الوعي السياحي كأداة لتفعيل السياحة الثقافية في سورية

نور موسى المصري[1]، د. محمود عبد القادر الغفري[2]، أ. م. د أسماء مروان محمد الفوال[3]

[1]طالبة دراسات عليا– قسم الإدارة السياحية– كلية السياحة– جامعة دمشق

Nour.almasri@damascusuniversity.edu.sy

[2]مدرس في قسم الإدارة السياحية– كلية السياحة– جامعة دمشق

mahmoud.alghafri@damascusunoversity.edu.sy

[3]أستاذ مساعد في قسم الجغرافية– كلية الآداب والعلوم الانسانية– جامعة دمشق

asma.alfawal@damascusuniversity.edu.sy

الملخص:

تعد تنمية الوعي السياحي أحد أهم الركائز التي تساهم في تنشيط الحركة السياحية بشكل عام، وتنمية الأنماط السياحية المختلفة، ومن تلك الأنماط السياحة الثقافية، والتي تساهم في إعداد مجتمع يمتلك الوعي لأهمية الأماكن الأثرية وتراثه الثقافي، وعلى معرفة بما يقدمه قطاع السياحة من فوائد اقتصادية مهمة، وفرص عمل تعود بالفائدة على أفراد المجتمع، يهدف البحث إلى تسليط الضوء على الوعي السياحي وأهميته ومكوناته، إضافة إلى مفهوم السياحة الثقافية وأهميتها، وتوضيح العلاقة بين الوعي السياحي والسياحة الثقافية، تعرضت العديد من المواقع السياحية في سورية إلى عوامل التخريب والنهب بسبب ضعف وقلة وعي المجتمع

تاريخ الايداع: **2024/9/18**
تاريخ النشر : **2024/11/27**

حقوق النشر: جامعة دمشق –سورية، يحتفظ المؤلفون بحقوق النشر بموجب **CC BY-NC-SA**

المحلي حول أهمية هذه المواقع، لقياس الوعي السياحي للمجتمع السوري تم الاعتماد على المنهج الوصفي بأسلوب تحليلي للوصول إلى نتائج البحث، تم استخدام التحليل الإحصائي وذلك بنشر استبيان على غوغل درايف وقد بلغ عدد العينة 336.

وبينت نتائج البحث ضرورة تنمية الوعي السياحي وإلى ضرورة الاهتمام بالسياحة الثقافية لما لها من دور في الحفاظ على التراث الثقافي للشعوب، وأن هناك علاقة مهمة بين وعي المجتمع المحلي والسائح مع أهمية المواقع السياحية، وكذلك عند توفر الوعي يؤدي إلى تنشيط الحركة السياحية في سورية. ويقترح البحث إلى ضرورة متابعة الدراسة حول إنشاء نموذج للوعي السياحي في سورية على المستوى المحلي والإقليمي والدولي.

الكلمات المفتاحية: الوعي السياحي، السياحة الثقافية، التراث الثقافي، المجتمع المحلي، سورية.

The Tourism Awareness as a Tool to Activate Cultural Tourism in Syria

Nour Mousa Al-Masri[1], Mahmoud Abdulkader Alghafri[2], Asmaa Marwan Mouhamed Al-Fawal[3]

[1]Master's Student - Department of tourism management- Faculty of Tourism

[2]Department of tourism management- Faculty of Tourism

[3]Department of Geography- Damascus University

Received: **18/9/2024**

Accepted: **27/11/2024**

Copyright: Damascus University- Syria, The authors retain the copyright under a **CC BY- NC-SA**

Abstract:

Developing tourism awareness is one of the most important pillars that contribute to activating the tourism movement in general، and developing different tourism patterns، and among those patterns is cultural tourism، which contributes to preparing a society that has awareness of the importance of archaeological sites and its cultural heritage، and knowledge of the important economic benefits and job opportunities that benefit members of society. The research aims to shed light on tourism awareness، its importance and components، in addition to the concept of cultural tourism and its importance، and clarifying the relationship between tourism awareness and cultural tourism. Many tourist sites in Syria have been exposed to factors of vandalism and looting due to the weakness and lack of awareness of the local community about the importance of these sites. To measure the tourism awareness of the Syrian community، the descriptive approach was relied upon in an analytical manner to reach the research results. Statistical analysis was used by publishing a questionnaire on Google Drive، and the sample size reached 336. The research results showed the necessity of developing tourism awareness and the necessity of paying attention to cultural tourism due to its role in preserving the cultural heritage of peoples، and that there is an important relationship between the awareness of the local community and the tourist with the importance of tourist sites، and also when awareness is available، it leads to activating the tourism movement in Syria. The research suggests the

necessity of continuing the study on establishing a model for tourism awareness in Syria at the local، regional and international levels.

Keywords: Tourist awareness**,** Cultural tourism**,** Cultural Heritage**,** Local community, Syria.

أولاً: مقدمة

تكمن الأهمية الأساسية للوعي السياحي في كونه الركيزة الأولى التي ترتكز عليها السياحة في المجتمعات، تلك التي أصبحت اقتصاداً قائما بحد ذاته يُعتمد عليه في اقتصاد البلد ودعم ميزان المدفوعات ورفع مستوى المعيشة من خلال تنشيط تشغيل الصناعات المحلية وزيادة العائد من العملات الأجنبية وخلق فرص العمل للشباب، بالأضافة لكونها جسر التواصل بين شعوب العالم، وتعكس تطور المجتمعات ولها تأثير على العلاقات الدولية، حيث أدركت معظم الدول أن السياحة من أهم القطاعات حالياً فأولتها اهتماماً وعملت على تنشيطها، لذلك فالوعي السياحي يمثل الوسيلة الفاعلة لتحقيق الفوائد المرجوة من النشاط السياحي.

وانطلاقاً من أن الوعي السياحي يسهم إسهاماً فاعلاً في تطوير السياحة في كافة أنماطها فإنه يرتبط ارتباطاً وثيقاً في السياحة الثقافية التي تعبر عن ثقافة البلد المضيف، وحضارة الشعوب وعاداتها وتقاليدها وزيارة الأماكن التراثية والأثرية والدينية والمتاحف والمهرجانات، فالسائح سوف يتعامل مع المجتمع المحلي عند قيامه بأي نوع من أنواع السياحة مما يؤدي الى تعرفه على بعض عادات وتقاليد هذا المجتمع والتي تعتبر نمط من السياحة الثقافية لذا فالسياحة الثقافية مهمة لما قد تشترك به مع العديد من باقي أنواع السياحة، ومن هنا نرى بأن درجة وعي المجتمع وفهمه وإدراكه لأهمية إعطاء انطباع جيد للسائح عن البلد المضيف سوف يسهم في تنشيط السياحة الثقافية في هذا البلد وبالتالي تنشيط السياحة بشكل عام.

1.1 مشكلة البحث:

تمتلك سورية مختلف أنواع المقومات السياحية الأثرية والتاريخية والطبيعية والدينية، لكن أغلب هذه الأماكن لم تلقى اهتماماً كافياً، كون الكثير يجهل هذه المقومات وأهميتها في القطاع السياحي بسبب ضعف وعي المجتمع المحلي بأهمية هذه الأماكن وقيمتها الأثرية والتراثية فتعرضت الى الكثير من التخريبن والنهب، وأن قلة وعيهم هذا أدى الى في قلة القدوم السياحي الى البلد، وتقليل شأن الدولة سياحياً، وما يترتب على ذلك من تقليل الدخل الناتج من السياحة وتقليل فرص العمل، ومن هنا يمكن طرح السؤال التالي:

ما هو دور الوعي السياحي في تفعيل السياحة الثقافية في سورية؟ ويتفرع عنه الأسئلة التالية:

1- ما هي أهمية الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي؟

2- ما معوقات تنمية الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي؟

3- ماهي الآثار السلبية لقلة الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي؟

1.2 أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من اهتمامه بالسياحة وصناعتها وتوضيح مكانتها في الاقتصاد والتركيز على العنصر الأساسي المساهم في تنشيط السياحة بشكل عام والسياحة الثقافية بشكل خاص ومدى تأثيره على السائح وعلى عملية الجذب السياحي، إضافة الى اهتمام الباحثين بموضوع الوعي السياحي في سورية.

1.3 أهداف البحث:

1- التعرف على أهمية رفع الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي.

2- استكشاف العلاقة بين الوعي السياحي والسياحة الثقافية.

3- تحديد الأثار السلبية لقلة الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي.

1.4 متغيرات البحث:

من خلال البحث تم التركيز على المتغير المستقل وهو الوعي السياحي والمتغير التابع وهو السياحة الثقافية.

المتغير		المتغير التابع
المستقل		السياحة الثقافية
الوعي السياحي		

1.5 فرضيات البحث:

من خلال هذا البحث يمكن طرح الفرضية التالية:

الفرضية الرئيسية: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوعي السياحي وتفعيل السياحة الثقافية.

1.6 مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث: يتكون مجتمع الدراسة من عينة من سكان المحافظات السورية وضمن شرائح عمرية ممتدة تحت 20سنة حتى فوق 50 سنة.

عينة البحث: تم اختيار عينة عشوائية بسيطة يمثل حجمها بشكل واقعي مجتمع الدراسة وقد بلغ حجم العينة 336 استبانة.

