

The Role of Social Media in Developing Tourism Awareness among High School Students in the Kingdom of Saudi Arabia

Munahi Turki Al Dhafeeri*

Prof. Iman A. Betawi** 

Received 23/9/2023


Accepted 11/11/2023

Abstract:

The study aimed to identify the role of social media in developing tourism awareness among high school students in the Kingdom of Saudi Arabia. To achieve the objectives of the study, a descriptive survey methodology was used. The sample of the study consisted of (387) participants (216) male and (171) female from high school students in the city of Hafr Al-Batin that were randomly selected. The researcher developed a questionnaire consisting of (30) items to measure the role of social media in developing tourism awareness in social studies among high school students. Descriptive statistics and Independent (T) test were used to analyze the data. The results of the study indicated that the means and standard deviation of the overall scale were high. The results also indicated that there were no statistically significant differences in the role of social media in developing tourism awareness among high school students according to gender. The recommendation of the study is to develop, conduct workshops, training programs and spread awareness among social studies teachers about the importance of social media and its positive impact on the acquisition of various knowledge among students.

Keywords: social media, developing tourism awareness, Social Studies, Secondary School Students, Saudi Arabia.

Ministry of Education\ Saudi Arabia\ mnahi198011@gmail.com *

<https://orcid.org/0000-0001-6936-9912> 

School of Educational Sciences\ The University of Jordan\ Jordan\ ibetawi@yahoo.com



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية

مناحي تركي الظفيري*

أ.د. إيمان عارف البيتاوي**

ملخص:

هدفت الدراسة التعرف إلى دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج المسحي، تكونت عينة الدراسة من (387) طالبًا وطالبة بواقع (216) طالبًا و (171) طالبة من طلبة المرحلة الثانوية في مدارس منطقة حفر الباطن الذي تم اختيارهم بالطريقة العشوائية. وقام الباحثان بتطوير استبانة مكونة من (30) فقرة لقياس دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي في الدراسات الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية، للمعالجة الإحصائية تم استخدام الإحصاء الوصفي (المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية) واختبار (ت) للعينات المستقلة. وأظهرت نتائج الدراسة أن المتوسطات الحسابية لدرجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية جاءت بمستوى مرتفع، كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية تعزى لمتغير الجنس. وأوصت الدراسة بضرورة عقد ورشات عمل ودورات تدريبية لمعلمي المرحلة الثانوية وتوعيتهم بأهمية وسائل التواصل الاجتماعي وما لها من تأثير إيجابي في اكتساب المعرفة المختلفة لدى الطلبة.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الوعي السياحي، طلبة المرحلة الثانوية، المملكة العربية السعودية.

* وزارة التعليم/ السعودية/ mnahi198011@gmail.com

** كلية العلوم التربوية/ الجامعة الأردنية/ الأردن/ ibetawi@yahoo.com

المقدمة:

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي من الوسائل التي ربما ميزت العصر الحديث، وأسهمت في إحداث طفرة حقيقية في التواصل المباشر بين الأفراد من مختلف الأطياف الاجتماعية والدينية وغيرها، وأتاحَت فرصة لتسهيل عملية نقل المعلومات والتواصل بين الأفراد بأسهل الطرق، فقد أضحَت وسائل التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت، تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، وقد كان في بداياته مجتمعاً افتراضياً على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات الأفراد واستجاباتهم، نتيجة لقوة الإعلام الاجتماعي الجديد من حيث تأثيره في الأنماط الشخصية للفرد، باعتبار أن أنماط الأفراد المتأثرين هي محور مهم في عملية التأثير (Waramontri, 2020).

وتعد وسائل الإعلام والتواصل أدوات تعليمية تعلمية ذات أهمية قصوى في العصر الحالي بالنسبة للمتعلمين؛ إذ اسهم الاستثمار الجيد لتقنياتها ضمن الإطار التعليمي في تجسيد الأفكار التربوية، وتخليص التربيّة من التقليد والتقييد، وهذا ما انعكس على المردودية التعليمية عند الطالب؛ إذ أصبح من اليسر تزويده بمعارف وثقافات، وإكسابه كفاءات ومهارات، بما وفره هذا التخصص المعرفي الخصب من تقنيات أسهمت في زيادة إقبال الطالب على التعلّم من خلال جعله شريكاً فعالاً في العملية التعليمية لاستخدامه لهذه الوسائل والتقنيات والتفاعل معها، نتيجة لإدخال عنصر التسلية والمتعة إلى العملية التعليمية وإبعاد الجمود والرتابة (Al-Qumaizi, 2017).

وتتمتع المملكة العربية السعودية بمقومات سياحية تجعلها من أهم دول العالم سياحياً بحكم مكانتها الدينية التي تُعد من أكبر الثروات السياحية الدينية على وجه الأرض، فالمملكة العربية السعودية تحظى بمنزلة عظيمة في نفوس الملايين من الناس، حيث توجد فيها مكة المكرمة، والمدينة المنورة، والأماكن المقدسة الأخرى التي تهفو إليها الأنفس وتُشد إليها الرحال من كل مكان تحقياً لقوله تعالى: (وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ) سورة الحج الآية ٢٧، فضلاً عن موقعها الجغرافي المميز كحلقة وصل بين قارات العالم القديم، وتنوع مظاهرها التضاريسية والنطاقات المناخية في داخل بلد واسع الأرجاء تُقدر مساحته الإجمالية بنحو مليوني كيلو متر مربع، فضلاً عن تراثها الغني والفريد، وما تشهده في الوقت الحالي من

نهضة شاملة في مختلف الميادين، وعديد من المقومات الأخرى التي يطلبها راغبو السياحة من توفر الأمن وانخفاض نسبة الضرائب التي تصل إلى حد انعدامها في كثير من الحالات (AI-Amiri, 2012).

وبرغم توفر المقومات السياحية التي تتميز بها المملكة العربية السعودية إلا أنها لم تأخذ المكانة السياحية التي تستحقها سواء من داخل المملكة أم من خارجها؛ ولعلّ السبب في ذلك يعود إلى عوامل داخلية كثيرة منها تدني مستوى الوعي السياحي لدى شريحة عريضة من أفراد المجتمع السعودي، وكذلك قلة الاطلاع الكافي على التاريخ العريق والجغرافية الفريدة والتراث الأثري الغني للمملكة، والتركيز فقط على السياحة الدينية (AI-Amiri, 2012).

