

دور المؤسسات التكوينية في نشر الوعي السياحي لدى المتكوّنين.

The role of the training companies in the spread of touristic consciousness of the trainees

فايزة ريال¹

¹ جامعة البويرة- الجزائر، f.rial@ univ-bouira.dz

تاريخ الاستلام: 2021/12/25 تاريخ القبول: 2022/01/01 تاريخ النشر: 2022/01/23

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور المؤسسات التكوينية في نشر الوعي السياحي لدى المتكوّنين. لقد أجريت الدراسة على عينة متكونة من (60) متكوّن (ة) في تخصصات السياحة والفندقة بين نمطي الاقامي والتمهين، باستخدام الاستبيان والمقابلة كأداة لجمع البيانات. وتم استخلاص عدة نتائج من أهمها: أنّ للمؤسسات التكوينية دور إيجابي في نشر الوعي السياحي لدى المتكوّنين لكن رغم ما تحتويه البرامج المعتمدة والمتماشية والبرامج الحديثة إلا أنّها متأثرة بذهنية الفرد الجزائري الذي يخضع دائما لأساليب التنشئة الاجتماعية التي يتلقاها.

كلمات مفتاحية: السياحة، الوعي السياحي، المؤسسات التكوينية، المتكوّنين.

Abstract:

The aim of the present study is to know the role of the training companies in the spread of touristic consciousness at the level of trainees. It was applied to a sample, a group of persons made up of (60) trainees, male and female in the diverse touristic and hotel specialties, residential and apprenticeship .Using as instrument the survey and the meeting for Data collection . At the end, we reached several results, the main important one is that the training companies plays a positive role in the spread of

touristic consciousness at the level of trainees. But in spite of the content of the approved programs which correspond to modern ones they still be affected by the mentality of the Algerian individual who is subject to the social growing up modes.

Keywords: Touristic , Touristic consciousness , training companies, trainees.

المؤلف المرسل: فايزة ريال

1. مقدمة:

تتجه الجزائر كغيرها من الدول النامية إلى مواكبة التنمية الاجتماعية والاقتصادية في كافة المجالات متطلعة بذلك إلى مسايرة وبناء اقتصاد قوي يتمشى وركب الدول الصناعية المتقدمة ويقتضي لبلوغ هذا الهدف ليس فقط الاستغلال والتحكم الأمثل في ثرواتها الطبيعية من بترول وغاز وإنما الأهم من ذلك الاهتمام باليد العاملة عن طريق التكوين الناجع نظريا وتطبيقيا لمسيرة التطورات والتغيرات الحاصلة وذلك بتكوين الأفراد الذين تسربوا من المؤسسات التربوية الرسمية أو الذين لم يسعفهم الحظ في مواصلة دراستهم قصد إدماجهم في الحياة العملية. حيث تعددت المؤسسات التكوينية إلا أنّ الهدف يبقى واحدا وهو تكوين الفرد فنيا وتقنيا يتمشى ومعطيات سوق العمل. (ريال، 2016-2017) وهكذا أصبح لزاما على المؤسسات التكوينية أنّ تساير التغيرات وتعمل على تلبية حاجات الاقتصاد الوطني المتفتح على اقتصاد السوق. ومن بين التخصصات المهنية التي نالت الاهتمام في هذه الدراسة السياحة.

تعتبر السياحة رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية، بين الأمم والشعوب وهي ناجمة عن تطور المجتمعات وارتفاع المستوى المعيشي للفرد واستغلال أوقات الفراغ ومصدر من مصادر الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات من خلال تدفق العملات الأجنبية، حيث شهدت

صناعة السياحة في الآونة الأخيرة تغيرات هامة وصفت بأنّها العملاق الاقتصادي في القرن العشرين والصناعة التصديرية الأولى والصناعة الخدمانية الثالثة في اقتصاد العالم بالقرن الحالي. (سعد، 1999).

كما تمثل السياحة المورد المالي الرئيسي في المجتمع، حيث تساهم عناصر النّمط التقليدي للحياة الاجتماعية (عمران - تغذية - لباس - حرف - أسواق- تعامل ...) في جلب الأجانب خصوصا أنّها تسهّل لهم الخوض في اغتراب ظرفي ومريح ويضيف سليمان مظهر أنّها تنظّم وتسيّر في نفس الوقت كل ما قد يقدم خدمة للزوار ويسهّل لهم الاستمتاع بالراحة والترويح (استقبال - نقل - فنادق- مطاعم - شواطئ...) ويبعد كذلك عن الساحة الاجتماعية العامة كل ما قد يؤدي السائح بأي صفة كانت (قاذورات - ضجيج - اعتداء ...) (مظهر، 2008). فلها دوراً فاعلاً ومهماً في العلاقات الإنسانية لأنّها ظاهرة طبيعية نابعة أصلاً من طبيعة الإنسان وفطرته وما تحويها من غرائز وحواس منذ خلقه. (بارزكة، 1968). لهذا فإنّ عنصر الوعي السياحي هو مؤثّر فاعل في عملية ترويج السياحة في أي منطقة من العالم فهو عامل مهم في توسع الأفق السياحي لدى السكّان في كيفية التعامل من قبلهم مع السائح المحلي أو الأجنبي الذي يسعى لتّعرف على الظواهر السياحية والتمتّع بالمناظر الطبيعية التي قد تشتهر بها مدينة عن مدينة أخرى، كذلك للتّعرف على تاريخ الشعوب من خلال المناطق والشواهد التاريخية والأثرية، إذ تتنوع في بلدنا الظواهر السياحية والتي بالإمكان استثمارها باتجاه الجانب السياحي لتكون رافداً آخر للاقتصاد الوطني. وفي هذا السياق يعرف صالح عودة وماهر الزيادات (2010) الوعي السياحي بأنّه إلمام الفرد بالجوانب الثقافية والاجتماعية والوجدانية حول السياحة بحيث يتشكل لديه كم كبير من المعلومات حول قطاع السياحة وامتلاكه قدر من المعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات

فايزة ربال

والقيم وتكوّن حسي بأهمية السياحة وكيفية تطويرها وطرائق الاهتمام بها، لتكوّن سلوكا رشيدا نحو السياحة. (رزوقي، 2021).

