

السياحة بين الثقافة السياحية والتأثير الاجتماعي

أ. عاشوري شكري

جامعة عباس لغرور - خنشلة

أ.د مصطفى عوفي

جامعة باتنة 1

المخلص:

أصبحت السياحة حاجة اجتماعية ضرورية لكافة الدول، كونها تستجيب وتلبي حاجات ومتطلبات الحياة اليومية لأفراد المجتمع المعني بها، وهذا يرجع للنمو المتزايد لسكان العالم، وتطور وسائل النقل ووسائل الاتصال والانفراج الواضح في العلاقات الدولية ومقتضيات العولمة، وممالا شك فيه أن السياحة تعتبر مورد قومي كبير لأي دولة من خلال العائدات المادية والاجتماعية، مثل خلق فرص العمل والتعريف بالثقافة المحلية، والدول المتقدمة جعلت من السياحة الداخلية تسير وفق خطط تنموية و مقومات بشرية ومادية لإنجاحها مع غرس الثقافة السياحية لدى الفرد المحلي، وذلك من خلال دور الإعلام في تنمية الثقافة السياحية والتعريف بها وإبراز أهميتها لإعطاء فرصة للسياح المحليين والأجانب لاكتشافها والترويج لها باعتبارها علم وفن و تعريف الأجيال بفوائدها على المجتمع المحلي.

الكلمات المفتاحية : السياحة، الثقافة السياحية، الاعلام، العوامل المؤثرة في الثقافة السياحية

Abstract:

social tourism has become an essential need for all countries, being responsive and meet the needs of :And the requirements of daily life for members of the community in question, and this is due to the increasing growth of the world population, and the development of means of transport and means of communication is clear and the breakthrough in international relations and the requirements of doubt that tourism is a national resource significant for any state through the physical and social returns, such as job creation and definition the local culture. And the developed countries have made the domestic tourism is going according to development and human elements of the plans and material to make it work with the purpose of tourism culture among local individual..

لقد تطور مفهوم السياحة بتقدم الإنسان وازدهار حضارته، كما أن السائح بالمفهوم الحديث وما سبق، وفي الوقت الذي يحتل فيه قطاع السياحة في بعض البلدان مكانة هامة نجده في الجزائر رغم إمكانياتها السياحية الهائلة لم تصل بعد إلى تحقيق الأهداف المرجوة والمساهمة الفعالة لهذا القطاع، هذه الإمكانيات يجب ربطها بالواقع السياحي لما يطلبه من استصدار وتخطيط وما يتمتع به من خصائص الأمن والراحة والاستمتاع في تنقلاته، وكيفية التفاعل مع أفراد وجماعات المناطق السياحية، لذا قبل إن نجني إيرادات المنتج الصناعي يجب خلق ثقافة سياحية لدى الفرد المحلي المعني بالسياحة لجلب أكبر عدد من السياح وحتى نلم بجوانب موضوع هذه المداخلة والتي عنوانها الثقافة السياحية وأهميتها الاجتماعية قسمنا بحثنا إلى خمسة محاور وهي: الثقافة السياحية حيث سنتناول فيها تعريف الثقافة السياحية وجوانبها منها الجانب المعرفي والجانب الوجداني والجانب المهاري ثم أهمية ومبادئ الثقافة السياحية ومؤسسات الثقافة السياحية، المحور الثاني نتناول دور الإعلام في تنمية الثقافة السياحية أما المحور الثالث نتعرض لأثار السياحة على المجتمع، ثم الأهمية الاجتماعية للسياحة في المحور الرابع، أما المحور الخامس تناولنا في العوامل البشرية المؤثرة تنمية الثقافة السياحية.

أولاً : الثقافة السياحية

1- مفهوم السياحة

تعني كلمة السياحة في معناها الكلاسيكي السفر والإقامة المؤقتة خارج مكان السكن الأصلي، في الماضي سافر الناس لأهداف مختلفة منها التعرف على العالم ودراسة اللغات الأجنبية، أما السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث والأساس منها الحصول على الاستجمام وتغيير الجو والمحيط الذي يعيش فيه الإنسان والوعي الثقافي المنبثق لتذوق جمال المشاهد الطبيعية ونشوة " الاستمتاع بجمال الطبيعة" وهذا التعريف يعود للألماني "جوبيير فولر" بتاريخ 1905. كما عرفت السياحة من قبل العالم الاقتصادي النمساوي "شوليرن شرانتهاوس" عام 1910 بأنها "الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصاً العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوجود وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أية بلدة ترتبط بهم ارتباطاً مباشراً¹، أما الباحث الإنجليزي "نورفال" فقد سلط السياحة على الأجانب فقرر أن السائح هو الشخص الذي يدخل بلداً أجنبياً لأي غرض عدا اتخاذ هذا البلد محل إقامة دائمة أو عدا العمل من هذا البلد عملاً منتظماً مستمراً والذي ينفق في هذا البلد الذي يقيم فيه مالا كسبه في مكان آخر².

