



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي



كلية العلوم الاجتماعية والانسانية قسم العلوم الإنسانية

## مساهمة الاعلام الجوّاري في نشر الثقافة السياحية لدى النساء دراسة ميدانية المرأة الماكثة في البيت

مذكرة تخرّج مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإنسانية

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

اسمهان جبالي

إعداد الطالبات:

صفاء علال

عواطف عطية

الموسم الجامعي: 2021-2022م



# شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين تبارك وتعالى له الكمال وحده والصلاة والسلام  
على سيدنا محمد نبيه ورسوله الامين وعلى سير الانبياء والمرسلين أحمد  
الله تعالى الذي بارك لنا في إنهاء مذكرتنا هذه وأتقدم بمجزيل الشكر وخالص  
الامتنان للاستاذة المشرفة إجابي اسمها التي أشرفت على هذه المذكرة ولم  
تبخل علينا بنصائحها وتوجيهاتها القيمة وانتقاداتها الموضوعية.  
كما توجه بخالص الشكر لكل أساتذة العلوم الانسانية على المساعدة المعرفية  
التي قدموها لنا والكل من ساعدنا من قريب أو بعيد .  
وفي الأخير لا يسعنا الا أن ندعو الله عز وجل أن يرزقنا السداد  
والرشاد والعفاف والغنى وأن يجعلنا هداة مهتدين.

عطية عواطف

علال صفاء



## اهداء

أولئك الحمد ربي على كثير فضلك وجميل عطائك وجودك، الحمد لله ربي

ومهما حمدنا فلنستوفى حمدك والصلاة والسلام على من لا نبي بعده.

الذي ذلك الحرف اللامتناهي من الحب والرقه والحنان، التي يجنانها ارتوي ويدفئها احتमित،

وينورها اهتديت وبصرها اقتديت ولحقها ما وفيت، المزيشتهم اللسان نطقها، وترفر

العين من وحشتها، والتي كانت تمنى رؤيتي وأنا أحقق هذا النجاح، وشاء الله أن يأتي هذا

اليوم، أهدي هذا العمل الأمي الغالية على قلبي

إلدرعي الذي به احتमित، وفي الحياة به اقتديت، والذي شق لي بحر العلم والتعلم الممن

احترقت شموعه ليضيء لنا درب النجاح، ركيزة عمري، وصدر امانني وكبريائي وكرامتي، أبي

العزیز أطال الله في عمره.

المزيد كرهم القلب قبل ان يكتب القلم، الممن قاسموني حلول الحياة ومرها، تحت السقف

الواحد... اخوتي... اخواتي.

الاسندي وقوتي وملذي بعد الله الممن اظهر لي ما هو اجمل من الحياة زوجي العزيز.

الأغلى من في الكون وأجمل هدية ربانية حلت على قلبي ابن الغالي

إلى القلوب الطاهرة والنفوس البرية وعائلة الثانية: أهل زوجي حفظهم الله ورعاهم.

الكناكيت بيتنا: أنس، ریحانة، حنين، تاج الدين.

الأحسن من عرفني بهم القدر، الأصدقاء القدماء، وأصدقاء الدراسة. والكل ممن يدركهم

قلمي، أقول لهم بعدتم ولم يبعد عن القلب حبكم، واتم في الفؤاد حضور.

صفاء علال

## الاهداء

الحمد لله حمدًا كثيرًا طيبًا مباركًا فيه سبحانه لا تحصى ثناء عليك أنت كما اثنيت على  
نفسك خلقت فابدعت , واعطيت فافضت فلا حصر لنعمك ولا حدود لفضلك وصلّى الله  
وسلم على اشرف عبادك واكما خلقك خاتم الانبياء والمرسلين .....

ثم ارسل بقلبي لقلبي المربي الاول وعشقي الابدى وجودها حياة ودعوتها نجا واقدامها جنة  
امي يا وردا في العمر شذاه ..... يا كل الدنيا يا املتي انت الاخلاص ومعناه  
فانت عطاء من ربي فماذا ..... احيا لولاه ماذا اهديك من الدنيا قلبي ام عيني امه  
روحي انفاسي ام عمري ..... وكل قليل او اه ماذا اتذكر يا امي لا يوجد شيء انساه  
ما زال حنانك في خلدي ..... يعطيه سرورا يرعاه كم ليل سهرت في مرضي تبكي تنادي ربه  
الام بحار من خير البحر تدوم عطاياه اللهم امي لآخر لحظة من عمري حفظك الله ورعاك .  
ثم الى الصرخ العظيم الذي علمني الخلق الكريم ابي صاحب الفضل الكبير سندي وقوتي والحياة سعادتني  
واملي فخري الدائم حفظك الله ورعاك وسدد خطاك يا اجمل نعمة في الوجود .  
الجميع اخوتي اجاب في قلبه هناك اجمل من وجود اخوتي في حياتي هم نعمة من الله نلحنا اليهم وقت الضيق  
والضعف هم السعادة التي لا تنتهي از اخاك من يسمع معك ومن ينصير نفسه لينفكك ومن اذا ريب الزمان  
صدعك شئت فيك شملة ليجمعك ..... اللهم احفظ لي اخوتي وحقق جميع امانيهم  
وشكرا لاساتذتي الفاضلة على الدعم وحسن الخلق المشرفة اجابا لاسمهان . . . شكر خاص لاساتذ  
عبد الرحيم بوزيان الف شكر لك على مساعدتنا والاساتذ محمد البشير محمودي الف شكر وتقدير  
لكم على ثمة المساعدة على تعبكم حفظكم الله ورعاكم وشكرا لجميع اساتذة الاعلام سمعي بصري .....  
وفي الاخير نشكر تلك الصدقة التي تركتني رغم صعوبة الظروف وشكرا لكل خيبة امل . . . .

عواطف

## ملخص الدراسة:

سعت هذه الدراسة الى معرفة دور الاذاعة المحلية كوسيلة لنشر الثقافة السياحية لدى النساء الماكثات في البيت، اذ لا تزال الاذاعة المحلية محل اهتمام الكثير من النساء، نظرا لخصائصها الفريدة التي لم تستطع أي وسيلة الغاءها. ومن هنا انبثقت فكرة هذه الدراسة التي تبحث في دور المادة الاذاعية المحلية المقدمة للمستمعين نظرا لأهمية الإذاعات المحلية داخل المجتمع المحلي لمعرفة نشر الثقافة السياحية التي تبرز دور مهم لتطوير السياحة في العالم ومدى تأثيرها على المرأة الماكثة في البيت، كما ان هذه الدراسة موجهة للباحثين في مجال الاعلام الجوّاري لتنشيط السياحة من خلال توفير معلومات موثقة واحصاءات تطور من هذه الثقافة السياحية وتهدف الى توضيح اهمية الاعلام الجوّاري ودوره المؤثر في السياحة خاصة عند المرأة الماكثة في البيت.

## Sommaire

Cette étude est pour connaitre le rôle du radio local comme une moyen de diffuser la culture touristique pour les femmes qui restent à la maison ou le radio locale reste une chose importante dans une grande nombre des femmes à cause de leur bénéfique caractéristiques que aucune moyen capable de le annuler à travers de ca l'idée apparait , et qui cherche dans le module du radio locale présente au les auditeurs à cause de leur importance danse le société locale afin de connaitre la progression du culture , touristique qui présente une rôle important dans le développement du tourisme dans le monde

Et l'ampleur de son impact sur la femme qui reste à la maison en plus cette étude oriente vers les chercheurs dans le domaine des médias de proximité pour activer le tourisme à travers des

Informatise bien détermine et des statiques développe cette culture touristique, et pour objet d explique l'importance du média de proximité et leur rôle effectrice dans le tourisme, spécifient dans la femme qui reste à la maison.

## فهرس المحتويات

أ	شكر وتقدير .....
ب	اهداء .....
ج	الاهداء .....
د	ملخص الدراسة:.....
هـ	فهرس المحتويات.....
ح	فهرس الجداول :.....
ي	مقدمة .....
3	1-الإشكالية:.....
3	2-التساؤلات الفرعية: .....
3	3-أهداف الدراسة: .....
4	4-أهمية الدراسة:.....
4	5-تحديد المفاهيم: .....
5	*الاعلام السياحي: .....
5	-التعريف الاجرائي للإعلام السياحي:.....
6	6-صعوبات الدراسة:.....
6	الدراسات السابقة:.....
6	الدراسة الاولى: .....
7	النتائج: .....
7	اوجه التشابه والاختلاف بين الدراستين: .....
8	نظرية الدراسة:.....

## 10 ..... الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة.....

11 ..... نوع الدراسة:

11 ..... منهج الدراسة:

11 ..... ادوات جمع البيانات:

12 ..... الاستبيان:

12 ..... مجتمع البحث:

12 ..... عينة الدراسة:

## 14 ..... الفصل الثاني: ماهية الاعلام الجوّاري.....

15 ..... أولاً: ماهية الاعلام الجوّاري.....

15 ..... 01: مفهوم الاعلام الجوّاري:

16 ..... 02: خصائص الاعلام الجوّاري.....

17 ..... 03: اهمية الاعلام الجوّاري:

19 ..... ثانياً: عموميات على الثقافة السياحية.....

19 ..... 01: تعريف الثقافة السياحية:

20 ..... 02: دور الثقافة السياحية والوسائل المستخدمة من التطوير السياحي.....

21 ..... 03: مقومات نشر الثقافة السياحية:

24 ..... ثالثاً - علاقة الاعلام المسموع بالثقافة السياحية:

24 ..... 01- ماهية الاعلام السياحي:

26 ..... 2- خصائص الاعلام السياحي:

26 ..... 03- وظائف الاعلام السياحي:

## 29 ..... الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة.....

30 ..... 1- بيانات الشخصية.....

32 ..... المحور الأول : عادات وأنماط استماع الماكثات في البيت للإذاعة المحلية:

المحور الثاني: أساليب إذاعة المحلية التي تعتمدها في نشر الثقافة السياحية من وجهة نظر الماكثات في البيت .....	37
المحور الثالث: الإشباعات المحققة للماكثات في البيت من الإذاعة المحلية حول الثقافة السياحية.....	39
تحليل ومناقشة النتائج: .....	43
خاتمة.....	47
قائمة المصادر والمراجع.....	50
الملاحق .....	53

## فهرس الجداول :

- الجدول رقم01: توزيع أفراد العينة حسب العمر: ..... 30
- الجدول رقم02: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي: ..... 30
- الجدول رقم03: توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي: ..... 31
- الجدول رقم04: توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية: ..... 32
- الجدول رقم05: هل تستمعين للإذاعة المحلية: ..... 32
- الجدول رقم06: هل يكون استماعك للإذاعة عن طريق: ..... 33
- الجدول رقم07: يوضح المضامين التي تستمعين اليها: ..... 33
- الجدول رقم08: يوضح فترات استماعهن للإذاعة المحلية: ..... 34
- الجدول رقم09: يوضح الأماكن التي تستمعين فيها للإذاعة المحلية: ..... 35
- الجدول رقم10: هل تستمع كثيرا للإذاعة المحلية: ..... 35
- الجدول رقم11: هل تثق بالمعلومات التي تقدمها الإذاعة المحلية: ..... 36
- الجدول رقم12: مع من تستمعين للإذاعة المحلية: ..... 36
- الجدول رقم13: هل تحبذي اللقاءات المفتوحة مع المسؤولين والمختصين في  
السياحة: ..... 37
- الجدول رقم14: هل تكتفي المرأة الماكثة في البيت عند سماعها للإذاعة المحلية  
حول الوجهات السياحية: ..... 37
- الجدول رقم15: هل تمكنت الإذاعة المحلية في اقناع المرأة الماكثة في البيت حول  
الثقافة السياحية: ..... 38
- الجدول رقم16: مدة البرامج التي تبثها الإذاعة المحلية حول الثقافة السياحية: .. 38
- الجدول رقم17: يوضح درجة اهتمام المرأة الماكثة في البيت بالثقافة السياحية التي  
تبث من خلال الإذاعة المحلية: ..... 39
- الجدول رقم18: يوضح استفادة المرأة الماكثة في البيت من خلال استماعها للإذاعة  
المحلية في مجال السياحة: ..... 40
- الجدول رقم19: من خلال استماع المرأة الماكثة في البيت للإذاعة المحلية في مجال  
السياحة هل تغيرت نظرتها حول السياحة: ..... 40

