكذا دور مديرية السياحة المحلية على مستوى ولايات الوطن.

❖ صياغة إستراتيجية وطنية إعلامية (بيئية، سياحية):

1- المحددات الإعلامية في تناول الموضوعات والقضايا البيئية

يقصد بالمحددات الإعلامية في تناول القضايا البيئية العوامل المتعلقة بالبناء الموضوعي لوسائل الإعلام، وطبيعة عملها، ومستوى العاملين بالإعلام من حيث الحرفية ودرجة إلمامهم وإدراكهم لقضايا البيئة، ومستوى القضية المتوفرة في هذه المحددات وتشمل المحددات الإعلامية ما يلي:

- الهدف من العملية الإعلامية: تعزيز الوعي البيئي/ تثبيت/ أم تغيير.

- الجمهور المستهدف
- الوسيلة الإعلامية المناسبة طبقا للجمهور المستهدف من هذه الدراسة الإعلامية.
- القائم بالاتصال الذي ينبغي أن يتمتع بمصداقية لدى الجمهور.
- توفير المعلومات والحقائق والآراء مع ضرورة ربط الموضوعات بالاهتمامات المباشرة للجمهور.
- شكل الرسالة وأسلوب التقديم وأساليب الإقناع المستخدمة طبقا لنوعية الرسالة وطبيعة الجمهور.

2- دور وسائل الإعلام في نشر السياحة البيئية :

ان أبرز المهام المناطة بالإعلام في مجال نشر السياحة البيئية في المجتمع ما يلي:

- تكثيف البرامج التوعوية من خلال النشرات الإرشادية حول الوعي السياحي الداخلي.
- توجيه برامج إعلامية خاصة بمعالم السياحة البيئية.
- تحفيز التدابير المحافظة على السمات المادية للسياحة البيئية.
- رعاية المواقع والمعالم التاريخية والحياة البشرية البرية.
- تخصيص مساحات صحفية وإذاعية خاصة بالتربية السياحية الوطنية ونشر الوعي السياحي.

إن الإعلام السياحي يتعدى مجرد تغطية فعاليات المهرجانات السياحية، ولا أدل على ذلك من أن السياحة البيئية تدر منافع مالية مباشرة تفوق تكلفة صيانة المدن السياحية وتنميتها، وكذا تحفز العمالة والتنمية الريفية في المناطق المجاورة إن وجدت، ثم إن التراث التاريخي والثقافي يحدد جاذبية بلد معين للسياح، كما يشجع الحكومات على حمايته والمحافظة على معالمه، لذا فإن كثيرا من الدول تبذل جهودا كبيرة لتوفير حماية منتظمة للمدن والقرى، والمناطق الأثرية التراثية الجمالية خاصة ذات الأهمية التاريخية والفنية، وفي المقابل لازالت وسائل الإعلام تقدم صورا غير كاملة عن المناطق السياحية الداخلية لها.

لذا فإن الأدوار المنتظرة من جميع وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، كبيرة للغاية وهنا تبدو الحاجة ماسة لوجود إستراتيجية وطنية إعلامية شاملة لرفع مستوى الوعي السياحي والبيئي.

تهدف هذه الإستراتيجية للإعلام المتخصص (البيئي-السياحي) الى الدعوة بضرورة وجود إعلام سياحي-بيئي فاعل يتمتع بالمهنية ويستخدم أكفأ الوسائل وأكثرها تقدما، يقدم وسائل إعلامية توعوية ومعرفية واقناعية باعتماد أفضل المداخل، ويساهم في نشر السياحة البيئية في الداخل، كما تهدف هذه الإستراتيجية الإعلامية الى تحقيق:

1- استنهاض كافة الإمكانيات الاتصالية والإعلامية للجهات الحكومية وغير الحكومية التوعوية بالبيئة السياحية، والتعريف بإمكانيات المنتج السياحي والبيئي الجزائري في الداخل والخارج.

2- التحديد الواضح لأهمية العلاقة بين الإعلام والتنمية السياحية البيئية.

3- تأمين البيئة المعلوماتية حول القطاع السياحي البيئي.

ان التأسيس لممارسة إعلامية سياحية بيئية متخصصة تتطلب اعتراف على المستوى المهني وآخر على المستوى التنسيقي، فالمستوى الأول تمارس فيه السلطات المعنية دور الإشراف بالقيام بمختلف الفعاليات والأنشطة ذات الصلة بالإعلام السياحي والبيئي، والتي يترتب على تنفيذها أثر واسع على وعي الجمهور وقناعاته، وعلى مستوى الثقة بالمنتج السياحي الجزائري.

أما على المستوى التنسيقي فتغلب علاقة التنسيق بين وزارة السياحة باعتبارها المرجعية المهنية وبين الجهات الإعلامية الرسمية والمستقلة فيم يخص المواد ذات الطابع الإخباري.