ظلت هذه التعاريف السابقة الذكر مجرد محاولات للاهتمام إلى تعريف يجمع مقومات السياحة وعناصرها وخصائصها من ضوء تطورها في الأعوام السابقة للحرب العالمية الثانية، إلا أن هناك تعريفاً شاملاً يمكن اتخاذه أداة للانطلاق والتحليل وهو التعريف الذي أطلقه الأستاذ "هونزيكير" السويسري رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين في بحث نشر له بألمانيا عام 1959م والذي استقر معظم

الباحثين في علم السياحة على انه تعريف علمي غطى سمات السياحة الرئيسية والقواعد التي تقوم عليها السياحة وهو "مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب مع سفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما طالما أن هذه الإقامة المؤقتة دائمة وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يغزل ربحا لهذا الأجنبي³.

وفي اجتماع عقده هيئة الأمم المتحدة في روما سنة 1963 وتحت عنوان السياحة الدولية جاء تعريف السائح الدولي على أنه " كل شخص يكون موجودا بشكل مؤقت في دولة أجنبية ويعيش خارج مكان سكنه الأصلي خلال أربع وعشرين (24) ساعة أو أكثر، إذا السائح هم:

- 1- الشخص الذهاب للترفيه أو العلاج أو لأسباب أخرى.
- 2- الشخص الذهاب لاجتماعات دولية أو لحضور مباريات رياضية دولية أو المشاركة بها.
- 3- الشخص الذهاب للدراسة أو التخصص في مجال معين.

ومن هذا التعريف يستدل أيضا على أن الشخص لا يعتبر سائحا في الحالات التالية:

- 1- الشخص الذهاب للعمل بدولة أجنبية و يعمل بها بعقد أو بغير عقد.
- 2- الشخص الذي يستوطن في المكان الذي ارتحل إليه وكان سائحا منه.

إن الهيئات الدولية قامت هي أيضا بتعريف السياحة كمفهوم وظاهرة من خلال تعريف السائح وهو الشخص المعني الرئيسي من السياحة وهذا لأسباب إحصائية شاملة والصعوبات في تنوع التعاريف العديدة للاصطلاحات الهامة فعرفت لجنة خبراء الإحصائيات التابعة لهيئة الأمم المتحدة عام 1937 السائح هو " أي شخص يزور بلدا ما غير تلك التي يقيم عادة فيها لفترة لا تقل عن أربعة وعشرين (24) ساعة وينقسم السائح إلى⁴:

1. الأشخاص الذين يسافرون من أجل المتعة لأسباب عائلية، لأسباب الصحية.. الخ
2. الأشخاص الذين يسافرون لحضور الاجتماعات الدولية لتمثيل بلادهم سواء علميا أو إداريا أو دبلوماسيا أو رياضيا.
3. أرباب الأعمال الذين يسافرون لأسباب تتعلق بأعمالهم.
4. الأشخاص الذين يسافرون في رحلات بحرية ولو كان مدة إقامتهم أقل من أربعة وعشرين (24) ساعة كما يعرفها قاموس (Petit Robert) على أنها مجموع الأنشطة المتعلقة بالتنقل السياح وإقامتهم خارج سكنهم اليومية وهي وفق هذا التعريف، تتمثل في الأعمال والأدوات التي تتعلق بإقامة السياح وتنقلهم ونشاطاتهم الترفيهية.

أما المجلس الاقتصادي والاجتماعي الفرنسي فقد عرفها في قراره الصادر سنة 1972 بأنها " فن تلبية وإشباع الرغبات الشديدة والتنوع التي تدفع الإنسان إلى التنقل خارج مجاله اليومي.. إلخ.

2- تعريف الثقافة السياحية:

هي امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم، التي تشكل في مجملها سلوكا سياحيا رشيدا للإلمام بكل المظاهر والأنواع السياحية، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية الموجودة في المجتمع وهي تنقل من جيل إلى جيل، والثقافة بصفة عامة هي من صنع الإنسان، وتمثل مجموعة خبراته، وهي نتيجة لما يمتاز به هذا الإنسان من قدرات تمكنه من الكشف والاختراع والابتكار، وهي تنتقل من جيل إلى آخر عن طريق الاتصال والاحتكاك المباشر وغير المباشر بالكلمات المسموعة أو المقروءة، والثقافة السياحية لها دور كبير في تبادل وانتقال ثقافات الشعوب، فتنقل السائح عبر الدول تكسبه ثقافات عديدة، كما يمكنه أيضا من نشر ثقافة بلده في أوساط المجتمعات المستقبلية له، وعليه فالثقافة السياحية مسؤولية كل المؤسسات السياحية الموجودة في المجتمع بالإضافة إلى الأسرة والمدرسة، لأنها عملية مستمرة وليست مقيدة بوقت أو بمرحلة عمرية مميزة. كما تعرف أيضا على أنها عملية اكتساب الفرد لمعلومات سياحية عن البيئة التي يعيش فيها وبالتالي مساعدته على توظيف هذه المعلومات والاستفادة منها بما يؤدي إلى النهوض بالسياحة.

3- جوانب الثقافة السياحية:

للتقافة السياحية ثلاث جوانب نذكر منها فيما يلي:

الجانب المعرفي:

تعتمد الثقافة السياحية على الجانب المعرفي لأن المعلومات والمفاهيم هي أساس المعرفة والبحث، ويحتوي هذا الجانب على التعريف بالسياحة وأهميتها من الجانب الاجتماعي والثقافي وذلك بتعريف الثقافة السائدة في المجتمع من عادات وتقاليد وتراث حضاري وثقافي يعرف بتلك المنطقة كما تساهم السياحة من الناحية الاقتصادية في رفع مستوى المدخول الوطني وتوفير مناصب شغل لأفراد المنطقة وضواحيها وجلب فرص الاستثمار، وعوامل الجذب السياحي منها الهياكل السياحية مثل الفنادق والمرافق التي يحتاجها السائح ووسائل النقل والطرق السامية المؤدية إلى المناطق السياحية، كما يخص الجانب المعرفي فرص ومستقبل السياحة في البلد⁽¹⁾.

