

[١٠]

معالجة الإعلام المحلي لتحديات التنمية السياحية
المستدامة بإقليم الإسكندرية
دراسة تطبيقية علي إذاعة وقناة الإسكندرية

أ.م.د. رجاء الغمراوي

استاذ مساعد بقسم الراديو و التلفزيون

معالجة الإعلام المحلي لتحديات التنمية السياحية المستدامة بإقليم الإسكندرية دراسة تطبيقية علي إذاعة وقناة الإسكندرية أ.م.د. رجاء الغمراوي *

مقدمة:

أصبحت السياحة المستدامة منهجًا وأسلوبًا تقوم عليه العديد من المؤسسات السياحية العالمية، فالسياحة تمثل إحدى ركائز الاقتصاد المصري حيث تساهم بنسبة ١١.٣% من إجمالي الدخل القومي وتوفر نسبة ١٩.٣% من إجمالي العملة الصعبة وفرص عمل ضخمة حيث تبلغ نسبة العاملين في قطاع السياحة ١٢.٦% من إجمالي قوة العمل بمصر (١).

ونظرا للآثار الاجتماعية والاقتصادية والبيئية التي تترتب على بعض الممارسات المجتمعية وتشكل خطرا على زيادة فرص التنمية السياحية المستدامة بإقليم الاسكندرية في محافظاتة الثلاثة قامت الباحثة بدراسة التحديات والمعوقات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة بإقليم الاسكندرية بغرض مواجهتها والكشف عنها ثم دراسة وتحليل لمعالجة وتناول وسائل الاعلام المحلي الحكومي المتمثل في (اذاعة- تلفزيون الاسكندرية) لتلك التحديات.

ويعتبار ان الدراسة الراهنة جزءا من الجهود الاعلامية المبذولة للمشاركة فى الدفع بعجلة التنمية عامة والتنمية السياحية المستدامة بإقليم الاسكندرية بوجه خاص قامت الباحثة- بتناول مشكلة الدراسة حيث أن الباحثة كانت تعمل فى مجال الاعلام المحلى بالإقليم مما جعلها داخل قلب الاحداثو تعرف مشكلة الدراسة مما ساعدها فى معالجتها فالاحساس باشكالية البحث والقرب منها يمكن البحث من معالجة مشكلة الدراسة.

* أستاذ مساعد بقسم الراديو والتليفزيون.

أولاً: مشكلة الدراسة:

من خلال عمل الباحثة في الاعلام المحلي ومن خلال اطلاعهم علي وضع السياحة الداخلية بإقليم الاسكندرية ونظرا لأهمية الإعلام المحلي ودوره في التنمية بمختلف اشكالها حيث يقوم الإعلام المحلي وخاصة الاذاعي (مسموعاً ومرئياً)، بدور مهم في تناول قضايا المجتمع المحلي والتحديات والصعوبات التي تواجهه وتغوق تنفيذ خطط التنمية به.

وقد وجدت الباحثة الاعلام المحلي بحاجة الي تنمية وتطوير حيث يواجه الاعلام المحلي العديد من المعوقات والتحديات التي تعثر خطواته عن القيام بالدور المنوط به تجاه رسالته التنموية.

ومن ثم فإن تحديد تلك التحديات يضع بين أيدي المسؤولين خطط التنمية في الإعلام المحلي وكيفية مواجهة تلك التحديات مما يتسني علي العاملين بوسائل الاعلام المحلي تناول التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة للمساهمة في حلها.

وعليه تتحدد مشكلة الدراسة في الإجابة علي التساؤل الرئيسي ماهية معالجة الاعلام المحلي لتحديات التنمية السياحية المستدامة بإقليم الاسكندرية؟

ثانياً: أهمية الدراسة:**الأهمية النظرية:**

١- تتبع أهمية الدراسة من أهمية القضية التي تعالجها حيث تتناول الدراسة قضية التنمية السياحية المستدامة واهم المعوقات التي تواجهها في ظل وجود حالة من الركود السياحي في مصر بوجه عام وإقليم الاسكندرية بوجه خاص وهو ما يؤثر علي الجانب الاقتصادي المصري.

٢- تتضح أهمية هذه الدراسة ايضاً في انها تتناول أهم المعوقات التي تواجه الإعلام المحلي والتي أدت بدورها إلي عزوف الجمهور عن التعرض لها واتجاههم الي استيقاق معلوماتهم من مصادر قد تكون مضللة لا تتسم بالمصداقية.

الأهمية التطبيقية:

- ١- المساهمة في حل مشكلات الاعلام المحلي من خلال وضع أهم التحديات التي تواجهه أمام المسؤولين حتى يسهل الوقوف عليها وايجاد حلول لها.
- ٢- تفعيل دور الاعلام المحلي في تناول القضايا السياحية المستدامة من خلال تحديد أهم التحديات في الاقليم حتى يسهل معالجتها إعلامياً.
- ٣- تفيد الدراسة القائمين على خطط التنمية السياحية في المجتمع المصري للتعرف على الاثار السلبية والمعوقات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة في اقليم الاسكندرية، بهدف تصحيح المسار الهادف بالاتجاه نحو عنصر الاستدامة في التنمية السياحية تبعاً لرؤية مصر واستراتيجيتها في ٢٠٣٠.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

- تتحدد أهداف الدراسة في عدة محاور رئيسية يمكن تناولها علي النحو التالي:
- ١- الكشف عن أهم التحديات التي تواجه العاملين بالاعلام المحلي (إذاعة - تلفزيون) الاسكندرية.
 - ٢- تحديد المعوقات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة بإقليم الاسكندرية.
 - ٣- التعرف علي مدى اعتماد العاملين بالقطاع السياحي (الحكومي والخاص) بأقليم الاسكندرية على وسائل الاعلام المحلية (قناة - إذاعة الاسكندرية) في معرفته بتحديات التنمية السياحية عامة والتنمية السياحية المستدامة بإقليم الاسكندرية ومدى الاستفادة من تناول الإعلام لتلك التحديات.
 - ٤- قياس مدى فاعلية اي من الوسيلتين (إذاعة -تلفزيون) في القيام بالدور الاعلامي والتوعوي للجمهور المستهدف بالقضايا الخاصة بالتنمية السياحية المستدامة وتحدياتها في اقليم الدراسة.
 - ٥- الوقوف علي كيفية معالجة العاملين بالاعلام المحلي للتحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة ومدى ملائمة هذه المعالجة من حيث (الشكل والمضمون وكثافة او عدم كثافة تناول).

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة على تساؤل رئيسي ما أبرز التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة في اقليم الاسكندرية وكيف تناولها الاعلام المحلي (إذاعة وتلفزيون الاسكندرية)؟

ومن خلال هذا التساؤل الرئيسي ، تطرح الدراسة مجموعة من التساؤلات ا لفرعية:

- ١- ما أهم التحديات والمعوقات التي تحد من فاعلية دور وسائل الاعلام المحلي في معالجتها لقضايا التنمية السياحية عامة والتنمية السياحية المستدامة خاصة؟
- ٢- ما طبيعة المعالجة الاعلامية لتحديات التنمية السياحية المستدامة من حيث الجمهور المستهدف والشكل البرمجي والمحتوى؟
- ٣- ما الوسيلة الاعلامية المحلية التي تعتمد عليها عينة الدراسة اكثر في متابعة تحديات التنمية السياحية المستدامة؟
- ٤- هل يمتلك العاملان بالقطاع السياحي والعاملين بوسائل الاعلام المحلي المعرفة الكافية بتحديات التنمية السياحية المستدامة ومدى اهتمامهم بتناول تحديات التنمية السياحية المستدامة اعلامياً؟

خامساً: الإطار النظري:

يمثل الاطار النظري للدراسة أهمية كبيرة حيث يسهم في الوقوف علي مشكلة الدراسة وأهم المفاهيم والقضايا التي تتناولها الدراسة وعليه اعتمدت الباحثتان علي نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام.

١- نظرية الإعتداع على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory:

تعد نظرية الإعتداع على وسائل الإعلام من النظريات الهامة، التي تنظر إلى المجتمع بإعتباره تركيباً عضوياً، ومن هذا المنطلق فهي تحاول إعطاء تفسيرات واضحة عن تأثيرات وسائل الإعلام، من خلال الإجابة على الكثير من الأسئلة ومنها: لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً تأثيرات قوية مباشرة، وأحياناً أخرى تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما؟ (٣)

وتشترط النظرية شرطين أساسيين لحدوث هذا التفاعل وتكوين علاقة اعتماد متبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام هما(٤):

- ١- إذا قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف مهمة في المجتمع وعملت الوظائف المناطة بها، وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور زاد ذلك من إيمانه عليها.
- ٢- إذا ارتفعت حدة الصراع كنتيجة للحروب أو التغييرات السياسية أو الاقتصادية أو ما شابه، فإن ذلك سيؤثر على كثافة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام. وتكمن قوة وسائل الإعلام طبقاً لنظرية الاعتماد في سيطرة وسائل الإعلام على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم (٥).

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

- يعتبر النظام الإعلامي مهما للمجتمع، بحيث تزداد درجة الاعتماد عليه في حالة إشباعه لحاجات الجمهور، وتقل في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات، كما يختلف الجمهور في درجة إيمانه على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية(٢).
- استخدام وسائل الإعلام وتأثيرها لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه الجمهور ووسائل الإعلام(٦).
- حالات اللااستقرار والأزمات التي تحدث في النظام الاجتماعي تزيد من حاجة الجمهور للمعلومات، وبالتالي تزيد من اعتماده على وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجة(٧).
- اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي والجمهور(٨).
- يتأثر مدى اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بعدة متغيرات، أهمها طبيعة وسائل الإعلام بالمجتمع ومدى تنوعها وتعددتها والمضمون الذي تقدمه، إلى جانب العوامل الخاصة بالمجتمع نفسه.

أوجه الاستفادة من النظرية فى الدراسة الحالية:

- انطلقت الدراسة من الإفتراضات التي تتخذ في إرتباطات النظم وعلاقات الإعتقاد على وسائل الإعلام.
- حيث تعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلاً من المداخل التي تشكل علاقة الجمهور مع وسائل الإعلام ، وتتأثر اتجاهات الأفراد نحو القضايا من خلال اعتمادهم على وسائل الإعلام التي تؤثر في سلوكهم. وتعد درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أساس لفهم تأثير الرسائل الإعلامية في المشاعر والسلوك والاتجاهات.
- تساعد فى فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور، وتركز على إجابة سؤال: لماذا يتابع جمهوراقليم الاسكندرية وسائل الإعلام المحلى لتحقيق الهدف وهو التعرف على التنمية السياحية المستدامة والتحديات التي تواجهها؟ ويمكن من خلال نظرية الاعتماد معرفة مدى اعتماد جمهوراقليم الاسكندرية على وسائل الاعلام المحلى فى معالجة التحديات التي تواجه التنمية السياحية بالاقليم وعلى هذا يمكن فهم العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور حيث لا يعملان منفصلين.

٢ - المفاهيم الاساسية:

- التعريف الإجرائي للمعالجة الإعلامية:

المقصود بالمعالجة الإعلامية في دراستنا الحالية العمل الإعلامي باشكاله المختلفة والذي قدمه الإعلام المحلى (اذاعة وقناة الاسكندرية) في تغطيتهما لمختلف تحديات التنمية السياحية المستدامة باقليم الدراسة التي يتم من خلالها تناول الوقائع والأحداث.

- **التعريف الاجرائي للاعلام المحلى:** اى نشاط اتصالى يقدم من خلال وسائل الاتصال الجماهيرى الممثلة فى (اذاعة- تلفزيون) والتي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار والمعلومات عن القضايا المختلفة فى اقليم الاسكندرية.

- **التعريف الاجرائي للتنمية السياحية المستدامة:** مختلف الخطط والبرامج، التي تسعى إلى تحقيق الزيادة المستمرة، والمتوازنة في الموارد السياحية والبيئية، مع ضمان إستفادة الأجيال المستقبلية.

سادساً: الدراسات السابقة **Previous Studies:**

المحور الاول: الدراسات السابقة التي تناولت دور وسائل الاعلام المحلي (الاذاعة والتلفزيون) في تنمية المجتمع المحلي.

١- أشارت دراسة بسمه عبدالله محمد برجل، (٢٠١٥)(٩) بشكل أساسي إلى وصف وتشخيص دور القنوات المحلية في تمكين المرأة الريفية في عمليات التنمية المستدامة الى جانب رصد درجة اهتمام برامج المرآه بمجالات التنمية المختلفة واعتمدت الدراسة على اسلوب المسح بالعينة وذلك من خلال مسح القائم بالاتصال ومسح خاص الجمهور، باستخدام صحيفة استقصاء كادة لجمع البيانات.

٢- سعت دراسة سعودى الحسن، الحسن أنداني وعبدالله عبد الملك (٢٠١١)(١٠) إلى التعرف على دور الإذاعة المجتمعية في تحسين سبل العيش، دراسة حالة ١٢ راديو سيملي فى غانا، وتحليل التحديات التي تواجه راديو سيملي ، استخدمت الدراسة دليل المقابلة والملاحظة كاداة لجمع البيانات وشملت الدراسة ٥١٨ مجتمعا محليا في منطقتين هما تولون كومبونغو وسافيلوغو ناننون.

وتوصلت نتائج الدراسة الي:

- ان إذاعة سيملي عملت على تحسين الوعي والمعرفة بالحلول لمشاكل التنمية المجتمعية في مختلف القطاعات ، اظهرت الدراسة اعتماد المستمعين علي المعلومات المتعلقة بالتنمية فى مختلف القطاعات فى المجتمعات الاخرى عن طريق اذاعة سيملي.

كما اوضحت الدراسة أن هناك عدة تحديات تواجه راديو سيملي:
الحصول على مدير محطة (سيملي راديو).

وقد أترعدم وجوده سلبا على تقديم الخدمات وإدارة بالاذاعة الى جانب اختفاء البرامج الإذاعية رغم اهميتها للمستمع.

٣- هدفت دراسة مها محمد فتحى يحيى حافظ،(٢٠٠٨)(١١) هدفت الدراسة بشكل أساسي إلى التعرف على معالجة القنوات التلفزيونية الإقليمية (الخامسة والثامنة) للثقافة الفرعية لكل من (المجتمع البدوي والمجتمع النوبي)، وقامت الباحثة بتحليل مضمون عينة من المواد والبرامج المقدمة عبر القناتين الخامسة والثامنة قد بلغ عدد البرامج التي خضعت للتحليل على القناتين الخامسة والثامنة ٤٩٨ مادة، تم اختيار عينة تمثل كل من النوبيين والبدو ٢٠٠ مفردة من النوبيين المقيمين بمركزي نصر النوبة وكوم امبو بمحافظة أسوان ٢٠٠ مفردة من المبحوثين البدو بمحافظة مطروح.

