

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم الإعلام والاتصال



الموضوع :

الإعلام المحلي ولوره في تنمية القدرات السياحية بالأغواط

دراسة ميدانية على عينة من مستمعي إذاعة الأغواط

مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

مرزوقي أسامة

من إعداد الطالبين:

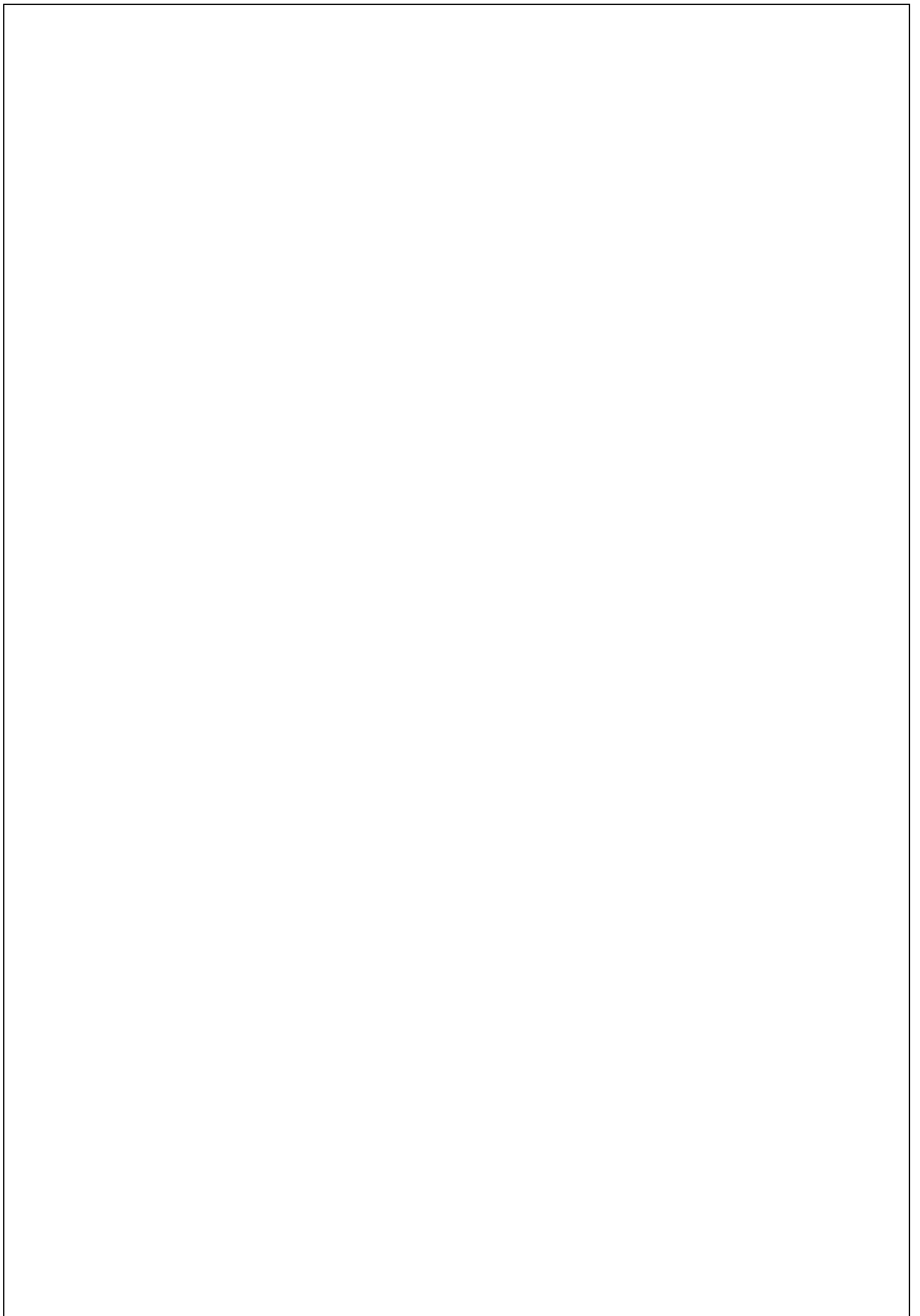
بن السبع سلامي

بلعوتي أحمد

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الرتبة	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة عمار ثليجي بالأغواط	دكتور	طريف عطا الله
مشرفا ومقررا	جامعة عمار ثليجي بالأغواط	دكتور	مرزوقي أسامة
مناقشا	جامعة عمار ثليجي بالأغواط	دكتور	محمد تريج

السنة الجامعية: 2022/2021



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم الإعلام والاتصال



الموضوع :

الإعلام المحلي ولوره في تنمية القدرات السياحية بالأغواط

دراسة ميدانية على عينة من مستمعي إذاعة الأغواط

مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

مرزوقي أسامة

من إعداد الطالبين:

بن السبع سلامي

بلحوتي أحمد

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الرتبة	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة عمار ثليجي بالأغواط	دكتور	طريف عطا الله
مشرفا ومقررا	جامعة عمار ثليجي بالأغواط	دكتور	مرزوقي أسامة
مناقشا	جامعة عمار ثليجي بالأغواط	دكتور	محمد تريج

السنة الجامعية: 2022/2021

سورة التوبة



إن الحمد والشكر لله على ما أنعم وأعطى ، فنسأله تبارك وتعالى الثبات على الحق والعون على الخير ،
وصلى الله على سيدنا محمد النبي الأمي الذي علم المتعلمين والرسول الذي بعث الأمل في قلوب البائسين
والقائد الذي قاد سفينة العالم في خضم المحيط ومعتزك الأمواج إلى شاطئ الله رب العالمين .
إنه من خالص العرفان أن نتقدم بكل الشكر والتقدير إلى كل من شارك بفكره وجهده في إعداد هذه المذكرة

فإذا كان من الواجب على الإنسان أن يعطي كل ذي حق حقه وأن ينسب الفضل لأهله، فإنه لا يسعنا في
هذا المقام إلا أن نتوجه بخالص الشكر وعظيم التقدير والعرفان بالجميل

إلى الأستاذ المشرف "مرزوقي أسامة"

الذي تفضل بقبول الإشراف على هذه المذكرة والذي ندين له بكل محبة وإجلال

لما تفضل به علينا من نصائح وتوجيهات قيمة وأعطى من وقته وجهده،

مما كان له عظيم الأثر في ظهور هذه المذكرة فلم يبخل بعلم ولم يدخر جهداً،

والله العليّ القدير نسأل أن يجازيه عنا الجزاء الأوفى .

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل أساتذتنا الكرام الذين رافقونا في مشوارنا الدراسي،

إلى أعضاء اللجنة المناقشة، إلى كل الأستاذة بدون استثناء.



إلى من اضاءت دربي بدعوات الخير

إلى من حتى وإن وصفتها فلا أوفيتها حقها

إلى من كان صدرها الأمان الدائم لي وابتسامتها الدنيا التي أعيش لها

إلى من صوتها كان النفاؤل نفسه، إليها أقول أحبك.

إليك أنت كل شيء إليك أقول أنت أنا.

- أمي العالمة -

إلى من كان مستقبلي إليك أقول مهما أقول فأنت نعم المثال

- أبي العزيز -

إلى شموع كان نورهم بنور القمر يوم كماله فكان بدرا إخوتي.

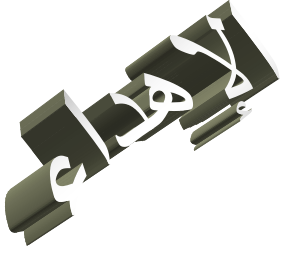
إلى الأهل والأقارب أعمامي وعماتي، أخوالي وخالاتي

إلى كل أصدقائي في مشواري الدراسي

إلى كل من هم في ذاكرتي ولم تسع مذكرتي ذكرهم.

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي المتواضع.

سلامي



إلى من اضاءت دربي بدعوات الخير

إلى من حتى وإن وصفتها فلا أوفيتها حقها

إلى من كان صدرها الأمان الدائم لي وابتسامتها الدنيا التي أعيش لها

إلى من صوتها كان التفاؤل نفسه، إليها أقول أحبك.

إليك انت كل شيء إليك أقول أنت أنا.

- أمي الغالية -

إلى من كان مستقبلي إليك أقول مهما أقول فأنت نعم المثل

- أبي العزيز -

إلى شموع كان نورهم بنور القمر يوم كماله فكان بدرا إخوتي.

إلى الأهل والأقارب أعمامي وعماتي، أخوالي وخالاتي

إلى كل أصدقائي في مشواري الدراسي

إلى كل من هم في ذاكرتي ولم تسع مذكري ذكرهم.

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي المتواضع.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر
	إهداء
	فهرس المحتويات
أ-د	مقدمة
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
06	أولاً: الإشكالية
07	ثانياً: الفرضيات
07	ثالثاً: أهمية الدراسة
07	رابعاً: أهداف الدراسة
07	خامساً: أسباب اختيار الدراسة
08	سادساً: تحديد المصطلحات و بناء المفاهيم
10	سابعاً: صعوبات البحث
10	ثامناً: الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإعلام المحلي	
14	تمهيد
15	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الاعلام المحلي
15	المطلب الأول: مفهوم الاعلام المحلي وخصائصه
17	المطلب الثاني: أهمية الإعلام المحلي
18	المطلب الثالث: وسائل الإعلام المحلي
21	المطلب الرابع: دور الإعلام المحلي
23	المبحث الثاني: الإذاعة المحلية وأهدافها
23	المطلب الأول: نشأة الإذاعة المحلية
24	المطلب الثاني: خصائص الإذاعة المحلية
26	المطلب الثالث: وظائف الإذاعة المحلية
26	المطلب الرابع: أهداف الإذاعة المحلية
28	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: السياحة والسياسة المحلية	

فهرس المحتويات

30	تمهيد
31	المبحث الأول: مفاهيم حول السياحة.
31	المطلب الأول: تاريخ السياحة.
33	المطلب الثاني: مفهوم السياحة
34	المطلب الثالث: أنواع السياحة
36	المطلب الرابع: أهمية السياحة وأهدافها
39	المبحث الثاني: السياحة المحلية بولاية الأغواط
39	المطلب الأول: محددات التنمية السياحية.
41	المطلب الثاني: الهياكل المؤسسية للسياحة.
42	المطلب الثالث: وسائل الجذب السياحي في ولاية الأغواط
44	المطلب الرابع: استدامة السياحة في القصور بولاية الأغواط
45	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: الدراسة الميدانية	
47	تمهيد
48	المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة
48	المطلب الأول: تقنية تحليل محتوى
49	المطلب الثاني: منهج الدراسة
49	المطلب الثالث: مجتمع الدراسة
50	المطلب الرابع: مجالات الدراسة
51	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
52	المطلب الأول: أدوات التحليل
52	المطلب الثاني: دراسة الرصد وتحليله
57	الاستنتاج العام
58	الاقتراحات والتوصيات
59	خلاصة الفصل
61	الخاتمة
	قائمة المراجع
	ملخص الدراسة

مقدمة

مقدمة:

تصنف الجزائر ضمن الدول التي تعتمد في مداخيلها على النفط والغاز بنسبة كبيرة وغير عقلانية تتجاوز التسعين بالمائة، بالرغم من أنها بلد يمتلك مصادر عديدة يمكن استغلالها والاستفادة من مداخيلها والحد من الاعتماد الكلي على الغاز والنفط. ولعل أهم هذه المصادر هي السياحة، ذلك أن الجزائر تتوفر بمقومات طبيعية (البحر الأبيض المتوسط، الصحراء، التلال، الهضبات وغيرها من المعالم الطبيعية المنتشرة بالبلد) وحضارية (قصور لحضارات مرت بالمنطقة، أهرامات، عمران عربي وأمازيغي وإسلامي وأوروبي، وغيرها من معالم شيدتها أيادي البشر)، كل هذه المميزات تجعل من الجزائر بلد سياحي بامتياز وأكثر جذبا للسياح لما تحويه من تنوع يسمح بوجود فعلي للسياحة.

بالإضافة إلى أن الجزائر بلد يمتلك مواقع وآثار سياحية، "ينظر إلى الجزائر على أنها تملك الكثير من المواقع والآثار التي تؤهلها لمكانة سياحية مرموقة"، إلا أن حصة الجزائر من سوق السياحة العالمية لا زالت ضئيلة جدا، فاستنادا إلى إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة، فإن القطاع السياحي في الجزائر يحتل مراتب متأخرة مقارنة بإمكاناته الكبيرة وبجيرانها العرب، والسبب متعدد وراجع لعدة ظروف وسياسات لا تمتلك استراتيجية سياحية اقتصادية ناجحة.

ونظرا لمساهمته في التنشئة الاجتماعية والثقافية وبناء الدول وتعزيز الحوار والتعايش بين الدول، يتزايد دور الاعلام في المجتمعات، حيث يعمل على تثقيف وتوعية المجتمع وحتى على توجيهه وتشكيل الرأي العام فيه، "كما يؤدي دورا استراتيجيا في التنمية المستدامة لمختلف المجالات والقطاعات، فيعكس الاعلام القوى السياسية والاقتصادية، والتي تمثل الحدود التي يحدث فيها التفاعل، فالبيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية والسياحية تحدد ملامح وسائل الاتصال الجماهيري".

ومن هنا فالإعلام السياحي أداة بالغة الأهمية في التحفيز على السياحة الوطنية والدولية وتنميتها، والتوعية بأهميتها، والتعريف بالفرص الاستثمارية الواعدة التي تشملها، والتأكيد على

جدوى السياحة في تنوع مصادر الاقتصاد الوطني، وتوفير فرص العمل للعاملين بهذا المجال وللمواطنين، وتحسين الاوضاع المعيشية للمجتمعات المحلية في المناطق، وإبراز مقومات السياحة الجزائرية الغنية بتنوعها، من حيث المواقع الطبيعية والآثار التاريخية، والتراث العمراني، والصناعة التقليدية، والمعالم الثقافية والثروات الحضارية والموارد البيئية والطبيعية، وحتى الوسائل الترفيهية والفنية وغيرها من المقومات التي تجعل من الجزائر وجهة سياحية (داخلية وخارجية) على مدار العام.

وبهذا يكون الاعلام بمثابة قنوات جديدة تلغي تلك الصورة الذهنية القائمة على السياحة، واستبدالها برؤية أخرى تضعها في مكانها اللائق وبالتالي نصبح مجبرين على الاستفادة من هذا القطاع. وبتعبير أدق هو أحد أشكال الاعلام الحديث أو جزء منه، يأخذ على عاتقه الأمور السياحية وقضايا السياحة، من أجل تنمية وتطوير الجوانب المعرفية والتوعوية لدى الجمهور في هذا المجال، باستعمال كل الوسائل الاعلامية والممارسات الاتصالية.

كما يلعب الاعلام السياحي دورا هاما في تحقيق أهداف الاستراتيجية العامة للتنمية السياحية، فهو نشاط متكامل يستفيد من كل وسائل الاعلام والاتصال الحديثة، فيتضمن الانشطة الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية، بالإضافة إلى انتاج المطبوعات المتخصصة في السياحة والتراث، والأفلام الوثائقية التي تتناول المواقع السياحية والتاريخية.

فيما يخص الإذاعة المحلية فقد ظهرت نظرا لتعدد اللهجات داخل الدولة الواحدة وهو الأمر الذي يشكل مطبة أمام الإذاعة الوطنية التي عجزت عن تقديمه ولبثه، وهذا ما يظهر حاجة المجتمع للإذاعات المحلية وذلك لكي تخاطب جميع الطبقات بكافة لهجات الدولة المختلفة، وكما يلعب العامل الجغرافي دورا مهما لظهور الإذاعات المحلية فإن التقسيمات والنظم في أي منطقة يؤثر على نظام الإذاعة ووصولها لكافة أراضيها، وهي بدورها تقوم على انعكاس المجتمع المحلي وثقافته وتراثه ولغته كذلك من خلال ما تقدمه، كما أنها تحرص جيدا على إيصال الرسالة الإعلامية ونشرها وذلك بدور الوسيط الذي تبرزه بين المواطن المحلي

والمسئول وتعمل على التنسيق بينهما، بحيث يعد الخبر مادة إعلامية مهمة جدا باعتبار قسم الأخبار العمود الفقري في الإذاعة، لأنه يتناول كل الأحداث التي تدور في المجتمع المحلي وإعلام المواطن بكل ما هو جديد وما يدور في المحيط، لذلك وجب أن يكون تحريره وصياغته وفق معايير معينة حتى تضمن وصول المعلومة صحيحة ودقيقة إلى المستمع، وهذا التحرير يسهر عليه القائم بالاتصال في المحطة الإذاعية، الذي يمر بمراحل معينة لإيصال الرسالة الإعلامية إلى الجمهور المستهدف وبث هذا الخبر، ومن هنا باعتبار المحطة الإذاعية المحلية وسيلة إعلامية مبدؤها الأساسي الجوارية والقرب من المواطن ينطلق القائم بالاتصال في تحقيق هذه الأهداف والمبادئ من خلال المضامين الإذاعية. وعليه فقد اشتملت الدراسة على مقدمة وأربعة فصول وخاتمة.

الفصل الأول: تناولنا مشكلة الدراسة وصياغة التساؤل الرئيسي فيها، ثم أوضحنا أهمية

الدراسة وأسبابها وتحديد المفاهيم الأساسية، وذلك بتوضيح معاني الكلمات المفتاحية في البحث، وفي الأخير تعرضنا للدراسات السابقة حول الظاهرة أي حول موضوع الدراسة.

الفصل الثاني: من الإطار النظري المعنون بـ " الإعلام المحلي " تناولنا بالتفصيل كل ما

يتعلق بـ الإعلام المحلي وأهدافه، كما تناولنا الإذاعة المحلية في الأغواط بصفة خاصة.

