

دور الكليات في تنمية الوعي السياحي لدى طلاب الجامعات (دراسة حالة لطلاب جامعة طبرق)

إعداد:

أ.وليد خليل التاجوري

محاضر- كلية الآثار والسياحة - جامعة طبرق

مصطفى نوري مصطفى

معيد وطالب دراسات عليا- الاكاديمية الليبية فرع طبرق

فرج شعيب فرج عامر

طالب دراسات عليا- الاكاديمية الليبية فرع طبرق

القبول: 15.11.2025

الاستلام: 10.11.2025

المستخلص:

يُعتبر الوعي السياحي هو إدراك المواطن لأهمية المواقع السياحية في بلده، وقيمتها ودورها في المستويات المختلفة: الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وقد هدف البحث إلى التعرف على مستوى الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق، ودور الكليات في تنمية الوعي السياحي لدى طلاب الجامعة، والتعرف على الترتيب الثلاثة الأولى لأعلى درجات الوعي السياحي لدى الكليات التي خضعت للدراسة، وللوصول لأهداف الدراسة؛ تم التركيز على المنهج الكمي، وذلك بعد تعديل وتطوير استمارة استبيان أخذت من الدراسات السابقة؛ لغرض جمع البيانات من وجهة نظر طلاب (8) كليات مختلفة من جامعة طبرق، تم توزيع أكثر من (500) استمارة استبيان والحصول على (450) استمارة استبيان فقط صالحة لتحليل البيانات، وأستخدم الباحثون المنهج الوصفي؛ للوصول إلى أهداف الدراسة بالاعتماد على برنامج الحزم الإحصائية وهو: (SPSS-26)؛ لتحليل بيانات الدراسة والوصول إلى نتائج علمية دقيقة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن درجة مستوى الوعي السياحي لدى طلاب الكليات بجامعة طبرق في البُعدين المعرفي والسلوكي معاً كان «مرتفعاً» إلى حد ما، إضافة إلى ذلك: أن دور الكليات في تنمية الوعي السياحي لدى طلاب الجامعة هو أيضاً كان «مرتفعاً». علاوة على ذلك توجد فروق ذات دلالة إحصائية للمجموع الكلي للبعدين. وانتهت الدراسة بوضع مجموعة من التوصيات من أهمها: العمل على إيجاد استراتيجية شاملة ومستدامة للأنشطة الثقافية الطلابية التي تعمل على تنمية الوعي السياحي لدى الطلاب، بالإضافة إلى وجوب تعاون وشراكة الجهات ذات الاختصاص في المجال السياحي لتطوير الثقافة السياحية لدى طلاب الجامعات، علاوة على ذلك يُفترض اعتماد مادة الثقافة السياحية كمادة أساسية لطلبة الجامعات؛ لتنمية الوعي السياحي في حياتهم العلمية والعملية، وأخيراً نوصي بتنظيم مهرجان سنوي داخل الحرم الجامعي يُسمى باليوم العالمي للسياحة للتعرف على أهمية المواقع السياحية في ليبيا وإحياء الموروث الثقافي الليبي

الكلمات المفتاحية: الوعي السياحي - الجامعة - البعد المعرفي - البعد السلوكي

Abstract:

Tourism awareness considers a citizen's recognition of the significance of tourism attractions inside their country ,and their role various levels in economic ,social ,and environmental .This research was aimed at identifying the level of tourism awareness among students of the University of Tobruk and the role of colleges in the development of tourism awareness among university students ,and the top three colleges with the greatest levels of tourism awareness among those examined .To fulfill the study's aims ,the emphasis was placed on a quantitative method ,following the modification and development of a questionnaire derived from prior research to gather data from students across eight distinct colleges at Tobruk University .We disseminated over 500 questionnaires yet acquired just 450 legitimate responses for data analysis .The researchers employed a descriptive methodology to fulfill the study's objectives ,utilizing the statistical software program)SPSS (26-to evaluate the data and obtain precise scientific results .The research produced numerous significant findings .Tourism knowledge was" high "among college students at Tobruk University ,encompassing both cognitive and behavioral dimensions .Furthermore ,the significance of colleges in fostering tourism awareness among university students was deemed" high " .Moreover ,statistically significant disparities were observed in the overall scores for both aspects .The investigation culminated in a series of suggestions ,which include the following: Formulate a thorough and sustainable strategy for student cultural events aimed at fostering tourism awareness among students .Moreover, collaboration and alliances with pertinent organizations in the tourism sector are essential for cultivating a tourism culture among university students .Moreover ,it is posited that tourism culture should be integrated as a fundamental subject for university students to augment tourism awareness in their academic and professional endeavors .Finally ,we suggest the establishment of an annual campus festival named The World Tourism Day ,it aimed at revitalizing cultural heritage and emphasizing the significance of tourist destinations in Libya.

Keywords :Tourism Awareness - University - Cognitive Dimension- Behavioral Dimension

مقدمة:

يُشكل الوعي السياحي أهمية كبيرة في تحسين الصورة السياحية في كثير من دول العالم الذي بدوره سوف يُقلل من الآثار السلبية التي ترافق صناعة السياحة، ولا يكون ذلك إلا من خلال ثقافة المجتمع ونظرتهم إلى السياحة، وهذا الوعي لا يتحقق إلا من خلال تضافر جهود كافة الجهات بمختلف أنواعها، ابتداءً من الأسرة والمؤسسات التعليمية إلى أجهزة الدولة، وسائر المؤسسات العامة والخاصة، وبشكل دائم، ولفترات طويلة، وذلك لتصحيح الصورة السياحية لدى أفراد المجتمع، وذلك من خلال إعادة

تفعيل الخطاب السياحي والاهتمام برفع الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع ذوي الاحتكاك المباشر بالعملية السياحية في مختلف مراحلها.

مشكلة الدراسة: تعتمد السياحة في أي بلد في العالم بالدرجة الأولى على توافر مجتمع مثقف لأهميتها وتأثيرها الاقتصادي والثقافي؛ ولكي يعي المواطن أهمية السياحة ومواردها الطبيعية أو بشرية لتحقيق التنمية السياحية المستدامة؛ يجب نشر الوعي السياحي بين فئة الشباب وخاصة طلبة الجامعات والذي يعتبر أمراً مهماً وحيوياً، ومع ذلك يظل الوعي السياحي لدى الشباب في ليبيا دون المستوى المأمول، لذا تكمن مشكلة هذا البحث في التعرف على دور الوعي السياحي، وفهم تحليل دور الكليات في جامعة طبرق؛ لتنمية الوعي السياحي لدى طلابها من خلال تقديم برامج تعليمية متكاملة، وورش عمل، وأنشطة ترفيهية تسعى لتعزيز فهم الطلاب لأهمية السياحة، ومما يميز هذا البحث: كونه الأول من نوعه في شتى الدراسات المحلية والدولية مما يتيح فرصة فريدة لفهم وتحليل هذه الظاهرة من منظور جديد وقريب، وقد ركزت البُحاث في هذه الدراسة على استكشاف مستوى الوعي السياحي لدى طلاب جامعات طبرق، ودور تنمية الوعي السياحي لدى الجامعة، وهي أول دراسة على مستوى ليبيا في هذا المجال، حيث سيتم من خلال هذا البحث التعرف على درجة الوعي السياحي لدى الطلاب، ودور الجامعة في تعزيز هذا الوعي، بالإضافة إلى معرفة العوقات التي تحد من تنمية الوعي السياحي وكيفية التغلب عليها ومن هذا المنطلق تم اختصار مشكلة البحث في سؤال رئيسي وهو ما هو دور الكليات في تنمية الوعي السياحي لدى طلاب الجامعات الليبية؟ وقد تفرع منه ثلاث أسئلة فرعية وهي

- ما هو مستوى الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق؟
- ما دور الكليات في تنمية الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق؟
- ما هي الكليات المتحصلة على الترتيب الثلاثة الأولى في أعلى درجات الوعي السياحي لدى طلابها.

أهمية الدراسة: للجامعة دورها الكبير في نشر الوعي السياحي لدى طلابها على اختلاف ثقافتهم وجنسهم واهتماماتهم، وطبقاتهم الاجتماعية، حيث يدركون المعرفة ويشاهدون المناطق السياحية، ويمارسون الأنشطة الثقافية والاجتماعية المرتبطة بها، ويتعرفون على القيمة الحقيقية لتلك المعالم تحت إشراف علمي متخصص

ومن ذلك تكمن أهمية الدراسة الحالية في التركيز على أهم بُعدين للوعي السياحي وهو البعد المعرفي والبعد السلوكي على طلاب جامعة طبرق ولقد تم دراسة عدة جوانب لأهمية هذا البحث هما

الجانب الاول: الأهمية العلمية: حيث من المتوقع أن تساهم نتائج البحث الحالي في تحسين وتنمية الثقافة السياحية لدى طلاب جامعة طبرق

الجانب الثاني: الأهمية العملية: من المتوقع أن تساهم نتائج البحث الحالي أيضا في زيادة الوعي لدى طلاب جامعة طبرق عن طريق تطوير المناهج الدراسية في الكليات المختلفة وفق جميع التخصصات

أهداف الدراسة: ولكي نتوصل إلى نتائج علمية دقيقة يجب وضع عدة أهداف للدراسة ومن بين هذه الأهداف التي تسعى الدراسة الوصول إليها

1. التعرف على مستوى الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق في المراحل المستهدفة من البحث من الجانبين (المعرفي والسلوكي) على اغلب الكليات.
 2. التعرف على دور الكليات في تنمية الوعي السياحي لدى طلاب الجامعة.
 3. التعرف على الفروقات ذات الدلالة الاحصائية بين متغيرات الدراسة.
 4. الوصول إلى نتائج يمكن الاعتماد عليها في المستقبل لتنمية الوعي السياحي لدى طلاب الجامعات على مستوى ليبيا.
 5. صياغة التوصيات والمقترحات بما يتناسب مع نتائج الدراسة لتنمية الوعي السياحي في المستقبل لطلاب الجامعات.
- فرضيات الدراسة:**

- = لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية تُعزى إلى متغيرات (الكلية - الجنس).
- = توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية تُعزى إلى متغيرات (الكلية - الجنس).

