

تقييم مهارات التواصل الاجتماعي لدى الدليل السياحي في الأردن من وجهة نظر السياح الأجانب: دراسة استطلاعية في موقع البتراء الأثري

سوسن حيدر خريس*

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم مهارات التواصل الاجتماعي لدى الدليل السياحي في الأردن من وجهة نظر السياح الأجانب. إن وجود دليل سياحي محترف مع مجموعة سياحية يضمن رضاهم ونجاح التجربة السياحية. تم توزيع (1492) استبانة على السياح الأجانب لموقع البتراء الأثري. تم تصميم الاستبانة لتشمل عدة محاور: المحور الأول: الخصائص الديمغرافية للسياح. المحور الثاني: فقرات تغير عن مهارات التواصل المختلفة: الثقافية، اللفظية، غير اللفظية، وتنظيم المجموعة في المكان، وإدارة الوقت، ودمج المجموعة بنشاطات، وتغيير سلوك السائح، والحيادية، والتعامل مع المشاكل، واستعانة بمواد توضيحية. المحور الثالث: اقتراحات لتحسين المهارات. وتوصلت الدراسة إلى مستوى متوسط لتقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين، أظهرت النتائج عدم وجود فروق في المتغيرات (الجنس، والجنسية، والمستوى التعليمي). بمعنى أن إجابات السياح تعطي مؤشر اتفاق على عدم وصول مستوى الدليل السياحي إلى المستوى المطلوب. كما أظهرت النتائج وجود فروق في درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين تبعاً لمتغير المهنة حيث كانت الفروق لصالح (عاطل عن العمل) بمتوسط حسابي (3.23). وأظهرت النتائج وجود فروق في درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين تبعاً لمتغير العمر حيث كانت الفروق لصالح الفئتين (60-51 سنة) (61 فأكثر) بمتوسط حسابي (3.18).

الكلمات الدالة: الدليل السياحي، مهارات الاتصال، الأردن، البتراء، السياح الأجانب، الاستدامة، السياحة.

المقدمة

إن مهمة الدليل صعبة جدا حيث يقوم بعدة أدوار؛ فهو يتعامل مع ثقافات مختلفة عن ثقافته، ولغة أجنبية، وعادات، ومعتقدات وديانات مختلفة. المشكلة هي كيف يتجاوز هذه الاختلافات ويحفز النقاش مع السياح؟ لا تنطوي مهنة الدليل السياحي على تفسير الموقع السياحي فقط وإنما تستوجب اثارة السياح فكريا وعاطفيا لطلب المزيد من المعلومات كذلك تعديل سلوكهم تجاه البيئة للوصول إلى استدامة المنطقة السياحية. الدليل الناجح هو من لا يمتلك المعلومات وحسب وإنما مهارات التواصل مع الآخرين ليستطيع التواصل معهم بفعالية (effective communication) ويحقق شروط الاستدامة للمنطقة اقتصاديا وبيئيا. ويقصد باستدامة المنطقة سياحياً: تحقيق توازن أثناء عملية التنمية السياحية بين الأبعاد الاجتماعية الثقافية البيئية والاقتصادية بحيث يحقق وجود العملية السياحية المنافع للمجتمع المحلي ويحافظ على البيئة دون تعريضها للخطر كما يحقق النفع المادي والثقافي وذلك على المدى الطويل. كذلك الدليل السياحي الناجح هو من يتجنب الدور السلبي وذلك بأن يكون التواصل مع المجموعة السياحية في اتجاه واحد (weiler and Black, 2015) وعليه تجنب أن يعاملهم كوحدة واحدة وإنما عليه التذكر انهم مجموعة من الأفراد المستقلين كما عليه التحلي بصفات المرونة، والقيادية، وحس الدعابة،.... الخ.

تهدف هذه الدراسة إلى تتبع مدى اتقان الأدلاء السياحيين لمهارات التواصل. الاجابة عن التساؤل التالي: ما علاقة اتقان الدليل السياحي لمهارات التواصل برضا السياح الأجانب لموقع البتراء الأثري؟ وهل افتقار الدليل السياحي لمهارات التواصل قد يؤدي لانطباع سلبي عن الرحلة السياحية؟ هل ادى التفاعل مع السياح إلى تعديل سلوك السياح؟ هل ادى وجود الدليل السياحي برفقة الافواج السياحية إلى استدامة المنطقة؟ هل يربط الدليل السياحي المجتمع المحلي والوجهة مع الزوار الأجانب؟

وصل عدد السياح الدوليين إلى 1.138 مليار في عام 2014 وهذا العدد جاء ليشكل زيادة تقدر ب 4.7% عن سنة 2013.

* قسم السياحة والسفر كلية السياحة والفنادق، جامعة اليرموك، الأردن. تاريخ استلام البحث 2016/4/19، وتاريخ قبوله 2017/3/9.

ووفق طالب الرفاعي السكرتير العام لمنظمة السياحة العالمية " أثبت قطاع السياحة ومقاومته الاقتصادية كأحد القطاعات المساهمة في استرداد الاقتصاد لعافيته من خلال توليد بلايين الدولارات وخلق ملايين من فرص العمل " (منظمة السياحة العالمية، 2015). تمتاز السياحة في الأردن بأن لها نوعاً واحداً سائداً وهو السياحة الثقافية (Cultural tourism) مع وجود أنواع أخرى مثل السياحة الدينية والعلاجية، والسياحة الصحية، والسياحة البيئية وغيرها. كما أظهرت الدراسات على مر السنوات السابقة أن معظم السياح القاصدين لهذه المواقع الأثرية هم من الأوروبيين، وإذا بحثنا في خصائص هؤلاء السياح لوجدنا أنهم من كبار السن ومن الفئة المتعلمة. أن هذه الفئة من السياح تتطلب وجود دليل سياحي يرافق المجموعة السياحية. كل مجموعة سياحية ملزمة قانونياً باصطحاب دليل سياحي. عرّفت المنظمة العالمية الأدلاء السياحيين (WFTGA) الدليل السياحي وفق الاتفاقية الدولية العاشرة، دبلن المملكة المتحدة 2003 على أنه: " الشخص الذي يتولى مهمة إرشاد السياح وذلك من خلال لغة يختارها السياح كما يقوم بمهمة تفسير التراث الطبيعي والثقافي لأي منطقة ويشترط امتلاك هذا الشخص مهارات خاصة معترف به من السلطات الرسمية « (المنظمة العالمية لجمعيات الأدلاء السياحيين، 2015).

تختلف معايير الدول في اختيار الدليل السياحي من دولة لأخرى؛ فهناك دول لا تشترط أن يكون الدليل السياحي متدرباً أو حتى يمتلك تصريح لممارسة المهنة كما هو الحال في أمريكا الشمالية لكن الوضع يختلف تماماً في أوروبا، حيث مسألة تدريب الأدلاء السياحيين مهمة جداً بالإضافة أن التدريب صارم جداً في بعض الدول مثل: اليونان حيث التدريس يستمر من سنتين إلى خمس سنوات بالإضافة إلى تدريب الأدلاء السياحيين على كيفية التعامل مع السياح وتصل اليونان إلى القمة في تدريب أدلائها لأنها تحرص على تدريبهم على مهارات الإلقاء واستخدام الصوت (WFTGA, 2015).

بالنسبة للأردن هناك شروط أهمها أن يكون الدليل أردني الجنسية، وحاصل على الدرجة الجامعية الأولى أو ما يعادلها واجتياز امتحان الدورة واللغة الأجنبية التي يتقنها (وزارة السياحة، 2015) كذلك يجب الحصول على تصريح مزولة المهنة شرط انطباق الشروط المنصوص عليها في قانون السياحة رقم (20) لسنة 1988، نظام أدلاء السياحة رقم 20 لسنة 1988 كما يتم التنسيق بين الوزارة وكلية الأردن الجامعية التطبيقية للتعليم الفندقي والسياحي لإجراء امتحان كما أن الدورة تستمر فقط لمدة ثمانية أشهر (وزارة السياحة والآثار، 2015) (إذا تم تقديم شكوى بحق الدليل السياحي يوجه له تنبيه وعند تكرارها إنذار، والمرة الثالثة يعرض ملفه على جدول أعمال لجنة السياحة التي تنسب بتوقيفه عن العمل لفترة معينة).

أهمية الدراسة:

يؤدي الدليل مهمة صعبة ووجوده يؤثر على العملية السياحية كاملة. دراستنا تؤكد أن دور الدليل السياحي بشكل عام دور رئيسي؛ فالدليل السياحي قد يؤثر على السلوك الشرائي والسلوك البيئي، والمقصود بالسلوك البيئي هو توجه السائح نحو البيئة سلباً أو إيجاباً وينعكس التوجه بسلوك السائح وطريقة تعامله مع الموجودات في البيئة.

إذا كان عند الدليل السياحي وعي بأهمية البيئة الطبيعية أو الأثرية وبالتالي يعرف قيمة البيئة (value) فإنه سيؤثر بمهارته على سلوك السياح وذلك بتغيير توجههم البيئي ويدفعهم للحفاظ على الموقع السياحي واستدامته (sustainability). من المؤكد أن وظيفة الدليل الأساسية لا تقتصر فقط على حشو المعلومات وإنما إثارة حساسيتهم نحو القضايا المتعلقة بالبيئة (sensibilisation of the value). وهي امتلاك الدليل السياحي لمهارات التواصل ينعكس على السلوك الشرائي وزيادة صرفهم وبالتالي تحسين اقتصاد الوجهة وذلك إذا امتلك الدليل مهارة إثارة السياح لأهمية التحف والتذكارات السياحية المعروضة وذلك بإقناعهم بأهميتها وتميزها وضرورة اقتنائها.