الفصل الثالث: في الإطار النظري المعنون بـ " الاذاعة ودورها في التنمية السياحية "

تناولنا ولاية الأغواط انموذجا بصفة عامة نظرا لعدم وجود مراجع يستند عليها في هذه النقطة .

الفصل الرابع: في الإطار التطبيقي المعنون بـ " الدراسة التطبيقية " وهي عبارة عن

اسقاط عن ما جاء في الجانب النظري على الجانب الميداني؛ وقد تضمن الإجراءات المنهجية للدراسة وعرض النتائج العامة للدراسة.

الفصل الأول:

الإطار العام للدراسة

الإشكالية:

ما زالت وسائل الإعلام في وقتنا الآن من أهم الأدوات الموجهة للفرد والمؤثرة عليه، فهي تلعب دورا كبيرا في نشر الثقافة والمعرفة في المجتمع، وهذا لإمكانية الوصول إليها وانتشارها الواسع بحيث أن الفرد أصبح يعرف ما يدور مهما كانت المسافة والزمان.

ولابد أن وسائل الإعلام المحلية أخذت الصدارة في قربها من المواطن وتلبية حاجيات مجتمعه المحلي، ومن بين هذه الوسائل الإعلامية الإذاعية (إذاعة الأغواط) التي سعت إلى عكس البيئة المحلية من خلال برامجها ومضامينها سواء الإخبارية أو غيرها في كافة القطاعات والمجالات، بحيث لا تخلو إذاعة ولم يكن بها قسم الأخبار الذي يلعب دورا أساسيا وفعالا ويشكل العمود الفقري فيها ولأهمية هذا القسم وما يقدمه يسهر عليه القائم بالاتصال لإيصال الرسالة الإعلامية، والاهتمام أكثر بالخدمة الإخبارية بشكل خاص وتقديمها لتلبية لرغبات الجمهور وإشباع حاجاته في التعرف على ما هو حوله وتحقيقا للفورية في المعالجة.

ومن هنا سنحاول الوقوف على دور الاعلام المحلي في تنمية القدرات السياحية بالأغواط.

أولا: الإشكالية الرئيسية

وفي هذا الصدد نطرح ما يلي:

إلى أي مدى تساهم إذاعة الأغواط في تنمية القدرات السياحية من وجهة نظر مستمعيها؟

وعلى إثر هذا السؤال الرئيسي تشكلت لدينا عدة تساؤلات فرعية وهي:

- هل ساهمت إذاعة الأغواط في تغطية الأحداث المتعلقة بالسياحة من وجهة نظر مستمعيها؟

- هل هناك معوقات الكلام عن السياحة بإذاعة الأغواط؟

- هل اهتمت الإذاعة بالأحداث الفورية المتعلقة بتنمية القدرات السياحية بولاية الأغواط؟

ثانيا: الفرضيات

- تساهم إذاعة الأغواط في تغطية الأحداث المتعلقة بالسياحة من وجهة نظر مستمعيها
- هناك معوقات الكلام عن السياحة بإذاعة الأغواط
- اهتمت الاذاعة بالأحداث الفورية المتعلقة بتنمية القدرات السياحية بولاية الأغواط

ثالثا: أهمية الدراسة

- تتجسد أهمية الدراسة بمجموعة من الأمور المترابطة مع بعضها بعضاً، وهي على النحو الآتي:
- تكتسب أهمية الدراسة كونها ستعالج - علميا - موضوعا يتعلق باتجاهات واهتمامات المجتمع الجزائري نحو ما تبثه الإذاعة المحلية.
- تعد دراسات الاهتمامات والاتجاهات والإشباع عند التعرض إلى الإذاعة المحلية مجالا خصبا للبحث نظراً لتغلغل الإذاعة في جميع مناحي الحياة وظهور الثورة المعلوماتية التي بدأت تطل بأثارها السلبية والايجابية على المجتمعات الإنسانية.
- تطمح الدراسة إلى تكوين قاعدة معلومات وبيانات حول موضوع اتجاهات واهتمامات المجتمع الجزائري نحو ما تبثه الإذاعة المحلية (السهوب بالأغواط) وهي بذلك تسهم في إثراء المكتبة الجامعية في مجال يعد من اهم المجالات السياسية.

رابعا: أهداف الدراسة

سعيانا من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف الى دور الإذاعة المحلية (السهوب بالأغواط) بالمساهمة في تنمية القدرات السياحية.
- معرفة الأنواع الصحفية المعتمدة في مجال السياحة بإذاعة الأغواط.
- الكشف عن العوامل التي تؤثر في بناء النشرة الإذاعية بإذاعة الأغواط.

خامسا: أسباب اختيار الدراسة

أسباب ذاتية:

- الميول الشخصي للبحث في مجال الإذاعة والسياحة.

- الرغبة في التعرف على خصوصية العمل الإخباري في الإذاعة.
- حب الاطلاع والتعرف على مواضيع تخص الإذاعة والسياحة.
- أسباب موضوعية:
- أهمية المواضيع المتعلقة بتحرير الأخبار في الإذاعات المحلية.
- قلة ونقص في الدراسات العلمية في مجال التحرير والمعايير الصحفية في الإذاعات المحلية خاصة حول موضوع السياحة في الأغواط (حسب قدرة الباحث).

سادسا: تحديد المصطلحات و بناء المفاهيم

1. تعريف الإذاعة:

- لغة: المذيع في اللغة هو الرجل أو الشخص الذي لا يستطيع كتم السر، ويعمل على نشره وإذاعته.¹

والأصل اللغوي لكلمة إذاعة هي " إشاعة " بمعنى النشر العام وذبوع ما يقال، والعرب يصفون المفشي للأسرار بالرجل المذيع.

- اصطلاحا: هي أوسع وسائل الإعلام انتشارا وأكثرها شعبية، وجمهورها هو الجمهور العام بجميع مستوياته، تستطيع الوصول إليه مختزقة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها كما أنها لا تحتاج إلى تفرع عام؛ وتستعين الإذاعة أو تستخدم الموسيقى والمؤثرات الصوتية ما يمكن من تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية وخلق الجو النفسي المناسب لتقبل الفكرة والاقتراع بها، التي بدورها تتخذ أشكالا اتصالية مختلفة للوصول إلى جمهورها مثل الريبورتاج والإعلان والأغنية.²
- التعريف الإجرائي: هي الوسيلة التي تعمل على إرسال الصوت عبر الموجات اللاسلكية إلى جمهورها المستمع، بغية إيصال رسالة إعلامية واضحة ومعينة، وتعتبر وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري.

¹ عبد المجيد شكري، الإذاعة المدرسية في ضوء تكنولوجيا التعليم، دار الفكر الجامعي، د. ط، القاهرة، 2000، ص 53.

² محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2004، ص 4.

2. تعريف الإذاعة المحلية:

- اصطلاحاً: هي الإذاعة التي تخدم مجتمعا متحدا متناسقا من النواحي الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية.¹

كما تعرف تقنيا في ضوء البث منخفض القدرة إلى منطقة سكانية متجانسة وربما تشير إلى مشاركة جمهور المجتمع المحلي في إنتاج البرامج أكثر من مشاركتهم في السياسة والتخطيط. ومن التعريفات التي قدمها الاتحاد العالمي للإذاعة المحلية بوصف هذا النوع من الإذاعات بأنها: "تستجيب لاحتياجات المجتمع المحلي الذي تخدمه كما تساهم في تنميته محاولة تحقيق ديمقراطية الاتصال".

يقدم " ليبرير " وصفا آخر للإذاعة المحلية، فهي من وجهة نظره " الاستخدام النظامي للإذاعة بهدف تنمية الناس داخل منطقة جغرافية ذات حدود سكانية محددة بدقة " .²

- **التعريف الإجرائي:** الإذاعة المحلية هي الإذاعة التي تقدم خدمات لمجتمع متناسق محدود من الناحية الجغرافية، لها خصائص اقتصادية واجتماعية وثقافية متميزة، تعكس الطابع الاجتماعي والبيئية الثقافية للمجتمع المحلي.

3. تعريف السياحة: في السفر بهدف الترفيه أو التطبيب أو الاكتشاف، وتشمل السياحة توفير الخدمات المتعلقة بالسفر. والسائح هو الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلومترا على الأقل من منزله. وذلك حسب تعريف منظمة السياحة العالمية (التابعة لهيئة الأمم المتحدة)..

¹ صالح محمد حميد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، دار أداء، ط 1، 2012، ص 2.

² طارق سيد أحمد الخليفي، معجم مصطلحات الإعلام، دار المعرفة الجامعية، ط 1، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 80.

سابعاً: صعوبات البحث

من البديهي أنه لا يوجد أي عمل خال من الصعوبات والعراقيل خاصة عند إجراء بحث عملي كما هو الحال لموضوعنا هذا، الذي واجهتنا خلال القيام به مجموعة من العراقيل والصعوبات في كلا المجالين النظري والاستطلاعي، ونحن هنا لسنا نتحجج بهذه المشاكل بقدر ما نذكرها لكي يتفادها من يأتي بعدنا ويريد البحث في مثل هذا المجال ومثل هذه المواضيع والتي يمكن ذكرها في النقاط التالية:

- نقص المراجع التي لها علاقة بموضوعنا لهذا استعنا بالمراجع من الانترنت نظراً لعدمها بالمكتبات العامة والجامعية.

- المشكل الرئيسي الذي صادفنا في انجاز عملنا هذا هو قلة الإحصاءات الدقيقة والواقعية عن حالة القطاع السياحي بالأغواط سواء من خلال المداخل أو الهياكل وخاصة للفترة الحالية، بالإضافة إلى نقص المراجع المتخصصة .

ثامناً: الدراسات السابقة

لم يحظى موضوع دور الإذاعة المحلية في تنمية القدرات السياحية النصيب الأوفر للدراسات المستحقة حيث ورغم كل الجهود المبذولة للبحث بهذا الخصوص، إلا أن الدراسات المتوفرة لم تتجاوز تناول هذا الموضوع إلا كجزئيات قليلة (حسب قدرة الباحث) وعليه:

الدراسة الأولى: ¹ ترتيب الأولويات في أخبار الإذاعات المحلية - إذاعة أم البواقي أنموذجاً - الإشكالية: انطلقت الباحثة من إشكالية مفادها: ما هي المعايير التي تعتمدها إذاعة أم البواقي في ترتيب أولويات الأخبار في النشرات؟

عينة الدراسة: استخدمت الباحثة المنهج الوصفي كمنهج للبحث، وأخذت عينة من نشرات الأخبار في النشرة الممتدة من جانفي إلى مارس 2013.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هي:

¹ بومطشة نوال، ترتيب الأولويات في أخبار الإذاعات المحلية - إذاعة أم البواقي أنموذجاً - دراسة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال بجامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي سنة 2014 .

*بناء النشرة يعتمد على أبرز معظم الأخبار في العناوين ، خاصة التتموية والاجتماعية.
 *حوالي 80% من أخبار النشرات مدعمة بتسجيلات صوتية لإضفاء المصداقية على الأخبار.
 *مصادر الخبر التي تعتمد عليها النشرة في إذاعة أم البواقي هي الصحفيين المنتمين إليها، أما وكالة الأنباء فلا تعد مصدرا للأخبار في إذاعة أم البواقي.

الدراسة الثانية: ¹ الإذاعات المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر
 وقد حددت الباحثة إشكالية بحثها في دراسة ظاهرة البث المحلي في الجزائر لمعرفة طبيعتها
 وهدفت الدراسة الى:

- تحديد طبيعة البث الإذاعي في تماثلها أو في إختلافها من تجربة البث الإذاعي المحلي في أوروبا وفي أمريكا باعتبارها نماذج في هذا الميدان.
- تحديد مدى توافق الاتجاه الرسمي في التعامل مع ظاهرة البث المحلي في الجزائر مع الإتجاهات المجتمع المحلي.

المنهج المستخدم:

اختارت الباحثة المنهج المسحي كأسلوب بحث للإجابة على التساؤلات التي طرحتها، أما العينة فقد وقع إختيارها على منطقتين محليتين كمجتمعي بحث، المنطقة الاولى الهامل بنواحي بوسعادة بولاية المسيلة والمنطقة الثانية قرية بولاية ام البواقي، تضمنت العينة الاجمالية للبحث

287 مبحوثا من كلا المجتمعين وإختارت عينة عشوائية

وأهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة:

- *الإتجاه نحو العينة الاولى هو الأساس لدى افراد عينة البحث.
- *افراد العينة من القسم اللغوي الشاوي ابرزوا توجيهاتها ايجابيا نحو القناة الثانية.
- *توجه ايجابي لأفراد عينة البحث نحو إنشاء محطة اذاعية محلية.

¹ حفيظة سنوسي، الإذاعات المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال، 1996 .

*التوجه الاساس لأفراد العينة البحث نحو المحطة الإعلامية الترفيهية ذو الإنحدار اللغوي الشاوي يفضلونه بالشاوية.

الفصل الثاني: الإعلام المحلي

تمهيد:

لقد أدى التطور التكنولوجي اليوم إلى تغيرات عديدة انعكست على نظم الإعلام، مما أدى بدول العالم إلى الاهتمام بنظم الإعلام التي تخدم كل منطقة من مناطق الدول، والنتيجة كانت ظهور الإعلام المحلي الذي أصبحت أهميته تزداد يوماً بعد يوم، وذلك لارتباطه الوثيق بمجتمع محدد وجمهور محدد فهو يلعب دوراً مهماً في مجتمعه سواء كان هذا المجتمع متقدماً أو ينتمي إلى دول نامية.

كما وأن الإعلام هو أحد وسائل الاتصال التي يمكننا أن نقول أنها مع بداية البشرية وكان أول حوار أو تبادل للمعلومات بين أول بشر سكنوا الأرض إعلاماً و تطور الإعلام عبر الزمان والعصور من كونه وسيلة اتصالية تعتمد على تبادل المعلومات ونقل الأخبار إلى معترك مهم و مؤثر قوي حياة الشعوب و الأمم. و لو عدنا إلى الحضارات الإنسانية القديمة وما وصل إلينا من مخلفاتها سنجد أنهم استخدموا الإعلام في علاقاتهم في تسيير شؤونهم وفي توثيق مناحي حياتهم .

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الاعلام المحلي

يكون من الضروري التركيز على أنّ الوسائل الاتصالية تسعى إلى استقطاب الحاجات الإنسانية، والتي ظهرت في البيئة المجتمعية، كما تركز هذه الحاجات الإنسانية على الحق في استخدام كافة وسائل الاتصال من قبل المؤسسات الإعلامية، بحيث يكون هنا للفرد الحق في الحرية والتعبير عن كافة الأفكار الصحفية، التي تم الحصول عليها من خلال الوسائل الإعلامية دون أن يكون هنالك تغيير في الحدود الجغرافية.¹

كما يجب التأكيد على أن الوسائل الإعلام المحلية تسعى إلى أحداث عمليات التغيير والتي تتم داخل المجتمعات الإعلامية، بحيث ترتبط بشكل وثيق بالبحوث الاتصالية، بالإضافة إلى الاتصال التنموي والذي يساهم في إقناع الجماهير الإعلامية لتحقيق أهداف الخطة التنموية التي تم تحديدها، وفقاً لسياسات الاتصال الرسمية المحلية.

المطلب الأول: مفهوم الاعلام المحلي وخصائصه

أولاً: مفهوم الاعلام المحلي

إن الحديث عن الإعلام المحلي يقودنا بالضرورة إلى فهم ومعرفة المجتمع المحلي باعتبار إن الأول يخدم الثاني ولا يمكن التطرق إلى الإعلام المحلي بدون معرفة المجتمع المحلي وخصوصياته ومميزاته عن مختلف المجتمعات الأخرى.

فالمجتمع المحلي "هو عبارة عن مجموعة من الأفراد يعيشون في منطقة أو بيئة محدودة النطاق والمعالم كاجتماع أهل القرية أو القبيلة أو أحياء المدينة، أي أن هذا المصطلح يطلق علي المجتمعات القبلية الزراعية كما يطلق علي المجتمعات المحلية المتحضرة".²

"إن الإعلام المحلي هو نوع من الإعلام محدود النطاق يخص باهتمام منطقة معينة تمثل مجتمعاً محلياً ويمثل انعكاساً واقعياً لثقافة ذلك المجتمع المحلي مستهدفاً خدمة احتياجات سكانه ومحققاً لتفاعلهم ومشاركتهم".

¹ جميل نسيم، الانفتاح على الاعلام السياحي، مجلة التدوين، العدد الثامن، ديسمبر 2016، جامعة وهران، ص 147.

² أعدنان أبو مصلح ، معجم علم الاجتماع ، الأردن، دار أسامة والمشرق الثقافي ، ب ط ، 2010 ص 425.

فالإعلام المحلي كغيره من أنواع الإعلام الأخرى ونعني الإعلام الجماهيري والإقليمي يعتمد على وسائل تعبير لبث رسائله وإيصالها إلى أفراد المجتمع المحلي .

في: "وسائل تعبير من المجتمع المحلي أكثر من كونها وسائل تعبير لأجله، إن الاتصالات المحلية تصف تبادل وجهات النظر والخيار وليس مجرد نقل من مصدر واحد لأخر، فهذا التعريف يؤكد على الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام المحلية كما يؤكد في الوقت نفسه على أن هذه الوسائل تبدأ من المجتمع المحلي وتنتهي إليه" ¹

وإذا نظرنا إلى مشاركة الفرد كخاصية مميزة لوسائل الإعلام المحلية كون هذه الوسائل معبرة عن المستويات الاقتصادية والاجتماعية والجماعات الثقافية الفرعية.

