

في بداية كل محاضرة سنقرأ نصيحة حتى تكتمل النصاب باحتمال المحاضرات

في طريقك نحو التميز ننصحك بالعشر التاليات

(المحاضرة الثانية) النصيحة الثانية

إذا أردت العسل فلا تحطم خلية النحل

جغرافية السياحة
المستوى السادس

المحاضرة الثانية أبعاد ظاهرة السياحة

يتبين من المحاضرة السابقة أن مفهوم السياحة له أساسين : الأول يختص **بالإنسان** وضرورة انتقاله من موطنه الأصلي أو من مقر عمله إلى دولة أخرى أو إقليم آخر لسبب معين يرتكز أساساً على الانتفاع **بوقت الفراغ** . أما الأساس الثاني فيتمثل في أن عملية الانتقال تكون **مؤقتة** وتتراوح بين **أكثر من أربع وعشرين ساعة وحتى أقل من اثني عشر شهراً** ، أي أن الانتقال في هذه الحالة لا يكون بهدف الهجرة أو الإقامة الطويلة من أجل العمل أو الدراسة.

ومعنى ذلك أن صناعة السياحة تعني دراسة الأشخاص المستهلكين للمال والوقت من أجل السفر والمتواجدين بعيداً عن أوطانهم أو عن أماكن عملهم ، ويتبعون أسلوباً مؤقتاً من أجل المتعة وشغل أوقات الفراغ وهو أسلوب يختلف تماماً عن أسلوب حياتهم التقليدي في أوطانهم.

تبلورت فكرة تحديد مفهوم ظاهرة السياحة وإطارها العام مع بداية القرن العشرين وظهرت لها عدة تعاريف منها :

• السياحة تمثل ظاهرة ناتجة عن حاجة الإنسان -المرهق من ضغوط الحياة الحديثة- إلى الراحة والمتعة والتغيير.

المحاضرة الثانية أبعاد ظاهرة السياحة

- مال البعض إلى التعريف الاقتصادي للسياحة بأنها التفاعلات (الأنشطة) الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة الناتجة عن وصول زوار إلى إقليم أو دولة بعيداً عن موطنهم الأصلي والتي توفر الخدمات التي يحتاجون إليها وتشبع حاجياتهم المختلفة طوال فترة إقامتهم.
 - وبلورت الأبحاث والدراسات التي عالجت ظاهرة السياحة خلال العقود الثلاثة الأولى من القرن العشرين أساسين لهذه الظاهرة وهما : أساس خاص بالإقامة : أن تكون إقامة المسافرين (السياح) في الأقاليم أو الدول التي انتقلوا إليها إقامة مؤقتة ولفترة تقل عن العام . الأساس الثاني : أن يكون إنفاق المسافرين من أموال لم يكسبوها في الأقاليم أو الدول التي انتقلوا إليها بغرض السياحة.
- حصرت لجنة السياحة التابعة لعصبة الأمم المتحدة السائحين في الفئات التالية:
١. المسافرون من أجل المتعة والاستجمام ، أو لأسباب صحية أو لأسباب تتعلق بالعمل وعقد الصفقات التجارية أو لأسباب خاصة .
 ٢. المسافرون في مهمات سياسية أو علمية أو رياضية أو أدبية.
 ٣. المشتركون في رحلات بحرية حتى لو أمضوا في الدولة التي تقصدها السفينة التي يستقلونها فترة تقل عن ٢٤ ساعة.

المحاضرة الثانية أبعاد ظاهرة السياحة

وقد استبعدت اللجنة التابعة لعصبة الأمم والسابق الإشارة إليها الفئات التالية من فئة السياح وهم :

١. الأفراد الراغبون في الإقامة الدائمة بالدولة التي يزورونها .
 ٢. الدارسون في المؤسسات التعليمية المختلفة.
 ٣. العابرون للدولة ويتوقفون فيها بطريق الترانزيت في طريقهم إلى دولة أخرى .
 ٤. بعض سكان أقاليم الحدود الذين يلتحقون بالعمل في دولة متاخمة .
 ٥. الوافدون إلى الدولة بقصد الحصول على عمل أو البحث عنه .
- ونخلص مما سبق أن ظاهرة السياحة تتصف وتحتاج لأربع مقومات وهي :
١. تعني بعض السفر والحركة .
 ٢. رأس مال ينفق في مكان العرض.

٢. تستغل وقت الفراغ .
 ٣. تمثل صورة من صور الاستجمام .
- وقد عرف البعض السياحة بأنها عبارة عما يأتي :
١. الحركة المؤقتة .
 ٢. الأنشطة التي تمارس من أجل هؤلاء الأشخاص خلال فترة إقامتهم.
 ٣. الخدمات والتسهيلات التي توفر احتياجاتهم.

