



جامعة عين شمس
معهد الدراسات العليا للطفلة
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

د / مها أحمد عبد العظيم

مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال
معهد الدراسات العليا للطفلة
جامعة عين شمس

أ.د / محمود حسن إسماعيل

رئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال
معهد الدراسات العليا للطفلة
جامعة عين شمس

٢٠١٤ م - ١٤٣٥ هـ



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 رَبُّ الْشَّرَحِ لِي صَدْرِي
لَيَسِّرْ لِي أُغْرِي وَلَا جُلُّ عُقْرَةً عَنْ لِسَانِي
يَفْقَهُوا قَوْلِي

صَرْقَ اللَّهِ الْعَظِيمِ

سُورَةُ طَهْ (٢٥ : ٢٨)



معهد الدراسات العليا للطفلة
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 للطفلة

اسم الجامعة: جامعة عين شمس

سنة التسجيل: ٢٠١٢

سنة الملح: 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:

د / مها أحمد عبد العظيم:

لجنة المناقشة والحكم:

أ.د / محمود حسن إسماعيل:

أ.د / محمود أحمد مزيك:

أ.م.د / زكريا إبراهيم الدسوقي:

تاریخ البحث: ٢٠١٢/ /

الدراسات العليا:

ختم الإجازة: أجازت الرسالة بتاريخ

٢٠١٤/ / /

موافقة مجلس الجامعة: موافقة مجلس المعهد

٢٠١٤/ / /

شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

(الْحَمْدُ لِلّٰهِ الَّذِي هَرَانَا لَهْرَالا وَعَا لَنَّا لِنَهْتَرِي لَوْلَهُ لَنْ هَرَانَا (الله))

سورة الأعراف (٤٣)

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

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

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

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

وأخيراً وليس آخرأ، فإن الكمال لله وحده، وإن كان فى هذا العمل العلمى بعض القصور، فهذا من طبيعة البشر وإن كان فيه بعض الإنقاص 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 للطفلة، جامعة عين شمس.

أولاً: مشكلة الدراسة :

تكمن المشكلة في التساؤل الرئيسي الثاني: 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 السياحة، و مدى الاستفادة منها..

ثالثاً: نوع الدراسة ومنهجها:

- ٠ 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 على الجامعات المصرية (القاهرة، الإسكندرية) من الذين تتراوح أعمارهم من (١٨ و حتى ٢١) سنة.

خامساً: أدوات الدراسة:

استماراة 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 ثاني مصدر المعرفة والإمداد 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. (%) 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. (%) من طلاب الجامعة يرون أن مشاهدة البرامج السياحية تأثير فيأخذ القرار بالنسبة لممارسة النشاط السياحي داخل مصر (٣٨%) يرون أن مشاهدة البرامج السياحية أحياناً تأثير فيأخذ القرار بالنسبة لممارسة النشاط السياحي داخل مصر.
٦. (%) من طلاب الجامعة يفضلون زيارة الأماكن السياحية مع الأسرة، (٤٦%) يفضلون زيارة الأماكن السياحية مع الأصدقاء.
٧. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية 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 لنوع لصالح الذكور.

ب- نتائج الدراسة التحليلية:

- ١- جاءت اللغة "العربية" 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 انفردت 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 حواري 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 ضائمة مشاركة الجمهور بالاستوديو ولكن أحياناً تكون خارج الاستوديو أو تتعذر 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 وأفكار للتشجيع على السياحية.
- ٧- وجاءت جميع البرامج بعرض وترويج للسياحة ولكن انفرد برنامج مرشد سياحي بأنه البرنامج الوحيد الذي يقدم برامج عن المناطق السياحية بدول أخرى.

Key words

Awareness of tourism
Tourism programs
Egyptian satellite

سابعاً: الكلمات الاصطلاحية

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



إِلَهَ الْجَنَاحَاتِ بِنَاتِ الْجَنَاحَاتِ

دَوَّافُ

يَا سُونِي

مُّسْنَ

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	عاشرأً: مجتمع وعينة الدراسة
٣٨	الحادي عشر: أدوات الدراسة
٤٦	الثاني عشر: إجراءات الصدق والثبات
٤٨	الثالث عشر: أساليب المعالجة الإحصائية

الصفحة	الموضوع
	الفصل الثاني: البرامج السياحية في الفضائيات المصرية والوعي السياحى لطلاب الجامعة
	أ: البرامج السياحية في 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	عاشرأً: وظائف الإعلام السياحى
٨٧	الحادي عشر: الفضائيات المصرية
	ب: الوعي السياحى لدى طلاب الجامعة
٩١	تمهيد
٩١	أولاً: الوعي السياحى
٩٩	ثانياً: أبعاد الوعي السياحى
١٠١	ثالثاً: العوامل المؤثرة في تشكيل الوعي السياحى

الصفحة	الموضوع
١٠٤	رابعاً: نشر الوعى السياحى
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	النوصيات والمقترنات
	مراجع الدراسة
١٩١	المراجع العربية
٢٠١	المراجع الأجنبية
٢٠٥	موقع الانترنت
	ملحق الدراسة
٢٠٨	ملحق رقم (١): أسماء السادة المحكمين لاستمارتى تحليل المضمون والاستبيان ومقياس الوعى

الصفحة	الموضوع
٢١١	ملحق رقم (٢) : استماره تحليل الشكل و المضمون للبرامج عينة الدراسة
٢٢١	ملحق رقم (٣) : صحيفه الاستبيان و مقياس 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 وفقاً 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	مدى 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 في البرامج السياحية عينة الدراسة	١٨
١٢٩	طبيعة المعلومة السياحية المقدمة في البرامج السياحية عينة الدراسة	١٩
١٣٠	الزمن المخصص للمعلومة السياحية في 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 في السفر للسياحة	٢٤
١٣٨	مكان السفر لدى المبحوثين عينة الدراسة	٢٥
١٣٩	مدى مشاهدة القنوات الفضائية	٢٦
١٤٠	متوسط الوقت الذي تقضيه في مشاهدة التليفزيون 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 التليفزيونية المفضل مشاهدتها	٣١
١٤٦	مصدر المعرفة بالمعلومات السياحية	٣٢
١٤٨	الأسباب التي تدفع طلاب الجامعة لمشاهدة البرامج السياحية	٣٣
١٤٩	مدى مشاهدة طلاب الجامعة للنشرة السياحية المقدمة بقناة النيل الإخبارية	٣٤