أقر مجلس الوزراء السعودي رؤية المملكة العربية السعودية (2030) التي رسمها مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية، إذ رسمت الخطة مستقبل المملكة العربية السعودية الإنمائي والاقتصادي والاجتماعي حتى عام 2030 ليكون اقل اعتمادا على البترول. مستهدفةً تنوع مصادر الدخل، معتمدة على ثلاث مرتكزات رئيسة تتمثل بالعمق العربي والإسلامي، ومقدرات استثمارية ضخمة، وموقع جغرافي استراتيجي. وقد أوضحت الرؤية اعتمادها على ثروات البلاد وذكرت أن الثروة الأولى التي لا تعادلها ثروة مهما بلغت هي: شعب طموح، معظمه من الشباب.

ومن التزامات هذه الرؤية إنشاء أكبر متحف إسلامي في العالم، زيادة الطاقة الاستيعابية لاستقبال ضيوف الرحمن المعتمرين من ثمانية ملايين إلى ثلاثين مليون معتمر، ورفع عدد المواقع الأثرية المسجلة في اليونسكو إلى الضعف على الأقل. وجعل البلاد أكثر انفتاحا على أشكال متعددة من السياحة سواء سياحة الأعمال أو السياحة العائلية في إطار القيم والثقافة الإسلامية، وكل هذه أمور تتطلب من الشعب السعودي أن يكون على قدر عالٍ من الوعي السياحي لمواكبة هذه المستجدات، بل والسعي للمحافظة عليها وتطويرها. خاصة المجالات المتعلقة بالقطاع السياحي فلقد أصبح الاهتمام بالسياحة ظاهرة عالمية، بل هي من أبرز الظواهر الاجتماعية والاقتصادية لما لها من آثار اقتصادية وثقافية مهمة سواء آكان ذلك على المستوى العالمي أم على المستوى المحلي (Saudi Ministry of Education, 2020)، وعليه فقد قامت وزارة التربية والتعليم في المملكة العربية السعودية بتطوير عناصر العملية التعليمية كافة، بما يتواءم مع متطلبات العصر الحالي، وهناك تركيز على عديد من الجوانب المتعلقة بالجانب السياحي سعياً منها لتوعية الطلبة بأهمية مفاهيم التربية السياحية وذلك لتحقيق التكامل بين وزارة

التربية والتعليم والهيئة العليا للسياحة في المملكة العربية السعودية. فبالنسبة لوزارة التربية والتعليم التي لا تملك أدوات سوى محاورها الأساسية وهي الطالب والمنهج والمعلم والبيئة المدرسية، إذ يتم التفاعل بين المعلم والطالب من خلال المنهج في بيئة المدرسة. وتعدّ الكتب المدرسية عامة وكتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بشكل خاص المكان الطبيعي والمناسب لنشر أبعاد ومفردات التربية السياحية. ويلاحظ بأن تضمين أبعاد التربية السياحية ومفرداتها في الكتب المطورة لصفوف المرحلة المتوسطة (الأول والثاني والثالث) جاءت متناثرة هنا وهناك وبشكل غير منظم، مما يوحي بأن تضمين المفاهيم المتعلقة بالتربية السياحية في هذه الكتب قد تم بشكل غير مخطط له وغير مدروس مما يبرر إجراء دراسات استكشافية لتحديد أهميتها وتحديد مدى توافر أبعادها ومفرداتها مما يعزز قيمة الدراسة الحالية (Al-Amiri, 2012).

مشكلة الدراسة وأسئلتها

في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية (2030) التي رسمها مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية، سعت وزارة التعليم السعودية لتحقيق هذه الرؤية عن طريق التوجهات التربوية المعاصرة التي تُركز على موضوع الوعي السياحي، وتفعيل تدريس التربية السياحية في المواقف التعليمية لينعكس أثرها في السلوك الحياتي للطلبة، وعلى الرغم من ذلك فإن الدراسات الميدانية لسلوك النشء تُظهر إلى حد كبير تدني مستوى الوعي السياحي لديهم، ولعل هذا الأمر يتعارض مع توجهات الوزارة التي تسعى إلى إعداد نشء واعٍ ومدرك لأهمية السياحة وما تقوم به من أدوار مهمة على صعيد الفرد والمجتمع والدولة (Saudi Ministry of Education, 2020).

وعلى الرغم من أهمية الوعي السياحي وضرورة تنمية جوانبه بين طلبة المرحلة الثانوية بالمملكة العربية السعودية؛ إلا أن هناك قرائن كدراسة (Abd AlJawad, 2018) أشارت إلى وجود قصور في تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مبادئ ومفاهيم التربية السياحية لدى طلبة المدارس وبخاصة طلبة المرحلة الثانوية، ولذا كان هناك ضرورة للبحث في دور وسائل التواصل الاجتماعي في إكساب الطلبة المعرفة الكافية بمبادئ التربية السياحية ومفاهيمها، سعياً لتحقيق وعي سياحي نشء يقوم بالمحافظة على الثقافة السياحية بالشكل الصحيح، وذلك من خلال تفعيل مواقف تعليمية داخل المدرسة وخارجها، ومن خلال استثمار وسائل التواصل الاجتماعي المرتبطة بمواضيع المواد الدراسية والاستفادة من الأنشطة اللاصفية لدعم السلوك السياحي لدى الطالب بغية إكسابه مفاهيم واتجاهات وممارسات جديدة تجعله قادراً على تفعيل

السياحة بالمملكة العربية السعودية بالشكل الإيجابي.

كما أظهرت عديد من الدراسات والتقارير التي صدرت في السنوات الأخيرة الماضية مدى أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال التعليم، إذ عدّتها اليونسكو أداةً أساسيةً لنشر المعارف في المجتمعات، كما أنّ اعتمادها في المنظومة التعليمية يُساعد على تحسين جودة التعليم، إذ تستخدم المدارس وسائل التواصل لإيصال المعلومات، ونشرها، وتخزينها، وإدارتها، وتحقيق مبدأ التعليم التفاعلي من خلال استبدال ألواح الطباشير بالألواح الذكية، أو استخدام الطلبة هواتفهم الذكية في التعلّم، وتحقيق إمكانية التعلّم عن بعد، كما أظهرت عديد من الأبحاث على مستوى العالم أنّ تكنولوجيا المعلومات والتواصل تسهم في رفع مستوى تعلّم الطلبة وتحسين جودة أساليب التدريس (UNESCO, 2020)، وقد أظهر تقرير أعدّه المعهد الوطني لتعليم الوسائط المتعددة (National Institute of Multimedia Education, 2022) في اليابان أنّ استخدام تكنولوجيا المعلومات والتواصل في التعليم له آثار إيجابية على الطلبة من حيث زيادة كمية المعارف التي تصلهم، وتحسين مهاراتهم في عرض المعلومات وتقديمها، ورفع مستوى مقدراتهم مقارنةً مع الطلبة الذين لا يستخدمون التكنولوجيا في التعليم، وانطلاقاً مما سبق ورغبة في زيادة الوعي السياحي لدى الطلبة فقد جاءت هذه الدراسة كمحاولة للكشف عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية.