لذا يعد الوعي السياحي حالة من الإدراك والمعرفة بأهمية السياحة وأثارها المختلفة وقدرته على تهيئة المناخ الملائم لإيجاد مجتمع حاضن للسياحة وواع بقيمتها من أجل تحقيق أكبر عائد ممكن من النشاط السياحي واكتساب صورة سياحية جيدة لدى جميع الأفراد من خلال إدراك الأهمية الثقافية والاقتصادية والاجتماعية والدولية للوعي السياحي، فضلا عن الارتقاء بمستويات الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي والقطاع السياحي والسائحين. فإذا كانت الصورة التي سينقلها السائح جيدة وكانت معاملة الناس له لائقة سيشجّع الآخرين على الوفود إلى المنطقة أو البلد الذي زاره السائح وبالعكس إذا كانت الصورة عكس ذلك فإنّ هذا يؤثر على القدوم إلى تلك الدولة أو المدينة.

إنّ الدراسة الحالية لا تتجه لبحث وتحليل مضمون المؤسسات التكوينية ومكوناتها من برامج وتخصصات مهنية وآليات وأهداف، وإنّما التكوين المهني هو مجرد فضاء ومجال هذه الدراسة. ونحن من خلال هذه الورقة العلمية حول دور المؤسسات التكوينية في نشر الوعي السياحي قمنا بربطها مع شريحة اجتماعية هامة وهي شريحة المتكوّنين بالمعهد الوطني المتخصص في الفندقية والسياحة بالكرمة ولاية بومرداس. وعليه تمّ طرح التساؤل التالي:

- ما هو دور المؤسسات التكوينية في نشر الوعي السياحي لدى المتكوّنين؟
فرضية الدراسة:

- يتميز دور المؤسسات التكوينية في نشر الوعي السياحي لدى المتكوّنين بالإيجابية.

2. أهمية وأهداف الدراسة: تتلخص فيما يلي: الكشف عن دور المؤسسات التكوينية في نشر الوعي السياحي لدى المتكوّنين، التعرف على أهمية السياحة بكل

أنواعها في التخصصات المهنية الخاصة بالسياحة، محاولة الكشف عن الوعي السياحي عند شريحة مهمة من شرائح المجتمع وهم المتكونين لما لها من دور في المجتمع ولكونهم أداة للتطور الاجتماعي والثقافي والاقتصادي من خلال انخراطهم بعد تخرجهم في سوق العمل، كما تساهم هذه الدراسة في شد انتباه الباحثين إلى هذا النوع من البحوث لأجل التوسيع في أفراد العينة والتعرف على اتجاهات كل من المتكّون ومستشار التوجيه، وليس فقط المتكّون فيما يخص مدى مساهمة المؤسسات التكوينية في توفير الوعي السياحي للمتكّون.

3. تحديد المفاهيم:

1.3. الوعي: يبدو أنّ كلمة الوعي أخذت حظها من التطور في الاستعمال حتى صارت تستخدم بمعنى الفهم وسلامة الادراك ومع تعقد المصطلحات والمفاهيم أخذ مدلول (الوعي) يدخل العديد من المجالات النفسية والاجتماعية حيث عرف علماء النفس هذا المفرد بأنّه شعور كائن الحي بنفسه وما يحيط به و"الوعي" لديهم يعني مجموع ما يتحصل من الشعور والادراك والتزوع.(البكار، 2002).

2.3. الوعي السياحي: يعد مفهوم الوعي السياحي ضرورة لا غنى عنها لمختلف أفراد المجتمع لأنّه يمثل الوسيلة الفاعلة التي تحقق الفوائد المرجوة من النشاط السياحي وهو يسهم إسهاما فاعلا في تنمية السياحة بشتى أنماطها وتحقيق أهدافها الايجابية والتقليل من آثارها السلبية(آل سعود، 2010، ص71). كما يعرف الوعي السياحي بأنه: إدراك الفرد لمقومات الجذب السياحي سواء الطبيعية أو البشرية وفهمه لخصائص النشاط السياحي وأنواع السياحة، وتقييمه لفوائدها الاقتصادية وتقديره لمشروعات التنمية السياحية واحترامه للسائح وحسن معاملته وحفاظه على الثروات السياحية ومشاركته الايجابية في النشاط السياحي. (زكي، 2008:ص111). كما يعرف الوعي السياحي بأنه إحساس المجتمع المحلي بعائد قيمة السياحة بما ينعكس في المعرفة والفهم العميق للسياحة والحرص

فايزة ربال

على المحافظة عليها والنظرة الواعية لحاضرها ومستقبلها ممّا يؤدي إلى اكتساب الأفراد للسلوكيات والعادات السّوية في التعامل مع السّائح. (عيّاد، 2006، ص16).

3.3. السياحة: تعرف السياحة على أنّها ذلك النشاط الحضاري والاقتصادي والتنظيمي بانتقال الأفراد إلى بلد غير بلدهم وإقامتهم فيه لمدة لا تقل عن 24 ساعة لأيّ غرض ما عدا العمل الذي يدفع أجره داخل البلد المزار. (حمدي، 1996، ص15). كما تعرفها المنظمة العالمية للسياحة: على أنّها مجموعة من النشاطات التي يقوم بها الأفراد خلال السّفر والانتقال إلى الأماكن خارج محيطهم المعتاد بغرض الراحة أو لأغراض أخرى. (pierre et al. 2007) ويعرف فؤاد غضبان (2014) السياحة بأنّها نشاط يقوم به الفرد أو مجموعة أفراد يحدث عنه انتقال من مكان إلى آخر بغرض أداء مهمة معينة أو زيارة مكان معين، أو عدة أماكن أو بغرض الترفيه، وينتج عنه الاطلاع على حضارات وثقافات أخرى وإضافة معلومات ومشاهدات عديدة والالتقاء بشعوب وجنسيات متعددة. (رزقي، 2021)

4.3. المؤسّسات التكوينية: وهي المعاهد والمراكز التي يتأسّس ويتم فيها التعليم والتكوين المهنيين، فهي مؤسّسات أكاديمية تربوية تابعة في الجزائر لوزارة التعليم المهنيين، وتستقبل شباب تتراوح أعمارهم بين 16 و20 سنة فما فوق، حيث تتكفل بتعليمهم، بتكوينهم، وتدريبهم في حرف ومهن مختلفة بغية الحصول على شهادات مهنية ذات مستويات مختلفة. (سامعي، 2010-2011). ونحن في هذه الدراسة ركزنا على المعاهد (المعهد الوطني المتخصّص في الفندقية والسياحة بالكرمة ولاية بومرداس) نموذجاً.

