

الإعلام السياحي في الإذاعة الجزائرية ، بين تعزيز الوجهة المحلية وتحقيق التنمية المستدامة.

- دراسة تحليلية لبرنامج " متاحف بلادي" بالقناة الأولى -

Tourism information on Algerian radio, between promoting local destination and achieving sustainable development.

- Analytical study of the program "Museums of my country" in Channel I -

نوال بومشطة¹

Naouel Boumechta

¹ جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي (الجزائر)، naouel.boumechta@univ-ueb.dz

تاريخ الاستلام: 2021/02/27 تاريخ القبول: 2021/04/26 تاريخ النشر: 2021/06/01

ملخص:

تعد السياحة من الأدوات الهامة المستخدمة في إطار تحقيق التنمية المستدامة التي أصبحت محط اهتمام الكثير من الدول، باعتبارها موردا هاما في اقتصاد الدولة، وواجهة تبرز ثقافة وحضارة الشعوب، وتزداد الأهمية عندما يتعلق الأمر بالإعلام السياحي، عن طريق الإذاعة التي تتميز بخصائص الوصول إلى جمهور واسع.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور الإذاعة الجزائرية في إبراز التراث السياحي، و تم اختيار برنامج "متاحف بلادي" كعينة من هذه البرامج التي تبثها القناة الإذاعية الأولى، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة تحليل المضمون، وقد توصلت إلى نتائج أبرزها أن الإذاعة تسهم في الترويج للسياحة الجزائرية مع تسجيل نقص في طريقة وأسلوب تناول، الذي يتطلب تنسيق كل الجهود الإعلامية لتحقيق التنمية السياحية المستدامة.

كلمات مفتاحية: الإعلام السياحي، الإذاعة، البرامج الإذاعية، التنمية المستدامة، تحليل المضمون.

Abstract:

Tourism is one of the important tools used in the framework of achieving sustainable development, which has become the focus of attention of many countries, as it is an important resource in the country's economy, and an interface that highlights the culture and civilization of peoples, and the importance increases when it comes to tourist information, through the radio that has the characteristics of reaching a wide audience.

This study aims to know the role of the Algerian radio in highlighting the richness of tourism. The program "My Museums" was chosen as a sample from these programs

broadcast by the first radio channel. It contributes to promoting Algerian tourism while recording a deficiency in the method and method of approach, which requires coordination of all media efforts to achieve sustainable tourism development.

Keywords: Tourism Information; Radio; Radio Programs; Sustainable Development; Content Analysis.

المؤلف المرسل: نوال بومشطة، الإيميل: naouelboumechta@gmail.com

1. مقدمة :

تعد الإذاعة من وسائل الإعلام التي كانت ولا زالت تلعب دورا مهما في بناء المجتمع، وتقديم خدمة مجتمعية متميزة للمتلقي، كونها تتميز بخصائص القرب والجوارية والاهتمام المباشر بقضايا المجتمع، حيث تتنوع برامجها بين الاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها من المجالات التي تهتم الفرد في المجتمع.

وتعتبر السياحة من المجالات الهامة في الحياة الاجتماعية للفرد، بالنظر لأبعادها الاقتصادية والثقافية فهي رافد من روافد التنمية المستدامة والحفاظ على تنوع الثقافات وإبرازها للآخر، لذلك تعمل القنوات الإذاعية على إدراجها ضمن الشبكات البرمجية، ومنها الإذاعة الجزائرية القناة الأولى، التي قدمت خلال صيف 2019 برنامج " متاحف بلادي"، الذي يعد جولة عبر المتاحف الطبيعية والأثرية والتاريخية التي تزخر بها الجزائر، وذلك لمحاولة إبراز التنوع الكبير الذي تزخر به الجزائر، والثراء الحضاري والثقافي المادي واللامادي الذي تكزّه هذه المتاحف لتكون وجهة للزائرين والسياح وتعريفهم أكثر بهذه الكنوز التي يجهلها الكثير خاصة تلك المتواجدة في الجنوب الجزائري، وذلك مساهمة من الإذاعة الجزائرية في الترويج للسياحة الجزائرية وتحويلها إلى وجهة سياحية محلية وعالمية.

