

# الاتجاهات الحديثة في السياحة

الفرقة الثالثة – شعبة سياحة

# الخطة الزمنية لتدريس المادة

- ▶ الفصل الأول : يتم تناوله خلال شهر فبراير وحتى منتصف مارس
- ▶ الفصل الثاني : تم تناوله خلال شهر مارس وحتى منتصف ابريل .
- ▶ الفصل الثالث : تم تناوله خلال شهر ابريل وحتى أول مايو .

## ○ محتويات المادة

### ○ الفصل الأول

#### ○ اولا- البيئة والسياحة :-

##### ○ (أ)- مفهوم البيئة .

○ وهى كل ما يحيط بالكائن الحي ويتفاعل معه يؤثر فيه ويتأثر به .

##### ○ (ب)- عناصر المنظومة البيئية .

○ **البيئة الطبيعية :** اليابس ، النبات ، الأنظمة المائية ، الغلاف القاري ، أو

الهوائي.

## ○ ثانيا - العلاقة بين البيئة والسياحة :-

○ (أ) - بداية الاهتمام العلمي والعملية بالبيئة .

○ بدأ في الستينيات حيث عقد مؤتمر ١٩٧٢ في استكهولم ونتج عنه

الاعتراف بأهمية البيئة وعلاج المشاكل البيئية في مراحلها الأولى .

▶ (ب) - مخرجات التفاعل بين السياحة والبيئة .

▶ **\*- مخرجات ايجابية :-**

▶ وتتمثل في عناصر البيئة من هواء وماء وتربة وتراث وتجديد مزارات وخلق مجتمعات جديدة .

▶ **\*- مخرجات سلبية :-**

▶ وتتمثل في تدهور بعض المناطق والآثار السلبية على مكونات البيئة الطبيعية وتصعد وانهيار الأساس الذي يعتمد عليه النشاط السياحي والازدحام.

- ثالثا - الحلول المقترحة لتحقيق الموائمة بين السياحة والبيئة :-
- ١- تشريعات وقوانين .
- ٢- تحسين المرافق والبنية التحتية بالمناطق السياحية.
- ٣- التقييم المستمر للأوضاع البيئية في المناطق السياحية .
- ٤- نشر الوعي البيئي في المجتمع وأوساط المستثمرين السياحيين .
- ٥- إنشاء محميات طبيعية بأنواعها .
- ٦- تنويع البرامج السياحية وتوزيعها على المناطق المختلفة لتفادي الضغط .
- ٧- إتباع قواعد التخطيط العلمي المتعدد الجوانب والمتكامل لتحقيق التنمية المتواصلة .
- ٨- تشجيع وتحفيز المستثمرين السياحيين في تبني الاتجاهات الحديثة في الاهتمام بالبيئة .

## ● الفصل الثاني

### ● الاتجاهات الحديثة في الاهتمام بالبيئة

#### ● أولاً - السياحة البديلة :-

● ظهرت ١٩٩٠ لتكون بديله عن السياحة الجماهيرية التي كانت تقوم

على المجموعات الكبيرة والتي كانت سببا مباشر في تدمير البيئة .

## ● **ثانيا - السياحة الطبيعية :-**

● هي إحدى تطبيقات السياحة البديلة وهي نمط حديث تقوم على حماية البيئة وتفادي الأضرار البيئية التي تساهم فيها بشكل كبير نتيجة التوسع الغير منظم، واهم أنواعها السياحة الزرقاء والصفراء والبيضاء والخضراء.



● **ثالثا- السياحة الايكولوجية :-**

● **وهى اصطلاح جديد يجمع بين اكتشاف وفهم الإطار النباتي والحيواني**

**في مناطق التنمية السياحية مع اتخاذ ما يلزم لحمايتها .**

- ٤- رابعاً - شواطئ الراية الزرقاء .
- ٥- خامساً - الفنادق الخضراء .
- ٦- سادساً- شواطئ الراية الزرقاء .
- ٧- سابعاً- الفندق البيئي .
- ٨- ثامناً - التنمية السياحية المستدامة .
- ٩- تاسعاً - المحميات الطبيعية .

## الفصل الثالث

### التنمية السياحية

#### ١- تعريف التنمية السياحية .

( يعبر مصطلح التنمية السياحية عن مختلف الخطط والبرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي ) .

## ٢- أهمية التنمية السياحية .

- ١- سرعة تحقيق عائد المشروعات واسترداد الأموال التي أنفقت ودفع عجلة التنمية .
- ٢- تشغيل كثير من العمالة في المشروعات .
- ٣- جذب إعداد جديدة من السائحين خاصة عند تقديم السلعة الجديدة ومن خلال الأنماط السياحية العديدة .
- ٤- للتنمية السياحية فوائد عديدة على اقتصاد أدوله .