الجدول رقم 20: هل قمتي بزيارة منطقة سياحية من خلال استماعك لها عبر الإذاعة

المحلية:..... 41

الجدول رقم 21: هل حققت الإذاعة المحلية للمرأة الماكثة في البيت رصيد معرفي

حول الثقافة السياحية:..... 41

الجدول رقم 22: يوضح الفكرة التي اتخذتها المرأة الماكثة في البيت عند زيارتها

لمنطقة سياحية من خلال سماعها للإذاعة المحلية:..... 42

الجدول رقم 23: يوضح المقترحات حول زيادة نشر الثقافة السياحية:..... 42

# مقدمة

يعد الاعلام المحلي نوعا اعلاميا متخصصا يركز في مضمونه على المجتمعات المحلية من حيث تركيبها ولغتها وعاداتها وتقاليدها... , فهذا النوع الاعلامي يستهدف منطقة جغرافية محددة يشترك سكانها في مواصفاتهم الشخصية والاجتماعية فرغم التطور الكبير الذي عرفته تقنيات البث وانتشار الاقمار الصناعية وظهور الفضائيات والبث الرقمي، الا ان الحاجة للإعلام المحلي بقيت محافظة على مكانتها لدوافع معينة ترتكز اساسا حول العامل الجغرافي كما بإمكانه الوصول الى مختلف شرائح المجتمع المحلي ومخاطبته، حيث يستمد اهميته من خصائصه بحد ذاتها منها البيئة المحلية التي يخاطبها بهدف خدمتها والحفاظ على مميزاتها الاجتماعية وخصوصيتها الثقافية، وساهم الاعلام المحلي في تعزيز الامن الهويات في المجتمع باعتباره من اهم الاشكال الاعلامية، التي حظيت بها الدولة الجزائرية ولذلك عرف الاعلام المحلي المسموع في الجزائر تحولات عديدة مست جوانبه القانونية والمالية، بانتهاج لسياسة اعلامية تهدف الى تحقيق التغطية الشاملة للبلاد وتقديم برمجة عامة ومتنوعة تستجيب لمتطلبات المجتمعات المحلية، من خلال تشجيع الاذاعات المحلية ودعم التنوع الثقافي واللغوي من اجل المحافظة على الهوية الوطنية، حيث شهد تزايد عدد كبير في دور وسائل الاعلام واصبح لأنواعها المتعددة دورا واضح وملحوس وتأثير في حياة الافراد خاصة الاذاعة المحلية من خلال تنمية مستوى الوعي لديهم وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم سواء كان التأثير سلبا ام ايجابا، فهي اذاعة تستمد مادتها الاعلامية من الواقع الذي يعيشه المجتمع المحلي وتحاول معالجة قضايا ومشكلاته ومعايشة ظروفه من خلال تقديم خدمة جوارية تسعى لتلبية رغبات وحاجات المستمع ولتحقيق ذلك تنتوع برامج الاذاعات المحلية بما يتوافق مختلف مجالات الحياة اليومية للمواطن، منها الاجتماعية والاقتصادية والتربوية والثقافية تتخللها برامج ترفيهية ومنوعات تهدف الى تخفيف الضغط اليومي على المستمع، وتعد المضامين الثقافية من المضامين التي تخصص لها الاذاعات المحلية مساحات زمنية معتبرة لأنها من المضامين التي تساهم في تثقيف المجتمع المحلي وتعليمه ورفع مستوى تفكيره و ابداعه، اضافة الى ترسيخ قيم الانتماء والهوية الثقافية المحلية، ومع مرور السنوات تطورت الاذاعات المحلية تقنيا واعلاميا واستفادت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في تنوع منتجها الاعلامي وتطويره وابتكاره بما يتناسب مع التطورات الحاصلة في الساحة الاعلامية المحلية، والاذاعة المحلية كوسيلة اعلامية لها خصائصها ووظائفها المتعددة في المجتمع المحلي، ابرزها وظيفة

التثقيفية حيث تكشف من خلالها الخصائص الثقافية على المجتمع المحلي وتسلط الضوء على الموروث الثقافي والحضاري والتاريخي للمنطقة.

ومن هنا جاءت دراستنا لتبحث عن الاعلام المحلي ونشر ثقافته السياحية لدى المرأة الماكثة بالبيت، وفي محاولتنا هذه قسمنا الدراسة الى ثلاثة فصول،

الفصل الاول حول الإطار المنهجي والذي تناولنا فيه تحديد الموضوع انطلاقا من الاشكالية والتساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية وتحديد الاهداف وتحديد المصطلحات، ثم تبعنا بقية عناصر المنهجية من المنهج ومجتمع البحث والعينة واداة جمع البيانات.

اما في الفصل الثاني، حول الجانب النظري للدراسة وقمنا بتقسيمه الى ثلاثة عناصر العنصر الاول حول الاعلام المحلي الذي تناولنا فيه ماهية الاعلام المحلي واهميته ووظائفه اما العنصر الثاني حول الثقافة السياحية تناولنا فيه ماهية الثقافة السياحية ومقوماتها ودورها العنصر الثالث حول الاعلام السياحي الذي تناولنا فيه ماهية الاعلام السياحي وخصائصه ووظائفه

اما الفصل الثالث تطرقنا فيه الى الجانب الميداني للدراسة حول النساء الماكثات بالبيت.

## 1-الإشكالية:

يعتبر القطاع السياحي من اهم القطاعات الاقتصادية للبلدان الكبرى من الجانب الاقتصادي وخاصة من ناحية المداخل السنوية التي يجتنيها من السياح بشتى اشكالهم واختلافاتهم، وهذا ما جعل البلدان السياحية تركز على هذا المجال وتهتم به من كل الجوانب وخاصة في تكوين الافراد على مستوى كيفية معاملة السياح وجذبهم تحت إطار ما يسمى بالثقافة السياحية التي تسمح بتكوين الفرد من الناحية الاجتماعية الثقافية في كيفية تقبل السياح وضيافتهم واکرامهم وحسن معاملتهم. والتي ساهم الاعلام الجوّاري في نشرها والدور الذي يلعبه بحكم قربها الى المستمع في تشجيع وتنمية ثقافة السياحة من خلال أدوار الإذاعة الفعالة و إيجابيتها في جذب انتباه مستمعيها وجمهورها الخاص بها لأنها ذات شعبية كبيرة، لاعتمادها على حاسة السمع فقط دون غيرها من الوسائل الاتصالية الأخرى خاصة لدى النساء الماكثات في البيت من خلال سهولة الاستماع وعدم تضييع مشاغلها عند شغلها بالبيت، ومن هنا نطرح التساؤل العام كالاتي:

الى أي مدى ساهم الاعلام الجوّاري في نشر الثقافة السياحية لدى النساء الماكثات في البيت؟

## 2-التساؤلات الفرعية:

ويتفرع من التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية وهي:

-ما هي عادات وأنماط استماع الماكثات في البيت للإذاعة المحلية؟

-ما هي اساليب الاذاعة المحلية التي تعتمد عليها في نشر الثقافة السياحية من وجهة نظر

الماكثات في البيت؟

-فيما تكمن الاشباعات المحققة للماكثات في البيت من الاذاعة المحلية حول الثقافة

السياحية؟

## 3-أهداف الدراسة:

يهدف موضوع دراستنا الى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل في:

-ابرار أهمية الاعلام المحلي ودوره في نشر الثقافة السياحية لدى النساء الماكثات في

البيت.

-محاولة معرفة وتوضيح المعنى الحقيقي للثقافة السياحية من خلال الاعلام المحلي.

-العمل على خلق ثقافة سياحية لدى النساء الماكثات في البيت.

- ابراز واقع الاعلام المحلي وتطوير القطاع السياحي والاهتمام في مجالها.

- الكشف على مدى متابعة النساء الماكثات في البيت للثقافة السياحية.

#### 4- أهمية الدراسة:

تحتل الدراسة أهمية كبيرة، وذلك للاعتبارات التالية:

- الاعلام المحلي يعتبر أحد الحلقات المهمة في تشكيل الوعي السياحي في المجتمع.

- يلعب الاعلام دورا مهم في تنشيط الثقافة السياحية والتعرف بمقوماتها.

- ابراز الدور الذي يلعبه الاعلام المحلي لنشر الثقافة السياحية.

- تحقيق التنمية للقطاع السياحي عبر الاعلام المحلي عن طريق المرأة الماكثة في

البيت.

#### 5- تحديد المفاهيم:

##### \* الاعلام الجوّاري:

**لغة:** الاعلام هو الإبلاغ والإفادة لنقل معلومة لشخص ما وتأكيد درايته بها. أما الجوّاري

هو المختص بمنطقة او الإقليم أي عكس المركزية.

**اصطلاحا:** هو الذي يوجه الى شريحة من المجتمع ضمن نطاق جغرافي محدود عبر

وسائل الاعلام المختلفة.

##### -التعريف الاجرائي للإعلام الجوّاري:

هو نوع من الاعلام محدود النطاق يخص الاهتمام بمنطقة معينة ويتقرب أكثر من

المواطن المحلي، ليعبر عن انشغاله وهمومه ومتطلباته، يعرض عاداته وتقاليده ويهدف الى

حل الملفات العالقة والحيادية ويتعدى الاعلام الجوّاري الى الرفع من مستوى تعليمه وضمن

مشاركته فيكل البرامج المتاحة لفتح مجال الرأي.

##### \*الثقافة السياحية:

**لغة:** ان أصل كلمة الثقافة مستمدة من الفعل الثلاثي ثقف ويقراً بضم القاف وكسرهما.

وتوحي كلمة الثقافة في اللغة بعدة معاني ومنها الفطنة والذكاء والتهذيب وضبط العلم وسرعة

التعلم والسياحة يقصد بها الانتقال والمشى من موقع الى اخر، سواء في دولة معينة او إقليم

محدد او حول العالم من اجل الوصول الى حاجات معينة.

**اصطلاحاً:** هي امتلاك الفرد لقدر كاف من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والقيم والاتجاهات التي تشكل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكاً سياحياً رشيداً نحو كل المشتملات والمظاهر السياحية، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن والسياح.

#### -التعريف الاجرائي للثقافة السياحية:

هي مختلف التنقلات من محل الإقامة الى الأماكن والمناطق التي تتوفر على معالم تاريخية ونسق عمراني مميز بالإضافة الى المناطق المشهورة حيث يكون الدافع الرئيسي للسائح اشباع حسهم وتنمية معارفهم.

#### \*الاعلام السياحي:

**لغة:** الاعلام مصدر الفعل الرباعي المزيد "اعلم" ومجرد الثلاثي "علم" والعلم نقيض الجهل فالعلم هو الحصول على المعرفة بنقلها من ذهن لآخر او بنقلها من الواقع الى الذهن مباشرة وقد يدل العلم على المعرفة الاصلية التي لا تحتاج الى تجربة ولا الى نقل، والسياحي تعني ساح يسيح سوحاً وسياحاً، ويقال ساح في الأرض يسيح سياحة وسيوحاً وسيحاناً أي ذهب.

**اصطلاحاً:** هو مخاطبة الجماهير داخل البلاد وخارجها مخاطبة موضوعية وعقلية باستخدام عوامل الجذب والتشويق في تقديم المنتج السياحي بقصد اقناع الجمهور واثارة اهتمامه بأهمية السياحة وفوائدها للفرد وللدولة وتشجيعه على التعرف على المقومات السياحية.

#### -التعريف الاجرائي للإعلام السياحي:

جهد اعلامي بالدرجة الأولى يهدف الى تقديم خدمة معلوماتية صحيحة عما يتعلق بالمجال السياحي والمعلومات السياحية، وبالتالي فتركيز الاعلام السياحي بالدرجة الأولى يكون موجهاً لتقديم المعلومات المتكاملة على المزار او المنطقة السياحية وتوضيح كافة المعلومات المتعلقة به من حيث مواصفات هذا المكان او الصور الموضحة له وتقديم المعلومات المفيدة للزائر من حيث الموقع وكيفية الوصول اليه والخدمات المتوفرة فيه واسعارها وكيفية الحصول عليها.

## 6- صعوبات الدراسة:

لا تخلو أي دراسة علمية من صعوبات يواجهها الباحث في بحثه التي تساهم في تأخير العمل، ومن بين الصعوبات التي واجهتنا في دراستنا نجد:

- ضيق المدة الزمنية لإجراء واعداد موضوع بحثنا.
- تزامن دراستنا مع الوضع الصحي الذي يشهده العالم وبلادنا "جائحة كورونا".
- صعوبة الحصول على المعلومات لإفادتها في الجانب الميداني للدراسة.

## الدراسات السابقة:

تعتبر مرحلة اطلاع الباحث على الدراسات التي سبقت بحثه مرحلة هامة في عملية البحث العلمي، لأنه ذلك يجنبه التكرار ويمكنه من تقادي اخطاء الاخرين وقد يسمح ذلك بفهم موضوع بحثه واختيار طرق وعناصر منهجية أفضل لدراسته.

## الدراسة الاولى:

دراسة طالبين هدى بلمتوك وعز الدين حمميد بعنوان " دور الاعلام المحلي في الترويج للوجهات السياحية " دراسة حالة ولاية جيجل، مذكرة استكمالاً لمتطلبات لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق سياحي وفندقي، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل لسنة 2018/ 2017.

تهدف الدراسة الى معرفة دور الاعلام المحلي في الترويج للوجهات السياحية ومدى نجاح هذه المهمة في الكشف عن مدى متابعة السياح لوسائل الاعلام المحلية، وحيث تم تلخيص ذلك في التساؤلات الفرعية الآتية:

ما المقصود بالإعلام المحلي وماهي اهم وسائله؟

ماهي الوجة السياحية وكيف يتم الترويج لها عن طريق الاعلام السياحي؟

ما مدى مساهمة مختلف وسائل الاعلام المحلية في الترويج السياحي بولاية جيجل؟

ولقد اعتمدا الطالبين على المنهج الوصفي في الجانب النظري والمنهج التحليلي في الجانب التطبيقي ومنهج دراسة الحالة مستخدمين في ذلك الاداة المخصصة للدراسة والمتمثلة في الاستبيان.

