

دور الإعلام في تطوير السياحة في تشــــاد
التلفزيون الوطني التشادي نموذجاً في الفترة من 2010/2020م

د / طه آدم احمد

الأستاذ المساعد بقسم الإعلام (العربي)

بكلية اللغات والآداب والفنون الإعلامية بجامعة أنجمينا

د / الفيض عبود آدم

أستاذ مساعد الجغرافيا السياحية بجامعة أنجمينا

ملخص الدراسة

يتناول هذا البحث الذي بعنوان: دور الإعلام في تطوير السياحة في تشاد -دراسة ميدانية على التلفزيون الوطني التشادي في الفترة من 2010-2020م إبراز دور التلفزيون وإسهاماته في القطاع السياحي في تشاد، وما يقدمه من برامج وتقارير حول هذا الشأن لإبراز الوجه السياحي لدولة تشاد، وذلك لما للقطاع السياحي دور كبير في دعم الاقتصاد الوطني.

يهدف البحث إلى: التعرف على التحديات والمشكلات التي تواجه الإعلام السياحي في تشاد، وتقديم الحلول الناجعة. وتكثيف الجهود الإعلامية بهدف خدمة القطاع السياحي في تشاد. وقد خرج البحث بنتائج وتوصيات نحسب أنها تفيد المجت

الكلمات المفتاحية:

تشاد، وسائل الإعلام، السياحة، الاقتصاد.

مقدمة:

في ظل التطور التقني والتكنولوجي الذي تشهده الساحة الدولية في مجال وسائل الإعلام، وما تقوم به هذه الوسائل في نشر المعرفة و إتاحة الفرص للاستفادة لما تقدمه من معلومات تسهم في توسيع الفهم الثقافي والاجتماعي والاقتصادي، أصبح لديها جمهور يستقبلون رسائلها لتشكل الآراء والأفكار في متابعتها، ومما يجدر ذكره أن الإعلام يؤدي دوراً كبيراً في تطوير السياحة خاصة الإعلام المرئي الذي يبيث الصورة الحقيقية للمشاهد، والذي يعد مهماً في تقديم الأنشطة التسويقية والترويجية للقطاع السياحي بشقيه الرسمي وغير الرسمي، كما أن التعامل مع التقنية الجديدة في وسائل الاتصال يعد من المتطلبات الأساسية في بناء المجتمعات، ولذا جاءت هذه الدراسة لتناقش هذا الموضوع المهم الذي يسهم في دفع الاقتصاد الوطني لما للعلاقة القوية بين الإعلام والسياحة، ودولة تشاد بلد سياحي تتمتع بمزايا ومقومات سياحية عديدة تؤهلها لأن تكون وجهة للسواح، وذلك باعتراف منظمة اليونسكو ببعض المعالم، كواحة أوجنقا، ومنطقة جراب التي تم فيها اكتشاف جمجمة توماي.

ولكنها تواجه نقص في الحركة السياحية الداخلية، والإعلام لم يعط الاهتمام الكافي في الترويج لجذب السواح إلى هذه المعالم، هذا ما دفع الباحثين إلى القيام بإجراء الدراسة الميدانية للوقوف على الصعوبات والمشاكل التي تواجه هذا القطاع الحساس بالرغم من تميز دولة تشاد بالموارد الطبيعية كالبحيرات والمناظر الطبيعية، كبحيرة تشاد، بحيرة ليري، وبحيرة تريني. ولديها محميات زاكوما، وماندا، وماسينا، وأورا.

كما تتمتع بسلاسل جبلية في الوسط والشمال والشرق وصحاري خلابة، إضافة إلى الأماكن الأثرية مثل ياردا وفايا لارجو، وكازار، ومنتجعات سياحية تتمثل في منتجع دوقيا، وماندليا، وبكارا¹.

إضافة إلى المقومات البشرية والتي تتمثل في الموروث الثقافي والحرف الفنية واليدوية،

¹ وزارة التخطيط والتنمية، تشاد الامكانيات والفرص، الخطة الوطنية للتنمية 2017 - 2021م، رؤية 2030م.