المحور الثاني: الدراسات السابقة المهمة بدور وسائل الاعلام فى التنمية السياحية:

١- ركزت دراسة أسماء الجيوشي(٢٠١٧)(١٢) على التعرف علي مدى مساهمة مستوى ما تقدمه القوالب والاشكال البرمجية التلفزيونية فى معرفة الجمهور بالمخاطر التى تتعرض لها الآثار والمنشآت السياحية، وتأثير المتغيرات الديمجرافية للمبحوثين على إدراكهم لتلك المخاطر، اعتمدت الدراسة على نظرية التعرض والتأثير الانتقائى ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، استخدمت الباحثة منهج المسح تم اجراء البحث على عينة ممثلة نسبية قوامها ٦٠٩ مفردة من الجمهور فوق ١٨ سنة المهتمين بالسياحة والآثار ويتعرضون للقوالب البرمجية.

٢- تتمحور دراسة هنيدة قنديل أبو بكر، ياسر يوسف،(٢٠١٧)(١٣) حول تقويم دور الإذاعة في غرس قيم التنمية المستدامة بالمنطقة العربية بالتركيز على تحليل البرامج التنموية الإذاعية، والتي تبثها إذاعة أبو ظبي (نموذجاً)، والأهمية التي أولتها للبرامج التنموية، اعتمد هذه الدراسة على التحليل الكمي والكيفي لمضمون البرامج التنموية بالإذاعات العربية، مع أخذ إذاعة أبو ظبي كعينة تطبيقية لهذه الإذاعات الخاصة.

٣- إستعرضت دراسة إيمان العلمي وعبود زرقين (٢٠١٦) (١٤)) ماهية الاعلام السياحي وانعكاساته على القطاع الاقتصادي بشكل عام، وأداء القطاع السياحي بشكل خاص، في ظل التحديات الداخلية والخارجية التي تواجه السياحة في الوقت الحالي، والدور الذي يؤديه الاعلام السياحي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة.

٤- ركزت دراسة مروة إسماعيل إسماعيل إبراهيم الدواخلي (٢٠١٥) (١٥) حول التعرف على دور الاعلام السياحي في رفع الوعي لدى السكان المحليين للحفاظ على المزارات السياحية في مصر تم اختيار الدراسة لمنطقة رشيد، هدفت الدراسة الى توضيح المعوقات التي تواجه الاعلام السياحي في رفع الوعي لدى المجتمع المحلي المحيط للحفاظ على المزارات السياحية دراسة حالة للمزارات السياحية بمدينة رشيد.

المحور الثالث: الدراسات السابقة المهمة بالتنمية السياحية المستدامة وتحدياتها:

١- هدفت دراسة لورديس رويز، (٢٠١٧) (١٦) إلى التعرف على الآثار البيئية السلبية للسياحة على المجتمعات المحلية في منطقة المرتفعات الإكوادورية، وقد تم تصنيف الآثار التي تجري دراستها إلى تأثيرات على البيئة المادية والبيولوجية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

٢- هدفت دراسة عبيد محمود عبد الحكيم، (٢٠١٦) (١٧) إلى تحديد الملامح الأساسية للسياحة البيئية ودورها في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، وايضا تحديد الوسائل التي يمكن من خلالها تنمية السياحة البيئية في مصر من اجل التحول الى السياحة الخضراء.

٣- تدور دراسة غلام رضا جنباز غويادي ، وماهين شاه فيرديان (٢٠١٦) (١٨) حول التعرف على الآثار البيئية للتنمية السياحية في نوسهر وتأثير السياحة على بيئة هذه المدينة، ولتحليل العلاقة بين السياحة البيئية والاستدامة والتنمية الحضرية المستدامة استنادا إلى نموذج مفاهيمي، يجري تحليل جوانب ومؤشرات

التنمية الحضرية المستدامة. ويجمع بين ثلاثة عناصر رئيسية للتنمية هي المجتمع والاقتصاد والبيئة.

٤- هدفت دراسة ياسر عوض (٢٠١٦) (١٩) الى ايضاح المفاهيم الأساسية للتنمية السياحية المستدامة وأهم المعوقات التي تواجهها، والاثار الاقتصادية، انتهت الدراسة الى تحديد اهم المعوقات المشكلات الاقتصادية التي تواجه التنمية السياحية المستدامة ومنها وقد صنفها الباحث فى خلال مدة دراسته منذ يناير ٢٠١١ الى مارس ٢٠١٦ فى مشكلات تتعلق بالارهاب الداخلى فى مصر.

سابعا: الاجراءات المنهجية للبحث:

١- نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع البيانات والحقائق التي يتم تجميعها وتسجيلها وتفسير البيانات وتحليلها تحليلها شاملا واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة وتعتمد الدراسة علي المنهج التاريخي.

٢- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في قطاعين: وهما قطاع العاملين في الاعلام المحلي بإقليم الإسكندرية (المرئي - المسموع) وقطاع العاملين بالمجال السياحي (الحكومي - الخاص) بإقليم الاسكندرية.

قامت الباحثتين بإختيار عينة عشوائية قوامها (٥٠٨ مفردة) من ثلاث محافظات (الاسكندرية والبحيرة ومطروح) تمثل اقليم الاسكندرية الجغرافى ممثلة للعاملين بالقطاع السياحي (الحكومي والخاص).

وعينة من العاملين بوسائل الاعلام المحلي باقليم الاسكندرية المتمثلة فى قناة الاسكندرية - اذاعة الاسكندرية) من خلال اختيار عينة عشوائية قوامها (١٣٨ مفردة).

٣- أدوات جمع البيانات:

أداة الدراسة: تم استخدام استمارة الاستبيان علي جمع المعلومات وتم تحكيم الاستمارة من قبل بعض اعضاء هيئة التدريس في مجال الاعلام.
تحليل الدراسة الميدانية

١- توصيف عينة الدراسة الخاصة بالعاملين بوسائل الإعلام المحلي:

جدول (١)

يوضح تكرارات ونسب عينة الدراسة بالعاملين بوسائل الإعلام المحلي (ن=١٣٨)

المتغيرات الديموجرافية	ك	%	
النوع	ذكر	٦١	
	انثي	٧٧	
الفئة العمرية	٣٠ أقل من ٣٥	٦	
	٣٥ أقل من ٤٠	١٣	
	٤٠ أقل من ٤٥	٣٢	
	٤٥ فأكثر	٨٧	
	مؤهل عالي	١١٧	
المستوى التعليمي	دبلوم متخصص	١٥	
	ماجستير	٢	
	دكتوراه	٤	
	الإسكندرية	١٢٣	
محل الإقامة	البحيرة	١٥	
	مطروح	٠	
	المرئي (قناة الإسكندرية)	٩٥	
تنتمي الي الإعلام المحلي من خلال	المسموع (اذاعة الإسكندرية)	٤٣	
	الثالثة	٥	
الدرجة الوظيفية	الثانية	١١	
	الأولى	٣٧	
	رئيس إدارة	٥	
	كبير	٧١	
	نائب مدير	٢	
	مدير	٧	
	الإجمالي	١٣٨	
			١٠٠%

يتضح من الجدول السابق خصائص عينة الدراسة من العاملين في الإعلام المحلي في كلا من (إذاعة- وتلفزيون الإسكندرية) الذين طبقت عليهم استمارات الاستبيان.

حيث قامت الباحثة بتطبيق عدد (١٣٨ استمارة) وجاءت خصائص العينة وفقاً للنوع والفئة العمرية والمستوى التعليمي ومحل الإقامة والوسيلة التي يعمل بها والدرجة الوظيفية علي النحو التالي:

خصائص عينة الدراسة وفقاً للنوع: كان غالبية مفردات العينة من الإناث بنسبة ٥٥.٨%، في حين جاءت نسبة مفردات عينة الدراسة من الذكور ٤٤.٢%.

• خصائص عينة الدراسة وفقاً للعمرية: جاءت غالبية عينة الدراسة في الفئة العمرية ٤٥ سنة فأكثر بنسبة (٦٣%).

• خصائص عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي: جاءت غالبية عينة الدراسة من العاملين في الإعلام المحلي بأقليم الإسكندرية من الحاصلين علي مؤهل عال بنسبة ٨٤.٨%.

• خصائص عينة الدراسة وفقاً لمحل الإقامة: جاءت غالبية عينة الدراسة من العاملين بالإعلام المحلي من المقيمين بالإسكندرية بنسبة ٨٩.١%.

• خصائص عينة الدراسة وفقاً للوسيلة التي يعمل بها: كانت غالبية عينة الدراسة من العاملين بتلفزيون الإسكندرية (قناة الإسكندرية) بنسبة ٦٨.٨%، في حين جاءت نسبة العاملين في راديو الإسكندرية (إذاعة الإسكندرية) بنسبة ٣١.٢%.

• خصائص عينة الدراسة وفقاً للدرجة الوظيفية: جاءت غالبية افراد العينة في الدرجة الوظيفية كبير بنسبة ٥١.٤%.

نلاحظ انخفاض نسبة العاملين في الإعلام المحلي بمحافظة البحيرة عن محافظة الإسكندرية كثيرا بينما يندم وجود أي من العاملين بالإعلام المحلي بمحافظة مطروح مما قد يؤثر على المتابعة الإعلامية لتحديات التنمية السياحية بالمحافظة الى جانب ارتفاع أعمار العاملين في وسائل الإعلام المحلي ٤٥ سنة فأكثر.

جدول (٢)
العلاقة بين محل الإقامة وجهة العمل

الإجمالي	المسموع (إذاعة الإسكندرية)		المرئي (قناة الإسكندرية)		جهة العمل محل الإقامة
	ك	%	ك	%	
٨٩.١%	١٢٣	٧٠.١%	٣٤	٩٣.٧%	الإسكندرية
١٠.٩%	١٥	٢٠.٩	٩	٦.٣%	البحيرة
-	-	-	-	-	مطروح
١٠٠%	١٣٨	١٠٠%	٤٣	١٠٠%	المجموع

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

الفجوة الكبيرة في عدد العاملين في الإعلام المحلي بإذاعة الإسكندرية وبين محل إقامتهم حيث نجد أن النسبة الأكبر للعاملين هم من المقيمين في الإسكندرية بنسبة ٧٠.١% من إجمالي العاملين بإذاعة الإسكندرية بواقع (٣٤) مبحوث. في حين جاءت نسبة العاملين بنفس الوسيلة من محافظة البحيرة ٢٠.٩% وذلك بواقع (٩) مبحوث ولا يوجد أي من العاملين بنفس الوسيلة من محافظة مطروح.

كما يتضح لنا أنه لا يوجد أي فرد من أفراد عينة العاملين في الإعلام المحلي المرئي (قناة الإسكندرية) ينتمي الى محافظة مطروح بالرغم من أن محافظة مطروح تخضع للتغطية الإعلامية المرئية من جانب قناة الإسكندرية بينما تخضع التغطية الإعلامية المسموعة من جانب إذاعة مطروح المحلية.

للتحقق من العلاقة بين محل الإقامة (المحافظة) وجهة العمل (وسيلة الإعلام المحلي) نلجأ الى استخدام اختبار مربع كاي.

جدول (٣)

يوضح العلاقة بين طبيعة العمل وجهة العمل

الإجمالي	المسموع (إذاعة الإسكندرية)		المرئي (قناة الإسكندرية)		جهة العمل طبيعة العمل
	ك	%	ك	%	
٣١.١%	٤٣	٢٠.٩%	٩	٣٥.٨%	معد برامج
٢٠.٣%	٢٨	٢٥.٥%	١١	١٧.٨%	مذيع
١٠.١%	١٤	٣٢.٦%	١٤	-	مقدم برامج
٢١%	٢٩	٢.٣%	١	٢٩.٥%	مخرج
٢.١%	٣	-	-	٣.٢%	مصور
١٠.٩%	١٥	١٨.٧%	٨	٧.٤%	مندوب ومحرر أخبار
١.٥%	٢	-	-	٢.١%	رقابة ومتابعة
١.٥%	٢	-	-	٢.١%	محرر برنامج يومي
١.٥%	٢	-	-	٢.١%	مدير إنتاج أول
١٠.٠%	١٣٨	١٠.٠%	٤٣	١٠.٠%	المجموع

مجلة العلوم والتقنية - المصحح الأرم - ونز - الجزء السابع - السنة الحادية عشرة - أكتوبر ٢٠١٩

يتضح من الجدول السابق ما يلي: بلغت نسبة معدين البرامج من إجمالي العاملين بالإعلام المحلي بأقليم الإسكندرية ٣١.١% بواقع (٤٣) مبحوث، كما بلغت نسبة المخرجين ٢١% بواقع (٢٩) مبحوث، ونسبة المذيعين ٢٠.٣% بواقع (٢٨) مبحوث، ونسبة المندوبين ومحررين الأخبار ١٠.٩% بواقع (١٥) مبحوث، ونسبة المصورين ٢.١% بواقع (٣) مبحوثين، والعاملين بالرقابة والمتابعة ١.٥% بواقع (٢) مبحوث، ونسبة محررين البرنامج اليومي ١.٥% بواقع (٢) مبحوث، ونسبة العاملين كمدير إنتاج أول ١.٥% بواقع (٢) مبحوث.

٢- التحليل الإحصائي لمتغيرات الدراسة الخاصة بالعاملين بوسائل الإعلام المحلي:

جدول (٤)

يوضح الفئات التي تحظى باهتمام العاملين بوسائل الإعلام المحلي

الإجمالي	المسموع (إذاعة الإسكندرية)		المرئي (قناة الإسكندرية)		نوع الإعلام (مرئي - مسموع)	الفئات التي تحظى بالاهتمام
	ك	%	ك	%		
١١٦	٨٤.١%	٤٠	٥٦.٣%	٧٦	٥٣.١%	الجمهور بوجه عام
٦٣	٤٥.٧%	١٤	١٩.٧%	٣٤	٢٣.٨%	الشباب
٢٣	١٦.٧%	٦	٨.٥%	١٧	١١.٩%	المرأة
١٣	٩.٤%	٥	٧%	٨	٥.٦%	الطفل
٤	٢.٩%	٣	٤.٢%	١	٠.٧%	المسنين
١٠	٧.٣%	٣	٤.٢%	٧	٤.٩%	ذوي القدرات الخاصة
١٠٠%		١٣٨				الإجمالي

يتضح من الجدول السابق الآتي: ٥٣.١% من العاملين بالإعلام المرئي (قناة الإسكندرية) يعد الجمهور بوجه عام من أكثر الفئات التي تحظى باهتمامهم الخاص بينما ٢٣.٨% يعد الشباب من أقل الفئات التي تحظى باهتمامهم الخاص بينما ١١.٩% تعد المرأة من أقل الفئات التي تحظى باهتمامهم الخاص بينما ٥.٦% يعد الطفل من أيضاً من أقل الفئات التي تحظى باهتمامهم الخاص بينما ٤.٩% يعد ذوي القدرات الخاصة من أقل الفئات التي تحظى باهتمامهم الخاص بينما ٠.٧% يعد المسنين من أقل الفئات التي تحظى باهتمامهم الخاص.