**النتائج:**

وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

ابرز الدور الذي يلعبه الاعلام السياحي في الترويج للوجهات السياحية.

التعرف على مدى متابعة السياح لوسائل الاعلام المحلي.

توضيح مكانة الترويج للوجهات السياحية في التعريف بالخدمات السياحية، وأنها تحتاج

الى الترويج لمعرفتها ونقل المعلومات عنها للجمهور السياحي.

**اوجه التشابه والاختلاف بين الدراستين:****1/ اوجه التشابه:**

كلاهما يعتمدان على نفس المنهج.

كلاهما يمثلان نفس الاداة.

يمثلان تشابه في العنوان حيث ان عنوان دراستنا مثل مساهمة الاعلام الجوّاري لنشر

الثقافة السياحية لدى النساء والدراسة الثانية دور الاعلام المحلي لترويج السياحة.

**2/ اوجه الاختلاف:**

ان الدراسة الاولى دراسة حالة ميدانية حول المرأة الماكثة بالبيت ام الدراسة الثانية حول

حالة ولاية جيجل.

اختلاف في عدد الصفحات حيث الدراسة الاولى قل صفحات من الدراسة الثانية.

اختلاف على الطريقة المتبعة حيث ان الطريقة الاولى اعتمدنا طريقة امراد والطريقة

اعتمدا على الكلاسيكية.

**الدراسة الثانية:**

مقال بعنوان " دور الاعلام الجوّاري في نشر ثقافة سياحية الرياضية لدى الشباب دراسة

حالة اذاعة البويرة المحلية " للكاتب عبد الله لونس سنة 2014/12/01.

ويهدف هذا المقال الى التعرف على الدور الذي يلعبه الاعلام خاصة الجوّاري واهميته

ودوره المؤثر في السياحة الداخلية خاصة في بعدها الرياضي محاولا كشف عن مواطن الضعف

للإعلام الجوّاري في البويرة، والتي لخصت في التساؤلات الفرعية التالية.

ما هو واقع الاعلام الجوّاري في نشر الثقافة السياحية الرياضية؟

كيف يؤثر الاعلام الجوّاري على البعد السياحي الرياضي؟  
 ما الدور الذي يلعبه الاعلام الجوّاري في تطوير الثقافة السياحة لدى الشباب؟  
 اما من الناحية المنهجية لقد اعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي قد تم تحديد مجتمع الدراسة حالة اذاعة البويرة المحلية.

النتائج التي توصل هذا المقال:

تشجيع وتنمية الثقافة السياحية ذات الطابع الرياضي.  
 توفير معلومات موثقة واحصاءات تطور من الثقافة السياحية.  
 جلب اهتمامات ورغبات الشباب من اجل ممارسة النشاط الرياضي.

**اوجه التشابه والاختلاف بين الدراستين:**

**اوجه التشابه:**

كلاهما يدرسان الاعلام الجوّاري والثقافة السياحية.

كلاهما يستخدمان نفس المنهج.

**اوجه الاختلاف:**

يختلفان في دراسة الميدانية الدراسة الاولى تدرس النساء الماكثات بالبيت والثانية تدرس حالة اذاعة البويرة المحلية، الدراسة الاولى تمثل مذكرة ام الدراسة الثانية تمثل مقال

**نظرية الدراسة:**

تهتم هذه الدراسة بنظرية الاستخدامات والإشباع وتعني النظرية باختصار تعرض الجمهور لمواد اعلامية لإشباع رغبات معينة استجابة لدوافع الحاجات، وورد مساعد المحيا تعريفا اصطلاحيا لمفهوم النظرية على انها ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية او كلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم الوسيلة ويتعرض لتلك المادة، كما انها افتقار الفرد او شعوره بنقص في شي ما يحقق تواجهه والحاجة قد تكون فسيولوجية او نفسية وذكر ان الدافع هو حالة فسيولوجية او نفسية توجه الفرد الى الاتزان النفسي.<sup>1</sup>

1 هيثم هادي الهيني، الاعلام السياسي والاعخبار في الفضائيات، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2008، ص140.

وترجع بداية الاهتمام بدراسة الاشباعات المحققة للجمهور من استخدام وسائل الاعلام الى الاربعينيات ومن هذه الدراسات هرت زوج 1942 حول الاشباعات المحققة ودراسة بيرلسون حول وظائف قراءة الصحف وقد استطاع الياهو كاتز 1959 أن يطور مدخل الاستخدامات والاشباعات من خلال تحويل مسار أهداف بحوث الاعلام من معرفة التأثيرات الاقناعية لوسائل الاعلام الى ماذا يفعل الجمهور، وجاء أول تطبيق عملي لمدخل الاستخدامات والاشباعات في الدراسات الاعلامية على يد ريموند باير في الستينات وذلك في مقالاته العلمية المنشورة عام 1964 في مجلة (The American psychologist)، لعرض فكرة أن الناس تستخدم وسائل الاعلام الجماهيرية ومحتواها لإشباع رغبات معينة لديهم.<sup>1</sup>

1ممدوح السيد عبد الهادي شتلي، نظرية الاستخدامات والاشباعات، موقع بوابة علم الاجتماع، د ط، 2020، ص 2.

# الفصل الأول : الإطار المنهجي

لدراسة

**نوع الدراسة:**

تتنمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التي تهدف الى رصد وتوصيف وتفسير، كما انها تقارن وتقيم بقصد الوصول الى تقييمات ذات معنى بقصد التبصير بتلك الظاهرة.<sup>1</sup>

**منهج الدراسة:**

للقيام بدراسة علمية نحتاج الى المنهج الذي نسير عليه من اجل الوصول الى نتائج لاكتشاف الحقائق او لتحقيق الهدف قصد الوصول اليه من اعداد البحث، وقد عرف المنهج بانه اسلوب او الطريقة الواقعية التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحثه او في دراسة لمشكلة موضوع البحث.

وتتدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية، حيث تهدف البحوث الوصفية الى تصوير وتقويم خصائص معينة او دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة او موقف او مجموعة من الناس او الاحداث او الاوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في اسبابها او التحكم فيها.

الكثير من بحوث الاعلام تصنف ضمن البحوث الوصفية مثلما هو الحال لدراستنا، اذ ان نوعية البحث هي التي تفرض نوع المنهج الذي يجب استخدامه. فإننا نسعى من خلال وسيلة الاعلام ألا وهي الاذاعة المحلية الى التعرف على نشر الثقافة السياحية والتي توجه الى النساء الماكثات في البيت، وبما ان موضوع بحثنا ينصب في دراسة الاعلام الجوّاري ونشر الثقافة السياحية لدى النساء الماكثات في البيت، سنعتمد على المنهج الوصفي اذ يعد ملائماً لهذه الدراسات.<sup>2</sup>

**ادوات جمع البيانات:**

ان دقة أي دراسة تتوقف الى حد كبير على اختيار ادوات المناسبة والتي تتماشى مع الموضوع وامكانيات الباحث للحصول على البيانات والمعطيات التي تخدم اهداف الدراسة وطبيعة دراستنا تتطلب منا الاعتماد على عدة ادوات للإلمام بالموضوع، ولهذا الغرض فان

1 فتيحة بن ورخو وليلى رزيق: استخدام المرأة الماكثة في البيت الاشباعات المحققة منه، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018/2017، ص19.

2 أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، بحوث الاعلام والاتصال، القاهرة، ص116.

دراستنا هذه تطلب منا الاعتماد على الاداة بهدف الوصول الى نتائج دقيقة وموضوعية وهي استمارة الاستبيان.

### الاستبيان:

يعد الاستبيان من أكثر الوسائل استخداما للحصول على معلومات وبيانات من الافراد ويرجع ذلك لأسباب عديدة منها ان الاستبيان اقتصادي نسبيا ويمكن ارساله الى اشخاص في مناطق بعيدة، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث.

وتعرف استمارة الاستبيان بانها مجموعة من الاسئلة المرتبة حول موضوع يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد او يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على اجوبة الاسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل الى حقائق جديدة عن الموضوع او التأكد بالمعلومات المتعارف عليها.<sup>1</sup>

### مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث بانه مجموعة عناصر له خاصية او عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الاخرى والتي يجري عليها البحث او التفسير ومجتمع بحثنا هو النساء الماكثات بالبيت.<sup>2</sup>

### عينة الدراسة:

تعرف العينة الجزء الذي يمثل المجتمع الاصيلي او النموذج الذي يجري الباحث مجمل ومحور عمله عليه، وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا. وتعرف العينة ايضا في البحث العلمي بانها النموذج الذي يشمل جانبا او جزءا من وحدات المجتمع الاصيلي المعني بالبحث المتمثل له، حيث تحمل صفات مشتركة وهذا النموذج الاصيلي لان دراسته تشكل صعوبة تتعلق اساسا بعدد الوحدات الذي يعد ضروريا لهذا النوع. وفي دراستنا هذه اعتمدنا على عينة البحث وفق لدى النساء الماكثات في البيت كعينة عمدية قصدية للبحث التي تخدم موضوع دراستنا وتجيب على الاسئلة المطروحة.

1 أحمد مرسلبي: مرجع سابق، ص202.

2 موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصبه للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص298.

في حين ان الباحث "رشدي طعيمة" يعرفها بقوله: العينة القصدية هي العينة التي يختارها الباحث عن قصد وتحديد مسبق في ضوء اهداف بحثه.<sup>1</sup>

---

1 مقني اسماء: دور الاعلام المحلي في التقليل من حوادث المرور، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015/2014، ص 7.

## الفصل الثاني: ماهية الاعلام الجوّاري

01: مفهوم الاعلام الجوّاري

02: خصائص الاعلام الجوّاري

03: اهمية الاعلام الجوّاري:

أولاً: ماهية الاعلام الجوّاري

01: مفهوم الاعلام الجوّاري:

تترجم كلمة local الفرنسية ب المحلي، وتترجم كلمة région ب منطقة او اقليم او قطر او ناحية، وتترجم الكلمة الانجليزية local - بالمحلية، اما كلمة région فتترجم ب المنطقة، وفي الادبيات الاعلامية المغربية تترجم كلمة région ب الجهوي.

ويتداخل مفهوم المحلية مع الجهوية ومع الاقليمية بسبب اختلاف الاستخدامات لهذه المفردات الثلاث، والتداخل بين المحلي والجهوي جعل المصطلحين يحملان معنى واحدا ويختلف المفهوم الاقليمي باختلاف التقسيم الاداري لكل قطر كما تختلف مفاهيم المحلية والجهوية باختلاف النظام السياسي.

ويقول عبد المجيد شكري بان \*ايف دو لاهاي\* قد وضع بعض المعايير التي تساعد على تشخيص ما هو المحلي، ومنها انه يشغل محليا وتترتب عليه نتيجة محلية، إذا يكتسب البعد الجغرافي اهمية في تحيد معايير الاعلام المحلي انطلاقا من القرب وتقلص المسافة بين المرسل والمتلقي.

وهناك اجماع على ان الاعلام المحلي يخضع للتقسيم الاداري لكل قطر عربي، فهناك من يسميه الاعلام المحلي وهناك من يسميه الاعلام الجهوي او الجوّاري وهناك من يسميه الاعلام الاقليمي.<sup>1</sup>

هو الاعلام الذي يخرج من منظمة جغرافية محددة، ويوجه الى سكان هذه المنطقة الذين تربطهم روابط النشأة واللغة واللهجة والظروف المشتركة، ويكرس اهتمامه بشؤون هذه المنطقة ومشاكلها واخبارها بحيث يصبح مرآة صادقة لكل ما تحمله هذه المنطقة على ان ينتج وينشر او يبث داخل هذه المنطقة.

كما انه يخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من النواحي الجغرافية والاقتصادية والاجتماعية، مجتمع له خصائصه البيئية والاقتصادية والثقافية المتميزة على ان تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الارسل المحلي<sup>2</sup>

1 جمال كانون؛ الاعلام المحلي ودوره في تشكل وتعزيز مقومات الهوية الوطنية الجزائرية، ملتقى وطني حول إشكالية

الهوية بين التأويل والفهم العقلاني، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، د ط، ص 3

2 طارق سيد أحمد الخليفي، الإعلام المحلي في عصر المعلومات دار النهضة العربية 2010، د ط، ص 22.

