J.Agric. Economics and Social Sciences, Mansoura Univ.Vol.1(7):545-574,2010

RURAL TOURISM IN EGYPT BETWEEN CONSTRAINTS AND NEEDS

Farag, Sh. M. S.
Agricultural Extension and Rural Development Research Institute, Agricultural Research Center

السياحة الريفية فى مصر بين المعوقات والاحتياجات

شعبان محمد شحاتة فرج
معهد بحوث الإرشاد الزراعى والتنمية الريفية- مركز البحوث الزراعية

الملخص

استهدفت الدراسة تحديد رأى المبحوثين من حيث:مدى توفر مقومات الجذب لقيام السياحة الريفية بالقرى المدروسة، والاتجاه نحو دمج البيئة القروية فى السياحة الريفية، ودرجة التعرض لأنشطة الإرشاد البيئى ووسائل الإعلام الجماهيرية لتوعيتهم بحماية البيئة، ودمج البيئة فى السياحة الريفية، ودرجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم عن السياحة الريفية ، وأوجه القصور التى تقلل من أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم عن السياحة الريفية وأيضا تحديد الاحتياج الإعلامى المطلوب لتوعية المبحوثين عن السياحة الريفية، وتحديد مقترحاتهم لإنتاج منتج زراعى نظيف بالقرية، وقيام مزار مزرعى إسترشادى بالقرية ، وقيام مزار مزرعى بالقرية لعرض وتسويق المنتج الزراعى والريفى، وقيام مزار مزرعى بالقرية لاستضافة واستمتاع الزائرين ، وخلق قرية نظيفة وجميلة صالحة للسياحة الريفية، وذلك بهدف اقتراح مجموعة من البرامج والمشروعات تساعد على قيام السياحة الريفية، كمدخل لتنمية مستدامة بهذه القرى وغيرها من القرى المصرية.

وقد أجريت هذه الدراسة فى ١٢ قرية من قرى المحافظات الست المدرجة بها القرى الأكثر احتياجا ضمن المرحلة الأولى بالمشروع القومى للاستهداف الجغرافى لعدد ١١٤ قرية مصرية ، بواقع قريتين عن كل محافظة وهذه القرى هى: منشأة دمسنا والغابة عن البحيرة، والعدلية وبير عماره عن الشرقية، وتتده ونواى عن المنيا، والزرابى والبلايزة عن أسيوط ، ونزلة القاضى وشطوره عن سوهاج، والسمطا بحرى وفاو قبلى عن قنا.

ولتحديد عينة البحث تم اختيار المبحوثين بطريقة عشوائية، بواقع خمس أفراد من أعضاء المجالس الشعبية المحلية التابعة لها كل قرية من القرى المدروسة، وبذلك بلغ اجمالى حجم العينة ٦٠مبحوثا بنسبة ٨٠% من إجمالى أعضاء المجالس الشعبية المحلية لهذه القرى والبالغ٧٥ عضوا، واستخدم الاستبيان بالمقابلة الشخصية والمجموعات المركزة Focus Group كأداتين لجمع بيانات هذا البحث وذلك بعد إجراء الاختبار المبدئى لاستمارة الاستبيان للتأكد من صلاحيتها لتحقيق أهداف البحث، وجمعت البيانات خلال شهرى ديسمبر ٢٠٠٩، ويناير ٢٠١٠م.

وقد استخدم فى تحليل وعرض بيانات هذا البحث : العرض الجدولى بالتكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابى البسيط والمرجح.

وتتلخص أهم نتائج هذه الدراسة فيما يلى:

- أن غالبية المبحوثين يرون أن أهم المقومات المتوفرة بدرجة عالية لجذب الزائرين للقرى المدروسة من إجمالى المقومات المدروسة والبالغة٢٣ مقوم، هى : توفر المناظر الخلابة، وتوفر زراعات حقلية وبستانية تصلح كمزار زراعى، واعتدال الجو معظم أيام السنة، وتوفر الدراجات كوسيلة للتنزه، وتوفر وكفاية الأمن،وتوفر وسائل متطورة للنقل الجوى والبرى والنهرى، وتوفر الخيل كوسيلة للتنزه.
- أن غالبية المبحوثين وبنسبة ٦٣,٣٠%، كانت اتجاهاتهم قوية نحو دمج البيئة القروية فى السياحة الريفية، مقابل ٥%، كانت اتجاهاتهم ضعيفة.
- أن تعرض المبحوثين لأنشطة الإرشاد البيئى عموما كان منخفضا فيما يتعلق بحماية البيئة القروية، فى حين لم يتعرضوا لأى منها فيما يختص بدمج البيئة فى السياحة الريفية، حيث بلغ المتوسط المرجح لكل منهما ٠,٨٦من الدرجة، وصفر من الدرجة، بنسبة٢٨,٦٧%، وصفر%، على الترتيب.

- أن تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجماهيرية عموما كان منخفضا فيما يتعلق بكل من حماية البيئة القروية، ودمج البيئة فى السياحة الريفية، ويؤكد ذلك أن المتوسط المرجح العام لتعرضهم لكل منهما بلغ ١,١٢درجة، و٠,٦٤من الدرجة، بنسبة٣٧,٣٣%، و٢١,٣٣%، على الترتيب.
- أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بمحتوى البنود المدروسة عن السياحة الريفية كان منخفضا، وذلك بمؤشر النسبة المئوية للمتوسط الإجمالي العام لرأى المبحوثين فى هذا الأداء والبالغ (٣٤,٥١ %).
- أن الغالبية العظمى من المبحوثين يرون أن أهم أوجه القصور التى تقلل من أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بالسياحة الريفية هى: قلة الاهتمام نحو جذب الزائرين للسياحة الداخلية، وانعدام التوعية نحو تنسيق الجهود الحكومية والأهلية فى حماية البيئة القروية ودمجها فى السياحة الريفية، والتركيز على نقل الأخبار البيئية دون السياحية مما قلل الوعى البيئى فى السياحة لدى متلقى الخبر، وعدم إبراز المزارات الزراعية والمزرعية والحرفية والإعلان عنها كعناصر جذب سياحى بالقرية، وضآلة حث الريفيين ومتخذى القرار على الاهتمام بمقومات الجذب الريفى ، وضآلة التوعية والإعلان والترويج عن المنتج الزراعى غير التقليدى بالقرية، وعدم تعزيز قدرات الإعلام التقليدي والحديث فى إثارة قضايا البيئة وتنمية الوعى بالسياحة الريفية، وعدم الاهتمام بإنشاء قناة تليفزيونية فضائية للإرشاد الزراعى عامة والبيئى فى السياحة الريفية خاصة، وانعدام التوعية نحو تطبيق المعايير البيئية السليمة عند إنشاء المشروعات الزراعية والسياحية بالقرية.
- أن النسبة المئوية لمتوسط رأى المبحوثين فى درجة الاحتياج الإعلامى المطلوب لتوعيتهم بمحتوى البنود المدروسة عن السياحة الريفية، قد تراوحت بين حد أقصى قدره(٨١,٦٧ %)، وحد أدنى قدره(٤٧,٦٧%) وبمتوسط عام بلغ(٦٥,٤٩%)، وهو ما يشير الى عظم الدور المطلوب أدائه من هذه الوسائل لتوعيتهم بمحتوى هذه البنود، منها لاحتياج إعلامى أكثر الحاحا واختصت بها ٢٨ بندا ، واحتياج إعلامى ملح واختصت بها ٤١ بندا، واحتياج إعلامى ضرورى واختصت بها ٢٢ بندا، وذلك من اجمالى البنود الفرعية المدروسة عن السياحة الريفية والبالغة٩١ بندا.
- أن هناك عددا من المقترحات يرى المبحوثون أهمية إستثارة انتباه المسؤلين نحوها ، لإنتاج منتج زراعى نظيف بالقرية، وقيام مزار مزرعى إسترشادى بالقرية، وقيام مزار مزرعى بالقرية لعرض وتسويق المنتج الزراعى والريفى، وقيام مزار مزرعى بالقرية لاستضافة واستمتاع الزائرين، وخلق قرية نظيفة وجميلة صالحة للسياحة الريفية.

المقدمـــة

تعتبر قضية الحفاظ على البيئة وتنميتها من أهم التحديات التى يواجهها عالم اليوم لتحقيق مفهوم التنمية المستدامة، وذلك لارتباطها ارتباطا وثيقا بسياسات وممارسات التنمية، كما أن نجاح التنمية المستدامة يتطلب حسن الإدارة البيئية ، ودمج محور الحفاظ عليها فى مشروعات التنمية، وعليه أصبح البعد البيئي أحد أبعاد عملية التطوير والتحديث ، فضلا عن أن العمل من أجل البيئة عملا مستمرا يعتمد على تكامل كافة الجهود لتحقيق الاستثمار الرشيد لموارد البيئة الطبيعية تحقيقاً لمفهوم التنمية المستدامة، وذلك من خلال تعميم التربية البيئية ونشر الوعي البيئي على كافة فئات المجتمع.

حيث تتعرض البيئية للعديد من المشكلات بسبب قصور الرصد النوعى والكمى لحجم التدهور والتلوث الناتج عن سوء البنية التحتية وعلاجها والسيادة على الموارد الأرضية ومراقبة مواصفاتها للقياسية وتوفير السلامة والأمن البيئى، وغياب منهج التنمية المتناسقة بيئيا والمتوازنة اقتصاديا واجتماعيا والمقبولة ثقافيا وسياسيا، فضلاً عن انعدام الخطط الخاصة بتنمية البيئة واستثمار مواردها فى السياحة البيئية والزراعية والريفية، وبناء القدرات البيئية والتوعية والتثقيف البيئى اللازم لها (٤: ٢٠١٠).

ويعتبر الإنسان أساس العملية التعليمية والتي تسعى الى تطوير سلوكه (المعرفي والوجداني والمهاري) بهدف إعادة التوازن للبيئة، لكونه عامل التغيير فيها وموضوع التأثيرها والتأثير فيها، لذلك يشكل تغيير وعى الفرد نقطة البداية فى تغيير سلوكه الى سلوك صائب، يخرج عن وعى وإدراك صائب، ومعرفة بالسلوك الصحيح فى مواجهة قضايا البيئة والمشكلات المرتبطة بها(١: ٢٠٠٩). كما يقاس تقدم الإنسان بمدى تحرره من سلطة البيئة وقدرته على إخضاعها لرغباته والتحكم فى مكوناتها واستغلال مواردها وفق أنماط سلوكية مرغوبة ومواقف ايجابية تجاه البيئة، مما يستوجب إعداد خطط مرسومة

ومحسوبة تمضى ثابتة إلى غاية تحسين وتنمية البيئة بالقرى المصرية عامة والقرى الأكثر احتياجا خاصة، تقودها المؤسسات والمنظمات التعليمية بناء على إستراتيجية بيئية سليمة ينبثق عنها قواعد لتنمية مستدامة شديدة الارتباط بقضايا البيئة، تسعى الى تذليل صعوبات الحاضر وبناء المستقبل(٥: ٢٠٠٩).

ويعتبر الإرشاد الزراعى عامة والبيئى خاصة أحد أدوات التغيير الواعي والموجه نحو بلوغ قرية ريفية قادرة على التفاعل الأمن مع بيئتها ، مستخدما فى ذلك العديد من الطرق والوسائل لعل أهمها الأعلام الجماهيرى، وذلك سعيا الى تنمية الوعى البيئى لدى الريفيين ، وإتاحة الفرصة لكل فرد فى الحصول على المعرفة والخبرات لفهم البيئة والمشكلات المرافقة لها وكسب مهارات حل مشكلاتها والحفز على المشاركة الفعالة فى حمايتها وتحسينها وتجميلها ، وذلك بهدف خلق نموذج سلوكى ايجابى للأفراد و الجماعات والمجتمع تجاه البيئة (١٠: ٢٠١٠).

وتعتبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة مصدرا هاما من مصادر التوجيه والتثقيف فى أى مجتمع، وهى ذات تأثير كبير فى جماهيرها باختلاف اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والاقتصادية والاجتماعية، مما يكسبها أهميتها فى عملية بناء وتشكيل ملامح الأفراد والمجتمعات(٩: ٢٠١٠). حيث يقوم الإعلام بوسائله المختلفة بدور فاعل ومؤثر فى تحقيق التفاعل الايجابي مع قضايا البيئة ومشاكلها من جهة، والحث على إصدار قرارات بيئية لإعادة التوازن للنظام البيئى الذي أصابه الخلل من جهة أخرى، وذلك بهدف جعل السلوك البيئى الايجابي والصحيح سلوكا يوميا لأفراد المجتمع ، كما يشكل الإعلام البيئى أحد أهم أجنحة التوعية البيئية، وهو أداة إذا حسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي للرقي بالوعى البيئى ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية، لقدرته على تيسير فهم وإدراك مستهدفيه لقضايا البيئة المعاصرة وبناء قناعات معينه تجاه البيئة وقضاياهم التنموية (١٨: ٢٠١٠).

لذلك تعتبر وسائل الإعلام وسيلة مثالية لتوفير توعية بيئية لشرائح واسعة من المجتمع الريفى والتأثير فيهم فى مختلف المجالات ومنها مجال دمج البيئة فى السياحة الريفية، وذلك من خلال منطلقات أربع تشكل السياسة الاعلامية فى هذا المجال وهى: نقل آراء وحوارات المسئولين المعنيين كحقائق ومعلومات بيئية موثوق بها الى الجمهور، وإيصال السياسات الحكومية وشرح المخططات والتدابير المتعلقة بتنمية البيئة فى السياحة الريفية، وإعطاء الأفراد حقهم الطبيعي في حرية الوصول والحصول على المعلومات لإحداث تغيير في تعاملهم مع البيئة الريفية، وإقامة شبكة من العلاقات بين مسؤلى المؤسسات المعنية بالبيئية الريفية من جهة والسياحة الريفية من جهة أخرى(٢٠: ٢٠٠٦).الأمر الذى يؤكد على أن الحفاظ على البيئة وتنميتها عملية تعليمية يتوقف نجاحها بالدرجة الأولى على التخطيط الجيد لتوعية بيئية سليمة، تقوم على دراسة توقعات وتصورات الجمهور المتلقى لتحديد حاجاتهم ورغباتهم وأشباعاتهم كخطوة أولية لآليات العملية الاتصاليه تشارك فيها كافة المؤسسات التعليمية ومنها الإرشاد الزراعى والبيئى اعتمادا على وسائله الإعلامية (١٤: ١٩٩٧، ص١٢١).

ويشكل الإعلام السياحى أحد أشكال الإعلام المتخصص القائم على الاتصال المخطط والمستمر بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة، بطريقة موضوعية عن طريق وسائل وأشكال اتصالية مختلفة، مستخدمة كافة الأساليب الفنية للإقناع والتأثير من أجل تنمية الوعى السياحى لدى الجمهور من ناحية، ولجتذاب أكبر عدد من الزائرين من داخل البلاد أو خارجها من ناحية أخرى(١٥: ٢٠٠٢ص ص ٢٣، ٦٣).

حيث تحظى السياحة اليوم كنشاط إنساني وبيئى بأهمية كبيرة لما نتج عن أنشطتها الكثيفة من آثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية وعمرانية كان لها عظيم الأثر في حياة المجتمعات ، مما استدعى نشر الثقافة البيئية فى السياحة لزيادة الوعي لدى الأفراد والأجهزة الحكومية بهدف غرس مفاهيم وأسس ومبادئ الفكر البيئي في نفوس مختلف شرائح المجتمع ، ليكون احترام البيئة شعورا داخليا لدى أفراد المجتمع، كما استدعى قصورالوعي البيئي في مجال السياحة توجيه الاهتمام إلى نشر ثقافة التخطيط البيئى كأحد أدوات التنمية السياحية المعاصرة بهدف تحقيق تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية فى المجتمع. ولذلك يعتبر التخطيط البيئى فى السياحة ضرورة حتمية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة ورشيدة، تمكن الدولة من تحقيق أهدافها المنشودة بشكل ناضج وسريع(٢١: ٢٠٠٦).

فقد أصبحت السياحة قاطرة للتنمية الاجتماعية والاقتصادية فى الدول المتقدمة، والنامية على السواء ، حيث تأتى السياحة فى مقدمة اهتمامات الحكومة المصرية لما لها من إسهامات متعددة، فهى تسهم بأكثر من عشر إجمالى الناتج المحلى، وخمسى خدمات التصدير، وخمس حصيلة النقد الأجنبي، وأكثر من عشر فرص العمل المباشر وغير المباشر، وخمسى إجمالي الاستثمار، لما تتمتع به مصر من ثروات طبيعية وعناصر جذب سياحى(١٩: ٢٠٠٦ص ص٢-٥).

وبالرغم من تراجع مصر سياحيا من المرتبة (٥٨) عام٢٠٠٧ الى (٦٦) عام ٢٠٠٨ من بين ١٣٠ دولة، وفقا لما أشارت إليه المؤشرات التنافسية للسياحة الصادرة عن منتدى الاقتصاد العالمى لعام ٢٠٠٨، فإن هناك إمكانات مستقبلية يمكن استغلالها فى تنمية وتطوير السياحة أوضحها المجلس الوطنى المصرى للتنافسية، والخاص بقدرة مصر على جذب ومضاعفة عدد السائحين من ٩,٧مليون عام٢٠٠٦/٢٠٠٧ الى ٣٠مليون سائح بحلول عام٢٠٢٠ شريطة تنفيذ الاستثمارات اللازمة للحفاظ على ثروات البلاد وتنميتها فى أنشطة وأنماط سياحية جديدة (٢٢: ٢٠٠٩، ص١٤).

وتعتبرالسياحة صناعة مركبة غير تقليدية، تعتمد على الأسلوب العلمى فى مختلف مكوناتها، ومقوماتها والتى تمثل عناصر الإنتاج الرئيسية لها، فهناك مقومات طبيعية واجتماعية وسياسية وصناعية، حيث تتضمن المقومات الصناعية كافة انجازات الإنسان على سطح الأرض من معالم حضارية حديثة وآثار تاريخية ، وتأتى المقومات السياسية انعكاسا للظروف والعوامل السياسية السائدة فى الدولة ، وترتبط المقومات الاجتماعية بطبيعة وسمات الدولة المضيفة وذلك لاهتمام السائح بطبيعة وعادات وتقاليد المجتمعات التى يزورها ومدى توفر الوعى السياحى والاجتماعى بها ، وتمثل المقومات الطبيعية ٩٠% من عناصر الجذب السياحى والتى ترتبط بالبيئة ارتباطا وثيقا (٣: ٢٠٠٦،ص ص٢٣-٣٠).

والسياحة والبيئة قطاعان متواكبان ومتداخلان معا من حيث الرؤية والأهداف، ويتماشيان معا فى تناغم فكل منهما مكمل للأخر وتجمعهما علاقة اعتمادية بالغة القوة والتعقيد، حيث تعتبرالبيئة السليمة الوعاء الحقيقى للسياحة والمناخ الملائم لتنميتها واستدامتها، كما أن نجاح السياحة يعتمد على التخطيط البيئى السليم وتوفر المقومات البيئية الصالحة للسياحة خاصة وأن غالبية عوامل الجذب السياحى عوامل بيئية (٨: ٢٠٠٩).

وتحتل البيئة الريفية مكانة هامة فى الشئون العالمية والمصرية على السواء وذلك بسبب التدهور الكبير الذى أصابها نتيجة الإخلال بالتوازن البيئى، لذلك يعتبر صيانة البيئة ومواردها الطبيعية رد فعل صحى لما أدى إليه الانفجار السكانى والتكنولوجى السريع من تدمير للبيئة واستنزاف لمواردها كعناصر جذب سياحى توازى فى أهميتها اهتمام العالم بحماية الآثار والتحف الفنية (١٨: ٢٠٠٥، ص ص١٤٩-١٥٣). وعليه أصبح تقييم التأثيرات البيئية إحدى وسائل التخطيط البيئى بالريف، لتحقيق التوازن المطلوب بين التنمية ومتطلبات حماية البيئة لإيجاد بيئة نظيفة وآمنة ومتوازنة تسمح للإنسان لكى يعيش فى حياة كريمة مزدهرة ومتطورة(٢: ٢٠٠٩). ومن اجل ذلك طرحت منظمة الأمم المتحدة إعلان مانيلا عام١٩٨٠ حول الاحتياجات السياحية والتي ينبغي تلبيتها بطريقة لا تلحق الضرر بالمصالح الاجتماعية والاقتصادية للإنسان وموارده البيئية ، وأعلنت عام ٢٠٠٢ عاما للسياحة البيئية من أجل تنشيط ودعم فكرة إبراز السياحة على أنها القطاع المحافظ على البيئة والمساند لها، وتمكينها من استثمار الحفاظ على البيئة والطبيعة في قالب جديد يمنح الفرصة لدعم الدخل القومى وتعدد مصادره، ضمانا لاستمرار الطلب على السياحة عامة والسياحة فى البيئة الريفية خاصة(١٦: ٢٠٠٩).

