

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

العنوان

دور القيم الاجتماعية والثقافية في تحقيق الجذب السياحي ولاية بجاية نموذجا

مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص: تسويق فندقي وسياحي

إعداد الطلبة:

عبد الرؤوف مراد

زكرياء طموزة

أعضاء لجنة التقييم:

رئيسا	جامعة جيجل	الطيب بولحية
مشرفا ومقرار	جامعة جيجل	سليمة بوتاعة
مناقشا	جامعة جيجل	سامي بن حمودة

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

العنوان

دور القيم الاجتماعية والثقافية في تحقيق الجذب السياحي ولاية بجاية نموذجا

مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص: تسويق فندقي وسياحي

إعداد الطلبة:

عبد الرؤوف مراد

زكرياء طموزة

أعضاء لجنة التقييم:

رئيسا	جامعة جيجل	الطيب بولحية
مشرفا ومقرار	جامعة جيجل	سليمة بوتاعة
مناقشا	جامعة جيجل	سامي بن حمودة

السنة الجامعية: 2022/2021

الشكر

الحمد والشكر لله الواحد الأحد الذي وفقنا في إنجاز هذا العمل

كما نتقدم بحمد الشكر إلى

الإستاذة المشرفة على كل ما قدمته لنا من توجيهات ساعدتنا

في إنجاز هذا العمل

وكذلك كل من قدم لنا يد المساعدة

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى

الوالدين الكريمين وجميع أفراد الأسرة

عبد الرؤوف مراد

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى

أبي وأمي وأختي

زكرياء طموزة

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى إختبار دور القيم الإجتماعية والثقافية في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية، ولتحقيق هذا الهدف تم استعراض الإطار النظري للموضوع، قصد الوقوف على خلفيته النظرية مع تمحيص الدراسات السابقة بشأنه والإستفادة منها، كما تم عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية عن طريق معالجة بيانات الإستبانة الموجهة لعينة من السياح قدرت بـ 227 سائح جزائري، وهذا باستعمال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية "SPSS".

توصلت نتائج الدراسة إلى أن للقيم الإجتماعية والثقافية للمجتمع المحلي بولاية بجاية دور عالي في تحقيق الجذب السياحي.

في ضوء النتائج المتوصل إليها تم تقديم مجموعة من الإقتراحات من أجل إعطاء أهمية أكبر للسياحة، مع تحسيس المجتمع المحلي بدوره في الترويج للسياحة ومدى تأثير قيمهم في تحقيق الجذب السياحي.

الكلمات المفتاحية:

القيم الاجتماعية، القيم الثقافية، المجتمعات المحلية، الجذب السياحي.

Abstract

This study aimed to test the role of social and cultural values in reaching the touristic side in the state of Bejaia .And to realise this goal it has been reviewed the theoretical framework of the topic To stop on its theoretical background with an intense revision to the previous studies about it and take advantages from them . Also it has been shown and analyzing the field results throughout processing the directed survey data to a sample of 227 Algerian tourists, using "Shared Socioeconomic Pathway database " (SSPS).

The results of this study concluded that social and cultural values of the local community in Bejaia have a major role in realizing the touristic attraction.

In light of these results, a set of suggestions have been introduced to add more importance for tourism. With sensing the community itself to promote for tourism and how much their values affect and realize the touristic attraction.

Keywords :

social values, cultural values, local communities, touristic attraction.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
I	الشكر
II-III	الإهداء
IV	الملخص
V-VI	فهرس المحتويات
VII	فهرس الجداول
VIII	فهرس الأشكال
IX	قائمة الملاحق
أث	مقدمة
	الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة
06	تمهيد
07	المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة
07	المطلب الأول: عموميات حول القيم الإجتماعية والثقافية للمجتمع
20	المطلب الثاني: مفاهيم أساسية حول الجذب السياحي
31	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة
31	المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بالقيم الإجتماعية والثقافية والجذب السياحي
33	المطلب الثاني: محل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة
35	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية
37	تمهيد
38	المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة
38	المطلب الأول: تخطيط الدراسة الميدانية
40	المطلب الثاني: أساليب المعالجة الإحصائية
41	المطلب الثالث: إختبار أداة الدراسة

44	المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة وإختبار الفرضيات
44	المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة
55	المطلب الثاني: إختبار فرضيات الدراسة
57	خلاصة الفصل
	الخاتمة
59	خاتمة
61	قائمة المراجع
66	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الجدول
39	مقياس ليكرت الخماسي	01
42	الصدق الداخلي لعبارات بعد " القيم الإجتماعية "	02
43	الصدق الداخلي لعبارات بعد " القيم الثقافية "	03
44	اختبار الثبات بحساب ألفا كرونباخ	04
45	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	05
45	توزيع أفراد العينة حسب السن	06
46	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	07
47	توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	08
48	توزيع أفراد العينة حسب الحالة العملية	09
48	توزيع أفراد العينة حسب عدد الزيارات	10
50	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعء القيم الإجتماعية	11
53	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعء القيم الثقافية	12
56	نتائج إختبار t لعينة واحدة للفرضية الأولى	13
56	نتائج إختبار t لعينة واحدة للفرضية الثانية	14

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الشكل
45	نسبة توزيع افراد العينة حسب الجنس	01
46	نسبة توزيع افراد العينة حسب السن	02
46	نسبة توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
47	نسبة توزيع افراد العينة حسب الحالة العائلية	04
48	نسبة توزيع افراد العينة حسب الحالة العملية	05
49	نسبة توزيع افراد العينة حسب عدد الزيارات	06

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الملحق
67	الإستبيان قبل التحكيم	01
71	القائمة الإسمية للمحكمين على الإستبانة	02
72	الإستبيان بعد التحكيم	03
76	الصدق الداخلي لأداة الدراسة	04
77	اختبار الثبات (ألفا كرومباخ) لأبعاد الإستبيان	05
78	عرض وتحليل البيانات التعريفية لعينة الدراسة	06
80	نتائج التحليل الإحصائي لإختبار الفرضيات	07

مقدمة

لقد أصبحت السياحة ظاهرة إجتماعية وثقافية كبرى، يشارك فيها السائحون والمجتمعات المضيفة على حد سواء، فقد تحول شكل السياحة من تجربة يعيشها السائح ويتعرف من خلالها على شعبها وثقافته إلى أداة لتحقيق السلام، كما لقي القطاع السياحي أهمية كبيرة في العديد من الدول المتقدمة والنامية، لما يلعبه هذا القطاع في تطوير القطاعات الأخرى ويساعد في دفع عجلة التنمية، ولهذا فقطاع السياحة أصبح يحتل مكانة هامة بين باقي القطاعات الأخرى، لكونه من بين دعائم الإقتصاد القومي ومصدرا رئيسيا للدخل.

يعتبر التنوع الإجتماعي والثقافي من المظاهر الإنسانية التي تساعد في تحديد طبيعة المجتمعات، حيث يتشكل هذا التنوع عن طريق مجموعة من العوامل والمتغيرات أهمها؛ اللغة والدين والعادات والتقاليد وغيرها من الخصائص الإجتماعية والثقافية الأخرى، وفي ظل هذا التباين بين خصائص الأعراق البشرية فإنه يمكن أن نستشعر التنوع الثقافي والإجتماعي داخل الأقاليم المحلية للبلدان، وكذا الدول التي تنتمي إلى نطاق جغرافي واحد.

وقد زادت حدة التنافس بين الدول من أجل الإستحواد على أكبر عدد من السياح، ومن هنا جاء موضوع الجذب السياحي، بإعتباره من أهم المواضيع المتعلقة بالسياحة، ومع ذلك فإن عملية إختيار السائح لوجهته السياحية تتطلب تدخل عدة عوامل لها تأثير على إختياره.

أولاً: إشكالية الدراسة

تعتبر ولاية بجاية وجهة سياحية ذات مقومات جذب متميزة لأنها تمتلك مقومات سياحية مهمة من حيث بيئتها الطبيعية؛ المناخ، المواقع التاريخية، وغيرها من العوامل التي تجعلها محل إهتمام من قبل السياح، لكن توفر هذه العوامل الجمالية والطبيعية والتاريخية وحدها لا تكفي، بل هناك عوامل أخرى لا تقل أهمية مثل العوامل الإجتماعية والثقافية، لذا وجب دراسة النشاطات والعلاقات المتبادلة بين المجتمع المحلي والسياح.

ومن هنا تتضح معالم إشكالية هذه الدراسة والمتمثلة فيما يلي:

ما مدى مساهمة القيم الاجتماعية والثقافية للمجتمع المحلي في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية ؟

وتتدرج تحت هذه الإشكالية تساؤلات فرعية:

- ما مدى مساهمة القيم الاجتماعية للمجتمع المحلي في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية؟
- ما مدى مساهمة القيم الثقافية للمجتمع المحلي في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية ؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

للإجابة على التساؤل المطروح قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

1- الفرضية الرئيسية:

تساهم القيم الاجتماعية والثقافية للمجتمع المحلي في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية.

2- الفرضيات الفرعية:

- الفرضية الأولى: تساهم القيم الاجتماعية للمجتمع المحلي في تحقيق الجذب السياح بولاية بجاية.
- الفرضية الثانية: تستعمل القيم الثقافية للمجتمع المحلي في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية.

ثالثا: أسباب إختيار الموضوع

من بين الأسباب التي دفعتنا لإختيار موضوع الدراسة ما يلي:

1- أسباب ذاتية

- إرتباط الموضوع بالتخصص.
- محاولة إثراء معارفنا حول القيم السائدة في المجتمعات المحلية.

2- أسباب موضوعية

- قلة الدراسات والبحوث التي تناولت موضوع القيم الإجتماعية والثقافية ودورها في تحقيق الجذب السياحي وفق إطلاعنا.
- الإتجاه المتزايد نحو السياحة المبنية على القيم.
- وجود قيم إجتماعية وثقافية سائدة وفاضلة لها دور في جذب السياح نحو الولاية.
- الدور الكبير الذي تلعبه القيم الإجتماعية والثقافية في التأثير على قرار إختيار السائح لوجهة سياحية دون أخرى. تسليط الضوء على القيم الإجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع المحلي لولاية بجاية.

رابعا: أهداف الدراسة

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تحديد المفاهيم المتعلقة بالقيم الإجتماعية والثقافية والجذب السياحي.
- التعرف على دور القيم الإجتماعية والثقافية للمجتمع المحلي في تحقيق الجذب السياحي.
- التوصل إلى المتغيرات الإجتماعية والثقافية المؤثرة في الجذب السياحي.

خامسا: حدود الدراسة

تمثلت حدود دراستنا فيما يلي:

- 1- **الحدود الموضوعية:** تناولت الدراسة موضوع دور القيم الإجتماعية والثقافية في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية، حيث تم الإعتماد على بعدين وهما: القيم الإجتماعية، القيم الثقافية.
- 2- **الحدود المكانية:** تمثل ولاية بجاية حقل الدراسة الذي يبحث فيه الموضوع.
- 3- **الحدود الزمنية:** تم توزيع الإستبانة على عينة الدراسة خلال شهر ماي من سنة 2022.
- 4- **الحدود البشرية:** أجريت الدراسة على عينة مكونة من 227 سائح زاروا ولاية بجاية من قبل.

سادسا: منهج وأدوات الدراسة

إنطلاقا من طبيعة هذه الدراسة وأهدافها، ومن أجل القيام بها على أكمل وجه وبهدف الإجابة على تساؤلات الدراسة، كان لزاما علينا إتباع إطار منهجي منسق، حيث وجدنا أن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي، إذ إعتدناه في الجانب النظري من خلال إستغلال المعلومات المتحصل عليها في تحليل الخلفية النظرية للموضوع، وهذا بالإعتماد على العديد من المراجع المتمثلة في؛ الكتب، المجلات، رسائل الدكتوراه والماجستير ...

وبالنسبة للجانب التطبيقي فقد إعتدنا فيه على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من أجل إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي عن طريق الإستبيان، الذي تم توزيعه على عينة من سياح ولاية بجاية للإجابة عليه، وتم تحليل المعطيات بواسطة أدوات التحليل الإحصائي بإستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية "SPSS".

سابعا: هيكل الدراسة

للإجابة على التساؤلات الواردة في الإشكالية ولتأكيد أو نفي الفرضيات التي بنيت عليها الدراسة، ولأجل الوصول إلى الأهداف المسطرة إعتدنا على طريقة IMRAD التي تعطي الإهتمام لمساهمة الباحث بالإعتماد على خطوات علمية صحيحة وممنهجة، وعليه قسمنا هذا العمل إلى فصلين؛ فصل نظري والأخر تطبيقي.

تناولنا في الفصل الأول الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة، الذي قسمناه إلى مبحثين؛ تطرقنا في المبحث الأول إلى الإطار النظري للدراسة؛ شمل المفاهيم الأساسية للقيم الإجتماعية والثقافية والسياحة والجذب السياحي، في حين تعرضنا في المبحث الثاني للأدبيات التطبيقية للدراسة، من خلال عرض بعض الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوعنا، واستخلاص أوجه التشابه والإختلاف ثم إبراز مميزات دراستنا عن الدراسات السابقة.

أما الفصل الثاني تناولنا فيه الدراسة الميدانية لدور القيم الإجتماعية والثقافية في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية، من خلال عرض الإجراءات المنهجية للدراسة في المبحث الأول الذي تطرقنا فيه إلى؛ تخطيط الدراسة الميدانية وأساليب المعالجة الإحصائية، وإختبار أداة الدراسة، أما في المبحث الثاني فخصص لعرض وتحليل نتائج الدراسة وإختبار الفرضيات.

ثامنا: صعوبات الدراسة

من أهم الصعوبات التي واجهتنا في إنجاز هذه الدراسة مايلي:

- قلة الدراسات التي تناولت الموضوع باللغة الأجنبية.
- صعوبة الحصول على المراجع التي تناولت موضوعنا لقلتها في المكتبات.
- عدم تناسب فترة الدراسة مع ذروة النشاط السياحي في ولاية بجاية.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة

تمهيد

المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة

خلاصة

تمهيد

نهدف من خلال هذا الفصل إلى وضع بعض الأسس النظرية لكل من القيم الاجتماعية والثقافية والجذب السياحي من حيث آراء المفكرين، ومعرفة النتائج التي توصل إليها الباحثون من خلال الدراسات السابقة ومقارنتها بالدراسة الحالية.

سيتم التطرق في هذا الفصل إلى مبحثين حيث نتعرض في:

- المبحث الأول للإطار النظري للدراسة، الذي نتناول فيه مطلبين، خصصنا الأول للمفاهيم الأساسية حول القيم عموماً، والقيم الاجتماعية والثقافية للمجتمع خصوصاً، والثاني للمفاهيم الأساسية حول الجذب السياحي والمفاهيم المرتبطة بالسياحة.
- أما في المبحث الثاني فنتطرق فيه إلى الأدبيات التطبيقية للدراسة وفيه مطلبين؛ الأول يتضمن الدراسات المتعلقة بالقيم والجذب السياحي والتي تناولت نفس موضوع دراستنا، والثاني محل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة من أوجه تشابه واختلاف بين دراستنا وهذه الدراسات.

المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة

يعد هذا المبحث كمدخل مفاهيمي للدراسة النظرية، حيث سنتطرق من خلاله إلى عموميات حول القيم الاجتماعية والثقافية ومفاهيم أساسية حول الجذب السياحي.

المطلب الأول: عموميات حول القيم الاجتماعية والثقافية للمجتمع

في هذا العنصر نتناول المفاهيم الأساسية للقيم من خلال التطرق إلى مفهومها وعلاقتها ببعض المفاهيم النفسية والاجتماعية، وكذلك مفهوم القيم الاجتماعية والثقافية للمجتمع.

أولاً: مفهوم القيم

إن مفهوم القيم من أكثر مفاهيم العلوم الاجتماعية غموضاً وتداخلاً مع مفاهيم أخرى مثل المعتقدات والاتجاهات.

1- تعريف القيم:

القيم هي جمع قيمة وقد وردت القيمة لغة بمعاني عديدة، فمعناها استقام أي اعتدل واستقام له الأمر أي اعتدل له، كما أنها معايير يتأثر بها ويكتسبها الإنسان بطرق متعددة لتصبح جزءاً منه، أمر قيم أي أمر سوي وأمر مستقيم، والقيمة أي ثمن الشيء الثمين وما يعادل المتاع وكل ذي قيمة ويقال كتاب قيم¹.

يعتبر مفهوم القيم من أكثر المفاهيم تعقيداً إذ نجد هناك صعوبة في التحديد الدقيق لهذا المفهوم، فالقيم أساساً من المواضيع التي اهتم بها العلماء في مختلف البحوث ومختلف مجالات الدراسات، ما يجعل لها مفهوماً واسعاً، فهي تمثل الجانب السلوكي للأفراد في المجتمع سواء العلاقة بين الأفراد أو علاقة الفرد بنفسه، فهي لب الثقافة الإنسانية وجوهرها وبها تتشكل الثقافة والنمو والتقدم، وكونها محط أنظار وبحث في عديد المجالات جعل لها تعريفات متعددة وسنتناول البعض من:

• " إميل دوركايم Émile Durkheim " : احتل حديث دوركايم عن القيم والأخلاق مكانة بارزة في شقه النظري فهو يعرفها على أنها؛ طرق للوجود والتفكير والتصرف والتفاعل وتكون طرقاً متفق عليها، ويرى أن الإنسان كائن أخلاقي يعيش في مجتمعات ترتبط فيها القيم والأخلاق بالمجتمع ولا يمكن الفصل بينهما، وبالنسبة له فإن درجة تطور الأمم عامة ودرجة التضامن فيها تختلف باختلاف أشكال القيم والقواعد الأخلاقية في المجتمعات، وأن ما يحدث في المجتمعات من فوضى ما هو إلا نتائج وتوابع للإبتعاد عن القيم عامة والضوابط خاصة²، فنجده يقول في كتابه " قواعد المنهج السوسيولوجي "؛ >> حين أؤدي واجبي كأخ أو زوج أو مواطن..... أقوم بأداء واجبات خارجية حددها العرف والقانون، وعلى الرغم من أن

¹ معلوف لويس، المنجد في اللغة والإعلام، ط9، دار المشرق، لبنان، 1956، ص663.664.

² R.Boudon· F.Bourricaud, *Dictionnaire Critique de la Sociologie*, paris, 1983, p417.

هذه الواجبات لا تتعارض مع عواطف الشخصية، لأن هذه الأنواع من السلوك والتفكير لا توجد خارج شعور الفرد بل تمتاز أيضا بقوة قاهرة هي السبب في أنها تفرض نفسها على الفرد شاء أم أبى، حقا إنني لا أشعر بهذا القهر حين أستسلم لها بإرادتي»¹.

فمن كل ما سبق يمكن القول أن دوركاييم يقر بدور القيم داخل نظم وأنساق المجتمع.

- أما " أفلاطون Platon " فيقسم القيم إلى 03 أقسام رئيسية هي²:
 - الأول يتجه إلى البحث في الخير الأسمى، وهو منسجم إلى أبعد الحدود مع نظريته المتعلقة بالمثل، فالوجود الحقيقي عند أفلاطون هو وجود الصور، فكل ما يتصل بهذا الوجود إذا هو وحده الوجود الحقيقي، أما ما يتعلق بالوجود المحسوس فلن يكون خيرا بالمعنى الصحيح.
 - الثاني يتجه إلى تحقيق الخير الأسمى في جزئياته عن طريق الفضائل، فالفضيلة حسبه هي العمل الحق على أن يكون صادرا عن معرفة صحيحة بقيمة الحق، والتي تقوم على الرؤية والتفكير وفهم المبدأ الذي ينبثق عنه السلوك.
 - الثالث يتجه إلى تحقيق الخير في الدولة، وهو ذو صلة بالسياسة، حيث يرى أنها محاولة وضع قاعدة فلسفية ترتكز عليها الدولة سواء ما تعلق بنظام الحكم أو الشخص الحاكم ذاته وصفاته وخصائصه ثم كيف السبيل لتحقيق مدينة فاضلة على أرض فاسدة.
- فبالنسبة لأفلاطون فإن الخير والسعادة هي ألفاظ متعددة تهدف لغاية واحدة في الأخلاق، إذ يقول في هذا الإطار: " فعل الخير والنجاح وتحصيل السعادة كلها ألفاظ متعددة تدل على معنى واحد فحسب".

- " روكيش ميلتون Milton Rokeach " : >> يعرف القيم بأنها عبارة عن تصورات وضوابط من شأنها أن تقضي إلى سلوك تفضيلي، كما تعتبر بمثابة معايير مدروسة للاختيار من بين البدائل السلوكية المتاحة للفرد في موقف ما، ومن ثم فإن احتضان الفرد لقيم معينة يعني توقع ممارسته لأنشطة سلوكية تتفق وتتسق مع تلك القيم، فالقيم محدد ومرشد للسلوك، وهي التي توجه اختياراتنا من بين بدائل السلوك في المواقف المختلفة، وتحدد لنا نوع السلوك المرغوب فيه في موقف ما توجد فيه عدة بدائل سلوكية، كما يرى بأن التعدد في مجالات الحياة والسلوك يؤدي إلى تعدد في نظم القيم الموجهة لسلوك الفرد»³.

¹ طاهر بوشلوش، التحولات الاجتماعية والاقتصادية وأثارها على القيم في المجتمع الجزائري - دراسة ميدانية تحليلية لعينة من الشباب الجامعي-، ط1، بن مرابط للنشر والطباعة، الجزائر، 2008، ص59.

² رابح العايب، نبيل منيع، دور قيم المجتمعات المحلية في تحقيق الجذب السياحي-ولاية جيجل نموذجا-، مذكرة ماستر، تخصص تسويق فندي وسياحي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر، 2019، ص10،09.