ويعرف الاعلام المحلي بأنه اعلام يركز من خلال الوسائل المختلفة كالصحف والاذاعات وقنوات التلفزة على الشأن المحلي الداخلي ويعني بشكل رئيسي، بتلبية الاحتياجات الاعلامية للمواطنين والمقيمين في مختلف المناطق داخل حدود الدولة.<sup>1</sup>

## 02: خصائص الاعلام الجوّاري

وتتمثل الخصائص الاعلام الجوّاري فيما يلي:

الاعلام المحلي محدود النطاق: ان وسائل الاعلام المحلية تبت رسائلها في مناطق صغيرة تمثل طبقات محلية او كيانات صغرى مقارنة بالمناطق الكبيرة التي تستهدف الوسائل الجماهيرية المركزية او الاقليمية في تغطيتها، وقد تتمثل في هذه المجتمعات المحلية في مدينة صغيرة او مجموعة مناطق تمثل فيما بينها مجتمعا محليا له خصوصيته، وقد تقتصر في بعض الاحيان على حي من الاحياء او منطقة وجيزة  
كما في هذه الخاصية تجعل الاعلام المحلي محدود الانتشار من حيث المكان وما يمكنه من متابعة الاحداث المحلية فور وقوعها وفي موقعها.<sup>2</sup>

**2. الاعلام المحلي انعكاس واقعي لثقافة مجتمعه:** فهو انعكاس حقيقي لبيئته التي ينبع منها وهو موجه الى سكان هذه البيئة بقيمهم وعاداتهم وتراثهم فيكون معبرا عن قيمهم وعاداتهم وتقاليدهم التي تشكل مضمونه ومحتواه

**3. الاعلام المحلي يستهدف خدمة احتياجات مجتمعه:** فهو موجه اساسا لخدمة احتياجات او تلبية حاجات سكان المجتمع المحلي مناقشا قضاياهم ومشكلاتهم مقترحا الحلول التي تناسبه.

1 هدى بلمتلوك وعزالدين حميد؛ دور الاعلام المحلي في الترويج للوجهات السياحية (دراسة حالة ولاية جيجل)، مذكرة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل- د ط، 2018/2017، ص21.

2 ايمان بن قادي وميلودة داو الحاج؛ دور الاعلام المحلي في التعريف بالتراث الثقافي الصحراوي (تراث الهيل بتيميمون نموذجاً)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الصحافة الالكترونية والمطبوعة، جامعة احمد دراية ادرار، 2021/2020، ص24

4. الاعلام المحلي يحقق التفاعل والمشاركة: ان تفاعل الجمهور ومشاركته في وسائل الاعلام المحلية تجعل الاعلام المحلي يقترب من المفهوم الانساني للاتصال الذي يعني تفاعلا ومشاركة وليس نقلا من مصدر الى اخر.

✓ كما في ذلك إطار عرض القضايا المحلية ومناقشتها ومحاولة ايجاد حلول لها من خلال اتاحة الفرصة الكاملة لكل مواطن في المجتمع المحلي للتعبير عن رايه وايضا مناقشة المسؤولين والقيادات المحلية في كافة الامور والقضايا والمشكلات الخاصة بمجتمعهم.

✓ ان القائمين بالاتصال في هذه القنوات والشبكات المحلية يكونون في الغالب من ابناء المنطقة ويعايشون مشاكلهم واحتياجاتهم الاعلامية، فهم أكثر ادراكا للقيم والعادات والتقاليد السائدة ولديهم الرغبة بالنهوض بمجتمعهم المحلي بحكم الانتماء اليه.

✓ -ينفرد الانتاج الاعلامي المسموع والمرئي بانه يصاغ باللهجة المحلية للمجتمع المحلي الذي يخدمه مما يجعل المتلقي يشعر بانه من يحدثه فرد من افراد اهله مما يدفعه لان يتجاوب معه ويقنتع بوجهة نظره ويتبنى ما يدعوه اليه<sup>1</sup>

### 03: اهمية الاعلام الجوّاري:

يمكن ابراز الاهمية فيما يلي:

✓ . هي وسائل معدلة ليستخدمها المجتمع المحلي لاي غرض يقرره حيث يحصل من خلالها اعضاء المحلي على المعلومات والتسلية حينما يرغبون في ذلك.

✓ . هي وسائل اعلام تهتم بأغراض واهداف المشاركين في المجتمع المحلي كالمخططين والمنتجين.

✓ . هي وسائل تعبر عن المجتمع المحلي أكثر من كونها وسائل تعبيرية من اجله

✓ . هو المصدر الاساسي للقادة السياسيين الدبلوماسيين وكل من لهم صلة بالعملية السياسية في المجتمع

✓ . يعد مصدرا مهما من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع

✓ . تقوم ببناء المجتمعات وفي مساهمة في تشكيل ملامح المجتمع.

1 ايمان بن قادي وميلودة داو الحاج؛ مرجع سابق، ص25

✓ . الاعلام المحلي هو اساس الاعلام التنموي الذي يقوم على التواصل المباشر بين المجتمع المحلي ومسؤوليه، ويقوم بحوار بناء وصريح بين مختلف المؤسسات المحلية والسكان المحلي.

✓ . الاعلام المحلي يعتبر مرآة لبيئة المواطن في المجتمع المحلي الذي يعيش فيه، تعكس له صورة هو جزء منها فهو يعمل ان يكون الفرد ليس فقط مستفيدا من الخدمات، ولكن مساهما بشكل فعال في المحافظة على سلامة مفردات المجتمع.<sup>1</sup>

✓ . الاعلام المحلي يعتبر كعامل مساعد للإعلام المركزي ويسد النقص في اداء وسائل الاعلام المركزية عن طريق معالجة الموضوعات المحلية التي تهم الناس بصورة مباشرة.

-يعد مصدر مهم من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير في المتلقين المختلفين المتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والاكاديمية والاجتماعية.

-تقوم بعملية بناء المجتمعات وفي المساهمة في تشكيل ملامح المجتمع.

-تشكيل الراي العام وخاصة عندما تكون الصورة غير واضحة.

-هو المصدر الاساسي للقادة السياسيين والدبلوماسيين وكل من لهم صلة بالعملية السياسية في المجتمع.

-وسائل الاعلام المحلية عادة تخدم مناطق اقل في المساحة مما تخدمها الوسائل القومية واسعة الانتشار ومن ثم لا تحتاج الوسيلة الى انتشار بالقدر الذي يتيح تغطية الجمهور المستهدف فحيث تركز وسائل الاعلام القومية على ما هو عام فان الاعلام المحلي يتميز بقدرته على التخصيص وبقرب رسائله من واقع الجماهير ومشكلاتها في المجتمعات المحلية.

-يعتبر كقوة حضارية تساعد في بناء المجتمع عن طريق الشرح والتفسير والتبسيط للمعلومات ونقل الثقافة والمعرفة بطريقة مفهومة وشيقة لمساعدة الناس على القيام بأدوارهم الجديدة، مع قدرته على التعبير عن احتياجاتهم واتجاهاتهم.

1 نورالدين عيش ومصباح فنور؛ دور الاعلام المحلي في اختيار السائح للوجهة السياحية (دراسة حالة ولاية جيجل)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، د،

-يحقق الاعلام المحلي ديمقراطية الاتصال على المجتمع المحلي الذي يخدمه وذلك عن طريق ان يكون لكل فرد من هذا المجتمع نصيب في المشاركة في كتابتهم وابداعاتهم، فالإعلان المحلي أقدر من الاعلام المركزي على تحقيق هذا الامر لبناء هذا المجتمع المحلي.<sup>1</sup>

### ثانيا: عموميات على الثقافة السياحية

#### 01: تعريف الثقافة السياحية:

قبل توضيح معنى الثقافة السياحية وجب علينا الاشارة الى مفهوم السياحة بصفة عامة بحيث، هي تنقل الناس بشكل مؤقت الى مناطق واماكن خارج محل سكنهم او اعمالهم المعتادة والنشاطات الذين يقومون بها خلال الاقامة في تلك الاماكن والوسائل المستعملة توفر اشباع حاجاتهم

وفي حين تعرف الثقافة السياحية بانها كل نشاط استجمام دافعة الرئيسي البحث عن المعرفة والانفعالات من خلال العمل على اكتشاف التراث على غرار المدن والمعالم التاريخية والمباني الدينية والحدائق او تراث روجي مثل الحفلات التقليدية والتقاليد المحلية والوطنية. وفي تعريف اخر اعتبرت السياحة الثقافية تلك الحركة التي تهدف الى التعرف على الحضارات القديمة وزيارة الاماكن ذات الماضي والتاريخ الهام بالإضافة الى اقامة الندوات والدورات والمسابقات الثقافية والمعارض، ذلك فهي تجتذب نوعيات معينة من السياح الذين يرغبون في اشباع رغبة المعرفة وزيادة معلوماتهم.<sup>2</sup>

كما هي امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم، التي تشكل في موجبها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو المظاهر السياحية وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والاماكن السياحية والسياح

1 نورالدين عيش ومصباح فنور؛ مرجع سابق، ص18

2 فتحة قرارية، السياحة الثقافية، يوتوبيا للنشر والتوزيع، د ط، 2020، ص19.

وتعتبر عن كيفية التعامل بين السائح وزوار المدن والبلدان وكيفية التجول والقيام برحلات السياحة، ومعرفة الحقوق والواجبات سواء في الفنادق او شركات طيران او شركات السياحة التي نتعامل معها.<sup>1</sup>

ومن خلال التعريف السابقة يمكن القول ان السياحة الثقافية هي مختلف التنقلات من محل الإقامة الى الاماكن والمناطق التي تتوفر على معالم تاريخية ونسق عمراني مميز بالإضافة الى المناطق المشهورة بالمهرجانات الثقافية والحفلات الفنية حيث يكون الدافع الرئيسي للسياح اشباع حسهم الفني والثقافي وتنمية معارفهم.<sup>2</sup>

## 02: دور الثقافة السياحية والوسائل المستخدمة من التطوير السياحي

### اولا: دور الثقافة السياحية: يتمثل في

- تساهم السياحة في بناء العمراني والاقتصادي للبلدان واظهار مكوناتها السياحية، عن طريق التعريف بالأثر والمواقع السياحية والثقافية والدينية والترفيهية.
- تتطلب السياحة التعامل مع ضيوف وسياح البلد بصدق والادب والترحاب لإعطاء الانطباع الحسن عن نفسها اولا وعن بلدانها بشكل عام.
- السياحة مهمة للفرد لأنها توفر له عند ازدهارها فرص العمل والتقدم الوظيفي، مثل العمل كمرشدين سياحيين وكأساتذة لتدريس المنهاج السياحية.
- توفر فرصة التعارف الثقافي ما بين الشعوب وحتى من مظاهرهم وسلوكياتهم.
- تدفع بالتنمية الاقليمية لكل بلد الى الامام من خلال تطوير مؤهلاته الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والبشرية قطاعاته الاقتصادية ومهنه وصناعاته التقليدية.
- جلب المستثمرين الى مختلف مرافق السياحة والقطاعات المصاحبة لها، وجلب العملة الصعبة التي تمكن البلدان من القيام بتسديد مشترياتهما من الخارج على أحسن وجه.

1 إبراهيم الخليل بن عزة؛ استخدام وسائل الاتصال الجديدة في المؤسسات السياحية ودوره في تنمية الثقافة السياحية (دراسة حالة المؤسسات السياحية لولاية الشلف)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، د ط، 2014/2015، ص67

2 إبراهيم الخليل بن عزة؛ مرجع نفسه، ص68.

-تساهم في بناء شخصية الفرد الثقافية وفتح افاق تطلعه الى ما وراء حدود مدينته وبلده وتجعله يحس بأهمية تعلم اللغات وفوائدها، حيث انها تعد مفاتيح الثقافة السياحية.<sup>1</sup>

ثانيا: الوسائل المستخدمة لتطوير السياحة:

-تثقيف السياح: ويتم ذلك من خلال استخدام وسائل الاعلان والترويج والاهتمام بإصدار النشرات، الكتيبات الخرائط السياحية والسفر، الشركات السياحية ومكاتب السياحة الوطنية والعمل على توزيعها على السياح عند دولهم البلاد عن طريق المطارات الموانئ ومراكز الحدود البرية.

-تثقيف العاملين بالسياحة: وذلك عن طريق ادخال العاملين بالسياحة في دورات تثقيفية وتعليمية لغرض اكتساب مهارات اكايدمية وفنية الى اطلاعهم على تجارب الدول المتقدمة في مجال السياحة.

-تثقيف مواطني البلد: وذلك عن طريق عقد الدورات والدراسات التي تبين للمواطنين اهمية السياحة والسياح ودور السياحة في تطوير الدولة ومدى استفادة المواطن العادي من السياحة، وان تتم هذه الندوات في وسائل الاعلام الرسمية وكذلك ادخال موارد سياحية ضمن المناهج التدريسية في المدارس والجامعات.<sup>2</sup>

### 03: مقومات نشر الثقافة السياحية:

لا شك ان النهوض بقطاع السياحة للمؤسسات وغرس الثقافة السياحية في أي مجتمع من المجتمعات البشرية يعتمد اساسا على تضافر جهود مجموعة من المؤسسات والتي نسيمها \*مؤسسات صناعة الوعي في المجتمع\* فهي وحدها القادرة على توجيه سلوكيات الافراد وفق قيم ومعايير معينة، فضلا عن تهيئتهم من الناحية المعرفية والعقائدية، فهي اذن المقومات الاساسية لنشر الثقافة السياحية في المجتمع.<sup>3</sup>

#### 1-الاسرة:

تعتبر الاسرة النواة الأولى والاساسية في بناء المجتمع وتربية افراده على القيم الإنسانية الفاضلة فهي المؤسسة التربوية الأولى التي تلقن الفرد الادبيات واخلاقيات التعامل والتعايش

1 السيد احمد مصطفى عمر؛ الاعلام المتخصص دراسة وتطبيق، ط2، 2002، ص195.

