

جغرافيا السياحة

ستيفن ويليامز

ترجمة بتصرف

أ.د. مضر خليل عمر

الفصل الاول

المسائل والنهج المتبعة في جغرافية السياحة المعاصرة

قبل ثلاثين عامًا ، كان حدثًا غير مرجح إدراج كتاب عن السياحة ضمن سلسلة من النصوص التمهيدية التي تغطي جوانب مختلفة من الجغرافيا البشرية . اليوم ، استبعاد السياحة عن المنهج الجغرافي يبدو غير محتمل بنفس القدر . في نهاية الحرب العالمية الثانية ، سافر عدد قليل نسبيًا من الناس من أجل تحديد هذا النشاط ، فنمت السياحة إلى حيث يتم الإعلان عنها عادة على أنها أكبر نقطة في عالم الصناعة . وتقدر منظمة السياحة العالمية ما يلي : يبلغ عدد المسافرين الدوليين اليوم أكثر من 528 مليون شخص سنويا مع إيرادات سنوية إجمالية من أنشطتهم تتجاوز 320 مليار دولار أمريكي . لهؤلاء المسافرين الأجانب يضاف اليهم السياح المحليون الذين لا يعبرون الحدود الدولية ولكنهم ، في معظم الدول المتقدمة ، هم أكثر عددًا بعدة مرات من نظرائهم الدوليين . (في قطاع سياحة خلال العطلات في المملكة المتحدة ، على سبيل المثال ، يوجد لكل زائر أجنبي حوالي أربعة زوار محليين ومن المصطافين والمزيد من المسافرين النهاريين بشكل ملحوظ . على الصعيد العالمي ، يقدر أن 74 مليون شخص يحصلون على عمل مباشر من الأعمال التجارية السياحية : من السفر والنقل ، والإقامة ، والترفيه ، في مناطق الجذب السياحي وتجارة التجزئة السياحية . السياحة تتم الدعوة إليها بشكل مختلف كوسيلة للتقدم الدولي على نطاق أوسع من التكامل داخل مجالات مثل الاتحاد الأوروبي أو كعامل محفز للتحديث والتنمية الاقتصادية والازدهار في دول العالم الثالث .

جغرافية السياحة

رغم ذلك ، فإن للسياحة أبعادها السلبية أيضًا . بينما تجلب التنمية ، فقد تكون السياحة مسؤولة أيضًا عن مجموعة من الآثار الضارة على البيئة المادية : تلوث الهواء والماء ، والازدحام المروري ، التآكل المادي للمواقع وتعطيل الموائل والأنواع التي تحتل الأماكن التي يستخدمها الزوار ، والصورة البصرية القبيحة التي تنتج عن وجود المباني سيئة التخطيط أو سيئة التصميم . كذلك تعرض السكان المحليين للمضايقات ، ويمكن أن تكون المجتمعات وعاداتها عرضة للنقد من قبل السواح ، رغم انها سيلة للحفاظ على التقاليد والطقوس ، وقد تكون أيضًا وكالة فعالة للتعريف بالثقافة المحلية ، والسياحة عنصر أساسي في تآكل المعتقدات والقيم المميزة ومنتج لأشكال الثقافة المعولمة غير الموصوفة . وبالمثل ، في ميدان الآثار الاقتصادية ، على الرغم من أن السياحة قد أظهرت نفسها لتكون قادرة على توليد كميات كبيرة من العمالة في المستويات الوطنية والإقليمية والمحلية ، والشكوك التي تحيط بالسوق الذي هو أكثر عرضة من غيره لأهواء الموضة يمكن أن يجعل السياحة الأساس غير الآمن لبناء النمو الاقتصادي الوطني ، لنوعية الوظائف التي يتم إنشاؤها في هذا القطاع (على النحو المحدد في دوامها ، ومستويات المكافأة) كثيرا ما تترك الكثير مما هو مرغوب فيه . سيكتشف القراء ضمن هذا المزيج من الموضوعات والقضايا الكثيرة ذات الأهمية المباشرة للجغرافي ، وتجاهل ما أصبح المجال الرئيسي للتنمية المادية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية هو إنكار وجود قوة منتشرة وقوية للتغيير في العالم التي نعيش فيها .

