

حائل، وسجلت قيود شرطة حائل قدوم 270 ألف سيارة على طريق الخطة- الجبه باتجاه موقع المناسبات خلال فترة 11 يوماً. وقدرت الهيئة العليا للسياحة أن معدل إنفاق الزائر اليومي بلغ 750 ريالاً، بزيادة كبيرة على متوسط إنفاق عام 2006م البالغ 450 ريالاً.



الفصل العاشر

المجتمع والثقافة والسياحة

المجتمع بصفته مساهماً وصاحب مصلحة نهائية

إن تقبل المجتمع للسياحة ودعمه لها شرط مسبق لنجاحها على المدى الطويل. وتتسحب هذه الحقيقة على جميع الدول عموماً، سواء أكانت تمتلك صناعة سياحية ناضجة ومتطورة، أم تسعى إلى تطويرها. كما تنطبق بشكل خاص على المملكة العربية السعودية، للحساسيات المحيطة بتوسيع القاعدة السياحية فيها، وجملة المواقف والمفاهيم السلبية إلى حد ما تجاهها من قطاعات في المجتمع.

على الرغم من اعتراف الحكومة السعودية بدور السياحة وإمكانات إسهامها، فإن وعي المجتمع ككل بقي محدوداً نسبياً بصناعة السياحة المجزأة وقليلة الحضور في المملكة، ومن ثم، بقي فهم المجتمع لدورها الكامن في التنمية الاجتماعية والاقتصادية محدوداً أيضاً.

واجهت الهيئة العليا للسياحة نتيجة لذلك تحدياً رئيساً من ناحية "تعليم" المجتمع وتثقيفه بنوع السياحة المستهدفة في المملكة، وتوعيته بالآثار الإيجابية التي يمكن أن تتركها، فتصدت بذلك للمواقف السلبية التي لا تزال كامنة لدى قطاعات معينة في المجتمع.

ولأن سياسة التنمية تتركز في سوق السياحة المحلية، فإن لأفراد المجتمع كافة مصلحة حيوية فيها، سواء أكانوا مضيفين أم زائرين في بلدهم. وتنمية السياحة المحلية، من ناحية كونها ضرورة اقتصادية، تبقى في التحليل النهائي مرتبطة بإيجاد فرص العمل، والأعمال للمواطنين السعوديين، وهذا يبرز بعداً مهماً آخر في العلاقة المركبة بين المجتمع وصناعة السياحة. فضلاً عن ذلك، وبسبب آثارها الشخصية المنشطة والصحية، تسهم سياحة الترفيه والاستجمام بشكل مهم في رفاه عموم المجتمع وصالح حال. أخيراً - ونتيجة للطريقة التي تتفاعل فيها السياحة مع البيئة الطبيعية والاجتماعية - فإن للمجتمع- مواطنين ومقيمين على حد سواء- مصلحة ورأياً مشروعين في مبادرات تنمية السياحة، وكيفية تأثيرها في بلدهم، أو منطقتهم، أو مدينتهم، أو أسلوب حياتهم.

لكل هذه الأسباب، ليس من المبالغة القول: إن المجتمع هو المساهم الأكبر وصاحب المصلحة النهائية والأكثر أهمية في صناعة السياحة في المملكة. إن الهيئة العليا للسياحة ليست محقة فحسب، بل ملزمة أيضاً بترسيخ اهتمامها الأكبر للمجتمع، ووضع العلاقات المجتمعية في مركز عملها.

إذا أخذنا في الحسبان الأهمية الحيوية التي تتمتع بها المحددات الاجتماعية - الثقافية في المملكة، لا يبدو مستغرباً أن نتطرق بطريقة أو بأخرى إلى هذا الموضوع في الأقسام السابقة من الكتاب الحالي، خصوصاً في الفصل الثاني منه، إذ ناقشنا موضوع ماهية السياحة وأنواعها التي يجب تنميتها. لذلك من المفيد في تأسيس سياق الفصل الحالي البدء بتكرار موجز

لنقطة رئيسة أكدناها آنفاً في الكتاب حول التأثيرات الاجتماعية - الثقافية للسياحة في المملكة.

يرتبط هذا الموضوع بحقيقة أن جل الجدل الدائر في أدبيات السياحة الدولية عن الآثار السلبية للسياحة في المجتمعات المضيفة - تحديداً من خلال عمليات الغزو الثقافي - لا تتسحب على المملكة.

بوجه عام. يتركز هذا الجدل في مخاوف مشروعة من أن اتصال مجتمع ضعيف ثقافياً بآخر قوي يولد عملية أحادية الاتجاه والتأثير، أي إن قيم الأمة القوية (الزائر) ومواقفها، التي غالباً ما تكون قيم ومواقف المجتمعات الغربية، تنتقل إلى الأمة الضعيفة (المضيف) وتؤثر فيها.

هذا هو النموذج السائد لتنمية السياحة في معظم البلدان النامية، حيث لا يتوافر للسياحة سوق محلية مهمة، وينظر إليها جوهرياً على أنها صناعة تصديرية تعتمد على السياحة الوافدة، أي على الأسواق الأكثر غنى للاقتصادات الصناعية المتقدمة⁽¹⁾.

إن مخاطر تعرض المملكة العربية السعودية لغزو قيم ومواقف غربية وغير مقبولة تكاد لا تذكر، إن لم نقل غير موجودة أصلاً. ويرجع السبب في ذلك إلى أن بؤرة إستراتيجية تنمية السياحة السعودية تتركز - بالدرجة الأولى وإلى أبعد الحدود - في السياحة المحلية، أي في سفر السعوديين داخل بلدهم؛ وبالدرجة الثانية في دول الجوار العربية والإسلامية؛ وبالدرجة الثالثة في المجتمع الإسلامي العالمي.

هذا بحد ذاته توضيح آخر لفكرة المركزية السعودية في إستراتيجية تنمية السياحة، التي تتمحور على تسويق المملكة بوصفها وجهة سياحية كما أشرنا في الفصل السابق.

مع ذلك، وعلى الرغم من حقيقة أن بؤرة تنمية السياحة في المملكة تتركز في السوق المحلي، ومن ثم، لا يمكن أن توازي في جديتها الآثار السلبية الكامنة، التي كثيراً ما تحدث في الدول النامية المعتمدة على الأسواق الأجنبية، فإن من السذاجة القول: إن تنمية السياحة المحلية لا تتطوي على آثار سلبية على الإطلاق.

في الواقع - وكغيرها من أشكال التنمية الاقتصادية - يمكن للسياحة المحلية أيضاً أن تترك آثاراً سلبية في المجتمع والبيئة؛ لذلك تتحمل الحكومة، أي الهيئة العليا للسياحة، مسؤولية تقليص الآثار السلبية الكامنة إلى حدودها الدنيا، وذلك عبر التخطيط والتنمية المستدامة، وعبر الإدارة الفعالة لقطاع السياحة، في الوقت الذي تعمل فيه جاهدة لبلوغ أهداف التنمية العامة.

على هذه الأرضية، وعلى الرغم من جاذبية الجدل الواسع بين الحجج المؤيدة والمعارضة لتنمية السياحة على الصعيد العالمي، فإن أي نقاش للآثار الاجتماعية-الثقافية للسياحة في المملكة العربية السعودية يجب أن يتركز إلى حد بعيد في القضايا الاجتماعية - الثقافية الداخلية والخاصة بالمملكة.

وتتضمن الأسئلة المفتاحية التي تستحق الاهتمام في هذا المجال دور الدين مقابل العادات والتقاليد في المشاركة والإسهام بالسياحة؛ ومعايير السلوك الاجتماعي؛ والحاجة إلى تمكين العائلات من قضاء أوقات الترفيه مجتمعة، بدل تفريقها وتشتيتها؛ وكيفية إيجاد نظرة متوازنة للسياحة بوصفها، جوهرياً - وفي كل الأحوال تقريباً، نشاطاً اجتماعياً- ثقافياً بامتياز يؤمل أن يكون مفيداً أيضاً. وهكذا يبدو بوضوح أن خلفية هذه القضايا كلها تكمن في الافتقار إلى وعي مجتمعي كافٍ، وفهم حقيقي للسياحة، ومن ثم، تبرز الحاجة إلى معالجة هذا الوضع.

معالجة القضايا المفتاحية

لعل من المفيد في البداية تذكير أنفسنا ببعض الخصائص الأساسية للسياحة:

تقتضي السياحة بطبيعتها السفر والبقاء بعيداً عن المنزل. إنها ظاهرة لافتة ومبعثرة جغرافياً، تتبدى بشكلها الصرف على أنه نوع من الترفيه والاستجمام وقضاء أوقات الراحة بطرائق معينة. ويعد جوهر السياحة الحاجة والبحث عن الاسترخاء والتجدد، والثقافة، والتعليم، وتحقيق إنجازات شخصية، وربما قبل كل شيء آخر، المرح والتسلية.