2 السيد احمد مصطفى عمر؛ مرجع نفسه، ص196

3 إبراهيم خليل بن عزة؛ مرجع سابق، ص72

مع الآخر، وأول من تحديد المعايير وتؤطر الافراد على ما ينبغي عليهم فعلهم او تركه، و لما كان ترسيخ الوعي السياحي ويقتضي ترسيخ قيم تجعل من الفرد متفتحا ومتسامحا ومتقبلا للآخر فانه من الواجب على الاسرة تهيئة افرادها (معرفيا ووجدانيا) لقيم التواصل والتسامح وثقافة الاختلاف والاعتراف وان تزرع فيهم حب الاطلاع والسفر والفضول الإيجابي والتعايش مع مختلف الحضارات والثقافات والأديان فهي اذن مؤسسة تربوية وظيفتها اكساب الفرد لمهارات التعامل مع السائحين والمؤسسات السياحية والمتجمعات المضيفة لهم، اذا كانوا سياحا وكذلك حسن الاستقبال وتنمية السلوك الحضاري بالحفاظ على ممتلكات والمكاسب السياحية.

## 2-المؤسسات التربوية والتعليمية:

يقصد بالمؤسسات التربوية والتعليمية مختلف المؤسسات المكلفة بالتربية والتعليم في أي دولة من رياض الاطفال والمؤسسات التعليمية والجامعات والمعاهد والمدارس التكوينية..... الخ وهي مؤسسات فاعلة في صناعة وعي الافراد في المجتمع لأنها تسهم في توجيه ثقافتهم عن طريق البرامج التعليمية والمقررات التي تغذي التلاميذ والطلبة.

ان ترسيخ الثقافة والوعي السياحيين واجب على هذه المؤسسات القيام به نظرا لأهميتها وثقلها الكبير وكذلك قدرتها على التعبئة والتأثير ، فتقديم مادة علمية خصبة ومتنوعة وفنية ومثقلة بقيم انسانية كونية ، والحث على ضرورة التحلي بثقافة السياحة والتنقل والتبادل والتداول كفيل بغرس قيم ثقافية سياحية ، مادامت هذه الاخيرة تقتضي التحلي بقيم تقبل الآخر والرغبة في التعرف على ثقافته ابتغاء المتعة واشباع الفضول المعرفي ، وذلك هو الاساس الفكري والفلسفي العميق للثقافة السياحية كذلك يجب ان لا يقتصر دور الجامعات والمعاهد على اعداد.<sup>1</sup>

الاطارات السياحية فقط بل يجب ان يتعدى ذلك الى اعداد مواطنين مثقفين سياحيا ومتقبلين ومتهمين لأهدافها العميقة، وذلك بإدراجها في مناهجهم ومنظومتهم التي يدرسونها وكذلك ادراج السياحة والثقافة السياحية كمقاييس علمية للنقاش وتبادل الافكار حول هكذا مواضع من خلال متلفيات ومحاضرات وندوات وورشات تكوينية.....الخ.

1 إبراهيم الخليل بن عزة؛ مرجع نفسه، ص73

المؤسسات الدينية:

تلعب المؤسسات الدينية دورا كبيرا في المجتمعات البشرية عموما \* قد يتجاوز الدور الذي تلعبه مؤسسات صناعة الوعي الاخر \*، التي تبقى وضعية أي من صنع الانسان لذا لتعامل بالجدية والهيبة التي تعامل بها المؤسسة الدينية التي تحترم عقائديا لتعاليمها وسموها ، وذلك ما يعطيها اهمية بالغة في نشر الثقافة السياحية وتوجيهها ايجابا او سلبا وقدرتها على ضبط المعايير والقوانين والاحكام التي تحدد سلوكيات الناس وتصرفاتهم وفقا لما يقرره رجال الدين وحماة الذاكرة والتاريخ والتراث الديني، فاذا ما اسقطنا المعطيات السالفة على مفهوم الثقافة السياحية وترسيخها في المجتمع

نجد ان للمؤسسات الدينية من مساجد وزوايا وغيرها سلطة القاهرة ويد سحرية تسمح لها بزرع الثقافة أي كان نوعها بما في ذلك السياحية وتحبيبها وترغيبها بسهولة مقارنة بالمؤسسات الاخرى ، وذلك يتطلب فهما تاريخيا وعقلانيا لما تحتويه النصوص المقدسة من احكام والتحرر من المفاهيم القديمة لها ، فالاديان جوهرها ومقاصدها اخلاقي وقيمي فهي منظومات قيمية تدعو الى كل ما يذكي قيم التعارف والتسامح والتواصل بين بني البشر والسياحة في جوهرها تدعو الى ذلك ان فلا اختلاف بينهما والسبيل الوحيد لترسيخ الثقافة السياحية عبر المؤسسات الدينية هو تعليم الافراد واكسابهم ثقافة دينية انسانية وقيمية.

يؤكد الفكر \* تزييفي تانتو وروف \* لقد اثار الاقرار بكونية الانسان الرغبة في التعرف على مجتمعات اخرى غير تلك ولد فيها المرء، وبالطبع لم يكن بوسع الرحالة والعلماء الكف بين عشية وضحاها عن تقييم الشعوب النائية بمقاييس الثقافة التي ينتمون اليها ورغم ذلك نلاحظ ان فضولهم تيقظ وأصبحوا واعون بتعدد الصور التي يمكن ان تكون عليها الحضارة وشرعوا في تجميع اخبار ودراسات تحليله بين الشعوب الاخرى ستغير بمرور الزمن الفكرة التي يحملونها عن البشرية.

فمن خلال هذه الفكرة يتبين ان الوظيفة الأساسية للمؤسسة الدينية هي تعليم الافراد قيما كونية وهذا من شأنه ان يجعلهم أكثر تقبلا للأخر ويجنبهم الوقوع في شرك التعصب الديني ما ينتج رفض الاخر وبالتالي رفض السياحة جملة وتفصيلا.<sup>1</sup>

1 إبراهيم الخليل بن عزة؛ مرجع سابق، ص73.

لقد شجعت الأديان عموماً على السياحة والثقافة السياحية وضرورة التحلي بها واكتسابها، فالدين الإسلامي مثلاً يؤكد على ذلك ويربط حتى الجوانب الأخرى كالمعرفة والعلم بالسياحة والسفر، وليس على المؤسسات الدينية والمحسوبين عليها سوى تطبيق هذه التعاليم وقبل ذلك فهمها تاريخياً وفي سياقها بما يتمشى مع مقتضيات العصر، تم ترسيخها في أذهان الأفراد والذين يجدون فيها ملاذاً آمناً ومقدساً، فذلك أجدى من البهرج والاهتمام بالقشور التي غالباً ما تولد نقيض ما تسعى إليه السياحة من رفض للأخر، تعصب، تطرف..... الخ.

المؤسسات الإعلامية والاتصالية:

يلعب الإعلام دوراً فاعلاً في ترسيخ وتنمية الثقافة السياحية، فهو عبر وسائله التي شهدت تطوراً وانتشاراً كبيرين بإمكانه الوصول إلى أكبر قدر من الأفراد وفي أي وقت وباي وسيلة ويتجلى دوره في تقديم البرامج الثقافية المغذية للوعي السياحي والتي تحث عليه والتعريف بأهمية السياحة والتحلي بالثقافة السياحية والقيام بحملات توعية وتحسيس عبر وسائل الإعلام المختلفة وتخصيص قنوات وجرائد وإذاعات متخصصة في السياحة والقيام بدراسات وإحصائيات لفهم سلوك السائحين وكيفية التعامل معه.

وكذلك تلعب وسائل الاتصال الجديدة دوراً كبيراً وهاماً بما تتميز به من خصائص كالسرعة والتفاعل وذلك بإنشاء مواقع إلكترونية تفاعلية تختص بشؤون السياحة والسياح وضرورة التعامل الحسن مع السائح وإكرامه.

وبإمكان وسائل الإعلام استغلال تكنولوجيات الاتصال ووسائله المتعددة والجديدة في العديد من النشاطات ومن بينها السياحة وبرامج تنميتها وتنمية الثقافة السياحية.<sup>1</sup>

### ثالثاً - علاقة الاعلام المسموع بالثقافة السياحية:

#### 01- ماهية الاعلام السياحي:

يعتبر الاعلام السياحي الدليل المادي للصناعة السياحية من خلال وظيفته الأساسية وجوهرها هو التعريف بما يحتويه البلد من معالم سياحية سواء كانت طبيعية ام اثرية تاريخية ام فندقية او أي مظهر اخر او مجال من مجالات الجذب السياحي وذلك باستخدام كافو

1 إبراهيم الخليل بن عزة؛ مرجع سابق، ص 73

الوسائل الاعلامية والاتصالية المتطورة من افلام واعلانات قادرة على الجذب السياح الاجانب ومواطني البلد ،وبالتالي فالإعلام السياحي صفة لازمة ومحورية للصناعة السياحية ذلك بقدر ما للإعلام السياحي اثر ايجابي في الترويج السياحي، وبقدر ما هناك حاجة ملحة لدوره الفعال في عملية التنمية السياحية بقدر ما هناك حاجة ماسة للاستثمار ووسائله كافة وخاصة الاعلان المرئي اذ من خلال وسائل الاعلام المختلفة يستقي الفرد معلوماته والتي تصله عادة في شكل اخباري عن حقائق ومعلومات سياحية يتهم بها السائح، وتدفع شركات السياحة مقابل مادي عن الاخبار السياحية ذات الطابع الاعلاني عن برامجها السياحية او قد ما يهم جمهور الوسيلة الاعلانية السياحية وبشكل مباشر....

ويعرف الاعلام السياحي بانه مخاطبة الجمهور داخل البلاد وخارجها مخاطبة موضوعية وعقلية مستخدما عوامل الجذب والتشويق في تقديم المنتج السياحي بقصد اقناع الجمهور واثارة اهتمامه بأهمية السياحة وفوائدها للفرد والدولة، وتشجيعه على التعرف على المغريات السياحية ونشر الوعي السياحي وحسن معاملة السائحين.

ويعرف ايضا:بانه كافة الجهود الاعلامية الموضوعية وغير الشخصية والمبذولة من الجهات الرسمية او الغير رسمية لتحسين صورة السياحة والداعية الى اعداد ونقل رسالة او مجموعة من<sup>1</sup> الرسائل بهدف خلق وعي سياحي او تنمية الصورة السياحية لدولة ما او منطقة ما لدى اسواق و جماهير معينة باستخدام الوسائل الاعلامية بغرض اهتمام السائحين المرتقبين في تلك الاسواق سواء داخل البلاد او خارجها ودفعهم الى ممارسة النشاط السياحي، او هو مجموعة اوجه النشاط التي تقوم بها المؤسسات الاعلامية لتكوين قاعدة معرفية سياحية لدى الجمهور للتأثير في اتجاهاته وافكاره، ومن ثم التأثير في سلوكياته نحو السياحة لاجتذاب اكبر عدد ممكن من السائحين من داخل البلاد وخارجها عن طريق الاعلام المختلفة سواء كانت داخلية او خارجية، ويعرف كذلك على انه أحد اشكال الاعلام المتخصص ويمكننا تعريفه بانه كافة اوجه النشاط الاتصالية المخططة والمستمرة التي يمارسها اعلاميون متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والاخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا

1 بن قوة فتيحة وجبيل أسماء؛ الاعلام السياحي واقع وآفاق مديرية السياحة والصناعة التقليدية مدينة مستغانم نموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال سياحي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، د ط، 2016، 2015، ص39

والموضوعات والمشكلات ومجريات الامور المتعلقة بالسياحية بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل الاتصال المختلفة<sup>1</sup>.

## 2- خصائص الاعلام السياحي:

يركز الاعلام السياحي على التعريف بالتسهيلات السياحية التي تقدم للسائح ليتمتع بها عند قدومه للمقصد السياحي

ومن أبرز الخصائص الاعلام السياحي ما يلي:

الجاذبية والبساطة: أي تمكن الرسالة الاعلامية السياحية من جذب انتباه السائح، كما تتميز بالبساطة في عرضها للمعلومات التي يسهل استيعابها.

المصداقية مع الوضوح: تبني الرسالة على ارقام ومعلومات صادقة وواضحة يتأكد منها السائح عند قيامهم برحلات سياحية ولا يجدون اختلافا بين ماورد بها وبين الواقع.

التحفيز على التركيز: ان تستشير رغبات السائح من خلال التركيز على المميزات التي تنفرد بها الدولة المستضيفة.

التركيز مع التأثير: تنجح الرسائل الاعلامية السياحية إذا ذكرت السائح المحتملين بالمميزات السياحية لدى دولة ما بحيث تؤثر على اتخاذ قراريتها.