1.7 حدود البحث:

تتمثل حدود البحث في المكانية والزمانية والموضوعية. أما الحدود الزمانية: تم تطبيق البحث في عام 2024م.و الحدود المكانية: سورية– جميع المحافظات السورية. أما الحدود الموضوعية: الوعي السياحي والسياحة الثقافية.

1.8 منهجية البحث:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي بأسلوب تحليلي للقسم النظري لتحديد أهمية الوعي السياحي وعلاقته مع المواقع السياحية لتفعيل وتنشيط السياحة الثقافية. أما في القسم العملي، استخدم المنهج المسحي الكمي والتحليلي لدراسة العلاقة بين الوعي السياحي والسياحة الثقافية.

1.9 مصطلحات البحث:

الوعي السياحي(Tourist awareness): هو الإدراك القائم على الاحساس والاهتمام بالمواقع السياحية وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والبيئية، والوقوف على المشكلات التي تواجه السياحة والحركة السياحية، مع وجود الدافع القوي للمساهمة في تنميتها في الدولة(العجلوني، 2013، 135).

السياحة الثقافية(Cultural tourism): السياحة الثقافية هي نوع من النشاط السياحي حيث يكون الدافع الأساسي للزائر هو تعلم واكتشاف وتجربة واستهلاك منتجات عوامل الجذب الثقافية الملموسة وغير الملموسة في وجهة سياحية. ويشمل الفنون والعمارة والتراث التاريخي والثقافي وتراث الطهي والأدب والموسيقى والصناعات الإبداعية والثقافات الحية مع أنماط حياتهم وأنظمة القيم الخاصة بهم والمعتقدات والتقاليد(UNWTO.TO: Glossary of Tourism Terms(ElectronicResources https://www.unwto.org/glossart-tourism-terms27/7/2024).

التراث الثقافي (Cultural Heritage): يشمل جميع المعالم الأثرية كالأعمال المعمارية، والأعمال الفنية للنحت والرسم، والعناصر أو الهياكل ذات الطبيعة الأثرية، كالنقوش و الكهوف الأثرية، ومجموعات أخرى من المعالم التي لها قيمة عالمية بارزة من وجهة نظر التاريخ أو الفن أو العلوم(الغفري والفوال،2023، 5)

المجتمع المحلي(Local community): وحدة اجتماعية تجمع بين أعضائها مجموعة من المصالح المشتركة وتسود بينهم قيم عامة وشعور بالانتماء بالدرجة التي تمكنهم من المشاركة في الظروف الأساسية لحياة مشتركة(غزيل، 2021، 187).

1.9الدراسات السابقة:

- الدراسات العربية:

- دراسة: طه مهدي محمود، حسين محمد علي أسد(2020): دور الوعي السياحي في تنمية السياحة الميسرة –دراسة لعينة من موظفي فنادق كربلاء المقدسة.

يهدف البحث الى إلقاء الضوء على دور الوعي السياحي لعينة من موظفي فنادق كربلاء المقدسة ومساهمتها الفاعلة في تحقيق تنمية السياحة الميسرة. منهج البحث استخدم المنهج الوصفي في جمع المعلومات، وأسلوب المسح الاحصائي الميداني وتم تطبيق الاستبانة على عينة بلغت 60، تركزت المشكلة في ما دور الوعي من تنمية السياحة الميسرة، وما مدى إدراك موظفي الفنادق ووعيهم تجاه تنمية السياحة عامة والسياحة الميسرة ومدى توافر أخلاقيات المهنة لدى موظفي الفنادق تجاه ذوي الاحتياجات الخاصة.

وأظهرت النتائج أن مفهوم السياحة الميسرة غير مألوف وعدم معرفة موظفي الفنادق بفئات السياحة الميسرة، ويستطيع أن يكون موظف الفندق عامل جذب بما يقدمه من خدمات، وندرة الترويج الإعلامي للسياحة الميسرة.

- **دراسة: نعيمي حكيمة. براهيمي بن حراث حياة (2017): بلورة الوعي السياحي كأحد السبل لتنمية السياحة المستدامة–تجربة الأردن.**

هدفت الدراسة الى شرح عناصر متعلقة ب الوعي السياحي والثقافة السياحية من خلال شرح كيفية إعداد مجتمع حضاري يحسن استقبال ضيوفه من السياح. الإشكالية إلى أي مدى يساهم الوعي السياحي في ترسيخ ثقافة سياحية من أجل تنمية سياحية مستدامة، استخدم المنهج الاستقرائي من خلال شرح ظاهرة الوعي السياحي. وتوصل البحث الى القيام بحملات توعية شاملة للمجتمع المحلي بالمناطق المضيفة للسياح، إشراك المواطنين في عملية التخطيط السياحي، عقد ندوات ومحاضرات توعية ونشرها بوسائل الاعلام، الاهتمام بالتربية والتعليم الطلابي بمراحل مبكرة، التأكيد على برامج الرحلات المدرسية والجامعية للمعالم الأثرية، اشراك القطاع الخاص في رفع مستوى الخدمات المقدمة للسياح.

-الدراسات الأجنبية:

-دراسة: **Mouhamed Omar A bduleasoul A bdullah (2017):**

A Awareness of the Recreational tourism sector Workers Arabic Republic of Egypt "Evaluative study"

هدفت الدراسة الى تقييم وعي العاملين بقطاع السياحة الترفيهية في مصر وأهمية توعيتهم، وتعلم التوعية السياحية، تم استخدام المنهج الوصفي المسحي باستخدام الاستبانة وحجم عينة 200 من العاملين بالسياحة في مصر. تركزت مشكلة البحث في التساؤل ما مدى الوعي بالسياحة الترفيهية لدى العاملين في القطاع السياحي في مصر وكيف نفهم أهمية التوعية لديهم، وأثبتت النتائج أن مستوى الوعي في قطاع السياحة الترفيهية في مصر متوسطة وأن هنالك ندرة في السائح الترفيهي المتخصص ضمن العاملين في مجال السياحة.

- دراسة: **Dimposma Sihombing (2019):**

Community Tourism Awareness Influence Against Tourism Development and Regional Development in North Tapanuli Regency، Indonesia

(تأثير الوعي السياحي المجتمعي على تنمية السياحة والتنمية الاقليمية في منطقة شمال تابانولي، إندونيسيا).

هدفت الدراسة الى إبراز دور الوعي السياحي كشرط يصف المشاركة النشطة للمجتمع في تحقيق مناخ يؤدي الى نمو وتطوير السياحة في المنطقة، استخدام المنهج الوصفي والعينة 100 من الجهات السياحية، وخلصت الدراسة الى أن الوعي السياحي له تأثير إيجابي وهام على التنمية السياحية في شمال ريجنسي تابانولي، وتحتاج الحكومة الى تنفيذ برنامج لزيادة الوعي السياحي المجتمعي، لدعم البرامج الحكومية في تطوير منطقة بحيرة توبا السياحية لجذب الحركات السياحية الى المنطقة، مما له أثر على التنمية الإقليمية من خلال زيادة الايرادات المحلية، والمجتمع والدخل والعمالة ونشر الثقافة المحلية.

ثانياً: الوعي السياحي مفهومه وأبعاده:

2.1 مفهوم الوعي السياحي:

يعرف الوعي السياحي هو مقدار إدراك الفرد لكل ما يخص موضوعات السياحة بما يتناسب مع اهتماماته والمرحلة العمرية المبكرة التي ينتمي إليها. وكذلك هو إدراك الأفراد للحقائق، والمفاهيم، والمهارات، والاتجاهات، والقيم الإيجابية المرتبطة بالنشاط السياحي(ابراهيم و شجاع،2022، 55).بشكل عام فإن الوعي السياحي يشمل فهم وإدراك وإحساس الفرد سواء أكان من السكان المحليين أو العاملين في القطاع السياحي لمقومات السياحة الموجودة في بلدهم وتقديره لفوائدها الاقتصادية واحترامه للسائح وحسن معاملته والمحافظة على هذه المقومات في سبيل زيادة الجذب السياحي لها ومشاركته بطريقة إيجابية في الحركة السياحية.

2.2 مكونات الوعي السياحي:

إن للوعي السياحي العديد من الجوانب التي تجتمع لتكون معنى الوعي فهو يتكون من عدة مكونات وليس فقط من مكون واحد حيث أن مكون المعرفة وحده ليس كافياً ليعبر عن الوعي السياحي فيجب أن يتكامل مع مكونات أخرى ليشكل معنى الوعي السياحي الحقيقي، وقد حدد العديد من الباحثين مكونات الوعي السياحي ونذكر منها ما يلي:

2.2.1 جانب معرفي إدراكي: يشمل هذا المكون جانب المعلومات والمعارف والمبادئ والحقائق والمفاهيم التي يتضمنها مجال السياحة، والذي يساعد الفرد على امتلاك المعرفة الجيدة بقطاع السياحة ومكوناته والمشكلات التي تواجه تنميته(زريقي، 2021، 247). كما يشمل أيضا أبرز المعوقات التي تواجه مجال السياحة وكيفية التعامل مع هذه المعوقات وإيجاد الحلول المناسبة لها للوصول إلى مستقبل أفضل للسياحة(الطوالبة، 2014، 29).