ثانياً: خصائص الإعلام المحلي

ينفرد الإعلام المحلي بخصائص تجعله يتميز عن أنواع الإعلام الأخرى كالإقليمي والوطني والدولي مثلاً في عدة خصائص:

- **الإعلام المحلي محدود النطاق:** إن وسائل الإعلام المحلية تبث رسائلها في مناطق صغيرة تمثل طبقات محلية أو كيانات صغرى مقارنة بالمناطق الكبيرة التي تستهدف الوسائل الجماهيرية المركزية أو الإقليمية تغطيتها وقد تتمثل هذه المجتمعات المحلية في مدينة صغيرة أو مجموعة مناطق تمثل فيما بينها مجتمعا محليا له خصوصيته وقد تقتصر في بعض الأحيان على حي من الأحياء أو منطقة جيزة.

فمن خاصية هذا النوع الإعلامي أنه لا يتعدى الحدود الجغرافية للمجتمع الذي يخاطبه.

- **الإعلام المحلي انعكاس واقعي لثقافة مجتمع:** فهو انعكاس حقيقي للبيئة التي ينبع منها وهو موجه إلى سكان هذه البيئة بقيمتهم وتراثهم وعاداتهم فيكون معبرا عن قيمهم وعاداتهم وتقاليدهم التي تشكل مضمونه ومحتواه. لأنه يبت كل ما يخص هذه المنطقة مركزا على

¹ طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، الإسكندرية مصر، دار المعرفة الجامعية ، ب ط ، 2004، ص82.

عاداتهم وتراثهم وثقافتهم المحلية أو الفرعية التي تميزهم، وهذا ما يجعلهم يقبلون عليه ويفضلونه أكثر.

- **الإعلام المحلي يستهدف خدمة احتياجات مجتمعه:** فهو موجه أساسا لخدمة احتياجات أو تلبية حاجات سكان المجتمع المحلي مناقشا قضاياهم ومشكلاتهم مقترحا الحلول التي تناسبهم، إذ نجده يطرح انشغالات سكان هذه المنطقة ويوصلها إلى المسؤولين المحليين من خلال الحصص التي يبثها أو نشرات الأخبار، فالإذاعات المحلية في الجزائر كنموذج عن الإعلام المحلي تذيع حصصا خاصة بالتممية المحلية تعالج مختلف المواضيع التي تهم المواطن القاطن بهذه الولاية وتحاول إيصالها للمسئول عن ذلك، سواء بدعوته للحضور والإجابة على تساؤلات المواطنين أو شرح سياسة قطاعه والإجراءات المتخذة.

- **الإعلام المحلي يحقق التفاعل والمشاركة:** أن تفاعل الجمهور ومشاركته في وسائل الإعلام المحلية تجعل الإعلام المحلي يقترب من المفهوم الإنساني للاتصال الذي يعني تفاعلا ومشاركة وليس نقلا من مصدر إلى الآخر.¹

فالإعلام المحلي يعتبر همزة وصل بين الإدارة والمواطن من خلال ما يتحه من فضاءات للتواصل بين المسؤولين والمواطنين والمشاركة في النقاشات بالحضور المباشر كضيوف في البرنامج أو بطريقة غير مباشرة كالتواصل عبر الهاتف أو البريد أو صفحة البرنامج عبر صفحات التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: أهمية الإعلام المحلي

تتجسد أهمية الإعلام المحلي والمتخصص في توصيل وتبسيط وحسن تنفيذ ومتابعة الأهداف القومية والتنمية العليا ويساعد على خلق تناغم اجتماعي بين المؤسسات الاجتماعية المختلفة من خلال:

"- تحديد مسؤولية كل جهة رسمية في الإسهام الإعلامي في تنفيذ الخطة.

¹ طارق سيد أحمد، مرجع سابق، ص82.

- خلق مناخ تربوي إقليمي وقومي عام على نحو الأهمية الثقافية والأهمية القومية.
- مواجهة مشكلة التمويل بالاعتماد على المساعدات الرسمية سواء أكانت كافية أو محدودة إلى جانب التمويل الذاتي.
- تشجيع جمعيات متخصصة في كافة المجالات تعمل على نشر وعيها الجديد بين الشباب وجمهور الأقاليم .
- الإعلام المحلي يركز على الأخبار والقضايا المحلية ويعالجها ويتيح الفرصة للأفراد في ذلك فمهمته هي الإلمام بكل ما هو خاص بالمجتمع المحلي ومشكلاته كما أن مهمته تظهر في وصوله إلى الأفراد في مناطقهم وبيوتهم (الريف- المدينة).
- "فقد أشارت اليونيسكو أن وسائل الإعلام المركزية قد تهمل المجتمعات المحلية أو قد تسند إليها مهام وأهداف لا تلائمها، وأن وسائل الإعلام الإقليمية تستطيع أن تعالج الخلل الإعلامي داخل الدولة والنتائج عن تركيز الإعلام في العاصمة، كما تستطيع أن تطور نمطا اتصاليا جيدا يقدم على نطاق أفقي يمكن الجماهير من المشاركة".¹

المطلب الثالث: وسائل الإعلام المحلي

مثلا تعددت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري من وسائل تقليدية وأخرى حديثة فإن الإعلام المحلي يأخذ هو الآخر نفس التقسيم غير أن الفرق بين وسائل الإعلام الجماهيرية والمحلية هو في الجمهور المستهدف والرسالة وكذا فترة الإرسال أو الطبع وحتى من ناحية التغطية الجغرافية، وسنأخذ من أنواع الإعلام المحلي الوسائل الحديثة ونحصرها في ثلاث:

1. الصحف المحلية: إن واقعنا العربي المعاصر يطلق تسميات الصحافة المحلية والصحافة الإقليمية والصحافة الجهوية على مسمى واحد هو الصحف التي تصدر في إقليم جغرافي داخل وطن من الأوطان ويقدم معجم المصطلحات الإعلامية تعريفين للصحف المحلية، الأول ينص على أنها "الصحف والمجلات التي توزع على مستوى المدينة التي تصدر فيها ولا تتجاوزها إلى

¹ نوال محمد عمر، الإذاعات الإقليمية، مصر، دار الفكر العربي، ب ط، 1993، ص 51.

الخارج وقد تكون علي مستوى الدولة ولكنها ليست على مستوى العالم وينص التعريف الآخر على أن الصحف المحلية هي: "الجرائد والمجلات التي تصدر وتوزع داخل البلد أو الإقليم ولا تتجاوز ذلك إلى توزيع أوسع على المستوى العالمي".¹

يتضح من كلا التعريفين أنهما قد تجاهلا الدور والوظيفة بقدر ما ركزا على المدى الذي تصل إليه الوسيلة ومع ذلك هناك خلط في المدي، فالأول يخلط بين الصحف المحلية التي توزع على مستوى المدينة أو المجتمع المحلي وبين الصحف الإقليمية التي توزع على مستوى القطر والثاني يأخذ المحلية على أنها ما يشمل الدولة كلها في مقابل الدول الأخرى.

"ولعل التعريف الأنسب للطرح هو ذلك الذي يجمع بين المدى أو الوظيفة في آن واحد، الصحف المحلية التي تصدر في دائرة جغرافية محدودة قد تكون وحدات إدارية أو محافظات أو منظمات شعبية وتخاطب مصالح واهتمامات سكان هذه الدوائر الجغرافية".²

خصائصها: "من أهم خصائص هذه الصحافة أنها موجهة لإقليم معين، وتركز على أجل اهتمامها على أبناء الإقليم في جميع المجالات ومحاولة التعرف على أذواقهم لتلبية احتياجاتهم، معني هذا أن الأخبار المحلية التي تنتشر في هذه الصحف تمثل أكثر من 80% من حجم الأخبار العامة والبقية توجه إلي بعض الأخبار الوطنية والعالمية.

ومن بين خصائص هذه الصحافة أيضا ارتباطها بالشركات الموجودة داخل الإقليم أي "منطقة جغرافية كبيرة أو صغيرة التي يمكن لها أن تساعد في تمويل عن طريق الإعلانات إن استطاعت هذه الأخيرة حسب ثقتهم، كما أن جل الصحفيين العاملين في الصحافة المحلية موجهين لتغطية أخبار الإقليم بشكل عام وخاص عكس الصحف الوطنية".³

"ولتكن الصحافة الإقليمية من برا عاما لجميع المواطنين القادرين علي التعبير عن حاجة الإقليم ولتفتح أبوابا لهم جميعا ولتحرص على تسجيل النشاط الذي يدور في المراكز والمدن

¹ كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية ، القاهرة ، دار الشرق، ط1، 1989، ص344.

² طارق السيد أحمد، مرجع سابق، ص76.

³ زعموم مهدي، الصحافة الإقليمية ، المجلة الجزائرية للاتصال ، الجزائر، العدد18 يناير، جوان 2004، ص 152.

والقرى التابعة للإقليم وتتقل للمحق أنه على حق وللمخطئ أن له الفرصة أمامه لتصحيح الخطأ الذي وقع فيه، أما المواطنون الذين أظهروا نشاط أكبر من نشاط إخوانهم وسجلوا في ميدان التنمية والإنتاج أرقاما أعلى من أرقامهم، فيجب على الصحيفة الإقليمية أن تشيد بهم وأن تقدمهم للمجتمع الإقليمي على أنهم نماذج طيبة يجب أن يحتذى بها".¹

ذلك أن الغرض من الصحافة الإقليمية في الواقع أن تكون كما قلنا منبرا حرا لكل مواطن من القرية أو المدينة أو الهيئة أو المصنع أو المؤسسة أو الشركة.

2. الصحافة الإقليمية: يمكن أن نقسم الصحافة الإقليمية إلى أنواع حسب التقسيم الذي حدده منير حجاب في كتابه الصحافة الإقليمية.²

(أ) من حيث التقسيم الزمني: وتنقسم إلى:

- صحف إقليمية يومية هي الصحف التي تصدر يوميا بانتظام.
 - صحف إقليمية أسبوعية في الصحف التي تصدر بشكل دوري في بداية أو نهاية كل أسبوع.
 - صحف إقليمية شهرية وهي الصحف التي تصدر بانتظام في بداية أو نهاية كل شهر.
- (ب) من حيث التقسيم المكاني: تنقسم الصحف الإقليمية على أساس مكان الانتشار والتوزيع إلى:

- صحف إقليمية ريفية وهي التي تصدر وتوزع على مستوى القرية .
- الصحف المحلية هي الصحف التي تصدر وتوزع على مستوى مدينة أو مركز أو مصنع أو هيئة... الخ.

- صحف إقليمية وهي التسمية التي تطلق علي الصحف التي تصدر وتوزع داخل النطاق الجغرافي للمحافظات رغم اختلاف هذه التسمية من دولة لأخرى.

(ج) من حيث مدى الانتشار: تنقسم الصحف الإقليمية حسب مدى الانتشار إلى نوعين من الصحف هي:

¹ عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، القاهرة، دار القلم، ط، 1963، ص 67.

² زعموم مهدي، مرجع سابق ، ص 153.

- صحف إقليمية صغيرة وهي الصحف التي تصدر على المستوى الريفي أو المحلي.
- صحف إقليمية كبيرة وهي تلك الصحف التي تصدر لتغطي النطاق الجغرافي للمحافظة كما يمكن أن توزع خارجها ويتم اقتناؤها من طرف أبناء المحافظة المتواجدين في تلك المنطقة.
- (د) من حيث طبيعة المضمون: وهناك:

- صحف إقليمية عامة تتعرض لكل الأخبار المتعلقة بشؤون المحافظة في جميع المجالات.
- صحف إقليمية فئوية وهي الصحف التي تتعرض للأخبار والموضوعات الخاصة بقطاع محدود.

- صحف متخصصة والتي تهتم بتقديم مضمون متخصص لفئات متخصصة.
- (هـ) من حيث الملكية: وفيها:

- صحف إقليمية حكومية وتشرف عليها وحدات الحكم المحلي داخل المحافظة.
- صحف إقليمية غير حكومية وتشمل صحف الجمعيات والنقابات والشركات الخاصة.

المطلب الرابع: دور الإعلام المحلي

تتعدد أدوار الإعلام المحلي بتعدد مجالات العمل والحياة في المجتمعات المحلية، وهي في ذات الوقت لا تخرج عن الإعلام المركزي في طبيعة الأدوار التي يقوم بها، كما أنها تعتبر امتدادا لدور الإعلام المركزي، ويتضح ذلك على النحو التالي:¹

- 1- تسليط الضوء على القضايا المحلية، وتصعيد الاهتمام بها على المستوى القومي وخاصة تلك القضايا التي ترتبط بالسياسات العامة للدولة كالتعليم والصحة والإسكان وغيرها.
- 2- تقديم صورة موضوعية للأحداث والقضايا والمشاكل التي تواجه المجتمع المحلي بما يزيد من الارتباط بين أبناء المجتمع المحلي، والمجتمع نفسه.

¹ محمد منير الحجاب، الاعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 71.

- 3- التركيز على مخاطبة الحاجات الخاصة بالمجتمع المحلي عن طريق المعاشية الصادقة لمشاكل الجمهور وذلك بفتح المجال أمام أبناء المجتمع المحلي لإبداء آرائهم وطرح أفكارهم وتقديم مقترحاتهم للارتقاء بالمجتمع ومعالجة قضاياها وحل مشاكلها.
- 4- محاربة كل أشكال الاداء التي ترمي الى تعزيز الانتماء المحلي على حساب الانتماء الوطني، ومحاربة كل أشكال التفسخ الوطني الذي تستهدف إزكاء الروم الإقليمية أو المحلية.
- 5- الدعوة المستمرة إلى تنمية المجتمع المحلي عن طريق دفع الجماهير وحفزها على المشاركة في إنجاز برامج التنمية المحلية.
- 6- فتح المجال أمام مساهمات الافراد وإنتاجهم في مجال النشر وإعداد البرامج وتقديمها.
- 7- تقديم الجديد والمتنوع من المواد الاعلامية المحلية؛ والعمل المستمر على رفع مستوى الاعلام المحلي حتى يزداد الناس ارتباطا به وحرصا على متابعته.
- 8- احاطة الجمهور في المجتمع المحلي علما بالقوانين والقرارات واللوائح المحلية وشرحها وتفسيرها وتعميق الاهتمام بها.
- 9- عرض المشروعات المحلية وتقديم النماذج الناجحة منها وبحث اوجه القصور في المشروعات التي لم يكتب لها النجاح.
- 10- مساندة الجهود الرسمية الرامية الى القضاء على التخلف ومحو الامية ونشر الوعي ورفع المستوى الثقافي والاقتصادي والاجتماعي لمواطني المجتمع المحلي.
- 11- اقامة جسور الحوار البناء والمفيد بين ابناء المجتمع المحلي المسؤولين فيه فيما يتصل بتعبئة جهودهم لإنجاز المشروعات المحلية والارتقاء بالخدمات في مجالات التعليم والصحة والاسكان وغيرها.
- 12- تعريف الجمهور المحلي بمراكز الخدمة العامة في المجتمع المحلي وكيفية الحصول عليها.
- 13- تقديم الخدمات الاعلانية التي تسهل وتيسر حياة الانسان في المجتمع المحلي وتنعس الحياة الاقتصادية فيه.

14- الاهتمام بالمناسبات الثقافية والفنية وغيرها على مستوى المجتمع المحلي.. وتشجيع النماذج الناجحة والمبدعة.¹

¹ محمد منير الحجاب، مرجع سابق، ص 72.

المبحث الثاني: الإذاعة المحلية وأهدافها

المطلب الأول: نشأة الإذاعة المحلية

"يقال بدأ التاريخ منذ اليوم الذي اكتشف فيه الإنسان أن الأصوات التي تنبعث منه أثناء الكلام يمكن تسجيلها بعلامات ظاهرة فباستطاعة الإنسان أن يخلق سجلا خالدا عن حياته وكان التاريخ ينقل عن طريق الكلمة المسموعة كما هو الحال في الأساطير القديمة.

ويرجع الفضل في اختراع المذياع إلى الإيطالي (جاليلو ماركوني) 1837-1874 باعتباره أول من اكتشف واستخدم نظام إرسال واستقبال الإشارات الكهرومغناطيسية لاسلكيا كان ذلك عام 1894 عندما استطاع الإرسال والاستقبال على مدى سبع سنوات حتى تمكن في 12 ديسمبر 1901 من إرسال موجات الراديو عبر المحيط الأطلسي، بين كونول ونيوفولاند اللذين كانت المسافة بينهما حوالي 3200 كلم، ولقد كان أعظم انتصار حققه ماركوني".¹

"وقد ظهرت في فرنسا في أواخر الستينات عدة محطات صغيرة ذات وسائل تقنية ضعيفة ينشطها هواة إلى أن أدخلت الشرعية على ضوء قانون 1989 ونتج عن ذلك ظهور عدد كبير من المحطات إذ بلغ سنة 1990 حوالي 100 إذاعة محلية، أما في إنجلترا فقد كانت البداية الفعلية عام 1967 وكانت هذه المحطات تابعة لـ BBC أما في بقية دول أوروبا الغربية فتتنافس عدة مدن على إنشاء إذاعات محلية تجارية. وفي كل من ألمانيا والسويد فقد بلغ عدد المحطات في هذه الأخيرة 250 محطة إذاعية، وفي بريطانيا برزت محطات تجارية سياسية وأخرى مضادة للإعلام، أما في أمريكا فقد بلغ سنة 1929 حوالي 8800 محطة إلى جانب محطات تجارية تهدف إلى الربح تديرها منظمات ومؤسسات تلتها جامعات".²

"إن التكنولوجيا نفسها التي مكنت من انتشار البث الصوتي الفضائي زادت كذلك من عدد المحطات المحلية في البلدان العربية وإن كانت ظاهرة قديمة فالإذاعة الإسكندرية مثلا تبث منذ 1953 وإذاعة صفاقس في تونس تبث منذ عام 1964 ويتجلى هذا الأمر أكثر في البلدان التي

¹ إبراهيم وهيبي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، د. ط، القاهرة، 1985، ص 18.