## 03- وظائف الاعلام السياحي:

يعد الاعلام السياحي من بين اهم ادوات التنمية السياحية بمختلف انواعها اذ انه المساهم الاول والمباشر في خلق تلك الثقافة السياحة في اوسط الجمهور عن طريق انتهاجه لسياسية اعلامية توعوية توجه السامع او القارئ او المشاهد في تبني سلوكيات تسهم في دفع عجلة التنمية السياحية الى الامام ومن بين الوظائف التي يقوم بها الاعلام السياحي ما يلي:

-الاخبار او الاعلام: الاخبار بصورة عامة وفقا لرؤية \*هارولد لا زويل \* تزويد الناس بالمعلومات والبيانات الدقيقة والموضوعية عن الاحداث والافكار والقضايا والظواهر والمشكلات

1 بن قوة فتحة وجيدل أسماء؛ مرجع سابق، ص40

الراهنة في المجتمع بشكل يساعدهم على تكوين مواقف محددة الاتجاه ما يحدث في مجتمعهم وفي عالمهم.<sup>1</sup>

وفي مجال الاعلام السياحي يعني تنمية وتزويد الجمهور بالأخبار الداخلية والخارجية والانشطة المختلفة التي تنمي معرفة المواطنين وتساعد على تنمية الوعي السياحي لديهم مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم ، ويعلمون على تقديمه في افضل صورة تجذب السياح من مختلف جهات العالم وتحثهم على المعاملة الطيبة للسائح وعدم مطاردته او التدخل في حياتهم وتحثهم على المحافظة على معالم الاثرية وعدم تشويه الاثار والمحافظة على نظافتها وصيانتها من اخطار التلوث ، اخبار الحقائق الى الجماهير وذلك بعد جمع المعلومات والانباء ومعالجتها وتحليلها ووضعها في الاطار المناسب ثم بثها مع القيام بالشرح والتفسير والتعليق.

**التفسير:** ويعني تزويد الجمهور سواء داخلي او خارجي بخلفيات وتفاصيل الاحداث والقضايا والمشكلات السياحية الراهنة وشرح جداول التنمية السياحية وعلى ان تقدم هذه المعلومات بطريقة مبسطة وخالية من تفاصيل العملية وبلغة مسهلة ومسيرة وبطريقة توظف الجمهور وتثير انتباهه وتنمي ذهنه للمشاركة في مناقشتها ولهذا يعتمد الاعلام السياحي في تفسيره على الاحداث والمشكلات على الراي المدعم بالدليل والبرهان والحقائق والارقام ويتجنب الالفاظ الضخمة الرنانة.

**التثقيف والتعليم:** فالإعلام السياحي من اهم وسائل التثقيف لما له من قدرة على التأثير في حياة الناس وطرق معيشتهم..... وعن طريق بث الافكار والقيم والمفاهيم والقيم والمعتقدات والمعلومات يمكن ان تتم عملية التوعية بقضايا التنمية السياحية وغيرها من القضايا ووضع الحلول لها من خلال اشكال الاتصال المختلفة.

**الاقناع:** وهو جهد اتصالي اعلامي مخطط ومدروس ويتم التأثير في الاخرين وتعديل معتقداتهم وقيمهم وميولهم من خلال الاستخدام المعتمد لوسائل الاعلام وذلك لدفع الجماهير الى مواقف ايجابية وفعال للسياحية وتحسين الصورة الذهنية للسياحة لدى الجماهير في كافة

1 مقدم لطيفة وعلائي الزاهة؛ الاعلام السياحي ودوره في تنشيط السياحة الصحراوية في الجزائر دراسة تحليل مضمون موقع جريدة السياحي الالكترونية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاعلام والاتصال جامعة احمد دراية

القطاعات وتدعيم الاعتقاد بأهميتها الثقافية والاجتماعية والاقتصادية... وتأكيد مدى الاستفادة المحققة من ازدهار السياحة ومن ناحية اخرى فان تحقيق الاقناع بعد من اهم الوظائف الاعلامية لدوره في تعميق مفهوم الوعي السياحي

نشر الثقافة: عن طريق عرض مجموعات القيم والمفاهيم والمعتقدات واساليب الحياة المختلفة للجمهور سواء كانت محلية او عالمية والسياحة في حقيقتها كظاهرة حضارية تعد اهم وسائل الاتصال الثقافي بين الامم والشعوب.....<sup>1</sup>.

1 مقدم لطيفة وعلائي الزاهة؛ مرجع سابق، 35

## الفصل الثالث: الاطار التطبيقي

للدّراسة

1- بيانات الشخصية

الجدول رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب العمر:

النسبة %	التكرار	السن
33%	33	من 17 الى 24
20%	20	من 24 الى 30
47%	47	من 30 فما فوق
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

يتضح من خلال توزيع أفراد العينة حسب العمر انه لا يوجد تقارب بين الفئات العمرية للنساء الماكثات في البيت، حيث أعلى نسبة بلغت 47% للفئة العمرية من 30 فما فوق سنة بما يمثل 47 فردا، تليها في المرتبة الثانية الفئة العمرية من 17 الى 24 سنة بما نسبته 33% أي ما يمثل 33 فردا، في حين بلغت عدد الماكثات في البيت التي بلغت أعمارهم من 24 الى 30 سنة بما يمثل نسبة 20% كمرتبة أخيرة، وعموما يمكن تفسير هذا التوزيع الى الرغبة في السياحة حسب المرحلة العمرية لدى الماكثات في البيت.

الجدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
21%	21	ابتدائي
26%	26	متوسط
23%	23	ثانوي
30%	30	جامعي
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

يتضح من خلال توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي أن أغلب افراد العينة لديهم مستوى جامعي وذلك بعدد قدره 30 مأكثة في البيت أي ما نسبته 30%، في حين بلغ الذين

مستواهم التعليمي ثانوي 23 ماكثة في البيت أي مانسبته 23%، أما بالنسبة للذين بلغ مستواهم التعليمي متوسط فقد كان عددهم 26 أي ما نسبته 26%، ونسبة 21% بالنسبة للمستوى الابتدائي أي ما يعادل 21 ماكثة في البيت، هذه الأرقام تشير الى أن الماكثات في البيت يتمتعون بمستوى تعليمي جيد وهذا ما سوف يجعل اجاباتهم على أسئلة الاستبيان أكثر موضوعية.

الجدول رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي:

النسبة %	التكرار	المستوى المعيشي
24%	24	جيد
67%	67	متوسط
9%	9	ضعيف
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

يتضح من خلال توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي أنه لا يوجد تقارب بينهم، حيث أن أعلى نسبة بلغت للمستوى المعيشي المتوسط بنسبة 67% بما يمثل 67 ماكثة في البيت، ثم تليها في المرتبة الثانية المستوى المعيشي الجيد بنسبة 24% بما يقابل 24 ماكثة في البيت، ونسبة 9% كمرتبة أخيرة للمستوى المعيشي الضعيف بما يمثل 9 ماكثات في البيت، وهذا يدل على أن أغلب الماكثات في البيت يتمتعن بمستوى معيشي متوسط.

الجدول رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية:

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
57%	57	متزوجة
6%	6	أرملة
3%	3	مطلقة
34%	34	عزباء
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

يتضح من خلال توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية أن أعلى نسبة 57% للمتزوجات بما يقابل 57 متزوجة، ثم تليها العزباء بنسبة 34% بما يمثل 34 عازبة، أما بالنسبة للمطلقة والارملة هناك انخفاض في نسبهم حيث أن نسبة الارملة تقدر ب6%، و المطلقة تقدر بنسبتهم 3%، وعموماً يمكن تفسير هذا التوزيع للمرأة المتزوجة وتعلقها بالاذاعة المحلية، وهذه اشارة الى ان الاذاعة المحلية مازالت تحظى بنسبة استماع عالية من طرف المتزوجات.

المحور الأول : عادات وانماط استماع الماكثات في البيت للإذاعة المحلية:

الجدول رقم 05: هل تستمعين للإذاعة المحلية:

النسبة %	التكرار	الإجابة
18%	18	دائماً
44%	44	أحياناً
38%	38	نادراً
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

كانت أكبر نسبة للذين أجابوا بأحياناً وهذا يمثل 44ماكثة في البيت بنسبتهم 44%، أما دائماً فيمثلها 18 ماکثة في البيت وهذا بنسبة 18%، أما الإجابة بنادراً فكانت 38 ونسبتها 38%.

نستنتج من النتائج السابقة أن أغلب أفراد العينة أحيانا يتابعون الإذاعة المحلية وهذا راجع ربما لان الإذاعة المحلية تشبع حاجاتهم بالإضافة انها تتناول موضوعات متنوعة ،وانها وسيلة متوفرة في كل مكان ويسهل التقاطها.

الجدول رقم 06: هل يكون استماعك للإذاعة عن طريق:

النسبة %	التكرار	الإجابة
57%	57	الصدفة
43%	43	عن قصد
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

من خلال الجدول نلاحظ أن الذين أجابوا عن طريق الصدفة هم 57ماكثة في البيت أي بنسبة 57%، والذين أجابوا عن قصد هم 43 ماکثة في البيت بنسبة 43%.

نستنتج من هذه النسب أن أفراد العينة أغلبهم يستمعون للإذاعة المحلية عن طريق الصدفة وهذا ربما راجع الى عدم توفر الوقت، أو المصالح أو عوامل أخرى، أما الذين يستمعون للإذاعة المحلية عن قصد فهم من يمتلكون سيارات وكذلك من يقنطون خارج المدينة.

الجدول رقم 07: يوضح المضامين التي تستمعين اليها:

النسبة %	التكرار	الإجابة
15%	15	نشرات
9%	9	برامج
62%	62	منوعات
14%	14	أخرى
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

من خلال الجدول نلاحظ أن أكثر من نصف العينة أي بنسبة 62% يستمعن الى المنوعات، وهناك تقارب مابين من يستمعن مضامين النشرات وأخرى وذلك بنسبة 15% و 14%، ونسبة 9% للذين يستمعن للبرامج.

من خلال النسب السابقة نستنتج أن الإذاعة المحلية من خلال مضامينها استطاعت بذلك تشخيص انشغالات الماكثات في البيت وذلك من خلال استماعهن للمنوعات بنسبة كبيرة.

الجدول رقم 08: يوضح فترات استماعهن للإذاعة المحلية:

النسبة%	التكرار	الإجابة
39%	39	صباحا
8%	8	مساء
3%	3	ليلا
50%	50	أوقات متفرقة
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أن الذين يستمعن للإذاعة المحلية عبر أوقات متفرقة هم الأكثر بنسبة 50% أي 50 مستمعة، ثم الذين يستمعن للإذاعة في الفترة الصباحية بنسبة 39%، أما نسبة 8% لمن يستمعن للإذاعة مساء، وتبقى أقل نسبة 3% لمن يستمعن ليلا. تفسر لنا هذه النتائج بأن هذا راجع الى ان الماكثات في البيت يستمعن للإذاعة وقت شغلهن صباحا في البيت بنسبة كبيرة، أما اللاتي يستمعن عبر أوقات متفرقة هذا راجع الى وجود وقت فراغ مما يسمح بقضاء مدة طويلة في الاستماع للمذيع وهذا للاستئناس بالبرامج والمنوعات.

الجدول رقم 09: يوضح الأماكن التي تستمعين فيها للإذاعة المحلية:

النسبة %	التكرار	الإجابة
67%	67	المنزل
3%	3	العمل
20%	20	السيارة
10%	10	أماكن أخرى
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

من خلال لغة الأرقام الواردة في الجدول رقم (09) والمتعلقة بالأماكن التي يستمع فيها للإذاعة المحلية خاصة وان هذه الأماكن مختلفة منها المنزل، العمل، السيارة، أماكن أخرى، حيث كشفت لنا الدراسة الميدانية أن نسبة الاستماع في المنزل هي أعلى نسبة حيث بلغت 67% وتليها نسبة الاستماع في السيارة بـ 20% ثم أماكن أخرى بنسبة 10%، والعمل بنسبة 3%، وهذا يدل بأن اغلب الماكثات يستمعن للإذاعة في المنزل لملى وقت فراغهن.

الجدول رقم 10: هل تستمع كثيرا للإذاعة المحلية:

النسبة %	التكرار	الإجابة
57%	57	قليلًا
27%	27	متوسط
16%	16	كثيرًا
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح نسب الماكثات في البيت على سماعهن للإذاعة المحلية، حيث يتضح أن أفراد عينتنا قليلا ما يستمعون على الإذاعة المحلية وذلك بنسبة 57%، ثم تليها متوسط بنسبة 27% وأخيرا أدنى نسبة 16% للذين مدمنون كثيرا.

الجدول رقم 11: هل تثق بالمعلومات التي تقدمها الإذاعة المحلية:

النسبة%	التكرار	الإجابة
49%	49	أحيانا
40%	40	دائما
11%	11	نادرا
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

من الجدول أعلاه يتضح أن الذين يثقون بالمعلومات التي تقدمها الإذاعة المحلية من وقت لآخر أي أحيانا هم الأغلبية وبلغت نسبتهم 49%، اما الذين يهتمون بصفة دائمة في المرتبة الثانية بنسبة 40% أما الذين نادرا ما يثقون فقد حظوا على أقل نسبة بلغت 11%.

