

تطور السياحة في الأردن: دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية

دراسة حالة جامعة أربد الأهلية وجامعة جدارا

Tourism Evolution in Jordan: A Study of Tourism Awareness Among Students in Jordanian Private Universities

(A Case Study of Irbid National University and Jadara University)

د/ عبد الله علي قويطين العجلوني

أستاذ مساعد- بقسم السياحة والآثار، كلية الآداب، جامعة حائل - السعودية

Ajloni69@yahoo.com

ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على مدى توفر الوعي السياحي لدى طلاب الجامعات الخاصة الاردنية (جامعة أربد وجامعة جدارا)، حيث اعتمدت هذه الدراسة اسلوب الدراسة الميدانية من خلال الاستعانة بالاستبانة التي صممت لهذه الغاية، وتم توزيع 312 استبانة بالطريقة العشوائية على أفراد العينة العشوائية البسيطة، ولقد تم استرجاع 200 استبانة صالحة للتحليل الإحصائي. وتشير نتائج الدراسة الى أن هناك درجة عالية من الوعي السياحي نحو أهمية السياحة والآثار الايجابية لتطور السياحة في الاردن. وخلصت الدراسة الى مجموعة من التوصيات اهمها ضرورة إدخال منهاج دراسي لطلبة الجامعات يهتم بتعريف السياحة والوعي السياحي وأهم المواقع السياحية في الأردن بشكل خاص والوطن العربي بشكل عام، وضرورة الاهتمام بنشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع المحلي.

كلمات مفتاحية: الاردن، السياحة، الوعي، الوعي السياحي

Abstract:

This paper aims to identify tourism awareness among students of private Jordanian universities (Irbid and Jadara University). In the approach of the study a questionnaire of 312 were randomly distributed. Out of this sample, 200 proved to liable for statistical analysis. The preliminary results of the statistical study of the data indicate a high degree of awareness among students about importance of tourism and its positive effects on development of Jordan. The study recommends inclusion of tourism awareness in university curriculums in Jordan in particular and the Arab World in general. Furthermore, it stresses on the need to spread tourism awareness as well among members of the local community.

Keyword: Jordan, Tourism, awareness, Tourism Awareness

مقدمة

تعتبر السياحة رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الانسانية بين للامم والشعوب وهي ناجمة عن تطور المجتمعات وارتفاع المستوى المعيشي للفرد واستغلال اوقات الفراغ ومصدر من مصادر الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات من خلال تدفق العملات الاجنبية، حيث شهدت صناعة السياحة في الآونة الأخيرة تغيرات هامة حيث وصفت بأنها العملاق الاقتصادي في القرن العشرين، والصناعة التصديرية الأولى والصناعة الخدمية الثالثة في اقتصاد العالم بالقرن الحالي (غنيم وسعد 1999 ص 22). بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية أصبحت السياحة من اهم القطاعات في الدول حيث يعزى ذلك الى كون السياحة تسهم في الدخل الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، بالإضافة الى ان السياحة مدخلا للتبادل الثقافي والحضاري، والعادات والتقاليد وتشغيل الأيدي العاملة وتحقيق السلام والتفاهم بين الشعوب وتساعد السياحة على احياء التراث الحضاري (مقابلة 1999). فالسياحة تقدم فرص عمل مباشرة وغير مباشرة لاكثر من 200 مليون شخص حول العالم، ويمعدل عامل لكل تسعة عمال يعملون في الصناعات الاخرى، ويصل عدد الوظائف المرتبطة بالانشطة

السياحية الى 350 مليون وظيفة في عام 2005 ، وتولد السياحة % 10.3 من جملة الاجور العالمية بما يعادل 1.7 تريليون دولار ونسبة % 10.1 من جملة الناتج المحلي الاجمالي، لذلك فإن السياحة تحتل أهمية كبيرة كنشاط اقتصادي في مختلف دول العالم (عبيد 2010) ، لذلك تتنافس دول العالم المتقدمة والنامية على تحسين الصورة السياحية لها في الأسواق المصدرة للسياحة لجذب أكبر عدد من السائحين لما لهذا القطاع من آثار إيجابية مباشرة على النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلاقات الدولية . أما على الصعيد العربي فقد شهدت السياحة تطورا هائلا ففي الوقت الذي شهد العالم العربي تطورا كبيرا في المستوى المعيشي وارتفاع الإمكانات المادية لمعظم البلدان العربية ، شهدت تكاليف السفر انخفاضا نسبيا نتيجة لتطور وسائل النقل والمواصلات وتوافرها ، مما مهد الطريق أمام مختلف شرائح المجتمعات العربية الغنية وذات الدخل المحدود أيضا المتمثلة في القوى العاملة للمشاركة بالطلب السياحي ، وهكذا فقد تكاملت السياحة كظاهرة واتسعت بشكل كبير سواء كان ذلك على الصعيد المحلي (سياحة داخلية) أو على الصعيد العالمي (سياحة خارجية) . (الحوري و الدباغ 2001م) وعلى ذلك يكون التحدي الحقيقي أمام صناعة السياحة الأردنية في مدى قدرة المقاصد السياحية في الأردن على إيجاد مجتمع أردني كامل ومتكامل " حاضن للسياحة " لديه الوعي الكافي لأهمية هذه الصناعة الواعدة بوصفها خدمة إنتاجية تعود بالنفع العظيم على أفراد المجتمع كافة. لهذا يعتبر الوعي السياحي في الأردن قضية مجتمعة بأكملها لأن السياحة بوصفها نشاط اجتماعي تعتمد على الإنسان إلى حد كبير نتيجة الأهمية المتعاظمة للعلاقات الإنسانية في العملية السياحية فهي مرتبطة بسلوكيات الأفراد. أضف إلى ذلك ضرورة الوعي السياحي في إيجاد نظام سياحي قادر على استثمار المميزات النسبية والتنافسية إذ أن الاستثمار في المشاريع السياحية أصبح يقتدر في كثير من الأحوال بالوعي السياحي للمجتمع المحلي .

يتناول هذا البحث أهمية الوعي السياحي لطلبة الجامعات الأردنية بشكل خاص. لأهمية وقدرة هذه الفئة من الشباب المتعلم على فهم متطلبات العصر ، والاستجابة للتغير السريع الذي يشهده العالم ولاسيما في قطاع السياحة ، مما يستدعي تجديد الوعي السياحي لديهم لخلق الحس بالمسؤولية وإدراك حجم التحدي الملحق على عاتقهم في تنمية وتطوير السياحة الأردنية حاضرا ومستقبلا فهم سياح المستقبل و عددُها المقبلة من جهة أخرى، وهم الفئة الأقدر على وضع الأمور في نصابها الصحيح و خاصة ما تطمح به الإستراتيجية الوطنية 2015/2010 من خلق أكثر من 70 ألف فرصة عمل جديدة (وزارة السياحة والآثار 2009م). لذلك من المهم تنمية الوعي السياحي لديهم لأنه من المنتقد وجود استراتيجيات لتنمية الوعي السياحي دون وجود المهارات والخبرات القادرة على تنمية السياحة .

مشكلة البحث

تعتمد السياحة في أي بلد في العالم بالدرجة الأولى على توفر مجتمع مثقف واعى بأهمية الموارد السياحية سواء كانت طبيعية أو بشرية من هنا جاءت إستراتيجية وزارة السياحة الاردنية في المقام الأول على أعداد مجتمع مثقف سياحياً في الدرجة الأولى بالإضافة إلى الاهتمام بالمقومات السياحية التي يوفرها القطاع العام والخاص، لمواجهة التحديات المستقبلية بكل كفاءة ونجاح. لذلك تمثلت مشكلة البحث في التعرف على مدى توفر الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الأردنية حول أهمية السياحة والمواقع السياحية في الأردن، وإبراز ما يسمى بالمزاج الثقافي المتعلق تجاه السياحة في الأردن، وكيف يمكن تنمية هذا الوعي لديهم بحيث ينعكس على سلوكهم تجاه السائح والمجتمع .