² نصر الدين العياضي، مسألة الإعلام، دار المؤسسة الجزائرية للنشر، د. ط، الجزائر، 1991، ص 32.

تمتد على مساحات شاسعة كما هو الشأن في فلسطين، حيث تبث أربعة عشرة إذاعة محلية بالإضافة إلى البرامج الوطنية (صوت فلسطين) وليست القضية قضية عند فحسب ففي مصر تغطي كل إذاعة محلية من الإذاعات العشر منطقة جغرافية محددة حتى إذا ضمناها إلى بعضها ذلك ما أدى إلى تغطية البلاد كاملة، ويمكن أن تتجلى المحلية في غير بعدها الجغرافي عندما تكون البرامج موجهة إلى فئات متجانسة لغة مثلا أو ثقافة كما الحال في الجزائر حيث هناك بث باللغة الأمازيغية أو في السعودية الإمارات باللغات الآسيوية مثل الفلبينية والأردو لوجود عدد من الآسيويين في تلك المناطق".¹

المطلب الثاني: خصائص الإذاعة المحلية

تتميز الإذاعة المحلية عن غيرها من الأنماط الإذاعية الأخرى بما يلي:

- "أن الجمهور المستهدف في الإذاعة المحلية هو جمهور مجتمع محلي من حيث العدد قياسا بالإذاعات القومية والعالمية من حيث المواد التي تقدمها.
- "الإذاعة المحلية تتحدث بلغة قريبة من المجتمع المحلي ودائرة مستمعيها تزداد يوما تلو الآخر لذا يفترض تصويب البرامج بزيادة عدد البث الإرسالي لمعالجة قضايا المحليات والنشاط التنموي المحلي ودور المواطن في المشاركة الشعبية".²
- "الكشف عن مكامن القصور والفساد في أداء أجهزة السلطة المحلية مع الاهتمام بقضايا الفئات الاجتماعية من مزارعين وربات بيوت ومتقاعدين، مع التركيز على ترسيخ دعائم الوحدة الوطنية ونهج التعددية السياسية وإلقاء الضوء على المشروعات التنموية التي يشهدها الوطن والاهتمام بتربية النشء وإبراز المواهب الشابة.

¹ مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث، كوثر المرأة العربية والإعلام، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، لبنان، 2008، ص52.

² صالح محمد حميد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ الوحدة الوطنية، دار غداء للنشر والتوزيع، د. ط، الأردن، 2011، ص92.

- الإذاعات المحلية هي تعبير عن واقع المجتمع المحلي، ينبغي لها أن تكون على اتصال وثيق بأجهزة الحكم المحلي، وهي وسيلة توفيق بين متطلبات الجمهور المحلي وبين الإدارة المحلية".¹

بمعنى أن الإذاعات المحلية توجه إلى جمهور محلي واضح الخصائص محدود النطاق مقارنة مع جمهور الإذاعات الأخرى، كما أنها تستعمل لغة جمهورها في مخاطبته كون كل منطقة ولها لهجة مختلفة وخصائص مميزة، وذلك لإيجاد الحلول للقضايا والمشاكل المحلية بتسليط الضوء على أداء السلطة المحلية وإبراز سلبياتها للجمهور، والاهتمام بكل فئات الجمهور، ثم إن الإذاعة المحلية تلعب دور الوسيط بين الجمهور المحلي والإدارة المحلية لقربها منه قصد تلبية احتياجاته.

- "الإذاعة المحلية تخدم مجتمعا متناسقا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية قد يكون هذا المجتمع مدينة واحدة أو مجموعة قرى أو مدن صغيرة متقاربة تجمعها وحدة اقتصادية وثقافية مميزة.

- محتوى المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية نابع ومستمد من المجتمع المحلي ذاته ولخدمته حيث تعكس البرامج المختلفة عادات السكان وتقاليدهم وتراثهم واهتماماتهم".

فمن خصائص الإذاعة المحلية أنها تقدم خدماتها للمجتمعات المحددة جغرافيا واجتماعيا لها خصائص وسمات مشتركة، سواء كانت هذه المجتمعات ذات مساحات شاسعة أو ضيقة كما أن الإذاعة المحلية تستمد محتوى البرامج التي تقدمها من واقع المجتمع المحلي الذي تبث فيه وبناء على حاجاته ورغباته كما تعكس عاداته وثقافته.

المطلب الثالث: وظائف الإذاعة المحلية

تقوم الإذاعة المحلية بعدة وظائف مختلفة لا تقل أهمية عن الوسائل الإعلامية الأخرى ويمكن إيجاز هذه الوظائف التي لا تختلف كثيرا عن وظائف الإذاعة بصفة عامة في:

¹ صالح محمد حميد، مرجع سابق، ص 93.

- المعالجة المشكلات الاجتماعية.
- رفع مستوى الذوق الفني عند الأفراد والمجتمعات.
- إطلاع الأفراد المجتمع على ما حققته الحضارة الإنسانية من معارف.
- إيصال الأخبار المحلية والعالمية لأفراد المجتمع وتنوير الرأي العام.
- تعريف العالم الخارجي بالتطورات والاتجاهات الفكرية والسياسية.
- الترويج عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتهم.¹

من خلال هذا يمكننا القول أن الإذاعة المحلية تسعى من خلال الوظائف التي تقوم بها إلى نشر الثقافة والعلوم وكل ما هو جديد في المجتمع المحلي، ومحاولة إيجاد الحلول للمسائل والقضايا الاجتماعية العالقة بتحليلها وتقديم النصح والإرشاد، إضافة إلى الرقي بالمستوى الثقافي لأولئك الأفراد وتزويدهم بكل ما وصلت إليه باقي الحضارات للاستفادة منها والاطلاع عليها وتعريفه بكل ما يجري في العالم الخارجي وتوجهات السياسيين وقادة الرأي العام إضافة إلى الترفيه والتسلية.

المطلب الرابع: أهداف الإذاعة المحلية

إنه من الطبيعي أن تلتقي أهداف الإذاعة المحلية مع أهداف الإذاعات الأخرى، ومع أهداف وسائل الإعلام الأخرى، وبالرغم من ذلك فهناك بعض الاختلافات الخصوصية التي تتمتع بها الإذاعة المحلية وتتمثل أهداف هذه الأخيرة فيما يلي:

- "تقوم الإذاعة المحلية بدور التنمية الشاملة على مستوى المجتمع المحلي، وذلك من خلال نشر الأفكار وتغيير الاتجاهات، والسلوكيات وبث الشعور في أفراد المجتمع بضرورة والزامية التجديد والابتكار، من أجل حل المشكلات المختلفة والسعي إلى تحقيق التقدم والتطور.

¹ نصر الدين العياضي، مرجع سابق، ص 52.

- تؤدي الإذاعة المحلية دور الوسيط بين كل من السلطة والمواطن، في المناطق التي تكون في بعض الأحيان شبه معزولة عن الإعلام والمناسبات والأحداث الوطنية الكبرى".¹
- "تسعى الإذاعة المحلية إلى الاقتراب أكثر فأكثر من جمهورها، حيث تتبنى مشكلاته وتقدم المنتجات التي يتحمس المستمع لسماعها، فهي تتكلم في مكانه وباسمه، وقد عبرت الإذاعة الأمريكية W.M.C.A. عن ذلك باتخاذها شعار *نحن الإذاعة التي تستمع إليك* .
- إن دور الإذاعة المحلية كبير في نشر الثقافة والتعليم ومحو الأمية وتشجيع مختلف الفنون والترويج لها، وهذه المسألة تبقى بالنسبة للمجتمعات العربية حيوية، بل من الأولويات التي ينبغي أن يوضع لها تصور خاص بالنسبة للإذاعة المحلية، فتقريب الميكروفون للمواطن يكشف عن المواهب والطاقات الإبداعية، ويحيي التراث المحلي في نفوس المستمعين، مما يجعلهم دائماً مرتبطين بكل ما هو أصيل ونابع من ثقافتهم".
- "تقديم خدمات مختلفة للمجتمع المحلي وتحقيق رغبة الناس في المشاركة والتعبير عن أنفسهم، عن طريق ممارساتهم لما يطلق عليه حق الاتصال، الذي يعتبر في الوقت الحاضر حقاً من حقوق الإنسان.
- تغطية الأحداث المحلية.
- تقدم الإذاعة المحلية كل أنواع الإنتاج الإذاعي من برامج ترفيهية، دينية، إعلامية وثقافية بالإضافة إلى تغطية جميع الأحداث والنشاطات".²

¹ هشام عكويش، الإعلام المحلي، الاستخدامات والاشباع، جمهور إذاعة سطيف المحلية أنموذجاً، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنة، الجزائر، 2009-2010، ص74.

² ربحي مصطفى عليان، محمد عبد الباسط، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعلم، دار صفاء للنشر والتوزيع، د.ط، عمان، 1999، ص 09.

خلاصة الفصل:

نتيجة لما تم ذكره يمكننا القول أن الإذاعة المحلية من أهم الوسائل الصوتية المسموعة التي كانت لها الصدارة بين وسائل الإعلام المحلية الأخرى، لما لها من أهمية كبيرة في تحسين ظروف المجتمعات الصغيرة، من خلال رفع مستواهم التعليمي والثقافي، بحكم قربها من مستمعيها، فالقائمين عليها والمراسلين والصحفيين ومنتجي البرامج هم أبناء تلك المنطقة وعلى دراية بكل ما يدور فيها، يتعايشون نفس الظروف والأحداث ما يجعلهم يدركون متطلبات وحاجات أفراد المجتمع المحلي، هذا ما ينعكس إيجاباً على محتوى الرسائل الإعلامية التي تبني أساساً على خدمة المستمع وتلبية متطلباته، ولأن وجود هذه الوسيلة الإعلامية المحلية ضرورة لا بد منها في المجتمع المحلي أو المجتمع الكلي وجب على الحكومات الاهتمام بها أكثر وتزويدها بكل الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لتفعيل دورها في المجتمع.

الفصل الثالث:

السياحة والسياحة المحلية

تمهيد:

لقد أدرك الإنسان على مر العصور كثيرا من التطور في حياته، وأصبحت له احتياجات متجددة كلما دخل في مضمار الحضارة قدما، فظهرت بعض الكماليات، وكأنها ضروريات، ولذا نجد أن نظرتة في أمور الحياة اختلفت عما كانت، وبدأ يبحث عن الراحة والمتعة والرفاهية، وذلك عن طريق احتكاكه بغيره من المجتمعات، وبدأت رغبته تظهر في زيارة الكثير من معالم الدنيا عن طريق السياحة

وفي العصر الحديث أصبحت مصطلحا يعبر عن مظاهر اجتماعية واقتصادية وثقافية، ذو أبعاد كثيرة، فتطورت السياحة ونمت، وأصبحت صناعة لها دور كبير في حل مشكلات كثيرة، فهي تعمل على اضافة مورد جديد حيوي للدولة، كما يعود لها الفضل في توطيد العلاقات الإنسانية والمعنوية بين شعوب دول العالم.

المبحث الأول: مفاهيم حول السياحة.

المطلب الأول: تاريخ السياحة.

منذ أن خلق الله الإنسان على وجه الأرض و هو في حاجة إلى التنقل بحثا عن المأكل و المشرب مستخدما وسائل التنقل المتاحة آنذاك و الخاصة بكل حقبة زمنية ، و قد استعمل المصريون القدامى القوارب الشراعية عبر البحر ، أما برا فكانوا يسرون إما على الأقدام أو على الدواب ، و عليه فإن هذه الفترة لم تعرف نشاطا سياحيا حقيقيا، لأن المسافر كان يقوم بكل شيء بنفسه ، و لم تكن هناك مرافق خاصة بهذا الأخير ، كما كانوا ينتقلون لأغراض خاصة كالبحث عن الأسواق في بلدانهم أو خارجها و البحث عن العمل ضف إلى ذلك زيادة الأماكن المقدسة كمكة المكرمة و المدينة المنورة و زيادة القدس عند المسلمين و الفاتيكان عند المسيحيين ، كما كان الأمراء و الأغنياء يسافرون من أجل الاستشفاء إلى أماكن المياه المعدنية و أحيانا للتنزه و التمتع بالمناظر الطبيعية و الشواطئ و البحيرات و الأماكن الدافئة شتاء ، و عليه يمكن أن نميز مرحلتين مهمتين في تاريخ السياحة وهما: ¹

1/ المرحلة الزمنية : 1840 - 1914

عرفت هذه المرحلة زيادة انتقال البشر من مكان لآخر و هذا مرده إلى الاختراعات والتطورات التكنولوجية الحاصلة في هذه الفترة ، و ذلك باختراع القطار و السيارة و السفن المريحة و السريعة في نفس الوقت ، كل هذا جعل من الإنسان يهتم فعلا بالسياحة و التنقل ، و عموما تعد هذه المرحلة هي البداية الفعلية للنشاط السياحي عبر العالم. وقد ظفر " توماس كيد " و هو بريطاني ، بتنظيم أول رحلة سياحية جماعية عن طريق القطار داخل إنجلترا ، ثم قادها إلى دول أوروبا ، ثم أمريكا ، و من أهم و أطول هذه الرحلات التي سميت حيث تم فيها اختيار وسائل النقل و أماكن الإقامة و كذا الأماكن التي يتم ، " **Grand Tour** بزيادتها، فكانت لبنه لظهور النشاط السياحي.

¹ - يسرى دعيبس ، السياحة ، الملتقى المصري للإبداع والتنمية - القاهرة ، 2001 ، ص113

2/ المرحلة الزمنية : من 1914 إلى يومنا هذا.

تميزت هذه المرحلة بأعظم اختراع عرفته البشرية و هو الطائرة الحربية ، و الذي تزامن مع الحرب العالمية الأولى ، و بعد ذلك دخلت الطائرة مجال الطيران المدني و تميزت بإدخال وسائل الأمان و سرعة الانتقال ، حيث طغت هذه الخيرة على الوسائل الأخرى، كما ظهرت السياحة البحرية و التي تعد أقل تكلفة.

إن التكامل في وسائل النقل البرية و البحرية و الجوية، خصوصا بعد نهاية الحرب العالمية الأولى ، و زيادة تنقل الأفواج البشرية من مكان إلى آخر ، كل هذا يعد البداية الحقيقية للسياحة¹

"Tourisme" بمفهومها الحديث و التي أصبحت تسمى بالصناعة السياحية ، و حديثا ظهر الاسم الجديد و هو وليد القرن العشرين و بدأ الاهتمام بالسياحة من طرف المنظمات العالمية خاصة الأمم المتحدة.

وعليه فقد أولى الباحثون اهتماما بليغا بهذا النشاط و أنشؤا له معاهد متخصصة و وضعوا له إطارا خاصا منفصلا عن التجارة و النقل و الأنشطة الأخرى و صارت السياحة علما مستقلا . وعموما بعد الخمسينيات عرفت الشرارة الحقيقية لانطلاق النشاط السياحي و الذي تزامن مع نهاية الحرب العالمية الثانية ، حيث عمد الأوروبيون إلى الاشتراك في السياحة الدولية وهذا لإعادة الثقة في النفوس بعد الحربين العالميتين، حيث قامت في هذه الفترة شركات سياحية بتنظيم رحلات سياحية أوربيا و دوليا ، و تعد إسبانيا أول الدول الأوربية التي حضيت باستقبال السياح الوافدين إلى أوربا مقارنة بجيرانها ، و هذا يرجع لاعتدال مناخها من جهة و لانخفاض الأسعار فيها من جهة أخرى .

¹ - أحمد الجداد، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، عالم الكتاب طبعة الأولى، القاهرة 1988 ، ص 108

المطلب الثاني: مفهوم السياحة

لغة: يعني لفظ السياحة "التجوال"، وعبارة ساح في الأرض، تعني ذهب وسار على وجه الأرض.¹

اصطلاحاً: السياحة ليست ظاهرة ولا نموذجاً صناعياً بسيطاً، بل هي نشاط إنساني يحيط بالسلوك، واستخدام الموارد والتفاعل مع الآخرين.

بذل الكثير من الباحثين محاولات عدة لتعريف السياحة كظاهرة مستقلة متميزة، وتعددت التعريفات والمفاهيم لها، كما تناولوا الجوانب المختلفة للسياحة (الإجتماعية والاقتصادية والثقافية)، وتعرفها منظمة السياحة العالمية بأنها نشاط إنساني، وظاهرة إجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم، لفترة مؤقتة لا تقل عن أربعة وعشرون ساعة، ولا تزيد عن عام كامل، لغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا الدراسة أو العمل.²

والسياحة علاقة مؤقتة زمنياً بين إنسان ومكان، ولكل منها صفات خاصة، كما وأن هذه العلاقة لكونها مؤقتة زمنياً، تتميز بخواص معينة، تختلف عن العلاقة الممتدة زمنياً، والتي تعني الإقامة الدائمة والمستمرة

فالسياحة تفاعل حضاري إجتماعي ثقافي واقتصادي، بين أفراد يمضون فترة زمنية محدودة، وأن لهذا التفاعل آثار إجتماعية وثقافية واقتصادية، بعضها إيجابي والآخر سلبي.³

وتعد السياحة أحد الأنشطة الطبيعية المهمة للإنسان، وتتعلق بالحركة والتنقل، وقد يقوم به فرد أو مجموعة من الأفراد، ويتم الانتقال من مكان إلى آخر بغرض الترفيه، أو قضاء وقت الفراغ،

¹ زكي إبراهيم وفاء، دور السياحة في التنمية الإجتماعية، دراسة تقييمية للقرى السياحية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006، ص70.

² حجاب محمد منير، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2002، ص22.

³ ملوخيه أحمد فوزي، مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2007، ص35.