كل هذه المقومات كان لزاماً على الدولة أن تهتم بالسياحة كصناعة أساسية انتاجية تسهم في بناء اقتصاد الدولة الذي يحتاج إلى النمو والازدهار. ولا يقتصر الاهتمام على الدولة وحدها فلا بد من تضافر الجهود غير الرسمية العاملة في مجال السياحة مع الجهات الإعلامية بغرض نشر وبتث التوعية بأهمية السياحة ودورها في بناء المجتمعات والأفراد.

يتكون البحث من مقدمة تشمل المشكلة والأهداف والمنهج والأدوات ومجتمع البحث والتساؤلات وهيكل البحث الذي يتكون من محورين الأول: دور التلفزيون الوطني في تطوير السياحة في تشاد، والمحور الثاني: يتمثل في الدراسة الميدانية وعرضها وتحليلها ثم الخاتمة والنتائج والتوصيات.

مشكلة البحث:

تتمحور مشكلة البحث في نقص الحركة السياحية الداخلية والاستفادة منها كعائد ومصدر اقتصادي يدعم الاقتصاد الوطني، وهل الاعلام المرئي المتمثل في التلفزيون الوطني التشاردي مهتم بالقطاع السياحي الداخلي؟ وهل له مساهمة في الترويج والتسويق السياحي؟

أهداف البحث:

- 1/ التعرف على مدى إسهام التلفزيون الوطني التشاردي في تنشيط السياحة.
- 2/ التعرف على آراء الجمهور والعاملين في القطاع السياحي للبرامج التي يقدمها التلفزيون.
- 3/ التعرف على الصعوبات والمعوقات التي تواجه الإعلام السياحي وتحد من حركة السياحة في تشاد.
- 4/ التعرف على أثر التلفزيون الوطني في تنمية وتنشيط القطاع السياحي.

منهج البحث:

يستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ومنهج المسح الميداني لعناصر السياحة التي تتمثل في الجمهور والعاملين في القطاع السياحي، بالإضافة إلى معرفة البرامج السياحية

في التلفزيون ومضامينها.

أدوات البحث:

استخدم الباحثين صحيفة الاستبيان كأداة أساسية في الحصول على المعلومات وجمعها في مجال الدراسة، ولذلك تم تصميم استبانة تشتمل على أسئلة تم بها قياس المبحوثين لتغطية جوانب الموضوع المختلفة. وهناك أدوات ثانوية استخدمها الباحثين هما المقابلة، والملاحظة.

مجتمع الدراسة:

يشتمل مجتمع الدراسة على عينتين:

العينة الأولى: خاصة بالجمهور وتتألف من عينة عشوائية تبلغ 100 مفردة أخذت بطريقة منظمة من الدوائر العشرة المكونة الذي تتكون منها العاصمة التشادية أنجينا.

العينة الثانية: الخاصة بالمسؤولين تم اختيار عينة عمدية من القائمين على العمل السياحي تبلغ 20 فرداً.

تساؤلات البحث:

تحدد تساؤلات البحث في السؤال الآتي:

هل الإعلام المرئي مهتم بالقطاع السياحي في تشاد؟ من خلال دراسة وسيلة التلفزيون الوطني التشادي، وما هو دوره في تنشيط قطاع السياحة في تشاد؟ وما هي طبيعة برامجهم والمضامين التي يحملها من خلال وجهة نظر الجمهور والعاملين بقطاع السياحة العام والخاص؟

ويتفرع من هذا السؤال عدة أسئلة:

- هل يقدم التلفزيون الوطني التشادي برامجً سياحية مفيدة؟
- ما هي درجة إسهام البرامج التي يقدمها؟
- هل للبرامج التي يقدمها التلفزيون أثر في تطوير القطاع السياحي؟
- هل يقوم بنشاط ترويجي وتسويقي للجهات السياحية الرسمية وغير الرسمية؟
- ما هو تقييم الجمهور والعاملين في القطاع السياحي للبرامج الإعلامية السياحية

التي يبثها التلفزيون؟

— هل هناك تعاون بين الجهات السياحية في تشاد مع التلفزيون الوطني التشادي؟

مجالات الدراسة:

تقتصر مجالات الدراسة المكانية في دولة تشاد وبالأخص التلفزيون الوطني التشادي والهيئة الوطنية لتطوير السياحة والفنون اليدوية

اما المجال الزمني من عام 2010-2020م

الدراسات السابقة:

اعتمدت الدراسة على دراسات سابقة تعرضت لنفس الموضوع وتمثل في الآتي: -
الدراسة الأولى بعنوان: الإعلام السياحي في الأردن، إذاعة سياحة FM نموذجاً مقدمة من الطالبة فائزة محمد علي الحميدات، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام-جامعة الشرق الأوسط - الأردن 2013م. استهدفت الدراسة إلى كشف واقع الإعلام السياحي المسموع، واستخدمت أداة الاستبيان لغرض الحصول على المعلومات المطلوبة، وتوصلت إلى نتائج وتوصيات أهمها:

أ/ دعم إذاعة سياحة من قبل الجهات الحكومية والخاصة ب/ تدريب العاملين بالإذاعة في مجال الإعلام السياحي ج/زيادة قوة البث الإذاعي ليصل إلى أماكن بعيدة.

الدراسة الثانية بعنوان: دور الإعلام في ترويج المنتج السياحي -ولاية غليزان نموذجاً مقدمة من الطالبين لعربي أمينة، وعامر عامر عائشة، رسالة ماستر مقدمة إلى كلية العلوم الاجتماعية -جامعة عبد الحميد بن باديس -الجزائر. هدفت الدراسة إلى التعرف إلى ترويج المنتج السياحي بمدينة غليزان. واستخدمت أداة المقابلة في الدراسة. وتوصلت في أهم نتائجها إلى أن الإعلام السياحي يلعب دوراً محورياً في تنشيط وترويج المنتج السياحي.

الدراسة الثالثة بعنوان: دور الحميات الطبيعية في التنمية السياحية رسالة ماستر مقدمة من الطالب ذو الكفل اسحاق إلى جامعة أنجمينا - كلية العلوم الانسانية والاجتماعية 2018م هدفت إلى كشف دور الحميات الطبيعية في تنمية السياحة في تشاد ، وتوصلت

إلى عدة نتائج أهمها : تعاني السياحة في تشاد على وجه العموم من غياب الاستراتيجيات وتوفير البنية التحتية للسواح.

المبحث الأول: دور التلفزيون الوطني التشادي في تطوير السياحة:

تطور التلفزيون:

يعتبر التلفزيون الوطني من الوسائل الإعلامية التشادية العامة التي لعبت دوراً كبيراً في خدمة المجتمع، ومن هذه الخدمات قطاع السياحة الذي يعد أمراً حيوياً يسهم بشكل كبير في تقوية الاقتصاد الوطني، ولذا فإن التلفزيون الوطني التشادي مر بأطوار متعددة عند النشأة كعادة أي وسيلة ترى النور في البلدان النامية ، إلا أن التلفزيون الوطني لم يشهد تطوراً إلا في الألفينات وبالتحديد في التاسع والعشرون من شهر أبريل لعام 2002م شهد التلفزيون التشادي تطوراً جديداً حيث بدأ البث اليومي للتلفزيون ، وهذا التاريخ يصادف كأس العالم لكرة القدم الذي أقيم في كوريا الجنوبية واليابان ، حيث شاهد المواطنون نقل المباريات عبر الفضائية التشادية ، وفي عام 2008م شهد التلفزيون تطوراً آخر يحمل توقيع اتفاقية تعاون مع بعض الدول الصديقة لدعم دولة تشاد فنياً في هذا المجال وفعلاً جاء فريق من الخبراء لدراسة والوقوف على الميدان ، وقامت الدولة بشراء معدات وأجهزة حديثة زودت بها أجهزة الاتصال ، وبدأ الفريق الفني بتركيبها وتم الافتتاح الرسمي للبث الفضائي في يوم 2008/12/1م وهذا التاريخ هو الذكرى الثامنة عشرة لاستلام الرئيس إدريس ديبي على السلطة.²

لم تقف الدولة عن دعم هذا المجال الحيوي، فكرت في إنشاء مقر جديد للتلفزيون يحمل مواصفات عالمية، حيث أعطت المشروع لشركة المناع التشادية بالتعاون مع شركات عالمية متخصصة في التشييد والبناء، حيث كلف هذا المشروع الدولة مليارات الفرنكات وتم افتتاحه في التاسع والعشرون من ديسمبر 2020م.

² أبوبكر الصديق شرومة ، ورقة علمية مقدمة في المؤتمر الذي نظمته جامعة الملك فيصل بتشاد، بعنوان: الديمقراطية والسلام والتنمية في عهد فخامة الرئيس إدريس ديبي إتنو، الطبعة الرابعة، 2010م ص255-ص256.

