



جامعة عين شمس
معهد الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

دور البرامج السياحية في الفضائيات المصرية في نشر الوعي السياحي لدى عينة من طلاب الجامعات

دراسة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير
في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال

إعداد

شيماء السيد رزق محمد

إشراف

أ.د / محمود حسن إسماعيل

د / مها أحمد عبد العظيم

رئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال

مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال

معهد الدراسات العليا للطفولة

معهد الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس

جامعة عين شمس

٢٠١٤م - ١٤٣٥هـ



**Ain Shams University
Institute of Postgraduates Childhood Studies
Department of Mass Communication
and Children Culture**

The Role of Tourism Programs in Egyptian Satellite in Dissemination of Tourism Awareness for Sample of University Students

**A Research Submitted as a Partial of Fulfillment of the Master Degree in
Mass Communication and Children Culture**

**Prepared By
Shaimaa El Said Rezk**

Supervised By

Prof.Dr\ Mahmoud Hassan Ismael

Head of the Mass
Communication and Children Culture
Institute of Post Graduate
Childhood Studies
Ain Shams University

Dr\ Maha Ahamed Abd El Azim

Lecturer in Department of Mass
Communication and Children Culture
Institute of Post Graduate
Childhood Studies
Ain Shams University

2014 - 1435

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي
وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي
وَاجْلُ عُقْرَةَ ثَنِّ لِسَانِي
يَفْقَهُوا قَوْلِي

صِرَاقَ اللَّهِ الْعَظِيمِ

سورة طه آية (٢٥ : ٢٨)



معهد الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

صفحة العنوان

عنوان الرسالة:

" دور البرامج السياحية في الفضائيات المصرية في نشر الوعي السياحي لدى عينة من طلاب الجامعات "

اسم الباحثة : شيماء السيد رزق محمد

الدرجة العلمية: الماجستير

القسم التابع له: الإعلام وثقافة الأطفال

اسم الكلية أو المعهد: معهد الدراسات العليا للطفولة

اسم الجامعة: جامعة عين شمس

سنة التسجيل: ٢٠١٢

سنة المنح: ٢٠١٤



جامعة عين شمس
معهد الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

رسالة ماجستير

اسم الطالب: شيماء السيد رزق محمد

عنوان الرسالة: " دور البرامج السياحية في الفضائيات المصرية في نشر الوعي السياحي لدى عينة من طلاب الجامعات "

أسماء المشرفين :

أ.د / محمود حسن إسماعيل: رئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال

د / مها أحمد عبد العظيم: مدرس الإعلام وثقافة الأطفال بالمعهد

لجنة المناقشة والحكم:

أ.د / محمود حسن إسماعيل: رئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال بالمعهد

أ.د / محمود أحمد مزيد: أستاذ الإعلام بكلية التربية – جامعة حلوان

أ.د / زكريا إبراهيم الدسوقي: الأستاذ المساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بالمعهد

تاريخ البحث: / ٢٠١٢/

الدراسات العليا:

ختم الإجازة: أجازت الرسالة بتاريخ

/ ٢٠١٤ /

موافقة مجلس المعهد موافقة مجلس الجامعة

/ ٢٠١٤ /

شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

(الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ)

سورة الأعراف (٤٣)

أسجد لله عز وجل شاكراً إياه على ما أمدنى به سبحانه وتعالى من عون وألهمنى من صبر لإتمام هذا البحث حتى يخرج بهذه الصورة.

ويُشرفنى أن أتقدم بوافر الشكر وخالص التقدير إلى أستاذى الجليل الأستاذ الدكتور/محمود حسن إسماعيل، أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس، لما بذله من وقت غال، وفكر ثاقب، وتوجيه سديد دائم، ومعاونة صادقة، وتشجيع مثمر، مما كان له أبلغ الأثر فى إثراء هذا البحث.

كما أتقدم بوافر الشكر وخالص التقدير إلى الدكتورة/مها أحمد عبد العظيم المدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، لما قدمته من عون صادق، وتوجيهات هادفة، وإرشادات علمية دائمة بناءة، مما كان له أبلغ الأثر فى إتمام هذا البحث.

كما أتقدم بوافر الشكر وخالص التقدير إلى الأستاذ الدكتور/محمود أحمد مزيد أستاذ الإعلام بكلية التربية، جامعة حلوان، لقبول سيادته دعوة مناقشة تلك الرسالة للاستفادة من خبرات سيادته، فله كل الشكر والتقدير.