الجدول رقم 12: مع من تستمعين للإذاعة المحلية:

النسبة%	التكرار	الإجابة
63%	63	الاسرة
31%	31	بمفردك
6%	6	الاصدقاء
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

من الجدول رقم 12 اتضح أن أعلى نسبة من أفراد العينة يفضلون الاستماع للإذاعة المحلية مع الاسرة وذلك بنسبة 63%، وفي المرتبة الثانية جاءت نسبة بمفردك تقدر ب 31% وأخيرا الذين يستمعون مع الأصدقاء بنسبة 6%، وهذا يشير الى أن أكثر من نصف العينة يستمعون للإذاعة مع اسرتهم.

المحور الثاني: أساليب إذاعة المحلية التي تعتمد في نشر الثقافة السياحية من وجهة نظر الماكثات في البيت

الجدول رقم 13: هل تحبزي اللقاءات المفتوحة مع المسؤولين والمختصين في السياحة:

النسبة%	التكرار	الإجابة
45%	45	نعم
55%	55	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أن اعلى نسبة كانت للذين اجابوا ب"لا" تقدر ب55% أما الذين يحبزون اللقاءات المفتوحة مع المسؤولين كانت نسبتهم 45%، ولكن أغلب الماكثات في البيت لا تحبذ اللقاءات المفتوحة مع المسؤولين المختصين في السياحة وهذا راجع لاسباب شخصية.

الجدول رقم 14: هل تكتفي المرأة الماكثة في البيت عند سماعها للإذاعة المحلية حول الوجهات السياحية:

النسبة%	التكرار	الإجابة
54%	54	نعم
46%	46	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

يظهر في الجدول نسبة نعم قدرت ب54%، أما لا كانت بنسبة 46%، وذلك لا يوجد اختلاف كبير بينهما، لان معظم الماكثات في البيت تكتفي عند سماعها للإذاعة حول السياحة لانها تزودها بمعلومات جديدة ومهمة.

الجدول رقم 15: هل تمكنت الإذاعة المحلية في اقناع المرأة الماكثة في البيت حول الثقافة السياحية:

النسبة%	التكرار	الاجابة
74%	74	نعم
26%	26	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

يبرز الجدول أعلاه أن نسبة 74% أجابوا بـ "نعم" ونسبة 26% أجابوا بـ "لا"، حيث أن أغلب الماكثات في البيت أقنعتهم الإذاعة المحلية حول موضوع الثقافة السياحية. الجدول رقم 16: مدة البرامج التي تبثها الإذاعة المحلية حول الثقافة السياحية:

النسبة%	التكرار	المدة
74%	74	ساعة
13%	13	ساعتين
13%	13	أكثر من ساعتين
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول ان مدة البرامج التي تبثها الإذاعة المحلية حول الثقافة السياحية لمدة ساعة هم الأكثر بنسبة 74% أي 74 ماكثة في البيت، ومدة ساعتين وأكثر من ساعتين هناك تساوي في نسبهم حيث قدرت بـ 13% وتفسر لنا هذه النتائج أن أغلب الماكثات في البيت يقضون ساعة في الاستماع للراديو من أجل الاستماع برامج حول الثقافة السياحية.

المحور الثالث: الإشباع المحققة للماكثات في البيت من الإذاعة المحلية حول الثقافة السياحية

الجدول رقم 17: يوضح درجة اهتمام المرأة الماكثة في البيت بالثقافة السياحية التي تبث من خلال الإذاعة المحلية:

النسبة %	التكرار	الاجابة
29%	29	كثيرا
56%	56	قليلا
15%	15	نادرا
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناءا على متغيرات الدراسة

يبرز الجدول أعلاه ان نسبة 56% تمثل غالبية المبحوثين الذين قليلا ما يهتمون بالثقافة السياحية التي تبث من خلال الإذاعة، ثم تليها نسبة 29% للذين يهتمون بها كثيرا وذلك لتأثرهم واهتمامهم بالثقافة السياحية، وتبقت نسبة 15% الذين نادرا ما يهتمون بالثقافة السياحة من خلال بث الإذاعة لها.

الجدول رقم 18: يوضح استفادة المرأة الماكثة في البيت من خلال استماعها للإذاعة المحلية في مجال السياحة:

النسبة %	التكرار	الاجابة
48%	48	كثيرا
43%	43	قليلا
9%	9	نادرا
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

يبرز لنا الجدول بأن هناك تقارب بين إجابات كثيرا وقليل حيث تقدر نسبة الذين أجابوا بكثير ب 48% وهي أعلى نسبة، أما الذين أجابوا بقليل تقدر ب 43%، فيما يرجع بنسبة 9% نادرا، ومن خلال هذه النسب نلاحظ أن اغلبية الماكثات في البيت مستفدين كثيرا من خلال الإذاعة في مجال السياحة.

الجدول رقم 19: من خلال استماع المرأة الماكثة في البيت للإذاعة المحلية في مجال السياحة هل تغيرت نظرتها حول السياحة:

النسبة %	التكرار	الاجابة
75%	75	نعم
25%	25	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

كشف لنا الجدول أعلاه أن نسبة 75% من الماكثات في البيت تغيرت نظرتهم حول السياحة من خلال استماعهن للإذاعة المحلية، و 25% لم تتغير نظرتهم، وهذا يدل على أن الإذاعة المحلية لها دور فعال من خلال بث برامجها حول السياحة.

الجدول رقم 20: هل قمتي بزيارة منطقة سياحية من خلال استماعك لها عبر الإذاعة المحلية:

النسبة %	التكرار	الاجابة
38%	38	نعم
62%	62	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 38% قاموا بمناطق سياحية من خلال استماعهم لها عبر الإذاعة المحلية، نسبة 62% لم يزوروا أي منطقة من خلال استماعهم عبر الإذاعة وهذا يمكن راجع لعدم قدرتهم على السفر.

الجدول رقم 21: هل حققت الإذاعة المحلية للمرأة الماكثة في البيت رصيد معرفي حول الثقافة السياحية:

النسبة %	التكرار	الاجابة
87%	87	نعم
13%	13	لا
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

يتضح من خلال الجدول أن اغلبية الماكثات في البيت حققت لهم الإذاعة المحلية رصيد معرفي كبير حيث الذين أجابوا ب "نعم" 87% ماكنة بنسبة 87%، أما الذين اجابوا ب "لا" 13 بنسبة 13%، وهذا دليل على ان الإذاعة المحلية زودت المرأة الماكثات في البيت بمعلومات جيدة من خلال برامجها في مجال السياحة.

الجدول رقم 22: يوضح الفكرة التي اتخذتها المرأة الماكثة في البيت عند زيارتها لمنطقة سياحية من خلال سماعها للإذاعة المحلية:

النسبة %	التكرار	الإجابة
50%	50	جيدة
41%	41	متوسطة
9%	9	ضعيفة
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 50% أجابوا بجيدة ثم تليها نسبة 41% أجابوا بمتوسطة، ثم تراجع بنسبة 9% للذين أجابوا بضعيفة، وهذا ما يبرز ان هناك تقارب بين الجيدة والمتوسطة وهذا يدل على ان المرأة الماكثة في البيت لديها فكرة لابس بها في مجال السياحة من خلال سماعها لها عبر الإذاعة المحلية.

الجدول رقم 23: يوضح المقترحات حول زيادة نشر الثقافة السياحية:

النسبة %	التكرار	الإجابة
25%	25	زيادة بث الإذاعة المحلية للسياحة
51%	51	محاولة الاهتمام أكثر بهذا المجال
24%	24	إضافة قنوات إعلامية أخرى تساهم في نشر الثقافة السياحية
100%	100	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على متغيرات الدراسة

يوضح لنا الجدول أن اغلبية النساء الماكثات في البيت يريدون محاولة الاهتمام اكثر بمجال السياحة وذلك بنسبة 51%، وهناك تقارب بين 24 و 25% للذين يريدون زيادة البث حول السياحة واطراف قنوات إعلامية أخرى تساهم في نشر الثقافة السياحية.

تحليل ومناقشة النتائج:

1-النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية

- اغلب افراد العينة تتراوح أعمارهم من 30 فما فوق.
- أغلب افراد العينة مستواهم التعليمي جامعي.
- أغلب افراد العينة مستواهم المعيشي متوسط.
- أغلب افراد العينة متزوجات.

2-النتائج الجزئية: النتائج في ضوء التساؤلات

1-النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الأول القائل: عادات وانماط استماع المرأة المأكثة في البيت للإذاعة.

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح لنا من خلال الجدول رقم 05 ان اغلبية المبحوثين الذين اجابوا أحيانا يستمعون للإذاعة المحلية بنسبة 44%

من خلال نتائج الجدول رقم 06 نلاحظ ان اغلبية المبحوثين يكون استماعهم للإذاعة المحلية عن طريق الصدفة بنسبة 57%

من خلال نتائج الجدول رقم 07 نلاحظ ان اغلبية المبحوثين يكون يستمعون الى المنوعات بنسبة 62%

من خلال نتائج الجدول رقم 08 توضح ان اغلبية المبحوثين يستمعون للإذاعة المحلية في فترات متفرقة فنجد من المبحوثين اجابوا ب أوقات متفرقة 50% من خلال نتائج الجدول رقم 09 نلاحظ ان اغلبية المبحوثين يستمعون للإذاعة المحلية في البيت بنسبة 67%

من خلال نتائج الجدول رقم 10 نجد ان اغلبية المبحوثين قليلا ما يستمعون للإذاعة المحلية بنسبة 57%

من خلال نتائج الجدول رقم 11 نجد ان اغلبية المبحوثين الـكين اجابوا أحيانا ما يتقون بالمعلومات التي تقدمها الإذاعة المحلية بنسبة 49 %

- من خلال نتائج الجدول رقم 12 نلاحظ ان اغلبية المبحوثين يستمعون للإذاعة المحلية مع الاسرة بنسبة 63%.

ومن خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الأول القائل: عادات وانماط استماع المرأة الماكثة بالبيت للإذاعة المحلية، والمتمثلة في متابعة المبحوثين للإذاعة المحلية بالإضافة الى تعرضهم أحيانا للإذاعة المحلية وتعرضهم لها عن طريق الصدفة، ثم الاستماع لمنوعات الإذاعة المحلية، ويكون فترات متفرقة خلال الأيام والاستماع يكون داخل المنزل، وقليلًا ما يستمعون للإذاعة المحلية، وأحيانا ما يثقون بالمعلومات التي تقدمها الإذاعة المحلية ويستمعون لها مع الأسرة.

## 2-النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الثاني القائل:

أساليب الإذاعة المحلية التي تعتمد عليها في نشر الثقافة السياحية من وجهة نظر المرأة الماكثة في البيت:

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح لنا:

-من خلال نتائج الجدول رقم 13 ان اغلبية المبحوثين لا يحبذون اللقاءات المفتوحة مع المسؤولين والمختصين في السياحة، فمنهم من أجابوا ب لا بنسبة 55%.

-من خلال نتائج الجدول رقم 14 أغلبية المبحوثين يكتفون عند سماع الإذاعة المحلية حول الوجهات السياحية بنسبة 54%.

-من خلال نتائج الجدول رقم 15 أن اغلبية المبحوثين تمكنت الإذاعة المحلية من اقناعهم حول الثقافة السياحية، حيث الذين اجابوا ب نعم بنسبة 74%.

-من خلال نتائج الجدول رقم 16 ان اغلبية المبحوثين مدة البرامج التي تبثها الإذاعة المحلية حول الثقافة السياحية اجابوا ساعة وذلك بنسبة 74%.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الثاني القائل: أساليب الإذاعة المحلية التي تعتمد عليها في نشر الثقافة السياحية من وجهة نظر المرأة الماكثة في البيت، وذلك من خلال الأساليب التي تعتمد عليها الإذاعة المحلية في نشر الثقافة السياحية من وجهة نظر المرأة الماكثة في البيت، ثم انهم لا يحبذون اللقاءات المفتوحة مع المسؤولين والمختصين في السياحة وهذا لأسباب شخصية حيث ان الإذاعة المحلية جعلتهم يكتفون عند سماعهم لها حول الوجهات السياحية، وتمكنت من اقناعهم حول الثقافة السياحية، وذلك من خلال مدة ساعة للبرامج التي تبثها الإذاعة المحلية حول الثقافة السياحية.

## 3-النتائج الجزئية للتساؤل الجزئي الثالث القائل:

الاشباعات المحققة للماكثات في البيت من الإذاعة المحلية حول الثقافة السياحية:

من خلال تحليلنا للاستمارة الموجهة لعينة الدراسة اتضح ان:

-من خلال نتائج الجدول رقم 17 ان اغلبية المبحوثين قليلا ما يهتمون بالثقافة السياحية

التي تبث من خلال الإذاعة المحلية حيث الذين اجابوا ب قليلا تقدر نسبتهم ب 56%.

-من خلال نتائج الجدول رقم 18 ان اغلبية المبحوثين استفادوا كثيرا من خلال استماعهم

للإذاعة المحلية في مجال السياحة، والذين اجابوا بأنهم استفادوا منها كثيرا بنسبة 48%.

من خلال نتائج الجدول رقم 19 ان اغلبية المبحوثين تغيرت نظرتهم حول السياحة من

خلال استماعهم لها عبر الإذاعة المحلية ، وذلك بنسبة 75%.