³ عيسى، محمد رفقي، توضيح القيم أم تصحيح القيم، المجلة التربوية، المجلد1، العدد3، الكويت، 1995. ص 73.

• " اوجست كونت Auguste Comte ": >> إقتصرت دراسته على دراسة وتحليل الواقع المحسوس وقد أخذ علم الاجتماع بمبدأ الموضوعية للقيم وذلك نظرا لصدورها عن خارج الذات، إن "كونت" قد استبعد في نظريته السوسيولوجية للقيم والظواهر الأخلاقية كل تفكير ميتافيزيقي، والبحث عن غايات قصوى لا ترتبط بدائرة الواقع، ومعالجته بمناهج البحث التجريبي، كما بدت القيم والحقائق والظواهر الأخلاقية عنده نسبية وليست مطلقة كما توجه أصحاب الاتجاه المثالي، بل هي حقائق واقعية يتفاعل معها إنسان موجود بالفعل وليس إنسان نتخيله. وبالإضافة إلى ذلك فقد أبرز أهمية علم الأخلاق، ذلك العلم الذي أضافه إلى العلوم التي تتألف منها الفلسفة الوضعية عنده وهي؛ الرياضة والفلك والطبيعة والكيمياء وعلم الحياة وعلم الاجتماع.¹

ومن خلال ما سبق يمكننا القول أن القيم هي عبارة عن معايير وجدانية وفكرية وطريقة تفكير وتصرف ينتهجها الأفراد، وبموجبها يتعاملون مع الأشياء ويعالجونها بالرفض أو القبول، فهي الصفات الشخصية التي يفضلها الناس في ثقافة معينة.

2- خصائص القيم:

إن كون القيم من المفاهيم المتشعبة التي تدخل ضمن العديد من التخصصات المختلفة، وبسبب إختلاف الباحثين في تحديد خصائص القيم بصفة عامة باختلاف المذاهب الفكرية التي ينتمون إليها، فقد وضعوا عددا من الصفات والسمات المشتركة التي تسهم في توضيح هذا المفهوم، فالقيم أساسية في حياة كل إنسان وهي بمثابة مرشد وموجه لكثير من النشاط الحر الإرادي للإنسان، وتتمتع القيم بخصائص عديدة تتمثل فيما يلي²:

(أ) **القيم تترتب هرميا:** ان للقيم خاصية الترتيب ولها سلم ترتيب خاص بها نجد فيه أن بعض القيم تهيمن على الأخرى، هذا يعني أن هناك قيما لها الأولوية في حياة الفرد عن باقي القيم، كالقيمة الدينية عند رجل الدين تقع في المنزلة الأولى لديه عن باقي القيم بل تعتبر باقي القيم خاضعة لسيطرتها، نفس الأمر بالنسبة لرجل التجارة فالقيمة الاقتصادية لها الأولوية.

(ب) **القيم ذاتية:** تعتبر من العناصر الشخصية الذاتية كل منا يحسها على نحو خاص به، وبشكل متميز عن الآخرين تبعا للظروف الفردية القائمة بين البشر، فالقيمة مسألة إنسانية شخصية حيث ترتبط القيم بشخصية الفرد وذاته إرتباطا وثيقا، وتظهر لديه صور مختلفة من التفضيلات والإهتمامات والإختيارات والحاجات والأحكام تحدد أنماط اتجاهاته السلوكية، مما يجعلها قضية ذاتية شخصية يختلف الناس حول مدى أهميتها باختلاف ذواتهم وشخصياتهم، وهي تختلف باختلاف الجنس والعمر وغيرها، تؤثر وتتأثر بذاتية الفرد وإهتماماته وميوله ورغباته وتأملاته وطبيعة ذوقه والقيم ذاتية مرتبطة بالأشخاص، ومن ذلك أن التفضيلات

¹ طاهر بوشلوش، مرجع سبق ذكره، ص58.

² محمد سعود السرحان، الصراع القيمي لدى الشباب العربي، ب ط، منشورات وزارة الثقافة، الأردن، 1994، ص30.

التي يقوم بها الفرد إزاء الأشياء أو الموضوعات تكون ذات طابع ذاتي أو شخصي وبما يتفق والثقافة الاجتماعية والإطار الحضاري الذي يعيش فيه.

(ت) **القيم ذات قطبين:** فهي إما أن تكون إيجابية وإما أن تكون سلبية، بهذا الفعل أو ضد هذا الفعل خيرا أو شرا وحقا أو باطلا.

(ث) **القيم نسبية:** القيم تختلف من شخص لآخر كونها مبنية على المعايير التي وضعها المجتمع، على هذا الأساس فهي نسبية في مكانها وزمانها ومضمونها وذلك تبعا لعوامل المكان والزمان والثقافة والجغرافيا والإيديولوجيا، إذ تختلف من وقت لآخر ومن ثقافة لأخرى ومن شخص إلى آخر، فالقيم مسألة نسبية متغلطة في الإنسان تنبع منه ومن رغباته، والإنسان هو الذي يضيف على الشيء قيمته، ومن خلال القيم يمكن فهم فعل معين بأن له معنى، أي أن القيم تشكل أو تصاغ في ألفاظ مطلقة لكنها تطبق في حدود موقفية خاصة.

(ج) **القيم مجردة:** أي أن القيمة لا تمثل شيئا محددًا فهي أكثر عموما وشمولا وتجريدا من الاتجاهات، كذلك لا تتحدد بموضوعاتها على نحو مباشر.

(ح) **القيم رمزية:** إنها رمزية وتوجه السلوك العام للأفراد فتعمل عمل الضوابط السلوكية، كما يفسر السلوك في ضوءها.

(خ) **القيم تجريدية:** هي معان مجردة تتسم بالموضوعية والاستقلالية، تتضح معانيها الحقيقية في السلوك الذي تمثله والواقع الذي تعيشه، فالعدل من حيث هو قيمة يحمل معنى ذهنيا مجردا غير محسوس، لكنه يتخذ قيمة من الواقع الحي الملموس.

(د) **القيم متغيرة:** فهي ليست ثابتة بل مستمرة التغير نتيجة التفاعل بين الفرد وبيئته تبعا لعوامل الثقافة والتربية والحراك الاجتماعي، ويرى عالم الاجتماع ومؤسس علم إجتماع المعرفة " كارل منهايم Karl Mannheim " أن تغير القيم يحدث عندما يصبح المجتمع ديناميكيا، ويظهر صراع القيم عندما تكون جماعتين أو أكثر مختلفتين وحدث بينهما توافق أو سيطرت واحدة على الأخرى.

(ذ) **القيم اجتماعية:** أي أنها تنبثق من خلال التطبيع الاجتماعي فهي تتأتى من تراث المجتمع والعلوم الإنسانية وهي التصور الاجتماعي الذي يتحدد من خلال معايير المجتمع.

(ر) **القيم متعلمة ومكتسبة:** يتعلمها الفرد عن طريق الجماعة والتربية الاجتماعية والمقصود بها؛ يتعلمها الفرد من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية، أي أنها مكتسبة من خلال البيئة وليست وراثية، فالفرد يتعلم في حياته كيف يقوم بالأشياء والسلوك فهو يتأثر بمعايير خاصة تتبناها الجماعة التي ينتمي إليها، ثم يصبح الفرد مهتما ببعض القيم ويفضلها عن غيرها كما ويصبح قادرا على اصدار الأحكام على الأعمال.

ز) القيم تلقائية: فهي ليست من صنع فرد أو مجموعة من الأفراد، بل هي نتيجة تطورات وصياغات متتالية لضوابط مساعدة في الدفع بعجلة التطور داخل المجتمعات¹.

س) القيم معيارية: بمعنى أن القيم تعتبر بمثابة معيار لإصدار الأحكام، يقاس ويقيم ثم يفسر ويعلل من خلالها السلوك الإنساني².

3- مصادر ومكونات القيم:

3-1 مصادر القيم:

اعتبرت العديد من الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بالقيم؛ أن هناك عدة مصادر للقيم وهي تختلف في طريقة تقسيمها وترتيبها، وعلى العموم يكون حصر مصادر القيم في بعض المصادر الرئيسية وهي كالتالي:

3-1-1- المصدر الأول: الديانات السماوية

الدين من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية الذي يعمل على تلقين القيم والمبادئ للأفراد، ويعد أهم الأصول والأسس ومرجعا أساسيا في استخلاص القيم بثتى مجالاتها، ويتمثل في الديانات التي يستقي منها الإنسان قيمه، والدين الإسلامي ممثلا في كتاب الله عز وجل وسنة نبيه محمد ﷺ، يعد حافل بكل ما يثبت دعائم القيم ويرسخ الأسس والمبادئ التي تستقيم معها الحياة الصالحة، فالدين هو مصدر الأخلاق المثلى ويعتبر جوهر القيم الخلقية، وكما أن تعاليم الدين تؤدي وظيفة مزدوجة في غرس القيم وتنميتها وإصلاح المعوج منها فهي تحدد السلوك الصادر من الأفراد تجاه الأشياء، وتقوم بترشيد النسبة القليلة للسلوك الصحيح، فالدين يقوم بوظيفة غير رسمية في تهذيب السلوك وتحويله إلى سلوك إنساني، وهي ميزة تفردها الديانات وخاصة الدين الإسلامي، وبالتالي فإن الدين الإسلامي نجح في رسم العلاقة بين الإنسان والمجتمع من حوله والارتقاء بسلوك الفرد وتنظيم تكوينه النفسي الداخلي³.

3-1-2- المصدر الثاني: العالم الخارجي:

أ) الأسرة: الأسرة هي رابط الاتصال بين الأجيال وناقلة تراث وقيم الجيل السابق للجيل الحالي، وهي أيضا البيئة الأولى التي تحتضن الفرد، وتعد من أهم وأولى المؤسسات التربوية الاجتماعية لما لها من دور أساسي في إكساب الأفراد القيم وتشكيل شخصياتهم وتكاملها، فلها من الخصائص ما يجعلها الأكثر تأثيرا في عملية التنشئة الاجتماعية، فهي المسؤولة عن بث روح المسؤولية مما تلقنه وتعلمه من قيم ومبادئ

¹ علي تعوينات، القيم، مفهومها، نشأتها واكتسابها، يوم: 2022/05/28، على الساعة: 03:07، نقلا عن الموقع:

https://educapsycho.blogspot.com/2018/08/blog-post_37.html .

² محمد سعود السرحان، مرجع سبق ذكره، ص31.

³ طلال خالد الفضل، القيم والسلوك الإنساني، يوم 2022/05/13، على الساعة: 03:24، نقلا عن الموقع:

<https://kenanaonline.com/users/PLAdminist/posts/945073>.

وآداب وغرس للقيم، فالقيم تعوّد الأبناء على احترام النظام والتواصل مع الآخرين عن طريق تنشئتهم على القيم والمبادئ ومختلف المعايير والسنن الاجتماعية الحسنة، فهي وسيط أساسي وهام بين الثقافة والفرد¹.
 ب) التعليم والمؤسسات التعليمية: يعتبر دور التعليم والمؤسسات التعليمية دورا مكملا لدور الأسرة، حيث يساهم التعليم في نشر الوعي لدى الأجيال بصورة كبيرة، كما لها دور في إثراء القيم والمبادئ التي تلقاها الفرد في الأسرة سعيا لبناء مجتمع قوي ومتماسك، وتبدأ المؤسسات التعليمية بدور الحضانة ورياض الأطفال ثم المدرسة بمراحلها ثم مرحلة التعليم الجامعي².

فالمؤسسات التعليمية لها دور في القيام بتدعيم ما ينقص الطفل، وذلك بما تقوم بغرسه من قيم اجتماعية وإنسانية للفرد، فنكسبه القدرة على تحليل الواقع الذي يعيشه ومواجهته للتحديات والأخطار المحدقة داخليا وخارجيا، ولهذا فإنه يجب أن تتضمن المناهج الدراسية فيما تساهم في البناء السوي لشخصية المتعلم.

ت) جماعة الرفاق: تعتبر جماعة الرفاق مصدرا من مصادر اكتساب القيم بحيث يتأثر الفرد بأفكار وسلوك من حوله، خاصة في مراحل عمرية حساسة من مراحل نمو الطفل، وكذا كون تأثيرها تلقائيا فهي لا تملك سلطة قهرية على الطفل، فعن طريق التأثير بسلوك الرفاق والمجتمع فإنه يكتسب مجموعة من السلوكيات والقيم والميول، وتتوقف درجة تأثير الفرد بقيم واتجاهات رفاقه بمدى تقبله وانتمائه لأفكار هذه الجماعة³.

ث) وسائل الإعلام: إن وسائل الإعلام التي يحتك بها الأفراد خلال حياتهم واحتكاكهم بالمجتمع باختلاف جنسهم وأعمارهم وبتعددتها؛ الإذاعة، المجلات، التلفزيون، الصحافة، السينما، المسرح، الكتب والأنترنيت تلعب دورا كبيرا وفعالا في عملية التنشئة الاجتماعية وخلق الوعي الاجتماعي وإكساب الأفراد القيم وتوجيههم نحو السلوك السوي بما تنتشر وتقدم من أفكار وأراء حول مواضيع معينة، كما تلعب دورا في نشر بعض العادات السيئة والدخيلة على المجتمع، وهنا تظهر الحاجة لنشر القيم السليمة وكبح السلوكات غير السوية وبالتالي فإن للإعلام الآن تأثيرا كبيرا على معتقدات الأفراد وخاصة الأفراد⁴.

ج) الثقافة: إن الثقافة مصدر مهم للقيم المختلفة، إذ تعتبر القيمة إحدى المكونات الأساسية للثقافة التي عرفها الباحث " إدوارد بيرنت تايلر Edward Tylor " في كتابه للحضارة البدائية بأنها >> ذلك الكل المركب

¹ ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص25، 26.

² عامر مصباح، التنشئة الاجتماعية والسلوك الإنحرافي لتلميذ المدرسة الثانوية، ب ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص85.

³ نعيمة محمد محمد، التنشئة الاجتماعية وسمات الشخصية، ط1، دار الثقافة العلمية، مصر، 2002، ص29.

⁴ مراد زعيمي، علم الاجتماع رؤية نقدية، ب ط، مؤسسة الزهران للفنون المطبعية، الجزائر، 2004، ص183.

الذي يشمل على المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والقانون والعادات وغيرها من القدرات والعادات التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضواً في المجتمع¹.

وعليه فإن القيم هي مجموعة الأحكام التي يصدرها المرء على أي شيء مستندا في ذلك على مبادئ مستوحاة من القرآن والسنة، وما يكتسبه من التنشئة الاجتماعية، حيث يظهر دور الأسرة والمؤسسات التعليمية والمجتمع بما فيه في ترسيخ القيم لدى أفراد المجتمع.

3-2 مكونات القيم:

أما عن مكونات القيم فتتلخص في ثلاثة مكونات؛ المكون المعرفي، المكون الوجداني، والمكون السلوكي. نوضح كل منها فيما يلي:

(أ) **المكون المعرفي:** وذلك باختيار قيمة من بين مجموعة قيم والتعرف على نتائجها، فمعيار المكون المعرفي هو الاختيار الشعوري، أي إنتقاء القيمة من بدائل مختلفة بحرية كاملة بحيث ينظر الفرد في عواقب إنتقاء كل بديل ويتحمل مسؤولية إنتقائه بكاملها، وهذا يعني أن الإختيار اللاشعوري لا يشكل اختياراً يرتبط بالقيم حيث يعتبر الإختيار هو المستوى الأول لسلم الدرجات المؤدية إلى القيم، ويتكون من ثلاث خطوات متتالية تتمثل في؛ استكشاف البدائل الممكنة، النظر في عواقب كل بديل ثم الاختيار الحر².

(ب) **المكون الوجداني:** يظهر عند اختيار الفرد لإحدى القيم والسعادة والفخر بها، ومعيار هذا المكون هو التقدير الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والإعتزاز بها، والشعور بالسعادة لاختيارها والرغبة في إعلانها على الملأ ويعتبر التقدير المستوى الثاني في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم، والذي يتكون من خطوتين متتاليتين هما؛ الشعور بالسعادة لاختيار القيمة، ثم إعلان التمسك بالقيمة³.

(ت) **المكون السلوكي:** ومعياره الممارسة والتجربة والعمل أو الفعل، ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة أو الممارسة على نحو يتسق مع القيمة المنقاة، على أن تتكرر الممارسة بصورة مستمرة في أوضاع وظروف مختلفة كلما سمحت الفرصة لذلك، وتتكون الممارسة من خطوتين هما؛ ترجمة القيمة إلى ممارسة، وبناء نمط قيمى⁴.

¹ العربي حران، تغير القيم الإجتماعية والأخلاقية لدى الشباب المتعاطي للمخدرات، دراسة ميدانية بمدينة الجزائر العاصمة، رسالة ماجستير، تخصص التغير الإجتماعي، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، بوزريعة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2008، ص75.

² نورهان منير حسين فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الإجتماعية، ب ط، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1999، ص112.

³ طاهر منصور الغالبي، محمد صبحي إدريس، الإدارة الإستراتيجية من منظور منهجي متكامل، ب ط، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص56.

⁴ نورهان منير حسين فهمي، مرجع سبق ذكره، ص93.

ثانياً: علاقة القيم ببعض المفاهيم النفسية والاجتماعية:

1. القيم والاتجاهات:

يمكن تلخيص هذه النقطة في أن الاتجاهات هي كل اتجاهات وسلوكيات وميول وأراء الأفراد المحيطة والخاضعة للقيم، والتي هي المحور والمركز الذي تبنى عليه أنماط السلوكيات والاتجاهات التي يختارها الفرد، لهذا فإن الفرق بين الاتجاهات والقيم يكمن في أن القيم لا يمكن أن تكون اتجاهاً، مع أن اتجاهات التقويم الإيجابي أو السلبي للأشياء أو الأشخاص أو المواقف يمكن أن تكون وظيفة للقيم، أو حتى وسيلة للتعبير عنها، ويمكن أن تكون للفرد الواحد مئات الاتجاهات ولكن لا يزيد عدد القيم عن العشرات لديه، كذلك القيم أكثر ثباتاً واستقراراً من الاتجاه، كما أن تغيير الاتجاه عادة يكون أسهل من تغيير منظومة القيم¹.

2. القيم والتفضيلات:

ذهب عدد من الباحثين إلى أن القيم هي مجموعة من التفضيلات والرغبات، فنحن عندما نقوم بالحكم على شيء ما حسناً كان أم قبيحاً، فإننا نحكم عليه حسب ما لدينا من تفضيلات، ويقول "ماجد الجلاد" في وصفه للقيم بأنها <<علم السلوك التفضيلي، إذ أن أي سلوك للفرد يمثل تفضيلاً لسلوك على الآخر>>².

3. القيم والإهتمام:

إن الإهتمام المرتبط بالقيم يعبر عن موافقة أو عدم الموافقة على النشاط، ويعتبر الإهتمام مظهراً من المظاهر العديدة للقيم وأن ظهور اهتمامات معينة لدى الفرد إنما يكشف عن بزوغ قيم معينة ترتبط بهذه الاهتمامات، بالإضافة إلى أن الإهتمام مفهوم أضيق من مفهوم القيم، وإذا ما حاولنا تبيان الفرق بين الإهتمام والقيمة، فإننا نجد الإهتمام قد يكون مجرد ميل عابر للشيء، أما القيمة فتترسخ في ذهن الفرد نحو الشيء لفترة زمنية أطول من مجرد الإهتمام به³.

4. القيم والأعراف والتقاليد:

يختلف العرف عن العادات التقليدية في درجة الإلزامية، فهو نوع من العادات التقليدية يشبه التقاليد من ناحية أنه تقليدي وعريق ومتوارث وملزم، كما ويختلف عنها في درجة إنتشاره وشموله، فالتقاليد عادات تهم جماعة أو فئة أو طبقة فهي عادات ضيقة النطاق نسبياً، أما العرف فهو يهدف إلى حفظ كيانات الجماعات كلها متمثلاً في وحدة واحدة هي وحدة المجتمع، ولأنها انبثقت في الثقافة و ساهمت في سعادة وأمن واستقرار المجتمع كله، وتختلف عن القيم في أنها قد تكون معايير مثالية، وهي تختلف من منطقة إلى أخرى، وأيضاً سريعة التشكيل بخلاف القيم، فالقيم قد ترتبط بالعرف والتقاليد، لأن العرف والتقاليد

¹ سعاد جبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، ط1، جدارا للكتاب العالمي، الأردن، 2008، ص22،23.

² علي عبد الحميد أحمد، التحصيل الدراسي وعلاقته بالقيم الإسلامية التربوية، ط1، مكتبة حسن العصرية، لبنان، 2010، ص143.

³ فوزية ذياب، القيم والعادات الاجتماعية، ب ط، دار النهضة العربية، لبنان، 1980، ص184.

عادات إجتماعية تتعلق بالماضي، لذلك فإن القيم المرتبطة بها يكون لها في غالب الأحيان صفة القداسة والإلزام¹.

5. القيم والحاجات:

إن العلاقة بين القيم والحاجات هي علاقة سببية، فالحاجات شيء خارج عن الإرادة ويتم ترتيب هذه الحاجات بناء على درجة أهميتها، الفرق بين القيم والحاجات يكمن في أن القيم تتضمن الوقائع المعرفية التي يعد الإنسان هو الكائن الحي الوحيد الذي يمكنه عملها، بينما الحاجات لا تحتوي هذا الأمر، كما أن الحاجات توجد لدى جميع الكائنات الحية على حد سواء².

6. القيم والمعايير:

المعيار يمثل السلطة الخارجية للفرد، أما القيم فهي بمثابة السلطة الداخلية، ما يعني أن المعيار يحدد الالتزامات والضوابط الاجتماعية في حين أن القيمة فتحدد المفضل والمرغوب³.