وتتصف السياحة بقدر وافر من التفاعل الاجتماعي والألفة، وتدعم وتستفيد من المشاركة في الأحداث الرئيسة الثقافية والرياضية والتجارية وغيرها من النشاطات الجماعية عموماً؛ لذلك لا تعتمد السياحة على أنظمة النقل العام فقط، بل أيضاً على أنواع مختلفة ومتطورة باطراد، من مرافق، وخدمات الضيافة، والإطعام، والاستجمام، والتسلية.

تترافق هذه الخصائص الأساسية للسياحة بدهياً مع لازمة ثنائية الأبعاد:

أولاً: رغبات السائح - المستهلك الفرد، بل مطالبه في الحقيقة، بالوصول الدائم والسهل إلى طيف واسع من المرافق والخدمات ومواطن الجذب السياحي، في بيئة آمنة مطمئنة ومثيرة للاهتمام والمتعة.

ثانياً، ومن الجهة المقابلة، واجبات المتعهد أو المشغل السياحي في توظيف رأسمال استثماري على نطاق واسع نسبياً، يعتمد نجاحه وربحيته على مستويات الاستعمال المكثف للمرافق السياحية طوال العام، وخلال مدة زمنية طويلة.

بهذا المعنى تحديداً يحدث تلاقٍ بالغ الأهمية بين مصالح المواطنين

السعوديين واهتماماتهم بوصفهم سائحين آمنين في بلدهم، وبين صناعة السياحة ذاتها. إنه تلاق بين رغبة العامة في الوصول السهل إلى المرافق والخدمات ومواطن الجذب السياحي من جهة؛ ومن الجهة الأخرى، وتوقعات مقدمي الخدمات السياحية بجعل أعمالهم مجدية وقابلة للحياة والنجاح، وذلك عبر تشغيلها بطريقة لا انقطاع فيها، ولا عقبات، ضمن مجموعة قواعد وقوانين واضحة التعريف ومتساوقة التطبيق.

يشير أحد المسوح البحثية الذي أجرته الهيئة العليا للسياحة مدخلاً لصياغة إستراتيجية تنمية السياحة الوطنية⁽²⁾ إلى أن المواطنين السعوديين يجمعون الرأي على أن فرص الترفيه والاستجمام داخل بلدهم قاصرة وغير ملائمة؛ وأن البيئة الاجتماعية متقلبة ومقيدة أكثر من اللازم، وهذا يجعل فكرة المشاركة في السياحة المحلية ذاتها موضع شك وتساؤل؛ ومن ثم، فإن الأفضل السفر إلى وجهات سياحية أجنبية. وقد أكدت هذه الآراء والملاحظات أبحاثاً نوعية أخرى أجرتها الهيئة العليا للسياحة مؤخراً على السائحين السعوديين المسافرين إلى دولة الإمارات العربية المتحدة ومصر وماليزيا في موسم صيف عام 2006م، بهدف تفهم المواقف، والحوافز، والقرارات السياحية المحلية.

وقد خلص تقرير البحث على نحو متوقع إلى نتيجة مفادها أن "المملكة العربية السعودية لا تبدو وجهة سياحية ملائمة في موسم الصيف. للقيود الاجتماعية الراهنة والبنى التحتية غير المناسبة، من المحتمل أن يتوق الشبان والنساء إلى قضاء إجازاتهم في الخارج. ولا يختلف معهم في ذلك أرباب الأسر، الذين يدفعون عادة تكاليف هذه الإجازات"⁽³⁾.

يبدو أن نتائج البحث هذه تلخص بشكل دقيق التحديات التي تواجهها صناعة السياحة والهيئة العليا للسياحة. إذ ليس ثمة افتقار إلى الوعي

بالفرص التي تتيحها السياحة المحلية فحسب، على الرغم من محدوديتها في هذه المرحلة الأولية مقارنة مع الوجهات المنافسة، بل يشكك بعضهم أيضاً في قيمة الفكرة ككل، أي قضاء الإجازة داخل المملكة، وهو خيار أدنى بما لا يقارن مع خيار السفر إلى الوجهات السياحية الأجنبية.

ما الذي يؤثر في طلب السياحة والترفيه في السعودية؟

في معرض تحضيرها لإستراتيجية تنمية السياحة الوطنية، عالجت الهيئة العليا للسياحة القضيتين المفتاحيتين الآتيتين، من بين قضايا كثيرة أخرى، عبر مسح بحثي موسع⁽⁴⁾:

- الطبيعة والأهمية النسبية لمختلف القضايا الثقافية- الاجتماعية التي تؤثر في الطلب على السياحة، وتتأثر بدورها في تنمية السياحة في المستقبل.
- مواقف المجتمع السعودي تجاه السياحة.

دعونا ننظر بإيجاز إلى العوامل المفتاحية المؤثرة في طلب المجتمع السعودي على السياحة والنشاطات الترفيهية، مثل التسوق، والتسلية، والأكل في المطاعم، وزيارة المتاحف، وغيرها من المواقع السياحية، وهي كلها نشاطات يقوم بها المرء خلال العطلات.

الإسلام والقيم الاجتماعية

سوف يبقى الإسلام - كما هو الآن - في قلب المجتمع السعودي، يوفر الإطار القيمي الذي يعمل المجتمع وفقه وداخله. وتحدد أحكام الشريعة الإسلامية التي تطبقها المملكة، القسم الأكبر مما يمكن النظر إليه على أنه أنماط "السلوك المقبول ومعاييره". وبهذا يوفر الإسلام وأحكام الشريعة وتأويلها الإطار العام الذي تحدث في داخله التفاعلات الاجتماعية في المملكة. على سبيل المثال، يؤثر الإسلام في طول المدة الزمنية المتاحة للنشاطات

"الاختيارية"، كالترفيه والسياحة، وفي توقيت تلك الفترات المتاحة خلال اليوم والسنة. كما يؤكد الحاجة إلى درجة عالية من الفصل بين الرجال والنساء خارج منزل الأسرة، وإلى المستوى العالي من الخصوصية الذي تتطلبه الأسر السعودية عندما تكون بعيدة عن المنزل.

باستثناء النقطة الأولى، أي الوقت المتاح للنشاطات الاختيارية، ثمة غموض ملحوظ في كيفية تأويل الكثير من المسائل الأساسية. وتبدو قلة الوضوح هذه حاضرة في أرجاء المجتمع السعودي كافة، فهناك تباين واضح في تأويل ما يعده المجتمع السعودي "سلوكاً مقبولاً" بين مختلف مناطق المملكة.

ينظر تقليدياً إلى جدة والمنطقة الشرقية - على سبيل المثال -، على أنهما أكثر مرونة، في حين تعد المنطقة الوسطى أكثر تشدداً. من الواضح أيضاً أن ثمة إدراكاً عاماً بتنوع شديد في فرض القانون وتطبيقه، الأمر الذي يوجد حالة أشبه ما تكون بالمقاربة الاعتبارية للتنفيذ، ومن ثم، درجة من الحيرة والالتباس حول ما هو مسموح في أجزاء مختلفة من المملكة. ويتجاوز هذا الالتباس المدرك أفراد العامة ليشمل أولئك الذين يوفر المرافق السياحية، كالمتاحف والمتزهات وغيرها.

يبدو مهماً، من ناحية تنمية السياحة في المملكة، أن كثيرين من السعوديين يشعرون أن القيود الاجتماعية المفروضة على السلوك، وقلة الوضوح والتساق في تأويلها وتطبيقها، تشكل عائقاً رئيساً أمام مشاركتهم في النشاطات السياحية.

إن الإحساس العام قضية بالغة الأهمية وصعبة التغيير في السياحة، لذلك يبقى الوضع تجاه أنماط السلوك الاجتماعي ومعايير على حاله، وهو النظر إليها على أنه عائق أمام نمو حركة السياحة في المملكة.

قال نحو 23% من عينة مسح الهيئة العليا للسياحة المذكور آنفاً أنهم يسافرون إلى خارج المملكة تحديداً لأنهم يشعرون بالتححرر من بعض تلك

القيود المفروضة اجتماعياً. يبدو إذن أن نحو ربع السكان، ولعلمهم الشريحة الأكثر حراكاً في المجتمع، يعتقدون أن البيئة المقيدة اجتماعياً داخل المملكة توجد حالة غير مواتية، ولا تشجع على السياحة الداخلية. الأمر المحتم أن هذا يحد من الطلب على منتج السياحة المحلية، ويؤدي إلى تدفق الدخل، ورأس المال الاستثماري، والوظائف إلى خارج المملكة.

لكن علينا أن ننتبه إلى حقيقة أن ذلك ليس السبب الرئيس في سفر المواطنين إلى الخارج، فنتائج المسح الاستبيانى تشير إلى أن نصف السعوديين تقريباً يشعرون أنهم يحصلون على خدمات أفضل وقيمة أعلى لأموالهم عندما يقضون إجازاتهم في الخارج.

