



## الدليل السياحي كوسيلة اتصال اعلامية وتأثيرها في تنمية الوعي السياحي دراسة تطبيقية لعينة من شركات السياحة والسفر في محافظة النجف الأشرف

ا.م. د ساميه هاني عجيل

م. د عادل تركي فرحان

ا.م. د مريم ابراهيم حمود

### كلية الادارة والاقتصاد / قسم السياحة

الدراسة الحالية بصورة رئيسة إلى اختبار مدى تأثير الدليل السياحي في تنمية الوعي السياحي السياحية، والذي يسعى بشكل جدي لتقليل الفجوة المعرفية التي تفسر طبيعة العلاقة المتغيرات، إذ تم اعتماد الدليل السياحي في مكان العمل بإبعاها متغيراً مستقلاً ، والوعي السياحي بإبعاها متغيراً معتمداً. يعد الدليل السياحي من وسائل الاتصال المهمة لجذب السياح واصبحت متغيراً مهمً لصياغة الوعي لدى الجمهور القضايا التي تقدمها وسائل الاتصال الاخرى المسموعة منها ورسالة عالمية تتبع من اعتماد السائحين في تحديد المواقع السياحية واهمية هذه الاماكن لدى السائح وقربها من بعضها ، فضلاً عن توزيع الوقت المخصص لكل منها حسب مكان السياحي والتي تسهم تنمية الوعي السياحي ان للوعي السياحي اهمية كبيرة في تنشيط قطاع السياحة وبكل انواعها اذ انه كلما ارتفع مستوى الوعي السياحي لدى الافراد كان له الاثر الكبير في جذب السياحة للبلد اضافةً الى ذلك ان الاهتمام بالقطاع السياحي يساعد على الارتقاء بالبلد وان زيادة ادراك ووعي الافراد لأهمية ذلك القطاع ينعكس بشكل كبير على المجتمع بشكل عام.

من اهم الإستنتاجات التي تم التوصل اليها الدراسة ان الوعي السياحي تكمن اهميته من خلال من ابراز المعالم الثقافية والاقتصادية والاجتماعية والدولية التي يقدمها الدليل السياحي بشكل واضح وصريح. كما ويمثل الدليل السياحي قيمة حقيقة ومدركة لأهمية السياحة واستثمارها للصالح الاقتصادي للبلد والتقليل من الاثار السلبية التي تؤثر على تحقيق المصالح بشكل عام .

الكلمات المفتاحية : الدليل السياحي ، تنمية الوعي السياحي.



## المقدمة :

يُعدّ القطاع السياحي من الأساسيات والآليات المهمة التي تسعى الى تطوير المجتمع بكافة جوانبه لأنه يتمحور حول الاشخاص الذين يُعدّون محور للتنمية السياحية ولا بد من التركيز على مدى ادراكهم للجانب السياحي من خلال زيادة وعيهم وهو الهدف الذي يعد الأسمى الذي تسعى إليه المنظمات، ولا بد من دراسة بعض المشكلات التي يمر بها مقدم الخدمة السياحية وهي ان افتقار القطاع السياحي الى الوعي بأهمية الدليل السياحي المقدم في مكان العمل. تاريخياً ، يعد الدليل السياحي من أقدم الأنشطة البشرية. أدلة موجودة منذ نصف ألف عام ، ولكن مع بداية السياحة الجماعية الحديثة أصبحت كذلك عامل مهم في صناعة السفر منذ ذلك الحين. اليوم ، من الصعب تصور تنظيم السياحة بدون خدمة المرشدين ، سواء من مدراء الرحلات السياحية "الذين يرافقون المجموعة أثناء السفر) والمرشدين السياحيين (الذين يرحبون بالمجموعة).

ومع ذلك ، فقد حظي هذا النشاط مؤخرًا نسبيًا باهتمام أكبر في الأدبيات الأكاديمية. ويتزامن اهتمام الباحثين مع القلق المتزايد بشأن استدامة التراث. بدأ يُنظر إلى الأدلة على أنها وسيلة فعالة لنقل الرسائل البيئية المهمة للزوار والسياح. وقد أدى هذا بطبيعة الحال إلى إجراء تحليل أكثر شمولاً للأدوار الأخرى التي قد يلعبونها في السياحة المعاصرة وأكد على الحاجة إلى مراقبة المعايير التوجيهية (Rabotić, 2010).

نظرًا لأن المرشد السياحي على اتصال دائم ومتواصل مع أعضاء الرحلة طوال مدة الرحلة بأكملها ، فإن مسؤولية تحقيق مستويات أعلى من رضا العملاء يتم نقلها إليهم في الغالب وعادة ما يكون للمرشد السياحي لقاءات متكررة وممتدة ومكثفة في الغالب مع الأشخاص الذين يشاركون في الرحلات ومن المتوقع أن يظهروا مشاعر متنوعة. إنهم يتصرفون بدور العامل العاطفي المميز في البيئة السياحية. بالإضافة إلى ذلك ، لديه أو لديها مساحة ووقت محدودين للغاية لنفسه أو لها لتفريغ العبء العاطفي ؛ ونتيجة لذلك ، فإنهم يواجهون قدرًا أكبر بكثير من التحدي (Irigüler, and Mehmet, 2016).

ورغم ذلك الوعي السياحي المجتمعي الذي لا يزال منخفضًا ، بحيث يكون هناك نقص في الود والوعي العام ليكون قادرة على استقبال زيارات من المجتمعات الأخرى Sihombing et.al., (209).

لذلك تناولت هذه الدراسة حيث شملت على المبحث الاول متضمن المنهجية، والمبحث الثاني يتمحور حول الجانب النظري الذي يتكون من شقين المتغير الاول الدليل السياحي من حيث



المفهوم والاهمية والابعاد والمتغير الاخر الوعي السياحي من حيث المفهوم والاهمية والانواع وابعاده ، في حين كان الجانب العملي المبحث الثالث، واخيرا الاستنتاجات والتوصيات.