2.2.2 الجانب المهارى أو السلوكي: يشمل هذا المكون المهارات والقدرات والسلوكيات الايجابية للتعامل مع قطاع السياحة، حيث تبرز مهارات العمل اليدوي السياحي والحرفي بالصناعات السياحية، والعمل على تقديم أعمال مبتكرة لتنمية السياحة(زريقي، 2021، 247). يشتمل على فن التعامل مع الأخرين وحسن الاستقبال والدعاية الإعلامية والإعلانية، وذلك من أجل تسويق المنتج السياحي(الطوالبة، 2014، 29).

2.2.3 الجانب الوجداني أو الانفعالي: يشمل هذا المكون القيم والاتجاهات والميول التي تسهم في تكوين اتجاه إيجابي لدى الفرد تجاه قطاع السياحة وتنميته، فتدفعه نحو المشاركة بفعالية نحو تقديم المقترحات لتطوير السياحة وإبراز الاتجاهات الايجابية نحو السائحين(المطيري، 2016، 42).

الشكل (1) مكونات الوعي السياحي

المصدر المؤلفون: اعتماداً على زريقي(2021)،الطوالبة(2014)، المطيري(2016)

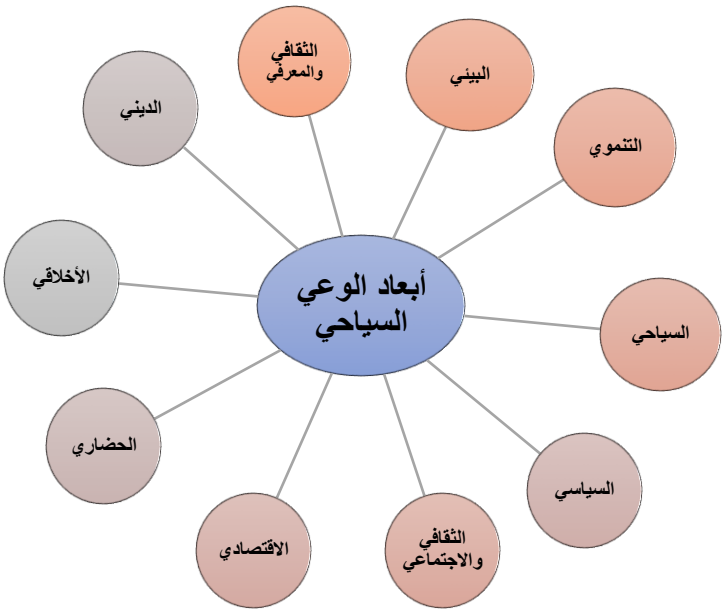
2.3 أبعاد الوعي السياحي:

إن نشر الوعي السياحي يكون بمثابة تهيئة الوسط لاستقبال النشاط السياحي والسائح، وتوفير الجو الملائم لوجوده وحسن استقباله وتلبية متطلباته على كافة الأصعدة، وانطلاقاً من هذا فإن الوعي السياحي يأخذ العديد من الأبعاد (الشكل 2) التي تؤثر بطريقة مباشرة وغير مباشرة على النشاط السياحي ونذكر من هذه الأبعاد ما يلي (الجدول 1):

الجدول (1) أبعاد الوعي السياحي

البعد الدينى	**زيارة الأماكن الدينية بالداخل والخارج**
البعد التنموي	**تحقيق الايجابيات لاقتصادية والاجتماعية للسياحة بتبنى استراتيجية تخطيطية مناسبة لموارد والإمكانات السياحية.**
البعد الثقافي والاجتماعى	**زيادة التفاعل الثقافى بين أفراد المجتمع الواحد والتعرف على ثقافات أخرى. (عودة، 2015، 20)**
البعد الأخلاقى	**تنمية جانب الشعور لدى الإنسان نحو الأشياء والآخرين.**
البعد السياسي	**أهميته فى أن الحضارة الإنسانية اليوم تقف على مبادئ سياسية محددة تحكم العالم.**
البعد البيئى	**الإلمام بالوعى البيئى لمعرفة أسباب التلوث للحد من تفاقم الأزمات البيئية.**
البعد الثقافي والمعرفي	**الأول يرتبط بالجانب الأدبي والفني، بينما الآخر يرتبط بمختلف المجالات العلمية، وهو مهم لأنه يشكل القاعدة المعرفية التى يتحرك على ضوئها المجتمع(أسد و طه،2020، 444).**
البعد الاقتصادي	**الهدف الأساسى للسياحة هو التأثير المهم على الاقتصاد جراء توفيره لفرص العمل، وإعادة توزيع الدخل، ومعرفة أفراد المجتمع بالفوائد الاقتصادية العديدة التى توفرها السياحة.**
البعد السياحي	**مدى اتباع الأفراد والجمعيات والهيئات والمؤسسات لأنشطة السياحة الداخلية، بإعتبارها الأداة المعيارية لتعزيز وتنمية الوعى السياحى. (الرفاعى، 2018، 12).**
البعد الحضاري	**النشاط السياحى نشاط حضاري يتكون من خلال الانتقال والاتصال بين الأمم والشعوب، وهو بعد مهم من خلال امتلاك الجميع للسلوك الحضاري(أحمد و عزيز،2012، 230).**

المصدر: من إعداد المؤلفون اعتماداً على أحمد و عزيز،2012. الرفاعي، 2018. أسد و طه،2020. عودة، 2015.



الشكل (2) أبعاد الوعي السياحي

المصدر عمل المؤلفون اعتماداً على عودة(2015)، أسد، طه،(2020). الرفاعي،(2018). أحمد، عزيز(2012)

ثالثاً: معوقات الوعي السياحي والعوامل المؤثرة فيه:

3.1 الأثار السلبية لتدني الوعي السياحي:

-غياب الوعي يؤدي الى اعتداء الإنسان على البيئة مما يؤدي الى التلوث البيئي وهذا سيؤثر على صورة الوجهة السياحية.

- التلفظ بالألفاظ الجارحة وإمعان النظر بالسائحين يعد تعدياً على خصوصياتهم وشعورهم بعدم الارتياح.

-استغلال سائقي سيارات الأجرة للسائح والمغالاة في الأجرة وعدم إعطاء السعر الحقيقي.

- إلحاح أصحاب المحلات على السائح للدخول وعرض سلعهم والمغالاة في الأسعار يعطي نظرة سيئة للسائح الذي ينقلها للسائحين الأخرين في بلده.

-عدم إلمام المرشدين بتاريخ المعالم الأثرية وأماكن البعض منها لحداثتها يؤثر سلباً على صورة الوجهة السياحية.

– عدم وجود مرشدين سياحيين وتاريخيين ذوي كفاءات علمية أكاديمية يؤدي إلى استياء السياح لعدم حصولهم على المعلومات الكافية حول المنطقة(بودربالة، 2016، 264).

3.2 معوقات الوعي السياحي:

على الرغم من الجهود الكبيرة لتنمية الوعي السياحي التي تقوم بها العديد من الجهات المختصة إلا أن هناك الكثير من المعوقات التي تحد من تنمية الفهم والمعرفة والإدراك لأهمية السياحة والمعوقات التي تواجهها بشكل عام، كضعف مؤسسات التربية والتعليم والجهات الأخرى المختصة في تنمية الوعي السياحي والمفاهيم السياحية وقلة البرامج المتخصصة في تنميتها، والنقص الكبير في الكوادر البشرية المتخصصة والمؤهلة والقادرة على إعداد البرامج التدريبية اللازمة لتنمية الوعي السياحي والمفاهيم السياحية وعدم توفر النظام الجيد للمعلومات والخدمات الإرشادية التي تظهر المقومات السياحية(عوده، 2015، 24).

وهناك العديد من العوامل التي تعرقل تنمية الوعي السياحي ومنها:

- ضعف دور وسائل الإعلام المختلفة في تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع.
- غياب الوعي بمظاهره المختلفة، مما يضعف تدنى الوعي السياحي لدى الأفراد.
- انخفاض الوعي السياحي ودرجة تقبل المجتمع للسائحين كلما زاد الفرق في المستوى الثقافي والمادي بين السائحين والمجتمع المحلي.
- إن الوعي السياحي لا يمكن أن تتوفر وتتكامل عناصره في أي مجتمع في ظل غياب عديد من المقومات الهيكلية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية والتعليمية (زريقي، 2020، 249).

نستنتج مما سبق أن هناك الكثير من العوامل التي تلعب دور في إعاقة وتدني الوعي السياحي ومن أهمها غياب الجهات التي تهتم بتنمية الوعي والتي من الممكن أن تتمثل ب جمعيات ، مدارس ، جامعات ، مكاتب سياحية. بالإضافة الى غياب نشر الوعي عن طريق وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي التي أصبحت المؤثر الأكبر في وقتنا الحالي في توجيه المجتمعات، والمستوى

المادي الذي يلعب الدور الأهم في حياة المجتمع ويقوده الى الانشغال بتأمين مستلزمات معيشته وعدم اهتمامه بالسياحة ومقوماتها والسائحين ظناً منه بعدم فائدتها.

