



صفات المرشد السياحي وتأثيرها في التفاعل الاجتماعي للمجاميع السياحية
(دراسة استطلاعية لعينة من المواقع السياحية الاثرية في مدينة بابل)

الباحث هشام خليل هاشم الزويني^{1*}، أ.م.د. علاء كريم مطلق²
^{1,2} قسم السياحة، كلية العلوم السياحية، الجامعة المستنصرية، العراق

Tour guide qualities and their impact on the social interaction of
tourist groups
(An exploratory study of a sample of archaeological tourist sites
in the city of Babylon)

Researcher, Husham Khaleel Hashim Al-Zwainy^{1*}, Dr. Alaa Karim Mutlaq²

^{1,2} Department of Tourism, College of Tourism Sciences, Al-Mustaniriya University,
Baghdad, Iraq

*Corresponding author	hshamalzwyny878@gmail.com	*المؤلف المراسل
تاريخ النشر: 2022-08-28	تاريخ القبول: 2022-08-28	تاريخ الاستلام: 2022-08-06

ملخص

يتمتع المرشد السياحي بالكثير من الصفات والمهارات التي تؤهله في التعامل الايجابي مع افراد المجموعة السياحية ، وللمرشد السياحي ادوار اجتماعية مهمة يقوم بها تجاه المجموعة السياحية من خلال تأثيره على درجة التفاعل الاجتماعي الايجابي والانسجام والتعاون والتكيف فيما بين افراد المجموعة السياحية ، إلا أن هذه الادوار الاجتماعية غير مفعلة في التفاعل الاجتماعي الايجابي بين المجاميع السياحية وعدم معرفة تأثير المرشد السياحي في تفاعل المجاميع السياحية على الرغم من الدور الاساسي الذي يقوم به في اظهار التفاعل الاجتماعي والانسجام للمجاميع السياحية ومن هنا انطلقت المشكلة الرئيسة للدراسة الحالية وانبثقت منها عدة تساؤلات فرعية لتعبر عن مشكلة الدراسة وتحديد مستوى المتغيرين حيث استخلصت اجاباتها لتأكيد ذلك ، وتكمن اهمية الدراسة الحالية في الادوار الاجتماعية التي يقوم بها المرشد السياحي بالاعتماد على مجموعة من الصفات والمهارات التي يتمتع بها والتي من خلالها يخلق نوع من التفاعل الاجتماعي الايجابي فيما بين افراد المجاميع السياحية ، ومن هذا المنطلق هدفت الدراسة الحالية للكشف عن تأثير المرشد السياحي في التفاعل الاجتماعي وتشخيص طبيعة العلاقة والتعرف على دور كل منهما في تحقيق الانسجام والرضا فيما بين افراد المجاميع السياحية إضافة إلى ذلك معرفة الادوار الاجتماعية التي يقوم بها المرشد السياحي من اجل تحقيق التفاعل الاجتماعي للمجاميع السياحية ، ولتحديد مستوى متغيرات الدراسة الحالية واختبار الفرضيات تم استخدام عدد من الاساليب الاحصائية في تحليل ومعالجة البيانات والمعلومات المتمثلة في اسلوب التحليل العاملي التوكيدي واسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط واسلوب تحليل الانحدار الخطي المتعدد واختبار (F) واختبار (Z) مستعينا ببرنامج التحليل الاحصائي (SPSS) الاصدار (25) وبرنامج (AMOS) الاصدار (25) ، وتم اعتماد (الاستبانة) والتي اخضعت لاختبار الصدق والثبات بوصفها اداة للقياس حيث احتوت على مجموعة من الاسئلة ليتم الاجابة عنها من قبل (380) سائح لعينة عشوائية من سياح مدينة بابل الاثرية ، وتم استخدام المنهج الوصفي

التحليلي والمنهج التاريخي ، وتوصلت الدراسة الحالية إلى مجموعة من الاستنتاجات كان من أبرزها : يعد المرشد السياحي وسيلة الاتصال المباشرة مع المجاميع السياحية ومن أكثر العناصر المقدمة للخدمة السياحية حضورا وتواصلًا من خلال طول مدة بقائه مع السياح واتساع درجة التفاعل الاجتماعي معهم مقارنة بغيره من العاملين في النشاط السياحي .

الكلمات المفتاحية: المرشد السياحي، صفات المرشد السياحي، التفاعل الاجتماعي.

Aabstract

The tour guide has many qualities and skills that qualify him to deal positively with the members of the tour group, and the tour guide has important social roles that he plays towards the tourist group through its impact on the degree of positive social interaction, harmony, cooperation and adaptation among the members of the tourist group, but these social roles are not Activated in the positive social interaction between the tourist groups and the lack of knowledge of the influence of the tour guide on the interaction of the tourist groups despite the essential role he plays in showing the social interaction and harmony of the tourist groups. The two variables where their answers were extracted to confirm this, and the importance of the current study lies in the social roles played by the tourist guide by relying on a set of qualities and skills that he enjoys and through which he creates a kind of positive social interaction among the members of the tourist groups, and from this point of view the current study aimed to reveal On the influence of the tour guide on the interaction Social and diagnosing the nature of the relationship and identifying the role of each of them in achieving harmony and satisfaction among the members of the tourist groups. In the analysis and processing of data and information represented by the confirmatory factor analysis method, simple linear regression analysis method, multiple linear regression analysis method, (F) test and (Z) test using the statistical analysis program (SPSS) version (25) and (AMOS) program version (25). The adoption of (the questionnaire), which was subjected to a test of validity and reliability as a measurement tool, as it contained a set of questions to be answered by (380) tourists for a random sample of tourists from the ancient city of Babylon, and the descriptive analytical and historical method was used, and the current study reached a set of conclusions Among the most notable were : The tourist guide is a means of direct communication with the tourist groups and one of the most present and communicative elements of the tourism service through the length of his stay with the tourists and the wide degree of social interaction with them compared to other workers.

Keywords: Tourist guide, Tour guide qualities, Social interaction.