وللسياحة معاني متعددة تختلف من بلد لأخرى، والسياحة من الناحية اللغوية تعنى التجوال، وفى الانجليزية تعنى To Tour، وفى اللاتينية Tourism أى يجول ويدور، والسياحة من منظور اجتماعي وحضاري تعتبر جسر للتواصل الثقافى والمعرفى بين الأمم والشعوب، وعلى الصعيد البيني هى عامل جذب لإشباع رغبات السائح فى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها، وزيارة الأماكن الطبيعية للتعرف على زراعاتها والحياة الفطرية بها(٣: ٢٠٠٦، ص١٣). ومن حيث التعريف، فقد اتفق كل من "عبد العزيز"(١٣: ١٩٩٦، ص٢٢)، و"دعبس"(٢٤: ٢٠٠٧، ص١٤) نقلا عن (جوبير فرويلر Cuyer Frauler) على أن السياحة ظاهرة تنبثق من الحاجة المتزايدة الى الراحة ونمو الإحساس بجمال الطبيعة والشعور بالبهجة والمتعة للإقامة فى مناطق لها طبيعتها الخاصة ، وعرفها" عبد العزيز"(١٣: ١٩٩٦، ص٢٣) نقلا عن (هيرمان فون شوليرون Herman Von Sholleron) على أنها كل العمليات المتداخلة وخاصة الاقتصادية منها والمتعلقة بدخول الزائرين وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود دولة أو منطقة معينة، وعرفتها "إيمان منجى"(٣: ٢٠٠٦، ص ص ١٤-١٦) بأنها انتقال الفرد أو المجموعة من دولة أو منطقة لأخرى بهدف الترفيه أو التثقيف أو غيرها وذلك بصفة مؤقتة وفى مدة لاتقل عن ٢٤ ساعة ولاتزيد عن ١٢شهر دون ممارسة العمل أوالتجارة.

والسياحة الريفية من حيث المفهوم يصعب وضع تعريف جامع ودقيق لها ، فبينما ترى"كريستينا" (١١: ٢٠٠٩)، أن السياحة الريفية وفقا لتعريف منظمة التعاون والتنمية (١٩٩٤) هى نشاط سياحي يعتمد على الزراعة والمزارعين وتقوم على السياحة الزراعية والبيئية وسياحة المغامرات، يرى"زيبيكا"(٢٥:

٢٠١٠)، بأنها مفهوم واسع يمكن تطبيقه على أي سياحة في المناطق الريفية، وتشمل أنشطة الصيد البري وصيد الأسماك والتنزه بالطبيعة والسياحة القروية و البيئية والصحية والثقافية بهدف توليد مصدر دخل إضافي للعمل الزراعى، فيما ترى "ويكيبيديا" (٢٣: ٢٠١٠)، أنها نشاط مركب متعدد المظاهر يقوم على استخدام الأرض والطبيعة فى سياحة زراعية ومزرعية كفندق بيئى، بالإضافة الى المغريات الريفية المختلفة التى يمكن أن تشكلها الشركات السياحية لذوى الاهتمام الخاصة بممارسة بعض الأنشطة في المناطق الريفية، ويرى"أنتونيس"(٢٦: ٢٠١٠)، بأنها نشاط متعدد الأوجه محله الريف يشتمل على السياحة الزراعية والمزرعية والثقافية والطبيعة وسياحة المغامرات والسياحة البيئية وغيرها، وينسجم مع الموسمية والأحداث المحلية، ويقوم على الحفاظ على الثقافة والتراث والتقاليد، ويتعرض لحياة الريفيين وفنونهم وثقافتهم وتراثهم لإحداث التفاعل بين السياح والسكان المحليين من أجل سياحية أكثر إثراء تعود بالنفع على المجتمع المحلي اقتصاديا واجتماعيا، فيما ترى" كوستاريكا للسياحة القروية" (١٢: ٢٠٠٩)، بأنها مجموعة الأنشطة الهادفة الى تحسين حياة الريفيين ومجتمعاتهم الريفية، ويرى"جينس ونج وآخرون"(٢٧ :٢٠١٠)، بأنها الأنشطة والخدمات والتسهيلات التى يقدمها الزارع وسكان الريف بهدف جذب الزائرين وتوليد دخل إضافي لأعمالهم الزراعية، ويرى" سعيد"(١٦: ٢٠٠٩)، بأنها مجموعة أفكار غايتها الحفاظ على البيئة الطبيعية والاجتماعية والحضارية بكل عناصرها وفق خطة إستراتيجية بعيد المدى لخلق سياحة صديقة للبيئة ، وأضاف بأنها السفر من أى مكان الى الريف بغرض الاستمتاع والتعلم.

وتعتبرالسياحة الريفية أحد الاتجاهات لتنويع أنماط السياحة بقرى الريف المصرى عامة والفقيرة منها خاصة، باعتبارها قوة دافعة لتوفير البنية الأساسية كإمدادات المياه وشبكات الصرف الصحي والطرق والكهرباء والمواصلات السلكية واللاسلكية، وإنشاء وتحسين المنشات العمرانية والمنتجعات الصيفية والشتوية، والاستفادة بما يتوفر بها من عوامل جذب تفاعلية بين الزائر والبيئة الريفية من مزارات زراعية ومزرعية وقروية وصناعات يدوية وعمرانية كمقومات لجذب الزائرين للاستمتاع بالطبيعة وتراثها الثقافى والمحلى، الأمر الذى يساعد علي تحسين نوعية الحياة بهذه القرى من خلال الربط بين الاستثمار فى مشروعات الإنتاج الزراعى والسياحى وحماية البيئة الريفية فى معادلة تنموية واحدة، اعتمادا على برامج سياحية تبرز المواقع المميزة زراعيا وتؤكد على ممارسات سلوكية سليمة لحماية البيئة الطبيعية والتأثير الإيجابي فيها(٨: ٢٠٠٩).

حيث ترتبط السياحة الريفية بالعديد من الأنشطة السياحية الأساسية كالسياحة الزراعية والتى تعتبرعملية تثقيفية وتعليمية لزائرى الزراعات بهدف المعرفة والدراسة، كما تعتبر السياحة المزرعية قطاع فرعى للسياحة الزراعية والتى تشمل العديد من الأشكال منها: مزارع لتجمع الزوار للإقامة بها من أجل الاسترخاء والاستمتاع وقطف الفاكهة وركوب الخيل وصيد الأسماك، فضلا عن تقديم المأكولات الطبيعية المميزة ، ومزارع لإنتاج وعرض وتسويق الحاصلات الزراعية غير التقليدية والصناعات الحرفية المحلية، ومتحف لعرض نماذج من هذه الحاصلات ومنتجاتها ، ومزارع للأنشطة الإسترشادية الخاصة بتربية النباتات والحيوانات ، فضلا عن إمكانية تشكيل مجموعة من العلاقات لتكوين أساس سياحى قوي، يتمثل فى خلق علاقات تبادلية، بين الأنشطة الأساسية والأنشطة المتخصصة، في شكل علاقة أحادية لأنشطة المشروع السياحي الريفى، من خلاله دمج السياحة الزراعية والمزرعية والبيئية معا كأنشطة أساسية مع السياحة الريفية كنشاط متخصص، أوعلاقة تكاملية بين الأنشطة فى منظومة متكاملة، يتم فيها دمج أكثر من نشاط فى مسار أوبرنامج سياحي واحد بهدف إثراء عملية الاستمتاع فى الريف، هذا بالإضافة الى بعض الأنشطة التخصصية لسكان القرية من عروض ثقافية وفولكلور شعبى محلى، بهدف زيادة مدة إقامة السائح وبالتالى زيادة الدخل الاقتصادي للفرد والمجتمع الريفى(٦: ٢٠٠٩).

ويمثل الاهتمام بنوعية المنتج الزراعى والغذائي، ونظافته وسلامته، والحفاظ عليه كمورد زراعى غير تقليدى والتعامل الأمن مع المخلفات الزراعية الأعمدة الأساسية للسياحة الزراعية والمزرعية، وتعتبرالممارسات الشخصية الصحية بالريف مطلبا حيويا وضروريا للحفاظ على توازن البيئة وسلامتها فى السياحة القروية، مما يستوجب إتباع ممارسات تستهدف الحفاظ على البيئة الطبيعية والاجتماعية والحضارية، وجعل السلوك السليم للريفيين العنصر الأساسى فى حماية البيئة القروية، ونجاح جهود الحفاظ عليها ، وصيانة مواردها فى السياحة الريفية(٧: ٢٠٠٩).

وبناء على ما سبق يمكن التوصل الى أن السياحة الريفية هى: نشاط متعدد الأوجه والمظاهر ينسجم مع الأحداث المحلية والموسمية محله الريف، يقوم به الزارع وسكان الريف وفق تخطيط هادف للحفاظ على البيئة الطبيعية والاجتماعية والحضارية بكل عناصرها وتنميتها فى مزارات زراعية ومزرعية وقروية اعتمادا على استخدام الأرض والطبيعة وغيرها من المغريات المتوفرة بالمجتمعات الريفية ، بهدف

جذب الزائرين واستمتاعهم وتعلمهم بما يسمح بتوليد دخل إضافى للريفيين من ناحية، وتحسين نوعية الحياة للمجتمعات الريفية من ناحية أخرى.

مشكلة البحث:

يعتبر الإرشاد الزراعى والبيئى أحد المنظمات المنوط بها تعليم الكبار، ولجميع الفئات من الجنسين وخاصة فيما يتعلق بتوعيتهم نحو حماية قراهم الريفية وتجميلها، مستخدما فى ذلك العديد من الطرق والوسائل لعل أهمها الوسائل الإعلامية المقروءة، والمسموعة، والمرئية، بهدف حشد الطاقات والإمكانيات للتعامل الأمن مع البيئة ومقوماتها الزراعية والمزرعية والقروية وتقليل أحمال الملوثات بها، وضمان المشاركة الجادة من الأفراد لعودة المصالحة بين الإنسان وبيئته، ومساعدتهم على تطبيق المعايير البيئية السليمة عند تنفيذ المشروعات الزراعية، الأمر الذى يسهم فى جعل السياحة الريفية واضحة وصريحة وجزءا من فلسفة المشروع الزراعى.

ولما كان الاستثمار في السياحة أسرع الطرق لتحقيق الأهداف المرجوة من خطط التنمية، ونظرا لانعدام وضعف صناعة السياحة الريفية في بعض الاقتصاديات العالمية وخاصة الدول النامية ومنها مصر، شكلت السياحة الريفية طفرة جديدة وموردا هاما داعما للاقتصاد المصرى وقراه الريفية وخاصة الفقيرة منها، اعتمادا على البيئة الريفية ومواردها من عناصر جذب للزائرين.

ولما كانت دراسة السياحة عامة والريفية منها خاصة تقوم على العديد من الطرق والأساليب لعل أهمها الأسلوب الاجتماعى: والذى يهتم بدراسة شرائح المجتمع من حيث العادات، والتقاليد، والثقافات، باعتبار أن السياحة نشاط اجتماعى يؤثر ويتأثر بالمجتمع إيجابا وسلبا، بالإضافة الى الأسلوب الجغرافى : والذى يركز على المواقع البيئية والمناخية وتأثر الأنماط السياحية بها، وكلا الأسلوبان يشكلان محور اهتمام الإرشاد الزراعى والبيئى عامة ووسائله الإعلامية خاصة.

وفى إطار توجيهات اللجنة الوزارية للتنمية الاجتماعية والخاصة بتنفيذ المشروع القومى للاستهداف الجغرافى لعدد ١١٤ قرية فقيرة فى ست محافظات هى البحيرة، والشرقية، والمنيا، وأسيوط، وسوهاج، وقنا، كمرحلة أولى، من بين ١٠٠٠ قرية هى الأكثر فقرا بمصر، وتحديدها الى ١٤ محورا للعمل بهذه القرى، من بين ما تضمنته: تفعيل مشاركة منظمات العمل المدنى للمعاونة فى تنفيذ المشروع، وتحسين خدمات الشرب والصرف الصحى، وتحسين خدمات الكهرباء بهذه القرى، والارتقاء بالخدمات الصحية، وتحسين جودة التعليم، وتحسين الوضع البيئى والتعامل مع المخلفات الصلبة، ومحوالأمية للفئة العمرية من ١٥- ٣٥ سنة من الجنسين، وتدعيم شبكات الطرق لربط القرى ببعضها، وإعداد المخططات الإستراتيجية والأحوزة العمرانية لهذه القرى، وكلها توجهات لمقومات تدعم التخطيط البيئى لهذه القرى ودمجها فى مجال السياحة الريفية.

ولأهمية البناء على تلك الجهود المبذولة والخاصة بتحسين البنية التحتية لهذه القرى، والمساهمة فى تحسين بعض البنية الفوقية بها، مما يساعد على قيام السياحة بالمناطق الريفية كمدخل لتنمية مستدامة بها ، وذلك اعتمادا على استخدام الأرض والطبيعة وبعض المغريات المتوفرة بهذه القرى، بهدف توليد دخل إضافى للعمل الزراعى، يسهم فى تحسين دخل الريفيين وحياتهم المعيشية ، وتعويض جزء من أعباء الدولة فى هذا الشأن.

ونظرا لأهمية أعضاء المجالس الشعبية المحلية بالقرى الريفية عامة والقرى الأكثر احتياجا خاصة، باعتبارهم المنوط بهم اقتراح خطط تنمية هذه القرى اقتصاديا واجتماعيا وعمرانيا، واقتراح مشروع الموازنة، والرقابة على تنفيذ الخطط ، والعمل على نشر الوعى الزراعى بما يحقق تحسين وتنويع المنتج الزراعى، واقتراح إنشاء مختلف المرافق العامة بالقرية، والعمل على محو الأمية بالقرية ورعاية شبابها.

لذلك أجريت هذه الدراسة لتحديد رأى المبحوثين من أعضاء المجالس الشعبية المحلية عن القرى المدروسة، وذلك من حيث الوضع الحالى لقيام السياحة الريفية اعتمادا على مقومات الجذب المتوفرة بهذه القرى ، ودرجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم عن السياحة الريفية ، والتعرف على أوجه القصور التى تقلل من أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم عن السياحة الريفية، والوقوف على الاحتياج الإعلامي المطلوب لتوعيتهم عن السياحة الريفية ، ومقترحاتهم لإنتاج منتج زراعى نظيف بالقرية، وقيام مزار مزرعى إسترشادى بالقرية ، وقيام مزار مزرعى بالقرية لعرض وتسويق المنتج الزراعى والريفى، وقيام مزار مزرعى بالقرية لاستضافة واستمتاع الزائرين ، وخلق قرية نظيفة وجميلة صالحة للسياحة الريفية، وذلك بهدف الانتقال بهم وقراهم الريفية من هذا الوضع الراهن، الى الوضع المستهدف، لجعل القرية المصرية بيئة صالحة للسياحة الريفية.

أهداف البحث: تمشيا مع مشكلة البحث تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

١- تحديد رأى المبحوثين فيما يتعلق بكل من:

أ- مدى توفر مقومات الجذب لقيام السياحة الريفية بالقرى لمدروسة.

ب- الاتجاه نحو دمج البيئة القروية فى السياحة الريفية.

ج- التعرض لأنشطة الإرشاد البيئى كمصدر للتوعية بحماية البيئة، ودمج البيئة فى السياحة الريفية.

د- التعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للتوعية بحماية البيئة، ودمج البيئة فى السياحة الريفية.

هـ - درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى التوعية عن محتوى البنود المدروسة عن السياحة الريفية من حيث المفهوم، والأهمية، والمجالات، والوسائل.

و - أوجه القصور التى تقلل من أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم عن السياحة الريفية.

٢- تحديد الاحتياج الإعلامى المطلوب لتوعية المبحوثين بمحتوى البنود المدروسة عن السياحة الريفية.

٣- تحديد مقترحات المبحوثين لتحقيق كل من:

- إنتاج منتج زراعى نظيف بالقرية.
- قيام مزار مزرعى إسترشادى بالقرية.
- قيام مزار مزرعى بالقرية لعرض وتسويق المنتج الزراعى والريفى.
- قيام مزار مزرعى بالقرية لاستضافة واستمتاع الزائرين.
- خلق قرية نظيفة وجميلة صالحة للسياحة الريفية.

المفاهيم الإجرائية:

- **السياحة الريفية:** هى نشاط متعدد الأوجه والمظاهر ينسجم مع الأحداث المحلية والموسمية ، محله الريف، يقوم به الزراع وسكان الريف، وفق تخطيط هادف للحفاظ على البيئة الطبيعية والاجتماعية والعمرانية والارتقاء بها فى مزارات زراعية ومزرعية وقروية تجذب الزائرين وتسهم فى تحسين نوعية الحياة للريفيين ولمجتمعاتهم الريفية.
- **محتوى السياحة الريفية:** هو بعض ما تضمنته وسائل الإعلام وغيرها من معلومات وحقائق تتعلق بالسياحة الريفية من حيث، المفهوم، والأهمية، والمجالات، والوسائل.
- **وسائل الإعلام:** هى كافة الوسائل الإعلامية الحديثة والتقليدية المعنية بإثارة اهتمام مستهدفيها وتوعيتهم عن السياحة الريفية من حيث، المفهوم، والأهمية، والمجالات، والوسائل.
- **دور وسائل الإعلام فى مجال السياحة الريفية:** هو إدراك الفرد لدوره فى توعية جماهير الريف لإحداث تغيير مقصود ومرغوب فى معارفهم، عن السياحة الريفية من حيث، المفهوم، والأهمية، والمجالات، والوسائل.

الطريقة البحثية

إعتمد هذا البحث على منهج المسح بالعينة لجمع الحقائق اللازمة لدراسة ووصف الظاهرة، للخروج بصورة تتسم بالدقة والواقعية. ولتحديد المجال الجغرافى تم تحديد المحافظات الست المدرجة بها القرى الأكثر فقرا ضمن المرحلة الأولى بالمشروع القومى للإستهداف الجغرافى لعدد ١١٤ قرية مصرية. وبطريقة عشوائية تم اختيار ست مراكز بواقع مركز عن كل محافظة وبنفس الأسس تم اختيار وبطريقة عشوائية ١٢ قرية ، بواقع قريتين عن كل مركز من المراكز الست، وهذه القرى هى قريتى منشأة دميسنا والغابة عن مركز أبو حمص محافظة البحيرة، وقريتى العدلية وبير عماره عن مركز بلبيس محافظة الشرقية، وقريتى تنده ونواى عن مركز ملوى محافظة المنيا، وقريتى الزرابى والبلايزة عن مركز أبو تيج محافظة أسيوط، وقريتى نزلة القاضى وشطوره عن مركز طهطا محافظة سوهاج، وقريتى السمطا بحرى وأاو قبلى عن مركز دشنا محافظة قنا. ولتحديد عينة البحث تم اختيار المبحوثين بطريقة عشوائية ، بواقع خمس أفراد من أعضاء المجلس الشعبى المحلى عن كل قرية من القرى المدروسة، على أن يكون من بينهم عضوا ممثل عن لجنة الزراعة وأخر عن لجنة البيئة ، وبذلك بلغ اجمالى مفردات عينة البحث ٦٠ مفردة بنسبة ٨٠%، من إجمالي أعضاء المجالس الشعبية المحلية التابعة لها هذه القرى والبالغ عددهم٧٥ عضوا، ليكونوا مفردات عينة البحث.

وجمعت البيانات اعتمادا على أداتين ، الأولى: باستخدام استمارة استبيان اعتمد إعدادها على مضمون الحقائق والمعلومات التي وردت بوسائل الإعلام، وبذلك أمكن بناء وتطوير استمارة الاستبيان لقياس أراء المبحوثين فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بمحتوى البنود المدروسة عن السياحة الريفية، والتى تحقق إجابات المبحوثين عليها أهداف هذا البحث، وقد اشتملت استمارة البحث على الأقسام التالية:

القسم الأول: واختص بقياس رأى المبحوثين فى الوضع الراهن لقيام السياحة الريفية بقراهم المدروسة، وذلك من حيث:

- مدى توفر مقومات الجذب لقيام السياحة الريفية بهذه القرى: وتضمنت (٢٣ مقوما)، شملها مقياس مكون من أربع فئات هى: متوفر بدرجة عالية، ومتوسطة، ومنخفضة، وغير متوفر، وأعطيت الدرجات القيمية٣،٢،١، صفر، على الترتيب.
- الاتجاه نحو دمج البيئة القروية فى السياحة الريفية: وأعطيت فئات المقياس(موافق، موافق لحد ما، غير موافق)، الدرجات القيمية٢، ١،صفرعلى الترتيب،وبجمع الدرجات التى حصل عليها كل مبحوث يمكن الحصول على درجة تعبر عن الدرجة الكلية لاتجاه المبحوث نحو دمج البيئة القروية فى السياحة الريفية، ووفقا للمدى الفعلى للدرجات الكلية للاتجاه الذى تراوح بين(١١- ٢٠)،تم توزيع المبحوثين على ثلاث فئات هى: اتجاه ضعيف(١١- ١٣)، واتجاه متوسط(١٤- ١٦)، واتجاه قوى(١٧ درجة فأكثر).
- التعرض لأنشطة الإرشاد البيئى: وتضمنت (أربع أنشطة)، لتوعيتهم بحماية البيئة، ودمج البيئة فى السياحة الريفية، وذلك على مقياس مكون من من أربع فئات هى: يتعرض دائما، وأحيانا، ونادرا، ولا يتعرض، وأعطيت الدرجات القيمية،٣، ٢، ١، صفر، على الترتيب.
- التعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية: وتضمنت ست وسائل، لتوعيتهم بحماية البيئة، ودمج البيئة فى السياحة الريفية، شملها مقياس مكون من أربع فئات هى: يتعرض دائما، وأحيانا، ونادرا، ولا يتعرض، وأعطيت الدرجات القيمية،٣، ٢، ١، صفر، على الترتيب.