كما يرى الباحث أن مهارة الدليل السياحي تتعدى إعطاء المعلومات وتفسير الموقع إلى مهارة إثارة السياح لطلب المزيد من المعلومات. يحتاج الدليل إلى مهارة التواصل معهم لجعل التواصل باتجاهين وبشركهم في النقاش ويعمل على الهامهم وإشراكهم بالتجربة وجذب انتباههم دوماً عن طريق توظيف الحواس الخمسة. مثلاً يطلب منهم إذا كان في جولة في الغابات لمس أوراق شجرة معينة أو شم زهرة معينة أو الاستماع لصوت شلالات أو تنوق فاكهة معينة كل ذلك سيحول الجولة السياحية إلى تجربة سياحية كما استنتجت دراسة (Mason and Christie, 2003) التي ذكرت بأن الدليل السياحي إذا تم تدريبه جيداً فإنه قادر على تحويل مستقبل الوجهة السياحية وتغيير مستقبل سكانها نحو الأفضل.

الدراسات السابقة

لا يكفي تلقي الدليل السياحي لدورة تدريبية في تحقيق الأهداف المتوقعة وهي نيل رضا السائح وتحويل الرحلة السياحية إلى تجربة

سياحية وتحسين صورة الوجهة السياحية. فالدليل السياحي يحتاج بالإضافة لامتلاكه المعلومات الكافية عن الموقع أو المكان وإتقانه للغة أجنبية امتلاك مهارات التواصل مع الآخرين. هناك عدد لا يحصى من الدراسات السابقة التي تناولت دور الدليل السياحي فلقد ذكر (Chang, Kkungand, 2012) أن دور الدليل أهم من البيئة المريحة للسائح. كما دعت دراسة (Roboyic, 2010) للانتباه لتقديم الخدمة باحترافية لان الدليل عادة يقدم الخدمة دورة الانتباه ان يلبي حاجة السياح.

وضحت دراسة (Mohamad khani, 2013) أن سبب تراجع السياحة في طهران في إيران سببها نقص العاملين الذين يتمتعون بمهارات التواصل الاجتماعي. يرى الباحثون (Gorenak, I & M, 2010) أن الدليل السياحي يجب أن يتم تدريبه على تطوير مهارات التواصل التي يجب أن تكون من الأولويات بينما يأتي المضمون (المعلومة) بالدرجة الثانية لان المعلومات ممكن تغييرها وتجديدها مع الوقت لكن المهارات الأساسية هي أساس في هذه المهنة. كما بين الباحثون (Prakash and Chowdhany, 2010) أن الدليل مهم جدا فهو ممثل عن الوجهة السياحية، يؤثر على تجربة السائح وعلى طول مدة الإقامة وبالتالي على العائد الاقتصادي للدولة وان وجود دليل سياحي غير محترف سيؤثر سلبا على كل التجربة السياحية للسائح.

كما قارنت دراسة (Nyaupane and Poudel, 2013) بين أثر وجود الدليل السياحي على سلوك السياح فوجدت أن وجود الدليل السياحي اثر على سلوك معين وهو تشجيع استهلاك المنتج المحلي، السلوك البيئي الواعي في المحافظة على البيئة وعدم رمي القمامة او جمع النباتات. ومن الدراسات التي بحثت في ضرورة اتقان الدليل السياحي لمهارات التواصل مع الآخرين في خاصة السياح دراسة (MIN, 2015) والتي ذكرت أن هناك مؤشرات تدل على كفاءة الدليل السياحي منها سرعة الاستجابة للمشاكل، قدرة الاعتماد عليه، تعاطفه مع السياح، ثقافته الواسعة كما هدفت الدراسة إلى تقديم نموذج لقياس نوعية الخدمات التي يقدمها الدليل السياحي واستنتجت وجود نقص في المهارات الثقافية لدى الأدلاء (Intercultural communication skills).

كما رأَت دراسة (Weiler and Black, 2015) أن الدليل السياحي لا يجب أن يكون دوره سلبي بهذا التواصل مع السياحي فيكون التواصل من اتجاه واحد (one way communication) بل عليه ترك الدور التقليدي لدليل السياحي وخلق تجربة سياحية لا تنسى والربط بين حاجات السياح والجولة السياحية ومضمون الكلام الذي يوجه لهم مستخدما مهارات تواصل فائقة ولقد كانت هذه الدراسة متميزة لأنها الأولى التي تبحث في دور الدليل السياحي (co-creator) وهذا يعني أن يكون الدليل مبتكرا.

وكذلك ذكرت دراسة (hosseyn, 2012) أن الدليل السياحي هو رابط (connector) بين السائح والوجهة السياحية وعلى الدليل إتقان مهارات التواصل سواء كانت لفظية أو غير لفظية وأظهرت أهمية الاتصال غير اللفظي مثل لغة الجسد للدليل السياحي والتي تنقل صورة تؤثر أكثر ويصدقها السائح أكثر مما يقوله الدليل السياحي وبينت الدراسة أن اصعب مهمة لدى الدليل السياحي هو العائق الثقافي فلكل ثقافة لغتها الخاصة بها وحتى لغة الجسد تختلف من ثقافة إلى أخرى. يجب على الدليل السياحي ادراك هذه الفوارق الثقافية حتى لا تصل رسالة متناقضة للسائح.

كما بينت دراسة (HAYNES, 2015) أن لا شيء يحل محل الدليل السياحي فلا الكتب السياحية ولا أي دليل سياحي الكتروني ممكن أن يعطي تجربة حقيقة (Authentic experience) مثل الدليل السياحي فالدليل السياحي وحده هو القادر على تحويل الجولة إلى تجربة سياحية. كما بينت دراسة (HAYNES, 2015) أن لا شيء يحل محل الدليل السياحي فلا الكتب السياحية ولا أي دليل سياحي الكتروني ممكن أن يعطي تجربة حقيقة (Authentic experience) مثل الدليل السياحي فالدليل السياحي وحده هو القادر على تحويل الجولة إلى تجربة سياحية. وجاءت دراسة (Cardon, Harrill and Dioko, 2013) التي تمت على إدلاء سياحيين لتؤكد أن تحلي الدليل السياحي بمهارات التواصل الفائقة تزيل العوائق وتجذب انتباه السياح كما أن الاتصال ليس فقط كلام وإنما هو الإصغاء والتأكد إذا وصلت الرسالة وهل مهمتها المستقبل.

كما ذكرت دراسة (Tasi, Wang and Tseng, 2015) أن المظهر الخارجي للدليل السياحي مهم جدا كمان أن روح الدعاية تعزز العلاقة مع السياح وتزيد الفهم للشرح. كما استنتج انه كلما زادت جاذبية الدليل السياحي كلما زادت قدرته على الإقناع كما أن روح الدعاية (هي العامل الأكثر تأثيرا على مستوى تحسين الفهم فكلما زاد حس الفكاهة لدى الدليل كلما تحسن الفهم لدى السياح).

اختبرت دراسة (Assaker, Weiler and Huang, 2014) أثر الدليل السياحي على رضا السائح وطورت نموذجا نظريا على مجموعة سياح صينيين في موقع تراث استرالي وجدت الدراسة اثر كبير ومباشر للدليل السياحي على رضا السائح.

كما قام الباحثون (lin, Cheng, Chang and Kuo, 2015) بدراسة مهارة رواية قصة المكان للسياح (story telling) لجعل السياح يعيشون تاريخ الموقع وبينت الدراسة ان الدليل يجب أن يعدل محتوى / نوع التفسير حسب خصائص السياح وأوصت الدراسة بضرورة تدريب الدليل السياحي على مهارات التفسير ودورات في سيكولوجية السائح ليعرف كيف يتعامل معهم. أما الباحثة (Lovrentež, 2014)

فقد قامت بتحليل ودراسة نظام تعليم وتدريب الأدلاء السياحيين في كرواتيا فوجدت أن الأدلاء السياحيين أنفسهم غير راضين عن تعليمهم وإنهم يتعلمون ذاتياً بعد حصولهم على الرخصة ويزيدون مهاراتهم من خلال زملائهم في المهنة الذين لديهم خبرة سابقة أكثر منهم. كما قام المؤلفان (Aljahwari, turk, 2015) بأجراء دراسة تم من خلالها تقييم الأدلاء السياحيين لأنفسهم وبينت الدراسة أن مهارات التواصل تعزز فعالية الأداء أثناء الجولة السياحية. كما درس الباحث (chang, 2014) أثر أداء الدليل السياحي على سلوك السائح الشرائي ووجدت الدراسة أنه إذا كان السائح راض عن أداء الدليل السياحي فإنه سيثق به وسيقوم بالشراء فأداء الدليل محفز للشراء مما ينعكس ايجابياً على اقتصاد دولة. ومن الباحثين الذين درسوا مهارات التواصل لدى الأدلاء السياحيين الباحثة (El-sharkawy, 2007) والتي بحثت عن أهم المهارات والمعلومات التي يحتاجها الدليل السياحي المصري للعمل بحرفية في القطاع السياحي في مصر فأظهرت دراستها أهم مؤشر لحرفية الدليل السياحي وهي أن يكون الدليل السياحي مرناً يتعامل حسب الموقف وحسب خصائص السياح بالإضافة لامتلاك حسن الدعاية والحماس. كما بينت دراسة (Adolfsson, Jonasson, Zillinger, 2012) أهمية الدليل السياحي الذي يجب أن يخلق تفاعل مع السائح فلا يبقى السائح مجرد تابع سلبي (Passive follower). كما قامت دراسة (Pereira, and Mykletun, 2012) بالبحث عن التساؤل التالي: لأي مدى يفهم الدليل السياحي المهارات الضرورية وبالتالي يطبقها في عمله؟ ولأي مدى يؤثر الدليل على استدامة الوجهة السياحية؟ ووجدت الدراسة مساهمة ضئيلة من الأدلاء في زيادة الاستدامة ووجدت أن المسؤولية في هذا الخلل يقع على الحكومة لعدم تدريبها على مفاهيم الاستدامة لتطبيقها.