جدول رقم 01: مهام الإعلام المتخصص (السياحي-البيئي):

المهمة	طبيعتها	دور رئيسي	دور مشارك
التخطيط بشأن التأصيل المهني للإعلام السياحي- البيئي	إعداد الإستراتيجية الوطنية للإعلام السياحي - البيئي وما ينبثق عنها من برامج	وزارة السياحة	الوزارة، الجمعيات ...الخ
الإشراف المهني	إجازة المنتجات والمواد الإعلامية السياحية والبيئة (مطبوعة، مرئية، مسموعة، الكترونية) ذات الأثر البعيد على الجمهور وعلى السياحة البيئية في الجزائر	وزارة السياحة	الوزارة، الجمعيات ...الخ
إنتاج وتنفيذ مواد وبرامج إعلامية سياحية-بيئية متخصصة	<ul style="list-style-type: none"> - إعداد وإنتاج مواد إعلامية سياحية متخصصة. - إعداد وإنتاج مواد إعلامية سياحية متخصصة. - إطلاق وإدارة موقع الكتروني على شبكة الانترنت يهتم بقضايا السياحة البيئية. - إصدار مجلة متخصصة. - تنظيم معارض في موضوع السياحة البيئية. - تنظيم أنشطة وفعاليات ذات 	وزارة السياحة	وسائل الإعلام الحكومية والمستقلة

		طابع إعلامي اتصالي.	
وسائل الإعلام الرسمية وغير الرسمية، جمعيات... الخ	وزارة السياحة	- تحليل وتقويم النشاط المهني للإعلام السياحي وقياس أثره على الجمهور المستهدف. - التخطيط لبرامج تدريبية متخصصة للارتقاء بالمستوى المهني للمشغلين بالقطاع الإعلامي السياحي-البيئي.	تقييم البرامج المتخصصة

جدول رقم 02: مهام الجهات الداعمة للإعلام المتخصص (السياحي-البيئي):

الجهة	طبيعة المهام
القطاع الخاص	التنظيم والمشاركة في المعرض السياحية البيئية الداخلية والخارجية. الاستثمار في مجال صناعة الإعلام السياحي وتقديم المعلومات السياحية البيئية. رعاية الحملات الإعلامية المتخصصة في الترويج البيئي السياحي.
وزارة التربية والتعليم	تضمن المفاهيم السياحية-البيئية الاستفادة من الإذاعة المدرسية، برامج الرحلات المدرسية. تعميق المفاهيم البيئية عن طريق مختلف الأنشطة.
وزارة التعليم العالي والمعاهد	تضمن المفاهيم السياحية-البيئية – التنمية المستدامة في مختلف المقررات. إدراج تخصصات مختلفة تعنى بالسياحة البيئية.

الاستفادة من الدراسات والبحوث حول النشاط الإعلامي السياحي البيئي.	
الاستفادة من منابر المساجد في الحث على السلوك الايجابي اتجاه السياح، البيئة، وتعزيز القناعات تجاه السياحة.	وزارة الأوقاف والشؤون الدينية
المشاركة الطوعية في الحملات الإعلامية التوعوية والتعريفية بالسياحة البيئية	منظمات المجتمع المدني

المصدر: من إعداد الباحثين.

خاتمة:

تعد مخرجات وسائل الإعلام، من أهم الآليات لدعم القطاع السياحي لأي بلد، مما يجعله مقصدا سياحيا بامتياز، لأن المناظر الطبيعية الخلابة والبيئة السياحية لا تعبر وحدها عن جمالية المنظر إلا إلى تشاركت معها عدسة كاميرا القنوات الفضائية التلفزيونية بالصوت والصورة لتنتقل ثقافة وهوية هذا البلد، مما يجعل البرامج الإعلامية الخاصة بموضوع السياحة محط أنظار المتلقي الذي يجد ضالته إذا تعلق الأمر بالبلدان الغير معروفة عالميا ببيئتها الخلابة، لتكون أكثر تأثيرا على اتجاهات السائح نحو هذا البلد وتجعله مستقطبا بكثرة فقط لرؤية الطبيعة العذراء مباشرة دون وسيط إعلامي كان له الدور في الترويج لها.

هذا وترتكز أهمية وسائل الإعلام في بناء نظام إجتماعي متوازن يتفاعل مع المواضيع البيئية المطروحة على طاولة النقاش الإعلامية، التي تسلط الضوء على واقع ورهانات التنمية السياحية البيئية في الجزائر، وعلى الأدوار المنوطة بالفرد كمسؤول عن الحفاظ على سلامة وأمن النظام الإيديولوجي المحيط به، ما يصطلح عليه بالضبط الاجتماعي، لكن العملية هذه لا تقع على عاتق وسائل الإعلام فقط، بل تبدأ بأدوار مؤسسات التنشئة الاجتماعية من أسرة ومدرسة وغيرها، وصولا إلى مؤسسات الدولة في هذا القطاع التي تسعى جاهدة إلى رفع جودة القطاع السياحي بالجزائر في ظل الأرضية المتاحة حاليا.