أو لحضور المؤتمرات والمهرجانات، أو لقضاء الاجازات وللعلاج والاستشفاء، وزيارة الآثار والمتاحف، ولا يكون الغرض العمل أو الإقامة الدائمة.¹

أما علماء الاجتماع فينظرون الى السياحة على أنها رغبة في التعرف على أنماط أخرى من العلاقات الاجتماعية، أو ثقافات وعادات وتقاليد لشعوب أخرى، ويرى البعض الآخر أن السياحة تعني الحركة الاجتماعية التي تتم إراديا أو اختياريا.

وتعد السياحة أحد أشكال قضاء وقت الفراغ، الا أن الأساس الجغرافي أو المكاني يعد الاختلاف الأساسي بين السياحة والأشكال الأخرى، مثل تلك التي تمارس في المنزل بمشاهدة التلفزيون أو الذهاب الى السينما، أو التجول في الحدائق، فيعتبر السفر عنصر أساسي للسياحة.²

المطلب الثالث: أنواع السياحة

تختلف أنواع السياحة و تتعدد تبعا لتنوع الرغبات و الاحتياجات المختلفة، كما ساهم التطور العلمي و الاقتصادي و الاجتماعي على هذا التنوع، فظهرت بذلك أنواع جديدة للسياحة لم تكن من قبل كسياحة المؤتمرات و المعارض و الحوافز و غيرها، و قد صنفت أنواع السياحة تبعا للمعايير الآتية:

أ/ حسب عدد الأشخاص : هناك عدة أنواع حسب هذا المعيار وهي:

- **سياحة فردية:** هي سياحة لا تعتمد على برنامج منظم أو محدد وهي غير منظمة و يقوم بها مجموعة أو شخص واحد لزيارة بلد أو مكان ما، وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم.

- **السياحة الجماعية:** و هي عكس الأولى، فهي منظمة، حيث يتم ترتيب و تنظيم كل شيء مسبقا من طرف الشركات السياحية.

ب/ حسب وسيلة النقل المستعملة: بالنسبة لهذا المعيار نجد ما يلي:

¹ زكي ابراهيم وفاء، مرجع سابق، ص33.

² ملوخيه أحمد فوزي، مرجع سابق، ص14.

-سياحة برية.

-سياحة بحرية أو نهريّة.

-سياحة جوية.

ج / حسب السن :طبقا لهذا المعيار نجد سنة، وهي عادة ما تكون في إطار رحلات

-سياحة الطلائع : استكشافية، أو رحلات تعلم السياحة أو التعرف على الطبيعة و تنظم من

طرف الشركات أو النقابات أو الجمعيات الخيرية.

-سياحة الشباب : في هذا النوع يكون هناك البحث عن الإثارة، و البحث عن الحياة

الاجتماعية 21سنة - و هذا لارتباطه بالسن الذي يتراوح مابين 15 / 55سنة، وهي سياحة -

سياحة الناضجين :وهي موجهة للذين تتراوح أعمارهم مابين 35 المتعة و البحث عن الراحة و

الإستجمام.

-سياحة المتقاعدين :يشارك فيها كبار السن و تكون لفترات طويلة و أسعار مرتفعة¹.

د / حسب مدة الإقامة:

-السياحة الموسمية :و هي سياحة تتعلق بقضاء السائح لعطلته في مكان و موسم معين و

مدتها من شهر إلى ثلاثة أشهر، و تتميز بالدورية و التكرار.

-سياحة عابرة :و تكون عن طريق تنقل السواح بالطرق البرية و مرورهم الاضطراري في

طريقهم على بلد معين، أو الهبوط الاضطراري لطائرة في مطار ما.

هـ / حسب الجنس :هناك نوعان:

- سياحة الرجال.

- سياحة النساء

¹ - ريان درويش ،الاستثمارات السياحية في الأردن ،رسالة ماجستير ، معهد العلوم الاقتصادية- جامعة الجزائر - 1996 .

و / حسب مستوى الإنفاق و الطبقة الاجتماعية:

سياحة الذين لديهم دخل مرتفع فهم يسافرون بوسائلهم الخاصة.
 سياحة الطبقة المتميزة التي تستخدم النواعيات الممتازة من الخدمات، فنادق خمسة نجوم
 ومقاعد الدرجة الأولى في الطائرات و غيرها من وسائل النقل 9 ...
 السياحة الاجتماعية أو العامة لذوي الدخل المحدودة.

ي / حسب المناطق الجغرافية:

- **السياحة الداخلية:** و هي تنقل الأفراد داخل البلد نفسه، و هو يحتاج إلى نوع معين من
 الخدمات و الأسعار.

- **السياحة الخارجية:** و تعتمد على السياح الأجانب، و تسعى كل دولة على تشجيع هذا
 النوع من السياحة لجلب العملة الصعبة، و يعتمد على عناصر جذب داخلي بشكل سليم،
 و خاصة البنى التحتية و الأمن و الاستقرار و كذا الإنخفاض في الأسعار.¹

المطلب الرابع: أهمية السياحة وأهدافها

أولاً: أهمية السياحة

تطورت السياحة كنشاط انساني، وحققت مزايا عديدة في كثير من المجالات، وأدى ذلك الى
 الاهتمام من قبل الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، والعمل على زيادة عائداتها في مختلف
 المجالات كوسيلة للإرتقاء من الوضع الحالي، الى وضع مستقبلي أفضل، وبذلك أصبح
 للسياحة دور فعال ذو أبعاد مختلفة في حياة الشعوب والأمم، وتعمل على نموها ورفاهيتها.²
 وتكمن أهمية السياحة في :

¹ - احمد لشهب ، السياسة السياحية في الجزائر من 1962 إلى 1982 رسالة ماجستير جامعة الجزائر 1987 ص14

² الصيرفي محمد، السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر، دار الهناء للتجليد الفني، القاهرة، ط1، 2008-2009، ص251.

- تساعد في زيادة الدخل القومي، حيث يتغلغل هذا الدخل بسرعة وبطريقة مباشرة في قاعدة توزيع عريضة في الاقتصاد القومي بما يحقق زيادة في الدخل الفردي لا تستفيد منها المنشآت السياحية وحدها، وإنما تستفيد منها أيضا قطاعات عديدة في الاقتصاد القومي
- تنمية المرافق الأساسية
- جذب الاستثمارات الأجنبية.¹
- خلق فرص للعمل لم تكن موجودة وبذلك تقضي على البطالة المكشوفة، أو المقنعة وخاصة بطالة المتعلمين.
- تؤدي السياحة الى تطوير وتنمية المناطق الأقل حظا من التنمية.
- شراء المنتجات التقليدية والتذكارية يساهم في تنشيط السوق المحلية.
- ارتفاع نصيب الدولة من العائدات الخارجية.
- تعد السياحة مصدرا للدخل بالعملة الصعبة .
- تعتبر السياحة أداة فعالة في خلق تكامل اجتماعي وانساني بين الدول.
- التطور الاجتماعي فتؤدي الى فك العزلة عن المناطق الصحراوية، وخروج الأهالي من القوقعة القبلية التي كانوا يعيشون فيها للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأخرى دون السفر إليها، فيزداد الوعي الثقافي.
- يسهم النشاط السياحي، في خلق مناطق جديدة، بالإضافة الى إعادة بناء مناطق صحراوية تعرضت للإهمال في فترة التسعينات، وبالتالي الحفاظ على التراث

¹ زكي ابراهيم وفاء، مرجع سابق، ص340.

- تؤدي السياحة الى الاهتمام بالقيم الجمالية والمعالم الفنية التي تزخر بها القصور الصحراوية، بالإضافة الى ابراز الفنون والمهارات الخاصة بهم مثل الرقص الشعبي، سباق الابل، الاحتفالات الخاصة بالأعياد والمناسبات وحفلات الزواج، بالإضافة الى احياء بعض العادات والتقاليد التاريخية أو الدينية، التي زالت مع الزمن، حيث ينتقل التراث الاجتماعي الذي يرثه أفراد المجتمع من الأجيال السابقة الى الأجيال المستقبلية.¹

- تعمل السياحة من خلال نموها وازدهارها داخل القصر الصحراوي، على خلق جيل جديد محب للسلام والثقافة، بعيدا عن الحروب والعصبية القبلية ومشكلاتها.

ثانيا: أهداف السياحة

من أهم أهداف السفر والسياحة، هو قيام الفرد بالخروج من نمط حياته المعتاد الى مكان آخر يقضي فيه اجازته، ليجدد نشاطه، وهو غالبا ما يتجه للمناطق الطبيعية سواء للسواحل أو المناطق الخضراء أو الجبلية، والصحراوية وغيرها، وبالنظر الى عناصر البيئة الطبيعية المميزة، كالمناخ المناسب والشمس الساطعة، والأشجار والأنهار وغيرها، والعناصر الطبيعية الأخرى كالحوانات والطيور النادرة، نجد أنها تعد جميعا من أهم المغريات التي يحرص العديد من السائحين الى زيارتها، فعادة ما يقوم النشاط السياحي في المنطقة التي تقدم أشكالا بيئية متميزة.²

- فالسياحة الصحراوية تهدف الى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد الانتاجية في القطاع السياحي.³

- محاولة الاستغلال الأمثل للعناصر البيئية والمعمارية الموجودة بالقصر الصحراوي بطريقة علمية وتطبيقية

¹ محمد يوسف عواطف، الرحلات المغربية والأندلسية، مطبوعات مكتبة فهد الوطنية، الرياض، 1996، ص36.

² ملوخية أحمد فوزي، مرجع سابق، ص144.

³ الصيرفي محمد، مرجع سابق، ص255.

- زيادة الدخل الفردي الصحراوي والجزائري بصفة عامة
- تحقيق العدالة التوزيعية بين سكان مناطق الشمال والجنوب
- تنمية المجتمع الصحراوي اعلاميا وسياسيا وحتى اجتماعيا ونفسيا
- تشجيع الصناعات التقليدية الصحراوية مثل السجاد، النسيج، الخزف، والتذكارات السياحية
- اعادة بعث وترميم الآثار القديمة، والكنوز التاريخية، وانشاء المتاحف والعناية بعرض قطع التراث القيم، كما أنها تجعل من حماية البيئة الطبيعية، والتوسع في المحميات هدفا من أهدافها الأساسية باعتبارها من المعالم الأساسية للتنمية السياحية.
- يمكن القول أن هذه الأهداف يجب أن تكون أهدافا واقعية، بحيث يمكن ادراكها وتحقيقها، وأن تكون أهداف شاملة لتحقيق النتائج المرجوة من ذلك.

المبحث الثاني: السياحة المحلية بولاية الأغواط

المطلب الأول: محددات التنمية السياحية.

لإنجاح أي سياسة سياحية يجب أخذ بعين الاعتبار مجموعة من الإجراءات و الاهتمام ببعض الجوانب و بخاصة في الدول النامية وهي: ¹

أ/ **وضع أسعار في متناول السياح** : بغض النظر عن مشروعات البنية الأساسية و التي تعد ضرورة ملحة للقيام بأي نشاط سياحي ، من شبكة طرق ووسائل اتصال فعالة و خدمات ذات كفاءة، و ماء و كهرباء و صرف صحي و توفير الأمن ، فلا بد أيضا من توفير تسهيلات في الإقامة و الإطعام و الشرب و خدمات النقل السياحي و غيرها، و متطلبات النشاط السياحي ذات النوعية الجيدة و الأسعار التنافسية مقارنة بالمناطق الأخرى.

ب/ **الموقع** : يعد الموقع الجغرافي العامل الأساسي في السياحة ، فعلى أساسه تحدد نفقات الرحلة من حيث الأهمية ، فإذا كان هناك موقع جيد فإن السائح لا يهتم كم يدفع ، ولكن المهم هو الوصول إلى هذا المكان ، كالسياحة في الجنوب الجزائري ، فالبرغم من قساوة الطبيعة و قلة المواصلات إلا انه نجد اغلب الوافدين إلى الجزائر يفضلون الأماكن السياحية الجنوبية على الشمال والوسط ، والإقبال الكبير الذي عرفه مهرجان تمنراست في سنة 2004 لدليل على ذلك ، ومن هنا فإن الموقع الجغرافي يلعب دورا كبيرا في حركة السياحة الدولية للاستمتاع بالمناطق الموجودة والآثار ، ويتوقف نجاح الدول النامية لمواجهة مشكلة بعد المسافة على التعاون بينها وبين شركات النقل الجوي ، إذ قد يظهر عدد من الاحتمالات في هذا الشأن منها:

إعطاء شركات النقل مزايا للتدخل في التسويق السياحي ووضع البرامج السياحية في مجال الرحلات الجوية أو القيام بدعم الأسعار على الدولة المستقبلية للسياحة إنشاء شركات للنقل الجوي. أن تحقق شركات النقل الجوي مزايا لجلب المتعاملين معها.

¹ ماهر عبد العزيز - صناعة السياحة - دار زهران ، مصر ، 1997 ، ص.52

ج/ الأماكن الأثرية و التاريخية :لها تأثير كبير و موضعي على التطور السياحي و تعد جاذبة قوية للسياح، و تقسم المواقع الأثرية إلى نوعين: ¹

- مواقع أثرية تاريخية :و التي هي مرتبطة بكل الثقافات الإنسانية كالجرش الروماني بالأردن و أم قيس و الأهرامات بمصر.

- مواقع أثرية خاصة :و هي التي ليست معروفة من طرف عامة الناس و يتجه إليها الباحثون و الدارسون و المتخصصون، و تجذب في العادة نسبة متوسطة من السياح.

د/ طبيعة و مصدر الاستثمار في السوق السياحي :نظرا لأن النشاط السياحي يتطلب موارد لإنشاء المرافق السياحية الأساسية و المنشآت السياحية من فنادق و مراكز...إلخ، وغيره من المشروعات التي تخدم القطاع السياحي نظرا للاعتبارات التي تحيط بالطلب السياحي في هذه البلاد، فضلا عن المستثمرين الذين لا يكونون مطمئنين لهذا النوع من الاستثمارات، و هذا لبقاء الاستثمار في أصول ثابتة لمدة طويلة من مخاطر لما يحدث في السوق من تغيرات، هذا بالإضافة إلى التغيرات السياسية و الاجتماعية.

بالإضافة إلى هذه العوامل نذكر منها عوامل أخرى عامة يجب توفرها لدفع العجلة السياحية لأي بلد و التي نذكر منها:

✓ وجود وقت الفراغ.

✓ الحالة الاقتصادية للدولة

المستوى الثقافي و المادي العالي للشعب

¹ - أوأش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية ، أطروحة دكتوراه ، 2003 ، ص 14

المطلب الثاني: الهياكل المؤسساتية للسياحة.

تتضمن السياحة نشاطات متعددة و متداخلة من إيواء و مأك و نقل ،إلى غيرها من النشاطات الأخرى التي تتعلق بالسياحة و التي ترتبط في نفس الوقت بقطاعات أخرى، فوزارة السياحة ليست المسؤول الوحيد عن السياحة، بل هناك مجموعة من الوزارات الأخرى ،لها أيضا تأثيرا مباشرا في التنمية السياحية، الأمر الذي غالبا ما يؤدي إلى مشاكل تتعلق بالتنسيق بين مختلف الوزارات .

1- وزارة السياحة: وهي أعلى سلطة في القطاع، وتعد الرأس المدبر والمخطط لتنمية القطاع و تأسست وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، و التي تسمى حاليا وزارة السياحة إذ تم دمج:
 -الصناعات التقليدية مع وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
 -التعريف بالمنتج السياحي الجزائري و توجيهه و ترفيته.
 -تجسيد السياسة الحكومية في مجال السياحة.
 -إنجاز المخطط التنموي السياحي الموضوع مسبقا و السهر على مراقبته.
 وتولى الوزارات حاليا أهمية خاصة لعملية الخوصصة، أما على المستوى الهيكلي و التنظيمي، فالوزارة تتفرع إلى: ¹

ديوان الوزير، و يشمل عدة مستشارين مكلفين بملفات خاصة.
 مديرية المحطات المعدنية.

مديرية التعاون و التنظيم و الش مديرية العتاد.

2- المنشآت العمومية: هناك سبعة عشر (17) مؤسسة تسيير سياحية تنشط على المستوى السياحي، تتمتع بنظام المؤسسة الاقتصادية العمومية، موزعة عبر مختلف التراب الوطني، إضافة إلى ثلاثة (03) معاهد للتكوين السياحي (الجزائر، تيزي وزو و بوسعادة)،شؤون القانونية:

¹ قسوم جمال، "الطراز المعماري لقصور سهل واد ريغ"، التراث الثقافي، مزار للطباعة والنشر والتوزيع، الوادي، ط1، 2008، ص57.

المطلب الثالث: وسائل الجذب السياحي في ولاية الأغواط

ان السياحة كظاهرة صناعية واقتصادية تتبلور في عرض قوامه المغريات السياحية أو المعالم والخدمات والتسهيلات المختلفة في الدول المستقبلية السياح .

ومهما كان فيجب أن تسير في تخطيط سياستها للتنمية السياحية في القصور الصحراوية وعلى أساس ما يسود المجتمع الدولي، وما يتطلبه من عرض وطلب للسوق السياحية من أجل تحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية من السياحة وعليه قترح عدة وسائل من أجل الجذب السياحي في القصر الصحراوي :¹

- تنوع الطلب السياحي واستجابته لمتطلبات السائح في ظل الظروف الاقتصادية السائدة في السوق .

- الاستقرار والهدوء داخل المنطقة، فالأماكن التي تكون فيها قلائل سياسية أو ثورات اجتماعية وقبلية أو استقرار اقتصادي، يصعب أن تكون قبلة سياحية، مهما تمتعت بمغريات سياحية وخدمات وتسهيلات، فالمناخ السياسي والاقتصادي المستقر هو أساس من أسس زيادة الطلب السياحي.

