

التأثيرات النفسية والثقافية والإعلامية الناتجة عن العلاقات المتبادلة بين السائح والمجتمع المضيف

هبه عبد الله عمر حافظ عبد الملك^(١) - سعدية محمد علي بهادر^(٢)

مصطفى إبراهيم عوض^(٣) - غادة علي حمود^(٤)

(١) طالب دراسات عليا بمعهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس (٢) معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس (٣) معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس (٤) كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان.

المستخلص

هدفت الدراسة إلى معرفة التأثيرات النفسية والثقافية والإعلامية للسياحة على أفراد عينة الدراسة العاملين وغير العاملين في المجال السياحي باختلاف العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف؛ واستمدت عينة عشوائية تكونت من (٤٠٠) مفردة من الذكور و الإناث العاملين وغير العاملين في المجال السياحي بمحافظة الوادي الجديد، وعينة أخرى قوامها (٢٤٠) مفردة، تمثل السياح الانجليز الفرنسيين؛ اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المقارن؛ وقام الباحثون بإعداد مقياس التأثيرات النفسية للسياحة على المجتمع المضيف، مقياس التأثيرات الثقافية للسياحة على المجتمع المضيف، مقياس التأثيرات الإعلامية للسياحة على المجتمع المضيف، استمارة استقصاء واستطلاع رأى السائحين؛ وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية للتأثيرات النفسية والثقافية والإعلامية لأفراد عينة الدراسة العاملين وغير العاملين في المجال السياحي على العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف باختلاف الفئات العمرية المختلفة والنوع (ذكور/إناث) لصالح العاملين في المجال السياحي عند مستوى دلالة ٠,٠٠١. ويوصي بالاهتمام بعمل دراسات عن التأثيرات النفسية والثقافية والإعلامية الناتجة عن الاحتكاك بين السائح والمضيف بصفة دورية وذلك نظرا للتغيرات السريعة التي تطرأ على الجانب النفسي والثقافي حتي يمكن اكتشاف أى مشكلات قبل أن تتطور وتزيد حدتها مع الاهتمام بمعالجة الآثار السلبية وتعظيم الآثار الايجابية.

الكلمات المفتاحية: التأثيرات النفسية - التأثيرات الثقافية - التأثيرات الإعلامية - السياحة - السائح - المجتمع المضيف- الوادي الجديد

مقدمة الدراسة

يعيش العالم الآن فترات تطور وتحول سريعة علي كافة المستويات، ومع هذا التغير الجديد الذي لمس كافة جوانب الحياة بدأت صناعة السياحة تنمو بشكل سريع وضخم في ظل التطورات الاقتصادية العالمية واتسع نطاق السياحة الآن ولم يعد الإنسان يقتصر في زيارته علي ما يجاوره من الدول والأقاليم بل أصبح يطمح في زيارة عدد أكبر من الدول مما نتج عنه زيادة في حركة السياحة وتنوع في الأنماط السياحية أثر بشكل كبير علي الجوانب النفسية والثقافية لجميع الدول المستقبلية للسائحين. (ميادة عبد اللطيف، ٢٠٠٢)

ونظرا لخطورة ما تحدثه السياحة من تأثيرات علي الجوانب النفسية و الاجتماعية والثقافية للمجتمع المضيف أهتم علماء النفس والاجتماع والأنثروبولوجي بدراسة هذه التأثيرات، وانقسمت الآراء حول ذلك فبعضهم رأى أن للسياحة والاحتكاك بالسائح تأثيراً سلبياً علي المجتمع المضيف لما له من تأثير علي سلوكيات وعادات الشعب وتقاليده، والبعض الآخر رأى أن للسياحة تأثيراً ايجابياً حيث تكسب الدول المضييفة المعارف والخبرات والمهارات المختلفة وتتيح فرصة الاتصال بالدول المتقدمة حضارياً واقتصادياً لذلك فهي وسيلة مهمة من وسائل الاتصال الفكري والتبادل الثقافي و السلوكي وأداة لإيجاد روح التفاهم والتسامح بين الشعوب وهو ما يعنى أن مختلف الجوانب النفسية والثقافية في البلد المضيف لابد وأن تتأثر بقدوم السائح حيث يحدث نوعاً من الاتصال الثقافي والتفاعل السلوكي بين السائح والمضيف، فالسائح عندما يأتي إلي المجتمع المضيف ويدخل في علاقات مع أبناء المجتمع المضيف الذين لهم أنماط سلوكية وطرق حياة تختلف تماماً عن نمط الأفكار والقيم التي تكون لدى السائح يحدث نوعاً من الامتزاج الثقافي أو المحاكاة أو التقليد بين السائح وأبناء المجتمع المضيف ويحدث نوعاً من التقليد للسمات المادية مثل (الملابس، والمقتنيات المادية كالسلع المستوردة) والسمات اللامادية مثل (بعض العبارات والتحيات ومحاولة تعلم اللغة) (هبة صلاح ذكي، ٢٠١١).

ولا نغفل دور وسائل الإعلام المختلفة في توجيه وتشكيل تلك العلاقات المتبادلة بين السائح والمجتمع المضيف، والتي تتمثل تلك التأثيرات علي اتجاهات وموقف المجتمع المضيف للسائح، وتغيير الاصول المعرفية وإحلالها بأصول معرفية جديدة بدلا منها، كما لوسائل الإعلام المختلفة دور في إبراز التأثيرات النفسية والثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف. (صابرين جابر عبد الجليل، ٢٠٠٠)

مشكلة الدراسة

خلال العقدين الأخيرين بات الاهتمام واضحا بالتأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة حيث قام العديد من الباحثين بتقديم دراسات عن التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف كما هو الحال في دراسات كل من (عادل عبد العظيم، ٢٠٠٠) والتي هدفت إلي إبراز أهم المتغيرات الاجتماعية والثقافية المرتبطة بأنشطة السياحة التاريخية، ودراسة (عبد الوهاب جودة، ٢٠٠٠) هدفت الدراسة إلي الكشف عن الآثار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للاستثمار السياحي في المجتمع المصري، ودراسة (ميادة عبد اللطيف، ٢٠٠٢) والتي هدفت إلي معرفة اتجاهات المجتمع المضيف من خلال التأثيرات المختلفة لصناعة السياحة وقياس التباين بين ردود أفعال الشرائح المختلفة للمجتمع نحو السياحة الوافدة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية و الاقتصادية والبيئية، ودراسة (بيجي تو، ٢٠١٠) تعرضت الدراسة للتأثيرات الاجتماعية الثقافية الاقتصادية للسياحة في العاصمة سنافورة، ودراسة (عبير عبد المطلب، ٢٠٠٤) هدفت التعرف علي التأثيرات البيئية الاجتماعية الناتجة عن الاحتكاك المباشر بين السائحين والمجتمع المضيف، وأخيراً دراسة (أندارى سيتورتتي، ٢٠١٦) وهي دراسة مقارنة لكل من المجتمع المحلي وتصورات السائحين بشأن تطوير الماكن السياحية في مدينتي باندونغ و صربيا، حيث لا توجد دراسة - في حدود علم الباحثة - اهتمت بالبحث عن التأثيرات النفسية للسياحة علي المجتمع المضيف، مما دعا الباحثون لدراسة تلك التأثيرات لما له من أهمية كبيرة في نجاح النشاط السياحي؛ وتحديد إطار العلاقة بين السائح والمضيف

ومدى التبادل النفسي الثقافي بينهما وما ينتج عن ذلك من تأثيرات سواء كانت إيجابية أم سلبية علي المجتمع المضيف.

الأمر الذي يدعو إلي دراسة تلك التأثيرات النفسية للسياحة علي المجتمع المضيف والنتيجة عن العلاقات المتبادلة بينهما إلي جانب التأثيرات الثقافية؛ وأيضا معرفة مدى تأثير وسائل الإعلام السياحي في توجيه العلاقات المتبادلة بين السائح والمضيف و دوره في إبراز تلك التأثيرات النفسية والثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف، كما سيتم عرض نموذجين من المجتمعات المصدرة للسائحين وهما السائح (الإنجليزي) السائح (الفرنسي) وذلك حتى يتم تحديد إطار العلاقة بين الطرفين ومدى التبادل النفسي الثقافي بينهما وما ينتج عن ذلك من تأثيرات سواء كانت إيجابية أم سلبية علي المجتمع المضيف.

اسئلة البحث

- ما مدى وجود اختلاف في التأثيرات النفسية والثقافية والإعلامية بين أفراد عينة الدراسة من الفئات العمرية المختلفة الاناث والذكور باختلاف العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف؟
1. ما مدى اختلاف التأثيرات النفسية لأفراد عينة الدراسة العاملين وغير العاملين في مجال السياحة باختلاف العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف؟
 2. ما مدى اختلاف التأثيرات الثقافية لأفراد عينة الدراسة العاملين وغير العاملين في مجال السياحة باختلاف العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف؟
 3. ما مدى اختلاف التأثيرات الاعلامية لأفراد عينة الدراسة العاملين وغير العاملين في مجال السياحة باختلاف العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف؟

أهمية الدراسة

تقدم هذه الدراسة إسهاماً علمياً متواضعاً في:

1. معرفة مدى وجود اختلاف في التأثيرات النفسية و الثقافية و الإعلامية بين العاملين في المجال السياحي و العاملين في مجالات أخرى، وبالتالي محاولة الحد من تلك التأثيرات السلبية وتعزيز الايجابية.
2. توفير مقياسين أحدهما لقياس التأثير النفسي والأخر لقياس التأثير الثقافي للسياحة علي المجتمع المضيف

مهدف الدراسة

تهدف الدراسة إلي معرفة التأثيرات النفسية والثقافية والإعلامية علي أفراد عينة الدراسة العاملين وغير العاملين في المجال السياحي باختلاف العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف.

فروض الدراسة

1. توجد فروق إحصائية دالة ما بين العاملين وغير العاملين في المجال السياحي في التأثيرات النفسية للسياحة لصالح العاملين.
2. توجد فروق إحصائية دالة ما بين العاملين وغير العاملين في المجال السياحي في التأثيرات الثقافية للسياحة لصالح العاملين.
3. توجد فروق إحصائية دالة ما بين العاملين وغير العاملين في المجال السياحي في التأثيرات الإعلامية للسياحة لصالح العاملين.

المفاهيم الإجرائية للدراسة

تركز الدراسة علي ستة محاور أساسية وهي:

❖ **التأثيرات النفسية:** فالتأثير النفسي والتغير السلوكي يتمثل في الأساليب التي تسهم بها السياحة في إحداث تغيرات في بعض الجوانب النفسية للمضيف سواء كانت تلك التأثيرات إيجابيا كتعديل بعض الجوانب النفسية لديه والتي كانت تعوق تواصله الناجح مع السائح أو تأثير سلبي كحدوث تغير في بعض الجوانب النفسية لديه والتي تؤدي بدورها إلي ممارسات سلوكية خاطئة ناتجة عن تلك العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف، والتي بدورها تؤثر علي نجاح الفرد في علاقته مع السائح. (يسرى دعيبس، ٢٠٠١ : ٤٧٠) (وتقاس إجرائياً بالدرجة الكلية التي يحصل عليها كل فرد من أفراد العينة المستهدفة علي أبعاد مقياس التأثيرات النفسية للسياحة علي المجتمع المضيف).

❖ **التأثيرات الثقافية:** عمليات الاقتباس والاستعارة للعديد من العناصر الثقافية المادية وغير المادية مما ينتج عنه دخول صفات ثقافية جديدة للبلد المضيف أو تعديل بعض السمات الثقافية الموجودة مما يؤثر بالضرورة علي طبيعة العادات والتقاليد السائدة في المجتمع المضيف. (هبة صلاح ذكي، ٢٠١١ : ٧٢) (وتقاس إجرائياً بالدرجة الكلية التي يحصل عليها كل فرد من أفراد العينة المستهدفة علي أبعاد مقياس التأثيرات الثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف).