7. القيم والمعتقدات:

نظر بعض الباحثين إلى القيم بأنها معتقدات يعتقدونها الشخص، فيحكم على الحسن بأنه حسن والقبيح بأنه قبيح استنادا إلى معتقده، وعلى الرغم من التداخل بين القيم والمعتقدات إلا أن بعض الباحثين قد فرق بينهما في عدة جوانب⁴:

(أ) القيم تشير إلى الحسن مقابل السيء، أما المعتقدات فتشير إلى الحقيقة مقابل الزيف.

(ب) المعارف في القيم تتميز عن باقي المعارف الأخرى بالخاصية التقويمية، فهي ليست مرادفة للمعتقدات وإنما تدور حول المعتقدات التي يتبناها الفرد.

ويرى بعض الباحثين أن القيم معتقد يتعلق بما هو جدير بالرغبة، ذلك المعتقد يملي على الفرد مجموعة من الاتجاهات المعبرة عن هذه القيمة.

8. القيم والنموذج:

يشير مفهوم النموذج إلى نمط السلوك الفكري أو الشعور المشترك لدى جماعة محددة، والذي ينتقل بفعل التربية أو يكتسب نتيجة الإلتزام المطول لها، والتي تقره أو تقبله مثل كيفية اللباس أو التحية أو الصمت في مواقف معينة، كما قد يشير هذا المفهوم أيضا إلى أي نسق تفسيري معين في أي فرع علمي، حيث يختلف مفهوم النموذج على مفهوم القيمة على الأرجح بأن استخدام عبارة النموذج يكون في إطار

¹ فوزية ذياب، مرجع سبق ذكره، ص186.

² سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم: دراسة ميدانية لطلاب المدارس الثانوية، ط 1، دار إيتراك للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص62.

³ المرجع نفسه، ص62.

⁴ سعاد جبر سعيد، مرجع سبق ذكره، ص23.

أكثر شمولية، في حين أن مفهوم القيمة له آثار ديناميكية على السلوك، وكذلك فيما يتعلق بتكوينه وتحوله مستقبلاً¹.

9. القيم والسلوك:

السلوك هو الدال على مجموعة القيم المتبناة من طرف الأفراد، في حين أن القيم تعد أكثر تجريداً من السلوك، فهي ليست مجرد سلوك إنتقائي بل تتضمن المعايير التي يحدث ذلك التفضيل على أساسها، كما يرى " لوك " أن السلوك يتحدد بالقيم والأهداف².

ثالثاً: مفهوم القيم الاجتماعية للمجتمع:

1. تعريف القيم الاجتماعية:

إن القيم هي الأساس بالنسبة للمجتمع فهي التي تحمله وتدعمه وتبقي على إترانه، كونها من أهم الركائز التي تبنى عليها المجتمعات، ولها دور كبير في تماسك المجتمع ووحدته لما لها من أهمية في تحديد ضوابط الأفعال، وبالتالي تحديد السلوك البشري، فقيم المجتمع تشكل الطابع القومي له. يعرفها " علي عبد الرزاق جلبي " أنها: « مجموعة من المعتقدات التي تتسم بقدر من الإستمرار النسبي، والتي تمثل موجّهات للأشخاص نحو غايات ووسائل لتحقيقها، أو أنماط سلوكية يختارها ويفضلها هؤلاء الأشخاص بديلاً لغيرها، وتتشأ هذه الموجّهات عن تفاعل بين الشخصية والواقع الاجتماعي والإقتصادي والثقافي، وتفصح القيم عن نفسها في المواقف، والإتجاهات، والسلوك اللفظي والسلوك الفعلي والعواطف التي يكونها الأفراد نحو موضوعات معينة³».

كما يرى علماء الاجتماع أن عملية التقييم تقوم على أساس وجود مقياس في ضوء مصالح الشخص من جانب، وفي ضوء ما يتيح له المجتمع من وسائل وإمكانات لتحقيق هذه المصالح من جانب آخر، ففي القيم عملية إنتقاء مشروط بالظروف المجتمعية المتاحة، كما تعتبر القيم الاجتماعية للمجتمعات من أكثر السمات تأثراً بالإطار الثقافي والاجتماعي، سواء كان من داخل محيط المجتمع أو عوامل خارجية أخرى كالإعلام، فلكل مجتمع قيمة وترتيبها الخاص ويتغير هذا الترتيب على حسب المؤثرات والعوامل⁴.

فالقيم الاجتماعية هي مستوى أو معيار للإنتقاء من بين بدائل إجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي، ولها دورها في تحديد المعايير التي يرتضيها المجتمع وتستخدم في الحكم

¹ بوخرسة بوبكر، المفاهيم والعمليات الأساسية في علم النفس الاجتماعي، ب ط، منشورات جامعة باجي مختار، الجزائر، 2006، ص4.

² جابر نصر الدين، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص164.

³ محمد أحمد بيومي، علم إجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، ب ط، مصر، 2002، ص89.

⁴ إبراهيم العبيدي، مفهوم القيم الاجتماعية، يوم 2022/05/28، على الساعة: 16:44، نقلا عن الموقع:

على مدى قبول سلوك الفرد، فالقيم الإجتماعية هي مستويات للتفضيل على المستوى العام، بينما المعايير هي قواعد للسلوك المرغوب على مستوى الخصوصية، وتختلف المعايير الإجتماعية عن القيم الإجتماعية في ثلاثة جوانب هي¹:

أ- الجانب الأول: القيمة تشير إلى نمط مفضل للسلوك، أو غاية من الغايات بينما يشير المعيار الاجتماعي إلى نمط سلوكي فقط.

ب- الجانب الثاني: القيم تظهر عند المواقف الخاصة، بينما المعيار هو تحديد لسلوك أو منع لسلوك آخر في موقف معين.

ت- الجانب الثالث: القيم أكثر شخصية وداخلية، بينما المعايير اتقاقية وخارجية، فالمعايير تحدد الواجبات والإلتزامات، أما القيم فتحدد ما يفضل في المجتمع.

2. أهمية القيم الإجتماعية:

للقيم الإجتماعية أهمية بالغة في جميع النواحي الإجتماعية للحياة، ومن الضروري تحديد هذه الأهمية، ويمكن أن نفصل هذه الأهمية إلى جزئين هما:

1-2 على المستوى الفردي:

تستلزم الحركة الإنسانية جملة ضوابط ومعايير توجه الحركة وتضبطها، ومن بين تلك الضوابط وجود القيم كعنصر أساسي موجه للسلوك، ويمكن إبراز أهمية القيم الإجتماعية بالنسبة للفرد في النقاط التالية²:

- القيم تحدد مسار الفرد وسلوكياته في الحياة، فالقيم منظمة لسلوك الأفراد فيما ينبغي فعله والتخلي به وفيما ينبغي تركه والإبتعاد عنه، ولكي يكسب الفرد السلوكيات الحسنة ويبتعد عن السلوكيات السيئة فإنه ينبغي أن تعزز لديه منظومة القيم الإنسانية الفاعلة والصحيحة.
- تسهل القيم على الفرد التنبأ بسلوكيات غيره الأمر الذي ييسر التعامل معهم في ضوء ما لديهم من قيم.
- القيم حماية للفرد من الإنحراف، فالقيم تحفظ الإنسان من الإنحراف النفسي والجسدي والإجتماعي، فبدون منظومة قيم يكون الإنسان عرضة للإنحراف.
- تزود الإنسان بالطاقات الفاعلة في الحياة وتبعده عن السلبية، فالقيم الفاضلة هي التي تجعل للحياة معنى وجدوى.
- تعطي للفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه ليكون قادرا على التكيف والتوافق بصورة إيجابية.
- تلعب دورا هاما في تشكيل الشخصية الفردية وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح.

¹ أم الخير بن عثمان، تأثير القيم الإجتماعية على الفعل التنظيمي لدى العامل الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص المنظمات والمناجمت والإتصال، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أدرار، الجزائر، 2016، ص30.

² ماجد زكي الجلاد، تعلم القيم وتعليمها، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص41،42.

- تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته فتساعده على فهم العالم من حوله وتوسيع إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته.
 - ضبط السلوكيات البشرية وتحديدها، فالقيم الإجتماعية لا تتفصل عن الأخلاق.
- وبهذا فإن القيم تصقل شخصية الفرد وتشعره بالأمن والثقة، كما تعطيه فرصة في الإستقلالية عن غيره بحيث يتبنى مايراه ملائماً من القيم أو مايقتنع به منها.

2-2 على المستوى الإجتماعي:

إذا كانت القيم على المستوى الفردي مهمة فهي على المستوى الإجتماعي أكثر أهمية، فالمجتمع الإنساني لا يخلو من المنظومة القيمية والمعايير التي تحدد طبيعة علاقة الأفراد ببعضهم البعض. ويمكن تحديد هذه الأهمية كمايلي¹:

- القيم تحافظ على تماسك المجتمع وتحدد أهدافها.
- تساعد القيم المجتمع في مواجهة التغيرات التي تحدث فيها بتحديدتها في الإختيارات الصحيحة، وذلك يسهل على الأفراد حياتهم ويحفظ للمجتمع إستقراره.
- تربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها، كي يحصل التجانس بين النظم الإجتماعية المختلفة.
- تعد القيم من أشكال التلاحم الحقيقي بين الأفراد والمجموعات، حيث تساهم في حفظ الحقوق والواجبات وتمتين شبكة العلاقات الإجتماعية.
- تحفظ القيم للمجتمع هويته وتمييزه، ذلك أن القيم تشكل محورا رئيسيا من ثقافة المجتمع، فهي تظهر كعلامات وشواهد واضحة لتمييز المجتمعات من بعضها البعض.
- القيم الإجتماعية هي الرابط الذي يربط المجتمع وأفراده ببعضهم البعض.
- تضمن إزدهار المجتمعات واستقرارها.

3. خصائص القيم الإجتماعية:

- تتعدد خصائص القيم الإجتماعية، ويمكن إبراز أهمها في النقاط التالية²:
- التضحية وبذل الجهود من أجل الآخرين، حيث يولد ذلك إشباعا من الناحية النفسية والإجتماعية.
 - تعبر القيم الإجتماعية عن القيم الأخلاقية التي يلتزم أفراد المجتمع بها.
 - تتغير بمرور الوقت واختلاف المجتمعات واحتياجات المجتمع.
 - متغيرة بسبب تطبيقات العلم الحديث كالقيم التي فرضتها التكنولوجيا.
 - الإرتباط بخصوصيات تنشئة الأفراد وعوامل تكوينهم الإجتماعي.

¹ ماجد الزبيد، مرجع سبق ذكره، ص 28.27.

² صفاء جو، ماهي خصائص ومصادر القيم الإجتماعية؟، يوم: 2022/05/27، على الساعة: 04:20، نقلا عن الموقع:

<https://www.methaal.com/articles/index?id=9148&id=9148>.

- القيم تتجلى في سلوك الأفراد وتصرفاتهم.
- متأثرة بالعوامل الخارجية، كالتعلم والقدوة الحسنة.

رابعا: مفهوم القيم الثقافية للمجتمع:

1. تعريف القيم الثقافية:

إن الثقافة هي عبارة عن تفاعل مجموعة من مختلف العوامل فتؤدي في الأخير الى بناء شخصية الفرد والتي تتطور بدورها من خلال تأثره وتفاعله مع محيطه الثقافي والاجتماعي، فالقيم الثقافية هي تلك التي تمثل مجموعة من المعتقدات واللغات والعادات والتقاليد والعلاقات التي تحدد القيم الثقافية لمجتمع أو مجموعة من الناس¹.

فالقيم الثقافية هي ما يسمح للأفراد بالتعرف على مجموعة اجتماعية، وتوليد شعور بالانتماء في العادات التي تم تعليمهم إياها طوال حياتهم، حيث يتم تجميع التراث الثقافي لمجتمع أو مجموعة عرقية في القيم الثقافية، وبالتالي فهي مختلفة وحصرية في كل مجموعة اجتماعية، وبالمثل فإن القيم الثقافية تجعل من الممكن تحديد الهوية الثقافية للناس وعاداتهم ومواقفهم وخصائصهم الاجتماعية. لهذا السبب يمكن التمييز بين القيم الثقافية بين المجتمعات المختلفة، بغض النظر عما إذا كانت هناك سلسلة من القيم الإنسانية والاجتماعية المشتركة. في هذه الحالة تسود أهمية السلع المادية وغير المادية التي تشكل القيم الثقافية، على سبيل المثال إحترام رمز من الرموز الوطنية، وإظهار الإعجاب لشخص لامع في التاريخ، وإحترام الجماعات العرقية الأصلية من بين آخرين².

من هنا نستنتج أن القيم الثقافية هي نتاج تفاعل اجتماعي معقد ومتعدد الجوانب، كما للقيم الثقافية دور كبير في ضبط سلوكيات الأفراد وتحديدها.

2. أهمية القيم الثقافية:

عندما يروج الأفراد للقيم الثقافية في المجتمع، فإنهم يفتحون الأبواب لفهم وقبول الاختلافات فيما يتعلق بالآخرين. كالتسامح والاحترام والمساواة وحرية العبادة. وتكمن أهمية القيم الثقافية في³:

- خلق شخصية أعظم من النزاهة والمسؤولية لدى الناس.
- تخلق لدى الأفراد شعورا بالانتماء إلى جذورهم وثقافتهم.

¹ كلود ليفي ستراوس، الفكر البري، ترجمة: نظير جاهل، ط2، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1987، ص 134.

² طارق محمد حيان، معنى القيم الثقافية، يوم: 2022/05/28، على الساعة: 23:17، نقلا عن الموقع :

<https://ar.warbletoncouncil.org/valores-culturales-1916>

³ صفاء جو، مرجع سبق ذكره.

- لها دور كبير في ضبط وتحديد سلوكيات الأفراد في مختلف المواقف الإجتماعية، فهي مرتبطة بثقافة المجتمع في طريقة عيشه، وطريقة اللبس والأكل.

- تحافظ على المجتمع من الغزو الثقافي والقيم الدخيلة عليه.

3. خصائص القيم الثقافية:

تتمتع القيم الثقافية بالعديد من الخصائص نذكر منها¹:

- مرتبطة بالوعي الإجتماعي وأنواعه المتعددة.

- تلبى حاجات الإنسان وتحكم تصرفاته.

- تشكل ركيزة لكل ما هو سائد بين الأفراد داخل المجتمع.

- تمنح قيمة لموضوع ما وتسلبها من موضوع آخر.

- تزين سلوك ما وتحت الأفراد إليه، وتشين سلوك آخر وتمنع الأفراد عنه.

- تمثل ما يسمى بالهوية الوطنية.

- القيم الثقافية صناعة إنسانية تراكمية، تنمو في المجتمع.

المطلب الثاني: مفاهيم أساسية حول الجذب السياحي

نتطرق في هذا المطلب إلى عموميات حول السياحة والجذب السياحي.

أولاً: مفهوم السياحة

نتناول في هذا العنصر تعريف السياحة، أنواع السياحة بالإضافة إلى أهميتها.

1- تعريف السياحة:

« هي نشاط يقوم به الفرد أو مجموعة من الأفراد ينتج عنه الانتقال من مكان إلى مكان آخر أو من بلد لآخر لأغراض مختلفة بهدف أداء مهمة معينة، وينتج عنه الاطلاع على حضارات وثقافات أخرى وإضافة معلومات ومشاهدات جديدة والالتقاء بشعوب وجنسيات متعددة، وهو ما يؤثر بشكل مباشر على الدخل الوطني للدول السياحية ويخلق فرص عمل جديدة واستثمارات، ويرتقي بمستوى أداء الشعوب وثقافتهم وينشر تاريخهم وحضارتهم وعاداتهم وتقاليدهم»².

- كما تعرف أيضا بأنها « نشاط خارج عن المؤلف، مختلف عن العادة، يقوم به شخص يسمى السائح، وتكون السياحة بانتقال الفرد من المكان المقيم فيه إلى مكان آخر سواء في نفس الدولة أو الانتقال إلى

¹ أحمد القدور، القيم الثقافية والتنمية البشرية، يوم: 2022/05/10، على الساعة: 18:45، نقلا عن الموقع:

<https://albahth.yoo7.com/t323-topic>.

² أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، ط1، دار الفكر الجامعي للنشر، مصر، 2008، ص13، 14.

دولة أخرى مع توفير جميع الخدمات والمستلزمات لهذا النشاط في مدة زمنية معينة، وهي مدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تتجاوز السنة وإلا أصبح مقيما»¹.

- بالنسبة للمنظمة العالمية للسياحة فقد عرفت على أنها: «> نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تقوم على إنتقال الأفراد من مكان إقامتهم الدائمة إلى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة كاملة لغرض من أغراض السياحة المعروفة ماعدا الدراسة والعمل، مع توفير كافة الخدمات المتعلقة بهذا النشاط والمنشودة والمطلوبة من طرف السياح»².
- كما عرف الألماني " فرويلر Freuller" السياحة على أنها: «> السياحة ظاهرة من ظاهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغيير الهواء، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس والشعور بالبهجة والمتعة، والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا نمو الإتصالات خاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهي الإتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة سواء كانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمره تقدم وسائل النقل»³.

2- أنواع السياحة:

تتميز السياحة بكثرة أنواعها والتي يمكن تقسيمها حسب معايير مختلفة إلى ما يلي:

- (أ) معيار العدد: وتنقسم إلى نوعين⁴:
- السياحة الفردية: وهي السياحة التي يقوم بها شخص بمفرده، وغالبا ما تكون غير منظمة، أي عندما يقوم شخص واحد أو أسرة واحدة بالسفر خارج مكان إقامتهم.
- السياحة الجماعية: وتكون عندما يسافر مجموعة من الأشخاص الذين تربط بينهم علاقات معينة مع بعضهم البعض جماعيا، مثل كونهم فريق لكرة القدم أو زملاء في العمل، أو متدرسون في مدرسة واحدة أو هيئة طلابية أو نقابة عمالية، وهذا النوع من السياحة غالبا ما يكون منظما من طرف هيئة ما تشرف على تسيير الرحلة السياحية.

¹ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 15.

² حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص نقود مالية وبنوك، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر، 2006، ص42.

³ إدير معياش، واقع السياحة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات الإفريقية، المجلد3، العدد05، جامعة الجزائر02، 2016، ص 81-106، ص82.

⁴ عبد الحفيظ مسكين، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي، رسالة ماجستير، تخصص التسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، الجزائر، 2010، ص7.

ب) معيار فترة الإقامة: وتنقسم السياحة وفق هذا المعيار إلى:

- السياحة الموسمية: وسميت هكذا لأن الطلب السياحي يتحقق في موسم معين من السنة بشكل أكبر من بقية المواسم الأخرى ويطلق عليه اسم موسم الذروة السياحي، حيث يتوجه السياح بأعداد كبيرة إلى المواقع السياحية، وتنقسم السياحة الموسمية بدورها إلى قسمين وهما¹:
- السياحة الصيفية: وتكون في فصل الصيف لا سيما شهري جويلية وأوت، حيث تكون الشواطئ والغابات والمنتجعات السياحية من أكثر الوجهات الأساسية للسياح، وتستحوذ السياحة الصيفية على % 70 من السياحة العالمية، وذلك نظرا للظروف المناخية الملائمة وتوفر وقت الفراغ في الصيف، إذ أن أغلب شعوب العالم تأخذ عطلةا السنوية في فصل الصيف زيادة على طول ساعات النهار في هذا الفصل، وغالبا ما يرافق هذا النوع من السياحة الفوضى المرورية والحوادث نتيجة لكثرة السياح وكثافة حركتهم وقلة إنضباطهم².
- السياحة الشتوية: وتكون في فصل الشتاء سواء تعلق الأمر بسياحة الاستمتاع بدفء الشمس في المناطق الحارة في فصل الصيف أو بالاستمتاع بالمناطق الثلجية، حيث تكون هذه المناطق قبلة للرياضيين للترحلق على الثلوج والجليد وغالبا ما يصادف ذلك أعياد الميلاد ورأس السنة³.
- سياحة أيام: وهي سياحة قصيرة المدة وعادة ما تستغرق أياما معدودة تتراوح بين يومين إلى أسبوع، يقضيها السائح ضمن برنامج معد مسبقا، وهي سياحة متنوعة وخدماتها مختلفة⁴. وقد تكون في عطلة نهاية الأسبوع بسبب القدرة على ممارستها خلال هذه المدة أو في المناسبات، ويكون هذا النوع من السياحة مستمرا على مدار السنة.
- سياحة عابرة: وهي عندما ينتقل الفرد أو مجموعة من الأفراد من مكان إلى آخر عن طريق الحافلات أو الطائرات ويحدث أن تتوقف وسائل النقل هذه لأسباب مختلفة (عطب، تزويد بالطاقة، الغداء، الراحة) ... فتستغل بعض الشركات السياحية ذلك التوقف وتقوم بتنظيم رحلات سياحية قصيرة إلى أماكن راحة أو أماكن تاريخية أو أثرية قريبة من نقطة التوقف، وهو ما يطلق عليه السياحة العابرة.

بالإضافة إلى هذين المعيارين هناك معايير أخرى لتصنيف السياحة وهي كما يلي⁵:

ت) حسب الهدف: إن الأغراض السياحية متعددة ومتنوعة وتنقسم إلى عدة أقسام هي:

¹ نعيم الظاهر، إلياس سراب، مبادئ السياحة، ط1، المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص34.

² عبد الحفيظ مسكين، مرجع سبق ذكره، ص8.

³ صالح بزة، تنمية السوق السياحية بالجزائر، رسالة ماجستير، تخصص علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2006، ص7.

⁴ محمد عباس إبراهيم، السياحة والموروث الحضاري دراسة في أنثروبولوجيا السياحة، ب ط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006، ص235.

⁵ المرجع نفسه، ص236.