أهداف البحث :

تتمثل أهداف البحث بما يلي :

- 1- التعرف على مفهوم الوعي والوعي السياحي .
- 2- التعرف على مدى توفر الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة وكيفية تنمية وعية بأهمية السياحة.

3- زيادة الوعي السياحي لدى الطلبة مما سيدفعهم إلى الحفاظ على الثقافة المحلية والهوية الشخصية للمجتمع الأردني.

أهمية البحث :

تنبع أهمية البحث من خلال التعريف بأهمية الوعي السياحي ، ودوره في تطوير أداء العاملين في السياحة حاضرا ومستقبلا وانعكاسها في تحسين المردودات الاقتصادية للأردن، وكذلك أهمية الطلبة أنفسهم فهم سياح المستقبل و عدتها المقبلة من جهة أخرى وهم الفئة الأقدر على وضع الأمور في نصابها الصحيح .

فرضيات البحث

* لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسيلة التعرف على المواقع السياحية والمتغيرات الديموغرافية .

* لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوعي بأهمية السياحة والعوامل الديموغرافية .

* لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوعي بالآثار السلبية المحتملة للسياحة والمتغيرات الديموغرافية .

* لا تختلف الأهمية السياحية لدور الجهات المختلفة لنشر الوعي السياحي

الوعي :

وردت كلمة "وعي" في أول الأمر بكتاب الله عز وجل قوله تعالى : " لنجعلها لكم تذكرا وتعيها أذن واعية" (سورة الحاقة، (12) . بمعنى أخذ العظة والعبرة والحفظ لما تسمع من إخبار الكافرين . وفي آية أخرى قوله عز وجل : " وجمع فأوعى " (سورة المعارج (18) . بمعنى جمع المال وامسكه ولم يؤدي حق الله منه ، وهكذا نجد أن كلمة وعي كانت تستخدم بمعنى الجمع أو الحفظ. (تفسير ابن كثير ج 3)

ويبدو أن كلمة (الوعي) أخذت حظها من التطور في الاستعمال حتى صارت تستخدم بمعنى الفهم وسلامة الإدراك. ومع تعقد المصطلحات والمفاهيم اخذ مدلول (الوعي) يدخل العديد من المجالات النفسية والاجتماعية، حيث عرف علماء النفس هذا المفرد بأنه " شعور الكائن الحي بنفسه، وما يحيط به" والوعي لديهم يعني مجموع ما يتحصل من الشعور والإدراك والنزوع . (البكار 2000م)

أما منظور علم الاجتماع للوعي فهو يتشكل من خلال العلاقات الاجتماعية وهذا ما تمثله عبارة الضمير الجمعي والوعي أو الشعور الجمعي، بمعنى أن الوعي والضمير كلها مشتقة من الجماعة" لأن الفرد يعيش خيانة في ثقافة معينة وجماعات تتكون منها هذه الثقافة، والمعاني والخبرات التي تكونها هذه الوحدة الاجتماعية تخلق في الفرد نوع من الوعي تساعد على تفسير بيئة والاستجابة لها ، ومن ثم فإن الذات الفردية أو الشخص ية وسلوك الإنسان هي في الغالب نتاج الحياة الاجتماعية وكما تم ذكره سابقاً بأن السياحة من العلوم الاجتماعية فإنها تعتبر أحد فروع الوعي الاجتماعي لأن الإحاطة بكل الواقع المحيط بالإنسان والمجتمع والطبيعة هو هدف نشاط السياحة، ومن ثم فإن تنمية الوعي الاجتماعي من خلال التعريف بهذا الواقع من خلال رحلات وزيارات سوف تؤدي حتما إلى تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع الأردني، مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم ويعملون على تقديمه في أفضل صورة تجذب إليه السياح من مختلف العالم ،وتبادل المعرفة وتنمية السلوك السياحي. (البكار 2002م).

يعرف الوعي كما ورد في المعجم الوسيط على أنه الفهم وسلامة الادراك والاحاطة والفطنة والتقدير(المعجم الوسيط ج 2 ص 21). كما يعرفه المعجم الوجيز 1995 ص 675) على أنه الفهم وسلامة الادراك وشعور الكائن الحي بما في نفسه ومحيطة به. أما قاموس مصطلحات علم النفس فيعرفه على أنه المرحلة الاخيرة من الادراك،والادراك الواعي هو الادراك المتميز او الدراك التأملي أو الداخلي أو ادراك الفرد لوضمون ما يشعر به(العيسوي 1996). كذلك قاموس لونج مان (Longman) فيعرفه على أنه امتلاك المعلومات أو

فهمها (longman 2000). وقد إتفقت اراء العلماء على ان الوعي يتكون من خلال الارتباط الوثيق والمستمر بين الانسان والطبيعة وعلاقة الانسان مع غيره من البشر حيث بدون هذه العلاقة لا يحدث الوعي.

يعرف تايلور (Tayllor) الوعي على أنه مجموعا من المشاعر ولحظات الازدلاكا واليقظة، ويكون الانسان واعيا إذا كان يشعر ويدرك ما يدور حولة من الاشياء والافعال والاعمال (تايلور 1986). أما فرويد (Freuid) فيعرفة على أنه تكوين نفسي منطقي وتوافق مع نمط معين من البيئة ترتبط به الطاقة العقلية من خلال الرموز اللفظية (Drever 1963). جود (Good) يعرف الوعي على أنه امتلاك أو أظهار إدراكا أو تصورا أو معرفة (Good 1973). ألا ان الوعي ادى علماء النفس أخذ في التطور حتى أصبح شيئا محددا لة قواعد منطقية تحكمة شأنه في ذلك التفكير (Eornstein 1980). كما اعتبروه حالة من اليقظة يدرك فيها الانسان نفسه وعلاقته بما يدور حولة من الزمان والمكان والاشخاص حتى تكون استجابته للمؤثرات البيئية استجابته صحيحة (Encycjopedia 1984). أما السلوكيين فيروا أن الوعي هو إدراك الاشياء الخارجية وإدراك التراث (1967، وليم). كما يرى كروثويل (Krawthwohl) أن الوعي يكون بالدرجة الاولى في الجانب الوجداني ولكنه أيضا يكون مشبعا بالجانب المعرفي (Krawthwohl 1964) وبالتالي فهو ايس كالتذكر في استرجاع المعلومات بل هو إدراك الفرد لمواقف محددة. كذلك يرى ستون (Stone) أن الجانب الوجداني للوعي هو المستوى الذي يكون فيه إنتباه الفرد قد انجذب نحو المثيرات المختلفة (Stone 1972). أما مفهوم الوعي لدى الباحث فهو فهم وأدراك الانسان وتقديره للبيئة التي يعيش فيها بالإضافة الى الاماكن المحيطة به وقدرته على التعامل والتكيف والعيش معها والمحافظة عليها ليصبح وجوده فعلا وواعيا.

الوعي السياحي:

إن الوعي السياحي ليس محتكرا للأشخاص الذين يدرسون أو يعملون في القطاع السياحي، بل يشمل جميع أبناء المجتمع المحلي وأهمهم فئة الشباب وعليهم أيضا المسؤولية الخاصة للحفاظ على تنمية السياحة واستدامتها من خلال المشاركة والمساهمة في التنمية ، لذلك فإن الوعي السياحي يجب أن يجد طريقه لحصول الطلبة على حصة كافية من هذا الوعي، وهنا يأتي دور إدارة المؤسسات التعليمية بنشر الوعي وهذه مسؤولية عظيمة .