كما أتقدم بوافر الشكر وخالص التقدير إلى الدكتور/زكريا إبراهيم الدسوقي الأستاذ المساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، لقبول سيادته دعوة مناقشة تلك الرسالة للاستفادة من خبرات سيادته، فله خالص الشكر.

وأخيراً وليس آخراً، فإن الكمال لله وحده، وإن كان فى هذا العمل العلمى بعض القصور، فهذا من طبيعة البشر وإن كان فيه بعض الإتقان فذلك توفيق من الله عز وجل، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين، وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم.

مستخلص الدراسة Abstract

عنوان الدراسة : (دور البرامج السياحية في الفضائيات المصرية في نشر الوعي السياحي لدى عينة من طلاب الجامعات)

اسم الباحثة : شيماء السيد رزق محمد

جهة البحث : قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

أولاً: مشكلة الدراسة :

تكمن المشكلة في التساؤل الرئيسي التالي: ما دور البرامج السياحية في الفضائيات المصرية في نشر الوعي السياحي لدى طلاب الجامعات ؟

ثانياً: أهداف الدراسة:

١. إلقاء الضوء على خطط البرامج السياحية المقدمة بالفضائيات المصرية و مدى قدراتها على تزويد الجماهير بالوعي السياحي و خاصة لدى طلاب الجامعة.
٢. معرفة ما إذا كان هناك إدراك لأنواع السياحة المختلفة لدى طلاب الجامعة.
٣. التعرف على دور البرامج والنشرات السياحية في التوعية السياحية.
٤. التعرف على أسباب مشاهدة طلاب الجامعة للبرامج السياحية، ومدى الاستفادة منها..

ثالثاً: نوع الدراسة ومنهجها:

- تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وتستخدم هذه الدراسة منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني.

رابعاً: مجتمع وعينة الدراسة:

مسح عينة من البرامج السياحية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية، وقامت الباحثة بسحب عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مبحوثاً (٢٠٠ ذكور، ٢٠٠ إناث)، وتقسم بأسلوب التوزيع المتساوي علي الجامعات المصرية (القاهرة، الإسكندرية) من الذين تتراوح أعمارهم من (١٨ وحتى ٢١) سنة.

خامساً: أدوات الدراسة:

استمارة تحليل المضمون صحيفة الاستبيان و مقياس لقياس الوعي السياحي.

سادساً: نتائج الدراسة:

أ- نتائج الدراسة الميدانية:

١. جاءت نسبة مشاهدة الشباب الجامعي للقناة الفضائية المصرية (٤٩%).
٢. أن القنوات الفضائية المصرية هي ثانی مصدر المعرفة و الإمداد بالمعلومات لدى الشباب الجامعي.
٣. (٧١%) من طلاب الجامعة يرون أنه أحياناً ما توجد استفادة من البرامج السياحية، (٢٥%) يرون أن توجد استفادة من هذه البرامج.

٤. (٧٠%) من طلاب الجامعة يرون أن هذه البرامج السياحية تعمل على نشر الوعي السياحي، (٢٦%) منهم يرون أنه أحياناً ما تعمل البرامج السياحية على نشر الوعي السياحي.
٥. (٥٠%) من طلاب الجامعة يرون أن لمشاهدة البرامج السياحية تأثير في أخذ القرار بالنسبة لممارسة النشاط السياحي داخل مصر (٢٨%) يرون أن لمشاهدة البرامج السياحية أحياناً تأثير في أخذ القرار بالنسبة لممارسة النشاط السياحي داخل مصر.
٦. (٥٠%) من طلاب الجامعة يفضلون زيارة الأماكن السياحية مع الأسرة، (٤٦%) يفضلون زيارة الأماكن السياحية مع الأصدقاء.
٧. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مشاهدة طلاب الجامعة للبرامج السياحية المقدمة بالفضائيات المصرية ومستوى وعيهم بالسياحة.
٨. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعة على مقياس الوعي الذين يستفيدون من مشاهدة البرامج السياحية المقدمة بالفضائيات المصرية وفقاً للنوع لصالح الذكور.