مع ذلك، ثمة حاجة ملحة لتأمين درجة من الوضوح حول ماهية القيود، وحول ما هو مجرد عادة وممارسة، ومن ثم، يخضع إلى أفضليات الشخص وربما ضغوطات جماعة الأقران. إن الهيئة العليا للسياحة تتبنى الرأي القائل إن توفير المرافق السياحية يجب أن يحترم ما هو مطلوب قانونياً، في حين يسمح بعد ذلك للمواطنين باتخاذ قرار قائم على الأفضلية الشخصية.

الأسرة:

الحياة العائلية بالغة الأهمية في المملكة العربية السعودية. وتتأثر الطريقة التي تتصرف فيها الأسر السعودية في الحياة العامة، وخلال إجازاتها، إلى حد بعيد بالدين الإسلامى وتأويله.

وعلى الرغم من الانحسار التدريجى لأهمية العائلة الموسعة داخل المملكة، تبقى الأسرة (النووية السعودية) (أي الأسرة الصغيرة) شديدة الترابط والقوة.

هناك طلب كبير على الخصوصية العائلية، الأمر الذى يتطلب بدوره تصاميم معينة للمرافق السياحية، كما تدل على ذلك الخيم أو الشاليهات الإفرادية المنفصلة إحداها عن الأخرى بجدران أو سياجات مرتفعة في كثير

من القرى السياحية والمتزهات الألعاب، ومهرجانات التسلية العائلية، وهو أمر منطقي تماماً، ولا ضير فيه.

لكن على المرء أن يقدر حقيقة أن بعض المواقع والمرافق السياحية - بطبيعتها - لا تستطيع أن تلبي مطلب الخصوصية بشكل كامل. وفي حين يؤمن قطاع الإيواء عموماً درجة عالية من الخصوصية، فذلك ليس حال كثير من المتاحف، أو مواقع مهرجانات التراث الثقافي، كالجنادرية على سبيل المثال.

إن طبيعة هذه المرافق لا تسمح دائماً بإقامة عوازل مادية لإبقاء الأسر بعيداً عن فئات العزab - مثلاً -؛ لذلك تلجأ الإدارة إلى فتح المرفق السياحي أمام فئات مختلفة في أيام مختلفة من الأسبوع. كثير من المواقع تفتح أبوابها للعزab فقط في أيام محددة، وللنساء وأطفالهن في أيام أخرى، ويبدو أن القليل جداً من أماكن الجذب السياحي في المملكة قادرة أو مهيأة لاستقبال الأسرة بكاملها في اليوم نفسه.

ثمة عدم اتساق أيضاً في تطبيق مقتضيات الفصل بين الجنسين في أجزاء مختلفة من القطاع السياحي. يسمح باختلاط الجنسين في ردهات المطارات، ومراكز التسوق، والأماكن العامة في مراكز المدن الكبرى، مثلاً، في حين هناك فصل صارم في كثير من المتاحف والمواقع التاريخية، حيث يتوجب على الرجال والنساء زيارتها في أيام مختلفة، حتى إن كانوا متزوجين!

هذا العجز في كثير من المرافق السياحية عن إيواء العائلة ككل في الوقت نفسه يحد أيضاً من الطلب على السياحة المحلية، ويبدو أنه يشكل عائقاً رئيساً أمام تميميتها في المملكة.

نحو 30% ممن أجابوا عن مسح الهيئة العليا للسياحة المذكور أعلاه شعروا في الواقع أن النشاطات السياحية المتوافرة في المملكة غير ملائمة للأسرة.

لهذا تصبح الإجازات الخارجية أكثر أهمية بالنسبة إلى العائلة، ففي الخارج تستطيع الأسر التحرر من هذه القيود. كثير من النساء اللاتي شاركن في اجتماعات مجموعة الاهتمامات الخاصة، التي أقامتها الهيئة العليا للسياحة في معرض تحضيرها لإستراتيجية تنمية السياحة الوطنية رأين في السياحة نشاطاً "مهماً وثنياً" تحديداً، لأنها تتيح للأسرة بأكملها قضاء وقتها معاً⁽⁵⁾.

مع ذلك، تؤكد الاستشارات التي أجرتها الهيئة العليا للسياحة مع مختلف الفئات المجتمعية ومنظمات المساهمين أن ثمة اهتماماً عاماً ورغبة واضحة برؤية المزيد من العائلات السعودية تقضي إجازاتها داخل المملكة؛ لأنها لن تتعرض لبعض التأثيرات غير اللائقة التي يمكن أن توجد في الخارج.

ويبدو الانقسام واضحاً هنا بين التطلع إلى وجود سياحة أفضل في الداخل من جهة، والإحساس العام بأن البيئة الاجتماعية مقيدة نسبياً من جهة أخرى.

من الجوهرى، إذن، تبيان معايير الفصل بين الجنسين في الأماكن العامة، كالمتاحف وحدائق الحيوان والمواقع الأثرية والمتنزهات العامة. والمؤكد أن توضيح هذه القضية والتطبيق المتساوق لها سوف يكون لهما تأثير عميق في كيفية توفير السياحة العائلية تحديداً، ومدى تقدمها داخل المملكة. لذلك جعلت الهيئة العليا للسياحة أحد أهدافها المفتاحية إقامة حوار دائم بينها وبين المساهمين، وأصحاب المصلحة المؤثرين في صناعة السياحة، كي تضمن وجود تساوق في ترتيبات استخدام المرافق السياحية، وحق الوصول إليها في كل مناطق المملكة، وكي تزيل الشكوك والالتباس حول السلوك المسموح به في الأماكن العامة، هذا بدوره سوف يسهل إيجاد بيئة ودية وأكثر ترحيباً بالاستثمارات الضرورية في البنية التحتية الداعمة لنمو السياحة.

العوامل الديموغرافية:

تزخر المملكة بشعب فتى ونامٍ، إذ بلغت نسبة الشباب تحت سن العشرين فيه نحو 60٪، في حين ازداد متوسط العمر المتوقع إلى حد كبير في العقود القليلة الماضية. وقد أدى ذلك إلى ظهور عدة فئات سكانية متميزة في السوق الاقتصادي، بما فيها فئة السعوديين كبار السن، الذين عايشوا أسلوب الحياة التقليدي والحديث، وفئة أكبر بكثير من السعوديين الشباب الذين لم يعرفوا إلا أسلوب الحياة الحديث، والحضري، الاستهلاكي النزعة.

قال زهاء نصف المشاركين في مسح الهيئة العليا للسياحة من السعوديين والمقيمين إن المرافق السياحية في المملكة لا تلبي حاجات النساء.

يشكل سوق العزاب أيضاً فئة أخرى ومصدراً رئيساً كامناً للطلب على السياحة في السنوات القادمة. وينزع العزاب إلى السفر ضمن جماعات، ويجدون صعوبة أحياناً في الوصول إلى المرافق والمواقع السياحية والترفيهية بسبب قواعد الفصل بين الجنسين؛ لذلك يسافر الكثير من العزاب إلى وجهات خارج المملكة، حيث يواجهون قيوداً أقل على ما يستطيعون فعله.

ويمثل ذلك دخلاً سياحياً ضائعاً على الاقتصاد السعودي، يخسره أساساً نتيجة البيئة الاجتماعية السائدة. لكن، بعيداً تماماً عن المضامين الاجتماعية الواسعة، من حيث عزلة الشباب وتغريبهم وتعرضهم لما يمكن عدّه أساليب حياة غير لائقة خارج المملكة، فإن ثمة حاجة ملحة لتوفير مرافق استجمام وترفيه تعكس حاجات ورغبات العزاب الخاصة في الوجهات السياحية في مختلف مناطق المملكة، إن شئنا ألا نخسر هذا المصدر الكبير، والكامن للأعمال.

طرائق العمل الممكنة

طرحنا في الفقرات السابقة بعض القضايا الاجتماعية التي تتعلق بالأمة، وحياتها، وثقافتها، واقتصادها، التي تعد أكبر بكثير من صناعة السياحة ذاتها

كما هو واضح. ويمكن للمرء أن يتفهم حقيقة أن السياحة تتأثر بهذه القضايا، وأنها قد تؤثر سلباً في المجتمع إن جرت تنميتها بطريقة غير مخططة ومنضبطة.

بالمعيار نفسه، إذا أخفقت صناعة السياحة في الاستجابة بشكل مُرضٍ للحاجات والمتطلبات الترفيهية لكل فئات المجتمع، فستكون قد أخفقت في الإسهام في تحقيق أهداف التنمية الاجتماعية العريضة في المملكة. لكن ذلك لا يعني أن السياحة - كما تصورها مجلس الوزراء وكما خطت لها الهيئة العليا للسياحة وروجتها - تسعى إلى أن تكون أداة للتغيير الاجتماعي أكثر من أي نشاط آخر للتنمية الاجتماعية - الاقتصادية.

تؤمن الهيئة العليا للسياحة بعكس ذلك بقوة أن المملكة قادرة على تنمية صناعتها السياحية وتطويرها، وجني ثمار الرفاه الاقتصادي، وصالح الحال الاجتماعي التي تغلها، لا عن طريق أي تغيير راديكالي غير مرغوب فيه، بل بالوصول إلى درجة كافية من الوضوح والتساقق واليقين في مجال السلوك الاجتماعي. هذا بدوره سوف يمنح المستهلك ثقة أكبر في البلد بوصفها كوجهة سياحية معتمدة وموثوقة، بالإضافة إلى تحسين مناخ الاستثمار في صناعة السياحة الوطنية.