اعتبر الباحثان (Babicard Bingula, 2015) أن أهمية المقابر كترت في منطقة (Mirogoj) في كرواتيا لا مثيل لها في العالم (lieux de mémoire)، تحتاج من الأدلاء السياحيين تفسيرها وأن يكون التفسير مرتبطاً بالمعروض وإلا كان التفسير عقيماً كما اعتبرا أن التفسير ليس هدفه هو تزويد السياح بالمعلومات فقط وإنما إثارة السياح لطلب المزيد من المعلومات. درست الباحثة (best, 2012) دور الدليل السياحي في المتاحف ولاحظت أن دوماً يشرح عن الموجودات في المتحف دون الانتباه لتحسين مهارات التواصل لديه حيث يكون الاتصال باتجاه واحد من الدليل نحو السياح وهذا حسب الباحثة لا يجوز حيث يُخطئ الدليل عندما ينظر لهم كوحدة واحدة ولا يتعامل معهم كمجموعة أفراد كما لاحظت الملل في العرض واقترحت الاستعانة بأدوات لجذب السياح.

كما قام الباحثون (Abu saleh, Abuhaih and Magablih, 2010) بدراسة الوضع الحالي للدلالة السياحية في الأردن واستراتيجيات الأدلاء لتفسير المنتج السياحي الثقافي وتوصلت إلى استخدام الأدلاء لاستراتيجيات تفسير مختلفة للمنتج السياحي وهذه الاستراتيجيات تختلف من دليل لآخر كما توصلت إلى أن إتقان اللغات الأجنبية للثقافات الأخرى كانت عائقاً أمام الأدلاء السياحيين الأردنيين لإيجاد مرادف للكلمة العربية وترجمتها إلى اللغة الأجنبية مما يدفع الأدلاء أحياناً لاستخدام مفردات ليست هي الأنسب واقترحت الدراسة الاستخدام الأنسب للمفردات. كما تحدث الباحثان (Nicolau and Nonnenmanm, 2008) عن دور جديد للدليل السياحي هو (Cosmopolitan) ويقصد به أهمية أن يكون الدليل السياحي ملماً بكل شيء في هذا الوقت.

في دراسة (Mcgrath, 2004) بحث المؤلف لأي مدى يستطيع الدليل الربط بين الوجهة السياحية، السكان المحليين والسياح؟ وتوصلت الدراسة إلى أن وجود الأدلاء السياحيين لا يُعوّل عليه لأن معظم الأدلاء حسب نتائج الدراسة لا يمتلكون المهارات والمعلومات الضرورية للدليل المحترف. وهذا النقص في المهارات سببه نقص التدريب خاصة أن معظم الأدلاء محليين يعملون في الأماكن الريفية لذلك اقترح الباحث إعطاء الدورات للأدلاء في الريف. ذكر الباحثان (Hsu and cham, huang, 2010) أن الصين أدركت أهمية دور الدليل في رسم صورة الوجهة السياحية، وطبقت نظام اللامركزية في تدريب، اختيار وترخيص الأدلاء ووجدت الدراسة أن أداء الدليل يؤثر على رضا السائح.

قام الباحثان (Welier, Ham, 2002) بتقييم البرامج التدريبية للأدلاء السياحيين وطلب الأدلاء تقييم هذه البرامج فجاء التقييم ذاتي لمهاراتهم (Self- assessment of competencies) وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج التدريبية حققت أهدافها في تأهيل الأدلاء لكن الدراسة أوصت بمراقبة البرامج على المدى البعيد (long term). أفادت دراسة الباحثين (Christie & Mason, 2003) أن التدريب الحالي في بريطانيا يركز فقط على المهارات التقليدية ويرأيها يحتاج الدليل لأن يكون (Transformative tour guide) لأنه يستطيع تغيير مستقبل الوجهة السياحية ومستقبل سكانها فالدليل بحاجة إلى قيم تربوية، حساسية ثقافية، مهارة النقد الذاتي كذلك عنده قدرة على تطوير القيم الايجابية نحو البيئة والثقافة المحلية. هذه المهارات لوحدها لا تكفي يحتاج الدليل كذلك إلى مهارة نقل السياح مادياً، فكرياً وعاطفياً.

وجدت دراسة (Bryon, 2012) أن السياح غير راضيين عن مهارات الاتصال لدى الأدلاء البلجيكيين. ويجد الكاتب أن التفسير عندما يقوم به الدليل الذي يفسر مواقع التراث والمفترض أنه (interpretive heritage tour guide)، أن يغير من سلوك السياح وتوجههم نحو الموقع، لكن هذه الدراسة تختلف عن كل الدراسات السابقة التي استعرضناها في أن الباحث يرى أن الاتصال اللفظي

(verbal communication) في المواقع الأثرية أهم من الاتصال غير اللفظي (non-verbal communication) حيث يجب أن يفضل الدليل السياحي تفسير الموقع حسب خصائص السياح وبالنتيجة لا يوجد تفسير مثالي لأي موقع هناك تفسير (أ) يناسب السياح (س) لا يناسب السياح (ص).

أما بالنسبة للدراسات التي قامت بدراسة الأدلاء السياحيين في الأردن فهناك دراسة (رواشدة، والبشيرة، 2011) التي ركزت على البحث في تقييم المعلومات الجيولوجية لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين، وتوصلت إلى أن معرفة الأدلاء بجيولوجية الأردن أفضلها يتعلق بمحور الموقع الأثرية وارتباطها بأنواع الصخور وأضعفها تلك المتعلقة بالمنزهات الجيولوجية واقترحت زيادة عدد المسافات المتعلقة بجيولوجية الأردن، يؤخذ على هذه الدراسة تركيزها على محور المعلومات فقط. تأتي هذه الدراسة لتكون الأولى على مستوى المملكة الأردنية الهاشمية التي تركز على بعد مهارات التواصل وأهميتها لدى الدليل السياحي الأردني وبذلك تسد الفجوة العلمية (Gap) وتقدم مقدمة لدراسات مستقبلية في هذا المجال.

مشكلة الدراسة:

يلعب الدليل السياحي دوراً مهماً في العملية السياحية، فهو وفقاً لكثير من الباحثين القادر على تحويل مستقبل الوجهة السياحية وتحسين مستقبل سكانها وهو القادر على تعديل سلوك السياح سواء كان السلوك نحو البيئة أو السلوك الشرائي، وبالتالي ينعكس دوره ايجابياً على المحافظة على البيئة. المشكلة تتمثل في تقدير مستوى مهارات التواصل الاجتماعي للأدلاء السياحيين الأردنيين من قبل المبحوثين (السياح الأجانب والعرب). تطرح هذه الدراسة أسئلة حول امتلاك الدليل السياحي لمهارات التواصل الاجتماعي بالإضافة لتحديد أي مهارات يمتلكها الادلاء واي مهارات تنقصهم وهذه التساؤلات تنبع من عدم وجود أي دراسة تجيب على هذه الاستفسارات

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى قياس مهارات التواصل لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين ونقل هذه المعلومات التي تعكس الوضع الحالي لأصحاب القرار والطلب من وزارة السياحة الآثار وهيئة تنشيط السياحة الاهتمام بجانب مهارات التواصل لدى الأدلاء السياحيين ومراقبة هذا الجانب الهام جداً.



خريطة الأردن

أهمية الدراسة:

يكتفي القائمون على إدارة العملية السياحية في الأردن ممثلة بوزارة السياحة والآثار وكلية الأردن الجامعية التطبيقية للتعليم الفندقية والسياحي بتعليم الدليل السياحي وتأهيله ليصبح دليلًا سياحيًا يتم من خلال إكسابه المعرفة عن المواقع الأثرية السياحية متناسين أن الدليل السياحي يجب إعداده أولاً على إتقان مهارات التواصل مع الآخرين، في هذه الدراسة يعرف الباحث مهارات التواصل الاجتماعي على أنها طرق الاتصال مع الآخرين سواء أكانت لفظياً أو غير لفظياً يعني بحركة الجسد وتعابير الوجه بالإضافة للمظهر الخارجي بحيث يهدف هذا التواصل إلى تحسين العلاقة بين المرسل والمستقبل وتحفيز أن تكون عملية التفاعل متبادلة وليس باتجاه واحد، وهذا يظهر في مناهج تدريس الأدلاء السياحيين، لأنها حسب ما ذكرنا سابقاً هي الأساس فالمعلومة ممكن تعديلها وتغييرها مع الوقت لكن التعامل هو الذي يجذب السياح هو الذي يعدّل سلوكهم ايجابياً نحو البيئة هو الذي ينقلهم مادياً، فكرياً وعاطفياً وكذلك يؤثر على سلوكهم الشرائي وقد يطيل مدة بقاء السائح وتكراره للتجربة السياحية. يتناول هذا البحث مهارات التواصل لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين لمعرفة هل الدليل السياحي الأردني مؤهل فعلياً للقيام بهذه المهمة؟ ما هي المهارات التي يتقنها؟ وذلك من وجهة نظر السياح الأجانب لموقع البتراء الأثري.