- السياحة العلاجية: يكون هذا النوع من السياحة ناتجا عن الحاجة للعلاج الجسمي والنفسي أو حتى أمراض أخرى، وتعتبر من أهم أشكال السياحة كونها مطلب اجتماعي يعبر عن الرغبة والحاجة الإنسانية. وتنقسم حسب الوسائل الطبيعية المستخدمة في العلاج إلى عديد الأقسام أهمها السياحة المناخية والسياحة العلاجية المعدنية والسياحية العلاجية البحرية¹.
 - السياحة الترفيهية: هي أكثر أنواع السياحة إنتشارا وأقدمها، تكمن فيها الحاجة الضرورية لاستعادة القوى النفسية والفيزيائية للفرد، وتكون داخلية أو خارجية، كما تسمى أيضا بسياحة وقت الفراغ.
 - السياحة الرياضية: وهي سياحة تجذب هواة مختلف الرياضات وجماهيرها للاستمتاع بالأحداث والمسابقات الرياضية، ويضم هذا النوع جميع أنواع الرياضات المعروفة مثل كرة القدم، تسلق الجبال، رياضة الصيد وركوب السيارات والدراجات، الترحلق على الثلج.
 - السياحة الثقافية: تهدف هذه السياحة إلى زيادة المعرفة لدى الشخص وهي مرتبطة بالتعرف على التاريخ والمواقع الأثرية والشعوب وعاداتهم وتقاليدهم وتتم هذه السياحة في مرافق متعددة كملتقيات الكتب والعلوم والمعارض الدولية أو كالمتحاف وحتى المعابد، أي أن السائح يهدف من خلالها الى توسيع ثقافته.
 - السياحة الدينية: وتعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية، حيث تعني التنقل من مكان الإقامة لأجل ممارسة الشعائر والطقوس الدينية وأشباع الجانب الروحي وهو جوهر هذا النوع من السياحة.
 - السياحة الرسمية: قد تكون سياسية مثل مشاركة أعضاء الوفود في احتفالات دولية أو محادثات رسمية وقد تكون اقتصادية مثل مشاهدة المعارض التجارية والصناعية.
 - السياحة الاجتماعية: وتكون هذه السياحة بين الأسر والأفراد للمحافظة على بقاء العلاقات الاجتماعية ومن أبرزها السفر من أجل زيارة الأقارب، وهذا النوع الأكثر رواجاً في الدول التي لها جاليات تعيش في الدول المجاورة.
- ث) حسب جنسيات السياح:** وتنقسم السياحة وفق هذا المعيار إلى:
- سياحة دولية: حيث ينتقل فيها الفرد من دولة الى دولة أخرى غير دولته.
 - سياحة داخلية: تتم من قبل مواطني دولة معينة داخل حدود دولتهم نفسها، وتتفق فيها العملة المحلية للدولة.
- ج) حسب فترة الإقامة:** وتنقسم إلى قسمين هما:
- سياحة طويلة: وعادة ما تكون لمدة أسابيع شريطة ألا تتجاوز سنة واحدة.
 - سياحة قصيرة: تمتد فترتها إلى أقل من أسبوعين.

¹ صالح بزة، مرجع سبق ذكره، ص8.

(ح) حسب المكان الذي يتوجه إليه السياح: وتنقسم إلى قسمين هما¹:

- السياحة الجبلية والمائية.
- السياحة القروية: يفضلها عدد كبير من السياح لأنها توفر لهم السكنية والهدوء.

نستخلص مما سبق أن للسياحة أنواع متعددة وكثيرة تختلف من حيث تقسيمها، بحيث صنفت وفقاً لعدة أسس ومعايير.

3- أهمية السياحة:

لقد تغيرت نظرة العالم للسياحة، حيث ينظر إليها على أنها وسيلة للاستثمار السريع فقد أضحت السياحة إحدى أهم صناعات العالم الرئيسية في الوقت الحاضر، إذ فاقت قطاعات كبيرة كالزراعة والصناعة في معدلات نموها، كما تجاوزت أهميتها جميع الصناعات التحويلية التقليدية والخدمات من حيث المبيعات والعمالة وجلب العملات الصعبة كونها أصبحت مصدراً للعملات الأجنبية وداعماً مهماً للاقتصاد الوطني لما لها من تأثير إيجابي على ميزان المدفوعات والمساعدة على معالجة العجز فيه، وكذا المساهمة في تقليل نسبة البطالة من خلال خلق مناصب للشغل والمساعدة في تنمية المؤسسات الناشئة وإنشاء مشاريع سياحية والتشجيع على الاستثمار في القطاع كونها تحقق عائدات معتبرة بأقل التكاليف، كما وتساهم في تحسين سرعة إنتقال الأموال².

وهكذا أصبحت السياحة تلعب دوراً هاماً في الاقتصاديات الوطنية، فهي تؤمن إيجاد بدائل للدخل وتسهم في تحقيق سياسات تنويع الدخل، وكذلك تساهم في إيجاد عوائد إضافية.

ويمكن النظر إلى أهمية السياحة من جانبين هما³:

- (أ) الجانب الاقتصادي: وتعتبر السياحة من المنظور الاقتصادي قطاعاً هاماً في زيادة الدخل وتحسين ميزان المدفوعات ومصدراً للعملات الصعبة والعائدات السريعة، وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة، وهدفاً لتحقيق برامج التنمية، وتنمية المؤسسات الصغيرة.
- (ب) الجانب الاجتماعي والحضاري: تعتبر السياحة بمثابة حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان، بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب ومحصلة طبيعية لتطوير المجتمعات وارتقاء مستوى معيشة الفرد.

¹ صالح بزة، مرجع سبق ذكره، ص 8.

² إسماعيل محمد علي، إقتصاديات السفر والسياحة، ط 1، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 15.

³ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، ط 1، دار رسلان للنشر والتوزيع، سوريا، 2009، ص 40، 41.

ثانياً- تعريف الجذب السياحي:

لا يوجد تعريف موحد للجذب السياحي لكن جميع التعاريف الموضوعية من قبل الباحثين تتفق في أن الجذب السياحي يشكل إحدى العناصر الأساسية للسياحة بشكل عام، حيث تتفاوت حجم ودرجة المرتكزات السياحية من بلد إلى آخر وذلك بسبب ما تنتجه الطبيعة من مناخ وموقع وتضاريس، وما يحدثه عليها الإنسان من آثار تاريخ وحضارة وهي ما تعرف بمناطق الجذب السياحي وعليه فإن المنتج السياحي يمثل نوعاً خاصاً مختلفاً عن المنتجات الأخرى كونه منتج يمثل تجربة خاصة يعيشها السائح من بداية استعداده لرحلته السياحية وحتى عودته.

وينظر للجذب السياحي بأنه الأداة أو الحلقة التي تعمل على تقوية وتنمية السياحة والمهتمين بها داخل البلاد وخارجها، ويعتبر الجذب السياحي شكلاً من أشكال العناصر الترويجية للسياحة لأنها تهدف لاستقطاب السياح. ولهذا يعرف الجذب السياحي على أنه >> القدرة على جذب السياح لمنشآت سياحية في مكان معين للتنقل على المستوى المحلي والدولي، إذا فإن الجذب السياحي يبرز من خلال قوة استقطاب السياح لمنطقة سياحية معينة>>¹.

ويعرف أيضاً الجذب السياحي: بأنه >> مكان يتمتع بعدة خصائص سواء طبيعية أو ثقافية وأنه جميع المنتجات البيئية والمظاهر الطبيعية والبشرية، والتي تتميز بميزات حسنة إيجابية وتسهل عملية تنقل السياح إليها>>².

ومن خلال هذا يمكن القول أن الجذب السياحي هو المنطقة التي تتمتع بمزايا وخصوصيات تكون ملائمة للسياحة وقابلة للاستغلال ويجب أن تتوفر تلك المنطقة بميزة سياحية عالية من خلال طابعها الجذاب أسرارها، خصوصياتها الطبيعية أو مبانيها المشيدة ذات الأهمية التاريخية والفنية، والثقافية والتي يجب المحافظة عليها وحمايتها من الأخطار التي يتسبب فيها الطبيعة أو الإنسان. لذا فإن الدول تولي أهمية كبيرة لهذه المناطق السياحية التي تسعى لتنمية السياحة.

لذلك فإنه يستلزم على الدول الهادفة إلى تحقيق النجاح في مجال السياحة أن تدرك أهمية الاهتمام بجذب السياح من خلال المنشآت والمناطق السياحية الجذابة. وكذلك أن تعمل على تطوير وتنمية مناطق الجذب السياحي من أجل تحقيق أهدافها وفي الوقت نفسه تعكس إنطباع إيجابي لدى السائح، والذي ينتج عنه تحقيق رضا السائح، فمقومات الجذب السياحي سواء كانت طبيعية أو بشرية أو مقومات أخرى هي المؤثر الرئيسي على السائح.

¹ عائشة دواح، دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010، ص113.

² Robert Hanis and joy Haward, *Dictionary of travel, tourism and hospitality terms*, Tud03, Australia, 1996, p 123.

ثالثا - عوامل الجذب السياحي

تختلف عوامل الجذب السياحي تبعا لطبيعة كل سائح، يمثل المنتج السياحي نوعا خاصا مختلفا عن المنتجات الأخرى في كونه منتجا مركبا، حيث تتمثل عوامل الجذب السياحي في طبيعة المكان من حيث توافر الشمس والرمال أو الجبال والجليد والغابات والأنهار، وقد تكون هذه العوامل معالم أو منشآت سياحية كما قد تكون هذه العوامل أحداث سياسية اجتماعية ورياضية... إلخ، وكل هذه العوامل تلعب دورا هاما في توجيه السائح أي أنها مجموعة العوامل التي يحدد السائح من خلالها وجهته المقصودة.

1- العوامل الطبيعية للجذب السياحي:

تعرف عوامل الجذب السياحي الطبيعية بأنها: << مجموعة الموارد الطبيعية من أراضي زراعية، وصحرائية وجبلية ووديان وشلالات والطقس الذي يحيط بالمناطق والمراعي والحدائق والموارد المائية من بحار وأنهار وبحيرات>>¹.

إن العوامل الطبيعية للجذب السياحي يقصد بها ما أنعم بها الخالق علينا من مناظر طبيعية وأماكن ونباتات وحيوانات وكل ما يوجد في الطبيعة ولا دخل للإنسان بتواجده، ونذكر منها²:

أ) الموقع الجغرافي: إن للموقع الجغرافي تأثيرا متباينا على صناعة السياحة وذلك بمختلف أنماطه وتتراوح هذه التأثيرات بين مباشرة وغير مباشرة، إذ أنه يحدد خصائص بعض عناصر المناخ وأشكال النبات ذات الجذب السياحي، فلا يمكن إنجاز عمل تنمية المستدامة دون الاختيار الأمثل للموقع المراد على مشاريع سياحية فيه، ويتم اختيار الموقع من خلال دراسة علاقة الموقع وكل من المناخ والنبات وحياة الإنسان ومستواه الحضاري والأنشطة الاقتصادية السائدة.

وتتباين قيمة المواقع الجغرافية لبعض المناطق تبعا لمستوى تمتعها بطرق ووسائل النقل المختلفة فالموقع الجغرافي الجيد لبعض المناطق ساعد في رواج السياحة وسهولة اتصالها بالعالم الخارجي خاصة وإذا كان موقعها قريب من نطاقات الطلب السياحي، وعلى عكس ذلك فإن المناطق ذات المواقع الجغرافية البعيدة عن أسواق السياحة الرئيسية تعاني من صعوبة في الحصول على حصتها السوقية من السياحة لارتفاع تكاليف السفر إليها بحكم طول المسافات³.

¹ عبد الإله أبو عياش وآخرون، مدخل إلى السياحة بالأردن بين النظرية والتطبيق، ط1، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 43.

² أمينة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص156، 157.

³ إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص36.

ومنه يمكن القول بأن الموقع الجغرافي في كثير من الأحيان له دور مؤثر في تحديد جنسية السياح وتحديد مدة الإقامة، كما أن القرب المكاني لبعض دول العرض من نطاقات ودول الطلب السياحي يقلل من تكاليف السفر بحكم قصر المسافة الفاصلة بين الدول المصدرة للسياحة والدول المستقبلة، حيث تؤدي زيادة تكاليف السفر إلى طول فترة مكوث السائح تعويضا لما أنفقته.

(ب) الجبال: الجبال من أهم مناطق الجذب السياحي لما لها من قيمة جمالية كبيرة في الطبيعة وأيضا لما تحتويه من ظواهر الحياة سواء النباتية أو الحيوانية وتنوع جيولوجي، وهذا ما يعكسه عدد المهتمين والزائرين لها من أنحاء العالم وهذا نوع من السياحة يعرف بالسياحة الجبلية.

ونتيجة لزيادة الاهتمام بالجبال كمناطق سياحية وجهت الكثير من الدول أنظارها إلى تلك الأماكن والتي أدت إلى تغيير ملامح الجبل الطبيعية.

(ت) المياه الجوفية: وهي التي تخدم السياحة كالينابيع والعيون والنافورات وتشكل هذه المياه أحد العوامل المهمة للجذب السياحي وخاصة إن كانت مياه ساخنة أو الينابيع التي تستخدم في العلاج.

(ث) الكهوف والمغارات الطبيعية: وهي عبارة عن تجاويف في التركيب الصخري المعتمد إما في الجروف الساحلية أو تحت مستوى سطح الأرض، ومنها ما يتكون في الصخور الجيرية بفضل المياه الجارية مكونة كهوف بديعة المنظر تنفرد بوجود رواسب كلسية وقد تتعرض بعض التكوينات الصخرية ذات الأشكال المميزة للتلطف، الأمر الذي يفقدها قيمتها السياحية.

(ج) المناخ: هو من العناصر الأساسية للجذب السياحي وله أهمية كبيرة في تحديد المناطق السياحية من غيرها كما له القدرة في التأثير على قرار ووجهة السائح، حيث أن للمناخ تأثيرا مزدوجا على السياحة حيث يؤثر بصورة مباشرة في أنشطة السياحة والترويج بما توفره من جذب سياحي بهدف التمتع بأشعة الشمس أو الاستفادة من نسيم الجبل والوادي ونسيم البر والبحر. وعليه فإن المناخ مجال استثماري كبير إذا أحسن استغلاله من أجل تنشيط السياحة، ومن هنا تبدو العلاقة وثيقة بين المناخ والسياحة.

(ح) الشواطئ والسواحل: تعتبر سياحة الشواطئ نمط سياحة مهمة واسعة الانتشار لما تقدمه من متعة وراحة حيوية وهي تدخل ضمن نشاطات الترفيه، وعند التخطيط لتنمية السياحة الشاطئية لا بد من اختيار المواقع التي يسهل الوصول إليها والتي تتوفر على مساحات أرضية لإقامة الفنادق والخدمات السياحية بالقرب من الشواطئ فهي تشكل عنصرا هاما لراحة مستخدمي السياحة الشاطئية¹. وتزداد كثافة قوة الجذب السياحي للسواحل كلما زادت ظاهرة كثرة تعرجاتها وما يتبعها من طول السواحل وتعدد الخلجان وأشباه الجزر والتي تشكل مواضع مثالية للمنشآت السياحية التي تنشط في مجال الرياضة البحرية.

¹ Alain Mesplier, Durafour bloc pierre, **le tourisme dans le monde**, France, 2000, p 24.

ومما سبق يمكن أن نضيف إلى أنه يتم إضافة أنشطة للراحة والاستجمام على الشواطئ خاصة وجود الكثبان الرملية التي تميز بعض السواحل البحرية، لذا تشيد عليها الفنادق إلى جانب المعسكرات والمخيمات.

(خ) المحميات الطبيعية: المحمية عبارة عن مساحة من الأرض تتميز بالغنى من الثروات وهي وسيلة متطورة لصيانة الوسط الحيوي للنباتات والحيوانات والمحافظة عليه ولها سمات معينة تتميز بالثروة الطبيعية والنباتية والحيوانية أو قيمة تاريخية أو أثرية، وتكون لها حدود طبيعية تحميها من الأخطار مثل الجبال الأنهار والبحار¹.

2- العوامل البشرية للجذب السياحي:

يعتبر العنصر البشري أحد أهم العناصر الأساسية في عملية جذب السياح، وللعوامل البشرية المسؤولة عن النشاط السياحي أشكال متعددة وهي جميعها من صنع الإنسان، فالحياة الاجتماعية والثقافية والإرث الحضاري وعادات الشعوب وتقاليدها والصناعات اليدوية ذات الطابع المحلي والطقوس الدينية وأنواع الطعام ونماذج السكن الريفي أو البدوي جميعها من صنع الإنسان وتطوره الحضاري.

وبالتالي فإن العوامل البشرية تتمثل في التسهيلات التي يقدمها الإنسان سواء كانت ذات بعد تاريخي أو حديث، ومهما كان الاختلاف في أذواق السائحين فإن التسهيلات تهدف وتوسع إلى التطوير المستمر من أجل تحقيق الجذب السياحي.

ومن أهم العوامل البشرية للجذب السياحي ما يلي²:

(أ) العوامل التاريخية والحضارية: وهي تعتبر من المغريات السياحية كونها تحقق المتعة الذهنية للسائح وتقاس هذه العوامل بمدى حضارة هذا البلد على مرور الزمن، وبقدر ما يمتلكه من آثار حضارات وما تبقى منها من دور للعبادة وقصور الملوك والمباني التذكارية والثروات الطبيعية، حيث يعتبر هذا انعكاسا مباشرا لحضارة هذا البلد وامتدادا للتطور الإنساني، وبالتالي فإن هذه المناطق تستقطب بآثارها فئات معينة من السياح لأن المعرفة والرغبة هما المحور الأساسي في تنقل وسفر هؤلاء السياح من مكان إقامتهم متجهين نحو المتاحف والقصور والمساجد والمكتبات والمعالم الأثرية.

(ب) العوامل الاجتماعية والدينية: تتضمن أنماط وأساليب الحياة والتنظيمات الاجتماعية التي يتبعها فئات القبائل والشعوب في مجتمعاتهم، وذلك بحكم الاختلافات الكثيرة في العادات والتقاليد والطرق والنظم

¹ خالد مصطفى قاسم، إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، ب ط، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 23.

² عبد السميع صبري، التسويق السياحي والفندقي: أسس علمية وتجارب عربية، ب ط، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2006، ص 60.

والمناسبات التي يحييها هؤلاء الشعوب، ومنه فإن هذه الاختلافات وهذه الأنماط تمثل مقومات لجذب السياح وتعتبر هذه المقومات هي التي تتميز بها البلدان من مناطق مميزة وفريدة، كل ذلك يعتبر مقومات جذب هامة لدى فئات وأفراد معينة من مختلف شعوب العالم.

3- عوامل أخرى للجذب السياحي:

هناك عوامل أخرى لتحقيق الجذب السياحي يمكن تلخيصها في النقاط التالية¹:

- المنشآت السياحية: ظهرت منشآت سياحية تستغل رأس مالها في سبيل تحقيق الرفاهية والراحة من خلال تقديم خدمات سياحية للسياح تسهل عليهم ممارسة نشاطهم السياحي، مستفيدة بذلك من توافر عوامل الجذب السياحي داخل الدولة، التي تغري السياح الأجانب على زيارتها والإقامة فيها مدة أطول، كما تغري المواطنين المحليين وتشجعهم على الاهتمام بالسياحة الداخلية، ومن أهم هذه المنشآت السياحية؛
- الفنادق: فالفندق هو مؤسسة أو نزل تقدم خدمة الإقامة كخدمة جوهرية فهو بالأساس يوفر السكن والراحة للأفراد، بالإضافة إلى خدمات تكميلية أخرى كخدمة الإطعام وخدمات أخرى يحتاج إليها النزول لقاء أجر معين، فنجد أن الفنادق اليوم مجهزة بتجهيزات عصرية لكسب رضا السائح مثل وسائل الدفع الإلكتروني والمساعد الكهربائية وغرف مجهزة بكل وسائل الراحة.

وهناك أنواع رئيسية من الفنادق هي²:

- فنادق المنتجعات: في الغالب ما يقع هذا النوع من الفنادق بالقرب من الشواطئ والجبال كما يمكن أيضا أن تقع بقرى المدن الكبرى، وهي تقدم وسائل للراحة والسكن والطعام والشراب للسياح وللذين يتمتعون بإجازاتهم كما تتوفر على ملاعب الغولف والتزلج والسباحة والكثير من النشاطات الترفيهية الأخرى، ويبقى النزلاء لمدة تتراوح بين عدة أيام وعدة أسابيع.
- فنادق سكنية: يقدم هذا النوع من الفنادق خدمات محدودة، فهي تؤجر غرفة أو أكثر إلى الزبائن لفترات طويلة من الزمن وتشبه هذه الفنادق في تصميمها العمراني مباني الشقق، إلا أنها لا توفر خدمات الطعام والغسيل.
- الفنادق التجارية: يتسم هذا النوع من الفنادق بالفخامة، ويقع بالقرب من المطارات أو المراكز التجارية أو في وسط المدينة وتقدم هذه الأخيرة خدماتها أساسا لرجال الأعمال والشخصيات والذين يقومون برحلات قصيرة وتتضمن على محلات الملابس والهدايا وصالونات للتجميل ويحتوي على حمامات وأحواض السباحة وكل أنواع الرفاهية خاصة إذا كان الفندق مصنف ذو خمسة نجوم.

¹ عبد السميع صبري، مرجع سبق ذكره، ص 78.

² ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، ب ط، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 28.