لتحقيق ذلك النوع من الوضوح، لا بد للمجتمع أولاً من فهم أفضل للسياحة على أنه ظاهرة اجتماعية-اقتصادية، وتقدير أكبر لإمكانات إسهامها برفاهيته وصالح حاله. بلا شك، لا بد أن يكون هذا النوع من التوعية العامة بالسياحة هدفاً طويل الأمد؛ لأن تغيير المواقف عموماً لا يتم إلا بطريقة تراكمية وتدرجية، ولعل من الواقعي القول إن مثل هذه العملية قد تستغرق جيلاً بأكمله.

بالتوازي مع عملية التوعية السياحية، ثمة حاجة إلى إعلام وتوعية

المجتمع بفكرة قضاء الإجازة داخل المملكة وتفضيلها على الوجهات الأجنبية. بعبارات أخرى، من الضروري تنشئة ثقافة الإجازة في الوطن وداخل البيت السعودي ورعايتها⁽⁶⁾. بالطبع، علينا الاعتراف بأن هذا الهدف يتجاوز مهمة التوعية ويندرج في باب الوظيفة التسويقية، لكن يجدر بنا الأخذ في الحسبان حقيقة أن إيجاد وعي سياحي وترويج الوجهة السياحية نشاطان لا يمكن دائماً تحديدهما بدقة أو فصل أحدهما عن الآخر. لهذا من المنطقي أن يحمل الفصل الحالي أصداء نقاش الفصل السابق حول تسويق المملكة العربية السعودية على أنها وجهة سياحية.

وضعت الهيئة العليا للسياحة "خطة عمل السياحة والمجتمع" وبدأت بتنفيذها، وذلك لإحداث مثل هذا التغيير الإيجابي في المواقف، عبر الحوار والتشاور مع كل الأطراف المعنية، وعبر المبادرة إلى إجراء وتوجيه نقاش عام وعقلاني وصادق حول السياحة في المملكة.

تتجسد الأهداف العامة لخطة عمل السياحة والمجتمع تحديداً فيما يأتي:
أولاً: إيجاد وعي إيجابي بدور السياحة وقدرتها الكامنة على الإسهام في تطوير المجتمع، والاقتصاد، والعمل على تنمية الدعم لصناعة السياحة من الحكومة وعامة الناس على حد سواء.

ثانياً: تطوير الاهتمام بموارد المملكة السياحية ورعايتها، ومواقع الجذب، وفرص الإجازات والتجارب السياحية التي توفرها ومن ثم، تنشئة ثقافة "الإجازة في الوطن".

ثالثاً: تهدف خطة عمل السياحة والمجتمع إلى تعزيز آثار السياحة الإيجابية، وتقليل آثارها السلبية إلى الحد الأدنى، عبر إيجاد وعي أكبر، وتقدير أفضل للموارد التحتية الطبيعية، والثقافية، والترفيهية. أخيراً، تسعى الخطة أيضاً إلى تنمية الوعي والتقدير للمنافع الشخصية والاجتماعية

الكامنة في تنمية السياحة المخططة، والفوائد التي تعود بها على المواطنين السعوديين، وذلك من خلال شرح مفهوم السياحة بشكل عام، وتنمية السياحة كما تراه الهيئة العليا للسياحة بشكل خاص.

التوعية العامة بالسياحة

يشكل هذا المفهوم بمعنى ما مظلة يندرج تحتها طيف واسع من البرامج والأعمال المحددة التي ينصح باستخدامها، والتي تسعى كلها إلى إيجاد وعي أفضل بالسياحة. كما تسعى إلى إنشاء شبكة اتصالات ومعلومات تدعم عملية تنمية السياحة.

ويتضمن هذا المفهوم الحاجة إلى الاعتراف بوجود فئات وجماعات مميزة داخل المجتمع ككل، يؤدي كل منها دوراً محدداً في عملية التنمية، ويحتاج إلى نوع خاص من المعلومات.

يحتاج عامة الناس على سبيل المثال، إلى فهم مدى إسهام صناعة السياحة الإيجابي في الاقتصاد. لكنهم يحتاجون أيضاً إلى إدراك أن للسياحة المحلية منافع شخصية وتأثيرات مجتمعية و تقدير ذلك، سواء من ناحية آثارها المنشطة والمقوية على الصعيد الفردي، أم من ناحية حماية التراث الثقافي والطبيعي والحفاظ عليه، أم في دورها المساعد على تمتين اللحمة الاجتماعية، وبناء الأمة. بالمعيار نفسه، يمكن أن تترك بعض أنماط تنمية السياحة واستخدامات الأرض - إضافة إلى بعض أنماط السلوك الشخصي في أثناء القيام بالنشاطات الترويحية والترفيهية - آثاراً ضارة إلى أبعد الحدود؛ لذلك تزداد الحاجة إلى الوعي والتوجيه المناسبين.

لا تحتاج السلطات في الجهة إلى فهم أهمية الآثار الاجتماعية- الثقافية للسياحة المحلية فحسب، وهي آثار يصعب عادة قياسها، بل من الحيوي أيضاً أن تتفهم طبيعة وحجم الآثار الاقتصادية للسياحة وحجمها، وهذه قابلة للقياس ومن ثم، يمكن أن توجه صناعة القرار وتبني السياسات المناسبة.

يجسد المثالان المذكوران آنفا أغراض برنامج التوعية العامة بالسياحة لاثنتين فقط من الفئات المتميزة الكثيرة التي تكوّن المجتمع السعودي، لكنهما يوضحان نقطة مهمة، وهي أن المعلومات والرسائل المختلفة التي تبثها الهيئة العليا للسياحة يجب أن تتواءم مع احتياجات كل فئة مجتمعية على حدة.

فصناع سياسات القطاع العام، والمستثمرون، والمجتمع الأكاديمي، والفئات المهنية المختلفة، فئات لها اهتمامات خاصة بالتقارير الإحصائية المفصلة، وبيانات السياسة والاستراتيجية، والدراسات التقنية، وغيرها من الأبحاث والمنشورات التي تصدرها الهيئة العليا للسياحة.

قد لا يكون للعامة اهتمام عميق مماثل بمواد المصادر التقنية المذكورة آنفاً، بل يحتاجون إلى معلومات عن مناطق جذب الزائر، سواء أكانت مواقع أم مهرجانات أم مناسبات أخرى، وما يتعلق بها من تجارب سياحية توفر تحفيزاً كافياً للسفر داخل المملكة، بالإضافة إلى معلومات عن فرص إقامة مشروعات تجارية صغيرة ومتوسطة الحجم في مجال السياحة، أو فرص التوظيف والآفاق المهنية.

عندما يُحدد مدى التوعية العامة بالسياحة على هذا النحو الشامل، الذي يشمل كل الفئات المجتمعية، يمكن منطقياً عدُّ أن كل ما تقوله أو تفعله الهيئة العليا للسياحة في المجال العام يساعد على زيادة الوعي بالسياحة.

النقطة المهمة هنا أن الحملات المركزة والمصممة خصيصاً للتوعية السياحية تبقى ضرورية، لكن، في الإطار الأعم للأشياء، إن كل مناسبة تنظمها الهيئة العليا للسياحة أو تساعد على إقامتها، كل تقرير تنشره وتوزعه، كل دليل أو خارطة تقدمها، كل مؤتمر تشارك فيه أو تنظمه، كل بيان تصدره وتتناقله وسائل الإعلام المختلفة، وعموماً كل إجراء تتخذه يخدم بالضرورة، ويسهم عن حق، في تركيز الاهتمام ولفت الانتباه إلى صناعة السياحة في

المملكة. وبدورها تسهم كل هذه الأعمال، بدرجات متفاوتة، في توعية وتوجيه المفاهيم العامة حول صناعة السياحة وصياغتها.

لقد أدركت الهيئة العليا للسياحة منذ البداية حقيقة هذه الحالة، ومن ثم، عليها تركيز انتباه اجتماعي خاص في كل بياناتها العامة، وكل واحد من أعمالها، بهدف ضمان التساوق والدقة الحقيقية للمعلومة والرسالة التحتية. بهذه الطريقة استطاعت الهيئة العليا للسياحة اكتساب مصداقيتها وسلطانها المرجعية بأعين جماهيرها المختلفة.

من المفيد - مما سبق - الآن إيجاز بعض المبادرات المحددة للتوعية السياحية التي قامت بها الهيئة العليا للسياحة، ضمن إطار خطة عمل السياحة والمجتمع، والتي استهدفت فئات مجتمعية محددة.