المحاضرة الثانية أبعاد ظاهرة السياحة

- ويتضح مما سبق أن **هيكل (إطار) السياحة** يتألف من ثلاثة عناصر رئيسية هي :
- **العنصر المتغير** : يتمثل في الحركة أو السفر لاختيار المكان أو الأماكن المقصودة.
 - **العنصر الثابت** : يقصد به الإقامة في المكان المقصود والتي تتوقف على مجموعتين من العوامل :
 - عوامل تتعلق بالسائح وتشمل خصائصه الاقتصادية والاجتماعية والتي تحدد بدورها مدة إقامته ، ونمط نشاطه السياحي ، ومستوى رغبته السياحية ، ومستوى استخدامه للإمكانات والخدمات القائمة.
 - عوامل تتعلق بملامح المكان المقصود وتضم الملامح البيئية الطبيعية ، والبناء الاقتصادي ، التنظيم السياسي ، مستوى التنمية السياحية ، البناء والتنظيم الاجتماعي.
 - **العنصر الناتج** : ويقصد به النتائج والآثار المترتبة على العنصرين السابقين في المجالات الاقتصادية والطبيعية والاجتماعية.

المحاضرة الثانية أبعاد ظاهرة السياحة

تعريف السياحة : لفظ السياحة **Tourism** مشتق من لفظ **Tour** ويعني في اللغة الإنجليزية كما جاء في قاموس ويبستر **Webster**: رحلة يقوم بها الفرد ويعود إلى نفس النقطة التي بدأ منها ، أي رحلة دائرية أو سيارة تم التخطيط لها لزيارة عدة أماكن من أجل العمل أو المتعة أو التعليم ، كما عُرفت السياحة **Tourism** أنها ممارسة السفر من أجل الاستجمام.

وجاء في قاموس أكسفورد **Oxford** أن أصل لفظ السياحة **Tour** عبارة عن رحلة تبدأ من المنزل وتنتهي إليه ، ويتم خلالها زيارة عدة أماكن أو عدة زيارات لأماكن يتم تنظيمها بمعرفة شركة محترفة ، وعرف نفس القاموس السائح **Tourist** بأنه الشخص المسافر من أجل المتعة.

المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويح

يتسم لفظ الترويح أو الاستجمام بالشمول ، أي أنه مطلق إذ يتضمن جميع الممارسات التي تشغل وقت الفراغ ، فلفظ **Recreation** تعني في الإنجليزية إستعادة أو تجديد الصحة ، أو إنعاش القوى العضلية والروحية -إنعاش العقل والجسد- بعد العمل ، أو شغل وقت فراغ الإنسان بالمتعة بعد العمل .

ولفظ الترويح في اللغة العربية مشتق من أراح وتعني تنفس أو استراح أو وجد الراحة ، ومعنى ذلك أن أنشطة الترويح التي تمارس خلال وقت الفراغ يمكن أن تمارس على مستويين هما :

١. ترويح منزلي (الترويح الداخلي) **Indoor Recreation** ، ويشمل الأنشطة الترويحية التي تشغل عادة فترات زمنية محدودة لا تتجاوز عدة ساعات ، أي أنها أنشطة تمارس في غير أوقات أو ساعات العمل اليومي مثل النوم ، مشاهدة برامج التلفزيون، الاستماع إلى الإذاعة ، القراءة ، ممارسة الهوايات الخفيفة بما في ذلك السباحة في أحواص السباحة الملحقة ببعض المساكن.
٢. ترويح في الهواء الطلق (الترويح الخارجي) **outdoor Recreation** ويشمل الأنشطة الترويحية التي تشغل فترات زمنية أطول نسبياً ، ولكنها في كل الأحوال تقل عن ٢٤ ساعة ، مما يعني أنها تمارس خلال أيام العطلات مثل زراعة الحدائق حول المنازل

المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويج

ورعايتها ، التسوق ، صيد الأسماك ، السباحة وغيرها من الألعاب البحرية ، الذهاب إلى السينما ، أو المسرح أو الملاهي ، ركوب الدراجات ، التخيم ، ركوب الخيل ، التريض والمشى ، القيام برحلات قصيرة تمارس على مسافات غير بعيدة من مقر السكن .

المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويج



التنزه والاستمتاع بجمال الطبيعة

ممارسة أنشطة بحرية



المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويج

القيام برحلات قصيرة للاستمتاع



المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويج

يتبين من العرض السابق مبررات صعوبة التمييز أو التفريق بين ظاهرتي السياحة وأنشطة الترويج فكلاهما يسعى إلى شغل وقت الفراغ الذي يمكن إستغلاله بأحد الصور التالية :

- استغلال أوقات الفراغ الطويلة (الإجازات أو العطلات الطويلة) بالسفر إلى أقاليم أخرى بعيداً عن محل الإقامة سواء داخل الدولة أو خارجها ، وهو ما يطلق عليه لفظ السياحة.
- استغلال أوقات الفراغ القصيرة (الإجازات أو العطلات القصيرة كعطلة نهاية الأسبوع) بالسفر بعيداً عن محل الإقامة ، وإذا تجاوزت الرحلة فترة ٢٤ ساعة يمكن اعتبارها سياحة ، أما إذا كانت أقل من ذلك وفي ضيافة آخرين بمعنى قضاء العطلة القصيرة في مسكن أسرة فيمكن اعتبارها شكل من أشكال الترويج أو الاستجمام.
- استغلال وقت الفراغ لمدة يوم كامل دون الحاجة إلى المبيت في المكان المقصود كالقيام برحلة إلى إقليم قريب من محل السكن قد يكون شاطئ أو منطقة ريفية أو إقليم غابي أو عين للمياه المعدنية أو نطاق طبيعي يتصف بملامح فطرية خاصة، وإن تباينت أهمية معيار طول المسافة الفاصلة بين محل الإقامة والمكان المقصود تبعاً لمدى توافر وسائل النقل وشبكاتها .

المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويج

- استغلال وقت الفراغ لجزء من اليوم سواء في الهواء الطلق أو داخل المسكن أو في النادي أو في مكان العمل يعد شكلاً من أشكال الترويج والاستجمام.

إن **التمييز بين ظاهرتي السياحة وأشكال الترويج** يعتمد على أربعة معايير أساسية هي :

- **الغرض من الرحلة :** وتتراوح ما بين البحث عن المتعة والراحة ، الإشتراك في مؤتمرات أو ندوات ، العلاج ، العمل ، الدراسة أو التعليم ، الحج ، زيارة الأقارب والأصدقاء . ولا شك أن الغرض من الرحلة يحدد مدتها الزمنية ، وملامح المكان المقصود ، ومستوى الإنفاق.
- **وسيلة النقل المستخدمة :** تتباين وسيلة النقل المستخدمة في الرحلة بين البرية سواء كانت سيارة خاصة أو عامة أو قطارات ، والنهرية والبحرية (السفن الساحلية ، العبارات ، السفن النظامية) ، والجوية (طائرات تعمل على خطوط منتظمة ، أو طائرات تقوم برحلات مؤجرة).
- **مدة البقاء في المكان المقصود :** تعد مدة البقاء معياراً هاماً للتمييز بين السياحة والترويج ، ففي حالة السياحة لابد أن تتجاوز ٢٤ ساعة وتقل عن ١٢ شهراً

المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويج

- **طول المسافة المقطوعة بين محل الإقامة والمكان المقصود:** تباينت الآراء حول تحديد طول المسافة المقطوعة بين محل الإقامة والمكان المقصود ، ويميل معظم الباحثين إلى أن المسافة المقطوعة لا تقل عن ٥٠ ميلاً في الاتجاه الواحد للسياحة، إلا أن هذا المعيار مطلقاً يمكن تجاوزه في حالة توافر كل من الإمكانيات المادية الكبيرة ووسائل النقل السهلة السريعة ، لذا حدد مكتب التعداد الأمريكي والمركز الأمريكي لبيانات السفر مسافة مائة ميلاً في الإتجاه الواحد كحد أدنى لطول الرحلة السياحية .

المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويج



السفن الصغيرة



سيارة للرحلات



العبارات بين الجزر



القطارات الحديثة

الطائرات



المحاضرة الثانية

المفاهيم الخاصة بالأشخاص الساعين لشغل أوقات فراغهم

يحسن لاستكمال الإطار الخاص بأبعاد ظاهرة السياحة ، دراسة المفاهيم الخاصة بالأشخاص الساعين لشغل أوقات فراغهم على النحو التالي :