ما زال هناك قصور من المسؤولين في ادراك حقيقة أنه لا يكفي وجود دليل سياحي أمام مجموعة سياحية لضمان رضاهم وضمان نجاح التجربة السياحية كذلك لا يمكن أن تحكم على الدليل السياحي بأنه مؤهل فعلياً للدلالة السياحية بناءً على معلوماته متناسين مهارات التواصل الاجتماعي. لكونها الدراسة الأولى في الأردن التي تبحث في مهارات التواصل لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين وإن نتائج هذه الدراسة هي مؤشر مهم للقائمين على قطاع السياحة.

تمت مراجعة مهارات التواصل الضرورية مرة خلال استقراء الدراسات المكتبية التي ركزت على مهارات التواصل لدى الأدلاء السياحيين وكذلك القيام بمسح مكتبي لأكثر من خمسين مقالة علمية في دوريات علمية محكمة تتناول مهارات التواصل لدى الأدلاء السياحيين وتم بناء عليها استنباط أهم مهارات التواصل التي يجب توافرها في الدليل السياحي، كما تمت مراجعة الدليل المتخصص الصادر عن وكالة الإنماء الأمريكية (Toward professionalism in tour guiding- a manual for trainers, 2012) كذلك الرجوع للفيدرالية العالمية لجمعيات الأدلاء السياحيين (WFTGA)، وبناء على المعايير المعتمدة تم تصميم استبانة تقيس مهارات التواصل لدى الدليل السياحي الأردني. تم عرض الاستبانة على أستاذ أجنبي متخصص في الإعلام، وأستاذين في تخصص الإدارة السياحيين وثلاث أدلاء سياحيين متقاعدين وتم الأخذ برأيهم فتمت إضافة وحذف بعض الفقرات.

تم تصميم الاستبانة لتشمل عدة محاور:

المحور الأول: الخصائص الديمغرافية للسياح.

المحور الثاني: فقرات تعبر عن مهارات التواصل المختلفة.

1. الثقافية 2. اللفظية 3. غير اللفظية 4. تنظيم المجموعة في المكان 5. ادارة الوقت 6. دمج المجموعة بنشاطات 7. تغيير سلوك السائح. 8. الحيادية 9. التعامل مع المشاكل 10. استعانة بمواد توضيحية
- المحور الثالث:** اقتراحات لتحسين المهارات.

إجراءات الدراسة:

مجتمع الدراسة: جميع السياح الأجانب الذين زاروا البتراء في شهر نيسان وأيار من العام (2015) وقاموا باستئجار دليل سياحي، ويذكر أن عدد السياح الأجانب لموقع البتراء الأثري بلغ في شهر 4 (39814) زائراً وفي شهر مايو بلغ عدد السياح الأجانب (34807) زائر أجنبي. ولقد استنتج الباحث زوار الموقع الأردنيين لسبب مهم أنهم لا يستأجرون الدليل السياحي عند زيارة الموقع وإنما لهم سلوك مختلف تماماً عن السياح الأجانب ; فهم يزورون الموقع الأثري دون الاهتمام باستئجار دليل سياحي لعدم اهتمامهم بفهم الحضارة النبطية أو العمارة أو القصة للمكان.

صيغت فقرات الاستبانة بلغات مختلفة (الانجليزية، الفرنسية، الإسبانية، الألمانية، الإيطالية، العربية، الروسية).

هناك صعوبة في حصر عدد السياح الأجانب الذين استأجروا أدلاء سياحيين في هذه الفترة لعدة أسباب:

1. يأتي أحياناً زوار اليوم الواحد الذين يعبرون من إسرائيل ومعهم دليلهم السياحي.
2. يرافق المجموعة السياحية أحياناً شخص لا ينطبق عليه مواصفات (دليل سياحي) وإنما هو (مرافق) يعتمده المكتب السياحي وهو يسمى مرافق.

3. عدم دقة الإحصاءات الرسمية التي تبين عدد الأدلاء المستأجرين للمجموعات السياحية. ولذلك اختار الباحث أن يقوم بتوزيع الاستبانات على عينة ممثلة للمجتمع تبلغ (2%) من مجتمع الدراسة. كان الباحث يوزع الاستبانات على السياح بعد انتهاء الجولة السياحية عند بوابة الخروج لموقع البتراء الأثري. تم اختيار أيام الجمعة والسبت وذلك لتفرغ الباحث في هذين اليومين وعدم التزامه بالتدريس.

الفرضيات:

1. لا يمتلك الدليل السياحي الأردني مهارات التواصل الاجتماعي الفعالة.
 2. لا تختلف درجات امتلاك الدليل السياحي لمهارات التواصل الاجتماعي باختلاف المتغيرات الديمغرافية
- وصف عينة الدراسة: فيما يلي وصف لأفراد عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الجنس، الجنسية، المستوى التعليمي، المهنة، العمر كما في الجدول (1).

الجدول (1): توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الشخصية

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	1025	68.7%
	أنثى	467	31.3%
	المجموع	1492	100.0%
الجنسية	أوروبية	716	48.0%
	آسيوية	373	25.0%
	أمريكية	210	14.1%
	عربية	134	9.0%
	أفريقية	59	4.0%
المستوى التعليمي	المجموع	1492	100.0%
	ثانوية عامة فما دون	268	18.0%
	دبلوم	462	31.0%
	بكالوريوس	598	40.1%
	دراسات عليا	164	11.0%
المهنة	المجموع	1492	100.0%
	أعمال حرة	238	16.0%
	موظف حكومي	227	15.2%
	موظف قطاع خاص	447	30.0%
	متقاعد	496	33.2%
العمر	عاطل عن العمل	84	5.6%
	المجموع	1492	100.0%
	20 سنة فأقل	59	4.0%
	21-30 سنة	253	17.0%
	31-40 سنة	179	12.0%
	41-50 سنة	104	7.0%
	51-60 سنة	328	22.0%
	61 فأكثر	569	38.1%
المجموع	1492	100.0%	

صدق المحكمين:

بفرض استخراج صدق أداة الدراسة تم توزيعها على (5) محكمين ذوي الخبرة والاختصاص في الجامعات الأردنية، وطلب منهم إبداء آرائهم ومقترحاتهم حول صلاحية فقرات أداة الدراسة، ومدى مناسبتها للمجال الذي تنتمي إليه، وصياغتها اللغوية، وتم تصحيحها بناءً على مقترحاتهم وملاحظاتهم لتصبح الاستبانة بصورتها النهائية.

ثبات أداة الدراسة:

تم تطبيق معادلة ثبات الأداة (كرونباخ ألفا) على جميع مجالات الدراسة والأداة ككل، والجدول (2) يوضح ذلك:

الجدول (2): معاملات ثبات أداة الدراسة لمحاور تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين.

الرقم	المحاور	كرونباخ ألفا
1	مهارات التواصل الثقافية	0.75
2	مهارات التواصل اللفظية	0.79
3	مهارات التواصل غير اللفظية	0.84
4	مهارة تنظيم المجموعة المكانية وإدارة الوقت	0.85
5	دمج المجموعة بنشاطات والاستعانة بمواد توضيحية	0.80
6	الحيادية وفن التعامل مع المشاكل	0.77
الأداة ككل		0.83

يظهر من الجدول (2) أن معاملات الثبات لمحاور تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين تراوحت بين (0.75-0.85) أعلاها لمحور "مهارة تنظيم المجموعة مكانية وإدارة الوقت" وجاء بعده محور "مهارات التواصل غير اللفظية" بمعامل ثبات بلغ (0.84)، ثم محور "دمج المجموعة بنشاطات والاستعانة بمواد توضيحية" بمعامل ثبات بلغ (0.80)، وأخيراً جاء محور "المهارات التواصل الثقافية" بمعامل ثبات بلغ (0.75)، كما بلغ معامل الثبات للأداة ككل (تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين) (0.83)، وهي قيم مرتفعة ومقبولة لأغراض تطبيق الدراسة.

تصحيح المقياس:

تكونت الاستبانة بصورتها النهائية من (30) فقرة، حيث استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الخماسي (likert scale) بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتم إعطاء موافق بشدة (5)، موافق (4)، حيادي (3)، معارض (2)، معارض بشدة (1)، وذلك بوضع إشارة (√) أمام الإجابة التي تعكس درجة موافقتهم، كما تم الاعتماد على التصنيف التالي للحكم على المتوسطات الحسابية كالتالي:

- متوسط حسابي (أقل من 2.33) درجة تقدير منخفضة.
- متوسط حسابي (2.34 - 3.66) درجة تقدير متوسطة.
- متوسط حسابي (3.67) درجة تقدير مرتفعة.

المعالجة الإحصائية:

- التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن جميع مجالات أداة الدراسة.
- تم تطبيق تحليل التباين الخماسي (ANOVA) للكشف عن الفروق في تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين تبعاً للمتغيرات الجنس، الجنسية، المستوى التعليمي، المهنة، العمر.