رابعاً: العلاقة بين الوعي السياحي والسياحة الثقافية:

4.1 السياحية الثقافية في سورية:

ترتبط مصادر التراث الثقافي بشكله العام ونطاقاته المتسعة والعريضة بمجالات التنمية السياحية، وتعددت أنماط السياحة المعنية بالتراث الثقافي، أو تلك التي تهدف الى الإثراء بالقيم الثقافية والمعرفية والتاريخية للتجربة السياحية، وتوصف السياحة الثقافية بدقة أكثر بأنها سياحة تراثية بداخل نطاق السياحية البيئية حيث يكون التراث غاية في حد ذاته ، ثم تطور المفهوم الى السياحة الباحثة عن الأنشطة الثقافية، فتتخذ أشكال الرحلات الدراسية والفنية والثقافية لزيارة المواقع والمتاحف والآثار وحضور المهرجانات والمعارض وأي مظاهر ثقافية مادية أوغير مادية لثقافة المجتمعات(ثامر و باهي، 2020، 21).

4.2 أهمية السياحة الثقافية:

أهمية السياحة الثقافية:

تعد السياحة الثقافية من الوجهات السياحية الموثوقة بسبب تفرد الثقافة التي يتم عرضها في مكان معين، حيث لا يوجد هذا التفرد في أماكن أخرى. تعتمد العديد من دول العالم على السياحة الثقافية في شكل المهرجانات كمصدر للدخل على سبيل المثال، مهرجان التراشق بالطماطم في إسبانيا(Ginting، Siregar، Sitompul،2022، 4). كما قد تعمل الموارد الثقافية على تعزيز التنمية الاقتصادية من خلال الاستفادة من رأس المال البشري والثقافة لتوليد الحيوية الاقتصادية من خلال السياحة الثقافية والحرف والمعالم الثقافية(Rosenfeld، 2008، 3). تتمثل أهمية السياحة الثقافية في ما يلي:

-التعرف على الثقافات والعادات والتقاليد التي رسختها الحضارات السابقة والمتلاحقة في سلوكيات الأفراد مما يمنح كل منطقة ميزة خاصة بها.

– التنقل للتعرف على حضارات الآخرين وعاداتهم ويعزز العلاقات بينهم، كما يحد من الجهوية ويكسر كل الحدود بين الأفراد من خلال التفاعل مع السكان المحليين والانخراط في ثقافتهم.

–تمثل السياحة الثقافية بكل أنواعها التوجه الحديث في السياحة بشكل يتوافق مع تغير رغبات السياح وتعطشهم للمعرفة الدائمة وتخطي الحدود واكتشاف الاختلاف بين المجتمعات.

–الدور الاقتصادي المهم الذي تلعبه من خلال المساهمة في التنمية الجوارية أولاً ثم تنمية الاقتصاد ثانياً من خلال خلق فرص العمل نتيجة زيادة الإنفاق السياحي (حاج قويدر و مولاي لخضر ، 2019، 7).

يعد التراث الثقافي جانباً مهماً للتنمية الديناميكية والمستدامة للمجتمع، وهو مهم من حيث التماسك الاجتماعي والنمو الاقتصادي، ترتبط الثقافة والتراث بالتنمية المستدامة. الثقافة والتراث هما جزء من الاقتصاد، ولا سيما المواقع التراثية، والصناعات الإبداعية، والأنشطة الثقافية ذات التأثير الاقتصادي، والحرف، والسياحة، والحفاظ على المعارف التقليدية، وهما ضروريان لتحقيق نتائج إنمائية أفضل على المستويين المحلي والوطني(الغفري، 2024، 9).

4.3 علاقة الوعي السياحي في تنمية السياحة الثقافية:

إن وعي وإدراك الفرد بأهمية الوعي السياحي لا يرتبط بالجانب الاقتصادي فقط بل يرتبط بالخصوصية الثقافية للدولة ويحمل مضامين متعددة مرتبطة بالهوية والانتماء، وهذه المفاهيم تحتاج إلى تنشئة اجتماعية قائمة على نقل القيم والعادات والتقاليد والمفاهيم وكل ما هو ذا قيمة في ثقافة أو حضارة الدولة والتي تساهم في الوصول إلى حالة عالية من الوعي السياحي.

الوعي كضرورة اجتماعية:

استيعاب التغيرات الاجتماعية التي تطرأ على المجتمع المحلي جراء العملية السياحية والتفاعل مع ما تحمله من إيجابيات بما يتفق والبيئة الثقافية للمجتمع و تحقيق التقارب والتعارف بين مختلف الافراد من مختلف المجتمعات وبث روح الصداقة بينهم.

الوعي كضرورة ثقافية:

- تحقيق تبادل المعارف الإنسانية والتواصل والحوار بين الحضارات.
- اكتساب الوعي يجعل الأفراد أكثر قدرة على تفهم طبيعة الاتصال الثقافي بين الشعوب.
- يعد الوعي السياحي أداة لتحقيق الانتماء الوطني والقومي والاعتزاز به.
- يجعل الوعي السياحي الفرد مدركاً لكيفية تقديم تراثها الثقافي وفنونه الشعبية.
- يجعل الفرد أكثر وعياً وابداعاً بأهمية الصناعات التقليدية وتعليمها للأجيال القادمة (سعدون، 2023، 58).
- إن النشاط السياحي يؤدي بشكل طبيعي إلى تعرف السائحين من البلدان المختلفة على ثقافات الشعوب التي تستقبلهم وتستضيفهم وكما أن أبناء هذه الشعوب يتعرفون على ثقافات وعادات السياح ولذلك تتقارب المسافة بينهم ما يعمل على دعم التراث الثقافي والإنساني واتساع الحلقة الثقافية على مستوى العالم (مصباحي و منماني، 2019، 170).

خامساً: الدراسة الميدانية:

5.1 مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث: يتكون مجتمع الدراسة من عينة من سكان المحافظات السورية وضمن جميع الشرائح العمرية.

عينة البحث: تم اختيار عينة عشوائية بسيطة يمثل حجمها بشكل واقعي مجتمع الدراسة كان عدد الأسئلة 21 سؤالاً وتم نشر الاستبيان على إلكترونياً لمدة 3 أيام وقد بلغ حجم العينة 336 استبانة.

5.2 توضيح المقياس المعتمد في الاستبيان:

تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي كما هو موضح في الجدول التاليين:

الجدول (2) مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد المؤلفون

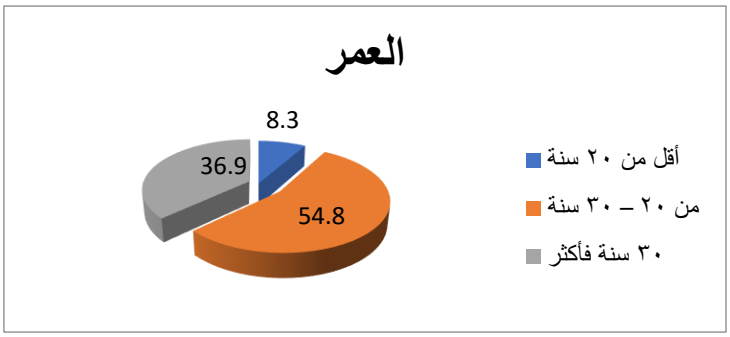
الجدول (3) متوسطات الاجابات

المتوسط المرجح	الدلالة
1.79-1	غير موافق بشدة
2.59-1.8	غير موافق
3.39-2.6	محايد
4.19-3.40	موافق
5-4.2	موافق بشدة

المصدر: من إعداد المؤلفون

حسب مقياس ليكرت الخماسي فإن المتغير الذي يعبر عن الخيارات(موافق بشدة – موافق – محايد– غير موافق– غير موافق بشدة) مقياس ترتيبي لذلك نحسب طول الفئة =5/4=0.8، وعليه فإن وسط حسابي يقع بين 1و1.80 يعد من مرتبة غير موافق بشدة وهكذا ... وبناء على مقياس ليكرت تكون نتائج الدارسة تحليلياً وفق برنامجSPSS .

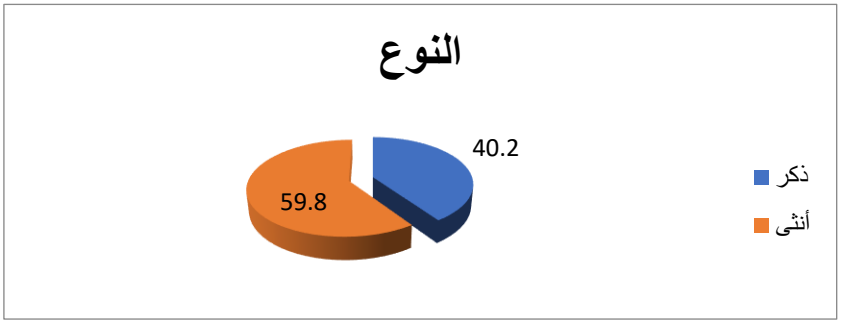
5.3 توضيح خصائص عينة الدراسة:



الشكل (3) خصائص الفئات العمرية

المصدر: من إعداد المؤلفون اعتماداً على مخرجات برنامج spss.