مقدمة:

يعد المرشد السياحي من أكثر العناصر المقدمة للخدمة السياحية حضورا وتواصلًا مع المجاميع السياحية مما يجعل دور المرشد السياحي حساسا واساسيا في تنوير المجاميع السياحية بالمعلومات الدقيقة عن المعالم السياحية وله اهمية كبيرة لا يمكن الاستغناء عنها او تجاهلها ، وتتبع هذه الالهية من الادوار

الاجتماعية التي يحققها المرشد السياحي والمتمثلة في طول واتساع درجة التفاعل بين المرشد السياحي والمجاميع السياحية مقارنة بغيره من العاملين في القطاع السياحي فهو يلازم السياح طيلة مدة الرحلة السياحية ، ويتمتع المرشد السياحي بالكثير من الصفات والمهارات التي تؤهله في التعامل الايجابي مع افراد المجموعة السياحية ، وله ادوار اجتماعية مهمة يقوم بها تجاه المجموعة السياحية من خلال تأثيره على درجة التفاعل الاجتماعي الايجابي والانسجام والتعاون والتكيف فيما بين افراد المجموعة السياحية ، إذ يعد التفاعل الاجتماعي من اهم عناصر العلاقات الاجتماعية ووسيلة اتصال وتفاهم بين افراد المجموعة السياحية ، ويمثل التفاعل الاجتماعي نتاج العمليات الاجتماعية في المجتمع وحلقة وصل مهمة ما بين المرشد السياحي و المجاميع السياحية وما بين افراد المجموعة السياحية بعضهم مع بعض ، وذلك لان تبادل المعلومات والافكار والمعاني والمشاعر ما بين المجاميع السياحية يُعد تفاعلا اجتماعيا متبادلا من اجل تحقيق رغبات المجاميع السياحية وتحقيق اهداف الرحلة السياحية ، ويعود الاهتمام بموضوع الدراسة الحالية لبيان علاقة التأثير والارتباط بين المتغيرين (صفات المرشد السياحي ، التفاعل الاجتماعي)

أولاً: منهجية البحث

1- مشكلة الدراسة:

على الرغم من اهمية الادوار الاجتماعية للمرشد السياحي إلا أنها غير مفعلة في التفاعل الاجتماعي الايجابي بين المجاميع السياحية، وعدم معرفة تأثير المرشد السياحي في تفاعل المجاميع السياحية على الرغم من الدور الاساس الذي يقوم به في اظهار التفاعل والانسجام للمجاميع السياحية، ومن هذه المشكلة الرئيسية يتم طرح عدة تساؤلات فرعية منها ما يأتي:

* هل هناك دور للمرشد السياحي في تحقيق التفاعل الاجتماعي بين المجاميع السياحية...؟

* هل يحقق المرشد السياحي التقارب والانسجام بين المجاميع السياحية...؟

* ما مدى تأثير صفات ومهارات المرشد السياحي في التعامل مع افراد المجاميع السياحية...؟

2- اهداف الدراسة

الهدف الرئيس للدراسة الحالية هو تشخيص طبيعة العلاقة بين المرشد السياحي والتفاعل الاجتماعي والتعرف على دور كل منهما في تحقيق الانسجام والرضا فيما بين افراد المجاميع السياحية، ومنه تنتبثق بعض الاهداف الفرعية ليمثل بعضها في الواقع وسيلة لتحقيق هدف الدراسة الحالية:

* تفعيل الدور الاجتماعي للمرشد السياحي من خلال تحقيق التفاعل الاجتماعي للمجاميع السياحية.

* تقديم أفضل الخدمات للمجاميع السياحية.

* معرفة تأثير المرشد السياحي في التفاعل الحاصل بين افراد المجموعة السياحية.

3- اهمية الدراسة

تنتبثق اهمية الدراسة من اهمية الادوار الاجتماعية التي يقوم بها المرشد السياحي بالاعتماد على مجموعة من الصفات والمهارات التي يتمتع بها والتي من خلالها يخلق نوع من التفاعل الاجتماعي الايجابي فيما بين افراد المجاميع السياحية وخلق المحبة والانسجام بينهم وتحقيق الرضا عن الخدمات السياحية المقدمة لهم، ولذلك تكمن اهمية الدراسة النظرية فيما يأتي:

* إن تحقيق النجاح في الرحلة السياحية يتوقف على دور المرشد السياحي في قيادة المجموعة السياحية وخلق التفاعل فيما بينهم وتحقيق الرضا عن الخدمات السياحية المقدمة للسياح.

* للتفاعل الاجتماعي دور مهم في تحقيق التعارف والتقارب والمحبة بين المجاميع السياحية

* الاهتمام المتزايد بالمجاميع السياحية والخدمات المقدمة لهم.

4- حدود الدراسة

* الحدود المكانية: اجريت الدراسة في مدينة بابل الاثرية.

* الحدود البشرية: طبقت الدراسة على عينة من السياح في مدينة بابل الاثرية.

* الحدود الزمانية: حيث تتوقف عند الفترة الزمنية الممتدة من 2022/5/20 الى 2022 /6 /30

5- فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى:

(توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المرشد السياحي والتفاعل الاجتماعي) وتنبثق منها ثلاث فرضيات ثانوية على النحو الآتي:

* توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين صفات المرشد السياحي وبين التفاعل الاجتماعي.

* توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين مهارات المرشد السياحي وبين التفاعل الاجتماعي.

* توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين مهام المرشد السياحي وبين التفاعل الاجتماعي.

الفرضية الرئيسية الثانية:

(يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للمرشد السياحي في التفاعل الاجتماعي) وتنبثق منها ثلاث فرضيات ثانوية على النحو الآتي:

* يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لصفات المرشد السياحي في التفاعل الاجتماعي.

* يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لمهارات المرشد السياحي في التفاعل الاجتماعي.

* يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لمهام المرشد السياحي في التفاعل الاجتماعي.

6- منهج الدراسة

لقد اعتمد الباحث على العديد من مناهج البحث العلمي اهمها المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي، وتم تصميم استمارة استبيان لغرض الحصول على ادق المعلومات من الواقع الخاص بمتغيرات الدراسة، وتم الاستعانة بالمقابلات الميدانية في مواقع الدراسة لمعرفة المشاكل والحلول الخاصة بموضوع الدراسة.

ثانيا / الجانب النظري

1- مفهوم المرشد السياحي

لقد اصبح المرشد السياحي يتمتع بأدوار مهنية وحساسة وفي غاية الاهمية لا يقوى أحد على تجاوزها أو تجاهلها وهي ادوار مكملة لجميع الانشطة السياحية والتي تساهم في تحريك عجلة القطاع السياحي ، ومن الارشاد اشتق اسم المرشد السياحي الذي يتولى مهمة تنفيذ عملية الارشاد السياحي ، والمرشد السياحي الشخص الذي يقوم بقيادة وادارة وتنظيم وتنفيذ البرنامج السياحي للمجاميع السياحية ويقوم بتسهيل تنقلهم واقامتهم ومساعدتهم على ممارسة انشطتهم السياحية وفق البرنامج السياحي المحدد منذ وصولهم وحتى مغادرتهم (العروسي، 2007:62) .

في حين عرف المرشد السياحي بأنه الشخص الذي يقوم بتنظيم الجولات السياحية في اماكن الجذب السياحي والمواقع التاريخية والدينية والمتاحف وتقديم المعلومات حول التراث الثقافي والتاريخي والمعاصر للسياح (Noel،2005:682)

ويرى (Lansang, 2008:3) أن المرشد السياحي الشخص الذي يقوم بتوجيه ومرافقة السياح في الجولات السياحية ، ويتمتع بمعرفة واسعة عن مناطق معينة لقاء أجر معين ويكون مرخصا من قبل الحكومة .

