



ملخص البحث الرابع - بحث فردي

عنوان البحث	دور التوعية الثقافية السياحية في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب عن عمل المرأة في القطاع السياحي The Role of Tourism Cultural Awareness in Building the Image of Young People for Women's Work in the Tourism Sector
المشاركون	د. محمد محمد فراج (مدرس - قسم الدراسات السياحية)
سنة النشر	٢٠١٦
الناشر	مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم، المجلد العاشر، العدد (٢-١) سبتمبر ٢٠١٦، ٣٢٥ - ٣٤٧

الملخص

تتأثر الصورة الذهنية لدى الأفراد بالعديد من العوامل من أهمها الأسرة والمؤسسات التعليمية والإعلام والمجتمع، ويعتبر موضوع عمل المرأة في القطاع السياحي من أهم الموضوعات التي تتأثر بالصورة الذهنية خاصة بين فئة الشباب. تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على دور التوعية الثقافية السياحية في تكوين الصورة الذهنية لدى الشباب عن عمل المرأة في القطاع السياحي. ولتحقيق هدف الدراسة تم صياغة فرضية لإختبار معنوية العلاقة بين عوامل التوعية الثقافية السياحية كمتغير مستقل وبين الصورة الذهنية (الإيجابية/ السلبية) كمتغير تابع. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي لمعالجة وتفسير البيانات الأولية التي تم جمعها بواسطة إستمارة إستبيان تم توزيعها على عينة عشوائية بسيطة من الشباب بمنطقتين جغرافيتين مختلفتين هما: إقليم القاهرة الكبرى وإقليم شمال الصعيد.

وقد أظهرت نتائج الدراسة قوة تأثير عوامل التوعية الثقافية السياحية في تكوين الصورة ذهنية (سواء الإيجابية أو السلبية) لدى الشباب عن عمل المرأة في القطاع السياحي، بالإضافة إلى ضعف تأثير الإعلام بسبب ضعف إهتمامه بقضايا عمل المرأة في القطاع السياحي. لذا إقترحنا الدراسة عدد من التوصيات تهدف إلى تفعيل دور الأسرة والمؤسسات التعليمية والإعلام والمجتمع في تحسين الصورة الذهنية لدى الشباب عن عمل المرأة، كما أوصت الدراسة أيضاً بإجراء بحوث مستقبلية لدراسة الأدوات والوسائل الإعلامية الأكثر تأثيراً في التوعية الثقافية السياحية السليمة، ودراسات الربط بين نتائج الدراسة الحالية وبين الواقع العملي لعمل المرأة في القطاع السياحي

الكلمات الدالة: التوعية الثقافية، الصورة الذهنية، عمل المرأة، الشباب، السياحة.

د. محمد محمد فراج

مدرس - كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم

dr.mmf@fayoum.edu.eg



Abstract

The image of individuals can be affected by many factors such as family, educational institutions, media and society. The topic of women's work in the tourism sector is crucially affected by personal image, especially among young people. The current study aims to investigate the role of tourism cultural awareness in the formation of image among young people regarding women's work in the tourism sector. To accomplish the aim of the study, one hypothesis has been developed to examine the significance of the relationship between tourism cultural awareness related factors as independent variables and personal image (positive/negative) as a dependent variable. The study adopted the quantitative approach to process and interprets the primary data collected by a questionnaire distributed to a simple random sample of young people in two different geographical Egyptian regions: the greater Cairo and the Northern Upper Egypt.

The results of the study revealed the significant influence of tourism cultural awareness related factors on personal image (positive/ negative) concerning women's work in the tourism sector. While, the study finds out that the effect of media on personal image about women's work in the tourism sector is not significant because of the weakness of media's interest in the issue of women's work in the tourism sector. The study suggested a set of recommendations aimed to activating the role of family, educational institutions, media and society in improving the image of young people about women's work. The study also recommended conducting further research to examine the most influential tools and methods affecting tourism cultural awareness in one side, and studies that link between the results of the current study and the reality of women's work in the tourism sector in the other side.

Key Words: Cultural Awareness, Image, Women's Work, Young People, Tourism.