## المبحث الأول

### منهجية الدراسة

#### أولاً: مشكلة الدراسة :

ان مشكلة الدراسة تبلور في ادراك وجود ضع واضح لدى منظمات حول توظيف المفاهيم السلوكية الموجودة حالياً وعلى وفق الأسس العلمية السليمة، ان صناعة السياحة تعتمد بصورة كبيرة جدا في ادارة اعمالها على الوعي بأهمية هذه الصناعة عكس بقية الصناعات الاخرى، بالإضافة الى ضعف معايير المقدمة في ادراك الخدمات السياحية والمنتجات المقدمة ، تبرز مشكلة الدراسة من عدم معرفة تأثير الوعي السياحي المقدم من قبل المنظمات السياحية في ترويج السياحة بالرغم من امتلاكها لعدد كبير من الادلة السياحية والتي تعد مقوم اساسي تستند عليه اغلب الشركات السياحية و ذات الشهرة العالمية الا انها لم تمارس دورها السياحي بشكل يتناسب مع هذه الاهمية والمكانة العالمية . ، ويمكن تقديم اختصار لمشكلة الدراسة في تساؤل رئيس مفاده:

هل إن الدليل السياحي له أثر في تحقيق الوعي السياحي لدى السائحين من مختلف مناطق مكان العمل السياحي ؟

ومن هنا انبثقت عدة تساؤلات للدراسة الحالية ومنها .

1- ما هو مستوى تمتع منظمات العمل السياحي من امكانيات عالمية التي مكنتها من الوصول الى النجاح وتحقيق اهدافها والذي يتم من خلاله التعرف سلوكيات الشخص السائح ووعيه بأهمية عنصر السياحة من خلال الدليل السياحي المقدم؟

2- ما هو نوع العلاقة بين الدليل السياحي وتحقيق الوعي السياحي؟

3- **ثانياً: أهمية الدراسة:** امكانية تطوير الدراسة الحالية وذلك في جانبين مهمين الاول يتمثل عبر تطبيقها بالمنظمات السياحية والمتمثلة بشركات السياحة والسفر والثاني عبر اضافة هذه المتغيرات التي قد تسهم في تعزيز العلاقة بين متغيراتها والتي تتدرج ضمن تحقق التالي :

1- اهمية الدراسة تتبع من المتغيرات التي تناولها البحث واهميتها .



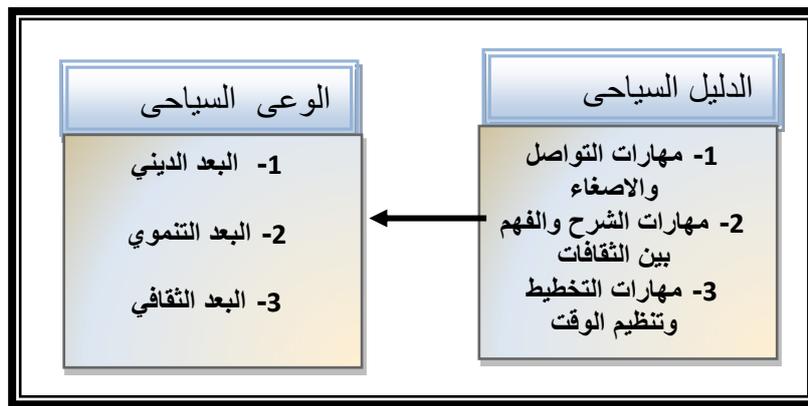
- 2- هذه الدراسة تعد مهمة كونها من الدراسات المهمة التي تناولت الدليل السياحي الذي يمثل الركيزة الأساسية التي ترسي أسس التعامل بين السائح والمجتمع السياحي والمضيف لزيادة الوعي لديهم .
- 3- محاولة الكشف عن العلاقة والاثربين الدليل السياحي والوعي السياحي تجاه العمل السياحي في الشركات السياحية ذات الصلة وذلك من أجل تحقيق أكبر قدر من الاستفادة ضمن مجال العمل السياحي.

### ثالثاً: اهداف الدراسة :

- تسعى الدراسة الى تحقيق مجموعة اهداف يمكن توضيحها من خلال الاتي :
- 1- قياس مستوى العلاقة بين الدليل السياحي والوعي السياحي الذي لا بد من استخدامه في مجال العمل السياحي.
- 2- استكشاف مستوى التأثير الذي يقدمه الدليل السياحي للسائح والمجتمع السياحي لتعزيز عامل الوعي السياحي لديهم ارتفاع معدلاته .

### رابعاً: نموذج الدراسة الفرضي

يمثل نموذج الدراسة الفرضي توضيحاً للمواضيع المطروحة قيد الدراسة وايضاً تحليلاً للعلاقات السببية بين هذه المتغيرات للنموذج الدراسي، المتغير المستقل الأول لنموذج الدراسة الفرضي والمتمثل بالدليل السياحي والذي يضم ثلاث أبعاد فرعية متمثلة بـ(مهارات التواصل والاصغاء، مهارات الفهم والشرح بين الثقافات، مهارات التنظيم وتخطيط الوقت )، أما المتغير المعتمد فهو الوعي السياحي بأبعاده الثلاثة (الديني، الثقافي، التنموي).



الشكل (1) انموذج الدراسة الفرضي

علاقات التأثير ← بين المتغيرات.



### خامساً: فرضيات الدراسة

الفرضية الدراسة الرئيسة: تشير الفرضية الى وجود علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية في دليل السياحي على الوعي السياحي ، وتفرعت هذه الفرضية الى عدد من الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية 1 : وجود علاقة تأثير ذو دلالة معنوية بين مهارات التواصل والاصغاء والوعي السياحي.

الفرضية 2 : وجود علاقة تأثير ذو دلالة معنوية بين مهارات الفهم والشرح بين الثقافات والوعي السياحي

الفرضية (3): وجود علاقة تأثير ذو دلالة معنوية بين مهارات التخطيط وتنظيم الوقت والوعي السياحي

### سادساً : مجتمع وعينة الدراسة :

تتمثل عينة الدراسة بمجموعة من المدراء العاملين لهذه الشركات السياحية وذلك لتوافق وتخصص عملهم مع متغيرات البحث، اذ يتمثل حجم المجتمع في عدد من الشركات السياحية في محافظة النجف (50) شركة سياحية، وتم إختيار عينة من هذا المجتمع بلغت (55) شركة سياحية وبنسبة (20%) من العينة المراد معرفة آرائهم بشأن المتغيرات للدراسة الحالية وقد تم توزيع (76) إستمارة إستبيان، استلم الباحث منها (61) استمارة، والصالح منها للتحليل الاحصائي (60) استمارة