٥٦.٣% من العاملين بالإعلام المسموع (إذاعة الإسكندرية) يعد الجمهور بوجه عام من أكثر الفئات التي تحظى باهتمامهم الخاص بينما ١٩.٧% يعد الشباب من أكثر الفئات التي تحظى باهتمامهم الخاص بينما ٨.٥% تعد المرأة من أكثر الفئات التي تحظى باهتمامهم الخاص بينما ٧% يعد الطفل من أكثر الفئات التي تحظى باهتمامهم الخاص بينما ٤.٢% يعد ذوي القدرات الخاصة من أكثر الفئات

التي تحظى باهتمامهم الخاص بينما ٤.٢% يعد المسنين من أكثر الفئات التي تحظى باهتمامهم الخاص.

نلاحظ اهتمام العاملين بالإعلام المحلي الإذاعي (المرئي والمسموع) أكثر بفئات الجمهور بوجه عام ثم الشباب والمرءه بينما يقل الاهتمام بفئات الاطفال والمسنين وذوى القدرات الخاصة مما يستوجب الاهتمام أكثر بتلك الفئات بتوجيه مضمين إعلامية تهتم بتوضيح التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة أكثر بمحافظات إقليم الإسكندرية.

جدول (٥)

يوضح العلاقة بين الأولويات البرمجية ونوع الوسيلة

الإجمالي	المسموع (إذاعة الإسكندرية)		المرئي (قناة الإسكندرية)		نوع الإعلام (مرئي - مسموع)	أولويات الاهتمامات البرمجية
	ك	%	ك	%		
٢٣	٥.١%	٥	٨.٨%	١٨	قضايا سياسية	
٢٥	٩.٢%	٩	٧.٨%	١٦	قضايا اقتصادية	
٧٤	٢٢.٤%	٢٢	٢٥.٥%	٥٢	قضايا اجتماعية	
٤١	١٧.٣%	١٧	١١.٨%	٢٤	قضايا ثقافية	
٥٢	٢١.٤%	٢١	١٥.٢%	٣١	ظروف معيشة	
٨٢	٢٢.٤%	٢٢	٢٩.٤%	٦٠	الأحداث الجارية	
٥	٢%	٢	١.٥%	٣	أخرى	
١٠٠%		١٣٨			المجموع	

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن ٢٩.٤% من العاملين بالإعلام المرئي (قناة الإسكندرية) أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم الأحداث الجارية بينما ٢٥.٥% منهم أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم قضايا اجتماعية بينما ١٥.٢%

منهم أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم ظروف المعيشة بينما ١١.٨% منهم أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم قضايا ثقافية بينما ٨.٨% أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم قضايا سياسية بينما ٧.٨% منهم أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم قضايا اقتصادية بينما ١.٥% منهم أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم قضايا أخرى.

٢٢.٤% من العاملين بالإعلام المسموع (إذاعة الإسكندرية) أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم قضايا اجتماعية بينما ٢٢.٤% منهم أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم الاحداث الجارية بينما ٢١.٤% منهم أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم ظروف المعيشة بينما ١٧.٣% منهم أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم قضايا ثقافية بينما ٩.٢% منهم أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم قضايا اقتصادية بينما ٥.١% منهم أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم قضايا سياسية بينما ٢% منهم أولويات الاهتمامات البرمجية لديهم قضايا أخرى.

نلاحظ اهتمام العاملين بالإعلام المحلي الإذاعي (المرئي) أكثر بالأحداث الجارية والقضايا الاجتماعية وظروف المعيشة أكثر من الاهتمام بالقضايا الثقافية والسياسية في حين تأتي القضايا الاقتصادية في أواخر اهتمام العاملين بالإعلام المحلي المرئي (قناة الإسكندرية).

كما نلاحظ اهتمام العاملين بالإعلام المحلي الإذاعي (المسموع) أكثر بالقضايا الاجتماعية والاحداث الجارية وظروف المعيشة أكثر من الاهتمام بالقضايا الثقافية والاقتصادية والسياسية.

نستنتج من ذلك ضعف الاهتمام بالقضايا الثقافية والاقتصادية والسياسية من جانب العاملين بالإعلام المحلي المرئي والمسموع وما له علاقة بالتحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة سواء مباشرة او غير مباشرة في حين يرتفع نسبة الاهتمام أكثر بالقضايا الاجتماعية والاحداث الجارية وظروف المعيشة.

جدول (٦)

يوضح أفضل اشكال البرامج المستخدمة

الإجمالي		المسموع (إذاعة الإسكندرية)		المرئي (قناة الإسكندرية)		نوع الإعلام (مرئي - مسموع) أفضل شكل برامجي لتقديم القضايا
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٣.٤%	٤٦	٢١.٨%	٢٢	١٢.٨%	٢٤	الحديث المباشر
٤٣.٥%	٦٠	٢٤.٨%	٢٥	١٨.٧%	٣٥	الحوار
٤٤.٩%	٦٢	٩.٩%	١٠	٢٧.٨%	٥٢	التقرير
٥٠.٧%	٦٣	١٩.٨%	٢٠	٢٣%	٤٣	تسجيلات خارجية
١٥.٩%	٢٢	١٥.٨%	١٦	٣.٢%	٦	مداخلات هاتفية
٢٥.٤%	٣٥	٧.٩%	٨	١٤.٤%	٢٧	اعلانات التوعية
١٠٠%			١٣٨			المجموع

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة ان ٢٧.٨% من العاملين بالإعلام المرئي (قناة الإسكندرية) افضل شكل يمكن ان يقدموا به القضايا البيئية هو (التقرير) بينما ٢٣% منهم افضل شكل يمكن ان يقدموا به القضايا البيئية هو (تسجيلات خارجية) بينما ١٨.٧% منهم افضل شكل يمكن ان يقدموا به القضايا البيئية والسياحية هو (الحوار) بينما ١٤.٤% منهم افضل شكل يمكن ان يقدموا به القضايا البيئية والسياحية هو (إعلانات التوعية) بينما ١٢.٨% منهم افضل شكل يمكن ان يقدموا به القضايا البيئية والسياحية هو (الحديث المباشر) بينما ٣.٢% منهم افضل شكل يمكن ان يقدموا به القضايا البيئية هو مداخلات هاتفية.

٢٤.٨% من العاملين بالإعلام المسموع (إذاعة الإسكندرية) افضل شكل يمكن ان يقدموا به القضايا البيئية هو (الحوار) بينما ٢١.٨% منهم افضل شكل يمكن ان يقدموا به القضايا البيئية والسياحية هو (الحديث المباشر) بينما ١٩.٨% منهم افضل شكل يمكن ان يقدموا به القضايا البيئية والسياحية هو (تسجيلات خارجية) بينما ١٥.٨% منهم افضل شكل يمكن ان يقدموا به القضايا البيئية والسياحية هو (مداخلات هاتفية) بينما ٩.٩% منهم افضل شكل يمكن ان يقدموا به القضايا البيئية والسياحية هو (التقرير) بينما ٧.٩% منهم افضل شكل يمكن ان يقدموا به القضايا البيئية والسياحية هو (إعلانات التوعية).

يجد العاملين بالإعلام المحلي المرئي (قناة الإسكندرية) ان افضل شكل يمكن ان يقدم به القضايا البيئية والسياحية (تلفزيونيا) هو التقرير التلفزيوني والتسجيلات الخارجية ثم الحوار ثم اعلانات التوعية ثم ياتي الحديث المباشر والمداخلات الهاتفية كأقل الاشكال البرمجية التلفزيونية التي يمكن من خلالها تناول القضايا البيئية والسياحية.

بينما يحدد العاملون في الإعلام المحلي المسموع (اذاعة الإسكندرية) ان افضل شكل يمكن ان يقدم به القضايا البيئية والسياحية عبر (الإذاعة المحلية) هو الحوار والحديث المباشر ثم التسجيلات الخارجية والمداخلات الهاتفية بينما ياتي التقرير الإذاعي وإعلانات التوعية كأقل الأشكال البرمجية الإذاعية التي يمكن من خلالها تناول القضايا البيئية والسياحية.

في حين أجمع كل العاملين بوسائل الإعلام المحلي على أن التسجيلات الخارجية من أفضل الأشكال البرمجية التي يمكن من خلالها تناول القضايا البيئية والسياحية.

جدول (٧)

يوضح العلاقة بين نوع وسيلة الإعلام المحلي وطبيعة ضيوف البرنامج

نوع الإعلام (مرئي - مسموع)	المرئي (قناة الإسكندرية)		المسموع (اذاعة الإسكندرية)		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نوع ضيوف البرنامج						
المسؤولين	٦٨	%٣٣.٣	٣٣	%٣٥.٥	١٠١	%٧٣.٢
خبراء ومتخصصين	٧٨	%٣٨.٢	٤١	%٤٤.١	١١٩	%٨٦.٣
شهود عيان	١١	%٥.٤	١	%١.١	١٢	%٨.٧
مواطنين عاديين	٢٤	%١١.٨	١١	%١١.٨	٣٥	%٢٥.٤
رجال اعمال	٤	%٢	١	%١.١	٥	%٣.٦
سائحون	١٩	%٩.٣	٦	%٦.٥	٢٥	%١٨.١
المجموع			١٣٨			%١٠٠

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة ان ٣٨.٢% من العاملين بالإعلام المرئي (قناة الإسكندرية) أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم هم (خبراء ومتخصصين) بينما ٣٣.٣% من العاملين بالإعلام المرئي (قناة الإسكندرية) أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم هم (المسؤولين) بينما ١١.٨% منهم أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم هم (مواطنين عاديين) بينما ٩.٣% منهم أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم هم (سائحون) بينما ٥.٤% منهم أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم هم (شهود عيان) بينما ٢% منهم أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم هم (رجال اعمال).

٤٤.١% من العاملين بالإعلام المسموع (إذاعة الإسكندرية) أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم هم (خبراء ومتخصصين) بينما ٣٥.٥% منهم أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم هم (المسؤولين) بينما ١١.٨% منهم أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم هم (مواطنين عاديين) بينما ٦.٥% منهم أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم هم سائحون بينما ١.١% منهم أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم هم (شهود عيان) بينما ١.١% منهم أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم هم (رجال اعمال).

يحدد كل من العاملين بالإعلام المحلي (المرئي والمسموع) بقناة واذاعة الإسكندرية ان الخبراء والمتخصصين هم أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم.

ثم ياتي المسؤولين في المرتبة الثانية ثم المواطنين ثم ياتي السائحون وشهود العيان ورجال في اواخر قائمة فئات الضيوف التي يهتم بها العاملين في الإعلام المحلي بشقيه (المرئي والمسموع)

في حين نرى انه يجب مراعاة الاهتمام بالتعرف على اراء السائحون وشهود العيان والعاملون بالقطاع السياحي (الحكومي والخاص) ورجال الاعمال لما لهم من علاقات مباشرة وغير مباشرة أكثر فيما يخص التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة.

جدول رقم (٨)

العلاقة بين وسائل التفاعل مع الجمهور ونوع الوسيلة

الإجمالي		المسموع (إذاعة الإسكندرية)		المرئي (قناة الإسكندرية)		نوع الإعلام (مرئي - مسموع)
%	ك	%	ك	%	ك	وسائل التفاعل مع الجمهور
%٣١.٩	٤٤	%٧.٤	٤	%٣٥.٧	٤٠	استطلاعات الرأي
%٤٦.٤	٦٤	%٦٨.٥	٣٧	%٢٤.١	٢٧	المدخلات الهاتفية
%٤٢	٥٨	%٢٤.١	١٣	%٤٠.٢	٤٥	من خلال صفحات التواصل الاجتماعي
%١٠٠			١٣٨			المجموع

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن (صفحات التواصل الاجتماعي) من أكثر وسائل التي تدعم التفاعل مع الجمهور بالنسبة للعاملين بالإعلام المرئي (قناة الإسكندرية) حيث كان وزنها النسبي %٤٠.٢ بينما جاء في المرتبة الثانية (استطلاعات الرأي) حيث كان وزنها النسبي %٣٥.٧ بينما جاء في المرتبة الثالثة (المدخلات الهاتفية) حيث كان وزنها النسبي %٢٤.١.

تعد (المدخلات الهاتفية) من أكثر الوسائل التي تدعم التفاعل مع الجمهور بالنسبة للعاملين في الإعلام المسموع (إذاعة الإسكندرية) حيث كان وزنها النسبي %٦٨.٥ بينما جاء في المرتبة الثانية (صفحات التواصل الاجتماعي) حيث كان وزنها النسبي %٢٤.١ بينما جاء في المرتبة الثالثة (استطلاعات الرأي) حيث كان وزنها النسبي %٧.٤.

يجد العاملون في الإعلام المحلي المرئي (قناة الإسكندرية) أن صفحات التواصل الاجتماعي ثم استطلاعات الرأي من أكثر وسائل التي تدعم التفاعل مع الجمهور في حين أقل هذه الوسائل هي المدخلات الهاتفية.

بينما يجد العاملون في الإعلام المحلي المسموع (إذاعة الإسكندرية) أن المدخلات الهاتفية ثم صفحات التواصل الاجتماعي من أكثر وسائل التي تدعم التفاعل مع الجمهور في حين أقل هذه الوسائل هي استطلاعات الرأي.

انطلاقاً من ذلك نجد ان صفحات التواصل الاجتماعي من أكثر وسائل التي تدعم التفاعل مع الجمهور من جانب العاملين في الإعلام المحلي المرئي والمسموع بإقليم الإسكندرية.

اشترك كل من العاملين في الإعلام المحلي المرئي والمسموع (إذاعة وقناة الإسكندرية) في أن مدى متابعة تحديات التنمية السياحية المستدامة يكون في حلقة واحدة وليس أكثر من حلقة.