وهنا نطرح التساؤل الآتي:

كيف تسهم الإذاعة الجزائرية في الترويج للسياحة وإبراز مقوماتها عبر برامجها

المتخصصة، وما دورها في تحقيق التنمية المستدامة؟

وتندرج في هذا الإطار التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي المواضيع التي يتناولها برنامج "متاحف بلادي"؟
- ما هي الأهداف التي تسعى الإذاعة لتحقيقها من خلال هذا البرنامج؟
- ماذا عن القيم التي يتضمنها هذا البرنامج؟
- ما هي اللغة التي يستخدمها البرنامج في تقديم مضمونه؟
- ما هي الأساليب الإقناعية التي يوظفها البرنامج؟
- ما هي الدعائم الصوتية التي يعتمد عليها البرنامج في إخراجه؟

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن كيفية توظيف التقنيات الإذاعية في الترويج

للسياحة الجزائرية عبر برنامج "متاحف بلادي"، والتعرف على دور الإذاعة في إبراز هذه المقومات السياحية للجمهور عن طريق استخدام الأسلوب المناسب واختيار المضامين التي تعكس ذلك.

ترتكز الدراسة على عدة مفاهيم وهي:

-البرامج الإذاعية

يستخدم البرنامج في الإذاعة للإشارة إلى شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة وله

اسم ثابت، ويقدم في مواعيد محددة ثابتة يوميا أو أسبوعيا أو شهريا، يعرض مادة فنية أو

ثقافية أو علمية باستخدام الفنون الإذاعية من سرد وتعليق ومقابلات وحوار". (واكد، 2010-

2011، ص26).

البرامج الإذاعية تحتاج إلى عمل جماعي تتضافر فيه جهود كل العاملين في القطاع

من أجل وضع خطة برمجية تتماشى مع السياسة الإعلامية للإذاعة وكذا الاحتياجات

المختلفة للجمهور .

وبصورة عامة، لكل برنامج أربعة أبعاد وهي كما بينها: (علاوي وحلو، 2015، ص27-

(28

-الهدف من البرنامج الذي يتراوح بين الإعلام والترفيه والتثقيف والتعليم وغيره.

- الشكل الذي يتراوح بين الدراما والمنوعات والبرنامج التسجيلي أو الوثائقي

والحديث والتعليق إلى غير ذلك من الأشكال.

- المضمون أو محتوى البرنامج وما يحمله من قيم ومعلومات وأفكار .

- الجمهور المستهدف، حيث أن البرامج تستهدف التأثير في قطاعات مختلفة من

الجمهور .

-الإعلام السياحي

يعرف الإعلام السياحي على أنه: " الجهود الإعلامية الموضوعية وغير الشخصية التي

تبذله الجهات المعنية من أجل تحسين صورة السياحة، ونقل رسالة تهدف يعرف الإعلام

السياحي على أنه: " الجهود الإعلامية الموضوعية وغير الشخصية التي تبذله الجهات

المعنية من أجل تحسين صورة السياحة، ونقل رسالة تهدف إلى خلق وعي سياحي أو تنمية

الصورة السياحية للدولة لدى جماهير معينة، وذلك باستخدام الوسائل الإعلامية التي تعمل

على جذب اهتمام السائحين." (عدلي وعبد المعطي أحمد، 2001، ص85).

ويعرف أيضا على أنه: "مخاطبة الجمهور داخل البلاد وخارجها، باستخدام عوامل

الجذب والتشويق في تقديم المنتج السياحي، بقصد إقناع الجمهور وإثارة اهتمامه وتشجيعه

على التعرف على مقومات السياحة، وذلك بهدف نشر الوعي السياحي بينهم ومساعدتهم في

ما يحتاجونه" (آل دغيم، 2014، ص59).