ابتسم - برنامج التربية السياحية المدرسية⁽⁷⁾:

من المنطقي أن يحظى الشباب عموماً، وطلاب المدارس خصوصاً، بالأولوية في أغراض التوعية السياحية، إذ يؤدي الطلاب دوراً مفتاحياً كجزء من عملية طويلة الأمد؛ لإيجاد ثقافة سياحية سعودية وتعزيزها. إنهم لا يمثلون فقط الجيل الجديد الذي يحمل المواقف الجديدة تجاه السياحة المحلية، بل يحتلون أيضاً موقعاً يتيح لهم التأثير في جيل آبائهم.

وقد عملت الهيئة العليا للسياحة بالتعاون بالاشتراك مع وزارة التربية والتعليم على صياغة برنامج خاص للتربية السياحية المدرسية - يعرف باسمه المختصر في اللغة العربية: "ابتسم". ويستهدف البرنامج طلاب المدارس المتوسطة والثانوية، وتم تقديمه إلى أكثر من خمسين ألف طالب سنوياً منذ إنطلاقه في عام 2007م. وقد استخدم البرنامج مواد ووسائل تعليمية ومصادر معلومات صممت وأنتجت خصيصاً للطلاب والمعلمين، وجمعت بين التعليم في غرفة الصف والرحلات الميدانية الموجهة إلى مواقع سياحية مفتاحية في

المنطقة، التي تقع فيها كل مدرسة. (انظر أيضا العرض 10: "ابتسم"، برنامج التربية السياحية المدرسية).

يهدف برنامج "ابتسم":

أولاً: إلى زيادة فهم صناعة السياحة وتقديرها من خلال فهم أكبر لتراث المملكة الثقافي والطبيعي وتقديره إلى جانب فهم لمنافع السياحة الاقتصادية والاجتماعية - الثقافية وتقديرها أيضاً.

ثانياً: من أهداف البرنامج - كذلك - زيادة فهم فكرة السياحة المحلية، وتقبلها والرغبة زيادة في السفر وزيارة أماكن أخرى داخل المملكة، والتفكير بامتهان العمل في صناعة السياحة.

ثالثاً: يهدف برنامج "ابتسم" إلى تطوير المواقف العامة من خلال تطوير المواقف الفردية، مع تأكيد أهمية السلوك القويم للمضيف والزائر على حد سواء، وتعزيز الوعي البيئي، وتقوية أخلاقية الحفاظ على البيئة وحمايتها، وزيادة مهارات التقصي، واستكشاف مختلف أوجه صناعة السياحة.

من الجدير في هذا السياق تكرار النقطة التي أثرتها سابقاً حول صعوبة رسم خطوط واضحة تفصل المبادرات والبرامج المندرجة تحت المجالات الوظيفية المتعددة للهيئة العامة للسياحة. فبوصفها جزءاً من خطة العمل المتكاملة والموحدة للهيئة العليا للسياحة، من المنطقي أن تتربط مختلف المبادرات داخلياً وتعتمد على التآزر المشترك الذي أوجدته.

وهكذا يتواءم برنامج "ابتسم" بطريقة محكمة مع كثير من المبادرات والبرامج الأخرى، التي أطلقتها الهيئة العليا للسياحة.

ارتبط برنامج "ابتسم" ارتباطاً وثيقاً مع أربعة برامج مفتاحية تحديداً أوجزناها للتو في الفصول السابقة من الكتاب وهي:

أ- الحملة الترويجية "ثقافة السياحة في المجتمع".

ب - برنامج "لا تترك أثراً" (انظر العرض 6: برنامج "لا تترك أثراً")، الذي يهدف إلى تعزيز أخلاقية الحفاظ على البيئة وتشجيع نشاطات السياحة البيئية المستدامة، مركزاً في الشباب بمن فيهم الطلاب.

ج - برنامج "يا هلاً" للتوعية السياحية (انظر العرض 7: برنامج التوعية السياحية)، الذي يهدف إلى إيجاد وعي بالسياحة بين عدة فئات مستهدفة، بما فيها القوى العاملة حالياً في قطاع السياحة، إضافة إلى تشجيع الشباب على امتحان العمل في صناعة السياحة.

د- المبادرة الساعية إلى إعادة هيكلة نظام العطل المدرسية، التي تهدف بالدرجة الأولى إلى التخفيف من حدة ظاهرة الموسمية، عن طريق زيادة فرص السياحة الداخلية أمام الأسر السعودية.

قواعد السلوك:

أطلقت الهيئة العليا للسياحة مبادرة رئيسة أخرى في مجال إيجاد وعي سياحي، تجسدت في تطوير "قواعد السلوك" ونشرها وتوزيعها. استهدفت المبادرة ثلاث فئات رئيسة خصت كلا منها بمجموعة قواعد سلوك هي: قواعد سلوك السائحين المحليين، أي المواطنين السعوديين المسافرين داخل المملكة؛ وقواعد سلوك الزائرين الأجانب؛ وقواعد سلوك صناعة السياحة ذاتها، أي مقدمي الخدمات والمنتجات السياحية.

تتدرج مجموعات قواعد السلوك الثلاث في النهاية ضمن الجهد العام الرامي إلى إيجاد وعي إيجابي عن طريق تعليم كل فئة بالسياحة في المملكة وتثقيفها، طبعاً مع إعطاء توجيهات وإرشادات محددة لكل منها.

ويسعى برنامج قواعد السلوك إلى توجيه النصح والإرشاد لأفراد كل فئة حول كيفية التصرف في أثناء السفر في المملكة لقضاء إجازاتهم، لافتاً

انتباههم بحذر إلى أشياء محددة يجب ولا يجب فعلها. (يقدم الملحق المرفق بهذا الفصل اقتباسات مفتاحية من قواعد سلوك السياح الأجانب والمحليين بغرض الإيضاح).

السياحة الاجتماعية:

يبدو من المناسب في فصل عن المجتمع والثقافة والسياحة، وفي سياق السياسة العامة بالتركيز في تنمية السياحة المحلية، أن نناقش بإيجاز مفهوم السياحة الاجتماعية، وكيف ولماذا قد تكون ملائمة للمملكة العربية السعودية، بالطبع بعد تعديلها؛ لتعكس الظروف الخاصة للمملكة، والمجتمع السعودي.

السياحة الاجتماعية - كما تجري ممارستها في كثير من الدول الأوروبية - مفهوم واسع جداً، لكن سمته المميزة هي فكرة تمكين أصحاب الدخل المحدود، والمتضررين جراء الإعاقة أو السن أو الأسرة أو ظروف أخرى، من المشاركة في السياحة عبر أشكال مختلفة من الدعم أو التدابير الأخرى⁽⁸⁾.

ترجع جذور السياحة الاجتماعية - تاريخياً - إلى نقابات العمال والتعاونيات والمنظمات الخيرية في أوروبا في بدايات القرن العشرين، لكن على الرغم من ارتفاع مستويات المعيشة والحبوكة النسبية، تستمر فكرة السياحة الاجتماعية إلى يومنا هذا بأشكال مختلفة في الدول المتقدمة، بعد أن تبنتها الدولة والمجتمع الأعم خدمة اجتماعية جوهرية من خدمات دولة الرفاه والرعاية الاجتماعية⁽⁹⁾. تعد السياحة الاجتماعية - على سبيل المثال - في كثير من دول الاتحاد الأوروبي جزءاً مكملًا لسياسات الرعاية الاجتماعية، وتستخدم الدوائر الحكومية في المملكة المتحدة قلة السفر في الإجازات معياراً للفقر في وقتنا الحالي.

إن المسوغ العقلي وراء تطور التفكير في السياحة الاجتماعية ومقاربتها

يمكن في تقبل الافتراض بأن نشاطات السياحة الاجتماعية تسهم في تمكين اللحمة الاجتماعية⁽¹⁰⁾. وتبرز الدلائل البحثية المتجمعة على مر السنين الفوائد المهمة للسفر في الإجازات.

بعبارات أخرى، تسهم السياحة، أو السفر في الإجازات، في بناء كيانات أسرية أقوى وأكثر سعادة.

وتؤكد المادة 31 من ميثاق حقوق الطفل، الذي أقرته الأمم المتحدة، من بين مواد كثيرة أخرى، أهمية حصول الأطفال على الراحة والاستجمام بشكل دوري، إذ "يتمتع كل طفل بحق الراحة والترفيه، واللعب والنشاطات الترويحية"⁽¹¹⁾.

على الرغم من أن السياحة الاجتماعية تؤدي بوضوح غرض رعاية اجتماعية، وتتضمن في كل الأحيان تقريباً شكلاً من أشكال الدعم الحكومي أو المساهمة الخيرية، تجدر الإشارة إلى أن لها - فضلاً عن بعدها الاجتماعي - بعداً اقتصادياً أيضاً؛ نظراً لأن معظم أنظمة السياحة الاجتماعية تتجمع في فترات تقع خارج أوقات ذروة الموسم السياحي، حين تكون القدرة المتاحة لصناعة السياحة معطلة، تساعد السياحة الاجتماعية في التخفيف من حدة ظاهرة الموسمية، وظاهرة اكتظاظ المنتجعات، والمرافق السياحية، خلال أوقات الذروة، بالإضافة إلى إسهامها في تخفيض العمالة الموسمية⁽¹²⁾.