❖ **التأثيرات الإعلامية:** وهنا نقصد مدي تأثير وسائل الاعلام في توجيه العلاقات المتبادلة بين السائح والمضيف، حيث تؤثر وسائل الإعلام علي المكون المعرفي للمجتمع المضيف وبالتالي التغير في الأصول المعرفية لدي وإحلال أصول معرفية جديدة بدلا منها، وتؤثر أيضا في المكون النفسي والعاطفي للمضيف فيحدث تغير في موقف واتجاهات لديه نحو السائح، بالإضافة إلي تأثير وسائل الإعلام علي أنماط سلوك المجتمع المضيف. (خالد عبد الوهاب البلوشي، ٢٠١٢ : ١٢٧) (وتقاس إجرائياً بالدرجة الكلية التي يحصل عليها

كل فرد من أفراد العينة المستهدفة علي أبعاد مقياس التأثيرات الاعلامية للسياحة علي المجتمع المضيف).

❖ **السياحة:** تعني التنقل والحركة التي هي من خصائص الإنسان الذي اعتاد علي الانتقال من مكان إلي آخر بغرض الاسترزاق أولاً ثم الاستمتاع بمتع الحياة ثم أخذت السياحية كظاهرة أبعاداً أخرى مع مرور الزمن كمجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة السفر والترحال من مكان إلي مكان والإقامة المؤقتة وعدم ارتباطها بعمل مأجور. (صبري عبد السميع، ١٩٩٦ : ٣٠)

❖ **السائح:** السائح في البلد المضيف هو مستهلك وأن أنماطه الاستهلاكية المتنوعة والمتميزة ينتج عنها زيادة في دخل البلد السياحي عن طريق الإقبال علي السلع والخدمات المقدمة له في كافة الأماكن التي ينتقل إليها في رحلته السياحية فضلاً عن مشترياته من الهدايا والتذكارات عند عودته إلي موطنه الأصلي. (أحمد جلد، ١٩٩٧ : ١٧)

تركز الدراسة في هذا المحور علي نوعية السائح، وثقافته، مكانه، ومستواه الاجتماعي، عاداته، سلوكياته، رغباته واتجاهاته وتوقعاته بالنسبة للمنتج السياحي.

❖ **المجتمع المضيف:** هي الدولة السياحية، ويتركز البحث في هذا المحور علي العلاقات المتبادلة بين السائح والسكان المحليين، وعى العاملين في قطاع السياحة، بالإضافة إلي سلوكيات المواطنين في الدول المستقبلية وتوقعاتهم من السياحة والسائحين. (Marhaba Dictionary.,2010:64)

دراسات سابقة

دراسات تناولت تأثيرات السياحة المختلفة الناتجة عن العلاقة بين السائح والمجتمع المضيف:

- ١- دراسة عادل عبد العظيم عزب (٢٠٠٠) عنوان الدراسة: "دراسة ايكولوجية للتغيرات الاجتماعية المتعلقة بالسياحة التاريخية في مصر (دراسة في الايكولوجيا البشرية) هدف الدراسة: يتمثل موضوع الدراسة في إبراز أهم المتغيرات الاجتماعية، والثقافية المرتبطة بأنشطة السياحة التاريخية، والتعرف علي ما نتج عن إشغال بعض السكان المحليين بالنشاط السياحي أدوات الدراسة: واستخدمت الدراسة لتحقيق أهدافها المنهج الوصفي التحليلي، ومنهج دراسة الحالة، بالإضافة لأدوات المقابلة المقننة، و استمارة الاستبيان والملاحظة . عينة الدراسة: طبقت علي عينة عشوائية قوامها ١٠٠ مفردة من السكان المحليين و ١٠٠ مفردة من السياح بالجيزة، والغردقة . نتائج الدراسة: وتوصلت الدراسة إلي عده نتائج منها اكتساب العاملين بالسياحة مهارات جديدة كاللغات الأجنبية و استخدام الأجهزة الحديثة، كما أدى نشاط الاستثمارات السياحية إلي ضعف الهوية المحلية للاختلافات الثقافية بين السياح و المجتمع المحلي لصالح السياح وزيادة قيم الاستهلاك والإسراف نتيجة لزيادة الدخول وغلبة قيم الانحراف .
- ٢- دراسة ميادة حسن عبداللطيف (٢٠٠٢) عنوان الدراسة: "اتجاهات المجتمع المضيف نحو السياحة الوافدة" هدف الدراسة: معرفة اتجاهات المجتمع المضيف من خلال عرض التأثيرات المختلفة لصناعة السياحة وقياس التباين بين ردود أفعال الشرائح المختلفة للمجتمع نحو السياحة الوافدة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والبيئية، والربط بين ما يتوقعه أو ما يلمسه المواطن من تأثيرات ايجابية أو سلبية لصناعة السياحة من ناحية ودرجة قبوله للسائحين .

عينة الدراسة: عينة من السكان المحليين والسائحين
أدوات الدراسة: استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وتم جمع البيانات من خلال استمارة الاستبيان والمقابلة .

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلي أن الاحتكاك المباشر بين السائح والمضيف ينتج عنه آثار إيجابية وسلبية من النواحي الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والتي تشكل بدورها اتجاهات المجتمع المضيف نحو السياحة الوافدة .

٣- دراسة كيمكي تاكهشي (Kimaki Takahashi, 2003) **عنوان الدراسة:** "السياحة والتغير الاجتماعي في الفلبين "

هدف الدراسة: الكشف عن عمليات التغير الاجتماعي في الفلبين في المجتمع المحلي لإقليم Pasajan و ما حدث من تغيرات كالحراك الاجتماعي لبعض المشتغلين بالأنشطة السياحية كالمراكبية وبائعي التذكارات السياحية وأصحاب محلات تفصيل الزي الوطني Sari وكذلك التغيرات في عاداتهم وقيمهم المحلية .

أدوات وعينة الدراسة : بعد الاعتماد علي البيانات الرسمية ووثائق السياحة في إقليم باساجان وكذلك إجراء مقابلات متعمقة مع بعض شرائح السكان هناك من المشتغلين بالأنشطة السياحية فقد تم اختيار عينة الدراسة من أرباب الحرف المختلفة المرتبطة بالسياحة مثل : مراكبي - بائعي التذكارات السياحية وأصحاب محلات تفصيل الزي الوطني Sari وكذلك التغيرات في عاداتهم وقيمهم المحلية .

نتائج الدراسة: فتوصلت إلي وجود بعض التأثيرات الاجتماعية في تغير نسق القيم وكننتيجة لزيادة دخول بعض الحرف المتربطة بالأنشطة السياحية مثل المراكبي والذين يقضون أوقات فراغهم أثناء العمل بالسياحة كقائدي المراكب السياحية وذلك في لعب القمار وذلك نتيجة زيادة الدخل كنوع من الإسراف في الإنفاق.

٤- دراسة كوهاري سو (Kuwahara Sueo, 2003) " عنوان الدراسة: الثقافة التقليدية والسياحة والتغير الاجتماعي في جزيرتي Mogmog, Ulthiatool (مجموعة جزر غرب المحيط الهادى)

تقع هذه الجزر في شمال شرق جزيرة Yap والتي تربطها بها علاقة ثقافية اجتماعية -Social Cultural وذلك من خلال تجارة تقليدية قديمة للاتجار في الهدايا ولعب الأطفال .
هدف الدراسة: يحاول الباحث تتبع أثر التغيرات الاجتماعية الثقافية وذلك بعرض موجز للخلفية التاريخية للجزيرتين قبل وبعد الحرب الثانية في محاولة لإعطاء وصفاً لتقاليد وثقافة جزيرة Mogmog بشأن القضية الهامة لموضوع السياحة .

نتائج الدراسة: أظهرت الدراسة تأثيرات مختلفة للسياحة علي الجزيرة و تأثيرات اجتماعية اقتصادية واخرى تعليمية أثرت بدورها علي "النسق القيمي للسكان المحليين بطبيعة الحال".
٥- دراسة عبير عبد الرحمن عبد المطلب (٢٠٠٤) "عنوان الدراسة: التنمية السياحية وأثرها علي الحياة الاجتماعية (دراسة اجتماعية علي مركزين بشرم الشيخ)

هدف الدراسة: التعرف علي التأثيرات علي البيئة الاجتماعية الناتجة عن الاحتكاك المباشر بين السائحين من مختلف الجنسيات و أفراد المجتمع في جميع المنشآت و الأماكن و المزارات السياحية التي يتردد عليها السائحين .

نتائج الدراسة: أوضحت نتائج الدراسة أن التنمية السياحية بمركز نبق قد أدت إلي تغيرات ملموسة في البيئة الاجتماعية تمثلت في الأوضاع الديموجرافية والأوضاع التعليمية والأوضاع الاقتصادية، كما أثرت التنمية السياحية في العادات والتقاليد السائدة.

٦- دراسة حمدى سليمان عطية (٢٠٠٦) "عنوان الدراسة: أثر العمل في مهنة السياحة علي تغير النسق الثقافي لبدو جنوب سيناء (دراسة انثروبولوجية)"

هدف الدراسة: معرفة طبيعة النسق الثقافي لبدو جنوب سيناء، ومعرفة تأثير مهنة السياحة والعمل بها على تغير هذا النسق، ورصد هذه التغيرات ومعرفة مساهمة بدو جنوب سيناء في المحافظة علي البيئة.

عينة الدراسة: واستخدمت العينة العشوائية من خلال المسح الاجتماعي وقوامها ٢٠٠ مفردة للعاملين في السياحة والمهن التقليدية في (دهب - شرم الشيخ - سانت كاترين).
أدوات الدراسة: واستخدمت المنهج العلمي المتكامل ذي الطابع الوصفي التحليلي.
نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلي وجود علاقة ارتباطية دالة بين العمل في السياحة وتغير النسق الثقافي.

وكان للعائد المادي المكتسب من العمل في السياحة دور مهم في تحول قطاع كبير من البدو للعمل في هذا المجال، كما أثر عمل البدو في السياحة في تغير النسق الثقافي البدوي بشقيه المادي والغير المادي.

٧- دراسة **بيجي تو (2010)**، **Peggy Teo**، **عنوان الدراسة:** "تقدير التأثيرات الاجتماعية الثقافية للسياحة - دراسة حالة سنغافورة"

هدف الدراسة: تعرضت الدراسة للتأثيرات الاجتماعية الثقافية الاقتصادية للسياحة في العاصمة سنغافورة كحركة بناء الفنادق وإحياء عمران الفيلات والحط من الثقافة المحلية وكذلك التأثيرات الاجتماعية الاقتصادية والحرك الاجتماعي الأعلى لبعض المشتغلين بالسياحة.
أدوات الدراسة: واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي في تحليل حركة السياحة للعاصمة سنغافورة.

نتائج الدراسة: وكان من نتائج الدراسة أن التأثيرات الاجتماعية الثقافية كانت في غير صالح سنغافورة حيث التعديل في بعض طقوس الحياة اليومية في المدينة وكذلك الطقوس الدينية في المعابد حتي وصل الأمر إلي الإضافة والتعديل لهذه الطقوس لإرضاء السياح مما أدى إلي الحط من الثقافة المحلية في سنغافورة .

كذلك بالنسبة للصناعات اليدوية المحلية فقد كان إنتاجها بطريقة كمية نظراً لحاجات السياح وكذلك إنتاجها بطريقة تجارية مبتذلة تتنافي مع الفنون الأصلية للسكان المحليين لسنغافورة .