وستحاول الدراسة الإجابة عن السؤالين التاليين:

- السؤال الأول: ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية؟
- السؤال الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية يعزى لمتغير (الجنس)؟

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية

تتبع أهمية هذه الدراسة من الدور المتنامي الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي في عديد من مجالات الحياة، سواء الاجتماعية أم السياسية أم الاقتصادية أم الثقافية، فنظراً للأعداد الكبيرة

التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بأنشطتها كافة وتفاعلهم معها، يمكن القول بانها أصبحت أداة فعالة في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المدارس وخاصة طلبة المرحلة الثانوية، كما أن الدراسة الحالية تتواءم مع رؤية المملكة العربية السعودية (2030) التي اطلقها ولي العهد السعودي الأمير محمد بن سلمان آل سعود والتأكيد على أهمية القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية، وتسليط الضوء على ما شهده هذه القطاع من تطور ملحوظ، وانسجامها مع توجهات وزارتي التربية والتعليم ووزارة السياحة في تعزيز الثقافة السياحية والترويج لها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

إضافة الى أنها يمكن أن تسهم في إثراء المكتبة العربية، والسعودية على وجه التحديد ببحوثٍ ودراساتٍ تتعلق بهذا المجال.

الأهمية التطبيقية

تبرز الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في اسهامها بتوضيح دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المدارس وخاصة طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية ووصفهم جزء أساسي من المجتمع السعودي، وهم بناء المستقبل، وكذلك تقديم التوصيات التي تفيد الباحثين مستقبلاً.

كما تبرز أهمية الدراسة بانها ستخدم شريحة كبيرة من معلمي الدراسات الاجتماعية ومشرفيها لتطوير مقدراتهم على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المدارس وخاصة طلبة المرحلة الثانوية.

كما أنها قد تفيد المسؤولين في تطوير مناهج الدراسات الاجتماعية بما يساعد على بناء مناهج تزيد من مقدره الطلبة في مهارات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الثقافة السياحية.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية التعرف إلى:

- دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية.

- الفروق في دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية تعزى لمتغير (الجنس)؟

مصطلحات الدراسة

- وسائل التواصل الاجتماعي: عرفها (Al-Qumaizi, 2017) بأنها وسائل تواصل يتم من خلالها إنشاء المستخدم حساب يمكنه من التواصل عبر شبكة الإنترنت مع غيره من الأشخاص إلكترونياً؛ لمشاركة المعلومات والأفكار والآراء والرسائل وغيرها من المحتوى المكتوب، والمرئي، والصوتي، والملفات.
- وتعرف إجرائياً: بأنها عبارة عن مجموعة من الوسائل (الفيس بوك، التويتر، اليوتيوب،... الخ) التي يتم استخدامها من خلال شبكة الأنترنت ويتم توظيفها في العملية التعليمية.
- التربية السياحية: عرفها (Saadeh, 2011) بأنها العملية التعليمية التي تركز على تزويد الطلبة بأبعاد ومفردات سياحية تساهم بتزويدهم بقدر وافر من المعارف والمفاهيم والاتجاهات والمهارات التي تساعدهم في فهم المعالم والأنماط السياحية المختلفة وإدراكها كالسياحة الدينية والترفيهية والأثرية والتسويقية، وتوضح أهمية وفوائد هذه السياحة بالنسبة للفرد والمجتمع.
- وتعرف إجرائياً: بأنها عبارة عن مجموعة من المفاهيم المتعلقة بالجوانب السياحية ويمكن تزويدها للطلبة في العملية التعليمية.
- الوعي السياحي: هو المعرفة السياحية وأهميتها وكيفية التعامل معها لتحقيق الاستفادة منها للفرد والمجتمع، وإدراك الفرد وفهمه للسياحة وأهميتها الاقتصادية وتقديره للتنمية السياحية (Abdel Azim & Mahmoud, 2015).
- ويعرف إجرائياً بأنه: محصلة استجابات الطالب على فقرات مقياس الوعي السياحي كما تعبر عنه الدرجة الكلية التي سيحصل عليها الطالب على هذا المقياس.

حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة الحالية على التعرف إلى دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية.
- الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة الحالية في منطقة حفر الباطن في المملكة العربية السعودية.
- الحدود البشرية: اقتصر مجتمع الدراسة الحالية على طلبة الدراسات الاجتماعية للمرحلة الثانوية في مدارس منطقة حفر الباطن في المملكة العربية السعودية.

– الحدود الزمانية: تم تطبيق الدراسة الحالية خلال العام الدراسي 2022/2023.

الإطار النظري

أولاً: وسائل التواصل الاجتماعي

قد أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي إسهامات عظيمة في تفعيل المشاركة لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في الاهتمامات والأنشطة ذاتها، كما أن لها دوراً مهماً في التشبيك والمناصرة والضغط والتفاعل والتأثير بقيادات غير منظمة، وفي تحقيق المسؤولية المجتمعية إذا ما أحسن استثمارها وتوجيهها بشكل جيد، فقد استطاعت أن تحول الأقوال والأفكار والتوجهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ، لذا لا يمكن أن نعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعية موضة شبابية تتغير مع مرور الزمن (Al-Shehri, 2008).

وقد عرف (Meshel, 2010) شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن مجموعة من المواقع الإلكترونية التي تسمح في بناء علاقات بين الأشخاص من خلال شبكة الإنترنت، ومشاركة المعلومات المفيدة مع الآخرين، ويمكن من خلالها إنشاء مجموعات تسمح من خلالها التفاعل بين المستخدمين مع اهتماماتهم المتشابهة، ويعد هذا المفهوم من أحدث المفاهيم في هذا العصر.