وتشير الدلائل البحثية إلى أن أنظمة السياحة الاجتماعية، من منظور الاقتصاد الكلي، مربحة للدولة عموماً، مقارنة بالدعم الذي تقدمه إلى مثل هذه الأنظمة.

ويحدث ذلك نتيجة تراكم عائدات الدولة على شكل إسهامات الضمان الاجتماعي، وضريبة القيمة المضافة، وضريبة الشركات وأنواع ضريبية أخرى،

ومن مدخرات تجمعها الدولة من تعويضات البطالة التي كان يتوجب عليها دفعها لولا أنظمة السياحة الاجتماعية.

وهكذا، من منظور الإنفاق العام والسياسة المالية، تتطوي أنظمة السياحة الاجتماعية التي تدعمها الدولة على مصلحة ذاتية مستتيرة⁽¹³⁾.

استتبعت كل دولة تشغل برامج السياحة الاجتماعية طرائقها الخاصة ومشروعاتها الفريدة. أما بالنسبة إلى المملكة العربية السعودية فتركز القضية - لأغراض بحثنا الحالي - على إمكانية تطبيق فكرة السياحة الاجتماعية الأساسية.

إذا أخذنا السياحة الاجتماعية بمعناها الواسع - أي تمكين بعض الفئات الاجتماعية المحرومة من المشاركة في السياحة والاستجمام - فإنها بالتأكيد قابلة للتطبيق في المملكة، خصوصاً إذا لم ينظر إلى الحرمان على أنه مادي محض.

تظهر الأبحاث التي أجرتها الهيئة العليا للسياحة في سياق التحضير لوضع إستراتيجية تنمية السياحة الوطنية أن فئات معينة في المجتمع السعودي - بما فيها النساء والعزاب وكبار السن والمعوقين - تشعر بالغبن أو قلة الرعاية في الترتيبات القائمة في المملكة في جانب توفير السياحة والترفيه. 14 من المرجح جداً أن تكون هناك فئات اجتماعية يمكن إضافتها في هذا المجال، كأصحاب الدخل المحدود من موظفي القطاعين العام والخاص. في الحقيقة يمكن توسيع المفهوم ليشمل الطلاب وتلاميذ المدارس، بغرض زيادة دور الرحلات الميدانية، بوصفها جزءاً قيماً من المناهج المدرسية.

إن اللازمة الطبيعية للإدراك بأن هناك فئات معينة في المجتمع حرمت لسبب ما من المشاركة في السياحة والترفيه، تكمن في أن ثمة فائدة من اتخاذ إجراءات تخفف آثار القيود التحتية المسببة لذلك الحرمان. من ناحية أخرى، وكما هو الحال في بقية الدول التي تتبنى أنظمة السياحة الاجتماعية، هناك منافع أيضاً للمملكة، بما فيها تحقيق قدر أكبر من التماسك الاجتماعي، وتحسين حال الأسر والأفراد وزيادة معرفتهم ببلدهم وتراثهم الوطني، الأمر الذي يساهم في بناء الأمة. ويمكن أن تتضمن المنافع أيضاً تحسين المناهج المدرسية والعملية التعليمية والتربوية ككل، وزيادة الفوائد الاقتصادية عبر إيجاد طلب متزايد على السياحة في الفترات خارج أوقات الذروة، ومن ثم، تخفيف موسمية صناعة السياحة. أخيراً وليس آخراً، تتضمن المنافع تعزيز حضور صناعة السياحة في المملكة لكونها عاملاً إيجابياً في المجتمع.

يبدو جلياً أن قضية السياحة الاجتماعية تؤثر في مجالات السياسة العامة الواسعة، خصوصاً التربية والتعليم، والرعاية الاجتماعية وشؤون الشباب. لكن الاهتمام الواضح للهيئة العليا للسياحة في القضية لا ينبع فقط من معرفتها وخبرتها بصناعة السياحة، بل أيضاً من قدرة مشروعات السياحة الاجتماعية الكامنة على التخفيف من مشكلة موسمية صناعة السياحة.

تستطيع الهيئة العليا للسياحة بوضعها الحالي التعاون مع هيئات حكومية أساسية، كوزارتي التربية والتعليم والشؤون الاجتماعية، والرئاسة العامة لرعاية الشباب، بالإضافة إلى المنظمات الخيرية. وبإمكانها أيضاً إشراك الأعمال السياحية وتنسيق العمل على تصميم أنظمة سياحية ملائمة لفئات مستهدفة.

في الختام:

لقد أثبتنا أن مصالح المواطنين السعوديين بوصفهم سياحاً في بلدهم، ومصالح صناعة السياحة ذاتها تتلاقى بطريقة بالغة الأهمية، من حيث الحاجة إلى الوصول الدائم والسهل، والتشغيل الفاعل لمرافق الجذب السياحي ومواقع وخدماته. لكن هناك حاجة أيضاً إلى معالجة سوء الفهم حول السياحة المحلية بين قطاعات من المواطنين السعوديين، بالإضافة إلى معالجة الافتقار إلى الوعي والمعرفة بالمرافق، ومواقع الجذب السياحي القائمة في البلد، والعمل تدريجياً على بناء صورة المملكة لتكون بديلاً معقولاً لوجهات السياحة الأجنبية.

لتحقيق هذه الغاية ثمة حاجة ماسة إلى الآتي:

أولاً: إلى توضيح الغموض والالتباس المحيط بمدى السلوك الشخصي وطبيعته، وعلى وجه التحديد تمكين الأسرة بكاملها من الاجتماع بوصفها وحدة متكاملة والاستمتاع بالنشاطات الترفيهية والترفيهية مجتمعة.

ثانياً: ضرورة إيجاد وعي بالآثار الإيجابية للسياحة على صلاح الحال الشخصي والأسري، وعلى التماسك الاجتماعي.

ثالثاً: إدراك الحاجة إلى إجراءات خاصة لزيادة توفير خدمات السياحة، والترفيه لفئات اجتماعية محددة، ليست حالياً في متناول يدها.

إن الوضوح في مسألة معايير السلوك الاجتماعي سوف توجد مناخاً أفضل لصناعة السياحة يؤدي إلى:

أولاً: إلى زيادة الاستثمار في مرافق وخدمات السياحة والاستجمام.

ثانياً: إلى زيادة المشاركة في نشاطات السياحة والاستجمام المحلية.

ثالثاً: إلى خفض معدلات السفر وتدفق الأموال إلى الخارج.

وإدراكاً من الهيئة العليا للسياحة بأن عموم المجتمع يقع في قلب كل الجهود الرامية إلى تنمية السياحة، فقد صممت وباشرت العمل في برنامج رئيس ومستمر للتواصل مع المجتمع وإعلامه و"توعيته" بالسياحة في المملكة، وبدوره المزدوج مضيفاً وزائراً في وطنه.

تبقى أخيراً هيئات الدولة وأنساق صناعة السياسة جماهير مستهدفة ببرنامج التوعية العامة بالسياحة، مثلها في ذلك مثل المجتمع الأعم. وتحتاج تلك الهيئات إلى مدخلات معلومات خاصة بها؛ تمكنها من اكتساب الفهم، والتقدير الضروريين للسياحة، على أنها ظاهرة اجتماعية واقتصادية رئيسة، كي تستطيع تقديم تعاونها الفاعل، ودعم جهود التنمية.



ملحق

اقتباس من "قواعد سلوك السائح الأجنبي القادم

إلى المملكة العربية السعودية"*

عزيزي الزائر:

تود الهيئة العليا للسياحة أن ترحب بك في المملكة، وتتمنى لك زيارة ممتعة لمواقعنا السياحية والترفيهية ومراكز تسوقنا المتنوعة. نأمل أن تستمتع بمناخ المملكة، وشواطئها الجميلة، ومرافقها السياحية الممتازة والمتوافرة في أرجاء المملكة كافة.

1- الدين في المجتمع السعودي:

المملكة العربية السعودية دولة إسلامية يتمسك شعبها بالقيم والأخلاق العربية والإسلامية. أنت مدعو إلى مشاركتنا المزايا والمنزلة الرفيعة التي حباها الله وطننا، وإلى عيش تجربة سياحية فريدة بيننا. نود تذكرك أن:

- المملكة العربية السعودية تحترم الأديان السماوية كافة.
- المساجد دور عبادة المسلمين، ومن ثم يجب التعامل معها باحترام.
- الدين الإسلامي يحرم بيع المشروبات الكحولية والمخدرات وشراءها وتعاطئها، كما تحظرها الأنظمة المحلية.
- اللباس المحتشم للرجال والنساء في الأماكن العامة، ووفق العادات والتقاليد المحلية، واجب تتحتم مراعاته.