منهجية البحث: أتمتت الدراسة على المنهج الوصفي لتحليل البيانات لانه «يعتمد على دراسة الواقع ووصفها وصفاً كمياً دقيقاً» وهذا ما استخدمه (i) (التركاوي, خيرالله يونس, 2017, صفحة 217)، ولكي يتناسب مع الدراسة الحالية وهي تحديد درجة الوعي السياحي ودور الكليات في تنشيطه فقد اعتمد هذا المنهج لوصف نتائج البحث بطريقة علمية

أدوات البحث: لقد تنوعت طرق جمع المعلومات لفهم ومعرفة دور الوعي السياحي في الجامعات وذلك للتعرف على اهم النتائج ووضع الحلول المناسبة لمواجهة العراقيل التي قد تحول دون تنفيذها

أولاً: ادوات نظرية: تم الاعتماد في تعريف المصطلحات على الكتب، وأخذ ملخصات الدراسات السابقة من البحوث والمقالات العلمية، والتركيز على التقارير الخاصة بالمؤسسات التعليمية

ثانياً: ادوات تطبيقية: استخدم الباحثون إستمارة الإستبيان (الورقية والألكترونية) للوصول إلى عينة المجتمع، وأعتمدوا على دراسة سابقة تحت عنوان « دراسة تقييمية لأليات الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى الطلاب بالتطبيق على جامعة الفيوم- مصر » (عبد الجواد منى حسني، 2018)، حيث تم تعديل وتطوير فقرات الإستمارة لكي تتناسب مع اهداف الدراسة

حدود البحث:

- **الحدود المكانية:** ركزت الدراسة على أغلب الكليات والأقسام بجامعة طبرق والمتمثلة في (كلية الاثار والسياحية، وكلية الموارد الطبيعية وعلوم البيئة، وكلية التربية وكلية الهندسة وكلية العلوم، وكلية الاقتصاد، وكلية الاداب، وكلية القانون).
- **الحدود البشرية:** نظراً لضيق الوقت ركزت عينة الدراسة على طلاب أغلب الكليات باقسامها المختلفة في جامعة طبرق.

(1) التركاوي، خيرالله يونس. إدارة الجودة الشاملة في الجامعات. عمان: دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، 2017.

• **الحدود الزمانية:** وقد إستغرق توزيع إستمارة الإستبيان شهر وهو شهر يناير 2025م.

الدراسات السابقة «الأدبية»: تُعتبر الدراسات السابقة جزء أساسي من البحوث العلمية التي يجب على الباحث التعمق بها لكي يطلع على أهم الدراسات الحديثة التي تركز عليها المشكلة البحثية؛ لكي تفتح له الآفاق لدراسة الفجوة البحثية المهمة والتي لم يتطرق لها أي باحث قبله، ومن هذا المنطلق اعتمدنا على عدة دراسات في مجال الوعي السياحي من أهمها

دراسة⁽²⁾ (العجلوني، عبدالله علي قويطين، 2013): بعنوان (تطور السياحة في الاردن: دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية دراسة حالة جامعة أربد الأهلية وجامعة جدارا

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

دراسة⁽³⁾ (Akinci & Gunay, 2017): تحت عنوان: (تصورات السياحة البيئية لدى طلاب البكالوريوس والدراسات العليا في الوجهة السياحية لأنطاليا): هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تصور طلاب جامعة اكدبنيز في أنطاليا التركية (البكالوريوس والدراسات العليا)، نحو أهمية الوعي للسياحة البيئية، حيث وزع الباحث: (227)، استمارة استبيان على طلاب البكالوريوس والدراسات العليا. واستخدم الباحث المنهج الوصفي؛ للوصول إلى أهداف الدراسة، وكان من أهم نتائج الدراسة، إلا أن الطلاب الذين شملهم الوعي السياحي للأنشطة السياحية هم أكثر معرفة ودراية من الذين لم يشملهم الوعي، أي أن مستوى الوعي كان متوسطاً

دراسة⁽⁴⁾ (عبود، 2018): وعنوانها (الوعي السياحي لدى طلاب كلية السياحة : دراسة وصفية لطلاب كلية السياحة في جامعة طرطوس- سوريا) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى توفر الوعي السياحي لدى طلاب كلية السياحة في جامعة طرطوس، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحث أداة الاستبيان لجمع المعلومات من عينة الدراسة، وهم طلاب السنة الرابعة في كلية السياحة، وقد بلغ حجم العينة (50) طالباً وطالبة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

(2) العجلوني، عبدالله علي قويطين. «تطور السياحة في الأردن: دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية. دراسة حالة جامعة اربد الأهلية وجامعة جدارا». مجلة التراث، العدد 135، 2013.

(3) Perception of Graduate and Postgraduate Tourism Students for Antalya Destination.” International Journal on Lifelong Education and Leadership 3, no. 1 (2017): 17

(4) عبود، إيمان جعفر. «الوعي السياحي لدى طلاب كلية السياحة في جامعة طرطوس السورية». مجلة جامعة البعث للعلوم الإنسانية، 2018. تم الاسترداد من

هو أن طلاب كلية السياحة من الجنسين يدرك مدى أهمية الوعي السياحي في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويبدو أن الطالبات الإناث يتمتعن بمستوى وعي سياحي أكبر من الطلاب الذكور، كما يتمتع أفراد العينة من كلا الجنسين بأنماط متشابهة من الوعي السياحي.

دراسة⁽⁵⁾ (عبد الجواد، منى حسني، 2018): وعنوانها (دراسة تقييمية لآليات الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى الطلاب بالتطبيق على جامعه الفيوم)، حيث هدفت هذه الدراسة إلي تقييم آليات الجامعة، ووضع تصور لتفعيل دور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى الطلاب، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي، من خلال توزيع: (242)، استمارة استبيان لعينة من مجتمع الدراسة المتمثل في طلاب كلية جامعة الفيوم. ومن أهم نتائج الدراسة أن مستوى الوعي لدى طلاب الكليات بجامعة الفيوم كان بين: المتوسط والمرنح، ومن تلك النتائج: تم وضع تصور لمقترح تفعيل دور التعليم الجامعي في تنمية الوعي السياحي، ووضع الآليات المناسبة لذلك

دراسة⁽⁶⁾ (الورفلي، ربيعة علي عبدالله، 2021): وعنوانها (دور الوعي السياحي المجتمعي في تجسيد الهوية الليبية دراسة ميدانية على طلاب كلية الآداب بجامعة الزاوية): وهدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور الوعي المجتمعي السياحي في تجسيد الهوية الوطنية الليبية، ومعرفة أهم الأساليب التي تؤدي إلى رفع مستوى الوعي المجتمعي السياحي؛ وتكمن أهمية الدراسة في التركيز على دور الوعي المجتمعي السياحي في المحافظة على الموروث الثقافي الليبي الذي يجسد الهوية الوطنية الليبية والتنمية الوطنية المستدامة، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي وذلك من خلال توزيع: (200) صحيفة استبيان؛ لعينة من مجتمع الدراسة المتمثل في طلاب كلية الآداب بجامعة الزاوية. ومن أهم نتائج الدراسة هو انخفاض مستوى الوعي السياحي لدى كلية الآداب جامعة الزاوية؛ وذلك ناتج عن افتقار المناهج الدراسية بالمقررات الخاصة بالسياحة، وندرة ورش العمل والندوات والمحاضرات التوعوية على الموضوعات الخاصة بالسياحة والموروث الثقافي؛ وانتهت الدراسة بوضع عدة توصيات، وهي: ربط الجامعة بالمجتمع، والعمل على التنسيق مع الجهات ذات العلاقة المتمثلة في وزارة السياحة ومصلحة الآثار على إقامة مؤتمرات وورش عمل مشتركة؛ لتعزيز الثقافة السياحية، دراسة ونشر التوعية السياحية في كل وسائل الإعلام المختلفة المسموعة والمرئية، وضرورة إدراج مقرر الثقافة السياحية، ومقرر الوعي السياحي كمادة عامة تدرس في كلية الآداب جامعة الزاوية؛ لرفع مستوى الوعي السياحي، والمحافظة على الموروث

دراسة⁽⁷⁾ (العزاري، طارق محمد، 2022): تحت عنوان: (دور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى طلابها في جامعة قناة السويس)، حيث هدفت هذه الدراسة لرصد واقع دور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى طلابها، ولدراسة هذه الظاهرة تم توظيف المنهج الوصفي والذي استخدم فيها الباحث أداة الاستبيان للوصول إلى نتائج دقيقة، وكان من أهم نتائج الدراسة هو أن دور الجامعة في

(5) عبد الجواد، منى حسني. «دراسة تقييمية لآليات الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى الطلاب بالتطبيق على جامعة الفيوم». المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة 12، عدد 1 (سبتمبر 2018): 281.
(6) الورفلي، ربيعة علي عبدالله. «دور الوعي السياحي المجتمعي في تجسيد الهوية الليبية (دراسة ميدانية على طلاب كلية الآداب جامعة الزاوية)». المؤتمر العلمي الثالث لكلية الآداب جامعة الزاوية، ص 293. الزاوية: جامعة الزاوية، 2021.
(7) العزاري، طارق محمد. «دور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى طلابها». المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة 16، عدد 1 (يونيو 2022)