يواجه التلفزيون التشادي تحديات كبيرة تتمثل في الموارد البشرية المدربة والمؤهلة تقنياً وفيها للتعامل مع هذه الاجهزة الحديثة، إضافة إلى عدم مواكبة البرامج التلفزيونية، فالبرامج يجب أن تكون قريبة من المواطن وتشبع رغباته ومقتنة بالوظائف العامة للإعلام. على القادة تدارك هذا الأمر، وبذل الجهود المضنية في تحقيق التنمية عبر هذه الوسيلة المهمة، فلا بد من الإشادة في توظيف الشباب الخريجين الجدد الذين تم توظيفهم مؤخراً، والتفكير أيضاً من مسؤولي (ONAMA) الهيئة العليا للإعلام السمعي البصري في وضع خطة براجمية جديدة، نأمل أن تنفذ هذه الخطة على أرض الواقع.³

دور التلفزيون الوطني في تطوير السياحة:

إن التلفزيون الوطني التشادي يؤدي دوراً كبيراً في تطوير قطاع السياحة في تشاد، وذلك من خلال البرامج السياحية التي يقدمها تعميماً للفائدة للمجتمع والقيام بتعريف الراي العام الوطني والدولي بمقدرات البلاد في مجال السياحة ليتفاعل المجتمع مع قطاع السياحة وتعريف الآخر على تشاد وطبيعتها وحضارتها وموروثاتها الشعبية وفنونها مما يرسخ لدى الآخر معرفة تشاد.

ومن ذلك يقدم التلفزيون أفلام وثائقية عن المناظر والأماكن في شمال البلاد عن جبال تليستي وواحة ونيقا الذي تعد أحد الاماكن العالمية التي اعترفت بها اليونسكو، وفي وسط البلاد أيضاً يبث التلفزيون مناظر طبيعة عن سلسلة جبال أبو طيور وأبو تلفان، وعن الأماكن الأثرية للمالك الاسلامية القديمة التي قامت في تشاد كمملة وداي وباقرمي وكانم، إضافة إلى الحظائر السياحية وبالأخص حظيرة زاكوما التي تحتوي على مجموعة كبيرة من الحيوانات والطيور.

كما يقدم التلفزيون برامج حوارية يستضيف بها متخصصين في المجال ليشرحوا للمجتمع المقومات السياحية التي تزخر بها دولة تشاد. ويقوم بتغطية وتقديم تقارير إعلامية

³ لقاء في التلفزيون مع المديرية النابتة للهيئة العليا للإعلام السمعي البصري السيدة حليلة السعدية في نشرة أخبار الثامنة مساء بتاريخ يوم الاثنين 1 / 2 / 2021م.

تسهم في تطوير الثقافة والحرف اليدوية فعلى سبيل المثال تغطيته لمهرجان داري الذي تنظمه وزارة الثقافة التشادية في شهر ديسمبر من كل عام في العاصمة التشادية أنجمينا، حيث تشارك فيه الفرق الثقافية من مختلف الولايات لعرض المورث الثقافي الذي تنفرد به كل ولاية عن الأخرى، وإبراز عادات وتقاليد القبائل لإظهار التنوع الثقافي الذي يمتاز به كل شعب عن الآخر ليكون نموذجاً للتعارف والتقارب ، ويعتبر مهرجان داري ملتقى سنويا يتيح الفرصة لكل الزوار المواطنين والأجانب لاكتشاف العراقة والاصالة التي تتميز بها القبائل في تشاد.⁴ كما قدم تقريراً خاصاً بمشاركة تشاد في المعرض الدولي للسفر والسياحة بمدينة كولر بفرنسا في دورته الحادية والعشرون، حيث تعرف السواح الأجانب في هذا المعرض على دولة تشاد وثقافتها والمقومات السياحية التي تزخر بها دولة تشاد.⁵

الإعلام السياحي في تشاد:

عندما ينظر المرء إلى الإعلام بشكل عام في تشاد ، يجد أن الإعلام السياحي لا يستطيع أن يجده في برامج ثابتة ومحددة ، حيث نجده متوزعاً في برامج التلفزيون الوطني التشادي ، وحتى في الوسائل الإعلامية الأخرى سواء المكتوبة أو المسموعة لا نجده مخصصاً له أعمدة أو مقالات ثابتة في الصحف والمجلات الورقية ، وهذه الحالة لا تسهم في دور الإعلام في تطوير السياحة في ظل التخصصية التي غطت مختلف العلوم وبدأت تعطي ثمارها من حيث الجودة والنوعية، فلا يمكن لدولة أن تسير في هذا القرن بدون خطة تنمية طموحة تدرج تحتها محاور عدة ومن بينها التفكير في الإعلام المتخصص التي يسهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية . فيجب على الجهات المختصة وخاصة وزارة السياحة وضع خطة إعلامية شاملة سواء على شبكة الانترنت، والتكثيف من الحملات الإعلامية، وإصدار كتيبات وخرائط وملصقات بمختلف اللغات للمقومات السياحية في تشاد، وفتح قنوات تعاون بين الوزارة والجهات غير الرسمية العاملة في مجال السياحة مع الإعلام للإسهام في

⁴ مقابلة مع الصحفي آدم حسن المكاوي، معد ومقدم البرامج السياحية بالتلفزيون الوطني بتاريخ 2022/7/12م.

⁵ أبكر روزي تقيل منسق الهيئة الوطنية لترقية السياحة رئيس الوفد المشارك في المعرض الولي للسياحة بمدينة كولر. بفرنسا

تطوير السياحة، ومن هنا أصبح للإعلام السياحي دور كبير في تعريف جمهور السياحة من وكالات وشركات سياحية إذ بدونها لا يتحقق الترويج السياحي وتكتمل الصورة.⁶ يواجه الإعلام السياحي في تشاد معوقات كثيرة من أهمها الدعم المادي حيث أصبح الإعلام المتخصص اليوم يلعب دوراً مهماً في تفعيل الأنشطة، وعدم مواكبة وسائل الإعلام التطور الهائل في الجانب السياحي لشرح وتوضيح الإرث السياحي التي تتمتع به الدولة مما يقوم بدوره في جذب السواح.

المبحث الثاني: الدراسة الميدانية: عرض وتحليل الدراسة الميدانية:

أولاً: البيانات الأساسية للدراسة

1 - النوع:

جدول رقم 1 يوضح النوع

النوع	التكرار	النسبة
أ/ ذكر	89	75%
ب/ أنثى	31	25%
المجموع	120	100%

يلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين شملتهم الدراسة بلغت نسبة الذكور 75%، بينما بلغت نسبة الإناث 25%. ولذا يمكننا القول من خلال النتائج أن الذين يعملون في الإدارات نسبة الذكور أكبر من النساء.

⁶محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع 2003م ص63.

2- العمر:

جدول رقم 2 يوضح الفئة العمرية

النسبة	التكرار	العمر
0%	0	- أقل من 20 سنة
36%	44	- من 21-41 سنة
54%	65	- من 41-60 سنة
10%	11	- من 60 فما فوق
100%	120	المجموع

يبدو من خلال هذا الجدول رقم 2 الخاص بأعمار المبحوثين الذين شملتهم الدراسة جاءت نسبتهم كما يلي: فئة الأعمار من 21-41 سنة بلغت نسبتهم 36% ثم فئة 41-61 سنة تجيء في المرحلة الثانية بنسبة 54%، تليها فئة 60 فما فوق بنسبة 10%، وأخيراً أقل من 20 سنة بنسبة 0%.

3 - المؤهل العلمي:

جدول رقم 3 يوضح المؤهل العلمي للمبحوثين

النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
7,5%	9	- شهادة ثانوية
69%	83	- شهادة جامعية
23,5%	28	- شهادة فوق الجامعة
100	120	المجموع

فيما يتعلق بهذا الجدول رقم 3 الخاص بالمؤهل العلمي فإن نتائج الذين شملتهم الدراسة جاءت نسبة حاملي الشهادة الجامعية كبيرة حيث بلغت 69%، تليها حملة الشهادات فوق الجامعة حيث بلغت 23,5%، ثم حملة الشهادة الثانوية بنسبة 7,5%، ومن ذلك يظهر لنا أن غالبية الذين يشتغلون بالمؤسسات الخاصة بمحل الدراسة غالبيتهم يحملون شهادات جامعية.