نستج من ذلك أنه يكتفي بعرض تحدٍ واحد في قضية واحدة من جانب العاملين في الإعلام المحلي، بينما معظم التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة قضايا متصلة بجوانب مختلفة ومتنوعة ولها أوجه اقتصادية وثقافية واجتماعية، وأحياناً سياسية مما يصعب تناولها وإلقاء الضوء عليها في حلقة واحدة.

جدول (١٠)

اهتمام العاملين بالإعلام المحلي بتناول تحديات التنمية السياحية المستدامة

مدي الاهتمام العاملين بتناول تحديات التنمية السياحية المستدامة	ك	%
غير مهتم	١٥	١٠.٩%
مهتم إلى حد ما	٩١	٦٥.٩%
مهتم جداً	٣٢	٢٣.٢%
الإجمالي	١٣٨	١٠٠%

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن نسبة الأفراد المهتمين إلى حد ما بتناول تحديات التنمية السياحية المستدامة في برنامجهم في العينة هي ٦٥.٩%، ونسبة الأفراد المهتمين جداً بتناول تحديات التنمية السياحية المستدامة في برنامجهم في العينة هي ٢٣.٢%، بينما نسبة الأفراد غير المهتمين بتناول تحديات التنمية السياحية المستدامة في برنامجهم في العينة هي ١٠.٩%، نلاحظ من ذلك ارتفاع اهتمام كل من العاملين في الإعلام المحلي المرئي والمسموع بتناول تحديات التنمية السياحية المستدامة في برامجهم المقدمة عبر إذاعة وقناة الإسكندرية.

جدول (١١)

يوضح معوقات العمل للعاملين في وسائل الإعلام المحلي

العبارة	لا اوافق	اوافق	الي حد ما	عدد النقاط	متوسط حسابي	درجة الموافقة
١- الإمكانيات الفنية ضعيفة فلا أستطيع ان اقدم البرامج بالشكل الأفضل.	٤	٨١	٥٣	٣٥٣	٢.٦	أوافق
٢- الموارد المالية المتوفرة لهذه البرامج محدودة فلا أستطيع أن أقدمها بشكل متطور.	٥	٩٢	٤١	٣٦٣	٢.٦	أوافق
٣- فريق العمل الذى يشارك في البرنامج غير مؤهل للعمل مهنيا أو بسبب اختلافات شخصية.	٥٢	١٣	٧٣	٢٣٧	١.٩	إلى حد ما
٤- لا تتوافر لدى مصادر معلومات موثقة تمكننى من تقديم معلومات جديدة في مجال التنمية السياحية المستدامة.	٢٣	٣٩	٧٦	٢٩٢	٢.١	إلى حد ما
٥- لا يوجد تواصل مع رؤسائى لفهم أهدافهم والغاية من هذه البرامج.	٥٦	١٦	٦٦	٢٣٦	١.٧	إلى حد ما

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن نسبة الأفراد الموافقين على هذه العبارة (الإمكانيات الفنية ضعيفة فلا أستطيع أن أقدم البرامج بالشكل الأفضل) في العينة هي ٥٨.٧%، ونسبة الأفراد غير الموافقين على هذه العبارة في العينة هي ٢.٩%، بينما نسبة الأفراد المجيبين على العبارة بقول " إلى حد ما " في العينة هي ٣٨.٤%.

نسبة الأفراد الموافقين على هذه العبارة (الموارد المالية المتوفرة لهذه البرامج محدودة فلا أستطيع أن أقدمها بشكل متطور) في العينة هي ٦٦.٧%، ونسبة الأفراد غير الموافقين على هذه العبارة في العينة هي ٣.٦%، بينما نسبة الأفراد المجيبين على العبارة بقول "إلى حد ما " في العينة هي ٢٩.٧%.

نسبة الأفراد الموافقين على هذه العبارة فريق العمل الذي يشارك في البرنامج غير مؤهل للعمل مهنيًا أو بسبب اختلافات شخصية) في العينة هي ٩.٤%، ونسبة الأفراد غير الموافقين على هذه العبارة في العينة هي ٣٧.٧%، بينما نسبة الأفراد المجيبين على العبارة بقول "إلى حد ما" في العينة هي ٥٢.٩%.

نسبة الأفراد الموافقين على هذه العبارة (لا تتوافر لدى مصادر معلومات موثقة تمكيني من تقديم معلومات جديدة في مجال التنمية السياحية المستدامة) في العينة هي ٢٨.٣%، ونسبة الأفراد غير الموافقين على هذه العبارة في العينة هي ١٦.٧%، بينما نسبة الأفراد المجيبين على العبارة بقول "إلى حد ما" في العينة هي ٥٥.١%.

نسبة الأفراد الموافقين على هذه العبارة (لا يوجد تواصل مع رؤسائي لفهم أهدافهم والغاية من هذه البرامج) في العينة هي ١١.٦%، ونسبة الأفراد غير الموافقين على هذه العبارة في العينة هي ٤٠.٦%، بينما نسبة الأفراد المجيبين على العبارة بقول "إلى حد ما" في العينة هي ٤٧.٨% نلاحظ مما سبق أن (الإمكانيات الفنية الضعيفة، وقلة الموارد المالية المتوفرة لإنتاج البرامج، وعدم توافر مصادر معلومات موثقة تمكن من تقديم معلومات جديدة في مجال التنمية السياحية المستدامة) هم أكثر العوائق والصعوبات التي تواجه العاملين في الإعلام المحلي المرئي والمسموع في تناولهم لتحديات التنمية السياحية المستدامة في إقليم الإسكندرية. بينما نجد أن أقل الصعوبات التي تواجه العاملين في الإعلام المحلي (المرئي والمسموع) في تناولهم لتحديات التنمية السياحية المستدامة في إقليم الإسكندرية، هي (عدم التواصل مع الرؤساء في العمل أو الاختلافات- المهنية والشخصية- بين فريق العمل) مما يدل على توافر قدر جيد من التوافق بين كل من الرؤساء والمرؤسين من جهة وبين العاملين فيما بينهم من جهة أخرى مما يساعد على العمل بشكل مناسب في تناولهم لتحديات التنمية السياحية المستدامة بإقليم الإسكندرية. وهذا يتوافق ويتناسب مع التحليل السابق المستخلص من جدول (٢٧) في أن الضغوط على المستوى الإداري بالقناة هي أقل أنواع الضغوط التي يتعرض لها العاملين في الإعلام المحلي.

يجد أكثر أفراد العينة انه لا يتم معالجة وتناول تحديات التنمية السياحية المستدامة بإقليم الإسكندرية في وسائل الإعلام المحلية بإقليم الإسكندرية (إذاعة- تليفزيون) معالجة قوية في حين أن نسبة أقل تجد أنها معالجة متوسطة.

في حين وجد أكثر من نصف أفراد العينة من العاملين في الإعلام المحلي أن برامجهم المذاعة عبر إذاعة وقناة الإسكندرية لاتساهم في الحد من التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة بإقليم الإسكندرية، في حين يجد أقل من نصف العينة أن البرامج المذاعة عبر إذاعة وقناة الإسكندرية تساهم في الحد من التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة بإقليم الإسكندرية.

جدول (١٢)

يوضح طرق مساهمة العاملين في وسائل الإعلام المحلي في التوعية بتحديات التنمية السياحية المستدامة

النسبة من العينة	الاستجابات		طرق المساهمة
	%	ك	
٣٩.٦%	٧٨%	٥٣	١- من خلال القيام بتحليل ومناقشة برامج التنمية السياحية وخططها واستراتيجيتها.
٧٤.٦%	٤٢.١%	٣٠	٢- من خلال تغطية المؤتمرات والندوات المتعلقة بالسياحة وتحدياتها.
٥٦.٦%	٣٢.٦%	٧٦	٣- من خلال متابعة جهود المؤسسات الحكومية والتنمية في المجتمع المحلي.
٣%	١.٧%	٤	٤- أخرى.
١٧٣.٩%	١٠٠%	٢٣٣	الإجمالي

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن " تغطية المؤتمرات والندوات المتعلقة بالسياحة وتحدياتها " كانت الأكثر اختيارًا من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٧٤.٦%.

جاءت في المرتبة الثانية " متابعة جهود المؤسسات الحكومية والتنمية في المجتمع المحلي " حيث اختارها ٥٦.٧% من أفراد العينة.

جاءت في المرتبة الثالثة " القيام بتحليل ومناقشة برامج التنمية السياحية وخططها واستراتيجيتها " حيث اختارها ٣٩.٦% من أفراد العينة.

جاءت في المرتبة الأخيرة وسائل توعية أخرى حيث اختارها ٣% من أفراد العينة، وكانت ممثلة في الآتي:

- من خلال التصوير في أماكن المحميات الطبيعية والواحات ورحلات السفاري والاستشفاء.
- عرض أهم مشكلات التنمية عامة والتنمية السياحية خاصة.
- إعلام ترويج وتوعية.

وجد أكثر أفراد العينة أن برامجهم المذاعة عبر إذاعة وقناة الإسكندرية تساهم في التوعية بتحديات التنمية السياحية المستدامة من خلال تغطية المؤتمرات والندوات المتعلقة بالسياحة وتحدياتها ثم من خلال متابعة جهود المؤسسات الحكومية والتنمية في المجتمع المحلي، في حين أن القيام بتحليل ومناقشة برامج التنمية السياحية وخططها واستراتيجيتها نسبتها أقل في المساهمة في التوعية بتحديات التنمية السياحية المستدامة في إقليم الإسكندرية.

جدول (١٣)

يوضح ايجابيات معالجة وسائل الإعلام المحلي لقضايا وتحديات التنمية السياحية المستدامة

النسبة من العينة	الاستجابات		إيجابيات المعالجة الإعلامية
	%	ك	
٦٩.٣%	٢٩.٦%	٩٥	١- تسليط الضوء على قضايا تنموية مهمة
٤٨.٩%	٢٠.٩%	٦٧	٢- شرح مخاطر بقصد التوعية
١٩%	٨.١%	٢٦	٣- تأييد أو معارضة إجراءات معينة
٥٦.٢%	٢٤%	٧٧	٤- التنبيه لأخطار بيئية وتحديات التنمية السياحية المستدامة داخل المجتمع
١٠.٩%	٤.٧%	١٥	٥- انتقاد المسؤولين والضغط عليهم
٢٩.٩%	١٢.٨%	٤١	٦- الدعوة للتغيير
٢٣٤.٣%	١٠٠%	٣٢١	الإجمالي

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن " تسليط الضوء على قضايا تنمية مهمة " كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٦٩.٣%.

جاء في المرتبة الثانية " التنبيه لأخطار بيئية وتحديات التنمية السياحية المستدامة داخل المجتمع " حيث اختارها ٥٦.٢% من أفراد العينة.

جاء في المرتبة الثالثة " شرح مخاطر بقصد التوعية " حيث اختارها ٤٨.٩% من أفراد العينة.

جاء في المرتبة الرابعة " الدعوة للتغيير " حيث اختارها ٢٩.٩% من أفراد العينة.

وجاء في المرتبة الخامسة " تأييد أو معارضة إجراءات معينة " حيث اختارها ١٩% من أفراد العينة.

وجاء في المرتبة الأخيرة " انتقاد المسؤولين والضغط عليهم " حيث اختارها ١٠.٩% من أفراد العينة.

يجد أكثر من نصف أفراد العينة أن كل من (تسليط الضوء على قضايا تنمية مهمة والتنبيه لأخطار بيئية وتحديات التنمية السياحية المستدامة داخل المجتمع) هي أكثر إيجابيات معالجة وسائل الإعلام المحلي للقضايا البيئية وتحديات التنمية السياحية المستدامة.

في حين يجد أقل من نصف أفراد العينة من العاملين في الإعلام المحلي أن كل من (شرح المخاطر بقصد التوعية والدعوة للتغيير) من إيجابيات معالجة وسائل الإعلام المحلي للقضايا البيئية وتحديات التنمية السياحية المستدامة.

في حين جاء كل من (تأييد أو معارضة إجراءات وانتقاد المسؤولين والضغط عليهم) من أقل إيجابيات معالجة وسائل الإعلام المحلي للقضايا البيئية وتحديات التنمية السياحية المستدامة في إقليم الإسكندرية.

جدول (١٤)

يوضح الصعوبات التي تواجه العاملين بوسائل الإعلام المحلي أثناء تنفيذ البرامج المتعلقة بتحديات التنمية السياحية المستدامة

نوع الوسيلة طبيعة الصعوبات	المرئي (قناة الإسكندرية)		المسموع (إذاعة الإسكندرية)		الإجمالي
	ك	%	ك	%	
١- لا يوجد رد فعل حقيقي تجاه ما يبث حول قضايا وتحديات التنمية السياحية المستدامة.	٤٠	%٢٣.٣	٢٤	%٢٨.٩	٦٤ %٤٦.٤
٢- عدم وجود تخطيط جيد لتغطية الإعلامية.	٣٩	%٢٢.٧	١٧	%٢٠.٥	٥٦ %٤٠.٦
٣- افتقاد الأرشيف للمادة اللازمة للمعمل البرامجي.	٣٩	%٢٢.٧	١٩	%٢٢.٩	٥٨ %٤٢
٤- صعوبات مالية لتوفير متطلبات التغطية الإعلامية لقضايا التنمية السياحية المستدامة (البعد المكاني وعدم توفر وسائل مواصلات أو إقامة لفريق العمل).	٣٩	%٢٢.٧	٩	%١٠.٨	٤٨ %٣٤.٨
٥- ضغوط الرؤساء في اختيار قضايا تنموية دون غيرها.	٧	%٤.١	٣	%٣.٦	١٠ %٧.٣
٦- مناقشة قضايا التنمية السياحية المستدامة من خلال برامج مشابهة على وسائل الإعلام الأخرى.	٦	%٣.٥	٨	%٩.٦	١٤ %١٠.٢
٧- أخرى.	٢	%١.٢	٣	%٣.٦	٥ %٣.٦
المجموع	٩٥	%١٠٠	٤٣	%١٠٠	١٣٨ %١٠٠

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أنه " لا يوجد رد فعل حقيقي تجاه ما يبث حول قضايا وتحديات التنمية السياحية المستدامة " من أكثر الصعوبات التي واجهت العاملين بالإعلام المرئي (قناة الإسكندرية) اثناء عملهم حيث كان وزنها النسبي (%٢٣.٣) بينما جاءت في المرتبة الثانية " عدم وجود تخطيط جيد لتغطية الإعلامية" حيث كان وزنها النسبي (%٢٢.٧) وكذلك في المرتبة الثالثة جاءت مشكلة " افتقاد الأرشيف للمادة اللازمة للمعمل البرامجي" حيث كان وزنها النسبي

(٢٢.٧%) كذلك في المرتبة الرابعة جاءت مشكلة " صعوبات مالية لتوفير متطلبات التغطية الإعلامية لقضايا التنمية السياحية المستدامة (البعد المكاني وعدم توفر وسائل مواصلات أو إقامة لفريق العمل)" حيث كان وزنها النسبي (٢٢.٧%) بينما يحل في المرتبة الخامسة مشكلة " ضغوط الرؤساء في اختيار قضايا تنموية دون غيرها" حيث كان وزنها النسبي (٤.١%).