إن السياحة والوعي عناصر غير قابلة للفصل في نجاح العملية السياحية واستدامتها، وإدخالها لجميع فئات المجتمع ، فعلى المؤسسة القيام بجميع الأوقات بإبراز أهمية الوعي السياحي وصناعة السياحة ككل . (مقابلة و ذيب 2000م).

مفهوم الوعي السياحي:

هو الادراك القائم على الاحساس والاهتمام بالمواقع السياحية واهميتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والبيئية، والوقوف على المشكلات التي تواجه السياحة والحركة السياحية، مع وجود الدافع القوي للمساهمة في تنميتها في الدولة. ويمكن تحديد الملامح الرئيسية للوعي السياحي كمايلي:

- 1- أن الوعي لابد ان يجمع بين الجانبين المادي والوجداني، وذلك لأن الوعي هنا هو بالدرجة الأولى في تكوين الاتجاهات نحو السياحة وتلك الاتجاهات هي التي تحدد وتوجه سلوك الفرد نحو عوامل الحركة السياحية.
- 2- أن الفرد يصل الى درجة الوعي السياحي عندما يكون على معرفة تامة بمفهوم السياحة وانواعها واهميتها والمشكلات التي تواجهها، مع وجود الدافع لديه للمشاركة الايجابية لتنمية الحركة السياحية لكي تعود بالمنفعة الكاملة على وطنه.

أنواع الوعي السياحي:

يمكن تقسيم الوعي السياحي الى مايلي:

أولا: الوعي السياحي لدى السكان المحليين:

لا يمكن لقطاع السياحة من تحقيق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الناتجة عن تطور السياحة على المجتمعات المحلية ،إذا تجاهل المخططون وواضعوا السياسات السياحية إدماج المجتمع المحلي في التنمية السياحية.

نبا: الوعي الخاص بفئة العاملين لنشاط السياحي:

حيث يعرف العاملون في النشاط السياحي على أنهم (القائمون على تقديم خدمات متنوعة للسياح من إقامة ،وأطعمة ومشروبات وغيرها ،وتعتبر هذه الفئات من العمالة احد أهم عناصر المزيج التسويقي السياحي،ويستقي هذا العنصر أهمية من كون العاملين في النشاط السياحي يعتبرون الخط الأمامي،المواجه للسائح ضمن إطار العملية السياحية،كونهم على اتصال مباشر مع السائح،وبالتالي فإن السائح يتأثر بشكل مباشر بقدرة هؤلاء العاملين على تحقيق احتياجاتهم وأدائهم الجيد واستقبالهم الجيد،فإذا كانوا على المستوى المطلوب في أداء مهمتهم فإن ذلك بالطبع سيؤثر على الحركة السياحية من عدة محاور أهمها، الوصول لأقصى درجة من رضا الزائر عن المنتج السياحي الأردني، زيادة معدل أنفاق الزائر في المواقع السياحية الأردنية، زيادة احتمالية تكرار زيارته للأردن بنسبة كبيرة. فالعاملين بالنشاط السياحي بالتالي عنصر فعال في عكس صورة المنطقة السياحية ،وتناقل سمعتها الجيدة أو السيئة على حد سواء من خلال الكلام المنقول (Word-Of-Mouth،وهي أقوى وسائل الدعاية والأعلام على الإطلاق لما لها من دور في استقطاب أعداد كبيرة من السياح من أقارب وأصدقاء السياح الذين أدلوا بشهادات ايجابية تعزز عناصر الجذب في الأردن.

لثا:الوعي الخاص بفئة السياح:

ويمكن ان ويقسم هذا النوع إلى قسمين:

1- قيمة السياح قبل دخول المجتمع المحلي:

وهي المرحلة التي تختص بتهيئة وتوعية السياح قبل دخولهم للموقع السياحي ، حيث يعتبر هذا النوع من التوعية من أكثر أنواع التوعية السياحية حساسية وخطورة، حيث يرتبط بردة فعل السكان المحليين تجاه النشاط السياحي، بحيث قد تشكل ردة فعل السكان المحليين تجاه السائح اكبر عائق في طريق التنمية السياحية، حيث قد تشكل في كثير من الأحيان بعض التصرفات الناتجة عن السياح والتي تعكس بدورها ثقافتهم المحلية خرقا لعادات وتقاليد وقيم ومبادئ المجتمع المضيف (بفعل التباين والاختلاف بين ثقافات الشعوب والأمم)،مما قد يؤدي إلى رفض هذا المجتمع لهذا النوع من النشاط الاقتصادي وبالتالي التأثير عليه سلبا، بوسائل مختلفة، مما يؤكد على ضرورة احترام هذه الثقافة مهما اختلفت عن ثقافة السائح الأصلية ،ونحن بالفعل نعتقد بأن السياح يدركون أن هناك عادات وتقاليد في المجتمعات المضيفة ربما تختلف عن عاداتهم وتقاليدهم، وأن من واجبهم احترام العادات والتقاليد المحلية .

2- الإرشاد:

وهي المرحلة التي تبدأ بدخول السياح إلى الموقع السياحي ويتضمن هذا النوع من التوعية إرشاد السياح إلى الأماكن السياحية التي يمكن لهم زيارتها، وإرشادهم إلى مواقع الخدمات السياحية التي يمكن أن تعد لهم ضمن البلد المضيف من فنادق واستراحات وغيرها، وذلك عن طريق تزويدهم بالنشرات والكتيبات والخرائط الواضحة والصحيحة عن طريق وكلاء السفر أو الشركات السياحية أو مكاتب السياحة الوطنية ،أو

بعض المؤسسات المحلية إضافة إلى اللوحات الإرشادية التي توضع على الطرقات لتتبع الطرق التي تؤدي بالسائح إلى الأماكن السياحية، وأماكن تلقي الخدمات السياحية المختلفة.

أهمية الوعي السياحي:

للعوعي السياحي أهمية كبيرة في تدعيم مفاهيم السياحة في الأردن ، فالعديد من المواقع السياحية في الأردن تعاني من مشكلات متعددة أهمها: عدم تقبل أبناء المجتمع المحلي لفكرة السياحة ، إضافة إلى أن هناك من ينظر إلى السائح كفرد غريب منبوذ ، وهناك من ينظر إلى السائح على أنه مختلف عن المجتمع المحلي سواء من الناحية الثقافية أو الدينية ، لذا يظهر في بعض الأحيان سلوكاً عداًئياً تجاه السائح خاصة من الأطفال صغار السن في هذه المواقع السياحية من خلال انتشار ظاهرة التسول المستمر وراء عمليات البيع والشراء، وغيره من السلوكيات الأخرى (بظاظو، 2012).

يساعد تعميق مفهوم الوعي السياحي في تعزيز الانتماء والولاء الوطني الأردني من خلال استشعار أهمية المكتسبات الوطنية الناجمة من السياحة، والاعتزاز بالمقومات السياحية ومظاهر الحضارة والمواقع الأثرية في المملكة والمحافظة عليها، فالوعي السياحي يعمل على تعميق مفاهيم تتعلق بتقبل أفراد المجتمع الأردني للسياحة وللمجموعات السياحية على اختلاف دينها وعاداتها والتعامل بإيجابية معهم مما يمكنهم من تطبيق ممارسات وسلوكيات حضارية تعكس طبيعة المجتمع الأردني ، وتشجيع مبدأ احترام وفهم وقبول الآخرين على اختلاف أديانهم وثقافتهم وهذا يتأتى من خلال إيجاد جمعيات تطوعية من مختلف الأعمار مثل "جمعية أصدقاء السائح " ، لذا يجب أن يفتح المجال لإنشاء مثل هذا النوع من الجمعيات للعضوية فيها من مختلف الفئات العمرية ومن الذكور والإناث (بظاظو، 2012).