الجانب المهاري:

المهارة هي الأداء الذي تعلمه الفرد، ويقوم به بسهولة وفهم يؤدي بصورة عقلية أو بدنية، ويركز الجانب المهاري للفرد على هذا الأداء من خلال الثقافة السياحية التي يجب أن تكون لدى الفرد وقدرته على إعداد وتخطيط برنامج سياحي متكامل، ويتجلى ذلك باختيار الوقت المناسب للمنطقة، بالإضافة

¹ - هناء حامد زهران : الثقافة السياحية وبرامج تنميتها ، عالم الكتاب ، ط1 ، القاهرة ، 2004 ، ص 24.

إلى قدرته على قراءة الخريطة السياحية وحسن استخدامها، وكيفية التعامل مع سكان المنطقة السياحية من خلال اللغة اذا كانت لغتهم مختلفة ومعرفة عاداتهم وتقاليدهم واحترامها.

الجانب الوجداني: وهي اكتساب الأفراد سلوكيات إيجابية مرغوب فيها نحو السياحة والسائحين لكي يكون مساهم فعلي في التنمية السياحية وإيجاد حلول لتطوير السياحة والتغلب على المشكلات التي تواجهها.

3- أهمية الثقافة السياحية: للثقافة السياحية أهمية كبرى يمكن ذكرها فيما يلي:

- فهم وتنمية التراث، إن الذاكرة التاريخية لأي دولة هي تراثها الحضاري والتي تعمل الثقافة السياحية على التنمية والمحافظة عليه، من خلال تعريف المجتمع به وكيفية لمحافظة عليه واستغلاله بطريقة أمثل، وزيادة الوعي لدى المجتمع بأهميته.
- عالمية الثقافة السياحية، صارت الثقافة السياحية تقدم المعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات لجميع أفراد المجتمع، محليا ودوليا، وذلك من خلال ما أصبح اليوم يسمى بظاهرة العولمة.
- احتياج المجتمع للتغيير، إن المجتمع في حاجة إلى ضرورة التغيير في أنماط العلاقات الاجتماعية، والتي لا يمكن أن تحدث إلا من خلال التغيير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي.
- ضرورة الثقافة السياحية للتنمية، تعمل على إحلال قيم وتقاليد جديدة، تتماشى مع البيئة المحيطة بالفرد والتي هدفها التغيير ورفع مستوى المعيشة.
- الثقافة السياحية نشاط اجتماعي: الثقافة السياحية ضرورية لإعداد وتنفيذ خطط التنمية السياحية ومشاركة الجماهير في إعداد البرامج التنموية⁵.

4- مبادئ الثقافة السياحية: تقوم الثقافة السياحية على مجموعة من المبادئ وهي:

- تعد الثقافة السياحية عملية متكاملة معرفيا ووجدانيا ومهاريا.
- إقامة خطط مستقبلية خاصة لبرامج التنمية الشاملة للثقافة السياحية لدفع عجلة التنمية.
- الثقافة السياحية تهتم بالجوانب الثقافية والاجتماعية للمجتمع.
- المحافظة على البيئة والاهتمام بها.
- تبني نظرة مستقبلية من أجل ثقافة سياحية أفضل للفرد.
- إشراك أفراد المجتمع والمتقنين في إعداد برامج تنمية الثقافة السياحية.
- مشاركة الهيئات والمؤسسات في تنفيذ برامج الثقافة السياحية.
- على الدولة ومؤسساتها أن يهتموا بتنمية الثقافة السياحية لدى الأفراد.

5- مؤسسات الثقافة السياحية:

هناك عدة مؤسسات للتنشئة الاجتماعية، لها دور في خلق ثقافة السياحة لدى الفرد المحلي وخاصة في المناطق التي تملك مؤهلات ومقومات سياحية هامة

- **المدرسة ودورها في تنمية الثقافة السياحية:** من خلال تزويد المتدربين بالمعلومات والمفاهيم والمهارات السياحية وإدراجها ضمن البرامج التدريبية، وتعليمهم ضرورة حسن التعامل مع السائحين وحثهم على زيارة الأماكن الحضارية للبلاد. من خلال المناهج والمواد التدريسية، وتنويع طرق التدريس لتنمية الثقافة السياحية لدى طلاب المدارس من خلال ما يعرف بالتربية متعددة الثقافات.