ومنه نجد أن الإعلام السياحي يهدف بالدرجة الأولى إلى تعريف جمهوره بالمقومات

السياحية عن طريق استخدام تقنيات وأساليب جذابة ومثيرة للاهتمام.

- التنمية السياحية المستدامة

تعرف التنمية على أنها: " مجموعة العمليات الرشيدة الشاملة والمتكاملة التي يقوم بها المجتمع لتحسين نوعية الحياة، ومستوى الثقافة، وخاصة القطاعات الفقيرة والامتدنية" (دراركة وآخرون، 2014، ص89) ، أما التنمية المستدامة فهي "التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها". (بوعموشة، 2011-2012-ص53) أما التنمية السياحية فيمكن تعريفها على أنها: " التصنيع المتكامل الذي يعني إقامة وتشديد مراكز سياحية تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاج إليها السائح أثناء إقامته بها وبالشكل الذي يلائم القدرات المالية للفئات المختلفة من السائحين" (خان وزاوي، 2010، ص233).

لتحقيق هذه الأهداف المذكورة سابقا، تستخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من أجل وصف الظاهرة ورسم صورة عامة عن الإشكالية المدروسة، كما يسمح لنا بجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها.

من أجل جمع البيانات اللازمة، استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون هي "أداة لتحليل مضمون رسالة معينة من خلال نظام لفئات صمم ليعطي بيانات مناسبة لفروض محددة خاصة بهذا المضمون" (طعيمة، 2004، ص79)، وتنقسم فئات التحليل إلى:

• فئات ماذا قيل: وتضم الفئات الفرعية:

- الموضوع: متاحف الآثار-متاحف المجاهد-متاحف تاريخية- متاحف طبيعية
- الأهداف: التعليم والتثقيف-الترويج-التنمية-إبراز التراث السياحي-الحفاظ على التراث.

- القيم: وطنية- ثقافية- تاريخية-اجتماعية

• **فئات كيف قيل:** وتضم الفئات الفرعية:

- القوالب الصحفية: تقرير- ريبورتاج- مقابلة.

- الأساليب الإقناعية: أساليب عقلية- عاطفية.

- الدعائم الصوتية: أغاني- موسيقى عالمية- موسيقى جزائرية-موسيقى تراثية.

يتمثل مجتمع الدراسة في مجموع حلقات برنامج " متاحف بلادي" الذي تم بثه خلال

الشبكة الصيفية (جوان-أوت 2019)، عبر أمواج الإذاعة الجزائرية القناة الأولى، وتم

حصرها في 12 عددا، استبعدنا منها أربعة أعداد معادة فتبقى 8 أعداد وهي تمثل عينة

الدراسة.

• **البطاقة الفنية للبرنامج**

- اسم البرنامج: متاحف بلادي .

- نوع البرنامج: ثقافي.

- يوم البث: السبت.

- ساعة البث: 11:03 - 12:00.

- دورية البث: أسبوعي.

- إعداد و تقديم : يوسف خليف إخراج: شفيقة فيضالة.

2. الإعلام السياحي

يتم اللجوء إلى الاتصال الجماهيري عبر استخدام وسيلة من وسائل الإعلام للوصول

إلى ملايين الأفراد من الجمهور المتباين في صفاته وخصائصه، بهدف تحقيق هدف أو

أهداف يرغب المرسل في تحقيقها، مما يستوجب على القائمين بالاتصال السياحي الاستفادة

من مزاياها وبرامجها المختلفة. (الحربي والسهلي، 2015، ص55).

1.2 أهمية ودور الإعلام السياحي:

ترتبط أهمية الإعلام السياحي بأهمية صناعة السياحة، وذلك لأن الإعلام يعد الأداة الرئيسية لتحقيق الأهداف التي يتم وضعها من أجل الترويج السياحي الذي لا يتم إلا باستخدام أساليب الاتصال وذلك بما يمكن من تفعيل قدرتها على تحقيق أهداف معينة (عدلي وعبد المعطي أحمد، 2001، ص85) ، أما دور الإعلام السياحي فقد حدده (آل دغيم، 2014، ص62) في النقاط الآتية:

- تعميق الوعي الوطني والحس الداخلي لدى الأفراد بأهمية السياحة ودورها المستقبلي.
- إثارة الاهتمام بالسياحة داخلي على أنها قضية وطنية مهمة.
- نشر ثقافة مجتمع الخدمات المنتجة للسياحة والمشجعة لها.
- تنشئة المواطنين على أهمية السياحة ودورها في الحياة الاقتصادية والاجتماعية.
- تعريف المواطنين بتأثير السياحة على الدخل والانتعاش الاقتصادي.

