

مساهمة الإذاعة المحلية في تعزيز القطاع السياحي

د. لزه زيف :جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي- الجزائر

أ. محمد ذيب : جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي- الجزائر

الملخص:

تهدف الورقة البحثية عن الكشف عن مدى أهمية الإذاعات المحلية في تعزيز القطاع السياحي والترويج له من خلال البرامج المتنوعة المقدمة والتي تسعى دائما لتحسين الصورة السياحية للجمهور سواء محلي أو خارجي وكذلك من كافة النشاطات الإعلامية المختلفة الإعلان والخرجات الميدانية التي تعرف بالمنتوج 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 دورًا هامًا في الترويج للقطاع السياحي وهي تساهم في التنمية المستدامة للبلد ونشر الوعي في الاهتمام بالسياحة لما لها أهمية كبيرة في النهوض بالقطاع الإقتصادي.

الكلمات المفتاحية: الإذاعة المحلية، الإعلام السياحي، السياحة، الإعلام

The contribution of local radio in the promotion of tourism sector

Abstract

The aim of the paper is to reveal the importance of local radio stations in promoting and promoting the tourism sector through the various programs offered, which are always seeking to improve the tourism image for the public both locally and abroad, as well as from The traditional industries and handicrafts, which are one of the most important factors of tourism at home, as The local radio plays a role in promoting the tourism sector and contributing to the sustainable development of the economy.

Keywords: local radio, tourist information, tourism, media.

مقدمة:

تعد وسائل الإعلام من أهم الوسائل التي تؤثر في الفرد والمجتمع وبشكل كبير فالإذاعة المحلية تلعب دورا هاما في التأثير على الجمهور، من خلال برامجها المتنوعة وبأسلوب ممتع ومشوق والتي تعتبر من أهم مواضيعها هي الترويج وتعزيز السياحة المحلية والنهوض بها من أجل تحقيق التنمية المستدامة في الوطن، والاهتمام بالتراث الثقافي الذي يعد من عناصر السياحة ونشر الوعي للجماهير من خلال الحفاظ على الموروث الثقافي وعدم الإنسلاخ عن ثقافتنا من خلال تعزيز السياحة المحلية والتعريف بكل ما يمثل هويتنا وذلك بالتعريف عنها من خلال القطاع السياحي من خلال المنشآت السياحية والوظائف السياحية داخل الوطن وتحسين الخدمات السياحية والاهتمام بالسياح مما يعود على الوطن بالمنفعة .

فالإذاعة المحلية هدفها المشاركة في التنمية وتفعيل القطاع السياحي وذلك من خلال التعريف بالخطط الاعلامية ومشاركتها مع الجماهير فأصبحت الاذاعة ضرورة ملحة لمثل هذه الامور، وعليه نطرح التساؤل التالي: كيف تلعب الاذاعات المحلية في تعزيز السياحة المحلية والترويج لها؟

يرتبط موضوع الورقة البحثية بمفاهيم عيدة لا بد من الإشارة إليها من خلال استعراضها وربطها بمحددات كالخصائص والأهداف وغيرها من الأمور التي يجب الإشارة إليها.

1 الإعلام: عرفه عبد الطيف حمزة بأنه " تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة او الحقائق الواضحة "،¹

كما عرفه حسين سمير " بأنه كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية ودون تحريف بما يؤدي إلى إنتاج أكبر درجة ممكنة من الوعي والمعرفة والإدراك والإحاطة الشاملة لفئات الجمهور للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا مما يسهم تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب للجمهور بالوقائع والموضوعات والمشكلات المختارة والمطروحة " ². بمعنى إن الإعلام هو نقل الإخبار ونشر المعلومات عبر وسائل الإعلام في موضوعات عديدة بصدق ومصداقية وبكل موضوعية مقدمة للجمهور. ويمتاز الإعلام بخصائص عديدة منها:

- تتسحب على الإعلام كافة مقومات الرسالة الاتصالية باعتباره نشاط إنساني.
- يمتاز بصفة الصدق والمصداقية والموضوعية في عرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة.
- انه تعبير موضوعي لعقلية الجمهور وروحه وميولاته.
- العمل على تنوير الأذهان وتثقيفها وتنوير الرأي العام من خلال التأثير الإيجابي.
- تزداد أهمية الإعلام كلما زاد المجتمع أكثر تعقيدا من خلال تركيبته والتقدم التكنولوجي وارتفاع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لأفراد المجتمع.³

2 الإذاعة:

أ - تعريفها: أنها الإذاعة المنتظم المقصود بواسطة المذيع لمواد إخبارية يؤكد على المادة المذاعة تكون من نفس

مجتمع الإذاعة بمختلف النظم الاجتماعية والثقافية والدينية والنشرات الإخبارية الخاصة بذلك المجتمع بحيث يكون هناك تأثير وتأثر بين أفراد المجتمع والبرامج المذاعة التي تبث وتلتقط من طرف المستمعين.⁴

ب لمحة تاريخية لظهور الإذاعة: ظهرت نتيجة الأبحاث المكثفة والمستمرة في حقل الكهرباء والمغناطيس من خلال

تنبؤات العالم الفيزيائي الاسكتلندي " جيمس ماكسويل " عام 1860 بوجود موجات كهرومغناطيسية وتم تطويرها

العالم الألماني "جينر يشهيرتز" من خلال التجارب التي أجراها من سنة 1885 حتى سنة 1888 حيث أثمرت

بوجود بث الذبذبات الصوتية وكانت عدة تطورات تاريخية إلى سنة 1920 عندما بدأت محطة kadka الأمريكية

إرسالها وقامت بنقل نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية في تلك السنة أما في الاتحاد السوفياتي فقد أذاع الزعيم

السوفياتي "لينين" رسائل مسموعة عقب إستلاء البلاشفة على السلطة عام 1917 ثم توالى ظهور الإذاعات في

عدة دول كبريطانيا ، فرنسا، ألمانيا، حتى وصل عدد محطات الإذاعة إلى 381 سنة 1927⁵.

ت - أنواع الإذاعات:

- إذاعات حكومية: وهي تابعة للدولة وتخضع لسلطتها وتمويلها الخاص وتشرف على مضمون المادة المذاعة مما يخدم أهدافها وهي موجودة غالبا في الدول النامية.
- إذاعات وطنية: وهي التي يكون إرسالها يغطي كامل تراب الوطن وتوجه برامجها إلى كافة الجمهور.
- إذاعات محلية: وهي موجهة إلى جمهور محلي يخص منطقة معينة أو مستهدفة تعرف بثقافة تلك المنطقة.⁶

ث خصائص الإذاعة:

- الإذاعة تختص بالكلمة الشفاهية المسموعة المطوقة التي لها سحر وقوتها الإيحائية.
- الكلام المذاع يصل الجمهور في أي مكان وزمان.
- يمكن تسجيل المادة المذاعة وتكرارها أكثر من مرة واكتسابها أكثر قوة.
- تدور الكلمة المذاعة أكثر من مرة حول العالم في الثانية الواحدة يمكن تدعيمها بالمؤثرات الصوتية والموسيقى.⁷

3 الإذاعة المحلية في الجزائر:

- أ - تعريفها: هي تلك الإذاعة التي تخص مجتمع معين محلي متناسق من خلال الناحية الجغرافية أو الاجتماعية ويحمل خصائص اقتصادية أو ثقافية ويتم تحديد الحدود إلى حد بلوغ الإرسال المحلي فباعتبار الإذاعة المحلية أنها وسيلة اتصال جماهيري ترتبط أساسا بمجتمع خاص محدد المعالم وهي التي تخاطب جمهور له مصلحة وله عاداته وتقاليده وتراثه الفكري والشعور بالانتماء لهذه الإذاعة.⁸

ب عوامل انتشار الإذاعات المحلية في الجزائر:

- يعود سبب انتشار الإذاعات المحلية في الجزائر إلى عدة عوامل هي:
- العامل الجغرافي: الذي يعتبر من أهم العوامل التي تؤثر في النظام الإذاعي في أي دولة.
- عامل اللغة: يعد هذا العامل من العوائق الكبيرة باختلاف اللغات واللهجات في الدولة ولهذا نشأت الإذاعة المحلية لتقضي على هذا العائق وتخاطب كل مجتمع بلغته.⁹
- المشاركة في التنمية المحلية: من خلال تقديم برامج تربوية وثقافية تعرف بالتراث الثقافي المحلي وتنمية الاقتصاد.