## المبحث الأول

### الدليل السياحي مفهومه وأنواعه ومقومات الجذب

#### أولاً : مفهوم الدليل السياحي

عند ذكر "الدليل السياحي" نجد خلطاً كبيراً بين مفهومه كمنشورات توزعها الجهات المسؤولة عن السياحة والأسفار، ويعبر لنا عن مدى قافة ووعي الشخص من اجل تقديمه الرسالة الواضحة والصورة الصحيحة عن بلده الاصلي بدون زيادة ، وهو بالتالي يقابل المجموعة السياحية كأول شخص وآخرهم ، وتقع عليه مسؤولية الحفاظ على تلك المجموعة السياحية التي يرافقها وتحتوي الأدلة السياحية على معلومات متنوعة وصور وخرائط توضح مواقع الفعاليات



يعد الإرشاد السياحي احد المفاهيم التي بدأت تتطور وتتجذر في صناعة السياحة، وذلك نتيجة الاهتمام المتزايد من قبل الجهات السياحية او الجهات ذات العلاقة بالسياحة بهذه المهنة وعدها مهنة أساسية لتتوير السائح وتعميق معرفته بالمكان الذي يزوره او يقصده ، بالإضافة الى إدراك مدي علاقته بالصورة الذهنية التي تتكون لدى السائح عن الوجهة السياحية والسكان المحليين المتواجدين في هذه الوجهة. (الطائي، 2000 : 84) ان التعريف العام للمرشد السياحي تضمن فئة الدليل بين السياحيين بأنهم " (أولئك الأشخاص الذين يقومون بإدارة السياحية سواء أكانت متضمنة لمجموعة من السياح أو لشخص واحد فقط ويملكون مستوى كافي من الخبرة والمعلومات عن مكان ما، والتي تكون بدورها ضرورية ومهمة جدا لإعطاء السياح الصورة الكافية عن الوجهة التي يقودهم الدليل السياحي إليها". (كافي وآخرون، 2013 : 61)، ويعرف الدليل السياحي ايضا بانه (الشخص الذي يكلف بقيادة وتوجيه ورعاية وتنظيم المجموعة السياحية المرافقة له عن طريق برنامج الرحلة السياحية بهدف الوصول معهم لتحقيق هدف او مجموعة من الاهداف). (محمد، 2022 : 16).

يعد الدليل السياحي هو الصورة الاصلية الحقيقية المعبرة والممثلة عن بلاده اي انه يعتبر بحق سفيرا لبلده من خلال مرافقة المجاميع السياحية اذ يتحتم عليه اي الدليل السياحي ان يتصف بالأخلاق العالية والسمعة الطيبة وان يتحلى بالصبر وسعة الصدر من اجل استيعاب كافة المشاكل والاحداث الطارئة التي يتعرض لها مع المجموعة السياحية التي يقودها ومواجهة كافة هذه المشاكل بعقلانية وكياسة وحسن تصرف.

### ثانيا : أهمية الدليل السياحي :

الدليل هو الشخص الأخير في سلسلة الأشخاص العاملين على تكوين وعرض وبيع وتنفيذ المنتج السياحي (السفر السياحي المنظم والرحلة السياحية) وهو الشخص الأكثر احتكاكاً وتماساً وتفاعلاً مع المستفيدين من هذا المنتج (السياح) وهو الأكثر مباشرة في هذا التعامل، يعد دور الدليل السياحي مهما جدا في نقل الصورة اللانقة والجميلة عن بلده لانه يعتبر وسيلة اعلامية للبلد الذي ينتمي اليه ووسيلة ترويجية غير مباشرة لبلده من خلال تعامله المستمر واحتكاكه



بالسياح وتزويدهم بكافة المعلومات عن بلده وخاصة المعلومات المتعلقة بالمواقع السياحية ، ومن هنا فالدليل السياحي إما ان يكون ناجحا ويصل الى الاهداف المرجوة التي يسعى للوصول اليها وبالتالي ينجح في مهمته الارشادية ويكسب ثقة ومحبة المجموعة السياحية التي يقودها مما يجعل هذه المجموعة تفكر بتكرار زيارتها لهذا البلد او ربما تكون النتائج عكسية وسلبية تؤدي الى عدم عودة هذه المجموعة مرة اخرى ، ومن هنا تقع على عاتق الدليل السياحي مهمة نجاح الرحلة السياحية من عدمها من خلال تقديم الصورة الايجابية لوطنه للسائحين ، وتتلخص أهمية الدليل السياحي على النحو الآتي :

#### أ- الأهمية الثقافية:

ياخذ الدليل او الدليل السياحي دورا ثقافيا مهما اثناء مرافقته للمجاميع السياحية الوافدة من خلال تنمية وتعزيز التفاهم والتواصل بين الحضارات المختلفة والانفتاح على الثقافات الاخرى وتوضيح الافكار التي الموجودة لدى السائح عن الاماكن المختلفة عن طريق خزين المعلومات والبيانات التي تكون لدى الدليل السياحي ويقوم بشرحها وتوضيحها للسائحين إذ يتم في بعض الاحيان التطرق الى مواضيع يكون لها جذور ثقافية و تاريخية وحضارية الامر الذي يدفع الطرفين ( الدليل السياحي والسائحين ) الى النقاش وعرض المعلومات وتبادلها بين الطرفين اي الدليل السياحي والمجموعة السياحية وتصحيح هذه المعلومات وتعديلها متى ما وجدت الحاجة لذلك ومن المهم ان نشير هنا انه ليس من الواجب على الدليل السياحي ان يأخذ دور الشخص الذي يقوم بالحوار الثقافي مباشرة لكن من الممكن ان يتم طرح مواضيع معينة ومن ثم تصحح الصورة الذهنية المتكونة لدى السائح عن طريق توزيع النشرات والكتيبات التعريفية او بعض المطويات السياحية او على الاقل اصطحابهم الى بعض المراكز الثقافية و التاريخية والدينية . ومن هنا نستطيع ان نبين الأهمية الثقافية للمرشد السياحي بالنقاط الآتية : (Mckercher et.al., 2002:157):

1. اعطاء السائح فكرة ومعرفة بالتراث الثقافي للبلد المضيف.
2. ابراز اظهار الأهمية التاريخية والثقافية وربط الاحداث بعضها ببعض الاخر وصولا لتحقيق اللقاء والتواصل بين الحضارات.