٨- دراسة عادل عبد العظيم عزب (٢٠١٠) **عنوان الدراسة:** " التغيرات الثقافية المرتبطة بالأنشطة السياحية وأثرها علي الأنساق الاجتماعية في نزلة السمان بمنطقة اهرامات الجيزة"

هدف الدراسة: تحديد التغيرات الثقافية المرتبطة بالأنشطة السياحية وأثرها علي الأنساق الاجتماعية كأنساق الاسرة والنسق الاقتصادي لمنطقة الدراسة (نزلة السمان بمنطقة اهرامات الجيزة)

نتائج الدراسة: حققت نتائج الدراسة التساؤلات من حيث حدوث التغيرات الثقافية في اللغة وزيادة قيم اللغات الأجنبية لدي المحليين وذلك للتفاهم مع السياح وكذلك التغير في الزى المحلي للمنطقة وهو الجلبات لعدم تناسبه مع العمل بالسياحة وكذلك في أنساق الأسرة وشيوع نمط الأسرة المركبة لدي معظم المحليين العاملين بحرف مرتبطة بالسياحة. وأظهرت نتائج الدراسة أيضا تغيرات في المواقف الاجتماعية لدي السياح الأجانب كإكتسابهم لصادقات مع المصريين المشتغلين بمهن مرتبطة بالسياحة .

٩- دراسة هبة صلاح ذكي (٢٠١١) **عنوان الدراسة:** " التبادل الاجتماعي والثقافي بين السائح والمضيف وأثره علي المجتمعات السياحية بالتطبيق علي مدينة الأقصر " **هدف الدراسة:** معرفة التأثير الاجتماعي والثقافي الذي يحدث بين السائح والمجتمع المضيف في الأقصر، وما ينتج عنه من ايجابيات وسلبيات يستعرها كل منهما من الآخر . **أدوات الدراسة:** استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم توزيع استمارات الاستبيان. **عينة الدراسة:** عينة من المجتمع المضيف، العاملين وغير العاملين في السياحة ومجموعة من السائحين من جنسيات مختلفة .

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلي أن مختلف العناصر الاجتماعية والثقافية في البلد المضيف (الأقصر) قد تأثرت بقدوم السائح نتيجة لحدوث نوع من التفاعل الاجتماعي والاتصال الثقافي بينه وبين أبناء المجتمع المحلي ونتج عن هذا الاتصال العديد من الآثار الاجتماعية والثقافية الايجابية والسلبية في الأقصر

١٠- دراسة جوزيف، سيرجي وآخرون (2012)، Uysal, M., Perdue, R.R.,
"Joseph Sirgy, M

عنوان الدراسة: السياحة ونوعية حياة السياح والمقيمين في المجتمعات المضيفة"
استحوذت جودة الحياة البحوث في مجال السياحة علي مدى العقدين الماضيين، حيث
بحث الأكاديميين العاملين في هذا المجال عن القضايا المتعلقة بالسياح والمجتمعات
المضيفة، ويفهم العلوم التي تسمح لهم بتطوير برامج تسويقية وإدارية أفضل لتعزيز نوعية حياة
السياح .

هدف الدراسة: فهم وقياس أثر السياحة علي نوعية حياة سكان المجتمعات المضيفة.
نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلي أن للسياحة والأنشطة السياحية أثر في تغيير نوعية حياة
السكان المجتمعات المضيفة

تعقيب: توصلت نتائج الدراسات السابقة والتي هدفت إلي معرفة التأثيرات المختلفة للسياحة
والتي منها التأثيرات الاجتماعية والثقافية الناتجة عن العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف،
وما ينتج عنه من إيجابيات وسلبيات يستعرها كل منهما الآخر، كشفت نتائجها إلي أن مختلف
العناصر الاجتماعية والثقافية في البلد المضيف قد تأثرت بقدوم السائح نتيجة لحدوث نوع من
التفاعل الاجتماعي والاتصال الثقافي بينه وبين أبناء المجتمع المحلي ونتج عن هذا الاتصال
العديد من الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية والسلبية.

الاطار النظري للدراسة

السياحة مثلها مثل أي نشاط إنساني له إيجابياته والتي سبق الحديث عنها وله سلبياته
التي تحدث كنتيجة لمجموعة من العوامل منها : التخطيط غير المناسب وغير السليم،
والتجاوزات، الإهمال، الجهل، وعدم احترام العوامل الاجتماعية الثقافية للمجتمع مما يؤدي إلي
أضرار وسلبيات عديدة غير قابلة للإصلاح لمدى طويل، مع الأخذ في الاعتبار أن الاعتراف
بالأخطاء والأضرار الناتجة عن السياحة ليس من شأنه التقليل من أهمية السياحة اجتماعياً

ولكنه يجب أن يعتبر حافزاً ودافعاً للدولة السياحية لكي تعمل علي تفاديها أو التقليل منها عن طريق التخطيط العملي السليم . (صلاح عبد الوهاب، ١٩٩٢ : ١٥٢ - ١٥٣) تتمثل تلك التأثيرات فيما يلي :

أولاً: التأثيرات النفسية للسياحة علي المجتمع المضيف الناتجة عن العلاقة المتبادلة بين السائح والمجتمع المضيف
وتتمثل تلك التأثيرات في:

١. تزايد مشاعر الكراهية والعدوانية تجاه السائحين : تسود مشاعر الكراهية والعدائية من جانب المضيفين نحو السائحين في حالة إظهار السائحين لمشاعر التعالي وعدم التواضع والمغلاة في إظهار التميز عن سكان البلدان المقصودة . (Belal ., 2002 : 57)

٢- تسهم السياحة في تزايد الضغوط الصراع النفسي في أقاليم العرض السياحي بسبب: تزايد الشعور لدى رجل الشارع في الأقاليم المستقبلة للسياحة بأفضلية السائح وتميزه الاجتماعي حيث أنه يقيم في فنادق متميزة، يستمتع بتسهيلات وخدمات جيدة، ووجبات غذائية متميزة، وكذلك جولات سياحية وسهرات لإرضاء رغباته وإشباع احتياجاته في الوقت الذي تعاني فيه نسبة غير قليلة من سكان المقصد السياحي من مشكلات اجتماعية عديدة كال فقر والبطالة . (Davidson ., 1989 : 163)

٣- شعور المواطنين بالإستياء والغضب من السياحة : يشعر المواطنون بالإستياء والغضب من السياحة باعتبارها السبب في ارتفاع الأسعار وانخفاض مستوى معيشتهم حيث تعمل السياحة علي انخفاض مستوى المعيشة لمساهمتها في حدوث ظاهرة التضخم، حيث أن مستوى إنفاق السائحين غالبا ما يكون مرتفعا عن مستوى إنفاق المواطنين المحليين، وكرد فعل من المنتجين والبائعين تجاه تلك القوة الإنفاقية الكبرى للسائحين يقومون برفع الأسعار رغبة منهم في تحقيق أكبر منفعة مادية من السائح وبالتالي يرتفع المستوى العام للأسعار

- فترتفع أسعار السلع والخدمات أمام المواطنين الذين لا يستطيع دخلهم المتواضع أن يفي باحتياجات من هذه السلع والخدمات. (هالة عبدالعليم، ٢٠١٤: ٢٦٣)
- ٤- **محاولة استغلال فقر أبناء تلك المناطق المقصودة** : محاولة استغلال فقر أبناء تلك المناطق المقصودة من جانب السائح في البحث عن المتعة وممارسة الأعمال المنافية للآداب وتشجيع ممارسة البغاء أو الشذوذ الجنسي ... نتيجة احتياج الفقراء من أبناء المقصد السياحي للمال ... إلخ .وهذا يثير امتعاض وتوتر وغضب المضيفين نتيجة الاستغلال السيئ للمشاعر.(يسرى دعيس، ٢٠٠١: ٥٥٩)
- ٥- **سيادة مشاعر الخوف والحذر والقلق لدي المضيفين** : تسود مشاعر الخوف والحذر والقلق لدي المضيفين من تدفق السائحين في البلدان المقصودة خصوصاً في البلدان النامية النامية أو نوات الثقافات التقليدية من إحداث خلل في نسق القيم والعادات والتقاليد والسماح المستقرة لشخصية تلك البيئات والخوف من ظهور أي تغيرات لدي جيل الصغار من حيث تقليد واقتباس بعض العناصر السلوكية التي يتميز بها المضيف (هالة عبدالعليم، ٢٠١٤: ٢٦٣)
- ٦- **إستياء المضيفين من بعض تصرفات السياح التي تبدو غير مألوفة**: إتيان السائح ببعض التصرفات التي قد تبدو غير مألوفة بالنسبة للمضيفين كارتداء الرجال والنساء للملابس العارية أو الشفافة أو محاولة مغازلة السائحين من الجنسين لبعضهم البعض دون الوضع في الاعتبار مشاعر و أحاسيس المضيفين الذين يحيون سياجاً اجتماعياً وثقافياً له أسس ومعايير مختلفة.(Davidson ., 1989 : 163)
- ٧- **سيادة مشاعر الإحباط لدي غالبية المضيفين**: تسود مشاعر الإحباط لدي غالبية المضيفين نتيجة رؤية مظاهر الإنفاق ببذخ وحياء البهجة والفرحة التي يبديها السائح خصوصاً في مناطق المقصد الفقير . (يسرى دعيس، ٢٠٠١: ٥٩٩)
- ٨- **الإحساس بتدني الذات في بلدان المقصد السياحي** : يشعر المضيف بتدني الذات خصوصاً في الدول النامية نتيجة رؤية مشاعر الابتهاج والفرحة والتصرف بحرية من

جانِب الضيف، ولا يضع الضيف في اعتباره أن السائح في بلد المقصد يتصرف دون أعباء عمل وفي حرية وبعيداً عن كل القيود في مجتمعه. (ميادة حسن عبد اللطيف، ٢٠٠٢، ٦٧)

ثانياً: التأثيرات الثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف الناتجة عن العلاقة المتبادلة بين السائح والمجتمع المضيف

١- التقليد السلبي للسائح : يكون تقليد المواطن للسائح ايجابي وبناء في حالة قيام المواطن بتقليد السائح في السلوكيات الايجابية مثل احترام قواعد المرور والنظام، الاهتمام بالتعليم،. ولكن واقعياً لا يكون التقليد في الجانب الإيجابي ولكن أيضاً في الجانب السلبي حيث نجد أبناء المجتمع المضيف وخاصة الشباب منهم يقلدون السائح في العديد من السلوكيات السلبية مثل :

أ- المأكل والمشرب: تقليد السائح في الأنماط الغذائية وما يترتب عليه من انتشار مطاعم اللوجبات السريعة والجاهزة في المجتمع المضيف مثل مطاعم كنتاكي، وماكدونالدز، وبيتزا هت، هارديز، وانتشار المشروبات الغازية وغيرها من الأطعمة التي يكون السائح معتاداً علي تناولها في بلده الأصلي، ويترتب علي أئشار هذه المطاعم في المجتمع المحلي زيادة إقبال المواطنين علي تقليد السائح وتناول الطعام في هذه الأماكن ويكون ذلك علي حساب وجبات غذائية محلية تقليدية. (McIntosh & Goeldner , 1986 : 172) (Mathieson & wall , 1982 : 236)

ب- الملبس: قيام السكان المحليين وخاصة الشباب والفتيات بتقليد السائحين في ارتداء الملابس الشبة عارية وشرب الكحوليات والمواد المخدرة مما يثير استياء السكان المحليين ويتسبب في حدوث مشكلات في المجتمعات المحافظة. (Cooper et al , 2005 : 238) (- 239)

ج- الألفاظ: تقليد المواطنين للسائح في إلقاء بعض العبارات التي يتعامل بها السائح، حيث يعتاد المواطن علي استخدامها مع بعضهم البعض ويكون ذلك علي حساب لغتهم الأم. (Lea J., 1988 : 66)

د- الأنماط الاستهلاكية: يقلد الشباب من أبناء المجتمع المحلي السائح في الأنماط الاستهلاكية حيث يقبلون علي شراء السلع والأطعمة المستوردة والباهظة الثمن وينفقون الكثير من الأموال علي وسائل التسلية والترفيه والمقامرة أخذين السائح قداوتهم في ذلك وغير مدركين أن معدل أنفاق السائح أثناء أجازته يكون مرتفعاً عن معدل أنفاقه العادي في بلدة. (Mason ., 2003 : 44)