-القسم الثانى: واختص بقياس رأى المبحوثين فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بمحتوى البنود المدروسة عن السياحة الريفية: حيث تم سؤالهم عن درجة هذا الأداء، وفقا لتقديرهم الذاتى ، وذلك لكل بند من البنود الفرعية المدروسة والبالغة ٩١ بندا، شملتها البنود الرئيسية المدروسة عن السياحة الريفية، من حيث المفهوم، والأهمية، والمجالات، والوسائل ، وذلك على مقياس مكون من(صفر-١٠ درجات)، وبجمع الدرجات التى حصل عليها كل مبحوث أمكن الحصول على درجة تعبر عن الدرجة الكلية لرأى المبحوثين فى درجة أداء هذه الوسائل لدورها فى توعيتهم بمحتوى كل بند من البنود المدروسة، ومنها تم حساب المتوسط ، والنسبة المئوية لمتوسط رأيهم فى درجة هذا الأداء عن كل بند فرعى، وبنود كل بند رئيسى، وأجمالى البنود، وعلى أساس هذه الدرجة أيضا أمكن توزيع المبحوثين على فئات ست هى: فئة (لاتؤدى)، وذلك لمن يرى من المبحوثين أن درجة أداء هذه الوسائل (صفر)، وتم توزيع باقى المبحوثين وفقا لرأيهم فى درجة هذا الأداء والتى تراوحت بين(١-١٠ درجات)على خمس فئات متساوية هى (أداء عالى جدا، وعالى، ومتوسط، ومنخفض، ومنخفض جدا).

الأداة الثانية: واستخدم فيها طريقة المجموعات المركزة Focus Group لجمع البيانات الخاصة بمقترحات المبحوثين لتحقيق كل من: إنتاج منتج زراعى نظيف بالقرية، وقيام مزار مزرعى إسترشادى بالقرية ، وقيام مزار مزرعى بالقرية لعرض وتسويق المنتج الزراعى والريفى، وقيام مزار مزرعى بالقرية لاستضافة واستمتاع الزائرين ، وخلق قرية نظيفة وجميلة صالحة للسياحة الريفية.

وقد تم تحكيم استمارة الاستبيان بواسطة عدد من خبراء المجال،وبلغت نسبة الاتفاق(٩٢,٨٦%)،مما يعنى ارتفاع نسبة الثبات، ثم أجرى اختبار مبدئى لاستمارة الاستبيان على خمس أفراد من قرية سندنهور مركز بلبيس محافظة الشرقية خلال شهر نوفمبر ٢٠٠٩م، للتأكد من سهولة وفهم الأسئلة وصلاحيتها لتوفير البيانات اللازمة لتحقيق أهداف هذا البحث.

وجمعت بيانات هذا البحث فى شهر ديسمبر ٢٠٠٩، ويناير ٢٠١٠م، واستخدم العرض الجدولى بالتكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابى البسيط والمرجح فى تحليل وعرض بياناته.

النتائج ومناقشتها

أولا: رأى المبحوثين فيما يتعلق بكل من:

١- مدى توفر مقومات الجذب لقيام السياحة الريفية بالقرى المدروسة:

أشارت النتائج جدول رقم(١)، الى وجود٢٣ مقوما سياحيا مدروسا لجذب الزائرين الى القرى الأكثر احتياجا المدروسة، وقد تراوح المتوسط المرجح لدرجة توفرهذه المقومات بهذه القرى من وجهة نظر المبحوثين بين حد أقصى قدره ٢,٦٣ درجة، وحد أدنى قدره ٠,٠٣ من الدرجة، بنسبة مئوية تراوحت بين ٨٧,٦٧%، و١%، من الحد الأقصى الممكن بلوغه على المقياس وقدره ثلاث درجات، وقد جاءت هذه المقومات مرتبة تنازليا وفقا لنسبة المبحوثين الذين يرونها متوفرة بدرجة عالية بهذه القرى، على النحو التالى:

جدول رقم(١): عدد ونسبة المبحوثين أعضاء المجالس الشعبية المحلية وفقاً لرأيهم في مدى توفر مقومات الجذب لقيام صناعة السياحة الريفية بقراهم الريفية.

مدى توفر المقوم / مقومات الجذب السياحي الريفي	غير متوفر		متوفر بدرجة منخفضة		متوفر بدرجة متوسطة		متوفر بدرجة عالية			المتوسط المرجح
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	الرتبة	
١- توفر زراعات حقلية وبستانية تصلح كمزار زراعي.	١	١,٦٧	٢	٣,٣٣	١٦	٢٦,٦٧	٤١	٦٨,٣٣	٢	٢,٦٢
٢- توفر مزارع نباتية وحيوانية تصلح كمزار مزرعي	٣٠	٥٠,٠٠	٩	١٥,٠٠	١٤	٢٣,٣٣	٧	١١,٦٧	١٣	٠,٩٧
٣- توفرصناعات وحرف تقليدية تصلح كمزار سياحي	٤١	٦٨,٣٤	١١	١٨,٣٣	٨	١٣,٣٣	٠	صفر	٢١,٥	٠,٤٥
٤- توفر المناظر الخلابة	٣	٥,٠٠	٠	صفر	١٣	٢١,٦٧	٤٤	٧٣,٣٣	١	٢,٦٣
٥- توفر الغابات والمحميات الطبيعية	٥٥	٩١,٦٦	٤	٦,٦٧	١	١,٦٧	٠	صفر	٢١,٥	٠,١٠
٦- توفرالجبال والسهول	٤٩	٨١,٦٧	٤	٦,٦٧	٥	٨,٣٣	٢	٣,٣٣	١٦,٥	٠,٣٣
٧- توفر طرق ممهدة قريبة من الطريق العام	٢	٣,٣٣	١٣	٢١,٦٧	٣٥	٥٨,٣٣	١٠	١٦,٦٧	١٠	١,٨٨
٨- توفرالسياحة التاريخية	٤٦	٧٦,٦٧	٤	٦,٦٧	٨	١٣,٣٣	٢	٣,٣٣	١٦,٥	٠,٤٣
٩- توفر السياحة العلاجية	٥٩	٩٨,٣٣	٠	صفر	١	١,٦٧	٠	صفر	٢١,٥	٠,٠٣
١٠-توفر السياحة الرياضية	٥٦	٩٣,٣٣	١	١,٦٧	١	١,٦٧	٢	٣,٣٣	١٦,٥	٠,١٥
١١- توفرسياحة المغامرات	٥٧	٩٥,٠٠	٢	٣,٣٣	٠	صفر	١	١,٦٧	١٩	٠,٠٨
١٢- توفر الحنطور كوسيلة للتنزه	١٦	٢٦,٦٦	٢١	٣٥,٠٠	١٦	٢٦,٦٧	٧	١١,٦٧	١٣	١,٢٣
١٣- توفر الحمير كوسيلة للتنزه	٢	٣,٣٤	٢	٣,٣٣	٢٩	٤٨,٣٣	٢٧	٤٥,٠٠	٨	٢,٣٥
١٤- توفر الخيل كوسيلة للتنزه	٢	٣,٣٣	١	١,٦٧	٢٦	٤٣,٣٣	٣١	٥١,٦٧	٧	٢,٤٣
١٥- توفر الدراجات كوسيلة للتنزه	٣	٥,٠٠	٠	صفر	٢٠	٣٣,٣٣	٣٧	٦١,٦٧	٣,٥	٢,٥٢
١٦- توفر وسائل متطورة للنقل الجوى والبرى والنهرى	٢٥	٤١,٦٧	٠	صفر	٣	٥,٠٠	٣٢	٥٣,٣٣	٦	١,٧٠
١٧- اعتدل الجو معظم أيام السنة	٠	صفر	٠	صفر	٢٣	٣٨,٣٣	٣٧	٦١,٦٧	٣,٥	٢,٦٢
١٨- توفر وكفاية الأمن	٠	صفر	٠	صفر	٢٧	٤٥,٠٠	٣٣	٥٥,٠٠	٥	٢,٥٥
١٩- مناسبة الأسعار	٣	٥,٠٠	١١	١٨,٣٣	٣٥	٥٨,٣٣	١١	١٨,٣٤	٩	١,٩٠
٢٠- توفرخدمات إيواء وإقامة الزائر داخل القرية أو بالقرب منها	٣٥	٥٨,٣٣	١١	١٨,٣٣	٧	١١,٦٧	٧	١١,٦٧	١٣	٠,٧٧
٢١- توفر المؤسسات والخدمات المالية	٢٥	٤١,٦٧	١٦	٢٦,٦٧	١١	١٨,٣٣	٨	١٣,٣٣	١١	١,٠٣
٢٢- توفرالأنشطة والمهرجانات السياحية	٤٧	٧٨,٣٣	٨	١٣,٣٣	٣	٥,٠٠	٢	٣,٣٤	١٦,٥	٠,٣٣
٢٣- توفرالخدمات الترفيهية	٤٤	٧٣,٣٣	١٠	١٦,٦٧	٦	١٠,٠٠	٠	صفر	٢١,٥	٠,٣٧
المتوسط										١,٢٧

جاءت فى المرتبة الأولى توفر المناظر الخلابة بنسبة قدرها ٧٣,٣%، ويليها توفر زراعات حقلية وبستانية تصلح كمزار زراعى بنسبة قدرها ٦٨,٣٣%، ثم كل من اعتدل الجو معظم أيام السنة، وتوفر الدراجات كوسيلة للتنزه بنسبة متساوية قدرها ٦١,٦٧%، ويليهما توفر وكفاية الأمن بنسبة قدرها ٥٥%، ثم توفر وسائل متطورة للنقل الجوى والبرى والنهرى بنسبة قدرها ٥٣,٣٣%، فتوفر الخيل كوسيلة للتنزه بنسبة قدرها ٥١,٦٧%، ويليها توفر الحمير كوسيلة للتنزه بنسبة قدرها ٤٥%، ثم مناسبة الأسعار بنسبة قدرها ١٨,٣٤%، فتوفر طرق ممهدة قريبة من الطريق العام بنسبة قدرها ١٦,٦٧%، ويليها توفر المؤسسات والخدمات المالية بنسبة قدرها ١٣,٣٣%، ثم كل من توفرخدمات إيواء وإقامة الزائر داخل القرية أو بالقرب منها، وتوفر مزارع نباتية وحيوانية تصلح كمزار مزرعى، وتوفر الحنطور كوسيلة للتنزه بنسبة متساوية قدرها١١,٦٧%، ويليهم كل من توفرالسياحة التاريخية، وتوفرالجبال والسهول، وتوفرالأنشطة والمهرجانات السياحية، وتوفر السياحة الرياضية، بنسبة متساوية قدرها ٣,٣٣%، فتوفرسياحة المغامرات، بنسبة ١,٦٧%، وجاءت فى المرتبة الأخيرة كل من توفر السياحة العلاجية، وتوفر الغابات والمحميات الطبيعية، وتوفرصناعات وحرف تقليدية تصلح كمزار سياحى، وتوفرالخدمات الترفيهية، وذلك بنسبة متساوية قدرها صفر%.

مما سبق يتضح أن غالبية المبحوثين وبنسبة(٥١,٦٧%) فأكثر يرون أن من اجمالى المقومات المتوفرة بدرجة عالية المدروسة والبالغة٢٣ مقوم، هناك سبع منها تشكل أهم المقومات لجذب الزائرين للقرى الأكثر احتياجا المدروسة ، والتى يجب التركيز عليها إعلاميا بهدف زيادة الطلب عليها، وهذه المقومات هى: توفر المناظر الخلابة، وتوفر زراعات حقلية وبستانية تصلح كمزار زراعى، واعتدل الجو معظم أيام السنة، وتوفر الدراجات كوسيلة للتنزه، وتوفر وكفاية الأمن، وتوفر وسائل متطورة للنقل الجوى والبرى والنهرى، وتوفر الخيل كوسيلة للتنزه.

٢- الاتجاه نحو دمج البيئة القروية فى السياحة الريفية:

أظهرت النتائج جدول رقم(٢)، أن ما يقرب من ثلثى المبحوثين، بنسبة٦٣,٣٠%، ذو اتجاه قوى نحو دمج البيئة القروية فى السياحة الريفية، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوى الاتجاه المتوسط٣١,٧٠%،وكانت نسبة المبحوثين ذوى الاتجاه الضعيف ٥%.

وتشير هذه النتائج الى أن غالبية المبحوثين ذوى اتجاه قوى نحو دمج البيئة القروية فى السياحة الريفية.

جدول رقم(٢): عدد ونسبة المبحوثين أعضاء المجالس الشعبية المحلية وفقاً لاتجاههم نحو دمج البيئة القروية في مجال السياحة الريفية.

فئات الاتجاه	المبحوثين	
	عدد	%
- اتجاه ضعيف	٣	٥,٠٠
- اتجاه متوسط	١٩	٣١,٧٠
- اتجاه قوى	٣٨	٦٣,٣٠
المجموع	٦٠	١٠٠

٣- التعرض لأنشطة الإرشاد البيئى كمصدر للتوعية بحماية البيئة، ودمج البيئة فى السياحة الريفية: وقد أظهرت النتائج مايلى:

أ- فيما يتعلق بالتعرض لأنشطة الإرشاد البيئى لتوعية المبحوثين بحماية البيئة:

أشارت النتائج جدول رقم(٣) الى وجود أربع أنشطة إرشادية مدروسة للتوعية بحماية البيئة، وقد بلغ المتوسط المرجح العام لتعرض المبحوثين لها (٠,٨٦ من الدرجة)، وقد جاءت هذه الأنشطة الإرشادية مرتبة تنازليا وفقا للمتوسط المرجح لرأى المبحوثين فى مستوى التعرض لها، على النحو التالى:

جاءت المحاضرة الإرشادية فى المقدمة بمتوسط مرجح قدره(١,٣٢ درجة)، ويليها الاجتماع الإرشادى بمتوسط مرجح قدره(٠,٨٨ من الدرجة)، وجاءت فى المرتبة الأخيرة كل من الحلقة النقاشية، والندوات بمتوسط مرجح متساوى قدره(٠,٦٢ من الدرجة).

وتشير النتائج السابقة الى أن تعرض المبحوثين لأنشطة الإرشاد البيئى لتوعيتهم بحماية البيئة كان منخفضا، وذلك بمؤشر المتوسط المرجح العام البالغ(٠,٨٦ من الدرجة)، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك نشاطين من إجمالي الأنشطة الأربع المدروسة كان تعرض المبحوثين لهما أقل من هذا المتوسط،

وهما: الحلقة النقاشية، والندوات، مما يتطلب اهتماما متزايدا بتعرض المبحوثين لهذين النشاطين بصفة خاصة، وباقى الأنشطة بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل بحماية البيئة.

ب- بالنسبة للتعرض لأنشطة الإرشاد البيئى لتوعية المبحوثين نحو دمج البيئة فى السياحة الريفية:

أوضحت النتائج بذات الجدول أن هناك أربع أنشطة إرشادية مدروسة للتوعية نحو دمج البيئة فى السياحة الريفية ، وتبين من النتائج عدم تعرض المبحوثين لأى منها فى هذا الخصوص، ويؤكد ذلك أن المتوسط المرجح العام لدرجة تعرض المبحوثين لهذه الأنشطة بلغ (صفر من الدرجة).

من النتائج السابقة يتضح عدم توفر أى من الأنشطة الإرشادية لتوعية المبحوثين نحو دمج البيئة فى السياحة الريفية، الأ أن الأمر قد يتطلب توسيع نطاق العمل الإرشادى الزراعى والبيئى ليشمل التوعية نحو دمج البيئة فى السياحة الريفية، بالإضافة الى الأعمال الكثيرة الموكلة للجهاز الإرشادى، وذلك بهدف مساعدة الريفيين على تحسين دخولهم وتحسين نوعية الحياة لهم ولمجتمعاتهم الريفية.

ومن العرض السابق إجمالا يتضح انخفاض تعرض المبحوثين لأنشطة الإرشاد البيئى عموما فيما يتعلق بحماية البيئة القروية، وعدم تعرضهم لأى نشاط فيما يختص بدمج البيئة فى السياحة الريفية، مما يتطلب العمل على زيادة تعرض المبحوثين وغيرهم من الريفيين لهذه الأنشطة مستقبلا.

٤- التعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للتوعية بحماية البيئة، ودمج البيئة فى السياحة الريفية: وقد أوضحت النتائج مايلى:

أ- فيما يختص بالتعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية لتوعية المبحوثين بحماية البيئة:

أظهرت النتائج جدول رقم(٤) أن هناك ست وسائل إعلامية مدروسة للتوعية بحماية البيئة، وقد بلغ المتوسط المرجح العام لتعرض المبحوثين لهذه الوسائل(١,١٢درجة)، وقد جاءت هذه الوسائل الإعلامية مرتبة تنازليا وفقا للمتوسط المرجح لرأى المبحوثين فى مستوى التعرض لها، على النحو التالى:

جاءت مشاهدة برامج التليفزيون فى المرتبة الأولى بمتوسط مرجح قدره(٢,١٨ درجة)، ويليها قراءة صفحات الجرائد بمتوسط مرجح قدره(١,٧درجة)، وجاء فى المرتبة الثالثة قراءة النشرات الإرشادية، بمتوسط مرجح قدره(١,١٣درجة)، وجاءت فى المرتبة الرابعة الاستماع لبرامج الراديو بمتوسط مرجح قدره(١,١٠درجة)، وجاءت فى المرتبة الخامسة تصفح ألنت بمتوسط مرجح قدره(٠,٤٥ من الدرجة)، وجاء فى المرتبة الأخيرة التعرض لبرامج القنوات الفضائية بمتوسط مرجح قدره(٠,١٥ من الدرجة).

وتشير النتائج السابقة الى أن تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجماهيرية الست المدروسة لتوعيتهم بحماية البيئة كان منخفضا، وذلك بمؤشر المتوسط المرجح العام البالغ(١,١٢درجة)، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك ثلاث منها كان تعرض المبحوثين لها أقل من هذا المتوسط، وهى: الاستماع لبرامج الراديو، وتصفح ألنت ، والتعرض لبرامج القنوات الفضائية،مما يتطلب اهتماما متزايدا بتعرض المبحوثين لهذه الوسائل بصفة خاصة، وباقى وسائل الإعلام الجماهيرية بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل بحماية البيئة.

ب- بالنسبة للتعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية لتوعية المبحوثين نحو دمج البيئة فى السياحة الريفية:

تبين من النتائج بذات الجدول وجود ست وسائل إعلامية مدروسة للتوعية نحو دمج البيئة فى السياحة الريفية ، وقد بلغ المتوسط المرجح العام لتعرض المبحوثين لهذه الوسائل (٠,٦٤ من الدرجة)، وقد جاءت هذه الوسائل الإعلامية مرتبة تنازليا وفقا للمتوسط المرجح لرأى المبحوثين فى مستوى التعرض لها، على النحو التالى:

جاءت مشاهدة برامج التليفزيون فى المرتبة الأولى بمتوسط مرجح قدره(١,٥٦ درجة)، ويليها قراءة صفحات الجرائد بمتوسط مرجح قدره(١,٠٨درجة)، وجاءت فى المرتبة الثالثة الاستماع لبرامج الراديو بمتوسط مرجح قدره(٠,٥٥ من الدرجة)، وجاءت فى المرتبة الرابعة التعرض لبرامج القنوات الفضائية بمتوسط مرجح قدره(٠,٣٥من الدرجة)، وجاءت فى المرتبة الخامسة تصفح ألنت بمتوسط مرجح قدره(٠,٢٨ من الدرجة)، وجاءت فى المرتبة الأخيرة قراءة النشرات الإرشادية بمتوسط مرجح قدره(صفر، من الدرجة).