3. تصحيح وتعديل الصورة السلبية الذهنية المتخذة عن البلد المضيف في ذهنية السائح ومحاولة تغييرها.

4. تعزيز وزيادة فرص تقبل واحتواء الاختلافات الثقافية لدى الشعوب الأخرى .

5. محاولة ايجاد موطيء قدم لبعض الرموز الثقافية للبلد المضيف وتقديمها للسائح مثل استخدام بعض المفردات اللغوية او لبس بعض الازياء التقليدية والفلكلورية وترغيب السائح في اقتنائها.

ب- الأهمية الاجتماعية:

تتجلى الأهمية الاجتماعية للمرشد السياحي على قدرته على استيعاب وإدراك المجتمع الذي عاش وتربى فيه من عادات وتقاليد اجتماعية متنوعة تتميز وتختلف عن العادات والتقاليد لشعوب البلدان الأخرى ،بالنتيجة فان الدليل السياحي يكون قادرا بشكل كبير على وضع المجموعة السياحية في وضع يمكنها من ادراك المتغيرات الاجتماعية للبلد المضيف ومعرفة العادات والتقاليد الاجتماعية وشرحها للسائح حتى يكونون بمنأى عن التصادم مع السكان المحليين للبلد المضيف ويمكن توضيح الأهمية الاجتماعية للمرشد السياحي بما يلي(Salazar,noel،2012:22):

1. يقوم الدليل السياحي بشرح طبيعة العادات والتقاليد الاجتماعية لسكان المحليين في الوجهة السياحية الى المجموعات السياحية لمنع التصادم والاحتكاك بينهم.

2. قيام الدليل السياحي بالاستعداد واخذ الاحتياطات اللازمة عند حدث التصادم .

3. محاولة اشراك السواح في بعض المناسبات الاجتماعية من اجل تفاعلهم مع البيئة الاجتماعية للبلد المضيف مثل مشاركتهم في بعض المناسبات الاجتماعية كالأعراس مثلا.

4. تشجيع بعض الصناعات الحرفية والشعبية والتقليدية للبلد المضيف من اجل بيعها للسواح وتشجيعهم على اقتنائها .

ج- الأهمية الاقتصادية:

تكمن الأهمية الاقتصادية للمرشد السياحي في محورين ،المحور الاول يصب في مصلحة السواح اذ انهم سوف يكونون على ثقة وطمأنينة كاملة بأنهم سوف لن يكونوا عرضة



للاستغلال من قبل التجار والبائعين الذين يحاولون استغلال السواح لأقصى حد لان السواح غرباء ولا يعرفون اسعار السلع والبضائع التي يريدون شرائها من البائعين، اما المحور الثاني فيكون في مصلحة مقدمي الخدمات السياحية واصحاب المحلات التجارية الذين يتخذون طرق مختلفة من اجل جعل الدليل السياحي يقوم بجلب السواح الذين يرافقهم نحو محلات هؤلاء التجار ومقدمي الخدمات وهذا ما نلاحظه في اكثر الوجهات السياحية اذ يقوم هؤلاء التجار بدفع عمولات للمرشدين عند مجيئهم مع المجاميع السياحية وتبرز الاهمية الاقتصادية للمرشد السياحي من خلال ما يلي:(الطار،2018:55):

1. حماية المجاميع السياحية من استغلال اصحاب المحلات ومزودي الخدمات السياحية الموجودين ضمن البلد المضيف.
2. ارتفاع اقبال المجاميع السياحية على المحلات والمتاجر التي يتفق معها الدليل السياحي وفقا للعمولة المتفق عليها.
3. زيادة زخم الحركة التجارية بصورة كبيرة في المواقع السياحية نتيجة اصطحاب السواح الى المحلات التجارية ومراكز التسوق.
4. تشجيع الصناعات الحرفية والتقليدية وكافة الصناعات اليدوية المحلية من خلال حث المجاميع السياحية على شرائها .

### ثالثا: الأبعاد الخاصة بالدليل السياحي

إن الدليل السياحي له تأثير مهم وبارز في المجتمع اذ يلعب دور الوساطة بين اهل البلد المضيف والمجاميع السياحية الوافدة ويقوم بتوجيه السائحين بعدم القيام بتصرفات غير مقبولة او قد تعتبر مخالفة للعادات والتقاليد الاجتماعية او حتى القيم والمبادئ الدينية للبلد المضيف ، وعليه يجب ان يتمتع الدليل السياحي بالمهارات التالية(منية،2020:35):

1. **مهارات التواصل والاصغاء** : وهي الوسيلة التي يتم بوساطتها انتقال المعارف والقيم والاتجاهات والمهارات ما بين طرفين أو أكثر. اما الاصغاء فيعبر عنه بالطريقة الرئيسية التي يستخدمها الدليل لكي يفهم السواح وهي الأساس الذي تبنى عليه جميع المهارات.



2. مهارات الشرح و التفاهم بين الثقافات: هي مجموعة السلوكيات أو التصرفات التي ربما تكون لفظية اوحركية التي يقوم بها الدليل السياحي بدقة وبقدرة على التكيف مع معطيات الموقف بغية إيضاح محتوى معين). اذ انه المهم جدا أن يقوم الدليل السياحي ببحث الثقافات وتقاليد التواصل الخاصة بالسياح القادمون. لان هذا سيحد من خطورة ارتكاب الأخطاء الأولية.

3. مهارات التخطيط و تنظيم الوقت : ويتم ذلك من خلال رسم الأهداف التي ينبغي تحقيقها خلال مدة معينة تسخير كافة الامكانيات اللازمة لتحقيق تلك الأهداف. و تعني إدارة الأنشطة وكافة الاعمال التي ينبغي ان يتم انجازها في الوقت المحدد ، اي الاستثمار الجيد للوقت وضمن الامكانيات المتاحة.