٢-تسليع الثقافة: في ظل هذا التدفق السياحي المتزايد علي أي منطقة سياحية وزيادة طلب السائحين علي رؤية العناصر الثقافية المحلية من فلكلور، احتفالات، حرف، مشغولات يدوية، مهرجانات، وفي ظل الأوضاع الاقتصادية المتدنية تتحول هذه العناصر الثقافية المحلية إلي أي سلع تباع وتشتري وفقاً لمبدأ معين وهو أن السائح طالما معه المال فمن حقة أن يرى ما يريد في أي وقت. (Mathieson & Wall , 1982 :11 - 14)

٣-التثاقف: فتقافة السائح تكون هي الأقوى فيصبح هو المؤثر وينتج عن ذلك دخول سمات ثقافية جديدة للبلد المضيف أو تعديل بعض السمات الموجودة فيه مما يؤدي إلي حدوث خلل أو تدهور اجتماعي كنتيجة لدخول عادات وتقاليد جديدة للمجتمع، ومن أبرز سلبيات أو عيوب عمليات التثاقف نقص أو زوال الاختلافات بين الثقافات المختلفة حتى تصبح الثقافة متشابهة في معظم أنحاء العالم ومن ثم نفقد عنصراً هاماً من عناصر الجذب السياحي ألا وهو الثقافة والتي تعتبر عامل جذب هام للعديد من السائحين لمشاهدة العادات والتقاليد والموروثات الثقافية. (Mason ., 2003 : 44 - 45)

٤-التصادم الثقافي: يؤدي اختلاف الأفكار والاتجاهات والمعارف واللغة بين مواطني الدول المضيقة والسائحين إلي ظهور مشكلات عديدة يترتب عليها تعارض في الفكر وتصادم

- الثقافة وانعدام التفاهم بينهم، الأمر الذي يحدث شرخا عميقا في البناء الثقافي لأي دولة. (محمد خميس الزوكة، ١٩٩٦ : ٣١٣)
- ٥- **تراجع اللغة العربية وإعلاء اللغات الأجنبية:** أصبحت اللغة الإنجليزية في بلادنا هي اللغة التي نراها اليوم علي اللافتات في الشوارع والمحلات التجارية وداخل المطاعم والملاهي والفنادق والمصارف والشركات... إلخ، وكأننا في بلد آخر وليس في بلد عربي. كما أصبحت اللغة العربية عند كثير من أبناء المجتمع المضيف لغة الهوان والتراجع، وأصبح التحدث بلغة الآخرين مصدر فخر.
- ٦- **عدم احترام عادات وتقاليد المجتمع المضيف في البلد المقصودة:** ليس فقط في المجتمعات العربية فحسب فتعاني أيضا الدول الأوربية من عدم احترام السياح لعادات وتقاليد المجتمع المضيف .
- حيث أعلنت وكالة "Agoda" للسياحة والسفر نتائج استبيان أدرجت فيه أسوأ عادات السياح في مختلف بلدان العالم.
- و أشارت وكالة السياحة إلي أن نتائج الاستبيان تختلف من بلد لآخر، كما يرون أن عدم احترام عادات وتقاليد البلد المضيف من أسوأ العادات التي يحملها السياح الغربيون عموماً. (Henderson ., 2007 : 77)
- ثالثاً: التأثيرات الإعلامية للسياحة على المجتمع المضيف والنتيجة عن العلاقات المتبادلة بين السائح والمضيف**
- تمهيد:** لوسائل الإعلام المختلفة دور في توجيه وتشكيل تلك العلاقات المتبادلة بين السائح والمجتمع المضيف، والتي تتمثل تلك التأثيرات علي اتجاهات وموقف المجتمع المضيف للسائح، وتغيير الاصول المعرفية وإحلالها بأصول معرفية جديدة بدلا منها.
- أما عن التأثير في أنماط السلوك، فتؤثر وسائل الإعلام في سلوك المجتمع المضيف عن طريق محاولة تثبيت فهم حصيلة أو إزالتها لدي الأشخاص محدودي التجربة؛ كما لوسائل

الإعلام المختلفة دور في إبراز التأثيرات النفسية والثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف.
(خالد عبد الوهاب البلوشي، ٢٠١٢ : ١١٧)

مستويات التأثير الإعلامي علي المضيف وعلاقته بالسائح

- تغير المواقف والاتجاهات: وهو من أبرز و أوضح مظاهر تأثير وسائل الإعلام حيث يقصد بالموقف رؤية المضيف للسائح، وعادة ما يكون الموقف صورة إيجابية أو سلبية تجاه السائح وذلك بناءً علي المعلومات التي تتوافر لديه، حيث تتولي وسائل الإعلام توفير هذه المعلومات والبيانات أو أكبر قدر منها التي يعتمد عليها المضيف في بناء مواقفه تجاه السائح. (ريم فاروق النشار، ٢٠١٢ : ٢١٠)

-التأثير في المجال المعرفي: إن للمعرفة جذوراً ممتدة في أعماق الفكر الإنساني، مما يحول دون تغييرها بسرعة بل يتطلب الأمر عملية معقدة قد تستغرق زمناً طويلاً وعمليات تعرض طويلة ومستمرة لوسائل الإعلام، حيث تؤثر هذه الأخيرة في التكوين المعرفي للمضيف من خلال تغيير الأصول المعرفية لجنسية سائح ما، وإحلال أصول معرفية جديدة بدلا منها.

- التأثير في المجال العاطفي: وأن وسائل الإعلام لها القدرة علي التعامل مع العواطف الإنسانية عن طريق التلاعب بمشاعر وأحاسيس المشاهدين والمستمعين من خلال التأكيد علي الآثار الإيجابية والمنافع المتحققة من جراء القيام بالنشاط السياحي في بلد ما دون التركيز وأثارت الجوانب السلبية المرتبطة بتلك النشاط السياحي.

- التأثير في أنماط السلوك: تؤثر وسائل الإعلام في تغيير سلوك الأفراد عن طريق محاولة تثبيت فهم حصينة أو إزالتها لدي الأشخاص محدودى التجربة وضعيفي القدرة علي التقييم والمفاضلة بين الخيارات، مما يؤدي في العديد من الحالات إلي وقوع هؤلاء الأفراد في أفكار واتجاهات وسائل الإعلام. (شيماء السيد رزق محمد، ٢٠١٤ : ١٤٠)

الاجراءات المنهجية

منهج الدراسة: استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المقارن بين مجموعتي الدراسة المكونتين من مجموعة من العاملين في مجال السياحة ومجموعة غير العاملين في مجال السياحة.

عينة الدراسة: أختيرت عينة الدراسة للجماعات السياحية، نظراً لعدم وجود قوائم ثابتة ومنتظمة بأسماء وخصائص مجموعات البحث المراد اختيار عينة منها، ولذلك فقد تم اختيار بعض المجموعات الجزئية من مجتمع الدراسة بطريقة عشوائية لتكوين عينتي الدراسة الميدانية؛ وقد تم اختيار عينتين لتطبيق الدراسة عليهما وهما:

أولاً: عينة المجتمع المضيف (المحلي): تم اختيار عينة عشوائية بلغ حجمها (٤٠٠) مفردة من كلا الجنسين تتراوح اعمارهم ما بين (٢٠عام: ٦٠ عام)، وتم تقسيم العينة المختارة إلي عينتين قوام كل منهما (٢٠٠) مفردة، أحدهما تمثل العاملين في المجال السياحي والأخرى تمثل العاملين في غير المجال السياحي، وقد مثلت العاملين في المجال السياحي من غالبية العاملين في منطقة الوادي الجديد في (شركات السياحة، الفنادق، الطيران، مكتب هيئة تنشيط السياحة بالوادي الجديد، مكتب وزارة السياحة والاثار بالوادي الجديد، غرفة شركات السياحة، غرفة المنشآت السياحية والفندقية، البازارات، وبعض المرشدين السياحيين، و العاملين في الحرف اليدوية)، بينما الفئة الأخرى والتي تمثل غير العاملين في المجال السياحي فتضم (٢٠٠) مفردة من العاملين في بعض المدارس، أعضاء هيئة التدريس بالكليات ومعاونيهم، بعض الطلاب، العاملين في محافظة الوادي الجديد ومركز معلومات المحافظة، وبعض المواطنين والتجار .

مواصفات العينة:

جدول رقم (١): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للنوع والسن

مجال العمل السن	غير العاملين في السياحة						العاملون في السياحة					
	الاجمالي		الإناث		الذكور		الاجمالي		الإناث		الذكور	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
أقل من ٢٠	٥	٢,٥	١	١,٤	٤	٣,١	٨	٤,٠	٣	٣,٨	٥	٤,٢
من ٢٠:٣٠	٦٦	٣٣,٠	٢٤	٣٢,٩	٤٢	٣٣,١	٨٠	٤٠,٠	٣٢	٤٠	٤٨	٤٠
من ٣١:٤٥	٩١	٤٥,٥	٣٤	٤٦,٦	٥٧	٤٤,٩	٩٢	٤٦,٠	٣٧	٤٦,٣	٥٥	٤٥,٨
أكثر من ٤٥	٣٨	١٩,٠	١٤	١٩,٢	٢٤	١٨,٩	٢٠	١٠,٠	٨	١٠	١٢	١٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠	٧٣	١٠٠	١٢٧	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٨٠	١٠٠	١٢٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للنوع والسن لكل من عينة العاملين

في السياحة وعينة غير العاملين في السياحة.

ثانياً: عينة من السائحين: تم اختيار عينة قوامها (٢٤٠) مفردة، وقد قسمت هذه العينة الإجمالية إلى عينتين قوام كل منهما مائة وعشرون مفردة، إحداهما تمثل السائحين الانجليز، والأخرى تمثل السائحين الفرنسيين، وقد تم تقسيم العينتين بالشكل السابق للوصول إلى أدق النتائج حول العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف.

ترجع أسباب اختيار السائح الفرنسي إلى:

١. ارتباط المجتمع المصري من الناحية التاريخية بالمجتمع الفرنسي برباط وثيق منذ قدوم الحملة الفرنسية إلى مصر والتي أحدثت هزة عنيفة في المجتمع المصري أيقظت فيه روح التعبير والمقارنة وتقبل الجديد وأصبح الناس أقدر علي إعادة النظر في أحوالهم الاجتماعية، وبالتالي فمن المتوقع أن يكون للثقافة الفرنسية تأثير مباشر وقوي علي الثقافة المصرية. (نهاد كمال، ٢٠٠٤: ٥٢-٥٣)

٢. اهتمام الحكومة الفرنسية بتثقيف وتعليم الشعب الفرنسي منذ الصغر ومن ثم أصبحت الثقافة سمة من سمات الفرنسيين الذين تجذبهم القراءة والتاريخ بشكل كبير وبالتالي فإن مصر بحضارتها وتاريخها أصبحت من أكثر المقاصد السياحية جذبا للفرنسيين العاشقين للحضارة المصرية نظراً لما تملكه مصر من آثار فرعونية ورومانية وقبطية وإسلامية والتي لها سحر خاص في خيال السائح الفرنسي، وقد أجريت دراسة عالمية علي السوق الفرنسي أثبتت أن حوالي ٤٢,٧% من الفرنسيين يسافرون للخارج من أجل التعرف علي ثقافات جديدة. (وليد أمين، ١٩٩٨: ٢٧)

٣. وجود أعداد كبيرة من السائحين الفرنسيين في منطقة الوادي الجديد نظراً لحبهم للآثار وللحضارة المصرية.

بينما ترجع أسباب اختيار السائح الانجليزي الي:

(١) أن السائح الانجليزي من أكثر الجنسيات شغفاً بزيارة مناطق سياحة السفارى والسياحة العلاجية والبيئية بالإضافة إلي تواجده بأعداد كبيرة فيالوادي الجديد.(نهى داود، ٢٣١:٢٠٠٥)

(٢) يمثل السوق الانجليزي ثاني أكثر الأسواق السياحية المصدرة للسياحة إلي مصر بعد السوق الألماني.