ت أهداف الإذاعة المحلية:

- تعزيز فضاءات حرية التعبير للرأي والرأي الآخر كمركز أساسي لحق الإنسان في التعبير عن أفكاره واتجاهاته.
- تنمية الوعي والحريات المدنية والسياسية العامة.
- الإسهام الفاعل بتنمية الوعي الهادف وتشكيله.
- تعزيز السياسة الإعلامية والتعريف بالهوية الحضارية للمجتمع والتعريف بثقافته وتقاليده والمحافظة عليها من خلال البرامج الإخبارية والثقافية للحفاظ على الموروث الثقافي للمنطقة.
- الاهتمام بقضايا الشباب وإبداعاتهم ومواهبهم الاجتماعية والعلمية إنشاء نوع من الاستقرار الداخلي.
- مناقشة قضايا المجتمع المحلي في كل المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية وإبراز دور السلطة المحلية في ذلك.¹⁰

ث وظائف الإذاعة المحلية:

- الوظيفة الإخبارية: تقوم الإذاعة بدور الإعلام ونقل الأخبار ونشرها للجمهور وتزويدهم بأكبر قدر ممكن من المعلومات ومتابعة مجريات الأحداث على الصعيد المحلي والعالمي.
- الوظيفة التربوية التعليمية: في تقدم مواضيع تعليمية للجمهور من خلال تعليمهم اللغة ومن خلال برامج تربوية موجه لهم من أجل تحسين المستوى العلمي والثقافي.
- الوظيفة التثقيفية: تقوم على نفل الأفكار والمعلومات التي تحفظ ثقافة المجتمع ونشر المعلومات الدينية والفنية بهدف الحفاظ على التراث والتطور الثقافي من خلال توسيع آفاق الفرد وإشاعته.
- الوظيفة الترفيهية: من خلال المستوى الحضاري والثقافي الذي يتميز به كل مجتمع من خلال التسلية والتطور الثقافي¹¹.

4 السياحة:

- أ - **تعريفها:** هي إقامة مجموعة من الأجانب لفترة معينة في بلد معين وهي نشاط شديد الحساسية نتيجة للعوامل السياسية والسيطرة الحكومية وتدخل الحكومات من ناحية، ونتيجة للعنصر الإنساني عنصرا أساسيا في النشاط السياحي بمعنى انه لكي يستمر النشاط السياحي مرة أخرى فلا بد من الإنسان السائح أن يعود إلى بلاده سالما آمنا مما يشكل حساسية خاصة لهذا القطاع. كما يعرفها الدكتور محمد عصام المصري بأنها: "وحدة تتكون من أجزاء وأنظمة فرعية تتداخل وتتبادل العلاقات فيما بينها، ويعتمد كل منها على الآخر بشكل متكامل لتحقيق أهداف النظام السياحي الذي يشمل عدة أنظمة فرعية: السياح، الأجهزة الرسمية، المنشآت السياحية المشتركة في تقديم الخدمة أو توصيلها للسائح، بالإضافة إلى الجماهير المختلفة التي لها ارتباط وتأثير على بعض الأنشطة الفرعية، وكذلك البيئة الخارجية التي تتمثل في العوامل الخارجية الخارجة عن نطاق تحكم أجهزة السياحة الرسمية ومنشآتها والرقابة عليها محدودة، فالسياحة تخضع لعدة عوامل فربما تكون العلاقات التي تترتب على السفر والإقامة المؤقتة أو الانتقال من مكان لآخر رغبة في التعرف على الحضارة والتطور الطبيعي التاريخي، أو رغبة في التنزه والاستمتاع بالمناظر الطبيعية وسحرها، إذن هي نشاط إنساني نابع من الفرد رغبة شخصية منه في التمتع بكل مايفيده"¹².
- ب - **أهميتها:**

