

الفصل الأول

١/ المقدمة

١/١ مقدمة البحث.

٢/١ مشكلة البحث.

٣/١ أهمية البحث والحاجة إليه.

٤/١ أهداف البحث.

٥/١ تساؤلات البحث.

٦/١ مصطلحات البحث.

١/ المقدمة :

١/١ مقدمة البحث :

تعتبر السياحة من الظواهر الاجتماعية التي نشأت منذ أن خلقت الأرض وما عليها حيث كان الأفراد ينتقلون من مكان لآخر بحثاً عن المأكل والمشرب وتطورت وأصبحت السياحة صناعة مركبة من الصناعات الهامة التي تعتمد عليها كثير من الدول في تنمية مواردها المالية. (٥٩ : ٩)

قد أصبحت السياحة ركيزة أساسية من ركائز النشاط الإقتصادي في مصر حيث يمثل الدخل السياحي حوالي ٢٥٪ من النقد الأجنبي القومي ، ونظراً لما تتمتع به مصر من مقومات تمنحها وصفاً تنافسياً مزيداً على خريطة السياحة العالمية (٧٤)

وإذا بدأنا التعرف على مفهوم السياحة فقد عرفها أحمد محمد زيدان نقلاً عن برينكر Brenker أنها مجموع العلاقات والخدمات الناجمة عن التغيير المؤقت والإرادي لمكان الإقامة دون أن يكون الباعث على ذلك أسباب العمل أو المهنة . (٦)

وإذا كان وقت الفراغ هو النشاط الذي لا بد منه لتحقيق حالة من الحرية ومتى أمكن التوصل إلى هذا الموقف وبالرغم من أن إمكانيات استخدام الوقت الحر التي لا حصر لها إلا أن الإنسان يبدي ميالاً لتفضيل السياحة وإذا ما تمكن من إيجاد الظروف المثلى للرحلة فإن السياحة بدلاً من أن تكون نشاطاً سلبياً وبدون أهمية كبيرة كما هي حالياً فإنها تصبح وسيلة للتبادل والإتصال وتنمية مواهب الإنسان ذات الطابع العميق والدائم وعندها يأتي اليوم الذي يعد فيه وقت الفراغ والسياحة إسمان على مسمى واحد ، أو على الأقل مفهومين شديداً الإرتباط أحدهما بالآخر . (٥٣ : ٢٩)

٢/١ مشكلة البحث :

ويرى الباحث من خلال عمله كأخصائي رحلات إنخفاض الوعي الترويجي السياحي للكثير من الأماكن السياحية في مرحلة الشباب بالجامعات مما دفع الباحث إلى القيام بهذه الدراسة لأهمية مرحلة الشباب بالجامعات لأن هذه المرحلة تتميز بالحيوية والنشاط والفاعلية فالشباب بما يتمتعون به من صحة وعافية وحماس يمتلكون القدرة على العطاء والعمل الدائب ولأن جميع الدراسات المرجعية لم تتطرق الى موضوع الوعي الترويجي السياحي على طلاب جامعات مصر فيما عدا دراسة " نهى صالح " (٢٠٠٩) (٥٩) وقد طبقت بحثها على طالبات كلية التربية الرياضية ولم تتطرق الى الوعي الترويجي السياحي .

٢/١ أهمية البحث والحاجة إليه

وإذا اتجهنا إلى التعرف على أهمية السياحة نجد أن السياحة تمثل مجالاً خصباً لفتح فرص العمل أمام مختلف التخصصات والأعمار والمهارات مما يجعلها مناسبة تماماً لظروف الإقتصاد المصري. (٣١ : ١١)

كما تمثل السياحة رافداً من روافد الطلب على طاقات وقدرات العمل في فنون الإدارة والتنظيم والتنقيب والتشييد والعمارة وبالبناء والنقل والتجميل والفنون الشعبية والعلاقات العامة والاتصال والخدمات الإجتماعية. (١٢ : ٢)

وتعتبر السياحة لها تأثير على التركيبات السكانية إذ أن نشوء السياحة في منطقة ما يؤدي إلى إجتذاب أعداد كبيرة من السكان إلى هذه المنطقة . (٢٥ : ١٣)

لذلك تعد السياحة سوق قابل للتوسع نتيجة الزيادة المطردة في دخل الأفراد خاصة في الدول المتقدمة . (٣٢ : ١٢٩)

فالسياحة مصدر للدخل بالعملات الحرة نتيجة بيع الخدمات السياحية والسلع المتعلقة بها حيث يتغلغل ويتوزع هذا الدخل على جميع القطاعات المختلفة بالنشاط السياحي من نقل ومرافق وخدمات وغيرها من المعاملات المترتبة على الإنفاق الإستهلاكي. (٣٢ : ٦٢٥)