- فنادق المطارات: تقع هذه الفنادق بالقرب من المطارات أو حتى داخلها، والهدف من إنشائها هو إيواء المسافرين بالطائرات، كما يضطر مسافري الشركات السياحية للإقامة فيها لأسباب معينة وحالات خاصة كأن يحدث عطل في الطائرة أو بسبب تأخرها لسوء الأحوال الجوية.
- المرشدين السياحيين: هو ذلك الشخص الذي يقوم بمرافقة السياح إلى أماكن الزيارة، وتقديم الخدمات التي يحتاجونها وتعريفهم بالأماكن السياحية وطبيعتها وكذا تزويدهم بمختلف المعلومات عن تلك الأماكن. كما يجب على المرشد السياحي أن يجيد تعامله مع السياح وأن يكون تعامله حضارياً، وأن يكون لديه معلومات كافية عن الأماكن السياحية وأن يكون اجتماعي ويتقن اللغات الأجنبية حتى يستطيع التعامل مع مختلف السياح. وبالتالي فهو يساهم في تحقيق الجذب السياحي من خلال إنجاز الجولة السياحية.
- المكاتب السياحية: هي عبارة عن وسيط بين السائح والمنتج السياحي، وهي شركات أو مؤسسات تجارية تنظم وتنتج وتبيع للسكان المحليين وغير المحليين بضاعتها الخاصة ورحلاتها سواء الجماعية أو الفردية كما تساعد في توفير المعلومات للسياح فهي تعتبر جزءاً من التسهيلات بالنسبة للسائح¹. ومن بين الخدمات التي تقدمها المكاتب السياحية نذكر ما يلي:
 - بيع تذاكر السفر بأنواعها المختلفة.
 - عمل دعاية للأماكن السياحية لتنظيم رحلات لها.
 - الحصول على تذاكر مختلف المهرجانات والتظاهرات السياحية.
 - تأمين السياح وأمتعتهم لدى شركات التأمين.
- النقل والمواصلات: يرتبط التطور في السياحة ارتباطاً وثيقاً بالتقدم في تكنولوجيا المواصلات، فلا تصبح المواقع أكثر جذبا للسياح طالما لا تتوفر إمكانية الوصول إليها.
- البنية التحتية: وهناك من يدعوها الهياكل الأساسية وهي النظم الأساسية المادية لبلد ما أو لسكان مجتمع محلي بما يشمل الطرق والمرافق العامة، والنظم الأخرى التي تمد اقتصاد بلد ما بالقدرة على الإنتاج وهناك من يرى أن البنى التحتية ذات علاقة بتقنية المعلومات والاتصالات، كما تشتمل وسائل الإعلام والأقمار الصناعية والهوائيات وتشمل البنية التحتية البرامج التي يتم استخدامها لتوليد الخدمات المرتبطة بها، ويمكن القول أن البنى التحتية لا تقل أهمية عن عوامل الجذب السياحي الأخرى لما تقدمه من خدمات لجذب أكبر عدد ممكن من السياح².

¹ أسيا محمد امام الأنصاري وبرايم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص43.

² عبد الاله أبو عياش، مدخل الى السياحة في الأردن، ب ط، دار الوفاء للطباعة والنشر، مصر، 2007، ص14.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة

نتناول في هذا المبحث الدراسات المتعلقة بالقيم والجذب السياحي، والنتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسات، بالإضافة إلى محل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة.

المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بالقيم الاجتماعية والثقافية والجذب السياحي.

لقد تعددت الدراسات التي تناولت القيم الاجتماعية والثقافية في تحقيق الجذب السياحي سواء باللغة العربية أو الأجنبية، ومن بين هذه الدراسات نذكر:

أولاً: دراسة (هوام-2022) عبارة عن مقال بعنوان¹:

"العوامل المؤثرة في اختيار السائح للوجهة السياحية"

تهدف هذه الدراسة إختبار أثر مختلف العوامل الخارجية والداخلية المحيطة بالسائح على إختياره للوجهة السياحية والتعمق أكثر في معرفة هذه العوامل، حيث تم الإستعانة بأداة الإستبيان وتوزيعها على أفراد العينة العشوائية لمجتمع الدراسة المتمثل في السياح الجزائريين، ووزعت عليهم 500 إستمارة واسترجعت منها 465 قد تم فحصها بإستخدام برنامج المعالجة الإحصائية.

توصلت نتائج هذه الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمختلف العوامل على اختيار السائح لوجهته السياحية حيث قدر معامل إرتباط قوي وطردى بين المتغيرين، لذلك توصي الدراسة بما يلي:

- الإهتمام بدراسة علم السلوك السياحي لصياغة الإستراتيجية التسويقية في أفضل الظروف.
- العمل على تكثيف عمليات التسويق السياحي لكل مقومات ومؤهلات السياحية التي تزخر بها الجزائر.

ثانياً: دراسة (سلطان-2022) عبارة عن مقال بعنوان²:

"دراسة التراث الإجماعي النوبي كعنصر جذب سياحي"

تقدم الدراسة مفهوم عام عن التراث وأهمية التراث الإجماعي النوبي كعنصر جذب سياحي ومدى رضا السائحين عن منطقة النوبة كوجهة سياحية، كما تستكشف الدراسة أهم عناصر الجذب السياحي بالنوبة بالتركيز على أهم العادات والأكلات النوبية التراثية البيت النبوي ودور ذلك في الجذب السياحي، وقد إعتمدت الدراسة

¹ عامر هوام، العوامل المؤثرة في اختيار السائح للوجهة السياحية، مجلة اقتصادات شمال إفريقيا، المجلد18، العدد28، جامعة العربي التبسي، الجزائر، 2022.

² جيهان عبد العال سلطان، دراسة التراث الإجماعي النوبي كعنصر جذب سياحي، مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، المجلد2، العدد1، معهد الحجاز، القاهرة، مصر، 2022.

على المنهج الوصفي والتحليل الإحصائي باستخدام البرنامج الإحصائي لعدد من الإستبانات تم توزيعها على السائحين الوافدين للمنطقة.

وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أنه كلما زادت التجارب الشخصية للسائح مع أشكال التراث الإجتماعي النوبي كلما ساهم ذلك في زيادة درجة رضاه عن النوبة كوجهة سياحية، كما وتعد منطقة النوبة إقتصاديا سياحيا تتوفر فيه المقومات الخاصة بالأنماط السياحية المختلفة وأهمها السياحة الثقافية.

ثالثا: دراسة (بن سالم، مزيان -2020) عبارة عن مقال بعنوان¹:

" العوامل المؤثرة في تكوين الصورة السياحية لمقصد سياحي: دراسة ميدانية على عينة من سياح مدينة بجاية "

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في تكوين الصورة السياحية للمقصد سياحي، حيث تم الإعتماد على المنهج الاستنباطي في الجانب النظري وعلى المنهج الإستقرائي من خلال دراسة حالة، أين تم توزيع الإستبانات على عينة تتكون من 100 سائح قاموا بزيارة مدينة بجاية في فترة الدروة السياحية الممتدة من 20 أوت إلى 02 سبتمبر 2019، ولتحقيق أهداف البحث تم الإعتماد على تأثير الصورة السياحية في اختيار المقصد السياحي والإعتماد على تأثير الخصائص الطبيعية، الضيافة، سهولة الحجز وسعر الحجز في تكوين الصورة السياحية.

توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج من بينها أن: هناك تأثير للصورة السياحية في إختيار المقصد السياحي، وتعتبر المقومات الطبيعية التي تزخر بها المنطقة وضيافة شعبها أحد أهم مقومات الجذب السياحي في المنطقة، وأن الفرد المحلي يتمتع بثقافة سياحية جيدة، وكذلك سهولة الحجز وسعر الحجز من بين العوامل المؤثرة في تكوين الصورة السياحية لمدينة بجاية.

رابعا: دراسة (عبد المنعم وآخرون -2017) عبارة عن مقال بعنوان²:

" دراسة لبعض المتغيرات الإجتماعية والثقافية المؤثرة في السياحة الوافدة، دراسة مقارنة بين شرائح ثقافية متباينة "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المتغيرات الإجتماعية والثقافية المؤثرة في السياحة الوافدة، بغية الوصول إلى حلول ممكنة للمشاكل التي تواجه السياحة الوافدة، واعتمدت الدراسة على المنهج العلمي من خلال دراسة وصفية استخدمت المسح الإجتماعي، بعينة عشوائية عددها 348 سائح من مختلف الجنسيات التي

¹ نادية بن سالم، حمزة مزيان، العوامل المؤثرة في تكوين الصورة السياحية لمقصد سياحي : دراسة ميدانية على عينة من سياح مدينة بجاية، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد23، العدد02، جامعة الجزائر03، الجزائر، 2019. ص ص 791-812.

² حاتم عبد المنعم وآخرون، دراسة لبعض المتغيرات الاجتماعية والثقافية المؤثرة في السياحة الوافدة-دراسة مقارنة بين شرائح ثقافية متباينة، مجلة العلوم البيئية، المجلد42، العدد3، جامعة عين الشمس، مصر، 2017.

كانت موجودة أثناء الإستبيان، في أربع محافظات هم (الأقصر وأسوان والبحر الأحمر وشرم الشيخ) بالإضافة إلى نزلاء فنادق القاهرة، كما استخدم الباحثون أدوات أخرى منها استمارة إستبيان، ودراسة حالة، ودراسات السابقة.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:

- الذكور هم أكثر فئة ممارسة للسياحة وقد اهتموا بكل من السمعة الإيجابية للمقصد السياحي، والتعرف على العادات والتقاليد والمعتقدات الدينية للسكان المحليين، والأنشطة الترفيهية.
- تباينت مدة الإقامة للسائحين وكات أقل مدة هي 5 أيام اهتموا فيها بالتعرف على العادات والتقاليد والمعتقدات الدينية للسكان المحليين، والأنشطة الترفيهية والحياة الليلية والزيارات الدينية.

خامسا: دراسة (Tanja and All – 2015) عبارة عن مقال بعنوان¹:

" Influencing collective moral judgement by changing ethical culture in tourism industry: The case of Slovenia "

هدفت هذه الدراسة إلى الإجابة على القضايا الأخلاقية وتأثيرها على الأحكام الأخلاقية الجماعية للمنشآت السياحية في سلوفينيا، وكذلك مدى تأثير القيم الأخلاقية في الفاعلين الآخرين على التجاوب مع السياح، وقد اعتمدت الدراسة على الأساليب الوصفية والأساليب الكمية من خلال جمع البيانات والتحليل الإحصائي، حيث أجريت الدراسة على عينة مكونة من 248 موظفا في 38 منشأة سياحية، وتم جمع البيانات إلكترونيا سنة 2015، باستخدام 58 عبارة لقياس الثقافة الأخلاقية والأحكام الأخلاقية التجريبية، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أن؛ القيم الأخلاقية للعاملين في مجال السياحة تتأثر بالثقافة الأخلاقية للشركات السياحية، كما يحتاج عمال السياحة إلى دعم ثقافتهم الأخلاقية، بينما لا يمكن إعتبار السياحة متجانسة في توجهها الأخلاقي، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من الإقتراحات كوجوب وضع مدونة أخلاقية وجعلها واضحة جدا لذلك حتى لا يترك أي غموض للشركات العاملة في قطاع السياحة وخاصة الشركات البيئية، وكذلك ضرورة سن قانونين والإجراءات التأديبية لمعالجة القضايا الأخلاقية، وردع جميع أنواع السلوكيات غير الأخلاقية.

المطلب الثاني: محل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

في هذا العنصر نتناول أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسات الحالية بالإضافة إلى مميزات الدراسة الحالية.

¹ Tanja Salamon, Marko koscak, borut Vojinovic, **Influencing collective moral judgement by changing ethical culture in tourism industry: The case of Slovenia**, Original scientific paper, vol 64, N 2 , Slovenia, 2016.

أولاً: أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

من خلال إستعراضنا لبعض الدراسات السابقة فإننا نستخلص بعض النقاط الأساسية:

بالنسبة للقيم السائدة في المجتمعات المحلية فطالما تمت دراستها كمتغير مستقل في غالب الدراسات المذكورة، كونها من العوامل الأساسية في تحقيق الجذب السياحي، وقد أجمعت هذه الدراسات على أهمية القيم وكذا دورها الاساسي في تحقيق الجذب السياحي والنهوض بالقطاع السياحي.

أما بالنسبة للجذب السياحي فهو من المواضيع التي تم دراستها كمتغير تابع، ويمكن ان تكون متغيرا مستقلا أحيانا اخرى.

تتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في الانطلاق من المفهوم الأخلاقي في النشاط السياحي وأيضاً اعتمادها على المنهجين الوصفي والتحليلي لتوضيح الجوانب النظرية للموضوع، وكذا الأداة المستخدمة في معالجة موضوع الدراسة والمتمثلة في الاستبيان وجمع البيانات من خلالها وتوزيعها على عينة الدراسة وتحليلها بواسطة برنامج الحزم الإحصائية SPSS بهدف الإجابة على تساؤلات الدراسة وبالتالي الوصول إلى نتائج.

كذلك فإن الاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة يكمن في محاوله شرحنا وتقييمنا لدور قيم المجتمعات المحلية في تحقيق الجذب السياحي وكذا نظرتنا من زاوية دورها في تحقيقه، وتختلف من ناحية البيئة محل الدراسة حيث أنجزت الدراسات السابقة في عدة مدن مختلفة.

كما ساعدتنا الدراسات السابقة بشكل كبير في إعداد الأدبيات النظرية وتحديد المنهجية الملائمة، إضافة الى التعرف على أساليب جمع البيانات وتحليل متغيرات الدراسة.

ثانياً: مميزات الدراسة الحالية:

نظرت هذه الدراسة إلى قيم المجتمعات المحلية ودورها في تحقيق الجذب السياحي، وبالتالي فقد قمنا في دراستنا بتسليط الضوء على دور القيم الإجتماعية والثقافية في تحقيق الجذب السياحي، إذ ركزت في الجانب التطبيقي من خلال توزيع إستبانة على أفراد عينة الدراسة المتكونة من (227) سائح باختلاف جنسهم ومكان إقامتهم.

وقد استفدنا من الدراسات السابقة في تحديد متغيرات دراستنا واعداد أدبياتها وصياغة الفرضيات، كما تمكننا من الإستفادة منها بشكل كبير في إعداد الإستبيان وتحديد المنهجية الملائمة وإعطاء تصور عن مجتمعات البحث، إضافة إلى التعرف على أهم الأساليب المستخدمة في جمع البيانات وأساليب تحليل متغيرات الدراسة.

فهذه الدراسة من الدراسات الحديثة والقليلة في نفس الموضوع.

خلاصة الفصل

كمحصلة لما تناولناه في هذا الفصل، الذي حاولنا من خلاله دراسة وإبراز المفاهيم النظرية الأساسية لكل من القيم الإجتماعية والثقافية والسياحة إضافة إلى الجذب السياحي، حيث اعتمدنا فيه على تصنيف القيم بما يتناسب مع دراستنا الى كل من القيم الإجتماعية والثقافية ودورها في تحقيق الجذب السياحي، وكذا استعراض الدراسات السابقة وأوجه التشابه والاختلاف بينها وبين دراستنا وما يمكن أن تضيفه هذه الأخيرة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تمهيد

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

خلاصة

تمهيد

بعدما تطرقنا في الفصل الأول إلى الإطار النظري للدراسة بالإضافة إلى عرض الدراسات السابقة، جاء هذا الفصل كتكملة للدراسة النظرية، والذي نهدف من خلاله إلى عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية من أجل معرفة إن كان للقيم الاجتماعية والثقافية دور في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية.

وعلى هذا الأساس تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين هما:

- المبحث الأول: تضمن الإجراءات المنهجية للدراسة وقد قمنا بتقسيمه إلى ثلاثة مطالب؛ المطلب الأول يتضمن تخطيط الدراسة الميدانية، والمطلب الثاني يتضمن أساليب المعالجة الإحصائية، أما المطلب الثالث فيتضمن إختبار أداة الدراسة.
- المبحث الثاني: خصصناه لعرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات، وتم تقسيمه إلى ثلاثة مطالب؛ المطلب الأول يتضمن عرض وتحليل نتائج الدراسة، والمطلب الثاني يتضمن النتائج المتعلقة بمحاور الدراسة في حين يتضمن المطلب الثالث إختبار فرضيات الدراسة.

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

تم تقديم هذا المبحث لأجل التعريف بعناصر الدراسة الميدانية، ولتوضيح الطريقة والإجراءات والأدوات اللازمة لإجراء تحليل الدراسة الميدانية، وذلك بهدف جمع وتفسير البيانات وإختبار فرضيات الدراسة لمعرفة إن هناك دور للقيم الثقافية والاجتماعية في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية.

المطلب الأول: تخطيط الدراسة الميدانية

نتعرف من خلال هذا المطلب على الطريقة المتبعة في الدراسة من خلال التعريف بمجتمع وعينة الدراسة وأداة الدراسة.

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

1- مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الاحصائي بأنه " كل المفردات والكائنات التي أقيمت عليها الدراسة لأجل الحصول على المعلومات الاحصائية اللازمة منها"¹.

وعليه فإن مجتمع الدراسة الميدانية لهذا البحث يشتمل على السياح الذين زاروا ولاية بجاية.

2- عينة الدراسة:

العينة الاحصائية هي " جزء من مجتمع الدراسة وتشمل مجموعة من المفردات يتم إختيارها بطريقة ما من المجتمع بحيث تمثل صفاته، ذلك عندما يتعذر دراسة مجتمع الدراسة ككل لأسباب مختلفة سواء فنية، أو مادية أو علمية... الخ، حيث في هذه الحالة يتم إستنتاج خواص المجتمع، وذلك بتعميم النتائج المتحصل عليها"².

ولغرض الحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة تم في هذا البحث إختيار عينة قدرها 240 سائح من مجتمع الدراسة بإستخدام طريقة العينة العشوائية، وعلى ضوء ذلك تم توزيع 240 إستبانة وتم إسترجاع 231 إستبانة منها 04 إستبانات تم إلغائها لعدم صلاحيتها للدراسة، أي أن العدد الإجمالي للإستبانات الفعلية الصالحة للدراسة بقدر ب 227 إستبانة أي بنسبة 94.5% من إجمالي الإستبانات التي تم توزيعها على أفراد العينة.

¹ سفيان فنيط، تحليل إدارة المشاريع العمومية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2016-2017، ص153.

² المرجع نفسه، ص154.

ثانيا: أداة الدراسة

هناك عدة طرق يمكن إستخدامها لجمع البيانات اللازمة منها؛ المقابلة، الملاحظة، الإستبيان..، ولإلمام بالجوانب العلمية للموضوع، إعتمدت دراستنا على الإستبيان¹ كأداة لجمع البيانات اللازمة، حيث تم تقسيمه إلى قسمين:

- القسم الأول: يتضمن بيانات عامة لتعبئة الإستمارة من قبل أفراد عينة الدراسة من حيث؛ الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة العائلية، الحالة العملية، عدد الزيارات لولاية بجاية.
- القسم الثاني: تناول هذا القسم عبارات موجهة لأفراد العينة من أجل معرفة إن كان للقيم الإجتماعية والثقافية دور في تحقيق الجذب السياحي في ولاية بجاية، ويشمل بعدين:
 - البعد الأول: القيم الإجتماعية، وتتضمن 12 عبارة.
 - البعد الثاني: القيم الثقافية، وتتضمن 10 عبارة.

وقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت " Likert " الخماسي لقياس إستجابة أفراد العينة لعبارات الإستبانة، حيث يتكون من خمس درجات : غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة، والتي تأخذ القيم والأوزان التالية (1,2,3,4,5).

وللحكم على المؤشرات الإحصائية، والتي من بينها المتوسط الحسابي لابد من وضع حدود دنيا وعليا لمقياس " ليكرت "، وهذا بحساب المدى بين أكبر قيمة وأصغر قيمة في المقياس أي: (4=1-5)، تم تقسيمه على عدد الدرجات للحصول على طول الفئة أي: ($0,8 = \frac{4}{5}$) ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي 1 وذلك من أجل تحديد الحد الأعلى للفئة الأولى (1.8=1+0.8) وعلى هذا الأساس تتكون فئات مقياس ليكرت الخماسي الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم(01): فئات مقياس ليكرت "Likert" الخماسي ودلالاتها

الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
درجة المقياس	1	2	3	4	5
الفئات]1.80-1]]2.60-1.80]]3.40 -2.60]]4.20-3.40]	[5-4.20]
الإستجابة	بدرجة منخفضة جدا	بدرجة منخفضة	بدرجة متوسطة	بدرجة مرتفعة	بدرجة مرتفعة جدا

المصدر: من إعداد الطالبين إعتمادا على مقياس ليكرت الخماسي.

¹ الملحق رقم (03): الإستبيان قبل التحكيم، ص67.

المطلب الثاني: أساليب المعالجة الإحصائية

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات المجمعة تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية الضرورية لمعالجة المعلومات المتحصل من الاستبيانات المسترجعة، وبعد فحصها وتبويبها قمنا بتفريغ وإدخال البيانات المحصلة، وبغرض تحليلها واختبار فرضيات الدراسة تم الإستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية والذي يرمز له بالرمز SPSS.

حيث استخدمنا كل من معامل الارتباط الخطي بيرسون لقياس الإتساق الداخلي والصدق البنائي للأداة، ومعامل الثبات ألفا كرونباخ "Alpha Cronbach" بغرض قياس ثبات الأداة، ثم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لمعرفة درجة إستجابات أفراد عينة الدراسة حول مضمون العبارات المتعلقة بالقيم الإجتماعية والثقافية ودورها في تحقيق الجذب السياحي وكذا تحديد إنحراف إستجابات المبحوثين لكل عبارة من عبارات الدراسة عن متوسطها الحسابي، كما قمنا باختبار ستيودنت "T-test" لاختبار فرضيات الدراسة، ونوجز هذه الأساليب فيما يلي:

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي

1. التكرارات والنسب المئوية: تم الإستعانة بالتكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وكذا تحديد إجابات أفرادها عن عبارات ومحاور الإستبيان.
2. المتوسط الحسابي: تم إستعمال هذا المتوسط لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض اجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، وبحسب المتوسط الحسابي بالعلاقة الإحصائية التالية:

$$\bar{X} = \frac{\sum n_i x_i}{n}$$

حيث أن:

n_i : عدد خيارات أفراد العينة للخيار الواحد مثلاً خيار "محايد".

x_i : وزن الخيار في أداة الدراسة وفي بحثنا يتراوح بين 1 و5.

n : مجموع أفراد العينة والتي تقدر في بحثنا بـ 227.