الدراسات السابقة :

-دراسة ابو قحف (1986) صناعة السياحة في مصر. حيث توصلت نتائجها الى ان تنمية الحركة السياحية ترتبط ارتباطا كبيرا بمستوى ودرجة الوعي السياحي لدى المواطنين داخل الدولة، بمعنى ان هناك علاقة طردية بين الوعي السياحي والتنمية السياحية أي كلما ارتفع مستوى الوعي بين المجتمع كلما ازدادت حركة التنمية السياحية والعكس صحيح.

-دراسة 1991 (Fahmy) بعنوان إدراك طلاب السياحة والفنادق للوعي السياحي والمتطلبات التربوية لطلاب ما بعد التعليم الثانوي. حيث كانت عينة البحث عبارة عن 205 طالب جامعي من الجامعات التي تقدم التعليم السياحي. حيث اوضحت نتائج الدراسة أن طلاب الجامعات المصرية يؤمنون بأن السياحة تلعب دورا مهما في النمو الاقتصادي وترفع من المستوى الصحي والمعيشي للمجتمع، وتوفر فرص العمل. وتلعب دورا مهما في التبادل الثقافي والسياسي بين الشعوب.

-دراسة دندراوي (1995) صناعة السياحة من منظور إجتماعي، حيث أظهرت النتائج أن انخفاض مستوى الوعي السياحي لدى المواطنين تعد من المشاكل الاساسية التي تقف عائقا أمام زيادة الحركة السياحية الى مصر.

-دراسة النجوي (2003) بعنوان مدى توافر الوعي السياحي لدى معلمي الدراسات الاجتماعية بالمرحلة الثانوية في سلطنة عمان. حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى الوعي السياحي لدى معلمي الدراسات الاجتماعية بالمرحلة الثانوية ، و بعض العوامل التي تؤدي إلى فروق في الوعي السياحي لديهم مثل النوع والتخصص والمنطقة التعليمية والخبرة . وقد قامت الباحثة بإعداد أداتي الدراسة التي تمثلت في اختبار المعلومات السياحية لقياس المجال المعرفي (تضمن 35) سؤالاً من نمط أسئلة الاختيار من متعدد ، ومقياس الوعي السياحي لقياس المجال الوجداني (تضمن 24) عبارة . وتم التأكد من صدق أداتي الدراسة بعد عرضها على مجموعة من المحكمين ذوي التخصص ، كما تم التأكد من ثباتها حيث جاء معدل الثبات (0.80) للمجال المعرفي و (0.89) للمجال الوجداني .

طبقت الدراسة على عينة مكونة من (144) معلماً ومعلمة بالمرحلة الثانوية في المناطق التعليمية التالية : ظفار ، الباطنة شمال ، والظاهرة جنوب . وقد أشارت نتائج الدراسة إلى توسط الوعي السياحي لدى معلمي الدراسات الاجتماعية . كما تبين أن (18.8%) من العينة جاء وعيها السياحي مرتفعاً و (50.7%) من العينة تقع ضمن الوعي المتوسط ، ونسبة (30.6%) ذات وعي منخفض . كما أظهرت نتائج اختبار " ت " عدم وجود فروق دالة إحصائية في مجالي الوعي السياحي لدى معلمي الدراسات الاجتماعية تعزى لمتغيرات : النوع ، والتخصص ، والمنطقة التعليمية ، والخبرة . بينما كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مجالي الوعي السياحي - المجال المعرفي والمجال الوجداني - لصالح المجال الوجداني.

وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج ، أوصت الباحثة بأهمية تزويد معلمي الدراسات الاجتماعية بحقائب تعليمية وكتيبات تخدم الجانب السياحي بعمان ، والاهتمام بوضع برامج توعية ترفع من مستوى الوعي السياحي لدى معلمي الدراسات الاجتماعية وكذلك تضمين مواضيع تخدم جانب السياحة العمانية في مناهج الدراسات الاجتماعية من خلال تطبيق مداخل مختلفة كالمدخل البيئي . أبو العسل (2005) يرى أن الاستغلال الأمثل لعناصر الجذب السياحي الداخل والخارجي عن طريق المقومات السياحية المتعددة الموجودة في بلدنا، والتي من ضمنها يدخل الوعي لدى المواطن من أهم عناصرها، لذا يتطلب توعية المواطن سياحياً توعية سليمة، سواء عن طريق إدخال علم السياحة في المدارس والجامعات، أو عن طريق وسائل الإعلام ، خاصة المرئية والمسموعة لأنها أكثر انتشاراً ، وتتميزان بقدرة على تخطي حواجز الزمان والمكان ، فضلاً عن الواقعية التي تأتي من الصوت الإنساني و المؤثرات الصوتية والموسيقية المذاعة حيث أنه عن طريق السمع والبصر يكسب الإنسان ما يقرب 98% من معرفته عن أهمية السياحة ودورها في تنمية الاقتصاد الوطني . الطوباسي (2009) تباينت آراء طلبة الجامعات وخريجها حول مدى مساهمة المناهج الدراسية بالترويج لتسويق السياحة والحفاظ على الكنز التاريخي عبر نشر الوعي بأهميته . عدد منهم قال أن هذه المناهج قد حملت في خططها و مضمونها إشارة واضحة و صريحة لميزة الأردن السياحية وأهم معالمه، غير أن كثيرين وجدوا أنها قد تجاهلت الحديث عن هذا الجانب الهام .

بظاظو (2009) يرى أن مناهج التربية الوطنية في الجامعات تفتقر لمفاهيم نشر الوعي بأهمية السياحة والحديث عن المواقع السياحية المختلفة داخل الأردن وميزتها ، ويدعو إلى ضرورة العمل على تعزيز الوعي السياحي من خلال تضمين مناهج التربية الوطنية في الجامعات بالمضامين التي تتحدث عن السياحة خاصة وأن الأردن تزخر بالكثير من المواقع ذات الميزات السياحية المختلفة ، ويفترض بظاظو أن تتضمن هذه المناهج دعوة لاحترام الطرف الآخر المتمثل بالسياح على اختلاف عاداتهم و أديانهم وهي أم في غاية الأهمية و أن مناهج التربية الوطنية وحدها غير قادرة على نشر الثقافة بأهمية المواقع السياحية و مفاهيم التراث مما يتطلب وجود مساق إجباري لطلبة الجامعات يتحدث عن السياحة في الأردن على غرار الكثير من الدول في المنطقة، وهذا المساق من شأنه العمل على تعميق معرفة الطالب الجامعي بالمقومات السياحية وطرق المحافظة عليها ، إلى جانب تعزيز السلوك لايجابي لديه في التعامل مع الزوار القادمين من شتى دول العالم ، ويدعو بظاظو الجامعات الأردنية إلى ضرورة تعزيز الأنشطة اللامنهجية المتعلقة بالسياحة من خلال زيارة المواقع السياحية المختلفة وتعريف الطالب بما يحتويه الأردن من مقومات ومميزات في هذا الجانب. ويبين بأن هذه الخطوة الهامة من شأنها العمل على تعزيز النظرة الايجابية للأردنيين تجاه السياحة المحلية ، مشيراً إلى أن المشكلة التي يعاني منها الأردن بما يتعلق بالزوار هي أن 95% من السياحة الأردنية تأتي من الخارج مقابل 5% للسياحة المحلية وعلى عكس العديد من الدول المتقدمة التي تركز في تسويقها على السياحة الداخلية. ويؤكد بظاظو كعضو في لجان التعليم في المجال السياحي والفندقي بأنه تم تضمين الكثير من المناهج الدراسية المتخصصة بهذا المجال بالمفاهيم والمعاني المتعلقة بالتراث والسياحة .