4 - الخبرة:

جدول رقم 4 يوضح الخبرة

النسبة	التكرار	الخبرة
14%	17	- أقل من 5 سنوات
24,5%	29	- من 5 - 10 سنوات
42,5%	51	- من 10 - 20 سنة
13,2%	16	- من 20 - 30 سنة
5,8%	7	- من 30 سنة فأكثر
100%	120	المجموع

يتضح من هذا الجدول أعلاه رقم 4 أن المبحوثين الذي شملتهم الدراسة لمعرفة خبراتهم في العمل جاءت نسبتهم كالتالي: فئة من 10-20 سنة جاءت أعلى نسبة بلغت 42,5%، تليها من 5-10 سنوات بنسبة 24,5%، ثم فئة أقل من 5 سنوات بنسبة 14%، ثم فئة من 20-30 سنة بنسبة 16% وأخيراً فئة من 30 سنة فأكثر بنسبة 7%.

ثانياً: أسئلة الدراسة:

جدول رقم 5 يوضح متابعة المبحوثين للتلفزيون

5 - هل تتابع التلفزيون الوطني التشادي؟

النسبة	التكرار	هل تتابع التلفزيون الوطني التشادي
33,3%	40	- نعم
48,3%	58	- أحيانا
18,4%	22	- لا
100%	120	المجموع

يتضح من هذا الجدول رقم (5) أعلاه الخاص بمتابعة الجمهور لوسيلة التلفزيون الوطني التشادي، فقد جاءت النتائج التي أدلت بها العينة المختارة كالتالي: -الذين أدلوا بمتابعتهم

للتلفزيون أحيانا جاءت نسبتهم أعلى حيث بلغت 48,3% والذين يتابعون وأجابوا بنعم بلغت نسبتهم 33,3% والذين لا يتابعون التلفزيون نسبتهم قليلة بلغت 18,4% ولهذا تشير النتائج بأن الغالبية من العينة يتابعون وسيلة التلفزيون أحياناً.

جدول رقم 6 يوضح مدى المتابعة للبرامج

6- ما مدى متابعتك للبرامج السياحية بالتلفزيون الوطني التشادي؟

النسبة	التكرار	مدى متابعة برامج التلفزيون
8,3%	10	كثيراً جداً
44,2%	53	كثيراً
35%	42	أحياناً
12,5%	15	لا أتابع
100%	120	المجموع

يوضح الجدول رقم (6) أعلاه الخاص بمدى متابعة المبحوثون لبرامج التلفزيون الوطني فقد أفادت نتائج العينة المختارة حول الموضوع بأن فئة متابعة كثيراً أحرزت نسبة أعلى حيث بلغت 44,2% تليها فئة أحيانا بنسبة 35% ثم فئة الذين لا يتابعون بنسبة 12,5% وأخيراً كثيراً جداً بنسبة 8,3%.

جدول رقم 7 يوضح حجم المتابعة للبرامج

7- ما حجم متابعتك للبرامج السياحية بالتلفزيون الوطني؟

النسبة	التكرار	حجم المتابعة لبرامج التلفزيون
15%	18	أقل من ساعة
51,6%	62	من ساعة إلى 3 ساعات
26,6%	32	من 3 ساعات إلى 6 ساعات
6,8%	8	من 6 ساعات فأكثر
100%	120	المجموع

بالتنمغن إلى الجدول رقم (7) أعلاه الخاص بحجم المتابعة لبرامج التلفزيون الوطني

التشادي فقد جاءت النسبة كالاتي: - فالذين يتابعون من ساعة إلى 3 ساعات جاءت أعلى نسبة بلغت 51,6% تليها من 3 ساعات إلى 6 ساعات بنسبة 26,6% فيما جاءت أقل من ساعة بنسبة 15% وفي الأخير من 6 ساعات إلى أكثر بنسبة 8%.

جدول رقم 8 يوضح تقديم التلفزيون للبرامج السياحية المفيدة

8- هل يقدم التلفزيون الوطني التشادي برامج سياحية مفيدة

النسبة	التكرار	هل يقدم التلفزيون الوطني برامج سياحية مفيدة
42,5%	51	- نعم
37,5%	45	- أحيانا
20%	24	- لا
100%	120	المجموع

يتبين من الجدول رقم (8) أعلاه المعنون هل يقدم التلفزيون الوطني برامج سياحية مفيدة؟ حيث أجابت العينة المدروسة بما يلي: -الذين أجابوا بنعم بلغت نسبتهم 42,5% وهذه تعتبر أعلى نسبة، فيما جاءت فئة الذين أجابوا بأحيانا في المرتبة الثانية بنسبة 37,5%، وفي الأخير فئة الذين أجابوا بلا بلغت نسبتها 20%.