بينما جاء في المرتبة السادسة مشكلة " مناقشة قضايا التنمية السياحية المستدامة من خلال برامج مشابهة على وسائل الإعلام أخرى" حيث كان وزنها النسبي (٣.٥%) بينما يحل في المرتبة الأخيرة "صعوبات أخرى حيث كان وزنها النسبي (١.٢%).

يعد " لا يوجد رد فعل حقيقي تجاه ما يبث حول قضايا وتحديات التنمية السياحية المستدامة " من أكثر الصعوبات التي واجهت العاملين بالإعلام المسموع (إذاعة الإسكندرية) أثناء عملهم حيث كان وزنها النسبي (٢٨.٩%) بينما جاءت في المرتبة الثانية " افتقاد الارشيف للمادة اللازمة للعمل البرامجي) حيث كان وزنها النسبي (٢٢.٩%) بينما جاء في المرتبة الثالثة " عدم وجود تخطيط جيد لتغطية الإعلامية" حيث كان وزنها النسبي (٢٠.٥%) بينما جاء في المرتبة الرابعة " صعوبات مالية لتوفير متطلبات التغطية الإعلامية لقضايا التنمية السياحية المستدامة (البعد المكاني وعدم توفر وسائل مواصلات أو إقامة لفريق العمل)" حيث كان وزنها النسبي ١٠.٨% بينما جاء في المرتبة الخامسة " مناقشة قضايا التنمية السياحية المستدامة من خلال برامج مشابهة على وسائل الإعلام الأخرى" حيث كان وزنها النسبي ٩.٦%.

بينما جاء في المرتبة السادسة " ضغوط الرؤساء في اختيار قضايا تنموية دون غيرها" حيث كان وزنها النسبي ٣.٦% وكذلك جاء في المرتبة السادسة "ضغوط أخرى" حيث كان وزنها النسبي ٣.٦%.

اشترك كل من العاملين في الإعلام المحلي- المرئي والمسموع- من أفراد العينة أن من أهم ما الصعوبات التي تواجههم أثناء تنفيذ البرامج المذاعة عبر إذاعة وقناة الإسكندرية (لا يوجد رد فعل حقيقي تجاه ما يبث حول قضايا وتحديات التنمية السياحية المستدامة).

جدول (١٥)

يوضح بعض التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة

في محافظات إقليم الإسكندرية

التحديات	محافظه الإسكندرية			محافظه البحيرة			محافظه مطروح		
	الاستجابات		النسبة من العينة	الاستجابات		النسبة من العينة	الاستجابات		النسبة من العينة
	ك	%		ك	%		ك	%	
١- التلوث بأنواعه	١١٩	٥٦.٩%	٩١.٥%	٧٠	٣٣.٥%	٥٣.٨%	٢٠	٩.٦%	١٥.٤%
٢- ضعف شبكة الطرق وارتفاع حوادث السير	٨٩	٤٣.٤%	٧٣.٦%	٧٥	٣٦.٦%	٦٢%	٤١	٢٠%	٣٣.٩%
٣- الازدحام والتكدس المروري	١٣١	٧٦.٢%	١٠٠%	٣٦	٢٠.٩%	٢٧.٥%	٥	٢.٩%	٣.٨%
٤- تضارب القوانين والتشريعات الخاصة بالعمل السياحي بين المؤسسات والهيئات المختلفة	٩٢	٥٥.٤%	٩٢.٩%	٤٤	٢٦.٥%	٤٤.٤%	٣٠	١٨.١%	٣٠.٣%
٥- ارتفاع أسعار السلع والخدمات السياحية والفندقية	١١٢	٥٩.٩%	٩٤.١%	٢٥	١٣.٤%	٢١%	٥٠	٢٦.٧%	٤٢%
٦- ارتفاع أسعار البنزين والمشتقات البترولية	١٠٧	٤٨.٦%	٩٥.٥%	٦٤	٢٩.١%	٥٧.١%	٤٩	٢٢.٣%	٤٣.٨%
٧- تحديات متعلقة بالأمن والحوادث الإرهابية	٥٦	٢٢.٣%	٧٥.٧%	٢١	١٩.٦%	٢٨.٤%	٣٠	٢٨%	٤٠.٥%
٨- ارتفاع أسعار دخول الشواطئ	١١٩	٧١.٣%	٩٨.٣%	٣	١.٨%	٢.٥%	٤٥	٢٦.٩%	٣٧.٢%
٩- التوسع غير المدروس للمنشآت الفندقية المظلة على الشواطئ، وردم أجزاء من الشواطئ الرملية	١١٢	٨١.٨%	٩٧.٤%	٧	٥.١%	٦.١%	١٥	٩%	١٣.٢%
١٠- مشكلة القمامة وانتشارها	١٢٠	٦٤.٢%	٩٩.٢%	٤٨	٢٥.٧%	٣٩.٧%	١٩	١٠.٢%	١٥.٧%
١١- المشكلات البيئية مثال: تحول المصارف المائية على البحر أو (النهر) - الصيد الجائر	١٠٤	٦٢.٣%	٩١.٢%	٤٨	٢٧.٧%	٤٢.١%	١٥	٩%	١٣.٢%
١٢- ضعف البنية التحتية	٩٠	٤٦.٤%	٧٨.٩%	٧٠	٣٦.١%	٦١.٤%	٣٤	١٧.٥%	٢٩.٨%
١٣- عدم توافر مياه	٦٧	٣٤.٢%	٥٩.٨%	٦٧	٣٤.٢%	٥٩.٨%	٦٢	٣١.٦%	٥٥.٤%

محافظة مطروح			محافظة البحيرة			محافظة الإسكندرية			التحديات
النسبة من العينة	الاستجابات		النسبة من العينة	الاستجابات		النسبة من العينة	الاستجابات		
	%	ك		%	ك		%	ك	
									صالحة للشرب في بعض المناطق
٩.٢%	٦.٢%	١٢	٤٣.١%	٢٨.٩%	٥٦	٩٦.٩%	٦٤.٩%	١٢٦	١٤- انتشار العشوائيات والبناء المخالف
٤٧.٥%	٣٠.١%	٥٨	٢٢.١%	١٤%	٢٧	٢٢.١%	٥٦%	١٠٨	١٥- موسمية العمل السياحي، وانخفاض مستوى التدريب للعاملين بالقطاع السياحي
٥.٢%	٣.٦%	٦	٨٧%	٦٠.٦%	١٠٠	٥١.٣%	٣٥.٨%	٥٩	١٦- تجريف الاراضي الزراعية والبناء عليها
٤٩.٦%	٢٨.٧%	٦٢	٢٦.٤%	١٥.٣%	٣٣	٩٦.٨%	٥٦%	١٢١	١٧- سلوكيات المواطنين مع السائحين واستغلالهم ماديا
٥١.٥%	٢٩.٥%	٥٢	٥٣.٥%	٣٠.٧%	٥٤	٦٩.٣%	٣٩.٨%	٧٠	١٨- بعد الاماكن الاثرية والسياحية عن وسائل المواصلات
٤٨.١%	٢٥.٩%	٥٢	٥٨.٣%	٣١.٣%	٦٣	٧٩.٦%	٤٢.٨%	٨٦	١٩- عدم توافر المرافق والخدمات بالمزرات السياحية
٥٦.٩%	٣٣.٩%	٧٤	١٤.٦%	٨.٧%	١٩	٩٦.٢%	٥٧.٣%	١٢٥	٢٠- تكديس النشاط السياحي في فترات محددة (الموسم الصيفي) مما يؤدي الي ارتفاع الأسعار والخدمات السياحية والضغط المفاجئ على المرافق

يتضح من الجدول السابق أن:

بالنسبة " التلوث بأنواعه":

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في

المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٩١.٥%.

جاءت في المرتبة الثانية محافظة البحيرة حيث اختارها ٥٣.٨% من أفراد

العينة.

جاءت في المرتبة الثالثة محافظة مطروح حيث اختارها ١٥.٤% من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة " ضعف شبكة الطرق وارتفاع حوادث السير ":

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٧٣.٦%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة البحيرة حيث اختارها ٦٢% من أفراد العينة.

في حين جاءت في المرتبة الثالثة محافظة مطروح حيث اختارها ٣٣.٩% من أفراد العينة.

بالنسبة " للازدحام والتكدس المروري ":

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ١٠٠%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة البحيرة حيث اختارها ٢٧.٥% من أفراد العينة.

في حين جاءت في المرتبة الثالثة محافظة مطروح حيث اختارها ٣.٨% من أفراد العينة

بالنسبة " تضارب القوانين والتشريعات الخاصة بالعمل السياحي بين المؤسسات والهيئات المختلفة " محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٩٢.٩%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة البحيرة حيث اختارها ٤٤.٤% من أفراد العينة.

في حين جاءت في المرتبة الثالثة محافظة مطروح حيث اختارها ٣٠.٣% من أفراد العينة بالنسبة للعبارة " ارتفاع أسعار السلع والخدمات السياحية والفندقية ":

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٩٤.١%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة مطروح حيث اختارها ٤٢% من أفراد العينة.

ثم جاءت في المرتبة الثالثة محافظة البحيرة حيث اختارها ٢١% من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة "ارتفاع أسعار البنزين والمشتقات البترولية":

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٩٥.٥%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة البحيرة حيث اختارها ٥٧.١% من أفراد العينة.

في حين جاءت في المرتبة الثالثة محافظة مطروح حيث اختارها ٤٣.٨% من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة "تحديات متعلقة بالامن والحوادث الارهابية ":

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٧٥.٧%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة مطروح حيث اختارها ٤٠.٥% من أفراد العينة.

ثم جاءت في المرتبة الثالثة محافظة البحيرة حيث اختارها ٢٨.٤% من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة " ارتفاع أسعار دخول الشواطئ " فمن الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٩٨.٣%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة مطروح حيث اختارها ٣٧.٢% من أفراد العينة.

في حين جاءت في المرتبة الثالثة محافظة البحيرة حيث اختارها ٢٢.٥% من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة " التوسع غير المدروس للمنشآت الفندقية المظلة على الشواطئ،
وردم أجزاء من الشواطئ الرملي" فمن الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن
محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في
المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٩٧.٤%.

جاءت في المرتبة الثانية محافظة مطروح حيث اختارها ١٥.٧% من أفراد
العينة.

ثم جاءت في المرتبة الثالثة محافظة البحيرة حيث اختارها ٦.١% من أفراد
العينة.

بالنسبة للعبارة " مشكلة القمامة وانتشارها " فمن الجدول السابق يمكننا ملاحظة ان
محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة
الأولى بنسبة اختيار ٩٩.٢%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة البحيرة حيث اختارها ٣٩.٧% من أفراد
العينة.

ثم جاءت في المرتبة الثالثة محافظة مطروح حيث اختارها ١٥.٧% من أفراد
العينة.

بالنسبة للعبارة " المشكلات البيئية مثال: تحول المصارف المائية على البحراو
(النهر) - الصيد الجائر

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في
المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٩١.٢%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة البحيرة حيث اختارها ٤٢.١% من أفراد
العينة.

في حين جاءت في المرتبة الثالثة محافظة مطروح حيث اختارها ١٣.٢%
من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة " ضعف البنية التحتية ":

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في
المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٧٨.٩%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة البحيرة حيث اختارها ٦١.٤% من أفراد العينة.

ثم جاءت في المرتبة الثالثة محافظة مطروح حيث اختارها ٢٩.٨% من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة " عدم توافر مياه صالحة للشرب في بعض المناطق:

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٥٩.٨%.

وجاءت في المرتبة الأولى مكرر محافظة البحيرة حيث اختارها ٥٩.٨% من أفراد العينة أيضاً.

وجاءت في المرتبة الثالثة محافظة مطروح حيث اختارها ٥٥.٤% من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة "انتشار العشوائيات والبناء المخالف":

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٩٦.٩%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة البحيرة حيث اختارها ٤٣.١% من أفراد العينة.

ثم جاءت في المرتبة الثالثة محافظة مطروح حيث اختارها ٩.٢% من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة " موسمية العمل السياحي، وانخفاض مستوى التدريب للعاملين بالقطاع السياحي".

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٨٨.٥%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة مطروح حيث اختارها ٤٧.٥% من أفراد العينة.

وجاءت في المرتبة الثالثة محافظة البحيرة حيث اختارها ٢٢.١% من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة " تجريف الاراضي الزراعية والبناء عليها " :

محافظة البحيرة كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٨٧%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة الإسكندرية حيث اختارها ٥١.٣% من أفراد العينة.

وجاءت في المرتبة الثالثة محافظة مطروح حيث اختارها ٥.٢% من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة " سلوكيات المواطنين مع السائحين واستغلالهم ماديا " :

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٩٦.٨%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة مطروح حيث اختارها ٤٩.٦% من أفراد العينة.

وجاءت في المرتبة الثالثة محافظة البحيرة حيث اختارها ٢٦.٤% من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة " بعد الأماكن الأثرية والسياحية عن وسائل المواصلات " :

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٦٩.٣%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة البحيرة حيث اختارها ٥٣.٥% من أفراد العينة.

وجاءت في المرتبة الثالثة محافظة مطروح حيث اختارها ٥١.٥% من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة " عدم توافر المرافق والخدمات بالمزارات السياحية " فمن الجدول السابق يمكننا ملاحظة ان

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٧٩.٦%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة البحيرة حيث اختارها ٥٨.٣% من أفراد العينة.

وجاءت في المرتبة الثالثة محافظة مطروح حيث اختارها ٤٨.١% من أفراد العينة.

بالنسبة للعبارة " تكدر النشاط السياحي في فترات محددة (الموسم الصيفي) مما يؤدي الي ارتفاع الأسعار والخدمات السياحية والضغط المفاجئ على المرافق" فمن الجدول السابق يمكننا ملاحظة ان

محافظة الإسكندرية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٩٦.٢%.

وجاءت في المرتبة الثانية محافظة مطروح حيث اختارها ٥٦.٩% من أفراد العينة.