2- القيم والعادات والتقاليد:

- أنت مدعو للتمتع بتقاليد حسن الضيافة، وعادات إكرام الضيف والترحيب به بحرارة في وطننا. كما ندعوك إلى الإسهام في الحفاظ على عادات المجتمعات المحلية وتقاليدها، عبر إدراكها، واحترامها، ونذكر منها:
- أهمية الاستفسار مسبقاً عن طبيعة زيارة الأماكن العامة ومواعيدها، كالمتاحف والمتزهات وحدائق الحيوان، نظراً لاختلاف مواعيد الزيارة بالنسبة إلى الأسر والنساء والشباب العازبين.
 - ضرورة استئذان الرجال والنساء والأطفال قبل أخذ صورههم الفوتوغرافية.
 - دفع الإكرامية (البقشيش) غير ضروري في المملكة ومترك لتقدير الزائر وكياسته.

3- الآثار والتراث الثقافي:

أنت مدعو إلى التمتع بتراث المملكة الثقافي، والمساعدة على حمايته،

والحفاظ عليه للأجيال القادمة. ويمكنك فعل ذلك بالطرائق الآتية:

- زيارة المتاحف والمواقع التاريخية المحلية، كي تتعرف إلى التراث، والآثار المحلية.
- إظهار تقديرك للثقافة والفنون والحرف اليدوية للمجتمعات المحلية، والمشاركة في دعم المحاولات المحلية الرامية إلى الحفاظ عليها، وتقديمها للزائرين بطريقة أفضل.
- إدراك أن تقديرك لتراثنا سوف يكسبك الاحترام حيثما ذهبت، سواء أكانت الحراسة متوافرة في المواقع التي تزورها أم لا .
- حضور المهرجانات الثقافية المختلفة سوف يمنحك الفرصة لاختبار الثقافات المحلية، والفولكلور الشعبي عن قرب، والتمتع بها .
- الامتناع عن التصوير حين يطلب منك ذلك بوضوح.
- توخي الحذر فيما تشتريه، كي لا تبتاع مصنوعات أو تحفاً أثرية، واتباع القواعد والقوانين المرعية بهذا الخصوص.
- تعلم المزيد من العبارات والتعابير المحلية سوف يكسبك تقدير المواطنين السعوديين.

4 - الموارد:

- نقدر عالياً اهتمامك بمساعدتنا في الجهود الدائمة للحفاظ على مواردنا الطبيعية، كالطاقة والماء، عبر استخدامها بالشكل الأمثل. وندعوك إلى الانضمام إلينا في القيام بما يأتي:
- الحفاظ على المياه والاقتصاد في استعمالها، فهي مورد طبيعي محدود يحتاج إليه الجميع.
 - الحفاظ على الطاقة عبر الحرص في استخدام أجهزة تكييف الهواء، والماء الساخن، والإنارة.
 - الحفاظ على الموارد الأساسية الأخرى عبر إعادة معالجتها وترشيد استخدامها.

5- الحفاظ على البيئة الطبيعية:

تجنب الأعمال الضارة بالحياة النباتية والحيوانية وكل ما يؤدي إلى تدهور البيئة الطبيعية.

- النفايات عبء على البيئة، تخلص منها بالطريقة الملائمة عبر وضعها في الأماكن المخصصة لها.
- لا تزعج الحيوانات المفترسة أو تطعمها، فذلك قد يؤثر سلباً في سلوكها.
- غابات المملكة وصحاريها بيئات طبيعية حساسة، يرجى الامتناع عن الإضرار بأشكال الحياة النباتية والحيوانية، التي تصادفها خلال زيارتك تلك الأماكن.
- النباتات الصحراوية شديدة الحساسية، يرجى عدم التدخل في بيئتها الحياتية، أو الإضرار بها بأي طريقة.
- حاول التمتع بالأزهار والثمار البرية من دون قطفها.

ملحق

اقتباس من "قواعد سلوك السائحين المحليين

في المملكة العربية السعودية*

عزيزي السائح:

يمكننا أن نستفيد من كل رحلة سياحية بإغناء منظوراتنا وفهمنا، ومن ثم اكتساب تجربة إيجابية من كل مكان نزوره.

ويمكن لسلوكنا في كل موقع نزوره أن يمنح الأجيال القادمة فرصة التمتع بالموقع نفسه بقدر أكبر.

أنت مدعو للتمتع بحسن الضيافة التقليدي في كل منطقة من مناطق بلدنا، والإسهام في الحفاظ على عادات المجتمعات المحلية وتقاليدها، عبر الحفاظ عليها، واحترامها، وذلك من خلال:

- معرفة مواعيد زيارة الأماكن العامة، كالمتاحف والمتنزهات وحدائق الحيوان، مسبقاً لاختلاف المواعيد المخصصة لزيارة الأسر والنساء والشباب.
- مراعاة قيم المجتمعات المحلية وتقاليدها الخاصة، مما يكسبك احترامها.

التراث الثقافي والحضري:

أنت مدعو إلى التمتع بتراث المملكة الثقافي والحضري المتنوع، والإسهام في الحفاظ عليه؛ كي تستطيع الأجيال القادمة الاستمتاع به أيضاً، وذلك باتباع ما يأتي:

- زيارة المتاحف والمواقع الأثرية واستكشاف التراث والآثار المحلية.
- تقديرك للتراث والثقافة والفنون والحرف المحلية يشجع الجهود الرامية إلى الحفاظ عليها وتقديمها للسائحين بطريقة أفضل.
- تقديرك التراث الوطني يكسبك احترام الآخرين.

- حضور المهرجانات المختلفة يمنحك الفرصة لمشاهدة العروض التقليدية، واختبار الثقافة المحلية عن قرب.

الموارد:

- نقدر عاليا مساعدتك على دعم الجهود المستمرة للحفاظ على الموارد البيئية، كالمياه والطاقة، وندعوك إلى مشاركتنا العمل فيما يأتي:
- الحفاظ على المياه مورداً طبيعياً أساسياً ومحدوداً.
- الحفاظ على الطاقة عبر الاستخدام الأمثل لأجهزة التكييف، والماء الساخن، والإنارة.
- الحفاظ على الموارد الأساسية الأخرى عبر إعادة معالجتها، وترشيد استخدامها بأفضل الطرائق الممكنة.

حماية البيئة:

- تجنب الأعمال والنشاطات التي تؤذي الحياة البرية وتؤدي إلى تدهور البيئة الطبيعية، ومن لك:
- الفضلات والنفايات تفسد البيئة، تخلص منها بوضعها في علب القمامة الخاصة.
- لا تتدخل في الحياة البرية الحيوانات أو تطعمها، لأن ذلك قد يؤثر سلباً في سلوكها.
- صخاري المملكة وغاباتها بيئات شديدة الحساسية، فلا تدمر نباتاتها وحيواناتها.
- النباتات في الصخاري شديدة الحساسية، فلا تطأها وتدمرها.
- حاول أن تتمتع بالأزهار البرية من دون قطفها.

المنتجات المحلية:

نقدر عالياً دورك في تنمية اقتصاد المجتمعات المحلية، من خلال شرائك منتجاتها وخدماتها، خصوصاً تلك التي تعكس التقاليد والثقافة المحلية. نود تذكيرك بأن:

- اتباع المشتريات مباشرة من الحرفيين المحليين يسهم في زيادة فرص عمل السكان المحليين، ويحافظ على الحرف التقليدية.
- اتباع المشتريات المحلية يساعد على توفير مواقع جذب سياحي أفضل، وتحسين أسلوب حياة المجتمعات المحلية، علاوة على كونه تجربة سياحية فريدة.



هوامش الفصل العاشر

1- أحد الآثار الاجتماعية - الاقتصادية السلبية الأخرى للسياحة في الدول النامية تفشي ظاهرة منع السكان المحليين من دخول بعض المناطق، التي استولت عليها مشروعات التنمية السياحية، خصوصاً الشواطئ، بعد أن كانت ملكية عامة، وتحولت إلى موارد خاصة، تستخدم حصرياً من ضيوف المنتجع. هذه الظاهرة لا تحدث في المملكة، باستثناء مدينة جدة، حيث اغتصبت مشروعات التنمية - إن جاز لنا التعبير - الشواطئ العامة وأدت إلى إزاحة الجمهور، الذين يشعرون نتيجة ذلك بالكثير من الغبن، وعدم الإعداد الكافي لتلك الخطوة.

غير أن هذه في الواقع كانت قضية توفير الترفيه والاستجمام للسكان المحليين بالدرجة الأولى، وبالدرجة الثانية فقط قضية تنمية سياحية. إنها نتاج إخفاق السلطات المحلية في التخطيط، وفق مقتضيات هذا التوجه العام، إضافة إلى الإخفاق في تطبيق

قوانين استخدام الأراضي وتقسيمها في خطة التنمية المدنية.

على النقيض من ذلك، تقوم إستراتيجية تنمية السياحة الوطنية على عقيدة مركزية توجب على الدوام ضمان حق العامة في الوصول إلى الشواطئ من دون أي عوائق وقيود.

2- انظر إستراتيجية تنمية السياحة الوطنية، تقرير المخرج 1.07: التأثيرات

الاجتماعية-الثقافية، منشورات الهيئة العليا للسياحة، 2001.