- الأهمية الاقتصادية: أصبحت السياحة ميدانا للتنافس الشديد بين الدول نظرا لقدرة تأثيرها على اقتصاد الدول وخاصة الدول النامية التي تعاني من نقص ملحوظ في النقد الأجنبي وفي نقص الاستثمارات ونقص الموارد الباطنية، ونقص المدخرات لتلبية الحاجيات، ولا شك أن الوعي الكامل بأهمية دور السياحة الاقتصادية يعتمد عليها كقطاع أساسي للنهوض بالاقتصاد والأمن المالي، حيث أعلن المجلس العالمي للسفر والسياحة أصبحت أضخم صناعة في العالم من صناعة السيارات والصلب والالكترونيات فقد تعدى مدخولها أكثر من ثلاثة تريليون دولار أمريكي وتوفير اليد العاملة في هذا المجال مما يسهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- الأهمية السياسية: تتضح الأهمية في تعامل الدول مع بعضها البعض من خلال تسيير الرحلات العلمية العملية والاجتماعية والزيارات السياحية المتبادلة بينهم، ولعبت الحركة السياحية دورا هاما في العلاقات الدولية بحيث

أصبحت تمثل أحد الاتجاهات الحديثة في التقليل من حدة الصراعات والخلافات الدولية التي تنشأ بين الدول المتنازعة، حيث أصبحت السياحة رمزا للتآخي والسلام في العالم.

- **الأهمية الاجتماعية:** هناك ارتباط وثيق بين السياحة والمجتمع، حيث يتفاعل السائحون مع البيئة الاجتماعية للدولة المضيفة، مما يؤدي إلى وجود توازن اجتماعي، حيث تتقارب فيه الطبقات الاجتماعية من بعضها نتيجة لزيادة مداخل الأفراد والمشتغلين بالقطاع السياحي بشكل تلقائي أو غير تلقائي مما يؤدي إلى التوازن الاجتماعي والنمو الحضاري، حيث تتجه الأنظار والاهتمامات نحو الارتقاء بالقيم الحضارية والمعالم السياحية، وإنشاء معالم حضارية أخرى لكي تظهر الدولة بالمظهر اللائق كدولة سياحية لها وزنها العالمي، فتعد السياحة سببا رئيسا من أسباب الرقي الحضاري من خلال الاهتمام بالمقومات السياحية والطبيعية. أنها وسيلة اجتماعية وحضارية لتبادل الثقافات ونقلها بين شعوب العالم المختلفة فمن خلالها يتحقق التبادل الثقافي، وتنتقل اللغات والأفكار والآداب والفنون ومختلف أنواع الثقافات عن طريق النهضة السياحية الوافدة إليها فتتأثر بها وتتوثر فيها وبذلك يتحقق التأثير التفاعلي السياحي الذي يمثل محورا مهما من محاور التنمية في المجتمعات. وبعد إدراك دول العالم لأهمية السياحة في هذه المجالات كدعم الدخل القومي ورفع الاقتصاد، وما تقوم به من أدوار لتحقيق التقارب والاتصال بين الشعوب فلا بد من توفير وسائل إعلامية تروج لهذا مثل الإذاعات، التلفزيون، الإعلان، العلاقات العامة للاستفادة من هذا القطاع وخدمة الشعوب والارتقاء الحضاري والثقافي¹³.