## المبحث الثاني

### أولاً : مفهوم الوعي السياحي :

يعتبر الوعي السياحي من اهم الأركان الأساسية لصناعة السياحة والذي من المستحيل تجاهله عند التخطيط السياحي لأي موقع سياحي، إذ يشكل الوعي السياحي أهمية بالغة في إعطاء فهم جيد عن الصورة السياحية في المجتمع ، كما يساهم الوعي السياحي في الحد من الجوانب السلبية التي قد تصاحب العملية السياحية في بلد ما ، وذلك عن طريق إعداد وتهيئة مجتمع متقف ومهياً سياحياً يمتلك الوعي والفهم الكثير لكافة مقومات الحياة ، بالإضافة إلى الاحاطة الشاملة بكل الاهداف والنجاحات التي من الممكن ان يصل اليها القطاع السياحي وهو ما قدمه هذا الجانب السياحي من فرص ونجاحات اقتصادية واجتماعية انعكست بمجملها على فائدة المجتمع وبنائه.

( بودريالة، 2016: 265).



ويعرف الوعي السياحي بأنه (الوعي والادراك لأهمية وقيمة المناطق او المقومات السياحية ومعرفة اهميتها على المستوى الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والثقافي وايضاً البيئي ، ومن ثم التعرف وتشخيص العقبات والمشاكل التي تواجه القطاع السياحي وتمنع تطوره مع وجود الدافع القوي من قبل القطاع العام والخاص في حل هذه المشاكل) (العجلوني، 2013: 135)، ويعرف الوعي السياحي ايضاً بأنه (ادراك ووعي واحساس وشعور للفرد تجاه السياحة واهميتها وقيمتها الاقتصادية والاجتماعية وكذلك تقدير التنمية السياحية واهميتها بالنسبة للمجتمع بالاضافة الى انه مجموعة من الآداب والتصرفات والسلوك وكيفية التعامل مع السائح وتقديره وعدم استغلاله وتضييق الخناق عليه مع توفير الاحترام للسواح وعدم النظر اليه على انه مصدر للربح والاستثمار بل هو ضيف كريم ومرحب به) (زكي،: 2008109).

### ثانياً : أهمية الوعي السياحي :

تكتسب السياحة صورة حسنة وجيدة لدى جميع الافراد عند توافر الوعي السياحي وذلك لأنهم مدركين للأهمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والدولية للوعي السياحي ، ومدى الاستفادة التي تتحقق لأفراد المجتمع كنتيجة لازدهار العمل السياحي مما يدفع الافراد الى اتخاذ موقف ايجابي وفعال بالنسبة للسياحة وأنشطتها المختلفة تشجيع صناعة السياحة وتدعيمها وتقبل السائح باعتباره شخص مرحب به سواء كان محلياً او اجنبياً باعتباره هو العنصر المحرك للقطاع السياحي مهما كان مختلفاً من ناحية العادات والتقاليد والدين .

1. الوعي السياحي يشجع ويؤكد على حب الوطن والانتماء اليه والولاء له من خلال ما يتحقق من المكاسب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تصدر عن صناعة السياحة .
2. يشجع الوعي السياحي على المحافظة على كافة المقومات السياحية سواء كانت طبيعية او بشرية او دينية او نوع من مظاهر التمدن والتحضّر .
3. ان الاستقبال الجيد للسواح في الوجهة السياحية من قبل السكان يعزز قدوم السواح الى هذه المناطق الذي يجد السائح فيها التقدير والاحترام والترحيب.



4. تحسين الصورة الذهنية للسائح عن طريق نشر إدراك واحساس العاملين بأخلاقيات المهنة والإتيكيت، خصوصا وإن السائح الذي يزور منطقة معينة ينقل تصوراتهِ وكل ما يشاهده لبناء بلده.

إن تنمية وتطوير الوعي السياحي من خلال المجتمع يسهم في تحقيق التنمية والتطور للقطاع السياحي وارتفاع وتنامي الوعي خاصة في المدارس والجامعات بأهمية السياحة وإيجابياته، والوعي السياحي لأبناء المجتمع لا ينتمي الى الجانب الاقتصادي فقط بل ذات صلة وثيقة بالجانب الثقافي للمجتمع وما تحمله من عادات وتقاليد وانتماء يعتز بها ابناء هذا المجتمع من خصوصيات ومميزات موروثه او مكتسبة، المفاهيم هذه تكون عادة بحاجة الى إثارة قائمة على بث ونقل بعض من القيم والعادات والمفاهيم والتقاليد وكل ذي قيمة في ثقافة أو حضارة الوطن عن طريق تفعيل دور المجتمع بكافة مؤسساته من مدارس وجامعات ومنتديات... الخ (أحمد، 2011: 87).

من هنا يجب ان نجدز التوعية السياحية والوعي السياحي في عقول ونفوس ابنائنا وخاصة الطلبة الجامعيين وطلبة المدارس أي الشريحة المثقفة في المجتمع لزيادة الوعي السياحي لديهم مما ينعكس بدوره في امكانية المعاملة الحسنة والطيبة في معاملة السواح الاجانب والعرب لكي نتمكن من جذب السواح للبلد باستمرارية وقدمهم يكون على مستوى عال وبأعداد كبيرة مما يؤثر بدوره على توطيد وتقوية اواصر العلاقات الإنسانية بين السواح والسكان المحليين وفق اعتبار الاحترام وتقدير الاخر، باعتبار ان صناعة السياحة لها دورا كبيرا في العلاقات الإنسانية لان ظاهرة تعتمد اعتمادا كبيرا على الانسان لانها هي تعامل مباشر بين السائح ومقدم الخدمة السياحية.

### ثالثاً : انواع الوعي السياحي وفق لطبيعة العلاقة بين السائح والمضيف :

يقسم الوعي السياحي الى ماييلي : (العجلوني، 2013: 136-137).

1. الوعي السياحي لدى السكان المحليين:



من غير الممكن ان يحقق القطاع السياحي الاهداف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية المنشودة الناتجة من تطور السياحة على المجتمعات المحلية اذا ما تجاهل المخططون وواضعي السياسات الاستراتيجية السياحية ادماج واشراك المجتمع المحلي في عملية التنمية السياحية.

## 2. الوعي المتعلق بالعاملين بالقطاع السياحي :-

يقصد بالعاملين في القطاع السياحي يقصد بهم بانهم الاشخاص الذين يقدمون الخدمات السياحية المتنوعة للسواح من اطعمة ومشروبات وخدمات الايواء ويعتبر هؤلاء العاملون هم الخط الامامي الذي يكون على تماس مباشر بالسائح، ومن ثم فان السائح يتأثر سلبا او ايجابا وبشكل مباشر على امكانية هؤلاء اي مقدمي الخدمات السياحية على تلبية حاجات ورغبات السواح وتقديم الاداء الجيد للخدمات وكذلك الاستقبال الجيد لهم.