ويرى العمارة (2009) أن مناهج التربية الوطنية لم تساهم بدورها في هذا الجانب، ويعتبر كأحد أعضاء لجنة الإشراف على تأليف مناهج التربية الوطنية في وزارة التربية والتعليم بأن مناهج التربية الوطنية في المدارس كان لها دور كبير في نشر وتعزيز الثقافة والوعي بأهمية المواقع السياحية الأردنية حيث احتوت هذه المناهج على 386 مفهوماً عن السياحة ويتفق مع الدكتور بظاظو في أهمية وجود مناهج إجباري مستقل عن السياحة في الأردن .

أما وزارة السياحة والآثار (2009) في دراسة مسح حول الوعي الوطني بالسياحة أعدها مشروع تطوير السياحة في الأردن الممول من الوكالة الأميركية للتنمية الدولية قد أظهر بأن السياحة تعتبر لدى الأردنيين من أهم القطاعات الاقتصادية الوطنية، غير أنهم لا يرون تأثيراً إيجابياً لهذا القطاع على حياتهم الأمر الذي يتطلب من هذه المناهج الجامعية توعية الطلبة كجزء مؤثر في مستقبل التنمية بأهمية الأردن السياحية .

دراسة MIHAI (2009) حيث هدفت الدراسة الى تقييم درجة فهم وإدراك المجتمع المحلي والسياح الرومانيون نحو مفهوم السياحة البيئية لتحديد الاساليب والاستراتيجيات المشهورة وتحديد الفوائد المرجوة من هذا النوع من السياحة، حيث توصلت النتائج الى ان هناك قلة من السكان الذين يدركون أهمية هذا النوع من السياحة.

دراسة Saarinen (2010) بعنوان الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي في منطقتي Katutura وحمية King Nehale في ناميبيا. حيث تشير نتائج الدراسة الى ادراك المجتمع المحلي بأهمية السياحة في تلك المناطق وجعلتهم مساهمين بالعمل في تطوير السياحة أكثر من مجتمعات المناطق المدنية والريفية في جنوب افريقيا.

منهجية البحث والتحليل الإحصائي:

طريقة جمع البيانات:

تم الاعتماد في عملية جمع البيانات و المعلومات المتعلقة بهذه الدراسة, على البيانات الثانوية والبيانات الأولية : أ-البيانات الثانوية : وهي مجموعة المعلومات المتوفرة والتي يمكن الحصول عليها من مصادرها ، وتشتمل على ما يلي (الكتب و المؤلفات ، وزارة السياحة ، هيئة تنشيط السياحة ، وزارة التعليم العالي ، الانترنت ، الدراسات السابقة ، المنشورات والتقارير).

ب-البيانات الأولية : وهي البيانات التي تجمع من قبل الباحث وتقسم إلى قسمين: البيانات الأولية النوعية مثل (المقابلات ،المشاهدات) ، والبيانات الأولية الكمية مثل (الاستبانة) ، وقد اعتمدت هذه الدراسة على البيانات الأولية الكمية .

تفاصيل الاستبانة :

قسمت الاستبانة إلى قسمين هما :

أ - المعلومات الديموغرافية : وتضم المتغيرات الخاصة بكل طالب وهي ، (الجنس - السنة الدراسية (الاولى، الثانية، الثالثة، الرابعة) الكلية (العلوم المالية والادارية، التربية، الآداب) .

ب - مجالات الاستبانة : شمل (17) فقرة لقياس الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية

مجتمع الدراسة :

تكون مجتمع الدراسة من جميع الطلاب الدارسين في الجامعات الاردنية الخاصة (جامعة أربد الأهلية وجامعة جدارا).

عينة الدراسة :

قام الباحث بأخذ نسبة من أفراد مجتمع الدراسة لتشكيل أفراد عينة الدراسة، و شملت هذه العينة على (200) طالب وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، حيث تم توزيع (312) استبانة، وقد استطاع الباحث استرداد (232) استبانة ، وبعد مراجعتها و تدقيقها تم إسقاط (32) استبانات لعدم مطابقتها لشروط التحليل الإحصائي وبذلك بلغت عدد النسخ التي دخلت التحليل الإحصائي (200) استبانة .

صدق أداة الدراسة :

تم عرض الأداة من قبل الباحث على مجموعة من الأساتذة المتخصصين بالعلوم السياحية و الفندقية، في عدد من الجامعات التي لديها قسم سياحة وقد تم الأخذ بجميع ملاحظاتهم وآرائهم، وأخذ بعين الاعتبار فترة الإجابة على الأسئلة، ورأيهم في صحة بعض الكلمات لتكون أكثر وضوح لدى المجيب على الاستبانة .

ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات الأداة تم استخدام معادلة (كرونباخ ألفا) لمعرفة معامل ثبات لفقرات الاستبانة ككل، كما هو موضح في جدول (1).

جدول(1) معاملات كرونباخ ألفا للأداة ككل.

المجال	معامل ثبات الأداة
الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية	0.83

يظهر من جدول (1) أن قيمة معامل كرونباخ ألفا للأداة ككل " الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية " بلغت (0.83)، وهي قيمة مقبولة لأغراض تطبيق الدراسة.

التحليل الاحصائي

بهدف الكشف عن إجابات أفراد العينة الدراسية، تم إتباع أسلوب التحليل الوصفي، لبيانات الدراسة بعد اخذ كافة إجابات أفراد الدراسة. و باستخدام برنامج (spss) عن طريق الأساليب الإحصائية الآتية:

أ – المتوسطات الحسابية و الانحراف المعياري.

ب – اختبار تحليل التباين المتعدد (ANOVA)

ج- اختبار تحليل T Test

عرض النتائج

أولاً: عرض النتائج المتعلقة لمتغيرات الشخصية لأفراد العينة:

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من (200) طالب وطالبة من جامعتي أربد الاهلية و جدارا ، تم اختيارهم بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة، جدول (2) يوضح توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الجامعة.

جدول (2) توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الجامعة

الجامعة	التكرار	النسبة المئوية
أربد الأهلية	100	50.0
جدارا	100	50.0
المجموع	200	100.0

يظهر من جدول (2) أن النسبة المئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الجامعة بلغت (50.0%) لكل من جامعتي (جامعة أربد الأهلية، جدارا).

جدول (3) توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	92	46.0
أنثى	108	54.0
المجموع	200	100.0

يظهر من جدول (3) أن عدد الذكور في العينة بلغ (92) بنسبة مئوية (46.0%)، بينما بلغ عدد الإناث (108) بنسبة مئوية (54.0%).

جدول (4) توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير السنة الدراسية

السنة الدراسية	التكرار	النسبة المئوية
أولى	51	25.5
ثانية	106	53.0
ثالثة	24	12.0
رابعة	19	9.5
المجموع	200	100.0

يظهر من جدول (4) أن بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير السنة الدراسية (53.0%) للسنة الدراسية (الثانية)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (9.5%) للسنة الدراسية (الرابعة).

جدول (5) توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الكلية

الكلية	التكرار	النسبة المئوية
العلوم الإدارية	40	20.0
الآداب	78	39.0
التربية	82	41.0
المجموع	200	100.0

يظهر من جدول (5) أن بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الكلية (41.0%) للكلية (التربية)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (20.0%) للكلية (العلوم الإدارية).

نياً: عرض النتائج المتعلقة اختبار الفرضيات.