5.3. التكوين المهني: يعرفه بوفلجة غياث بأنّه « مجموعة من النشاطات تهدف إلى ضمان الحصول على المعرفة والمهارات والاتجاهات الضرورية لأداء مهمة أو

مجموعة من الوظائف مع القدرة والفعالية في مجال من النّشاطات الاقتصادية المهنية» (بوفلجة، 2006، صفحة 03). كما يعرّف على أنّه تكوين نظري وتطبيقي في مختلف التخصصات المهنية حيث يوجه لكل من يرغب في اكتساب كفاءة مهنية حتى يتمكن من الدخول إلى عالم الشغل. (وزارة التكوين والتعليم المهنيين، 2000)

4. الدراسة الميدانية:

1.4. منهج الدراسة:

تعرف المناهج في البحث العلمي بأنّها «الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة موضوع البحث (تركي، 1984، ص 107). لهذا فقد تمّ اعتماد المنهج الوصفي باعتباره على حسب دالين ديوبولد فان يلائم طبيعة البحث الحالي كونه يلائم هذا النوع من المشكلات أكثر من غيره، فهو يتناول الواقع دون المساس بأي متغير في الموقف المدروس، والمناسب لطبيعة موضوع الدراسة. (دالين، 1990).

2.4. الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة:

1.2.4. الصدق الاستبتيان: تم عرض الاستبتيان في صورته الأولية المتكونة من (18) بنداً على مجموعة من الأساتذة المحكمين تمثلت في (05) أساتذة. وبعد الاطلاع على آراء المحكمين، أُجريت التعديلات اللازمة على الاستبتيان من حيث تعديل الصياغة اللغوية لبعض البنود وحذف البعض منها ليصبح عدد بنود الاستبتيان في صورته النهائية (16) بنداً.

2.2.4. ثبات الاستبتيان: لحساب الثبات تم تطبيق الاستبتيان على مجموعة من المتكوّنين مكونة من (16) متكوّن (ة) وتمّ استخدام طريقة التجزئة النصفية حيث تم تقسيم الاستبتيان إلى نصفين متساويين النصف الأول خاص بالأعداد الفردية والنصف الثاني بالأعداد الزوجية، ثم تمّ تطبيق معامل بيرسون فكانت النتيجة

فايزة ريال

الاستبيان يتمتع بثبات عال. $rp=0.68$ ثم تمّ تطبيق معادلة سبيرمان براون التصحيحية $rsp=0.82$ وعليه

3.4. خصائص أفراد العينة: شملت العينة: الجنس (ذكور- إناث)، المستوى الدراسي (نهائي)

التخصصات المهنية: تراوحت ما بين تخصصات السياحة وتخصصات الفنادق. وقد تم اختيار (60) متكوّن(ة) كأفراد للعينة حسب إمكانيات وقدرات الباحثة والوسائل المتاحة حيث اعتمدت الباحثة على علاقاتها الاجتماعية في توزيع الاستبيان بسبب الظروف الصحية التي تعيشها البلاد (كوفيد19).

4.4. الدراسة:

المجال المكاني: المعهد الوطني المتخصص بالسياحة والفندقة بالكرمة ولاية بومرداس افتتح سنة 2005.

المجال البشري: تكونت العينة من (60) متكوّن(ة).

5.4. التقنيات المستخدمة في الدراسة: استنادا إلى موضوع الدراسة وأهدافها وأسئلتها تم إعداد استبيان وقد تضمن :

الجانب الأول: بيانات شخصية تتمثل في الجنس، المستوى الدراسي، والتخصص المهني. ونمط التكوين.

الجانب الثاني: بيانات خاصة بالموضوع.

كما قمنا بإجراء مقابلات فردية مع بعض المبحوثين أين تمّ اللقاء بهم بالمعرض الخاص بالمؤسسات التكوينية الذي أقيم بدار الثقافة رشيد ميموني بولاية بومرداس، وكذا تم اللقاء ببعض الإداريين القائمين على المؤسسة التكوينية أين تمّ الحصول على إجابات لعدة تساؤلات مطروحة تدعم تحليل النتائج المتوصل إليها.

5. عرض وتفسير النتائج: جاءت النتائج على النحو التالي:

الجدول رقم (01): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الجنس	التكرارات	النسبة
ذكور	49	81.67%
إناث	11	18.33%
المجموع	60	100%

يتبيّن لنا من خلال معطيات الجدول رقم (01) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس والمقدرة نسبتهم بـ 81.67 % بالنسبة للذكور، أمّا بالنسبة للإناث قدرت نسبتهم بـ 18.33 % فكان التحاق كلا الجنسين بهذه المؤسسة التكوينية بدافع الحصول على عمل في الفنادق أو كدليل سياحي ومنهم من فضل تسيير وكالة سياحية ومنهم من يسعى لتسيير مطعم خاص. وفي هذا السياق توصلت دراسة عائشة بن صافية (2008) حول أثر المحددات الثقافية والمحيطية على تصور المشاريع المهنية لدى تلاميذ الأقسام النهائية، على عينة متكونة من (150) ذكرا و(250) أنثى، تراوحت أعمارهم ما بين 17- 20 سنة، يدرسون في تخصص علوم تجريبية، آداب وفلسفة، دفعة جوان (2008). أنّ هناك رغبة لدى الجنسين في ممارسة مهن ليبرالية، وأكثر حرية، وذات بعد اقتصادي هام أي تمثل ضمانا ماديا، حتى لدى الإناث فإنّ تصوراتهم المهنية كذلك اتجهت نحو الطابع الليبرالي، والانفتاح على المحيط الاقتصادي الذي بات يفرض تغيرات هيكلية عميقة، إلى جانب مهن ذات طابع كلاسيكي. كما تبين أنّ نسب النجاح تكشف عن أهمية وقيمة امتحان البكالوريا وحتى القيم الاجتماعية والاقتصادية المسندة إليه من طرف التلاميذ والمجتمع ككل. وتم تفسير ذلك على أساس أنّ مهنا مثل الفندقية أو مضيافة طيران عبّرت عنها الإناث بنسب هامة نظرا لرغبتهم في تجسيد طموحاتهم نحو الفردانية بالإضافة لعامل المستجدات الذي أصبح يعزز هذه الأدوار الجديدة للإناث، ومع ذلك فإنّ تصورات الإناث شهدت تداخلا بين الكلاسيكي والمؤثرات الجديدة، التي غزت المحيط والجرأة التي أصبحت

فايزة ربال

تتمتع بها الإناث أكثر من ذي قبل نظرا للنجاح الدراسي وتشجيع الأولياء لهذه الطموحات. (بن صافية، 2010) وبناء على ما سبق تبين لنا أنّ هناك فروقا بين الذكور والإناث في اختيار التخصص المهني فالإناث لا يخترن التخصصات المهنية التي يقبل عليها الذكور كالبناء والميكانيك والصيد. وهذا راجع لتدنية الاجتماعية، فخوف الإناث من حكم ورفض المجتمع لهن جعلهن يبتعدن عن هذا النوع من التخصصات المهنية، وهذا ما يوافق دراسة (Horner 1970). غير أنّ الإناث في الوقت الحالي تمكّن من التخلص من هذه الأحكام في بعض التخصصات المهنية كالزراعة، الوكالات السياحية، دليل سياحي...، وهذا نتيجة الخبرات المكتسبة عن طريق التواصل بواسطة الشبكات الاجتماعية بالمجموعات المجاورة، ممّا سمح لهن أن تكن مسيرات لمستثمرتهن الخاصة سواء بالزرع وتقليم الأشجار أو تربية الحيوانات أو إنشاء وكالة سياحية باعتماد وسائل حديثة تسهل نشاطهن، وهذا بدافع إثبات الذات وتحقيق مكانة اجتماعية.