وجاءت في المرتبة الثالثة محافظة البحيرة حيث اختارها ١٤.٦% من أفراد العينة.

جدول (١٦)

يوضح الاحتياجات الواجب توافرها ليكون البرنامج مؤثر

النسبة من العينة	الاستجابات		الاحتياجات المطلوبة
	%	ك	
٥٩.٦%	٢٩.٨%	٨١	١- الاستعانة بالخبراء
٢٧.٢%	١٣.٦%	٣٧	٢- الاستعانة بالصور
٥٩.٦%	٢٩.٨%	٨١	٣- الاستعانة بالتقارير الاحصائية
٥١.٥%	٢٥.٧%	٧٠	٤- الاستعانة بنماذج ناجحة
٢.٢%	١.١%	٣	٥- أخرى
٢٠.٠%	١٠.٠%	٢٧٢	الإجمالي

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن الاستعانة بالخبراء والاستعانة بالتقارير الإحصائية كانت الأكثر اختياراً من بين أفراد العينة حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة اختيار ٥٩.٦%.

جاء في المرتبة الثانية الاستعانة بنماذج ناجحة حيث اختارها ٥١.٥% من أفراد العينة.

وجاء في المرتبة الثالثة الاستعانة بالصور حيث اختارها ٢٧.٢% من أفراد

العينة

ثم جاء في المرتبة الأخيرة احتياجات أخرى حيث اختارها ٢.٢% من أفراد

العينة وكانت متمثلة في الآتي:

- المصادقية.
- إيقاع مرئي محترف غير ممل.

- يجد العاملون بالإعلام المحلي (المرئي والمسموع) أن (الاستعانة بالخبراء والاستعانة بالتقارير الإحصائية) هي أكثر الاحتياجات الواجب توافرها ليكون البرنامج مؤثر في حين يرى أفراد العينة أن الاستعانة بالصور من أقل الاحتياجات الواجب توافرها ليكون البرنامج مؤثر في الجمهور.

جدول (١٧)

يوضح أهم القضايا التي يمكن أن يركز عليها العاملون بالإعلام المحلي في الأجنحة المستقبلية الخاصة بالتحديات السياحية والبيئية في إقليم الإسكندرية

العبارات	اهتم بشدة	اهتم الي حد ما	لا اهتم	عدد النقاط	متوسط حسابي	درجة الموافقة
١- التنمية المستدامة.	٦٣	٧٤	١	٣٣٨	٢.٥	اهتم الي حد ما
٢- التنمية السياحية المستدامة وتحدياتها.	٥٧	٧٦	٥	٣٢٨	٢.٤	اهتم الي حد ما
٣- المشكلات البيئية.	٨٣	٥١	٤	٣٥٥	٢.٦	اهتم بشدة
٤- قضايا ومشكلات المجتمع المحلي.	١٠٥	٣٢	١	٣٨٠	٢.٨	اهتم بشدة
٥- مشكلات العاملين في المجال السياحي.	٤٤	٨٠	١٤	٣٠٦	٢.٢	اهتم الي حد ما

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن نسبة الأفراد الذين يهتمون بشدة ب

"التنمية المستدامة" في العينة هي ٤٥.٦%، ونسبة الأفراد الذين يهتمون إلى حد ما

هي ٥٣.٦%، بينما نسبة الأفراد الذين لا يهتمون في العينة هي ٠.٧%.

نسبة الأفراد الذين يهتمون بشدة بـ " التنمية السياحية المستدامة وتحدياتها " في العينة هي ٤١.٣%، ونسبة الأفراد الذين يهتمون إلى حد ما هي ٥٥.١%، بينما نسبة الأفراد الذين لا يهتمون في العينة هي ٣.٦%.

نسبة الأفراد الذين يهتمون بشدة بـ " المشكلات البيئية " في العينة هي ٦٠.٢%، ونسبة الأفراد الذين يهتمون إلى حد ما هي ٣٧%، بينما نسبة الأفراد الذين لا يهتمون في العينة هي ٢.٩%.

نسبة الأفراد الذين يهتمون بشدة بـ " قضايا ومشكلات المجتمع المحلي " في العينة هي ٧٦.١%، ونسبة الأفراد الذين يهتمون إلى حد ما هي ٢٣.٢%، بينما نسبة الأفراد الذين لا يهتمون في العينة هي ٠.٧%.

نسبة الأفراد الذين يهتمون بشدة بـ " مشكلات العاملين في المجال السياحي " في العينة هي ٣١.٨%، ونسبة الأفراد الذين يهتمون إلى حد ما هي ٥٨%، بينما نسبة الأفراد الذين لا يهتمون في العينة هي ١٠.١%. حدد أفراد العينة من العاملين بالإعلام المحلي أن (قضايا ومشكلات المجتمع المحلي) و(المشكلات البيئية) و(التنمية السياحية المستدامة وتحدياتها) من أهم القضايا التي يمكن أن يركز عليها العاملون بالإعلام المحلي في الأجندة المستقبلية الخاصة بهم في معالجتهم لتحديات السياحة والبيئية في إقليم الإسكندرية.

جدول (١٨)

يوضح ضرورة تطوير أداء العاملين في الإعلام المحلي

نوع الوسيلة تطوير أداء العاملين	المرئي (قناة الإسكندرية)		المسموع (إذاعة الإسكندرية)		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
التغطية الإذاعية	٤٨	%٨٨.٩	٨	%٣٣.٣	٥٦	%٧١.٨
التغطية التلفزيونية	٦	%١١.١	١٦	%٦٦.٧	٢٢	%٢٨.٢
المجموع	٥٤	%١٠٠	٢٤	%١٠٠	٧٨	%١٠٠

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن ٨٨.٩% من العاملين بالإعلام المرئي (قناة الإسكندرية) يرون ضرورة تطوير أداء العاملين في الإعلام المحلي الخاص بالتغطية الإذاعية بينما ١١.١% من العاملين بالإعلام المرئي (قناة

الإسكندرية) يرون ضرورة تطوير أداء العاملين في الإعلام المحلي الخاص بالتغطية التلفزيونية.

٣٣.٣% من العاملين بالإعلام المسموع (إذاعة الإسكندرية) يرون ضرورة تطوير أداء العاملين في الإعلام المحلي الخاص بالتغطية الإذاعية بينما ٦٦.٧% من العاملين بالإعلام المسموع (إذاعة الإسكندرية) يرون ضرورة تطوير أداء العاملين في الإعلام المحلي الخاص بالتغطية التلفزيونية.

ومن أبرز المقترحات التي قدمها العاملون بالإعلام المرئي لتطوير أداء العاملين في الإعلام المحلي (قناة الإسكندرية) كالاتي:

١- وضع رؤية واضحة وشاملة لتطوير قطاع الإقليمات والقنوات المحلية لإعادة إبراز دورها في تحقيق أهداف التنمية الشاملة.

٢- صدور قرار يسمح للمبدعين بعمل برامج مميزة يتم الحساب عليها مادياً خارج اللائحة بحيث يتميز من يبدع عن الآخرين والمكافأة المعنوية والمادية للسبق والجودة الإعلامية.

٣- التوعية بأهمية خطة التنمية المستدامة ٢٠٣٠، إلى جانب التعاون بين المؤسسات السياحية والإعلامية في سبيل إتاحة الفرص للحضور الإعلاميين المؤتمرات والمناقشات في معالجة مشكلات التنمية السياحية المستدامة وتوضيح مدى أهمية استخدام عنصر الاستدامة في حياتنا للحفاظ علي مواردنا للأجيال القادمة.

٤- زيادة الوعي والتدريب في مجال التنمية السياحية وتحدياتها والتدريب والتوعية بأهم القضايا المرتبطة بالتنمية السياحية المستدامة من جانب خبراء التنمية الشاملة التي يعانى منها كل محافظة من محافظات الإقليم إلى جانب الشفافية وسهولة الحصول على معلومات واستضافة المسؤولين و إتاحة المعلومات وحرية تداول المعلومات بين الجهات التنفيذية والإعلام.

٥- الاهتمام بالتعرف على مؤشرات الأداء المهني لدى الإعلاميين والتعرف على احتياجات الجمهور واحتراف مفردات اللغة المرئية ولغة الصورة Image Language.

٦- مزيد من المرونة في التعامل مع المعن والعمل على جذبته بتوفير سهولة في إجراءات التعاقد وليس بالضرورة للسفر للقاهرة حتى التعاقد أو انتهائه.

ومن أبرز المقترحات التي قدمها العاملون بالإعلام المسموع لتطوير أداء العاملين في الإعلام المحلي (إذاعة الإسكندرية) كآتي:

- ١- تعيين أشخاص ذات مهارات قيادية في مناصب الإدارة.
- ٢- رفع كفاءة العمل الإذاعي لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة والمتلاحقة في العمل الإذاعي التدريب والتوعية أهم خطط التنمية السياحية وأهم المشكلات التي تواجهه وكيفية معالجتها إعلاميا مع إتاحة وتوفير مصادر المعلومات والإحصاءات الدقيقة لفريق العمل.
- ٣- ضرورة تواجد باحث ضمن فريق الإعداد للبرامج، وتوفير خدمة الإنترنت داخل الإذاعة لمتابعة كل ما هو جديد، والعمل على زيادة الوعي السياحي لدى العاملين بالإعلام المحلي من خلال التدريب على أيدي خبراء السياحة من أجل معالجة أفضل لمشكلات التنمية السياحية.

جدول (١٩)

تطوير التغطية (الإذاعية والتلفزيونية) لتحديات التنمية السياحية المستدامة

نوع الوسيلة تطوير التغطية	المرئي (قناة الإسكندرية)		المسموع (إذاعة الإسكندرية)		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
التغطية الإذاعية	٤	٧.٤%	١٩	٧٩.٢%	٢٣	٢٩.٥%
التغطية التلفزيونية	٥٠	٩٢.٦%	٥	٢٠.٨%	٥٥	٧٠.٥%
المجموع	٥٤	١٠٠%	٢٤	١٠٠%	٧٨	١٠٠%

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن ٧.٤% من العاملين بالإعلام المرئي (قناة الإسكندرية) يرون ضرورة تطوير التغطية الإذاعية لتحديات التنمية السياحية المستدامة في إذاعة وقناة الإسكندرية بينما ٩٢.٦% منهم يرون ضرورة تطوير التغطية التلفزيونية لتحديات التنمية السياحية المستدامة في إذاعة وقناة الإسكندرية.

٧٩.٢% من العاملين بالإعلام المسموع (إذاعة الإسكندرية) يرون ضرورة تطوير التغطية الإذاعية لتحديات التنمية السياحية المستدامة في إذاعة وقناة الإسكندرية بينما ٢٠.٨% منهم يرون ضرورة تطوير التغطية التلفزيونية لتحديات التنمية السياحية المستدامة في إذاعة وقناة الإسكندرية.

- ومن أبرز المقترحات التي قدمها العاملون بالإعلام المرئي لتطوير التغطية التلفزيونية لتحديات التنمية السياحية المستدامة في (قناة الإسكندرية) كالاتي:

١- التعاون بين وزارت الآثار والسياحة والبيئة وبين الهيئة الوطنية للإعلام في الحصول على موافقات والتصاريح الخاصة باماكن التصوير السياحية والاثريّة بدلا من الصعوبات التي يواجهها العاملون في وسائل الإعلام للحصول على تصريح او موافقة للتصوير في المزارات السياحية والاثريّة و يجب تقديم خطة شاملة لبرامج محددة خاصة بالتنمية من قبل الادارة وتوزيعها علي العاملين في الإعلام المحلي لتكون ضمن أولوياتهم في العمل وتقديم البرامج.

٢- زيادة عدد البرامج السياحية والتي تهتم بالثقافة المجتمعيه في تحقيق التنمية السياحية والمشاركة المجتمعية وتطوير التغطية التلفزيونية من خلال استضافة الخبراء المسؤولين عن المجال السياحي.

٣- تنمية موارد القنوات المحلية ولتكن أكثر تأثير وفاعلية في المجتمع وتخصيص ادارة تسويق وتنمية الموارد بالقناة، رصد ميزانية خاصة للتغطيات الإعلامية، السياحية وضرورة ضم شركاء ممولين مثل شركات السياحة ووزارة السياحة بالدعم المالي والعيني والعمل علي زيادة الاعلانات والتنسيق مع الهيئات والمؤسسات الحكومية.

٤- خلق شبكة مراسلين قوية مع تغطية مباشرة وسريعة ومن قلب الحدث بالإضافة إلى الاهتمام بتوفير ارشيف خاص يمكن استخدامه مره أخرى من البرامج التي تم إذاعتها وزيادة عدد المصورين والتحويل إلى نظام البث فضائيا بنظام بث (HD) وتطبيق نظام مكافأة علي السبق الإعلامي أو التغطية المتميزة للبرامج فلا بد من وجود منافسة بشكل مستمر لوجود حافز او الدافع المعنوي والمادي للعاملين.

٥- تخصيص كاميرا يومية لتغطيه اى حدث له علاقه بالتنميه السياحيه المستدامة وتسليط الضوء عليه،و تحديد محتوى برنامجى لتسليط الضوء على كل منطقه سياحيه بإقليم الاسكندريه وضرورة توعية التنفيذيين والمسؤولين بأهمية دور الإعلام في عملهم خاصة السياحة والبيئة.

٦- امكانية توفير سيارات لفريق العمل للسرعة تغطية الحدث وتوفير اماكن إقامة في حال تناول احداث في اماكن بعيدة داخل إقليم الإسكندرية بمحافظاته الثلاثة.

٧- اجتماع شهري مع المسؤولين والعاملين لعرض المشكلات التي تواجه العاملين بشكل فوري والعمل علي حلها لصالح العمل،توفير ارشيف خاص بالبرامج وانشاء موقع للفتاة يحمل عليه جميع الحلقات المذاعة.

- ومن أبرز المقترحات التي قدمها العاملون بالإعلام المسموع لتطوير التغطية الاذاعية لتحديات التنمية السياحية المستدامة في (إذاعة الإسكندرية) كالاتي:

١- التقرب إلى المستمعين بأشكال اذاعية ومقاطع صوتية شيقة تجذب المستمعين خاصة الشباب لاكتساب قطاع اخر من الجمهور تم فقدهم نتيجة النمطية في التناول الإعلامي للقضايا إلى جانب عمل بروتوكول تعاون بين الإذاعة والجهات والهيئات السياحية واعطاءها صلاحيات في دخول الاماكن الاثرية والتسجيل والتصوير من داخلها.