الفرضية الأولى: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسيلة التعرف على المواقع السياحية والمتغيرات الديمغرافية: للتحقق من صحة الفرضية الأولى تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوسيلة التعرف على المواقع السياحية والمجموع الكلي لهما وتم تطبيق اختبار (Independent – T - Tes)، لمتغير الجنس والجامعة ، تم تحليل التباين الأحادي (ANOVA) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوسيلة التعرف على المواقع السياحية للسنة الدراسية والكلية، والجدول (6-12) توضح ذلك.

جدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال وسيلة التعرف على المواقع السياحية والمجموع الكلي لهما.

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقييم
1	هناك مناهج ومقررات جامعية كافية لنشر الوعي السياحي بين الطلبة في الجامعات الأردنية	3.76	1.20	2	عالية
2	تعتبر مادة السياحة مهمة في مناهج التعليم بكل المراحل الابتدائية والثانوية والجامعية	3.70	1.15	3	عالية
3	نشر الوعي السياحي مهمة تقع على عاتق وزارة السياحة والآثار لوحدها	3.54	1.07	5	عالية
4	نشر الوعي السياحي عامل بارز من عوامل التقدم السياسي والاجتماعي والثقافي .	2.90	1.20	6	متوسطة
5	يؤثر الوعي السياحي أثراً كبيراً في نجاح العملية السياحية	3.65	1.06	4	عالية
6	يعتبر الوعي السياحي من أهم عوامل التطور السياحي في المملكة الأردنية	3.95	1.16	1	عالية
المجال ككل		3.58	0.70		عالية

يظهر من الجدول (6) ان أعلى متوسط حسابي بلغ لمجال وسيلة التعرف على المواقع السياحية (3.95) وكانت للفقرة (6) وتنص على (يعتبر الوعي السياحي من أهم عوامل التطور السياحي في المملكة الأردنية) ، وادني متوسط حسابي بلغ (2.90) وتنص (نشر الوعي السياحي عامل بارز من عوامل التقدم السياسي والاجتماعي والثقافي)، وبلغ المجموع الكلي (3.58) بانحراف معياري (0.70).

متغير الجنس:

جدول (7) نتائج اختبار (independent Samples Test) تبعاً لمتغير للجنس

المجال	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
وسيلة التعرف على المواقع السياحية	ذكر	3.63	0.66	0.83	198.00	0.41
	أنثى	3.55	0.73			

يظهر من الجدول (7) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) لوسيلة التعرف على المواقع السياحية تبعاً للجنس، حيث كانت قيمة (T) (0.83) تبعاً لمتغير الجنس وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$).

متغير الجامعة:

جدول (8) نتائج اختبار (independent Samples Test) تبعا لمتغير للجامعة

المجال	الجامعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
وسيلة التعرف على المواقع السياحية	جامعة أريد الأهلية	3.52	0.71	1.30	198	0.19
	جامعة جدارا	3.65	0.69			

يظهر من الجدول (8) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) لوسيلة التعرف على المواقع السياحية تبعا للجامعة ، حيث كانت قيمة (T) (1.30) تبعا للجامعة وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$).

متغير السنة الدراسية:

جدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوسيلة التعرف على المواقع السياحية للسنة الدراسية

المجال	السنة الدراسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
وسيلة التعرف على المواقع السياحية	أولى	3.57	0.60
	ثانية	3.54	0.75
	ثالثة	3.74	0.55
	رابعة	3.70	0.80

يظهر من جدول (9) هناك فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية (لوسيلة التعرف على المواقع السياحية للسنة الدراسية) ، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) (لوسيلة التعرف على المواقع السياحية للسنة الدراسية) و الجدول (10) يوضح ذلك.

جدول (10) نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لوسيلة التعرف على المواقع السياحية للسنة الدراسية.

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
لوسيلة التعرف على المواقع السياحية	بين المجموعات	1.07	3	0.36	0.73	0.53
	داخل المجموعات	95.98	196	0.49		
	المجموع	97.06	199			

يظهر من جدول (10) أن قيمة (F) لوسيلة التعرف على المواقع السياحية للسنة الدراسية (0.73) هي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لوسيلة التعرف على المواقع السياحية للسنة الدراسية.

متغير الكلية:

(11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوسيلة التعرف على المواقع السياحية للكلية

المجال	الكلية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
وسيلة التعرف على المواقع السياحية	العلوم الإدارية	3.54	0.77
	الأداب	3.59	0.72
	التربية	3.60	0.65

يظهر من جدول (11) هناك فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية (لوسيلة التعرف على المواقع السياحية للكلية)، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) (لوسيلة التعرف على المواقع السياحية للكلية) و الجدول (12) يوضح ذلك.

جدول (12) نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لوسيلة التعرف على المواقع السياحية للكلية

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
لوسيلة التعرف على المواقع السياحية	بين المجموعات	0.11	2	0.06	0.12	0.88
	داخل المجموعات	96.93	197	0.49		
	المجموع	97.05	199			

يظهر من جدول (12) أن قيمة (F) لوسيلة التعرف على المواقع السياحية للكلية (0.12) هي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لوسيلة التعرف على المواقع السياحية للكلية.

الفرضية الثانية: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهمية السياحة والعوامل الديمغرافية:

للتحقق من صحة الفرضية الثانية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية السياحة وتم تطبيق اختبار (Independent – T – Tes)، لمتغير الجنس والجامعة، تم تحليل التباين الأحادي (ANOVA) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية السياحة للسنة الدراسية والكلية، والجدول (13-19) توضح ذلك.

جدول (13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال أهمية السياحة والمجموع الكلي لهما.

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقييم
1	يوجد لدى طلبة الجامعات الأردنية الوعي السياحي الكافي لمواكبة التطور السياحي العالمي	3.60	1.24	1	عالية
2	يساهم الوعي السياحي في نشر الثقافة وزيادة التفاهم الدولي .	3.37	1.26	5	متوسطة
3	يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية في الأردن	3.58	1.14	2	عالية
4	تستخدم السياحة كأداة لتوسيع آفاق التفكير وخلق روح التسامح لدى الآخرين	3.24	1.22	6	متوسطة
5	السياحة تزيد من اهتمام الشباب في المجتمع الأردني لتعلم اللغات الأجنبية	3.39	1.13	3	متوسطة
6	تعتبر السياحة أهم مصدر من المصادر الاقتصادية لرغد خزينة الدولة بالعملات الصعبة	3.38	1.19	4	متوسطة
7	هناك اهتمام وتعاون كافي لتطوير المواقع السياحية من القطاع العام والقطاع الخاص .	3.11	1.29	7	متوسطة
	المجال ككل	3.38	0.89		متوسطة

يظهر من الجدول (13) ان اعلى متوسط حسابي بلغ لمجال لأهمية السياحة (3.60) وكانت للفقرة (1) وتنص على (يوجد لدى طلبة الجامعات الأردنية الوعي السياحي الكافي لمواكبة التطور السياحي العالمي) ، وادني متوسط حسابي بلغ (3.11) للفقرة (7) وتنص (هناك اهتمام وتعاون كافي لتطوير المواقع السياحية من القطاع العام والقطاع الخاص)، وبلغ المجموع الكلي (3.38) بانحراف معياري (0.89).
متغير الجنس:

جدول (14) نتائج اختبار (independent Samples Test) تبعا لمتغير للجنس

المجال	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
أهمية السياحة	ذكر	3.40	0.88	0.29	198	0.76
	انثي	3.37	0.90			

يظهر من الجدول (14) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) لأهمية السياحة تبعا للجنس، حيث كانت قيمة (T) (0.29) تبعا لمتغير الجنس وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$).