3. الإنحراف المعياري: إستخدم هذا المقياس لمعرفة مدى انحرافات إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل بعد من أبعادها عن متوسطها الحسابي، حيث كلما كان الإنحراف أقل من الواحد الصحيح كلما قل التشنت في إجابات أفراد العينة، والعكس صحيح في حال إذا كانت قيمة الإنحراف تساوي أو تفوق الواحد الصحيح، وبحسب الإنحراف المعياري بالعلاقة الإحصائية التالية:

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum ni (xi - \mu)^2}{n}}$$

ثانياً: أساليب الإحصاء الإستدلالي

1. معامل الارتباط بيرسون: استخدم هذا المعامل من أجل معرفة درجة ارتباط كل عبارة من عبارات محاور الإستبيان مع الدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه، وذلك لتقدير الإتساق الداخلي لأداة الدراسة.
2. معامل الثبات "Alpha cronbach": تم استخدامه لقياس ثبات فقرات الإستبيان.
3. اختبار T test لعينة واحدة : لمعرفة إذا كان متوسط درجة الإستجابة قد وصل إلى الدرجة المتوسطة وهي 3 أم زادت أو قلت عن ذلك، وقد تم استخدام هذا المؤشر لإختبار الفرضيات من خلال التأكد من دلالة متوسط الأبعاد.

المطلب الثالث: إختبار أداة الدراسة

في هذا المطلب سيتم التطرق إلى اختبار أداة الدراسة من حيث الصدق والثبات.

أولاً: إختبار الصدق

سيتم دراسة الصدق الظاهري والداخلي لأداة الدراسة (الإستبيان)، وهذا على النحو التالي:

1- الصدق الظاهري لأداة الدراسة (صدق المحكمين):

بغرض التأكد من صحة وسلامة الإستبيان ومعرفة مدى صدق أداة الدراسة ظاهرياً تم عرضها في صورتها الأولية على الأساتذة المشرفة ومجموعة من الأساتذة أعضاء هيئة التدريس¹ وبعد إعطائنا ملاحظات حول مضمون العبارات ومدى قياسها لما وضعت لأجله، قمنا بالتعديلات الضرورية وتقيدنا بالملاحظات التي رأى المحكمون أنها ضرورية لتحسين جودة العبارات، وجعلها أكثر وضوحاً لمفردات عينة الدراسة، لنصل في الأخير إلى الصورة النهائية للإستبيان².

2- الصدق البنائي لأداة الدراسة:

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة، إنتقلنا إلى مرحلة التأكد من الصدق البنائي لها بتحديد مدى تجانسها الداخلي، وهذا بتطبيقها على عينة تجريبية مكونة من 30 مفردة من حجم عينة الدراسة البالغة 227

¹ أنظر الملحق رقم (02): قائمة الأساتذة المحكمين، ص71.

² أنظر الملحق رقم (03): الإستبيان بعد التحكيم، ص72.

مفردة وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة و الدرجة الكلية للبعد التابع له، والجدول التالية توضح ذلك.

أ- الصدق الداخلي لعبارات البعد الأول: القيم الإجتماعية

يبين الجدول التالي الصدق الداخلي لعبارات بعد القيم الإجتماعية، حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم(02): الصدق الداخلي لعبارات بعد " القيم الإجتماعية "

الرقم	العبرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	يتميز السكان المحليين للولاية بحسن الضيافة	,521**	0,003
02	يتميز الجو العام في ولاية بجاية بالهدوء والامان	,401**	0,028
03	يمكنني أن أتجول برفقة العائلة دون أن أتعرض لأي مضايقات	,605**	0,000
04	أشعر بأنني جزء من السكان المحليين للمنطقة	,673**	0,000
05	يتصرف أفراد مجتمع ولاية بجاية بسلوك حضاري بعيدا عن النرفة	,672**	0,000
06	يحرص أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية على احترام الأماكن الدينية والمقدسة	,534**	0,002
07	يبادر سكان الولاية الى توجيهي عند حاجتي إليهم	,663**	0,000
08	أجد سهولة في التواصل مع أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية	,665**	0,000
09	تشهد ولاية بجاية حفلات ومهرجانات عائلية محترمة	,502**	0,005
10	السمعة الايجابية لأفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية شجعتني على الزيارة	,720**	0,000
11	أسلوب تعامل أفراد المجتمع المحلي مع السياح أحد أسباب اختياري لهذه الولاية	,753**	0,000
12	يتميز أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية بميزة أخلاقية ينفردون بها عن العديد من المقاصد السياحية الأخرى	,508**	0,004

"دالة إحصائية عند المستوى 0.01"

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن: معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات بعد القيم الإجتماعية والدرجة الكلية له وأيضا مستوى المعنوية كلها موجبة ودالة عند مستوى المعنوية 0.01، حيث أظهرت النتائج أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين 0.401 و 0.753، مما يدل على وجود ارتباط قوي، وبالتالي فإن فقرات البعد صادقة وصالحة لما وضعت لقياسه.

ب-الصدق الداخلي لعبارات البعد الثاني: القيم الثقافية

يبين الجدول التالي الصدق الداخلي لعبارات بعد القيم الثقافية، حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم(03): الصدق الداخلي لعبارات بعد " القيم الثقافية "

الرقم	العبرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	يحافظ المجتمع المحلي على اللباس التقليدي	,541**	0,002
02	اخترت ولاية بجاية لما يقام فيها من معارض للفنون الشعبية	,643**	0,000
03	يحرص افراد مجتمع ولاية بجاية على إحياء العادات والتقاليد الخاصة بهم	,558**	0,001
04	زاد اهتمامي بتحسين سلوكي في التعامل مع الأماكن السياحية من خلال زيارتي لهذه الولاية	,554**	0,001
05	تقام في ولاية بجاية حفلات وسهرات خاصة بالأطفال والعائلات	,611**	0,000
06	اشعر بالاستمتاع عند زيارتي للمواقع السياحية والآثرية الموجودة في المنطقة	,626**	0,000
07	تساهم المهرجانات التي تقام في ولاية بجاية في توافد السياح	,819**	0,000
08	تساهم المعارض المقامة بالولاية في توافد السياح	,710**	0,000
09	يحافظ افراد المجتمع المحلي لولاية بجاية على الأماكن السياحية والمواقع الأثرية	,647**	0,000
10	يساهم المرشدين السياحيين في التعريف بالمواقع الأثرية والحفاظ عليها	0,305	0,101
11	تساهم الجمعيات الثقافية في انجاح الموسم السياحي	,737**	0,000

" دالة إحصائية عند المستوى 0.01

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن: معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات بعد القيم الثقافية والدرجة الكلية له وأيضا مستوى المعنوية كلها موجبة ودالة عند مستوى المعنوية 0.01، حيث أظهرت النتائج أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين 0.541 و0.819، مما يدل على وجود ارتباط قوي، وبالتالي فإن فقرات البعد صادقة وصالحة لما وضعت لقياسه. ماعدا العبارة رقم (10) حيث أظهرت النتائج أن معامل ارتباطها ضعيف نوعا ما وقدر بـ 0.305 وكذلك بالنسبة لمستوى المعنوية أكبر من 0.01 وقدرت بـ 0.101 وهذا مايدل على أن العبارة رقم (10) غير دالة وغير معنوية وبالتالي يتم حذفها.

ثانياً: اختبار الثبات

تم إجراء خطوات الثبات على العينة نفسها باستخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ الذي يأخذ قيماً تتراوح بين الصفر والواحد والذي يمكننا من الحكم على الإستبيان إذا كان يتمتع بدرجة عالية من الثبات أم لا، وللتأكد من ذلك قمنا بحساب معامل الثبات باستخدام SPSS.

الجدول رقم(04): اختبار الثبات بحساب ألفا كرونباخ

الرقم	أبعاد الإستبيان	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
01	القيم الإجتماعية	12	,841
02	القيم الثقافية	10	,840
	إجمالي الأبعاد	22	,894

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS.
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن:

- معامل الثبات بالنسبة للبعد الأول (القيم الإجتماعية) تجاوز القيمة المقبولة إحصائياً والبالغة 0,6 حيث بلغ 0,841 بمعنى أن معدل ثبات البعد الأول مرتفع.
- معامل الثبات بالنسبة للبعد الثاني (القيم الثقافية) تجاوز القيمة المقبولة إحصائياً والبالغة 0,6 حيث بلغ 0,831 بمعنى أن معدل ثبات البعد الثاني مرتفع.

وبهذا نكون قد تأكدنا من صدق وثبات الإستبيان والاعتماد عليه كأداة لتحقيق أهداف هذه الدراسة.

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

من خلال هذا المبحث سنحاول تحليل السمات الشخصية لعينة الدراسة، عرض وتحليل البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة وابرار أهم النتائج التي تم التوصل إليها من خلال تحليل عبارات الإستبيان، بالإضافة إلى إختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة

أولاً: عرض وتحليل البيانات الشخصية لعينة الدراسة:

يتضمن هذا الجزء بيانات نوعية وكمية متعلقة بالمتغيرات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، وسيتم تحليلها كما هو موضح في الجداول التالية.

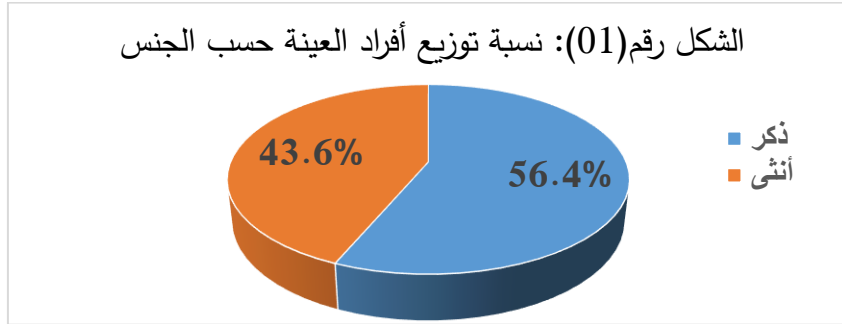
1. من حيث متغير الجنس

يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم(05): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسب المئوية (%)
ذكر	128	56,4
أنثى	99	43,6
المجموع	227	100

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على EXCEL.

من خلال الجدول والشكل أعلاه يتضح لنا أن النسبة الأكبر هي فئة الذكور بـ 56,4% تليها نسبة الإناث المقدرة بـ 43,6%، وقد يعود هذا التفاوت إلى الفرص المتاحة بصورة أكبر لدى العنصر الرجالي في التنقل وسهولة إتخاذ قرار السفر.

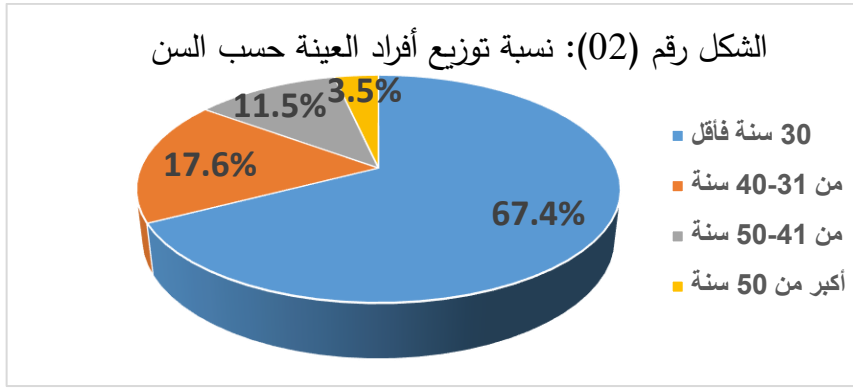
2. من حيث متغير السن

يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم(06): توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسب المئوية (%)
30 سنة فأقل	153	67,4
من 31-40 سنة	40	17,6
من 41-50 سنة	26	11,5
أكبر من 50 سنة	8	3,5
المجموع	227	100

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على EXCEL.

من الجدول رقم (06) والشكل أعلاه تم توزيع الأفراد حسب الفئات العمرية، إذ تشكل الفئة أقل من 30 سنة أكبر نسبة بـ 67.4% وهذا ما يدل على أن هذه الفئة العمرية أكثر إهتماماً بالنشاط السياحي، وتكون في أوج عطائها وحيويتها، تليها الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بنسبة 17.6% ثم الفئة العمرية من 41 إلى 50 سنة بـ 11.5% ثم أخيراً الفئة العمرية لأكثر من 50 سنة بـ 3.5%.

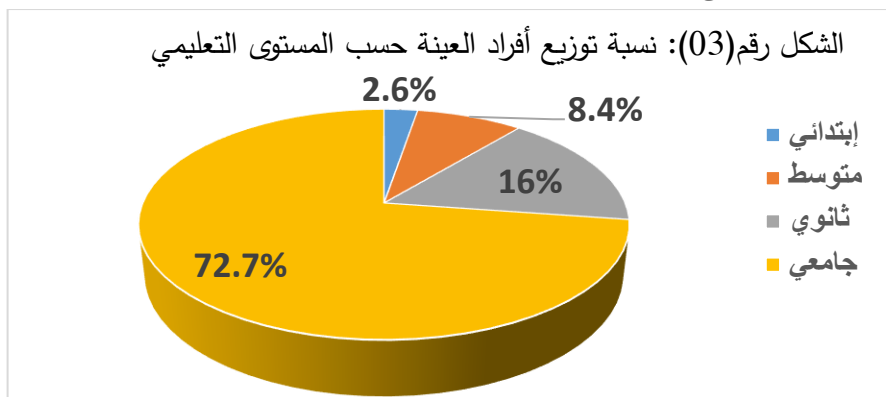
3. من حيث متغير المستوى التعليمي

يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسب المئوية (%)	التكرار	المستوى التعليمي
2,6	6	إبتدائي
8,4	19	متوسط
16,3	37	ثانوي
72,7	165	جامعي
100	227	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على EXCEL.

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول رقم(07) والشكل رقم (03) نجد أن أغلب المبحوثين من فئة الجامعيين بنسبة 72.7% وتليها فئة ثانوي بنسبة 16.3%، وتليها فئة المتوسط بـ 8.4% فيما مثلت فئة الإبتدائي ما نسبته 2.6% فقط.

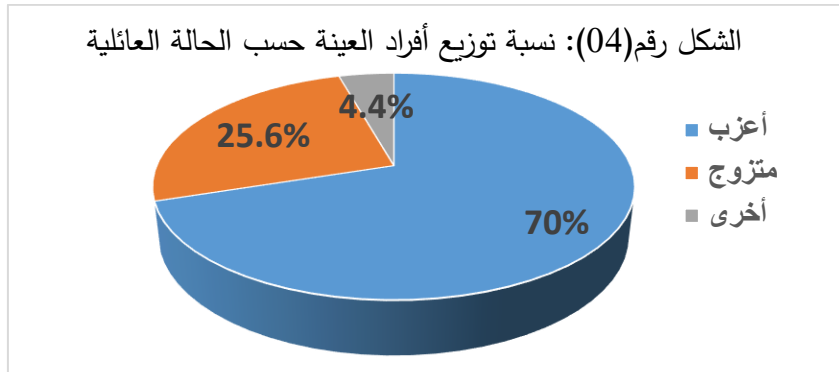
4. من حيث متغير الحالة العائلية

يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة العائلية، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم(08): توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية

النسب المئوية (%)	التكرار	الحالة العائلية
70	159	أعزب
25,6	58	متزوج
4,4	10	أخرى
100	227	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على EXCEL.

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول والشكل أعلاه نجد أن فئة العزاب تمثل أكبر فئة بنسبة 70%، وتليها فئة المتزوجين بنسبة 25.6% وأخيرا الفئة المتبقية (مطلقين، أرامل) بنسبة 4.4%، وهذا التفاوت يرجع لإهتمام فئة العزاب بالوجهة السياحية لكونهم الأكثر حرية والأقل إرتباطا والتزاما بالمسؤوليات، وجاءت فئة المتزوجين ثانيا، ثم تأتي أخيرا فئة الحالات الأخرى (مطلقين وأرامل) والتي عادة ليس لها إهتمام كبير بالسياحة لأسباب إجتماعية.

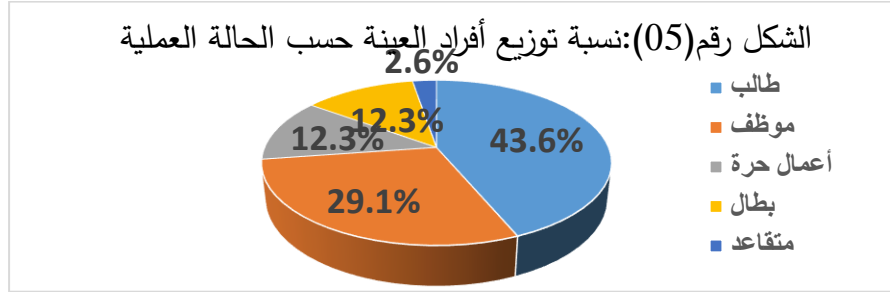
5. حسب متغير الحالة العملية

يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة العملية، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم(09): توزيع أفراد العينة حسب الحالة العملية

الحالة العملية	التكرار	النسب المئوية (%)
طالب	99	43,6
موظف	66	29,1
أعمال حرة	28	12,3
بطل	28	12,3
متقاعد	6	2,6
المجموع	227	100

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على EXCEL.

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أكبر فئة مشكلة للعينة هي فئة الطلبة الجامعيين بنسبة 43.6%، تليها فئة الموظفين بنسبة 29.1% ثم فئة الأعمال الحرة بالتساوي مع فئة البطالين بنسبة 12.3%، فيما مثلت فئة المتقاعدين أصغر نسبة بـ 2.6% من حجم العينة. ويرجع هذا التفاوت لكون الطلبة يتحصلون على العطل المدرسية وكذا الرحلات المنظمة مما يتيح لهم فرص أكبر للسياحة والإستكشاف، على عكس الفئات الأخرى التي لها إرتباطات مهنية وعائلية.

6. حسب متغير عدد الزيارات لولاية بجاية

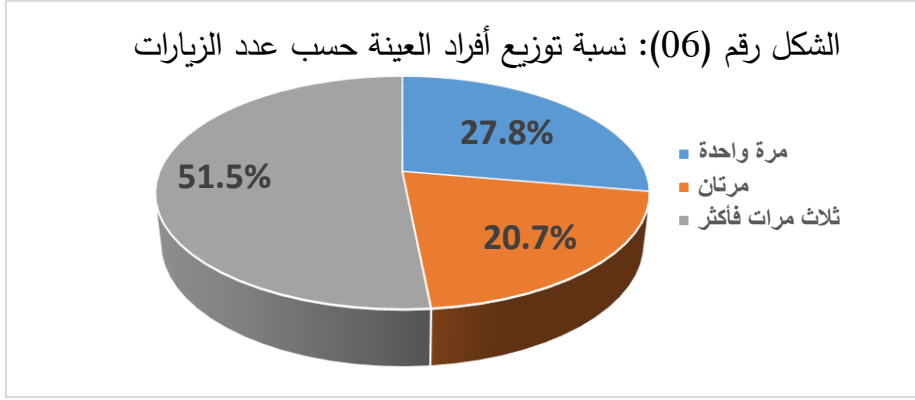
يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد الزيارات لولاية بجاية، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم(10) توزيع أفراد العينة حسب عدد الزيارات

عدد الزيارات	التكرار	النسب المئوية (%)
مرة واحدة	63	27,8
مرتان	47	20,7
ثلاث مرات فأكثر	117	51,5
المجموع	227	100

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS.

الشكل رقم (06): نسبة توزيع أفراد العينة حسب عدد الزيارات



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على EXCEL.

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول رقم (10) والشكل أعلاه نجد أن فئة السياح الذين زاروا ولاية بجاية ثلاث مرات فأكثر تمثل أكبر فئة بنسبة 51.5%، وتليها فئة السياح الذين زاروا ولاية بجاية مرة واحدة ب 27.8% وأخيرا فئة السياح الذين زاروا ولاية بجاية مرتان بنسبة 20.7%، وهذا ما يدل على أن أغلب أفراد العينة يعتبرون ولاية بجاية مقصد سياحي.

ثانيا: عرض وتحليل النتائج المتعلقة بأبعاد الدراسة

1- عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببعدها الإجتماعية

الجدول الموالي يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة ببعدها الإجتماعية للمجتمع المحلي لولاية بجاية ودورها في تحقيق الجذب السياحي.

الجدول رقم (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعث القيم الإجتماعية للمجتمع المحلي لولاية بجاية

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرقم
02	مرتفعة	,751	3,87	يتميز السكان المحليين للولاية بحسن الضيافة	01
03	مرتفعة	,923	3,59	يتميز الجو العام في ولاية بجاية بالهدوء والامان	02
09	متوسطة	1,124	3,35	يمكنني أن أتجول في رفقة العائلة دون أن أتعرض لأي مضايقات	03
12	متوسطة	1,054	2,93	أشعر بأنني جزء من السكان المحليين للمنطقة	04
04	مرتفعة	,937	3,54	يتصرف أفراد مجتمع ولاية بجاية بسلوك حضاري بعيدا عن النرفة	05
06	مرتفعة	,961	3,47	يحرص أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية على احترام الأماكن الدينية والمقدسة	06
01	مرتفعة	,795	4,02	يبادر سكان الولاية الى توجيهي عند حاجتي إليهم	07
10	متوسطة	1,104	3,18	أجد سهولة في التواصل مع أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية	08
11	متوسطة	1,056	2,99	تشهد ولاية بجاية حفلات ومهرجانات عائلية محترمة	09
07	مرتفعة	,927	3,45	السمعة الايجابية لأفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية شجعتني على الزيارة	10
05	مرتفعة	,961	3,51	أسلوب تعامل أفراد المجتمع المحلي مع السياح أحد أسباب اختياري لهذه الولاية	11
08	متوسطة	1,000	3,36	يتميز أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية بميزة أخلاقية ينفردون بها عن العديد من المقاصد السياحية الأخرى	12
	مرتفعة	,59604	3,4383	الدرجة الكلية لبعث القيم الإجتماعية	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS.

يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن المتوسط الحسابي الكلي لمجموع عبارات بعد القيم الإجتماعية للمجتمع المحلي لولاية بجاية مرتفع، فقد بلغت قيمته 3,438 والذي ينتمي إلى مجال الموافقة [3.40-4.20] وفقا لسلم " ليكرت " الخماسي، ما يعني أن مستوى إدراك مفردات عينة الدراسة لبعد القيم الإجتماعية مرتفعة مع إنحراف معياري قدره 0,596 وهذا مايدل على وجود إنسجام وتجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة وأنهم موافقين بدرجة مرتفعة على العبارات التي تضمنها هذا البعد، وأن لها دور في تحقيق الجذب السياحي لولاية بجاية.

أما من حيث درجة الأهمية فقد جاءت النتائج الإحصائية على مستوى العبارات كما يلي:

- حصلت العبارة رقم 07 على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قيمته 4,02 وبإنحراف معياري قدره 0,795 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة على مضمون العبارة التي تنص على أن سكان ولاية بجاية يبادرون إلى توجيه السائح عند حاجته إليهم.
- واحتلت العبارة رقم 01 على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قيمته 3,87، وبإنحراف معياري قدره 0,751 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة على هذه العبارة ، إذن فهم يرون أن السكان المحليين يتميزون بحسن الضيافة.
- تليها العبارة رقم 02 المتحصلة على المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي مرتفع قيمته 3,59 وبإنحراف معياري قدره 0,923 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة على أن الجو العام بولاية بجاية يتميز بالهدوء.
- وتأتي العبارة رقم 05 في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قيمته 3,54 وبإنحراف معياري قدره 0,937 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة على أن أفراد مجتمع ولاية بجاية يتصرفون بسلوك حضاري بعيدا عن النرفة.
- بينما العبارة رقم 11 حصلت على المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي مرتفع كذلك قيمته 3,51 وبإنحراف معياري قدره 0,961 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة على هذه العبارة التي تنص على أن أسلوب تعامل أفراد المجتمع المحلي مع السياح أحد أسباب اختيارهم لهذه الولاية.
- في حين أن العبارة رقم 06 تأتي في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي قيمته 3,47 وبإنحراف معياري قدره 0,961 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة على أن أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية يحرصون على احترام الأماكن الدينية والمقدسة.
- وبعدها تأتي العبارة رقم 10 في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي قيمته 3,45 وبإنحراف معياري قدره 0,927 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة على أن السمعة الايجابية لأفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية تشجع السياح على زيارة الولاية.
- ثم العبارة رقم 12 في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي قيمته 3,36 وبإنحراف معياري قدره 1,000 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة متوسطة على تميز أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية بميزة أخلاقية ينفردون بها عن العديد من المقاصد السياحية الأخرى.

- وقد جاءت العبارة رقم **03** في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي قيمته 3,35 وبإنحراف معياري قدره 1,124 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة متوسطة على العبارة التي مضمونها؛ تجول السائح رفقة العائلة دون أن يتعرض لمضايقات.
- وبعدها تأتي العبارة رقم **08** في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي قيمته 3,18 وبإنحراف معياري قدره 1,104 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة متوسطة على العبارة التي تنص على أن السائح يجد سهولة في التواصل مع أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية.
- وجاءت بعدها العبارة رقم **09** في المرتبة الحادية عشر بمتوسط حسابي قيمته 2,99 وبإنحراف معياري قدره 1,056 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة متوسطة على العبارة التي تنص على أن ولاية بجاية تشهد حفلات ومهرجانات عائلية محترمة.
- وأخيرا العبارة رقم **04** في المرتبة الثانية عشر بمتوسط حسابي قيمته 2,93 وبإنحراف معياري قدره 1,054 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة متوسطة على العبارة التي تنص على أن السائح يشعر بأنه جزء من السكان المحليين للمنطقة.

2- عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببعء القيم الثقافية

الجدول أسفله يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة ببعء القيم الثقافية للمجتمع المحلي لولاية بجاية ودورها في تحقيق الجذب السياحي.

الجدول رقم (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعء القيم الثقافية للمجتمع المحلي لولاية بجاية

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرقم
06	مرتفعة	1,079	4,06	يحافظ المجتمع المحلي على اللباس التقليدي	01
10	مرتفعة	,951	3,53	اخترت ولاية بجاية لما يقام فيها من معارض للفنون الشعبية	02
01	مرتفعة جدا	,709	4,43	يحرص افراد مجتمع ولاية بجاية على إحياء العادات والتقاليد الخاصة بهم	03
09	مرتفعة	,885	3,66	زاد اهتمامي بتحسين سلوكي في التعامل مع الأماكن السياحية من خلال زيارتي لهذه الولاية	04
08	مرتفعة	,830	3,78	تقام في ولاية بجاية حفلات وسهرات خاصة بالأطفال والعائلات	05
02	مرتفعة جدا	,702	4,38	اشعر بالاستمتاع عند زيارتي للمواقع السياحية والاثرية الموجودة في المنطقة	06
04	مرتفعة	,874	4,10	تساهم المهرجانات التي تقام في ولاية بجاية في توافد السياح	07
05	مرتفعة	,798	4,07	تساهم المعارض المقامة بالولاية في توافد السياح	08
03	مرتفعة جدا	,693	4,23	يحافظ افراد المجتمع المحلي لولاية بجاية على الأماكن السياحية والمواقع الأثرية	09
07	مرتفعة	,907	3,94	تساهم الجمعيات الثقافية في انجاح الموسم السياحي	10
	مرتفعة	,53782	4,0173	الدرجة الكلية لبعء القيم الثقافية	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS.

يتضح من خلال الجدول رقم (12) أن المتوسط الحسابي الكلي لمجموع عبارات بعد القيم الثقافية للمجتمع المحلي لولاية بجاية مرتفع، فقد بلغت قيمته 4,0173 والذي ينتمي إلى مجال الموافقة [3.40-4.20] وفقا لسلم " ليكرت" الخماسي، مايعني أن مستوى إدراك مفردات عينة الدراسة لبعد القيم الثقافية مرتفعة، مع إنحراف معياري قدره 0,53782 وهذا مايدل على وجود إنسجام وتجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة، وأنهم موافقين بدرجة مرتفعة على العبارات التي تضمنها هذا البعد، وأن لها دور في تحقيق الجذب السياحي لولاية بجاية.

أما من حيث درجة الأهمية فقد جاءت النتائج الإحصائية على مستوى العبارات كما يلي:

- حصلت العبارة رقم 03 على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قيمته 4,43 وبإنحراف معياري قدره 0,709 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة جدا على مضمون العبارة التي تنص على أن أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية يحرصون على إحياء العادات والتقاليد الخاصة بهم.
- واحتلت العبارة رقم 06 على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قيمته 4,38، وبإنحراف معياري قدره 0,702 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة جدا على العبارة التي تنص على أن السائح يشعر بالاستمتاع عند زيارته للمواقع السياحية والاثرية الموجودة في المنطقة.
- ثم تليها العبارة رقم 09 المتحصلة على المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قيمته 4,23 وبإنحراف معياري قدره 0,693 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة جدا على أن افراد المجتمع المحلي لولاية بجاية يحافظون على الأماكن السياحية والمواقع الأثرية.
- وتأتي العبارة رقم 07 في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قيمته 4,10 وبإنحراف معياري قدره 0,874 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة على أن المهرجانات التي تقام في ولاية بجاية تساهم في توافد السياح.
- بينما العبارة رقم 08 حصلت على المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي قيمته 4,07 وبإنحراف معياري قدره 0,798 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة على العبارة التي تنص على مساهمة المعارض المقامة بالولاية في توافد السياح.
- في حين أن العبارة رقم 01 تأتي في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي قيمته 4,06 وبإنحراف معياري قدره 1,079 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة على العبارة التي تنص على محافظة المجتمع المحلي على اللباس التقليدي.
- وبعدها تأتي العبارة رقم 10 في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي قيمته 3,94 وبإنحراف معياري قدره 0,907 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة مرتفعة على مساهمت الجمعيات الثقافية في انجاح الموسم السياحي.

- ثم العبارة رقم 05 في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي قيمته 3,78 وبإنحراف معياري قدره 0,830 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة متوسطة على العبارة التي تنص على أن ولاية بجاية تشهد حفلات وسهرات خاصة بالأطفال والعائلات.
- وقد جاءت العبارة رقم 04 في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي قيمته 3,66 وبإنحراف معياري قدره 0,885 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة متوسطة على زيادة إهتمام السياح بتحسين سلوكهم في التعامل مع الأماكن السياحية من خلال زيارتهم للولاية.
- وأخيرا تأتي العبارة رقم 02 في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي قيمته 3,53 وبإنحراف معياري قدره 0,951 حيث أن أفراد العينة موافقين بدرجة متوسطة على العبارة التي تنص على أن اختيار السياح لولاية بجاية لما يقام فيها من معارض للفنون الشعبية.

المطلب الثاني: إختبار فرضيات الدراسة

تتمثل فرضيات هذه الدراسة في فرضيتين، و لإختبارهما نعتد على " إختبار t لعينة واحدة"، حيث تتمثل قاعد القرار فيما يلي:

- إذا كانت القيمة الإحتمالية Sig الناتجة عن إختبار t لعينة واحدة أصغر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 فنقبل الفرضية البديلة
- إذا كانت القيمة الإحتمالية Sig الناتجة عن إختبار t لعينة واحدة أكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 فنقبل الفرضية الصفرية (نرفض الفرضية البديلة).

أولاً: إختبار الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الفرعية الأولى على: « تساهم القيم الاجتماعية للمجتمع المحلي في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية» .
من أجل قبول أو رفض هذه الفرضية تم الإعتماد على مجموعة من المؤشرات الإحصائية، وتم تجميع النتائج في الجدول التالي:

جدول رقم(13): نتائج إختبار t لعينة واحدة للفرضية الأولى

القرار الإحصائي	الإحصائية T						البعد 1
	مستوى الدلالة sig	قيمة t الجدولية	قيمة t المحسوبة	درجة الحرية	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
قبول الفرضية البديلة	0.000	1.645	11.080	226	,596	3,438	القيم الاجتماعية

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على SPSS.

من قرائتنا للنتائج الواردة في الجدول أعلاه يتضح لنا أن المتوسط الحسابي لبعده القيم الإجتماعية مرتفع، وهو ينتمي إلى مجال الموافقة حسب سلم ليكرت [3.40-4.20] ودال إحصائياً عن مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، حيث بلغت قيمة $sig=0.000$ لأن قيمة t المحسوبة أكبر من t الجدولية، وعليه نقبل الفرضية البديلة ونرفض الفرضية الصفرية ونقول أنه « يوجد دور للقيم الإجتماعية للمجتمع المحلي في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية وفقاً لإدراك مفردات عينة الدراسة عند مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ » .

ثانياً: إختبار الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الفرعية الثانية على: « تستعمل القيم الثقافية للمجتمع المحلي في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية » .

من أجل قبول أو رفض هذه الفرضية تم الإعتماد على مجموعة من المؤشرات الإحصائية، وتم تجميع النتائج في الجدول التالي:

جدول رقم (14): نتائج إختبار t لعينة واحدة للفرضية الثانية

القرار الإحصائي	الإحصائية T						البعد 2
	مستوى الدلالة sig	قيمة t الجدولية	قيمة t المحسوبة	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
قبول الفرضية البديلة	0.000	1.645	28.498	226	,537	4.017	القيم الثقافية

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS.

من قرائتنا للنتائج الواردة في الجدول رقم (14) يتضح لنا أن المتوسط الحسابي لبعده القيم الثقافية مرتفع، وهو ينتمي إلى مجال الموافقة حسب سلم ليكرت [3.40-4.20] ودال إحصائياً عن مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، حيث بلغت قيمة $sig=0.000$ لأن قيمة t المحسوبة أكبر من t الجدولية، وعليه نقبل الفرضية البديلة ونرفض الفرضية الصفرية ونقول أنه « يوجد دور للقيم الثقافية للمجتمع المحلي في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية وفقاً لإدراك مفردات عينة الدراسة عند مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ » .

خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل العرض التحليلي للنتائج الميدانية لدراستنا التي كانت على عينة من (227) سائح، حيث اعتمدنا على أداة الاستبانة، وبعد تجميع البيانات تمت المعالجة الآلية باستخدام برنامج (SPSS) حسب أغراض الدراسة أين تم تطبيق عدة أساليب إحصائية تتناسب وفرضيات الدراسة ومتغيراتها.

في المرحلة الأولى كان تركيزنا على تحليل البيانات التعريفية لعينة الدراسة حيث اعتمدنا في ذلك على الإحصاء الوصفي، وفي المرحلة الثانية كان تركيزنا على تحليل نتائج الإستبيان بهدف تقييم متغيرات الدراسة؛ القيم الإجتماعية والقيم الثقافية، وفي المرحلة الأخيرة كان تركيزنا على اختبار فرضيات الدراسة عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، وأفضت نتائج الإختبارات الى قبول فرضيتي الدراسة وأن للقيم الإجتماعية والثقافية دور في تحقيق الجذب السياحي بولاية بجاية .

وبهذا خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والإقتراحات التي سوف نتطرق إليها في الخاتمة.

الخاتمة

من خلال الدراسة النظرية وفي ضوء التحليل الذي تم في الدراسة التطبيقية لإجابات عينة من السياح والبالغ عددهم 227 سائح حول القيم الإجتماعية والثقافية ودورها في تحقيق الجذب السياحي، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج، تم على أساسها تقديم مجموعة من الإقتراحات.

أولاً: النتائج:

من خلال دارستنا لهذا الموضوع استخلصنا جملة من النتائج وقد لخصناها فيما يلي:

- تمتاز التركيبة الأخلاقية لمجتمع بجاية بالمحافظة على القيم والتشبث بالعادات والتقاليد.
- يعتبر العنصر البشري عنصرا فعالا ومؤثرا في الجذب السياحي.
- للقيم الإجتماعية والثقافية دور كبير في التأثير على عملية إتخاذ السائح لقرار تحديد وجهته السياحية.
- من خلال الدراسة الميدانية يتضح لنا أن السياح يولون أهمية بالغة للقيم الإجتماعية والثقافية.
- الأمن والإحترام الموجود في ولاية بجاية يشجع العائلات على التوافد إليها.
- يتأثر الجذب السياحي بجملة من المتغيرات الإجتماعية والثقافية.

ثانياً: الإقتراحات:

في ضوء النتائج المتوصل إليها نقترح ما يلي:

- توعية السكان المحليين بأهمية السياحة وكيف يساهم كل فرد من المجتمع المحلي في الترويج للسياحة ومدى تأثير قيمهم في تحقيق الجذب السياحي بالولاية.
- تحسيس السكان المحليين لأهمية السياحة المحلية لكل من الفرد والمجتمع.
- التعامل مع المشاكل الإجتماعية والثقافية بإعتدال وحكمة، كالحفاظ على سمعة المقصد السياحي.
- الإهتمام بعمل دورات تدريبية للعاملين في مجال السياحة والفنادق والإرشاد السياحي في ولاية بجاية.
- عمل حملات موجهة للجمهور توصي بضرورة الحفاظ والإهتمام بالقيم الإجتماعية والثقافية المكتسبة.
- الاهتمام بالترويج لولاية بجاية عبر شبكات التواصل الإجتماعي كمقصد سياحي آمن ومرحب بالسياح.

ثالثاً: أفاق البحث:

من خلال دارستنا لهذا الموضوع وجدنا أنه يتضمن مفاهيم كثيرة ومتشعبة، ونرى أن هناك إمكانية مواصلة البحث في جوانب أخرى ذات صلة بموضوع الدراسة، وقد تجلت فيما يلي:

- القيم المرغوبة في المجتمعات المحلية بالنسبة للسياح.
- تأثير التراث الثقافي للمجتمعات المحلية على الجذب السياحي.
- دور القيم الدينية والأخلاقية في تحقيق الجذب السياحي.

قائمة المراجع

1- باللغة العربية

(أ) الكتب:

1. إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
2. أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، ط1، دار الفكر الجامعي للنشر، مصر، 2008.
3. إسماعيل محمد علي، اقتصاديات السفر والسياحة، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
4. أسيا محمد امام الأنصاري وإبراهيم خالد عواد، ادارة المنشآت السياحية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
5. أمينة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
6. جابر نصر الدين، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006.
7. خالد مصطفى قاسم، ادارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، ب ط، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2007.
8. سعاد جبر سعيد، القيم العالمية وأثرها في السلوك الإنساني، ط1، جدارا للكتاب العالمي، عمان، الأردن، 2008.
9. سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم، ط1، دار إيتراك للنشر والتوزيع، هوليبوليس، جامعة المنوفية، مصر، 2004.
10. طاهر بوشلوش، التحولات الاجتماعية والاقتصادية وأثارها على القيم في المجتمع الجزائري - دراسة ميدانية تحليلية لعينة من الشباب الجامعي-، ط1، بن مرابط للنشر والطباعة، الجزائر، 2008.
11. طاهر منصور الغالبي، محمد صبحي إدريس، الإدارة الإستراتيجية من منظور منهجي متكامل، ب ط، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن.
12. عامر مصباح، التنشئة الاجتماعية والسلوك الإنحرافي لتلميذ المدرسة الثانوية، ب ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
13. عبد الإله أبو عياش وآخرون، مدخل إلى السياحة بالأردن بين النظرية والتطبيق، ط1، دار الوراق للنشر والتوزيع، الاردن، 2007.
14. عبد الاله أبو عياش، مدخل الى السياحة في الأردن، ب ط، دار الوفاء للطباعة والنشر، مصر، 2007.
15. علي عبد الحميد أحمد، التحصيل الدراسي وعلاقته بالقيم الإسلامية التربوية، ط1، مكتبة حسن العصرية، لبنان، 2010.
16. فوزية ذياب، القيم والعادات الاجتماعية، ب ط، دار النهضة العربية، لبنان، 1980.

17. كلود ليفي ستراوس، الفكر البري، ترجمة: نظير جاهل، ط2، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1987.
 18. ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
 19. ماجد زكي الجلال، تعلم القيم وتعليمها، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
 20. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، ب ط، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
 21. محمد أحمد بيومي، علم إجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، ب ط، الإسكندرية، مصر، 2002.
 22. محمد عباس إبراهيم، السياحة والموروث الحضاري دراسة في أنثروبولوجيا السياحة، ب ط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006.
 23. مراد زعيبي، علم الاجتماع رؤية نقدية، ب ط، مؤسسة الزهران للفنون المطبعية، الجزائر، 2004.
 24. مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، ط1، دار رسلان للنشر والتوزيع، سوريا، 2009.
 25. معلوف لويس، المنجد في اللغة والإعلام، ط19، دار المشرق، لبنان، 1956.
 - نعيم الظاهر، إلياس سراب، مبادئ السياحة، ط1، المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001.
 26. نعيمة محمد محمد، التنشئة الاجتماعية وسمات الشخصية، ط1، دار الثقافة العلمية، مصر، 2002.
 27. نورهان منير حسين فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الإجتماعية، ب ط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1999.
- (ب) المقالات:

1. إدير معياش، واقع السياحة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات الإفريقية، المجلد3، العدد05، جامعة الجزائر02، 2016، ص ص 81-106.
2. بوخريسة بوبكر، المفاهيم والعمليات الأساسية في علم النفس الاجتماعي، ب ط، منشورات جامعة باجي مختار، الجزائر، 2006.
3. جيهان عبد العال سلطان، دراسة التراث الاجتماعي النوبي كعنصر جذب سياحي، مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، المجلد2، العدد1، معهد الحجاز، القاهرة، مصر، 2022.
4. حاتم عبد المنعم وآخرون، دراسة لبعض المتغيرات الاجتماعية والثقافية المؤثرة في السياحة الوافدة- دراسة مقارنة بين شرائح ثقافية متباينة، مجلة العلوم البيئية، المجلد42، العدد3، جامعة عين الشمس، مصر، 2017.
5. عامر هوام، العوامل المؤثرة في اختيار السائح للوجهة السياحية، مجلة اقتصادات شمال إفريقيا، المجلد18، العدد28، جامعة العربي التبسي، الجزائر، 2022.