- تطوير وسائل النقل الجوي والبري وانشاء مطارات قريبة ومحطات نقل متطورة الى المناطق الصحراوية، وذلك لعوبة المناخ بالمنطقة، مما ينعكس على عدد الوافدين السياح اليها.

- وسائل الاعلام التي تؤدي دور مهم في الجذب السياحي، وزيادة اهتمام السائحين بزيارة المناطق الصحراوية خاصة في المناسبات والاحتفالات الشعبية الخاصة بهم كالكرنفال والعروض الفلكلورية وأعياد الربيع

¹ برضيك عبد الناصر، "التراث المعماري بالجنوب المغربي"، مجلة كان، دورية الكترونية ربع سنوية، عدد6، ديسمبر 2009، ص24.

- عرض لمختلف السلع والمنتجات المحلية ومحاولة تطوير خدمات النقل والايواء والطعام والشراب والخدمات الترفيهية داخل القصر، دون أن يضطر السائح الى قطع مسافات خارج القصر من أجل هذه الخدمات، فالعرض السياحي ثابت والمستهلك أو السائح هو الذي ينتقل لكي يستطيع أن يقتني الخدمة السياحية.

- الاكثار من المراكز الصحية الطبيعية من حمامات الطين والرمل وعيون المياه المعدنية الساخنة ذات الخصائص الاستشفائية

- استصلاح الواحات بما تتطلبه من بناء مطاعم شعبية أو مسابح لاستقطاب السياح

- تنظيم شبكات مياه الشرب داخل القصر وشبكات الطرق والصرف الصحي والاتصالات بجميع أنواعها.

- توفير المرافق الضرورية كالمستشفيات والصيدليات والبنوك ومراكز التسوق وورش اصلاح السيارات ومحطات البنزين والامداد في ساعات العمل حتى في الليل.

ترميم البيوت القديمة وفرشها بمفروشات تقليدية حتى يحس السائح أنه يعيش في ذلك العصر. في ما يخص دور القصر في التنمية السياحية: لقد تطورت السياحة، وأصبحت تبحث عن أماكن داخلية جديدة، لقضاء العطل الصيفية بعيدا عن الازدحام والتكدس المعروف في المناطق الساحلية والجبلية، وأماكن الاصطياف التقليدي ويعتبر القصر ارث ثقافي وحضاري متبلور في نمط الاستقرار الجماعي، وهو أحد وسائل الإقامة، وأسلوب جديد من أساليب زيادة الطاقة الايوائية السياحية، وتلبية رغبة السواح الباحثين عن نمط سياحي جديد.¹

وتعتمد فكرة القصر السياحي، على وجود مجمع لخدمات الايواء، وقد يكون تقليدي حسب نوعية البناء المحلي، يلبي متطلبات الراحة، وكذلك توجد به مطاعم تقليدية وأكلات شعبية

¹ حملاوي علي، نماذج من قصور منطقة الأغواط، دراسة تاريخية وأثرية، طبع المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الرغاية، الجزائر، 2006، ص15.

وأسواق تجارية لما تنتجه اليد العاملة بالقصر الصحراوي من منسوجات وخزفيات وزرابي وملابس صوفية، وملاعب للرياضة وأماكن للهو والترفيه، تتناسب مع نمط حياة الاجازات وتتجاوب مع الاتجاهات الجديدة في مجال السياحة العالمية، ووجود قاعات للأنترنيت من أجل الاتصال والاعلام، بالإضافة الى الحمامات المعدنية، وما تتطلبه من وسائل راحة واستطباب، وتعد التغيرات الإجتماعية و الاقتصادية، وارتفاع مستوى المعيشة منذ بداية عصر السياحة، وحتى هذا الوقت من العوامل الرئيسية التي تؤثر في تطور وسائل الإقامة من حيث تنوعها وإنتشارها.

المطلب الرابع: استدامة السياحة في القصور بولاية الأغواط

تعتبر البيئة جوهر المنتج السياحي، كما أن نجاح النشاط السياحي يعتمد على بقاء مغريات بيئة المقصد السياحي الذي يرغب الأفراد في رؤيتها والتمتع بها، لذا أصبح الحفاظ على البيئة هو محور التنمية السياحية، ويمكن تقسيم عناصر البيئة الى ثلاث أقسام رئيسية يتضح من خلالها امكانيات الجذب المختلفة، وهي البيئة الطبيعية، وتشمل الماء والهواء والحيوان والنبات، وأيضا طبيعة السطح والمناخ، والبيئة المصنوعة كالمنشآت المختلفة والأثار الحضارية والبنية الأساسية والفوقية، وأخيرا البيئة الثقافية التي تمثلها القيم والعادات والسلوك والتاريخ، فلا بد أن عوامل الجذب الموجودة في البيئة سواء كانت طبيعية أو صناعية هي المحفز الأساسي للعديد من الأفراد للسياحة والسفر، وكلما تعددت امكانيات الجذب للمنطقة مثل ذلك طلب أكبر عليها¹

- يمكن للمجتمع الصحراوي أن ينشأ خيمة بدوية، يقدم فيها اللحم المشوي على الحطب (ماعز. خروف . ابل) ، وأن تكون الخيمة ذات طابع صحراوي، فيعمل ذلك على جذب السواح والزوار، فهي من الأمور التي تستهويهم ، وتعبر عن المجتمع الصحراوي، دون اضافة أي تغير عليه

- كما يمكن اقامة بعض الرحلات الصحراوية على ظهور الجمال للتعرف على طبيعة الصحراء أو للصيد البري خاصة في الواحات المنتشرة في الصحراء.

¹ حملاوي علي، مرجع سابق، ص 35.

- حماية البيئة والموارد السياحية الطبيعية وحتى العمرانية في القصور.
- اجراء ترميم وصيانة للأبنية القديمة واستغلالها كفنادق أو بيوت للضيافة.
- تعدد مرافق خدمات السياحة داخل القصر حتى تلبي رغبات السياح واحتياجاتهم.
- اصدار قوانين وتشريعات تحمي المنشآت التراثية والأثرية داخل القصور تحمي السائح.

خلاصة الفصل:

حتى أوائل القرن العشرين لم تكن السياحة إلا ترفاً لكبار الأغنياء، و محبي المغامرات، وبعض الباحثين و المولعين بحب الآثار، و كانت تستغرق كل رحلة، في الأغلب عدد أشهر الانتقال من مكان لآخر، و نادراً بين القارات.

ومع التطور الذي حصل في بداية القرن العشرين، تطورت السياحة و أصبحت في متناول القادرين و محبي الاطلاع و المعرفة و خصوصاً بعد الحرب العالمية الثانية لاستقرار الأوضاع الأمنية في العديد من الدول، فصارت بذلك السياحة وسيلة لتحريك الصناعات الأخرى، و جلب العملة الصعبة للبلد المضيف و لذلك بدأ الاهتمام بالسياحة كعلم قائم بذاته و صارت السياحة بذلك صناعة شاملة متنوعة، تساهم في تحقيق التنمية الشاملة، و ظهرت منظمات محلية و عالمية لدعم السياحة، و أنشئت العديد من الدول معاهد و كليات لتدريس السياحة و الفنادق، و خلق الثقافة السياحية عن طريق ترويج المنتجات السياحية لجلب المستهلكين.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

تمهيد:

نهدف من خلال هذا الفصل للكشف عن مدى أهمية الإذاعات المحلية في تعزيز القطاع السياحي والترويج له من خلال البرامج المتنوعة المقدمة والتي تسعى دائماً لتحسين الصورة السياحية للجمهور سواء محلي أو خارجي وكذلك من كافة النشاطات الإعلامية المختلفة الإعلان والخرجات الميدانية التي تعرف بالمنتج السياحي مثل المواقع الأثرية، ودور الصناعات التقليدية والمهن الحرفية التي تمثل رموز الدولة والحفاظ على هذا الموروث الثقافي الذي يعد من أهم عوامل السياحة في الوطن، حيث ان الإذاعة المحلية تلعب دوراً هاماً في الترويج للقطاع السياحي وهي تساهم في التنمية المستدامة للبلد ونشر الوعي في الاهتمام بالسياحة لما لها أهمية كبيرة في النهوض بالقطاع الإقتصادي.

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

ان الدراسة الميدانية هي أهم وسيلة للوصول الى الحقائق الموجودة في مجتمع البحث، فالميدان يعطينا إمكانية جمع البيانات وتحليلها ومناقشتها لتدعيم ما تم جمعه في الجانب النظري وتأكيد، فهدف مذكرتنا يتمحور في توضيح دور الإعلام المحلي في الإذاعي في تنمية القدرات السياحية بولاية الأغواط.

لذلك ارتأينا الى اختيار العينة ومجتمع البحث عدد من مستمعي الإذاعة بولاية الأغواط، وأيضا اختيار المنهج المتبع وأدوات البحث.

كما قمنا بتحليل النتائج المتحصل عليها ومناقشتها للتأكد من صحة الفرضيات المقدمة في الجانب النظري لتكون الدراسة أكثر دقة وموضوعية وأكثر منهجية.

المطلب الأول: الدراسة الاستطلاعية

قمنا بإجراء الدراسة الاستطلاعية وذلك لضمان السير الحسن للبحث بحيث قمت بتوزيع المقياس على عدد من مستمعي الإذاعة بولاية الأغواط إذ رأينا أنها تقنية أساسية في تقصي الحقائق التي يتطلبها البحث الميداني والتي بواسطتها يتضح للباحث الخطوات التي يسير عليها.

والغرض من هذه الدراسة الاستطلاعية هو تحديد عينة البحث وطريقة استيعاب العينة للأسئلة في المقياس.

أولاً: منهج الدراسة

يقصد بمنهج البحث العلمي تلك المجموعة من القواعد والأنظمة العامة التي يتم وضعها من أجل الوصول إلى حقائق مقبولة حول الظواهر موضوع الاهتمام من قبل الباحثين في مختلف مجالات المعرفة الإنسانية، وبناء عليه، فإنه يمكن القول بأن المنهج التي تصلح لمبحث عن حقيقة ظاهرة معينة تختلف باختلاف الموضوعات المطلوب بحثها من قبل الباحثين والذين يمكن أن يتبعوا مناهج عملية مختلفة، ويمكن تعريف المنهج العملي بأنه، عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أو تلك.¹

يرتكز المنهج الوصفي على وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية أو رقمية، ويهدف إلى رصد ظاهرة بهدف فهم مضمونها، وبشكل عام يمكن تعريفه على أنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، وتجدر الإشارة إلى أن المنهج الوصفي يهدف كخطوة أولى إلى جمع بيانات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع اجتماعي وتحليل ما تم جمعه من بيانات بطريقة موضوعية كخطوة ثانية تؤدي إلى التعرف على العوامل المكونة والمؤثرة على الظاهرة كخطوة

ثالثة.²

¹ منطق البحث العلمي . (تأليف كارل بوبر) - ترجمة د. محمد البغدادي - مؤسسة الفكر العربي ، ص65

² مصطفى عمر، مقدمة في مبادئ وأسس البحث الاجتماعي، ليبيا: الدار الجماهيرية للنشر . والتوزيع والإعلان، ص21

وبما أن دراستنا الراهنة تتدرج ضمن الدراسات الوصفية، فإن المنهج الذي يتناسب مع هذه الدراسة هو المنهج الوصفي الذي يقوم بوصف الظاهرة كما هي موجودة في الواقع وتفسيرها وتحليلها وذلك من خلال دراسة موضوعنا الحالي.

نظرا لطبيعة الموضوع ومن أجل تشخيص الظاهرة وكشف جوانبها كان المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي ويستخدم المنهج الوصفي التحليلي في دراسة الاوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، أشكالها، وعلاقتها، والعوامل المؤثرة في ذلك. يقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.

ثانيا: مجتمع البحث وعينته

***مجتمع البحث:** يختلف مجتمع البحث عن معنى عينة الدراسة إذ يشير معنى مجتمع الدراسة إلى المجموعة الكلية عن العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة. ومجتمع البحث هنا هو مجموعة من مستمعي الإذاعة بمدينة الأغواط.

***عينة البحث:** هو جزء من مجتمع الدراسة الكلية وتعتبر جزءا من الكل بمعنى أن تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث.

والعينة هي تلك المجموعة من العناصر أو الوحدات التي يتم استخراجها من مجتمع البحث ويجرى عليها الاختبار أو التحقق، على اعتبار أن الباحث لا يستطيع موضوعيا التحقق

من كل مجتمع البحث نظرا إلى الخصائص التي يتميز بها هذا المجتمع وعليه يمكن القول أن العينة هي: (مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين)

أما فيما يخص دراستنا الراهنة فقد تم الاعتماد على العينة المقصودة (العمدية)، إن اختيار هذا النوع من المعاينات لم يتم بصفة عشوائية بل هو مبني على جملة من المبررات العلمية والواقعية، حيث تم اختيار مجموعة من مستمعي الإذاعة بولاية الأغواط نظرا لخصوصية هذه الفئة والتي تمثل الطبقة الحية القادرة على تحليل المواقف وإحداث الفارق من خلال قدراتهم العلمية والفكرية المنهجية بصفة أساسية.

ومن مجتمع البحث قمنا باختيار العينة بشكل قصدي والتمثلة في عدد من مستمعي الإذاعة بولاية الأغواط وكان عددهم 100 مستمع من المجتمع الأصلي لدراستنا.

ثالثا: مجالات البحث

الحيز الزمني المخصص للدراسة: تم إجراؤه في الفترة من مطلع الشهر مارس إلى غاية شهر ماي حيث خصصنا شهر مارس للجانب النظري وأفريل/ ماي للجانب الاستطلاعي وقمنا بعد ذلك بعملية التحليل.

الحيز المكاني المخصص للدراسة: مجتمع ولاية الأغواط.

رابعا: التقنيات المستخدمة في الدراسة:

تختلف وسائل وادوات البحث من بحث الى اخر منها الملاحظة والمقابلة والاستبيان والمقياس وتحليل الوسائل.

قد يحتاج الباحث إلى استخدام أكثر من أداة حتى يتمكن من الاجابة على جميع الاسئلة التي تواجهه في بحثه ولقد اعتمدنا على أكثر الوسائل المستخدمة في البحوث وهو المقياس. تم الاعتماد في بحثنا هذا على تقنية الاستثمار كأداة رئيسية في جمع البيانات، وأداتي المقابلة والملاحظة كأدوات مدعمة لمحصل على مزيد من المعلومات التي تخدم أغراض البحث.

***الاستمارة (الاستبيان):** إن الاستثمار تقنية لجمع المعطيات أو البيانات بغرض التحقق من فرضيات البحث، وما يميزها هو هيكلتها وفق شروط معينة على الباحث أن يكون على دراية تامة بها. وعادة ما يتم إدراج الاستثمار ضمن البحث الكلي القائم على القياس، مع الإشارة إلى وجود عبارة أخرى مشابهة للاستمارة وهي الاستبيان، بحيث تلجأ بعض مؤلفات المنهجية إلى استعمال عبارة استبيان.¹

تعتبر الاستثمار تقنية اختبار يطرح الباحث من خلالها مجموعة من الأسئلة على أفراد العينة من أجل الحصول على معلومات يتم معالجتها كلياً فيما بعد ونقارن بها مع ما تم اقتراحه في الفرضيات وتعتبر الاستثمار تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد وبطريقة موجهة، ذلك أن صيغ الإجابات تحدد مسبقاً وهذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف علاقات رياضية، (واقامة مقارنات كمية).²

¹ الغريب، عبد الكريم محمد، البحث العلمي، التصميم، المنهج والإجراء، الجزائر: ديوان المطبوعات. الجامعية، 2015، ص87

² العكش، فوزي عبد الله، البحث العلمي، المناهج والإجراءات، الإمارات العربية المتحدة: مطبعة العين الحديثة، 2006، ص

وتم الاعتماد على الاستمارة باعتبارها الأداة الأنسب في جمع المعطيات حول موضوع بحثنا وتمكننا من الحصول على معلومات دقيقة وقريبة من الموضوعية، وتضمنت استمارة بحثنا 20 سؤالاً موزعاً على ثلاثة محاور كالتالي:

المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية.

المحور الثاني: الاعلام المحلي ودوره في تنمية القدرات السياحية.

خامساً: الأساليب الإحصائية المستخدمة

إن هدف البحث هو محاولة الوصول إلى المؤشرات التي تساعدنا على تحليل وتفسير

مدى صحة الفرضيات، بالمعادلات الإحصائية المستعملة.

المبحث الثاني: عرض البيانات وتحليلها

تستقطب إذاعة الاغواط المحلية جمهورا عريضا عبر ولايات الأغواط والمدينة والبلدية وتيبازة والبيض وورقلة وغرداية وسعيدة، المناطق التي يصلها البث انطلاقا من المقر الجديد الذي أنجز مؤخرا بالمجمع الإداري قبالة جامعة عمار ثلجي بمحاذاة الطريق الوطني رقم 1، ما ساهم بشكل كبير في تفعيل نشاط هذه المؤسسة الإعلامية وولّد ارتياحا كبيرا في أوساط فريقي عملها الدائم والمتعاون، اللذين وجدا الظروف المواتية للبذل، والمتنفس الحقيقي للعطاء باتجاه الارتقاء بمستوى الإعلام الجوّاري والأداء الإذاعي عموما. بعد أن أضحت كل المصالح قائمة بذاتها من حيث الهيكل والوسائل والمعدات على اختلافها، وبعد أن كان ضيق مقر الإذاعة القديم منذ افتتاحها يوم نوفمبر 1991، يصنع معاناة الجميع ويكبح كل محاولات تطوير 05 العمل. وتبلغ اليوم ذروة المسموعية بتخندقها في أوساط المواطنين بمن فيهم البدو الرحل الذين أبانوا اهتمامهم من خلال مشاركاتهم عبر النقال في كثير من البرامج التي تستهويهم، ومنها إهداءات المستمعين، وغيرها من البرامج التي تهتم بعالم الفلاحة والسياحة والبدو والشعر الملحون.