وتعتبر الجامعة في وقتنا الحاضر ليست مركز تعليمي فحسب بل هي مؤسسة ينمي فيها الطالب خبراته وهواياته ويشبع رغباته وحاجاته فبجانب الرسالة العلمية فإنها تعمل على تشجيع ممارسة الأنشطة الطلابية بمختلف فروعها خاصة أن من أهم السبل لتربية الشباب تدريبهم على كيفية قضاء وقت فراغهم والعناية بالأنشطة الرياضية والفنية والثقافية والأدبية والإجتماعية وجذب الشباب للمشاركة ويمثل جانب الثقافة الترويحية السياحية أحد الجوانب الهامة لطلاب الجامعة وفي هذا الصدد يذكر عفت مختار (١٩٨٨) أن ممارسة الأنشطة الترويحية عموماً تؤثر تأثيراً ايجابياً على التوافق النفسي والشخصي والإجتماعي مما ينعكس على المعاملة مع الآخرين بالتوافق الشخصي والتوافق مع المجتمع ، كما تشير تهاتي عبد السلام (٢٠٠١) على أن أنشطة الترويج متعددة ومنها الترويج السياحي التي تكمن أهميته في حياة الإنسان حيث أنه جزء لا يتجزأ عن الطبيعة والرغبة للعيش في الخلاء والتواجد بين أحضان الطبيعة والتمتع بجمالها رغبة أبدية ، والترويج السياحي يوفر الفرص لتنمية الشخصية والإعتماد على النفس وينمي القدرة على التدفق الجمالي للطبيعة والإستخدام الأمثل لمصدرها . (١٧ : ٢٥) ، (٣٤ : ٦٥) ، (١١ : ١٧) ، (١٣ : ٢)

وتتميز مرحلة الشباب بالحيوية والنشاط والفاعلية فالشباب بما يتمتعون به من صحة وعافية وحماس يمتلكون القدرة على العطاء والعمل والإبداع.

وبالتالي تعتبر شريحة الشباب من أهم الشرائح العمرية تأثراً وتأثيراً في البيئة الإجتماعية فالشباب عندما يكونون مبدعين وفاعلين يستطيعون إحداث تغيير نوعي في مختلف الأبعاد ، وعلى شتى المستويات أما عندما يكونون غير فاعلين أو غافلين عن القيام بمسؤولياتهم وواجباتهم فإنهم يفقدون القدرة على ممارسة أي تغيير إيجابي أو عمل إبداعي.

وتأتي أهمية مرحلة الشباب من أنها تمثل الذروة في قوة الإنسان وقدرته على العمل والعطاء ويمكن تلخيص أهمية مرحلة الشباب في النقاط الآتية :

- التمتع بالصحة والعافية .
- الذروة في النشاط والعمل .
- القدرة على تحمل المسؤوليات الكبيرة .

ومن مجمل ما سبق يتضح أهمية الترويج السياحي حيث أنه من خلال ممارسة السائح للأنشطة الترويحية للمقومات الطبيعية ينهض لكافة النواحي النفسية والبدنية والصحية وعلى الرغم من ذلك وعلى حد قراءات الباحث وجد أن الترويج السياحي لم ينل الإهتمام الكافي في مجال البحث العلمي من قبل الباحثين مما أدى الباحث إلى التعرف على مدى الوعي الترويحي السياحي لطلاب بعض الجامعات المصرية وتقديم بعض المقترحات للنهوض بها حتى يزيد الجذب السياحي وبالتالي ينمي الدخل القومي .

٤/١ هدف البحث :

التعرف على الوعي الترويحي السياحي لدى طلاب الجامعات المصرية ، مع وضع نموذج لبرنامج مقترح لتنمية الوعي الترويحي السياحي لطلاب الجامعات المصرية.

٥/١ تساؤلات البحث :

- ١/٥/١ مدى الوعي الترويحي السياحي لدى طلاب الكليات العملية .
 - ٢/٥/١ مدى الوعي الترويحي السياحي لدى طلاب الكليات النظرية .
 - ٣/٥/١ مدى الوعي الترويحي السياحي لدى طلاب الكليات العملية والنظرية .
- ومن خلال الإجابة على هذه التساؤلات سوف يتم عمل برنامج ترويحي سياحي لطلاب الجامعات المصرية .

٦/١ مصطلحات البحث :

١/٦/١ الوعى :

هو لغة الفهم وسلامة الإدراك ، وفى الإصطلاح إدراك الفرد لنفسه ولوظائفه العقلية والجسمية ، وإدراكه لخصائصه وخصائص العالم الخارجى وكذلك إدراكه لنفسه باعتباره عضواً فى جماعة وهذا الإدراك يظهر بدرجات متفاوتة بين المجتمع الواحد ، وهذا يشير إلى تنوع إستخدام مفهوم الوعى . (٧٢ : ٣٠٣)

٢/٦/١ الترويج السياحى :

نوع من السياحة يهدف فيها السائح إلى الإسترخاء والإستمتاع وإشباع الحاجة إلى التأمل . (١ : ٢٢)

٢/٦/١ الوعى الترويجى السياحى :

هو كل المعلومات والمعارف المرتبطة بالترويج السياحى والتي يكتسبها الفرد عن طريق الإستمتاع أو الممارسة أو القراءة أو المشاهدة بحيث تعمل هذه المعلومات والمعارف كموجهات للسلوك ليتم الإنتفاع بوقت الفراغ . (٣ : ٣٠)

٤/٦/١ البرنامج الترويجى :

هو مجموعة من الأنشطة الترويجية المنظمة تحت إشراف رائد ترويجى من أجل تحقيق هدف التربية الترويجية إلا وهو تغير سلوك الأعضاء أثناء وقت الفراغ إلى سلوك "أمثل" وذلك عن طريق تنمية معلوماتهم ولكوين اتجاهات جديدة نحو شغل وقت الفراغ . (١٨)