ب- نتائج الدراسة التحليلية:

- ١- جاءت اللغة "العامية" هي اللغة المستخدمة في برامج "نص ساعة سياحة"، "النشرة السياحية"، "عيشها في مصر"، "وبلاد طيبة"، بينما جاء برنامج مرشد سياحي باللغة الفصحى المبسطة.
- ٢- استخدمت جميع البرامج الحديث المباشر والفيديو التسجيلي، بينما انضردت النشرة السياحية بإذاعة المهرجانات الخاصة بالسياحة، استخدم أيضاً برنامج نصف ساعة سياحة وبلاد طيبة الحوار، في حين أن برنامج نص ساعة سياحة والنشرة السياحية وعيشها في مصر وبلاد طيبة كانوا يحتوى على نشرات سياحية أما مرشد سياحي فهو كان حوارى فقط.
- ٣- جميع البرامج السياحية تستهدف المراهقين والشباب وكبار السن والأطفال وذلك نظراً لأنها تقدم معلومات عامة وتاريخية وبلغة بسيطة وواضحة يستطيع الجميع فهمها في كل المراحل العمرية، فيما كانت النشرة السياحية لا تستهدف الأطفال، وذلك لأنها تقدم من خلال النشرة.
- ٤- يتضح من نتائج الدراسة التحليلية ضالة مشاركة الجمهور بالاستوديو ولكن أحياناً تكون خارج الاستوديو أو تنعدم المشاركة
- ٥- جاء تصوير هذه البرامج في المناطق السياحية والمتاحف والأماكن الأثرية.
- ٦- يتضح من خلال الدراسة أن جميع البرامج تقريباً تقدم معلومات تاريخية عن المكان، معلومات عن المباني من حيث البناء والتشيد، بعض هذه البرامج يقدم نصائح للمحافظة على الآثار وأفكاراً للتشجيع على السياحة.
- ٧- وجاءت جميع البرامج بعروض وترويج للسياحة ولكن انفرد برنامج مرشد سياحي بأنه البرنامج الوحيد الذي يقدم برامج عن المناطق السياحية بدول أخرى.

Key words

سابعاً: الكلمات الاصطلاحية

Awareness of tourism
Tourism programs
Egyptian satellite

١. الوعي السياحي
٢. البرامج السياحية
٣. الفضائيات المصرية



إهداء إلى بناتي الأعزاء

هدى

ياسمين

شادن

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
٢	مقدمة الدراسة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
٥	تمهيد
٥	أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
٧	ثانياً: أهمية الدراسة
٨	ثالثاً: أهداف الدراسة
٨	رابعاً: حدود الدراسة
٩	خامساً: الدراسات السابقة
٣٠	سادساً: مصطلحات الدراسة
٣١	سابعاً: متغيرات الدراسة
٣١	ثامناً: فروض الدراسة
٣٢	تاسعاً: نوع ومنهج الدراسة
٣٢	عاشراً: مجتمع وعينة الدراسة
٣٨	الحادى عشر: أدوات الدراسة
٤٦	الثانى عشر: إجراءات الصدق والثبات
٤٨	الثالث عشر: أساليب المعالجة الإحصائية

الصفحة	الموضوع
	الفصل الثانى: البرامج السياحية فى الفضائيات المصرية والوعى السياحى لطلاب الجامعة
	أ: البرامج السياحية فى الفضائيات المصرية
٥١	التمهيد
٥١	أولاً: السياحة
٥٧	ثانياً: مقومات السياحة
٥٩	ثالثاً: أهمية السياحة
٦٢	رابعاً: أنواع السياحة
٧٢	خامساً: الأهداف العامة للسياحة
٧٤	سادساً: المعوقات السياحية
٧٩	سابعاً: الإعلام السياحى
٨٣	ثامناً: أهمية الإعلام السياحى
٨٤	تاسعاً: أهداف الإعلام السياحى
٨٥	عاشراً: وظائف الإعلام السياحى
٨٧	الحادى عشر: الفضائيات المصرية
	ب: الوعى السياحى لدى طلاب الجامعة
٩١	تمهيد
٩١	أولاً: الوعى السياحى
٩٩	ثانياً: أبعاد الوعى السياحى
١٠١	ثالثاً: العوامل المؤثرة فى تشكيل الوعى السياحى