وتعد وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة لتحويل الصفوف الدراسية التقليدية السلبية إلى فضاء تفاعلي يشجع الطلبة على الانخراط في عملية التعلم ويحقق النشاط، من خلال التعاون والتأمل والحوار والتغذية الراجعة. وقد شهدت السنوات الماضية زيادة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات التعليمية بمختلف أنواعها ومراحلها، وذلك لدورها الفاعل في دعم التواصل ما بين المجتمعات المختلفة. وقد وفرت هذه الوسائل عديد من الأدوات للمتعلمين والباحثين التي عبرها يمكنهم توصيل أفكارهم وآرائهم وتبادل المعارف ومشاركتها بين مجتمع المتعلمين عبر الإنترنت (Hajli, 2014).

ويمكن الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في عديد من المجالات في العملية التعليمية، وفي مجال الدراسات الاجتماعية يمكن توظيف هذه المواقع بشكل إيجابي من خلال دمج الطلبة في أنشطة فعالة تختلف عن أساليب التدريس التقليدية وتعريف الطلبة على استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر فائدة وفاعلية، وهناك كثير من الأفكار التي يمكن الاستفادة منها لزيادة فاعلية التدريس من خلال توجيه أنظار الطلبة حول المستجدات المرتبطة

بمجال الدراسات الاجتماعية والمشاركة باستطلاعات الرأي والمشاركات التعليمية المتنوعة (Waramontri, 2020).

أما فيما يتعلق بدور الطالب في التوظيف الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي في التعليم فضلاً عن ما سبق، فإنه يجب للطالب أن يراعي بعض الأمور وهي أمور أخلاقية وتربوية، توظيف هذه الشبكات لكل ما هو مفيد ونافع، احترام الآخرين ومراعاة آداب الحوار وقبول الرأي الآخر، (Hajli, 2014).

كما توفر وسائل التواصل الاجتماعي للطلبة في مادة الدراسات الاجتماعية إمكانية البحث عن المعلومات المتعلقة بالجانب السياحي، والحصول على المعلومات المتعلقة بها، والاستزادة بالمعرفة المتعلقة بالسياحية، وإبراز صور المعالم السياحية في المملكة العربية السعودية، وتنمية أنماط السلوك الإيجابية نحو التعامل مع السائحين، وتوضيح أهمية السياحة في المملكة العربية السعودية.

ثانياً: التربية السياحية

تعدّ السياحة من الأنشطة الإنسانية التربوية الأصيلة، وقد عرفها الإنسان ومارسها منذ القدم على صورة بسيطة عن طريق التنقل بحثاً عن الرزق، أو بحثاً عن أوطان جديدة تتوفر فيها سبل حياة أفضل، وسعياً لاكتشاف عالمه المجهول. والسياحة بمفهومها الحديث أصبحت تعد واحدة من أهم الركائز الأساسية للمجتمع المعاصر؛ ذلك لما لها من آثار تنموية بالغة الأهمية، فلم تعد أهمية السياحة تقتصر على الجانب الاقتصادي، بل تتعدى ذلك إلى الأهمية الاجتماعية والسياسية والثقافية والتاريخية، هذا إلى جانب الأهمية التربوية التي تتزايد يوماً بعد يوم، ويعد الوعي السياحي من أهم الدعائم والعوامل التي تدفع قاطرة السياحة إلى النهوض والتقدم (Hussein, 2019).

وقد أصبحت السياحة من أكثر عوامل التنمية الاقتصادية ذات الأهمية لدى كثير من الدول النامية والمتقدمة ونمو النشاط السياحي وتأثيره المباشرة في كثير من القطاعات بحيث اهتم كثير من الأفراد بالتأثير الاقتصادي للسياحة، إذ تركزت الدراسات والأبحاث على الجانب الاقتصادي، والآثار الإيجابية والآثار السلبية (تلوث، تدهور البيئة، تضخم) والسبب في الانحياز للجانب الاقتصادي للدراسات السياحية دون الجانب الاجتماعي يرجع إلى: السهولة في قياس التأثير الاقتصادي مقارنة بالتأثيرات الأخرى، وسهولة الحصول على البيانات، والاهتمام بالبيانات الاقتصادية من قبل المستثمرين في القطاع السياحي (Hussein, 2019).

وتعدّ التربية السياحية نظام متكامل مبني على سلوكيات الفرد، وقد بدأت المملكة العربية السعودية بالاهتمام بالتربية السياحية من خلال تضمين التربية السياحية في مناهج التعليم، وتعزيز المفهوم الذي يقوم على العلاقة بين الفرد والمجتمع الذي يعيش فيه من خلال تعليم الطلبة ما يحتاجونه من معلومات وقيم ومهارات حتى يتسنى له معرفة وإدراك حقوقه وواجباته التي تقيس مقدراته وتصرفاته تجاه التطور السياحي في ظل التزايد المستمر في التنمية السياحية (AI- Riyami, 2011).

ثالثاً: الوعي السياحي

تعدّ عملية تنمية الوعي السياحي من ضروريات التنمية السياحية المستدامة، التي تمكن الدول في مواجهة المنافسة في السوق السياحي الدولي، ولهذا فإن رفع الوعي السياحي وتنميته لدي النشء والشباب في مدارس التعليم الأساسي بمراحله المختلفة يجب أن يكون جزءاً أساسياً من خطة الدولة للتنمية السياحية، والاقتصادية، والاجتماعية، إذ تعمل على تنمية السياحة الداخلية، والحفاظ على الأماكن السياحية، والتراث السياحي، وحسن معاملة المجتمع المضيف للسائحين، مما يعمل على تحسين الصورة الذهنية السياحية للبلد في الخارج. (Ibrahim & Shuja, 2022).

كما يشكل الوعي السياحي أهمية كبيرة في تحسين الصورة السياحية في أي دولة والتقليل من بعض الآثار السلبية التي ترافق صناعة السياحة، ويكون ذلك من خلال بناء مجتمع مثقف سياحياً، تبنى هذه الثقافة على أساس إدراك ووعي عالي لأهمية القطاع بما يسهم في تشكيل محيط سياحي سليم، وهذا الوعي لا يتحقق إلا من خلال تضافر جهود الجهات كافة داخل المجتمع، ذلك لأن عملية تطوير السياحة لا يتوقف مسارها على القطاعين الخاص والعام وإنما يتعداه إلى المواطن العادي بوصفه العنصر الأساس والمهم في عملية التنمية من جهة ومعيار حقيقي للرضا والتقدم الحضاري للمجتمع من جهة أخرى (Abu Rumman, 2010).