ويتضح من النتائج السابقة أن تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجماهيرية الست المدروسة لتوعيتهم نحو دمج البيئة فى السياحة الريفية كان منخفضا جدا، وذلك بمؤشر المتوسط المرجح العام البالغ(٠,٦٤ من الدرجة)، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك أربع منها كان تعرض المبحوثين لها أقل من هذا المتوسط، وهى: الاستماع لبرامج الراديو ، والتعرض لبرامج القنوات الفضائية ، وتصفح ألنت، وقراءة النشرات الإرشادية، مما يتطلب اهتماما متزايدا بتعرض المبحوثين لهذه الوسائل بصفة خاصة، وباقى وسائل الإعلام الجماهيرية بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل نحو دمج البيئة فى السياحة الريفية.

جدول رقم(٣): عدد ونسبة المبحوثين أعضاء المجالس الشعبية المحلية وفقاً لدرجة التعرض لأنشطة الإرشاد البيئى كمصدر للتوعية بحماية البيئة، ودمج البيئة فى السياحة الريفية.

درجة التعرض / الأنشطة	حماية البيئة										دمج البيئة فى السياحة الريفية									
	دائماً		أحياناً		نادراً		لايتعرض		المتوسط	الرتبة	دائماً		أحياناً		نادراً		لايتعرض		المتوسط	الرتبة
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%			عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%		
-محاضرة إرشادية.	٦	١٠,٠٠	٢٧	٤٥,٠٠	٧	١١,٦٧	٢٠	٣٣,٣٣	١,٣٢	١	-	-	-	-	-	-	٦٠	١٠٠	صفر	
- لجتماع ارشادى .	٢	٣,٣٤	١٨	٣٠,٠٠	١١	١٨,٣٣	٢٩	٤٨,٣٣	٠,٨٨	٢	-	-	-	-	-	-	٦٠	١٠٠	صفر	
- حلقة نقاشية.	٣	٥,٠٠	١١	١٨,٣٣	٦	١٠,٠٠	٤٠	٦٦,٦٧	٠,٦٢	٣,٥	-	-	-	-	-	-	٦٠	١٠٠	صفر	
- ندوات.	٥	٨,٣٣	٦	١٠,٠٠	١٠	١٦,٦٧	٣٩	٦٥,٠٠	٠,٦٢	٣,٥	-	-	-	-	-	-	٦٠	١٠٠	صفر	
المتوسط									٠,٨٦										صفر	

جدول رقم(٤): عدد ونسبة المبحوثين أعضاء المجالس الشعبية المحلية وفقاً لدرجة التعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للتوعية بحماية البيئة، ودمج البيئة فى السياحة الريفية.

درجة التعرض / وسائل الإعلام	حماية البيئة										دمج البيئة فى السياحة الريفية									
	دائماً		أحياناً		نادراً		لايتعرض		المتوسط	الرتبه	دائماً		أحياناً		نادراً		لايتعرض		المتوسط	الرتبة
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%			عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%		
قراءة صفحات الجرايد.	١٠	١٦,٦٧	٢٧	٤٥,٠٠	١٨	٣٠,٠٠	٥	٨,٣٣	١,٧٠	٢	٢	٣,٣٤	٩	١٥,٠٠	٤١	٦٨,٣٣	٨	١٣,٣٣	١,٠٨	٢
قراءة النشرات الإرشادية.	٥	٨,٣٣	٢٠	٣٣,٣٣	١٣	٢١,٦٧	٢٢	٣٦,٦٧	١,١٣	٣	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٦٠	١٠٠,٠	٠,٠٠	٦
الاستماع لبرامج الراديو.	٥	٨,٣٤	١٤	٢٣,٣٣	٢٣	٣٨,٣٣	١٨	٣٠,٠٠	١,١٠	٤	٢	٣,٣٣	٣	٥,٠٠	٢١	٣٥,٠٠	٣٤	٥٦,٦٧	٠,٥٥	٣
مشاهدة برامج التليفزيون	١٧	٢٨,٣٣	٣٧	٦١,٦٧	٦	١٠,٠٠	٠	صفر	٢,١٨	١	٣	٥,٠٠	٢٣	٣٨,٣٣	٣١	٥١,٦٧	٣	٥,٠٠	١,٥٦	١
تصفح النت.	٢	٣,٣٣	٧	١١,٦٧	٧	١١,٦٧	٤٤	٧٣,٣٣	٠,٤٥	٥	٠	صفر	٤	٦,٦٧	٩	١٥,٠٠	٤٧	٧٨,٣٣	٠,٢٨	٥
التعرض لبرامج القنوات الفضائية.	٠	صفر	٣	٥,٠٠	٣	٥,٠٠	٥٤	٩٠,٠٠	٠,١٥	٦	٠	صفر	٥	٨,٣٤	١١	١٨,٣٣	٤٤	٧٣,٣٣	٠,٣٥	٤
المتوسط									١,١٢										٠,٦٤	

وتشير هذه النتائج إجمالا الى انخفاض تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجماهيرية فيما يتعلق بتوعيتهم بكل من حماية البيئة، ودمج البيئة فى السياحة الريفية، مما يتطلب العمل على زيادة تعرض المبحوثين وغيرهم من الريفيين لهذه الوسائل مستقبلا.

٥- درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بمحتوى البنود المدروسة عن السياحة الريفية:

شملت البنود الرئيسية المدروسة عن السياحة الريفية أربعة بنود هى: المفهوم، والأهمية، والمجالات ، والوسائل ، تضمنت٩١ بندا فرعيا شكلت محتوى البنود الرئيسية، تم سؤال المبحوثين عنها بهدف معرفة رأيهم فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بها، وبتوزيع المبحوثين وفقا لاستجاباتهم بهذا الخصوص أوضحت النتائج بالجدول رقم(٥)، أن النسبة المئوية للمتوسط الاجمالى العام لرأى المبحوثين فى درجة أداء هذه الوسائل لدورها فى التوعية بمحتوى هذه البنود قد بلغت(٣٤,٥١ %)، وقد جاءت هذه البنود الرئيسية مرتبة تنازليا وفقا للنسبة المئوية للمتوسط العام لرأى المبحوثين فى درجة أداء هذه الوسائل لدورها فى توعيتهم بمحتوى كل منها، على النحو التالى:

جاءت فى المرتبة الأولى التوعية بأهمية السياحة الريفية بنسبة قدرها(٣٦,٨٢%)، ويليها التوعية بمفهوم السياحة الريفية بنسبة قدرها (٣٦,١٧%)، ثم التوعية بوسائل تحقيق المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية بنسبة قدرها (٣٤,٠٤ %)، وجاءت فى المؤخرة التوعية بالمجالات المرتبطة بالسياحة الريفية بنسبة قدرها (٣٣,٦٩ %).

ومن النتائج السابقة يتضح أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بالبنود الرئيسية المدروسة كان منخفضا، وذلك بمؤشر المتوسط العام البالغ(٣٤,٥١ %)، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك بندين من إجمالى البنود المدروسة والبالغة أربع بنود، كان أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بهما أقل من هذا المتوسط ، وهذين البندين هما: وسائل تحقيق المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية ، والمجالات المرتبطة بالسياحة الريفية، مما يتطلب اهتماما متزايدا بتوعية المبحوثين بهذين البندين بصفة خاصة، وباقى البنود الرئيسية المدروسة بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل عن السياحة الريفية، وفيما يلى إيضاح لما توصلت إليه النتائج بهذا الخصوص:

١- التوعية بأهمية السياحة الريفية: جاءت التوعية بهذا البند فى مقدمة البنود الرئيسية المدروسة عن السياحة الريفية، وقد أظهرت النتائج بذات الجدول، أن هذا البند تضمن ١٥ بندا فرعيا ، وقد جاءت هذه البنود مرتبة تنازليا وفقا للنسبة المئوية لمتوسط رأى المبحوثين فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بكل منها، على النحو التالى:

جاءت فى المقدمة التوعية بتنمية الوعي بالسلوك البيئي السليم بنسبة قدرها (٤٤,٣٣ %) ، ويليها المساهمة فى حل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية بنسبة قدرها (٤٤,١٧%)، ثم تحسين العلاقة بين المدينة والقرى المحيطة بها بنسبة قدرها (٤٣,٥ %)، فالحفاظ على البيئة الريفية وتحسين جاذبيتها بنسبة قدرها (٣٨,٨٣ %)، ثم كل من تنشيط للزراعة وتحسين نوعية الحياة للريفيين، وتحسين الأمن الغذائى للريفيين بنسبة متساوية قدرها (٣٨,٥٠ %)، ثم قيام مشاريع صغيرة جديدة بنسبة قدرها (٣٧,٥٠ %)، فتوفر فرص عمل جديدة بنسبة قدرها (٣٥,٦٧%)، ويليها كل من بيان صورة القرية المصرية كمقصد سياحي متميز،وتمويل المشروعات التنموية بالقرية وذلك وبنسبة متساوية قدرها (٣٥,٠٠ %)، ثم تحسين المسكن الريفى وتزويده بكل أسباب الراحة بنسبة قدرها (٣٤,٣٣ %)، ويليها تنويع المنتج السياحى وتنشيط الحركة السياحية بنسبة قدرها (٣٣,٥٠ %)، ثم التنفيذ المتكامل للبرامج التنموية بنسبة قدرها(٣٣,٠٠%)، فدعم وتعزيز نموذجية المنتج الزراعى بنسبة قدرها (٣٢,٦٧ %)،.وجاءت فى المؤخرة حسن إدارة التراث الطبيعي بالقرية بنسبة قدرها (٢٧,٨٣ %).

ومن النتائج السابقة يتضح أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بالبنود الخاصة بأهمية السياحة الريفية كان منخفضا، وذلك بمؤشر المتوسط العام البالغ(٣٦,٨٢ %)، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك ثمانية بنود من إجمالى البنود الفرعية المدروسة والبالغة ١٥ بندا، كان أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بها أقل من هذا المتوسط ، وهذه البنود هى: توفر فرص عمل جديدة ، وبيان صورة القرية المصرية كمقصد سياحي متميز،وتمويل المشروعات التنموية بالقرية، وتحسين المسكن الريفى وتزويده بكل أسباب الراحة، وتنويع المنتج السياحى وتنشيط الحركة السياحية، والتنفيذ المتكامل للبرامج التنموية، ودعم وتعزيز نموذجية المنتج الزراعى ، وحسن إدارة التراث الطبيعي بالقرية ، مما يتطلب اهتماما متزايدا بتوعية المبحوثين بهذه البنود بصفة خاصة، وباقى البنود المدروسة بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل بأهمية السياحة الريفية.

٢- التوعية بمفهوم السياحة الريفية: جاءت التوعية بهذا البند فى المرتبة الثانية من بين البنود الرئيسة المدروسة عن السياحة الريفية ،وذلك بنسبة قدرها(٣٦,١٧ %)، مما يشير الى أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بمفهوم السياحة الريفية، كان منخفضا، ويتطلب الأمر اهتماما متزايدا لتحقيق توعية أفضل بهذا المفهوم.

٣- التوعية بوسائل تحقيق المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية: جاءت التوعية بهذا البند فى المرتبة الثالثة من بين البنود الرئيسية المدروسة عن السياحة الريفية ، وقد جاءت هذه الوسائل مرتبة تنازليا وفقا للنسبة المئوية للمتوسط العام لرأى المبحوثين فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بكل منها، على النحو التالى:

جاءت التوعية بوسائل تحقيق مجال المزار الزراعى فى الصدارة، بنسبة قدرها (٤١,٢٥%)،ويليها وسائل تحقيق مجال الممارسات الزراعية والبيئية والصحية السليمة، وذلك بنسبة قدرها(٣٨,٩٧%)، ثم وسائل تحقيق مجال التنمية العمرانية، بنسبة قدرها(٣٤,٢٧%)،فوسائل تحقيق مجال المزار المزرعى، بنسبة قدرها(٣٤,١٣%)،ويليها وسائل تحقيق مجال المزار القروى، بنسبة قدرها(٣١,٦٢%)، ثم وسائل تحقيق المجال التنظيمى، بنسبة قدرها(٣٠,٧٣%)، وجاءت فى المؤخرة التوعية بوسائل تحقيق المجال التشريعى والأمنى، بنسبة قدرها(٢٧,٠٦%).

ومن النتائج السابقة يتضح أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بوسائل تحقيق المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية كان منخفضا، وذلك بمؤشر المتوسط العام البالغ(٣٤,٠٤ %)، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك ثلاث وسائل من إجمالى وسائل تحقيق المجالات المدروسة والبالغة سبع مجالات، كان أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بها أقل من هذا المتوسط ، وهذه الوسائل هى: وسائل تحقيق مجال المزار القروى، ووسائل تحقيق المجال التنظيمى، ووسائل تحقيق المجال التشريعى والأمنى، مما يتطلب اهتماما متزايدا بتوعية المبحوثين بوسائل تحقيق هذه المجالات بصفة خاصة، وباقى وسائل تحقيق المجالات المدروسة بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل بوسائل تحقيق المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية، وفيما يلى إيضاح لما توصلت إليه النتائج بهذا الخصوص:

أ-التوعية بوسائل تحقيق مجال المزار الزراعى : جاءت التوعية بوسائل تحقيق هذا المجال فى المرتبة الأولى من بين الوسائل المدروسة لتحقيق المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية ، وقد أظهرت النتائج بذات الجدول، أن تحقيق هذا المجال تضمن ١٠ وسائل ، وقد جاءت هذه الوسائل مرتبة تنازليا وفقا للنسبة المئوية لمتوسط رأى المبحوثين فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بكل منها، على النحو التالى:

جاءت فى المقدمة التوعية بالعناية بالعزيق والتخلص من الحشائش والتسميد الأخضر واستخدام بدائل المبيدات وذلك بنسبة قدرها (٤٨,٨٣ %)، ويليها استخدام مستلزمات إنتاج خالية من الملوثات والمواد الضارة بنسبة قدرها (٤٤,٦٧%)، ثم الاهتمام إرشاديا بالمزارات الزراعية المتميزة بالقرية بنسبة قدرها(٤٣,٦٧ %)، فالتنبؤ المبكر بالأمراض النباتية والوبائية ومسبباتها ومكافحتها فى الوقت المناسب بنسبة قدرها(٤٣,٥٠%)، ويليها عدم الرى بمياه الصرف الصحى الغير كامل المعالجة بنسبة قدرها (٤٣,١٧%)، ثم إنتاج حاصلات زراعية غير تقليدية تحقق أفضل عائد مع الحفاظ على خصوبة التربة بنسبة قدرها(٤٢,٨٣ %)، فإتباع تقنيات تقلل من عمليات تجريف وتصحر وتمليح التربة الى الحد الأدنى بنسبة قدرها(٤٢,٠٠ %)، ويليها خفض التلوث بالمجاري المائية ونهر النيل كمصدر للرى بنسبة قدرها (٣٧,٦٧ %)، ثم الاهتمام بتربية الأحياء المائية وصيد الأسماك في المياه الداخلية بنسبة قدرها(٣٣,٦٧%)، وجاءت فى المؤخرة حصر وتعريف الزائرين بالمزارات الزراعية المتميزة كعناصر جذب سياحى بالقرية بنسبة قدرها(٣٢,٥٠ %).

ومن النتائج السابقة يتضح أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بالوسائل العشر المدروسة لتحقيق مجال المزار الزراعى كان منخفضا، وذلك بمؤشر المتوسط العام البالغ(٤١,٢٥%)، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك ثلاث منها كان أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بها أقل من هذا المتوسط، وهذه الوسائل هى: خفض التلوث بالمجاري المائية ونهر النيل كمصدر للرى، والاهتمام بتربية الأحياء المائية وصيد الأسماك في المياه الداخلية ، وحصر وتعريف الزائرين بالمزارات الزراعية المتميزة كعناصر جذب سياحى بالقرية، مما يتطلب اهتماما متزايدا بتوعية المبحوثين بهذه الوسائل بصفة خاصة، وباقى الوسائل المدروسة بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل بوسائل تحقيق مجال المزار الزراعى.

ب- التوعية بوسائل تحقيق مجال الممارسات الزراعية والبيئية والصحية السليمة: جاءت التوعية بوسائل تحقيق هذا المجال فى المرتبة الثانية من بين الوسائل المدروسة لتحقيق المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية، وقد أظهرت النتائج بذات الجدول، أن تحقيق هذا المجال تضمن ١٠ وسائل ، وقد جاءت هذه الوسائل مرتبة تنازليا وفقا للنسبة المئوية لمتوسط رأى المبحوثين فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بكل منها، على النحو التالى:

جاءت فى الصدارة إدارة الأراضي الزراعية بما يكفل سلامة البيئة ومنتجها الزراعى بنسبة قدرها (٤٦,١٧%)، ويليها الحفاظ على بيئة القرية وتجميلها بنسبة قدرها(٤٤,٨٣%)،ثم عدم إلقاء القمامة والمخلفات بمزارع وشوارع القرية بنسبة قدرها (٤١,٨٣%)، فمشاركة الافراد والمؤسسات فى نظافة القرية بنسبة قدرها(٤٠,٥٠%)، ويليها إعادة تدوير واستخدام المخلفات الزراعية واستخدام المدفن الصحى المناسب لمخلفات القرية بنسبة قدرها(٤٠,٣٣%)، ثم مقاومة الإصابات المرضية والحشرية بالقرية بنسبة قدرها(٣٩,٨٣%)، فتشجيع تردد الريفيين على الوحدة الصحية لتلقى العلاج بنسبة قدرها(٣٨,٠٠%)، ويليها الحد من انتشار الباعة الجائلين بنسبة قدرها(٣٣,١٧%)، ثم كفاية عدد المستشفيات بالقرية بنسبة قدرها(٣٢,٨٣%)، وجاءت فى المؤخرة مشاركة الريفيين فى إدارة الخدمات السياحية بالقرية بنسبة قدرها(٣٢,١٧%).

ويتضح من النتائج السابقة أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بالوسائل العشر المدروسة لتحقيق هذا المجال كان منخفضا، وذلك بمؤشر المتوسط العام البالغ(٣٨,٩٧%) ، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك أربع منها كان أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بها أقل من هذا المتوسط ، وهذه الوسائل هى: تشجيع تردد الريفيين على الوحدة الصحية لتلقى العلاج ، والحدمن انتشار الباعة الجائلين ، وكفاية عدد المستشفيات بالقرية ، ومشاركة الريفيين فى إدارة الخدمات السياحية بالقرية، مما يتطلب اهتماما متزايدا بتوعية المبحوثين بهذه الوسائل بصفة خاصة، وباقى الوسائل المدروسة بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل بوسائل تحقيق مجال الممارسات الزراعية والبيئية والصحية السليمة.

ج- التوعية بوسائل تحقيق مجال التنمية العمرانية: جاءت التوعية بها فى المرتبة الثالثة من بين الوسائل المدروسة لتحقيق المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية، وقد أظهرت النتائج بذات الجدول، أن تحقيق هذا المجال تضمن ١٠ وسائل ، وقد جاءت هذه الوسائل مرتبة تنازليا وفقا للنسبة المئوية لمتوسط رأى المبحوثين فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بكل منها، على النحو التالى:

جاءت فى المرتبة الأولى استخدام الطوب المناسب فى بناء منازل القرية بنسبة قدرها (٥٢,٣٣%)، ويليها تمهيد طرق وشوارع القرية والطرق الموصلة اليها بنسبة قدرها(٤١,١٧%)، ثم عدم إلقاء مخلفات الصرف الصحى فى شوارع القرية بنسبة قدرها(٣٦,٠٠%)، فالحد من انتشار البرك والمستنقعات بشوارع القرية بنسبة قدرها(٣٣,٣٣%)، ويليها توصيل خدمة الصرف الصحى للمنازل بنسبة قدرها(٣٢,٨٣%)، ثم توفر خدمات البنية التحتية بالقرية بنسبة قدرها(٣٢,٦٧%)، فتأهيل الأسواق ومحال البيع بالقرية بنسبة قدرها(٣٠,٥٠%)، ويليها توفير مواقع واضحة للحرفيين ومحال لبيع منتجاتهم بنسبة قدرها(٢٩,١٧%)، ثم إقامة المنشآت لإيواء الزائرين تناسب عادات الريفيين ورغبات السائح بنسبة قدرها(٢٨,٣٣%)، وجاءت فى المؤخرة تبنى مشروع القرية الريفية التراثية كوعاء لإقامة الفعاليات الثقافية والتراثية بنسبة قدرها(٢٦,٣٣%).

وتشير النتائج السابقة الى أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بالوسائل العشر المدروسة لتحقيق هذا المجال كان منخفضا، وذلك بمؤشر المتوسط العام البالغ(٣٤,٢٧%)، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك سبع منها كان أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بها أقل من هذا المتوسط ، وهذه الوسائل هى: الحد من انتشار البرك والمستنقعات بشوارع القرية ، وتوصيل خدمة الصرف الصحى للمنازل ، وتوفر خدمات البنية التحتية بالقرية ، وتأهيل الأسواق ومحال البيع بالقرية ، وتوفير مواقع واضحة للحرفيين ومحال لبيع منتجاتهم ، وإقامة المنشآت لإيواء الزائرين تناسب عادات الريفيين ورغبات السائح ، وتبنى مشروع القرية الريفية التراثية كوعاء لإقامة الفعاليات الثقافية والتراثية، مما يتطلب اهتماما متزايدا بتوعية المبحوثين بهذه الوسائل بصفة خاصة، وباقى الوسائل المدروسة بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل بوسائل تحقيق مجال التنمية العمرانية.

