



## حماية الهوية الثقافية للعاملين في الميدان السياحي في ظل العصر الرقمي (دراسة ميدانية على طلبة جامعة البلقاء)

محمد فاضل المحاسنه

قسم العلوم الفندقية والسياحية - كلية العقبة - جامعة البلقاء التطبيقية

معلومات المقالة	الملخص
<p><b>الكلمات المفتاحية</b> الهوية الثقافية؛ العصر الرقمي؛ الميدان السياحي</p> <p><b>(JAAUTH)</b> المجلد ٢٤، العدد ١، (٢٠٢٣)، ص ٣١٠-٣٢٧.</p>	<p>في بداية القرن الحادي والعشرين، تحول العالم إلى عصر رقمي مع تطور التقنيات الناشئة، مما أتاح للأفراد الوصول إلى كميات هائلة من المعلومات عبر وسائل رقمية متعددة. في هذا السياق، أصبحت عمليات التواصل والتفاعل أكثر سهولة بين الطلاب من خلال استخدام التقنيات الرقمية. مع ذلك، يواجه الطلاب بعض التحديات السائدة في فحص هذا الكم الهائل من المعلومات والتمييز بين الحقائق والأخبار المزيفة. على هذا النحو، تسلط الدراسة الحالية الضوء على تحديد أسباب ضعف الهوية الثقافية لدى طلبة العلوم الفندقية والسياحية بجامعة البلقاء بمواجهتهم لتحديات العصر الرقمي. باستخدام المنهج الوصفي، تم تطبيق الاستبانة على عينة مكونة من ١٠٩ طلاب العلوم الفندقية والسياحية. أظهرت النتائج صعوبة التواصل الفعال بين السائحين والعاملين في صناعة السياحة بسبب اختلاف اللغات واللهجات. كما كشفت النتائج عن انحياز العاملين إلى ثقافات أخرى على حساب هويتهم الأصلية. على هذا النحو، أكدت النتائج على أهمية توفير دعم للسائحين لممارسة طقوسهم الدينية بأمان، مع ضرورة احترام العادات والتقاليد الثقافية. علاوة على ذلك، توصي الدراسة بتشجيع العاملين والسائحين في آن واحد على الحفاظ على الهوية الثقافية الأصلية وتبادلها من خلال وسائل الإعلام الرقمية واتباع مبادئ التسويق السياحي الإلكتروني.</p>

### المقدمة

أحدث العصر الرقمي تطورات تكنولوجية فائقة، مما أتاح وصولاً واسعاً للنطاق للمعلومات المتاحة من خلال التقنيات الرقمية (ناصر، ٢٠٢١). في هذا السياق، يصبح التدريب المستمر للموارد البشرية أمراً بالغ الأهمية لمواكبة هذه التطورات السريعة والاستفادة منها لتطوير قطاع السياحة والضيافة. لذا يمثل تحقيق التوازن بين القدرات البشرية والهوية الثقافية مع الأخذ في الحسبان التقدم التكنولوجي تحدياً كبيراً لأصحاب المصلحة في العصر الرقمي (حمزة، ٢٠٢٢). في هذا الصدد، تُعد الهوية الثقافية من القضايا الهامة التي تأثرت بشكل كبير

في ظل التغيرات الطارئة في العصر الرقمي (الشمري، ٢٠٢١). من ناحية أخرى، أدى انتشار وسائل الإعلام الجديدة عبر الإنترنت إلى ظهور تحديات جديدة في تشكيل الرأي العام، مما أدى إلى تضخم تأثير الهوية الثقافية بين طلاب الجامعات، مما يعكس بشكل ملحوظ في الهوية التقليدية (وهي مجموعة من الصفات والعوامل التي تميز فرداً أو مجموعة من الأفراد وتميزهم عن الآخرين)، الهوية العامة (هي مجموعة من السمات والمعلومات التي تميز شخصاً أو كياناً معيناً عن الآخرين) وهوية المعتقد الثقافي (والتي تشير إلى الجوانب الثقافية التي يتبناها فرد أو مجموعة من الأفراد والتي تشكل جزءاً أساسياً من هويتهم وتصوراتهم. تتضمن هذه العناصر المعتقدات، والقيم، والتصورات، والمفاهيم الدينية والفلسفية، والعادات، والتقاليد، والعلميات الفكرية التي يعيشها الفرد أو المجتمع) (Gao, 2022).

### مشكلة الدراسة

تكمن مشكلة الدراسة في التعرف على التحديات المختلفة التي تواجه العاملين في الميدان السياحي في ظل العصر الرقمي، والتي تؤثر سلباً في هويتهم الثقافية نتيجة تعاملهم المباشر مع السائحين بمختلف جنسياتهم وثقافتهم. أوصى بدر (٢٠١٩) بضرورة إشراك منظمات المجتمع المدني والمؤسسات التربوية التي تعمل جاهدة في الحفاظ على القيم الوطنية وعادات الشعوب، إلى جانب التنسيق بين الجهات المسؤولة عن تنشئة الطلاب في البيت، المدرسة، المجتمع، ووسائل الإعلام للعمل على غرس الهوية الثقافية لديهم منذ الصغر. تأسيساً على ذلك، نجد أن اعتماد الشعب الصيني والياباني لغتهم الوطنية كان أساساً لمنطلقهما في الثورة العلمية، التقنية والاقتصادية فيما يُعبر عن حاجات أفرادها، والتي جمعت شمل الأمة استناداً إلى اللغة الوطنية. أشار شمس (٢٠١٧) إلى التغيرات السلبية التي ظهرت على قيم المواطنة والانتماء لدى طلاب الجامعة بعد أن رصدت تأثير وسائل التكنولوجيا وشبكات التواصل الاجتماعي عليهم، حيث أكدت على ضرورة تنمية قيم المواطنة والانتماء لدى طلابها في ظل العصر الرقمي.

تأكيداً على ما سبق، أسفرت نتائج دراسة استطلاعية أجريت على عينة عشوائية مكونة من ٢٥ فرداً من الطلاب والمديرين، وغيرهم في القطاع السياحي الأردني للتعرف على مخاطر العصر الرقمي على العاملين في الميدان السياحي عن العديد من السلوكيات السلبية من أهمها: (أ) هناك آثاراً سلبية أكثر من الإيجابية على الهوية الثقافية والتراثية لدى العاملين في القطاع السياحي في ظل تحديات العصر الرقمي، (ب) تقليد السائحين في زيهم المتعارض لديننا الإسلامي، عاداتنا وتقاليدنا، (ج) تقليد الغرب في إقامة أعياد الميلاد والحفلات المختلطة وكذلك تناول المشروبات الروحية المخالفة لتعاليم الدين الإسلامي، (د) ظهور شركات متعددة الجنسيات نتيجة ضياع الهوية القومية والعربية والتركيز على المصلحة الشخصية، (هـ) التنافس غير الشريف بين العاملين للوصول إلى أرباب العمل، (و) امتلاك أدوات المجتمع الغربي مثل تعلم لغة السائحين مما يقلل من قدرة العاملين على التحدث باللغة واللهجة العربية في الميدان السياحي، وكذلك الرغبة في الهجرة عن الوطن إلى القارة الأوروبية أو أمريكا الشمالية، بالإضافة إلى التأثير بعادات السائحين من تناول المواد المخدرة، بما يخالف عادات وتقاليد الشعب الأردني والدين الإسلامي. ترجع هذه المظاهر السلبية إلى ضعف الوازع الديني لدى أبناء الشعب الأردني، مما يدفعنا إلى التحقق بشكل أكبر لمحاولة معالجة هذه المشكلة القائمة من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما أسباب ضعف الهوية الثقافية للعاملين في الميدان السياحي في ظل العصر الرقمي؟
- ما تحديات العصر الرقمي التي تواجه العاملين في الميدان السياحي وتضعف هويتهم الثقافية؟
- ما الحلول المقترحة لحماية الهوية الثقافية للعاملين في الميدان السياحي في ظل العصر الرقمي؟

### أهداف الدراسة

- تحديد أسباب ضعف الهوية الثقافية للعاملين في الميدان السياحي في ظل العصر الرقمي.
- التعرف على تحديات العصر الرقمي التي تواجه العاملين في الميدان السياحي وتضعف هويتهم الثقافية.
- وضع مقترحات لحماية الهوية الثقافية للعاملين في الميدان السياحي في ظل العصر الرقمي.

### مصطلحات الدراسة

#### ١. الهوية الثقافية

تُعرف بأنها "تلك الشخصية القومية التي تجمع أبناء الوطن في كيان واحد، بما لديها من مقومات دينية، لغوية، قيمية، جغرافية، وتاريخية، فتميزهم عن غيرهم من المجتمعات الأخرى" (الرفاعي، ٢٠٢١، ص ٢٣). كما يمكن تعريفها إجرائيًا بأنها مجموعة من القيم والخصائص الخاصة بالفرد أو المجموعة، والتي تشمل على مكونات ثقافية يتسم بها الفرد أو الجماعة عن غيرهم داخل المجتمعات الأخرى.

#### ٢. العصر الرقمي

يُوصف بأنه "العصر الذي تحولت فيه المعلومات من صورة مكتوبة على الورق لصورة محفوظة على الأجهزة الإلكترونية، ويتم تداولها عبر شبكة المعلومات الدولية" (محمد، ٢٠٢٢، ص ١٤٤). كما يُعرف إجرائيًا بأنه عصر الثورة الرقمية الذي سيطرت عليه تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات حيث يتم تحويل كافة التعاملات إلى صورة رقمية يسهل تبادلها بحرية عبر شبكات الإنترنت.

### حدود الدراسة

- **الحدود المكانية:** تم إجراء الدراسة داخل نطاق كلية العقبة بجامعة البلقاء الأردنية.
- **الحدود الزمانية:** تم إجراء الدراسة في الفصل الدراسي الثاني من العام الأكاديمي ٢٠٢٢-٢٠٢٣.
- **الحدود البشرية:** تمثلت في طلاب البكالوريوس والدبلوم الذين أنهوا مساق التدريب الميداني بقسم العلوم الفندقية والسياحية.

### فروض الدراسة

- هناك فروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة حول متطلبات حماية الهوية الثقافية للعاملين في الميدان السياحي طبقًا للنوع.
- هناك فروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة حول متطلبات حماية الهوية الثقافية للعاملين في الميدان السياحي طبقًا للتخصص العلمي.

## الإطار النظري للدراسة

## مفهوم الهوية الثقافية

تُشير الهوية الثقافية إلى الشعور بالانتماء إلى مجموعة معينة بناءً على فئات مختلفة، بما في ذلك الجنسية، العرق، الجنس والدين، والتي تكون محلية أو إقليمية أو وطنية (Limna et al., 2022)، بما لها من قيم أخلاقية وجمالية تميزها، ويتضمن ذلك الأسلوب الذي يحتوي على تاريخ الجماعة، تراثها، تقاليد وأسلوب حياتها (سيف، ٢٠١٦). على هذا النحو، يتم بناء الهوية الثقافية والحفاظ عليها من خلال عملية تبادل المعرفة الجماعية مثل التقاليد، التراث، المعايير والعادات؛ ونظرًا لانتماء الأفراد عادةً إلى أكثر من مجموعة ثقافية، فنجد الهوية الثقافية معقدة ومتعددة الأوجه (Lee et al., 2023).

## أبعاد ومقومات الهوية الثقافية

١. **اللغة والدين**: تُعد اللسان الثقافي الأساسي للهوية الثقافية للأفراد والشعوب، فاللغة العربية هي مقومًا رئيسيًا للأمة العربية المسلمة، كما تُعتبر عاملًا رئيسيًا في صياغة وحدة الأمة. فيمكن القول أن اللغة والأمة أمران متطابقان، فهي أداة تواصل وإثبات للهوية وتأكيد وجودها (بدر، ٢٠١٩). من ناحية أخرى، للدين وروحانياته معنى عاطفي عميق الجذور للأفراد؛ حيث يمثل مجموعة من المعتقدات والممارسات المجتمعية المشتركة التي يتم تنظيمها بغية تحقيق التنمية الروحية. مع ذلك، يختلف الالتزام بعقيدة أو روحانية معينة بين الناس، مع الأخذ في الاعتبار تأثير العصر السيبراني والوصول إلى قواعد المعرفة العالمية (Ibrahim et al., 2016).

٢. **العادات والتقاليد**: تُمثل مآثرات مجتمع والعادات حيث تُكتسب من المكونات الرئيسية في تشكيل الثقافة وهويتها، فالأسرة تؤثر بشكل واضح في تنشئة المفاهيم الحياتية التي تتعلق بتربية الذوق الفني والإحساس الجمالي عند الأطفال منذ الصغر كجزء من عملية التنشئة الاجتماعية والتربية (كيشانة، ٢٠١٧).

٣. **الجغرافيا**: تُحدد الهوية الجغرافية بطريقتين: أولاً) شعور الفرد أو المجموعة بالارتباط بالبلد أو المنطقة أو المدينة أو القرية التي يعيشون فيها وثانيًا) الخصائص الرئيسية التي تتمتع بها دولة معينة أو المنطقة أو المدينة أو القرية؛ فالتنشئة الاجتماعية في منطقة جغرافية معينة لها تأثير بالغ الأهمية في الهوية الثقافية؛ حيث توفر أنواع المواقع الجغرافية نقاط القوة والتحديات بناءً على تضاريس المنطقة (Ibrahim et al., 2016).

## مفهوم العصر الرقمي

العصر الرقمي هو الفترة التي تحدث فيها عملية التحول من اقتصاد قائم على الصناعة إلى اقتصاد قائم على المعلومات باستخدام الحاسوب أو أجهزة تقنية أخرى كوسيط أو اتصال (Limna et al., 2022). يُعتبر عصر المعلومات أو الثورة الرقمية مفهومًا مرتبطًا بشكل مباشر بإعادة تشكيل الحوسبة، العلوم والاتصالات من النظام التناظري إلى النظام الرقمي. كما يُميز العصر الحالي بقدرة الأفراد على نقل المعلومات بحرية والوصول الفوري للمعلومات التي لم تكن متوفرة من قبل (Masliardi et al., 2023).

### أهمية العصر الرقمي

يتميز العصر الرقمي بإدخال الحاسوب الشخصي وانتشار الإنترنت، كما يُمكن الأفراد من سهولة الوصول إلى المعلومات، نشرها وتخزينها بسهولة (Erkut, 2020). كما أوضح Kitsios et al. (2022) أنه يمكن للأفراد في العصر الرقمي القيام بالآتي:

- الوصول: يتم من خلاله اتخاذ خيارات مسؤولة والوصول للمعلومات عبر تحديد موقع المواد ومشاركتها.
- إنشاء محتوى بأشكال متنوعة: مستخدماً اللغة والصور والصوت والأدوات والتقنيات الرقمية الجديدة.
- التفكير في سلوكيات الأفراد والتواصل معهم: من خلال تطبيق المسؤولية الاجتماعية والمبادئ الأخلاقية.
- اتخاذ إجراءات اجتماعية: من خلال العمل بشكل فردي وجماعي لمشاركة المعرفة وحل المشكلات في الأسرة، بيئة العمل والمجتمع المحيط، وكذلك من خلال المشاركة كعضو في المجتمع.

### السياحة في العصر الرقمي

لقد أصبح العصر الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي من أكثر المفاهيم انتشاراً في الوقت الراهن (حسين وآخرون، ٢٠٢٢)، ولاسيما في ظل التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات-التي أصبحت جزءاً مؤثراً في صناعة السياحة والضيافة؛ بظهور ما يعرف بالسياحة الإلكترونية التي ساعدت على تطوير أساليب جديدة لتقديم الخدمات السياحية، وذلك من خلال الاعتماد على المنصات الإلكترونية، السياحة الافتراضية وتقنيات الذكاء الاصطناعي (طهراوي، ٢٠٢٢). بالنظر إلى الدول الناجحة في الاستفادة من العصر الرقمي؛ تعتبر دولة قطر من أولى الدول العربية في تطوير القطاع السياحي، مما أدى إلى إنعاش ازدهار الاقتصاد الوطني. نتيجة لذلك، فإن المكانة المرموقة التي وصلت لها دولة قطر في المجالات السياسية، الاقتصادية والأمنية، جعلتها عاصمة للسلام ووجهة سياحية عالمية، ولاسيما أنها تُركز على تعزيز الإرث والهوية العربية، بالإضافة إلى ترسيخها مفهوم التاريخ من خلال تطوير المتاحف الافتراضية (الأنصاري، ٢٠٢٢).

### الدراسات السابقة

اهتمت الدراسات التجريبية ذات الصلة بالهوية الثقافية للطلاب على المشكلات التي تؤدي لضعف هويتهم، وسيتم استعراض تلك الدراسات على النحو التالي:

١. دراسة (وهبه، ٢٠٢٠): أثر التكنولوجيا الرقمية على تنمية الجدارات للموارد البشرية بقطاع السياحة والسفر: دراسة حالة شركة مصر للطيران

هدفت الدراسة إلى دراسة التكنولوجيا الرقمية المؤثرة معنوياً في تنمية الجدارات للموارد البشرية بدراسة حالة شركة مصر للطيران. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تصميم استبيان لعينة عشوائية من ٢٠٠ موظف من كافة المستويات الوظيفية. أظهرت النتائج أنه لا توجد أي اختلافات ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول أهمية استخدام التكنولوجيا الرقمية، وكذلك حول أهمية تنمية الجدارات للتنمية البشرية بشركة مصر للطيران. على هذا النحو، تم تقديم عدد من التوصيات التي تساعد صانعي القرار في بناء وتعزيز الجدارات الرقمية للموارد البشرية، بما يعزز أداء شركة مصر للطيران.

## ٢. دراسة (Pho, 2021): دراسة طولية لتحولات الهوية الثقافية والاتصال الاجتماعي لطلاب الدراسات العليا المقيمين في إحدى الجامعات البريطانية

هدفت الدراسة إلى استكشاف التغييرات في الهوية الثقافية لطلاب الزائرين الذين يمرون بمرحلة انتقالية عبر الثقافات والبحث في العلاقة بين الهويات الثقافية والتواصل الاجتماعي. تم استخدام تصميم البحث الطولي المختلط باستخدام المقابلات شبه المنظمة (عينة = ١٨) والاستبانة (عينة = ٨٤) من الطلاب المسجلين ببرنامح الدراسات العليا بمؤسسة بريطانية للتعليم العالي على مدى ١٦ شهرًا. أظهرت النتائج أن الهويات الثقافية للطلاب المهاجرين تأثرت بالارتباط بالمكان وانعكاس السلوكيات على الذات، حيث بعد فترة من الإقامة أصبح معظم المشاركين أكثر وعيًا بهوياتهم؛ حيث طوروا إحساسًا أقوى بالتوافق مع ثقافات الوطن والثقافات "الأجنبية"، وعادة ما يشار إليها باسم الهويات الثقافية. تقدم الدراسة فهمًا معززًا للهويات الثقافية للطلاب وتزود الباحثين في مجال التواصل بين الثقافات ومعلمي التعليم العالي بمعلومات مفيدة عن تكيف الطلاب وتجاربهم الاجتماعية.

## ٣. دراسة الرفاعي (٢٠٢١): تصور مقترح لدعم الهوية الثقافية لتلاميذ المرحلة الإعدادية في ظل تحديات العصر الرقمي

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الهوية الثقافية لتلاميذ المرحلة الإعدادية المتعلقة بتفاعل التلاميذ مع اللغة العربية، وممارستهم لتعاليم الدين، التقاليد والتاريخ لبلدهم، وكذلك معرفة قيم وأخلاقيات استخدام التلاميذ لوسائل التواصل الاجتماعي في ضوء تحديات العصر الرقمي من وجهة نظر أولياء الأمور. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمدت على استبانة تم تطبيقها على ٢٠٣ من أولياء الأمور. توصلت النتائج إلى أن جميع أبعاد الهوية الثقافية من وجهة نظر أولياء الأمور تمارس بدرجة متوسطة من قبل تلاميذ المرحلة الإعدادية. قدمت الدراسة تصورًا مقترحًا لضرورة الاهتمام بأبعاد الهوية الثقافية ودعمها للتلاميذ، لما لها من أثر في نفوسهم مع الاهتمام بنشر الهوية الثقافية بين هؤلاء التلاميذ من خلال الوسائل التكنولوجية الحديثة عبر الإنترنت.

## ٤. دراسة (محمد، ٢٠٢٢): رؤية مقترحة لتربية والدية للمجتمع المصري على ضوء تداعيات العصر الرقمي

استهدفت الدراسة وضع رؤية مقترحة للتربية الودية في ظل العصر الرقمي بمستجداته وتحدياته. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت نتائجها إلى رؤية مقترحة تستند إلى أربعة جوانب: (١) توعية الوالدين بأهمية الرقابة الأبوية لحماية أبنائهم في ظل مستجدات العصر الرقمي، و(ب) أهمية الحوار مع الأبناء والنقاش المستمر حول ما يشاهدون على الإنترنت، (ج) توجيههم إلى كيفية مساعدة أبنائهم في اتخاذ القرارات المسؤولة على شبكة الإنترنت، و(د) متابعة أنشطة الأبناء على الشبكات الاجتماعية.

## ٥. دراسة (Zhao et al., 2022): تأثير كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية العرقية بين الطلاب الصينيين الدوليين في ماليزيا

هدفت الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية العرقية مع الأخذ في الاعتبار التأثير الوسيط لغرض استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (استخدام المعلومات، الترفيه الاجتماعي، الثقاف). استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وعمل مسح مقطعي شمل ١٥١ طالبًا صينيًا يدرسون في ماليزيا، استخدمت الدراسة استبانة عبر الإنترنت على منصات التواصل الأخرى الشائعة بين الطلاب

الصينيين (Weibo و WeChat و WhatsApp). أظهرت النتائج أن كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تتنبأ إيجابياً بالهوية الثقافية العرقية للشباب، واستخدام الترفيه الاجتماعي والتثاقف بعد التحكم في المتغيرات الديموغرافية، بالإضافة إلى أن استخدام المعلومات والتثاقف يتنبأ بشكل إيجابي بالهوية الثقافية العرقية.

### التعقيب على الدراسات السابقة

تبرز أهمية هذه الدراسة بأنها تسعى لمعالجة ضعف الهوية الثقافية لدى طلبة قسم العلوم السياحية والفندقية بكلية العقبة حيث اتفقت في استخدام المنهج الوصفي التحليلي مع الدراسات السابقة، وتشابهت في نعية العينة (طلاب الجامعة) مع بقية الدراسات، ولكن اختلفت مع دراسة كل من وهبه (٢٠٢٠) والرفاعي (٢٠٢١). كما اختلفت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات في أداة البحث، لكنها اتفقت مع دراسة كل من الرفاعي (٢٠٢١) و (Zhao et al. (2022 في استخدام الاستبانة. بناءً على ذلك، يتوقع أن تتخذ الدراسة الحالية موقعاً بين الدراسات السابقة في هذا المجال لتميزها في خدمة أغراض البحث العلمي للباحثين مستقبلاً.

### الإطار الميداني للبحث

#### أداة البحث

تمثلت في تصميم الاستبانة وتكونت في صورتها النهائية من ثلاثة محاور، يندرج تحت كل محور ثلاثة أبعاد بمعدل (١٥) عبارة لكل محور. بمعنى آخر، أصبحت الاستبانة في صورتها النهائية مكونة من (٤٥) عبارة.

#### مجتمع وعينة البحث

يتكون المجتمع الأصلي للبحث من طلاب كلية العقبة بجامعة البلقاء في الفصل الدراسي الثاني ٢٠٢٢-٢٠٢٣، وبالبلغ عددهم (٢٢١) طالب. تم اختيار عينة عشوائية من الطلاب بلغ عددهم (١٠٩) طالب، ويوضح جدول ١ نسبة العينة من المجتمع الأصلي على النحو التالي:

جدول ١: نسبة العينة من المجتمع الأصلي

النسبة (%)	عينة البحث	المجتمع الأصلي
٤٩,٣	١٠٩	٢٢١

يمكن توصيف عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الشخصية لأفراد العينة وذلك من خلال جدول ٢:

جدول ٢: توزيع عينة البحث وفقاً للبيانات الشخصية للعينة

م	المتغير	الفئات	التكرار	النسبة (%)
١	النوع	ذكر	٧٦	٦٩,٧
		أنثى	٣٣	٣٠,٣
٢	التخصص العلمي	إدارة فنادق	٥٨	٥٣,٢
		سياحة	٢٩	٢٦,٦
		فنون طهي	٦	٥,٥
		تخصصات أخرى	١٦	١٤,٧

يتضح من الجدول السابق أن حجم العينة من الذكور يفوق الإناث؛ حيث بلغت نسبتهم (٦٩,٧). فيما يتعلق بمتغير التخصص، فقد جاء في الترتيب الأول طلاب إدارة الفنادق؛ حيث بلغت نسبتهم (٥٣,٢)، بينما في

الترتيب الأخير طلاب فنون الطهي؛ حيث بلغت نسبتهم (٥,٥). كما تم تقنين الاستبانة للتأكد من صلاحيتها للتطبيق، وذلك من خلال معامل ارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة، ودرجة البعد الذي تنتمي إليه العبارة. على هذا النحو، تراوحت قيم معاملات ارتباط عبارات المحور الأول (واقع الهوية الثقافية لدى طلبة التخصص في العصر الرقمي) بالأبعاد التي تنتمي إليها ما بين (٠,١٩٩ - ٠,٩٦٦).

كما تراوحت قيم معاملات ارتباط عبارات المحور الثاني (معوقات حماية الهوية الثقافية لدى طلبة جامعة البلقاء في العصر الرقمي) بالأبعاد التي تنتمي إليها ما بين (-٠,٥٣٤ - ٠,٧٩٩). علاوة على ذلك، تراوحت قيم معاملات ارتباط عبارات المحور الثالث (متطلبات حماية الهوية الثقافية لدى طلبة جامعة البلقاء في العصر الرقمي) بالأبعاد التي تنتمي إليها ما بين (٠,١٢٧ - ٠,٨٩٠). تُشير هذه القيم إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبُعد الذي تنتمي إليه، ويدل ذلك على صلاحية الاستبانة للتطبيق وإمكانية الاعتماد عليها.

### التحقق من النتائج وتفسيرها

للكشف عن دلالة أن هناك فروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة حول متطلبات حماية الهوية الثقافية للعاملين في الميدان السياحي طبقاً للنوع، تم استخدام اختبارات للعينات المستقلة (أنظر جدول ٣).

جدول ٣: اختبارات للتعرف على الفروق في الاستجابات بين أفراد العينة حول حماية الهوية الثقافية طبقاً للنوع

المحور	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ت	مستوى الدلالة
واقع الهوية الثقافية	ذكر	٧٦	٣,٥٢	٠,٢٤٤	١٧,٣٤٠	٠,٠٠١
	أنثى	٣٣	٢,٤٦	٠,٣٨٤		
معوقات حماية الهوية الثقافية	ذكر	٧٦	٣,٠٣	٠,٢٠٣	٧,٩٠٧	٠,٠٠١
	أنثى	٣٣	٢,٧٣	٠,١١٥		
متطلبات حماية الهوية الثقافية	ذكر	٧٦	٣,٥٠	٠,٢٠٤	١١,٤٦٣	٠,٠٠١
	أنثى	٣٣	٢,٧٧	٠,٤٦١		

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد العينة حول حماية الهوية الثقافية للعاملين في الميدان السياحي في ظل العصر الرقمي لصالح عينة الذكور لكافة محاور الاستبانة. من ناحية أخرى، تم استخدام اختبارات للعينات المستقلة (أنظر جدول ٤) للكشف عن دلالة أن هناك فروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة حول متطلبات حماية الهوية الثقافية للعاملين في الميدان السياحي طبقاً للتخصص العلمي.



جدول ٤: اختبار ت للتعرف على الفروق في الاستجابات بين أفراد العينة حول حماية الهوية الثقافية طبقاً للتخصص

البعد	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة
واقع الهوية الثقافية	بين المجموعات	٢٨,٧٤٠	٣	٩,٥٨٠	١٥٧,٠٣٠	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	٦,٤٠٦	١٠٥	٠,٠٦١		
	التباين الكلي	٣٥,١٤٦	١٠٨			
معوقات حماية الهوية الثقافية	بين المجموعات	٣,٠٣٠	٣	١,٠١٠	٤١,٣٣٥	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	٢,٥٦٥	١٠٥	٠,٠٢٤		
	التباين الكلي	٥,٥٩٥	١٠٨			
متطلبات حماية الهوية الثقافية	بين المجموعات	١٣,٨٩١	٣	٤,٦٣٠	٥٨,٧٦٦	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	٨,٢٧٣	١٠٥	٠,٠٧٩		
	التباين الكلي	٢٢,١٦٤	١٠٨			

يتبين من جدول ٤ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد العينة حول حماية الهوية الثقافية للعاملين بالميدان السياحي طبقاً للتخصص العلمي. للتعرف على اتجاه الفروق في الاستجابات، يمكن استخدام اختبار (Least Significant Difference (LSD) للمقارنات البعدية، وذلك من خلال الجدول التالي:

جدول ٥: اختبار LSD للمقارنات البعدية لاستجابات أفراد العينة حول "حماية الهوية الثقافية للعاملين طبقاً للتخصص

المحور	التخصص	المتوسط	إدارة فنادق	سياحة	فنون طهي	تخصصات أخرى
واقع الهوية الثقافية	إدارة فنادق	٣,٦٢	*	*	*	*
	سياحة	٣,٠٢				*
	فنون طهي	٢,٧٢				*
	تخصصات أخرى	٢,٢٠				
معوقات حماية الهوية الثقافية	إدارة فنادق	٣,١٠	*	*	*	*
	سياحة	٢,٧٦				
	فنون طهي	٢,٧٥				
	تخصصات أخرى	٢,٧٨				
متطلبات حماية الهوية الثقافية	إدارة فنادق	٣,٤٩	*	*	*	*
	سياحة	٣,٣٣				*
	فنون طهي	٣,٢٠				*
	تخصصات أخرى	٢,٤٥				

يكشف جدول ٥ عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد العينة حول كافة محاور الاستبانة، وقد جاءت الفروق لصالح عينة طلاب إدارة الفنادق. كما أكدت النتائج على وجود

فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد العينة حول محوري واقع الهوية الثقافية ومتطلبات حماية الهوية الثقافية جاءت لصالح عينة طلاب السياحة.

### نتائج المحور الأول (واقع الهوية الثقافية)

جدول ٦: استجابات أفراد العينة حول عبارات واقع الهوية الثقافية في ظل العصر الرقمي

ك <sup>٢</sup>	الترتيب	الأهمية النسبية	درجة الموافقة								م
			غير موافق		ضعيفة		متوسطة		كبيرة		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
<b>البُعد الأول: اللغة والدين</b>											
*٢٥,٧٧١	١	٩٣,٥٧	٠	٠	٠	٠	٢٥,٧	٢٨	٧٤,٣	٨١	١
*٨٣,٣٣٠	٢	٨٤,٦٣	٠,٩	١	٥,٥	٦	٤٧,٧	٥٢	٤٥,٩	٥٠	٢
*٥١,٦٢٤	٣	٨٠,٩٦	٠,٩	١	١٦,٥	١٨	٤٠,٤	٤٤	٤٢,٢	٤٦	٣
*٢٦,٧٤٣	٥	٦٥,٨٢	٣٣,٩	٣٧	٤,٦	٥	٢٥,٧	٢٨	٣٥,٨	٣٩	٤
*٤٥,٩٧٢	٤	٨٠,٢٧	٢,٨	٣	١٦,٥	١٨	٣٧,٦	٤١	٤٣,١	٤٧	٥
<b>البُعد الثاني: العادات والتقاليد</b>											
*٥٤,٠٧٣	١	٨٩,٢٢	٠	٠	٧,٣	٨	٢٨,٤	٣١	٦٤,٢	٧٠	١
*١٥,٧٣٤	٥	٦٣,٧٦	٢١,١	٢٣	٢٠,٢	٢٢	٤١,٣	٤٥	١٧,٤	١٩	٢
*٣١,٩٥٤	٤	٦٩,٠٣	١١,٩	١٣	٢٠,٢	٢٢	٤٧,٧	٥٢	٢٠,٢	٢٢	٣
*١٧,٧٨٩	٣	٦٩,٤٩	١٠,١	١١	٢٦,٦	٢٩	٣٨,٥	٤٢	٢٤,٨	٢٧	٤
*٢٦,٩٣٦	٢	٨٥,٠٩	٠	٠	١١,٩	١٣	٣٥,٨	٣٩	٥٢,٣	٥٧	٥
<b>البُعد الثالث: الجغرافيا</b>											
*٣٤,٨٦٢	٢	٨٦,٤٦	٠	٠	١١,٩	١٣	٣٠,٣	٣٣	٥٧,٨	٦٣	١
*٤١,٦٤٢	٥	٧٨,٤٤	١,٨	٢	٢٠,٢	٢٢	٤٠,٤	٤٤	٣٧,٦	٤١	٢
*٥٦,٢٤٨	٤	٨١,٤٢	٢,٨	٣	١١,٩	١٣	٤٢,٢	٤٦	٤٣,١	٤٧	٣
*٦٣,٥١٤	٣	٨٣,٢٥	١,٨	٢	١١	١٢	٣٩,٤	٤٣	٤٧,٧	٥٢	٤
*٦٩,٦٥١	١	٩١,٠٥	٠	٠	٤,٦	٥	٢٦,٦	٢٩	٦٨,٨	٧٥	٥

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين متوسطات استجابات أفراد العينة، حول كافة عبارات محور واقع الهوية الثقافية لدى طلبة التخصص في ظل العصر الرقمي. بشكل أكثر تحديداً، جاءت العبارة الأولى "أغلب الاعتماد في التعامل مع السائحين على اللغة الانجليزية" في الترتيب الأول ضمن بُعد اللغة والدين بدرجة موافقة كبيرة، ويرجع ذلك إلى أن اللغة الإنجليزية هي اللغة الأكثر استخداماً في صناعة السياحة والضيافة، وبالتالي فإن العاملين في هذه الصناعة يجب أن يكونوا قادرين على التفاعل باللغة الإنجليزية بشكل جيد لتلبية احتياجات السائحين. على نقيض ذلك، جاءت العبارة الرابعة "تقديم مشروبات للسياح تتنافى مع تعاليم الدين الإسلامي" في الترتيب الأخير ضمن عبارات البُعد ذاته، بدرجة موافقة كبيرة، وذلك لكونها

ممارسة ينظر الناس إليها على أنها تتنافى مع قيم الدين الإسلامي التي تحث على الامتناع عن تقديم المشروبات الكحولية للآخرين، ولا سيما إذا كانوا مسلمين.

أظهرت نتائج جدول ٦ أن العبارة الأولى "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تسهيل التواصل مع السائحين" جاءت في الترتيب الأول ضمن بُعد العادات والتقاليد بدرجة تحقق كبيرة. يرجع ذلك إلى الأهمية المتزايدة لوسائل التواصل الاجتماعي في تسهيل التواصل مع السائحين، فمع وجود وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن للمؤسسات السياحية التفاعل مع السائحين وتقديم الدعم والإرشادات من خلال الرسائل النصية، البريد الإلكتروني والتطبيقات السياحية. على نقيض ذلك، جاءت العبارة الثانية "الانفتاح على الثقافات الأجنبية وإغفال العادات والتقاليد المحلية في التعامل مع السائحين" في الترتيب الأخير ضمن عبارات البُعد ذاته بدرجة تحقق متوسطة. يرجع ذلك إلى أن الانفتاح على الثقافات الأجنبية وإغفال العادات المحلية في التعامل مع السائحين، لا يعتبر أمرًا محبوبًا للعديد من الأشخاص، ولا سيما في المجتمعات التي تحرص على الحفاظ على تقاليدها المحلية.

علاوة على ذلك، كشفت نتائج الجدول السابق عن تصدر العبارة الخامسة "افتخار العاملين في الميدان السياحي بحضارة وتاريخ الأردن" ترتيب عبارات بُعد الجغرافيا بدرجة موافقة كبيرة. يرجع ذلك للأهمية الكبيرة التي يلاحظها العاملون في صناعة السياحة للتراث الثقافي والتاريخي للمملكة الأردنية الهاشمية، إذ يُمثل هذا التراث جزءًا هامًا من جذب السائحين إلى المملكة وزيادة الوعي بثقافته وتاريخه. تتفق هذه النتائج مع دراسة منزري وآخرون (٢٠٢٢)، والتي أكدت على ضرورة الاهتمام بالتراث وتاريخ الملوك والملكات. على نقيض ذلك، جاءت العبارة الثانية "مشاهدة السائحين الأفلام التاريخية والوثائقية عبر مواقع الإنترنت" في الترتيب الأخير لعبارات هذا البُعد، بدرجة موافقة متوسطة. يرجع ذلك إلى أن مشاهدة السائحين للأفلام التاريخية والوثائقية عبر الإنترنت يعتبر وسيلة إضافية، وليست أساسية لتعزيز تفاعل السائحين مع التراث الثقافي والتاريخي للمملكة.

### نتائج المحور الثاني (معوقات حماية الهوية الثقافية)

جدول ٧: استجابات أفراد العينة حول عبارات معوقات حماية الهوية الثقافية في ظل العصر الرقمي

ك <sup>٢</sup>	الترتيب	الأهمية النسبية	درجة الموافقة								م
			غير موافق		ضعيفة		متوسطة		كبيرة		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
<b>البُعد الأول: اللغة والدين</b>											
*٦٣,٤٤٠	١	٧٩,٨١	٢,٨	٣	١١	١٢	٥٠,٥	٥٥	٣٥,٨	٣٩	١
*٢٣,٣٦٧	٢	٧٤,٣١	١٠,١	١١	١٧,٤	١٩	٣٧,٦	٤١	٣٤,٩	٣٨	٢
*١٣,٧٥٢	٥	٦٣,٠٧	١٤,٧	١٦	٣٦,٧	٤٠	٣٠,٣	٣٣	١٨,٣	٢٠	٣
*٤٠,٥٤١	٣	٧٣,٦٢	٧,٣	٨	١٧,٤	١٩	٤٨,٦	٥٣	٢٦,٦	٢٩	٤
*٢٢,٩٢٧	٤	٧٢,٤٧	٦,٤	٧	٢٦,٦	٢٩	٣٧,٦	٤١	٢٩,٤	٣٢	٥
<b>البُعد الثاني: العادات والتقاليد</b>											
*٥٦,١٠١	٣	٧٤,٠٨	٧,٣	٨	١٣,٨	١٥	٥٤,١	٥٩	٢٤,٨	٢٧	١
*٣٠,٩٢٧	٢	٧٥,٩١	٥,٥	٦	٢٠,٢	٢٢	٣٩,٤	٤٣	٣٤,٩	٣٨	٢

*٥٢,٩٤٥	١	٧٨,٦٧	٢,٨	٣	١٤,٧	١٦	٤٧,٧	٥٢	٣٤,٩	٣٨	٣
*٣١,٦٦١	٥	٧١,٣٣	٨,٣	٩	٢٢	٢٤	٤٥,٩	٥٠	٢٣,٩	٢٦	٤
*٣٧,٤٥٩	٤	٧٣,٨٥	٦,٤	٧	١٩,٣	٢١	٤٦,٨	٥١	٢٧,٥	٣٠	٥
<b>البُعد الثالث: الجغرافيا</b>											
*٥٦,١٠١	٣	٧٤,٠٨	٧,٣	٨	١٣,٨	١٥	٥٤,١	٥٩	٢٤,٨	٢٧	١
*٣٠,٩٢٧	٢	٧٥,٩١	٥,٥	٦	٢٠,٢	٢٢	٣٩,٤	٤٣	٣٤,٩	٣٨	٢
*٥٢,٩٤٥	١	٧٨,٦٧	٢,٨	٣	١٤,٧	١٦	٤٧,٧	٥٢	٣٤,٩	٣٨	٣
*٣١,٦٦١	٥	٧١,٣٣	٨,٣	٩	٢٢	٢٤	٤٥,٩	٥٠	٢٣,٩	٢٦	٤
*٣٧,٤٥٩	٤	٧٣,٨٥	٦,٤	٧	١٩,٣	٢١	٤٦,٨	٥١	٢٧,٥	٣٠	٥

من الجدول السابق يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين متوسطات استجابات أفراد العينة حول معوقات حماية الهوية الثقافية في ظل العصر الرقمي. بشكل أكثر تحديداً، جاءت العبارة الأولى "صعوبة التواصل في الميدان السياحي نتيجة اختلاف اللغات" في الترتيب الأول لعبارات بُعد اللغة والدين بدرجة موافقة متوسطة. يرجع ذلك إلى اختلاف اللغات التي يتحدث بها السائحين والمجتمعات المحلية، وهو أمرًا حاسماً للتأثير في جودة الخدمات السياحية، ويمكن أن يؤدي لتدهور صناعة السياحة. على نقيض ذلك، جاءت العبارة الثالثة "تعرض بعض الأماكن المقدسة للإهانة من قبل بعض السائحين غير الملتزمين باحترام هذه الأماكن" في الترتيب الأخير لعبارات هذا البُعد بدرجة موافقة ضعيفة، هذا يُشير إلى أن السائحين لا يتعرضون للإهانة في الأماكن المقدسة.

كما أظهرت نتائج جدول ٧ أن العبارة الثالثة "اندماج العاملين في الميدان السياحي مع الثقافات الأخرى على حساب هويتهم الأصلية" جاءت بالترتيب الأول لعبارات بُعد العادات والتقاليد، بينما جاءت العبارة الرابعة "فقدان اهتمام العاملين في السياحة بموروثهم الثقافي" في الترتيب الأخير لعبارات هذا البُعد، وكلاهما بدرجة موافقة متوسطة. يرجع ذلك إلى أن اندماج العاملين في صناعة السياحة مع الثقافات الأخرى، ويمكن أن يؤدي لفقدان هويتهم الأصلية.

علاوة على ذلك، جاءت العبارة الأولى "تكس السائحين في المناطق الأثرية الرئيسية وترك مناطق أخرى دون زوار" في الترتيب الأول لعبارات بُعد الجغرافيا بدرجة موافقة كبيرة، وهذا يُشير إلى ترك مناطق سياحية أخرى دون زوار رغم أنها قد تكون مماثلة في الجمال والجاذبية السياحية، بينما جاءت العبارة الخامسة "هدم المستحدثات التكنولوجية للثوابت الجغرافية والمتغيرات التاريخية للعاملين في الميدان السياحي" في الترتيب الأخير بدرجة موافقة متوسطة، وهذا يشير إلى أن هدم المستحدثات التكنولوجية للثوابت الجغرافية ليست مشكلة بالغة بالنسبة للعديد من الأشخاص.

## المحور الثالث (متطلبات حماية الهوية الثقافية)

جدول ٨: استجابات أفراد العينة حول عبارات متطلبات حماية الهوية الثقافية في ظل العصر الرقمي

ك <sup>٢</sup>	الترتيب	الأهمية النسبية	درجة الموافقة								م
			غير موافق		ضعيفة		متوسطة		كبيرة		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
<b>البُعد الأول: اللغة والدين</b>											
*٥٨,٤٥٠	٢	٨٢,٣٤	٠,٩	١	١٣,٨	١٥	٤٠,٤	٤٤	٤٥	٤٩	١
*٥٩,١١٠	١	٨٣,٠٢	١,٨	٢	١٤,٧	١٦	٣٣	٣٦	٥٠,٥	٥٥	٢
*٨٥,٧٥٢	٣	٨١,٦٥	٠,٩	١	٣٠,٣	٣٣	١٠,١	١١	٥٨,٧	٦٤	٣
*١٣,١٦٥	٥	٦٩,٧٢	١١	١٢	٢٦,٦	٢٩	٣٤,٩	٣٨	٢٧,٥	٣٠	٤
*٦٩,٠١٨	٤	٧٧,٧٥	٠,٩	١	٣٧,٦	٤١	١١	١٢	٥٠,٥	٥٥	٥
<b>البُعد الثاني: العادات والتقاليد</b>											
*٧٤,٠٠٩	٣	٨٣,٤٨	٠,٩	١	٨,٣	٩	٤٦,٨	٥١	٤٤	٤٨	١
*٦٨,٢٨٤	٣	٨٣,٤٨	٠,٩	١	١٠,١	١١	٤٣,١	٤٧	٤٥,٩	٥٠	٢
*٩٧,٦٤٢	١	٨٨,٠٧	٠,٩	١	٦,٤	٧	٣٢,١	٣٥	٦٠,٦	٦٦	٣
*٨٥,٧٥٢	٢	٨٦,٦٩	٠,٩	١	١٠,١	١١	٣٠,٣	٣٣	٥٨,٧	٦٤	٤
*٤٨,٣٢١	٥	٨٠,٩٦	١,٨	٢	١٧,٤	١٩	٣٥,٨	٣٩	٤٥	٤٩	٥
<b>البُعد الثالث: الجغرافيا</b>											
*٦٥,٧١٦	٢	٨٣,٢٥	٠,٩	١	١١	١٢	٤٢,٢	٤٦	٤٥,٩	٥٠	١
*٥٢,٩٤٥	٥	٨١,٤٢	١,٨	٢	١٤,٧	١٦	٣٩,٤	٤٣	٤٤	٤٨	٢
*٧٧,٩٧٢	١	٨٥,٥٥	٠,٩	١	٨,٣	٩	٣٨,٥	٤٢	٥٢,٣	٥٧	٣
*٦٦,٥٩٦	٤	٨١,٨٨	٠,٩	١	١١	١٢	٤٧,٧	٥٢	٤٠,٤	٤٤	٤
*١٧,٠٨٣	٣	٨٢,١١	٠	٠	١٤,٧	١٦	٤٢,٢	٤٦	٤٣,١	٤٧	٥

من الجدول السابق يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين متوسطات استجابات أفراد العينة حول متطلبات حماية الهوية الثقافية لدى طلبة الجامعة في ظل العصر الرقمي. بشكل أكثر تحديداً، جاءت العبارة الثانية "توفير الدعم اللازم للسائحين لممارسة طقوسهم الدينية بشكل آمن" في الترتيب الأول لعبارات بُعد اللغة والدين بدرجة موافقة كبيرة، ويرجع ذلك إلى أن دعم ممارسة الطقوس الدينية بشكل آمن أكثر أهمية في تأمين راحة السائحين. على نقيض ذلك، جاءت العبارة الرابعة "تجنب تقديم الأطعمة والمشروبات التي تتنافى مع الشريعة داخل المطاعم والفنادق السياحية" في الترتيب الأخير لعبارات هذا البُعد، بدرجة موافقة متوسطة، ويرجع ذلك إلى إن تجنب تقديم الأطعمة والمشروبات المنافية للشريعة الإسلامية يمكن أن يكون أقل أهمية بالنسبة للسائحين المسلمين المتمسكون بتعاليم دينهم مقارنة بالسائحين الأجانب من خارج المنطقة.

كما جاءت العبارة الثالثة "احترام العادات والتقاليد الدينية والثقافية لجميع الزوار والسائحين" في الترتيب الأول لعبارات بُعد العادات والتقاليد، ويرجع ذلك إلى أن احترام العادات والتقاليد الثقافية أمراً ضرورياً في صناعة

السياحة، مما يعكس الاهتمام بتقديم تجربة سياحية إيجابية للزوار. على نقيض ذلك، جاءت العبارة الخامسة "الاعتماد على أنظمة الدفع الإلكتروني للدفع عن الخدمات السياحية" في الترتيب الأخير لعبارات هذا البُعد، بدرجة موافقة كبيرة، ويرجع ذلك إلى أنه على الرغم من أهمية الاعتماد على أنظمة الدفع الإلكتروني في تيسير عملية الدفع للسائحين، إلا أنها ليست ذات أولوية عالية بالنسبة لبعض الزوار والسائحين الذين يفضلون الدفع النقدي أو لديهم صعوبات في استخدام الهواتف الذكية. تتفق هذه النتيجة مع دراسة حسين وآخرون (٢٠٢٢)، والتي أشارت أن تيسير عملية الدفع للسائحين من أبرز تقنيات التحول الرقمي في صناعة السياحة اعتمادًا على التحولات المالية الإلكترونية.

علاوة على ذلك، جاءت العبارة الثالثة "ضرورة توفير تكنولوجيا المعلومات الجغرافية اللازمة للسياح" في الترتيب الأول لعبارات بُعد الجغرافيا، ويرجع ذلك إلى أن توفير تكنولوجيا المعلومات الجغرافية يساعد في تحسين تجربة السائحين وتوجيههم بشكل أفضل لزيارة الأماكن السياحية. تتفق هذه النتيجة مع دراسة وهبه (٢٠٢٠)، والتي تؤكد على أهمية استخدام التكنولوجيا الرقمية بشركات السياحة. على نقيض ذلك، جاءت العبارة الثانية "الترويج للأماكن السياحية من خلال التواصل عن بعد مع السائحين" في الترتيب الأخير لعبارات هذا البُعد، حيث تتفق هذه الدراسة مع دراسة النوافعة (٢٠٢٢)، والتي أكدت على تسويق المملكة الأردنية الهاشمية كوجهة سياحية على العديد من مواقع التسويق الإلكتروني ومنها مواقع التواصل الاجتماعي ومنصات السياحة العالمية، بدرجة موافقة كبيرة، ويرجع ذلك إلى أن بعض السائحين يفضلون التوجه شخصيًا للأماكن السياحية والمعالم التاريخية، ولا يعتمدون على التواصل عن بُعد، ومن ثم قد لا يكون الترويج للأماكن السياحية من خلال التواصل عن بُعد هو الأسلوب الأكثر فعالية لجذب السائحين وتشجيعهم على زيارة تلك المناطق الجغرافية.

### الخلاصة

خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج يمكن توضيحها على النحو التالي:

- وجود صعوبة في التواصل بين السائحين والعاملين في الميدان السياحي نتيجة اختلاف اللغات.
- ميل العاملين في الميدان السياحي إلى ثقافات أخرى وإغفال الهوية الأصلية لهم.
- تكدس السائحين في المناطق الأثرية الرئيسية فقط وترك مناطق أخرى دون زوار.
- لا تتوافر الحرية الكافية للسائحين لممارسة طقوسهم الدينية بشكل آمن.
- يوجد قصور في توفير المعلومات الجغرافية اللازمة للسائحين.

## التوصيات

يمكن توضيح توصيات البحث من خلال الجدول التالي:

م	التوصية	الجهة المعنية	آليات التنفيذ
١	تقديم دورات تدريبية للعاملين في الميدان السياحي لتعلم لغات أخرى بجانب الحفاظ على لغتهم الأصلية لتحسين قدرتهم على التواصل مع السائحين.	وزارة السياحة بالتعاون مع مؤسسات التعليم ووزارة الثقافة	تصميم وتنفيذ برامج تدريبية تشمل تعلم لغات وتعزيز قدرات التواصل مع الزوار وتشجيع التدريب المستمر مع استخدام التقنيات الحديثة لتحسين تجربة التعلم.
٢	دعم وتشجيع العاملين في الميدان السياحي للحفاظ على هويتهم الأصلية والثقافة الخاصة بهم، وتشجيعهم على تبادل هذه الثقافة مع السائحين في ظل العصر الرقمي.	وزارة الثقافة والسياحة والهيئات السياحية المحلية	تقديم برامج تشجيعية للعاملين للمشاركة في فعاليات ثقافية وتعزيز استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الزوار.
٣	الترويج للأماكن السياحية الصغيرة والمناطق النائية التي تحتوي على جمال طبيعي وثقافي فريد، وذلك من خلال التسويق السياحي الرقمي.	وزارة السياحة وهيئات التسويق السياحي	إطلاق حملات ترويجية عبر وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي للتعريف بالأماكن السياحية النائية والثقافة المحلية الفريدة.
٤	توفير المعلومات حول المواقع الدينية والأماكن التي يمكن ممارسة الطقوس الدينية فيها.	وزارة الشؤون الدينية، وزارة السياحة	إنشاء منصات إلكترونية وتطبيقات لتوفير معلومات دقيقة عن المواقع الدينية، بالإضافة إلى دلائل ودورات إرشادية.
٥	تشجيع السياحة الثقافية للحفاظ على الهوية الثقافية للمكان وتعزيز التفاعل بين الزوار والمجتمعات المحلية لتعزيز الفهم المتبادل.	وزارة الثقافة والسياحة، الجهات المحلية	تنظيم فعاليات ثقافية مشتركة وتوفير فرص للزوار للتعرف على ثقافات المجتمعات المحلية من خلال جولات وأنشطة تفاعلية
٦	توفير تطبيقات للهاتف توفر المعلومات الجغرافية اللازمة للسياح عن الأماكن الدينية والثقافية وتوضح الهوية الثقافية لكل مكان.	الهيئات السياحية المحلية ومطورو التطبيقات	تطوير تطبيقات سياحية تقدم معلومات مفصلة عن المواقع السياحية والأماكن الدينية، مع التركيز على الهوية الثقافية.
٧	ضرورة توفير الدعم اللازم للسائحين لممارسة طقوسهم الدينية بشكل آمن.	المؤسسات الدينية ووزارة السياحة	تقديم دلائل وإرشادات تسهل على الزوار ممارسة طقوسهم الدينية بأمان واحترام

## المراجع

## أولاً: المراجع العربية

الأنصاري (٢٠٢٢). خبراء كأس العالم ٢٠٢٢ يعزز مكانة قطر على خارطة السياحة العالمية، جريدة الشروق، العدد بتاريخ ١٤ أغسطس ٢٠٢٢، متاح على <https://m.al-sharq.com/article/14/08/2022>

الرفاعي، دعاء زهدي عباس (٢٠٢١). تصور مقترح لدعم الهوية الثقافية لتلاميذ المرحلة الإعدادية في ظل تحديات العصر الرقمي. *مجلة كلية التربية في العلوم التربوية*، ٤٥ (١)، ١٥-٨٢.

الشمري، حافظ محمد عباس (٢٠٢١). الهوية الثقافية وتمثلاتها التربوية في العصر الرقمي. *مجلة اللسان الدولية للدراسات اللغوية والأدبية*، ٥ (١١)، ٢٣-٣٤.

بدر، نور خضير (٢٠١٩). أثر وسائل الإعلام في بناء الهوية الثقافية لطلبة المرحلة الابتدائية في العراق. *مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع*، ٣٨، ٧-٦٢.

حسين، إسلام السيد؛ علي، حنان ماهر؛ قاعود، مروة صلاح (٢٠٢٢). تأثير تطبيق تقنية الذكاء الاصطناعي على إدارة الموارد البشرية في شركات السياحة المصرية. *المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة*، ١٦ (٣)، ٢٣-٣٦.

حمزة، عبد الحميد سيد (٢٠٢٢). الهوية الثقافية وتحدياتها. *مجلة كلية الآداب بجامعة المنصورة*، ٧١ (١)، ١-٧١.

سيف، ناصر سعيد (٢٠١٦). قضايا معاصرة: الهوية والثقافة. استرجع بتاريخ ١٥/٧/٢٠٢٣ متاح على <http://www.noorbook.com>

شمس، ندى علي (٢٠١٧). المواطنة في العصر الرقمي: نموذج مملكة البحرين. *سلسلة دراسات، معهد البحرين للتنمية السياسية*، ١-١٧٩.

طهراوي، زهرة (٢٠٢٢). تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين الخدمات السياحية في الجزائر. *رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر*.

كيشانة، محمود (٢٠١٧). الهوية الثقافية بين أزمة الإعلام وتحديات العولمة، *مجلة التفاهم، وزارة الأوقاف والشئون الدينية*، ٥٨ (١٥)، ٣١٧-٣٣٢.

محمد، سحر محمد علي (٢٠٢٢). رؤية مقترحة لتربية والديه للمجتمع المصري على ضوء تداعيات العصر الرقمي. *مجلة كلية التربية بجامعة أسيوط*، ٣٨ (٩)، ١٣٥-١٦٨.

وهبه، سارة عاطف مختار (2020). أثر التكنولوجيا الرقمية على تنمية الجدارات للموارد البشرية بقطاع السياحة والسفر: دراسة حالة شركة مصر للطيران. *مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة*، ١٩ (٣)، ٣١٧-٣٤١.

## ثانياً: المراجع الأجنبية

Erkut, B. (2020). From digital government to digital governance: are we there yet? *Sustainability*, 12(3), 860.

Gao, P. (2022, December). *The cultural identity of contemporary college students under the background of informatization*. In 2<sup>nd</sup> International Conference on



- Internet, Education and Information Technology (IEIT 2022) (pp. 822-827). Atlantis Press.
- Ibrahim, F. A., Heuer, J. R., Ibrahim, F. A., & Heuer, J. R. (2016). *Cultural identity: Components and assessment*. In Cultural and social justice counseling: Client-specific interventions (pp. 15-49).
- Kitsios, F., Mitsopoulou, E., Moustaka, E., & Kamariotou, M. (2022). User-Generated Content behavior and digital tourism services: A SEM-neural network model for information trust in social networking sites. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(1), 100056.
- Lee, T. H., Lin, Y. H., & Wang, C. K. (2023). Can aboriginal images contribute to aboriginal cultural identity? Evidence from the perspective of tourists' images. *Current Issues in Tourism*, 26(7), 1051-1066.
- Limna, P., Jakwatanatham, S., Siripipattanakul, S., Kaewpuang, P., & Sriboonruang, P. (2022). A review of artificial intelligence (AI) in education during the digital era. *Advance Knowledge for Executives*, 1(1), 1-9.
- Masliardi, A., Effendi, M., Ningrum, P. A., Hasnidar, H., & Mala, I. K. (2023). Digital disruption: Exploring the dynamics of marketing in the digital age. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 421-430.
- Pho, T. M. (2021). *A longitudinal study of cultural identity shifts and social contact of postgraduate student sojourners at a British university*, PhD Dissertations Newcastle University, United Kingdom. Retrieved from: <https://theses.ncl.ac.uk/jspui/bitstream/10443/5413/1/Pho%20T%20M%20H%202021.pdf>
- Zhao, W., Osman, M. N., Omar, S. Z., & Yaakup, H. S. (2022). Effects of Social Media Use Intensity on Ethnic Cultural Identity among Chinese International Students in Malaysia. *ICCCM Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(6), 37-52.
- Zou, Y., Xiao, H., & Yang, Y. (2022). Constructing identity in space and place: Semiotic and discourse analyses of museum tourism. *Tourism Management*, 93, 104608.



## Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality (JAAUTH)

journal homepage: <http://jaauth.journals.ekb.eg/>



### Protecting Employees' Cultural Identity in the Tourism Field in Light of the Digital Age: Applied on Al-Balqa University Students

Mohamed Fadel Mahasneh

Department of Hotel and Tourism Sciences - Aqaba Faculty  
Al-Balqa Applied University

#### ARTICLE INFO

#### ABSTRACT

Keywords:  
Cultural Identity;  
Digital Age;  
Tourist Field

**(JAAUTH)**  
**Vol.24, No.1,**  
**(2023),**  
**pp.310 -327.**

At the beginning of the 21st century, the world shifted into a digital age with the development of emerging technologies, allowing individuals to access huge amounts of information through multiple digital means. In this context, communication and interaction processes have become easier among students through the use of digital technologies. However, students face some challenges in examining this wealth of information and distinguishing between facts and fake news. In this way, the current study highlights the importance of identifying reasons for cultural identity weakness among hotel and tourism science students at Al-Balqa University in facing the challenges of the digital age. Using the descriptive approach, the questionnaire was applied to a random sample of 109 hotel and tourism science students. Findings showed the difficulty of effective communication between tourists and tourism employees due to different languages and dialects. The results also revealed employees bias toward other cultures at their original identity expenses. As such, the findings emphasized the importance of providing support to tourists to practice their religious rituals safely while respecting cultural customs and traditions. Moreover, this paper recommends encouraging both employees and tourists to preserve and exchange the original cultural identity through digital media and to follow the principles of e-tourism marketing.