فعامل تحقيق المكانة الاجتماعية والاقتصادية أصبح له تأثير على كلا الجنسين فالذكور نظرا لطبيعتهم النفسية، فهم يهتمون بالامتيازات المادية والمعنوية التي سيحققها التخصص المهني المختار غير مهتمين بالجانب العاطفي، فهم مستعدين للانتقال من مركز إلى آخر أو من تخصص إلى آخر، خاصة إذا تعلّق الأمر بتخصص مرغوب فيه، ممّا سيؤثر ايجابيا على دافعيتهم، بينما بالنسبة للإناث (اللواتي تركزن اهتمامهن على العلاقات الاجتماعية)، فإنّ دافعيتهم أيضا تتأثر بدافع تحقيق المكانة الاجتماعية والاقتصادية، غير أنّ المردود المادي من المهنة كان مهما عند الذكور أكثر من الإناث، ويفسّر ذلك بكثرة الأعباء المادية الملقاة على عاتق الذكور في المجتمع، فهم أكثر مسؤولية بتوفير الدخل للملائم سواء بالإنفاق على أنفسهم وعلى أسرتهن في المستقبل. وهو أمر كان غير مطلوب من

الإناث اللواتي قد تعتمدن على آبائهن وإخوانهن أو أزواجهن في التكاليف الدراسية أو غيرها وهذا ما جعلهن أقل تقديرا للدوافع الاقتصادية من تقدير الذكور.

الجدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب نمط التكوين.

النسبة	التكرارات	نمط التكوين
75 %	45	إقامي
25 %	15	تمهين
100 %	60	المجموع

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول رقم (02) تحول توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نمط التكوين والمقدرة نسبتهم ب 75% بالنسبة لنمط إقامي أما في نمط التمهين قدرة نسبتهم ب 25% . وفي هذا السياق بين (1986) Clémence and al من خلال دراسة تحليلية نفسية اجتماعية لعملية الالتحاق بالتمهين حسب ماهي مدركة من طرف (1367) متمهن في إحدى مراكز التكوين المهني بسويسرا، أنّ الأفراد الذين يتابعون تخصصات ذات مكانة اجتماعية ومهنية معتبرة كالتخصصات ذات الطابع التقني ينسبون التحاقهم بالتمهين إلى اختيار شخصي، حيث تحركهم دوافع عالية بالمقارنة مع المتمهين في تخصصات ذات اعتبار اجتماعي منخفض كتخصص البناء والميكانيك تحركهم دوافع قاعدية (كالحاجات المادية)، ويبررون التحاقهم بالتمهين إلى اختيار غير شخصي. (تزرولت، 1996-1997). يمكن القول، أنّه لاشك في وجود علاقة بين تأثير الأنماط التربوية الأسرية واختيار التخصص المهني الذي يتصوره المتريص لنفسه، فكل السلوكيات التي يتلقاها الأبناء في الوسط الأسري تساعد على تنمية الميل المهني، فهي تبث فيهم دوافع اختيارهم سواء ذكورا أم إناثا. فللأباء دور في تكوين الطموح المهني للأبناء، ممّا يؤثر على مستوى دافعيّتهم فهناك من الأبناء (ذكور أو إناث) من يتشبه بمهنة آبائهم، وهذا إما لإسعادهم، أو خوفا من غضبهم وضغطهم .

فايزة ريال

الجدول رقم (03): يبين ما مدى كفاية المناهج لنشر الوعي السياحي لدى المتكويين.

النسبة	التكرارات	كفاية المناهج لنشر الوعي السياحي لدى المتكويين.
85 %	51	نعم
15 %	09	لا
100 %	60	المجموع

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول رقم (03) حول مدى كفاية المناهج لنشر الوعي السياحي لدى المتكويين. أنّ نسب 85 % من المتكويين يرون أنّ المناهج كافية لنشر الوعي السياحي مقابل نسبة 15 % من المتكويين يرون أنّ هذه المناهج التي يتلقونها غير كافية وأرجعت الباحثة ذلك إمّا لفرص سمحت لهم بالخروج إلى الدول الأجنبية والتعرف على نوع الخدمات السياحية الممارسة وإمّا لاطلاعهم عن طريق استخدام الانترنت في الكشف عن التكوين في المجال السياحي والفندقي.

الجدول رقم (04): يبين ما مدى اهتمام المتكويين بتعلم اللغات الأجنبية .

النسبة	التكرارات	مدى اهتمام المتكويين بتعلم اللغات الأجنبية
78.33 %	47	نعم
21.67 %	13	لا
100 %	60	المجموع

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول رقم (04) ما مدى اهتمام المتكويين بتعلم اللغات الأجنبية أنّ نسبة 78.33 % من المتكويين أبدوا اهتماما بتعلم اللغات الأجنبية مقابل 21.67 % من المتكويين لم يبدوا اهتماما بتعلم اللغات الأجنبية. وفي هذا السياق قدم طبيب مولود مقال حول دور تعلم اللغات الأجنبية في تحسين نوعية التكوين سنة (2019) تضمن فوائد تعلم اللغات

دور المؤسسات التكوينية في نشر الوعي السياحي لدى المتكوّنين.

الأجنبية من الناحية الطبية، الاجتماعية، الثقافية، النفسية، الاقتصادية، والمتمثلة في أنّها: ترفع معدل ذكاء الفرد، تقي من الإصابة بالزهايمر، البقاء على تواصل مع العالم الخارجي، إقامة علاقات اجتماعية جديدة، تعزيز القدرة على حل المشكلات والتفكير المنطقي، زيادة الثقة بالنفس، التعمق في تاريخ الشعوب، تشكيل جسور بين الثقافات الأخرى. (طبيب، 2019، ص 17-18).