5 4 الإعلام السياحي:

أ - **تعريفه:** هو مخاطبة الجمهور داخل البلاد وخارجها مخاطبة موضوعية وعقلية باستخدام عوامل الجذب والتشويق في تقديم المنتج السياحي بقصد إقناع الجمهور وإثارة اهتمامه بأهمية السياحة وفوائدها للفرد والدولة، وتشجيعه على التعرف على مقومات السياحة وذلك بنشر الوعي السياحي بينهم وحسن معاملة السائحين ومعاونتهم فيما يحتاجون. ومن خلال هذا التعريف توضيح الهدف للإعلام السياحي وهو العمل على مخاطبة جمهور السائحين المرتقبين وتشجيعهم على الزيارة، وجذبهم وتشويقهم للمنتج السياحي المتوافر والمتنوع وتشجيعهم للقدوم للبلد وتكرار مرات الزيارة وذلك بطريقة مشوقة والاهتمام بإقناع السياح بسياسات الشركات والجهات السياحية واتجاهاتها. وفي تعريف للأستاذة هالة نوفل انه "كافة الجهود الإعلامية الموضوعية المبذولة من طرف السلطات الرسمية وغير الرسمية لتحسين صورة السياحة الداعية إلى إعداد ونقل رسائل بهدف خلق وعي سياحي أو تنمية الصورة السياحية للدولة أو منطقة معينة لدى أسواق جماهير معينة باستخدام وسائل الإعلام بغرض جذب الاهتمام السائحين في تلك الأسواق سواء داخل البلاد أو خارجها ودفعهم إلى الممارسة السياحية. فالإعلام السياحي يركز على عرض المنتج السياحي عرضا مشوقا وموضوعيا، ويخاطب عقلية السياح ومشاعرهم بهدف التأثير وإحداث الرغبة بالتمتع بالمنتج السياحي¹⁴.

ب وظائف الإعلام السياحي:

من أهم وظائف الإعلام السياحي التي يركز عليها الإعلام السياحي من خلال زيادة الوعي بأهمية السياحة والترويج للموروث الثقافي وذلك من خلال:

- الإعلام والإخبار: من خلال تقديم المعلومات الموضوعية وشرحها وتفسيرها وتحليلها ثم بثها ونشرها للجمهور.

- التنشئة: بمعنى نقل حضارة الأمة وتراثها إلى الأجيال المتعاقبة مع التأكيد على الحسن والمفيد والتعبير عن الثقافة السائدة في المجتمع والاعتراف بالثقافات الفرعية والمحافظة عليها والحفاظ على القيم الايجابية السائدة في تلك الثقافات.

- التعبئة: تعني القيام بحملات خاصة من أجل الأهداف المجتمعية في جميع المجالات التي تحتج إلى الإعلام.

ت - دور الإعلام السياحي داخليا : فضلا عن الوظائف التي يقوم بها الإعلام السياحي بشكل عام من تعميق الوعي الوطني والحس الداخلي لدى أفراد المجتمع بأهمية السياحة ودورها المستقبلي والاهتمام بها كمورد لتحسين الاقتصاد فهو يقوم بـ:

- نشر ثقافة مجتمع الخدمات المنتجة للسياحية والمشجعة لها، ونشر ثقافة المواطن على أهمية السياحة ودورها في التنمية الاقتصادية والتعريف بالتراث الثقافي.

- الاهتمام بالسياحة كمورد اقتصادي والاهتمام بالتنمية من خلالها.

- إعلام الجمهور بما تقوم به الهيئة العامة للسياحة والآثار من خطوات في مجال السياحة وحثهم في المشاركة والتجاوب مع التنمية السياحية¹⁵.

ث التخطيط الإعلامي:

هو توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح من خلال سنوات البحث من أجل تحقيق أهداف معينة مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات وهو أيضا توجيه نظم وسائل الاتصال في المجتمعات النامية من خلال جهاز مركزي لتحقيق الأهداف الأساسية للدولة وتعجيل مساندة التنمية الاقتصادية والاجتماعية عن طريق استخدام الأساليب الفنية والعلمية للاتصال طبقا لظروف كل بلد، وتحقيق الأهداف عن طريق المتابعة والتقييم¹⁶.

- أهمية التخطيط: يعمل التخطيط على زيادة الكفاءة والفاعلية الإدارية وتتعدد أهميته في¹⁷:

- يبين التخطيط أهداف المنشأة بوضوح.

- يعمل التخطيط على الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة ويبين مقدما لجميع الموارد اللازم استخدامها.