تنمية الوعي السياحي لدى طلابها كان ضعيفا جدا، وبناءً على ذلك وضع الباحث عدة توصيات، من أهمها: أنه يجب على أعضاء هيئة التدريس العمل على تعميق المفاهيم السياحية الإيجابية في نفوس طلابهم، وإدخال مادة التربية السياحية ضمن المناهج الدراسية في مختلف مراحل الفرق الدراسية بالجامعة، بالإضافة إلى الاهتمام بالأنشطة والرحلات الترفيهية

ونستنتج من الجدول السابق وهي ملخص الدراسات الخمس السابقة: أن هناك عدة أوجه للاتفاق وللأختلاف حيث ان جميع الدراسات اتفقت على مجتمع الدراسة وتمثل في طلاب الجامعات ومن كليات مختلفة، وأيضا اتفقت على المنهج العلمي المتبع وهو المنهج الوصفي، بالإضافة إلى ذلك جميعهم اتفقوا في استخدام أداة الدراسة وهي استمارة الاستبيان، وبشكل طبيعي فقد اختلفوا في نتائجهم من حيث درجة الوعي السياحي فكانت مرتفعة عند (عبود، 2018) و (العجلوني، عبدالله علي قويتين، 2013)؛ في حين كانت منخفضة (العزاري، طارق محمد، 2022) و (الورفلي، ربيع علي عبدالله، 2021)؛ أما الدراسة التي كانت نتائجها مستوى درجة الوعي السياحي متوسطاً فهي دراسة (Akinci, 2017 & Gunay) وهذا يعني أن مستوى درجة الوعي يختلف باختلاف اهتمام الجامعات والكليات

وخلاصة ما سبق ومن وجهة نظر البُحاث وعلاقة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية وجدوا أن هناك فجوة بحثية يجب البحث والدراسة عليها والتي لم تطرق إليها إى دراسة في السابق وهو معرفة درجة الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق ودور الكليات في تنمية الوعي السياحي، ومن هنا أنبثقت فكرة مشكلة البحث.

الوعي السياحي: يُعتبر الوعي السياحي أحد فروع الوعي الاجتماعي الذي يدور حول واقع الإنسان والمجتمع والطبيعة، وهو هدف نشاط السياحة الرئيس، ومن ثم فان تنمية الوعي الاجتماعي من خلال التعريف بهذه المواقع من خلال رحلات وزيارات ستؤدي حتماً إلى تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع، مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم ويعملون على تقديمه في أفضل صورة تجذب إليه السائح من مختلف العالم، وتبادل المعرفة وتنمية السلوك السياحي

تعريف الوعي السياحي: تُعد الثقافة السياحية هي الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها الوعي السياحي للأفراد، فالسياحة ترتبط بسلوكيات الأفراد ولا يكون هناك نهضة سياحية إلا إذا كان هناك مجتمع حاضن للسياحة ومفاهيمها، ولقد أخذت كثر من الدول المتقدمة الوعي السياحي كهدف أساسي للوصول إلى التنمية السياحية، ورفع مستوى الوعي لدى المجتمع ومعرفة أهمية السياحة وأثارها المختلفة الحياة ومن بين هذه الدول "إيطاليا- فرنسا - بلجيكا - المملكة المتحدة - أسبانيا" ودول عربية أيضاً وهي «تونس- لبنان - دبي» ويُعرف الوعي السياحي بأنه: «وهو مدي أدراك المواطن لأهمية السياحة في بلده، وقيمتها ودورها على المستوى الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي والبيئي، والافتناع بضرورة المشاركة الإيجابية في دفع التنمية السياحية من خلال زيارة الأثار والمواقع السياحية في بلده والحفاظ عليها واحترام السائح، والعمل بالسلوكيات الإيجابية ورفض السلوكيات السلبية لتكوين صورة ذهنية طيبة لدى السائح عن البلد»⁽⁸⁾ (عبدالله، أحمد علي، 2014، صفحة

(171)

(8) عبدالله، أحمد علي. التخطيط والتنمية السياحية. المجلد 1. الأردن: أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، 2014.

ويُقصد بالوعي السياحي: «الإدراك القائم على الإحساس والاهتمام بالمواقع السياحية وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والبيئية، والوقوف على المشكلات التي تواجه السياحة والحركة السياحية، مع وجود الدوافع، كما يعد ضرورة لا غنى عنها لمختلف أفراد المجتمع؛ لأنه يُمثل الوسيلة الفاعلة للمساهمة في تنمية كثير من الدول؛ لتحقق الفوائد المرجوة من النشاط السياحي، ويسهم إسهاما فاعلا في تنمية السياحة بشتى أنماطها وتحقيق أهدافها الإيجابية والتقليل من آثارها السلبية»؛ ويُعرف أيضا بأنه: «إدراك الفرد لمقومات الجذب السياحي سواء الطبيعية أو البشرية وفهمه لخصائص النشاط السياحي، وأنواع السياحة، وتقييمه لفوائدها الاقتصادية، وتقديره لمشروعات التنمية السياحية، واحترامه وحسن معاملته وحفاظه على الثروات السياحية، ومشاركته الإيجابية في النشاط السياحي؛ ومن وجهة نظر أخرى: يُعرف الوعي السياحي هو أنه إحساس المجتمع المحلي بعائد قيمة السياحة بما يعكس في المعرفة والفهم العميق للسياحة، والحرص على المحافظة عليها والنظرة الواعية لحاضرها ومستقبلها مما يؤدي إلى اكتساب الأفراد للسلوكيات والعادات السوية في التعامل مع السائح⁽⁹⁾ (ديابي، منال، 2017)، والوعي السياحي ليس محتكرا على الأشخاص الذين يدرسون أو يعملون في القطاع السياحي بل يشمل جميع أبناء المجتمع المحلي وأهمهم فئة الشباب وعليهم أيضا المسؤولية الخاصة للحفاظ على تنمية السياحة واستدامتها من خلال المشاركة والمساهمة في التنمية، لذلك فإن الوعي السياحي يجب ان يتحصلوا الطلبة عليه عن طريق النشاطات والندوات التثقيفية، وهنا يأتي دور إدارة المؤسسات التعليمية بنشر الوعي وهذه مسؤولية عظيمة، بالإضافة إلى ذلك تعتبر السياحة والوعي عناصر غير قابلة للفصل في نجاح العملية السياحية واستدامتها، وإدخالها لجميع فئات⁽¹⁰⁾ (مقابله، ديب، 2000)⁽¹¹⁾. (العجلوني، عبدالله علي قويتين، 2016، صفحة 135).

اهمية الوعي السياحي: نكتسب السياحة صورة حسنة وجيدة لدى جميع الأفراد عند توافر الوعي السياحي، وذلك لأنهم مُدرّكين للأهمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدولية للوعي السياحي، حيث يرتبط نجاح النشاط السياحي في أي دولة بمدى ما يصل إليه الوعي السياحي من تطور ونمو، وتتمثل أهمية الوعي السياحي في الأهمية الاقتصادية للوعي السياحي : وتعد السياحة من القطاعات الإنتاجية الهامة في اقتصاديات كثير من الدول سواء كانت نامية أو متقدمة، وتتجلى الأهمية الاقتصادية للوعي السياحي من خلال توفر العديد من الفوائد مثل زيادة الدخل القومي وتدفق العملات الأجنبية للدول المضيفة وتوفير فرص العمل، وخلق فرص استثمارية جديدة وغيرها وتوجد عدة جوانب لأهمية الوعي السياحي وتتمثل أول أهمية في الأهمية الاجتماعية للوعي السياحي: وتبرز تلك الأهمية من خلال النشاط السياحي المخطط تخطيطا علميا متوازيا يؤدي إلى تعميق العلاقات الاجتماعية بين السائحين وأفراد المجتمع المضيف، مما يشجع على التبادل الحضاري والعمل على حماية قيم المجتمع وتقاليده مع تشجيع الاختلاط الجيد بين السائحين والمواطنين؛ لزيادة التفاعل والتبادل الحضاري بينهما مما يؤدي إلى بناء علاقات طيبة قائمة

(9) ديابي، منال. «دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية.» مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 310، 2017.

(10) مقابلة، ديب. صناعة السياحة في الأردن. عمان: دار وائل للطبع والنشر والتوزيع، 2000.

(11) العجلوني، عبدالله علي قويتين. «تطور السياحة في الأردن: دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية. دراسة حالة جامعة اربد الأهلية وجامعة جدارا.» مجلة التراث، العدد 135، 2016.