- **المسافر Traveller**: وهو القائم برحلة بعيداً عن مقر إقامته الدائمة ولأي سبب من الأسباب يستثنى من ذلك رحلة العمل اليومية التي قد تضطر البعض إلى قطع مسافات متباينة الطول تفصل بين محال الإقامة ومقار العمل سواء كان ذلك داخل دولة واحدة أو عبر خط الحدود السياسية الفاصلة بين دولتين متجاورتين .
 - **الزائر Visitor**: هو الذي يقوم بزيارة مكان ما والإقامة فيه بصورة مؤقتة ودون أن يحاول الحصول على عمل فيه .
 - **المتنزه Excursionist**: وهو الذي يقوم بنزهة في الهواء الطلق أو برحلة قصيرة لا تتجاوز اليوم الواحد.
 - **السائح Tourist**: وهو المسافر من أجل المتعة والراحة على أن يقضي ليلة مبيت واحدة على الأقل في المكان المقصود.
- ويستبعد من فئة السائحين : العاملون بالسلك الدبلوماسي والقنصلي ، المقيمون في الثكنات العسكرية في الدول الأجنبية ، اللاجئون ، المهاجرون ، المسافرون بطريق الترانزيت ، السكان الرحل ، سكان الحدود الذين يلتحقون بأعمال في الدول المتاخمة .

المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويج

تمارين وواجبات منزلية

السؤال الأول : اختاري من المجموعة الأولى ما يناسبها من المجموعة الثانية مع تعريف كلاً منها:

المجموعة الثانية

- Tourism
- Recreation
- Tourist
- Indoor Recreation
- Outdoor Recreation

المجموعة الأولى

- ١- الترويج
- ٢- السائح
- ٣- الترويج الخارجي
- ٤- الترويج الداخلي
- ٥- السياحة

السؤال الثاني : «مسائل كلامية»

سافرت إحدى الزميلات لقضاء الإجازة الأسبوعية في مدينة جدة لمدة ثلاثة أيام استخدمت الطائرة كوسيلة نقل من الدمام إلى جدة ؛ قضت خلالها فترة طريفة بزيارة زميلاتها والتسوق الخ فهل يعد ما قامت به سياحة أم ترويج ؟ ولماذا ؟

المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويج



جدة عروس البحر الأحمر

المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويج

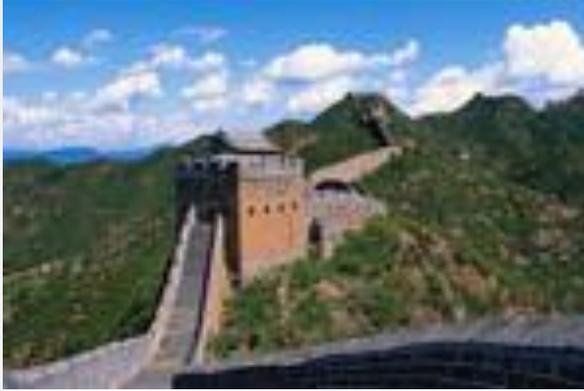
□ سعاد طالبة جامعية محبة للسفر والتنزه لما تجده من متعة وثقافة عامة ، وقد قامت برحلة مع والدها المنتدب للعمل في سفارة المملكة العربية السعودية في الصين لمدة أسبوعين حاولت سعاد أن تستمتع بكل ساعة قضتها في الصين ما بين طبيعة الصين الخلابة ، وأسواقها الغنية بكافة المنتجات والبضائع التي تنافس الأسواق العالمية فهل يعد ما قامت به سعاد سياحة أم ترويج ؟ ولماذا؟



الصين بلد الاستجمام والاسترخاء والتسوق

المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويج

سور الصين العظيم



الاحتفالات بالسنة القمرية الجديدة بالصين



هانغشتو

قويلين

المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويج

□ شعرت فاطمة المقيمة في مدينة الخبر بالضيق والتعب من عناء أسبوع شاق قضته في امتحانات أعمال السنة وقررت زيارة أختها في مدينة الجبيل الصناعية لقضاء يوم الخميس بكامله ورؤية أبناء أختها فهل يعد ما قامت به فاطمة سياحة أم ترويج ؟ ولماذا ؟



الواجهة البحرية للفناتير



شاطئ النخيل



منتزه الدفي

المحاضرة الثانية السياحة وأنشطة الترويج

السؤال الرابع : عرفني ماييلي :

١. السياحة
٢. الترويج
٣. الترويج الداخلي
٤. الترويج الخارجي

السؤال الخامس : ماهي المعايير التي يمكن على أساسها التمييز بين السياحة والترويج ؟ مع ذكر مثال .

السؤال السادس : عُرِفَت السياحة بأنها ظاهرة سلوكية تحتاج إلى مقومات لتميزها عن غيرها من الظواهرات ؟ عديدها وتحديثي عن كل منها باختصار؟

انتهت المحاضرة