كما تبين من خلال المقابلة التي أجريت مع بعض مسؤولي المؤسسة التكوينية أنّ هناك أربعة لغات يتلقاها المتربصين بالمعهد الوطني المتخصص في السياحة والفندقة والمتمثلة في: العربية- الفرنسية- الانجليزية- الألمانية. وفي نفس السياق أضاف أغلبية المبحوثين أنّهم يقومون بإضافة ساعات لتدعيم تعلم لغة أجنبية في المدارس الخاصة التي يشهدون فيها نقصا وهذا استعدادا لمواجهة أي صعوبات في الاتصال مع الأجانب في مختلف التخصصات المهنية المسجلين فيها. لذا يمكن القول أنّ الشباب المتربص بمعاهد التكوين المهني على علم بأنّهم يعيشون في عالم سريع الخطى، يحتاجون العمل على مواكبة هذا التطور برفع الكفاءة في اللغات الأجنبية، فهي استثمار حقيقي يجلب الكثير من الفرص وينمي الفرد شخصيا ومهنيا ويتيح الفرصة للوصول إلى متطلبات سوق العمل، كما يساعدهم على الاطلاع على مختلف الثقافات وكذا تنشيط العقل، زيادة القدرات الابداعية، وتعزيز القدرات الذكائية.

الجدول رقم (05): يبين ما مدى دراية المتكّونين بضرورة التمكن من

استخدام الانترنت في الأعمال السياحية.

النسبة	التكرارات	يبين ما مدى دراية المتكّونين بضرورة التمكن من استخدام الانترنت في الأعمال السياحية.
100%	60	نعم
00%	00	لا
100%	60	المجموع

فايزة ريال

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول رقم (05) ما مدى دراية المتكويين بضرورة التمكن من استخدام الانترنت في الأعمال السياحية أن نسبة 100% من المتكويين على دراية بضرورة التمكن من استخدام الانترنت في الأعمال السياحية لأجل مواكبة التطورات العالمية وبناء وتطور الصورة الذهنية باستخدام نماذج أجنبية للتمييز في كيفية تقييم المؤسسات السياحية والفندقية. وعلى حسب أشرف عبد الرحمن الرفاعي (2019) فإن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للترويج من قبل الشركات السياحية يساهم في تشكيل الصور الذهنية لشركة السياحة والأماكن السياحية على حد سواء، مما يزيد قدرتها على اكتساب المزيد من الزبائن الذين يشاركون في برامجها السياحية كنتيجة للمعلومات التي تتشكل لديهم. (الرفاعي، 2019). لذا يمكن القول أن استخدام شبكة الإنترنت تسهل على السائح الحصول على المعلومات عن المواقع السياحية، خاصة استخدام نظم المعلومات الجغرافية والإطلاع على الخدمات الفندقية وإمكانية الشراء والحجز داخل الفندق عن طريق المواقع الإلكترونية للمؤسسات السياحية والذي سهل اتخاذ القرار للسائح وخفض من درجة المخاطر التي كانت في السابق.

الجدول رقم (06): يبين ما مدى كفاية الوعي السياحي لدى المتكويين

لمواكبة التطور السياحي العالمي.

النسبة	التكرارات	مدى كفاية الوعي السياحي لدى المتكويين لمواكبة التطور السياحي العالمي.
91.67%	55	نعم
08.33%	05	لا
100%	60	المجموع

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول رقم (06) ما مدى كفاية الوعي السياحي لدى المتكويين لمواكبة التطور السياحي العالمي حيث قدرة نسبتهم ب91.67% من المتكويين لديهم وعي سياحي لمواكبة التطور السياحي العالمي إلى

دور المؤسسات التكوينية في نشر الوعي السياحي لدى المتكوّنين.

حد ما كونه يؤدي إلى تنوع المنتجات السياحية فضلا عن زيادة المنافسة في الأسواق السياحية العالمية... مقابل 08.33 % من المتكوّنين يرون أنّ وعيمهم السياحي غير كافي لمواكبة التطور السياحي العالمي وقد يرجع ذلك لتصوراتهم الذهنية الناتجة عن عدم القدرة على مقارنة الوضع الحالي لسياحة في الجزائر بالسياحة العالمية. وفي هذا السياق بيّنت علوان نور (2018) أنّ ميزة التحكم في اللغات الأجنبية تسمح للأفراد بتعزيز حضورهم واستقرارهم داخل الأسواق المحلية للدول الأخرى وبالتالي يتمكنون من نقل تجارب تلك الدول وخبراتهم إلى بلدانهم من أجل فتح مجالات جديدة للاستثمارات؛ فالصين مثلا تولى اهتماما كبيرا لتعليم مواطنيها اللغة الانجليزية بغرض تتبع ومواكبة السوق الدولي والأمريكي بصفة خاصة نفس الشيء يقال على تركيا التي أدخلت اللغة العربية مجددا إلى مناهجها التعليمية كلفة اختيارية ثانية، كما شجعت البلديات على استخدام اللغة العربية في المناطق السياحية المقصودة من طرف السياح العرب وهذا مؤشر على ثقل اللغات في العلاقات الاقتصادية بين الشعوب.(علوان، 2018). لذا يمكن القول أنّ المتكوّنين على وعي بأنّ تنامي الوعي السياحي في أي دولة سيعمل على إدراك أهمية السياحة ك مجال من المجالات المهمة في تنمية العلاقات الدولية وبذلك تتزايد قاعدة التفاهم الدولي؛ ممّا ينعكس في السلوكيات الايجابية الجيدة تجاه السائحين الوافدين وبالتالي يؤدي إلى زيادة حركة السياحة الوافدة في تلك الدولة.

الجدول رقم (07): يبين مدى وعي المتكوّنين بدور السياحة في تحقيق التنمية الاجتماعية.

النسبة	التكرارات	وعي المتكوّنين بدور السياحة في تحقيق التنمية الاجتماعية
100 %	60	نعم
00 %	00	لا

المجموع	60	% 100
---------	----	-------

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول رقم (07) مدى وعي المتكويين بدور السياحة في تحقيق التنمية الاجتماعية أنّ نسبة 100 % من المتكويين يرون أنّهم على وعي بدور السياحة في تحقيق التنمية الاجتماعية. وأرجعت الباحثة ذلك إمّا لفرص سمحت لهم بالخروج إلى الدول الأجنبية والتعرف على نوع الخدمات السياحية الممارسة وإمّا لاطلاعهم عن طريق استخدام الشبكات الاجتماعية. لذا يمكن القول أنّ للسياحة دور ايجابي في تحقيق التنمية الاجتماعية وذلك من خلال:

- توفير فرص العمل وحل مشكلة البطالة باعتبارها قطاع متعدد النشاطات والفروع.

- تحسين مستوى معيشة السكان سواء انعكس ذلك على المستوى المعيشي أو على المستوى الثقافي والأخلاقي للسكان وذلك لاحتكاكهم بالسياح من مختلف الجنسيات والديانات.

- تعمل على خلق وإيجاد تسهيلات ترفيهية وثقافية.

- تنمي لدى المواطن الشعور بالانتماء إلى وطنه.

وفي هذا السياق يبرز عبد الوهاب صلاح الدين الأهمية الاجتماعية للوعي السياحي من خلال كون النشاط السياحي المخطط تخطيطاً علمياً متوازياً يؤدي إلى تعميق العلاقات الاجتماعية بين السائحين وأفراد المجتمع المضيف، ممّا يشجع على التبادل الحضاري والعمل على حماية قيم المجتمع وتقاليده مع تشجيع الاختلاط الجيد بين السائحين والمواطنين لزيادة التفاعل والتبادل الحضاري بينهما ممّا يؤدي إلى بناء علاقات طيبة قائمة على التفاهم والاحترام والتعاون بين الأمم. ويضيف عبد الوهاب صلاح الدين أنّ الأهمية الاقتصادية للوعي السياحي تتجلى من خلال توفره على فوائد كزيادة الدخل القومي، وتدفع

العملات الأجنبية وتوفير فرص عمل لعدد كبير من العمالة وخلق فرص استثمارية جديدة وغيرها من الفوائد. (عبد الوهاب، 1992). دون أن ننسى أنّ السياحة توفر المعارف والخبرات والمهارات الثقافية المختلفة من خلال الاحتكاك الثقافي بين السائحين وسكان البلد المضيف وما تمده من معلومات ثقافية حول أي موقع من مواقع الجذب السياحي الثقافي.

الجدول رقم (08): يبين مدى وعي المتكويين بمؤشرات أخلاقيات المهنة لدى العاملين في القطاع السياحي.

النسبة	التكرارات	وعي المتكويين بمؤشرات أخلاقيات المهنة لدى العاملين في القطاع السياحي.
85%	51	نعم
15%	09	لا
100%	60	المجموع

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول رقم (08) وعي المتكويين بمؤشرات أخلاقيات المهنة لدى العاملين في القطاع السياحي بنسبة 85 % من المتكويين يرون أنهم على وعي بمؤشرات أخلاقيات المهنة لدى العاملين في القطاع السياحي، مقابل نسبة 15 % من المتكويين. فعلى حسب سعد ابراهيم حمد (2011) فإنّ أخلاقيات المهنة تعني الالتزام التام بأعلى المعايير والمواصفات في تقديم الخدمات والتعامل مع السّياح الذين يأتون من طيف واسع من المشارب والأصول المتباينة" ومن أهم المعايير الاخلاقية : الامانة، الاستقامة، الثقة، الولاء، العدالة، الاهتمام والاحترام، الالتزام، القيادة، السمعة والمعنويات، المحاسبة. (سعد، 2011) و في هذا السياق يوضّح الياسري، وهاب فهد (2012) أنّ نشر التوعية السياحية بكل وسائل الإعلام المختلفة ربما لا يفهمها إلاّ الطبقة المثقفة في المجتمع وقد تنحصر فيهم حتى وإن حاولت هذه الطبقة المثقفة التوضيح للصغار بأهمية هذا القطاع السياحي إلاّ أنّ هذا يكون أقل تأثيراً مقارنة

فايزة ربال

بغرس مفهوم التوعية السياحية في عقولهم منذ الصغر من خلال الأب والأم والمعلم في المدرسة فينمون وتنمو معهم مسؤولية الحفاظ على هذا الإرث العظيم، وتصبح أفكارهم قوية مستندة على قاعدة علمية رصينة لا تستطيع أي أفكار فاسدة أو تعبئة خاطئة اختراق هذه العقلية، فكلما ازدادت نضوجاً ازدادت قوة ومثانة. (الياسري، 2012)

الجدول رقم (09): يبين ما مدى مساهمة المتكوّن في توعية أسرته عن أهمية السياحة.

النسبة	التكرارات	مدى توعية المتكوّن لأسرته عن أهمية السياحة
70%	42	نعم
30%	18	لا
100%	60	المجموع

يتبيّن لنا من خلال معطيات الجدول رقم (09) حول مدى مساهمة المتكوّن في توعية أسرته عن أهمية السياحة. حيث قدرت نسبة 70 % من المتكوّنين أبدأ دورهم الايجابي نحو الأسرة ومدى مساهمتهم في نشر وتحسين صورة السياحة مقابل 30% من المتكوّنين لم يبدوا اهتماماً بذلك وقد يرجع ذلك لنقص الحوار الأسري. وفي هذا السياق يرى القرني (2008) أنّ تحاور الكبار مع الصغار في المنزل واحترام آرائهم وتشجيعهم على التعبير المستمر عن أنفسهم يساعد على بث الثقة بأنفسهم والتغلب على مخاوفهم التي تنشأ عن شعورهم بالضعف والعجز لذا فإنّه من المهم تدريب الناشئة على مهارات الحوار في مراحل عمرية مبكرة لتنمية القدرة على التفاعل الاجتماعي (ربال، 2018، ص 323).

لذا يمكن القول أنّ هناك التفاوت في إجابات المتكوّنين، فمنهم من يساهم في نشر الوعي السياحي بين أفراد أسرته وهذا من خلال الحوار الأسري الممارس بين أفرادها لتعرف على كيفية التعامل مع السائح المحلي أو الأجنبي

دور المؤسسات التكوينية في نشر الوعي السياحي لدى المتكوّنين.

والذين يساهمون في إكساب أسرهم صورة سياحية جيدة، بعد إدراكهم الأهمية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والدولية لسياحة والتي يرون أنّها أساسا للاقتصاد الوطني بدلا من الاعتماد فقط على البترول، إضافة إلى الراحة النفسية والجسدية التي يحظى بها شاغل هذه الوظيفة. إلا أنّ هناك من اعتبر هذا التكوين يدخل في خصوصياته ولا يستدعي الأمر منه أن يقوم بشرح وتبادل الحديث حول التخصص الممارس. وهذا ما يميّز الشخصية الجزائرية التي تتميز بكتمان انشغالها وتصرفاتها على الآخر وحتى على أفراد الأسرة. لا اعتبار أنّ هذا التخصص المهني مجرد وظيفة مستقبلية يتقاضى شاغلها دخل يضمن حياة كريمة بعيدا عن البطالة.

6. خاتمة:

من خلال تعرضنا لموضوع دور المؤسسات التكوينية في نشر الوعي السياحي لدى المتكوّنين، على عينة متكونة من (60) متكوّن (ة) بالمعهد الوطني المتخصص في الفنادق والسياحة. تمّ استخلاص ما يلي:

➤ تم التعرف على التخصصات المدرّسة في المعهد والتي تبين أنّها تشهد إقبالا كبيرا من طرف الشباب المتكوّن، فعلى حسب مدونة التخصصات 2012 La Nomenclature فإنّ هناك مجموعة من التخصصات:

السياحة: - الإنتاج والتسويق، التنشيط والتسيير السياحي، مرشد متاحف، وكالة سفر، المرشد السياحي المحلي.

الفندقة: - الاستقبال، الإيواء، الطبخ، إدارة الفندق، المطعم.

➤ مدة التكوين تصل إلى 30 شهرا بين النمطين الاقامي

Résidentiel والتهمين Apprentissage ويتوج هذا التكوين بشهادة تقني سامي T.S. مستوى 5. كما يشترط من المترشح مستوى السنة الثالثة ثانوي.

فايزة ريال

➤ كما تبين من خلال المقابلة التي أجريت أنّ البرامج الدراسية المعتمد عليها في التكوين المهني هي برامج محلية بدأ تطبيقها منذ سنة 2008/2007 ضمن برنامج التكوين المهني، بعد أن كان من قبل يتم تطبيق برنامج تكوين سويسري في هذا المجال.

➤ من خلال الحوار والمناقشة التي قمنا بها تبين أنّ إحدى الدورات وصل عدد المسجلين 700 مسجل تم أخذ 293 ناجح في الامتحان ثم تمّ تقسيم العدد على حسب التخصصات المتوفرة والتي حددت بـ 31 متكوّن في القسم الواحد تقريبا.

➤ وما ميّز هذه التخصصات سهولة الحصول على مراكز للقيام بالتربص الميداني في آخر فترة التكوين في مختلف الجهات الاقتصادية. فهناك مؤسسات تسيير الفنادق على المستوى الوطني تتكفل بإيجاد أماكن لتربص الميداني الخاص بالمتكّنين بسهولة، وهذا نتيجة أهمية هذه التخصصات وقلة الأفراد المتكّنين والمتكّنين الممارسين لها.

➤ كما تبين لنا وجود فروقات جنسية واسعة في الاتجاه نحو اختيار التخصص المهني، قد يكون نتيجة أنّ التخصصات التي يرغب فيها الذكور تختلف عن التخصصات التي ترغب فيها الإناث. إنّ للذكور خيارات واسعة ومتعددة تمنحهم فرصا مهنية كبيرة بغض النظر عن موقع تلك المهنة وطبيعتها حيث يمكنهم التعايش في مختلف مناطق الوطن. بينما الإناث يخترن التخصصات التي لها مستقبل يتناسب وطبيعتهم بحكم التكوين البيولوجي الذي تختلف فيه عن تكوين الذكر وهذا تكون الميول والظروف الاجتماعية دافعا لاختيار التخصص المهني المرغوب على حسب الجنس.

➤ فيما يخص مدى توفر الوعي السياحي للمتكوّنين تبين أنه مرتبط بالاستعداد النفسي والذهني لتطوير السياحة، لهذا فالبرامج التي يتلقاها المتكوّن تساهم في خلق نوع من الدافعية لديه حتى يندمج في التفكير السياحي.

➤ إنّ المؤسسات التكوينية المتخصصة في الفندقية والسياحة بقدر ما تعمل على نشر الوعي السياحي بين المتكوّنين تعمل في الأساس على تعديل سلوكياتهم، فالتنشئة الاجتماعية التي يمر بها المتكوّن تركت أثارها في نفسيته وقيمه وحتى في سلوكياته، لهذا نجد أنّ البعض يتخلى عن التريص لما يجد نفسه يقوم بمهام يجدها لا تتناسب وما تشرّبه من الأسرة كغسل الأواني أو يقوم بتعديل الكرسي للأشخاص المقبلين على طاولة الأكل، لهذا يمكن القول أنّ الفرد الجزائري ليس لديه الاستعداد لنجاح في الفندقية (الجانب الخدماتي) إلى حد ما. بمعنى ليس مهياً لاحتضان السياحة.

➤ إنّ للمؤسسات التكوينية دور إيجابي في نشر الوعي السياحي لدى المتكوّنين لكن رغم ما تحتويه البرامج المعتمدة والمتماشية وبرامج الحديثة إلا أنّها متأثر بذهنية الفرد الجزائري الذي يخضع دائما لأساليب التنشئة الاجتماعية التي تلقاها.

➤ تعتبر المؤسسات التكوينية وبما فيها المعاهد الوطنية المتخصصة في الفندقية والسياحة من بين أهم المؤسسات في الدولة التي تقوم على تطوير السياحة وهذا بناء على ما توفره من يد عاملة مؤهلة في جميع التخصصات المهنية التي تتماشى واحتياجات سوق العمل.

➤ كما تبين أيضا من خلال المقابلة أنّ المتكوّن(ة) حتى يلتحق بالتخصص المرغوب فيه لابد أن تتوفر لديه شروط على حسب التخصص المتوفر على مستوى المعهد. والمتمثلة في الناحية البدنية Physique، السلوكية والتقنية (الهيئة) Présentable ، الاستعداد لتخصص (الدافعية) La Motivation. ولما

فايزة ريال

طرح السؤال حول كيف يمكن الكشف عن مدى توفر هذه الشروط؟ في هذه الحالة يدخل دور مستشار التوجيه، فبعد أن يتم التسجيل والحصول على ملف المترشح كاملا ومتبوع بكشف النقاط لثلاثي الأخير من السنة الثالثة ثانوي يخضع المترشح لمقابلة مع مستشار(ة) التوجيه حيث يتم التحقق من وجود الخصائص التي تميّز المتكوّن في هذه التخصصات المهنية الخاصة بالسياحة والفندقة (الهيئة، الاستعداد، النشاط المهني (التفكير المنطقي). ثمّ يتم اجتياز امتحان كتابي أين يرتب المترشحين على حسب الاستحقاق ومدى توفر المقاعد البيداغوجية.

➤ أما فيما يخص التسرب فيرجع إلى عدة أسباب من أهمها: أنّ بعض المتكوّنين لا يجد ما هو منتظر من التخصص بسبب تأثير خارجي، فممكن يلتحق بالتكوين ولكنه بعد فترة يجد أنّه ليس بالتخصص الذي يتناسب وطموحاته ونظراته المستقبلية؛ وهناك من يلتحق بالتخصص لأجل الحصول على شهادة مدرسية تخلصه من الخدمة الوطنية؛ وهناك من ينزعج من شروط الإقامة الداخلية بالمعهد. وهناك من يرى أنّ المبلغ الذي سيتقاضاه في هذا النوع من الخدمات غير كافي لتلبية احتياجاته وتنشئة أسرة في ظل الظروف الاقتصادية التي يعيشها المجتمع الجزائري فيتجه إلى وظائف ذات الربح السريع، ولهذا يبقى التسرب ليس نتيجة البرامج المعتمدة وإنّما نتيجة للأهداف المسطّرة من قبل المتكوّن قبل التحاقه بالتخصص المهني.

الاقتراحات:

- تضمين المقررات الدراسية لمختلف المراكز والمعاهد التكوينية مواضيع عن السياحة وخاصة المؤسسات ذات العلاقة لأجل غرس التوعية والثقافة السياحية عند المتكوّنين.
- بناء ثقافة تربية داعمة للسياحة في مختلف المستويات الدراسية.
- نشر الوعي السياحي من قبل الهيئات التدريسية بين المتكوّنين في المؤسسات التكوينية وبين المتعلمين في مختلف الأطوار التعليمية للوصول إلى أعلى درجات الوعي والثقافة السياحية.
- وضع آليات تتضمن التوجه إلى التعليم السياحي بشكل يضمن للمتكوّن فرصة للتدريب العملي وزرع الرغبة لديه للعمل في المؤسسات السياحية في المستقبل وبمغريات مادية ومعنوية إذا ما أردنا الارتقاء بالحركة السياحية في بلدنا.

7. قائمة المراجع:

- 1- الرفاعي، أشرف عبد الرحيم،(2019)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج الإعلامي للسياحة في الاردن من وجهة نظر السائحين المحليين والعرب، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 2- آل سعود، سلطان بن سلمان، (2010)، السياحة في المملكة العربية السعودية ، سؤال وجواب، مطبعة الهيئة العامة للسياحة والآثار.
- 3- الياسري، وهاب فهد، (2012)، الوعي السياحي لدى طلبة المراحل الجامعية، مجلة كلية التربية الأساسية، جامعة بابل، العدد9.
- 4- بارزكة، محمد حسن (1968)،العلاقات العامة والسياحة، دار النهضة للطباعة.
- 5- بكار، عبد الكريم،(2000)، تجديد الوعي، دار القلم للنشر: دمشق.
- 6- بن صافية، عائشة(2010)، أثر المحددات الثقافية والمحيطية على تصور المشاريع المهنية لدى تلاميذ الاقسام النهائية، مجلة دراسات اجتماعية، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، العدد6.
- 7- بوفلجة، غياث (2006). الأسس النفسية للتكوين. ط 2. دار الغرب والتوزيع: وهران.
- 8- تركي، رابح (1984). مناهج البحث في علوم التربية وعلم النفس. المؤسسة الوطنية للكتاب: الجزائر.
- 9- تزولت، حورية (1996-1997)، مشاريع التكوين المهني المتبعة من طرف المتربين (دراسة المؤشرات السيكلوجية وأهميتها في بناء وتحقيق هذه المشاريع)، رسالة الماجستير في علم النفس العمل والتنظيم، قسم علم النفس وعلوم التربية والارطوفونيا، جامعة الجزائر.
- 10- حمدي، عبد العظيم.(1996).السياحة. مكتبة زهراء الشرق: القاهرة.

- 11- دالين، ديوبولد فان (1990).مناهج البحث في التربية وعلم النفس (ترجمة محمد نبيل نوفل وآخرون).ط2. مكتبة الأنجلو المصرية: القاهرة.
- 12- رزيقي، سارة محمد عبد السميع(2021)، دور معلم التعليم الابتدائي في تنمية الوعي السياحي للتلاميذ في ضوء التنمية المهنية له جامعة سوهاج، كلية التربية، المجلة التربوية، ج1/82).
- 13- ريال فايذة (2016-2017)، العوامل المؤثرة في اختيار التخصص المهني وأثرها على دافعية انجاز المترشحين بالتكوين المهني، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في تخصص علوم التربية، قسم علوم التربية، جامعة الجزائر(2)
- 14- ريال فايذة، (2018)، العوامل المؤثرة على الحوار الأسري لدى الأسرة الجزائرية، مجلة فكر ومجتمع فصلية محكمة طلاكسيج، كوم لدراسات والنشر والتوزيع، العدد 40، بن عكنون: الجزائر.
- 15- زكي، داليا محمد(2008)، الوعي السياحي والتنمية السياحية: مفاهيم وقضايا، مؤسسة شباب الجامعة للنشر.
- 16- سامعي، توفيق. (2010_2011) مدى تحقيق مؤسسات التكوين المهني في مدينة سطيف للكفايات المهنية لدى خريجي القطاع المكون.رسالة دكتوراه العلوم في علوم التربية. قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة سطيف: الجزائر.
- 17- سعد، ابراهيم حمد(2011)، أثر تطبيق أخلاقيات المهنة في صناعة السياحة على الانجاز-دراسة استطلاعية في فنادق الدرجة الاولى في محافظات بغداد النجف كربلاء- بتاريخ 02/12/2021 /iasj.net

فايزة ريال

- 18- طيب، مولود (2019)، دور تعلم اللغات الاجنبية في تحسين نوعية التكوين، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 33، المجلد 7، جامعة الاغواط. عبد الوهاب، صلاح الدين (1992)، نظرية السياحة الدولية، القاهرة: مصر.
- 19- عبد الوهاب، صلاح الدين (1998)، تخطيط الموارد السياحية، مطبوعات دار الشعب، القاهرة: مصر.
- 20- عياد، مروة نبيل (2006) الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي وأثره في تنشيط حركة السياحة الوافدة، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية السياحة والفنادق : جامعة حلوان.
- 21- مظهر، سليمان (2008)، نظرية المواجهة النفسية الاجتماعية، منشورات ثالة، الأبيار: الجزائر.
- 22- وزارة التكوين والتعليم المهنيين. (2000). دليل التكوين المهني الجزائر: نشرات المركز الوطني لإعلام الشباب والرياضة.
- 23-Peirre.jean et al. (2007).Management et tourisme. Person éducation Edition France.