د- التوعية بوسائل تحقيق مجال المزار المزرعى: جاءت التوعية بها فى المرتبة الرابعة من بين الوسائل المدروسة لتحقيق المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية، وقد أوضحت النتائج بذات الجدول، أن تحقيق هذا المجال تضمن ١٠ وسائل ، وقد جاءت هذه الوسائل مرتبة تنازليا وفقا للنسبة المئوية لمتوسط رأى المبحوثين فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بكل منها، على النحو التالى:

جاءت فى الصدارة تشجير وأناره ورصف الطرق المؤدية الى المزارات المزرعية بالقرية بنسبة قدرها (٤٣,٣٣%)، ويليها تخصيص مزارات مزرعية لعرض وتسويق الزراعات غير التقليدية وصناعاتها الغذائية بنسبة قدرها (٤٢,٥٠%)، ثم معالجة المخلفات المزرعية بالطرق المناسبة بنسبة قدرها (٤١,٣٣%)، فتخصيص مزارات مزرعية استرشادية للإنتاج النباتى والحيوانى غير التقليدى بنسبة قدرها (٤١,٠٠%)، ثم المحافظة على نظافة المزارات المزرعية بالقرية بنسبة قدرها (٣٨,٣٣%)، ويليها توفير وسائل التنقل داخل المزارات المزرعية كالخيل والحمير وغيرها بنسبة قدرها (٣٤,٥٠%)، فالتحليل الدورى للتربة وتأكيد جودتها بنسبة قدرها (٣٢,٦٧%)، ثم تخصيص مزارات مزرعية لإقامة الزائرين تسمح بالتجوال وتقديم المأكولات الطبيعية بها بنسبة قدرها (٢٩,١٧%)، ويليها إدراج المزارات المزرعية بشبكة الانترنت بنسبة قدرها (٢٠,١٧%)، وجاءت فى المؤخرة تضمين المزارات المزرعية ببرامج وكالات السياحة والسفر بنسبة قدرها (١٨,٣٣%).

ويتضح من النتائج السابقة أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بالوسائل العشر المدروسة لتحقيق هذا المجال كان منخفضا، وذلك بمؤشر المتوسط العام البالغ(٣٤,١٣%)، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك أربع منها كان أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بها أقل من هذا المتوسط ، وهذه الوسائل هى: التحليل الدورى للتربة وتأكيد جودتها ، وتخصيص مزارات مزرعية لإقامة الزائرين تسمح بالتجوال وتقديم المأكولات الطبيعية بها ، وإدراج المزارات المزرعية بشبكة الانترنت ، وتضمين المزارات المزرعية ببرامج وكالات السياحة والسفر، مما يتطلب اهتماما متزايدا بتوعية المبحوثين بهذه الوسائل بصفة خاصة، وباقى الوسائل المدروسة بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل بوسائل تحقيق مجال المزار المزرعى.

هـ - التوعية بوسائل تحقيق مجال المزار القروى: جاءت التوعية بها فى المرتبة الخامسة من بين الوسائل المدروسة لتحقيق المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية، وقد تبين من النتائج بذات الجدول، أن تحقيق هذا المجال تضمن ١٠ وسائل ، وقد جاءت هذه الوسائل مرتبة تنازليا وفقا للنسبة المئوية لمتوسط رأى المبحوثين فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بكل منها، على النحو التالى:

جاءت فى المقدمة تشجير وإنارة ورصف الطرق والشوارع المؤدية الى القرية بنسبة قدرها(٤٧,٦٧%)، ويليها تأكيد صلاحية مياه الشرب وترشيد استخدامها بنسبة قدرها(٤٣,٣٣%)، ثم الصيانة الدورية لشبكات مياه الشرب والصرف الصحى بنسبة قدرها(٤١,٠٠%)، فالعناية بإنتاج وتسويق الحرف التقليدية بنسبة قدرها (٣٢,٠٠%)، ويليها تأهيل المبانى المناسبة بالقرية وتحويلها إلى مواقع إيواء سياحية بنسبة قدرها(٢٧,١٧%)، فتشجيع الضيافة بقصور وبيوت القرية المعترف بجمالها المعمارى بنسبة قدرها(٢٧,٠٠%)، ويليها كل من ترميم وتطوير المبانى التراثية بالقرية وتنميتها ثقافيا واقتصاديا وعمرانيا، وإقامة الاستراحات والمنتجعات الريفية بالقرى المطلة على النيل وذلك بنسبة متساوية قدرها (٢٦,١٧%)، ثم التكامل السياحى الريفى بأنماط سياحية أخرى داخل القرية بنسبة قدرها(٢٣,١٧%)،وجاءت فى المؤخرة إقامة المهرجانات التسويقية والفلكلورية بالقرية سنويا وتحفيز المشاركة فيها بنسبة قدرها(٢٢,٥٠%).

ومن النتائج السابقة يتضح أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بالوسائل العشر المدروسة لتحقيق هذا المجال كان منخفضا، وذلك بمؤشر المتوسط العام البالغ(٣١,٦٢%)، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك ست منها كان أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بها أقل من هذا المتوسط ، وهذه الوسائل هى: تأهيل المبانى المناسبة بالقرية وتحويلها إلى مواقع إيواء سياحية ، وتشجيع الضيافة بقصور وبيوت القرية المعترف بجمالها المعمارى ، وترميم وتطوير المبانى التراثية بالقرية وتنميتها ثقافيا واقتصاديا وعمرانيا، وإقامة الاستراحات والمنتجعات الريفية بالقرى المطلة على النيل ، والتكامل السياحى الريفى بأنماط سياحية أخرى داخل القرية ، وإقامة المهرجانات التسويقية والفلكلورية بالقرية سنويا وتحفيز المشاركة فيها، مما يتطلب اهتماما متزايدا بتوعية المبحوثين بهذه الوسائل بصفة خاصة، وباقى الوسائل المدروسة بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل بوسائل تحقيق مجال المزار القروى.

و- التوعية بوسائل تحقيق المجال التنظيمي: جاءت التوعية بها فى المرتبة السادسة من بين الوسائل المدروسة لتحقيق المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية ، وقد أوضحت النتائج بذات الجدول، أن تحقيق هذا المجال تضمن ١٠ وسائل ، وقد جاءت هذه الوسائل مرتبة تنازليا وفقا للنسبة المئوية لمتوسط رأى المبحوثين فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بكل منها، على النحو التالى:

جاءت فى الصدارة الاهتمام بالمقومات الزراعية والمزرعية والحرفية إرشاديا بنسبة قدرها(٤١,٣٣%)، ويليها تقديم التسهيلات لإنتاج وتسويق الحاصلات الزراعية غير التقليدية بنسبة

قدرها(٤٠,١٧%)،ثم تحسين قدرة الريفيين على تسويق المنتج السياحى الريفى بنسبة قدرها(٣٧,٣٣%)، فتنسيق الجهود بين الجهات المعنية بالسياحة الريفية بنسبة قدرها(٣١,٣٣%)، ويليها الترويج للزراعات غير التقليدية بالقرية بنسبة قدرها(٣٠,٠٠%)، ثم دمج المشروعات الزراعية والمزرعية والحرفية فى برنامج سياحى واحد بنسبة قدرها(٢٨,٦٧%)، فتخصيص جزءاً من إيرادات السياحة الريفية لتمويل مشاريع التنمية بالقرية بنسبة قدرها(٢٨,٠٠%)، ويليها تشجيع المهرجانات القروية بنسبة قدرها (٢٤,٨٣%)، ثم دعوة وكلاء السفر والسياحة للمشاركة فى مهرجانات القرية والإعلان عنها سياحيا بنسبة قدرها(٢٤,٠٠%)، وجاءت فى المؤخرة التفتيش الدورى على المقومات السياحية بالريف بنسبة قدرها(٢١,٦٧%).

ويتضح من النتائج السابقة أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بالوسائل العشر المدروسة لتحقيق هذا المجال كان منخفضا، وذلك بمؤشر المتوسط العام البالغ(٣٠,٧٣%)، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك ست منها كان أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بها أقل من هذا المتوسط ، وهذه الوسائل هى: الترويج للزراعات غير التقليدية بالقرية ، ودمج المشروعات الزراعية والمزرعية والحرفية فى برنامج سياحى واحد ، وتخصيص جزءاً من إيرادات السياحة الريفية لتمويل مشاريع التنمية بالقرية ، وتشجيع المهرجانات القروية ، ودعوة وكلاء السفر والسياحة للمشاركة فى مهرجانات القرية والإعلان عنها سياحيا ، والتفتيش الدورى على المقومات السياحية بالريف، مما يتطلب اهتماما متزايدا بتوعية المبحوثين بهذه الوسائل بصفة خاصة، وباقى الوسائل المدروسة بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل بوسائل تحقيق المجال التنظيمي.

ز- التوعية بوسائل تحقيق المجال التشريعى والأمنى: جاءت التوعية بوسائل تحقيق هذا المجال فى المرتبة السابعة والأخيرة من بين الوسائل المدروسة لتحقيق المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية ، وقد أظهرت النتائج بذات الجدول، أن تحقيق هذا المجال تضمن ٨ وسائل ، وقد جاءت هذه الوسائل مرتبة تنازليا وفقا للنسبة المئوية لمتوسط رأى المبحوثين فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بكل منها، على النحو التالى:

جاءت فى المرتبة الأولى سن القوانين لجعل السياحة الريفية جزء من فلسفة المشروع الزراعى بالقرية بنسبة قدرها(٣٣,٣٣%)، ويليها إصدار التشريعات الملزمة للأفراد والمنظمات فى الحفاظ على البيئة الريفية ومنع تدهورها بنسبة قدرها(٣٠,١٧%)، ثم سن التشريعات لحماية المزارات الريفية وزوارها بنسبة قدرها(٢٦,٥٠%)، ويليها وضع الأطر القانونية لمنع التعرض ومضايقة الزائرين بالقرية بنسبة قدرها(٢٦,١٧%)، ثم كل من وضع الأطر القانونية والفنية للإدارات المعنية بالسياحة الريفية بالقرية ، وتنظيم مسئوليات الإدارات المعنية بالسياحة الريفية بالقرية بنسبة متساوية قدرها(٢٥,٣٣%) ، فتسهيل إجراءات الترخيص للمنشآت السياحية بالقرية بنسبة قدرها(٢٥,٠٠%)، وجاءت فى المؤخرة وضع اللوائح لقيام الإدارات المعنية بدورها الإرشادى والرقابى على المزارات الريفية بنسبة قدرها(٢٤,٦٧%).

وتشير النتائج السابقة الى أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بالوسائل الثمان المدروسة لتحقيق هذا المجال كان منخفضا، وذلك بمؤشر المتوسط العام البالغ(٢٧,٠٦%)، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك ست منها كان أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بها أقل من هذا المتوسط ، وهذه الوسائل هى: سن التشريعات لحماية المزارات الريفية وزوارها ، ووضع الأطر القانونية لمنع التعرض ومضايقة الزائرين بالقرية ، ووضع الأطر القانونية والفنية للإدارات المعنية بالسياحة الريفية بالقرية ، وتنظيم مسئوليات الإدارات المعنية بالسياحة الريفية بالقرية ، وتسهيل إجراءات الترخيص للمنشآت السياحية بالقرية ، ووضع اللوائح لقيام الإدارات المعنية بدورها الإرشادى والرقابى على المزارات الريفية، مما يتطلب اهتماما متزايدا بتوعية المبحوثين بهذه الوسائل بصفة خاصة، وباقى الوسائل المدروسة بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل بوسائل تحقيق المجال التشريعى والأمنى.

٤- التوعية بالمجالات المرتبطة بالسياحة الريفية: جاءت التوعية بهذا البند فى المرتبة الرابعة من بين البنود الرئيسية المدروسة عن السياحة الريفية ، وقد أوضحت النتائج بذات الجدول، أن هذا البند تضمن ٧ مجالات مرتبطة بالسياحة الريفية ،وقد جاءت هذه المجالات مرتبة تنازليا وفقا للنسبة المئوية لمتوسط رأى المبحوثين فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بكل منها، على النحو التالى:

جدول رقم(٥): عدد ونسبة المبحوثين أعضاء المجالس الشعبية المحلية وفقاً لرأيهم فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بمحتوى البنود المدروسة عـن السياحة لريفية.

درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى التوعية	أداء عالى جدا		أداء عالى		أداء متوسط		أداء منخفض		أداء منخفض جدا		لا تؤدى		% لمتوسط درجة	
محتوى بنود السياحة لريفية	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	الأداء	الاحتياج
أولا: مفهوم السياحة الريفية	٠	٠	٣	٥,٠٠	١٧	٢٨,٣٣	٢٥	٤١,٦٧	١٥	٢٥,٠٠	٠	٠	٣٦,١٧	٦٣,٨٣
المتوسط	٠	٠	٣	٥,٠٠	١٧	٢٨,٣٣	٢٥	٤١,٦٧	١٥	٢٥,٠٠	٠	٠		
ثانيا: أهمية السياحة الريفية:														
١- دعم وتعزيز نموذجية المنتج الزراعى.	٠	٠	٢	٣,٣٣	١٥	٢٥,٠٠	٢٠	٣٣,٣٣	٢٢	٣٦,٦٧	١	١,٦٧	٣٢,٦٧	٦٧,٣٣
٢- حسن إدارة التراث الطبيعى بالقرية .	٠	٠	٢	٣,٣٣	٩	١٥,٠٠	٢٤	٤٠,٠٠	١٦	٢٦,٦٧	٩	١٥,٠٠	٢٧,٨٣	٧٢,١٧
٣- تنشيط الزراعة وتحسين نوعية الحياة للريفيين	١	١,٦٧	٣	٥,٠٠	١٨	٣٠,٠٠	٢٢	٣٦,٦٧	١٤	٢٣,٣٣	٢	٣,٣٣	٣٨,٥٠	٦١,٥٠
٤- الحفاظ على البيئة الريفية وتحسين جاذبيتها.	١	١,٦٧	٣	٥,٠٠	١٧	٢٨,٣٣	٢٧	٤٥,٠٠	١١	١٨,٣٣	١	١,٦٧	٣٨,٨٣	٦١,١٧
٥- بيان صورة القرية المصرية كمقصد سياحى متميز.	٢	٣,٣٣	١	١,٦٧	١٤	٢٣,٣٤	٢٦	٤٣,٣٣	١٢	٢٠,٠٠	٥	٨,٣٣	٣٥,٠٠	٦٥,٠٠
٦- تنويع المنتج السياحى وتنشيط الحركة السياحية.	٢	٣,٣٣	٢	٣,٣٣	١٢	٢٠,٠٠	٢٢	٣٦,٦٧	١٦	٢٦,٦٧	٦	١٠,٠٠	٣٣,٥٠	٦٦,٥٠
٧- تنمية الوعى بالسلوك البيئى السليم.	١	١,٦٧	١٠	١٦,٦٧	٢٢	٣٦,٦٧	١٤	٢٣,٣٣	٩	١٥,٠٠	٤	٦,٦٦	٤٤,٣٣	٥٥,٦٧
٨- تحسين العلاقة بين المدينة والقرى المحيطة بها.	١	١,٦٧	٩	١٥,٠٠	١٨	٣٠,٠٠	٢١	٣٥,٠٠	٩	١٥,٠٠	٢	٣,٣٣	٤٣,٥٠	٥٦,٥٠
٩- المساهمة فى حـل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية.	٢	٣,٣٣	٦	١٠,٠٠	٢٣	٣٨,٣٤	٢٠	٣٣,٣٣	٦	١٠,٠٠	٣	٥,٠٠	٤٤,١٧	٥٥,٨٣
١٠- قيام مشاريع صغيرة جديدة.	٠	٠	٦	١٠,٠٠	١٩	٣١,٦٧	١٨	٣٠,٠٠	٩	١٥,٠٠	٨	١٣,٣٣	٣٧,٥٠	٦٢,٥٠
١١- توفر فرص عمل جديدة.	١	١,٦٧	٦	١٠,٠٠	١٨	٣٠,٠٠	١٤	٢٣,٣٣	١٢	٢٠,٠٠	٩	١٥,٠٠	٣٥,٦٧	٦٤,٣٣
١٢- تحسين المسكن الريفى وتزويده بكل أسباب الراحة.	١	١,٦٦	٧	١١,٦٧	٨	١٣,٣٣	٢١	٣٥,٠٠	١٩	٣١,٦٧	٤	٦,٦٧	٣٤,٣٣	٦٥,٦٧
١٣- تحسين الأمن الغذائى للريفيين.	١	١,٦٦	٧	١١,٦٧	١٣	٢١,٦٧	٢٥	٤١,٦٧	٨	١٣,٣٣	٦	١٠,٠٠	٣٨,٥٠	٦١,٥٠
١٤- تمويل المشروعات التنموية بالقرية.	٢	٣,٣٣	٧	١١,٦٧	٨	١٣,٣٣	٢٢	٣٦,٦٧	١٥	٢٥,٠٠	٦	١٠,٠٠	٣٥,٠٠	٦٥,٠٠
١٥- التنفيذالمتكامل للبرامج التنموية.	١	١,٦٦	٤	٦,٦٧	١٢	٢٠,٠٠	١٨	٣٠,٠٠	١٩	٣١,٦٧	٦	١٠,٠٠	٣٣,٠٠	٦٧,٠٠
المتوسط		١,٧٨		٨,٣٣		٢٥,١١		٣٤,٨٩		٢١,٨٩		٨,٠٠	٣٦,٨٢	٦٣,١٨
ثالثا: المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية:	٠	٠	٥	٨,٣٣	١٦	٢٦,٦٧	٢٥	٤١,٦٧	١٢	٢٠,٠٠	٢	٣,٣٣	٣٨,١٧	٦١,٨٣
١- مجال المزار الزراعى.														
٢- مجال المزار المزرعى.	٠	٠	٣	٥,٠٠	١٢	٢٠,٠٠	٢٤	٤٠,٠٠	١٨	٣٠,٠٠	٣	٥,٠٠	٣٤,٠٠	٦٦,٠٠
٣- مجال المزار القروى .	٠	٠	٦	١٠,٠٠	٢٨	٤٦,٦٧	١٧	٢٨,٣٣	٧	١١,٦٧	٢	٣,٣٣	٤٢,٨٣	٥٧,١٧
٤- مجال الممارسات الزراعية والبيئية والصحية السليمة.	٠	٠	٥	٨,٣٣	٢٠	٣٣,٣٣	٢٣	٣٨,٣٤	١٠	١٦,٦٧	٢	٣,٣٣	٤١,٠٠	٥٩,٠٠
٥- مجال التنمية العمرانية.	٠	٠	٢	٣,٣٣	١٠	١٦,٦٧	٢٠	٣٣,٣٣	٢٦	٤٣,٣٤	٢	٣,٣٣	٢٩,٨٣	٧٠,١٧
٦- المجال التنظيمى .	٠	٠	١	١,٦٧	٧	١١,٦٧	١٥	٢٥,٠٠	٣٥	٥٨,٣٣	٢	٣,٣٣	٢٥,١٧	٧٤,٨٣
٧- المجال التشريعى والأمنى.	٠	٠	٤	٦,٦٧	٧	١١,٦٧	٥	٨,٣٣	٤٤	٧٣,٣٣	٠	٠	٢٤,٨٣	٧٥,١٧

درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى التوعية	أداء عالى جدا		أداء عالى		أداء متوسط		أداء منخفض		أداء منخفض جدا		لا تؤدى		% لمتوسط درجة	
محتوى بنود السياحة لريفية	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	الأداء	الاحتياج
المتوسط		صفر		٦,١٦		٢٣,٦١		٣٠,٧١		٣٦,١٩		٣,٣٣	٣٣,٦٩	٦٦,٣١
رابعا: وسائل تحقيق المجالات المرتبطة بالسياحة الريفية:	٠	٠	١	١,٦٧	٢٢	٣٦,٦٦	١٠	١٦,٦٧	٢٢	٣٦,٦٧	٥	٨,٣٣	٣٢,٥٠	٦٧,٥٠
أ- وسائل تحقيق المزار الزراعى:														
١- حصر وتعريف الزائرين بالمزارات الزراعية المتميزة كعناصر جذب سياحى بالقرية.	٠	٠	٣	٥,٠٠	٢٨	٤٦,٦٧	٢٠	٣٣,٣٣	٦	١٠,٠٠	٣	٥,٠٠	٤٣,٦٧	٥٦,٣٣
٢- الاهتمام إرشاديا بالمزارات الزراعية المتميزة بالقرية.	٠	٠	٢	٣,٣٣	١٤	٢٣,٣٤	٢٨	٤٦,٦٧	١١	١٨,٣٣	٥	٨,٣٣	٣٣,٦٧	٦٦,٣٣
٣- الاهتمام بتربية الأحياء المائية وصيد الأسماك فى المياه الداخلية.	٠	٠	٣	٥,٠٠	٣٢	٥٣,٣٤	١٤	٢٣,٣٣	٩	١٥,٠٠	٢	٣,٣٣	٤٢,٨٣	٥٧,١٧
٤- إنتاج حاصلات زراعية غير تقليدية تحقق أفضل عائد مع الحفاظ على خصوبة التربة .	١	١,٦٧	٦	١٠,٠٠	٢٨	٤٦,٦٧	١٧	٢٨,٣٣	٦	١٠,٠٠	٢	٣,٣٣	٤٤,٦٧	٥٥,٣٣
٥- استخدام مستلزمات إنتاج خالية من الملوثات والمواد الضارة.	٠	٠	٥	٨,٣٣	٢١	٣٥,٠٠	٢٥	٤١,٦٧	٧	١١,٦٧	٢	٣,٣٣	٤٢,٠٠	٥٨,٠٠
٦- إتباع تقنيات تقلل من عمليات تجريف وتصحر وتمليح التربة الى الحد الأدنى.	٠	٠	١٠	١٦,٦٧	١٩	٣١,٦٧	١٩	٣١,٦٧	٨	١٣,٣٣	٤	٦,٦٦	٤٣,١٧	٥٦,٨٣
٧- عدم الرى بمياه الصرف الصحى الغير كامل المعالجة.	٠	٠	١٢	٢٠,٠٠	٢٦	٤٣,٣٣	١٥	٢٥,٠٠	٦	١٠,٠٠	١	١,٦٧	٤٨,٨٣	٥١,١٧
٨- العناية بالعزيق والتخلص من الحشائش والتسميد الأخضر و استخدام بدائل المبيدات.	١	١,٦٧	٧	١١,٦٧	١٧	٢٨,٣٣	٢٤	٤٠,٠٠	٩	١٥,٠٠	٢	٣,٣٣	٤٣,٥٠	٥٦,٥٠
٩- التنبؤ المبكر بالأمراض النباتية والوبائية ومسبباتها ومكافحتها فى الوقت المناسب.	٠	٠	٤	٦,٦٧	٢١	٣٥,٠٠	١٧	٢٨,٣٣	١٤	٢٣,٣٣	٤	٦,٦٧	٣٧,٦٧	٦٢,٣٣
١٠- خفض التلوث بالمجارى المائية ونهر النيل كمصدر للرى .	٠	٠		٨,٨٣		٣٨,٠١		٣١,٥٠		١٦,٣٣		٥,٠٠	٤١,٢٥	٥٨,٧٥
المتوسط		٠,٣٣												
ب- وسائل تحقيق المزار المزرعى:	١	١,٦٧	٧	١١,٦٧	٢٥	٤١,٦٦	١٥	٢٥,٠٠	٩	١٥,٠٠	٣	٥,٠٠	٤٣,٣٣	٥٦,٦٧
١- تشجير وإنارة ورصف الطرق المؤدية الى المزارات المزرعية بالقرية .														
٢- تخصيص مزارات مزرعية استرشادية للإنتاج النباتى والحيوانى غير التقليدى.	٠	٠	٥	٨,٣٣	٢١	٣٥,٠٠	٢٢	٣٦,٦٧	١٠	١٦,٦٧	٢	٣,٣٣	٤١,٠٠	٥٩,٠٠
٣- تخصيص مزارات مزرعية لإقامة الزائرين تسمح بالتجوال وتقديم المأكولات الطبيعية بها.	٠	٠	١	١,٦٧	١٠	١٦,٦٧	٢٤	٤٠,٠٠	٢٣	٣٨,٣٣	٢	٣,٣٣	٢٩,١٧	٧٠,٨٣
٤- تخصيص مزارات مزرعية لعرض وتسويق الزراعات غير التقليدية، وصناعاتها الغذائية.	٠	٠	٤	٦,٦٧	٢٦	٤٣,٣٣	١٩	٣١,٦٧	٩	١٥,٠٠	٢	٣,٣٣	٤٢,٥٠	٥٧,٥٠
٥- توفير وسائل التنقل داخل المزارات المزرعية كالخيل والحمير وغيرها.	١	١,٦٧	٦	١٠,٠٠	٧	١١,٦٧	٢١	٣٥,٠٠	٢٣	٣٨,٣٣	٢	٣,٣٣	٣٤,٥٠	٦٥,٥٠
٦- معالجة المخلفات المزرعية بالطرق المناسبة.	٠	٠	٣	٥,٠٠	٢٩	٤٨,٣٣	١٨	٣٠,٠٠	٧	١١,٦٧	٣	٥,٠٠	٤١,٣٣	٥٨,٦٧
٧- المحافظة على نظافة المزارات المزرعية بالقرية .	٠	٠	٤	٦,٦٧	٢٢	٣٦,٦٧	١٧	٢٨,٣٣	١٣	٢١,٦٧	٤	٦,٦٦	٣٨,٣٣	٦١,٦٧
٨- إدراج المزارات المزرعية بشبكة الانترنت.	١	١,٦٧	١	١,٦٧	٧	١١,٦٧	١١	١٨,٣٣	٢١	٣٥,٠٠	١٩	٣١,٦٦	٢٠,١٧	٧٩,٨٣
٩- تضمين المزارات المزرعية ببرامج وكالات السياحة والسفر.	٠	٠	١	١,٦٧	٨	١٣,٣٣	١٠	١٦,٦٧	٢٣	٣٨,٣٣	١٨	٣٠,٠٠	١٨,٣٣	٨١,٦٧
١٠- التحليل الدورى للتربة وتأكيد جودتها.	٠	٠	٢	٣,٣٣	٢١	٣٥,٠٠	١٥	٢٥,٠٠	١٣	٢١,٦٧	٩	١٥,٠٠	٣٢,٦٧	٦٧,٣٣
المتوسط		٠,٥٠		٥,٦٧		٢٩,٣٣		٢٨,٦٧		٢٥,١٧		١٠,٦٦	٣٤,١٣	٦٥,٨٧
ج- وسائل تحقيق المزار القروى:	١	١,٦٧	٨	١٣,٣٣	٢٥	٤١,٦٧	١٥	٢٥,٠٠	١٠	١٦,٦٦	١	١,٦٧	٤٧,٦٧	٥٢,٣٣
١- تشجير وإنارة ورصف الطرق والشوارع المؤدية الى القرية.														
٢- تأكيد صلاحية مياه الشرب وترشيد استخدامها.	٠	٠	١٠	١٦,٦٧	٢١	٣٥,٠٠	١٩	٣١,٦٧	٦	١٠,٠٠	٤	٦,٦٦	٤٣,٣٣	٥٦,٦٧

درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى التوعية	أداء عالى جدا		أداء عالى		أداء متوسط		أداء منخفض		أداء منخفض جدا		لا تؤدى		% لمتوسط درجة	
محتوى بنود السياحة لريفية	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	الأداء	الاحتياج
٣- الصيانة الدورية لشبكات مياه الشرب والصرف الصحى.	٠	٠	٨	١٣,٣٣	١٧	٢٨,٣٣	٢٢	٣٦,٦٧	١٠	١٦,٦٧	٣	٥,٠٠	٤١,٠٠	٥٩,٠٠
٤- تأهيل المبانى المناسبة بالقرية وتحويلها إلى مواقع إيواء سياحية.	٠	٠	٥	٨,٣٣	٦	١٠,٠٠	٢١	٣٥,٠٠	١٥	٢٥,٠٠	١٣	٢١,٦٧	٢٧,١٧	٧٢,٨٣
٥- ترميم وتطوير المبانى التراثية بالقرية وتنميتها ثقافياً و اقتصاديا وعمرانياً.	٠	٠	٢	٣,٣٣	٧	١١,٦٧	٢٥	٤١,٦٧	١٣	٢١,٦٧	١٣	٢١,٦٦	٢٦,١٧	٧٣,٨٣
٦ - تشجيع الضيافة بقصور وبيوت القرية المعترف بجمالها المعمارى.	٠	٠	١	١,٦٧	١٠	١٦,٦٧	١٧	٢٨,٣٣	٢٥	٤١,٦٧	٧	١١,٦٦	٢٧,٠٠	٧٣,٠٠
٧- إقامة الاستراحات والمنتجعات الريفية بالقرى المطلة على النيل .	٠	٠	٢	٣,٣٣	١٢	٢٠,٠٠	١٥	٢٥,٠٠	١٩	٣١,٦٧	١٢	٢٠,٠٠	٢٦,١٧	٧٣,٨٣
٨- العناية بإنتاج وتسويق الحرف التقليدية.	٠	٠	١	١,٦٧	١٤	٢٣,٣٣	٢٦	٤٣,٣٣	١٢	٢٠,٠٠	٧	١١,٦٧	٣٢,٠٠	٦٨,٠٠
٩- إقامة المهرجانات التسويقية والفلكلورية بالقرية سنويا وتحفيز المشاركة فيها.	٠	٠	٠	٠	٩	١٥,٠٠	١٦	٢٦,٦٧	٢٣	٣٨,٣٣	١٢	٢٠,٠٠	٢٢,٥٠	٧٧,٥٠
١٠- التكامل السياحى الريفى بأنماط سياحية أخرى داخل القرية.	٠	٠	١	١,٦٧	٧	١١,٦٧	١٨	٣٠,٠٠	٢١	٣٥,٠٠	١٣	٢١,٦٦	٢٣,١٧	٧٦,٨٣
المتوسط		٠,١٧		٦,٣٣		٢١,٣٣		٣٢,٣٣		٢٥,٦٧		١٤,١٧	٣١,٦٢	٦٨,٣٨
د- وسائل تحقيق الممارسات الزراعية والبيئية والصحية السليمة:	٠	٠	٧	١١,٦٧	٣٠	٥٠,٠٠	١٦	٢٦,٦٧	٤	٦,٦٦	٣	٥,٠٠	٤٦,١٧	٥٣,٨٣
١- إدارة الأراضى الزراعية بما يكفل سلامة البيئة ومنتجها الزراعى.														
٢- الحفاظ على بيئة القرية وتجميلها.	٠	٠	٦	١٠,٠٠	٣٢	٥٣,٣٣	١٢	٢٠,٠٠	٧	١١,٦٧	٣	٥,٠٠	٤٤,٨٣	٥٥,١٧
٣- مشاركة الريفيين فى إدارة الخدمات السياحية بالقرية.			٣	٥,٠٠	١٧	٢٨,٣٤	١٨	٣٠,٠٠	١١	١٨,٣٣	١١	١٨,٣٣	٣٢,١٧	٦٧,٨٣
٤- مشاركة الافراد والمؤسسات فى نظافة القرية .	٢	٣,٣٣	٣	٥,٠٠	٢٣	٣٨,٣٣	١٩	٣١,٦٧	٩	١٥,٠٠	٤	٦,٦٧	٤٠,٥٠	٥٩,٥٠
٥- كفاية عدد المستشفيات بالقرية.			٠	٠	١٧	٢٨,٣٣	٢٥	٤١,٦٧	١٤	٢٣,٣٣	٤	٦,٦٧	٣٢,٨٣	٦٧,١٧
٦- تشجيع تردد الريفيين على الوحدة الصحية لتلقى العلاج.	١	١,٦٧	١	١,٦٧	٢٠	٣٣,٣٣	٢٧	٤٥,٠٠	٧	١١,٦٧	٤	٦,٦٦	٣٨,٠٠	٦٢,٠٠
٧- مقاومة الإصابات المرضية والحشرية بالقرية.	٧		١١,٦٧		١٦	٢٦,٦٧	٢٥	٤١,٦٧	٧	١١,٦٦	٥	٨,٣٣	٣٩,٨٣	٦٠,١٧
٨- عدم إلقاء القمامة والمخلفات بمزارع وشوارع القرية.	١	١,٦٧	٤	٦,٦٧	٢٠	٣٣,٣٣	٢٦	٤٣,٣٣	٧	١١,٦٧	٢	٣,٣٣	٤١,٨٣	٥٨,١٧
٩ -إعادة تدوير واستخدام المخلفات الزراعية، واستخدام المدفن الصحى المناسب لمخلفات القرية.	٢	٣,٣٣	٢	٣,٣٣	٢٣	٣٨,٣٣	١٩	٣١,٦٧	٧	١١,٦٧	٧	١١,٦٧	٤٠,٣٣	٥٩,٦٧
١٠- الحدمن انتشار الباعة الجائلين.	٠	٠	٤	٦,٦٧	١٢	٢٠,٠٠	٢٤	٤٠,٠٠	١٨	٣٠,٠٠	٢	٣,٣٣	٣٣,١٧	٦٦,٨٣
المتوسط		١,٠٠		٦,١٧		٣٥,٠٠		٣٥,١٧		١٥,١٧		٧,٤٩	٣٨,٩٧	٦١,٠٣
هـ- وسائل تحقيق التنمية العمرانية:	١	١,٦٧	٠	٠	١٧	٢٨,٣٣	١٢	٢٠,٠٠	٢٠	٣٣,٣٣	١٠	١٦,٦٧	٢٨,٣٣	٧١,٦٧
١- إقامة المنشآت لإيواء الزائرين تناسب عادات الريفيين، ورغبات السائح.														
٢- تبنى مشروع القرية الريفية التراثية كوعاء لإقامة الفعاليات الثقافية و التراثية.	٠	٠	٣	٥,٠٠	٨	١٣,٣٣	١٧	٢٨,٣٣	٢٢	٣٦,٦٧	١٠	١٦,٦٧	٢٦,٣٣	٧٣,٦٧
٣- تمهيد طرق وشوارع القرية والطرق الموصلة اليها .	٠	٠	٢	٣,٣٣	٢٨	٤٦,٦٧	١٨	٣٠,٠٠	١٠	١٦,٦٧	٢	٣,٣٣	٤١,١٧	٥٨,٨٣
٤- توفير مواقع واضحة للحرفيين ومحال لبيع منتجاتهم .	٠	٠	١	١,٦٧	١٥	٢٥,٠٠	٢١	٣٥,٠٠	١٢	٢٠,٠٠	١١	١٨,٣٣	٢٩,١٧	٧٠,٨٣
٥- تأهيل الأسواق ومحال البيع بالقرية.	٠	٠	٢	٣,٣٣	١٤	٢٣,٣٣	١٩	٣١,٦٧	١٩	٣١,٦٧	٦	١٠,٠٠	٣٠,٥٠	٦٩,٥٠
٦- توفر خدمات البنية التحتية بالقرية.	٠	٠	١	١,٦٧	٢١	٣٥,٠٠	١٥	٢٥,٠٠	١٤	٢٣,٣٣	٩	١٥,٠٠	٣٢,٦٧	٦٧,٣٣
٧- توصيل خدمة الصرف الصحى للمنازل.	٠	٠	٣	٥,٠٠	١٨	٣٠,٠٠	١٨	٣٠,٠٠	١٣	٢١,٦٧	٨	١٣,٣٣	٣٢,٨٣	٦٧,١٧

درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى التوعية	أداء عالى جدا		أداء عالى		أداء متوسط		أداء منخفض		أداء منخفض جدا		لا تؤدى		% لمتوسط درجة	
محتوى بنود السياحة لريفية	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	الأداء	الاحتياج
٨- الحد من انتشار البرك والمستنقعات بشوارع القرية.	٠	٠	٤	٦,٦٧	١٣	٢١,٦٧	٢٦	٤٣,٣٣	١٢	٢٠,٠٠	٥	٨,٣٣	٣٣,٣٣	٦٦,٦٧
٩- عدم إلقاء مخلفات الصرف الصحى فى شوارع القرية.	٠	٠	٢	٣,٣٣	١٦	٢٦,٦٧	٢٦	٤٣,٣٣	١٢	٢٠,٠٠	٤	٦,٦٧	٣٦,٠٠	٦٤,٠٠
١٠- استخدام الطوب المناسب فى بناء منازل القرية.	٣	٥,٠٠	٨	١٣,٣٤	٣٢	٥٣,٣٣	١٤	٢٣,٣٣	٣	٥,٠٠	٠	٠	٥٢,٣٣	٤٧,٦٧
المتوسط		٠,٦٧		٤,٣٤		٣٠,٣٣		٣١,٠٠		٢٢,٨٣		١٠,٨٣	٣٤,٢٧	٦٥,٧٣
و- وسائل تحقيق المجال التنظيمى:	٠	٠	٠	٠	١٧	٢٨,٣٣	٢٢	٣٦,٦٧	١٥	٢٥,٠٠	٦	١٠,٠٠	٣١,٣٣	٦٨,٦٧
١- تنسيق الجهود بين الجهات المعنية بالسياحة الريفية.														
٢-الاهتمام بالمقومات الزراعية والمزرعية والحرفية إرشاديا.	٠	٠	٤	٦,٦٧	٢٤	٤٠,٠٠	٢٢	٣٦,٦٧	٦	١٠,٠٠	٤	٦,٦٦	٤١,٣٣	٥٨,٦٧
٣- تقديم التسهيلات لإنتاج وتسويق الحاصلات الزراعية غير التقليدية .	٠	٠	٥	٨,٣٣	٢٢	٣٦,٦٧	٢٢	٣٦,٦٧	٧	١١,٦٧	٤	٦,٦٦	٤٠,١٧	٥٩,٨٣
٤- تحسين قدرة الريفيين على تسويق المنتج السياحى الريفى.	٠	٠	٤	٦,٦٧	١٨	٣٠,٠٠	٢١	٣٥,٠٠	١١	١٨,٣٣	٦	١٠,٠٠	٣٧,٣٣	٦٢,٦٧
٥- دمج المشروعات الزراعية، والمزرعية، والحرفية فى برنامج سياحى واحد .	٠	٠	٤	٦,٦٧	٤	٦,٦٧	٢٦	٤٣,٣٣	١٩	٣١,٦٧	٧	١١,٦٦	٢٨,٦٧	٧١,٣٣
٦- الترويج للزراعات غير التقليدية بالقرية.	١	١,٦٧	١	١,٦٧	١٤	٢٣,٣٣	١٨	٣٠,٠٠	٢٢	٣٦,٦٧	٤	٦,٦٦	٢٩,٠٠	٧١,٠٠
٧- تخصيص جزءاً من إيرادات السياحة الريفية لتمويل مشاريع التنمية بالقرية.	١	١,٦٧	١	١,٦٧	١٥	٢٥,٠٠	١١	١٨,٣٣	٢٣	٣٨,٣٣	٩	١٥,٠٠	٢٨,٠٠	٧٢,٠٠
٨- تشجيع المهرجانات القروية.	٠	٠	٠	٠	٩	١٥,٠٠	١٩	٣١,٦٧	٢٢	٣٦,٦٧	١٠	١٦,٦٦	٢٤,٨٣	٧٥,١٧
٩- دعوة وكلاء السفر والسياحة للمشاركة فى مهرجانات القرية والإعلان عنها سياحيا.	٠	٠	٢	٣,٣٣	٧	١١,٦٧	١٩	٣١,٦٧	٢٠	٣٣,٣٣	١٢	٢٠,٠٠	٢٤,٠٠	٧٦,٠٠
١٠- التفتيش الدورى على المقومات السياحية بالريف.	٠	٠	١	١,٦٧	٥	٨,٣٣	١٨	٣٠,٠٠	٢٢	٣٦,٦٧	١٤	٢٣,٣٣	٢١,٦٧	٧٨,٣٣
المتوسط		٠,٣٣		٣,٦٧		٢٢,٥٠		٣٣,٠٠		٢٧,٨٣		١٢,٦٧	٣٠,٧٣	٦٩,٢٧
ز- وسائل تحقيق المجال التشريعى والأمنى:	٠	٠	٢	٣,٣٣	١٩	٣١,٦٧	١٨	٣٠,٠٠	١٦	٢٦,٦٧	٥	٨,٣٣	٣٣,٣٣	٦٦,٦٧
١- سن القوانين لجعل السياحة الريفية جزء من فلسفة المشروع الزراعى بالقرية.														
٢- وضع الأطر القانونية والفنية للإدارات المعنية بالسياحة الريفية بالقرية.	٠	٠	١	١,٦٧	٨	١٣,٣٣	١٦	٢٦,٦٧	٢٦	٤٣,٣٣	٩	١٥,٠٠	٢٥,٣٣	٧٤,٦٧
٣- تُنظيم مسئوليات الإدارات المعنية بالسياحة الريفية بالقرية .	٠	٠	١	١,٦٧	٧	١١,٦٧	٢٤	٤٠,٠٠	١٧	٢٨,٣٣	١١	١٨,٣٣	٢٥,٣٣	٧٤,٦٧
٤- إصدار التشريعات الملزمة للأفراد والمنظمات فى الحفاظ على البيئة الريفية ومنع تدهورها.	٠	٠	٣	٥,٠٠	١١	١٨,٣٣	٢٥	٤١,٦٧	١٥	٢٥,٠٠	٦	١٠,٠٠	٣٠,١٧	٦٩,٨٣
٥- وضع اللوائح لقيام الإدارات المعنية بدورها الإرشادى والرقابى على المزارات الريفية.	٠	٠	١	١,٦٧	٧	١١,٦٧	٢٠	٣٣,٣٣	٢٠	٣٣,٣٣	١٢	٢٠,٠٠	٢٤,٦٧	٧٥,٣٣
٦- تسهيل إجراءات الترخيص للمنشآت السياحية بالقرية.	٠	٠	١	١,٦٧	١٢	٢٠,٠٠	١٦	٢٦,٦٧	١٦	٢٦,٦٦	١٥	٢٥,٠٠	٢٥,٠٠	٧٥,٠٠
٧- سن التشريعات لحماية المزارات الريفية وزوارها.	٠	٠	٢	٣,٣٣	٣	٥,٠٠	٢٧	٤٥,٠٠	١٩	٣١,٦٧	٩	١٥,٠٠	٢٦,٥٠	٧٣,٥٠
٨- وضع الأطر القانونية لمنع التعرض ومضايقة الزائرين بالقرية.	١	١,٦٧	١	١,٦٧	٦	١٠,٠٠	٢١	٣٥,٠٠	٢١	٣٥,٠٠	١٠	١٦,٦٦	٢٦,١٧	٧٣,٨٣
المتوسط		٠,٢١		٢,٥٠		١٥,٢١		٣٤,٧٩		٣١,٢١		١٦,٠٨	٢٧,٠٦	٧٢,٩٤
- المتوسط العام لوسائل تحقيق المجالات		٠,٤٦		٥,٣٦		٢٧,٣٩		٣٢,٣٥		٢٣,٤٦		١٠,٩٨	٣٤,٠٤	٦٥,٩٦
- المتوسط الإجمالى العام		٠,٥٦		٦,٢١		٢٦,١١		٣٤,٩١		٢٦,٦٣		٥,٥٨	٣٤,٥١	٦٥,٤٩

ن= ٦٠

جاءت فى المرتبة الأولى التوعية بمجال المزار القروى بنسبة قدرها(٤٢,٨٣%)، ويليها مجال الممارسات الزراعية والبيئية والصحية السليمة بنسبة قدرها(٤١,٠٠%)ثم مجال المزار الزراعى بنسبة قدرها(٣٨,١٧%)، فمجال المزار المزرعى بنسبة قدرها(٣٤,٠٠%)، ويليها مجال التنمية العمرانية بنسبة قدرها(٢٩,٨٣%)، ثم المجال التنظيمى بنسبة قدرها(٢٥,١٧%)، وجاءت فى المؤخرة التوعية بالمجال التشريعى والأمنى بنسبة قدرها(٢٤,٨٣ %).