على التفاهم والاحترام والتعاون بين الأمم؛ لأنه من المعروف أن السائحين هم من بيئات متباينة ولهم عادات واتجاهات اجتماعية تختلف عن تلك الخاصة بالدول الزائرة؛ وبالتالي كل هذا يجعل الاختلاط بينهم وبين المجتمع المضيف أرضاً خصبة لنمو الاحتكاك الاجتماعي؛ أما الأهمية الدولية للوعي السياحي: تركز هذه الأهمية على تقوية العلاقات الدولية بين الحكومات المختلفة في بعض المجالات مثل: اتفاقيات النقل السياحي، ومنح التأشيرات وغيرها التي تعد من أسس التعامل الدولي بين الدول؛ لذا فإن تنامي الوعي السياحي في أي دولة سيعمل على إدراك أهمية السياحة كمجال من المجالات المهمة في تنمية العلاقات الدولية، وبذلك تزايد قاعدة التفاهم الدولي مما ينعكس في السلوكيات الإيجابية الجيدة تجاه السائحين الوافدين مما يؤدي إلى زيادة حركة السياحة الوافدة في تلك الدول؛ أما الأهمية الثقافية للوعي السياحي: تؤدي بشكل طبيعي إلى تعرف السائحين من البلدان المختلفة على ثقافات الشعوب التي تستقبلهم وتستضيفهم، كما أن أبناء هذه الشعوب يتعرفون على ثقافات وعادات السائحين، لذلك تتقارب المسافة بينهم ما يعمل على دعم التراث الثقافي والإنساني واتساع الحلقة الثقافية على مستوى العالم، وبمعنى آخر: إن الأهمية الثقافية للوعي السياحي تتجلى عندما يدخل السائح في علاقات مع سكان المجتمع المزار وذلك بهدف التعرف على ثقافة وعادات وطريقة حياة ذلك المجتمع أي أن السياحة توفر المعارف والخبرات والمهارات الثقافية المختلفة من خلال الاحتكاك الثقافي بين المضيف والمضيف وما تمده من معلومات ثقافية حول أي موقع من مواقع الجذب السياحي الثقافي⁽¹²⁾ (ديابي، منال، 2017)

أبعاد الوعي السياحي: إن نشر الوعي السياحي بمثابة تهيئة المناخ الملائم لاستقبال النشاط السياحي والسائحين وإيجاد أفراد قادرين على التعامل مع السائحين وإشعارهم بالترحيب الدائم ومن أهم أبعاد الوعي السياحي زيادة معرفة المواطنين بمناطق بلدهم وما تملكه من مقومات جذب سياحية سواء كانت طبيعية أم بشرية، والتعرف على التسهيلات السياحية وأنواع السياحة التي تمارس في الدولة والاشتراك في النشاط السياحي، بالإضافة إلى معرفة المواطنين بفوائد صناعة السياحة الاقتصادية وأهمية السياحة لمستقبل وطنهم، وهذا يترتب عليه احترام السائح في كل التعاملات والعلاقات لتقديم المعرفة له والحديث معه بلطف وفخر، وتسهيل كل الإمكانيات لخدمة منذ وصوله وحتى مغادرته، بالإضافة إلى ذلك تشجيع السياحة الداخلية بين مستويات الشعب المختلفة وخاصة الأطفال والشباب، لأن ذلك يؤدي من تلقاء نفسه إلى تأصيل المشاركة السياحية في سلوكهم وشعورهم بالفخر والعزة بماضي بلدانهم الحضاري وتاريخهم المجيد وإتباع السلوك السليم تجاه مقومات الجذب السياحي والحفاظ عليها، ومن أهم الأبعاد هو يجب توفر مناخ آمن للسائح في مختلف المجالات⁽¹³⁾ (ديابي، منال، 2017)

ومن هنا نستنتج عدة أبعاد للوعي السياحي تركز عليها هذه الدراسة ويتمثل البعد الأول في البعد المعرفي: ويشمل (الحقائق - المفاهيم - المبادئ): وتتمثل في توسيع معارف المتلقين حول السياحة وإبراز بعض الحقائق والمفاهيم المرتبطة بالسياحة وأهميتها بالنسبة للمجتمع اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا وسياسيا (خزاري، عبد الحميد،

(12) ديابي، منال. «دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية». مرجع سبق ذكره

(13) ديابي، منال. «دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية». مرجع سبق ذكره

2009)؛ أما البعد الثاني فهو البعد السلوكي: ويشمل (الثقة - الفعل - الاستجابة): ويركز على تنمية قدرات الطلاب على التفكير في إطار الانفتاح الاقتصادي والثقافي لبناء مجتمع أفضل يساعد على الجذب السياحي أيضاً تنمية قدرات المتعلمين على الابتكار والتجديد والإبداع لتنشيط الحركة السياحية، بالإضافة إلى حل المشكلات التي تواجه الحركة السياحية في المجتمع المحلي والوطني⁽¹⁴⁾ (خزاري, عبد الحميد، 2009)

تعريف الجامعة: وهي مؤسسة علمية مستقلة ذات هيكل تنظيمي معين وأنظمة وأعراف وتقاليد أكاديمية معينة، تتمثل وظائفها الرئيسية في التدريس والبحث العلمي وخدمة المجتمع، وتتألف من مجموعة من الكليات والأقسام ذات الطبيعة العلمية التخصصية، وتقدم برامج دراسية متنوعة في تخصصات مختلفة منها ما هو على مستوى البكالوريوس ومنها ما هو على مستوى الدراسات العليا تمنح بموجبها درجات علمية للطلاب⁽¹⁵⁾ (الثبتي، 2000)، ومن خلال دراسة (منى حسني عبدالجواد، 2018)،⁽¹⁶⁾ (مرسي، 1977) ولكي يتحقق أهداف ومتطلبات تنمية الوعي السياحي لطلاب الجامعات لابد من توفير عدة متطلبات وهي:

الأخبار: تزويد الطلاب بالأخبار عن الداخلية والخارجية وأهميتها، بحيث يمكن يتعرفوا على نتائج تأثير السياحة على الاقتصاد القومي، ودورها في توفير فرص العمل في المستقبل، وتحقيق التنمية الثقافية التي تزيد من الوعي السياحي لديهم⁽¹⁷⁾ (الريامي ، احمد بن جمعة بن خلف، 2007)

التفسير والتوجيه: إن الجامعات يجب عليها أن تقدم للطلاب المعلومات بصورة سهلة ومبسطة وخالية من التعقيد، لكي تضمن مشاركة الطلاب في حل المشاكل التي تواجه السياحة من خلال إثارة إنتباه الطالب وتسهيل عملية الفهم لديه⁽¹⁸⁾ (ميخائيل ، املى صادق، 2005)

التثقيف والتعليم: اعتبار الجامعات من أهم وسائل التثقيف لما لها من قدرة على التأثير في حياة الطلاب وطرق معيشتهم، وعن طريق بث الأفكار والقيم والمعلومات التي يمكن من خلالها التوعية بقضايا التنمية السياحية وغيرها من القضايا، ومحاولة وضع الحلول إما من خلال الطلاب أنفسهم أو من خلال الأنشطة الواقعية من مجلات وحوارات أو ندوات، بحيث يخلق جو حضاري يساعد على تنمية الوعي السياحي والتقدم والرقى والتطور⁽¹⁹⁾ (ابو العسل ، حسين محمد، 2007)

الترفيه: لا تختلف الجامعات في اهتمامها بالترفيه فيعد مادة أساسية في معظم الجامعات تقدمه من خلال برامجها الطلابية بالإضافة إلى الأهداف الثقافية والاجتماعية الأخرى، لكنه في الوقت نفسه يعد هدف أساسي في كافة الأنشطة، يمكن الطلاب من مواجهة الحياة والتعبير عن آرائهم⁽²⁰⁾ (ابو العلا، سهير عبداللطيف، 1990).**الدعاية والإعلان:** يمكن استغلال الجامعات في عمليات الدعاية والإعلان عن الشركات السياحية وبرامجها الموجهة للطلاب وهذه الدعاية والإعلانات تلقى شعبية كبيرة بين الطلاب لأنها تعتمد على الفنون المختلفة (لون، وصورة، ومؤثرات فيكون

(14) خزاري، عبد الحميد. «التربية وتنمية الوعي السياحي». مجلة الحياة 13 (2009): 421.

(15) الثبتي، مليحان معيض. «الجامعات نشأتها ومفهومها ووظائفها». المجلة التربوية - جامعة الملك سعود، 2000.

(16) مرسي، محمد منير. دراسات في التربية المعاصرة. القاهرة: دار النهضة المصرية، 1977.

(17) الريامي، أحمد بن جمعة بن خلف. تنمية الوعي السياحي لدى المواطنين بتفعيل دور المؤسسات التربوية. سلطنة عمان، 2007.

(18) - ميخائيل، أمل صادق. الرحلات كمدخل لتنمية الوعي السياحي لدى طفل ما قبل المدرسة. الإسكندرية: جامعة الإسكندرية، 2005.

(19) أبو العسل، حسين محمد. الوعي السياحي والتعليم السياحي الفندقي لطلبة المدارس لإقليم الشمال. الأردن، 2007.

(20) أبو العلا، سهير عبداللطيف. دور التربية في تنمية الوعي السياحي بأسوان. أسبوط: جامعة أسبوط، 1990.

لها الأثر في التأثير على تفكير الطلاب⁽²¹⁾ (أبو النجا، طارق عبدالمنعم، 1994).
الدراسات العملية:

أما الجانب الثاني من هذه الدراسة فهو الجانب العملي وهو من أهم الركائز الأساسية التي يجب على الباحث التركيز في استخراج نتائج دقيقة من حيث التحليل والتفسير والمناقشة، ولقد تم إختيار عينة مجتمع الدراسة من طلاب الكليات المختلفة من جامعة طبرق، وبناءً على ذلك فقد تم إختيار العينة وفقاً للطريقة العشوائية البسيطة، والتأكد من أن العينة تخضع للتوزيع الطبيعي فقد تم توزيع أكثر من (500) إستمارة إستبيان وتم إستبعاد (50) إستمارة غير صالحه للتحليل، أي أن هناك (450) إستمارة إستبيان فقط صالحة للتحليل الإحصائي عن طريق برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (V26-SPSS)، وتمثل مجتمع العينة في الجدول رقم (1) لمجموع طلاب ثمانية كليات بالجامعة مقسمة على النحو التالي:

جدول 1 الكليات وعينة البحث والتسلسل ببرنامج (SPSS)

اسم الكلية	عينة البحث	التسلسل في SPSS
1 كلية الآثار والسياحة	54	54-1
2 كلية الموارد الطبيعية وعلوم البيئة	67	121-55
3 كلية التربية	60	181-122
4 كلية الهندسة	53	234-182
5 كلية العلوم	52	286-235
6 كلية الاقتصاد	58	344-287
7 كلية الاداب	55	399-345
8 كلية القانون	51	450-400
المجموع الكلي	450	

مقياس الوعي السياحي: مقياس الوعي السياحي: هو مقياس تقديري للتعرف على الدرجات والمستويات المرجحة لعينة المجتمع التي وقعت عليها الدراسة. وفي الجدول رقم (2) توضيح لمعرفة مدى اتساق الطلبة أو عدم اتساقهم مع العبارات المتعلقة بدرجات مختلفة ودور الكليات في تنمية الوعي السياحي من خلال خمس درجات مختلفة ولقد تم توزيع الإجابات على خمس مستويات حسب ليكرت الخماسي وتبدأ من منخفض جداً والتي تقابلها في الاستجابة (لا أوافق بشدة)، في حين تنتهي بأعلى درجة وهي مرتفع جداً والتي تقابلها في الاستجابة (أوافق بشدة)

(21) أبو النجا، طارق عبدالمنعم. إسهامات مؤسسات التعليم السياحي في بعض جوانب التنمية السياحية في جمهورية مصر العربية. المنصورة: جامعة المنصورة، 1994.