2.2 مقومات الإعلام السياحي:

يعد الإعلام السياحي فضاء لتغطية المواضيع والقضايا المرتبطة بالسياحة، ولذلك فهو بحاجة إلى بعض المقومات التي تجعله إعلاما ناجحا ومؤثرا ومن هذه المؤثرات ما يلي: (عدلي وعبد المعطي أحمد، 2001، ص96-97)

- وضوح الرؤية والمهمة، بحيث يتم من خلالها تحديد الأهداف وفقا لقدرات الوسائل الإعلامية المستخدمة، لأنها تختلف من وسيلة إلى أخرى.
- توفير مقومات الجذب السياحي سواء كانت دائمة تتمثل في المقومات الطبيعية والأثرية والمعالم، أو في المقومات الدورية والمتجددة المتمثلة في تنظيم الأنشطة والمهرجانات والفعاليات المختلفة.

- توفير الإطارات البشرية والإمكانات الفنية لتنفيذ العمل الذي لا بد أن تتوفر فيه شروط الصدق والوضوح والشمول.

3. التنمية السياحية المستدامة

1.3 أهداف التنمية السياحية:

- تسعى التنمية السياحية إلى تحقيق الأهداف الآتية: (خان وزاوي، 2010، ص 236).
- تحقيق الزيادة المستمرة في الموارد السياحية للدولة، ويتحقق ذلك بدعم القدرة التنافسية لصناعة السياحة، ورفع إنتاجية الموارد البشرية التابعة لقطاع السياحة.
- تدعيم الارتباط الإنتاجي بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى.
- زيادة الآثار الإيجابية للسياحة في النواحي الاجتماعية والثقافية.
- المساهمة في تنمية البيئة والمحافظة من خلال الاهتمام بمناطق الجذب السياحي.

2.3 مبادئ التنمية المستدامة:

- تركز التنمية المستدامة على جملة من المبادئ الضرورية، والتي بدورها تشكل مقومات اجتماعية وأخلاقية وقد أوجزتها (بوعموشة، 2011-2012، ص 54-55):
- المشاركة من خلال إعطاء الأفراد إمكانية المشاركة في صنع القرارات والآليات.
- حسن الإدارة والخضوع لمبدأ الشفافية والحوار والرقابة لتجنب الفساد.
- التضامن بين الأجيال والفئات الاجتماعية داخل المجتمع من خلال الحفاظ على البيئة ومواردها.
- حماية التنوع البيولوجي والحفاظ على الموارد الطبيعية.
- تحقيق المعرفة من خلال أخذ التدابير اللازمة لتعزيز التعليم والمشاركة الفعالة للجميع.
- استيعاب التكاليف .

- الإنتاج والاستهلاك وفق المتغيرات الحاصلة.

3.3 خصائص السياحة المستدامة

تتمثل أهم خصائص السياحة المستدامة في النقاط التي حددها (دراركة وآخرون،

2014، ص114):

- تقدم المعلومة للسياح والمسافرين ليتعرفوا على المناطق السياحية والمساعدة على المحافظة على المعطيات البيئية.

- تحافظ على الميزات المحلية للمواقع السياحية.

- موجهة بشكل رئيسي للسكان المحليين بحيث يتم إعطاء الأولوية في الوظائف والتدريب.

- تحافظ على الموارد الطبيعية والتقليل من سلبيات التلوث والنفايات.

- تعلم السياح والزوار كيفية التعامل باحترام مع عادات وتقاليد السكان وقيمهم الثقافية.