٢- ضرورة توفير دعم من رجال الأعمال بالمحافظة لتطوير السياحة والبرامج السياحية والاهتمام بقطاع الإرشاد والخبراء في مجال السياحة وزيادة ساعات البرامج السياحية.

مما سبق نستخلص أن المعالجة الإعلامية للعاملين في وسائل الإعلام المحلي (إذاعة وتلفزيون) الإسكندرية تمثلت:

١- من حيث الشكل البرمجي في الآتي:

حدد العاملين بالإعلام المحلي المرئي (قناة الإسكندرية) أن أفضل شكل يمكن أن يقدم به القضايا البيئية والسياحية (تلفزيونياً) هو التقرير التلفزيوني والتسجيلات الخارجية ثم بينما حدد العاملون في الإعلام المحلي المسموع (إذاعة الإسكندرية) أن أفضل شكل يمكن أن يقدم به القضايا البيئية والسياحية عبر (الإذاعة المحلية) هو الحوار والحديث المباشر ثم التسجيلات الخارجية والمداخلات الهاتفية في حين اجتمع كل العاملين بوسائل الإعلام المحلي على أن التسجيلات الخارجية بنسبة ٤٥.٧ % تكون أفضل الأشكال البرمجية.

اشترك العاملون في الإعلام المحلي المرئي والمسموع (إذاعة وقناة الإسكندرية) في أن مدى متابعة تحديات التنمية السياحية المستدامة يكون في حلقة واحدة وليس أكثر من حلقة.

نستج من ذلك أنه يكتفى بعرض تحدٍ واحد في قضية واحدة من جانب العاملين في الإعلام المحلي بينما نجد أن معظم التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة قضايا متصلة بجوانب مختلفة ومتنوعة، ولها أوجه اقتصادية وثقافية واجتماعية وأحياناً سياسية؛ مما يصعب تناولها وإلقاء الضوء عليها في حلقة واحدة.

٢- من حيث المضمون والمحتوى:

اهتم العاملون بالإعلام المحلي الإذاعي (المرئي) والمسموع أكثر بالأحداث الجارية والقضايا الاجتماعية وظروف المعيشة، نستج من ذلك ضعف الاهتمام بالقضايا الثقافية والاقتصادية والسياسية من جانب العاملين بالإعلام المحلي المرئي والمسموع وما له علاقة بالتحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة سواء مباشرة أو غير مباشرة.

حدد كل من العاملين بالإعلام المحلي (المرئي والمسموع) بقناة وإذاعة الإسكندرية أن الخبراء والمتخصصين هم أكثر الضيوف المستضيفون في برامجهم، ثم يأتي المسؤولون ثم المواطنين ثم يأتي السائحون وشهود العيان ورجال الأعمال في أواخر قائمة فئات الضيوف التي يهتم بها العاملون في الإعلام المحلي بشقيه

(المرئي والمسموع) حين نرى أنه يجب مراعاة الاهتمام بالتعرف على آراء السائحين أكثر فيما يخص التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة. وجد أكثر أفراد العينة أن برامجهم المذاعة عبر إذاعة وقناة الإسكندرية تساهم في التوعية بتحديات التنمية السياحية المستدامة؛ من خلال تغطية المؤتمرات والندوات المتعلقة بالسياحة وتحدياتها، ثم من خلال متابعة جهود المؤسسات الحكومية والتنمية في المجتمع المحلي.

٣- من حيث الجمهور المستهدف:

اهتم العاملين بالإعلام المحلي (المرئي والمسموع) أكثر بفئات الجمهور بوجه عام ثم الشباب والمرأة، بينما قل الاهتمام بفئات الأطفال والمسنين، وذوي القدرات الخاصة؛ مما يستوجب الاهتمام أكثر بتلك الفئات، وأيضاً الجمهور النوعي في المجالات المتعلقة بالسياحة بتوجيه مضامين إعلامية تهتم بتوضيح التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة أكثر بمحافظة إقليم الإسكندرية.

حدد العاملون في الإعلام المحلي المرئي (قناة الإسكندرية) إن صفحات التواصل الاجتماعي ثم استطلاعات الرأي من أكثر وسائل التي تدعم التفاعل مع الجمهور، بينما حددها العاملون في الإعلام المحلي المسموع (إذاعة الإسكندرية) في المداخلات الهاتفية ثم صفحات التواصل الاجتماعي.

٤- من حيث اتجاهات العاملون بوسائل الإعلام المحلي في معالجتهم

لتحديات التنمية السياحية المستدامة:

ارتفع اهتمام كل من العاملين في الإعلام المحلي المرئي والمسموع بتناول تحديات التنمية السياحية المستدامة في برامجهم المقدمة عبر إذاعة وقناة الإسكندرية، لكنهم يجدونها غير كافية.

وجد نسبة كبيرة من أفراد العينة من العاملين في الإعلام المحلي المرئي والمسموع أن معالجة الإعلام المحلي للقضايا البيئية وتحديات التنمية السياحية المستدامة غير قوية ومن أهم سلبياتها هي عدم الوصول إلى حلول فيما يخص تلك التحديات ولا تساهم في الحد من تلك التحديات.

٥- سلبيات المعالجة:

اتضح تعرض نسبة كبيرة من أفراد العينة من العاملين في الإعلام المحلي المرئي والمسموع (إذاعة وقناة الإسكندرية) أحياناً للضغوط عند التغطية الإعلامية لتحديات التنمية السياحية المستدامة بإقليم الإسكندرية، تمثلت في التعرض للضغوط على مستوى كل من المسؤولين والجمهور بينما أتت الضغوط على المستوى الإداري بالقناة في أقل أنواع الضغوط التي يتعرض لها العاملون في الإعلام المحلي مما يدل على توافر قدر جيد من التوافق بين كل من الرؤساء والمؤسسين من جهة وبين العاملين فيما بينهم من جهة أخرى؛ مما يساعد على العمل بشكل مناسب في تناولهم لتحديات التنمية السياحية المستدامة بإقليم الإسكندرية.

الإمكانيات الفنية الضعيفة، وقلة الموارد المالية المتوفرة لإنتاج البرامج، وعدم توافر مصادر معلومات موثقة، تمكن من تقديم معلومات جديدة في مجال التنمية السياحية المستدامة، من أهم الصعوبات التي تواجه العاملين في وسائل الإعلام المحلي المرئي والمسموع أثناء تنفيذهم لبرامجهم.

اشترك كل من العاملين في الإعلام المحلي المرئي والمسموع من أفراد العينة في أن أهم الصعوبات التي تواجه العاملين في الإعلام المحلي المرئي والمسموع في تناولهم لتحديات التنمية السياحية المستدامة في إقليم الإسكندرية أنه (لا يوجد رد فعل حقيقي تجاه ما يبث حول قضايا وتحديات التنمية السياحية المستدامة) (عدم وجود تخطيط جيد لتغطية الإعلامية) (افتقاد الأرشيف للمادة اللازمة للعمل البرامجي) (صعوبات مالية لتوفير متطلبات التغطية الإعلامية لقضايا التنمية السياحية المستدامة مثل البعد المكاني وعدم توافر وسائل مواصلات أو إقامة لفريق العمل).

٦- إيجابيات المعالجة:

(تسليط الضوء على قضايا تنمية مهمة والتنبه لأخطار بيئية وتحديات التنمية السياحية المستدامة داخل المجتمع) (شرح المخاطر بقصد التوعية والدعوة للتغيير) هما أكثر إيجابيات معالجة وسائل الإعلام المحلي للقضايا البيئية وتحديات التنمية السياحية المستدامة.

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

تبين من خلال دراسة معالجة وسائل الإعلام المحلي لتحديات التنمية السياحية المستدامة بأقليم الإسكندرية (إذاعة وتلفزيون الإسكندرية) عدة نتائج عامة منها كما يلي:

١- أشارت النتائج الى أن (قناة الإسكندرية) جاءت في المرتبة الأولى كأكثر الوسائل الإعلامية المحلية التي اعتمدت عليها عينة الدراسة أكثر في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا السياحة البيئية والتنمية السياحية المستدامة وتحدياتها بينما جاءت (إذاعة الإسكندرية) في المرتبة الثانية، مما يؤكد على ضرورة الاهتمام أكثر بإذاعة الإسكندرية ؛ حتى تستطيع أن تؤدي دورها في التنمية بإعتبارها أولى الإذاعات التنموية في الوطن العربي مرة أخرى في المنافسة الإعلامية، اختلفت مع دراسة كل (مها محمد فتحى) من انخفاض التعرض بصفة عامة من جانب جمهور المجتمع الفرعي للتلفزيون الأقليمي في حين وجد أقل من نصف عينة العاملين بالقطاع السياحي أن تناول الإعلامي لقضايا التنمية السياحية المستدامة في إذاعة وقناة الإسكندرية غير كافٍ، وأن دورها في تناول التحديات دور محدود وثانوي أكثر من كونه دور مساند ورئيس لدور المؤسسات الإعلامية والسياحية الأخرى، وهذه النتيجة كانت إجابة لأحد تساؤلات الدراسة.

٢- اشترك كل من العاملين في الإعلام المحلي المرئي والمسموع بإذاعة وقناة الإسكندرية بنسبة كبيرة في التعرض للضغوط على مستوى كل من (المسؤولين والجمهور) بينما تأتي الضغوط على المستوى (الإداري بالقناة) من أقل أنواع الضغوط التي يتعرض لها العاملين في الإعلام المحلي، مما يدل على توافر قدر جيد من التوافق بين كل من الرؤساء والمرؤسين من جهة، وبين العاملين فيما بينهم من جهة أخرى، مما يساعد على العمل بشكل مناسب في تناولهم لتحديات التنمية السياحية المستدامة بأقليم الإسكندرية.

٣- أثبتت الدراسة الحالية أن أفضل شكل يمكن أن يقدم به القضايا البيئية والسياحية (تلفزيونياً) هو (التقرير التلفزيوني) بينما حدد العاملون في الإعلام المحلي

المسموع (إذاعة الإسكندرية) أن أفضل شكل يمكن أن يقدم به القضايا البيئية والسياحية عبر (الإذاعة المحلية) هو (الحوار والحديث المباشر)، في حين اجتمع العاملون بوسائل الإعلام المحلي أن (التسجيلات الخارجية) من أفضل الأشكال البرمجية.

واختلفت الدراسة مع دراسة (أسماء الجبوشي) في أن الحديث المباشر يأتي في الترتيب الأول من حيث استخدام المبحوثين في الحصول على معلومات عن المخاطر التي تتعرض لها الآثار والمنشآت السياحية، ثم تأتي البرامج الجماهيرية التلفزيونية (TALK SHOW) كأفضل الأشكال البرمجية التي يمكن من خلالها تناول القضايا البيئية والسياحية، كما اتفقت الدراسة الحالية مع (دراسة بسمة عبدالله برجل) في أن القنوات المحلية تعتمد على الخبراء والمتخصصين كمصدر رئيس للمعلومات السياحية.

تمثلت الصعوبات التي تواجه العاملين في الإعلام المحلي المرئي والمسموع أثناء تنفيذ البرامج المذاعة عبر إذاعة وقناة الإسكندرية في: (الإمكانيات الفنية الضعيفة، وقلة الموارد المالية المتوفرة لإنتاج البرامج، وعدم توافر مصادر معلومات موثقة تمكن من تقديم معلومات جديدة في مجال التنمية السياحية المستدامة).

أما أهم الصعوبات التي تواجههم في تناولهم لتحديات التنمية السياحية المستدامة في إقليم الإسكندرية أنه (لا يوجد رد فعل حقيقي تجاه ما يبث حول قضايا وتحديات التنمية السياحية المستدامة).

اتفقت مع دراسة كل من (بسمة عبد الله برجل)، وأسماء عباس، سعودي الحسن، الحسن أنداني، وعبدالله عبد الملك، وطارق سيد أحمد) بالرغم من قدم الدراسة الأخيرة إلا أنه لا يزال هناك الكثير من المعوقات التي تواجه وسائل الإعلام المحلي وتحد من قيامه بدوره التنموي وهو الهدف الأساسي الذي من أجله تم إنشاؤه، وهذه النتيجة إجابة على أحد تساؤلات الدراسة.

أهم إيجابيات معالجة وسائل الإعلام المحلي للقضايا البيئية وتحديات التنمية السياحية المستدامة هو تسليط الضوء على قضايا تنمية مهمة، والتنبيه لأخطار بيئية، وتحديات التنمية السياحية المستدامة داخل المجتمع.

اختلفت مع دراسة (إبراهيم سعيد) أن جمهور المنطقة المحلية هو جمهور مستمع جيد للإذاعة بوجه عام، وقد أثبتت الدراسة الحالية انخفاض التعرض من جانب عينة الدراسة من العاملين بالقطاع السياحي بالإقليم لإذاعة الإسكندرية وهذا ما يتفق مع دراسة (أسماء عباس) بأن الإذاعة كانت من آخر المصادر التي اعتمد عليها المبحوثين كمصدر للمعلومات عن التنمية السياحية.

كما اتفقت معها أيضاً في ارتفاع سن العاملين بوسائل الإعلام المحلي (المسموع) مما يستوجب الآن الحاجة الى الاستعانة بشباب الإعلاميين من مواطني الأقليم أكثر والاستفادة من خبراتهم.

انخفاض نسبة العاملين في وسائل الإعلام المحلي بمحافظة البحيرة عن محافظة الإسكندرية كثيراً، بينما يعدم وجود أي من العاملين بالإعلام المحلي من أبناء محافظة مطروح، مما قد يؤثر على المتابعة الإعلامية لتحديات التنمية السياحية بالمحافظة.

ارتفاع نسبة اعتماد العاملين بالقطاع السياحي (الحكومي والخاص) على متابعة تحديات التنمية السياحية المستدامة من خلال وسائل الإعلام المحلي، حيث وصلت نسبة الاعتماد على تلك الوسائل ٦٧.٥%، مما يدل على أن وسائل الإعلام المحلي كانت الأقرب في متابعة تلك التحديات في مجتمعها.

وهذا يتفق مع نتائج دراسة (مروة إسماعيل) حيث يستطيع الإعلام المصري الحكومي ببرامجه الحالية أن يساهم في رفع الوعي السياحي لدى السكان المحليين. وهذه النتيجة إجابة لأحد تساؤلات الدراسة.

ارتفعت نسبة الاستفادة ما بين العاملين بالقطاع السياحي الخاص من متابعتهم للبرامج الخاصة بالسياحة والبيئة التي تقدمها إذاعة وقناة الإسكندرية عن العاملين بالقطاع السياحي الحكومي.