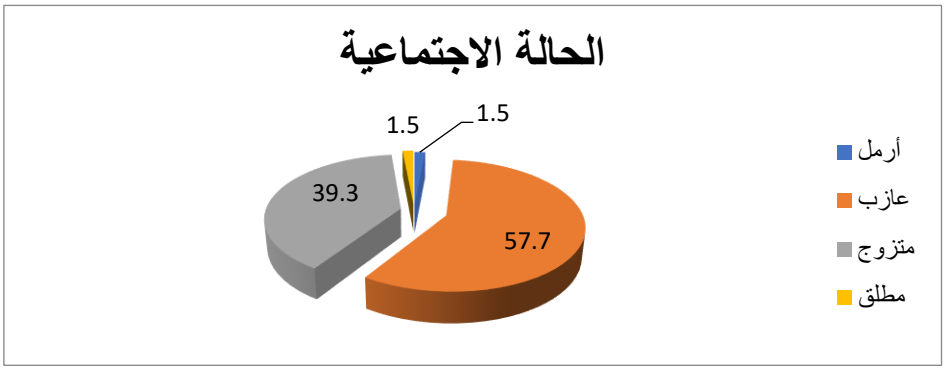
يتضح من الشكل (3) أن نسبة الذين أعمارهم أقل من 20 سنة هي 8.3% والذين أعمارهم من 20 الى 30 هي 54.8% والذين أعمارهم من 30 سنة وأكثر هي 36.9%.



الشكل (4) خصائص الجنس

المصدر: من اعداد المؤلفون اعتماداً على مخرجات برنامج spss.

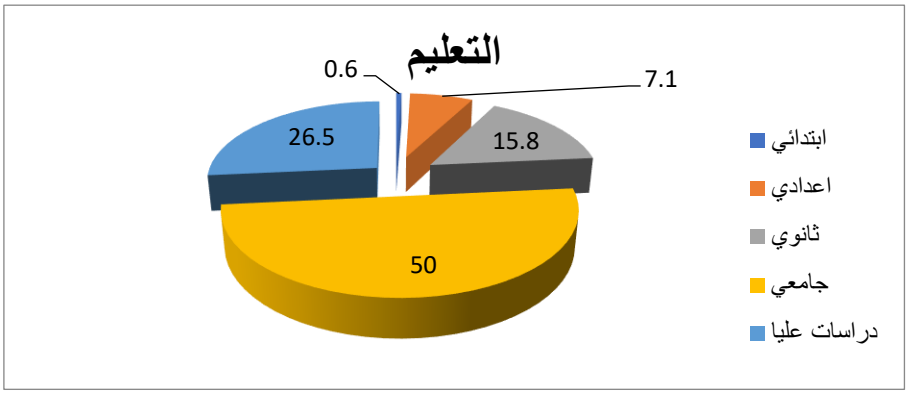
يتضح من الشكل (4) أن نسبة الإناث بلغت 59.8% ونسبة الذكور 40.2%.



الشكل (5) خصائص الحالة الاجتماعية

المصدر: من اعداد المؤلفون اعتماداً على مخرجات برنامج spss.

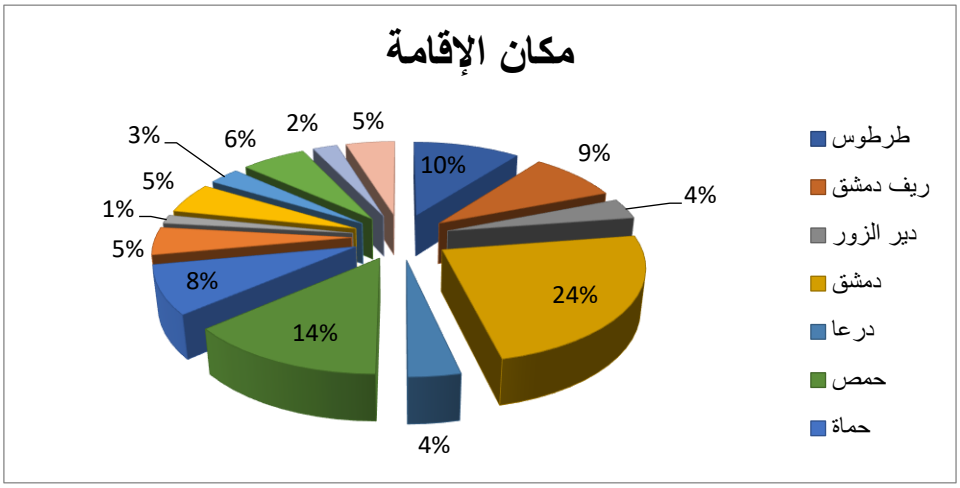
يتضح من الشكل (5) أن نسبة العازبين كانت 57.7% ونسبة المتزوجين 39.3% ونسبة 1.5 مطلق و 1.5أرمل.



الشكل (6) خصائص المؤهل العلمي

المصدر: من اعداد المؤلفون اعتماداً على مخرجات برنامج spss.

يتضح من الشكل (6) أن نسبة الطلاب الجامعيين 50.0% وطلاب الدراسات العليا 26.5% وطلاب الثانوي 15.8%.



الشكل (7) خصائص توزع مكان الاقامة

المصدر: من اعداد المؤلفون اعتماداً على مخرجات برنامج spss.

يتضح من الشكل (7) أن أعلى نسبة للعينة تركزت في محافظة دمشق بنسبة 23.8% ثم محافظة حمص بنسبة 13.7% ثم طرطوس بنسبة 10.4% وريف دمشق بنسبة 8.6%.

5.4 صدق وثبات أداة الدراسة :

1- الصدق الظاهري: تم عرض الاستمارة على الدكاترة المشرفين من أعضاء الهيئة التدريسية في كلية السياحة في جامعة دمشق وذلك للتأكد من صحة وسالمة لغة الاستبيان، وأن عبارات الاستبيان تمثل بشكل كبير مضمون الأبعاد التي تم قياسها.

2- طريقة (ألفا كرونباخ): ألفا كرو نباخ مؤشر أو مقياس لثبات الاستبيان حيث تم تفريغ الاستبيانات من العينة وحساب معامل الثبات والمصداقية لكل محور من محاور الاستبيان وفق مخرجات برنامج SPSS.

وتم تقسيم الاستبانة الى محورين:

المحور الأول (الوعي السياحي):

الجدول(4) محور الوعي السياحي

المقياس	عدد العناصر	قيمة معامل ألفا
الوعي السياحي	10	0.705

المصدر: من اعداد المؤلفون اعتماداً على مخرجات برنامج spss.

جدول الصدق والثبات قيمة معامل ألفا أعلى من 60% يدل على ثبات الاستبانة وصدقها وبالتالي يمكن توزيعها على جميع أفراد العينة.

المحور الثاني (السياحة الثقافية):

الجدول(5) محور السياحة الثقافية

المقياس	عدد العناصر	قيمة معامل ألفا
السياحة الثقافية	11	0.809

المصدر: من اعداد المؤلفون اعتماداً على مخرجات برنامج spss.

جدول الصدق والثبات قيمة معامل ألفا أعلى من 60% يدل على ثبات الاستبانة وصدقها وبالتالي يمكن توزيعها على جميع أفراد العينة.

جداول قياس اتجاه المبحوثين

الجدول (6) قياس اتجاه المبحوثين للوعي السياحي

فئات الوعي السياحي	ك	%
وعي سياحي منخفض	0	0.0
وعي سياحي متوسط	43	12.8
وعي سياحي مرتفع	293	87.2
المجموع	336	100

المصدر: من اعداد المؤلفون اعتماداً على مخرجات برنامج spss.

يبين الجدول(6) نسبة قياس اتجاه المبحوثين والذي يدل على وجود وعي سياحي مرتفع بنسبة 87.2% مقابل وعي سياحي متوسط بنسبة 12.8%، وعدم وجود وعي سياحي منخفض حسب نسبة قياس المبحوثين.

الجدول (7) قياس اتجاه المبحوثين للسياحة الثقافية

فئات السياحة الثقافية	ك	%
سياحة ثقافية منخفضة	0	0.0
سياحة ثقافية متوسطة	50	14.9
سياحة ثقافية مرتفعة	286	85.1
المجموع	336	100

المصدر: من إعداد المؤلفون اعتماداً على مخرجات برنامج spss.

يبين الجدول (7) نسبة قياس اتجاه المبحوثين والذي يدل على وجود سياحة ثقافية مرتفعة بنسبة 85.1% مقابل سياحة ثقافية متوسطة بنسبة 14.9%، وعدم وجود سياحة ثقافية منخفضة حسب نسبة قياس المبحوثين.

5.5 اختبار فرضيات الدراسة:

الفرض الرئيسي: توجد علاقة دالة إحصائياً بين الوعي السياحي والثقافة السياحية.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل ارتباط سبيرمان.

الجدول(8) اختبار علاقة الوعي السياحي بالسياحة الثقافية

	معامل سيبرمان	مستوى المعنوية
السياحة الثقافية × الوعي السياحي	0.751	0.000
ن	336	

المصدر: من إعداد المؤلفون اعتماداً على مخرجات برنامج spss.

توجد علاقة بدلالة مستوى المعنوية (0.000) وشدة العلاقة قوية بدلالة معامل سيبرمان (0.751).

يتضح من معطيات الجدول (8) نتائج علاقات الارتباط بين متغيرات البحث إذ تبين وجود ارتباط معنوي وموجب وبمستويات عالية بين المتغير المستقل الوعي السياحي والمتغير التابع السياحة الثقافية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما 0.751 وبمستوى معنوية 0.000 مما يدل على تحقق الفرض بوجود علاقة بين الوعي السياحي والسياحة الثقافية، وأن من لديه وعي سياحي يوجد لديه سياحة ثقافية.

توزيع عينة البحث وفقاً لمتغير ل:

متغير الجنس:

الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات فئات النوع والوعي السياحي والسياحة الثقافية

ويتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية : أ- توجد فروق دالة إحصائيا بين فئات النوع وبين الوعي السياحي

ب_ توجد فروق دالة إحصائيا بين فئات النوع والسياحة الثقافية

الجدول(9) فرضية متغير الجنس مع الوعي السياحي – الجنس مع السياحة الثقافية.