6. عبد السميع صبري، التسويق السياحي والفندقي: أسس علمية وتجارب عربية، ب ط، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، مصر، 2006.
 7. عيسى، محمد رفقي، توضيح القيم أم تصحيح القيم، المجلة التربوية، المجلد 1، العدد 3، الكويت، 1995.
 8. محمد سعود السرحان، الصراع القيمي لدى الشباب العربي، منشورات وزارة الثقافة، الأردن، 1994.
 9. نادية بن سالم، حمزة مزيان، العوامل المؤثرة في تكوين الصورة السياحية لمقصد سياحي : دراسة ميدانية على عينة من سياح مدينة بجاية، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 23، العدد 02، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2019.
- (ت) الرسائل الجامعية:
1. أم الخير بن عثمان، تأثير القيم الإجتماعية على الفعل التنظيمي لدى العامل الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص المنظمات والمناجمنت والإتصال، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أدرار، الجزائر، 2016.
 2. حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص نقود مالية وبنوك، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر، 2006.
 3. رابح العايب، نبيل منيع، دور قيم المجتمعات المحلية في تحقيق الجذب السياحي-ولاية جيجل نموذجا-، مذكرة ماستر، تخصص تسويق فندقي وسياحي، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر، 2019.
 4. سفيان فنيط، تحليل إدارة المشاريع العمومية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2016-2017.
 5. صالح بزة، تنمية السوق السياحية بالجزائر، رسالة ماجستير، تخصص علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2006.
 6. عائشة دواح، دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010.
 7. عبد الحفيظ مسكين، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي، رسالة ماجستير، تخصص التسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، الجزائر، 2010.
 8. العربي، حران، تغير القيم الإجتماعية والأخلاقية لدى الشباب المتعاطي للمخدرات، رسالة ماجستير، تخصص التغير الإجتماعي، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2008.

ث) المواقع الالكترونية:

1. إبراهيم العبيدي، مفهوم القيم الاجتماعية، يوم 2022/05/28، على الساعة: 16:44، نقلا عن الموقع: <https://mawdoo3.com/>
2. أحمد القدور، القيم الثقافية والتنمية البشرية، يوم: 2022/05/10، على الساعة: 18:45، نقلا عن الموقع: <https://albahth.yoo7.com/t323-topic>
3. صفاء جو، ماهي خصائص ومصادر القيم الإجتماعية؟، يوم: 2022/05/27، على الساعة: 04:20، نقلا عن الموقع: <https://www.methaal.com/articles/index?id=9148&id=9148>
4. طارق محمد حيان، معنى القيم الثقافية، يوم: 2022/05/28، على الساعة: 23:17، نقلا عن الموقع: <https://ar.warbletoncouncil.org/valores-culturales-1916>
5. طلال خالد الفضل، القيم والسلوك الإنساني، يوم 2022/05/13، على الساعة: 03:24، نقلا عن الموقع: <https://kenanaonline.com/users/PLAdminist/posts/945073>
6. علي تعوينات، القيم، مفهومها، نشأتها واكتسابها، يوم: 2022/05/28، على الساعة: 03:07، نقلا عن الموقع: https://educapsycho.blogspot.com/2018/08/blog-post_37.html

2- باللغة الأجنبية

أ) الكتب:

1. Alain Mesplier, Durafour bloc pierre, **le tourisme dans le monde**, France, 2000.
2. R.Boudon، F.Bourricaud, **Dictionnaire Critique de la Sociologie**, paris,1983.
3. Robert Hanis and joy Haward, **Dictionary of travel, tourism and hospitality terms**, Tud03, Australia, 1996.

ب) المقالات:

1. Tanja Salamon, Marko koscak, borut Vojinovic, **Influencing collective moral judgement by changing ethical culture in tourism industry: The case of Slovenia**, Original scientific paper, vol 64, N 2, Slovenia, 2016.

الملاحق

الملحق رقم (01): الإمتحان قبل التحكيم

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
إمتحان بحث لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية
تخصص: تسويق فندقي وسياحي

إمتحان

تحية طيبة وبعد..

في سياق إعدادنا لمذكرة ماستر تخصص تسويق فندقي وسياحي بعنوان "دور القيم الاجتماعية والثقافية في تحقيق الجذب السياحي: دراسة حالة ولاية -جاية-"، تم تصميم الإمتحان الذي بين أيديكم، إذ نلتمس منكم المساهمة الجادة في انجاح هذه الدراسة، بتخصيص جزء من وقتكم للإجابة على الأسئلة الموجودة بكل موضوعية، مما يساعدنا في الوصول الى نتائج أكثر دقة، وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيكم.

علما بأن هذه المعلومات ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

شكرا لحسن تعاونكم.

إشراف الأستاذة:

❖ سليمة بوتاعة

من إعداد الطالبين:

- مراد عبد الرؤوف
- طموزة زكرياء

السنة الدراسية: 2021-2022

البيانات الشخصية

أ- الجنس:

ذكر أنثى

ب- السن:

30 سنة فأقل من 31-40 سنة
 من 41-50 سنة أكبر من 50 سنة

ت- المستوى التعليمي:

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

ث- الحالة العائلية:

أعزب متزوج أخرى

ج- الحالة العملية:

طالب موظف أعمال حرة بطال متقاعد

د- مكان الإقامة (الولاية):

ساحلية داخلية صحراوية

هـ- عدد الزيارات لولاية بجاية:

مرة واحدة مرتان ثلاث مرات فأكثر

البعد الأول : القيم الاجتماعية

اقتراحكم	الصياغة اللغوية		إنتماء العبارة للبعد		مدى قياس العبارة للبعد		العبارة
	غير سليمة	سليمة	غير منتمية	منتمية	لا تقيس	تقيس	
							1- يتميز السكان المحليين بحسن الضيافة
							2- يتميز الجو العام في الولاية بالهدوء والامان
							3- يمكنني أن أتجول رفقة العائلة دون أن أتعرض لأي مضايقات
							4- أشعر بأنني جزء من السكان المحليين
							5- يتصرف أفراد المجتمع المحلي بسلوك حضاري بعيدا عن النرفة
							6- يحرص أفراد المجتمع المحلي على احترام الأماكن الدينية والمقدسة
							7- يبادر السكان المحليين الى توجيهي عند حاجتي إليهم
							8- أجد سهولة في التواصل مع أفراد المجتمع المحلي
							9- تشهد الولاية حفلات ومهرجانات عائلية محترمة
							10- السمعة الايجابية لأفراد المجتمع المحلي شجعتني على الزيارة
							11- أسلوب تعامل أفراد المجتمع المحلي مع السياح أحد أسباب اختياري للولاية
							12- يتميز أفراد المجتمع المحلي بميزة أخلاقية ينفردون بها عن العديد من المقاصد السياحية الأخرى

البعد الثاني: القيم الثقافية

اقتراحكم	الصياغة اللغوية		إنتماء العبارة للبعد		مدى قياس العبارة للبعد		العبارة
	غير سليمة	سليمة	غير منتمية	منتمية	لا تقيس	تقيس	
							1- يحافظ المجتمع المحلي على اللباس التقليدي
							2- تقام في الولاية معارض للفنون الشعبية
							3- يحرص افراد المجتمع المحلي على إحياء العادات وتقاليد الخاصة بهم
							4- زاد اهتمامي بتحسين سلوكي في التعامل مع الأماكن السياحية من خلال زيارتي للولاية
							5- تقام في الولاية حفلات وسهرات خاصة بالأطفال والعائلات
							6- اشعر بالاستمتاع عند زيارتي للمواقع السياحية والأثرية
							7- تساهم المهرجانات التي تقام بالولاية في توافد السياح
							8- تساهم المعارض المقامة بالولاية في توافد السياح
							9- يحافظ افراد المجتمع المحلي على الأماكن السياحية والمواقع الأثرية
							10- يساهم المرشدين السياحيين في التعريف على المواقع الأثرية والحفاظ عليها
							11- تساهم الجمعيات الثقافية في انجاح الموسم السياحي

الملحق رقم (02): القائمة الإسمية للمحكمن على الإستبانة

الجامعة	الإسم واللقب
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل	بلال هري
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل	اعمر بولحية
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل	صفية درويش
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل	فتيحة غريبي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل	محمود كبيش

الملحق رقم (03) الإستبيان بعد التحكيم

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
إستبانة بحث لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية
تخصص: تسويق فندقي وسياحي

إستبيان

تحية طيبة وبعد..

في سياق إعدادنا لمذكرة ماستر تخصص تسويق فندقي وسياحي بعنوان "دور القيم الاجتماعية والثقافية في تحقيق الجذب السياحي: ولاية بجاية نموذجا"، تم تصميم الاستبيان الذي بين أيديكم، إذ نلتمس منكم المساهمة الجادة في انجاح هذه الدراسة، بتخصيص جزء من وقتكم للإجابة على الأسئلة الموجودة بكل موضوعية، مما يساعدنا في الوصول الى نتائج أكثر دقة، وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيكم.

علما بأن هذه المعلومات ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

شكرا لحسن تعاونكم.

إشراف الأستاذة:

❖ د. سليمة بوتاعة

من إعداد الطالبين:

- عبد الرؤوف مراد
- زكرياء طموزة

السنة الدراسية: 2021-2022

البيانات الشخصية

أ- الجنس:

 ذكر أنثى

ب- السن:

 30 سنة فأقل من 31-40 سنة من 41-50 سنة أكبر من 50 سنة

ت- المستوى التعليمي:

 ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

ث- الحالة العائلية:

 أعزب متزوج أخرى

ج- الحالة العملية:

 طالب موظف أعمال حرة بطال متقاعد

د- عدد الزيارات لولاية بجاية:

 مرة واحدة مرتان ثلاث مرات فأكثر

البعد الأول : القيم الاجتماعية

موافق بشدة	موافق	محايد	غ موافق	غ موافق بشدة	العبرة
					1- يتميز السكان المحليين للولاية بحسن الضيافة.
					2- يتميز الجو العام في ولاية بجاية بالهدوء والأمان.
					3- يمكنني أن أتجول برفقة العائلة دون أن أتعرض لأي مضايقات.
					4- أشعر بأنني جزء من السكان المحليين للمنطقة.
					5- يتصرف أفراد مجتمع ولاية بجاية بسلوك حضاري بعيدا عن النرفزة.
					6- يحرص أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية على احترام الأماكن الدينية والمقدسة.
					7- يبادر سكان الولاية الى توجيهي عند حاجتي إليهم.
					8- أجد سهولة في التواصل مع أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية.
					9- تشهد ولاية بجاية حفلات ومهرجانات عائلية محترمة.
					10- السمعة الايجابية لأفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية شجعتني على الزيارة.
					11- أسلوب تعامل أفراد المجتمع المحلي مع السياح أحد أسباب اختياري لهذه الولاية.
					12- يتميز أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية بميزة أخلاقية ينفردون بها عن العديد من المقاصد السياحية الأخرى.

البعد الثاني: القيم الثقافية

موافق بشدة	موافق	محايد	غ موافق موافق	غ موافق بشدة	العبارة
					1- يحافظ المجتمع المحلي على اللباس التقليدي.
					2- إخترت ولاية بجاية لما يقام فيها من معارض للفنون الشعبية.
					3- يحرص أفراد مجتمع ولاية بجاية على إحياء العادات والتقاليد الخاصة بهم.
					4- زاد إهتمامي بتحسين سلوكي في التعامل مع الأماكن السياحية من خلال زيارتي لهذه الولاية.
					5- تقام في ولاية بجاية حفلات وسهرات خاصة بالأطفال والعائلات.
					6- أشعر بالاستمتاع عند زيارتي للمواقع السياحية والأثرية الموجودة في المنطقة.
					7- تساهم المهرجانات التي تقام في ولاية بجاية في توافد السياح.
					8- تساهم المعارض المقامة بالولاية في توافد السياح.
					9- يحافظ أفراد المجتمع المحلي لولاية بجاية على الأماكن السياحية والمواقع الأثرية.
					10- تساهم الجمعيات الثقافية في إنجاح الموسم السياحي.

الملحق رقم (04): الصدق الداخلي لأداة الدراسة

الصدق الداخلي لعبارات بعد القيم الإجتماعية

		1. يتميز السكان. الصدق الداخلي	2. يتميز العوام في ولاية بجاية بالهدوء والامان	3. يمكنني ان اقول في ثقة العلة دون ان اتمرن على مصيقات	4. اتمرن دائما جزء من المنطقة	5. تصرف افراد مجتمع ولاية بجاية بعدا بطوك حضاري بعدا عن القرابة	6. يحرس افراد المجتمع المحلي لولاية بجاية على احترام الاشكال الدينية والعقائد	7. ينادر سكان الولاية في من ترحيبهم عند حاجتي اليهم	8. اجد سهولة في التراسل مع افراد المجتمع المحلي لولاية بجاية	9. تشييد ولاية بجاية في عطلات ومهرجانات عائلية مستمرة	10. السمة الاجتماعية للمحلي لآثار المجتمع المحلي لولاية بجاية تمنحني على الازالة	11. اثارو لدمامل افراد المجتمع المحلي مع الفرح اذ اديت لولاية بجاية تمنحني اشغوري لولاية الازالة	12. يتميز افراد المجتمع المحلي لولاية بجاية بجزء داخلية يتفرون بها عن العديد من المقاعد السياحية الأخرى
الصدق الاجتماعي	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	1 .521 30	.401 .028 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.672 0,000 30	.534 0,002 30	.665 0,000 30	.502 0,005 30	.720 0,000 30	.753 0,000 30	.508 0,004 30	
1. يتميز السكان المحليين لولاية بجاية	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.521 0,003 30	1 .216 30	.401 0,028 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.534 0,002 30	.665 0,000 30	.502 0,005 30	.720 0,000 30	.753 0,000 30	.508 0,004 30	
2. يتميز العوام في ولاية بجاية بالهدوء والامان	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.401 0,028 30	1 .216 30	.401 0,028 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.534 0,002 30	.665 0,000 30	.502 0,005 30	.720 0,000 30	.753 0,000 30	.508 0,004 30	
3. يمكنني ان اقول في ثقة العلة دون ان اتمرن على مصيقات	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.605 0,000 30	.401 0,028 30	1 .216 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.534 0,002 30	.665 0,000 30	.502 0,005 30	.720 0,000 30	.753 0,000 30	.508 0,004 30	
4. اتمرن دائما جزء من المنطقة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.673 0,000 30	.401 0,028 30	.605 0,000 30	1 .216 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.534 0,002 30	.665 0,000 30	.502 0,005 30	.720 0,000 30	.753 0,000 30	
5. تصرف افراد مجتمع ولاية بجاية بعدا بطوك حضاري بعدا عن القرابة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.672 0,000 30	.401 0,028 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	1 .216 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.534 0,002 30	.665 0,000 30	.502 0,005 30	.720 0,000 30	
6. يحرس افراد المجتمع المحلي لولاية بجاية على احترام الاشكال الدينية والعقائد	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.534 0,002 30	.401 0,028 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.672 0,000 30	1 .216 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.534 0,002 30	.665 0,000 30	.502 0,005 30	
7. ينادر سكان الولاية في من ترحيبهم عند حاجتي اليهم	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.665 0,000 30	.401 0,028 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.672 0,000 30	.534 0,002 30	1 .216 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.534 0,002 30	.665 0,000 30	
8. اجد سهولة في التراسل مع افراد المجتمع المحلي لولاية بجاية	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.502 0,005 30	.401 0,028 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.672 0,000 30	.534 0,002 30	.665 0,000 30	1 .216 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.534 0,002 30	
9. تشييد ولاية بجاية في عطلات ومهرجانات عائلية مستمرة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.720 0,000 30	.401 0,028 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.672 0,000 30	.534 0,002 30	.665 0,000 30	.502 0,005 30	1 .216 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	
10. السمة الاجتماعية للمحلي لآثار المجتمع المحلي لولاية بجاية تمنحني على الازالة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.753 0,000 30	.401 0,028 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.672 0,000 30	.534 0,002 30	.665 0,000 30	.502 0,005 30	.720 0,000 30	1 .216 30	.605 0,000 30	
11. اثارو لدمامل افراد المجتمع المحلي مع الفرح اذ اديت لولاية بجاية تمنحني اشغوري لولاية الازالة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.508 0,004 30	.401 0,028 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.672 0,000 30	.534 0,002 30	.665 0,000 30	.502 0,005 30	.720 0,000 30	.753 0,000 30	1 .216 30	
12. يتميز افراد المجتمع المحلي لولاية بجاية بجزء داخلية يتفرون بها عن العديد من المقاعد السياحية الأخرى	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.508 0,004 30	.401 0,028 30	.605 0,000 30	.673 0,000 30	.672 0,000 30	.534 0,002 30	.665 0,000 30	.502 0,005 30	.720 0,000 30	.753 0,000 30	.508 0,004 30	

** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).
* . La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

الصدق الداخلي لعبارات بعد القيم الثقافية

		1. يحافظ المجتمع المحلي	2. اخترت ولاية بجاية لما يقام	3. يحرس أفراد مجتمع ولاية بجاية	4. زاد اهتمامي	5. تقام في ولاية بجاية حفلات	6. اشعر بالاستمتاع عند زيارتي	7. تساهم المهرجانات التي تقام	8. تساهم المعارض المقامة	9. يحافظ افراد المجتمع	11. تساهم الجمعيات
القيم الثقافية 0	Corrélati Sig. N	1 .541** 30	.643** .000 30	.558** .001 30	.554** .001 30	.611** .000 30	.626** .000 30	.819** .000 30	.710** .000 30	.647** .000 30	.737** .000 30
1. يحافظ المجتمع	Corrélati Sig. N	.541** 0,002 30	1 .447** 30	.215 .013 30	.188 .320 30	.148 .434 30	.289 .121 30	.359 .052 30	.217 .250 30	.325 .079 30	.157 .408 30
2. اخترت ولاية بجاية	Corrélati Sig. N	.643** 0,000 30	.447** 0,013 30	1 .108 30	.100 .599 30	.357 .035 30	.347 .480 30	.462** .067 30	.385** .115 30	.209 .055 30	.376** .030 30
3. يحرس أفراد مجتمع	Corrélati Sig. N	.558** 0,001 30	.447** .215 30	.100 .299 30	1 .357 30	.357 .053 30	.326 .079 30	.299 .109 30	.316 .137 30	.217 .249 30	.340 .066 30
4. زاد اهتمامي	Corrélati Sig. N	.554** 0,001 30	.447** .215 30	.100 .299 30	.357 .053 30	1 .300 30	.347 .060 30	.462** .010 30	.385** .036 30	.209 .267 30	.376** .040 30
5. تقام في ولاية بجاية	Corrélati Sig. N	.611** 0,000 30	.447** .215 30	.100 .299 30	.357 .053 30	.300 .107 30	1 .068 30	.337 .014 30	.446** .013 30	.365** .048 30	.479** .007 30
6. اشعر بالاستمتاع	Corrélati Sig. N	.626** 0,000 30	.447** .215 30	.100 .299 30	.357 .053 30	.347 .107 30	.462** .060 30	1 .008 30	.605** .008 30	.488** .006 30	.544** .002 30
7. تساهم المهرجانات	Corrélati Sig. N	.819** 0,000 30	.447** .215 30	.100 .299 30	.357 .053 30	.347 .107 30	.462** .060 30	.605** .008 30	1 .000 30	.812** .020 30	.593** .001 30
8. تساهم المعارض	Corrélati Sig. N	.710** 0,000 30	.447** .215 30	.100 .299 30	.357 .053 30	.347 .107 30	.462** .060 30	.605** .008 30	.812** .000 30	1 .026 30	.491** .006 30
9. يحافظ افراد	Corrélati Sig. N	.647** 0,000 30	.447** .215 30	.100 .299 30	.357 .053 30	.347 .107 30	.462** .060 30	.605** .008 30	.812** .000 30	.491** .026 30	1 .005 30
11. تساهم	Corrélati Sig. N	.737** 0,000 30	.447** .215 30	.100 .299 30	.357 .053 30	.347 .107 30	.462** .060 30	.605** .008 30	.812** .000 30	.491** .026 30	.504** .005 30

** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).
* . La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

الملحق رقم (05): اختبار الثبات (ألفا كرومباخ) لأبعاد الإستبيان

معامل ثبات بعد "القيم الإجتماعية"

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	30	100,0
Exclu ^a	0	,0
Total	30	100,0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,841	12

معامل ثبات بعد "القيم الثقافية"

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	30	100,0
Exclu ^a	0	,0
Total	30	100,0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,840	10

ألفا كرونباخ الاستبيان ككل

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	30	100,0
Exclu ^a	0	,0
Total	30	100,0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,894	22

الملحق رقم (06): عرض وتحليل البيانات التعريفية لعينة الدراسة

الجنس

الجنس

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	128	56,4	56,4	56,4
أنثى	99	43,6	43,6	100,0
Total	227	100,0	100,0	

العمر

السن

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide سنة فأقل 30	153	67,4	67,4	67,4
من 31-40 سنة	40	17,6	17,6	85,0
من 41-50 سنة	26	11,5	11,5	96,5
أكبر من 50 سنة	8	3,5	3,5	100,0
Total	227	100,0	100,0	

المستوى التعليمي

المستوى التعليمي

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ابتدائي	6	2,6	2,6	2,6
متوسط	19	8,4	8,4	11,0
ثانوي	37	16,3	16,3	27,3
جامعي	165	72,7	72,7	100,0
Total	227	100,0	100,0	

الحالة العائلية

الحالة العائلية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide أعزب	159	70,0	70,0	70,0
متزوج	58	25,6	25,6	95,6
أخرى	10	4,4	4,4	100,0
Total	227	100,0	100,0	

عدد الزيارات لولاية بجاية

عدد الزيارات لولاية بجاية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide مرة واحدة	63	27,8	27,8	27,8
مرتان	47	20,7	20,7	48,5
ثلاث مرات فأكثر	117	51,5	51,5	100,0
Total	227	100,0	100,0	

الملحق رقم (07): نتائج التحليل الإحصائي لاختبار الفرضيات

نتائج إختبار فرضية وجود دور للقيم الإجتماعية في تحقيق الجذب السياحي

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
القيم الاجتماعية	227	3,4383	,59604	,03956

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
القيم الاجتماعية	11,080	226	,000	,43833	,3604	,5163

نتائج إختبار فرضية وجود دور للقيم الثقافية في تحقيق الجذب السياحي

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
القيم الثقافية	227	4,0173	,53782	,03570

	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
القيم الثقافية	28,498	226	,000	1,01728	,9469	1,0876