- **دور الجامعة في تنمية الثقافة السياحية:** يجب أن لا يقتصر دور الجامعة على إعداد الخبراء السياحيين فقط ، بل يجب عليها أن تقوم بإعداد مواطنين مثقفين سياحيا من خلال تعريف الطلاب بأهمية السياحة والتأكيد على ضرورة النهوض بالقطاع ، وتنمي الثقافة السياحية لدى طلاب الجامعة من خلال إعداد برامج خاصة أو من خلال إدراجها ضمن المقررات الجامعية، وذلك عن طريق الندوات والمحاضرات، المؤتمرات، الجمعيات، ويجب أن لا يقتصر ذلك على الطلاب، بل حتى على الأساتذة ، وتعمل الثقافة السياحية السليمة على تجنب التصادم والصراع الفكري بين الشعوب، من خلال غرس القيم والمبادئ الدينية والأخلاقية بين أفراد المجتمع

- **دور الأسرة في تنمية الثقافة السياحية :** تعد الأسرة المدرسة الحقيقية لأي فرد ، فهي التي تؤثر بصورة مباشرة على سلوكه، ومسؤولة على تشكيل اتجاهات الناشئين، وعليه فالأسرة لها دور كبير في تنمية الثقافة السياحية وذلك من خلال تنمية اتجاهات وقيم إيجابية لدى الأفراد، بما فيهم الأطفال والشباب عن السياحة وفائدتها على الفرد والمجتمع، كما لها دور تربوي أيضا من خلال إكساب الأفراد كيفية التعامل مع السائحين وحسن استقبالهم وعدم الانصهار في ثقافتهم وتنمية السلوك الحضاري بالمحافظة على المكتسبات السياحية والبيئية⁶.

ثانيا : دور الإعلام في تنمية الثقافة السياحية: الإعلام هنا يتمثل في الإعلام المحلي من صحافة وإذاعة وتلفزيون ومواقع الانترنت التواصل الاجتماعي وإعلانات مديرية السياحة من خلال دورها في التثهير والتحسيس، ومديرية الثقافة في التعريف بالمنطقة السياحية في التظاهرات الوطنية والدولية. يتجلى دور وسائل الإعلام في خلق وتنمية الثقافة السياحية من خلال :

- تقديم البرامج الثقافية عن المعالم السياحية في البلاد.
- التعريف بالحضارات المتعاقبة على البلد.
- التوعية والتحسيس للمحافظة على المناطق السياحية في البلد.
- تشجيع المواطنين للعمل في مجال السياحة.
- حث المواطنين على السياحة الداخلية.
- فهم سلوك السائحين وكيفية التعامل معهم.

- تزويد قراء الصحف والمجلات عن الأماكن السياحية.
- تعمل الصحافة على التأثير في أفكار القراء ومعتقداتهم نحو السياحة⁷.

ثالثا: آثار الثقافة السياحة

هناك العديد من الآثار الاجتماعية للسياحة منها الإيجابية والسلبية والتي نوردتها في الآتي⁸:

1- الآثار الإيجابية :

- **تأثير السياحة على السكان:** تطور النشاط السياحي في منطقة سياحية معينة يؤدي إلى تزايد حجم السكان كنتيجة لإيجاد السياحة للعديد من الوظائف وفرص العمل التي يسعى إليها الأفراد مما يشجع على الهجرة إلى المنطقة السياحية وبالتالي يؤدي إلى ارتفاع الكثافة السكانية فيها.

- **تأثير الثقافة على الجوانب السياحية:** هناك مجموعة من الآثار الثقافية نشأ بسبب السياحة وتتولد عنها وغالبا ما تنتج هذه الآثار من انتقال السياح ذوي اللغات والثقافات والبيئات المختلفة والعادات والتقاليد والديانات وطرق العبادة المختلفة واختلاطهم واحتكاكهم بالشعوب الأخرى لها أسلوبها ومقوماتها واهتماماتها الخاصة، كما ترجع في بعض الأحيان إلى التطور التكنولوجي الذي يصاحب النمو السياحي في بعض المناطق ويؤدي ذلك إلى تغيير في الأذواق وأنماط المعيشة السائدة.

- **تأثير السياحة على التطور الاجتماعي:** تعتبر السياحة أحد أسباب التطور الاجتماعي في الدول المستقبلية للسياح ، حيث تتاح الفرصة أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة من تعاملهم ومشاهدتهم واتصالهم المباشر بالسائحين، وهو ما يساهم في انفتاحهم على العالم الخارجي ويساعد على إكسابهم الكثير من القيم المختلفة.

- **تأثير السياحة على العمران:** تتعدد الخصائص العمرانية الناتجة عن الأنشطة السياحية وتنبين أنماطها تبعا لقوة عوامل الجذب السياحي ومستوى الاستثمار السياحي الذي يحدد بدوره حجم أنشطة السياحة ومجالات تأثيرها على الجوانب العمرانية.

أوجدت السياحة محلات عمرانية لم يكن لها وجود من قبل ، كالمنتجعات السياحية الجبلية والساحلية التي ظهرت على الخريطة السياحية للعالم لوبل مرة عندما ثمر بناؤها الاستثمار بعض الخصائص الطبيعية في مكانها، وتتمثل أهم آثار السياحة على العمران في النقاط التالية :

- الاهتمام بترميم وحفظ وصيانة المباني الأثرية ذات الأهمية التاريخية كالمساجد والكنائس والقصور الأثرية.

- كثرة أشكال الإقامة وخاصة الفنادق التي تشكل نمطا عمرانيا يضاف إلى الأنماط العمرانية للمدينة السياحية.

بالإضافة إلى آثار أخرى لا تقل أهمية عن الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة وتتمثل في الآثار الثقافية والبيئية ، فبالنسبة للآثار الثقافية تعمل السياحة على زيادة معدلات التبادل الثقافي بين السائحين

من مختلف الجنسيات وبين شعوب الدول المستقبلية لهم، حيث يكتسب كل منهم بعض المقومات الثقافية للآخر مما يؤدي إلى التقليل من الفوارق بينهم.