كما عرفه (عبد الرحمن، 2009:30) بأنه الشخص الذي يعمل على سلامة السياح ومرافقتهم ويحافظ على ممتلكاتهم وحمايتهم من الخطر والمضايقات ، والحصول على الأجر المادي مقابل قيامه بهذه الاعمال ويحدد هذا الأجر من قبل الاجهزة المعنية أو من قبل القائمين على الرحلات السياحية أو من الممكن أن يحدد الأجر بالاتفاق مع السائح نفسه. في حين عرفه (حميد، 2019:13) المرشد الذي يكون قادرا على قيادة الرحلات السياحية وارشاد السياح الى منطقة القصد السياحي على اعتباره متدربا تدريباً علمياً في القيادة وتنشيط ذهنية السائح وتوفير المتعة له لتكرار الرحلة السياحية .

في حين يرى (مصطفى ، والخياط ، 2020 : 340) أن عمل المرشد السياح ليس عمل روتيني لشخص يصاحب مجموعة من السياح ويسرد عليهم معلومات حفظها عن ظهر قلب بل أن المرشد السياحي فنان مرهف الحس يتمتع بموهبة وثقافة عالية وجمال اللقاء يقدم المعلومات الخاصة بالموقع السياحي بشكل فني ذو صبغة جمالية للمتلقي وأن مصطلح الدليل السياحي يعني الكتيب او الكتاب المستخدم كدليل سياحي وهذا لا يعني مرشدا سياحيا وهذه التسمية ليست صحيحة .

نرى مما تقدم أن المفاهيم السابقة الخاصة بالمرشد السياحي اغلبها مفاهيم متشابهة، ولكن القليل منها اضافت مفهوما جديدا أو ركزت على جوانب جديدة ومعينة في مفهوم المرشد السياحي، فمنها ما اعطت صفة القيادة والفن في عمل المرشد السياحي، ومنها ما ركزت على عنصر الكفاءة اللغوية للمرشد السياحي، ومنها ما ركزت على حصول المرشد السياحي على الترخيص لمزاولة مهنة الارشاد السياحي، ومنها ما اشارت إلى وجود اختلاف بين مصطلح الدليل السياحي ومصطلح المرشد السياحي.

وعليه يمكننا بيان التعريف الاجرائي للمرشد السياحي بأنه (ذلك الشخص الذي تكون لديه القدرة على تحقيق المتعة للمجاميع السياحية ونجاح الرحلة السياحية من خلال ما يقدمه لهم من ارشادات ومعلومات دقيقة وشيقة عن مختلف المعالم السياحية الأثرية والتاريخية والدينية والطبيعية والمتاحف والمعارض مقابل أجر معين ولفترة معينة، وأن تكون له القدرة على رسم صورة ذهنية ايجابية لدى السائح عن المقصد السياحي من اجل تكرار أو معاودة الرحلة السياحية).

2- صفات المرشد السياحي

يرى كل من (الحوري، 2013:149-150) و (درادكه، 2014:126-127) أن صفات المرشد السياحي تتمثل بالاتي :

اولا / الصفات الشخصية:

- أ- حب الوطن، والايمان التام بعظمة ماضيه وحاضرة، ومستقبله المشرق.
- ب- اناقة المظهر العام والشكل المقبول وبساطته.
- ت- ذو شخصية قوية قادرة على مواجهة وحل المشاكل.
- ث- السرعة في التصرف وحضور البديهة.
- ج- حسن التصرف واللباقة والكياسة .
- ح- يمتلك علاقات شخصية متينة مع الافراد العاملين في نقاط الحدود ومناطق القصد السياحي والجمارك والجوازات وغيرها من المؤسسات ذات العلاقة .
- خ- خريج دراسة اكااديمية ، أو على الاقل لديه دورة متخصصة تؤهله للعمل كمرشد سياحي .
- د- يمتلك روح قيادية وقدرة عالية على توجيه وتحفيز الآخرين نحو الالتزام .
- ذ- عقل نبه وواعي باستمرار ، وعيون ثاقبة ومدركة .

ر- قدرة جسدية على تحمل المشاق ومواصلة العمل على الرغم من الجهد والارهاق .
ثانيا / الصفات العامة :

- أ- اجادة اللغات الاجنبية (واحدة على الاقل) .
- ب- معرفة عادات وتقاليد الشعوب وخاصة بلدان السياح الوافدين بشكل مستمر .
- ت- معرفة اصول التعامل واصول المراسم والبروتوكولات المتبعة في البلد المضيف .
- ث- معرفة وفهم السلوك الانساني وكيفية التفاعل والتعامل مع الآخرين .
- ج- الثقافة الواسعة التي تساعده على التعامل مع الآخرين .
- ح- معرفته بالعديد من علوم المعرفة ذات العلاقة مثل (الاثار، التاريخ، الجغرافية) وغيرها من العلوم الأخرى .
- خ- المعرفة الواسعة بالأمر المالية والصيرفة والنقد وتبادل العملة .
- د- معلومات دقيقة ومتكاملة عن البلد المضيف وخاصة مناطق الجذب السياحي المتميزة ، ومعلومات عن أنواع المنتوجات السياحية المتوفرة فيها .
- ذ- معرفة الاماكن التي يسمح بزيارتها والاماكن غير المسموح بزيارتها .
- ر- معرفة الصحف المتوفرة في البلد المضيف والتي تصدر في البلد أو ترد إليه سواء كانت صحف محلية أو عربية أو اجنبية .
- ز- معرفة القوانين الخاصة بالمرور وخدمات البريد والهاتف وبالأخص تلك الخدمات التي تصدر خارج البلد المضيف .
- س- معرفة احوال البلد المضيف السياسية والاقتصادية التي يمر بها في الوقت الحالي .
- ش- معرفة قنوات البث التلفزيوني والاذاعي ، وخاصة القنوات التي تبث بلغات اجنبية مختلفة .
- ص- المعرفة بطرق ووسائل النقل المختلفة في منطقة القصد السياحي والبلد المضيف .

3- مهام المرشد السياحي

هنالك عدد من المهام الملقة على عاتق المرشد السياحي التي يجب أن ينجزها برغبة وامانة ومهنية عالية حتى يستطيع أن يفي ما مطلوب منه تجاه المجموعة السياحية التي يرافقها وللوكالة السياحية التي يعمل فيها والوطن الذي ينتمي إليه ومن ثم لنفسه وعائلته. (الحوري،2013:130) ، وفيما يأتي تفصيلا لهذه المهام :

أ- المهمة الفنية

يقع على عاتق المرشد السياحي من خلال هذه المهمة اكثر من واجب ، إلا أن جوهر المهمة الفنية هو التأكد من مدى تطابق الخدمات المقدمة فعليا للسائح ضمن البرنامج السياحي المنفذ في منطقة القصد السياحي مع تلك المباعة له اصلا في منطقة الإقامة الدائمة ، وأن يحرص المرشد السياحي على احترام الوقت والتوقيتات الخاصة ببرنامج الرحلة السياحية بشكل دقيق لكون أن وقت الرحلة هو وقت السائح وملكه الذي اشتراه فعليا وسدد ثمنه مقدما ، ويجب أن يكون هنالك تعاون بين المرشد السياحي وقائد المجموعة من اجل تامين التطابق بين الخدمات المقدمة للسائح وبين الخدمات المباعة لهم إلى اقصى حد ممكن والحرص على عدم الغاء أو اضافة أي فقرة من البرنامج السياحي المتفق عليه دون أن يتم تعويضها بفقرة اخرى وتوضيح السبب لأفراد المجموعة السياحية وعدم تأجيل اي فقرة دون تنفيذها في وقت لاحق (الحوري،2013:130،131) .