جدول (2) ميزان المقياس التقديري للبيكرت الخماسي

ت	الإستجابة	المتوسط المرجح	دور الكليات في تنمية الوعي السياحي
1	لا أوافق بشدة	1-1.79	منخفض جداً
2	لا أوافق	1.80-2.59	منخفض
3	محايد	2.60-3.39	متوسط
4	أوافق	3.40-4.19	مرتفع
5	أوافق بشدة	4.20 - 5	مرتفع جداً

نتائج التحليل والمناقشة:

الجدول التالي رقم (3) يتمثل في الجزئية الأولى من استمارة الاستبيان الذي أُعدت للدراسة والمتمثلة في التعرف على التكرارات، والنسب المئوية للبيانات الشخصية (البيانات الديموغرافية) للمُستجيبين وهم طلاب جامعة طبرق المتمثلة في: (الجنس، والعمر، والكلية، والمرحلة الدراسية).

جدول (3) البيانات الشخصية (الديموغرافية)

الجنس		التكرار (ت)	النسب المئوية (%)
1	ذكر	197	39.8%
2	أنثى	271	60.2
العُمر		التكرار (ت)	النسب المئوية (%)
1	20-18	104	23.1%
2	23-21	276	61.3%
3	24 فما فوق	70	15.6%
إسم الكلية		التكرار (ت)	النسب المئوية (%)
1	كلية الآثار والسياحة	54	12.0%
2	كلية الموارد الطبيعية وعلوم البيئة	67	14.9%
3	كلية التربية	60	13.3%
4	كلية الهندسة	53	11.8%
5	كلية العلوم	52	11.6%
6	كلية الاقتصاد	58	12.9%
7	كلية الآداب	55	12.2%
8	كلية القانون	51	11.3%
المرحلة الدراسية		التكرار (ت)	النسبة المئوية (%)

2%	1	المرحلة الاولى	1
11.6%	52	المرحلة الثانية	2
36.7%	165	المرحلة الثالثة	3
51.6%	232	المرحلة الرابعة	4

من خلال الجدول السابق تحليل البيانات الديموغرافية السابقة في متغير الجنس: تُشير البيانات السابقة أن نسبة الإناث تُعد أعلى من نسبة الذكور بين المشاركين، حيث بلغت الإناث (60.2%) مقابل (39.8%) للذكور؛ أما المتغير الثاني وهي الفئة العمرية: فإن الأغلبية كانت تتراوح ما بين (21-23) سنة وتشكل نسبة كبيرة تبلغ (61.3%) يليها الفئة العمرية الثانية (18-20) بنسبة (23.1%) الفئة العمرية الثالثة وهي الأكبر من (24) سنة بنسبة أقل (15.6%)

أما بالنسبة للمرحلة الدراسية: فإن العدد الأكبر من الطلاب يتركز في المرحلة الرابعة، حيث تبلغ نسبتهم (51.6%) مما يعكس تركيزاً على الطلاب في سنوات التخرج، يليها المرحلة الثالثة بنسبة (36.7%)

أما فيما يتعلق بعدد الإستمارات التي تم توزيعها على طلاب الكليات: فقد كانت متقاربة مع بعضها البعض، فقد كان النصيب الأكبر لكلية الموارد الطبيعية وعلوم البيئة الصدارة بنسبة (14.9%)، بينما كانت نسب الكليات الأخرى متقاربة من بعضها مثل كلية الاقتصاد (12.9%)، كلية الآداب (12.2%)، وكلية التربية (13.3%)، وكان القصد من التوزيع الشبه متساوي هو التوازن بين نتائج الدراسة كما هو موضح في الشكل التالي



مقياس الصدق Validity: وهو شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب ان تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى»⁽²²⁾ (ذوقان؛ عبيدات؛ اخرون، 2001، صفحة 179)؛ وقد تم التركيز على الصدق الظاهر وهو عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين والمحللين من اصحاب الخبرة في كلية الآثار والسياحة والتي كانت خبرتهم تزيد عن 20 سنة في قطاع السياحة والتعليم السياحي، وتم تعديل كل ما يلزم للوصول إلى أهداف البحث وللوصول إلى

(22) عبيدات، ذوقان وأخرون. البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه. عمان: دار الفكر، 2001.

مقياس ثبات حقيقي

مقياس الثبات (الإعتمادية أو الدقة) Reliability: وهو التأكد من دقة المقياس أو اتساقه بما يتناسب مع مشكلة الدراسة، وبمعنى آخر إلى أي مدى يقوم هذا المقياس بإعطاء نتائج ثابتة فيما لو تم إعادة القياس باستخدام نفس أداة القياس⁽²³⁾ (بوعلام، رجاء محمود، صفحة 270)، وقد تم الاعتماد على برنامج الحزم الإحصائية (SPSS) الإصدار (26) وذلك لاختبار دقة وثبات استمارة الاستبان، وللإعتماد عليها في الحصول على نتائج سليمة وفقاً للأهداف المطروحة مسبقاً، وذلك عن طريق (ألفا كرو نباخ) على برنامج الحزم الاحصائية (Spss) والتي تُحدد مقياس الثبات وهذا موضح في الجدول الآتي رقم (5)

جدول (4) مقياس الثبات (الفاكورومباخ)

مقياس الثبات	عدد الفقرات	قياس العناصر	النسبة المئوية %
البُعد الأول (الجانب المعرفي)	10	0.86	86%
البُعد الثاني (الجانب السلوكي)	6	0.79	79%
مجموع ثبات البُعينين	16	0.90	90%

وبعد أن أُستكمل التوزيع على عينة المجتمع المستهدفة والتي بلغت (0.90) أي بنسبة (90%) إجمالي ثبات البُعينين معاً، ويُعد هذا الثبات ممتاز عند كثير من الخبراء كدلالة على ثبات الأداة لأنها تُعبر عن دقة المقياس واتساقه؛ وبمعنى آخر أنه لو تم إعادة القياس باستخدام نفس أداة القياس وعلى نفس العينة سنحصل على نفس النتيجة أو قريبة جداً من هذا المقياس

الاتساق الداخلي: الجداول التالية تُبين مقياس الاتساق الداخلي بين فقرات الأبعاد المختلفة وبين الفقرات مع بعضها البعض حيث أن جدول رقم (6) يكشف لنا نتائج الاتساق الداخلي للبعد المعرفي والوعي السياحي لدى طلاب الجامعة

جدول (5) نتائج الاتساق الداخلي للبعد المعرفي والوعي السياحي لدى طلاب الجامعة

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتساق الداخلي	الدلالة الإحصائية	المستوى المرجح
1	تساهم الكلية في تحسين الصورة السياحية في ليبيا.	3.40	1.23	**0.678	000.	مرتفع
2	تقدم الكلية بعض العروض للاماكن السياحية على مواقعها الالكترونية.	3.23	1.16	**0.700	000.	متوسط

(23) بوعلام، رجاء محمود. مناهج البحث العلمي في البحوث النفسية والتربوية. القاهرة: دار النشر للجامعات، 2016.