(٣) تمكن معظم المصريين من التحدث باللغة الانجليزية، مما يترتب عليه سهولة التواصل مع السائح الانجليزي وحدوث تبادل ثقافي معه.

(٤) تختلف ثقافة الانجليز عن ثقافة الفرنسيين مما يتيح الفرصة لمعرفة درجة الاختلاف في تأثيرهم علي المجتمع المضيف ومدى تأثرهم به.

مواصفات العينة:

جدول رقم (٢): يوضح توزيع أفراد عينة المبحوثين وفقا للسن

النسبة العامة (ن=٢٤٠)	الإجمالي	الإنجليز		الفرنسيين		الجنسية السن
		النسبة (ن = ١٢٠)	العدد	النسبة (ن = ١٢٠)	العدد	
%٢,٥	٦	%٣,٤	٤	%١,٧	٢	أقل من ٢٠
%١١,٦	٢٨	%١٥	١٨	%٨,٣	١٠	من ٢٠: ٣٠
%٣٤,٢	٨٢	%٤١,٦	٥٠	%٢٦,٧	٣٢	من ٣١: ٤٥
%٣٤,٢	٨٢	%٢٦,٧	٣٢	%٤١,٦	٥٠	من ٤٦: ٦٠
%١٧,٥	٤٢	%١٣,٣	١٦	%٢١,٧	٢٦	أكثر من ٦٠
%١٠٠	٢٤٠	%١٠٠	١٢٠	%١٠٠	١٢٠	المجموع

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد عينة المبحوثين وفقا للسن لكل من السائحين الانجليز

والفرنسيين.

جدول رقم (٣): يوضح توزيع أفراد عينة المبحوثين وفقا للنوع

النسبة العامة (ن=٢٤٠)	الإجمالي	الإنجليز		الفرنسيين		الجنسية السن
		النسبة (ن = ١٢٠)	العدد	النسبة (ن = ١٢٠)	العدد	
%٥٣,٣	١٢٨	%٥٥	٦٦	%٥١,٧	٦٢	ذكر
%٤٦,٧	١١٢	%٤٥	٥٤	%٤٨,٣	٥٨	انثى
%١٠٠	٢٤٠	%١٠٠	١٢٠	%١٠٠	١٢٠	المجموع

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد عينة المبحوثين وفقا للنوع لكل من السائحين الانجليز

والفرنسيين.

أدوات الدراسة:

- استمارة البيانات الأولية .
 - مقياس التأثيرات النفسية للسياحة علي المجتمع المضيف .
- الهدف من إعداد المقياس: يهدف المقياس إلى قياس التأثيرات النفسية للسياحة علي المجتمع المضيف والنتيجة عن العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف، وتتضمن التأثيرات النفسية

التغيرات في الجوانب النفسية للمجتمع المضيف، وبالتالي التغيير في السلوكيات الناتجة عن تلك المجتمعات المضيفة.

وصف المقياس: قامت الدراسة بإعداد مقياس التأثيرات النفسية للسياحة علي المجتمع المضيف والناتجة عن العلاقات المتبادلة بين السائح والمجتمع المضيف، من أجل تطبيقه علي عينة تتوافر فيها خصائص عينة المجتمع الاصلى للدراسة.

يتألف المقياس من (٥٦) بنداً ذات تدرج ثلاثي (دائماً، أحياناً، أبداً) مقسمة إلي أربعة عشر بعداً هما (العدوان الجسدي، العدوان اللفظي، الغضب، الاحباط، القلق، الوحدة النفسية، الاعتداءات الجنسية، الاغتراب النفسي، عدم الانتماء، عدم الثقة بالنفس، الانطواء علي الذات، عدم الاعتماد علي النفس، التمرد، الضغوط)

الخصائص السيكومترية للمقياس:

أولاً: صدق المقياس: صدق المحكمين: تم عرض عبارات المقياس في استمارة تحكيم وملحق به التعريفات الإجرائية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في علم النفس و البيئة والسياحة عددهم (١٥) محكم و تم حذف البنود التي اعترض عليها المحكمون ليصبح المقياس (٥٦) بنداً وتم تعديل بعض البنود أيضاً، مع العلم أن البنود كانت تحذف علي أساس حصول البند علي أقل من (٨٠%) من نسبة الاتفاق علي البند بين المحكمين.

الاتساق الداخلي:

جدول (٤): صدق مقياس التأثيرات النفسية للسياحة علي المجتمع

أبعاد المقياس	معامل ارتباط بيرسون	الدلالة المعنوية
العدوان الجسدي	** ٠,٩٤٣	٠,٠٠١
العدوان اللفظي	** ٠,٩٤٧	٠,٠٠١
الغضب	** ٠,٩٥٥	٠,٠٠١
الاحباط	** ٠,٩٣٤	٠,٠٠١
الوحدة النفسية	** ٠,٩٥٠	٠,٠٠١
عدم الانتماء	** ٠,٩٦٥	٠,٠٠١
عدم الثقة بالنفس	** ٠,٩٣٠	٠,٠٠١
الانطواء على الذات	** ٠,٩٤٦	٠,٠٠١
التمرد	** ٠,٩٥٣	٠,٠٠١
الاغتراب النفسي	** ٠,٩٥٢	٠,٠٠١
الاعتداءات الجنسية	** ٠,٩٣٩	٠,٠٠١
الضغوط	** ٠,٩٣٣	٠,٠٠١
الاعتماد على النفس	** ٠,٩٤٥	٠,٠٠١
القلق	** ٠,٩٤٧	٠,٠٠١

للتحقق من صدق مقياس التأثيرات النفسية للسياحة علي المجتمع تم إيجاد الاتساق الداخلي للمقياس وحساب الجذر التربيعي لقيم ألفا حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون للأبعاد جميعها دالة عند مستوى معنوية (٠,٠١) وهي قيم جميعها تؤكد على صدق المقياس، كما تبين صدق المقياس من خلال نتائج الجذر التربيعي لقيم ألفا التي بدورها كانت قيم مرتفعة.

ثانياً: ثبات المقياس: تم استخدام معادلة ألفا (Alpha) للتحقق من ثبات المقياس.

جدول رقم (٥): ثبات وصدق مقياس التأثيرات النفسية للسياحة علي المجتمع المضيف

أبعاد المقياس	عدد العبارات	قيمة ألفا
العدوان الجسدي	٤	٠,٩٩٧
العدوان اللفظي	٤	٠,٩٩٧
الغضب	٤	٠,٩٩١
الاحباط	٤	٠,٩٨٨
الوحدة النفسية	٤	٠,٩٨٧
عدم الانتماء	٤	٠,٩٨٨
عدم الثقة بالنفس	٤	٠,٩٨٧
الانطواء على الذات	٤	٠,٩٨
التمرد	٤	٠,٩٨٢
الاغتراب النفسي	٤	٠,٩٨٩
الاعتداءات الجنسية	٤	٠,٩٩٢
الضغوط	٤	٠,٩٩
الاعتماد على النفس	٤	٠,٩٨٩
القلق	٤	٠,٩٨٢
إجمالي المقياس	٥٦	٠,٩٩٧

للتحقق من ثبات وصدق مقياس التأثيرات النفسية للسياحة علي المجتمع تم استخدام معادلة ألفا (Alpha) للتحقق من ثبات المقياس حيث كانت قيم معامل ألفا للأبعاد مرتفعة أعلى من (٠,٥) وهي قيم جميعها تؤكد علي ثبات المقياس، وبلغت قيمة معامل ألفا (٠,٩٩٧) وهي قيمة مرتفعة تشير لثبات المقياس والاعتماد علي نتائجه

جدول رقم (٦): ثبات التجزئة النصفية لمقياس التأثيرات النفسية للسياحة علي المجتمع

المتغيرات	معامل ارتباط بيرسون	معامل الارتباط
الجزء الأول	٠,٩٧٨	٠,٩٣٨
الجزء الثاني	٠,٩٢٩	

قامت الدراسة بالتحقق من ثبات المقياس باستخدام طريقة التجزئة النصفية، حيث تم تقسيم العبارات إلى جزئين، وبلغ معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لعبارات الجزء الأول والدرجة الكلية للمقياس وهي (٠,٩٧٨)، وحُسب معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لعبارات

الجزء الثاني والدرجة الكلية للمقياس بلغت (٠,٩٢٩)، مما يشير لثبات لكلا من الجزئين كما مدون بالجدول، وبلغ معامل الارتباط لإجمالي المقياس (٠,٩٣٨).
◀ مقياس التأثيرات الثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف .
◀ الهدف من إعداد المقياس:

يهدف المقياس إلى قياس التأثيرات الثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف والنتيجة عن العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف، وتتضمن التأثيرات الثقافية والتغيرات التي تطرأ علي عادات وتقاليد والتغير في اشكال التراث الثقافي.

وصف المقياس: قامت الدراسة بإعداد مقياس التأثيرات الثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف والنتيجة عن العلاقات المتبادلة بين السائح والمجتمع المضيف، من أجل تطبيقه علي عينة تتوافر فيها خصائص عينة المجتمع الاصلى للدراسة.

يتألف المقياس من (٤٨) بنداً ذات تدرج ثلاثي (دائماً، أحياناً، أبداً) مقسمة إلي ستة أبعاد هما (تغير العادات والتقاليد نتيجة للسياحة والاحتكاك بالسائح، تأثير اللغة أو اللهجة المحلية نتيجة الاختلاط بالسائح، تقليد السائح/ المحاكاة، تخلي أبناء المجتمع المضيف عن القيم والعادات الموروثة مقابل الكسب المادي من السائح، ظهور جرائم و سلوكيات غير مرغوبة نتجت عن السياحة والاحتكاك بالسائح، تأثير التراث الشعبي بالسياحة والاحتكاك بالسائح)

◀ الخصائص السيكومترية للمقياس:

◀ أولاً: صدق المقياس

صدق المحكمين: تم عرض عبارات المقياس في استمارة تحكيم وملحق به التعريفات الإجرائية علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في علوم البيئة والسياحة والاجتماع والانثروبولوجيا عددهم (١٠) محكمين و تم حذف البنود التي اعترض عليها المحكمين ليصبح المقياس (٤٨)بنداً وتم تعديل بعض البنود أيضاً، مع العلم أن البند كانت تحذف علي أساس حصول البند علي أقل من (٨٠%) من نسبة الاتفاق علي البند بين المحكمين.

بعد تحديد شكل الاستجابة وإنهاء مرحلة التحكيم للمقياس استقر الامر علي (٥٤) بنداً لقياس التأثيرات الثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف.
جدول (٧): صدق مقياس التأثيرات الثقافية للسياحة علي المجتمع

الدلالة المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	أبعاد المقياس
٠,٠٠١	**٠,٩٩٠	تغير العادات والتقاليد نتيجة للسياحة والاحتكاك بالسائح
٠,٠٠١	**٠,٩٢٩	تأثر اللغة أو اللهجة المحلية نتيجة الاختلاط بالسائح
٠,٠٠١	**٠,٩٨٥	تقليد السائح/ المحاكاة
٠,٠٠١	**٠,٩٦٤	تخلي أبناء المجتمع المضيف عن القيم والعادات الموروثة مقابل الكسب المادي من السائح
٠,٠٠١	**٠,٩٧١	ظهور جرائم وسلوكيات غير مرغوبة نتجت عن السياحة والاحتكاك بالسائح
٠,٠٠١	**٠,٩٨٢	تأثر التراث الشعبي بالسياحة والاحتكاك بالسائح

للتحقق من صدق مقياس التأثيرات الثقافية للسياحة علي المجتمع تم إيجاد الاتساق الداخلي للمقياس وحساب الجذر التربيعي لقيم ألفا حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون للأبعاد جميعها دالة عند مستوى معنوية (٠,٠١) وهي قيم جميعها تؤكد علي صدق المقياس، كما تبين صدق المقياس من خلال نتائج الجذر التربيعي لقيم ألفا التي بدورها كانت قيم مرتفعة.