	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
الوعي السياحي	ذكر	135	4.1733	0.49538	334	1.492	0.137
	أنثى	201	4.0965	0.43959			
السياحة الثقافية	ذكر	135	4.2606	0.51495	334	3.186	0.002
	أنثى	201	4.0859	0.47710			

المصدر: من إعداد المؤلفون اعتماداً على مخرجات برنامج spss.

يكون التأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha < 0.05$)، قيمة T الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، (1.651)

يبين الجدول (9) نتائج الفرضية الأولى والتي تنص على:

لا توجد فروق دالة إحصائيا بين الذكور والاناث بالنسبة للوعي السياحي بدلالة مستوى المعنوية (0.137) لأن مستوى المعنوية أكثر من 0.05 هذا يعني أن متغير الجنس لم يؤثر على الوعي السياحي.

توجد فروق دالة إحصائيا بين الذكور والاناث بالنسبة للسياحة الثقافية بدلالة مستوى المعنوية (0.002) لأن مستوى المعنوية أقل من 0.05 ومتوسط الذكور هو الأعلى فالذكور لديهم سياحة ثقافية أكثر من الاناث هذا يعني أن متغير الجنس أثر على مستوى السياحة الثقافية. نلاحظ بالوعي السياحي القسم الأول من الجدول (9) لا يوجد فرق بين متوسطات الذكور والاناث لذلك لم يتحقق الفرض

متغير العمر:

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات فئات العمر والوعي السياحي والسياحة الثقافية. ويتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية: أ- توجد فروق دالة إحصائيا بين فئات العمر وبين الوعي السياحي.

ب_ توجد فروق دالة إحصائية بين فئات العمر والسياحة الثقافية.

الجدول(10) فرضية متغير العمر مع الوعي السياحي – العمر مع السياحة الثقافية

	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
الوعي السياحي	أقل من 20 سنة	28	3.7893	0.46375	2 333	8.702	0.000
	من 20-30 سنة	184	4.1717	0.44729			
	30 سنة فأكثر	124	4.1379	0.45987			
	المجموع	336	4.1274	0.46363			
السياحة الثقافية	أقل من 20 سنة	28	3.8701	0.47363	2 333	5.155	0.006
	من 20-30سنة	184	4.1868	0.48718			
	30 سنة فأكثر	124	4.1752	0.50625			
	المجموع	336	4.1561	0.49932			

المصدر: من إعداد المؤلفون من مخرجات برنامج spss.

قيمة F الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، (2.411)

يبين الجدول (10) نتائج الفرضية الثانية:

حيث يظهر أن مستوى المعنوية للوعي السياحي بالنسبة لفئات العمر أصغر من 0.05 بالتالي قبول الفرضية الفرعية الأولى. كما يظهر أن مستوى المعنوية للثقافة السياحية بالنسبة لفئات العمر أصغر من 0.05 بالتالي قبول الفرضية الفرعية الثانية. بالتالي قبول الفرضيتين الفرعيتين اللتين تنصان على:

توجد فروق دالة إحصائيا بين فئات العمر بالنسبة للوعي السياحي بدلالة مستوى المعنوية (0.000).

توجد فروق دالة إحصائيا بين فئات العمر بالنسبة السياحة الثقافية بدلالة مستوى المعنوية (0.006).

بالتالي قبول الفرضية الثانية التي تنص على: وجود فروق دالة إحصائيا بين متوسطات فئات العمر والوعي السياحي والسياحة الثقافية. الفئة الأعلى متوسط حسابي هي الفئة المتأثرة أكتر بالمقياس المربوط مع الفرض هذا يعني لدينا فئة العمر من 30-20 سنة لديها وعي سياحي أكتر و سياحة ثقافية أكثر من باقي الفئات.

الجدول (11) جدول الفروق البعدية بين متوسطات فئات العمر

	العمر(ا)	العمر(ل)	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
الوعي السياحي	أقل من 20 سنة	من 20-30 سنة	-0.3825	0.00
		30 سنة فأكثر	-0.3486	0.00
	من 20-30 سنة	30 سنة فأكثر	0.0338	0.52
السياحة الثقافية	أقل من 20 سنة	من 20-30 سنة	-0.3166	0.00
		30 سنة فأكثر	-0.3051	0.00
	من 20-30 سنة	30 سنة فأكثر	0.0115	0.84
ن		336		

المصدر: من إعداد المؤلفون من مخرجات برنامج spss.

جدول فروق المتوسطات والذي يبين أنه توجد فروق دالة إحصائية بين فئات متوسطات العمر حيث أن لمتغير العمر تأثير في درجة الوعي السياحي حيث يبين أن فئة الشباب من **20–30** هي الأكثر وعياً وهذا يعود لكون هذه الفئة تمثل طلاب الجامعات .

متغير الحالة الاجتماعية:

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات فئات الحالة الاجتماعية والوعي السياحي والسياحة الثقافية. ويتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية: أ– توجد فروق دالة إحصائيا بين فئات الحالة الاجتماعية وبين الوعي السياحي.

ب_ توجد فروق دالة إحصائيا بين فئات الحالة الاجتماعية والسياحة الثقافية.

الجدول(12) فرضية متغير الحالة الاجتماعية مع الوعي السياحي – الحالة الاجتماعية مع السياحة الثقافية

	الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
الوعي السياحي	أرمل	5	4.3800	0.5119	3 332	11.329	0.000
	عازب	194	4.2253	0.4312			
	متزوج	132	3.9591	0.4590			
	مطلق	5	4.5200	0.4438			
	المجموع	336	4.1274	0.4636			
السياحة الثقافية	أرمل	5	4.4727	0.5394	3 332	11.745	0.000
	عازب	194	4.2671	0.4722			
	متزوج	132	3.9690	0.4813			
	مطلق	5	4.4727	0.4912			
	المجموع	336	4.1561	0.4993			

المصدر: من إعداد المؤلفون من مخرجات برنامج spss.

قيمة F الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، (2.411)

يبين الجدول (12) نتائج الفرضية الثالثة:

حيث يظهر أن مستوى المعنوية للوعي السياحي بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية أصغر من 0.05 بالتالي قبول الفرضية الفرعية الأولى. كما يظهر أن مستوى المعنوية للثقافة السياحية بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية أصغر من 0.05 بالتالي قبول الفرضية الفرعية الثانية. وبالتالي قبول الفرضيتين الفرعيتين اللتين تنصان على:

توجد فروق دالة إحصائية بين فئات الحالة الاجتماعية بالنسبة للوعي السياحي بدلالة مستوى المعنوية (0.000)
توجد فروق دالة إحصائية بين فئات الحالة الاجتماعية بالنسبة السياحة الثقافية بدلالة مستوى المعنوية (0.000)
بالتالي قبول الفرضية الثالثة التي تنص على:
وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات فئات الحالة الاجتماعية والوعي السياحي والسياحة الثقافية
الفئة الاعلى متوسط حسابي هي الفئة المتأثرة أكتر بالمقياس المربوط مع الفرض هذا يعني لدينا فئة (المطلق) لديها وعي سياحي أكتر من باقي فئات الحالة الاجتماعية، وبالنسبة للسياحة الثقافية فإن فئة (المطلق والأرمل) هم الأكثر من باقي الفئات.

الجدول (13) جدول الفروق البعدية بين متوسطات فئات الحالة الاجتماعية

	الحالة الاجتماعية (ا)	*الحالة الاجتماعية (ل)*	*الفرق بين المتوسطين*	*مستوى المعنوية*
الوعي السياحي	أرمل	عازب	0.44172	0.155
		متزوج	0.03804	0.421
		مطلق	0.61808	0.140-
	عازب	متزوج	0.00000	0.266
		مطلق	0.14331	0.295-
	متزوج	مطلق	0.00582	0.561-
السياحة الثقافية	أرمل	عازب	0.34183	0.206
		متزوج	0.02104	0.504
		مطلق	1.00000	0.000
	عازب	متزوج	0.00000	0.298
		مطلق	0.34183	0.206-
	متزوج	مطلق	0.02104	0.504-
ن			*336*	

المصدر: من إعداد المؤلفون من مخرجات برنامج spss.

جدول فروق المتوسطات والذي يبين أنه توجد فروق دالة إحصائيا بين فئات متوسطات الحالة الاجتماعية حيث أن لمتغير الحالة الاجتماعية تأثير في درجة الوعي السياحي، كما أن له تأثير في السياحة الثقافية.

متغير المؤهل العلمي:

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات فئات التعليم والوعي السياحي والسياحة الثقافية

ويتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية: أ- توجد فروق دالة إحصائيا بين فئات التعليم وبين الوعي السياحي.

ب- توجد فروق دالة إحصائيا بين فئات التعليم والسياحة الثقافية.