- يعمل التخطيط على الاستخدام الأمثل للإمكانيات المتاحة ويقلل من النشاط العشوائي والأعمال غير مرتبطة بالموضوع.

- التخطيط الإذاعي: هو التوظيف الأمثل لكل الإمكانيات البشرية والمادية الموجودة أو التي تتوفر في الإذاعة أثناء الفترة الزمنية للخطوة من أجل تحقيق أهداف سبق الاتفاق عليها بعد مناقشتها. ومن أشكاله تخطيط عام شامل، موسمي ، خاص، طارئ¹⁸.

ثانياً- منهجية الدراسة:

يمكن اعتبار هذه الدراسة ضمن دراسات النظرية التحليلية ،التي تعتمد على أهم النظريات السوسيولوجية المعتمدة في الإعلام وتحليل أثار وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع.

ثالثاً: الإطار النظري والدراسات السابقة

الدراسات السابقة للدراسة:

الدراسة الأولى: هدفت دراسة علي السيد عجوة التي بعنوان دور الإعلام في الترويج السياحي بكلية التدريب مدينة أبها سنة 2011 إلى الكشف عن دور الإعلام في الترويج السياحي حيث اهتم بالعلاقات العامة كوسيلة إعلامية للترويج للسياحة فتوصل إلى أنها تزيد من الوعي السياحي لدى السياح والجمهور داخل البلد الواحد وإن السياحة تزيد من الإنتاج المالي وتحسين الوضع الاقتصادي وهو قطاع بديل للموارد الطبيعية الأخرى¹⁹.

الدراسة الثانية: هدفت دراسة فايز محمد علي الحميدات التي بعنوان الإعلام السياحي في الأردن "إذاعة سياحة fm" التي هي رسالة ماجستير بجامعة الشرق الأوسط سنة 2013. إلى الكشف عن الواقع الإعلامي السياحي المسموع والتعرف على مدى الإذاعات في الاحتياجات التنموية في القطاع السياحي وتوصل الى نتائج نذكر منها:

- الاهتمام بالمقطوعات الموسيقية والأغاني والقصائد الشعرية.
- الآثار السلوكية التي تؤثر في المستمعين.
- فاعلية النشاط السياحي في التنمية الاقتصادية وتشجيع السياحة من خلال البرامج السياحية²⁰.

1 نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

جاء الاهتمام بدراسة وسائل الإعلام من خلال اختلاف المستوى المعرفي للأفراد ويرجع أساسا للتفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام وتوضح العلاقة بين وسائل الإعلام التي تغير نظام اجتماعي والمجتمع من خلال الاعتماد المتبادل، ونظرا للتطور التكنولوجي الهائل ازداد الاهتمام بأهمية الوسائل الإعلامية من أجل الحصول على المعلومات ومن ثم كانت بداياتها سنة 1974 في عمل ورقة بحثية " منظور المعلومات " من طرف الباحثة " ساندرا بول روكيتش " وزملائها، حيث أن النظريات الأولى ام تهتم بالتأثير على سلوكيات الفرد وعلى هويته أو ثقافته، حيث ان النظرية الاعتماد المتبادل للجمهور ووسائل الإعلام يقوم على رؤى كاملة للعلاقة بين الاتصال والرأي العام مهتمة بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي فهي أكثر ملائمة مع النظام الاجتماعي فهي تطالب بالتغيير وإصلاح نظام وسائل الإعلام في نظرية بيئية²¹. وترتكز النظرية على فرضيات هي:

- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعا للظروف المحيطة والخبرات السابقة.
- نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع أي ذات علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال ، كلما زادت التغيرات والأزمات في المجتمع زادت الحاجة للمجتمع للمعلومات والمعرفة²².