## 3- الوعي الخاص بالسائح انفسهم:

ويقسم هذا النوع ايضا الى قسمين:

### أ- تهيئة السائح قبل دخول المجتمع المحلي:

في هذه المرحلة يتم إعداد وتهيئة السواح قبل دخولهم للمواقع السياحية ، وتعد هذه المرحلة مرحلة مهمة وحساسة جدا لا نها لها علاقة مباشرة برودة فعل السكان المحليين ابناء البلد المضيف للسواح تجاه الانشطة والفعاليات السياحية، لانه ردة فعل السكان تمثل عقبة كبيرة امام التنمية السياحية لاي بلد، فمثلا قد تشكل بعض التصرفات التي يقوم بها السواح والناتجة عن ثقافتهم وبيئتهم خرقا كبيرا لعادات وتقاليد المجتمع المضيف، بسبب الاختلاف بين عادات وتقاليد والشعوب، وبالتالي قد يؤدي هذا الى رفض هذه الانشطة السياحية من قبل السكان المحليين وبالتالي يؤثر سلبا على صناعة السياحة بشكل مباشر.

### ب- الإرشاد:

تبدأ هذه المرحلة اثناء دخول السواح للموقع السياحي وتتضمن هذه المرحلة توعية السواح وارشادهم الى المواقع السياحية المختلفة وكذلك ارشادهم الى اماكن الخدمات السياحية التي تكون موجودة ضمن البلد المضيف من مطاعم وفنادق ودور استراحة .. الخ، من خلال تزويد السواح بالكتيبات والنشرات والخرائط التي توضح لهم كافة التفاصيل عن المواقع السياحية واماكن الخدمات السياحية عن طريق وكلاء السفر او الشركات السياحية.

بصورة عامة ان الوعي السياحي مهم جدا للسواح وللسكان المحليين حيث يعزز حب الوطن والولاء له والمحافظة على مواقعها السياحية التي تعتبر كنوز وموارد للبلد وللشعب مما يجعل ابناء



البلد المضيف يكون حريصاً على تقبل السياحة وتشجيعها لأن سوف تساعد بشكل كبير على انعاش الواقع الاقتصادي للسكان المحليين خاصة وللبلد المضيف عامة، وبنفس الوقت يمنع الوعي السياحي اختراق العادات والتقاليد للبلد المضيف بل يعزز من احترامها وتقديرها مما يعزز العلاقة الطيبة وينميها بين السائح والسكان المحليين.

#### رابعاً : ابعاد الوعي السياحي :-

للعوعي السياحي مجموعة ابعاد هي (رزوقي، 2020: 248):

أ- **البعد الديني:** يتمثل هذا البعد من خلال زيارة الاماكن الدينية المقدسة سواء كانت هذه الاماكن داخل او خارج البلد والبعد الديني له اهمية كبيرة في حياة الانسان، اذ يتمكن الانسان من خلال الزيارات للاماكن الدينية التعرف على هذه الاماكن واهميتها وقديستها ، ويبقى عالقا في ذهنه الاهمية الكبيرة للدين والمعتقد ومعالمه السياحية المهمة منذ القدم.

ب- **البعد التنموي:** للقطاع السياحي مزايا عديدة من الجانب الاقتصادي والاجتماعي يمكن استثمارها من خلال التخطيط السياحي الناجح لكافة الموارد السياحية المتاحة، فالقطاع السياحي يساهم في تحسين ميزان المدفوعات وتوفير فرص العمل للعاطلين من خلال توفير الكثير من الفرص خاصة ان القطاع السياحي قطاع خدمي يعتمد على العنصر البشري بدرجة كبيرة.

ت- **البعد الثقافي:** من خلال زيادة التفاعل الثقافي بين أفراد المجتمع الواحد وإمكانية التعرف على ثقافات أخرى عن طريق الانتقال بين المناطق المختلفة .

إن الوعي السياحي يعد عنصر مؤثر في الترويج السياحي في كل بلدان العالم، فهو عامل مؤثر في توسع الأفق السياحي لدى السكان من خلال التعامل بإيجابية وبنفس المستوى مع السائح المحلي أو الأجنبي الذي يهدف الى التعرف عن بعض من المواقع السياحية التي اتمتع بمناظر طبيعية او الاثرية او العلاجية...الخ التي قد تتميز بها مدينة عن مدينة أخرى، كذلك الغور والتعرف على تاريخ الشعوب من خلال المناطق والشواهد التاريخية والأثرية. إذ بالإمكان استثمارها باتجاه الجانب السياحي لتكون مصدراً إضافياً آخر للاقتصاد الوطني.



## خامساً: الآثار السلبية لتدني الوعي السياحي:

- إن من أهم الآثار السلبية لتدني الوعي السياحي ( بودربالة، 2016 : 267-268) :
- 1) غياب الوعي السياحي يؤدي الى عدم الحفاظ على البيئة من قبل الانسان وبالتالي تلوث البيئة وهذا يؤثر على المواقع السياحية وتراجعها بشكل كبير .
  - 2) التكلم بكلمات نابية وغير لائقة وزيادة النظر بوجوه السائحين يعد تعديا على خصوصياتهم وحرّياتهم وبالتالي انزعاجهم وعدم ارتياحهم داخل البلد المضيف .
  - 3) قيام سائقي الاجرة باستغلال السواح وطلب اسعار عالية ومضاعفة يؤدي الى شعور السائح بأنه ضحية للنصب والاحتيال .
  - 4) عدم الام الدليل بين السياحيين بمعلومات كافية عن المواقع السياحية وعن المعلومات التاريخية لبعض المواقع الاثرية يؤثر سلبا على صورة الوجهة السياحية .
  - 5) هناك العديد من المعتقدات والأفكار والأعراف تؤثر سلبا على صورة الوجهة السياحية وبالتالي تعيق التنمية السياحية .