قائمة المراجع:

مراجع باللغة العربية

- خان أحلام، زاوي صورية: السياحة البيئية وأثرها على التنمية، ص 15.
- زرقين عبود، إيمان العلمي، تعزيز دور الإعلام في تحقيق تنمية سياحية مستدامة ، ورقة بحثية مقدمة للمشاركة في فعاليات المنتدى السنوي السابع حول: الإعلام والاقتصاد، تكامل الأدوار في خدمة التنمية، المنتدى الإعلامي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، يومي 12/11 وأفريل 2016، ص 3.
- محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 61.
- خالد مقابلة، فيصل الحاج ذيب: صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، 2000، ص 18.
- مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ: مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001، ص 47.
- محمد عباس إبراهيم: السياحة والموروث الحضاري - دراسة في انثربولوجيا السياحة-. دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، مصر، ص 43.
- الياس العاشي: الخدمات السياحية الفندقية والتنمية الحضرية في جيجل-دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الحضري، 2008-2009، ص 15.
- وفاء زكي ابراهيم: دور السياحة في التنمية الاجتماعية-دراسة تقييمية للقرى السياحية-. المكتب الجامعي الحديث، 2006، ص 71.
- اتجاهات استراتيجية الإعلام السياحي في اليمن، وزارة السياحة، بدون سنة نشر، ص 4.
- <http://www.startimes.com/?t=28608676> تاريخ الإطلاع على الموقع: 2017/05/15.

- انظر الموقع على الشبكة العنكبوتية: مقالة ماهية البيئة للدكتور أسامة عبد العزيز ماهية البيئة
- البحث العلمي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 46، ص: 22-23.
- ماكبرايد شون: أصوات متعددة وعالم واحد، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981، ص 164،
- وليامس موريس: السياحة البيئية، يومية تصدر عن شبكة الإعلام العراقي، www.alsabaah.com 2017/05/15.
- طارق طه: إدارة الفنادق (مدخل معاصر)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2000، ص 135.
- عبدالله احمد الشايح عبد العزيز: الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، 2003، ص 18.
- زيد بن محمد الروماني: دور الإعلام السياحي في تعزيز السياحة الوطنية، موقع د.زيد الرماني/ <http://www.alukah.net.wep/recommany/0/19016>
- طارق طه: إدارة الفنادق (مدخل معاصر)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2000، ص 135
- إلهام خضير شير: إدارة المخاطر وإدارة الأزمات في المنظمة السياحية (تطبيقات ومقترحات على المستوى العربي)، قسم السياحة وإدارة الفنادق، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2007
- السيد أحمد مصطفى: الإعلام المتخصص، بنغازي، جامعة قارونس، 1997، ص 18.
- نوال محمد عمر: الإعلام التربوي، د.ط، الأنجلو مصرية، القاهرة، 1986، ص 21.
- إسماعيل إبراهيم: الصحفي المتخصص، دار الفجر، د.ط، القاهرة، د.س.ن، ص ص 224_225.

- جمال الدين السيد علي صالح: الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، د.ط، مركز الإسكندرية للأبحاث، مصر، 2003، ص 94.
- أحمد الجلاّد: دراسات بيئية في التنمية والإعلام السياحي المستدام، د.ط، عالم الفكر، القاهرة، ص 161.
- اليونسكو: اتجاهات التعليم البيئي بين الحكومة بمدينة تلبس بالاتحاد السوفيتي، مجلة اليونسكو، 1 أكتوبر، 1977، ص 61.
- جمال الدين صالح وعلي السيد: الإعلام البيئي، مركز الإسكندرية، مصر، 2003، ص 50_51.
- عابد راضي خنفر وایاد عبد الاله خنفر: تسويق السياحة البيئية والتنوع الحيوي، مجلة البيئة والمحيط، مجلد 9، العدد 2، جامعة أسيوط، مصر، أكتوبر 2006، ص 59.
- جميلة قاسمي: الإتصال الداخلي و الخارجي بوزارة تهيئة الإقليم و البيئة، الجزائر، 2004 ، عن شادي عزالدين، بحث مقدم حول الاعلام البيئي، منشور، ص 06.

مراجع باللغة الفرنسية:

.knol.google.com/k/judje-dr-osamaabdelaziz.

Gilian Martin Machers, Manuel de planification de la communication Environnemental pour la région Méditerranéenne, éditeur suisse, suisse, 1992, p1
Organisation mondiale du tourisme(UNWTO) , faits saillants OMT du tourisme, édition 2012, Madrid, Espagne, 2012, p03.