2 النظريات الاجتماعية: وتنقسم إلى قسمين

- **النظرية الاجتماعية:** ترى هذه النظرية بأن الدول النامية غالباً ما تستورد الانظمة الاجتماعية والثقافية لاعتقاد منها ان ذلك سيساعدها إلا سرعان ما تخلق هذه النظم تضارباً وتناقضاً بين نظام اجتماعي مستورد ونظام اجتماعي محلي وهذا التناقض يخلق ما يسمى بالثنائية الاجتماعية²³.
- **النظرية النفسية:** تقوم على أساس الربط بين النمو الاقتصادي والتنمية من ناحية الخصائص الشخصية والسلوكية للسكان في أي مجتمع وإن التنمية هي المحصلة لمستويات الإبداع والانجاز الفردي والجماعي في أي مجتمع حيث

كلما زاد عدد الأفراد المبدعين والذي يحفزهم الانجاز العالي والمغامرة كلما توفرت فرص أكثر للتنمية المجتمعية من خلال التوجيه والتثقيف والتوعية النفسية والاجتماعية وان النمو الاقتصادي يتحسن من خلال تشجيع الشخصيات الخلاقة الإصلاحية التي تقود التحولات المجتمعية من حالات التخلف إلى حالات أكثر تقدماً أساسها العلم والمعرفة والتكنولوجيا²⁴.

ثالثاً: الإذاعة المحلية في الترويج للقطاع السياحي:

إن الإذاعة هي وسيلة اتصال جماهيرية فدورها الأساسي تنمية المجتمع المحلي فهي أداة تواصل بين أفراد المجتمعات وهذا راجع إلى مخاطبة المستمعين من خلال سرعة الانتشار للمعلومات وفهم ما تحتوي من مواضيع هامة اجتماعية سياسية واجتماعية والاهتمام بقطاع السياحة والحفاظ على التراث الثقافي، كما لها تأثير فعال وقوي في أفراد المجتمع مختلفي الأجناس واللهجات والتي استطاعت ان تحقق انتماء اجتماعيا وثقافيا من خلال البرامج المتنوعة التي تقدمها الإذاعة في تفعيل الحياة الاجتماعية من إرشادات مهمة في الحياة العامة²⁵. وتعد الإذاعة المحلية من ابرز اهتمامها بالقطاع السياحي والترويج له من خلال وضع برامج خاصة ومختلفة للتعريف بالتراث الثقافي المادي كالأثار والصناعات التقليدية في المجتمع وكذا التراث اللامادي مثل الشعر والأمثال الشعبية والتعريف بالمنشآت السياحية الموجودة والترويج للخدمات السياحية من خلال الاهتمام بالفنادق وان الإذاعة تقدم خدمات أخرى والحث على الاهتمام بالقطاع السياحي الذي يعد مصدرا لتحقيق التنمية وتحسين الوضع الاقتصادي، من خلال المداومة على بث برامج باستمرار تهتم بالسياحة التي تعد مورد كبدل اقتصادي من خلال الخطاب الإعلامي المبسط الذي يتناسب مع ثقافة المجتمع، والتعريف بالمنتجات السياحية وخدماتها الكبيرة من خلال الحفاظ على المورث الثقافي والحفاظ عليه من خلال تلك البرامج الإذاعية المهمة بالسياحة التي تستفيد منها الدولة وتخصص لها ميزانية مالية للنهوض بهذا القطاع وينافس الموارد الاقتصادية الأخرى ويحل كبدل للطاقات الطبيعية مثل المحروقات والمعادن وغيرها، كما أن الإذاعة المحلية لها الدور الكبير في الترويج للمنتجات السياحية المحلية داخل الدولة والتعريف بكل ولاية من ولايات الوطن ومعرفة كل ما تزخر به كل ولاية من منتوجات سياحية مثل: (الأثار، العادات والتقاليد، الصناعات التقليدية والحرفية). ويعد القطاع السياحي من أبرز القطاعات الأكثر حيوية في التنمية المستدامة والنهوض بالقطاع الاقتصادي للبلد ولهذا اهتمت وسائل الإعلام ومنها الإذاعات المحلية للترويج له والحفاظ عليه من خلال البرامج المتنوعة المقدمة ومساهمتها كونها جزء من أجزاء النظام العام في التنمية المختلفة والمستدامة في جميع المجالات.