ثانياً: ثبات المقياس

جدول رقم (٨): ثبات وصدق مقياس التأثيرات الثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف

أبعاد المقياس	عدد العبارات	قيمة ألفا
أ. الملابس	٣	٠,٩٨٦
ب. خروج المرأة للعمل ب. خروج المرأة للعمل	٢	٠,٩٨١
ج. الاختلاط بين الشباب والفتيات من أبناء المجتمع المضيف	٣	٠,٩٥٣
د. عادات اوشكت على الانتهاء	٤	٠,٩٨٢
تغير العادات والتقاليد نتيجة للسياحة والاحتكاك بالسائح	١٢	٠,٩٧٨
أ. التشوية بلغات أخرى	٣	٠,٩٥٤
ب. إهمال اللغة المحلية	٣	٠,٩٦٦
تأثر اللغة أو اللهجة المحلية نتيجة الاختلاط بالسائح	٦	٠,٩٥٣
السلوكيات اليومية	١	--
الهجرة	١	--
المأكل والمشرب والملبس	٢	٠,٩٦٥
نمط الانفاق	٢	٠,٩٨٣
تقليد السائح/ المحاكاة	٦	٠,٩٧١
تخلي أبناء المجتمع المضيف عن القيم والعادات الموروثة مقابل الكسب المادي من السائح	٦	٠,٩٨١
الاستغلال المادي للسائح	٢	٠,٩٦٩
التسول	١	--
البغاء (تجارة الجسد)	١	--
المقامرة	٢	٠,٩٨
الاعتداء على السائح	٢	٠,٩٦
تعاطي المخدرات والاتجار فيها	٢	٠,٩٨٧
تناول الخمر	٢	٠,٩٦٤
ظهور جرائم وسلوكيات غير مرغوبة نتجت عن السياحة والاحتكاك بالسائح	١٢	٠,٩٩٦
الصناعات الشعبية	١	--
مهرجانات الفنون الشعبية	٣	٠,٩٥٨
التراث المادي	١	--
وسائل الدعاية	١	--
تأثر التراث الشعبي بالسياحة والاحتكاك بالسائح	٦	٠,٩٦٩
إجمالي المقياس	٤٨	٠,٩٩٥

للتحقق من ثبات وصدق مقياس التأثيرات الثقافية للسياحة على المجتمع تم استخدام معادلة ألفا (Alpha) للتحقق من ثبات المقياس حيث كانت قيم معامل ألفا للأبعاد مرتفعة أعلى من (0,5) وهي قيم جميعها تؤكد على ثبات المقياس، وبلغت قيمة معامل ألفا (0,995) وهي قيمة مرتفعة تشير لثبات المقياس والاعتماد على نتائجه.

جدول (9): ثبات التجزئة النصفية لمقياس التأثيرات الثقافية للسياحة علي المجتمع

المتغيرات	معامل ارتباط بيرسون	معامل الارتباط
الجزء الأول	0,990	0,995
الجزء الثاني	0,991	

قامت الدراسة بالتحقق من ثبات المقياس باستخدام طريقة التجزئة النصفية، حيث تم تقسيم العبارات إلى جزئين، وبلغ معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لعبارات الجزء الأول والدرجة الكلية للمقياس وهي (0,990)، وحُسب معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لعبارات الجزء الثاني والدرجة الكلية للمقياس بلغت (0,991)، مما يشير لثبات لكلا من الجزئين كما مدون بالجدول، وبلغ معامل الارتباط لإجمالي المقياس (0,995).

◀ استبيان التأثيرات الاعلامية للسياحة علي المجتمع المضيف

◀ الهدف من إعداد الاستبيان: يهدف الاستبيان إلى معرفة مدى تأثير وسائل الاعلام في توجيه العلاقات المتبادلة بين السائح والمضيف، وأيضاً معرفة دور وسائل الاعلام في ابراز التأثيرات النفسية والاجتماعية للسياحة علي المجتمع المضيف.

◀ وصف الاستبيان: قامت الدراسة بإعداد استبيان التأثيرات الاعلامية للسياحة علي المجتمع المضيف والنااتجة عن العلاقات المتبادلة بين السائح والمجتمع المضيف، من أجل تطبيقه علي عينة تتوافر فيها خصائص عينة المجتمع الاصلى للدراسة، يتألف الاستبيان من (21) سؤالاً يستجيب عليه ب (نعم) او (لا)

الخصائص السيكومترية للمقياس: للتحقق من ثبات وصدق استبيان التأثيرات الإعلامية للسياحة علي المجتمع المضيف تم استخدام الاختبارات التالية:
 < أولاً: صدق الاستبيان

جدول (١٠): صدق استبيان التأثيرات الإعلامية للسياحة علي المجتمع

المتغير	$\sqrt{\alpha}$
إجمالي استمارة الاستقصاء الخاصة بالتأثيرات الإعلامية	٠,٩٨٥

للتحقق من صدق مقياس التأثيرات الإعلامية للسياحة علي المجتمع تم إيجاد صدق المقياس من خلال نتائج الجذر التربيعي لقيم ألفا وكانت (٠,٩٨٥) وهي قيمة مرتفعة تؤكد علي صدق المقياس.

< ثانياً: ثبات الاستبيان: معادلة ألفا (Alpha) للتحقق من ثبات المقياس حيث كانت قيم معامل ألفا للأبعاد جيدة أعلى من (٠,٥) وهي قيم جميعها تؤكد علي ثبات المقياس، وتبين صدق المقياس من خلال حساب الجذر التربيعي لقيم ألفا ومعامل ارتباط بيرسون

جدول رقم (١١): ثبات وصدق استبيان التأثيرات الإعلامية للسياحة علي المجتمع المضيف

المتغير	عدد العبارات	قيمة ألفا
إجمالي استمارة الاستقصاء الخاصة بالتأثيرات الإعلامية	٢١	٠,٩٧١

للتحقق من ثبات وصدق مقياس التأثيرات الإعلامية للسياحة علي المجتمع تم استخدام معادلة ألفا (Alpha) للتحقق من ثبات المقياس حيث كانت قيمة معامل ألفا (٠,٩٧١) وهي قيمة مرتفعة تشير لثبات المقياس والاعتماد علي نتائجه.

جدول (١٢): ثبات التجزئة النصفية لمقياس التأثيرات الإعلامية للسياحة علي المجتمع

المتغيرات	معامل ارتباط بيرسون	معامل الارتباط
الجزء الأول	٠,٩٩٤	٠,٩٩٩
الجزء الثاني	٠,٩٩٥	

قامت الدراسة بالتحقق من ثبات المقياس باستخدام طريقة التجزئة النصفية، حيث تم تقسيم العبارات إلى جزئين، وبلغ معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لعبارات الجزء الأول والدرجة الكلية للمقياس وهي (٠,٩٩٤)، وحُسب معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لعبارات

الجزء الثاني والدرجة الكلية للمقياس بلغت (٠,٩٩٥)، مما يشير لثبات لكلا من الجزئين كما مدون بالجدول، وبلغ معامل الارتباط لإجمالي المقياس (٠,٩٩٩) < استمارة استقصاء/ استطلاع آراء السائحين حول طبيعة العلاقة المتبادلة بينهم وبين المجتمع المضيف.

تم توزيع استمارات استطلاع آراء السائحين حول طبيعة العلاقة المتبادلة بينهم وبين المجتمع المضيف، تتحوى الاستمارة علي (١٧) سؤال يجيب عنها السائحين الفرنسيين والانجليز .

إجراءات التطبيق

أجريت الدراسة لهذا الموضوع في الفترة الممتدة من بداية يناير ٢٠٢٠ حتى فبراير ٢٠٢١.

١. تطبقت هذه الأدوات في جلسات تطبيق فردية، مع مراعاة تهيئة موقف التطبيق وتنظيمه بحيث يتم توفير مقدار كبير من الهدوء يمكن الأفراد المشاركين من التخلص من أية مشننات يمكن أن تؤثر على أدائهم، ويساعدهم على طرح أية تساؤلات أو تعليقات يمكن الإجابة عنها. وقبل البدء بجلسات التطبيق يتم التأكد من رغبة الأفراد التامة في المشاركة في التطبيق بحرية ودون أي إجبار، وعند الاطمئنان لجدية الأفراد وحرصهم على المشاركة تبدأ الإجراءات التالية :

٢. تقديم فكرة عامة عن موضوع البحث والهدف منه، وأن هذا البحث يهتم بقياس بعض الخصال الشخصية، والسلوكيات، والاتجاهات، والآراء، وأنه ليست هناك إجابات صحيحة وأخرى خاطئة، وأن من المهم أنم تعبر الإجابة عن سلوك الفرد وحقيقة تصرفاته في شتى الجوانب المختلفة للمواقف. كما كان يتم التنبيه على الأفراد بعدم ترك أية عبارة دون الإجابة عنها .

٣. إعطاء استمارة البحث للفرد المشارك والتي تبدأ بالبيانات الديمغرافية، يليها مقياس التأثيرات النفسية للسياحة علي المجتمع المضيف، ثم مقياس التأثيرات الثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف، وأخيرا استمارة استبيان التأثيرات الإعلامية للسياحة علي المجتمع المضيف، وفي بداية الجلسة أقوم بقراءة التعليمات للفرد مع شرح بسيط لكيفية الأداء عليها خاصة مع مقياس التأثيرات الثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف، وشرح تعليماته الخاصة به، الأمر الذي يستلزم توضيح هذه التعليمات لمزيد من الاطمئنان لفهم الأفراد لها قبل الشروع في الإجابة عنها، حيث تتراوح مدة التطبيق من ٤٥ دقيقة حتي ٦٠ دقيقة شاملة الوقت المنقضى في تلقى أية تعليقات أو تساؤلات منه.

٤. بعد الانتهاء من التطبيق يتم مراجعة استمارات الإجابة قبل مغادرة جلسة التطبيق، وذلك للتأكد من إجابة الفرد عن جميع البنود والبيانات الديموغرافية، مع استبعاد الاستمارات التي لم تستكمل أو الاستمارات التي تشك أنها لم تتل الجدية الكافية من بعض الأفراد أثناء ملاحظتها لأدائهم في جلسة التطبيق .

٥. وبعد تطبيق أدوات الدراسة يتم تصحيحها بناءً على المفاتيح الخاصة بها.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في معالجة البيانات

١. تحليل التباين المتعدد ANOVA. Analysis of Variance للتأكد من دلالة الفروق بين المجموعتين العاملين بالسياحة وغير العاملين بالسياحة.
٢. معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient لحساب الارتباطات بين متغيرات الدراسة.

عرض ومناقشة نتائج الدراسة

يعرض هذا الفصل نتائج تطبيق مقاييس التأثيرات النفسية والثقافية والإعلامية للسياحة علي المضيف، علي عينة أفراد الدراسة العاملين وغير العاملين في المجال السياحي الذكور والإناث، للتحقق من صحة الفروض ومناقشتها، وذلك في ضوء التراث السيكلوجي والخلفية النظرية للمقاييس والدراسات السابقة، وفيما يلي عرض ومناقشة نتائج الفروض:

عرض ومناقشة نتائج الفرض الأول الذي ينص علي أنه: توجد فروق إحصائية دالة ما بين العاملين وغير العاملين في المجال السياحي في التأثيرات النفسية للسياحة لصالح العاملين في المجال السياحي.

للتحقق من صحة هذا الفرض، تم استخدام اختبار تحليل التباين المتعدد لتوضيح الفروق للتأثيرات النفسية للسياحة لأفراد عينة الدراسة العاملين في مجال السياحة باختلاف كل من الفئات العمرية والنوع (ذكور / إناث) علي العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف.