ما هي السياحة ؟

ولكن ما هي السياحة وكيف ترتبط بمفاهيم الترفيه والترويج عن النفس ؟ كلمة «السياحة»، على الرغم من قبولها و الاعتراف بها ، فهي مصطلح يخضع لتنوع المعاني والتفسيرات . بالنسبة للطالب هذه هي الصعوبة المحتملة لتوافق الآراء في فهم المصطلح ، وبالتالي ، فإن نطاق التحقيق في مثل هذا الاتفاق ، هو أساسي لأي شكل من أشكال التحقيق والتفسير . تنشأ مشاكل التعريف جزئياً لأن كلمة «سياحة» هي عادة تستخدم كمصطلح واحد لتعيين مجموعة متنوعة من المفاهيم ، ويرجع ذلك جزئياً إلى مجال دراسي في طائفة منوعة من التخصصات العلمية (الجغرافيا ، الاقتصاد ، الأعمال التجارية والتسويق ، وعلم الاجتماع ، والأنثروبولوجيا ، التاريخ وعلم النفس)، والهياكل المفاهيمية المختلفة داخل هذه تؤدي حتماً إلى تباينات في المنظور وفي التركيز . كذلك ، في حين كان هناك بعض التقارب في التعاريف «الرسمية» (أي التعاريف التي تستخدمها المنظمات السياحية والحكومات في المحافل الدولية مثل الأمم المتحدة) عامة ، فإن التصورات حول ما يشكله مصطلح سائحاً ونشاط السائح ما تزال تختلف اختلافاً ملحوظاً .

رغم هذا ، يمكن استنباط بعض التعريفات الفنية الأساسية للسائح والسياحة كنقطة انطلاق . القواميس ، على سبيل المثال ، عادة شرح «السائح» كشخص يقوم بجولة - رحلة دائرية هي عادة ما تتم للعمل أو المتعة أو التعليم ، وفي نهايتها يعود السائح إلى نقطة البداية ، عادة المنزل . «السياحة» هي عادة يُنظر إليها على أنها مفهوم مركب لا يشمل فقط المفهوم المؤقت لحركة الأشخاص إلى وجهات يتم إبعادها عن طبيعتها ولكن ، بالإضافة إلى ذلك ، تنظيم وتصريف أعمالهم والمرافق والخدمات اللازمة للاجتماعات و تلبية احتياجاتهم .

العبارات البسيطة لهذه الشخصية هي في الواقع فعالة جداً في رسم ملامح إيلاء الاهتمام للعناصر الأساسية التي تميز السياحة كمجال للنشاط :

- إنها تعطي الأولوية لمفهوم السياحة كونها تنطوي بالضرورة على ان انتقال الناس من أماكن سكنهم هو أمر مؤقت.
 - يوضحون فكرة أن دوافع السياحة قد تأتي من مصدر واحد (أو أكثر) من مصادر متنوعة . نحن نميل إلى التفكير في السياحة على أنها مرتبطة بدوافع المتعة ، لكنها يمكن ترتبط بالأعمال أو التعليم أو الصحة أو الدين كأساس للأعمال التجارية أو التعليم أو الدين .
 - وهم يوجهون الانتباه إلى أن نشاط السياحة يتطلب هياكل أساسية داعمة يسهل الوصول إليها للنقل والإقامة ونظم التسويق والترفيه ومناطق الجذب التي تشكل معاً أساس الصناعات السياحية . ومع ذلك ، فإن روح مفاهيم السياحة هذه لا يتضمنها إلا تعريف منظمة التجارة العالمية في عام 1991 . فقد اتخذت المنظمة نظرة عامة إلى حد ما عن السياحة على النحو التالي :
- ((أنشطة أي شخص يسافر إلى مكان خارج نطاق عاداته لأقل من فترة زمنية محددة والغرض من السفر غير ممارسة نشاط مدفوع الأجر من داخل المكان الذي تمت زيارته)) .