ب- المهمة الثقافية – الحضارية

وهي المهمة التي ترتبط بقدرة المرشد السياحي على تحقيق رغبة افراد المجموعة السياحية من خلال الاطلاع على ثقافة وحضارة البلد المضيف وفي الوقت ذاته يقوم المرشد السياحي بتقديم الخدمة لوطنه من خلال جعل تراثه وحضارته واضحا ومعروفا لدى السياح ولا بد للمرشد السياحي أن يخصص وقتا ليس بالقليل في ذكر اهمية حاضر بلده وتطورات المعاصرة ، ولكي يقوم المرشد السياحي بهذه المهمة بشكل

مرضي ومتكامل يجب عليه معرفة رغبات واهتمامات المجموعة السياحية الوافدة ومطابقة تلك الرغبات والاهتمامات مع البرامج والنشاطات المعدة مسبقا ضمن برنامج الرحلة السياحية (الحوري ، 2013:132).

ت - المهمة التعليمية – التثقيفية

إن الكثير من المرشدين السياحيين يجدون صعوبة في تنفيذ هذه المهمة ، وبعض المرشدين السياحيين يخلطون هذه المهمة بالمهام الثقافية – الحضارية ، وإن هذه المهمة تجعل الضيف يتعلم عن البلد المضيف دون أن ينتبه لذلك وبدون أن يقاومه على اساس أن السائح في زمن استجمام وراحة ونزهة وليس في وقت تعلم ، وأن المرشد السياحي بحكم تخصصه و مهنيته يمتلك الكثير من المعلومات عن منطقة القصد السياحي بينما يكون السياح على مستويات مختلفة من الثقافة والتعلم وعليه أن يختار الموضوعات المناسبة وأن يختار الطرق والوسائل السهلة والمناسبة لإيصال المعلومة بكل يسر إلى اذهان السياح ويجب أن يسعى المرشد السياحي الى إثارة اهتمام وحماس السائح وعليه أن لا يطيل في شروحاته لكي لا يتسبب برد فعل معاكس من قبل السائح حينما يشعر السائح بأنه يجبر على سماع ومشاهدة اشياء لا يرغب فيها (الحوري ، 2013:132-133).

ثالثا / التفاعل الاجتماعي

1- مفهوم التفاعل الاجتماعي

التفاعل لغة: تفاعل من المصدر (فعل) اي كناية عن كل عمل متعد أو غير متعد، تفاعل الشيطان اي اثر كل منهما في الآخر أو تفاعل الرجلان (ابن منظور ، 2003:131) اما **الاجتماعي لغة** فهو جمع الشيء عن تفرقة ويجمعه جمعا والجمع هو اسم لجماعة من الناس وجمعها مجتمعون (ابن منظور ، 2003:200).

ويعرف التفاعل اصطلاحا : قدرة الانسان على نقل رسالته إلى الطرف الآخر وأن تكون مفهوما وواضحا (القدومي، 2015:252) وعرف (عبد الهادي، 2009:196) التفاعل الاجتماعي بأنه عملية اجتماعية مستمرة تتم بين الافراد ودواتها الاساسية هي المعاني والمفاهيم، وهو تعديل أو تغيير في السلوك الناتج عن اتصال فردان أو اكثر .

ويرى (همشري ، 2013:140) أن التفاعل الاجتماعي العمليات الادراكية والوجدانية المتبادلة بين طرفين اجتماعيين (فردين أو اكثر ، فرد وجماعة صغيرة وكبيرة ، جماعتين صغيرتين) في وسط اجتماعي او موقف معين بحيث يكون سلوك احد الاطراف مثيرا او منبها لسلوك الطرف الآخر وأن هذا التفاعل يتم عبر وسيط معين (لغة ، اشياء ، اعمال) وفي هذا التفاعل يتم تبادل رسائل معينة ترتبط بهدف محدد .

2- ابعاد التفاعل الاجتماعي

للتفاعل الاجتماعي ثلاثة ابعاد وكما يأتي:

أ-التكامل الوظيفي: حيث يقصد بالتكامل الوظيفي بانه النشاط المتخصص والمنظم الذي يحقق اهداف ومتطلبات الجماعة وتنظيم العلاقات الداخلية فيها وتنظيم العلاقات الخارجية .

ب- التكامل التفاعلي: وهو التكامل بين الافراد من حيث درجة التأثر و التأثير وعلاقات الالفة والحب فيما بينهم وكل ما يدل على وحدتهم وتماسكهم.

ت- التكامل المعياري: ويقصد به التكامل بين الافراد والجماعة من حيث الضوابط والقواعد المتعارف عليها التي تضبط سلوكهم (الشناوي ، 2001:80) .

3- انماط التفاعل الاجتماعي

يرى (السامرائي ، 2021: 134) أن التفاعل الاجتماعي له ثلاثة انماط مختلفة من العلاقات الاجتماعية :

- أ- علاقات ايجابية متبادلة بين طرفين (علاقة تجاذب) وهذه العلاقة ترضي الطرفين .
- ب- علاقات سلبية متبادلة بين طرفين (علاقة تنافر) اي أنها تكون مرفوضة من كلا الطرفين .
- ت- علاقات مختلطة تجمع بين العلاقات الايجابية والعلاقات السلبية ، اي يكون احد طرفي هذه العلاقة ايجابي يقبل على الآخر ، والطرف الثاني يكون سلبي ينفر من الطرف الاول .

4- عمليات التفاعل الاجتماعي

أ- **التعاون** : إن عملية التعاون احدى العمليات الاجتماعية التي تحدث نتيجة للتفاعل الاجتماعي بين الافراد في المجتمع ، ويعرف التعاون على أنه مجهودا متناسقا ومتصلا بين فردين او اكثر من اجل تحقيق اهداف او مصالح مشتركة (السامرائي ، 2013: 140) .

ب- **المنافسة** : تُعدّ عملية المنافسة من اهم العمليات الاجتماعية التي تحدث في المجتمع حيث تؤدي الى التفكك والتناظر بين الافراد والمجتمعات وقد تعرض النظام الاجتماعي إلى نوع من الارباك والخلل الوظيفي ، ويمكن تعريف المنافسة على أنها الجهود التي يبذلها الافراد او الجماعات من اجل تحقيق التفوق او الفوز بعضهم على بعض ومن اجل الحصول على نفس المصالح والاهداف في الوقت الذي تكون فيه الفرص محدودة (عبد الكريم ، 2015: 66) .