## ٣- الآثار المباشرة وغير المباشرة .

- ١- الوصول لأكبر عدد من السائحين.
- ٢- زيادة الطاقة الاستيعابية للفنادق .
- ٣- ومن الآثار الغير مباشرة زيادة العائد الاقتصادي .
- ٤- زيادة مستويات دخول الأفراد .
- ٥- زيادة إيرادات أدوله من الضرائب .

## ➤ ٤- أنواع التنمية السياحية وجوانبها .

- (أ)- التنمية السياحية الشاملة .
- (ب)- التنمية السياحية المستدامة.
- (ج)- التنمية المكانية .
- (د)- التنمية الاقليمية.
- (و)- التنمية الدولية .

▶ مادة الإعلام السياحي

▶ الفرقة الرابعة

▶ شعبة سياحة

▶ الفصل الأول  
▶ الإعلام السياحي

▶ محتويات الفصل الأول

- ▶ ١- مفهوم الإعلام .
- ▶ ٢- تعريف الإعلام السياحي .
- ▶ ٣- تعريف الاتصال .
- ▶ ٤- تعريف الاتصال السياحي .
- ▶ ٥- الفرق بين الاتصال السياحي والإعلام.



- ▶ ٦- أهمية الإعلام السياحي .
- ▶ ٧- وظائف الإعلام السياحي وأهدافه .
- ▶ ٨- أهداف الإعلام السياحي الداخلي والخارجي .
- ▶ ٩- عوامل نجاح الإعلام السياحي .

## ► - مفهوم الإعلام :

► ” كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية دون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والاحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا بما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين رأى صائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة.“

- ▶ - لماذا كانت وسائل الإعلام أداة لتحقيق التنمية ؟
- ▶ - لوجود عدد من المظاهر السلبية في المجتمع منها:-
- ▶ ١- عزوف أبناء المجتمع عن المشاركة في مشروعات التنمية .
- ▶ ٢- عد توفر الاستتباب السياسي والظروف المناسبة
- ▶ ٣- انعدام الرؤية الصحيحة لدى الحكومات في الدول النامية .
- ▶ ومن ثم أدركت جميع دول العالم ضرورة الإعلام .

- ▶ **وظائف مناظ بوسائل الإعلام القيام بها في المجتمعات النامية :**
- ▶ ١- دعم المؤسسات الدينية والاجتماعية والتعليمية في إعداد النشئ .
- ▶ ٢- تشجيع الاهتمام بقطاع المرأة الريفية والبدوية وتنمية قدراتها ومحو أميتها .
- ▶ ٣- الاهتمام بقطاع الطفولة وإعداد برامج صحفية مناسبة للطفل .
- ▶ ٤- توعية الجماهير بدورها في تنمية المجتمع وحثها على المشاركة .
- ▶ ٥- مناقشة المشكلات اليومية للمواطنين بطريقة موضوعية وشفافة .
- ▶ ٦- الاهتمام الاهتمام بالدور الخدمي والارشادي لوسائل الإعلام في المناطق المحرومة مثل السينما .

- ▶ لماذا عملية الاتصال الجماهيري فقط التي يطلق عليها إعلام ؟
- ▶ لان طبيعة الاتصال الجماهيري أكثر تعقيدا من وسائل الاتصال الأخرى وهي ذات علاقة متشابكة مع الواقع الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي الذي تعمل هذه الوسائل من خلاله ، لذا فإن وسائل الاتصال الأخرى شكلا من أشكال الاتصال لكنها ليست إعلاما حيث إن العلاقة بين المجتمع ووسائل الإعلام لا ترتبط بإطار نظري واحد خرج من علم واحد لكنها إسهامات لعدة علوم اهتم كل منها بطرف من أطراف تلك العلاقة فالإعلام احد الوظائف التي تقوم بها عمليات الاتصال لذا أصبحت وسائل الإعلام .

## الفصل الثاني ▶

▶ أهم المحتويات :-

▶ أنواع وسائل الإعلام

▶ أولا - المواد المطبوعة .

▶ ثانيا - الراديو .

▶ ثالثا- التلفزيون .

▶ رابعا- السينما .

▶ خامسا- الانترنت .

▶ أولاً - المواد المطبوعة :-

▶ ١- الصحف وتشمل :

▶ (أ)- الجرائد

▶ (ب)- المجلات .

▶ (ج)- الكتب الثقافية والدعائية .

▶ (د)- النشرات والكتيبات .

▶ (هـ)- الملصقات .

▶ **النشرات والكتيبات السياحية:-**

▶ **ومن خصائصها :-**

▶ ١- التنوع في المضمون والمواد المقدمة .

▶ ٢- الاهتمام بالطباعة الأنيقة .

▶ ٣- الاهتمام بالصور والرسوم الصحفية .

▶ ٤- الصدور بعدة لغات بما يناسب الجمهور المستهدف الحالى او المرتقب .