اقترح عدد من الكتاب أن هذا التعريف يحتاج إلى المزيد التوضيح من خلال الاعتراف بأن الإطار الزمني يجب أن يكون عادة أكثر من يوم واحد (وبالتالي ينطوي على توقف بين عشية وضحاها - وهي التمييزات التي كانت محورية في العديد من المحاولات لتحديد مفهوم السياحة)، ولكن لا أكثر من سنة . ومع ذلك ، لا تعريف منظمة التجارة العالمية ولا تعريف سابق بيان من الاتحاد الدولي للمنظمات السياحية (IUOTO)، التي عدت السائح " أي شخص يزور بلدًا أو منطقة أو مكان آخر غير المكان الذي يوجد فيه مكانهم المعتاد للإقامة " ، بالضرورة التركيز على التوقيات بين عشية وضحاها السمة المميزة للسياحة . يجد

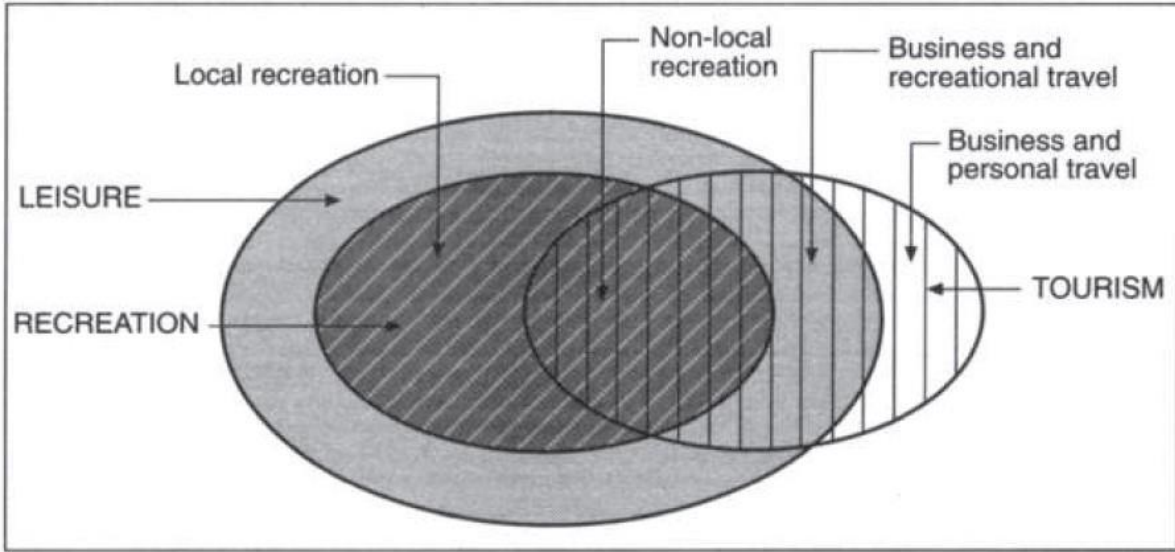
هذا الرأي حظًا مع تنامي عدد المؤلفين الذين يجادلون بأن تصرفات زوار اليوم غالبًا ما لا يمكن تمييز المبتعثين من حيث السبب والنتيجة عن أولئك الزوار ذوي الإقامة ، وأن الزوار لفترات قصيرة يجب أن يعدوا أيضًا سياحًا .

يثير هذا القضية الأوسع للعلاقة بين السياحة والترفيه ووقت الفراغ . كمجالات للدراسة الأكاديمية (وليس أقلها ضمن التخصص الجغرافي)، وهو تقليد لأساليب تحقيق منفصلة في هذه الميادين الثلاثة ، مع التركيز بوجه خاص على الفصل عن السياحة . لسوء الحظ، مصطلحا «أوقات الفراغ» و «الترفيه» هم أنفسهم متنازع عليهم ، ولكن إذا رأينا أن «أوقات الفراغ» مرتبطة أيضًا بوقت الفراغ و/أو الإطار الذهني الذي يؤمن به الفرد أن يكون «في أوقات الفراغ» و «الترفيه» على أنه نشاط أو خبرة في سياق أوقات الفراغ ، ثم تكون السياحة (كما تم تعريفها حتى الآن) واضحة تتفق مع المجالات الرئيسية للاستجمام والترفيه .