ف/ي تحليل نتائج الدراسة فهي كالآتي:

المطلب الأول: البيانات شخصية لأفراد العينة

الجدول رقم 01: الجنس.

النسبة %	التكرار	البديل
52%	52	ذكر
48%	48	أنثى
100%	100	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

نلاحظ أن عدد التكرارات الإجمالي 100 منها 52 ذكور و48 إناث وبالنسبة المئوية

تتراوح ب 52% عن الذكور وب48% عن الإناث.

يفسر ارتفاع نسبة الذكور مقارنة بالإناث في اهتمامهم بالمستجدات في النشرات الاخبارية

وكذلك اللجوء إلى الاستماع للإذاعة لكسر حالة الملل، ومتابعة الأخبار والترفيه.

الجدول رقم 02: السن.

النسبة %	التكرار	
31%	31	من 18 إلى 25 سنة
27%	27	من 26 إلى 30 سنة
26%	26	من 31 إلى 40 سنة
16%	16	أكثر من 40 سنة
100%	100	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

يوضح الجدول السن لدى أفراد العينة حيث نلاحظ هناك تقارب في النسب بين الفئات

العمرية حيث أن الفئة من (18 إلى 25 سنة) ويشكلون نسبة 31% أما فئة من (26 إلى 30

سنة) ويشكلون نسبة 27% وفئة من (31 إلى 40 سنة) ويشكلون نسبة 26% وفئة أكثر من 40 سنة يشكلون نسبة 16%.

يفسر هذا بأن الفئة من 18 إلى 25 سنة هي الأكثر استماعا للإذاعة.

الجدول رقم 03: المستوى التعليمي.

النسبة%	التكرار	المستوى التعليمي
23%	23	ثانوي
26%	26	ليسانس
32%	32	ماستر
19%	19	دكتوراه
100%	100	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

يوضح الجدول المستوى التعليمي لدى أفراد العينة حيث نلاحظ هناك تباين في النسب بين المستويات التعليمية حيث أن فئة الماستر يشكلون نسبة 32% أما فئة ليسانس يشكلون نسبة 26% وفئة الثانوي يشكلون نسبة 23% بينما فئة دكتوراه يشكلون نسبة 19%.

ويرجع سبب ارتفاع فئة المستوى الجامعي بالنسبة لمتابعتهم للنشرات الإذاعية لأنهم

يمتلكون الوعي الثقافي.

الجدول رقم 04: عدد سنوات الاستماع للإذاعة.

النسبة%	التكرار	البديل
10%	10	من سنة إلى سنتين
30%	30	من 3 إلى 4 سنوات
60%	60	أكثر من 4 سنوات
100%	100	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

يوضح الجدول عدد سنوات الاستماع للإذاعة لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة من

4 سنوات فما فوق ويشكلون نسبة 60% أما الفئة (من 3 إلى 4 سنوات) ويشكلون نسبة 30%

والفئة من سنة إلى سنتين يشكلون نسبة 10%.

يفسر ذلك أن الشباب مستمر في الاستماع للإذاعة من سنة إلى أخرى، خاصة الإذاعة

نظرا للأدوار الخدمائية في مجال الاتصال ونشر الأخبار، وكذا الخصائص التي يتميز بها مما يجعلها تستميل العديد من الشباب إليه.

المطلب الثاني: تحليل نتائج الاستبيان

من خلال هذا الفصل سنتطرق إلى عرض وتحليل ومناقشة نتائج الاستبيان.

تحليل المحور الأول المتعلق ب: اهتمت الإذاعة بالأحداث الفورية المتعلقة بالقدرات

السياحية بولاية الأغواط

الجدول رقم (5) يوضح مدى سهولة استعمال الإذاعة المحلية كوسيلة اعلام

هل تجد سهولة في استعمال الإذاعة المحلية كوسيلة اعلام	التكرار	النسبة
نعم	67	67%
لا	23	23%
المجموع	100	100%

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Sps 26.

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 67% من أفراد العينة الذين يجدون سهولة في

استعمال الإذاعة المحلية كذريعة إعلامية نشطة، أما نسبة 23% هم الذين لا يجدون الاعلام

الاذاعي المحلي كوسيلة.

بناء على النتائج المحصل عليها نرى بأن الإذاعة المحلية خطت خطوة جيدة في استقطاب

مستمعيها وانشاء فقرات مميزة للإذاعة.

الجدول رقم (6) يوضح مدى استماع أفراد العينة للإذاعة

هل تستمع للإذاعة بشكل يومي؟	التكرار	النسبة
نعم	72	%72
لا	28	%28
المجموع	100	%100

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال النتائج الموضحة في الجدول نرى أن غالبية أفراد العينة يستمعون بشكل يومي للإذاعة المحلية بولاية الأغواط بنسبة مئوية قدرت ب 72%، على غرار الذين لا يستمعون بشكل يومي للإذاعة بنسبة 28%، وعلى هذا يمكننا النظر في أن الإذاعة المحلية بولاية الأغواط تساهم من خلال برامجها المتنوعة في استهواء وجذب المستمعين والمهتمين بمتابعة برامجها وتغطيتها للأحداث اليومية مما جعلها آلية فعالة في تنمية القدرات المختلفة، كذلك من خلال نتائج الدراسة اتضح أن الإذاعة من خلال بثها المباشر تستقطب عدة اتصالات هاتفية قدرت ب 44 مكالمة خلال ساعة واحد مما يظهر أن نسبة المستمعين كبيرة جدا.

الجدول رقم (7) يوضح مدى حرص أفراد العينة على استماع الأخبار التي تبثها الإذاعة عن

الوجهات السياحية

هل تحرص على استماع الاخبار التي تبثها الإذاعة عن الوجهات السياحية؟	التكرار	النسبة
نعم	58	%58
لا	42	%42
المجموع	100	%100

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Sps 26.

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 58% من أفراد العينة يحرصون على استماع الأخبار التي تبثها الإذاعة المحلية عن الوجهات السياحية، في حين نجد أن 42% لا يحرصون على استماع الأخبار التي تبثها الإذاعة المحلية عن الوجهات السياحية.

بناءً على ما سبق يبدو أن الغالبية من مجتمع البحث ينتظرون بشكل يومي أو أسبوعي حول البرامج التي تبثها إذاعة الأغواط حول الوجهات السياحية المختلفة، وهذا واضح من خلال النتائج وكذلك نرى أن الإذاعة تطور من نوعية برامجها واهتمامها بالسياحة المحلية لتعزيز قدرات السياحة لدى الأفراد

الجدول رقم (8) يوضح مساعدة الإذاعة المحلية في التعرف على المواقع والمقاصد

هل تساعدك الإذاعة المحلية في التعرف على المواقع والمقاصد؟	التكرار	النسبة
نعم	60	60%
لا	40	40%
المجموع	100	100%

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال الجدول الموضح نلاحظ أن نسبة 60% من أفراد العينة يرون أن الإذاعة المحلية تساعدهم في التعرف على المواقع والمقاصد، على غرار الذين لا يجدون ملاذ في التعرف على المقاصد والمواقع، ان الدور الإذاعي الذي يتمثل في انشاء برامج هدفها الترويج للسياحة قفز قفزة نوعية على ما كان عليه سابقا لأنه يغطي جزء كبير من تنمية القدرات السياحية وهذا واضح لأن غالبية افراد العينة مهتمين أكثر مما سبق بهذه البرامج وتسهل عليهم عناء البحث عن وجهات سياحية معينة داخل وخارج الولاية.

الجدول رقم (9) مدى ثقة أفراد العينة بالمعلومات التي تقدمها الإذاعة حول الوجهات

السياحية

النسبة	التكرار	هل تثق بالمعلومات التي تقدمها الإذاعة المحلية حول الوجهات السياحية؟
91%	91	نعم
9%	9	لا
100%	100	المجموع

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال النتائج الموضحة في الجدول نرى أن غالبية أفراد العينة يتقون بالمعلومات التي تقدمها الإذاعة المحلية حول الوجهات السياحية وذلك بنسبة 91%، على عكس الذين لا يتقون بالمعلومات المقدمة حول الوجهات السياحية بنسبة ضئيلة قدرت ب 9%.

من الواضح أن الإذاعة المحلية بولاية الأغواط قد نجحت في تنمية القدرات السياحية لدى مستمعيها بشكل كبير، وهذا راجع الى النوعية والجودة في ترويج المقاصد السياحية والتعرف أكثر للمناطق والفنادق والأماكن العائلية والمرققات السياحية.

ان استجابة افراد العينة لمدى ثقتهم ببرامج الإذاعة المحلية راجع بدرجة أولى إلى السهولة والمرونة في تعزيز القدرة السياحية لدى الفرد وكذلك إلى جودة البرامج المقدمة.

الجدول رقم (10) يوضح استعمال الإذاعة كوسيلة للحصول على معلومات حول وجهات

سياحية

النسبة	التكرار	هل تستعمل الإذاعة كوسيلة للحصول على معلومات حول وجهات سياحية؟
56%	56	نعم
44%	44	لا
100%	100	المجموع

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Sps 26.

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 56% تمثل الذين يستعملون الإذاعة كوسيلة للحصول على معلومات حول وجهات سياحية، على غرار الذين لا يترددون عليها للحصول على معلومات تخص وجهات سياحية بنسبة 44%.

ان تطوير أساليب الترويج السياحي لإذاعة الأغواط تحسنت بسبب ارتفاع نسبة الذين يستمعون اليها، بحيث أن استعمال الإذاعة للحصول على معلومات سياحية استقطبت المستمعين بتنوع برامج السياحة.

الجدول رقم (11) يوضح تعزيز الإذاعة الرغبة في التوجه نحو المقاصد السياحية

هل الإذاعة المحلية تعزز رغبتك في التوجه نحو المقاصد السياحية؟	التكرار	النسبة
نعم	64	64%
لا	36	36%
المجموع	100	100%

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن الإذاعة المحلية تعزز رغبة أفراد العينة في التوجه نحو المقاصد السياحية وذلك بنسبة غالبية قدرت ب 64%، أما نسبة 36% تمثل أفراد العينة الذين لا يرون بأن الإذاعة المحلية تعزز رغبتهم في التوجه نحو المقاصد السياحية. ان الدور الإذاعي لا بد أن يكون متكاملًا وشاملاً بحيث إن الترغيب في التوجه نحو المقاصد السياحية يتطلب استعداداً لجذب المستمعين وتمكينهم من الرغبة في زيارة المقاصد السياحية بغرض الترفيه وهذا يتطلب نوعاً من الاستعداد السيكولوجي ونوعية التقديم الإذاعي.

الجدول رقم (12) يوضح الإذاعة كوسيلة فعالة في تنمية القدرات السياحية

النسبة	التكرار	هل تعتبر الإذاعة وسيلة فعالة في تنمية القدرات السياحية؟
50%	50	نعم
50%	50	لا
100%	100	المجموع

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه تشير النتائج إلى أن أفراد العينة متساوون في النسبة 50% لكل من الذين يعتبرون أن الإذاعة وسيلة فعالة في تنمية القدرات السياحية، و50% بالنسبة للذين لا يرون أنها وسيلة فعالة. لأن تنمية القدرات السياحية ليس بالأمر السهل فيتطلب جهداً من حيث المتابعة ومن حيث معرفة الرغبات الكلية للمستمعين وكذلك اعداد متابعة مع برنامج خاص وعدد يستقبل المكالمات التي فيها رغبات معينة.

الجدول رقم (13) يوضح الإذاعة كوسيلة هامة في اكتشاف وجهات سياحية جديدة

هل تعتبر الإذاعة وسيلة هامة في اكتشاف وجهات سياحية جديدة؟	التكرار	النسبة
نعم	38	%38
لا	72	%72
المجموع	100	%100

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة بنسبة 72% لا يعتبرون أن الإذاعة وسيلة هامة في اكتشاف وجهات سياحية جديدة، أما 38% من يعتبرون أن الإذاعة وسيلة هامة في اكتشاف وجهات سياحية جديدة.

وعليه فيمكن القول إنه ربما تعذر عن المستمعين وجود ملاذ في إيجاد وجهات سياحية جديدة في البلاد، لذلك فيجب إعادة النظر في هذه النقطة من طرف الإذاعة ومحاولة إيجاد كشافات للوجهات السياحية من أجل الترويج.

الجدول رقم (14) يوضح فيما إذا كانت الإذاعة المحلية تقدم وجهات سياحية محلية

النسبة	التكرار	هل الإذاعة المحلية تقدم وجهات سياحية محلية فقط؟
%8	8	نعم
%92	92	لا
%100	100	المجموع

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 92% من أفراد العينة يرون أن الإذاعة المحلية لا تقدم وجهات سياحية محلية فقط بل وطنية وحتى دولية، أما نسبة 8% فيعتبرون ان الإذاعة المحلية تقدم وجهات سياحية محلية فقط.

وعليه فإن تنوع برامج الإذاعة المحلية لمختلف الجهات السياحية المحلية والوطنية والدولية له أثر على مستخدمي الإذاعة.

تحليل جداول الفرضية الثانية: ساهمت الإذاعة في نقل الأحداث إلى مستمعيها بشكل كبير عن السياحة

الجدول رقم (15) يوضح فيما إذا كانت الإذاعة المحلية تقدم وجهات سياحية محلية

هل اهتمت الإذاعة بنقل الأحداث عن السياحة؟	التكرار	النسبة
نعم	92	%92
لا	8	%8
المجموع	100	%100

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال الجدول الموضح نرى أن نسبة 92% تمثل مستخدمي الإذاعة الذين يعتقدون أن الإذاعة اهتمت بنقل الأحداث عن السياحة، في حين أن نسبة 8% تمثل الذين لا يرون أن الإذاعة تهتم بنقل الأحداث عن السياحة.

لعل نقل الأحداث المتتابعة عن السياحة لها أهمية بالغة من حيث التعرف على السياحة واكتساب معارف جديدة واثمينة في الحياة.

الجدول رقم (16) يوضح فيما إذا كانت الإذاعة المحلية تقدم وجهات سياحية محلية

هل توجد برامج سياحية أثرية؟	التكرار	النسبة
نعم	78	%78
لا	22	%22
المجموع	100	%100

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال ما هو موضح نرى أن مستخدمي الإذاعة النسبة الغالبة يرون بأنه توجد برامج سياحية أثرية وذلك بنسبة 78%، على غرار أولئك الذين لا يرون بأن هناك برامج سياحية أثرية تثبت في الإذاعة المحلية.

السياحة الأثرية هي شكل من أشكال السياحة الثقافية، التي تهدف إلى تعزيز المصلحة العامة في علم الآثار والحفاظ على المواقع التاريخية.

يمكن أن تشمل السياحة الأثرية جميع المنتجات المرتبطة بالترويج الأثري العام، بما في ذلك زيارة المواقع الأثرية والمتاحف ومراكز التفسير وإعادة تمثيل الأحداث التاريخية وإعادة اكتشاف المنتجات الأصلية أو المهرجانات أو المسارح.

الجدول رقم (17) يوضح فيما إذا كانت الإذاعة المحلية تقدم وجهات سياحية محلية

هل خصصت الإذاعة برامج سياحية أثناء فترة الحج والعمرة؟	التكرار	النسبة
نعم	66	66%
لا	34	34%
المجموع	100	100%

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 66% تمثل مستخدمي الإذاعة الذين يرون أن الإذاعة خصصت برنامج سياحي أثناء فترة العمرة والحج، على غرار الذين لا يرون بأنها خصصت برنامجا لذلك وهذا بنسبة 44%.

ان واجب التذكير والتعريف من خلال بث برامج وفقرات مخصصة واستعراض أحد الوكالات السياحية والتي تأتي ببرنامج سياحي يبيث في الإذاعة من أجل التسهيل وتذكير مستخدمي الإذاعة بالمناطق والفنادق والمساجد... الخ.

الجدول رقم (18) يوضح فيما إذا كانت الإذاعة المحلية تقدم وجهات سياحية محلية

هل تشارك الإذاعة مستمعها برامج في وقت الاصطياف؟	التكرار	النسبة
نعم	58	%58
لا	42	%42
المجموع	100	%100

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 58% تمثل نسبة الذين يرون أن الإذاعة تشارك مستمعها برامج في وقت الاصطياف، على غرار نسبة 42% التي تمثل الذين لا يرون أن الإذاعة تشارك مستمعها برامج في وقت الاصطياف.

من الواضح أن تخصيص مثل هذه البرامج مهم جدا للعائلات الجزائرية التي تقضي وقت الاصطياف في التجول بين المناطق السياحية والذهاب الى الشواطئ والترفيه عن النفس.

الجدول رقم (19) يوضح فيما إذا كانت الإذاعة المحلية تقدم وجهات سياحية محلية

هل تهتم الإذاعة بتنوع الوجهات السياحية؟	التكرار	النسبة
نعم	79	79%
لا	21	21%
المجموع	100	100%

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال الجدول الموضح أعلاه نرى أن نسبة 79% تمثل مستخدمي الإذاعة الذين يعتقدون أن الإذاعة تهتم بتنوع الوجهات السياحية، أما 21% هم النسبة التي لا ترى بأن الإذاعة تهتم بتنوع الوجهات السياحية.