الخاتمة

إن دور الإذاعة المحلية هو التبليغ للرسالة الإعلامية في كل القطاعات وخاصة القطاع السياحي الذي يعتبر مورد للاقتصاد الوطني والتنمية المستدامة فهي تقرب الفرد من الدولة والاهتمام بالتراث السياحي الثقافي، وهي لها القدرة على الترويج للسياحة المحلية من خلال برامجها اليومية المختلفة وفي كامل المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياحية والمحافظة على الموروث الثقافي الذي يعد عنصر من عناصر السياحة ودخلا ماليا واقتصاديا للدولة وعليه نوصي بـ:

- التكثيف من الدورات التدريبية والتكوينية للإعلاميين من خلال بث الرسائل الإعلامية للنهوض بقطاع السياحة.
 - الاستفادة للإذاعات المحلية من الدعم المالي والاهتمام بها من أجل إيصال الرسائل على أكمل وجه والعمل الترويج للسياحة.
 - استحداث دراسات في المجال الإعلامي السياحي والنهوض بالقطاع الاقتصادي.
 - إعطاء الأهمية للإذاعات المحلية باعتبارها نسق فرعي من النسق العام للبناء الاجتماعي حيث أنها تنشر الوعي السياحي وهدفها تحقيق التنمية المستدامة.
 - الاهتمام بالقطاع السياحي والحفاظ على موروثنا الثقافي المحلي وانتهاج استراتيجيات مثلى لتقادي الأزمات الاقتصادية واعتبار بديل وطاقت متجددة. ويبقى البحث مفتوح في مثل هذه المواضيع الحساسة في ظل التقدم التكنولوجي الهائل والتغير الاجتماعي المستمر.
- قائمة المراجع:**

- 1- عبد الطيف حمزة: الإعلام "تاريخه ومذاهبه"، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1965، ص23.
- 2- سمير محمود حسين: الإعلام والاتصال بال جماهير، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1984، ص22.
- 3- المرجع السابق: ص22.
- 4- طه عبد العاطي: الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2009، ص21.
- 5- محي الدين عبدلي، يحي قاير، دور الإذاعة المحلية في نشر التربية البيئية، جامعة ورقلة، 2008\2009، ص22
- 6- اياد شاكر البكري: تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق للنشر، الأردن، 2003، ص46.
- 7- المرجع السابق: ص51.
- 8- اوكاوي نسيم، زبيدة بداع: الإذاعة المحلية ودورها في التنمية، جامعة ورقلة، 2012\2013، ص37.
- 9- علي سعيد الحديدي: الإعلام والمجتمع، دار المصرية اللبنانية، 2004، ص162، بتصرف.
- 10- صالح محمد حميد: دور الإذاعات المحلية في ترسخ الوحدة الوطنية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2، 2012، ص115.
- 11- علي سعيد الحديدي: مرجع سابق، ص142.
- 12- خالد بن عبد الرحمن آل دغيم: الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، ط1، 2014، ص14-15.
- 13- المرجع السابق: ص22-23-24.
- 14- المرجع السابق: ص59.
- 15- المرجع السابق: ص62-63.
- 16- عبد الكريم فرحاني: تخطيط البرامج الإذاعية والتلفزيونية، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 1988، ص34.
- 17- صالح محمد حميد: مرجع سابق، ص170.
- 18- المرجع السابق: ص174.
- 19- علي السيد إبراهيم عوجة: دور الإعلام في الترويج السياحة، كلية التدريب، مدينة أبها، 2011.
- 20- فايز محمد علي الحميدات: الإعلام السياحي في الأردن "إذاعة سياحة"، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2013.
- 21- عماد الدين مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2006، ص314.
- 22- منال هلال المزهدة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر، عمان، الأردن، 2012، ص214.
- 23- نائل عبد الحفيظ العواملة: إدارة التنمية "الأسس النظرية، التطبيقات العلمية"، دار زهران، عمان، الأردن، 2009، ص41.
- 24- المرجع السابق: ص45.
- 25- زبيدة بداع، نسيم اوكاوي: مرجع سابق.