أن وعي المواطن وإدراكه بأهمية السياحة 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 وبت القيم والعادات والتقاليد والمفاهيم وكل ما هو ذا قيمة في ثقافة أو حضارة الوطن والتي تسهم في الوصول إلى حالة عالية من الوعي السياحي، وعليه فإن الأطراف التي تسهم في بناء الوعي هي متعددة ومن بينها: المدارس، الجامعات، قادة

الرأي وصناع السياسات، الأسرة، المراكز الثقافية والاجتماعية، الاتحادات والجمعيات المحلية والوطنية، المجتمعات المحلية، المؤسسات السياحية، المؤسسات الحكومية وغيرها من الأطراف القادرة على إيجاد حالة جديدة من التطبيع الاجتماعي التي بدورها تؤدي إلى حالة من المزاج الثقافي الإيجابي تجاه السياحة (Zaki, 2008).

وتعدّ عملية التوعية بالجانب السياحي من الجوانب ذات الأهمية الكبرى وخاصة لطلبة المرحلة الثانوية في مادة الدراسات الاجتماعية كونها المادة التعليمية الأكثر صلة بالجانب السياحي إذ تعمل على تعريف الطلبة في هذه المرحلة بأهمية السياحة ودورها في دعم الاقتصاد المحلي، والحفاظ على التراث المحلي.

وعليه فإن هدف البحث هو إلقاء الضوء على دور المؤسسات التعليمية بشكل عام والمعلمين بشكل خاص في المرحلة الثانوية، لرفع الوعي السياحي لدى النشء والشباب بها، ومستوى الثقافة، والوعي السياحي لدى المدرسين، ومقدرتهم على تدريس مقررات التنمية السياحية، للأهمية البالغة للمعلم في العملية التعليمية

الدراسات السابقة

أجری زريقي (Zreiki, 2021) دراسة هدفت إلى تعرف دور معلم التعليم الابتدائي في تنمية الوعي السياحي للتلاميذ في ضوء التنمية المهنية له، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وشملت عينة الدراسة 50 معلماً من معلمي المرحلة الابتدائية في مدارس محافظة أسوان، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأشارت النتائج إلى أنه يوجد ضعف في الوعي السياحي لدى معلمي التعليم الابتدائي وبالتالي ضعف دور المعلم في تحقيق وتنمية الوعي السياحي، وأن هناك عديداً من المعوقات التي تعيق دور المعلم في رفع مستوى الوعي السياحي لدى التلاميذ.

كما أجري عبدالجواد (Abd aljawad, 2018) دراسة هدفت تعرف آليات الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى الطلبة بالتطبيق على جامعة الفيوم، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (519) طالباً وطالبة من طلبة الكليات في جامعة الفيوم، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك مستويات مرتفعة لدور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى الطلبة، كما أشارت النتائج إلى أن الجامعة تعمل على استغلال افضل الآليات لتنمية الوعي السياحي لدى الطلبة من خلال تنظيم الرحلات السياحية لبعض الأماكن والبيئات السياحية، ودعم

البرامج الترفيهية للطلبة والرحلات الجامعية للأماكن السياحية، وأيضاً رفع الوعي السياحي وتنميته لدى أعضاء هيئات التدريس عن طريق تنمية مفاهيمهم واتجاهاتهم ومداركهم المتعلقة بالسياحة.

وأجرى رضوان (Radwan, 2018) دراسة هدفت إلى الكشف عن درجة تضمين المفاهيم السياحية في كتب التربية الاجتماعية في الأردن، وذلك من خلال تحليل محتوى تلك الكتب بهدف الإجابة عن أسئلة الدراسة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتمثلت الأداة في بناء قائمة بالمفاهيم السياحية، اشتملت على اثنين وعشرين مفهوماً، تم تطبيقها على عينة من كتب التربية الاجتماعية، بلغ عددهم (كتابيين)، وبالمعالجة الإحصائية للبيانات كشفت نتائج الدراسة عن توافر المفاهيم السياحية بدرجات متفاوتة في كتب التربية الاجتماعية (الرابع، الخامس) في الأردن، وأظهرت النتائج أن كتاب الاجتماعيات للصف الرابع الأساسي قد احتل الرتبة الأولى من مجموع التكرارات التي مجملها (111) تكراراً، إذ بلغ نصيب كتاب الصف الرابع (57) تكراراً، وجاء بعده كتاب الصف الخامس الأساسي إذ بلغ (54) تكراراً.

وأجرى أبو رمان (Abu Rumman, 2010) دراسة حول بناء الوعي بأهمية السياحة التراثية سواء ما تعلق منها بالتراث المادي أم غير المادي، وتناولت الدراسة التركيز على مدخلين أساسيين في بناء الوعي بأهمية السياحة التراثية وهما: المدخل التسويقي والمدخل المتعلق بالتخطيط السياحي، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك عديد من الأساليب التي تتطوي تحت هذين المدخلين لبناء الوعي السياحي ومن بينها، التركيز على المردود الاقتصادي، الربط بين السياحة التراثية والهوية الوطنية، الاهتمام بالسياحة المحلية، تنظيم المسابقات والمهرجانات والمعارض السياحية، الربط بين أعمال الدراما المتعلقة بالمسلسلات والأفلام والمواقع السياحية، وأخيراً مواجهة الإعلام السلبي في السياحة.

أجرى ورامون تري (Waramontri, 2020) دراسة هدفت إلى التحقيق من طبيعة العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والسياحة، ودراسة الأثر الإيجابي والسلبي لوسائل التواصل الاجتماعي في صناعة السياحة من خلال مراجعة شاملة للأدبيات، وأشارت النتائج إلى أن أثر وسائل التواصل الاجتماعي كبير في رفع مستوى الوعي السياحي لدى الأفراد وكذلك له كثير من الإيجابيات في تحقيق التوعية بالمجالات السياحية المختلفة مما يتم عرضه وترويجه عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وأجرى اوكيكوسيسي واوبي (Okekekosisi & OBI, 2019) دراسة هدفت إلى

التعرف إلى مدى الاستفادة من مواقع الشبكات الاجتماعية لتعزيز التعلم الأكاديمي للطلبة الجامعيين في الجامعات الاتحادية النيجيرية الجنوبية، تم استخدام تقنية أخذ العينات العشوائية التطبيقية نسبياً لرسم حجم العينة المكون من 331 طالباً جامعياً من ثلاث جامعات من أصل خمس جامعات اتحادية، وتم تطوير استبانة لتحقيق أهداف الدراسة، وكشفت النتائج أن طلبة المرحلة الجامعية يستخدمون فيسبوك وواتساب و Google+ لتعزيز تعلمهم الأكاديمي إلى حد كبير. عدم وجود تأثير للجنس في استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز تعلمهم.