## المبحث الثالث

### الجانب التحليلي لمتغيرات البحث

البحث يركز لنا من خلال هذه الدراسة على الكشف وتشخيص معرفة مستوى الفقرات الخاصة بالدراسة من حيث ابعادها من خلال استخدام طريقة التحليل الاحصائي من (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى الاهمية والانحدار الخطي)

سيكشف لنا أيضاً درجة التأثير بين المتغيرات الفرعية ، والمتغير المستقل هو الدليل السياحي ، والذي يتكون من ثلاثة أبعاد ( مهارات التواصل ، مهارات الشرح والتفاهم بين الثقافات، مهارات التخطيط وتنظيم الوقت و المتغير التابع هو الوعي السياحي ، ويتكون من ثلاثة أبعاد فرعية وهي (البعد الديني ، البعد التنموي، والبعد الثقافي) ويكون الاختبار كالتالي:

اولاً: الوصف لمتغيرات البحث الاحصائي: يتضمن هذا الجزء من الدراسة للعرض الإحصائي الذي يوضح بعد ومستوى الدليل السياحي والوعي السياحي للعينة المبحوثة من خلال المعدل والانحراف المعياري، والاهمية النسبية علما بان الوسط الفرضي المقبول لهما هو (3). والجدول التالي يوضح الوصف لمتغير الدليل السياحي الاحصائي.



### جدول (1) الوصف لمتغير الدليل السياحي الاحصائي

ت	المتغير المستقل	المتغيرات الفرعية	المعدل	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	ترتيب المتغيرات الفرعية
1	التأهيل السياحي	مهارات التواصل والاصغاء	4.33	0.99	0.87	1
2		مهارات شرح و التفاهم بين الثقافات	3.91	0.87	0.74	2
3		مهارات التخطيط وتنظيم الوقت	3.66	1.13	0.71	3
		على المستوى الكلي للدليل السياحي	3.96	1.00	0.77	

من خلال الجدول (1) اتضح لنا بأن المعدل المرجح العام لمتغير الدليل السياحي هو (3.96) والانحراف المعياري العام (1.00) ومستوى الاهمية النسبية (0.77) ، لذلك يبدو أن المتوسط الحسابي المرجح العام أكبر من الفرضي (3) ، كما هو مبين في الجدول ، احتل بعد مهارات التواصل والاصغاء المرتبة الأولى حيث كانت الاهمية النسبية (0.87) ، بينما احتلت مهارات الشرح بين الثقافات المرتبة الثانية بمستوى اهمية نسبية (0.74). واخيرا مهارات التخطيط وتنظيم الوقت حصلت على اهمية نسبية (0.71).

### جدول (2) الوصف لمتغير الوعي السياحي الاحصائي

ت	المتغير التابع	المتغيرات الفرعية	المعدل	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	ترتيب المتغيرات الفرعية
1	الوعي السياحي	بعد الديني	3.85	0.96	0.77	3
2		بعد التنموي	3.91	0.92	0.78	2
3		بعد الثقافي	3.98	0.87	0.79	1
		الوعي السياحي	3.91	0.92	0.78	

يتضح من الجدول (2) أن المعدل العام المرجح للمتغير التابع الوعي السياحي يصل إلى (3.91) ، بينما يقدر الانحراف المعياري العام ب (0.92) ، والنسبة المئوية (0.78) ، أي أن المتوسط الحسابي المرجح العام أكبر من الفرضي.



وأن البعد الديني جاء في المرتبة الثالثة حيث وصل إلى مستوى أهمية نسبية (0.77) والبعد التنموي في المرتبة الثانية حيث وصل إلى مستوى الأهمية النسبية (0.78) بينما يأتي البعد الثقافي في المرتبة الأولى لبلوغ مستوى الأهمية النسبية (0.79).

### ثانياً: النتائج

تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد في هذه الاختبارات لتحديد أثر (بعد الدليل السياحي) على (الوعي السياحي) والاعتماد على معامل التأثير لمعرفة درجة التغيير المتوقعة من المتغير الرئيسي المستقل (الدليل السياحي) في المتغير الرئيسي التابع (الوعي السياحي) ، اعتمدت الدراسة الحالية على المستوى المعنوي (0.05) للحكم على مدى تأثر، حيث تم إجراء مقارنة بين المستوى المعنوي المحسوب والمستوى المعنوي المعتمد (0.05). تم اقتراح فرضيتين لاختبار نوع العلاقة بين المتغيرين الرئيسيين على النحو التالي:

1. اختبار الفرضية الرئيسية: تشير هذه الفرضية إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية ذات تأثير موجب بين الدليل السياحي والوعي السياحي ، ونتائج الاختبار موضحة في الجدول (3).

جدول (3) معاملات علاقات التأثير الدليل السياحي في الوعي السياحي

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل التأثير $\beta$	قيمة T	معامل التفسير R <sup>2</sup>	قيمة F	مستوى المعنوية
الدليل السياحي	الوعي السياحي	0.349	6.794	0.357	74.48	0.000

حيث يمكننا أن نرى بوضوح أن معامل التفسير R<sup>2</sup> هي (0.357) ، مبيناً أن الدليل السياحي يغير بنسبة (36%) من الوعي السياحي، عند مستوى معنوية 5%. ووفقاً لهذه النتائج فإن هذه الفرضية مقبولة.

2. اختبار الفرضيات الفرعية: من اختبار الفرضية الرئيسية يتم اختبار عدة فرضيات فرعية والتي تنص على ان هنالك تأثير لمهارات التواصل والاصغاء ومهارات الفهم والشرح ومهارات التنظيم وتخطيط الوقت على الوعي السياحي والواضحة لنا من خلال الجدول ادناه



#### جدول (4) معاملات علاقات التأثير لأبعاد الدليل السياحي في الوعي السياحي

الوعي السياحي					المتغيرات المستقلة
مستوى المعنوية	قيمة F	معامل التفسير	قيمة T	معامل التأثير $\beta$	
0.535	85.17	0.383	0.623	0.063	مهارات التواصل والاصغاء
0.000			3.565	0.321	مهارات الشرح والفهم بين الثقافات
0.000			3.672	0.355	مهارات التخطيط وتنظيم الوقت

يتضح من الجدول (4) ان المتغيرين الفرعيين (مهارات الشرح والفهم بين الثقافات، مهارات التخطيط وتنظيم الوقت) ذات تأثير مباشر على المتغير الرئيسي المعتمد الوعي السياحي عند مستوى معنوية 5% وذو دلالة احصائية، فحسب النتائج نرفض الفرضية الفرعية الاولى للمتغير الفرعي (مهارات التواصل والاصغاء) لان مستوى المعنوية اكبر من 5% ونقبل الفرضيتان الفرعيتان.