عرض النتائج وفقاً لأسئلة الدراسة:

السؤال الأول: ما درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين؟

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع محاور تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين، والمتوسط العام للمجال الكلي الجدول (3) يوضح ذلك:

الجدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع محاور تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين

الرقم	المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	مهارات التواصل الثقافية	3.16	0.60	3	متوسطة
2	مهارات التواصل اللفظية	3.30	0.56	1	متوسطة
3	مهارات التواصل غير اللفظية	3.12	0.60	5	متوسطة
4	مهارة تنظيم المجموعة مكانية وإدارة الوقت	3.05	0.56	6	متوسطة
5	دمج المجموعة نشاطات والاستعانة بمواد توضيحية	3.13	0.59	4	متوسطة
6	الحيادية ومن التعامل مع المشاكل	3.20	0.57	2	متوسطة
	الأداة ككل	3.16	0.26		متوسطة

يتبين من الجدول (3) أن المتوسطات الحسابية لمحاور تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين تراوحت بين (3.05- 3.30) فكان أبرز محور "مهارات التواصل اللفظية" بمتوسط حسابي بلغ (3.30) وبدرجة متوسطة، وجاء بعده محور "الحيادية ومن التعامل مع المشاكل" بمتوسط حسابي بلغ (3.20) وبدرجة متوسطة، بينما جاء محور "مهارة تنظيم المجموعة مكانية وإدارة الوقت" في المربية الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.05) وبدرجة متوسطة، كما بلغ المتوسط الحسابي للأداة ككل (3.16) وبدرجة متوسطة.

وفيما يلي عرض كل محور على حده:

- محور المهارات التواصل الثقافية

الجدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات محور المهارات التواصل الثقافية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	يملك الدليل معلومات كافية عن ثقافتكم	2.62	1.28	5	متوسطة
2	يتجنب الدليل السياحي أي شيء يسيء لثقافتكم.	3.95	1.02	1	مرتفعة
3	يعطي أدلة وأمثلة توضيحية في ثقافتكم.	2.71	1.38	4	متوسطة
4	يتجنب الدليل أي سلوك يسيء لثقافتكم.	3.33	1.62	2	متوسطة
5	يتفهم الدليل الفروقات الثقافية ويحاول التقريب بين الثقافتين.	3.21	1.29	3	متوسطة
	المتوسط العام	3.16	0.60		متوسطة

يظهر من الجدول (4) أن المتوسطات الحسابية لفقرات محور المهارات التواصل الثقافية تراوحت بين (2.62-4.65)، وكان أبرزها للفقرة رقم (2) التي تنص: " يتجنب الدليل السياحي أي شيء يسيء لثقافتكم" وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (4) بمتوسط حسابي (3.33) وبدرجة متوسطة، والتي تنص على: " يتجنب الدليل أي سلوك يسيء لثقافتكم"، وجاء أقل المتوسطات الحسابية للفقرة رقم (1) التي تنص على " يملك الدليل معلومات كافية عن ثقافتكم" بمتوسط حسابي بلغ (2.62) بدرجة متوسطة. كما بلغ المتوسط العام لفقرات محور المهارات التواصل الثقافية (3.16) وبدرجة متوسطة.

- محور مهارات التواصل اللفظية.

الجدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات محور مهارات التواصل اللفظية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	يتكلم بوضوح وبصوت معتدل.	3.28	1.28	2	متوسطة
2	يتكلم بإيقاع معتدل لا سريع ولا بطيء.	3.17	1.26	4	متوسطة
3	يقن الدليل لغتك الأجنبية.	3.26	1.26	3	متوسطة
4	يستمتع الدليل لكم عند طرح الأسئلة.	3.74	1.16	1	مرتفعة
5	يستخدم مصطلحات واضحة ومفردات ممتعة.	3.08	1.30	5	متوسطة
المتوسط العام		3.30	0.56		متوسطة

يظهر من الجدول (5) أن المتوسطات الحسابية لفقرات محور مهارات التواصل اللفظية تراوحت بين (3.08-3.74)، وكان أبرزها للفقرة رقم (4) التي تنص: " يستمتع الدليل لكم عند طرح الأسئلة" وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (1) بمتوسط حسابي (3.28) وبدرجة متوسطة، والتي تنص على: " يتكلم بوضوح وبصوت معتدل"، وجاء أقل المتوسطات الحسابية للفقرة رقم (5) التي تنص على "يستخدم مصطلحات واضحة ومفردات ممتعة" بمتوسط حسابي بلغ (3.08) بدرجة متوسطة. كما بلغ المتوسط العام لفقرات محور مهارات التواصل اللفظية (3.30) وبدرجة متوسطة.

- محور مهارات التواصل غير اللفظية

الجدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات محور مهارات التواصل غير اللفظية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	يقف ويجلس الدليل بطريقة مناسبة.	3.82	1.10	1	مرتفعة
2	تعايير وجه الدليل السياحي تؤكد المعلومة.	3.05	1.10	3	متوسطة
3	المظهر العام من نظافة وحسن لباس لائق.	2.92	1.55	4	متوسطة
4	لغة الجسد للدليل السياحي تساعد في فهم المعلومة وضرب الانتباه.	3.14	1.63	2	متوسطة
5	يفهم الدليل حاجة ونفسية السياح من خلال لغة الجسد.	2.65	1.27	5	متوسطة
المتوسط العام		3.12	0.60		متوسطة

يظهر من الجدول (6) أن المتوسطات الحسابية لفقرات محور مهارات التواصل غير اللفظية تراوحت بين (2.65-3.82)، وكان أبرزها للفقرة رقم (1) التي تنص: " يقف ويجلس الدليل بطريقة مناسبة" بمتوسط حسابي (3.82) وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (4) بمتوسط حسابي (3.14) وبدرجة متوسطة، والتي تنص على: "لغة الجسد للدليل السياحي تساعد في فهم المعلومة وضرب الانتباه"، وجاء أقل المتوسطات الحسابية للفقرة رقم (5) التي تنص على " يفهم الدليل حاجة ونفسية السياح من خلال لغة الجسد" بمتوسط حسابي بلغ (2.65) بدرجة متوسطة.

كما بلغ المتوسط العام لفقرات محور مهارات التواصل غير اللفظية (3.12) وبدرجة متوسطة.

- محور مهارة تنظيم المجموعة المكانية وإدارة الوقت

الجدول (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات محور مهارة تنظيم المجموعة المكانية وإدارة الوقت

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	يسيطر الدليل السياحي على توزيع السياح في المكان الموقع السياحي.	3.08	1.03	2	متوسطة
2	يسيطر الدليل على تحرك السياح أوقات الازدحام	3.03	1.01	3	متوسطة
3	يلتزم الدليل بمواعيد الوصول ومواعيد البرامج السياحية.	2.66	1.28	4	متوسطة
4	يعطي الدليل البرنامج السياحي حقه من خلال الوقت.	2.58	1.29	5	متوسطة
5	يحدد الدليل السياحي أماكن الالتقاء للسياح دوماً.	3.90	1.06	1	مرتفعة
المتوسط العام		3.05	0.56		متوسطة

يظهر من الجدول (7) أن المتوسطات الحسابية لفقرات محور مهارة تنظيم المجموعة المكانية وإدارة الوقت تراوحت بين (2.58-3.90)، وكان أبرزها للفقرة رقم (5) التي تنص: " يحدد الدليل السياحي أماكن الالتقاء للسياح دوماً" وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (1) بمتوسط حسابي (3.08) وبدرجة متوسطة، والتي تنص على: " يسيطر الدليل السياحي على توزيع السياح في المكان الموقع السياحي"، وجاء أقل المتوسطات الحسابية للفقرة رقم (4) التي تنص على "يعطي الدليل البرنامج السياحي حقه من خلال الوقت" بمتوسط حسابي بلغ (2.58) بدرجة متوسطة.

كما بلغ المتوسط العام لفقرات محور مهارة تنظيم المجموعة مكانية وإدارة الوقت (3.05) وبدرجة متوسطة

- محور دمج المجموعة نشاطات والاستعانة بمواد توضيحية

الجدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات محور دمج المجموعة

نشاطات والاستعانة بمواد توضيحية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	يُشرك الدليل السياح في نشاطات ممتعة.	2.98	1.03	3	متوسطة
2	يُحاور الدليل السياح ويسألهم عند تفسير الموقع.	3.88	1.07	1	مرتفعة
3	يطلب منهم التفكير بموضوع للنقاش لاحقاً أثناء المشي مثلاً.	2.72	1.30	5	متوسطة
4	يستعين الدليل بصور قديمة للمكان لشرح قصة المكان.	2.90	1.59	4	متوسطة
5	يستعين الدليل بالتكنولوجيا الحديثة	3.19	1.65	2	متوسطة
المتوسط العام		3.13	0.59		متوسطة

يظهر من الجدول (8) أن المتوسطات الحسابية لفقرات محور دمج المجموعة نشاطات والاستعانة بمواد توضيحية تراوحت بين (2.72-3.88)، وكان أبرزها الفقرة رقم (2) التي تنص: " يُحاور الدليل السياح ويسألهم عند تفسير الموقع" وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (5) بمتوسط حسابي (3.19) وبدرجة متوسطة، والتي تنص على: "يستعين الدليل بالتكنولوجيا الحديثة"، وجاء أقل المتوسطات الحسابية للفقرة رقم (3) التي تنص على "يطلب منهم التفكير بموضوع للنقاش لاحقاً أثناء المشي مثلاً" بمتوسط حسابي بلغ (2.72) بدرجة متوسطة.