3- انظر دراسة الهيئة العليا للسياحة، "فهم مواقف ومحفزات وقرارات السائحين السعوديين المسافرين إلى دولة الإمارات العربية المتحدة ومصر وماليزيا"، الرياض: حزيان/يونيو 2007م.

4- انظر إستراتيجية تنمية السياحة الوطنية، تقرير المخرج 1.07: التأثيرات الاجتماعية-الثقافية، مصدر ورد ذكره.

5- راجع المصدر السابق.

6- هذا الغرض لا يعني منع السعوديين أو عدم تشجيعهم على السفر إلى البلدان الأجنبية، فذلك حق دستوري ثابت أتاحه امتياز الثراء النسبي. الهدف بالأحرى تقبل السعوديين - من خلال التجربة المباشرة - حقيقة أن بلدهم بديل مجد للوجهات السياحية الأجنبية.

7- "ابتسم" مشتق من الاسم المختصر للبرنامج باللغة العربية.

8- أحد التعريفات التقنية للسياحة الاجتماعية أنها "مشاركة ذوي الدخل المحدود والمتضررين جراء الإعاقة أو السن أو الظروف العائلية في النشاطات السياحية، التي تتيحها وتشجعها مجموعة إجراءات خاصة. وتتضمن هذه الإجراءات عملياً الدعم المالي، وتوفير مرافق محددة، وغير ذلك من الإجراءات ذات الطبيعة التعاونية، أحياناً من طرف الحكومة أو من طرف ثالث".

المصدر: S. Medlik, Dictionary of Travel, Tourism & Hospitality, 3rd ed., Butterworth Heinemann, 2003.

9- ينص البند السابع، الفقرة الثالثة، من قواعد السلوك العالمية التي وضعتها منظمة السياحة الدولية التابعة للأمم المتحدة - واعتمدها لاحقاً الجمعية العامة لمنظمة السياحة الدولية بموجب القرار رقم R/RES/406 (XIII) الصادر في جلستها الثالثة عشرة (التي انعقدت في مدينة سانتياغو، تشيلي، في الفترة الواقعة بين 27 أيلول/ سبتمبر و1 تشرين أول/أكتوبر 1999) - على ما يأتي:

"يجب تنمية السياحة الاجتماعية عموماً، والسياحة المشتركة على وجه الخصوص، التي تسهل الحصول على الترفيه والسفر والإجازات على نطاق واسع، بدعم من السلطات الرسمية؛ كما ينبغي تسهيل سياحة الأسرة والشباب والطلاب والمسنين والمعوقين وتشجيعها".

10- انظر تقرير مؤتمر الهيئة الأوروبية حول السياحة الاجتماعية

See European Commission Conference on Social Tourism- "Tourism for All: State of Play and Existing Practices in the EU," 17. 01. 2006.

متوافر على الموقع الإلكتروني:

http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/social_tourism_conference_2007.htm.

اقتباس في شهر حزيران/يونيو 2007.

11- تقدم "جمعية الإجازة العائلية" في بريطانيا تعريفاً عملياً للسياحة الاجتماعية، إذ تعدها "إشراك ذوي الدخل المحدود في نشاطات الترفيه والإجازات". وتعتمد الجمعية كلية على إسهامات جمهور العامة، وقد ساعدت منذ بداية عملها قبل نحو ثلاثين سنة أكثر من مئة ألف طفل وأسرههم على التمتع باستراحات على شواطئ المنتجعات الساحلية كانوا بأمس الحاجة إليها. من جهة أخرى، أعلن "معهد المسنين والخدمة الاجتماعية في أسبانيا"، وهو وكالة إدارية تتبع وزارة العمل والشؤون الاجتماعية، أنه قدم 830 ألف فرصة سياحية ضمن برنامج الإجازات للمسنين الذي يدعمه في موسم عام 2005-2006.

المصدر:

Maria Angeles Aguado Sanchez, IMSERSO Management, "Tourism for All: State of Play and Existing Practices in the EU- Examples of Good Practices," 17. 02. 2006.

متوفر على الموقع الإلكتروني:

http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/social_tourism_conference_2007.htm.

اقتباس في شهر حزيران/يونيو 2007.

12- تقول ماريا سانثيز في المصدر أعلاه إن "برنامج السياحة للمسنين يتيح إيجاد الوظائف وفرص العمل، والحفاظ عليها في قطاع السياحة، خارج أوقات

الذروة، وذلك باستغلال بعض الموارد التي تبقى معطلة لولاه، إذ يسهم تنظيم رحلات المسنين في التعويض عن قلة الطلب خارج الموسم السياحي، ويحد من عدد الفنادق التي تضطر إلى إقفال أبوابها في هذه الشهور من السنة".

13- يظهر برنامج الإجازات للمسنين المشار إليه أعلاه، الذي يعتمد على دعم الحكومة الأسبانية بنسبة 30٪، "أن تكاليف الإدارة الحكومية للمشروع معدومة، إذ يجري التعويض على مبلغ تمويل البرنامج بعدة طرائق، أهمها المدخرات والعوائد الأخرى التي يولدها. في عام 2002-2003م، بلغت قيمة الاسترداد 1.5 يورو على كل يورو جرى إنفاقه، في حين بلغت هذه النسبة نحو 1.8 يورو عام 2003-2004.

14- انظر إستراتيجية تنمية السياحة الوطنية، تقرير المخرج 1.07: "التأثيرات الاجتماعية - الثقافية، مصدر سبق ذكره. مع ذلك، ينبغي إيضاح حقيقة أن الهيئة العليا للسياحة ضمنت أنظمة التصنيف والترخيص التي نفذتها وحدتها كل المعايير الدولية للإعاقة، وذلك بهدف ضمان توفير المرافق المناسبة لأصحاب الاحتياجات الخاصة في المؤسسات السياحية ومواقع جذب الزائر. لكن يجدر بالنقاش الحالي تجاوز هذه المتطلبات التنظيمية الأساسية، والمضي قدماً إلى مراحل أبعد في توفير السياحة الاجتماعية.

العرض 10: "ابتسم" برنامج التربية السياحية المدرسية

"ابتسم" برنامج التربية السياحية المدرسية

ملصقات صور عن نشاطات البرنامج وأدواته

برنامج التربية السياحية المدرسية- "ابتسم"- مبادرة نفذتها الهيئة العليا للسياحة بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم. وتتضمن الأسباب الرئيسة في استهداف المدارس حقيقة أن النظام المدرسي بطبيعته يوفر بيئة تعليمية مناسبة؛ لاكتساب مختلف أنماط السلوك والمعارف وتعميمها. بالإضافة إلى ذلك، ولأن النظام المدرسي يغطي مساحة جغرافية واسعة وتنوعاً اجتماعياً غنياً، فغالباً ما يشكل عالماً مصغراً من المجتمع الأعم. لهذا يستهدف البرنامج بشكله الأكثر مباشرة التلاميذ والمدرسين وأسرهم.

يكمّن الهدف العام لبرنامج ابتسم في إيجاد وعي إيجابي بالسياحة، وزيادة مشاركة المجتمع فيها. وتتضمن أغراضه المحددة زيادة الوعي والتقدير لفوائد السياحة الاجتماعية- الثقافية والبيئية والاقتصادية، وتحفيز الشباب على امتحان العمل في هذا الميدان، وتنمية القدرة على التفاعل الإيجابي مع الثقافات الأخرى، مضيفين وضيوفاً على حد سواء، وتقوية دور الأسرة في المشاركة في العملية السياحية.

يقوم تصميم البرنامج على تدريب مكثف مدة يومين، يتوزع على ست ساعات تعليم مباشر في اليوم الأول، ويخصص اليوم الثاني للقيام برحلة ميدانية إلى موقع سياحي أو تاريخي في المنطقة بمرافقة المشرفين السياحيين. وقد تم إنتاج وسائل تعليم مقرر كامل لهذا الغرض، بما في ذلك دليل تعليمات المدرب، وأفلام فيديو، وأدوات دعم أخرى.

تعتمد منهجية تقديم المقرر آلية التدريب المضاعف، إذ تم تأهيل 65 مدرباً أساسياً من 42 منطقة تعليمية، أهلوا بدورهم 2600 مدرس آخر ليكونوا مدربين. وقد أتمّ البرنامج منذ انطلاقاته الكاملة في عام 1428 هجري (2007م) تعليم 1700 مقرر، شارك فيها 51 ألف تلميذ.

الفصل الحادي عشر

ضمان جودة المنتج في السياحة السعودية

هدف التنظيم المستنير

تتميز صناعة السياحة بتنافسيتها العالية؛ لأنها بطبيعتها لا تخضع للحواجز الجمركية، وما شابها من الممارسات التجارية المقيدة. في الآن ذاته، يعد السائح الترفيهي- المحلي أو الدولي- مستهلكاً محنكاً وخبيراً، يتخذ خيارات شرائية متبصرة وكثيرة المتطلبات. ويعزز هذا الوضع إلى حد أبعد فرض تشريعات مشددة في كثير من دول العالم لحماية المستهلك في العقود