وتظهر النتائج السابقة أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بالمجالات السبع المدروسة كان منخفضا، وذلك بمؤشر المتوسط العام البالغ(٣٣,٦٩%)، وبالرغم من هذا الانخفاض نجد أن هناك ثلاث منها كان أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بها أقل من هذا المتوسط ، وهذه المجالات هى: مجال التنمية العمرانية، والمجال التنظيمى، والمجال التشريعى والأمنى، مما يتطلب اهتماما متزايدا بتوعية المبحوثين بهذه المجالات بصفة خاصة، وباقى المجالات المدروسة بصفة عامة، لتحقيق توعية أفضل بالمجالات المرتبطة بالسياحة الريفية.

ومن العرض السابق إجمالا يتضح أن أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين بمحتوى البنود المدروسة عن السياحة الريفية كان منخفضا، وذلك بمؤشر النسبة المئوية للمتوسط الإجمالى العام لرأى المبحوثين فى هذا الأداء والبالغ (٣٤,٥١ %)، مما يستوجب ترشيد تلك الوسائل و تحسين أدائها ، فى التوعية بتلك البنود بصفة عامة، والبنود التى أظهرت النتائج انخفاض أداء هذه الوسائل فى التوعية بها بصفة خاصة،وذلك فى رسائل إعلامية بيئية وسياحية متخصصة، تساعد على قيام السياحة الريفية كمدخل لتنمية مستدامة بهذه القرى، وغيرها من القرى المصرية.

٦- رأى المبحوثين فى أوجه القصور التى تقلل من أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم عن السياحة الريفية:

أوضحت النتائج جدول رقم(٦) وجود ١٣ وجها من أوجه القصور التى تقلل من أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين عن السياحة الريفية ، وجاءت هذه الأوجه مرتبة تنازليا وفقا لاستجابات المبحوثين كمايلى:

جاء فى المرتبة الأولى كل من قلة الاهتمام نحو جذب الزائرين للسياحة الداخلية، وانعدام التوعية نحو تنسيق الجهود الحكومية والأهلية فى حماية البيئة القروية ودمجها فى السياحة الريفية وذلك بنسبة متساوية قدرها (٩٥%)، ويليهما كل من التركيز على نقل الأخبار البيئية دون السياحية مما قلل الوعى البيئى فى السياحة لدى متلقى الخبر، وعدم إبراز المزارات الزراعية والمزرعية والحرفية والإعلان عنها كعناصر جذب سياحى بالقرية، وضألة حث الريفيين ومتخذى القرار على الاهتمام بمقومات الجذب الريفى بنسبة متساوية قدرها (٩٣,٣٣%)، ثم وبنسبة متساوية أيضا ضألة التوعية والإعلان والترويج عن المنتج الزراعى غير التقليدى بالقرية، وعدم تعزيز قدرات الإعلام التقليدى والحديث فى إثارة قضايا البيئة وتنمية الوعى بالسياحة الريفية، وعدم الاهتمام بإنشاء قناة تليفزيونية فضائية للإرشاد الزراعى عامة والبيئى فى السياحة الريفية خاصة وذلك بنسبة قدرها (٩١,٦٧%)، فانعدام التوعية نحو تطبيق المعايير البيئية السليمة عند إنشاء المشروعات الزراعية والسياحية بالقرية بنسبة قدرها (٩٠%)، ويليه وبنسبة متساوية عدم الاهتمام بنشر الحقائق الخاصة بحماية البيئة القروية ومقومات الجذب بها، وعدم الاهتمام بحفز المواطنين المشاركة في الحفاظ على البيئة القروية وترشيد استهلاكهم لمواردها ، بنسبة قدرها (٨٦,٦٧%)، ثم قلة الاهتمام نحو تكوين اتجاه إيجابي لدى الريفيين لمواجهة مشكلات البيئة والارتقاء بها وتجميلها، بنسبة قدرها (٨٣,٣٣%)،وجاء فى المرتبة الأخيرة ضألة المساحة والمدة الزمنية التي تحتلها قضايا ومشكلات البيئية القروية، بنسبة قدرها(٨٠%).

ويتضح من النتائج السابقة أن الغالبية العظمى من المبحوثين يرون أن أهم أوجه القصور التى تقلل من أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم عن السياحة الريفية هى: قلة الاهتمام نحو جذب الزائرين للسياحة الداخلية، وانعدام التوعية نحو تنسيق الجهود الحكومية والأهلية فى حماية البيئة القروية ودمجها فى السياحة الريفية، والتركيز على نقل الأخبار البيئية دون السياحية مما قلل الوعى البيئى فى السياحة لدى متلقى الخبر، وعدم إبراز المزارات الزراعية والمزرعية والحرفية والإعلان عنها كعناصر جذب سياحى بالقرية، وضألة حث الريفيين ومتخذى القرار على الاهتمام بمقومات الجذب الريفى ، وضألة التوعية والإعلان والترويج عن المنتج الزراعى غير التقليدى بالقرية، وعدم تعزيز قدرات الإعلام التقليدى والحديث فى إثارة قضايا البيئة وتنمية الوعى بالسياحة الريفية، وعدم الاهتمام بإنشاء قناة تليفزيونية فضائية للإرشاد الزراعى عامة والبيئى فى السياحة الريفية خاصة، وانعدام التوعية نحو تطبيق المعايير البيئية السليمة عند إنشاء المشروعات الزراعية والسياحية بالقرية.

جدول رقم(٦):عدد ونسبة المبحوثين أعضاء المجالس الشعبية المحلية وفقاً لرأيهم فى أوجه القصور التى تقلل من أداء وسائل الإعلام لدورها فى تـوعيتهم عـن السياحة الريفية.

رأى المبحوثين / أوجه القصور	نعم		لا		الترتيب
	عدد	%	عدد	%	
١- عدم الاهتمام بنشر الحقائق الخاصة بحماية البيئة القروية ومقومات الجذب بها .	٥٢	٨٦,٦٧	٨	١٣,٣٣	١٠,٥
٢- قلة الاهتمام نحو تكوين اتجاه إيجابي لدى الريفيين لمواجهة مشكلات البيئية والارتقاء بها وتجميلها.	٥٠	٨٣,٣٣	١٠	١٦,٦٧	١٢
٣- ضآلة المساحة والمدة الزمنية التي تحتلها قضايا ومشكلات البيئية القروية	٤٨	٨٠,٠٠	١٢	٢٠,٠٠	١٣
٤- التركيز على نقل الأخبار البيئية دون السياحية مما قلل الوعى البيئى فى السياحة لدى متلقى الخبر	٥٦	٩٣,٣٣	٤	٦,٦٧	٤
٥- انعدام التوعية نحو تطبيق المعايير البيئية السليمة عند إنشاء المشروعات الزراعية والسياحية بالقرية .	٥٤	٩٠,٠٠	٦	١٠,٠٠	٩
٦- عدم إبراز المزارات الزراعية والمزرعية والحرفية والإعلان عنها كعناصر جذب سياحى بالقرية .	٥٦	٩٣,٣٣	٤	٦,٦٧	٤
٧- ضآلة التوعية والإعلان والترويج عن المنتج الزراعى غير التقليدى بالقرية .	٥٥	٩١,٦٧	٥	٨,٣٣	٧
٨- ضآلة حث الريفيين ومتخذى القرار على الاهتمام بمقومات الجذب الريفى.	٥٦	٩٣,٣٣	٤	٦,٦٧	٤
٩- قلة الاهتمام نحو جذب الزائرين للسياحة الداخلية.	٥٧	٩٥,٠٠	٣	٥,٠٠	١,٥
١٠- عدم الاهتمام بحفز المواطنين للمشاركة في الحفاظ على البيئة القروية وترشيد استهلاكهم لمواردها.	٥٢	٨٦,٦٧	٨	١٣,٣٣	١٠,٥
١١- عدم تعزيز قدرات الإعلام التقليدى والحديث فى إثارة قضايا البيئة وتنمية الوعى بالسياحة الريفية	٥٥	٩١,٦٧	٥	٨,٣٣	٧
١٢- عدم الاهتمام بإنشاء قناة تليفزيونية فضائية للإرشاد الزراعى عامة والبيئى فى السياحة الريفية خاصة	٥٥	٩١,٦٧	٥	٨,٣٣	٧
١٣-انعدام التوعية نحو تنسيق الجهود الحكومية والأهلية فى حماية البيئة القروية ودمجها فى السياحة الريفية	٥٧	٩٥,٠٠	٣	٥,٠٠	١,٥
المتوسط		٩٠,١٣		٩,٨٧	

ن= ٦٠

ثانيا:الاحتياج الإعلامي المطلوب لتوعية المبحوثين بمحتوى البنود المدروسة عن السياحة الريفية: شملت البنود الرئيسية المدروسة عن السياحة الريفية أربعة بنود ، تضمنت ٩١ بندا فرعيا شكلت محتوى هذه البنود، تم سؤال المبحوثين عنها بهدف معرفة رأيهم فى درجة أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بها، ومنها تم حساب المكمل المئوى لمتوسط رأيهم فى درجة هذا الأداء ، وصولا الى تحديد الاحتياج الإعلامى المطلوب، كإشباع مرتقب لتوعية المبحوثين بمحتوى البنود المدروسة عن السياحة الريفية .

وقد أوضحت النتائج بجدول رقم(٥)، أن النسبة المئوية لمتوسط رأى المبحوثين فى درجة الاحتياج الإعلامى المطلوب لتوعيتهم بمحتوى البنود المدروسة عن السياحة الريفية، قد تراوحت بين حد أقصى قدره(٨١,٦٧ %)، وحد أدنى قدره(٤٧,٦٧%)، ومن هاتين النسبتين أمكن تصنيف البنود الفرعية الخاصة بمحتوى البنود الرئيسية المدروسة عن السياحة الريفية وفقا لمستوى الاحتياج الإعلامى المطلوب لتوعية المبحوثين بكل منها الى ثلاث فئات هى:

١- **احتياج إعلامى أكثر الحاحا(٧٠,٣٣% فأكثر):** وأختص بها ٢٨بندا فرعيا تضمنها محتوى البنود الرئيسية المدروسة عن السياحة الريفية ، وجاءت هذه البنود مرتبة تنازليا وفقا لمستوى الأداء الإعلامى المطلوب لتوعية المبحوثين بكل منها، على النحو التالى:

جاءت فى المقدمة التوعية-بتضمين المزارات المزرعية ببرامج وكالات السياحة والسفر، ويليها إدراج المزارات المزرعية بشبكة الانترنت، ثم التفتيش الدورى على المقومات السياحية بالريف، فإقامة المهرجانات التسويقية والفلكلورية بالقرية سنويا وتحفيزالمشاركة فيها، ويليها وبنسبة متساوية كل من التكامل السياحى الريفى بأنماط سياحية أخرى داخل القرية، ومشاركة الريفيين فى إدارة الخدمات السياحية بالقرية، ودعوة وكلاء السفر والسياحة للمشاركة فى مهرجانات القرية والإعلان عنها سياحيا، ووضع اللوائح لقيام الإدارات المعنية بدورها الإرشادى والرقابى على المزارات الريفية، ثم وبنسبة متساوية كل من التوعية بالمجال التشريعى والأمنى، وتشجيع المهرجانات القروية، فتسهيل إجراءات الترخيص للمنشآت السياحية بالقرية، ويليها التوعية بالمجال التنظيمى، ثم وبنسبة متساوية كل من وضع الأطر القانونية والفنية للإدارات المعنية بالسياحة الريفية بالقرية، وتنظيم مسئوليات الإدارات المعنية بالسياحة الريفية بالقرية، ويليها وبنسبة متساوية كل من ترميم وتطوير المباني التراثية بالقرية وتنميتها ثقافيا و اقتصاديا وعمرانيا، وإقامة الاستراحات والمنتجعات الريفية بالقرى المطلة على النيل، ووضع الأطر القانونية لمنع التعرض ومضايقة الزائرين بالقرية، ثم تبنى مشروع القرية الريفية التراثية كوعاء لإقامة الفعاليات الثقافية والتراثية، وسن التشريعات لحماية المزارات الريفية وزوارها ، فتشجيع الضيافة بقصور وبيوت القرية المعترف بجمالها المعمارى، ثم تأهيل المباني المناسبة بالقرية وتحويلها إلى مواقع إيواء سياحية، ويليها حسن إدارة التراث الطبيعي بالقرية، فتخصيص جزءا من إيرادات السياحة الريفية لتمويل مشاريع التنمية بالقرية، ثم إقامة المنشآت لإيواء الزائرين تناسب عادات الريفيين ورغبات السائح، فدمج المشروعات الزراعية والمزرعية والحرفية فى برنامج سياحى واحد، ويليها الترويج للزراعات غير التقليدية بالقرية، وجاءت فى المؤخرة وبنسبة متساوية التوعية بكل من تخصيص مزارات مزرعية لإقامة الزائرين تسمح بالتجوال وتقديم المأكولات الطبيعية بها، وتوفير مواقع واضحة للحرفيين ومحال لبيع منتجاتهم.

٢- **احتياج إعلامى ملح (من٥٩% الى ٧٠,٣٢%):** وأختص بها ٤١ بندا فرعيا تضمنها محتوى البنود الرئيسية المدروسة عن السياحة الريفية ، وجاءت هذه البنود مرتبة تنازليا وفقا لمستوى الأداء الإعلامى المطلوب لتوعية المبحوثين بكل منها، على النحو التالى:

جاءت فى الصدارة التوعية بمجال التنمية العمرانية، ويليها إصدار التشريعات الملزمة للأفراد والمنظمات فى الحفاظ على البيئة الريفية ومنع تدهورها ،ثم تأهيل الأسواق ومحال البيع بالقرية، فتنسيق الجهود بين الجهات المعنية بالسياحة الريفية، ثم العناية بإنتاج وتسويق الحرف التقليدية، ويليها وبنسبة متساوية كل من حصر وتعريف الزائرين بالمزارات الزراعية المتميزة كعناصر جذب سياحى بالقرية. وتوفر خدمات البنية التحتية بالقرية، ثم كل من وبنسبة متساوية دعم وتعزيز نموذجية المنتج الزراعى، والتحليل الدورى للتربة وتأكيد جودتها، ثم وبنسبة متساوية كل من كفاية عدد المستشفيات بالقرية، وتوصيل خدمة الصرف الصحى للمنازل، فالتنفيذالمتكامل للبرامج التنموية،، ثم الحد من انتشار الباعة الجائلين، ويليها الحد من انتشار البرك والمستنقعات بشوارع القرية، ثم سن القوانين لجعل السياحة الريفية جزء من فلسفة المشروع الزراعى بالقرية، فتنويع المنتج السياحى وتنشيط الحركة السياحية، ، ثم الاهتمام بتربية الأحياء المائية وصيد الأسماك في المياه الداخلية، فالتوعية بمجال المزار المزرعى، ،ثم تحسين المسكن الريفى وتزويده بكل أسباب الراحة، فتوفير وسائل للتنزه داخل المزارات المزرعية كالخيل والحمير

وغيرها، ويليها بيان صورة القرية المصرية كمقصد سياحي متميز ، ثم تمويل المشروعات التنموية بالقرية، فتوفر فرص عمل جديدة، ثم عدم إلقاء مخلفات الصرف الصحى فى شوارع القرية، ويليها التوعية بمفهوم السياحة الريفية،ثم تحسين قدرة الريفيين على تسويق المنتج السياحى الريفى، فقيام مشاريع صغيرة جديدة، ويليها خفض التلوث بالمجاري المائية ونهر النيل كمصدر للرى، ثم تشجيع تردد الريفيين على الوحدة الصحية لتلقى العلاج، فالتوعية بمجال المزار الزراعى، ثم المحافظة على نظافة المزارات المزرعية بالقرية، ويليها تنشيط الزراعة وتحسين نوعية الحياة للريفيين، ثم تحسين الأمن الغذائى للريفيين، فالحفاظ على البيئة الريفية وتحسين جاذبيتها، ثم مقاومة الإصابات المرضية والحشرية بالقرية، ويليها تقديم التسهيلات لإنتاج وتسويق الحاصلات الزراعية غير التقليدية، ثم إعادة تدوير واستخدام المخلفات الزراعية واستخدام المدفن الصحى المناسب لمخلفات القرية، فمشاركة الافراد والمؤسسات فى نظافة القرية، وجاءت أخيرا وبنسبة متساوية كل من التوعية بمجال الممارسات الزراعية والبيئية والصحية السليمة، وتخصيص مزارات مزرعية استرشادية للإنتاج النباتى والحيوانى غير التقليدى، والصيانة الدورية لشبكات مياه الشرب والصرف الصحى.

٣- احتياج إعلامى ضرورى (من٤٧,٦٧% الى ٥٨,٩٩%): وأختص بها ٢٢ بندا فرعيا تضمنها محتوى البنود الرئيسية المدروسة عن السياحة الريفية ، وجاءت هذه البنود مرتبة تنازليا وفقا لمستوى الأداء الإعلامى المطلوب لتوعية المبحوثين بكل منها، على النحو التالى:

جاءت فى المرتبة الأولى التوعية بتمهيد طرق وشوارع القرية والطرق الموصلة اليها، ثم وبنسبة متساوية كل من معالجة المخلفات المزرعية بالطرق المناسبة، والاهتمام بالمقومات الزراعية والمزرعية والحرفية إرشاديا، ثم عدم إلقاء القمامة والمخلفات بمزارع وشوارع القرية، فإتباع تقنيات تقلل من عمليات تجريف وتصحر وتمليح التربة الى الحد الأدنى، ثم تخصيص مزارات مزرعية لعرض وتسويق الزراعات غير التقليدية وصناعاتها الغذائية، ويليها وبنسبة متساوية كل من التوعية بمجال المزار القروى، وإنتاج حاصلات زراعية غير تقليدية تحقق أفضل عائد مع الحفاظ على خصوبة التربة، ثم وبنسبة متساوية كل من تشجير وإنارة ورصف الطرق المؤدية الى المزارات المزرعية بالقرية، وتأكيد صلاحية مياه الشرب وترشيد استخدامها، ويليها وبنسبة متساوية كل من تحسين العلاقة بين المدينة والقرى المحيطة بها، والتنبؤ المبكر بالأمراض النباتية والوبائية ومسبباتها ومكافحتها فى الوقت المناسب، ثم وبنسبة متساوية كل من الاهتمام إرشاديا بالمزارات الزراعية المتميزة بالقرية، وعدم الرى بمياه الصرف الصحى الغير كامل المعالجة، ثم المساهمة فى حل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية، فتنمية الوعي بالسلوك البيئي السليم، ثم استخدام مستلزمات إنتاج خالية من الملوثات والمواد الضارة، ويليها الحفاظ على بيئة القرية وتجميلها، ثم إدارة الأراضي الزراعية بما يكفل سلامة البيئة ومنتجها الزراعى، فتشجير وإنارة ورصف الطرق والشوارع المؤدية الى القرية، ويليها العناية بالعزبق والتخلص من الحشائش والتسميد الأخضر واستخدام بدائل المبيدات، وجاءت فى المؤخرة التوعية باستخدام الطوب المناسب فى بناء منازل القرية .