كما بلغ المتوسط العام لفقرات محور دمج المجموعة نشاطات والاستعانة بمواد توضيحية (3.13) وبدرجة متوسطة.

- محور الحيادية ومن التعامل مع المشاكل

الجدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات محور الحيادية ومن التعامل مع المشاكل

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	عند المناقشة يتجنب الدليل أي موضوع ديني، سياسي، أو عرقي.	2.85	1.04	5	متوسطة
2	يعامل الدليل كافة أفراد المجموعة بمساواة بغض النظر عن انتقاءهم أو عرقهم	2.96	1.16	4	متوسطة
3	عند حدوث مشكلة يضع الدليل نفسه مكان السائح ويتصرف بسرعة وفعالية لحل المشكلة.	3.10	1.15	3	متوسطة
4	عند وجود سباح صعب التعامل معهم يبذل الدليل جهده لإرضائهم.	3.64	1.21	1	متوسطة
5	لا يتحيز الدليل لأي سواء سباح أو أصحاب مصالح تجارية لتحقيق أهداف شخصية.	3.45	1.05	2	متوسطة
المتوسط العام		3.20	0.57		متوسطة

يظهر من الجدول (9) أن المتوسطات الحسابية لفقرات محور الحيادية وفن التعامل مع المشاكل تراوحت بين (2.85-3.64)، وكان أبرزها للفقرة رقم (4) التي تنص: " عند وجود سباح صعب التعامل معهم يبذل الدليل جهده لإرضائهم" وبدرجة متوسطة، ثم جاءت الفقرة رقم (5) بمتوسط حسابي (3.45) وبدرجة متوسطة، والتي تنص على: " لا يتحيز الدليل لأي سواء سباح أو أصحاب مصالح تجارية لتحقيق أهداف شخصية"، وجاء أقل المتوسطات الحسابية للفقرة رقم (1) التي تنص على " عند المناقشة يتجنب الدليل أي موضوع ديني، سياسي، أو عرقي" بمتوسط حسابي بلغ (2.85) بدرجة متوسطة. كما بلغ المتوسط العام لفقرات محور حيادية ومن التعامل مع المشاكل (3.20) وبدرجة متوسطة.

السؤال الثاني: هل تختلف درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية، وتم تطبيق تحليل التباين الخماسي (ANOVA) للأداة ككل للكشف عن الفروق في درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية، وفيما يلي عرض النتائج:

الجدول (10) نتائج اختبار تحليل التباين الخماسي (ANOVA) للكشف عن الفروق في درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة الإحصائية
الجنس	0.00	1	0.00	0.000	0.996
الجنسية	0.393	4	0.098	1.465	0.210
المستوى التعليمي	0.139	3	0.046	0.690	0.558
المهنة	0.823	4	0.206	3.074	0.016
العمر	1.020	5	0.204	3.047	0.010
الخطأ	98.704	1474	0.067		
المجموع المصحح	101.240	1499			

يظهر من الجدول السابق ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) على الأداة ككل (درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأذلاء السياحيين الأردنيين) تبعاً للمتغيرات (الجنس، الجنسية، المستوى التعليمي)، حيث لم تصل قيمة (f) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في (درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأذلاء السياحيين الأردنيين) تبعاً لمتغير (المهنة)، حيث بلغت قيمة (f) (3.074) عند مستوى الدلالة الإحصائية (0.01). وللكشف عن مواقع الفروق تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعديه الجدول (11) توضح ذلك:
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في (درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأذلاء السياحيين الأردنيين) تبعاً لمتغير (العمر)، حيث بلغت قيمة (f) (3.047) عند مستوى الدلالة الإحصائية (0.010). وللكشف عن مواقع الفروق تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعديه الجدول (12) يوضح ذلك:

الجدول (11) نتائج اختبار شيفيه (scheffe) للكشف عن الفروق في (درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأذلاء السياحيين الأردنيين) تبعاً لمتغير المهنة

الفئة	المتوسط الحسابي	أعمال حرة	موظف حكومي	موظف قطاع خاص	متقاعد	عاطل عن العمل
أعمال حرة	3.13	-	-0.05	-0.02	-0.04	*-0.10
موظف حكومي	3.18	-	-	0.03	0.01	-0.05
موظف قطاع خاص	3.15	-	-	-	0.02	-0.08
متقاعد	3.17	-	-	-	-	-0.06
عاطل عن العمل	3.23	-	-	-	-	-

*الفروق دالة عند مستوى الدلالة (0.05).

- يظهر من الجدول (11) وجود فروق في درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأذلاء السياحيين الأردنيين تبعاً لمتغير المهنة حيث كانت الفروق بين الفئة (أعمال حرة) والفئة (عاطل عن العمل) ولصالح (عاطل عن العمل) بمتوسط حسابي (3.23) بينما بلغ المتوسط الحسابي للفئة (أعمال حرة) (3.13).

الجدول (12) نتائج اختبار شيفيه (scheffe) للكشف عن الفروق في (درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأذلاء السياحيين الأردنيين) تبعاً لمتغير العمر

الفئة	المتوسط الحسابي	20 سنة فأقل	21 - 30 سنة	31 - 40 سنة	41 - 50 سنة	51 - 60 سنة	61 فأكثر
20 سنة فأقل	3.11	-	-0.05	-0.03	0.01	-0.07	-0.07
21 - 30 سنة	3.16	-	-	0.02	0.06	-0.02	-0.02
31 - 40 سنة	3.14	-	-	-	0.04	-0.04	-0.04
41 - 50 سنة	3.10	-	-	-	-	*-0.08	*-0.08
51 - 60 سنة	3.18	-	-	-	-	-	0.00
61 فأكثر	3.18	-	-	-	-	-	-

*الفروق دالة عند مستوى الدلالة (0.05).

- يظهر من الجدول (12) وجود فروق في درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين تبعاً لمتغير العمر حيث كانت الفروق بين الفئة العمرية (41-50 سنة) والفئتين العمريتين (51-60 سنة) (61 فأكثر) ولصالح الفئتين (51-60 سنة) (61 فأكثر) بمتوسط حسابي (3.18) بينما بلغ المتوسط الحسابي للفئة العمرية (50-41 سنة) (3.10).

السؤال الثالث: ما هي مقترحات تحسين مهارات تواصل الدليل السياحي مع السياح؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمعرفة مقترحات تحسين مهارات تواصل الدليل السياحي مع السياح، الجدول (13) يوضح ذلك:

الجدول (13) التكرارات والنسب المئوية لمعرفة مقترحات تحسين مهارات تواصل الدليل السياحي مع السياح ن=1492

المقترح	العدد	النسبة المئوية*
الاستعانة بعلماء نفس ومتخصصين في علم الموارد البشرية وذلك لاجازة من يصلحون كأدلاء سياحيين	122	0.08
عقد دورات دورية اجبارية للأدلاء السياحيين بإشراف مختصين في مهارات التواصل	95	0.06
تدريب الدليل عملياً من قبل أدلاء محترفين قبل مزاوله المهنة	205	0.14
عمل تقييم دائم للدليل من قبل السياح والإشراف عليه من قبل وزارة السياحة والآثار	167	0.11
تحفيز الأدلاء المتميزين وذلك من خلال عمل تدرج في المسمى الوظيفي لتمييز الدليل المحترف عن غيره	323	0.22

* النسبة المئوية من (1500)

يظهر من الجدول السابق أن أبرز مقترح كان تحفيز الأدلاء المتميزين وذلك من خلال عمل تدرج في المسمى الوظيفي لتمييز الدليل المحترف عن غيره (بتكرار بلغ (323) ونسبة مئوية (0.22)، وجاء بعده مقترح (تدريب الدليل عملياً من قبل أدلاء محترفين قبل مزاوله المهنة) بتكرار بلغ (205) ونسبة مئوية (0.14)، وجاء مقترح (عقد دورات دورية اجبارية للأدلاء السياحيين بإشراف مختصين في مهارات التواصل) بأدنى تكرار حيث بلغ (95) بنسبة مئوية (0.06).

ملخص النتائج:

من خلال عرض نتائج التحليل الإحصائي، والإجابة عن أسئلة الدراسة، يمكن تلخيص النتائج على النحو التالي:

- أظهرت النتائج وجود درجة متوسطة لتقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين
- أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) على الأداة ككل (درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين) تبعاً للمتغيرات (الجنس، الجنسية، المستوى التعليمي)، حيث لم تصل قيمة (f) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).
- أظهرت النتائج وجود فروق في درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين تبعاً لمتغير المهنة حيث كانت الفروق لصالح (عاطل عن العمل) بمتوسط حسابي (3.23).
- أظهرت النتائج وجود فروق في درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين تبعاً لمتغير العمر حيث كانت الفروق لصالح الفئتين (60-51 سنة) (61 فأكثر) بمتوسط حسابي (3.18).
- أظهرت النتائج أن مقترح (تحفيز الأدلاء المتميزين وذلك من خلال عمل تدرج في المسمى الوظيفي لتمييز الدليل المحترف عن غيره) الأبرز بنسبة مئوية (0.22).