واجرى هاجلي ولين (Hajli & Lin, 2014) دراسة هدفت إلى التعرف إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير عملية التعليم السياحي في بريطانيا، واستخدمت الدراسة أسلوب تحليل المحتوى لمضمون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتم تحديد الفرص التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز جودة التعلم الإلكتروني في صناعة السياحة، وأشارت النتائج التي تم الكشف عنها من تحليل المحتوى بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمثل استراتيجية لتطوير التعليم، كما أنها مصدر للدعم الاجتماعي عبر الإنترنت.

التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة فقد تبين بأن هناك عدد من الدراسات التي بحثت في دور معلم المرحلة الابتدائية في تنمية الوعي السياحي للتلاميذ في ضوء التنمية المهنية له كدراسة زريقي (Zreiki, 2020)، والتعرف إلى آليات الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى الطلبة كدراسة عبد الجواد (Abd aljawad, 2018)، والتعرف إلى مدى الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية كدراسة (Okekeokosisi & OBI, 2019)، والبحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير عملية التعليم السياحي كدراسة (Hajli & Lin, 2014)، والتعرف إلى طبيعة العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والسياحة كدراسة (Waramontri, 2020).

تتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في هدفها الأساسي الذي تسعى إليه وهو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير عملية التعليم السياحي لزيادة الوعي السياحي لدى الطلبة، إذ تم الاستفادة من الدراسات السابقة في تكوين خلفية نظرية حول متغيرات الدراسات المتمثلة بوسائل التواصل الاجتماعي، وتنمية الوعي السياحي. وأهم ما يميز هذه الدراسة إجراؤها بالتزامن مع

اهتمام الحكومة السعودية بالقطاع السياحي من خلال الخطط الاستراتيجية في المملكة العربية السعودية لتطوير السياحة والنهوض بها وبالعملية التعليمية. وما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة، بأن عينة الدراسة تناولت الوعي السياحي لطلبة المرحلة الثانوية في مادة الدراسات الاجتماعية، وهذا ما لم تتناوله كثير من الدراسات الأخرى، وتختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة من حيث الأماكن التي ستطبق فيها والمتغيرات التي تناولتها والفئة العمرية ونوع المنهج المستخدم.

منهجية الدراسة

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، لتحقيق أهداف الدراسة بوصفه المنهج الأنسب لموضوع الدراسة الحالية.

مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة المرحلة الثانوية في منطقة حفر الباطن والبالغ عددهم (24655) طالباً وطالبة وفقاً لإحصائيات وزارة التربية والتعليم السعودية للعام الدراسي (2022-2023).

عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من (387) طالباً وطالبة من كلا الجنسين من طلبة المرحلة الثانوية في مدينة حفر الباطن تم اختيارهم بالطريقة العشوائية وفقاً لجدول كرجيسي ومورغان لاختيار العينات.

أداة الدراسة

تم تطوير استبانة للتعرف إلى دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي في مادة الدراسات الاجتماعية لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية من خلال الرجوع إلى الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة ومتغيراتها كدراسة عبدالجواد (2018, Abd aljawad)، ودراسة ابورمان (2010, Abu Rumman).

صدق الأداة

تم استخراج الصدق الظاهري لأداة الدراسة من خلال عرضها على مجموعة من السادة المحكمين من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات من ذوي الخبرة والاختصاص في مجال المناهج والتدريس ومناهج التربية الاجتماعية، إذ تم التأكد من صحة الأدوات ومدى ملاءمتها

لموضوع الدراسة الحالية، ومدى إمكانية تطبيقها، فقد أبدى المحكمون رأيهم في صياغة بعض الفقرات لغوياً، وعدم حذف أي فقرة.

ثبات الأداة

تم استخراج معامل ثبات الاتساق الداخلي باستخدام معادلة كرونباخ الفا لأداة الدراسة، إذ تم تطبيقها على عينة استطلاعية من (30) طالباً وطالبة تم اختيارهم من خارج عينة الدراسة، وأظهرت النتائج أن ثبات الاتساق الداخلي بلغ (0.854) مما يدل على أن الاستبانة تتمتع بثبات جيد.

تصحيح الاستبانة

بهدف تصحيح الاستبانة تم اعتماد تدرج ليكرت الخماسي، إذ تم إعطاء الإجابة موافق بشدة (5 درجات)، موافق (4 درجات)، محايد (3 درجات) غير موافق (درجتين)، وغير موافق بشدة (درجة واحدة)، كما تم الحكم على متوسطات تقدير مستوى الحسابية للاستبانة على النحو الآتي:

- من (1.00 - 2.33) مستوى منخفض.

- من (2.34 - 3.66) مستوى متوسط.

- من (3.67 - 5.00) مستوى مرتفع.

إجراءات الدراسة: لتحقيق أهداف الدراسة، وللإجابة عن أسئلة الدراسة تم اتباع الخطوات الآتية:

- تحديد مشكلة الدراسة الحالية، بالرجوع إلى الأدب النظري والدراسات السابقة
- إعداد أداة الدراسة بعد مراجعة الأدب التربوي والدراسات السابقة والإطار العام للمناهج الجديدة والخطوط العريضة لمنهاج الاجتماعيات للمرحلة الثانوية والموضوع الأساسي لموضوع الدراسة. وتم التأكد من صدقها وثباتها.
- تحديد مجتمع الدراسة وعيّنتها بعد الحصول على الموافقات الرسمية وتطبيق الدراسة في مدارس عينة البحث
- التحليل الإحصائي للبيانات والوصول إلى النتائج، ومناقشتها وكتابة تقرير الدراسة وتوصياتها.

متغيرات الدراسة

- المتغيرات الديمغرافية: الجنس ويشتمل على (ذكر، أنثى).

- المتغير المستقل: وسائل التواصل الاجتماعي.

- المتغير التابع: تنمية الوعي السياحي.

المعالجة الإحصائية

تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية (SPSS) لاستخراج النتائج وعلى النحو الآتي:

- السؤال الأول: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- السؤال الثاني: اختبار (ت) للعينات المستقلة.

