

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال : تعالى :

(وَهُوَ الَّذِي أَنشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكْلُهُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَّانَ
مُتَشَابِهًا ۗ وَغَيْرَ مُتَشَابِهٍ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ وَلا تَسْرِفُوا إِنَّهُ لا يُحِبُّ
السَّارِفِينَ (141) وَمِنَ الْأَنْعَامِ حَمُولَةً وَفَرْشًا كُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ ۗ وَلا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ
لَكُمْ عُوْدٌ مُّبِينٌ (142)

صدق الله العظيم

سورة الأنعام الآيات ، (141.142)

الإهداء

إلى أمى الحبيبةحفظها الله
إلى روح أبى رحمة الله وأدخلة فسيح جناته.

إلى اخوتى واخواتى المحترمين
إلى أهلى وعشيرتى أصلح الله حالهم
إلى أساتذتى بكلية علوم الإتصال جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وفقهما لله لخدمة البلاد والعباد .
إلى كل من شاركنى بفكره وجهده فى هذه الدراسة،،،، لهم جميعاً أهدى هذا الجهد .

الباحث

الشكر والتقدير

الشكر لله سبحانه وتعالى لنعمة التي لا تحصى ، ولولا توفيقه لما ظهر هذا العمل إلى الوجود .
أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير إلى اسرة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ؛ وأزجى وافر الشكر والتقدير للدكتورة . نهى حسب الرسول أحمد . رئيس قسم الإذاعة (راديو . تلفاز) ومنسق لقاءات الدراسات العليا والمشرف الرئيسي على هذه الرسالة وعملها بكل صبر ورحابة صدر بكفاءة علمية عالية ، فنسأل الله عز وجل أن يجعل لها هذا العمل فى ميزان حسناتها ووفقها الله لخدمة البلاد والعباد فى هذا الوطن الغالى .

الشكر أيضاً لأسرة الإذاعة السودانية أم درمان ممثلةً فى الأستاذ محمد عبد الكريم عبد الله مدير إدارة البرامج الثقافية والأستاذة أميرة عبد الجليل معدة برنامج دنيا السياحة وكل من وقف خلف أجهزة الصوت الإذاعي .

كما أخص بالشكر أسرتى ووزارة السياحة والآثار والحياة البرية وأسرة الجهاز القومى للإستثمار ممثلةً فى إدارتى الإحصاء والمعلومات ، ويمتد الشكر لمنظمة أصدقاء السياحة السودانية لدورها الرئد فى نشرالوعى للجمهور بأهمية السياحة

وكذا الشكر للعاملين بمكتبة علوم الإتصال ومكتبة جامعة الزعيم الأزهري والعاملين بالمكتبة الوطنية ومكتبة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية ،لما اسهمو به من توفير المراجع والمصادر التى أعتمدت عليها الرسالة الحالية .

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير والإحترام للسادة أعضاء لجنة المناقشة لتقبلهم قراءة الدراسة وتقويمها ، وشكري للجنة تحكيم إستمارتي الإستبيان وما بذلوه من جهد فى تعديل وصياغت اسئلتها ليتم إخراجها بصورة جيدة لعينة الدراسة .

أخيراً أتوجه بشكرى للأخ العزيز عبد المعين الذى صبر على كثيراً لما قدمه من جهد فى إخراج هذا البحث بشكل جيد .

الباحث

مستخلص الدراسة

تهدف هذه الدراسة لإبراز دور البرامج الإذاعية في الترويج للسياحة السودانية وذلك لما لها من أهمية في زيادة الدخل القومي والترفيه لأفراد المجتمع ، وذلك بغرض الوصول إلى تكثيف البرامج الإذاعية في الترويج للسياحة لـ مساهمتها بصورة أكبر في علمية التنمية الاجتماعية .