مناقشة النتائج

- فيما يلي مناقشة نتائج الدراسة بالاعتماد على أسئلتها:
- مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين؟
- أشارت النتائج المتعلقة بهذا السؤال إلى مستوى متوسط لتقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الاردنيين لدى عينة الدراسة، وتعزى هذه النتيجة إلى عدم تحلي الدليل السياحي بمهارات التواصل بمستوى يليق بالدليل السياحي، وعدم تحمل المسؤولية الملقاة على عاتقه أو حتى بذل أي مجهود لتحسين مهاراته وقدرته على التواصل بحيث يستطيع أن يقدم كل ما هو ضروري كدليل سياحي. ذكرت دراسة (2013 mohamad khani) ان الدليل السياحي يجب أن يتم تدريبه على تطوير مهارات التواصل الاجتماعي. كما أكدت دراسة (Min, J, 2015) على ضرورة اتقان الدليل السياحي لمهارات التواصل مع الآخرين.
- محور المهارات التواصل الثقافية، وترى الباحثة أن عملية مهارات التواصل الثقافية تكمن في مدى ثقافة الدليل السياحي بالأماكن، حيث لا يمتلك الأدلاء السياحيين معلومات كافية عن ثقافات بعض الشعوب ومن أهم ما يجب أن يتحلى به الدليل السياحي الدرجة العالية من المعرفة والثقافة، القدرة على إيصال المعلومات للسياح، فمن الناحية الثقافية والتاريخية يجب أن يكون الدليل على معرفة تامة في المواقع الأثرية من حيث نشأتها والحضارات التي توالى عليها، والأحداث التاريخية التي شهدتها تلك المواقع، كذلك المعرفة الجغرافية من حيث التضاريس والمواقع الجغرافية للأماكن المختلفة. وجاءت دراسة (cordob, harrill, dioko2013) على أهمية بمهارات التواصل الفائقة للدليل السياحي. وانفقت دراسة (lin, cheng, chang, kuo, 2015) من حيث ضرورة تدريب الدليل السياحي على مهارات التفسير ودورات في سيكولوجية السائح ليعرف كيف يتعامل معهم. كما وانفقت معها دراسة (Aljahwari, 2015) من حيث أن مهارات التواصل تعزز فعالية الأداء أثناء الجولة السياحية.
- مهارات التواصل اللفظية، وترى الباحثة هذه النتيجة أن الاتصال غير اللفظي في المواقع الأثرية أهم من الاتصال اللفظي، حيث يجب على الدليل السياحي تفسير الموقع حسب خصائص السياح وانتقاء الألفاظ المناسبة واتقان التحكم باللغة والتكلم بوضوح حيث يستخدم الأدلاء السياحيين مفردات ومصطلحات ممتعة وسهل للسياح وقدرته على لتحقيق التواصل المتميز وهذه الدراسة تخالف دراسة (Bryon, 2012) التي توصلت إلى أن الاتصال اللفظي في المواقع الأثرية أهم من الاتصال غير اللفظي.
- مهارات التواصل غير اللفظية، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى قدرة الدليل السياحي على التميز وفهم تعبيرات الوجه التي تؤكد المعلومة وقدرته على فهم حاجات ونفسيات السياح من خلال لغة الجسد، طريق الجلوس والمظهر العام ويختلف فهم الاتصال غير اللفظي بسبب اختلاف الثقافات. وذكرت دراسة (Tasi, wang and tseng 2015) ان المظهر الخارجي للدليل السياحي مهم جدا كما ان روح الدعاية تعزز العلاقة مع السياح وتزيد الفهم للشرح. وانفقت دراسة (hosseyini, 2012) مع دراستنا من حيث اتقان مهارات التواصل سواء كانت لفظية أو غير لفظية وأظهرت أهمية الاتصال غير اللفظي.
- مهارة تنظيم المجموعة مكانيا ومهارة إدارة الوقت. وتعزى الباحثة هذه النتيجة إلى أن الدليل السياحي يجب ان يكون دقيقاً في الالتزام ببرنامج الرحلة السياحية، وذلك بالرجوع إلى الشركة السياحية المنظمة للرحلة ومع الحرص على الالتزام التام بالمواعيد، ويجب ان يحدد الدليل السياحي أماكن الالتقاء للسياح دوماً، وحيث يجب ان يعطي الدليل البرنامج السياحي حقه من خلال الوقت. وانفقت دراسة (weiler and black, 2015). من حيث اثر كبير ومباشر للدليل السياحي على رضا السائح وعلى الولاء للوجهة السياحية.
- دمج المجموعة بنشاطات والاستعانة بمواد توضيحية وتعزى الباحثة هذه النتيجة إلى تقصير الأدلاء السياحيين على المشاركة في النشاطات الممتعة مع المجموعات تجعلها أكثر متعة، وان الهدف الرئيسي للإرشاد ليس هو التعليم والتلقين ولكنه يكمن في المغامرة والمتعة والإثارة، ومراعاة طبيعة وخصائص المجموعة السياحية، ويمكن الاستعانة بمواد توضيحية مثل الصور بحيث تصبح الرحلة أمتع. وذكرت دراسة (chang, kkungand, 2012) ان دور الدليل السياحي أهم من البيئة المريحة للسائح.
- الحيادية وفن التعامل مع المشاكل وترى الباحثة ان الدليل السياحي يجب ان يتحلى بعدم التطرق لموضوع سياسي او ديني او عرقي بغض النظر عن ثقافتهم او عرقهم، ويجب على الدليل ان يضبط سلوكه وتصرفاته عندما تواجهه اي مشكلة ويبدل جهدا لتحقيق رضا السياح، لان الغرض من السياحة ليس اجتماعي او سياسي او عرقي، ويجب على الدليل السياحي خلق ايجابية للتفاعل مع السياح وعدم تحيزه لأي أغراض خاصة. وأشارت دراسة (Min, J, 2015) إلى ضرورة السرعة في الاستجابة للمشاكل، وتحمله المسؤولية، وتعاطفه مع السياح. كما وأضافت دراسة (El-sharkary, 2007) إلى ان الدليل السياحي يجب ان يكون مرناً يتعامل حسب الموقف والبيئة وخصائص السياح بالإضافة لامتلاك حسن الدعاية والحماس.
- السؤال الثاني: هل تختلف درجة تقييم التواصل الاجتماعي لدى الأدلاء السياحيين الأردنيين عند مستوى الدلالة الإحصائية

($0.05 \leq \alpha$) تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفي؟

- أظهرت النتائج عدم وجود فروق في المتغيرات (الجنس، الجنسية، المستوى التعليمي) وتعزى هذه النتيجة إلى تقارب وجهات نظر جميع السياح حول رأيهم بالدليل السياحي بغض النظر عن جنسهم أو جنسيتهم أو مستوى تعليمهم، بمعنى أن اجابات السياح تعطي مؤشر اتفاق على عدم وصول مستوى الدليل السياحي إلى المستوى المطلوب الذي يجب التصرف فيه، وتشير نتائج دراسة (Pereira, and mykletun, 2012) إلى المساهمة الضئيلة للأدلاء السياحيين في زيادة الاستدامة وأن المسؤولية في هذا الخلل تقع على الحكومة لعدم تدريبها على مفاهيم الاستدامة لتطبيقها في عمله.

- السؤال الثالث: ما هي مقترحات تحسين مهارات تواصل الدليل السياحي مع السياح؟

- مقترحات تحسين مهارات تواصل الدليل

- الفنية المتخصصة لدى الدليل مثل: مهارات الاتصال وفن التعامل، وتعزى هذه النتيجة إلى، تحفيز الأدلاء المتميزين وذلك من خلال عمل تدرج في المسمى الوظيفي لتمييز الدليل المحترف عن غيره ونظراً لهذه الأهمية يمكن اعتماد تصنيف للأدلاء السياحيين وذلك وفقاً لاجتيازهم امتحان عملي تعقده الوزارة وهذا التصنيف كفيل بتحسين مهارات التواصل لدى الأدلاء وهذا ان طبق في الأردن فسيكون الأول على مستوى العالم ومبرره أن الدليل هو كباقي العرض السياحي يجب أن يتدرج حسب نوع الخدمة المقدمة. أما الاستعانة بعلماء نفس ومتخصصين في علم الموارد البشرية وذلك لاجازة من يصلحون كأدلاء سياحيين.

ان تم تطبيق هذا المقترح المهم سنضمن وجود أدلاء سياحيين يتقنون التعامل مع السياح وغيرهم . علينا أن ندرك أن الشخصية لا يمكن تغييرها وإنما تحسينها . فلو افترضنا وجود دليل سياحي يمتلك معلومات كاملة وكأنه موسوعة ولكن تعامله مع السياح سئ فماذا ستكون النتيجة؟ من هنا تبرز أهمية عرض الأشخاص الذين يرغبون في ممارسة مهنة الدلالة السياحية على اختصاصيين نفسيين ومختصين في الموارد البشرية لاختيار الشخصية الهادئة، الاجتماعية، الودودة والمنظمة واستبعاد العدوانية، والفوضوية والانطوائية . وانفقت دراسة (mohamad khani 2013) من حيث ان تزويد الدليل السياحي بالمعلومات وتقديمها للسائح وتجديدها يتم مع الوقت أما مهارات التواصل مع الآخرين فهي الأساس لنجاح الدليل. الهدف من تطبيق هذا المقترح هو الوصول لدرجة الاحترافية فلقد توصلت دراسة (Mcgrath, 2004) من حيث ان الأدلاء السياحيين لا يمتلكون المهارات والمعلومات الضرورية كدليل المحترف.