الصفحة	الموضوع
١٠٤	رابعاً: نشر الوعي السياحي
١٠٤	خامساً: خطة هيئة الدولة للتنمية السياحية
١٠٨	سادساً: الجمهور المستهدف من برامج التوعية السياحية
١١٠	سابعاً: طلاب الجامعة
	الفصل الثالث: نتائج الدراسة
١١٧	أولاً: نتائج الدراسة التحليلية
١٣٧	ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية
١٧٨	ثالثاً: نتائج اختبار صحة الفروض
	خاتمة الدراسة
١٨٢	أهم النتائج
١٨٦	الربط بين الدراسة التحليلية والميدانية
١٨٨	التوصيات والمقترحات
	مراجع الدراسة
١٩١	المراجع العربية
٢٠١	المراجع الأجنبية
٢٠٥	مواقع الانترنت
	ملاحق الدراسة
٢٠٨	ملحق رقم (١): أسماء السادة المحكمين لاستمارتي تحليل المضمون والاستبيان ومقياس الوعي

الصفحة	الموضوع
٢١١	ملحق رقم (٢): استمارة تحليل الشكل و المضمون للبرامج عينة الدراسة
٢٢١	ملحق رقم (٣): صحيفة الاستبيان ومقياس الوعي
	ملخص الدراسة
٢٢٩	أولاً: ملخص الدراسة باللغة العربية
٢٣٤	ثانياً: ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٣٣	دورية توزيع الأيام لبرنامج نصف ساعة سياحة	١
٣٤	دورية توزيع الأيام لبرنامج مرشد سياحي	٢
٣٤	دورية توزيع الأيام لبرنامج بلاد طيبة	٣
٣٤	دورية توزيع الأيام لبرنامج عيشها في مصر	٤
٣٤	دورية توزيع الأيام لبرنامج النشرة السياحية	٥
٣٦	توصيف العينة البشرية	٦
٣٧	المستوي الاجتماعي لعينة الدراسة الميدانية	٧
٣٨	توصيف عينة الدراسة وفقا للسن	٨
١٠٧	آخر إحصائية حسب الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء	٩
١١٧	دورية البرامج السياحية عينة الدراسة	١٠
١١٨	المدة الزمنية للبرامج السياحية عينة الدراسة	١١
١١٩	اللغة المستخدمة في البرامج السياحية عينة الدراسة	١٢
١٢٠	القوالب الفنية المستخدمة في البرامج السياحية عينة الدراسة	١٣
١٢٢	القوالب الفنية المستخدمة في البرامج السياحية عينة الدراسة	١٤
١٢٣	الجمهور المستهدف في البرامج السياحية عينة الدراسة	١٥
١٢٤	مدي مشاركة الجمهور في البرامج السياحية عينة الدراسة	١٦
١٢٦	مكان تصوير البرامج السياحية عينة الدراسة	١٧

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
١٢٨	طبيعة المعلومة السياحية المقدمة فى البرامج السياحية عينة الدراسة	١٨
١٢٩	طبيعة المعلومة السياحية المقدمة فى البرامج السياحية عينة الدراسة	١٩
١٣٠	الزمن المخصص للمعلومة السياحية فى البرامج السياحية عينة الدراسة	٢٠
١٣١	هوية الأماكن التي تظهر في البرامج السياحية عينة الدراسة	٢١
١٣٢	هوية الأماكن التي تظهر في البرامج السياحية عينة الدراسة	٢٢
١٣٣	الشخصيات المشاركة في البرامج السياحية عينة الدراسة	٢٣
١٣٧	الفرق بين الجنسين فى السفر للسياحة	٢٤
١٣٨	مكان السفر لدى المبحوثين عينة الدراسة	٢٥
١٣٩	مدي مشاهدة القنوات الفضائية	٢٦
١٤٠	متوسط الوقت الذي تقضيه في مشاهدة التلفزيون في اليوم	٢٧
١٤٢	القنوات الفضائية المفضلة لدى المبحوثين عينة الدراسة	٢٨
١٤٣	سبب تفضيل القنوات الفضائية	٢٩
١٤٤	سبب عدم مشاهدة القنوات الفضائية	٣٠
١٤٥	نوع البرامج التلفزيونية المفضل مشاهدتها	٣١
١٤٦	مصدر المعرفة بالمعلومات السياحية	٣٢
١٤٨	الأسباب التي تدفع طلاب الجامعة لمشاهدة البرامج السياحية	٣٣
١٤٩	مدي مشاهدة طلاب الجامعة للنشرة السياحية المقدمة بقناة النيل الإخبارية	٣٤