الجدول(14) فرضية متغير المؤهل العلمي مع الوعي السياحي – المؤهل العلمي مع السياحة الثقافية

	التعليم	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
الوعي السياحي	ابتدائي	2	4.6000	0.5657	4 331	2.336	0.053
	اعدادي	24	3.9500	0.5641			
	ثانوي	53	4.1340	0.4895			
	جامعي	168	4.1786	0.4599			
	دراسات عليا	89	4.0640	0.4071			
	المجموع	336	4.1274	0.4636			
السياحة الثقافية	ابتدائي	2	4.8636	0.1928	4 331	2.784	0.027
	اعدادي	24	3.9811	0.6829			
	ثانوي	53	4.1630	0.4987			
	جامعي	168	4.2100	0.4867			
	دراسات عليا	89	4.0817	0.4466			
	المجموع	336	4.1561	0.4993			

المصدر من إعداد المؤلفون من مخرجات برنامج spss.

قيمة F الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، (2.411)، يبين الجدول (14) نتائج الفرضية الرابعة:

حيث يظهر أن مستوى المعنوية للوعي السياحي بالنسبة لفئات المؤهل العلمي أكبر من 0.05 بالتالي رفض الفرضية الفرعية الأولى.

كما يظهر أن مستوى المعنوية للثقافة السياحية بالنسبة لفئات المؤهل العلمي أصغر من 0.05 بالتالي قبول الفرضية الفرعية الثانية.

هنا لا توجد فروق دالة إحصائيا بين فئات التعليم بالنسبة للوعي السياحي كل فئات التعليم لديهم نفس الوعي الثقافي حسب العينة التي أجابت على الاستبيان.

الجدول (15) جدول الفروق البعدية بين متوسطات فئات المؤهل العلمي

	التعليم(I)	التعليم(J)	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
الوعي السياحي	ابتدائي	اعدادي	0.0158	0.883
		ثانوي	0.0498	0.701
		جامعي	0.0638	0.654
		دراسات عليا	0.0276	0.782
السياحة الثقافية	اعدادي	ثانوي	0.1355	0.182-
		جامعي	0.0345	0.229-
		دراسات عليا	0.3764	0.101-
	ثانوي	جامعي	0.5463	0.047-
		دراسات عليا	0.3440	0.081
	جامعي	دراسات عليا	0.0486	0.128
ن	336			

المصدر: من إعداد المؤلفون من مخرجات برنامج spss.

جدول فروق المتوسطات والذي يبين أنه توجد فروق دالة إحصائيا بين فئات متوسطات المؤهل العلمي حيث أن لمتغير المؤهل العلمي تأثير في درجة الوعي السياحي، كما أن له تأثير في السياحة الثقافية.

5.6 دراسة الاتجاه العام لمحاور الدراسة:

وتشير النتائج الواردة في الجدول (16-17) إلى استجابة أفراد العينة تجاه متغيري الوعي السياحي والثقافة السياحية.

الجدول(16) الجدول التكراري للوعي السياحي مع نسب الانحراف المعياري والمتوسط الحسابي والوزن المئوي

عبارات الوعي السياحي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
1-نشر الوعي السياحي مهمة تقع على عاتق وزارة السياحة.	98	29.2	193	57.4	35	10.4	7	2.1	3	0.9	0.740	4.12	82.38
2-نشر الوعي السياحي عامل بارز من عوامل التقدم السياسي والاجتماعي والثقافي.	149	44.3	142	42.3	34	10.1	10	3.0	1	0.3	0.786	4.27	85.48
3-يؤثر الوعي السياحي أثراً كبيراً في نجاح العملية السياحية.	159	47.3	136	40.5	31	9.2	7	2.1	3	0.9	0.796	4.31	86.25
4-يعتبر الوعي السياحي من أهم عوامل التطور السياحي.	150	44.6	128	38.1	42	12.5	13	3.9	3	0.9	0.873	4.22	84.35
5-يساهم الوعي السياحي في نشر الثقافة وزيادة التعاون الدولي.	143	42.6	137	40.8	36	10.7	16	4.8	4	1.2	0.893	4.19	83.75
6-تساهم السياحة في نشر الوعي السياحي مساهمة إيجابية في خلق التفاهم بين الشباب في العالم العربي.	126	37.5	158	47.0	31	9.2	13	3.9	8	2.4	0.906	4.13	82.68
7-تؤثر بعض العوامل الداخلية على	98	29.2	127	37.8	60	17.9	41	12.2	10	3.0	1.087	3.78	75.60

نشر الوعي السياحي بشكل سلبي مثل العادات والتقاليد والخوف من الاحتكاك بالسياح بإعتبارهم غرباء.													
8-تؤثر بعض العوامل الداخلية على الوعي السياحي بشكل إيجابي مثل الحاجة إلى المعرفة والفوائد المالية من السائح.	97	28.9	166	49.4	59	17.6	11	3.3	3	0.9	0.823	4.02	80.42
9-الوعي السياحي يؤثر إيجاباً على تحسين مستوى المعيشة في المجتمع المحلي.	122	36.3	141	42.0	42	12.5	21	6.3	10	3.0	1.004	4.02	80.48
10-الوعي السياحي يسهم في المحافظة على المواقع السياحية.	147	43.8	138	41.1	29	8.6	17	5.1	5	1.5	0.906	4.21	84.11
ن	336												

المصدر: من إعداد المؤلفون من مخرجات برنامج spss.

يظهر الجدول(16) أن أعلى متوسط حسابي بلغ 4.31 وانحراف معياري 0.796 والتي تتجه نحو الموافقة بشدة وهي العبارة رقم 3 "يؤثر الوعي السياحي أثراً كبيراً في نجاح العملية السياحية"، وأدنى متوسط حسابي بلغ 3.78 وانحراف معياري 1.087والتي تتجه نحو الموافقة وهي العبارة رقم 7. ويبين الجدول أيضا التشتت المنخفض في استجابات أفراد المبحوثين حول الوعي السياحي وهو ما يعكس التقارب في وعي المبحوثين، ويشير الجدول أيضا إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، وبشكل عام يتبين أن مستوى الوعي السياحي عند المبحوثين كان مرتفعا.

الجدول (17) الجدول التكراري للسياحة الثقافية مع نسب الانحراف المعياري والمتوسط الحسابي والوزن المئوي

عبارات السياحة الثقافية	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
1-السياحة الثقافية مهمة في الجذب السياحي.	129	38.4	160	47.6	32	9.5	10	3.0	5	1.5	0.837	4.18	83.96
2-السياحة الثقافية تشبع رغبة ودوافع معرفية لأنواع الثقافات التراثية والحضارية القديمة والتاريخية للمجتمعات.	137	40.8	142	42.3	39	11.6	14	4.2	4	1.2	0.878	4.17	83.45
3-السياحة الثقافية تستكشف عادات وتقاليد وطرق عيش الآخرين.	135	40.2	157	46.7	32	9.5	11	3.3	1	0.3	0.776	4.23	84.64
4-تساهم السياحة الثقافية في زيادة معرفة الأشخاص من خلال التعرف على ثقافات الدول الأخرى.	121	36.0	162	48.2	31	9.2	21	6.3	1	0.3	0.845	4.13	82.68
5-السياحة الثقافية يمكن أن تعزز التبادل الثقافي والتفاهم بين الشعوب.	136	40.5	141	42.0	31	9.2	21	6.3	7	2.1	0.960	4.13	82.50
6-للسياحة الثقافية دور في الحفاظ على الصناعات التقليدية.	115	34.2	148	44.0	49	14.6	20	6.0	4	1.2	0.913	4.04	80.83
7-يمكن للسياحة الثقافية أن تساعد في خلق شعور بالفخر في المجتمع المحلي.	120	35.7	156	46.4	42	12.5	13	3.9	5	1.5	0.872	4.11	82.20
8-يمكن للسياحة الثقافية أن تخلق الوعي حول أهمية الحفاظ على التراث الثقافي.	134	39.9	160	47.6	32	9.5	7	2.1	3	0.9	0.777	4.24	84.70
9-يعتبر الوعي السياحي من أهم الوسائل لتنشيط السياحة الثقافية.	111	33.0	182	54.2	27	8.0	13	3.9	3	0.9	0.791	4.15	82.92
10-رفع مستوى الوعي السياحي لدى للمجتمع المحلي يؤدي الى تنشيط السياحة الثقافية.	111	33.0	174	51.8	30	8.9	16	4.8	5	1.5	0.858	4.10	82.02
11-الوعي السياحي يسهم في تنمية السياحة الثقافية.	141	42.0	155	46.1	21	6.3	16	4.8	3	0.9	0.837	4.24	84.70
ن			336										

المصدر: من إعداد المؤلفون اعتماداً على مخرجات برنامج spss.

يظهر الجدول (17) أن أعلى متوسط حسابي بلغ 4.24 للعبارتين 8-11 واللتان تتجهان نحو الموافقة بشدة وكانتا "يمكن للسياحة الثقافية أن تخلق الوعي حول أهمية الحفاظ على التراث الثقافي"، "الوعي السياحي يسهم في تنمية السياحة الثقافية" وانحراف معياري بلغ 0.777 للعبارة رقم 8 و0.837 للعبارة رقم 11، وكان أدنى متوسط حسابي للعبارة رقم 6 والتي كانت "للسياحة الثقافية دور في الحفاظ على الصناعات التقليدية" بمتوسط حسابي 4.04 وبانحراف معياري 0.913 والتي تتجه نحو الموافقة. ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد المبحوثين حول السياحة الثقافية وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر المبحوثين، ويشير الجدول أيضا إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، وبشكل عام يتبين أن مستوى السياحة الثقافية عند المبحوثين كان مرتفعاً.