- زيادة الوعي بين السكان المحليين بأهمية التعامل مع تطلعات وسلوكيات الزوار والسياح.

- تعمل للمحافظة على الجودة .

- تحقيق أعلى درجات الرضا بين الزوار للمواقع السياحية.

4. الجزء التطبيقي للدراسة

بعد تحديد عينة الدراسة المتمثلة في ثمان حلقات من برنامج "متاحف بلادي"، جاءت

مرحلة استخراج البيانات وفق فئات تحليل المضمون التي تم ذكرها سابقا، وتحصلنا على

الجدول الآتية:

الجدول 1: يبين المواضيع التي يتناولها برنامج " متاحف بلادي "

النسبة (%)	التكرار	الموضوع
37,5	03	متاحف الآثار
37,5	03	متاحف المجاهد
25	02	المتاحف الطبيعية
100	08	المجموع

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أبرز المواضيع التي تناولها برنامج "متاحف بلادي" هي متاحف الآثار و متاحف المجاهد الموجودة ببعض المناطق، حيث ظهرت النسب متساوية (37,5 %)، في حين أن بقية الأعداد تناولت المتاحف الطبيعية الموجودة خاصة بالجنوب الجزائري، وهنا نجد أن البرنامج يسلط الضوء على التعريف بالمتاحف و دورها في الجانب السياحي، باعتبارها تزرخ بتحف وآثار ومخطوطات وغيرها من الكنوز التي تعكس تعاقب الحضارات على الجزائر، إضافة إلى أن البرنامج يركز على متاحف المجاهد، ولو أنها متاحف تاريخية تعكس بطولات الشعب الجزائري إبان الثورة التحريرية، ولو أن بعدها تاريخي أكثر منه سياحي، في حين نجد أن أقل نسبة كانت للمتاحف الطبيعية المفتوحة التي لها بالفعل بعد سياحي و ثراء طبيعي يستمتع به الزائر.

الجدول 2: يبين الأهداف التي يسعى لتحقيقها برنامج " متاحف بلادي"

النسبة (%)	التكرار	الأهداف
30	12	التعليم والتثقيف
25	10	الترويج
12,5	05	التنمية
20	08	إبراز الثراء السياحي
12,5	05	الحفاظ على الموروث
100	40	المجموع

في قراءة لهذا الجدول، نلاحظ أن الهدف البارز من خلال هذا البرنامج هو التعليم والتثقيف الذي جاء بنسبة 30 %، وذلك لتعريف الجمهور بما تزخر به الجزائر في مختلف المتاحف، تأتي بعدها هدف إبراز التراث السياحي في الجزائر بنسبة 20% ، وتأتي بعدها أهداف التنمية والحفاظ على الموروث، ومنه نجد أن هذا البرنامج يهدف بالدرجة الأولى إلى التثقيف والترويج لثراء الجزائر السياحي، وهنا نجد أن الإذاعة من الوسائل التي تهتم بهذه الجوانب المهمة في ترقية السياحة وتحقيق التنمية المستدامة.

الجدول 3: يبين القيم التي يحملها برنامج " متاحف بلادي "

النسبة (%)	التكرار	القيم
31,25	05	وطنية
25	04	ثقافية
18,75	03	تاريخية
25	04	اجتماعية
100	16	المجموع

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن القيم الوطنية هي التي تمثل النسبة الأكبر ب 31,25 %، تليها القيم الثقافية والاجتماعية بنسب متساوية 25 % وتأتي القيم التاريخية بنسبة أقل، وفي تحليل لهذه النتائج نجد أن القيم الوطنية تتصدر القيم التي يحملها البرنامج وهذا يعود إلى دور هذه البرامج خصوصا والإذاعة عموما في ترسيخ قيم الوطنية والانتماء لدى المواطن الجزائري، وتثقيفه بما بالموروث الحضاري والتاريخي للمنطقة، كذلك العمل على تجسيد قيم اجتماعية كالتعاون والتضامن وتثمين هذه الثروات المادية حفاظا على الهوية التي تميزنا عن باقي الشعوب.