عرض النتائج وتفسيرها

سيتم عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة بعد إجراء الإحصاء اللازم وعلى النحو الآتي:

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية، والجدول (1) يبين النتائج.

الجدول (1) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة والتقدير لدور وسائل التواصل

الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية

الرقم	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
4	تنمية سلوكي الإيجابي نحو التعامل مع السائحين.	1	3.94	.940	مرتفع
28	انقائي لبعض المهارات اللازمة لتقديم الخدمة للسياح	2	3.93	.986	مرتفع
29	توجيهي نحو العمل في القطاع السياحي	2	3.93	.952	مرتفع
13	تمكيني من تقديم جميع المعلومات المتعلقة بالسياحة في المملكة العربية السعودية.	4	3.92	.962	مرتفع
30	توعيتي بوجود معالم سياحية في المملكة العربية السعودية	5	3.91	.950	مرتفع
3	تصحيح مفاهيمي الخاطئة حول السياحة لدى.	6	3.90	.969	مرتفع
2	تعرفي بالمناطق والمدن السياحية في المملكة العربية السعودية.	7	3.88	.995	مرتفع
19	توعيتي بطرائق التعامل مع السياح	8	3.87	.952	مرتفع
12	توعيتي بإيجابية العمل في القطاع السياحي.	9	3.86	.938	مرتفع
18	تنمية المفهوم السياحي لدى.	9	3.86	.985	مرتفع
24	تمكيني من الإسهام في الترويج السياحي لبلدي	9	3.86	.975	مرتفع
27	اهتمامي بمهاراتي تقديم الخدمات للسياح	9	3.86	.967	مرتفع
11	توجيهي للاهتمام في السياحة.	13	3.85	.972	مرتفع
21	تزوذي ببعض مهارات التعامل مع السواح	14	3.84	1.013	مرتفع
5	تعرفي بوزارة السياحة والآثار وبرامجها في المملكة العربية السعودية.	15	3.83	1.006	مرتفع
10	تحفيزي على المشاركة في الأنشطة السياحية.	16	3.82	.972	مرتفع

الرقم	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير
1	إبراز صور للمعالم السياحية في المملكة العربية السعودية لدى.	17	3.81	.985	مرتفع
7	توضيح أهمية السياحة في المملكة العربية السعودية لي.	17	3.81	.975	مرتفع
9	تمكيني من تقديم حل للمشكلات التي تتعرض لها السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية.	17	3.81	.891	مرتفع
22	تقديري لأهمية التعامل الإيجابي مع السواح	17	3.81	.964	مرتفع
14	تعريفي بالصفحات والتطبيقات الخاصة بالطلبة المتعلقة بالمناهج السياحية.	21	3.79	.979	مرتفع
16	تسهيل إدراكي للأهمية الدينية والاقتصادية والاجتماعية للسياحة.	21	3.79	.980	مرتفع
17	تكوين خلفية معرفية بأنواع السياحة لدى.	21	3.79	.997	مرتفع
20	تقبلي للسياح بغض النظر عن نوع سياحتهم	21	3.79	1.007	مرتفع
23	فهمي أكثر للتعامل الإيجابي مع السواح اقتصادياً ودينياً.	21	3.79	1.012	مرتفع
15	زيادة الوعي السياحي لدى.	26	3.77	1.013	مرتفع
26	إرشادي للأخريين للقيام بدورهم الصحيح تجاه السياحة في المملكة العربية السعودية	26	3.77	.985	مرتفع
6	تشجيعي على المحافظة على الأماكن السياحية.	28	3.76	1.032	مرتفع
25	محافظة على ما يدعم السياحة وبفعلها في بلدي	28	3.76	.955	مرتفع
8	تعريفي على أنواع السياحة المتوفرة في المملكة العربية السعودية.	30	3.74	1.015	مرتفع
	الدرجة الكلية		3.83	0.202	مرتفع

يتضح من الجدول (1) أن المتوسطات الحسابية لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية تراوحت ما بين (3.74) - (3.94)؛ وكانت الفقرة التي حصلت على أعلى متوسط حسابي هي الفقرة (4) "تنمية سلوكي الإيجابي نحو التعامل مع السائحين" بمتوسط حسابي (3.94)، وكانت الفقرة التي حصلت على أقل متوسط حسابي هي الفقرة (8) "تعريفي على أنواع السياحة المتوفرة في المملكة العربية السعودية" بمتوسط حسابي (3.74)، وبلغ المتوسط الحسابي لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية للمقياس ككل، (3.83) بانحراف معياري (0.202) وبمستوى مرتفع.

وتعزى هذه النتيجة إلى أن طلبة المرحلة الثانوية يمتلكون الوعي والمعرفة الكافية باستثمار وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية واكتساب المعرفة في مجالات الحياة المختلفة منها، وخاصة ما يتعلق بالعملية التعليمية مثل متابعة المستجدات في كافة المجالات التي منها الجانب السياحي، الأمر الذي زاد من مستوى الوعي السياحي لديهم، وكذلك يمكن أن تعزى هذه النتيجة إلى أن وزارة التربية والتعليم ومن خلال المعلمين والمديرين في المدارس السعودية يحرصون على توعية الطلبة بأهمية وسائل التواصل الاجتماعي لما توفره من بيانات ومعلومات

في مختلف القطاعات الأمر الذي أثر على الطلبة بشكل مباشر، وجعلهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة في العملية التعليمية واكتساب المعرفة الجديدة حول مفاهيم التربية السياحية، والذي له أثر كبير في تنمية السلوك الإيجابي نحو التعامل مع السائحين، وإتقان بعض المهارات اللازمة لتقديم الخدمة للسياح، وزيادة مستوى التوجه نحو العمل في القطاع السياحي، وتمكين الأفراد من تقديم جميع المعلومات المتعلقة بالسياحة في المملكة العربية السعودية، والتوعية بوجود معالم سياحية في المملكة العربية السعودية.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Abd aljawad, 2018) التي أشارت إلى وجود مستويات مرتفعة لدور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى الطلبة. كما واتفقت مع نتائج دراسة (Waramontri, 2020) التي أشارت إلى أن أثر وسائل التواصل الاجتماعي كبير في رفع مستوى الوعي السياحي لدى الطلبة وكذلك له كثير من الإيجابيات في تحقيق التوعية بالمجالات السياحية المختلفة من خلال ما يتم عرضه وترويجه عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Hajli & Lin, 2014) التي أشارت إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمثل استراتيجية لتطوير التعليم، كما أنها مصدر للدعم الاجتماعي عبر الإنترنت.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ في دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية تعزى لمتغير (الجنس)؟

للإجابة عن هذا السؤال تم إجراء اختبار (ت) للعينات المستقلة (T test for tow Independent samples) للفروق في دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية تبعاً لمتغير الجنس، والجدول (2) يبين النتائج.