أما بالنسبة للآثار البيئية، فهناك علاقة تبادلية قوية بين الأنشطة السياحية المختلفة، حيث تركز السياحة في تطورها ونموها على البيئة الصالحة التي تعد أحد الموارد الهامة التي تقوم عليها، كما توفر لها الأساس السليم وتمدها بأهم عناصرها، بينما يؤدي استخدام السياحة للبيئة إلى المحافظة عليها وتحسينها، إلا أنه في بعض الأحيان يترتب نتيجة لعدم التخطيط الجيد والإدارة السليمة للسياحة تدمير لهذه البيئة).

2- الآثار السلبية: لكل نشاط سياحي جوانب إيجابية وأخرى سلبية، فالنشاط السياحي لا يستثنى من هذه القاعدة وخاصة في الجانب الاجتماعي، وعموماً تتمثل الجوانب الاجتماعية السلبية للسياحة فيما يلي⁹:

- **التحولات الاجتماعية:** تتطلب السياحة الاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة وتعميرها وإعدادها لاستقبال السياح بما في ذلك من أماكن إقامة مختلفة، فنادق، قرى سياحية، ومنتجعات بالإضافة على المراكز الترفيهية وطرق المواصلات، وذلك بالاستعانة بأحد الطرق التكنولوجية وأساليب الحياة العصرية والتي تولد عنها قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة سريعة ومفاجئة بالنسبة لسكان هذه المنطقة، وهي عادة تختلف عن موروثاتهم الحضارية والاجتماعية والمعايير الخلقية التي نشأوا وتربوا عليها، مما يؤدي إلى تحولات وتغيرات جذرية في هذه المجتمعات.

- **انتشار عوامل الفساد والتدهور الاجتماعي والأخلاقي:** تعاني بعض الدول من انخفاض مستويات المعيشة ونقص الإمكانيات المتاحة في الوقت الذي تفد إلى هذه الدول أنماط من السائحين بعاداتهم الاستهلاكية وقدراتهم المالية، مما يؤدي على اتجاه نسبة من أبناء هذه الدول إلى محاولة تحقيق مكاسب مادية سريعة، وإن كانت بوسائل غير مشروعة، فتظهر فئة الوسطاء والطفيليين والمشجعين للسوق السوداء والمستغلين للسائح في مختلف المجالات والمروجين لبعض صور الانحراف تحت مسميات متعددة مثل التسلية والترفيه والمتعة والراحة.

- **التصادم الثقافي:** تحدث المواجهة والتصادم الثقافي نتيجة للتعارض والاختلاف بالأفكار والأساليب الغالبة في المجتمع وتلك القادمة من الخارج، وهذا نتيجة لسلوك بعض السائحين وتصرفاتهم التي تعبر بالضرورة عن حياتهم اليومية في بلادهم وإنما راجع ذلك على أسباب منها الميل إلى حب المغامرة والاستطلاع. والأمر الذي يؤدي إلى إثارة الشعب المضيف وضيقة وإحساس بالمرارة والحقد ورفض السياحة بكل معانيها مما يؤثر في بناءها ومستقبلها.

رابعاً : الأهمية الاجتماعية للثقافة السياحية:

يقصد بالأهمية الاجتماعية للسياحة، رصد كل النتائج الاجتماعية والثقافية للسياحة، والتي تتعكس على الجوانب الجغرافية والديمغرافية للسكان، بالإضافة إلى الملامح الاجتماعية بسلوكياتهم وعلاقاتهم

وكذا الخصائص الثقافية المتعلقة بالعادات والتقاليد والفنون والآداب واللغات والأديان، وخصائص العمران، وتتمثل المتغيرات المحددة للنتائج الاجتماعية للسياحة فيما يلي¹⁰:

- خصائص السائح الوافد وحجم ومستوى وطبيعة احتياجاته من الخدمات المختلفة بالإضافة إلى سماته الاجتماعية والثقافية.
- مطمح سكان المناطق السياحية المضيئة ومدى تأثيرها بالأنشطة السياحية ومستوى تماسكهم الثقافي الذي يحدد مدى استعدادهم للتأثر بالآخرين.
- طبيعة العلاقات المتبادلة بين السياح والسكان المحليين في المناطق السياحية.
- مدى رواج ظاهرة السياحة وتعدد الأنشطة والخدمات المرتبطة بها والتي تنعكس على خصائص المحلات العمرانية وأنماطها. تحقق عملية التكامل الثقافي والاجتماعي
- والحضاري داخل المجتمع الواحد وكما تلعب أيضا دورا هاما في التنشئة الاجتماعية والثقافية للسكان.
- تؤدي السياحة إلى خلق فرص جديدة للعمل في الدولة المستقبلية للسياح وهذا ما يؤدي إلى رفع المستوى المعيشي الاجتماعي للدول السياحية.
- تشجع السياحة وتسهل الحراك الاجتماعي وتنقل الكثير من العاملين في القطاع الزراعي إلى العمل في القطاعات الأخرى وهذا ما يؤدي إلى تقليل الفوارق بين الدخول وزيادة فرص التعليم والتدريب ورفع مستوى الخدمات الاجتماعية.
- تؤدي السياحة إلى إعادة بعض الفنون المحلية والصناعات اليدوية والنشاطات الحضارية للسكان المحليين في المناطق السياحية البعيدة عن المدن.
- تعمل السياحة على إحياء التقاليد المعمارية المحلية مع احترام خصائص المنطقة والبيئة والتراث.

خامسا- العوامل البشرية المؤثرة في الثقافة السياحية: تتعدد العوامل البشرية الرئيسية التي تؤثر على السياحة كظاهرة اجتماعية لتشمل وقت الفراغ، مستوى الدخل، وسائل النقل، العامل الديني والتاريخي بالإضافة إلى الدعاية والإعلام.

- **وقت الفراغ:** كان في الماضي وقت الفراغ تتمتع به الطبقات الغنية في العالم دون غيرها من الطبقات في المجتمع، حتى القرن الثامن عشر، إلا أنه بعد قيام الثورة الصناعية في أوروبا، وما نتج عنها تزايد أعداد القوى العاملة وأصبحت لها القدرة على الإنتاج في فترة زمنية، مما شجع على تحديد ساعات العمل مع رفع مستوى الأجور، أدى ذلك إلى تحسين مستوى المعيشة، وظهرت النقابات العمالية التي تنادي بمكاسب خاصة للعمال منها حق كل عامل في الحصول على إجازة سنوية مدفوعة الأجر، والتي تراوحت بين أسبوعين إلى ثلاثة أسابيع سنويا، كما يضاف إليها إجازة نهاية الأسبوع والعطلات الرسمية

سواء الدينية أو القومية لها تأثير في تحديد فترات الذروة على الطلب السياحي، بل تحديد حجم واتجاهات المحور السياحي.

وفي معظم الأحوال يتمركز الجزء الأكبر من وقت السياحة من خلال شهور الصيف وإجازات نصف السنة الدراسية لارتباطها بالمؤسسات التعليمية ولذا نجد أن محاور السياحة خلال فصل الصيف في اتجاه المصايف والمنتجعات الجبلية في المناطق الحارة والمعتدلة على حد سواء، أما في الشتاء حيث فصل البرودة تلجأ إلى المناطق المعتدلة وشبه المدارية الدافئة

- **مستوى الدخل:** ليس من شك أنه كلما ارتفع مستوى دخل الأسرة وما يدخرون من مرتباتهم يساعد على الإقبال على السفر من أجل السياحة والترويج عن النفس والعكس صحيح في حالة انخفاض الدخل وقلة الادخار مع توفر الإجازات والعطل لا يستطيع الانتقال والاستمتاع بوقت فراغهم وهذا يعني أن أصحاب الدخل الكبيرة سواء بحجم الثروات الشخصية أو المرتبات العالية هم أقدم الناس على استغلال أوقات إجازاتهم في الاستمتاع والترفيه سواء داخل إقليمهم أو خارجه.

ويرتبط مستوى الدخل بامتلاك وسيلة خاصة لسهولة الحركة والانتقال بها مثل سيارة لأن امتلاكها يكسر حاجز المسافات البعيدة ووفرة المرونة وعدم التقيد بمواعيد محددة، وانخفاض تكاليف السفر خاصة بالنسبة للأسر الكبيرة العدد. وكثيرا ما نستخدم السيارات الخاصة في السياحة الدولية، وذلك يتحرك السياح بين الدول المجاورة مثل ما هو متبع في دول مجلس التعاون الخليجي، إذ يمكن لأي أسرة أن تنتقل بسهولة ويسر من الإمارات العربية المتحدة أو البحرين إلى المملكة العربية السعودية لأداء فريضة الحج أو أداء العمرة أو التسوق، كما تستخدم بين الدول التي تربطها شبكات جيدة من الطرق المرصوفة أو الخطوط البحرية التي تعمل عليها العبارات السريعة المنتظمة بنقل السيارات مع ركابها، كما هو الحال في إنجلترا وفرنسا وبين مصر والمملكة العربية السعودية والأردن أو الطريق الساحلي في مصر الذي يربطها بليبيا ودول المغرب العربي...¹¹

- **وسيلة النقل:** تعتبر وسيلة النقل عنصرا هاما من عناصر قيام السياحة وازدهارها فبواسطة الطريق المرصوفة الجيدة يتم توفير وسيلة الحركة عليه وهو من أهم متطلبات أنشطة السياحة والترفيه، وعليه يتم ربطه بأسواق الطلب السياحي ومن الثابت علميا وميدانيا أن ازدهار السياحة وتقدمها في دول كثيرة، يرتبط بتقدم شبكة الطرق ووسائل النقل المختلفة، فوجد كثرة المصطافين للمنتجعات والقرى السياحية في الساحل الشمالي وسواحل البحر الأحمر لم يتم بمعدلاتها الكبيرة إلا بعد اتساع دائرة شبكات النقل سواء البرية أو الجوية ورفع مستوى كفاءتها. وتتعدد وسائل النقل المستخدمة في السياحة، وتتباين تبعاً لقدرات السائح المادية على الإنفاق وطول الرحلة السياحية، وعدد أفراد الفوج السياحي، وتتمثل أنماط النقل التي تستغل في السياحة والترويج فيما يلي:

- **وسائل النقل البرية:** تتعدد وسائل النقل البري التي تستخدم في السياحة لتضم السيارات وخطوط السكك الحديدية.

• **السيارات:** هي من أهم وسائل النقل البري وأكثرها شيوعا وأقدرها مرونة على التحرك في الاتجاهات المختلفة وخاصة إذا ما توافرت شبكة جيدة من الطرق المرصوفة، وهي تسهل وتساعد على نشاط الحركة السياحية سواء داخل الدولة أو بين الدول المتجاورة منها مثل الدول الأوروبية أو الدول العربية سواء المشرق أو المغرب العربي ودول مجلس التعاون الخليجي (الكويت، السعودية، البحرين، قطر، الإمارات، عمان).

ويعد امتلاك السيارة الخاصة من العوامل الهامة التي تساعد على السفر والحركة غير المقيدة وخاصة الرحلات اليومية إلى مناطق متعددة من أجل الترويح والترفيه بما على الشواطئ لممارسة الرياضات البحرية أو لتسلق الجبال أو لزيارة مناطق تتصف بأهمية خاصة دينية أو تاريخية أو ثقافية وتستخدم الحافلات على نطاق كبير في أغراض السياحة ويتم تشغيلها إما على شكل خطوط منظمة أو من أجل جولات لأفواج الزائرين تبعاً لشركات سياحية، وترتفع كثافة تشغيل هذه الحافلات في أغراض السياحة في المناطق التي يتوافر فيها المزارات السياحية مثل الأهرامات و أبو الهول بالجيزة أو المعابد أو المقابر الأثرية.

فسيارات الأجرة أيضاً دور وأهمية في مجال النقل، فهي تخدم الزوار بين المطارات والفنادق والمزارات السياحية والترويحية والتي قد يديرها أشخاص أو شركات خاصة وتكثر هذه الشركات في المدن الكبيرة مثل القاهرة، لندن، باريس، ومدن الولايات المتحدة الأمريكية¹².

• **السكك الحديدية:** تلعب شبكة السكك الحديدية دوراً هاماً في مجال السياحة في كثير من دول العالم، إذ يقبل عليها كثير من السواح في استخدامها كوسيلة نقل مريحة تتوافر فيها كافة الخدمات الأساسية وخاصة في المسافات الطويلة، إضافة إلى ذلك يتيح للزائر فرصة التمتع بالمناظر الطبيعية الخلابة التي تخترقها خطوط السكك الحديدية. وقد توافرت قطارات فاخرة للمسافرين، إذ أدخل على العربات بعض الإضافات التي توفر للمسافر مكاناً للنوم وأخرى لتناول الطعام، مكيفة الهواء في ظل توافر عناصر الراحة والأمان ووسائل الترفيه، ومن أشهر خطوط السكك الحديدية في أوروبا وأكثرها استخداماً في نقل السياح بين الدول الأوروبية خط أكسبريس الشرق السريع، ومن أنجح الخطوط الحديدية المتنقلة سياحياً ما بين القاهرة وأسوان، إذ وفرت للمسافرين عربات للنوم وتناول الطعام طوال الرحلة التي تستغرق أكثر من عشر ساعات.

- **وسائل النقل البحري:** يعتبر المحيط الأطلسي وحوض البحر المتوسط من أهم المسطحات البحرية التي تخترقها خطوط الملاحة البحرية الناقلة للسياح والراغبين في المتعة والاسترخاء منذ نهاية القرن التاسع عشر، إلا أن هذه الخطوط ازدادت وتوسعت في بداية القرن العشرين وأصبح تبادل الرحلات السياحية بين الأمريكيين المتجهين بحراً إلى أوروبا والعكس بين الأوروبيين الزائرين للولايات المتحدة

الأمريكية وكندا، إلا أن هذه الأعداد تناقصت خلال نشوب الحربين العالميتين الأولى والثانية (1914-1919، 1939-1945)، ولما انتهت الحرب العالمية الثانية تحسنت الأوضاع الأمنية والاقتصادية وعادت الرحلات إلى سابق عهدها حيث النشاط وتعددت محاور الحركة في أغراض السياحة والترفيه، وبالتالي تطورت وسائل النقل الأخرى السريعة مثل استخدام الطائرات في أغراض السياحة، حيث استقطبت أعدادا لا بأس بها من الراغبين في التوجه إلى المنتجعات السياحية والمزارات الأثرية والتاريخية وتصنف وسائل النقل البحري التي تستخدم في أغراض السياحة إلى ما يلي:

• **السفن الكبيرة:** وهي سفن بحرية مصممة لنقل الركاب، فهي أشبه بمدينة عائمة سعتها ما بين 1500 - 2000 راكبا، تتوفر فيها وسائل الراحة والمتعة والترفيه مع إمكانية ممارسة الراكب العديد من الهوايات والرياضات كالسباحة والغطس والتنس، وتستخدم كعابرة للقارات بين أوروبا وأمريكا الشمالية والجنوبية عبر المحيط الأطلنطي أو بين موانئ غرب الولايات المتحدة الأمريكية وموانئ اليابان مخترقا المحيط الهادي.

• **اليخوت:** وهي وحدات خاصة يمتلكها أفراد تتباين في أحجامها وتجهيزاتها.

• **القوارب أو الزوارق:** وهي أصغر الوحدات البحرية حجما بعضها شراعي أو آلي أو باستخدام المجاديف وهي تستخدم في التنزه والرياضات البحرية.

• **العبارات البحرية:** لها دور كبير في التنشيط السياحي فهي تربط كثير من الدول بعضها ببعض وهي تحمل الركاب والبضائع وحاملة السيارات، وتوجد بين موانئ البحر الأحمر في موانئ السعودية ويتوقع ازدهار السياحة البحرية وتزايد نشاطها خلال السنوات القادمة في العديد من دول العالم بين زيادة الطلب على هذا النوع من السياحة بحكم تزايد سكانها وارتفاع مستوى المعيشة بها.

- **وسائل النقل الجوية:** يعتبر النقل الجوي أحدث وأسرع وسيلة للنقل في العصر الحديث، بل إنها أكثرها مرونة وتطورا، وأقدرها على تقريب المسافات الطويلة بين القارات بالإضافة إلى تميزها بالرابعة التامة وتعدد درجاتها.

وأول من استخدم الطائرات في النقل هي ألمانيا وكان ذلك عام 1912م، وبعد الحرب العالمية الثانية، زادت معدلات استخدامها في النقل السياحي وهذا بعد استقرار الأحوال الأمنية في العالم بالإضافة إلى ارتفاع مستوى المعيشة وازداد الطلب السياحي العالمي، مما أدى إلى الإقبال على ركوب الطائرات نتيجة لتحسن الخدمات التي تقدمها شركات الطيران والتسهيلات السياحية¹³.

- **العامل الديني والتاريخي:**

يعتبر العامل الديني من العوامل البشرية الهامة المؤثرة في الثقافة السياحة الدولية حيث أن الرغبة في زيارة الأماكن الدينية المقدسة تمثل دافعا كبيرا لاتجاه أعداد غفيرة من السياح إلى أماكن محددة من العالم وخلال فترات معينة، كما هو الحال بالنسبة لاتجاه المسلمين إلى مكة المكرمة لأداء فريضة الحج وزيارة قبر ومسجد الرسول صلى الله عليه وسلم في المدينة المنورة.

ومن الأماكن ذات الأهمية الدينية عند المسيحيين زيارة دولة الفاتيكان، علاوة على زيارة القدس الشريف بفلسطين المحتلة للتوجه إلى الأماكن ذات الأهمية الدينية، وكان لوجود بعض المزارات الدينية المرتبطة بظواهر معينة دور مباشر في نشاط حركة السياحة الدينية الداخلية لزيارة مثل هذه الأماكن في العديد من دول العالم، ولا يمكن تجاهل المزارات التاريخية والآثار القديمة بمختلف أنواعها كعامل بشري حدد نمط سياحي خاص وهو السياحة التاريخية أو الثقافية التي لعبت دورا مباشرا في تحديد محاور اتجاه تيارات السياحة في العالم، كآثار الفرعونية في مصر والرومانية كبرج بيزا أو صور الصين... الذين أسهموا في جذب أعداد كبيرة من السياح¹⁴.

خاتمة

إن الاهتمام بقطاع السياحة الاستراتيجي يجعل من الدولة الإطار الأول والفاعل في وضع الآليات المناسبة وذلك بواسطة الاستثمار وكل ذلك يصب في إطار تحقيق تنمية المجتمع المحلي من خلال الاستغلال العقلاني والرشيد للموارد التي تتحصل عليها الهيئات المختلفة. فالمقومات الطبيعية والمعالم الأثرية بدون وعي الأفراد من خلال التزود بالسياحة الثقافية والتسيير المؤسساتي ليس لها معنى لها من حيث الأهمية السياحية والثقافية، فخلق الثقافة السياحية وتنشيطها ودعم الدولة لها من خلال التنمية والبرامج والمخططات، من خلال التكوين والاستثمار يعطي فرصة للسياحة بالبروز كعامل اجتماعي من خلال وعي الأفراد وعامل اقتصادي يعود عليهم بالفائدة والربح من خلال فرص العمل المتاحة وتجهيز المنشآت السياحية من خلال تطوير خدماتها.

الهوامش والمراجع

- ¹ - محمود كامل، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، بدون دار النشر، 1975، ص 16.
- ² - محمدي موسى الحريري، جغرافية السياحة، الإسكندرية، مصر، 1991، ص 18.
- ³ - محمود كامل، مرجع سابق، ص 16.
- ⁴ - GERARD GUIBILATO, **Economie Touristique**, Edition, d'E LTAS, P 14.
- ⁵ - هناء حامد زهران : الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، عالم الكتاب ، ط1 ، القاهرة ، 2004 ، ص 24.
- ⁶ - نفس المرجع، ص 25.
- ⁷ - هناء حامد زهران : مرجع سبق ذكره ، ص 25، 26.
- ⁸ - مسعود مصطفى الكتاني : علم السياحة والمنتزهات ، دار الحكمة للطباعة والنشر ، العراق ، 1999 ، ص 474.
- ⁹ - هدة سيد لطيف : مرجع سبق ذكره ، ص 46.
- ¹⁰ - هدى سيد لطيف : مرجع سبق ذكره ، ص 47.
- ¹¹ - نبيل الروبي ، نظرية السياحة ، مجموعة الدراسات السياحية ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، مصر ، 1986 ، ص 67.
- ¹² - يسرى دعيبس، السياحة: مقوماتها، أنماطها، أنواعها المختلفة، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الاسكندرية، ط1، 2001، ص 101.
- ¹³ - نفس المرجع، ص 102.
- ¹⁴ - المرجع نفسه، ص 112.