#### الاستنتاجات

تقدم الدراسة الحالية اهم ما تم التوصل اليه من استنتاجات تتعلق بالجانبين النظري والتطبيقي وكما يأتي:

- 1- الدليل السياحي المقدمة وحسب حاجات السائحين اليه لتقديم خدمة افضل بما ينسجم مع متطلبات السائح تستطيع من خلالها السائح معرفة الامور التي يريد التوصل اليها .
- 2- توصلت الدراسة الى ان الدليل السياحي من حيث المهارات المستخدمة فيه كأبعاد اساسية للدليل المقدم تأتي في الترتيب الاول ضمن نجاح العمل السياحي ، تليها التميز في وضوح الخدمات المقدمة
- 3- اوضحت نتائج الدراسة ان الوعي السياحي يتحقق كنتيجة لازدهار العمل السياحي مما يدفع الافراد الى اتخاذ موقف ايجابي عن طبيعة الاعمال المقامة .
- 4- تبين ان الوعي السياحي بشكل عام هو عنصر فعال بالنسبة للسياحة وأنشطتها المختلفة تشجيع صناعة السياحة وتدعيمها وتقبل السائح باعتباره شخص مرحب به سواء كان محليا او اجنبيا باعتباره هو العنصر المحرك للقطاع السياحي مهما كان مختلفا من ناحية العادات والتقاليد والدين .



## التوصيات

تتضمن توصيات الدراسة ما يأتي :-

- 1- من المهم جدا ان يكون للقطاع السياحي نموذج تعتمد عليه في تقديم الخدمة السياحية سواء كانت للسائح الداخلي ام الخارجي بالشكل الذي يؤدي الى تنمية الموارد الطبيعية السياحية وتحقيق التطور في الجانب الاقتصادي.
- 2- ينبغي ان يكون في الدليل السياحي المقدم يمتلك خصائص تمتاز بالوضوح والفهم للإشارات من حيث الصوت والصورة والعمومية بالشكل الذي يعطي للقارئ التصور الواضح عما يريد ان يفهمه.
- 3- لا بد ان لنا من التركيز بالوعي السياحي واعطاء الصورة حسنة والجيدة لدى جميع الافراد عند ذلك لأنهم مدركين للأهمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدولية من خلال توافر ذلك الوعي السياحي.
- 4- ان توفر الوعي السياحي يجب ان يكون على مستويات وانحاء البلد وايضا يجب ان يركز على الخدمات المقدمة والتي تتميز في كل منطقة من مناطق البلد والتي لها تأثير واضح استدامة المقومات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والتي تحقق إيرادات للبلد الذي تستخدم في تمويل وتنوع الدخل الوطني .

### المصادر العربية :

المصادر:

1. الطائي، حميد عبد البني ، الأسس العلمية في إدارة المنشآت الفندقية، دار زهران، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، الاردن، 2000.
2. محمد، فاخر محمد، كفاءة المرشد السياحي ، مطبعة الزوراء ، العراق ، كربلاء المقدسة ، الطبعة الأولى، 2022 .
3. العطار، مصطفى مؤيد خليل، تأثير الاتصال السياحي في تنشيط قدرات المرشد السياحي، دراسة ميدانية في هيئة السياحة، رسالة دبلوم عالي في الارشاد السياحي مقدمة الى كلية العلوم السياحية، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2018.
4. دحدوح، منية، دور المهارات الاتصالية للمرشد السياحي في التعريف بالمقومات السياحية ، مجلة الدراسات الإعلامية -المركز الديمقراطي العربي- برلين- ألمانيا- العدد الثاني عشر أغسطس، 2020.
5. رفيق بودربالة: الوعي السياحي ودوره في تنمية القطاع السياحي الجزائري، بحث، مجلة العلوم الإنسانية/جامعة أم البواقي، العدد3، الجزائر، 2016.



6. العجلوني، عبدالله علي قويطين، تطور السياحة في الاردن: دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الاردنية، دراسة حالة جامعة اربد الاهلية وجامعة جدارا، مجلة التراث ،العدد التاسع، المملكة العربية السعودية، حائل، 2013.
7. زكي، داليا محمد تيمور، الوعي السياحي والتنمية السياحية-مفاهيم وقضايا، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2013
8. محمود، طه مهدي ، دور الوعي السياحي في تنمية السياحة الميسرة- دراسة لعينة من موظفي فنادق كربلاء المقدسة ، مجلة اريبدو للعلوم الانسانية والاجتماعية ،المجلد الثاني، العدد الخاص، المعهد التقني كربلاء- جامعة الفرات الأوسط-العراق، 2020.
9. أحمد، سحر إبراهيم، دور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى طلابها بهدف تعظيم مردود صناعة السياحة. مجلة كلية التربية. جامعة المنصورة. الجزء 139 - العدد الثاني، مصر، (2011م).
10. رزيقي ، سارة محمد عبد السميع، دور معلم التعليم الابتدائي في تنمية الوعي السياحي للتلاميذ في ضوء التنمية المهنية له ، عدد فبراير-ج1( 22 - )، أسوان ، مصر ، 2021 .

#### المصادر الاجنبية :

- 1- Mckercher ,Bob and Du Cros , (2002)"Hilary,Cultural Tourism;The partnership between tourism and cultural heritage management published by the Haworth hospitality press" ,Binghamton,NY,.
- 2- Salazar,noel B,( 2012)"Community-Based Cultural Tourism;Issues, Threats and Opportunities" ,Jornal of sustainable Tourism (20) , p22.
- 3- Rabotić, Branislav, (2010) "Tourist guides in contemporary tourism." In International conference on tourism and environment, pp. 353-364.
- 4- Irigüler, Feray, and Mehmet Emre Güler, (2016) "Tourist guiding:“Cinderella” of the tourism." Global Issues and Trends in Tourism 203 :203-220.
- 5- Sihombing, Dimposma, Marlon Sihombing, Suardi Lubis, and H. B. Tarmizi. "Community Tourism Awareness Influence Against Tourism Development And Regional Development In North Tapanuli Regency, Indonesia." International Journal of Civil Engineering and Technology 10, (3), (2019).