جدول (1): اختبار التباين المتعدد لتوضيح الفروق في التأثيرات النفسية لأفراد عينة الدراسة العاملين وغير العاملين في المجال السياحي باختلاف كل من الفئات العمرية والنوع (ذكور/إناث) علي العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف

الدلالة المعنوية	قيمة اختبار (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
٠,٠٠١	٧٧٦,٥	١٧٣٩٩٦,٥	٥	٨٦٩٩٨٢,٥	النموذج المصحح
٠,٠٠١	٦٧٦٣,٠٥	١٥١٥٤٥٠	١	١٥١٥٤٥٠	الثابت
٠,٠٠١	٣٦٦٦,٩٢	٨٢١٦٧٦,٥	١	٨٢١٦٧٦,٥	العينة
٠,٠٠١	٢٨,٤٤	٦٣٧٢,٥٨٥	٣	١٩١١٧,٧٥	العمر
٠,٥	٠,٤٠٢	٩٠,١١٤	١	٩٠,١١٤	النوع
		٢٢٤,٠٧٨	٣٩٤	٨٨٢٨٦,٦٨	الخطأ
			٤٠٠	٥٨٠٧٩٥٤	الإجمالي
a. R Squared = .908 (Adjusted R Squared = .907)					

أظهرت التحليلات الإحصائية: وجود فروق إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ للتأثيرات النفسية لعينة الدراسة العاملين وغير العاملين في المجال السياحي باختلاف كل من العينة والفئات العمرية حيث كانت قيمتي (ف) ٣٦٦٦,٩٢، ٢٨,٤٤ وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ لصالح العاملين في المجال السياحي مما يشير لمعنوية النموذج كل من العينة والفئات العمرية، بينما لا توجد فروق للتأثيرات النفسية باختلاف النوع (ذكور/إناث)، وبلغت قيمة (R2) ٠,٩٠٧ وهو ما يعني أن نسبة ٩٠,٧% من التباين في العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف يمكن تفسيرها من خلال العينة والفئات العمرية.

كما سبق ثبت صحة الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للتأثيرات النفسية لأفراد عينة الدراسة العاملين/ وغير العاملين في المجال السياحي على العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف باختلاف الفئات العمرية المختلفة لصالح العاملين العاملين في المجال السياحي عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

بينما لم يثبت صحة الفرض: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للتأثيرات النفسية لأفراد عينة الدراسة العاملين وغير العاملين في المجال السياحي على العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف باختلاف النوع (ذكور/إناث).

مناقشة وتفسير النتائج: وسنقوم بتفسير نتائج الدراسة في ضوء التراث السيكلوجي والاطر النظرية للدراسة

تعني هذه النتيجة: أن النشاط السياحي ساعد علي إحداث تغيرات في الجوانب النفسية لأبناء الوادى الجديد العاملين في المجال السياحي و نتيجة الاحتكاك المباشر بالسائح و العلاقات المتبادلة بين السائح وأبناء تلك المجتمع المضيف و الاتصال الثقافي الذي ينتج عنه التناقص و التصادم الثقافي بين الثقافات المختلفة.

حيث ساهم تلك النشاط السياحي في إحداث بعض التأثيرات النفسية صاحبت تغيرات في بعض الجوانب النفسية لأبناء الوادى الجديد العاملين بالسياحة نتيجة الاحتكاك المباشر بالسائح و العلاقات المتبادلة بين السائح وأبناء تلك المجتمع والتفاعل الثقافي بين ثقافتين

متناقضتين، متباعدين يصعب التقريب بينها، ثقافتين غير متكافئتين، ثقافة تراثية مفعمة بالمواطنة الأصلية، وأخرى تغريبية عصرنه، وتتمثل هذه التغيرات في الجوانب النفسية في شعور أهالي الوادي الجديد العاملين بالسياحة بالاغتراب النفسي، والوحدة النفسية، وعدم الانتماء، و عدم الثقة بالنفس، و الانطواء علي الذات، و التمرد، و عدم الاعتماد علي النفس علاوة علي حدوث بعض التغيرات في الجوانب السلوكية الانفعالية منها العدوان الجسدي، والعدوان اللفظي، و الضغوط، و الغضب، و القلق، والاحباط، والاعتداءات الجنسية.

« وتتفق هذه النتيجة: مع الاطار النظري للدراسة، حيث أكد كل من Belal.,2002K، Davidson., 1989، و يسرى دعيس ٢٠٠١، علي أنه بالنسبة لمن يتصل عملهم بالنشاط السياحي نجد ان غالبيتهم قد تأثروا نفسياً بشكل كبير مقارنة بالعاملين في مجالات آخري، حيث أدت السياحة والعلاقات المتبادلة والاحتكاك المباشر بين السائح والمجتمع المضيف، إلي تزايد مشاعر الكراهية والعدوانية تجاه السائحين، كما تسهم السياحة في تزايد الشعور بالضغوط والصراع النفسي في أقاليم العرض السياحي، وشعور المواطنين بالاستياء والغضب من بعض تصرفات السائحين وأيضاً نتيجة الاستغلال السيء لمشاعر المضيفين ومحاولة استغلال فقر أبناء المجتمع المحلي، وسيادة مشاعر الخوف والحذر والقلق لدي المضيفين، وسيادة مشاعر الإحباط لدي غالبية المضيفين، والإحساس بتدني الذات وعدم الثقة بالنفس والانطواء علي الذات، بالإضافة إلي ارتفاع نسبة الاعتداءات الجنسية للسائح .

وهذا أيضا ما تؤكدته نظرية التعليم الاجتماعي،والتي تقوم علي فكرة اساسية وهي هي أن السلوك اجتماعي للتعلم، يتعلمه الفرد أي عن طريق مشاهدة الغير في MODALING طريق النمذجة سلوك ما وحين يحصل علي تعزيز نتيجة قيامه بهذا السلوك فإن غيره يميل إلي تقليده في سلوكه مما يؤدي إلي تعميم ذلك السلوك علي أشخاص آخرين.

عرض ومناقشة نتائج الفرض الثاني الذي ينص علي أنه: توجد فروق إحصائية دالة ما بين العاملين وغير العاملين في المجال السياحي في التأثيرات الإعلامية للسياحة لصالح العاملين في المجال السياحي.

للتحقق من صحة هذا الفرض، تم استخدام اختبار تحليل التباين المتعدد لتوضيح الفروق للتأثيرات النفسية للسياحة لأفراد عينة الدراسة العاملين في مجال السياحة باختلاف كل من الفئات العمرية والنوع (ذكور / إناث) علي العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف.

جدول (٢): اختبار التباين المتعدد لتوضيح الفروق للتأثيرات الثقافية لأفراد عينة الدراسة غير العاملين/ وغير العاملين في مجالات السياحة باختلاف كل من الفئات العمرية

والنوع (ذكور/إناث) على العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة اختبار (ف)	الدالة المعنوية
النموذج المصحح	٦١١١٧٣,٨	٥	١٢٢٢٣٤,٨	٩٠٥,٠١٥	٠,٠٠١
الثابت	١١٥٠,٢٧٦	١	١١٥٠,٢٧٦	٨٥١٦,٥٤	٠,٠٠١
العينة	٥٨٧٣٨٣,٧	١	٥٨٧٣٨٣,٧	٤٣٤٨,٩٤	٠,٠٠١
العمر	٨٠٣٨,١٣	٣	٢٦٧٩,٣٧٧	١٩,٨٤	٠,٠٠١
النوع	١٥٩,٣٤٧	١	١٥٩,٣٤٧	١,١٨	٠,٣
الخطأ	٥٣٢١٥,١٢	٣٩٤	١٣٥,٠٦٤		
الإجمالي	٤٢٢٩٨٧٧	٤٠٠			
a. R Squared = .920 (Adjusted R Squared = .919)					

أظهرت التحليلات الإحصائية: وجود فروق لتأثير إحصائي عند مستوى معنوية (٠,٠١) للتأثيرات الثقافية لأفراد عينة الدراسة باختلاف كل من العينة والفئات العمرية حيث كانت قيمتي (ف) (٤٣٤٨,٩٤ ، ١٩,٨٤) وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١) مما يشير لمعنوية النموذج كل من العينة والفئات العمرية، بينما لا توجد فروق للتأثيرات الثقافية باختلاف النوع (ذكور/إناث)، وبلغت قيمة (R2) (٠,٩١٩) وهو ما يعني أن نسبة (٩١,٩%) من التباين في العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف يمكن تفسيرها من خلال العينة والفئات العمرية.

◀ مما سبق ثبت صحة الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للتأثيرات الثقافية لأفراد عينة الدراسة العاملين/ وغير العاملين في المجال السياحي على العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف باختلاف الفئات العمرية المختلفة لصالح العاملين في المجال السياحي، عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

◀ بينما لم يثبت صحة الفرض: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للتأثيرات الثقافية لأفراد عينة الدراسة العاملين/ وغير العاملين في المجال السياحي على العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف باختلاف النوع (ذكور/إناث).

مناقشة وتفسير النتائج: وستقوم الباحثة بتفسير نتائج الدراسة في ضوء والخلفية النظرية

ونائج الدراسات السابقة والاطار النظري للدراسة وفيما يلي عرض ومناقشة نتائج الفرض:

◀ **تتفق هذه النتيجة:** مع نتائج غالبية الدراسات السابقة والتي أيدت وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور والإناث علي الدرجة الكلية للتأثيرات الثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف وابعاده مع الاختلاف في طبيعة هذه الفروق، أمثال دراسات كل من (عادل عبد العظيم ٢٠٠٠، ميادة ٢٠٠٢، كيمكي تاكهشي ٢٠٠٣، كوهاري ٢٠٠٣، بيجي تو ٢٠٠٣، عبير عبد المطلب ٢٠٠٤، حمدي سليمان عطية ٢٠٠٦، عادل عبد العظيم ٢٠١٠، هبه صلاح ذكي ٢٠١١)، حيث توصلت نتائج غالبية الدراسات السابقة والتي هدفت إلي معرفة التأثيرات الثقافية لسياحة علي المجتمع المضيف والناجمة عن العلاقات المتبادلة بين السائح والمضيف، إلي أن مختلف العناصر الثقافية في البد المضيف قد تأثرت بقدوم السائح نتيجة لحدوث نوع من الاتصال الثقافي بينه وبين أبناء المجتمع المضيف (المحلي) ونتج عن هذا الاتصال العديد من الآثار الثقافية الايجابية والسلبية. و هذا أيضاً ما تؤكدته نظرية الانتشار الثقافي حيث تبرز دور الاحتكاك الثقافي في عملية تغير الثقافات.

﴿ **وتعني هذه النتيجة:** أن النشاط السياحي ساعد علي إحداث تغيرات ثقافية نتجت عن العلاقات المتبادلة بين السائح والمضيف والاحتكاك والاتصال الثقافي بين الثقافات المختلفة مثل تغير في العادات والتقاليد كعادات الملبس وخروج المرأة للعمل، والاختلاط بين الشباب والفتيات من أبناء المجتمع المضيف، الزواج من الاجنبيات، الاهتمام بالريح المادي، تغير في السلوكيات اليومية، عادات اوشكت علي الانتهاء؛ تأثر اللغة أو اللهجة المحلية أما عن طبيعة هذا التأثير فتتمثل في اكتساب وتعلم لغات اجنبية، أو التشوية بلغات أخرى، إهمال اللغة المحلية؛ تقليد السائح في السلوكيات اليومية، نمط انفاقه، مأكله ومشربه وملبسه، الهجرة؛ تخلي أبناء المجتمع المضيف عن القيم والعادات الموروثة مقابل الكسب المادي من السائح.