لا يقتصر الأمر على جزء كبير من النشاط السياحي في وقت الفراغ / المكان ولكنه يركز أيضًا على أنشطة وخبرات الترفيه ، على سبيل المثال ، مشاهدة معالم المدينة ، والسفر من أجل المتعة ، والتسوق الترفيهي قد يحدث بسهولة متساوية داخل السياقات الممتعة الموجودة خارج للسياحة . التقارب في تجربة أوقات الفراغ ، والترفيه والسياحة تعززهما أيضًا الطريقة التي تتبعها السياحة حيث تتغلغل بشكل متزايد في أنماط الحياة الترفيهية اليومية . قرأنا عن والسياحة في الصحف أو المجالات ومشاهدة برامج السفر التلفزيونية ؛ قضاء وقت الفراغ في مراجعة مقاطع الفيديو المنزلية أو ألبومات الصور السابقة والرحلات والتخطيط الفعال للرحلات المقبلة ؛ ونستورد تجارب السفر إلى حياتنا المنزلية ، على سبيل المثال عن طريق تناول الطعام في المطاعم الأجنبية ، ممارسة الرياضات الشتوية في المنحدر الجاف المحلي ، وزيارة مركز لاكتساب سمرة اصطناعية قبل عطلة البحر الأبيض المتوسط في أوقات الفراغ ، أو بواسطة أنماط الملابس الأجنبية داخل خزانة ملابسنا .

لذلك ، عند تناول دراسة السياحة ، نحتاج إلى استيعاب أن العلاقات بين أوقات الفراغ والترفيه والسياحة كثيرة ، وأقرب من الطريقة المتباينة التي تعامل بها في الكتب المدرسية . هناك أرضية مشتركة كبيرة في دوافع المشاركة (مناطق جذب وجهات المقصد والمناسبات والخبرات ؛ والاتصالات الاجتماعية ؛ ، في العوامل التي تيسر المشاركة في النشاط (الدخل التقديري ، التنقل ، معرفة الفرصة) والمكافآت (المتعة والخبرة والمعرفة أو الذكريات) التي نكسبها من السياحة والترفيه والترويج عن النفس . الشكل 1:1 يمثل هذه العلاقة بشكل مخطط ويلفت الانتباه إلى مجالات السياحة التي تتطابق مع مجالات الترفيه والترويج والاستجمام وتلك التي تقع في الخارج أو التي تكون فيها الروابط أقل وضوحا . حتى هنا يجب أن نكون حذرين ، مع ذلك ، لسائح الأعمال (لمثال) من شبه المؤكد أنه سيقضي بعض الوقت أثناء رحلته في الانخراط في أنشطة ترفيهية أو ترويحية . قد يكون أكثر فائدة ، وبالتالي ، تصور الشكل 1:1 كأشكال مميزة للتجربة بدلاً من فئات الزوار وتحويل انتقال بعض الأفراد بين المجالات المتداخلة ، حتى في سياق رحلة واحدة .

Figure 1:1 Relationship between leisure, recreation and tourism



Source: Adapted from Murphy (1985).

مشاكل دراسة السياحة

التعقيدات التعريفية للسياحة والصلات غير المؤكدة مع الحلفاء في مجالات الترفيه والترفيه هي مشاكل أساسية تواجه طلبة السياحة ، رغم أنها ليست الصعوبات الوحيدة . وثمة أربعة مشاكل أخرى تستحق اهتماما موجزا في المرحلة التمهيديّة .

أولاً، سأستخدم في الفصول اللاحقة مجموعة من الإحصاءات لرسم خريطة الأبعاد والأنماط الأساسية للسياحة ، ولكن من المهم أن نقدر أنه في العديد من الحالات ، تكون المقارنة بين المكان والزمان صعبة أو مستحيلة في بعض الأحيان بسبب الاختلاف في البيانات الرسمية وفي التمييز بين مستويات النشاط السياحي وتسجيلها . فبعض البلدان لا تحسب حتى وصول الرعايا الأجانب في حدودها . منذ تموز / يوليه ١٩٩٥ ، تخفيف الضوابط الحدودية بين الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي الموقعة على معاهدة شنغن (ألمانيا ، البرتغال ، بلجيكا ، فرنسا ، لكسمبرغ ، هولندا و إسبانيا) تسمح الآن وبشروط غير مقيدة إلى حد كبير وبالتالي غير موثقة لتتنقل السياح بين هذه البلدان . في مكان آخر، يسجل الرعايا الأجانب عند نقاط الدخول . وإن كان ذلك على الصعيد المحلي ، فإن تعاريف الوضع السياحي أو عدم تحديد الدوافع الدقيقة يمكن أن تؤدي الزيارة أيضاً إلى عدم القدرة على تعداد السياح بالضبط . تحسب بعض الدول المسافرين من رجال الأعمال كسائحين بينما قد لا يحسبهم آخرون . يمكن أيضاً تجميع إحصاءات السياحة من خلال استقصاءات عينات الزوار أو بالرجوع إلى تسجيلات الفنادق ، على الرغم من أن هذه من الطبيعي أن تكون انتقائية وعرضة لعدم الدقة . الأرقام المستندة إلى الفنادق على سبيل المثال ، سيتجاهل الزوار الذين يقيمون مع الأصدقاء أو الأقارب . لذلك ، نادراً ما تكون البيانات قابلة للمقارنة بشكل مباشر ويجب أن تكون دائماً تعامل ببعض الحذر .