وتمثلت جوانب الاستفادة من متابعة وسائل الإعلام المحلي لدى العاملين بالقطاع السياحي في إقليم الدراسة في "معرفة قضايا السياحة البيئية والتنمية السياحية المستدامة في إقليم الإسكندرية عامةً ومحافظة خاصةً، ومعرفة جهود الدولة ومختلف المؤسسات في مجال التنمية السياحية المستدامة والبيئة، الى جانب

"معرفة القوانين والتشريعات الخاصة بزيادة معدلات التنمية السياحية المستدامة والحفاظ على البيئة". وهذه النتيجة إجابة لأحد تساؤلات الدراسة.

التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة في محافظة الإسكندرية تمثلت في الازدحام والتكدس المروري، ومشكلة القمامة وانتشارها، وارتفاع أسعار دخول الشواطئ

أما التحديات في محافظة البحيرة كانت: تجريف الأراضي الزراعية، والبناء عليها، وضعف شبكة الطرق وارتفاع حوادث السير، الى جانب ضعف البنية التحتية، وعدم توافر مياه صالحة للشرب في بعض المناطق، وعدم توافر المرافق والخدمات بالمزارات السياحية.

وبالنسبة للتحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة في محافظة مطروح فكانت:

زيادة النشاط السياحي في فترات محددة (الموسم الصيفي) مما يؤدي الي ارتفاع الأسعار والخدمات السياحية، والضغط المفاجئ على المرافق، وعدم توافر مياه صالحة للشرب في بعض المناطق، وبعد الأماكن الأثرية والسياحية عن وسائل المواصلات، وهذه النتيجة إجابة لأحد تساؤلات الدراسة.

اتفقت مع دراسة كل من (لورديس روبيز، عبير محمود عبد الحكيم، غلام رضا جنباز غوبادي) بأن هناك تحديات متعددة ومتنوعة تواجه التنمية السياحية المستدامة عامة كما

اتفقت مع دراسة كل من (ياسر عوض عبدالرسول، رودينا عبد المنعم الكيلاني) بأن هناك العديد من التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة في مصر، كما اتفقت مع دراسة كل من (محمد إبراهيم عراقي وفاروق عبد النبي عطا الله) بأنه توجد مجموعة من المعوقات تجاه تطبيق الاستدامة في عناصر البيئة الأساسية في محافظة الإسكندرية.

تعد محافظة مطروح من أكثر المحافظات التي تطبق مبدأ الاستدامة في التنمية السياحية بإقليم الإسكندرية، بينما تعد محافظة البحيرة أقل محافظات الإقليم تطبيقاً لمبدأ الاستدامة في التنمية السياحية.

التوصيات والمقترحات الخاصة بالبحث:

- تأسيساً على مناقشتنا السابقة لنتائج الدراسة، تقدم الباحثة، مجموعة من التوصيات التي تهدف الى تطوير بعض جوانب الأداء والممارسة المهنية في مجال الإعلام المحلي وذلك على النحو التالي:
- إنشاء وحدة بحثية في قناة وإذاعة الإسكندرية لمتابعة تحديات التنمية السياحية المستدامة والتي تزايدت بشكل كبير في الفترة الأخيرة.
 - ضرورة تقوية الإرسال والبث الأرضي والفضائي لكل من الإذاعات والقنوات التلفزيونية الإقليمية لكي تصل الى الجمهور في أفضل وأنقى صورة وصوت، ولاتقاً للعرض هندسياً.
 - العمل على تحسين وتطوير البرامج وزيادة عدد الكاميرات والمصورين وتوفير وحدات الإذاعات الخارجية والخروج الى الأماكن السياحية بالأقليم.
 - إنشاء مكاتب لقناة الإسكندرية بكل من محافظتي البحيرة ومطروح تتصل بشبكة اتصال داخلية؛ لسهولة وسرعة التغطية الإعلامية، خاصة بسيوه تحديداً، لأن نشاط واحة سيوة والحركة السياحية بها كبيرة جداً حالياً حيث تم تجهيز استديو للإذاعة بسيوه يتبع إذاعة مطروح) الى جانب ضرورة إنشاء مكتب إذاعة الإسكندرية أيضاً بمحافظة البحيرة، (حيث إن محافظة مطروح لا تخضع للتغطية الإعلامية من جانب إذاعة الإسكندرية إنما يوجد بها إذاعة مطروح وهي ليس ضمن وسائل الدراسة)، وضرورة ضم شباب إعلاميين من أبناء محافظتي البحيرة ومطروح مما يزيد من فاعلية المتابعة الإعلامية لتحديات التنمية السياحية بالمحافظتين.
 - إنشاء موقع خاص للقنوات الإقليمية وشبكة الإذاعات الإقليمية على الشبكة الدولية (الإنترنت) أسوة بشبكة قنوات النيل ويتم من خلاله:
 - أ- توفير البث المباشر للقنوات والإذاعات المحلية.
 - ب- إنشاء أرشيف الكتروني خاص بكل البرامج والحلقات التي يتم إذاعتها، وحفظ الحلقات للعودة لها مرة أخرى، لإتاحة مزيد من فرص الاستماع والمشاهدة والتواصل مع الجمهور المستهدف.

- ج- إنشاء بريد إلكتروني خاص لكل البرامجين العاملين بالإعلام المحلي ليسهل التواصل بينهم وبين الجمهور والمسؤولين بشكل مباشر وسريع.
- زيادة ميزانية القنوات والإذاعات المحلية حتى تتناسب مع المنتج الإعلامي، وتوفير الانتقالات والإقامة لفرق العمل للمساعدة في التغطية الإعلامية السريعة والفورية والمميزة للحدث.
 - البحث عن مصادر لتمويل الإذاعات والقنوات لجذب المزيد من الإعلانات وتنمية الموارد الاقتصادية لقطاع الأقليميات.
 - ما زالت ثقة المواطن بالإعلام المحلي أكبر من ثقته في الإعلام الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي (بسبب انتشار الشائعة وعدم دقة المعلومات، وفقدان المصداقية كما أثبتته بعض الدراسات)، لذا يجب الاستفادة من تلك الميزة، وهي مقدار الثقة في الإعلام المحلي ووسائله لدى المتلقي.
 - ولتحسين فرص التوظيف الأمثل للتناول الإعلامي لموضوعات التنمية السياحية المستدامة وتحدياتها يقترح البحث الآتي:
 - ضرورة توحيد الجهد المبذول من حيث تزويد الإعلاميين بالمعلومات والدراسات والتحليلات والتجارب الناجحة والمشابهة) لتمكين وسائل الإعلام من تطوير وسائل إنتاج برامج التنمية، لذلك لابد من التعاون بين الهيئة الوطنية للإعلام والمراكز البحثية بجامعة الإسكندرية لتقديم دراسات وتوصيات حول احتياجات الجمهور الحقيقية، ومجالات التنمية الأكثر إلحاحًا والمرجو تحقيقها لدي الجمهور، وزيادة البرامج المتخصصة في تناول موضوعات التنمية المستدامة التي تستهدف كافة مجالات التنمية.
 - عقد المزيد من اتفاقيات التعاون بين الهيئة الوطنية للإعلام، والمؤسسات والهيئات السياحية، ووزارات الآثار والسياحة والبيئة، وضرورة توفير التدريب العلمي لتنمية قدرات (مذيعي ومعدّي ومخرجي) القنوات والإذاعات المحلية، خاصة في المجالات التنموية حتى تكون عملية التدريب مستمرة ودائمة وتوعية العاملين بوسائل الإعلام المحلي بأهم تلك التحديات وطرح ومناقشة الحلول للقضاء عليها وجعل وسائل الإعلام المحلي أكثر فاعلية وتطور.

- توصي الباحثان بضرورة التزام القائم بالاتصال بالحيادية، وعدم حجب أي معلومات أثناء تغطية التحديات السياحية المختلفة، بالإضافة الى زيادة مشاركة المتخصصين في تقديم قضايا التنمية السياحية المستدامة، لقدرتهم على الإقناع أكثر بتحديات التنمية السياحية ومشكلاتها، الى جانب تقديم الحلول لها وتجنبها، بالإضافة الى عرض المواد السياحية الإذاعية والتلفزيونية في الفترات التي تحظى بمعدلات استماع ومشاهدة أعلى كانت هي الفترة المسائية ما بين ٥م - ١٠م وفترة السهرة مابعد ١٠م وضرورة تقديم المزيد من المضامين الإعلامية المتنوعة والمختلفة التي تناقش تلك التحديات أكثر.
- كما نرى أنه يجب مراعاة الاهتمام بالتعرف على آراء السائحين فيما يخص التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة، وضرورة الاهتمام أكثر بتوعية بفئات (الأطفال والمسنين وذوى القدرات الخاصة) الى جانب الاهتمام بالجمهور النوعى في المجالات المتعلقة بالسياحة، بتوجيه مضامين إعلامية تهتم بتوضيح التحديات التي تواجه التنمية السياحية المستدامة أكثر بمحافظات إقليم الإسكندرية.
- يجب الاعتماد على الخبراء الاكاديمين فى مجالات البحوث الاجتماعية الإعلامية والإنسانية والسلوكية وخاصة فى مجال الانثروبولوجيا المرئية Visual Anthropology لتقديم البرامج المقدمة عبر وسائل الاعلام المحلى باشكال متنوعة ومختلفة تناسب ثقافة وطبيعة كل مجتمع حيث ان اذاعة وتلفزيون الاسكندرية تستهدف الجمهور فى محافظات (البحيرة ومطروح والاسكندرية) والتي تضم مجتمعات متنوعة ثقافية لذا لا بد من دراسة خصائص وعادات وتقاليده والانماط الثقافية المميزة لكل من المجتمع (البدوى - الريفى - الحضرى) ومراعاة ذلك التنوع فى تقديم المادة الاعلامية المناسبة لكل مجتمع.

المراجع:

- (١) تقرير منشور بموقع الهيئة العامة للتنمية السياحية بمصر. متاح على:
<http://www.tda.gov.eg/MainPages/MessageFromTheChairman.aspx>
- (2) Sandra J.Ball Rokeach, The origins of individual Media-System Dependency- A sociological framework, Communication Research, Vol. 12, No.4,1985,p 485.
- (٣) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة ط١٢ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٦)، ص ٣١٧.
- (4) Werner J.Severin and James W.Tankard, Communication Theorie: Origins Methods, and Uses in Mass Media, 3erd Edition , London,1992, p.263.
- (5) Sandra J.Ball Rokeach and Melvin Defleur, Op.Cit ,PP.262-264.
- (٦) ملفين ل. ديفليروساندرابولروكيتش، مرجع سابق، ص ١٢١.
- (7) Pablo Hallpern, Media Dependency and Political Perception in Authoritarian Political System, Journal of Communication, Vol.44, No.4, autumn,1999.PP.39- 52.
- (8) Sandra J.Ball Rokeach and Loges William, Op.Cit,P.7.
- (٩) بسمه عبد الله محمد برجل، (القنوات المحلية وتمكين المرأة الريفية في عمليات التنمية المستدامة، دراسة ميدانية على عينة من البرامج التلفزيونية) رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الإسكندرية: كلية الآداب، قسم الاجتماع - شعبة الإعلام، ٢٠١٥).
- (10) Al- hassan, Seidu, Alhassan Andani, and Abdulai Abdul-Malik. "The role of community radio in livelihood improvement: The case of Simli Radio." Field Actions Science reports. The Journal of Field Actions 5 (2011). Available at: <http://journals.openedition.org/factsreports/869#tocto1n2>.

- (١١) مها محمد فتحي يحيى حافظ،،(الثقافات الفرعية في المجتمعات المحلية كما تعكسها القنوات التلفزيونية الإقليمية واتجاهات الجمهور نحوها)، رسالة ماجستير غير منشورة. (المنيا: قسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنيا، ٢٠٠٨).
- (١٢) أسماء الجبوشي، العلاقة بين تعرض الجمهور للقوالب البرمجية التلفزيونية ومعرفتهم بالمخاطر المحيطة بالآثار والمنشآت السياحية،دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي السنوي الثاني المعهد الدولي العالي للإعلام بمدينة الشروق (بعنوان الإعلام وتنمية المجتمعات المحلية إشكاليات الواقع وتطلعات المستقبل)، ٢٧- ٢٩ مارس ٢٠١٧.
- (١٣) هنيده قنديل أبو بكر، ياسر يوسف، توظيف برامج الإذاعة في ترسيخ قيم التنمية المستدامة دراسة تحليلية، دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي السنوي الثاني المعهد الدولي العالي للإعلام بمدينة الشروق (بعنوان الإعلام وتنمية المجتمعات المحلية إشكاليات الواقع وتطلعات المستقبل) (٢٧- ٢٩ مارس ٢٠١٧).
- (١٤) إيمان العلمي وعبود زرقين ،تعزيز دورالإعلام في تحقيق تنميةسياحية مستدامة الدراما التركيبية كنموذج إعلامي للتنمية السياحية، دراسة مقدمة في المنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال(بعنوان الإعلام والاقتصاد،تكاملاً الأدوار في خدمة التنمية، السعودية)، ١١- ١٢ ابريل ٢٠١٦.
- (١٥) مروة إسماعيل إسماعيل إبراهيم الدواخلي، دور الإعلام السياحي في رفع وعي المجتمع المحلي للحفاظ على المزارات السياحية: بالتطبيق على مدينة رشيد، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية-الإسماعيلية- مصر، ع ١٢، مارس ٢٠١٥، ص ٢٨٨- ٣٢٣.

- (16) Lourdes Ruiz, Adverse Environmental Effects of Tourism on Communities in the Ecuadorian Highlands Region. Current Urban Studies, 5, 348- 355. doi: 10.4236/cus.2017.53019., ID 78865, Vol.5 No.3,Universidad Internacional del Ecuador, Quito, Ecuador, September 2017.

- (١٧) عبير محمود عبد الحكيم، السياحة البيئية ودورها في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة- مصر، ٢٤، أبريل ٢٠١٦، ص ٣٨٣ - ٤٠٨.

- (87) Ghobadi, Gholam reza Janbaz,. and Verdian, Mahin Shah, The Environmental Effects of Tourism Development in Nous-hahr. Open Journal of Ecology, 6, 529- 536. doi: 10.4236/oje.2016.6 9050. department Geography and Tourism Planning, Islamic Azad University, Nour Branch,Nour, Iran , (2016).

- (١٩) ياسر عوض عبدالرسول، معوقات التنمية السياحية المستدامة في مصر وأثارها الاقتصادية، دراسة مقدمة في مؤتمر الإدارة والحاسب الآلي برأس البر، جامعة دمياط، مارس ٢٠١٦.