- السؤال الرابع: هل يربط الدليل السياحي الأردني السياح مع الموقع السياحي والسكان؟

لا يربط الدليل السياحي الموقع السياحي مع السكان المحليين وهذا يعطي مؤشر خطير وهو اهمال البعد الاجتماعي يفتقر الدليل السياحي لمهارات التواصل ولذلك لم يطبق ما دعت اليه الدراسات السابقة من تحويل الوجهة السياحية إلى تجربة سياحية حقيقية او على الاقل اضافة قيمة للتجربة السياحية. لم ينجح الدليل السياحي في تعديل سلوك السياح نحو البيئة او السلوك الشرائي او حتى اطالة مدة اقامة السائح وبالتالي نستنتج قصوره في استدامة المنطقة وهذا مؤشر ايضا خطير على اهمال البعد البيئي لدى الأدلاء السياحيين في اهم موقع سياحي في الاردن. استمرار الوضع الحالي كما هو من ناحية افتقار الأدلاء السياحيين لمهارات التواصل يندق ناقوس الخطر لدى المسؤولين لان هذا الوضع يؤثر على استدامة المنطقة بيئياً واقتصادياً. لاحظ الباحث وجود تحيز ديني وثقافي لدى بعض الأدلاء لان هذا يتنافى مع المواصفات المطلوبة وهو عدم التحيز الثقافي او الديني (apolitical or acultural bias).

التوصيات

توصي الدراسة بعمل تقنيش دوري على الأدلاء من قبل وزارة السياحة والاثار وجمعية الأدلاء السياحيين.

يجب على وزارة السياحة والاثار وجمعية الأدلاء السياحيين تدريب الأدلاء السياحيين على مهارات التواصل من خلال مدربين

محترفين في اساسيات مهارات التواصل بفعالية مع الاخرين.

عدم تحميل الدليل السياحي وحده مسؤولية عدم اتقانه لمهارات التواصل لان الجهات المشغلة مثل المكتب السياحي ووزارة السياحة والاثار وكذلك جمعية الأدلاء السياحيين يتحملون هذا التقصير لدى الأدلاء السياحيين الاردنيين وهذه النتيجة تتفق جزئياً مع دراسة (parakash, Chowdhary and Sunayana, 2010) التي تعتبر انه يجب عدم القاء المسؤولية في وجود المشاكل فقط للأدلاء السياحيين لان هذا غير عادل.

يجب على الدليل السياحي قبل ان يمتلك المعرفة عن الوجهة السياحية التي سيقدمها للسياح أن يقرأ عن ثقافات السياح الذين سيتعامل معهم وذلك ليعرف كيف يتعامل معهم وكذلك للتقريب بين ثقافة الوجهة السياحية وثقافة السياح وذلك بهدف توضيح المعلومة وجذب انتباه السياح.

المصادر والمراجع

- خالد شنون البشايبة أكرم عاطف رواشدة تقييم المعلومات الجيولوجية لدى الدليل السياحي الأردني. مؤتة للبحوث والدراسات، سلسلة لعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد السادس والعشرون، العدد الثالث، 2011
- Al Jahwari, D. Turk, E. and Altintas, V. (2016). Evaluating communication competency of tour guides using a modified importance-performance analysis (MIPA). *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (1), 195-218.
- D Babic & M Bingulaa (2015). Interpretation at special places: Mirogoj Cemetery *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 188.
- Berriane, M. (1999). *La Géographie du tourisme au Maroc: essai de synthèse sur l'état de la recherche*. Publication de la faculté des lettres et des sciences humaines de Rabat.
- Best, k. (2012). Making museum tours better: understanding what a guided tour really is and what a tour guide really does. *Museum Management and Curatorship*.
- Bryon, J. (2012). Tour Guides as Storytellers – From Selling to Sharing, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*.
- Chang, k. Examining the Effect of Tour Guide Performance Tourist Trust, Tourist Satisfaction, and Flow Experience on Tourists' Shopping Behavior, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*(2014).
- Chang, T;Kung, S and Luh, D The innovative service model: a study on tour guide service design in Taiwan by ICT application. *Academic Research International*. 2 (1). 2012.
- Dioko, L; Harrill, R & Cardon, P. The Wit and Wisdom of Chinese Tour Guides: A Critical Tourism Perspective. *Journal of China Tourism Research*, 9:1, 27-49. 2013.
- . O sharkawyE (2007). exploring knowledge and skills for tourist guides: evidence from egypt tourism: an international multidisciplinary journal of tourism, 2 (2), 77-94.
- Gorenak, M. & Gorenak, I. (2012). Challenges in education of tour guides and tour managers. *Informatol*. 45(4), 287-296.
- Hosseyini, S. (2012). The role of nonverbal communication skills in guiding tourists. *Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies*, 1(8), 253-258.
- Huang, S. Hsu, C. and Andrew C. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: a study of the package tours in shanghai. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34 (1).
- Haynes, C. (2015). The roles of indigenous tour guides in providing authentic experience on guided tours in the Caribbean. PhD Dissertation, The Pennsylvania State University.
- Huang, S. Weiler, B. and Assaker, G. (2015). Effects of Interpretive Guiding Outcomes on Tourist Satisfaction and Behavioral Intention. *Journal of Travel Research*. 54(3).
- Kuo, N. Chang, K. Cheng, y. & Lin, J. (2015). Effects of tour guide interpretation and tourist satisfaction on destination loyalty in Taiwan's Kinmen Battlefield Tourism: Perceived playfulness and perceived flow as moderators. *Journal of Travel & Tourism Marketing*.
- Lovrentjeva, S. (2015). Education of tourist guides: Case of Croatia, *Procedia Economics and Finance*, 23, 2015.
2010. Magablihi, K, Abulhaiha, L and Abu Saleh, M Interpretation Strategies Used by Jordanian Tourist Guides to Handle Cultural Specificity in Tourism Material, *TEAM Journal of Hospitality and Tourism*, 7, (1).
- Mason, p & Christie, M. (2003). Tour Guides as Critically Reflective Practitioners: A Proposed Training Model. *Tourism Recreation Research*.
- McGrath, G. (2004). Including the Outsiders: The Contribution of Guides to Integrated Heritage Tourism Management in Cusco. Southern Peru, *Current Issues in Tourism*.
- Min, J. (2015). Guiding the guides: developing indicators of tour guides' service quality. *Total Quality Management & Business Excellence*. 1478-3371.
- Mohamad, K. (2013). A Study on the Effectiveness of Tour Guides Training Programs in Iran-Tehran. *Business and Economic Research*. 3 (1).

- Pereira, E. & Mykletun, R. (2012). Guides as Contributors to Sustainable Tourism? A Case Study from the Amazon, Scandinavian. *Journal of Hospitality and tourism*.
- Mason, M. & Christie, M. (2003). Tour Guides as Critically Reflective Practitioners: A Proposed Training Model, *Tourism Recreation Research*.
- Poudel, S. & Nyaupane, G. (2013). The Role of Interpretative Tour Guiding in Sustainable Destination Management: A Comparison between Guided and Nonguided Tourists. *Journal of Travel Research*, 52(5), 659–672.
- Prakash, M. & Chowdhary, N. (2010). Tour guides: Roles, challenges and desired competences A review of literature. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 3(1).
- Rabotic, B. (2010). Professional tourist guiding: The importance of interpretation for tourist experiences. 20th Biennial International Congress: New Trends in Tourism and Hotel Management. Croatia.
- Reisingera, E. & Steinerb, C. (2006). Reconceptualising Interpretation: The Role of Tour Guides in Authentic Tourism. *Current Issues in Tourism*, 9(6).
- Scherle, N. & Nonnenmann, A. (2008). Swimming in Cultural Flows Conceptualising Tour Guides as Intercultural Mediators and Cosmopolitans. *Journal of Tourism and Cultural Change*
- Sahin, Y. G., & Balta, S. (2007). Distance Education Techniques to assist skills of Tourist Guides. *Educational Technology Society*, 10 (2), 213-224.
- Tsai, C. Wang, M. & Tseng, H. (2015). The impact of tour guides' physical attractiveness, sense of humor and seniority on guide attention and efficiency. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 1540-7306.
- Weiler, B. & Black, R. (2015). The changing face of the tour guide: one-way communicator to choreographer to co-creator of the tourist experience. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 364-378.
- Weiler, B. & Ham, S. (2002). Tour Guide Training: A Model for Sustainable Capacity Building in Developing Countries. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Zillinger, M. Jonasson, M. & Adolfsson, P. (2012). Guided Tours and Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*.

المراجع الإلكترونية

- Ministry of Tourism and Antiquities (www.mota.gov.jo) accessed by the Author on 20/5/2015.
- World Federation of tourist guide associations (www.wftga.org) accessed by the author on 13/5/2015.
- World Tourism Organisation (www.media.unwto.org) a journal report accessed on 24 2015/5/.

Evaluation of Social Communication Skills of the Tour Guide in Jordan as Perceived by International Tourists: An Exploratory Study in the Archaeological Site of Petra

*Sawsan Haider Khreis**

ABSTRACT

This research aimed to evaluate social communication skills of tour guides in Petra as perceived by international tourists. The role of tour guide is essential for the satisfaction of tourists and the success of the tourist experience. Questionnaires were distributed on a sample consisting of 1492 international tourists to Petra. The results showed no significant differences in terms of mastering communication skills related to variables of (gender, nationality and educational level) this is due to the convergence of perceptions of tourists towards the tour guide. The study concluded that there is an urgent need to improve communication skills of tour guide.

Keywords: Tour Guide, Communication Skills, Jordan, Petra, International Tourists, Sustainability, Tourism.

* Department of Tourism and Travel College of Tourism and Hotels, Yarmouk University, Jordan. Received on 19/4/2016 and Accepted for Publication on 9/3/2017.