ثانياً، هناك مشاكل متصلة في تعريف السياحة كصناعة ، على الرغم من وجود مزايا عملية واضحة في تحديد السياحة كمجال نشاط اقتصادي متماسك ومحدد . لقد قيل أن عد السياحة «صناعة» ينشئ إطاراً

داخل ما هو النشاط والآثار المرتبطة به التي يمكن قياسها وتسجيلها ، والأهم من ذلك ، توفير شكل من أشكال الشرعية للنشاط في كثير من الأحيان من أجل الحصول على اعتراف استراتيجي من المحللين الاقتصاديين . ومع ذلك ، فإن السياحة في الواقع ، منطقتان غامضتان وفكرة أنه يمكن تصورها على أنها صناعة مميزة ذات منتجات قابلة للتحديد وتدفقات قابلة للقياس من السلع والعملية المرتبطة بها وكان رأس المال في حد ذاته مشكلة . تقليدياً ، الصناعة تُعرّف بأنها مجموعة شركات تعمل في صناعة أو إنتاج منتج أو خدمة . لكن في السياحة ، هناك العديد من المنتجات وبعضها ملموس (توفير الإقامة والترفيه وإنتاج الهدايا والتذكاريات) ، والبعض الآخر أقل من ذلك (إنشاء الخبرة أو الذكريات أو الاتصال الاجتماعي). العديد من الشركات التي تخدم تقدم للسياح نفس الخدمة للسكان المحليين الذين لا يقعون في فئة السياح ، ومع ذلك يمكن اختيارها . وبالتالي ، فإن السياحة ليست كذلك ، صناعة بأي معنى تقليدي . إنها حقاً مجموعة من الصناعات التي تعاني من مستويات متفاوتة من الاعتماد على الزوار ، التبعية التي تتغير من حيث المكان والزمان .

ثالثاً عملي ، عدم وجود أساس مفاهيمي لدراسة السياحة . هذا مهم لأنه في غياب الأساس النظرية ، تميل المنهجيات المعتمدة إلى التراجع نحو منهجية تجريبية واسعة النطاق/ النهج الوصفي ، والرؤى التي يمكن أن تنشأ من المزيد من أشكال التحليل المنظمة التي يمكن للإطار المفاهيمي السليم أن تميل إلى الضياع . هذا لا يعني أنه لم يكن هناك التصور في إطار دراسة السياحة من أجل تبين الفصول التالية ، فهم العديد من الجوانب للسياحة بدرجات متفاوتة من الفكر النظري . لكن ما هو غائب إلى حد كبير هو التوليف الأوسع للتنوع (رغم أنه ما يزال من القضايا والمنظورات ذات الصلة) . كنظام انتقائي جوهري ، الجغرافيا في وضع أفضل من الكثيرين لتوفير نوع كلي عن ظاهرة متعددة الأبعاد مثل السياحة ، من الواضح أن هناك مزايا ، ولكن ما تزال هناك حدوداً لمستوى ومدى فهم أي نظام تخصصي واحد ، بمعزل عن غيره ، يمكن تحمله . لذلك ، يجب أن يكون طالب السياحة مياً إلى تبني وجهات النظر متعددة التخصصات في السعي لفهم هذا الأمر الأكثر تناقضاً ومراوغة أحياناً للظواهر .

مع ذلك ، يخلق مشكلة **رابعة** اعتماد نظام متعدد التخصصات أسهل قولاً من فعله منذ تطبيق البديل حيث يمكن للمنظورات ، عند مواجهة نشاط متعدد الأوجه مثل السياحة ، غامضة بقدر ما ان تكتشف . هذا لأن الطالب سيفعل تفسيرات مختلفة للسياحة والسلوك السياحي التي قد تبدو ظاهرياً متناقضة . وكمثال على ذلك ، سأفعل بإيجاز المجال الرئيسي للدوافع السياحية .