﴿ تأثر النسق الواحاتي بشقيه المادي والغير المادي وتأثر شكل وعناصر التراث الثقافي الشعبي والتي منها الأفراح والمناسبات، المولد والمناسبات الدينية، الرقص والغناء، الطعمة الشعبية، الأزياء الشعبية، الصناعات الحرفية والبيئية، المهرجانات والمناسبات الخاصة، العادات والتقاليد الخاصة بأهالي الوادي الجديد التي أوشكت علي الانتهاء.

﴿ وظهور جرائم وسلوكيات غير مرغوبة نتجت عن السياحة كالاغتيال علي السائح، الاستغلال المادي للسائح، التسول، البغاء (تجارة الجسد)، المقامرة، تعاطي المخدرات والاتجار فيها، بيع الاثار للسائح والاتجار فيها.

عرض ومناقشة نتائج الفرض الثالث الذي ينص علي أنه: توجد فروق إحصائية دالة ما بين العاملين وغير العاملين في المجال السياحي في التأثيرات الإعلامية للسياحة لصالح العاملين في المجال السياحي.

للتحقق من صحة هذا الفرض، تم استخدام اختبار تحليل التباين المتعدد لتوضيح الفروق للتأثيرات الثقافية للسياحة لأفراد عينة الدراسة العاملين في مجال السياحة باختلاف كل من الفئات العمرية والنوع (ذكور / إناث) علي العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف.

جدول رقم (٣): اختبار التباين المتعدد لتوضيح الفروق للتأثيرات الإعلامية لأفراد عينة الدراسة العاملين/ وغير العاملين في المجال السياحي باختلاف كل من الفئات العمرية والنوع (ذكور/إناث) على العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف

الدالة المعنوية	قيمة اختبار (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
٠,٠٠١	٢٢٧,٠٥٤	٢٣٠٦٠,٥٥	٥	١١٥٣٠٢,٧	النموذج المصحح
٠,٠٠١	٣٧٠٩,٩٨٩	٣٧٦٨٠١,٧	١	٣٧٦٨٠١,٧	الثابت
٠,٠٠١	٧٢,٧١	٧٣٨٤,٨٩٣	١	٧٣٨٤,٨٩٣	العينة
٠,٠٠١	٣٣٦,٣٧	٣٤١٦٣,٣٧	٣	١٠٢٤٩٠,١	العمر
٠,٣	٢,١٣٥	٢١٦,٨٠٢	١	٢١٦,٨٠٢	النوع
		١٠١,٥٦٤	٣٩٤	٤٠٠١٦,٢٥	الخطأ
			٤٠٠	١٨٣٧٥٢٨	الإجمالي
			٣٩٩	١٥٥٣١٩	

a. R Squared = .742 (Adjusted R Squared = .739)

كما سبق ثبت صحة الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للتأثيرات الثقافية لأفراد عينة الدراسة العاملين/ وغير العاملين في المجال السياحي على العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف باختلاف الفئات العمرية المختلفة لصالح العاملين في المجال السياحي، عند مستوى دلالة ٠,٠٠١

بينما لم يثبت صحة الفرض: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للتأثيرات الثقافية لأفراد عينة الدراسة العاملين/ وغير العاملين في المجال السياحي على العلاقة المتبادلة بين السائح والمضيف باختلاف النوع (ذكور/إناث).

مناقشة وتفسير النتائج: وستقوم الباحثة بتفسير نتائج الدراسة في ضوء والخلفية النظرية ونتائج الدراسات السابقة والاطار النظري للدراسة وفيما يلي عرض ومناقشة نتائج الفرض:
ك تعني هذه النتيجة: لوسائل الإعلام المختلفة دور في توجيه وتشكيل تلك العلاقات المتبادلة بين السائح والمجتمع المضيف، والتي تتمثل تلك التأثيرات علي اتجاهات وموقف المجتمع المضيف للسائح، وتغيير الاصول المعرفية وإحلالها بأصول معرفية جديدة بدلا منها.

أما عن التأثير في أنماط السلوك، فتؤثر وسائل الإعلام في سلوك المجتمع المضيف عن طريق محاولة تثبيت فهم حصيلة أو إزالتها لدي الأشخاص محدودي التجربة؛ كما لوسائل الإعلام المختلفة دور في إبراز التأثيرات النفسية والثقافية للسياحة علي المجتمع المضيف، وهذا ما يؤكد الاطار النظري للدراسة، تؤكد شيماء محمد رزق ٢٠١٤، أحمد محمد الباز ٢٠١٦ إلي وجود علاقة ارتباطية قوية دالة إحصائيا بين التعرض للبرامج السياحية في القنوات التلفزيونية ودرجة الوعي السياحي لديهم

النتائج العامة للدراسة

١. ان مختلف العناصر النفسية والثقافية في البلد المضيف قد تأثرت بقدوم السائح نتيجة لحدوث نوع من الاحتكاك المباشر والاتصال الثقافي بينه وبين ابناء المجتمع المحلي ونتج عن هذا الاتصال العديد من الآثار النفسية والثقافية والايجابية والسلبية في منطقه الوادى الجديد، ومنها تغير في العادات والتقاليد، تقليد السائح / محاكاته، تغير في بعض سلوكيات الافراد، تغير في الجوانب النفسية).
٢. التأثيرات النفسية والثقافية السلبية التي يتعرض لها مجتمع الدراسه ليست السياحة هي المسئول الوحيد عنها ولكن يوجد العديد من العناصر الاخرى التي تشترك معها في هذه المسؤولية وهي التلفزيون والانترنت ووسائل الاعلام بصفه عامه .

أهم توصيات الدراسة

- الاهتمام بعمل دراسات عن التأثيرات النفسية والثقافية والاعلامية الناتجة عن الاحتكاك بين السائح والمضيف بصفة دورية وذلك نظرا للتغيرات السريعة التي تطرأ علي الجانب النفسي والثقافي حتي يمكن اكتشاف أى مشكلات قبل أن تتطور وتزيد حداثها مع الاهتمام بمعالجة الآثار السلبية وتعظيم الآثار الايجابية.
- الاهتمام من قبل الباحثين، وأجهزة السياحة الرسمية بعمل أبحاث وجمع المعلومات عن سلوكيات، وثقافات، وعادات، وتقاليد السائحين الاجانب بجنسياتهم المختلفة وتعريف المجتمع بها حتي لا تكون مفاجئة بالنسبة لهم، وحتى يعرف العاملون في السياحة ما هي طريقة التعامل المثلى مع كل جنسية.

المراجع

أحمد الجلاد (١٩٩٨): التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتب، ط ١.
صبرى عبد السميع (١٩٩٦): نظرية السياحة كلية السياحة والفنادق جامعة حلوان، الطبعة الرابعة.

٢٠١٥.

محمد خميس الزوكة (١٩٩٦): صناعة السياحة من التطور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية .
يسرى إبراهيم دعبس (٢٠٠١): العلاقات الاجتماعية للسائح، رؤية في أنثروبولوجيا السياحة، سلسلة علم الإنسان وقضايا المجتمع، الكتاب الحادى عشر.

حمدى سليمان محمد عطية (٢٠٠٦): أثر العمل في مهنة السياحة علي تغير النسق الثقافي لبدو جنوب سيناء (دراسة انثروبولوجية)، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس.

خالد عبد الوهاب البلوشى (٢٠١٢): الإعلام ودوره في التدفق السياحي في سلطنة عمان في ضوء التجربة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان،

ريم فاروق النشار (٢٠١٢): مقومات السياحة الالكترونية في مصر ودورها في تطوير الأداء السياحي، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة الإسكندرية

شيماء السيد رزق محمد (٢٠١٤): دور البرامج السياحية في الفضائيات المصرية في نشر الوعي السياحي لدي عينة من طلاب الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس

صابرين جابر عبد الجليل (٢٠٠٠): تقييم القنوات الفضائية المصرية في تنشيط حركة السياحة الدولية إلي مصر، رسالة ماجستير - غير منشورة، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان

عادل عبد العظيم عزب (٢٠٠٠): دراسة ايكولوجية للمتغيرات الاجتماعية المتعلقة بالسياحة التاريخية في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الإنسانية البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس .

عبد الوهاب جودة عبد الوهاب (٢٠٠٠): الأثار الاجتماعية والأقتصادية للإستثمار السياحي في ظل التحولات الهيكلية للمجتمع المصري، دراسة تطبيقية في مدينة الغردقة، رسالة دكتوراة، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس.

عبير عبد الرحمن عبد المطلب (٢٠٠٤): التنمية السياحية وأثرها علي الحياة الأقتصادية (دراسة اجتماعية علي مركزين بشرم الشيخ)، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس .

ميادة حسن عبداللطيف (٢٠٠٢): اتجاهات المجتمع المضيف نحو السياحة الوافدة، رسالة دكتوراة غير منشورة، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان.

هبه صلاح ذكي (٢٠١١): التبادل الأقتصادي والثقافي بين السائح والمضيف وأثره علي المجتمعات السياحية بالتطبيق علي مدينة الأقصر . رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الدراسات السياحية، كلية سياحة وفنادق، جامعة المنوفية .

- Andari,R.,Setiyorini,H.P.D.A Comparative study of both the local Community and tourists,perceptions concerning the development of thematic parks in a city setting,Man in India, 96(12, 2016).
- Boaky E, k.A., (2010): Studying Tourists, Suitability as Crime Targets, Annals of Tourism Research.
- Cooper (Chris) and other , tourism principles and practice, third edition 2005..
- Henderson (John C.) ,Tourism Crises Causes , Consequences and Management , Butterworth Heinemann , oxford, 2007.
- Kim,B,.What Faciliates a Festival Tourist? Invesigating Tourists ,Experiences at a Local Community Festival,.,Asia pacific Journal of Tourism Research,20(9).
- Kimaki Takahashi(2003): Tourism and Social Change,Gaduate,School of international development,Nagoya university,Philippiens.
- Lea (John) (1988): Tourism and development in the third World, Routledge , London and new York 1988.
- Mason (Peter)(2003): Tourism Impacts , Planning and Management Butter Worth Heinemann .Oxford.
- Mathieson,Alister&Gaffery(1982): Wall,tourism,Economic physical and social Impact,Longman group,London,and N.Y..
- Mclintosh (Robet W.) and Goeldner (Cherlis R.) (1986): Tourism Principles, Practices. Philosophies , John Wiley and Sons Canada , .
- Uysal, M., Perdue, R.R., Joseph Sirgy, M. (2012): Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities. Cited 51 times.

THE PSYCHOLOGICAL, CULTURAL AND MEDIA EFFECTS THAT RESULTS OUT OF THE INTERRELATION BETWEEN A TOURIST AND OF HOST

**Heba A. O. Hafez⁽¹⁾; Saadia M. A. Bahader⁽²⁾;
Moustafa I. Awad⁽³⁾ and Ghada A. Hammoud⁽⁴⁾**

1) Post Grad. Student, Institute of Environmental Studies and Research, Ain Shams University 2) Graduate Childhood Studies, Ain Shams University.3) Institute of Environmental Studies and Research, Ain Shams University.4) Faculty of Tourism & Hotels, Helwan University.

ABSTRACT

This study drives at identifying the psychological, cultural and media influences of tourism on the study sample of working/non-working personnel in tourism field according to the difference in the mutual relationship between the tourist and the host. The study sample consists of (400) items, selected randomly from meals and females of workers and non-workers in the tourism field on new valley, and another sample consisting of (240) items representing French/English tourists. The study relies on the comparative-descriptive method. The researchers have designed a scale of the psychological influences of tourism on the host community, a scale of the cultural influences of tourism on the host community, a scale of the media influences of tourism on the host community, a questionnaire and a tourist opinion poll. The study results indicate that there are statistically significant differences for the psychological, cultural and media influences between the study sample items of workers/non-workers in the tourism field on the mutual relationship between the tourist and the host due to

the different age stages and due to gender (males / females), in favor of workers in tourism field at (0.01) significance level.

Keywords: psychological influences - cultural influences - media influences - tourism - tourist - host community- new valley