متغير الجامعة:

جدول (15) نتائج اختبار (independent Samples Test) تبعا لمتغير للجامعة

المجال	الجامعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
أهمية السياحة	جامعة اريد الأهلية	3.31	0.90	-1.15	198	0.25
	جامعة جدارا	3.46	0.87			

يظهر من الجدول (15) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) لأهمية السياحة ، حيث كانت قيمة (T) (-1.15) تبعا للجامعة وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$).

متغير السنة الدراسية :

جدول (16) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية السياحة للسنة الدراسية

المجال	السنة الدراسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أهمية السياحة	أولى	3.28	0.78
	ثانية	3.36	0.94
	ثالثة	3.70	0.68
	رابعة	3.41	1.02

يظهر من جدول (16) هناك فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لأهمية السياحة ، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لأهمية السياحة للسنة الدراسية و الجدول (17) يوضح ذلك.

جدول (17) نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لأهمية السياحة للسنة الدراسية

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدالة الإحصائية
أهمية السياحة	بين المجموعات	3.07	3	1.02	1.31	0.27
	داخل المجموعات	153.16	196	0.78		
	المجموع	156.23	199			

يظهر من جدول (17) أن قيمة (F) لأهمية السياحة للسنة الدراسية (1.31) هي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لأهمية السياحة للسنة الدراسية. متغير الكلية:

جدول (18) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية السياحة للكلية

المجال	الكلية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أهمية السياحة	العلوم الإدارية	3.35	1.02
	الآداب	3.37	0.91
	التربية	3.41	0.80

يظهر من جدول (18) هناك فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لأهمية السياحة، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) أهمية السياحة و الجدول (19) يوضح ذلك.

جدول (19) نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) أهمية السياحة للكلية

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدالة الإحصائية
أهمية السياحة	بين المجموعات	0.14	2	0.07	0.08	0.91
	داخل المجموعات	156.09	197	0.79		
	المجموع	156.23	199			

يظهر من جدول (19) أن قيمة (F) أهمية السياحة للكلية (0.08) هي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لأهمية السياحة للكلية.

الفرضية الثالثة: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الآثار السلبية المحتملة للسياحة والمتغيرات الديمغرافية:

للتحقق من صحة الفرضية الثالثة تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الآثار السلبية المحتملة للسياحة وتم تطبيق اختبار (Independent – T – Tes)، لمتغير الجنس والجامعة، تم تحليل التباين الأحادي (ANOVA) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الآثار السلبية المحتملة للسياحة للسنة الدراسية والكلية، والجدول (20-27) يوضح ذلك.

جدول (20) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال الآثار السلبية المحتملة للسياحة والمجموع الكلي لهما.

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقييم
1	السياحة ظاهرة سلبية وليست إيجابية تؤثر في المجتمع الأردني	3.81	1.03	1	عالية
2	تساهم السياحة ونشر الوعي السياحي مساهمة إيجابية في خلق التفاهم بين الشباب في أقطار العالم العربي.	3.54	1.05	2	عالية
	المجال ككل	3.68	0.93		عالية

يظهر من الجدول (20) ان اعلى متوسط حسابي بلغ لمجال الآثار السلبية المحتملة للسياحة (3.81) وكانت للفقرة (1) وتنص على (السياحة ظاهرة سلبية وليست إيجابية تؤثر في المجتمع الأردني) ، وادني متوسط حسابي بلغ (3.54) وتنص (تساهم السياحة ونشر الوعي السياحي مساهمة إيجابية في خلق التفاهم بين الشباب في أقطار العالم العربي)، وبلغ المجموع الكلي (3.68) بانحراف معياري (0.93).

متغير الجنس:

جدول (21) نتائج اختبار (independent Samples Test) تبعا لمتغير للجنس

المجال	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
الآثار السلبية المحتملة للسياحة	ذكر	3.69	0.95	0.21	198	0.83
	انثي	3.66	0.91			

يظهر من الجدول (21) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) الآثار السلبية المحتملة للسياحة تبعا للجنس ، حيث كانت قيمة (T) (0.21) تبعا لمتغير الجنس وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$).

متغير الجامعة:

جدول (22) نتائج اختبار (independent Samples Test) تبعا لمتغير للجامعة

المجال	الجامعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
الآثار السلبية المحتملة للسياحة	جامعة اربد الأهلية	3.51	0.93	2.62	198	0.00
	جامعة جدارا	3.85	0.91			

يظهر من الجدول (22) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) الآثار السلبية المحتملة للسياحة ، حيث كانت قيمة (T) (2.62) تبعا للجامعة وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$).

متغير السنة الدراسية :

جدول (23) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الآر السلبية المحتملة للسياحة للسنة الدراسية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	السنة الدراسية	المجال
0.92	3.60	أولى	الآثار السلبية المحتملة للسياحة
0.94	3.69	ثانية	
0.71	4.04	ثالثة	
1.07	3.34	رابعة	

يظهر من جدول (23) هناك فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية والآثار السلبية المحتملة للسياحة، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) الآثار السلبية المحتملة للسياحة للسنة الدراسية و الجدول (24) يوضح ذلك.

جدول (24) نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) الآر السلبية المحتملة للسياحة للسنة الدراسية

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
الآثار السلبية المحتملة للسياحة	بين المجموعات	5.65	3	1.88	2.216	0.08
	داخل المجموعات	166.72	196	0.85		
	المجموع	172.38	199			

يظهر من جدول (24) أن قيمة (F) الآثار السلبية المحتملة للسياحة للسنة الدراسية (2.21) هي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية والآثار السلبية المحتملة للسياحة للسنة الدراسية.

متغير الكلية:

جدول (25) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الآر السلبية المحتملة للسياحة للكلية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الكلية	المجال
0.67	4.04	العلوم الإدارية	أهمية السياحة
1.05	3.52	الآداب	
0.88	3.65	التربية	

يظهر من جدول (25) هناك فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية والآثار السلبية المحتملة للسياحة، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) الآثار السلبية المحتملة للسياحة و الجدول (26) يوضح ذلك.

جدول (26) نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لآثار السلبية المحتملة للسياحة للكلية

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
الآثار السلبية المحتملة للسياحة	بين المجموعات	7.22	2	3.61	4.30	0.01
	داخل المجموعات	165.16	197	0.84		
	المجموع	172.37	199			

يظهر من جدول (26) أن قيمة (F) الآثار السلبية المحتملة للسياحة للكلية (4.30) هي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية للآثار السلبية المحتملة للسياحة للكلية. وللكشف عن مصادر الفروق تم تطبيق اختبار (Scheffe) الآثار السلبية المحتملة للسياحة تبعا للكلية جدول (27) يوضح ذلك. جدول (27) نتائج تطبيق اختبار (Scheffe) الآثار السلبية المحتملة للسياحة تبعا للكلية

الكلية	المتوسط الحسابي	العلوم الإدارية	الآداب	التربية
العلوم الإدارية	4.04		0.52	
الآداب	3.52			
التربية	3.65			

يظهر من جدول (27) أن مصادر الفروق الآثار السلبية المحتملة للسياحة تبعا للكلية " بين (العلوم الإدارية) (الآداب) بمتوسط حسابي بلغ (0.52) لصالح (العلوم الإدارية) بمتوسط حسابي (4.04).

الفرضية الرابعة: لا تختلف الأهمية السياحية لدور الجهات المختلفة لنشر الوعي السياحي.

للتحقق من صحة الفرضية الرابعة تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والمجموع الكلي لهما كما تم تطبيق اختبار (One Sample T-test) على المجال الكلي، الجدولان (28) (29) يوضحان ذلك.

جدول (28) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال دور الجهات المختلفة لنشر الوعي السياحي والمجموع الكلي لهما.