جدول رقم 9 يوضح نوع البرامج السياحية

9- أي نوع من البرامج السياحية نالت إعجابك؟

النسبة	التكرار	أي نوع من البرامج السياحية نالت إعجابك
11,6%	14	- لقاءات مباشرة
6,6%	8	- أفلام قصيرة
20%	24	- أفلام وثائقية
8%	10	- مسرحيات وطنية
31,6%	38	- تقارير إعلامية
21,6%	26	- إعلانات ودعايات
100%	120	المجموع

بالنظر إلى هذا الجدول رقم (9) أعلاه يتضح لنا رأي العينة المبحوثة التي أجابت على هذا السؤال، وكانت آرائهم حول نوع البرامج التي نالت إعجابهم كالآتي: -التقارير الإعلامية (الريپورتاج) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 31,6% تليها فئة الإعلانات والدعايات بنسبة 21,6% بينما جاءت الأفلام الوثائقية في المرتبة الثالثة بنسبة 20% وفئة اللقاءات المباشرة بنسبة 11,6% والمسرحيات الوطنية بنسبة 8% وأخيراً الأفلام القصيرة بنسبة 6,6%.

جدول رقم 10 يوضح أوقات البرامج

10- ما هي الأوقات التي تراها مناسبة لبث برامج السياحة في التلفزيون الوطني

النسبة	التكرار	ماهي الأوقات التي تراها مناسبة
27%	32	- الصباح
15%	18	- الظهر
50%	60	- المساء
8%	10	- طوال الوقت
100%	120	المجموع

من هذا الجدول رقم (10) أعلاه يظهر لنا أن الجمهور الذي شملته الدراسة أجاب بأن الأوقات المناسبة لبث البرامج السياسية الأفضل أن تكون بالمساء، وذلك ما نجده في النسبة العالية التي بلغت 50% ثم الفترة الصباحية التي بلغت نسبتها 27% ثم فترة الظهر بنسبة 15% وأخيراً فئة طوال الوقت بنسبة 8% .

جدول رقم 11 يوضح أثر البرامج السياحية

11- هل للبرامج السياحية التي يقدمها التلفزيون أثر في تطوير القطاع السياحي؟

النسبة	التكرار	أثير التلفزيون في تطوير السياحة
47,5%	56	- نعم
33,5%	40	- أحيانا
20%	24	- لا
100%	120	المجموع

هذا الجدول رقم (11) أعلاه يكشف لنا آراء العينة المبحوثة التي أجابت على السؤال هل للبرامج السياحية التي يقدمها التلفزيون الوطني تأثير على تطور القطاع السياحي في تشاد فللذين أجابوا بنعم بلغت نسبتهم 47,5 % والذين أجابوا بأحياناً نسبتهم 33,5 % في حين جات نسبت الرافضين أقل نسبة بلغت 20 %.

جدول رقم 12 يوضح تقييم البرامج السياحية

12- ما هو تقييمك للبرامج السياحية التي يقدمها التلفزيون الوطني

النسبة	التكرار	تقييم البرامج السياحية
18 %	22	— جيدة جداً
50,5 %	61	— جيدة
25 %	30	— متوسطة
6,5 %	7	— ضعيفة
100 %	120	المجموع

يتضح من هذا الجدول أعلاه رقم (12) الخاص بتقييم البرامج السياحية التي يقدمها التلفزيون الوطني التشادي جاءت آراء المبحوثين كالاتي: - في مقدمتهم الفئة التي أدلت بجيدة حيث أحرزت 50,5 % تليها الفئة التي أجابت بمتوسطة بنسبة 25 % ثم نسبة الذين أدلوا بجيدة جداً بلغت 18 % وفي الأخير ضعيفة بنسبة 6,5 % .