الجدول (2) نتائج اختبار ت للعينات المستقلة (T test for tow Independent samples)

للفروق في دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في

المملكة العربية السعودية تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	216	3.81	0.191	1.831	385	.068
أنثى	171	3.85	0.210			

يبين الجدول (2) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية تعزى لمتغير الجنس، إذ بلغت قيمة ت (1.831) وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى دلالة (0.05). وتعزى هذه النتيجة إلى أن الطلبة باختلاف جنسهم ينظرون بالطريقة ذاتها إلى دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لديهم، وذلك كنتيجة إلى أن الاستخدام الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي يعدّ إحدى وسائل التعليم المستخدمة خلال جائحة كورونا من خلال التعلم عن بعد، والتي أثبتت فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية عديد من المهارات التعليمية لدى كثير من الطلبة، وكذلك طبيعة المعلومات التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي تعدّ عالماً مفتوحاً مما يجعل النظرة إليها نظرة إيجابية وخاصة في المجال التعليمي والثقافي لمن يرغب بالوصول إلى أي معلومة في أي وقت وأي زمان.

كما تعزى هذه النتيجة إلى طبيعة التطورات التكنولوجية التي يشهدها القطاع التعليمي في المملكة العربية السعودية والذي جعل غالبية الطلبة من كلا الجنسين (ذكور وإناث) يمتلكون النظرة الإيجابية إلى التكنولوجيا ومدى الاستفادة منها بشكل كبير في العملية التعليمية وتطوير المهارات المعرفية الفردية في عديد من المجالات.

كما تعزى هذه النتيجة إلى أن الطلبة باختلاف جنسهم لديهم معرفة جيدة فيما يتعلق بالتكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، إذ يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تتيح لهم الفرصة لإظهار مهاراتهم في التعبير عن أنفسهم وأفكارهم بطرق إبداعية، من خلال نشر الصور، والمدونات، والمقالات، ومقاطع الفيديو، ومقاطع الصوت، وغيرها كثير؛ الأمر الذي يسمح لهم باكتشاف مواهبهم، التي قد يستفيدوا منها في المستقبل.

ومن خلال مقارنة النتائج بنتائج الدراسات السابقة فقد تبين بأن الدراسات السابقة لم تتناول متغير الجنس.

التوصيات: في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فإنها توصي بما يأتي:

- ضرورة توظيف وسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الثانوية التي تعد المرحلة الانتقالية من الحياة المدرسية إلى الحياة الجامعية أو إلى سوق العمل.

- العمل على عقد ورشات عمل ودورات تدريبية لمعلمي المرحلة الثانوية وتوعيتهم بأهمية

وسائل التواصل الاجتماعي وما لها من تأثير إيجابي في اكتساب المعرفة المختلفة لدى الطلبة.

– إجراء مزيد من الدراسات عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة المراحل التعليمية المختلفة.

References

- Abd aljawad, M (2018). An evaluation study of the university's mechanisms in developing tourism awareness among students by application to fayoum university, **International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality at Fayoum University**, 12(2), 281-303.
- Abdel Azim, A & Mahmoud, H (2015). **The educational institution and its role in preparing the little leader**, Cairo: Arab Group for Training and Publishing.
- Abu Rumman, A (2010). **Revitalizing local tourism in the context of the jordanian heritage product", a research paper presented to the heritage tourism exhibition and conference**, for the period 22/5-23/5/2010, Middle East University, Amman, Jordan.
- Al-Amiri, F (2012). The effectiveness of using a proposed program in tourism education on academic achievement and the trend towards tourism in social studies for first grade intermediate students in the city of Makkah, **Journal of the Educational Association for Social Studies**, 39(1), 162-200.
- Al-Qumaizi, H (2017). **Educational technologies and communication skills**, 2nd Ed., Saudi Arabia: Dar Al-Shugairi for Publishing and Distribution.
- Al-Riyami, A (2011). **Tourism education in the sultanate of Oman "concept, objectives and development programs"**, sultanate of Oman, Dar Al-Damri for Publishing and Distribution.
- Al-Shehri, A (2008). **Social networks are no longer for adolescents**, Al-Riyadh newspaper, and publications issue (14776).
- Hajli, N. (2014). Developing Tourism Education through Social Media. **Tourism and Hospitality Planning & Development**. 11(10), 405-414.
- Hussein, H (2019). A Proposed technical educational guide to developing tourism awareness among Saudi kindergarten child, **Journal of Scientific Research in Education**, 20(2), 1-21.

- Ibrahim, S & Shuja, A (2022). Developing Tourism Awareness among Young People in Basic Education Stages, **Journal of the Faculty of Tourism and Hotels at Sadat City University**, 6(1), 51-64.
- Meshel, V (2010). Facebook and the invasion of technological communities, N.Y, Newyork.
- Okekeokosisi, O. C., & Obi, M. N. (2019). Extent of utilization of social networking sites for enhancing academic learning of undergraduate students in the south-south Nigerian federal universities. **Bulgarian Journal of Science & Education Policy**, 13(2), 148-171.
- Radwan, M (2018). The degree to which social education books include tourism concepts for grades (fourth and fifth) for the basic stage in Jordan, **Journal of Educational and Psychological Sciences**, 2(26), 91-108.
- Saadeh, Y (2011). **Tourism Education**, Cairo: Dar Al-Kitab Al-Hadith for Publishing and Distribution.
- Saudi Ministry of Education (2020) Link: <https://moe.gov.sa/ar>
- Waramontri, R. (2020). Impact of social media on tourism education. In **E3S Web of Conferences** (Vol. 210, p. 22008). EDP Sciences.
- Waramontri, R. (2020). Impact of social media on tourism education. In **E3S Web of Conferences** (Vol. 210, p. 22008). EDP Sciences.
- Zaki, D (2008). **Tourism awareness and tourism development**, Cairo: University Youth House for Publishing and Distribution.
- Zreiki, S (2021). The role of the primary education teacher in developing students' tourism awareness in the light of his professional development, **Sohag University Educational Journal**, 82(82), 269-311.