متوسط	000.	**0.641	1.14	3.39	توجد ندوات تثقيفية للطلاب في الكلية توضح أهمية السياحة في ليبيا.	3
مرتفع	000.	**0.684	1.09	3.45	تساهم بعض المقررات بالكلية في ابراز اهمية الوعي السياحة.	4
متوسط	000.	**0.723	1.11	3.37	تقدم الكلية برامج ثقافية للتعرف على اهم الاماكان السياحية.	5
مرتفع	000.	**0.678	1.20	3.65	تشجع الكلية طلابها على الرحلات الترفيهية للتعرف الاماكن السياحية.	6
متوسط	000.	**0.598	1.14	3.11	تنظم الكلية لطلابها بعض المهرجانات السنوية للتوعية السياحية.	7
متوسط	000.	**0.691	1.07	3.36	تهتم الكلية بالنشاطات الثقافية السياحية.	8
مرتفع	000.	**0.656	1.06	3.42	تقترح الكلية بعض المبادرات للحفاظ على المواقع السياحية.	9
مرتفع	000.	**0.598	1.06	3.57	تتبث الكلية باحترام اللوائح والقوانين والارشادات التي تخص السياحة.	10
متوسط			0.753	3.399	المجموع الكلي للبعد الأول	

يوضح لنا الجدول السابق درجة المتوسطات الحسابية للفقرات ونتائج مقياس الاتساق الداخلي للفقرات المتعلقة بالبعد الأول (المعرفي) وتقييم دور الكليات في تنمية الوعي السياحي، وفيما ملخص المجموع الكلي للبعد الأول، وخلال من التحليل السابق يمكن ملاحظة أن هناك توافق كبير بين الاستجابات المتعلقة بالفقرات والبعد (المعرفي) وهذا يُتيح لنا الوصول إلى نتائج دقيقة لمعرفة دور الكليات في تنمية الوعي السياحي بجامعة طبرق، حيث يتضح لنا وبعد الوصول إلى المجموع الكلي للمتوسطات الحسابية للبعد المعرفي وهي (3.399)، أي أن دور تنمية الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق كان «متوسطاً» وهذه تتفق مع دراسة (Akinci & Gunay, 2017)

الجدول رقم (6) يوضح لنا نتائج الاتساق الداخلي للبعد السلوكي والوعي السياحي لدى طلاب الجامعة

جدول (6) نتائج الإتساق الداخلي للبعد السلوكي والوعي السياحي لدى طلاب الجامعة

ت	الفقرت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتساق الداخلي	الدلالة الإحصائية	المستوى المرجح
11	تساهم الكلية في بناء سلوكك بصورة إيجابية إتجاه المواقع السياحية.	3.62	1.03	**0.706	000.	مرتفع
12	تساهم بعض المقررات المنهجية بالكلية في تنمية شخصيتك الوطنية نحو السياحة.	3.47	1.08	**0.729	000.	مرتفع
13	تلعب الكلية دور محوري في الاهتمام بالموروث الثقافي.	3.48	1.13	**0.693	000.	مرتفع
14	تنشر الكلية الاهتمام بالمواقع السياحية.	3.61	1.07	**0.722	000.	مرتفع
15	15- تقدم الكلية لطلابها بعض المطبوعات لنشر الثقافة السياحية.	3.30	1.12	**0.718	000.	متوسط
16	16- تتعاقد الكلية مع بعض المرافق السياحية لعمل تخفيضات لطلابها .	3.40	1.30	**0.637	000.	مرتفع
	المجموع الكلي للبعد الثاني	3.485	0.788			مرتفع

نلاحظ من الجدول السابق والمتمثل في نتائج التحليل للاتساق الداخلي للبعد السلوكي والتي شملت (6 فقرات) حيث تبين أن المستوى المرجح لدرجة الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق تتراوح ما بين مرتفع ومتوسط اي تتراوح بمتوسطات حسابية على التوالي ما بين (3.30-3.62) وفيما يلي تحليل مُفصل لفقرات البعد السلوكي

ومما سبق ومن التحليل أعلاه يمكن ملاحظة أن هناك توافق كبير بين الاستجابات المتعلقة بالفقرات والبعد(السلوكي) وهذا يُتيح لنا الوصول إلى نتائج دقيقة لمعرفة دور الكليات في تنمية الوعي السياحي بجامعة طبرق حيث يتضح لنا أنه مستواه أفضل من البعد السابق وهو البعد المعرفي، ويتبين لنا ذلك من خلال الوصول إلى المجموع الكلي للمتوسطات الحسابية للبعد السلوكي وهي (3.485)، أي أن دور تنمية الوعي

السياحي لدى طلاب جامعة طبرق كان «مرتفعاً» وهذه تتفق مع دراسة (العجلوني، عبدالله علي قويطين، 2013)

وخلاصة ما سبق لمجموع البُعدين ومعرفة درجة الوعي السياحي لدى طلاب الكليات بجامعة طبرق من خلال دراسة البعدين المعرفي والسلوكي معاً كان (مرتفعاً) إلى حد ما، وهذه الدراسة تتفق مع دراستي (العجلوني، عبدالله علي قويطين، 2013)، ودراسة (عبود، 2018)

أما الجدول رقم (7) يوضح لنا نتائج إختبار (T) لعينة واحدة (Test Sample One) ومن خلال هذا الأختبار سنتعرف على الفروقات المعنوية بين المتغيرات في البعدين

جدول (7) نتائج إختبار (T) لعينة واحدة (Test Sample One)

الفروق الاحصائية	المستوى المرجح للوعي السياحي	الوزن النسبي	إختبار T- Test		المتوسط الفرضي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأبعاد
			Sig	قيمة T				
لا توجد فروق إحصائية	متوسط	67.98%	0.006	2.780	3.300	0.753	3.399	البُعد الأول (المعرفي)
توجد فروق إحصائية	مرتفع	69.7%	0.000	45.36	1.800	0.788	3.485	البُعد الثاني (السلوكي)
توجد فروق إحصائية	مرتفع		0.003	24.07	2.55	0.770	3.442	المجموع الكلي للبعدين

*الفرق دال عند مستوى 0.05 - **الفرق دال عند مستوى 0.01

وبعد الإطلاع على نتائج الجدول السابق يتضح أن البعد الاول (البعد المعرفي) فقد تحصل على متوسط حسابي (3.399)، وبانحراف معياري (0.753)، أي أن نسبته (67.98%)؛ وبما أن القيمة الاحتمالية (sig) أو الدلالة الاحصائية أكثر من (0.05) فهي تعتبر غير دال إحصائياً، وهذا يعني أن المستوى المرجح لدرجة الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق للبعد المعرفي كان (متوسطاً)

أما البعد الثاني وهو (البعد السلوكي) كان دال إحصائياً وبدلالة إحصائية أقل من (0.05) والمتمثلة في (0.000) وبمتوسط حسابي (3.485)، وبانحراف معياري (0.788)، ونسبتها المئوية قدرت ب (69.7%)، وهذا يعني أن المستوى المرجح لدرجة الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق للبعد السلوكي كان (مرتفع)

ونستنتج بصورة عامة من مجموع الأبعاد السابقة أن مستوى درجة الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق كان (مرتفعاً) بناءً على المقياس التقديري المذكور سلفاً، وبمجموع المتوسطات الحسابية للبعدين (3.442) وبانحراف معياري (0.77)،

وبقيمة الاحتمالية (sig) تساوي (0.003) وهنا نعتبر أنها توجد فروق ذات دلالة إحصائية لأنها أقل من (0.05) وذلك بسبب نقص البرامج التوعوية لتنمية الوعي السياحي لدى الموظفين والطلاب بالجامعة والقصور في التنسيق بين كليات الجامعة لإقامة الندوات والبرامج السياحية، بالإضافة إلى عدم بإدخال بعض المقررات الدراسية لتنمية الوعي السياحي، وعلاوة على ذلك عدم الاهتمام بالرحلات الترفيهية

وخلال نتائج اختبار (T) لعينة واحدة (Test T Sample-One) الموضح في الجدول السابق أن المجموع الكلي للبعدين كان (24.07) وهو أعلى من القيمة الجدولية المحتملة (1.965) وبمستوى دلالة value-P (0.003)، وهي تعتبر أقل من: (0.05)، وبناءً على ذلك توجد فروق ذات دلالة إحصائية

اختبار الفرضيات:

وللتحقق من فرضية الدراسة تم استخدام تحليل: (Independent test-T) لمعرفة الفروق بين متوسطي العينتين المستقلتين عند مستوى دلالة معنوية (5%) أي (0.05)، لمعرفة عما إذا كانت هناك فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية فنقسمه جزئين لاختبار الفرضيات وهي

الجزء الأول: حسب متغيري الجنس وبناءً على تحديد قيمة value-P تكون الإجابة على أحد أسئلة مشكلة الدراسة للوصول إلى أهداف الدراسة فإذا كانت قيمة P-value أكبر من مستوى الدلالة المعنوية (5%) أي (0.05) نقبل بفرضية عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية؛ أما إذا كانت العكس نقبل بوجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية أما الجزء الأخير: من الإختبار يوضح نتائج باقي المتغيرات فقد استخدم الباحث تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA عند مستوى معنوية 5% أو (0.05)، لمعرفة ما إذا كان هناك فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية تُعزى إلى متغير الكليات، وبناءً على تحديد قيمة value-P يمكننا الوصول إلى أحد أهداف الدراسة، فإذا كانت قيمة P-value أكبر من مستوى الدلالة المعنوية (5%) أي أن (متوسطات المجموعة متساوية) هذا يعني أنه لا توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات، أما إذا كانت value-P أقل من قيمة مستوى الدلالة المعنوية (5%) أي أن (متوسطات المجموعة غير متساوية) فهذا يعني وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات، وبعد تحليل البيانات سيتم الشرح إحصائياً بالتفصيل على بعض المتغيرات الديموغرافية والمتمثلة في

أولاً- متغير الجنس: الجدول (8) يعرض إختبار (Independent test-T) لمتوسطات الوعي السياحي لدى طلاب الكليات بجامعة طبرق حسب متغير الجنس.