ت- **الصراع** : عملية اجتماعية اساسية من عمليات التفاعل الاجتماعي ، ويرتبط الصراع بعملية المنافسة ، وهو علاقة عدائية بين افراد او جماعات في المجتمع ، وينشأ الصراع نتيجة للتنافس بين طرفين على الاقل وقد يكون هذا الطرف فرد او اسرة او جماعة وذلك لكونه أحد السمات الاساسية لجوانب الحياة الاجتماعية المختلفة ، ويمثل الصراع في بعدة الاجتماعي نضالا حول مطالب او قيم او قوة او موارد نادرة من اجل كسب القيم المرغوبة أو الحاق الضرر وازالة المنافسين (الزبياري ، 2016، 213) .

ث- **التكيف** : إن لكلمة التكيف معاني كثيرة تظهر في حياتنا اليومية وفي مناسبات وميادين مختلفة منها تكيف الجسم مع العوامل الطبيعية المحيطة وتكيف الطالب مع الحياة الجامعية او المدرسية وتكيف الفرد مع بيئة اجتماعية مختلفة عن بيئته الاصلية وكل هذه المعاني تهدف إلى تكوين علاقات مرضية بين الافراد والجماعات والبيئات المختلفة (الحوري ، و جرو ، 2021: 130) .

رابعا / التحليل العملي لمتغيرات الدراسة

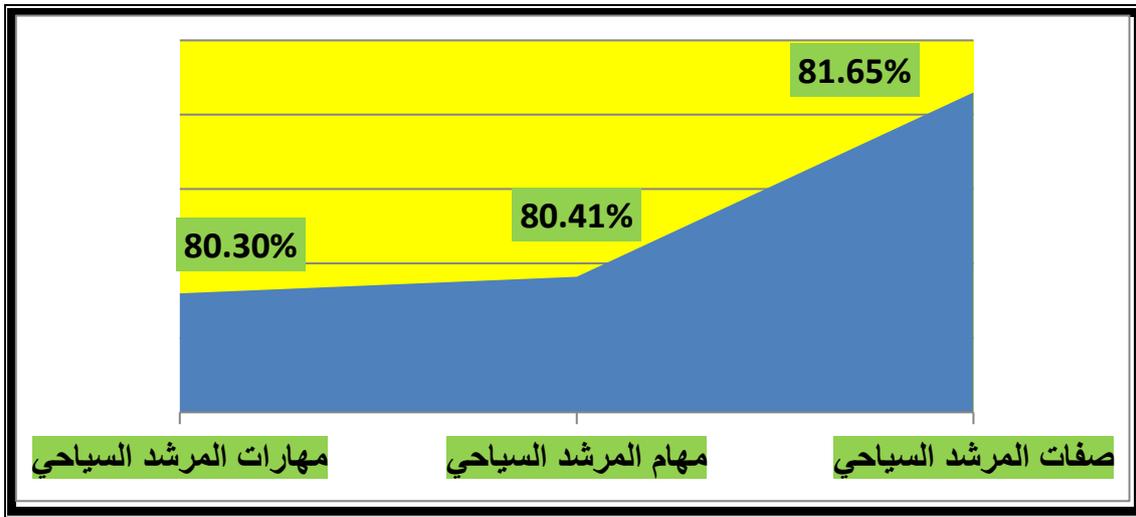
1- التحليل الوصفي لمستوى اجابات العينة على فقرات المرشد السياحي

يوثق الجدول (1) والشكل (1) ان قيمة الوسط الحسابي الموزون للمرشد السياحي بصفته المتغير المستقل سجلت (4.039) وهي أكبر من قيمة المتوسط الفرضي وسكنت قيمة الوسط الحسابي الموزون المرشد السياحي ضمن الفئة ما بين (من 3.40 إلى أقل من 4.20) في مصفوفة قوة استجابة أفراد العينة، بما يؤكد ان الاجابة اتجهت نحو الاتفاق وبمستوى استجابة مرتفع، وبانحراف معياري للمرشد السياحي بلغت قيمته (0.769)، والذي يبين مدى تجانس اجابات عينة الدراسة بخصوص فقرات المرشد السياحي ، بينما سجلت الأهمية النسبية للمرشد السياحي (80.79%)، بما يوضح اتفاق أكثر ثلاثة أرباع افراد عينة الدراسة على أهمية فقرات المرشد السياحي، ومنه نستخلص ان الإدارات في شركات السياحة والسفر في بابل مهتمة بالمرشد السياحي عن طريق كل من (صفات المرشد السياحي ، مهارات المرشد السياحي ، مهام المرشد السياحي) وبنسبة متقاربة نوعا ما وكما معروض في الجدول (1) والشكل (1) على النحو الاتي :

الجدول (1) مستوى اجابات العينة على المتغير المستقل المرشد السياحي

الترتيب	مستوى اجابات افراد العينة	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي الموزون	المتغيرات	الرمز
الأول	مرتفع	81.65%	0.759	4.082	صفات المرشد السياحي	X1
الثالث	مرتفع	80.30%	0.776	4.015	مهارات المرشد السياحي	X2
الثاني	مرتفع	80.41%	0.772	4.020	مهام المرشد السياحي	X3
المتغير المستقل	مرتفع	80.79%	0.769	4.039	المرشد السياحي	X

المصدر: اعداد الباحث على وفق اجابات عينة الدراسة ومعطيات برنامج SPSS V25



الشكل (1) ترتيب تنازلي لمستوى اجابات العينة على محاور المرشد السياحي

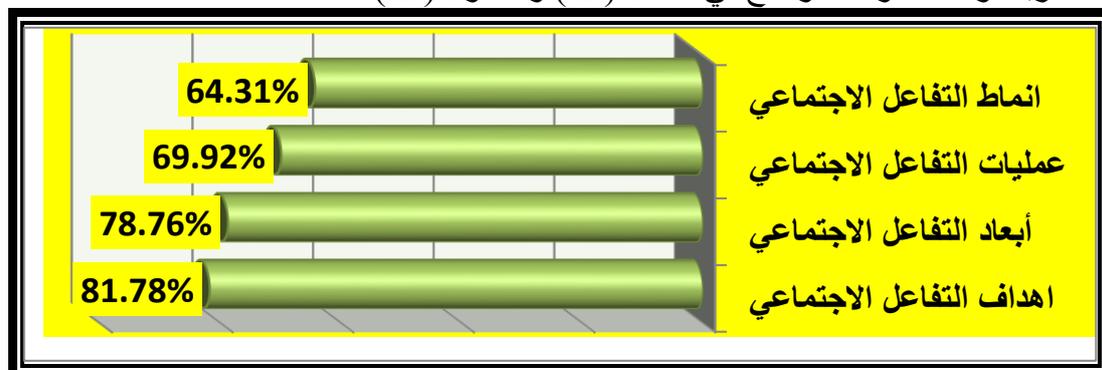
وقد توزعت مستويات استجابات عينة الدراسة على محاور المرشد السياحي بين أعلى مستوى استجابة من قبل أفراد العينة حققته المحور المستقل صفات المرشد السياحي من بين جميع المحاور الثلاثة المستقلة وبمتوسط حسابي مرجح بلغ (4.082) وبانحراف معياري بلغ (0.759)، وأهمية نسبية لها شكلت (81.65%) كما مؤشر في الشكل (1) بما يرجح اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على اهمية صفات مهام المرشد السياحي في تعزيز أداء المرشد السياحي.