جدول رقم 13 يوضح مدى تعاون التلفزيون مع الجهات الرسمية

13- ما مدى تعاون التلفزيون مع الجهات الرسمية وغير الرسمية العاملة في مجال السياحة

النسبة	التكرار	مدى تعاون التلفزيون
12.5 %	15	— جيد جدا
33.5 %	40	— جيد
47.5 %	57	— متوسط
6.5 %	8	— لا يوجد
100 %	120	المجموع

من محتويات الجدول رقم (13) يتضح أن أعلى نسبة في الآراء والبالغة 47.5% أكد أفرادها بأن تعامل التلفزيون مع الجهات العاملة في المجال هي فئة متوسط، كما بلغت نسبة الذين أجابوا ب جيد 33.5% تليها فئة الذين أجابوا بـ جيد جداً بنسبة 12.5% وفي الأخير فئة الذين لا يوجد تعاون حيث بلغت 6.5%.

النتائج والتوصيات:

بعد الوقوف على موضوع الدراسة وتحليلها بموضوعية، آخذين في الحسبان معطيات استشراف الآفاق المستقبلية له، طبقاً للإمكانات والظروف التي يمر بها قطاع السياحة في تشاد، توصل البحث إلى النتائج التالية: -

- يتابع الجمهور التلفزيون الوطني في بثه البرامج السياحية التي يقدمها.
- تكشف من الدراسة أن الجمهور يتابع البرامج السياحية مفضلاً بنسبة متوسطة عن البرامج الأخرى.
- اتضح من نتائج الدراسة أن البرامج السياحية التي يقدمها التلفزيون مفيدة للجمهور بنسبة متوسطة.
- نالت البرامج السياحية الوثائقية أعلى نسبة حسب رأي المبحوثين.
- يفضل الجمهور البرامج السياحية بثها في الأوقات المسائية.
- يرى المبحوثون أن البرامج السياحية لها تأثير على السياحة الداخلية.
- ينتقد الجمهور الطريقة التقليدية التي ينتهجها التلفزيون في تقديم البرامج السياحية.
- أفاد الجمهور بأن مدى تعاون التلفزيون مع الجهات الرسمية وغيرها متوسطة.

التوصيات:

- خلق برامج إعلامية سياحية شاملة لجميع المعالم داخل تشاد
- الرعاية والاهتمام للمواقع الجغرافية والمعالم السياحية والحياة البشرية كالعادات والتقاليد التي يتمتع بها الشعب التشادي.
- على التلفزيون الوطني فتح قنوات التعامل مع الجهات والمؤسسات الفاعلة في مجال

السياحة للتعاون معها في المجال السياحي.

- تدريب العاملين في مجال الإعلام السياحي لكي يؤدي دورهم كاملاً مما يخدم ويدعم اقتصاد البلاد.
- زيادة المساحة في البرامج السياحية بحيث تغطي جميع المعالم السياحية
- دعم الدولة للتلفزيون الوطني في توسيع تغطية البرامج السياحية في التلفزيون.

المراجع:

- 1- أمين اسماعيل بركة، مقومات ومعوقات السياحة في دولة تشاد (دراسة تحليلية لحديقة زاكوما) الطبعة الأولى عام 2018م.
 - 2- عبد الرحمن عمر الماحي، تشاد من الاستعمار حتى الاستقلال، الهيئة المصرية للكتاب ص71.
 - 3- أبوبكر الصديق شرومه، ورقة علمية مقدمة في الندوة العلمية التي نظمتها جامعة الملك فيصل بتشاد، تحت عنوان: الديمقراطية والسلام والتنمية في عهد فخامة الرئيس إدريس ديبي إتنو 2010م.
 - 4- محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع 2003م.
- ### الوثائق والتقارير والمقابلات
- 5- لقاء في التلفزيون مع المديرية النائبة للهيئة العليا للإعلام السمعي البصري السيدة حليلة السعدية في نشرة أخبار باللغة الفرنسية عند الثامنة مساء بتاريخ 2021/2/1م.
 - 6- وزارة التخطيط والتنمية-تشاد، الإمكانيات والفرص-الخطة الوطنية للتنمية 2017-2021م رؤية 2030م.
 - 7- مقابلة مع الصحفي آدم حسن المكاوي معد ومقدم البرامج السياحية بالتلفزيون الوطني التشادي.
 - 8- الوكالة التشادية للأبناء والنشر، 9 يناير 2012م.