من العرض السابق إجمالاً يتضح أن النسبة المئوية لمتوسط رأى المبحوثين فى درجة الاحتياج الإعلامى المطلوب لتوعيتهم بمحتوى البنود المدروسة عن السياحة الريفية، قد تراوحت بين حد أقصى قدره(٨١,٦٧ %)، وحد أدنى قدره(٤٧,٦٧%) وبمتوسط عام بلغ(٦٥,٤٩%)، وهو ما يشير الى عظم الدور المطلوب أدائه من هذه الوسائل لتوعيتهم بمحتوى هذه البنود، منها احتياج إعلامى أكثر الحاحا واختصت بها ٢٨ بندا ، واحتياج إعلامى ملح واختصت بها ٤١ بندا، واحتياج إعلامى ضرورى واختصت بها ٢٢ بندا ، وذلك من اجمالى البنود الفرعية المدروسة عن السياحة الريفية والبالغة٩١ بندا.

ثالثا: مقترحات المبحوثين: لتحقيق كل من التالى:

- **لإنتاج منتج زراعى نظيف بالقرية، اقترح المبحوثون: نشر الزراعة العضوية وتدريب وتشجيع الزراع على استخدامها، وتوفيرصندوق لدعم الزراعة النظيفة، وتوفير المستلزمات الجيدة للإنتاج الزراعى وبأسعار مناسبة،وإقامة مهرجانات فى أعياد سنوية لأهم الحاصلات الزراعية ومنتجاتها القائمة عليها وفقا لمواسمها بكل قرية، والاهتمام بالبيئة الصحراوية وشق الترع لتيسير الزراعة النظيفة بها، وتحليل التربة واستصلاحها وزراعتها بزراعات غير تقليدية، وتاهيل شباب القرية على الزراعة النظيفة بالأراضى الصحراوية، وتوفر مياه صالحة للرى، وتوفيرنوبات رى بالراحة، وتوفير الصرف الزراعى، وتغطية الترع الرئيسية للحفاظ على البيئة، ومواجة التجريف المستمر للتربة الزراعية، وتدريب وتشغيل الشباب بالاستزراع السمكى بنهر النيل وفروعه وفق خطة تستهدف حمايته والإبلاغ عن أى اختراقات تسبب تلوثه.**

- لقيام المزار المزرعى الإسترشادى بالقرية، اقترح المبحوثون: توفير أراضى بكر تصلح لإقامة هذا المزار بالقرية، والتحفيز على قيامه، وتوفير حقول إرشادية كمزار تعليمى وتدريبى لزراع القرية والقرى المجاورة.
- لقيام مزار مزرعى بالقرية لعرض وتسويق المنتج الزراعى والريفى، اقترح المبحوثون: تفعيل التسويق التعاونى، وتحفيز قيام اتحاد بين المزارعين لقيام مزار مزرعى لعرض وتسويق المنتج الزراعى والريفى ، وتدريب الشباب على إنتاج الحرف المحلية المرغوبة سياحيا ، ومشاركة القطاع الخاص فى تمويل إنتاجها، وإقامة مهرجانات خاصة بالحرف الأهم وفقا لمواعيد محددة بكل قرية وعرضها وتسويقها داخليا وخارجيا، وتوفيرسيارات للشباب لتسويق المنتج الزرعى والريفى بالقرية.
- لقيام مزار مزرعى بالقرية لاستضافة واستمتاع الزائرين، اقترح المبحوثون: تحفيز قيام هذا المزار بدعم ومساندة كبار الزراع ورجال الأعمال بالمنطقة ومساعدة القطاع الخاص، وتشجيع الضيافة بالقصور والبيوت المعترف بجمالها المعمارى، والاستفادة من خور الزرابى بمحافظة أسيوط فى سياحة السفارى والمغامرات، ومخازن غلال سيدنا يوسف بمركز بلبيس محافظة الشرقية فى السياحة التاريخية، والنباتات الطبية والعطرية بمحافظة المنيا وغيرها من محافظات مصر فى السياحة العلاجية.
- لخلق قرية نظيفة وجميلة صالحة للسياحة الريفية، اقترح المبحوثون: توفر مياه نقية صالحة للشرب تصل لجميع المرافق والمناطق، والاهتمام بالنظافة العامة للقرية، وتوفير مدافن صحية للتخلص الآمن من المخلفات الزراعية والقروية، ورصف الطرق المؤدية الى القرية والنجوع التابعة لها، وإنارة وتشجير الطرق المؤدية الى القرية، وتشجيع زيارة القرية كمتنفس بيئى وتسويق ذلك إعلاميا، وتوفير وسائل مواصلات مناسبة للتنزه الفردى والجماعى ، وتوفر مكتب اتصالات بالقرية، ونشر المراسى النهرية بالقرى المطلة على النيل، وتشجيع السياحة النهرية ، وتشجيع المسابقات النهرية، وتوفير مناطق صالحة لإقامة الاستراحات والمنتجعات الريفية وبناء المدارس الجديدة والوحدات السكنية والصحية والبيطرية بالقرية، والعمل على تنظيم الحيز العمرانى للقرى والنجوع، وتطوير المستشفيات وزيادة الأخصائيين بها، وتوفير وحدات صحية خاصة بالمرأة، وتوفير خطة شاملة لتشغيل الشباب، وتوفير الأندية لشغل وقت الشباب، وتوفير قصور ثقافية بالقرية، وتوفيرسلخانة لذبح المواشى، وتوفير مكتب للضمان الاجتماعي بالقرية.

من النتائج السابق التوصل اليها فإن البحث يوجه اهتمام المعنيين والمهتمين بقيام السياحة الريفية بمصر، وكذا المسؤلين عن الإرشاد الزراعى البحثى والتطبيقى عامة والبيئى خاصة، وأيضا القائمين على وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، الى مراعاة التالى:

١- العمل على تلبية الاحتياج المطلوب للمبحوثين عن محتوى بنود السياحة الريفية، والتى أتضح من النتائج انخفاض أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعيتهم بها وخاصة ما يتعلق: بتوفر خدمات البنية التحتية بالقرية، وتنمية الوعي بالسلوك البيئي السليم، ودعم وتعزيز نموذجية المنتج الزراعى، والاهتمام إرشاديا بالمزارات الزراعية المتميزة بالقرية، وبيان صورة القرية المصرية كمقصد سياحي متميز، وتضمين المزارات المزرعية ببرامج وكالات السياحة والسفر، وإدراجها بشبكة الانترنت، وتوفير وسائل مواصلات مناسبة للتنزه الفردى والجماعى، وتشجيع المهرجانات القروية، ودعوة وكلاء السفر والسياحة للمشاركة فى مهرجانات القرية والإعلان عنها سياحيا، ومشاركة الريفيين فى إدارة الخدمات السياحية بالقرية، وتسهيل إجراءات الترخيص للمنشآت السياحية بالقرية، وإقامة المنشآت لإيواء الزائرين تناسب عادات الريفيين ورغبات الزائر، وترميم وتطوير المباني التراثية بالقرية وتنميتها ثقافيا وعمرانيا، وتبنى مشروع القرية الريفية التراثية كوعاء لإقامة الفعاليات الثقافية والتراثية، وتأهيل المباني المناسبة بالقرية وتحويلها إلى مواقع إيواء سياحية،وتشجيع الضيافة بقصور وبيوت القرية المعترف بجمالها المعمارى، وتخصيص جزءا من إيرادات السياحية الريفية لتمويل مشاريع التنمية بالقرية، وتخصيص مزارات مزرعية لإقامة الزائرين تسمح بالتجوال وتقديم المأكولات الطبيعية بها.

٢- العمل على تنفيذ مقترحات المبحوثين، وخاصة فيما يتعلق بتشجيع زيارة القرية كمتنفس بيئى وتسويق ذلك إعلاميا، والاستفادة من خور الزرابى بأسيوط فى سياحة المغامرات، ومخازن غلال سيدنا يوسف بالشرقية فى السياحة التاريخية، والنباتات الطبية والعطرية ببعض محافظات مصر فى السياحة العلاجية، ونشر المراسى النهرية بالقرى المطلة على النيل، وتشجيع السياحة والمسابقات النهرية،ونشر الزراعة العضوية وتدريب وتشجيع الزراع على استخدامها، وتوفيرصندوق لدعم الزراعة النظيفة، وإقامة مهرجانات فى أعياد سنوية لأهم الحاصلات الزراعية ومنتجاتها بكل قرية، وتوفير حقول إرشادية كمزار

تعليمى وتدريبى لزراع القرية وغيرهم، وتدريب الشباب على إنتاج الحرف المحلية ، وتطوير المستشفيات وزيادة الأخصائيين بها، وتوفير وحدات صحية خاصة بالمرأة.

٣- حث المسؤلين على وضع وتبنى خطط تكفل اختيار، وتدريب،وتأهيل الشباب المناسب لاستزراع الأسماك بمساحات محددة بنهر النيل وفروعه، وتحت إشراف بحثى وتنفيذى لتوفيرأسماك نظيفة، فضلاً عن قياس دلائل تلوثه، والإبلاغ عن أى اختراقات تسبب هذا التلوث، واستثمار العائد منه فى تأهيل المزيد من الشباب على الزراعة النظيفة بالأراضى الصحراوية ، وإنتاج صناعات محلية مرغوبة سياحيا.

٤- علاج أوجه القصور التى تقلل من أداء وسائل الإعلام لدورها فى توعية المبحوثين عن السياحة الريفية ، وخاصة مايتعلق بالاهتمام نحو جذب الزائرين للسياحة الداخلية، والتوعية نحو تنسيق الجهود الحكومية والأهلية فى حماية البيئة القروية ودمجها فى السياحة الريفية، والاهتمام بنقل الأخبار البيئية فى السياحة لرفع الوعى البيئى فى السياحة لدى متلقى الخبر، وإبراز المزارات الزراعية والمزرعية والحرفية والإعلان عنها كعناصر جذب سياحى بالقرية، وحث الريفيين ومتخذى القرار على الاهتمام بمقومات الجذب الريفى ، والإعلان والترويج عن المنتج الزراعى غير التقليدى بالقرية، وتعزيز قدرات الإعلام التقليدى والحديث فى إثارة قضايا البيئة وتنمية الوعى بالسياحة الريفية، والاهتمام بإنشاء قناة تليفزيونية فضائية للإرشاد الزراعى عامة والبيئى فى السياحة الريفية خاصة، والتوعية نحو تطبيق المعايير البيئية السليمة عند إنشاء المشروعات الزراعية والسياحية بالقرية.

المراجع

أولا: مراجع باللغة العربية:

١- احمد مختار مكى محمد(دكتور)، الدور التربوي لوسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، http://makkyeducation.jeeran.com/res6.htm فى ١٥/٦/٢٠٠٩.

٢- الجيلانى عبدالسلام رحومة،(دكتور)، حق الإنسان في العيش في بيئة نظيفة، صحيفة الزحف الأخضر http://www.azzahfalakhder.com/content/view/1081/29/ فى٢/٦/٢٠٠٩.

٣- إيمان محمد منجى(دكتورة)، المداخل الأساسية لدراسة السياحة الحديثة، معهد الألسن للسياحة والفنادق، ٢٠٠٦.

٤- تاج السر بشير عبد الله (دكتور)، رؤية نحو السلام البيئى بالسودان، المؤتمر القومى للتنمية والبيئة تحت شعار نحو تحقيق تنمية متوازنة ومستدامة ١٨- ٢٠/٩/٢٠٠٦ - الخرطوم ، http://ses-sudan.org/HTML/Taj%20Elsir%20Basheer فى٢٩/٧/٢٠١٠.

٥- جيهان حسن مصطفى(دكتورة)، المشكلات البيئية والمشاركة المجتمعية فى مدينة الشلاتين، فى١١/٢/٢٠٠٩.
http://www.svu.edu.eg/links/CommunitySector/banfconf_files/abstract_arabic_book.doc

٦- خالد بن حسين الشهرانى، عبدالحكيم بن عبدالعزيز الماضي، النزل السياحية البيئية منتجع سياحي مستدام ، http://faculty.ksu.edu.sa/hs/JIUFEX%202006.doc فى ١٥/٢/٢٠٠٩.

٧- عادل عبد الرشيد عبد الرزاق(دكتور)،دور التخطيط البيئى فى توسيع الفرص الاقتصادية لفئة الشباب في العالم العربى، http://www.araburban.org/Employee/Menacpi/uploadfiles فى ٢٨/٥/٢٠٠٩.

٨- عايدة راضى خنفر، وإياد عبد اللاله خنفر(دكتوران)، تسويق السياحة البيئية والتنوع الحيوى، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزرقاء الأهلية ، المملكة العربية السعودية http://www.aun.edu.eg/env_enc/octber2006/55-64(.%20. فى٣٠/١١/٢٠٠٩.

٩- فاطمة البريكى(دكتورة)، دور وسائل الإعلام فى تشكيل المجتمع، معهد الشيرازى الدولى للدراسات- واشنطن، www. Siironling.org. فى٢٩/٧/٢٠١٠.

١٠- كازيوكى ساتو مقترح للتعليم البيئى فى سورية، http://enviroteam.awardspace.com/lecture1.ppt . فى٢٩/٧/٢٠١٠.

١١- كريستينا ،ك، هوجاسا(دكتورة)، مدى تأثر السياحة الزراعية على الإنتاج الزراعي، معهد تنمية الزراعة والاقتصاد الزراعي، كرواتيا http://haed.agr.hr/congress_2006/topusko_brscic.pdf، فى ٢٢/١٠/٢٠٠٩.
١٢- كوستاريكا للسياحة القروية، تعريفات المجتمعات الريفية السياحية، info @ adventureincosarica . com فى ٢٢/١٠/٢٠٠٩
١٣- ماهر عبد العزيز(دكتور)، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، ١٩٩٦.
١٤- محمد عبد الحميد (دكتور)، نظريات الأعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ١٩٩٧.
١٥- محمد منير حجاب(دكتور)، الإعلام السياحى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٢.
١٦- محمد نديم سعيد، استثمار السياحة البيئية في قالب جديد ،جريدة الوحدة، http://wehda.alwehda.gov.sy/_archive.asp?FileName=7692613302007090511365 فى٢٣/٤/٢٠٠٩ .
١٧- نادية رفعت عبد الرحمن، وسالم حسن الديب(دكتوران)، البيئة، معهد الألسن للسياحة والفنادق والحاسب الالى،٢٠٠٥.
١٨- نايف نايف بن صالح الشلهوب،الملتقى الإعلامى العربى الأول للبيئة والتنمية المستدامة، ٢٧-٢٩/١١/٢٠٠٦ – القاهرة، http://www.eeaa.gov.eg/english/reports/mediaReport فى٢٩/٧/٢٠١٠ .
١٩- نبيل إبراهيم احمد(دكتور)،شركات السياحة ووكالات السفر، الجزء الأول، معهد الألسن العالى للسياحة والفنادق، قسم الدراسات السياحية، مطابع دار المطبوعات والنشر،ق.م،٢٠٠٦.
٢٠- نجيب صعب ، البيئة في وسائل الإعلام العربية ،الملتقى الإعلامي العربي الأول للبيئة والتنمية المستدامة، القاهرة ، http://www.unep.org.bh/Newsroom/pdf/Environment%20Media.DOC20Arab فى ٢٩/١١/٢٠٠٩
٢١- نورالدين هرمز(دكتور)، التخطيط السياحى والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية،سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد(٢٨)،العدد٣، ٢٠٠٦.
٢٢- وفاء البرادعى، جريدة الأهرام، القاهرة، ٢٠٠٩.ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، سياحة بيئية، http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9_%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D9%8A%D8%A9 فى ١٨/٤/٢٠١٠.
٢٣- يسرى دعبس(دكتور)، السياحة والبيئة- مدخل الى التنمية السياحية المتواصلة، شركة الجلال للطباعة، العامرية بالأسكندرية، ٢٠٠٧.

ثانيا: مراجع باللغة الإنجليزية:

24- Z, Rebeka Mesarić, Rural Tourism and Enterprises, http://hrcak.srce.hr/file/ 67704, in 2/5/2010.
25- B, Antonis Hertogen, Athens Greece, Agric. Tour , in 2/5/2010. . http://agrotournet.tringos.eu/files/DEFINITION_OF_AGRITOURISM.ppt
26- Xie Genzong , Qiu Penghua, Chen Yongsheng, Song Jiehua. Department of Resources, Environment and Tourism, Hainan Normal University, Haikou 571158,. School of Geographical Science, South China Normal University, Guangzhou 510631,Accepted April 24, 20070.
http://xb.suse.edu.cn/upFile/2008331913087.pdf, in2/5/201.

RURAL TOURISM IN EGYPT BETWEEN CONSTRAINTS AND NEEDS

Farag, Sh. M. S.
Agricultural Extension and Rural Development Research Institute, Agricultural Research Center

ABSTRACT

The main objectives of this study are to: determine the respondents opinions about the availability of attraction elements for a rural tourism, their attitude towards village environment integration in rural tourism, the degree of exposure: to environmental extension activities and the mass media to raise their awareness towards environmental conservation and integration of village environment in rural tourism, the media performance degree for its role in rural tourism awareness, barriers hindering that performance, and also to identify information needs of the respondents to raise awareness about rural tourism, to identify their suggestions to find a clean agricultural product in the village, Establish farms for extension, exhibit and market agricultural products, visiting, fun, And create a clean and beautiful village suitable for rural tourism.

The study was conducted in 12 villages, out of the 114 targeted Egyptian villages from six governorates: Beheira, Sharkia, Minia, Assiut, Sohag and Qena. Two villages from each governorate were selected, this study was carried out on a random sample amounting to 60 respondents, represent 80% of the total of the local People's Councils of these villages. Personal interviews and Focus Groups were used to collect data, the data was collected during December 2009 and January 2010.

Frequency and percentage tables were used for presentation, and averages were used to analyze data statistically.

The most important findings of this study were as follows:

1- The majority of respondents mention that the most important factors are available in a high degree to attract visitors to the studied villages out of the total of 23 factor were: Good scenery, Orchards and field crops areas suitable for rural tourism, good climate, security, availability of bikes and horses as a means for entertainment, availability of traveling by air lines, roads and river.

2- The majority of respondents represents 63.30%, were their attitude a strong towards integration of environment in rural tourism, and compared to 5%, their attitudes was weak.

3- The respondent's exposure to environmental extension activities was low regarding the protection of the rural environment, The average mean of its amounted to 0.86,degrees, represent 28.67%, and non exposed in regard to the integration of environment in rural tourism, was zero.

4- The respondent's exposure to mass media was generally low with respect to both protect the rural environment, integrating the environment in rural tourism, The average mean of its amounted to 1.12 and, 0.64 degree, increased by 37.33% and 21.33% respectively.

5- The opinion of the respondents in the performance of the mass media for its role in sensitization them on rural tourism was low, the average percentage of its amounted to, 34.51%.
6- The majority of respondents mention that the main shortage that reduces the media role in awareness on rural tourism and development of their readiness for the implementation of rural tourism, are: lack of attention to attracting visitors to domestic tourism, lack of coordination between governmental and non-governmental efforts in environmental protection integration into the rural tourism, reporting environmental news without referring to tourism which reduces the environmental awareness in tourism, no attention to agricultural farms and craft in the village, lack of attention to urged people and decision makers to pay attention to advertising and promotion of farm produce in village, lack of strengthen the capacities of media to raise environmental issues and awareness of tourism in rural areas, lack of attention to the establishment of a TV satellite for agricultural extension in general and environmental rural tourism in particular, lack of awareness towards the environmental standards when setting up agricultural projects and tourism in village.
7- The percentage needed from mass media for sensitize respondents on rural tourism, has ranged between a maximum of (81.67%), and a minimum of (47.67%) and an overall average of (65.49%), which refers to the great role from mass media.
8- The respondents agreed on 46 suggestions for find: a clean agricultural product in the village, Establish farms for extension, exhibit and market agricultural products, visiting, fun, And create a clean and beautiful village suitable for rural tourism.

قام بتحكيم البحث

أ.د / يحيي الشناوي علي زهران — كلية الزراعة – جامعة المنصورة

أ.د / عبد الحميد إبراهيم أحمد — مركز البحوث الزراعية