فيما يظهر الشكل (1) أن المحور المستقل مهارات المرشد السياحي حقق ادنى مستوى استجابة بين المرشد السياحي إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي الموزون لهذه المحور المستقل (4.015) وكان الانحراف المعياري لمهارات المرشد السياحي قد سجل (0.776)، وأهمية نسبية بلغت (80.30%) ليؤكد ذلك اتفاق أكثر ثلاثة أرباع افراد عينة الدراسة على وجود اهتمام دون الطموح من قبل الإدارات في شركات السياحة والسفر في بابل بمهارات المرشد السياحي وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة.

2- التحليل الوصفي لمستوى اجابات العينة على فقرات التفاعل الاجتماعي.

يوثق الجدول (2) والشكل (2) أن قيمة الوسط الحسابي الموزون للتفاعل الاجتماعي بصفته المتغير التابع سجلت (3.685) وهي أكبر من قيمة المتوسط الفرضي وسكنت قيمة الوسط الحسابي الموزون التفاعل الاجتماعي ضمن الفئة ما بين (3.40 إلى أقل من 4.20) في مصفوفة قوة استجابة أفراد العينة، بما يؤكد أن الاجابة اتجهت نحو الاتفاق وبمستوى استجابة مرتفع، وبانحراف معياري للتفاعل الاجتماعي بلغت قيمته (0.707)، والذي يبين مدى تجانس اجابات عينة الدراسة بخصوص فقرات التفاعل

الاجتماعي، بينما سجلت الأهمية النسبية للتفاعل الاجتماعي (73.69%)، بما يوضح اتفاق أكثر من ثلثي افراد عينة الدراسة على أهمية فقرات التفاعل الاجتماعي ومنه نستخلص ان الإدارات في شركات السياحة والسفر في بابل المبحوث مهتمة وبشكل ملحوظ بالتفاعل الاجتماعي عن طريق كل من (اهداف التفاعل الاجتماعي، انماط التفاعل الاجتماعي، أبعاد التفاعل الاجتماعي، عمليات التفاعل الاجتماعي) ولكن بنسبة اهمية متقاربة نوعا ما، وكما موضح في الشكل (2) والجدول (2) .



الشكل (2) ترتيب تنازلي لمستوى اجابات العينة على التفاعل الاجتماعي

الجدول (2) مستوى اجابات العينة على المتغير التابع التفاعل الاجتماعي

الترتيب	مستوى اجابات افراد العينة	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي الموزون	المتغيرات	الرمز
الأول	مرتفع	81.78%	0.687	4.089	اهداف التفاعل الاجتماعي	Y1
الرابع	مرتفع	64.31%	0.725	3.215	انماط التفاعل الاجتماعي	Y2
الثاني	مرتفع	78.76%	0.707	3.938	أبعاد التفاعل الاجتماعي	Y3
الثالث	مرتفع	69.92%	0.710	3.496	عمليات التفاعل الاجتماعي	Y3
المتغير التابع	مرتفع	73.69%	0.7073	3.6845	التفاعل الاجتماعي	Y

المصدر: اعداد الباحث على وفق اجابات عينة الدراسة ومعطيات برنامج SPSS V25

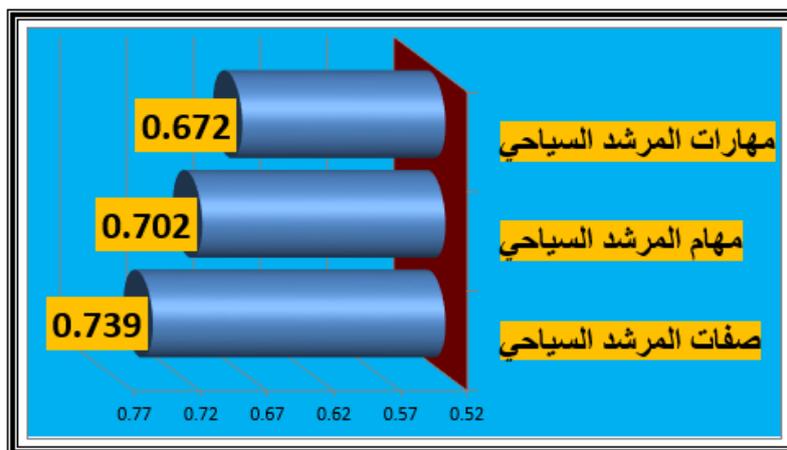
وقد توزعت مستويات استجابات عينة الدراسة على محاور التفاعل الاجتماعي بين أعلى مستوى استجابة من قبل أفراد العينة حققته المحور التابع اهداف التفاعل الاجتماعي من بين جميع المحاور التابعة وبمتوسط حسابي مرجح بلغ (4.089) وبانحراف معياري بلغ (0.687) ، وأهمية نسبية لها شكلت (81.78%) كما مؤشر في الشكل (2) بما يرجح اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على أهمية اهداف التفاعل الاجتماعي عند الإدارات في شركات السياحة والسفر في بابل، فيما يظهر الشكل (2) إلى أن المحور التابع انماط التفاعل الاجتماعي حقق ادنى مستوى استجابة بين التفاعل الاجتماعي إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي الموزون لهذه المحور التابع (3.215) وكان الانحراف المعياري للزبون قد سجل (0.725)، وأهمية نسبية بلغت (64.31%) ليؤكد ذلك اتفاق نحو ثلثي افراد عينة الدراسة على وجود اهتمام ملحوظ من قبل الإدارات في شركات السياحة والسفر في بابل بأنماط التفاعل الاجتماعي وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة .

3- نتائج اختبار الفرضيات

أ- الارتباط بين المرشد السياحي وبين التفاعل الاجتماعي

يستخلص من الجدول (3) قبول الفرضية الرئيسية الأولى الي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المرشد السياحي وبين التفاعل الاجتماعي) وبنسبة ثقة (95 %) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (15.348) وهي معنوية، ، بينما بلغت قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين (0.799) (** ليرسخ ذلك وجود ارتباط طردي قوي بين المرشد السياحي والتفاعل الاجتماعي ، كما يحقق الجدول (3) قبول جميع الفرضيات الثانوية المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الأولى.

كما يشخص الجدول (3) والشكل (3) أن صفات المرشد السياحي سجلت أعلى معامل ارتباط مع التفاعل الاجتماعي وبواقع (0.739)، بينما سجل مهارات المرشد السياحي أدنى قيمة معامل ارتباط مع التفاعل الاجتماعي من بين جميع محاور المرشد السياحي الثلاثة وبواقع (0.672).