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقييم
1	تؤثر بعض العوامل الداخلية على نشر الوعي السياحي بشكل سلبي مثل العادات والتقاليد و الخوف من الاحتكاك بالسياح باعتبارهم غرباء .	3.67	1.09	1	عالية
2	تؤثر بعض العوامل الداخلية على الوعي السياحي بشكل إيجابي مثل الحاجة إلى المعرفة والفوائد المالية من السائح.	3.49	1.16	2	متوسطة
	المجال ككل	3.58	1.04		عالية

يظهر من الجدول (28) أن أعلى متوسط حسابي بلغ لمجال لدور الجهات المختلفة لنشر الوعي السياحي (3.67) وكانت للفقرة (1) وتنص على (تؤثر بعض العوامل الداخلية على نشر الوعي السياحي بشكل سلبي مثل العادات والتقاليد و الخوف من الاحتكاك بالسياح باعتبارهم غرباء) ، وادني متوسط حسابي بلغ (3.49) للفقرة (2) وتنص (تؤثر بعض العوامل الداخلية على الوعي السياحي بشكل إيجابي مثل الحاجة إلى المعرفة والفوائد المالية من السائح)، وبلغ المجموع الكلي (3.58) بانحراف معياري (1.04).

جدول (29) نتائج تطبيق اختبار (One Sample T-test) على المجال الكلي/ لدور الجهات المختلفة لنشر الوعي السياحي

المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	درجات الحرية	الدالة الإحصائية
لدور الجهات المختلفة لنشر الوعي السياحي	3.58	1.04	7.86	199	0.00

يظهر من جدول (29) أن قيمة (T) لدور الجهات المختلفة لنشر الوعي السياحي وبلغت (0) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) للتدرج الخماسي والعلامة المعيارية (3)، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمجال (3.20) بدرجة تقييم متوسطة وهذا يدل على وجود دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) لدور الجهات المختلفة لنشر الوعي السياحي.

ملخص النتائج:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) لوسيلة التعرف على المواقع السياحية تبعا للجنس.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) لوسيلة التعرف على المواقع السياحية تبعا للجامعة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لوسيلة التعرف على المواقع السياحية تبعا للسنة الدراسية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لوسيلة التعرف على المواقع السياحية تبعا للكلية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) لأهمية السياحة تبعا للجنس.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) لأهمية السياحة تبعا للجامعة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لأهمية السياحة تبعا للسنة الدراسية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لأهمية السياحة تبعا للكلية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) الآثار السلبية المحتملة للسياحة تبعا للجنس.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) الآثار السلبية المحتملة للسياحة تبعا للجامعة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية الآثار السلبية المحتملة للسياحة تبعا للسنة الدراسية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية الآثار السلبية المحتملة للسياحة تبعا للكلية.
- وجود دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) لدور الجهات المختلفة لنشر الوعي السياحي.

التوصيات:

- 1- التعاون بين وزارة السياحة والوزارات الأخرى لنشر التوعية بالسياحة .
- 2- عمل ربط بين السياحة والتقدم السياسي والاجتماعي والثقافي.
- 3- الاهتمام والتعاون كافي لتطوير المواقع السياحية من القطاع العام والقطاع الخاص.
- 4- استخدام السياحة كأداة لتوسيع آفاق التفكير وخلق روح التسامح لدى الآخرين.
- 5- مساهمة السياحة في نشر الوعي السياحي والمساهمة الإيجابية في خلق التفاهم بين الشباب في أقطار العالم العربي.

6- إدخال منهاج دراسي لطلبة الجامعات يهتم بتعريف السياحة والوعي السياحي وأهم المواقع السياحية في الأردن بشكل خاص والوطن العربي بشكل عام.

قائمة المراجع العربية

- 1- أبو العسل، حسين. (2005) مستوى الوعي السياحي لطلبة المدارس لإقليم الشمال/ الأردن. متوفر على الموقع التالي <http://kenanaonline.com/users/SahamAlkefarat/posts/63391>
- 1- أبو رياح، عبد الرحمن: - السياحة العربية سياسة وإستراتيجية، 1987، ص 319.
- 2- أبو قحف، عبدالسلام (1986) صناعة السياحة في مصر، مكتب الجامعة الحديث، الاسكندرية، 1986م
- 3- ابن كثير، الجزء الثالث: - تفسير القرآن العظيم، سنة 774 هـ.
- 4- البكري، فؤاد، الإعلام السياحي، دار نخضة الشرق. القاهرة 2001.
- 5- الحوري، مثنى. الدباغ، محمد. مبادئ السفر والسياحة. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع. الأردن. 2001م
- 6- النجوي، فاطمة (2003) مدى توافر الوعي السياحي لدى معلمي الدراسات الاجتماعية بالمرحلة الثانوية في سلطنة عمان. رسالة ماجستير، جامعة السلطان قابوس. سلطنة عمان
- 7- بكار، عبد الكريم: - تجديد الوعي، دار القلم للنشر، دمشق 2000م، ص 9.
- 8- بظاظو، إبراهيم (2012). ابن مفهوم الوعي السياحي في ذهن المواطن الأردني. متوفر على الربط التالي <http://www.ammonnews.net/article.aspx?articleno=120422>
- 9- دندراوي، عباس (1995) صناعة السياحة من منظور إجتماعي. كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة جنوب الوادي، أسوان
- 10- عبيد، طه احمد، مشكلات التسويق السياحية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2010
- 11- عيسوي، عبدالرحمن: علم النفس الفسيولوجي، دار المعرفي الجامعية، القاهرة، 1996.
- 12- غنيم، عثمان، وبنيتا سعد، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل. الطبعة الثانية، دار الصفاء للتوزيع والنشر، عمان، الاردن، 2003
- 13- مجمع اللغة العربية: المعجم الوجيز 1995
- 14- مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط ج2 1997.
- 15- مقابلة، خالد: - دراسة ميدانية حول واقع السياحة التعليمية في الأردن، سلسلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، أبحاث اليرموك 2003م، ص 769-770.
- 16- مقابلة، خالد، 1999، فن الدلالة السياحية، دار وائل للطباعة والنشر، ط1
- 17- مقابلة، خالد. ذيب، فيصل. صناعة السياحة في الاردن. دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع. عمان، الاردن. 2000م
- 18- وزارة السياحة والآثار (2009) دراسة مسح حول الوعي الوطني بالسياحة

المراجع الاجنبية

1. Dissertation Abstracts International, 52 6 (A)1949
2. Drever, J.: A Dictionary of Psychology, London, Penguin Book, 1963.
3. Encyclopedia Americana: U.S.A., Vol., 1984
4. Eornstein, R: The Psychology Consciousness, New York, The Viking press, 1980
5. Ahmed, M (1991). Egyptian hospitality tourism student's perception of tourism awareness and post-secondary of education requirements Dissertation Abstract International. Acc 9133000
6. Good, C.V. (ED) Dictionary of Education, 3 rd. ed, New York, Mc Grow Hill Book, 1973.
7. Krawthuohl, R.D.: Taxonomy of Educational objectives effective Domain Hand Book, 11, New York, 1964.
8. Longman Dictionary 2000, P36.
9. Mihai, C.(2009) Assessing awareness of ecotourism valences in Romania. Journal Lucrări Ştiinţifice, Universitatea de Stiinte Agricole Şi Medicină Veterinară "Ion Ionescu de la Brad" Iaşi, Seria Agronomie 2009 Vol. 52 No. 2 pp. 491-496
- 10- Saarinen, J (2010). Local tourism awareness: community views on tourism and its impacts in Katutura and King Nehale Conservancy, Namibia. Development Southern Africa 27:5, 713-724
- Stone, E, (1972). Educational Psychology, Distributed in the U.S.A., Barnes Mobley Lne.