## ▶ الملصقات :-

- ▶ هي نوع من الدعاية في مجال السياحة وهو عمل فني يتضمن رسما لمعلم سياحي هام يعطى دلالة لجمال وعظمة المنطقة السياحية أو الأثرية .
- ▶ أين توضع ؟ في مداخل الطرق والمدن الكبرى ومراكز السياحة الهامة وجدران مكاتب الطيران وشركات السياحة .
- ▶ أهميتها تأتي من قوة تأثيرها وطريقة عرضها واهتمامها بالون كأحد عناصر الجذب .

► مواقع الترويج الإلكتروني السياحي في مصر :-

► ١- موقع وزارة السياحة افتتح سنة ١٩٩٧ وهو خاص بمركز القاهرة

الدولي للمؤتمرات وعنوانه [www.cice.engnet](http://www.cice.engnet)

► ٢- موقع هيئة التنشيط السياحي [touregypt.net](http://touregypt.net)

► ٣- موقع مهرجان القاهرة الدولي للأغنية

[www.festival.com.eg](http://www.festival.com.eg)

## ▶ الفصل الثالث

▶ الحملات الإعلامية في ميدان السياحة:-

▶ محتويات الفصل :-

▶ ١- تعريف الحملة الإعلامية .

▶ ٢- التخطيط للحملات الإعلامية .

▶ ٣- تنفيذ الحملات الإعلامية .

▶ ٤- الصعوبات التي تواجه الحملات الإعلامية .

▶ ٥- تقييم الحملات الإعلامية .

## ▶ تعرف الحملة الإعلامية :-

▶ ”جهود منظمة يقوم بها متخصصون في العمل الاعلامى لتحقيق غاية أو مجموعة غايات وذلك بمخاطبة فئة معينة خلال فترة زمنية محددة وجمهور محدد تحديدا دقيقا ووسائل إعلامية تتناسب معه ”.

## ▶ خطوات التخطيط للحملة الإعلامية :

- ▶ ١- وضع السياسات العامة للحمة .
- ▶ ٢- تحديد الوسائل الإعلامية المناسبة .
- ▶ تحديد الجمهور المستهدف من الحملة الإعلامية .
- ▶ ٣- تحديد الوسائل والمداخل المختلفة .
- ▶ ٤- اختيار القائمين على الحملة .

## ▶ تقييم الحملات الإعلامية :-

▶ ويعنى عرفة مدى قدرة الرسائل الإعلامية على تحقيق الأهداف والغايات التي تم وضعها من قبل .

### ▶ ١- التقييم الأولي (الشكلي)

▶ مرحلة الإعداد - السياسة العامة - الأهداف - الغايات ومدى اكتمالها .

### ▶ ٢- تقييم العمليات :-

▶ اختيار التوقيت - أسباب اختياره - الرسائل الإعلامية والمنتقاة - ومدى اكتمال المعلومات المرتبطة بالجمهور .

### ▶ ٣- تقييم النتائج :-

▶ كتابة النتائج قصيرة الأجل ومراقبتها أثناء مرحلة التنفيذ .

## ▶ الفصل الرابع

▶ أشكال وفنون الاتصال في مجال السياحة

▶ أهم المحتويات

▶ ١- أنواع الاتصال .

▶ ٢- وظائف الإعلام السياحي .

▶ ٣- الفرق بين الإعلام والإعلان والدعاية .

▶ الفرق بين الإعلام والإعلان والدعاية:-

▶ الإعلان والدعاية هما جزء من عمل الإعلام ونوع من أنواعه حيث إن وظائف الإعلام تتمثل في التنشئة والترفيه والترويح والتعبئة .

▶ والإعلان هو نشاط اعلامى بين المنتج والبائع والمشتري .

▶ الدعاية إليه من آليات الإعلان .

▶ الإعلام يعمل على زيادة معرفة الجمهور وتحقيق المشاركة والجذب إما الدعاية فهي تستقطب الجمهور وتوجد اتجاه عام بطريق جذابة

▶ الإعلان يعرض التفاصيل (تكاليف الإقامة والوسائل ) ويتكامل الثلاثة معا لتحقيق أهداف الحملة الإعلامية .



## ▶ الإعلام السياحي :

▶ ”هو كافة الجهود الإعلامية الموضوعية وغير الشخصية والمبذولة من الجهات الرسمية أو غير الرسمية لتحسين صورة السياحة والداعية إلى إعداد ونقل رسالة أو مجموعة من الرسائل بهدف خلق وعى سياحي أو تنمية الصورة السياحية لدولة ما أو منطقة ما لدى أسواق و جماهير معينه باستخدام الوسائل الإعلامية بغرض جذب اهتمام السائحين المرتقبين في تلك الأسواق سواء داخل البلاد أو خارجها ودفعه إلى ممارسة النشاط السياحي ”.