يعتبر التنوع السياحي ميزة تنافسية للدول في قطاع السياحة، حيث يساهم في زيادة جاذبية الوجهات السياحية بها، مما يخلق سوقا سياحيا خصبا للاستثمارات والمشاريع في هذا القطاع وبالتالي التنوع في العرض السياحي، في المقابل يتوقع هذا القطاع طلبا متزايدا مما يساهم في رفع مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني للدول. تمتلك الجزائر سوقا سياحيا ثريا، ساهم في دعمه العديد من المقومات الطبيعية والتاريخية والثقافية والمادية. وقد جاء هذا البحث لإبراز الموقع الاقتصادي للنشاط السياحي في الجزائر ومدى مساهمة التنوع السياحي في تعزيزه.

الجدول رقم (20) يوضح استعمال الإذاعة كوسيلة للحصول على معلومات حول وجهات

سياحية

النسبة	التكرار	هل تستعمل الإذاعة كوسيلة للحصول على معلومات حول وجهات سياحية؟
56%	56	نعم
44%	44	لا
100%	100	المجموع

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 56% تمثل الذين يستعملون الإذاعة كوسيلة للحصول على معلومات حول وجهات سياحية، على غرار الذين لا يترددون عليها للحصول على معلومات تخص وجهات سياحية بنسبة 44%.

ان تطوير أساليب الترويج السياحي لإذاعة الأغواط تحسنت بسبب ارتفاع نسبة الذين يستمعون اليها، بحيث أن استعمال الإذاعة للحصول على معلومات سياحية استقطبت المستمعين بتنوع برامج السياحة.

الجدول رقم (21) يوضح الإذاعة كوسيلة هامة في اكتشاف مناطق أثرية

هل تعتبر الإذاعة وسيلة هامة في اكتشاف مناطق أثرية؟	التكرار	النسبة
نعم	38	%38
لا	72	%72
المجموع	100	%100

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة بنسبة 72% لا يعتبرون أن الإذاعة وسيلة هامة في اكتشاف وجهات سياحية جديدة، أما 38% من يعتبرون أن الإذاعة وسيلة هامة في اكتشاف وجهات سياحية جديدة.

وعليه فيمكن القول إنه ربما تعذر عن المستمعين وجود ملاذ في إيجاد وجهات سياحية جديدة في البلاد، لذلك فيجب إعادة النظر في هذه النقطة من طرف الإذاعة ومحاولة إيجاد كشافات للوجهات السياحية من أجل الترويج.

الجدول رقم (22) يوضح استعمال الإذاعة كوسيلة للحصول على معلومات حول وجهات

سياحية وطنية

النسبة	التكرار	هل تستعمل الإذاعة كوسيلة للحصول على معلومات حول وجهات سياحية وطنية؟
56%	56	نعم
44%	44	لا
100%	100	المجموع

المصدر من اعداد الطالب على ضوء مخرجات برنامج Spss 26.

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 56% تمثل الذين يستعملون الإذاعة كوسيلة للحصول على معلومات حول وجهات سياحية وطنية، على غرار الذين لا يترددون عليها للحصول على معلومات تخص وجهات سياحية بنسبة 44%.

ان تطوير أساليب الترويج السياحي لإذاعة الأغواط تحسنت بسبب ارتفاع نسبة الذين يستمعون اليها، بحيث أن استعمال الإذاعة للحصول على معلومات سياحية استقطبت المستمعين بتنوع برامج السياحة.

الاستنتاج العام:

من خلال ما جاء في دراستي هذه فقد حصر الموضوع بالبحث عن الإعلام المحلي ودوره في تنمية القدرات السياحية بالأغواط.

تكتسب الجزائر مناطق سياحية خلابة وحافلة بتاريخها المجيد من خلال موقعها الجغرافي الاستراتيجي، إذ تنافس العديد من الدول من حيث ما تزخر به من ثروات سياحية، إلا أنها تسعى جاهدة بتطبيق مختلف السياسات الاستثمار هذه الثروات الجد معتبرة والغير مستغلة بشكل عام، وتعتبر ولاية الأغواط كباقي ولايات الوطن تحوي العديد من المقومات السياحية منها ما هو مصنف لدى المنظمات الدولية، فهي بوابة الصحراء من جهة الوسط، ولقد تطورت السياحة بها من خلال الإحصائيات الدالة على ذلك، فنجد من خلال التطور الزمني زيادة في جوانب عدة كعدد الأسرة، الحركة السياحية، المداخل السياحية وكذا التشغيل في الجانب السياحي مما يساهم بشكل مباشر وغير مباشر في النهوض بالسياحة على المستوى الوطني.

اقتراحات وتوصيات:

وختاماً يمكننا اقتراح التوصيات التالية:

- يجب إعطاء القطاع السياحي أهمية لا تقل عن باقي القطاعات الأخرى .
- وضع خريطة للاستثمارات السياحية، وفك العزلة عن المناطق النائية بتشجيع الاستثمارات الخاصة فيها والإعفاءات الضريبية.
- الاهتمام بقطاع الصناعات التقليدية و العمل على تطويره.
- إرساء ثقافة سياحية لدى المجتمع الجزائري لتشجيع السياحة الداخلية من جهة، ومن أجل إيجاد توافق بين السواح المحليين والأجانب من جهة أخرى .
- يجب إقامة برامج تسويقية متجددة، تتماشى مع متطلبات السوق العالمية.
- نقترح إدخال مادة التربية السياحية والسياحة البيئية في المقررات التربوية.

خلاصة الفصل:

من خلال تطرقنا لتحليل الرصد المتعلق بالوحدات الدالة الواردة في الخبر الاذاعي لولاية الأغواط ان الإذاعة المحلية بالأغواط، لم تستطع مواكبة الأحداث السياحية مواكبة فعالة ومجدية وموضوعية لنقلها كاملة للمواطن حيث لم تهتم الإذاعة المحلية بالأحداث الفورية المعالجة لموضوع السياحة بولاية الأغواط؛ ولم تساهم في نقل الأحداث المتعلقة بالسياحة لمستمعيها.

الخاتمة

الخاتمة:

وفي الختام فإنه من واجبات الاعلام الحلي (السياحي)، هو أنه يجعل من المواطن الجزائري على وعي ودراية بأهمية صناعة السياحة، وأثرها على مسارات التنمية المجتمعية في كل القطاعات، ويجب أيضا أن يمتلك القدرة على الكشف عن المقومات السياحية المختلفة والمتنوعة التي تتوافر عليها الجزائر.

ومن أهدافه أيضا نشر الوعي السياحي، والذي يمكن أن نعرفه كالتالي: "اكتساب الفرد للمعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم، لكي يسلك الفرد سلوكا سياحيا رشيدا نحو المظاهر السياحية، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح"، وهو أيضا من المفاهيم الحديثة التي تناولتها الدراسات المتخصصة في المجال السياحي والثقافي لدى المجتمعات العربية، عكس المجتمعات الغربية التي تهتم وتعمل به، وخاصة المؤسسات والهيئات التي تعتبره مصدر صناعة السياحة وأسلوب جدي وفعال في ترسيخ أهمية تلك الصناعة وتشجيع الحركة السياحية.

يجب على الاستراتيجية أن تتبع سياسة ترويجية فعالة من أجل إنجاح الهدف، بحيث يتعين على الجزائر وقصد التعريف بتراثها السياحي وقدراتها في هذا المجال، أن تتبع سياسة الاعلام السياحي الترويجي والتسويقي، والذي يسمح بإيصال أفضل صورة للجمهور المستهدف، وهذا يتوفر من خلال استغلال جميع فضاءات الاتصال والاعلام، وكذا المشاركة في الفعاليات والتظاهرات الثقافية والمعارض والمهرجانات الدولية للتعريف بالتراث والارث السياحي الجزائري. لذلك "تعد تربية العقلية الاجتماعية شرطا أساسيا لنجاح مخططات التنمية السياحية، فطالما ان السياحة فلسفة اجتماعية تتطور مع التقدم العلمي والعقلي، فإن توعية المواطن هي أكبر رصيد في أية عملية لإنماء السياحة وتطويرها، وفي الوقت نفسه مشتركة بين المنزل، والمدرسة، والمجتمع، ومرتبطة بإدراك المسؤولين والمواطنين لأهميتها باعتبارها تنمي الشعور عند المواطنين لكونها عاملا مهما في تكوين مفاهيمهم وتصرفاتهم".

ومما لا شك فيه أن تبني وتطبيق الاعلام السياحي أصبح من متطلبات السياحة في هذا العصر، وهذا يعني وجود تفوق ونجاح الخطط الاستراتيجية الموضوعة للنهوض بالسياحة وكل المجالات والقطاعات المتداخلة معها، في حين ترى هناء حامد زهران أن أهمية الاعلام السياحي " تتجسد في تحقيق التوعية السياحية، إذ يعد ذلك من معيقات التنمية السياحية".

يمكن في الأخير الإشارة إلى أبعاد الإعلام السياحي التالية:

الأبعاد البيئية: وتشمل التعريف بمقومات السياحة البيئية وإبراز الوجه الحضاري والتراثي للمناطق الداخلية للبلاد، والأهم هو التوجيه الايجابي للتعامل مع البيئة في تلك المناطق السياحية.

الأبعاد الاجتماعية: يعمل الاعلام السياحي على تهيئة السكان الأصليين على تقبل الصناعة السياحية وتعزيز احترام المواطنين للسياح وحسن استضافتهم.

الأبعاد الاقتصادية: يقوم الإعلام السياحي بعرض الفرص الاستثمارية الماحة في المجالات المختلفة لصناعة السياحة، ويعرض أيضا الوظائف التي من شأنها التقليل من البطالة ومنح فرص العمل للعاطلين.

الأبعاد الثقافية: العمل على دعم التفاعل والتعايش الثقافي، والتعريف الحقيقي بالتراث الثقافي المادي وغير المادي للبلاد، من خلال برامج وحصص إعلامية تهتم بعرض هذه الثقافة بطرق عصرية وتكنولوجية متطورة تسمح بالاطلاع السهل عليها، والعمل على تشجيع المواطنين على الحفاظ على الفنون والصناعات والحرف التقليدية الجزائرية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. إبراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، د. ط، القاهرة، 1985
2. أحمد الجلاد، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، عالم الكتاب طبعة الأولى، القاهرة 1988
3. أعدنان أبو مصلح ، معجم علم الإجتماع ، الأردن، دار أسامة والمشرق الثقافي ، ب ط ، 2010
4. حجاب محمد منير، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2002
5. حملاوي علي، نماذج من قصور منطقة الأغواط، دراسة تاريخية وأثرية، طبع المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية ، الرغاية، الجزائر، 2006
6. ربحي مصطفى عليان، محمد عبد الباسط، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعلم، دار صفاء للنشر والتوزيع، د.ط، عمان، 1999
7. ريان درويش ،الاستثمارات السياحية في الأردن ،رسالة ماجستير ، معهد العلوم الاقتصادية -جامعة الجزائر - 1996 .
8. زكي ابراهيم وفاء، دور السياحة في التنمية الإجتماعية، دراسة تقييمية للقرى السياحية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2006
9. صالح محمد حميد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ الوحدة الوطنية، دار غداء للنشر والتوزيع، د. ط، الأردن، 2011
10. صالح محمد حميد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، دار أداء، ط 1، 2012
11. الصيرفي محمد، السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر، دار الهناء للتجليد الفني، القاهرة، ط1، 2008-2009

قائمة المراجع

12. طارق سيد أحمد الخليفي، معجم مصطلحات الإعلام، دار المعرفة الجامعية، ط 1، الإسكندرية، مصر، 2008
13. طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، الإسكندرية مصر، دار المعرفة الجامعية ، ب ط ، 2004
14. عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، القاهرة، دار القلم، ط، 1963
15. عبد المجيد شكري، الإذاعة المدرسية في ضوء تكنولوجيا التعليم، دار الفكر الجامعي، د. ط، القاهرة، 2000
16. قسوم جمال، "الطراز المعماري لقصور سهل واد ريغ"، التراث الثقافي، مزار للطباعة والنشر والتوزيع، الوادي، ط1، 2008
17. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية ، القاهرة ، دار الشرق، ط1، 1989
18. ماهر عبد العزيز - صناعة السياحة - دار زهران ، مصر ، 1997
19. محمد منير الحجاب، الاعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003
20. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2004
21. محمد يوسف عواطف، الرحلات المغربية والأندلسية، مطبوعات مكتبة فهد الوطنية، الرياض، 1996
22. مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث، كوثر المرأة العربية والإعلام، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، لبنان، 2008
23. ملوخيه أحمد فوزي، مدخل الى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2007
24. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، تر: بوزيدي صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004

قائمة المراجع

25. نصر الدين العياضي، مسألة الإعلام، دار المؤسسة الجزائرية للنشر، د. ط، الجزائر، 1991

26. نوال محمد عمر، الإذاعات الإقليمية ، مصر، دار الفكر العربي، ب ط، 1993

27. يسرى دعيبس ، السياحة ، الملتقى المصري للإبداع والتنمية - القاهرة ، 2001

ثانيا: مذكرات

28. احمد لشهب ، السياسة السياحية في الجزائر من 1962 إلى 1982 رسالة ماجستير جامعة الجزائر 1987

29. أوأش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية ، أطروحة دكتوراه ، 2003

30. بومطشة نوال، ترتيب الأولويات في أخبار الإذاعات المحلية - إذاعة أم البواقي أنموذجا- دراسة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال بجامعة العربي بن مهدي بأم البواقي سنة 2014

31. حفيظة سنوسي، الإذاعات المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال، 1996

32. هشام عكوباش، الإعلام المحلي، الاستخدامات والاشباعات، جمهور إذاعة سطيف المحلية أنموذجا، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنة، الجزائر، 2009-2010

ثالثا: المجالات

33. برضيك عبد الناصر، "التراث المعماري بالجنوب المغربي"، مجلة كان، دورية الكترونية ربع سنوية، عدد6، ديسمبر 2009

34. جميل نسيمة، الانفتاح على الاعلام السياحي، مجلة التدوين، العدد الثامن، ديسمبر 2016، جامعة وهران

زعموم مهدي، الصحافة الإقليمية ، المجلة الجزائرية للاتصال ، الجزائر، العدد18 يناير، جوان 2004

الملاحق

الجنس

ذكر

أنثى

السن

من 18 إلى 25 سنة

من 26 إلى 30 سنة

من 31 إلى 40 سنة

أكثر من 40 سنة

المستوى التعليمي

ثانوي

ليسانس

ماجستير

دكتوراه

عدد سنوات الاستماع للإذاعة

من سنة إلى سنتين

من 3 إلى 4 سنوات

أكثر من 4 سنوات

هل تجد سهولة في استعمال الإذاعة المحلية كوسيلة اعلام؟

نعم

لا

هل تستمع للإذاعة بشكل يومي؟

نعم

لا

هل تحرص على استماع الاخبار التي تبثها الإذاعة عن الوجهات السياحية؟

نعم

لا

الملاحق

هل تساعدك الإذاعة المحلية في التعرف على المواقع والمقاصد؟

نعم

لا

هل تثق بالمعلومات التي تقدمها الإذاعة المحلية حول الوجهات السياحية؟

نعم

لا

هل تستعمل الإذاعة كوسيلة للحصول على معلومات حول وجهات سياحية؟

نعم

لا

هل الإذاعة المحلية تعزز رغبتك في التوجه نحو المقاصد السياحية؟

نعم

لا

هل تعتبر الإذاعة وسيلة فعالة في تنمية القدرات السياحية؟

نعم

لا

هل تعتبر الإذاعة وسيلة هامة في اكتشاف وجهات سياحية جديدة؟

نعم

لا

هل الإذاعة المحلية تقدم وجهات سياحية محلية فقط؟

نعم

لا

هل اهتمت الإذاعة بنقل الأحداث عن السياحة؟

نعم

لا

هل توجد برامج سياحية أثرية؟

نعم

لا

هل خصصت الإذاعة برامج سياحية أثناء فترة الحج والعمرة؟

نعم

لا

هل تشارك الإذاعة مستمعيها برامج في وقت الاصطياف؟

نعم

لا

هل تهتم الإذاعة بتنوع الوجهات السياحية؟

نعم

لا

هل تستعمل الإذاعة كوسيلة للحصول على معلومات حول وجهات سياحية؟

نعم

لا

هل تعتبر الإذاعة وسيلة هامة في اكتشاف مناطق أثرية؟

نعم

لا

هل تستعمل الإذاعة كوسيلة للحصول على معلومات حول وجهات سياحية وطنية؟

نعم

لا

ملخص الدراسة

الملخص:

السياحة نشاط إنساني، واقتصادي، واجتماعي، وهي قوة فاعلة تؤثر على حياة المجتمعات التي يشتغلونها حاليًا، تحتل مساحة كبيرة في حياة الأفراد والدولة، وتعمل جاهدة على تحقيق التنمية السياحية من خلال العناصر التي تتوفر عليها الولاية باعتبارها واحدة من وسائل التنمية والتطوير، ويتحقق ذلك من خلال مساهمة وسائل الإعلام، والتي تعتبر وسيلة إعلام تهدف إلى فعالية التحول والتغيير على مستويات متعددة، حيث تلقى الراديو او الاذاعة قدرا كبيرا من الاهتمام بقضايا التنمية في الدولة من خلال البرامج الإذاعية التي تعمل بجد لزيادة الوعي الثقافي ومخاطبة الجمهور بالتنمية.

إذن الإعلام المحلي والإذاعة المحلية هما عين الواقع الذي يرى تطور المجتمعات.

*الكلمات المفتاحية: الإعلام المحلي - الإذاعة المحلية - السياحة - التنمية السياحية.

Abstract:

Tourism is a human, economic and social activity, and it is an effective force that affects the lives of the communities in which they are currently working. Through the contribution of the media, which is a media that aims at the effectiveness of transformation and change on multiple levels, where radio or radio received a great deal of attention to development issues in the country through radio programs that work hard to raise cultural awareness and address the public with development.

Therefore, the local media and the local radio are the eyes of the reality that sees the development of societies.

* **Keywords:** local media - local radio - tourism - tourism development.