من خلال نتائج الجدول رقم 20 ان اغلبية المبحوثين لم يقوموا بزيارة مناطق سياحية

من خلال استماعهم لها عبر الإذاعة المحلية، حيث قدرت نسب الذين اجابوا لا 62%.

-من خلال نتائج الجدول رقم 21 ان اغلبية المبحوثين حققت لهم الإذاعة المحلية رصيد

معرفي حول الثقافة السياحية، حيث الذين اجابوا ب نعم قدرت نسبتهم ب 87%.

من خلال نتائج الجدول رقم 22 ان اغلبية المبحوثين اتخذوا فكرة جيدة عند زيارتهم

لمنطقة سياحية من خلال سماعهم لها عبر الإذاعة المحلية، حيث الذين اجابوا ب جيدة قدرت

نسبتهم ب 50%.

-من خلال نتائج الجدول رقم 23 ان اغلبية المبحوثين يقترحون محاولة الاهتمام أكثر

بمجال السياحة حيث قدرت نسبتهم ب 51%.

من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الجزئي الثالث القائل: الاشباعات المحققة

للماكثات في البيت من الإذاعة المحلية حول الثقافة السياحية، وذلك من خلال ان المبحوثين

قليلا ما يهتمون بالثقافة السياحية التي تبثها الإذاعة المحلية وعدم استجابتهم لها، ثم ان كثيرا

من المبحوثين استفادوا من خلال استماعهم للإذاعة المحلية وتزايد معلوماتهم في هذا المجال،

بالإضافة ان اغلبية المبحوثين تغيرت نظرتهم حول السياحة من خلال الإذاعة المحلية، و

اغليبتهم لم يقوموا بزيارة مناطق سياحية من خلال استماعهم لها عبر الإذاعة المحلية ، كما

ان هذه الأخيرة حققت لهم رصيد معرفي كبير، كما انهم اتخذوا فكرة جيدة عند زيارتهم لمنطقة

سياحية من خلال استماعهم لها عن طريق الإذاعة، ونلاحظ ان اغلبية المبحوثين يريدون الاهتمام اكثر بمجال السياحة.

# خاتمة

سعيًا من خلال هذه الدراسة إلى إبراز أهمية الإعلام الجوّاري ومساهمته في نشر الثقافة السياحية للنساء، كما يلعب الإعلام الجوّاري دور كبير في تنمية الوعي الثقافي للمرأة الماكثة في البيت ومن هنا يزداد وعيها الثقافي واكتساب خبرات جيدة ومدى استماعها لبرامج إذاعتها فهي تتأثر ببرامجها الثقافية المتنوعة.

كما تعد الإذاعة المحلية من أهم وسائل الإعلام المحلي التي تساهم في التنمية الشاملة بصفة وترقية الميدان السياحي خاصة حيث أصبح الإعلام المحلي عنها ضروري لتحقيق الثقافة السياحية، وتمثل السياحة من الصناعات الهامة إذ تعتبر نشاطًا يكمل بقية الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وتعمل على تبادل الثقافات والخبرات والمعلومات بين السياح.

والإعلام المحلي باعتباره وسيلة تواصل يبدو عنصراً لا بد من توظيفه في مرافقة النهوض بالمنتج السياحي إلى المستوى الذي يصبح فيه صناعة قائمة بذاتها، وحتى تتمكن الرسائل الإعلامية السياحية من أن تجد طريقها إلى التأثير على الصورة السياحية المدركة لدى النساء، لا بد من الاعتماد على الأسس العلمية والدراسات المستفيضة، ويرتبط الإعلام المحلي والثقافة السياحية بعلاقة وثيقة كبيرة، ومع ذلك لا يمكن المبالغة بإطلاق القول بأن الإعلام يصنع السياحة فالإعلام المحلي أولاً وأخيراً لا يمكن أن يؤدي دوراً بجهات أخرى مسؤولة عن الاستثمار والتنمية السياحية إلا أنه يساهم في نشر السياحة لدى المرأة الماكثة بالبيت. وفي الأخير توصلنا إلى النتائج الآتية:

- أن الإعلام المحلي مرآة لبيئة المواطن في المجتمع المحلي الذي يعيش فيه.
- مساهمة الإذاعة المحلية بشكل أساسي في المحافظة على المجتمع المحلي.
- دور الإعلام المحلي في كسب المواطنين للثقافة السياحية.
- اهتمام الثقافة السياحية في العديد من المجالات المختلفة لما لها من سمات إيجابية.
- الثقافة السياحية لها دور كبير في تبادل وانتقال ثقافات الشعوب.
- يهدف الإعلام السياحي إلى التعريف بعلاقة الثقافة السياحية والإذاعة المحلية.
- يسعى الإعلام السياحي إلى تحقيق كل المتطلبات التي تنشط الثقافة السياحية.
- تقديم موضوعات الإذاعة المحلية التي تهتم بها المرأة الماكثة بالبيت بطريقة جيدة لكسب أكبر عدد من المستمعين.

وبهدف الإجابة على هذه التساؤلات تم الاعتماد على المنهج الوصفي، الذي يعد مناسباً لطبيعة هذه الدراسة، واستخدمنا أداة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، ولقد ضمت الاستمارة تسعة عشر سؤال موزع على ثلاثة محاور، أما طريقة المعاينة قد اخترنا العينة القصدية وقد تم استطلاع آراء على عينة من النساء الماكثات في البيت ب مئة استمارة وبعد جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها، توصلت الدراسة الى اهم النتائج الآتية:

-لقد بينت الدراسة ان الاستماع للإذاعة المحلية لا يتم بصفة دائمة، حيث ان معظم المبحوثات يستمعن اليها أحيانا وان معظم الافراد المستمعين من النساء الماكثات في البيت يستمعون للإذاعة المحلية عبر أوقات متفرقة.

- بينت الدراسة ان اغلبية المبحوثين لا يحبذون اللقاءات المفتوحة مع المسؤولين والمختصين في السياحة، كما ان الإذاعة المحلية تمكنت من اقناعهم حول الثقافة السياحية.

-بينت الدراسة ان اغلبية المبحوثين استفادوا من خلال استماعهم للإذاعة المحلية في مجال السياحة، كما انهم اتخذوا فكرة جيدة عند زيارتهم لمناطق سياحية من خلال سماعهم لها عبر الإذاعة، وان اغليبتهم يريدون الاهتمام أكثر بمجال السياحة.

-

# قائمة المصادر والمراجع

**أولاً: الكتب**

- طارق سيد أحمد الخليفي، الاعلام المحلي في عصر المعلومات، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، 2010.
- فتيحة قرارية، السياحة الثقافية، يوتوبيا للنشر والتوزيع، د ط، 2020.
- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، بحوث الاعلام والاتصال، القاهرة. د ط، د س.
- السيد احمد مصطفى عمر، الاعلام المتخصص دراسة وتطبيق، ط2، 2002.
- ممدوح السيد عبد الهادي شتلي، نظرية الاستخدامات والاشباع، موقع بوابة علم الاجتماع، د ط، 2022.
- موريس أنجريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط2، 2006.
- هيثم هادي الهيني، الاعلام السياسي والايخبار في الفضائيات، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع.
- ثانياً: الدراسات العلمية:**

- ✓ ايمان بن قادي وميلودة داو الحاج، دور الاعلام المحلي بالتعريف بالتراث الثقافي الصحراوي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الصحافة الالكترونية والمطبوعة، جامعة احمد دراية، ادرار، 2021/2020
- ✓ -ابراهيم الخليل بن عزة، استخدام وسائل الاتصال الجديدة في المؤسسات السياحية ودوره في تنمية الثقافة السياحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015/2014
- ✓ -السياحية، مذكر لاستكمال لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2018/2017
- ✓ -اسماء مقني: دور الاعلام المحلي في التقليل من حوادث المرور، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015/2014

- ✓ جمال كانون، الاعلام المحلي ودوره في تشكل وتعزيز مقومات الهوية الوطنية الجزائرية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي.
- ✓ فتيحة بن قوة واسماء جيل، الاعلام السياحي واقع افاق مديرية السياحة والصناعة التقليدية، مستغانم، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال سياحي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2016/2015
- ✓ فتيحة بن ورخو وليلى رزيق: استخدام المرأة الماكثة في البيت الإشاعات المحققة منه، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018/2017
- ✓ لطيفة مقدم والزاهة علاني، الاعلام السياحي ودوره في تنشيط السياحة الصحراوية في الجزائر دراسة تحليل مضمون موقع جريدة السياحي الالكترونية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاعلام والاتصال، جامعة احمد دراية، ادرار، 2018/2017
- ✓ نورالدين عيش ومصباح فنور، دور الاعلام المحلي في اختيار السائح للوجهة السياحية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2020/2019

# الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي  
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية



قسم: العلوم الانسانية  
استمارة استبيان حول:

مساهمة الاعلام الجواري في نشر الثقافة السياحية لدى النساء  
دراسة ميدانية المرأة الماكثة بالبيت

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص : سمعي بصري

اشراف الاستاذة:

\*اجبالي اسمهان

اعداد:

عطية عواطف

علال صفاء

السؤال الرئيسي:

الى أي مدى ساهم الاعلام الجواري في نشر الثقافة السياحية لدى النساء الماكثات في البيت  
التساؤلات الفرعية:

- ماهي عادات وانماط استماع المرأة الماكثة بالبيت للإذاعة المحلية ؟
- ماهي اساليب الاذاعة المحلية التي تعتمد عليها في نشر الثقافة السياحية من وجهة نظر المرأة الماكثة بالبيت ؟
- فيما تكمن الاشباع المحققة للمرأة الماكثة بالبيت ن خلال الاذاعة المحلية ؟  
ضع العلامة × في الخانة المناسبة

اسم المحكم والامضاء

:

.....

السنة الجامعية 2022/2021

البيانات الشخصية :

1-النوع :

أنثى

ذكر



2-السن :

من 30 فما فوق

من 24 الى 30

من 17 الى 24




3-المستوى التعليمي :

جامعي

ثانوي

متوسط

إبتدائي





4-المستوى المعيشي :

ضعيف

متوسط

جيد




5-الحالة الإجتماعية :

عزباء

مطلقة

أرملة

متزوجة





المحور الأول: عادات وأنماط استماع الماكثات في البيت للإذاعة المحلية

1-هل تستمعين للإذاعة المحلية؟

نادرا

أحيانا

دائما

2-هل يكون استماعك للإذاعة المحلية عن طريق؟

عن قصد

الصدفة

3-ما هي المضامين التي تستمعين اليها؟

أخرى

منوعات

برامج

نشرات

4-ما هي الفترات التي تستمعين اليها للإذاعة المحلية؟

أوقات متفرقة

ليلا

مساء

صباحا

5-ما هي الأماكن التي تستمعين فيها للإذاعة المحلية؟

أماكن أخرى

السيارة

لعمل

المنزل

6-هل تستمع كثيرا للإذاعة المحلية؟

قليلًا  متوسط  كثيرا

7- هل تثق بالمعلومات التي تقدمها الإذاعة المحلية؟

أحيانا  دائما  نادرا

8- مع من تستمعين للإذاعة المحلية؟

الاسرة  مفردك  الأصدقاء

المحور الثاني: أساليب الإذاعة المحلية التي تعتمد عليها في نشر الثقافة

السياحية من وجهة نظر الماكثات في البيت:

9- هل تحبزي اللقاءات المفتوحة مع المسؤولين والمختصين في السياحة؟

نعم

10- هل تكتفي المرأة الماكثة في البيت عند سماعها للإذاعة المحلية

حول الوجهات السياحية؟

نعم

11- هل تمكنت الإذاعة المحلية في إقناع المرأة الماكثة في البيت حول الثقافة

السياحية؟

نعم

12- مدة البرامج التي تبثها الإذاعة المحلية حول الثقافة السياحية.

ساعة  ساعتين  أكثر من ساعتين

المحور الثالث: الاشباعات المحققة للماكثات في البيت من الإذاعة

المحلية حول الثقافة السياحية:

13- ما درجة اهتمام المرأة الماكثة في البيت بالثقافة السياحية التي تبث من خلال

الإذاعة المحلية؟

كثيرا  قليلا  نادرا

14- هل استفادت المرأة الماكثة في البيت من خلال استماعها للإذاعة المحلية في

مجال السياحة؟

كثيرا  قليلا  نادرا

15- من خلال استماع المرأة الماكثة في البيت للإذاعة المحلية في مجال الثقافة السياحية هل تغيرت نظرتها حول السياحة؟

نعم  لا

16- هل قمتي بزيارة منطقة سياحية من خلال استماعك لها عبر الإذاعة المحلية؟

نعم  لا

17- هل حققت الإذاعة المحلية للمرأة الماكثة في البيت رصيد معرفي حول الثقافة

السياحية؟

نعم  لا

18- ما هي الفكرة التي اتخذتها المرأة الماكثة في البيت عند زيارتها لمنطقة سياحية

من خلال سماعها للإذاعة المحلية؟

جيدة  متوسطة  ضعيفة

19- ما هي مقترحاتك حول زيادة نشر الثقافة السياحية؟

زيادة بث الإذاعة للسياحة المحلية

محاولة الاهتمام أكثر بهذا المجال

اضافة قنوات إعلامية أخرى تساهم في نشر الثقافة السياحي