الشكل (3) توزيع معامل ارتباط المرشد السياحي مع التفاعل الاجتماعي
الجدول (3) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

التفسير	اختبار Z		التفسير	معامل الارتباط بين متغيرين	المتغير التابع	المتغير المستقل
	القيمة الاحتمالية	قيمة Z المحتسبة				
قبول الفرضية الثانوية الأولى (H1-1) (1)	0.00	14.196	وجود ارتباط طردي قوي بين صفات المرشد السياحي والتفاعل الاجتماعي	0.739**	التفاعل الاجتماعي	صفات المرشد السياحي
قبول الفرضية الثانوية الثانية (H1-2) (2)	0.00	12.909	وجود ارتباط طردي قوي بين مهارات المرشد السياحي والتفاعل الاجتماعي	0.672**	التفاعل الاجتماعي	مهارات المرشد السياحي
قبول الفرضية الثانوية الثالثة (H1-3) (3)	0.00	13.485	وجود ارتباط طردي قوي بين مهام المرشد السياحي والتفاعل الاجتماعي	0.702**	التفاعل الاجتماعي	مهام المرشد السياحي
قبول الفرضية الرئيسية الأولى (H1) ()	0.00	15.348	وجود ارتباط طردي قوي بين المرشد السياحي والتفاعل الاجتماعي	0.799**	التفاعل الاجتماعي	المرشد السياحي
* قبول الفرضية عند مستوى معنوية 0.05			** قبول الفرضية عند مستوى معنوية 0.01			

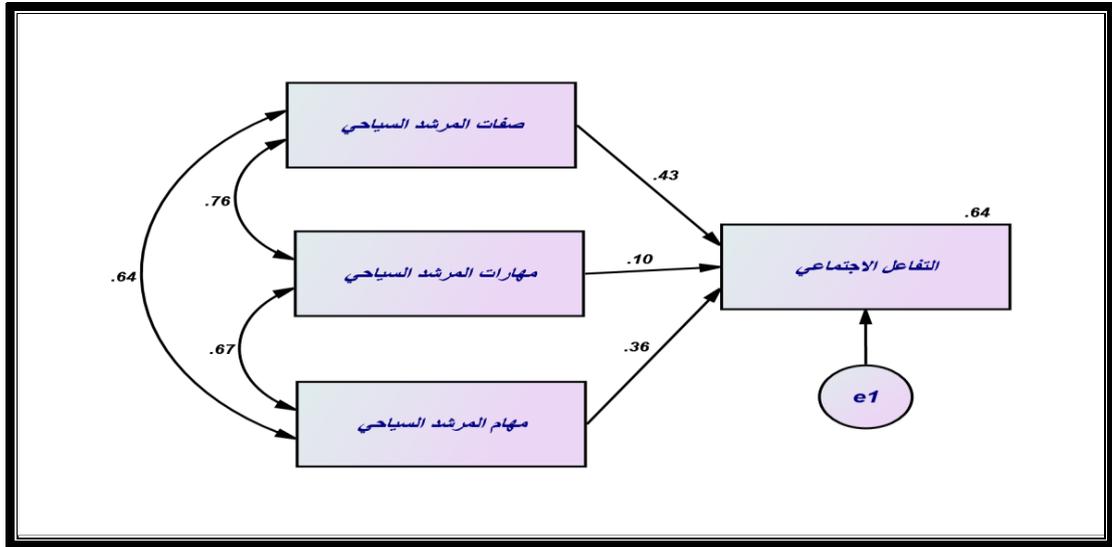
المصدر: اعداد الباحث على وفق نتائج اختبار الفرضيات بواسطة برنامج SPSS V25

ب- تأثير محاور المرشد السياحي مجتمعين في التفاعل الاجتماعي

يؤشر كل من الجدول (4) والشكل (4) وعلى ووفق مخرجات برنامج التحليل الاحصائي Amos قبول الفرضية الرئيسية الثانية (H2) بما يؤكد قبولها بنسبة ثقة (95 %) ، وذلك شروعاً من تطبيق اسلوب تحليل الانحدار الخطي المتعدد لبيان تأثير (صفات المرشد السياحي ومهارات المرشد السياحي ومهام المرشد السياحي) مجتمعين في التفاعل الاجتماعي ، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (215.987) وهي معنوية، بسبب ان القيمة الاحتمالية المناظرة لقيمة F المحتسبة كانت (0.00) وهي أقل مستوى معنوية (0.05) ، فيما بلغت قيمة معامل التحديد (64%) مؤشرة بذلك نسبة تفسير (تأثير) محاور المرشد السياحي مجتمعين للمتغير المُعبر عن التفاعل الاجتماعي، بما يوثق وجود تأثير واضح للمرشد السياحي في التفاعل الاجتماعي في شركات السياحة والسفر في بابل، وبذلك نحصل على نموذج الانحدار الخطي المتعدد الذي يعبر عن العلاقة الخطية التأثيرية بين المرشد السياحي { صفات المرشد السياحي (X₁) ،

مهارات المرشد السياحي (X₂) ، مهام المرشد السياحي { مجتمعين في التفاعل الاجتماعي والتي يرمز لها بـ (Y) على النحو الآتي:

$$Y = 1.542 + 0.43 X_1 + 0.10 X_2 + 0.36 X_3$$



الشكل (4) تأثير محاور المرشد السياحي مجتمعين في التفاعل الاجتماعي على وفق نتائج البرنامج الإحصائي أموس الإصدار الخامس والعشرين

نلاحظ من النموذج ان الحد الثابت بلغ (1.542) وهو يوشر قيمة التفاعل الاجتماعي عندما تكون جميع قيم المتغيرات المستقلة صفراً، ويوشر النموذج انه في حال حصول تغير في قيمة (X₁) بمقدار وحدة واحدة سيحصل تغير في قيمة التفاعل الاجتماعي بقيمة (0.43) وعند حصول تغير في قيمة (X₂) سيحصل تغير في قيمة التفاعل الاجتماعي بقيمة (0.10) أما في حال حصول تغير في قيمة (X₃) بمقدار وحدة واحدة سيحصل تغير في قيمة التفاعل الاجتماعي بقيمة (0.36) .