حددت مشكلة الدراسة في سؤال رئيسي : ما هو دور البرامج الإذاعية في الترويج للسياحة السودانية ؟ إلى أى مدى يهتم جمهور المستمعين بالإستماع للبرامج التي تروج للسياحة السودانية من خلال الإذاعة السودانية؟ إبراز دور البرامج الإذاعية في الترويج للسياحة السودانية وجذب المستثمرين المحليين والأجانب ؟ ما هي المشكلات التي تعيق إنتاج البرامج المروجة للسياحة في السودان ؟ كيفية تفعيل وتنشيط السياحة وزيادة إنتاجها من خلال البرامج الإذاعية التي تخدم مصلحة السياحة في السودان ؟ .
انتهج الباحث في هذه الدراسة مجموعة من المناهج البحثية متمثلة في إستخدام المنهج الوصفي والتحليلي والتكاملي والمنهج التاريخي بهدف الوصول لنتائج تحدد كما ونوعاً .
توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج وهي كما يلي :

1. اثبتت الدراسة أن هنالك تدهور في مستوى السياحة في السودان ويعود ذلك لعدم إهتمام الدولة بها كمورد إقتصادي مهم ، وجعلها كنشاط ترفيهي للأفراد والمجموعات .
2. بينت الدراسة أن الإذاعة وسيلة إتصال جيدة في توصيل الأخبار ويرجع تفضيلها على بقية وسائل الإتصال الأخرى لسهولة متابعتها من خلال جهاز الهاتف السيار ووسائل النقل المختلفة ، إضافة إلى جهاز الراديو المنزلي .
3. اثبتت الدراسة أن معظم المتابعين لبرنامج دنيا السياحة يرون أن مواعيد بث البرنامج مناسبة إلى حد ما وهذا يؤكد مساهمة البرنامج بصورة واضحة في طرح قضايا التنمية السياحية والترويج لها .
توصي الدراسة بالآتي :

1. الإهتمام بتنشيط وتفعيل السياحة الداخلية من خلال المؤسسات التعليمية والحكومية وتكثيف البرامج لها وذلك بمساهمتها في إنعاش حركة السياحة الداخلية .
2. الإهتمام بزيادة البرامج التي تروج للسياحة السودانية بالإذاعة القومية وبقية وسائل الإعلام الأخرى بالسودان { فضائيات ، صحف ، إذاعات ... } .
3. إعادة النظر في رؤية الدولة الإستراتيجية بالتخطيط الجيد للمشاريع التنموية والمشاريع السياحية على وجه الخصوص .

الكلمات المفتاحية : البرامج الإذاعية . الترويج . السياحة .

○ Abstract

This study aims to highlight the role of radio in promoting tourism to the importance of tourism to increase income and entertainment community, with purpose to intensify programmers to promote tourism to contribute more to the scientific social development.

The problem in the main question: what is the role of radio programmers in the promotion of tourism? The extent to which interested listeners listen to programmersthose promote tourism in Sudan through the Sudanese radio? Highlighting the role of radio in promoting tourism and attract investors? What are the problems that hinder the production of programmers promoting tourism in Sudan? How to activate tourism and increase production through radio programmers that serve the interests of tourism in Sudan?

Through this study, the researcher has a set of curriculum research in descriptive, analytical and integrative and historical approach.

Study for the set of results is:

- 1.-the study proved that there was a deterioration in the level of tourism in Sudan due to the support of the State as an important economic resource, and make it as a recreational activity for individuals and groups.
2. the study showed that radio is a good means of communication in the delivery of news and the rest in preference to other means of communication for easy follow up from your mobile phone and transportation, in addition to radios at home.
3. the study proved that most followers of the low tourism believe that the broadcast dates suitable to some extent this underlines the contribution of the programme to raise issues of tourism development and promotion.

The study recommends the following:

1. to activate domestic tourism through educational institutions and programmes have intensified and by its contribution to the recovery of domestic tourism.
2. to increase programs that promote tourism to national public radio and other media in Sudan {satellite TV, newspapers, radio stations,...}.
3. Review vision strategic planning for development projects and tourism projects in particular.

Key word: BROAD CASTING PROGRAM -Promotion. Tourism.

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم	
أ	الإية		
ب	الإهداء		
ج	الشكر والتقدير		
د	مستخلص الدراسة		
هـ	Abstract		
و	فهرس الموضوعات		
ح	فهرس الجداول		
ط	فهرس الأشكال		
16.1	الإطار المنهجي للدراسة		1
1	- المقدمة		
1	- أهمية الدراسة		
2	- أهداف الدراسة		
3	- مشكلة الدراسة		
3	- منهجية الدراسة		
4	- حدود الدراسة		
5	- مصطلحات الدراسة		
7	- النظريات الموجهة للدراسة		
8	- الدراسات السابقة		
36 . 17	الفصل الأول : الإذاعة وسيلة إتصال جماهيري	2	
17	المبحث الأول : نشأة وتطور الإذاعة في العالم		
22	المبحث الثاني : الإذاعة الوسجانية		
28	المبحث الثالث : الخصائص والمميزات للبرامج الإذاعية		
78-37	الفصل الثاني : السياحة والإعلام	3	
37	المبحث الأول : مفهوم ظاهرة السياحة		
52	المبحث الثاني : السياحة في السودان		