سادساً: نتائج البحث:

1- أوضحت نتائج البحث أن هناك علاقة قوية بين الوعي السياحي والسياحة الثقافية مما يشير الى أن زيادة الوعي السياحي سيؤدي الى تفعيل السياحة الثقافية.

2- من خلال النتائج تبين أنه عندما يكون هناك وعي للمجتمع المحلي يؤدي ذلك إلى تنشيط السياحة الثقافية.

3- بينت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث بالنسبة لسياحة الثقافية ولا يوجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث بالنسبة للسياحة الثقافية.

4- بينت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين الفئات العمرية بالنسبة للوعي السياحي والسياحة الثقافية وأن الفئة العمرية من 20-30 هي أكثر وعي سياحي وثقافي.

5- أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين فئات الحالة الاجتماعية بالنسبة للوعي السياحي والسياحة الثقافية.

6- بينت النتائج أنه لا يوجد فروق دالة إحصائياً بين فئات التعليم بالنسبة للوعي السياحي والسياحة الثقافية.

سابعاً: مقترحات البحث:

1- زيادة الوعي السياحي لدى جميع الفئات العمرية من خلال المدارس.

2- على الهيئات الحكومية المختصة في المجال السياحي العمل على نشر الوعي بأهمية الحفاظ على المواقع السياحية.

3- ضرورة الاهتمام بمقومات السياحة الثقافية وإعطاءها الاهتمام اللازم والعمل على تنميتها.

4- ينبغي أن تقوم وسائل الاعلان بتقديم الأخبار والبرامج السياحية بأسلوب مبتكر يجذب الانتباه.

معلومات التمويل: هذا البحث ممول من جامعة دمشق وفق رقم التمويل (501100020595)

Founding information: this research is founded by Damascus University – founder No (501100020595).

ثامناً: المصادر والمراجع:

-المراجع العربية:

1- الطوالبة، عمر إبراهيم علي. (2014). **تطوير كتاب الجغرافيا للصف العاشر الأساسي في ضوء البنية المعرفية للتربية السياحية وقياس أثره في تنمية الوعي السياحي.** دكتوراه. كلية التربية. جامعة اليرموك. إربد: الأردن. ص:225.

2- الرفاعي، وائل. (2018-2017). **درجة امتلاك معلمي الجغرافيا للمرحلتين الأساسية والثانوية للوعي السياحي في محافظة اربد.** ماجستير. قسم المناهج والتدريس. كلية العلوم التربوية. جامعة آل البيت. ص: 61.

3- العجلوني، عبد الله. (2013).تطور السياحة في الاردن: دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الاردنية. دراسة حالة جامعة أربد الاهلية وجامعة جدارا. **مجلة التراث**. العدد:9، ص-ص:131-158. الجزائر. جامعة زيان عاشور بالجلفة- مخبر جمع دراسة وتحقيق مخطوطات المنطقة وغيرها.

4- الغفري، محمود عبد القادر. (2024). تمويل مشاريع التراث الثقافي في سورية خلال الأزمة الواقع – الفرص – التحديات. **مجلة جامعة دمشق للدراسات التاريخية.** مج: 148، العدد:1. ص-ص: 164-121. دمشق: سورية. جامعة دمشق.

5- الغفري، محمود عبد القادر. الفوال، أسماء مروان محمد. (2023). الحفاظ على التراث الثقافي وصناعة السياحة في سورية باستخدام تقانات نظم المعلومات الجغرافية. **مجلة جامعة دمشق للدراسات التاريخية.** مج: 147، العدد: 4. ص-ص: 163-190. دمشق: سورية. جامعة دمشق.

6- المطيري، عائشة ذياب شباب. (2016). دور بعض عناصر المنظومة التعليمية في تنمية الوعي السياحي لدى طلاب المدرسة من وجهة نظرهم ومعلميهم في ضوء بعض المتغيرات. **مجلة التربية.** مج: 2، عدد: 168. ص-ص: 610-552. مصر. جامعة الأزهر- كلية التربية.

7- أحمد، خليل إبراهيم. عزيز، زهير عباس.(2013). مضامين وسيلة الإعلام المرئية المسموعة(التلفاز) في تنمية الوعي السياحي للسياحة الدينية في كربلاء المقدسة. **مجلة الإدارة والإقتصاد.** عدد:96. ص-ص: 246-222. العراق. الجامعة المستنصرية.

8- أسد، حسين. محمود، طه.(2020م).دور الوعي السياحي في تنمية السياحة الميسرة: دراسة لعينة من موظفي فنادق كربلاء المقدسة. **مجلة أُريد الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية**. مج:2. العدد الخاص. ص-ص:437-463. كربلاء: العراق.

9- أبو رمان، موسى، اسعد ومصطفى، عبدالله ممدوح.(2013م).الوعي السياحي ودوره في تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر في الأردن: دراسة تحليلية ميدانية .**مجلة تنمية الرافدين**. مج: 35. العدد : 111. ص-ص: 135-113. العراق. جامعة الموصل كلية الإدارة والاقتصاد.

10- باقومة، لطيف. محجوبي، وردة. (2018-2017). **دور الاعلام في تنمية الوعي السياحي : جريدة السياحي الجزائري أنموذج**. ماجستير. شعبة الاعلام والاتصال. قسم العلوم الإنسانية. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية. الجامعة الإفريقية أحمد دراية – أدرار. الجزائر. ص: 77.

11- بودربالة، رفيق. (2016م).الوعي السياحي ودوره في تنمية القطاع السياحي الجزائري. **في مجلة العلوم الإنسانية**. العدد:6.ص-ص:264-277.الجزائر. جامعة أم البواقي.

12- ثامر، محسن. باهي، يوسف. (2020م).دور السياحة الثقافية في تحقيق التنمية المستدامة –ولاية وادي سوف نموذج- .**مجلة المنتدى للدراسات ولأبحاث الاقتصادية** . مج:04. العدد :02. ص-ص:10-30. صفاقس: تونس. كلية العلوم الاقتصادية بجامعة صفاقس.

13- حكيمة، نعيمي. وحياة، براهيمي بن حراث.(2017م). بلورة الوعي السياحي كأحد السبل لتنمية السياحة المستدامة- تجربة الأردن- . **مجلة دفاتر بوادكس.** العدد:08. ص-ص:51- 74. الأردن. جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم.

14- حاج قويدر، عبد الرحيم. مولاي لخضر، جلال.(11-12نوفمبر 2019).**السياحة الثقافية وأهميتها في التنمية.** الموروث الثقافي والسياحي ودوره في خدمة التنمية المستدامة. جامعة غرداية.

15- زريقي، سارة. (2021م).دور معلم التعليم الابتدائي في تنمية الوعي السياحي للتلاميذ في ضوء التنمية المهنية له. **المجلة التربوية كلية التربية**. العدد: فبراير ج:1(82). ص-ص :238-279 .أسوان: مصر. جامعة سوهاج.

16- سعدون، إدريس. (2023).دور السياحة المستدامة في تنمية الوعي السياحي دراسة استطلاعية لآراء عينة من السياح الوافدين إلى مدينة دوهوك في إقليم كوردستان العراق. **المجلة الأكاديمية لجامعة نورزو.** ص-ص: 53-73. العراق. جامعة نورزو.

17- عودة، صالح حميد. (2015). **درجة امتلاك مدرسي مادة الجغرافيا في المرحلة المتوسطة في العراق للوعي السياحي.** ماجستير. قسم المناهج والتدريس. كلية العلوم التربوية. جامعة آل البيت. العراق. ص: 101.

18- مصباحي، العطرة. مصباحي، سناء. منماني، مباركة. (23/29 مارس 2019). **دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياحي.** التراث والسياحة الثقافية والبديلة، سوسة-تونس.

19- غزيل، مهداوي.(2021). تحديات مشاركة المجتمع المحلي في التنمية المحلية بالجزائر. مجلة الأبحاث القانونية والسياسية. مج: 3، العدد:1. ص-ص: 184-202. سعيدة: الجزائر. جامعة مولاي الطاهر.

- المراجع الأجنبية:

20. A bduleasoul A bdullah، Mouhamed Omar. (2017)، A Awareness of the Recreational tourism sector Workers Arabic Republic of Egypt "Evaluative study". *journal of Applied Sport Science*. VOL:7. NO:2.p-p:1-6. Alexandria. Egypt. Alexandria University.

21. Sihombing، Dimposma.;(2019)،COMMUNITY TOURISM AWARENESS INFLUENCE AGAINST TOURISM DEVELOPMENT AND REGIONAL DEVELOPMENT IN NORTH TAPANULI REGENCY، INDONESIA. International journal of civil engineering and technology(IJCET)، volume10، issue03،pp.951-966.

22. Ginting، Yanti Mayasari. Siregar، Helly Aroza. Sitompul، Silvia Sari. (2022)، The Cultural Tourism of Bakar Tongkang as National Tourism Event in Indonesia: Strategy and Economic Impact.

A Journal of Vytautas Magnus University VOL:15. NO:1 .p-p:1830-1846. BALTIC JOURNAL OF LAW & POLITICS.

23. A. Rosenfeld، Raymond. Cultural and Heritage Tourism. Research Gate. 09 September 2014.، https://www.researchgate.net/publication/237461371.

24. UNWTO.TO: Glossary of Tourism Terms(ElectronicResources)، https://www.un-wto.org/glossart-tourism-terms27/7/2024.