الجدول 4: يبين القوالب الصحفية التي يتضمنها برنامج " متاحف بلادي "

النسبة (%)	التكرار	القالب الصحفي
35,7	05	تقرير
14,3	02	ريبورتاج
50	07	مقابلة
100	14	المجموع

يتضح من خلال هذا الجدول أن أكثر القوالب الصحفية المستخدمة في هذا البرنامج هي المقابلات جاءت بنسبة 50 %، وذلك لأنه يعتمد في تقديمه للمعلومات وشرحها على لقاءات تجرى مع شخصيات لها علاقة بالمواضيع المطروحة في البرنامج، وهي بذلك تعد مصادر مهمة للمعلومة التي يقدمها للجمهور، تأتي بعدها التقرير بنسبة 35,7 %، والتقرير له أهمية كبيرة في إعطاء تفاصيل عن مواضيع مهمة، ويعتمد البرنامج على هذا النوع من أجل تدعيم المعلومات التي يقدمها من مصادر متعددة، أما الريبورتاج فقد ورد بنسبة ضعيفة، رغم أهميته في مثل هذه المواضيع باعتبار أنه من الأنواع الصحفية التي تهتم بالوصف، وهي بذلك مهمة ولها دور في تعزيز ما يتناوله البرنامج وتضفي عليه حيوية أكثر.

الجدول 5: يبين اللغة التي يستخدمها برنامج "متاحف بلادي"

النسبة (%)	التكرار	اللغة
61,53	08	عربية فصحي
38,47	05	لهجة عامية
00	00	أمازيغية
100	13	المجموع

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن اللغة العربية هي اللغة التي يعتمد عليها في التقديم، حيث تمثل نسبة 61,53 %، أما اللهجة العامية فتمثل نسبة 38,47 %، في حين نلاحظ غياب اللغة الأمازيغية وهذا يعود إلى أن البرنامج يبث عبر قناة وطنية موجهة إلى عامة الجمهور داخل وخارج الوطن، وهي قناة تعتمد بالدرجة الأولى على اللغة العربية في التقديم، في حين أن اللهجة العامية يستخدمها الشخصيات التي تجرى معهم المقابلة أو في الأسئلة التي يوجهها له المقدم من أجل تعميم الفهم وتبسيط المعلومة، خاصة وأن الإذاعة تتوجه برسائلها إلى جمهور تختلف مستوياته التعليمية والثقافية والاجتماعية.

الجدول 6: يبين الدعائم الصوتية التي يوظفها برنامج " متاحف بلادي "

النسبة (%)	التكرار	الدعائم الصوتية
12,5	02	أغاني وطنية
31,25	05	موسيقى جزائرية
25	04	موسيقى عالمية
31,25	05	موسيقى تراثية
100	16	المجموع

من خلال هذا الجدول يتضح أن البرنامج يعتمد في إخراجه على دعائم صوتية مختلفة، وأبرزها الموسيقى الجزائرية والتراثية بنسبة 31,25 %، وهذا يساعد على رسم صورة صوتية مؤثرة في جمهور المستمعين، وتعد الخلفية الموسيقية ضرورية في الإخراج الإذاعي لأنها ترسم الصورة في خيال المستمع، تأتي بعدها الموسيقى العالمية بنسبة 25 % ، والملاحظ هنا أن توظيف هذا النوع من الموسيقى في برنامج يهتم بالتراث والسياحة بالجزائر، قد يكون من أجل إعطاء الحماسة في البرنامج والحيوية التي تجذب الجمهور،

وتأتي بعدها الأغاني بنسبة أقل، وهذا يدل على أن البرنامج لا يستخدم الأغاني بشكل كبير، بقدر ما يهتم بالمضمون والحديث عن ما تزخر به متاحف بلادنا.