65	المبحث الثالث : الترويج للإعلامي للخدمات السياحية	
88 - 79	الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية	4
79	أولاً : برنامج دنيا السياحة	
85	ثانياً : إجراءات الدراسة التطبيقية	
88	ثالثاً : عرض وتفسير تحليل بيانات الدراسة التطبيقية	
108	النتائج والتوصيات	
110	المصادر والمراجع	
115	الملاحق	

فهرس الجداول

الرقم	الموضوع	رقم الصفحة
1-3	جدول يوضح نمو السياحة في السودان لفترة (5) سنوات	64
2-3	جدول يوضح الرسوم التي يدفعها السائح مقابل الخدمات المقدمة له	72
1-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع	88
2-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	89
3-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	90
4-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب نظرهم لمستوى السياحة في البلاد (السودان)	91
5-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب استماتة عمل الإذاعة القومية	92
6-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة وتقييمهم لبرامج الإذاعة السودانية	93
7-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة فيما عدا عيد بث برنامجنا للسياحة	94
8-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة الذين يرون عمال البرنامج لعل نشيط وتفعيل السياحة الداخلية	95
9-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب رغبة البرنامج لزيارة الأماكن السياحية	96
10-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب استضافة وذي الإختصاص في البرنامج	97
11-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب إسهام البرنامج في زيادة وعي جمهور المستمعين بأهمية السياحة	98
12-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب الموضوعات والأسلوب الفني للبرنامج	99
13-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب إتباع البرنامج أسلوب المنهجية في الترويج	100
14-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب تسليط الضوء على أماكن	101
15-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب الترويج للمشاريع السياحية الكبرى	102
16-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب تحفيز وجذب المستثمرين لقطاع السياحة	103
17-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب سرد قصة أو حدث يتصل بموضوع الحلقة	104
18-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسئلة التي تجعل المتلقي يحرص على متابعة البرنامج	105
19-4	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب استخدام الجمل والعبارات التي تحقق الأهداف	106

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
36	شكل يوضح العناصر المشاركة في إنتاج الصوت الإذاعي	1-2
41	شكل يوضح العناصر الأساسية للسياحة .	1-3
51	شكل يوضح أنواع السياحة "الأنماط"	2-3
69	شكل يوضح عملية الترويج السياحي	3-3
78	شكل يوضح التخطيط السياحي المتكامل	4-3
88	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع للمبحوثين	1-4
89	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	2-4
90	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	3-4
91	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب نظر تهم لمستوى السياحة في السودان	4-4
92	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب استماعهم للإذاعة القومية	5-4
93	شكل يوضح توزيع أفراد العينة وتقييمهم لبرامج الإذاعة السودانية	6-4
94	شكل يوضح توزيع أفراد العينة في موعيد بث برنامجها للسياحة	7-4
95	شكل يوضح توزيع أفراد العينة الذين يرون عمل البرنامج جعلت تشيطة تفعيل السياحة	8-4
96	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب تفضيلهم لبرنامج زيارة الأماكن السياحية	9-4
97	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب استضافة أهلا لاختصاص في البرنامج.	10-4
98	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب أساليبها ما لبرنامج في زيادة توعيج جمهور المستمعين بأهمية السياحة	11-4
99	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب أسلوب الفني للبرنامج	12-4
100	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب إتباع البرنامج أسلوب المنهجية العلمية في الترويج للسياحة .	13-4
101	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب تسليط الضوء علنا ما كذا الجذب السياحي	14-4
102	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب الترويج لشاريع السياحة الكبرى .	15-4
103	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب تحفيز وجذب المستثمر ينلقطها عا لسياحة	16-4
104	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب سرد قصة أو حدث يربط بموضوع الحلقة .	17-4
105	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأسئلة التي تجعل المتلقي يحرض على متابعة البرنامج.	18-4
106	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب استخدام الجمل والعبارات التي تحقق أهداف البرنامج	19-4