جدول (8) إختبار تحليل (T) لعينتين مستقلتين (Independent Test -T) لمتغير الجنس

نتيجة الإختبار	إختبار t		الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المقياس التوزائين	المحور
	sig	t					
لا توجد فروق معنوية	0.479	0.708	0.731	3.429	179	الذكور	البعد المعرفي
			0.767	3.378	271	الإناث	
لا توجد فروق معنوية	0.863	0.173	0.772	3.493	179	الذكور	البعد السلوكي
			0.799	3.480	271	الإناث	
لا توجد فروق معنوية	0.671	0.440	0.751	3.461	179	الذكور	مجموع درجات الوعي السياحي
			0.783	3.429	271	الإناث	

*عند مستوى دلالة معنوية 5%

الجدول السابق يُشير إلى أن قيمة (T) لعينتين مستقلتين (Independent test-T) للبعد المعرفي كانت (0.708)، والقيمة الإحتمالية (sig) تساوي (0.479) بين متوسطات إستجابات المبحوثين لمتغير الجنس؛ أما البعد السلوكي قيمة (T) كانت (0.173)، وقيمتها الإحتمالية (sig) تساوي (0.863) بين متوسطات إستجابات المبحوثين لمتغير الجنس؛ وهذه النتيجة تُعتبر أكبر من قيمة مستوى الدلالة المعنوية (0.05) للبعدين منفردة ومجمعه، وبناءً على مجموع البعدين فقد كانت قيمة (T) (0.440)، وقيمتها الإحتمالية (sig) تساوي (0.671) وبناءً على ذلك نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إستجابات المشاركين لدى طلاب الكليات بجامعة طبرق لدرجة الوعي السياحي لمتغير الجنس

ثانياً: متغير الكليات:

وللإجابة على فرضية الدراسة فيما يتعلق بمتغير الكليات، حيث يوضح الجدول رقم (9) إختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA Way One) لمتوسطات الوعي السياحي لدى طلاب الكليات بجامعة طبرق وابعاده حسب متغير الكليات

جدول (9) إختبار تحليل التباين الأحادي (Anova Way One) لمتغير الكليات

المحور	التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	sig	الدلالة
البعد المعرفي	بين المجموعات	46.956	7	6.708	14.290	0.000	توجد فروق معنوية
	داخل المجموعات	207.484	442	0.469			
	المجموع	254.439	449				
البعد السلوكي	بين المجموعات	38.055	7	5.436	9.973	0.000	توجد فروق معنوية
	داخل المجموعات	240.934	442	0.545			
	المجموع	278.989	449				
مجموع درجات الوعي السياحي	بين المجموعات	43.337	7	6.191	14.664	0.000	توجد فروق معنوية
	داخل المجموعات	186.610	442	0.422			
	المجموع	229.947	449				

* عند مستوى دلالة معنوية 5%

يوضح تحليل الجدول السابق أن نتائج تحليل التباين الأحادي ANOVA أن قيمة (F) للبعد المعرفي كانت (14.290) والقيمة الإحتمالية (sig) تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوية (5%) بين متوسطات إستجابات المبحوثين لمتغير الكليات؛ أما البعد السلوكي فإن قيمة (F) كانت (14.290) والقيمة الإحتمالية (sig) تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوية (5%) بين متوسطات إستجابات المبحوثين لمتغير الكليات

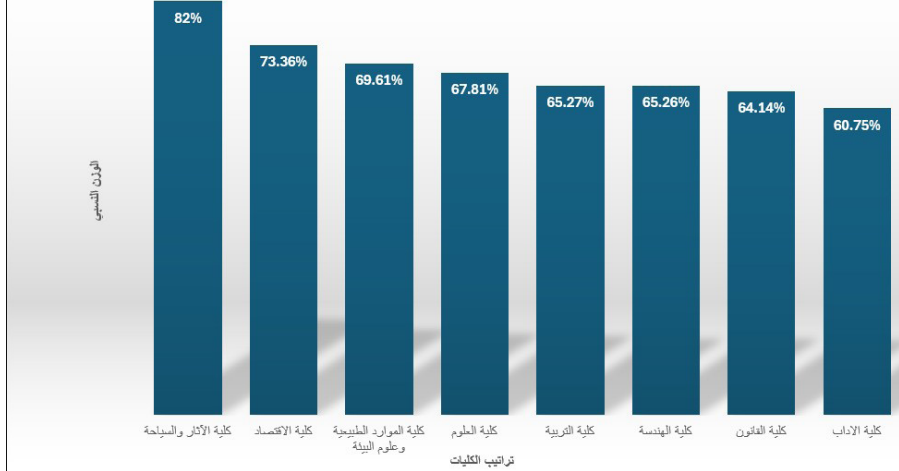
وبناءً على مجموع البُعدين فقد كانت قيمة تحليل التباين الأحادي (Way One ANOVA) (14.664)، وقيمتها الإحتمالية (sig) تساوي (0.000) نستنتج أنه توجد هناك فروقات معنوية عند المستوى 5% أي (0.05) لأراء المبحوثين حول مجموع درجات الوعي السياحي لدى طلاب الكليات بجامعة طبرق تُعزى لمتغير الكليات، وبناءً على ذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة بوجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إستجابات المشاركين لدى طلاب الكليات بجامعة طبرق لدرجة الوعي السياحي لمتغير الكليات، وراجع هذا الاختلاف لعدم إهتمام بعض الكليات بالثقافة السياحية وإدراجها كمادة أساسية من ضمن المنهج الدراسي لتنمية الوعي السياحي مثلها مثل المواد العامة كاللغة العربية واللغة الانجليزية والثقافة الفكرية

الجدول الأخير رقم (10) يتمثل في الترتيب المتحصلة عليها الكليات حسب مستوى درجة الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق

جدول (10) تراتيب الكليات حسب مستوى درجة الوعي السياحي لدى طلاب الكليات
بجامعة طبرق

مستوى الوعي السياحي لدى طلاب الجامعة	عينة المجتمع				إسم المؤسسة	ت
	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	نسبة المشاركين من اجمالي العينة	حجم العينة		
مرتفع	82%	4.1192	12.0%	54	كلية الآثار والسياحة	1
مرتفع	73.36%	3.6681	12.9%	58	كلية الاقتصاد	2
مرتفع	69.61%	3.4804	14.9%	67	كلية الموارد الطبيعية وعلوم البيئة	3
متوسط	67.81%	3.3906	11.6%	52	كلية العلوم	4
متوسط	65.27%	3.2635	13.3%	60	كلية التربية	5
متوسط	65.26%	3.2630	11.8%	53	كلية الهندسة	6
متوسط	64.14%	3.2071	11.3%	51	كلية القانون	7
متوسط	60.75%	3.0375	12.2%	55	كلية الآداب	8
مرتفع	78.63%	3.4313	100%	450	المستوى الإجمالي	

ترتيب الكليات تنازلياً حسب مستوى الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق
سنة 2025



شكل (3) ترتيب الكليات ودورها في تنمية الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق

نلاحظ من الجدول والشكل السابقين أن تراتيب الكليات متتالية من الاول إلى الثامن بشكل تنازلي في دور الكليات لدعم وتنمية الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق من إجمالي (8 كليات) بناءً على المتوسطات الحسابية، حيث تم الوصول إلى (450 طالب/ة) من هذه الكليات وكما هو موضح بالتوزيع الشبه متقارب بين هذه الكليات، ونلاحظ أن هناك تفاوتاً واضحاً بين المتوسطات الحسابية لتنشيط دور الكليات في الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق، مما يقدم صورة شاملة ومثيرة للاهتمام حول مدى اهتمام الجامعة بالثقافة السياحية

وكما هو موضح من الجدول والشكل سالفين الذكر أن هناك ثلاث كليات تحصلت على مستوى مرتفع؛ فقد تحصلت كلية الآثار والسياحة على المرتبة الأولى والتي أظهرت مستوى الوعي السياحي لدى طلابها كان (مرتفعاً) بمتوسط حسابي بلغ (4.1192) تقدر بنسبة (82%) وهذا يشكل ارتباطاً طبيعياً بين التخصص والوعي السياحي

أما المرتبة الثانية: فتحصلت عليه كلية الاقتصاد وهي أيضاً كان مستوى الوعي السياحي لدى طلابها كان (مرتفعاً) بمتوسط حسابي (3.6681) وبنسبة (73.36%) وهو ما يشير إلى الكلية تعمل تحت استراتيجية علمية وهي أن السياحة جزء من دعم الاقتصاد الوطني للبلاد وهذا لا يتم إلا عن طريق تنمية وتنشيط الوعي السياحة لدى طلابها للحفاظ على موارد البلاد واستثمارها بالطريقة الصحيحة في المستقبل.

أما المرتبة الثالثة: فقد وصلت إليها كلية الموارد الطبيعية وعلوم البيئة حيث كان مستوى الوعي السياحي (مرتفعاً) هو أيضاً بمتوسط حسابي (3.4804) وبنسبة تُقدر (69.61%)، وهذا بطبيعة الحال يعتبر طبيعي لان الموارد الطبيعية من أهم المقومات السياحية التي تعتمد عليها السياحة المستدامة في كثير من الدول المتقدمة أما بالنسبة لباقي الكليات الخمسة تُظهر مستوى الوعي السياحي كان (متوسطاً) وبنسبة نتائج متوسطات حسابية متقاربة، مما يدعو إلى زيادة البرامج التوعوية المتخصصة أما عن خلاصة تحليل الجدول السابق من حيث المجموع الكلي لمستوى الوعي السياحي لدى طلاب الكليات بجامعة طبرق فقد كان (مرتفعاً) بمتوسط حسابي (3.4313) اي نسبته تقدر (78%) وهذا يعتبر إيجابياً لأننا نرى من خلال نتائج الدراسة اهتماماً واضحاً بالسياحة بين أغلب طلاب جامعة طبرق الذين وقعت عليهم الدراسة، مما يجعل إدارة الجامعة أكثر أهمية بالبرامج التعليمية في إستراتيجيتها المستقبلية، وذلك لتخريج وإعداد أجيال أكثر وعياً بأهمية السياحة كجزء من التنمية المستدامة

خلاصة النتائج:

1. درجة الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق في البعد المعرفي كان «متوسطاً».
2. درجة الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق في البعد السلوكي كان «مرتفعاً».
3. درجة مستوى الوعي لدى طلاب الكليات بجامعة طبرق في البُعدين المعرفي والسلوكي معاً كان «مرتفعاً» إلى حد ما.
4. دور الكليات في تنمية الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق هو أيضاً كان «مرتفعاً».