5. خاتمة:

بعد التحليل والتفسير توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- الإذاعة لها دور في إبراز الثراء السياحي الجزائري من خلال برامج تهتم بالكنوز التراثية والتاريخية والطبيعية التي تحتضنها متاحف بلادنا.
- يركز برنامج "متاحف بلادي" على التعريف بمتاحف الآثار و متاحف المجاهد، مع إهمال المتاحف الطبيعية التي تزخر بها الجزائر والتي تحمل كنوزا سياحي يمكن الاستثمار فيها.
- يهدف البرنامج إلى تعليم و تثقيف المستمع بما تكنزه متاحف بلادنا، إضافة إلى الترويج لها كوجهة سياحية.
- يحمل البرنامج قيما وطنية، تعكس اهتمامه بترسيخ روح الانتماء وتعزيز الثراء السياحي الذي تزخر به الجزائر، إضافة إلى قيم ثقافية واجتماعية تعمل على تثمين الموارد السياحية وتوظيفها كأدوات للتنمية السياحية المستدامة.
- يوظف البرنامج أنواعا صحفية مختلفة، أبرزها المقابلة واللقاءات مع الشخصيات ذات الصلة بالموضوع، إضافة إلى التقرير الذي يعزز بعض المعلومات والآراء التي يتضمنها.
- يستخدم البرنامج اللغة العربية عموما باعتباره يبيت عبر قناة وطنية، وموجه إلى جمهور داخل وخارج الوطن وهدفه التعليم والترويج، بذلك فهو يستطيع الوصول إلى كل مستمع عربي.

- يعتمد البرنامج في إخراجه الفني بالدرجة الأولى على الموسيقى الجزائرية والتراثية حتى يتمكن من رسم صورة إذاعية مؤثرة في الجمهور.

في الأخير يمكننا القول أن الإذاعة عموما لها دور في إنتاج برامج تهتم بالجانب السياحي، في إطار تعزيز جهودها الرامية إلى تحقيق التنمية السياحية المستدامة في البلاد، فنقديم برنامج يهتم بالمتاحف الموجودة بالبلاد خلال الشبكة البرمجية الصيفية، خطوة هامة لنفض الغبار عن هياكل سياحية قد يجهل تواجدها الكثير، وجعلها وجهة للسياحة الداخلية، ويحتاج ذلك إلى وضع إستراتيجية مدروسة، من أجل تحقيق الأهداف المرجوة، خاصة وأن دراستنا لبرنامج " متاحف بلادي " كشف عن بعض النقائص المسجلة على مستوى المواضيع التي يتناولها أو طريقة معالجتها، وهو ما يستدعي تنسيق الجهود الإعلامية للنهوض بالسياحة الجزائرية عموما والترويج لها داخل وخارج الوطن.

6. قائمة المراجع:

1. آل دغيم، خالد بن عبد الرحمن (2014)، الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية ، دار أسامة للنشر، الأردن.
2. بوعموشة، حميدة (2011- 2012) ، "دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة-دراسة حالة الجزائر-"، رسالة ماجستير في تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس ، سطيف.
3. الحربي، هباس بن رجاء و السهلي، سعود السيف (2015)، الإعلام السياحي-مفاهيمه وتطبيقاته، دار أسامة للنشر، الأردن.
4. خان، أحلام و زاوي، صورية (2010) "السياحة البيئية وأثرها على التنمية في المناطق الريفية"، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد السابع.
5. دراركة، حمزة وآخرون (2014)، السياحة البيئية ، مكتبة المجتمع العربي للنشر، الأردن.
6. طعيمة، رشدي أحمد (2004)، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة.
7. عدلي، عصمت و عبد المعطي أحمد، منال شوقي (2011)، مقدمة في الإعلام السياحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية.
8. علاوي، طالب عبد المجيد و حلو، حيدر أحمد (2015)، صناعة الأخبار في القنوات الفضائية العربية المتخصصة، دار أسامة، الأردن.
9. واكد، نعيمة (2010- 2011)، "البرمجة التلفزيونية وتحديات التكنولوجيا الحديثة-دراسة وصفية تحليلية للبرمجة بالتلفزيون الجزائري-"، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر.