

دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية

أ. منال ديابي

قسم علم الاجتماع - جامعة قسنطينة 2

الملخص:

سلكت الكثير من الدول السياحية مضمار نشر الوعي السياحي لتنتهي إلى تحقيق أهدافها في التنمية السياحية، منتهجنا في ذلك أساليب علمية وبرامج توعوية تستهدف المواطن بالدرجة الأولى باعتباره عنصرا سياحيا مهما في نشاط المنظومة السياحية، وللوعي السياحي أهمية كبيرة في تعزيز الانتماء والولاء الوطني من خلال استشعار أهمية المكتسبات الوطنية الناجمة عن السياحة والاعتزاز بالمقومات السياحية ومظاهر الحضارة، فالخصوصية الثقافية للمجتمع تعكس الحس السياحي للأفراد. ومن هنا جاءت هذه الورقة البحثية لتعميق مفهوم الوعي السياحي وإبراز دوره الفعال في تحقيق التنمية السياحية.

الكلمات المفتاحية: الوعي، السياحة، الوعي السياحي، التنمية السياحية.

Résumé :

Un grand nombre de pays touristiques a suivi le déploiement de la conscience touristique pour la réalisation de ses objectifs dans le développement du tourisme. Adoptant des méthodes scientifiques et des programmes de sensibilisation et ciblant principalement les citoyens comme étant un élément clé du tourisme ceci induisant une activité importante dans le système touristique. La prise de conscience du développement du tourisme est d'une grande importance par l'apport de capteur de gains nationaux et par la découverte des aspects touristiques, des principes de la civilisation. Par conséquent, cet article est venu approfondir le concept de sensibilisation au tourisme et mettre en évidence son rôle efficace dans la réalisation du développement touristique.

Mots-clés: sensibilisation, tourisme, sensibilisation au tourisme, le développement du tourisme .

المقدمة:

إننا نعيش اليوم في عالم أصبح المستوى الثقافي هو المقياس الأساس لمعرفة إمكانات الشعوب وتقييم حضارتهم، وأصبحت السياحة أداة لسمو الثقافة والحضارة فكلما ارتفع المستوى الثقافي والعلمي زادت درجة الوعي لدى الفرد بأهمية صناعة السياحة، وبما أن العنصر البشري هو محور الاهتمام في صناعة السياحة فإن نشر الثقافة السياحية وبناء الوعي السياحي من الأولويات الأساسية للتنمية السياحية لأجل تشكيل محيط سياحي سليم، وهذا لا يتحقق إلا من خلال تظافر جهود كافة الجهات داخل المجتمع فلا يمكن لأي مجتمع أن يحقق تقدما إيجابيا في مجال السياحة إلا بتحقيق درجة عالية من الوعي السياحي، والوعي السياحي هو محصلة للعلاقات والنتائج التي تطرحها عملية التفاعل بين مختلف الأطراف الفاعلة في السياحة، وهؤلاء الفاعلون هم أطراف عديدة منهم المؤسسات الرسمية والقطاع الخاص الذين ينظرون إلى الوعي المجتمعي باعتباره أداة أساسية من أدوات التنمية، بينما يبقى المجتمع هو المتلقي والمستخدم الأخير لنتائج التنمية في هذا القطاع، كما يسهم الوعي السياحي المجتمعي والمؤسسي في خلق تنمية سياحية وثراء مجتمعي مقابل ما يمكن أن يحدث إذا ما أهملت مسائل بناء اتجاهات جديدة للتنمية السياحية. وبناء على ما تقدم جاءت هذه الدراسة للإجابة عن الإشكال الآتي:

ما هو دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية؟

1- مدخل مفاهيمي:

قبل التعرض للموضوع وجبت تجلية المفاهيم الأساسية المتعلقة به، وهي:

• الوعي:

لمصطلح الوعي تاريخ ممتد في الفهم البشري للذات والعالم، ويستخدم مصطلح الوعي بطرق عديدة: لوصف شخص أو مخلوق آخر بكونه متيقظاً وحساساً، ولوصف شخص أو مخلوق آخر بكونه يدرك شيء ما، وللإشارة إلى خاصية من حالات الذهن مثل الإدراك والإحساس والتفكير والتي تميز هذه الحالات عن حالات الذهن غير الواعية.¹ والوعي أيضاً هو العلم المشترك والمعرفة المتبادلة، القائمة على إدراك الذات للآخر، للشيء للمحيط، للعالم، فهو الأداء المعرفي للعقل البشري.² كما يشير الوعي إلى الفهم وسلامة الإدراك، ويقصد بهذا الإدراك إدراك الإنسان لنفسه وللبيئة المحيطة به، ولعل هذا يعنى فهم الإنسان لذاته وللآخرين عند تفاعله معهم سعياً لإشباع حاجاته، وقضاء مصالحه وهو مدرك للعلاقات بينه وبين الآخرين والبيئة من خلال المواقف المختلفة.³ أما منظور علم الاجتماع للوعي فهو انعكاس للعلاقات الاجتماعية التي تكون فيها من خلال تفاعله مع الثقافات والسياسات التي تحصل في المجتمع، فيصبح الوعي الاجتماعي بالتالي إدراك ومعرفة وفهم الفرد لنفسه، كعضو في جماعة، وما يحدث في المجتمع من تفاعلات وتوظيفها من قبل الأفراد ليصبحوا كائنات اجتماعية.⁴ ويعرف "ماركس" الوعي الاجتماعي بأنه مجموع الأفكار والنظريات والآراء والمشاعر الاجتماعية والعادات والتقاليد التي توجد لدى الناس، والتي تعكس واقعهم الموضوعي. وبما أن الوجود الاجتماعي للناس يتصف بالتعقيد والتنوع، فإن الوعي الاجتماعي يتصف أيضاً بالتعقيد والتنوع. ويدل استعراض التاريخ الاجتماعي أنه مع تغير الوجود الاجتماعي للناس يتغير أيضاً وعيهم الاجتماعي.⁵

• السياحة:

إن السياحة أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي القومي والاعتزاز بالوطن، وتساهم في بناء الشخصية الإنسانية وهي وسيلة من وسائل الترفيه والترويح النفسي والجسدي، ولا يفوتنا أن نذكر دورها في تقوية التماسك الاجتماعي بما توفره من ألوان التآلف والتعارف.⁶ فالسياحة والوعي عناصر غير قابلة للفصل في نجاح العملية السياحية واستدامتها وإدخالها لجميع فئات المجتمع.

وتعرف منظمة السياحة العالمية السياحة بأنها نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن عام كامل لغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا الدراسة أو العمل.⁷

وفي تعريف آخر قدم السياحة على أنها مجموع الظواهر والعلاقات التي تنشأ عن تفاعل بين السياح من جهة، موردو الأعمال، والحكومات المضيفة، والمجتمعات المضيفة، وحكومات المنشأ والجامعات وكليات المجتمع، والمنظمات غير الحكومية، في عملية استقطاب ونقل واستضافة وإدارة هؤلاء السياح والزوار.⁸

• الوعي السياحي:

هو أحد فروع الوعي الاجتماعي لأن الإحاطة بكل الواقع المحيط بالإنسان والمجتمع والطبيعة هو هدف نشاط السياحة ومن ثم فإن تنمية الوعي الاجتماعي من خلال التعريف بهذه المواقع من خلال رحلات وزيارات ستؤدي حتماً إلى تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع، مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم ويعملون على تقديمه في أفضل صورة تجذب إليه السياح من مختلف العالم، وتبادل المعرفة وتنمية السلوك السياحي.⁹

ويقصد بالوعي السياحي هو الإدراك القائم على الإحساس والاهتمام بالمواقع السياحية وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والبيئية، والوقوف على المشكلات التي تواجه السياحة والحركة السياحية، مع وجود الدافع القوي للمساهمة في تنميتها في الدولة¹⁰، كما يعد ضرورة لا غنى عنها لمختلف أفراد المجتمع لأنه يمثل الوسيلة الفاعلة التي تحقق الفوائد المرجوة من النشاط السياحي وهو يسهم إسهاما فاعلا في تنمية السياحة بشتى أنماطها وتحقيق أهدافها الإيجابية والتقليل من آثارها السلبية.

ويعرف أيضا بأنه إدراك الفرد لمقومات الجذب السياحي سواء الطبيعية أو البشرية وفهمه لخصائص النشاط السياحي وأنواع السياحة، وتقييمه لفوائدها الاقتصادية وتقديره لمشروعات التنمية السياحية واحترامه وحسن معاملته وحفاظه على الثروات السياحية ومشاركته الإيجابية في النشاط السياحي.¹¹

ومن وجهة نظر أخرى الوعي السياحي هو إحساس المجتمع المحلي بعائد قيمة السياحة بما ينعكس في المعرفة والفهم العميق للسياحة والحرص على المحافظة عليها والنظرة الواعية لحاضرها ومستقبلها مما يؤدي إلى اكتساب الأفراد للسلوكيات والعادات السوية في التعامل مع السائح.¹²

والوعي السياحي يعني أداء الفرد لاستجابة سريعة ناتجة عن تأثره وجدانيا بمعلومات ومعارف سياحية حول موقف أو مشكلة سياحية من حيث أسبابها وآثارها ودوره في حل المشكلة وكذلك الإحاطة بالبيئة والطبيعة المحيطة بالإنسان.¹³

• التنمية السياحية:

تعرف الدكتورة "إحسان حفطي" التنمية بأنها عملية تغير واع يحدث في المجتمع من خلال التوحد والمشاركة بين جهود المواطنين والحكومة بهدف الاستفادة من كافة الموارد المتاحة في المجتمع وتحقيق الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية ويتم ذلك وفق خطة مرسومة.¹⁴

وفي مفهوم آخر يقصد بالتنمية أنها عملية حضارية شاملة لمختلف أوجه النشاط في المجتمع بما يحقق رفاهية الإنسان وكرامته، فهي بناء للإنسان وتحريك له وتطوير لكفاءاته وإطلاق لقدراته للعمل البناء فضلا عن كونها اكتشافات لموارد المجتمع وتنميتها والاستخدام الأمثل لها من أجل بناء الطاقة الإنتاجية القادرة على العطاء المستمر.¹⁵

والتنمية السياحية في أساسها عمليات موجهة لاستحداث تحولات هيكلية في بناء وتركيب المنتجات السياحية التي تقدمها أي منطقة جغرافية، وذلك عن طريق الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والعمرانية لهذه المنطقة، بما يتفق مع طلب الحركة السياحية، فهي بذلك عملية مركبة المكونات متشعبة الجوانب تضم عناصر متعددة متداخلة ومتفاعلة تقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية من إطار طبيعي وتراث حضاري، تسندها قاعدة كاملة من البنية الأساسية من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي، وربط كل ذلك بعناصر البيئة واستخدامات الطاقة الجديدة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها الفعال في برامج التنمية.¹⁶

2- أبعاد الوعي السياحي:

نشر الوعي السياحي بمثابة تهيئة المناخ لاستقبال النشاط السياحي والسائحين وإيجاد أفراد قادرين على التعامل مع السائحين وإشعارهم بالترحيب الدائم ويشمل الوعي السياحي ما يلي¹⁷:

1- زيادة معرفة المواطنين بأجزاء ومناطق بلدهم وما تملكه من مقومات جذب سياحية سواء كانت طبيعية أم بشرية، والتعرف على التسهيلات السياحية وأنواع السياحة التي تمارس في الدولة والاشتراك في النشاط السياحي.

2- معرفة المواطنين بفوائد صناعة السياحة الاقتصادية وأهمية السياحة لمستقبل وطنهم، فهناك قطاعات كبيرة من المواطنين تستفيد بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال مشاركتها في السياحة، بدءا من الفنادق والمطاعم وشركات السياحة والانتهاج بالمواطن العادي الذي يستفيد بشكل غير مباشر من خلال زيادة الدخل القومي، وبالتالي إمكانية تحسين الخدمات والبنية الأساسية وزيادة المرتبات.

- 3- احترام السائح في كل التعاملات معه والعلاقات الودية معه وتقديم المعرفة له والحديث معه بلطف وفخر، وتسهيل كل الإمكانيات لخدمة السائح منذ وصوله البلاد وحتى مغادرته لها، وذلك في نواحي الاتصالات والنقل والإقامة والتسوق والتحويلات البنكية حتى زيارة المناطق السياحية وهنا يظهر الدور الكبير للأفراد في معاملة السائح بشكل جيد وعدم استغلاله سواء بالمبالغة في الأسعار أو بمحاولة الاستفادة منه بشكل أو آخر.
- 4- تشجيع السياحة الداخلية بين مستويات الشعب المختلفة وخاصة الأطفال والشباب، لأن ذلك يؤدي من تلقاء نفسه إلى تأصيل المشاركة السياحية في سلوكهم وشعورهم بالفخر والعزة بماضي بلدانهم الحضاري وتاريخهم المجيد وإتباع السلوك السليم تجاه مقومات الجذب السياحي والحفاظ عليها.
- 5- يجب توفر مناخ آمن يأمن فيه السائح على نفسه وأمواله ومتعلقاته في مختلف تنقلاته وأماكن إقامته بعيدا عن محاولة سرقة أو الاحتيال عليه.

3- أهمية الوعي السياحي :

تكتسب السياحة صورة حسنة وجيدة لدى جميع الأفراد عند توافر الوعي السياحي وذلك لأنهم مدركين للأهمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدولية للوعي السياحي، حيث يرتبط نجاح النشاط السياحي في أي دولة بمدى ما يصل إليه الوعي السياحي من تطور ونمو، وتتمثل أهمية الوعي السياحي في¹⁸:

• الأهمية الاقتصادية للوعي السياحي:

تعد السياحة من القطاعات الإنتاجية الهامة في اقتصاديات دول كثيرة سواء أكانت دولاً نامية أو دولاً متقدمة وتحتل الأهمية الاقتصادية للوعي السياحي من خلال توفره على فوائد كزيادة الدخل القومي وتدفق العملات الأجنبية وتوفير فرص عمل لعدد كبير من العمالة وخلق فرص استثمارية جديدة وغيرها من الفوائد التي تبرز بشكل مباشر أو غير مباشر.

• الأهمية الاجتماعية للوعي السياحي:

تبرز الأهمية الاجتماعية للوعي السياحي من خلال كون النشاط السياحي المخطط تخطيطاً علمياً متوازياً يؤدي إلى تعميق العلاقات الاجتماعية بين السائحين وأفراد المجتمع المضيف، مما يشجع على التبادل الحضاري والعمل على حماية قيم المجتمع ونقاليده مع تشجيع الاختلاط الجيد بين السائحين والمواطنين لزيادة التفاعل والتبادل الحضاري بينهما مما يؤدي إلى بناء علاقات طيبة قائمة على التفاهم والاحترام والتعاون بين الأمم لأنه من المعروف أن السائحين هم من بيئات متباينة ولهم عادات واتجاهات اجتماعية تختلف عن تلك الخاصة بدول الزيارة وبالتالي كل هذا يجعل الاختلاط بينهم وبين المجتمع المضيف أرضاً خصبة لنمو الاحتكاك الاجتماعي.

• الأهمية الدولية للوعي السياحي :

تعمل هذه الأهمية إلى تقوية العلاقات الدولية بين الحكومات المختلفة في بعض المجالات مثل اتفاقيات النقل السياحي ومنح التأشيرات والكمارك وغيرها التي تعد من أسس التعامل الدولي بين الدول بفضل السياحة، لذا فإن تنامي الوعي السياحي في أي دولة سيعمل على إدراك أهمية السياحة كمجال من المجالات المهمة في تنمية العلاقات الدولية وبذلك تتزايد قاعدة التفاهم الدولي مما ينعكس في السلوكيات الإيجابية الجيدة تجاه السائحين الوافدين مما يؤدي إلى زيادة حركة السياحة الوافدة في تلك الدولة .

• الأهمية الثقافية للوعي السياحي:

إن النشاط السياحي يؤدي بشكل طبيعي إلى تعرف السائحين من البلدان المختلفة على ثقافات الشعوب التي تستقبلهم وتستضيفهم، كما أن أبناء هذه الشعوب يتعرفون على ثقافات وعادات السياح لذلك تتقارب المسافة بينهم ما يعمل على دعم التراث الثقافي والإنساني واتساع الحلقة الثقافية على مستوى العالم.

لذا فإن الأهمية الثقافية للوعي السياحي تتجلى عندما يدخل السائح في علاقات مع سكان المجتمع المزار وذلك بهدف التعرف على ثقافة وعادات وطريقة حياة ذلك المجتمع أي أن السياحة توفر المعارف والخبرات والمهارات الثقافية المختلفة من خلال الاحتكاك الثقافي بين الضيف والمضيف وما تمده من معلومات ثقافية حول أي موقع من مواقع الجذب السياحي الثقافي.

4- العوامل المؤثرة في تشكيل الوعي السياحي:

يعد انتشار الوعي السياحي بين المواطنين أمراً ضرورياً لإيجاد قاعدة عريضة، تستطيع التعامل بنجاح مع السائح الأجنبي أو الداخلي، وهناك مجموعة من العوامل تؤثر في تشكيل الوعي السياحي وهي¹⁹:

- **الأسرة:** ليس هناك من شك أن للأسرة دور هام في إرشاد الأبناء إلى أهمية السياحة واحترام السائح والبعد عما يضايقه، وكيفية التعامل معه والقيام برحلات سياحية مما يؤثر في تشكيل وعي الفرد السياحي في سن مبكرة.
- **المدرسة:** من هنا تبدأ الخطوة الأولى نحو تشكيل الوعي السياحي عند الفرد في مراحل التعليم المختلفة، فالمعلومات التي يتم تداولها في سن مبكرة ستكون خلفية للمشاركة في الأنشطة السياحية، ولا يتوقع عائد سريع منها، ولكنها ستؤتي ثمارها عاما بعد عام، فالمعلم يبني الأجيال المستقبلية، ويغرس فيهم السلوك الحضاري السليم وسبل معاملة السائح.
- **السياحة الداخلية:** إن التوسع في رحلات السياحة الداخلية والتي تضم أعدادا كبيرة من المواطنين على مختلف المستويات الاجتماعية يساعد على تشكيل الوعي السياحي عند الفرد، لإدراكه لأهمية مقومات بيئة المقصد السياحي وضرورة الحفاظ على مواردها.
- **البيئة الثقافية:** إن الحفاظ على العادات والتقاليد المتوارثة وإقامة المهرجانات والاحتفالات ذات الصيغة التاريخية، بالإضافة إلى بناء نماذج للقرى التاريخية التي يطلق عليها "المتاحف الحية" دورا كبيرا في خلق بيئة ثقافية تساعد على تشكيل الوعي السياحي عند جمهور المواطنين.
- **قادة الرأي:** يمكن أن تقوم القيادات السياسية والفكرية في المجتمع بدور بالغ الأهمية، وذلك عند مخاطبة المواطنين على اختلاف الدرجات الاجتماعية والثقافية، ولا شك أن الكلمات التي تصدر عن قادة الرأي تتمتع باحترام المواطنين لها.
- **وسائل الإعلام:** مما لا شك فيه أن وسائل الإعلام اليوم يقع على عاتقها دور كبير في تشكيل الوعي السياحي وتكوين العقليّة السياحية لدى المواطنين، وخاصة التلفزيون فهو الوسيلة الأكثر تأثيرا على حياة المواطنين، ولذا يمكن إعداد برامج ومسلسلات ترفع من مستوى الوعي السياحي عند المواطنين، وتعرفهم بأهمية النشاط السياحي وقيمة حسن معاملة السائح وكرم ضيافته.

ومما سبق يتضح أنه لا بد من تعاون جهات عدة لتشكيل الوعي السياحي بدءا من الأسرة إلى أجهزة التعليم في المدارس والجامعات باختلاف مراحلها ومكاتب وزارة السياحة والبيئات الإقليمية لتنشيط السياحة وذلك عن طريق تقديم المعلومات عن السياحة، وكذلك مع وجود بيئة ثقافية وآراء قادة الفكر والسياسة التي تحظى باحترام المواطنين، بالإضافة إلى الدور البالغ الأهمية لوسائل الإعلام التي تستهدف طبقات الشعب المختلفة كل حسب مستوياته الاجتماعية والثقافية بأسلوب سهل ومشوق لجذب المواطنين.

5- الأساليب الأساسية في بناء الوعي السياحي:

تعددت وتوعدت الأساليب المستخدمة في بناء الوعي السياحي للمجتمعات السياحية، وتجدر الإشارة إلى أن هذه الأساليب تعتمد على الخصوصية الثقافية لكل مجتمع، وقد تبنت العديد من الدراسات ضرورة استخدام ثلاث أساليب أساسية في بناء الوعي السياحي لتحقيق أهداف التنمية وهي²⁰:

• التعليم السياحي:

إن بناء الوعي السياحي من مسؤولية الأسرة قبل كل شيء ومن ثم دور الجامعات والمدارس وهنا تظهر أهمية التعليم والتعلم معا ويكون ذلك من خلال إدخال التعليم السياحي في المناهج الدراسية في المدارس والجامعات وإنشاء كليات وتخصصات تعنى بتخريج المتخصصين في السياحة والضيافة، كما أن الأستاذ في التعليم الأولي والعالي يلعب دورا أساسيا في تعليم السياحة وتعليم التراث والتربية المتحفية وتدعيم السلوكيات الإيجابية تجاهها، كما يمكن لشخصيات وقادة الرأي في المجتمع أن تكون لهم مساهمة في هذا البناء من خلال إلقاء محاضرات والمشاركة في الندوات والمؤتمرات التي تعنى بالسياحة

• التخطيط السياحي:

ويكون ذلك من خلال إشراك كافة أفراد المجتمع في عملية التخطيط هذه من خلال الاستماع إلى أفكارهم البناءة وتفعيل هذه الأفكار في إطار التنمية السياحية، فضلا عن إشراكهم في الاستثمارات السياحية حتى يسود الشعور لديهم بأن المردود السياحي لاسيما العائد الاقتصادي هو لكافة أطراف المجتمع وليس حكرا على فئة معينة، كما يجب إيجاد آليات للتواصل بين السائح والمواطن في المجتمعات السياحية في مختلف أنحاء الدولة.

• التسويق السياحي:

يشكل التسويق النشاط التصديري الوحيد في قطاع السياحة وهو أداة فاعلة في بناء الوعي السياحي، ويمكن أن يكون ذلك من خلال مختلف أدوات الاتصال التسويقية المسموعة والمرئية على اختلاف أشكالها ومن بينها: المواقع الالكترونية، شاشة التلفزيون المحلي والفضائي، الهاتف النقال الصحف، المطبوعات والمنشورات، الكتب والمقالات، المجالات المتخصصة بالسياحة، الأفلام التسجيلية الراديو، شبكة الانترنت، المؤتمرات، الدراما المحلية، العاملين في الإعلام السياحي، المجالس البلدية والمحلية.

6- دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية

يعتبر الوعي السياحي الركيزة الأساسية في تطور وازدهار صناعة السياحة وذلك باعتباره أداة من أدوات التنمية السياحية، وبما أن صناعة السياحة عملية فنية يوظفها الفكر للوصول إلى الأهداف المرجوة، تسعى الدول إلى تعزيز سياستها التنموية ببرامج لتنمية الوعي السياحي والارتقاء به من أجل تكوين مجتمع واع ومتقف سياحيا.

تبدأ التنمية السياحية مع تقدير الإنسان لأهمية السياحة والفوائد التي تجنيها على كافة المستويات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية. لذا تُعد التربية العقلية الاجتماعية شرطاً رئيسياً وأساسياً لنجاح مخططات التنمية السياحية، فتوعية المواطن هي أكبر رصيد في أية عملية لإنماء السياحة وتطويرها وهي في الوقت نفسه مشتركة بين المنزل والمدرسة والمجتمع ومرتبطة بإدراك المسؤولين والمواطنين لأهميتها باعتبارها تنمي الشعور بالمواطنة لدى الأفراد بسبب التعرف على تراث الوطن وأهميته ودوره التاريخي والحضاري وتزيد الشعور عند المواطنين لكونها عامل مهم في تكوين مفاهيمهم وثقافتهم وتصرفاتهم.²¹

وهناك ضرورات وحنميات تربط بين الوعي السياحي كأداة وبين التنمية السياحية، نذكر منها:

أولاً: إذا نظرنا إلى التنمية على أنها ليست هدفاً في حد ذاتها وإنما هي وسيلة لتحقيق الرخاء والتقدم، فإننا نؤكد بأن هنالك دوافع تلعب دورها في هذا المجال منها²²:

1- بواعث سيكولوجية شعورية ولا شعورية مثل:

- باعث أساسه الرغبة في التقدم ووجود الدافع إليه والحافز لتحمل المسؤولية .
- باعث التحرر الفكري واستشراف المستقبل، مع توافر قدر من الثقة بالنفس والقدرة على توظيف الإمكانيات المتوفرة، والوعي السليم بالأهداف.

2- بواعث سوسولوجية مثل: ضرورة وجود نماذج اقتصادية، واجتماعية يعقد المجتمع عزمه على التوصل إليها. ثانياً: يعتبر الوعي على جانب كبير من الأهمية نظراً لحاجة التنمية لمناخ اجتماعي تتغير فيه أنماط العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع إذ لا يمكن أن تحدث إلا من خلال تغير اجتماعي واقتصادي وسياسي وعملية التنمية في حاجة إلى أن تصاحبها تغيرات جوهرية في الهيكل الاجتماعي والنظم الاقتصادية والثقافية والصفات والعادات الشخصية.

ثالثاً: الوعي السياحي ضرورة للتنمية السياحية إذا ما أدركنا دور القيم التقليدية السائدة في المجتمع النامي وقوة مقاومتها لكل تغيير اجتماعي جديد، الأمر الذي يعرقل مسار التنمية. لهذا كان من الضروري تغيير هذه القيم بقيم جديدة تستجيب لمطالبات المرحلة، والتي تهدف إلى التغيير ورفع مستوى المعيشة، وأن يعي الأفراد أبعاد هذه القيم بحيث تصبح جزء من كيانهم النفسي والاجتماعي.

رابعاً: لا يمكن للتنمية السياحية والسياحة أن تنجح في أي مجتمع من المجتمعات إلا إذا أخذت جماهير المجتمع هذه المسؤولية على عاتقها وساهمت بشكل فعال في برامجها، وذلك لا يتأتى إلا بالوعي السياحي الذي هو ضرورة ملازمة للتنمية السياحية. ويخطئ الكثيرون من الذين يركزون على العوامل الاقتصادية باعتبارها أساس التنمية السياحية، كما أن النظر إلى المؤثرات الاجتماعية والثقافية على أنها وحدها كافية لتحقيق هذه التنمية خطأ؛ إن هذه العوامل مجتمعة لها تأثيرها السلبي الذي لا ينكره أحد ولكن ما هو مؤكد هو أن التخلف الحقيقي يرجع أولاً وأخيراً إلى الإنسان الذي هو حجر الزاوية في كل تنمية يسعى المجتمع إلى تحقيقها، وبدون وعي الإنسان ونمو الضمير الجمعي لا يمكن تحقيق أي تنمية مهما سخر لها من إمكانيات مادية.

خامساً: التنمية السياحية نشاط يساهم فيه الإنسان، والوعي سمة ملازمة للإنسان العاقل المفكر باعتباره عضواً في المجتمع، ولهذا حتى تكون الخطة السياحية ناجحة لا بد من مشاركة الجماهير في إعدادها لضمان تنفيذها على النحو المحقق لأهدافها، فالوعي ضرورة لإعداد خطط التنمية وتنفيذها.

7- الجهات المسؤولة عن تنمية الوعي السياحي:

للوعي السياحي عدة جهات مسؤولة عن تنميته من أجل النهوض بالواقع السياحي والارتقاء به إلى المستوى المطلوب، وتلك الجهات هي المسؤولة بشكل مباشر عن الوعي السياحي إذ أن كل جهة من هذه الجهات تقع على عاتقها مهام وواجبات تقوم بها، وتتضافر جهود تلك الجهات من أجل الوصول إلى مجتمع واع سياحياً، وتلك الجهات هي²³:

• الوعي السياحي لدى العاملين بالقطاع السياحي:

إن النجاح في المجال السياحي يعتمد بدرجة كبيرة على العاملين في مجال السياحة خاصة ذوي الاحتكاك المباشر بالسائحين وذلك لأن صناعة السياحة بطبيعتها صناعة تعتمد على العنصر البشري بصورة كبيرة، وعلى مدى قدرته على تقديم خدمة مميزة للسائح، ويتم نشر الوعي السياحي لدى العاملين في القطاع السياحي من خلال إدخال العاملين بالنشاط السياحي بدورات تثقيفية وتعليمية لغرض اكتساب مهارات أكاديمية وفنية من أجل رفع الوعي السياحي لديهم والاطلاع عن طريق وسائل الإعلام على تجارب البلدان المنافسة والمتقدمة سياحياً.²⁴

• الوعي السياحي لدى الأجهزة والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية:

إن الوعي السياحي لدى الأجهزة والمؤسسات ينطلق من إدراك أهمية السياحة وفوائدها الجمة على مختلف الأصعدة، وصناعة السياحة تتضمن العديد من الأنشطة التي يجب أن تعمل بشكل متجانس ومتكامل ومنسق في كل مرافق السياحة المتمثلة بالإقامة والنقل والمطاعم والاتصالات وغيرها، هذا التنوع من المؤسسات والأجهزة التي يتعامل معها السائح فقد تكون مؤسسات حكومية أو غير حكومية، فعندما تتمتع هذه الأجهزة بالوعي السياحي فإن ذلك سيمكنها من التعرف على دورها في كيفية تقديم الخدمة الجيدة للسائح وترك الأثر الطيب في نفسه، إن نشر الوعي السياحي لدى الأجهزة والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية يعد حجراً أساسياً في تنمية النشاط السياحي بمختلف أشكاله لأنه من اللبانات الأساسية لتنمية قطاع السياحة في أي دولة من الدول.

• الوعي السياحي لدى المواطنين:

يتعين على كل دولة تهدف إلى تحقيق التنمية السياحية أن تعمل على تنمية الوعي السياحي لدى مواطنيها من خلال تنظيم حملات التوعية السياحية لأفراد المجتمع، حيث تعمل هذه الحملات على زيادة الوعي السياحي لديهم لينعكس ذلك على كيفية معاملة السائح الأجنبي والمحلي فيتحقق بذلك ما هو أفضل لاستمرارية قدوم السياح، وعلى أثر ذلك تتوطد العلاقات الإنسانية وفق الحقائق المتبادلة بين الأفراد والجماعات²⁵، وهناك عدة آليات يمكن بالفعل تطبيقها لرفع الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع منها الندوات التثقيفية والزيارات الميدانية لاماكن التجمعات كالمدارس والجامعات، وإحياء عدد من الصناعات الحرفية التقليدية، تشكيل فعاليات شعبية مختلفة من خلال الجمعيات والنوادي في سبيل عمل دعائية للمناطق السياحية بين المواطنين من خلال عقد ندوات ومحاضرات وورش عمل بالإضافة إلى النشاطات الخاصة على نظافة الأماكن السياحية والتراثية من حملات تنظيف بالإضافة إلى عمل اللوحات الإرشادية التي تتضمن معلومات عن المناطق الأثرية والخرائط الإرشادية للدلالة على مواقع الأماكن السياحية.²⁶

• الوعي السياحي لدى الحكومة:

إن الوعي السياحي للحكومة نابع عن مدى أهمية السياحة ومقدار الفوائد الكثيرة التي توفرها على كافة الأصعدة، فاهتمام الحكومة بالحركة السياحية ورعايتها وتقديم كافة السبل والوسائل التي تعمل على تنميتها دليل على امتلاك الحكومة للوعي السياحي وانطلقت من كونها تترك أهمية السياحة وواعية بقيمتها عمدت تلك الحكومات إلى تأسيس ثقافة الوعي السياحي وابتدأت بتدريس هذه الثقافة في جميع مستويات المجتمع من أجل النهوض بالواقع السياحي والارتقاء في التعامل مع السائح سواء أكان داخلياً أو وافداً.²⁷

• الوعي السياحي لدى السائح:

لا بد أن تمتد التوعية السياحية لتشمل السياح قبل دخولهم للموقع السياحي، حيث يعتبر هذا النوع من التوعية من أكثر أنواع التوعية خطورة حيث يرتبط بردة فعل السكان المحليين اتجاه النشاط السياحي بحيث تشكل ردة فعل السكان المحليين اتجاه السائح أكبر عائق في طريق التنمية السياحية، حيث تشكل في كثير من الأحيان بعض التصرفات الناتجة عن السياح والتي تعكس بدورها ثقافتهم المحلية خرقاً لعادات وتقاليد وقيم ومبادئ المجتمع المضيف بفعل التباين والاختلاف بين ثقافات الشعوب والأمم، مما قد يؤدي إلى رفض هذا النوع من النشاط الاقتصادي وبالتالي التأثير عليه سلباً بوسائل مختلفة مما يؤكد على ضرورة احترام هذه الثقافة مهما اختلفت عن ثقافة السائح الأصلية.²⁸

8- الارتقاء بالوعي السياحي:

من المعروف أن درجة نجاح السياسة السياحية للدولة تتوقف على مدى رضا العميل عند زيارته لها وقد أظهرت البحوث التي تمت في هذا المجال أن ركنا مهما من هذا الرضا ينتج عن سلوك المواطن تجاه الزائر الأجنبي ومدى الترحيب به والامتناع عن استغلاله.

وتتبع أهمية الارتقاء بالوعي السياحي من أن السائح الذي يغادر المنطقة بانطباعات طيبة يعتبر عميلاً مرتقباً لزيارات تالية والأهم من ذلك أنه يقوم بنقل نصيحته لهذه التجربة إلى أهله ومعارفه مما يمثل أكبر أنواع الدعاية تأثيراً وهو ما يعرف بالكلمة المنطوقة.

والعكس عند محاولة استغلال السائح من قبل القطاعات التي تعامل معها السائح ذلك يؤدي إلى شعور السائح بخيبة أمل وإحساسه بخطئه في اختيار بلد ما مقصداً سياحياً له وهي انطباعات سينقلها إلى المحيطين به مما يمثل عامل طرد ويقلل من فرص الدولة في جذب حركة متزايدة من السائحين.

- عناصر التعليم يجب أن توجه لزيادة الإدراك بموضوع السياحة وفهم الناس على أنها جزء من دخل البلد.
- والوعي بالتنمية السياحية يجب أن يكون مستهدفاً من الجميع.²⁹

- عقدت أمريكا في أكتوبر 1995 مؤتمرا لصناعة السياحة والسفر وجاء في توصيات هذا المؤتمر:
- ضرورة زيادة الوعي بأهمية صناعة السياحة وتنميتها باعتبارها مصدرا لفرص العمل الجيد وحصيلة متزايدة من الضرائب للحكومة المحلية، واعتبارا من عام 1996 يتولى مكتب السياحة الرسمي والمكاتب الإقليمية العمل معا لتوسيع الاتصالات مع الجمهور حول أهمية السياحة للاقتصاد القومي والمحلي.
- السياحة قطاع لا يمكن أن يعمل مستقلا ويجب وضع برنامج قومي للتوعية بأهمية السياحة ونشر الوعي السياحي فالسياحة مرتبطة بسلوك الأفراد ولن تنهض السياحة وتزدهر إلا إذا حضنها المجتمع فالسياحة قضية مجتمع، ولا غنى عن الوعي السياحي.
- فليس شرطا أن يتوافر عندك مقصد سياحي من مقومات سياحية (سواء علاجية، ترفيهية، مؤتمرات مهرجانات) ولكن يجب أن يكون هناك وعي للأفراد.

الخاتمة:

يلعب الوعي السياحي دورا كبيرا في تنمية النشاطات والمشروعات السياحية إذ يساهم في جودة المنتج السياحي خصوصا إذا ما تدعيمه بتقنيات حديثة ومتطورة في التسويق والاتصال، وعلى الدولة الاهتمام بالتعليم السياحي بالتعاون مع وزارة التعليم واتحاد غرف السياحة والصندوق الاجتماعي لتطوير برامج التأهيل التعليمي والتدريب ورفع الكفاءات بتوفير المعاهد والكليات السياحية ومراكز التكوين، مع مواصلة العمل الدائم على نشر الوعي السياحي العام من خلال أكثر الوسائل تأثيرا وهي وسائل الإعلام الجماهيرية وكل ذلك من أجل خلق مجتمع حاضن وليس طارد للسياحة.

قائمة المراجع:

- 1 - Banks, William P, ed, Encyclopedia of Consciousness, Academic Press Elsevier Inc., Oxford, UK, 2009. P 157.
- 2- خليل خليل أحمد: معجم المصطلحات الاجتماعية، دار الفكر اللبناني، بيروت، 1995، ص 398.
- 3- Longman dictionary of English language, great Britain, British culture center, 1984, p 310.
- 4- إبراهيم ناصر: أصول التربية "الوعي الإنساني"، مكتبة الرائد العلمية، عمان، ط1، 2004، ص 153.
- 5- سمير نعيم أحمد الغول: النظرية في علم الاجتماع، دار المعارف للنشر، الطبعة 10، القاهرة 2006، ص 189.
- 6- ماهر عبد الخالق السيبي: مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، الطبعة 1، القاهرة، 2001، ص 101.
- 7- محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، النزهة الجديدة القاهرة، 2002، ص 22.
- 8- Adrian Franklin :Tourisme- An Introduction, SAGE Publications , London 2003, P 28.
- 9- ماهر عبد الخالق السيبي: مرجع سابق، ص 106.
- 10- عبد الله علي قويطن العلجوني: تطور السياحة في الأردن دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية دراسة حالة جامعة أربد الأهلية وجامعة جدارا، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 15، جانفي 2016، ص 51.
- 11- زكي داليا محمد تيمور: الوعي السياحي والتنمية السياحية- مفاهيم وقضايا، مؤسسة شباب الجامعة للنشر، القاهرة، ط1، 2008، ص 111.
- 12- زهير عباس القريشي، طالب هادي: تأثير الوعي السياحي في تنشيط السياحة الثقافية دراسة ميدانية لأبرز مقومات الجذب السياحي الأثري في مدينة بابل، ص 08.

- 13- سحر إبراهيم أحمد بكر: دور مؤسسات ما قبل المدرسة في تنمية الوعي السياحي لدى طفل رياض الأطفال، مجلة الطفولة والتربية، مصر، العدد 14، 5 أبريل 2013، ص 454.
- 14- طارق السيد: علم اجتماع التنمية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2007، ص 38.
- 15- معن خليل العمر: التغيير الاجتماعي، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان، الأردن 2004، ص 68.
- 16- صلاح زين الدين: دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، مؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة، 27/26 أبريل 2016، ص 13.
- 17- زكي داليا محمد تيمور: مرجع سابق، ص 111-112.
- 18- زهير عباس القرشي، طالب هادي: مرجع سابق، ص 9.
- 19- زكي داليا محمد تيمور: مرجع سابق، ص 114-117.
- 20- أسعد حماد موسى أبو رمان، ممدوح عبد الله أبو رمان: الوعي السياحي ودوره في تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر في الأردن- دراسة تحليلية ميدانية، ص 10.
- 21- مصطفى عبد القادر: دور الإعلان في التسويق السياحي، مؤسسة مجد الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ط1، 2003، ص 197 .
- 22- عبد الحميد خزار: التربية وتنمية الوعي السياحي، مجلة الإحياء، العدد 13، ص 427-428.
- 23- خليل إبراهيم أحمد، زهير عباس عزيز: دور وسائل الإعلام المقروءة في تنمية الوعي السياحي الديني في كربلاء المقدسة، مجلة الإدارة والاقتصاد، عدد 95، 2013، ص 424.
- 24- ماهر توفيق عبد العزيز: صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 1997، ص 203.
- 25- وهاب فهد الياسري: الوعي السياحي لدى طلبة المراحل الجامعية (كلية الآداب في جامعة الكوفة نموذجاً) مجلة كلية التربية الأساسية، جامعة بابل، العدد 09، أيلول 2012، ص 260.
- 26- أيمن سعد: الوعي السياحي ضرورة وليس ترفاً، مقال منشور بجريدة صدى البلد بتاريخ 01 ديسمبر 2015 .
<http://www.elbalad.news/806412>
- 27- خليل إبراهيم أحمد، زهير عباس عزيز: دور وسائل الإعلام المقروءة في تنمية الوعي السياحي الديني في كربلاء المقدسة، مرجع سابق، ص 426-427.
- 28- عبد الله علي قويطن: مرجع سابق، ص 51.
- 29- محمد حسن النقاش: صناعة الرحلات السياحية، المكتب الجامعي الحديث، ط1، 2013، ص 34-35.