5. المجموع الكلي للبعدين لإختبار (T) لعينة واحدة (Test T Sample-One) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية.
6. قبول الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة والتي تنص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية تُعزى إلى متغير الجنس.
7. نرفض الفرضية الصفرية ونقبل البديلة وهي تنص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إستجابات المشاركين لدى طلاب الكليات بجامعة طبرق لدرجة الوعي السياحي لمتغير الكليات.
8. المجموع الكلي لدور الكليات في تنمية الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق كان (مرتفعاً) بنسبته تقدر (78%).
9. تحصلت كلية الآثار والسياحة على الترتيب الأول في مستوى الوعي السياحي لدى طلابها والذي كان (مرتفعاً) بنسبة (82%).
10. تأتي كلية الاقتصاد في الترتيب الثاني وهي أيضاً كان مستوى الوعي السياحي لدى طلابها (مرتفعاً) وبنسبة أكثر من (73%).
11. أما المرتبة الثالثة تحصلت عليها كلية الموارد الطبيعية وعلوم البيئة حيث كان مستوى الوعي السياحي لدى طلابها (مرتفعاً) هو أيضاً وبنسبة تقدر بأكثر من (69%).

الخاتمة:

ومن خلال النتائج السابقة يمكننا القول أن الوعي السياحي هو جزء من ثقافة المجتمع والتي تعتمد عليه كثير من الدول وخاصة لدى أهم فئة وهي فئة الشباب، والمتمثلة في طلاب الجامعات والتي تعتمد عليهم الدولة في بناء المجتمع في المستقبل القريب عن طريق المحافظة على المقومات السياحية سواءً كانت طبيعية أو بشرية وهذا ما تحصل عليه البُحاث خلال نتائج هذه الدراسة وهي معرفة درجة الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق، بالإضافة إلى إكتشاف دور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى طلابها والتي كانت مرتفعة بسبب اهتمام الجامعات بتنمية ثقافة المجتمع لغرس الثقافة السياحية لدى الطلاب والتي ستحصد ثمرة حب الوطن والمحافظة على ثرواته السياحية في المستقبل القريب لدعم الإيرادات الاقتصادية في الدولة كمصدر ثاني بديل للنفط، وفي الختام سيتحصل الوطن على جيل واعى ومثقف بإمكانه الإفتخار بمقومات بلده والمحافظة عليها من المخاطر الداخلية والخارجية

التوصيات:

- بناءً على النتائج السابقة فقد تم إستنتاج عدة توصيات من المُفترض العمل بها في الوقت القريب لكي نرتقي بمستوى الوعي السياحي لدى فئة الشباب وهم طلاب وطالبات الجامعات الليبية والمتمثلة في الاتي
1. العمل على إيجاد استراتيجيات شاملة ومستدامة للأنشطة الثقافية الطلابية التي تعمل على تنمية الوعي السياحي لدى طلاب جامعة طبرق.
2. إعداد ندوات للكادر الأكاديمي والوظيفي لتنمية الثقافة السياحية ونقلها بالطريقة العلمية الصحيحة لطلابهم في الكليات المختلفة.

3. نوصي بعمل شراكة الجهات ذات الصلة مثل كلية الآثار والسياحة ووزارة السياحة ومصلحة الآثار على إقامة مؤتمرات وورش عمل مشتركة لتعزيز الثقافة السياحية ولتطبيق مفهوم التنمية السياحية المستدامة.
4. إدخال بعض المناهج الدراسية مثل الثقافة السياحية أو الوعي السياحي كمادة أساسية لطلبة الجامعة تهتم بتعريف السياحة وانماطها وأهم المواقع السياحية في ليبيا بشكل خاص والوطن العربي بشكل عام.
5. التركيز على الأنشطة الطلابية والرياضية والثقافية السياحية لدى طلاب الجامعة.
6. إعداد مسابقات سياحية مثل تنظيم مسابقات تصوير فوتوغرافي أو كتابة معلومات حول المعالم السياحية داخل ليبيا والتي تظهر روح الإبداع لدى الطلاب وتسهم في نشر الوعي السياحي.
7. زيادة حجم مصادر المعلومات المتاحة داخل الجامعات التي تخدم تنمية الوعي السياحي.
8. تكثيف الندوات وورش العمل للتوعية السياحية للتعريف بأهمية السياحة ومفاهيمها.
9. إنشاء منصات وحسابات على وسائل التواصل الاجتماعي مخصصة للترويج للأماكن السياحية المحلية وتسهيل الضوء على أهمية الموروث الثقافي.
10. تنظيم رحلات ترفيهية وعلمية للطلاب للتعرف على أهم الأماكن السياحية في ليبيا ومعرفة كيف يمكن تطويرها وإستثمارها.
11. تفعيل دور شركات السياحة من خلال الشراكة مع الجامعات والاستفادة من برامج الرعاية والاهتمام المتعلقة بالسياحة الداخلية التي تقدمها وتهتم بتنمية الوعي السياحي لدى الطلاب.
12. زيادة الوعي بالإرشادات واللوحات والصور السياحية داخل إدارات الكليات والحرم الجامعي.
13. تنظم الجامعة مهرجان سنوي في اليوم العالمي للسياحة يتضمن إحياء الموروث الثقافي وإعداد المعارض والمسابقات وتوزع فيه الجوائز للمشاركين والمتميزين.
14. إقامة مهرجان لحفل التخرج لجميع الكليات داخل الحرم الجامعي توزع فيه الكروت العلمية (الشهادة) ويكرم فيه الاوائل وأفضل مشروع تخرج للطلبة.

المراجع:

المراجع العربية:

- ابو العسل , حسين محمد. (2007). الوعي السياحي والتعليم السياحي الفندقي لطلبة المدارس لإقليم الشمال. الأردن.
- ابو العلاء, سهير عبداللطيف. (1990). دور التربية في تنمية الوعي السياحي بأسوان. جامعة اسيوط.
- ابو النجا , طارق عبدالمنعم. (1994). إسهامات مؤسسات التعليم السياحي في بعض جوانب التنمية السياحية في جمهورية مصر العربية. جامعة المنصورة.
- التركاوي, خيرالله يونس. (2017). إدارة الجودة الشاملة في الجامعات (الإصدار الأولي). عمان، الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

- الريامي , احمد بن جمعة بن خلف. (2007). تنمية الوعي السياحي لدى المواطنين بتفعيل دور المؤسسات التربوية. سلطنة عمان.
 - العجلوني, عبدالله علي قويطين. (2013). تطور السياحة في الاردن: دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الاردنية. دراسة حالة جامعة أربد الاهلية وجامعة جدارا. مجلة التراث، 135.
 - العجلوني, عبدالله علي قويطين. (2016). تطور السياحة في الاردن: دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الاردنية. دراسة حالة جامعة أربد الاهلية وجامعة جدارا. مجلة التراث، 135.
 - العزازي, طارق محمد. (يونيو، 2022). دور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى طلابها. المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، 16(1).
 - الورفلي, ربيع علي عبدالله. (2021). دور الوعي السياحي المجتمعي في تجسد الهوية الليبية (دراسة ميدانية على طلاب كلية الآداب جامعة الزاوية). المؤتمر العلمي الثالث لكلية الآداب جامعة الزاوية (صفحة 293). الزاوية-ليبيا: جامعة الزاوية.
 - أيمن حفص عبود. (2018). الوعي السياحي لدى طلاب كلية السياحة في جامعة طرطوس السورية. مجلة جامعة البعث للعلوم الإنسانية. تم الاسترداد من <http://937134/Record/com.mandumah.search>
 - باديس, نبيلة. (2 ديسمبر، 2017). أهمية محاور إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي. مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، الثالث(الثاني).
 - بوعلام, رجاء محمود. (2016). مناهج البحث العلمي في البحوث النفسية والتربوية. القاهرة، مصر: دار النشر للجامعات.
 - خزاري, عبدالحميد. (2009). التربية وتنمية الوعي السياحي. مجلة الحياة، 13، 421.
 - ديابي, منال. (2017). دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية. مجلة الباحث الاجتماعي، 310.
 - ذوقان; عبيدات; اخرون. (2001). البحث العلمي: مفهومه وادواته وأساليبه. عمان، الأردن: دار الفكر.
 - عبد الجواد, منى حسني. (سبتمبر، 2018). دراسة تقييمية لأليات الجامعة تنمية الوعي السياحي لدى الطلاب بالتطبيق على جامعة الفيوم. المجلة الدولية للتراث والسياحية والضيافة- كلية السياحة والفنادق- جامعة الفيوم، 12(1)، 281.
 - عبدالله, أحمد علي. (2014). التخطيط والتنمية السياحية (المجلد 1). الاردن، الاردن: أمواج للطباعة والنشر والتوزيع.
 - محمد منير مرسي . (1977). دراسات في التربية المعاصرة . القاهرة دار النهضة المصرية .
 - مقابله, ديب. (2000). صناعة السياحة في الاردن. الاردن: دار وائل للطبع والنشر والتوزيع.
 - مليحان معيض الثبتي. (2000). الجامعات نشاتها ومفهومها ووظائفها. المجلة التربوية- جامعة الملك سعود.
 - ميخائيل , املي صادق. (2005). الرحلات كمدخل لتنمية الوعي السياحي لدى طفل ما قبل المدرسة. جامعة الاسكندرية.
- المراجع الأجنبية:**
- Gunay ,L & ,Akinci ,Z. (2017). The Ecotourism Perception of Graduate and Postgraduate Tourism Students for Antalya Destination .International Journal on Lifelong Education and Leadership.17 , (1)3 ,