الجدول (4) نتائج تأثير محاور المرشد السياحي مجتمعة في التفاعل الاجتماعي

نتيجة الاختبار	اختبار F		معامل التحديد R ² %	المتغير التابع	محاور المتغير المستقل
	القيمة الاحتمالية	قيمة F المحسوبة			
يوجد تأثير ملحوظ للمرشد السياحي انطلاقاً من (صفات المرشد السياحي ومهارات المرشد السياحي ومهام المرشد السياحي) مجتمعين في التفاعل الاجتماعي وبالتالي قبول الفرضية الرئيسية الثانية (H2)	0.00	215.987	64%	التفاعل الاجتماعي	صفات المرشد السياحي مهارات المرشد السياحي مهام المرشد السياحي

المصدر: اعداد الباحث على وفق نتائج برنامج SPSS V25

1- الاستنتاجات

أ- الاستنتاجات الخاصة باختبار علاقات التأثير بين متغيري الدراسة:

- * وجود تأثير واضح للمرشد السياحي في التفاعل الاجتماعي للمجاميع السياحية.
- * يوجد تأثير كبير لصفات المرشد السياحي في التفاعل الاجتماعي.
- * يوجد تأثير متوسط لمهام المرشد السياحي في التفاعل الاجتماعي.
- * يوجد تأثير ملموس لمهارات المرشد السياحي في التفاعل الاجتماعي.

ب- الاستنتاجات الخاصة باختبار العلاقات الارتباط بين متغيري الدراسة:

- * وجود ارتباط طردي قوي بين المرشد السياحي والتفاعل الاجتماعي.
- * توجد علاقة قوية ذات دلالة معنوية بين صفات المرشد السياحي والتفاعل الاجتماعي.
- * توجد علاقة متوسطة بين مهام المرشد السياحي والتفاعل الاجتماعي.
- * توجد علاقة ملموسة بين مهارات المرشد السياحي والتفاعل الاجتماعي.

2- التوصيات

- أ- حث هيئة السياحة العراقية على وضع ضوابط ومواصفات خاصة للعاملين في مهنة الارشاد السياحي والالتزام بهذه الضوابط لضمان نجاح مهنة الارشاد السياحي في العراق واعطاء صورة جيدة للبلد .
- ب- اشراك المرشدين السياحيين في المؤتمرات والندوات التي تقام في هيئة السياحة والكليات السياحية (الحكومية والاهلية) من اجل توسيع مداركهم واثراء خبراتهم.
- ت- ادخال المرشدين السياحيين المحليين في دورات تأهيلية وتدريبية من اجل تعلم لغات اجنبية وهي نقطة مهمة نظرا لتعدد جنسيات السياح واختلاف ثقافتهم.
- ث- الاهتمام بالمجاميع السياحية من خلال تقديم أفضل الخدمات السياحية لهم ومراعاة الفروقات الفردية والفئات العمرية واختلاف الثقافات.
- ج- تنمية وتطوير مهارات المرشدين السياحيين نظرا لأهميتها في التعامل مع المجاميع السياحية من خلال اقامة دورات تدريبية لهم.

3- قائمة المراجع:

- 1- الزبياري ، طاهر حسو (2016) ، النظرية السوسولوجية المعاصرة ، دار البيروني للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، الاردن
- 2- الشناوي ، محمد حسن ، وابو الرب ، يوسف ، وعبيد ، ماجدة السيد (2001)، التنشئة الاجتماعية للطفل ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، عمان
- 3- السامرائي ، نبيهة صالح (2013) ، علم النفس الدعوي مفاهيم ونظريات وتطبيقات ، دار الجنان للنشر والتوزيع ، الاردن
- 4- السامرائي ، مهدي (2021)، الذكاء الاجتماعي ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الاردن

- 5- الحسيني ، فائزة احمد ، و عبد الوهاب ، محمد (2021)، التفكير التقيومي ، دار التعليم الجامعي ، الاسكندرية
- 6- الحوري ، عكلة ، وجرو ، حميدة (2021) ، المجتمع العربي والرياضة التنافسية ، دار الاكاديميون للنشر والتوزيع ، الاردن
- 7- الحوري ، مثنى طه (2013)، الارشاد السياحي ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن
- 8- يونس ، ناريمان (2017)، مهارات القيادة التربوية الحديثة ، دار الخليج للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، عمان
- 9- همشري ، عمر احمد (2013) ، التنشئة الاجتماعية للطفل ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، الطبعة الثالثة ، عمان
- 10- عبد الهادي ، نبيل (2009) ، مقدمة في علم الاجتماع التربوي ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان
- 11- عبد الكريم ، تحسين عصمت (2015)، علم الاجتماع المعاصر ، الجنادرية للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، الاردن
- 12- عبدالله ، احمد علي (2014) ، التخطيط والتنمية السياحية ، مؤسسة امواج للطباعة والنشر ، الطبعة الرابعة ، الاردن
- 13- ابن منظور ، لسان العرب (2003)، مجلد 9 ، دار الحديث للطباعة والنشر ، القاهرة
- 14- عبد الرحمن ، محمود عباس (2009)، الارشاد السياحي التطبيقي ، مكتبة نسيان المعرفية للنشر والتوزيع ، بغداد
- 15- - درادكه ، حمزه ، وابو رحمة ، مروان ، والعلوان ، حمزه ، وكافي ، مصطفى (2014) ، مبادئ الارشاد السياحي ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، الاردن ، عمان
- 16- حميد ، صباح كاظم ، دور المرشد السياحي في التنمية السياحية في العراق، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية ، كلية العلوم السياحية ، قسم الارشاد السياحي ، لبنان ، 2019
- 17- جلال ، احمد فهمي (2007) ، مهارات التفاوض ، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث ، كلية الهندسة ، القاهرة
- 18- مصطفى ، زينب صادق ، و خياط ، حسن عبد (2020) ، سياحة ذوي الاعاقة ، مؤسسة دار الصادق الثقافية للطباعة والنشر ، الطبعة الاولى ، العراق ، بابل
- 19- العروسي ، محمد علي (2007) ، السياحة في اليمن ، دار المتفوقين للطباعة والنشر ، صنعاء
- 20- العكيلي ، خلود وليد جاسم (2016)، القيم الجمالية وادارة المشاعر للمرشد السياحي وأثرهما في رضا السائح ، اطروحة دكتوراه ، الجامعة المستنصرية ، كلية الادارة والاقتصاد ، قسم السياحة وادارة الفنادق ، بغداد
- 21- الدباغ ، اسماعيل محمد ، و شبر ، الهام خضير (2014) ، الاقتصاد السياحي - نظريات الاقتصاد الكلي و استخداماتها في الاقتصاد السياحي ، مطبعة الكتب ، الجزء الثاني ، بغداد
- 22- الفاعوري ، اسامة صبحي (2006) ، الارشاد السياحي ما بين النظرية والتطبيق ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، عمان
- 23- القدومي ، محمد ، ومحمد ، محمد هاني ، وعبوي ، زيد (2015) ، المفاهيم الادارية الحديثة ، دار المعترف للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، الاردن
- 24- مجمع اللغة العربية ، المعجم الوسيط (2004) ، مكتبة الشروق الدولية ، مصر ، الطبعة الرابعة
- 25- Noel B .Salaza, (2005) Tourism and glocalization, Local tour guiding. Annals of Tourism Research.
- 26- Lansang Zenaida ,(2008) principles and ethics of tour guiding , manila , Philippines
- 27- Cottrel , S ,(1994) the study skills , handbook , macmillan press , London.