دوافع السياحة

السؤال عن سبب سفر الناس واضح وأساسي على حد سواء أي فهم لممارسة السياحة ونتائجها ، بما في ذلك جغرافية السياحة . ومع ذلك ، على الرغم من وجود اتفاق عام (وإن لم يكن عالمياً) على أن الدافع الأساسي للمتعة السياحية حاجة حقيقية أو متصورة للهروب مؤقتاً من الروتين ، من أوضاع المنزل ومكان العمل والألفة الجسدية والبيئات الاجتماعية ، فإن العديد من نظريات الدافع السياحي قد تختلف اختلافاً كبيراً في تفسيرها وتوضيحاتها وما ينتج عن ذلك من أنماط وسلوكيات سياحية . أمثلة لثلاثة أنواع من نظريات التحفيز في توضيح هذه النقطة .

أولاً، هناك عدد من النظريات التي تركز على تحليل السياحة كوسيلة لكشف الدوافع السياحية . واحد من الأكثر إثارة للاهتمام هو تفسير Graburn لـ «الانقلابات» السياحية - التحولات في أنماط السلوك بعيداً عن القاعدة ونحو عكس ذلك مؤقتاً . قد يظهر هذا في فترات طويلة من الاسترخاء (على عكس العمل) ؛ زيادة استهلاك الأغذية وزيادة مشتريات المشروبات والسلع الاستهلاكية ؛ الانتقال إلى أماكن أو مناخات أو البيئات متباينة ؛ أو الاسترخاء في قواعد اللباس من خلال حالات مختلفة من العري . يقترح Graburn عدة

عناوين أو «أبعاد» مختلفة التي تحدث في ظلها انقلابات سلوكيات سياحية ، بما في ذلك البيئة ، نمط الحياة والشكليات والصحة .

الجدول 1:1

البعد	الاستمرارية	نمط سلوك السياحة
البيئة	الصيف مقابل الشتاء البرد مقابل الدفء الازدحام مقابل العزلة الحديث مقابل القديم الاهل مقابل الغرباء	يهرب السياح من المناطق الباردة الى الدافئة سكان المدن يبحثون عن هدوء المناطق الريفية والمعزولة المدن التاريخية تجذب سكان البيئات العصرية استبدال شكليات المنزل ببيئات متنوعة
طراز الحياة	التوفير مقابل الشحة الثراء مقابل البساطة العمل مقابل التسلية	زيادة المصروفات لاحداث او مشتريات تجارب مختارة مع تسلية مقابل روتين العمل
الشكليات	حازم مقابل مرن رسمي مقابل غير رسمي محددات مقابل مسموح	روتين الحفاظ على الزمن ، الزي الرسمي والسلوك الاجتماعي استبدال بانماط مغايرة وممارسات تعتمد المرونة وغير الرسميات
الصحة	شراهة الاكل مقابل الحمية الضغط النفسي مقابل الراحة والطمأنينة الكسل مقابل التمارين العمر مقابل التجديد	تساهم السياحة في زيادة الاستهلاك الاسترخاء بعد جهد العمل العطل النشطة تختار كبديل لنمط الحياة اليومية المنتجعات الصحية تختار كعلاج لتقدم العمر

يؤكد Graburn أن في سياق أي زيارة واحدة ، لن يكون هناك سوى بعض الأبعاد عادة ما تكون عرضة للانعكاس ، وهذا يسمح بشرح كيف أن نفس الشيء قد يأخذ الناس أنواعاً مختلفة من الإجازات في أوقات مختلفة وإلى مواقع مختلفة . كما أن أنماط السلوك الفعلية عادة ما تظهر درجات خروج عن القاعدة ، وليس التحول تلقائياً إلى العكس القطبي . يستوعب هذا هؤلاء الأشخاص الذين تظهر أنماط سلوكهم كسائحين اختلافات طفيفة عن معظم الأبعاد الطبيعية لحياتهم اليومية ، بينما ما يزالون يؤكدون على مفاهيم الهروب والتباين كونها أساسية لمعظم أشكال الخبرة السياحية .

مجموعة ثانية من النظريات التحفيزية تركز على أن الحركات السياحية هي نتاج مجموعة من العوامل ، حث المشارك على مغادرة موقعه الحالي وجذبه إلى مكان آخر - تأثير دفع - سحب . هذه الفكرة ضمنية في العديد من نظريات التحفيز ولكنها ربما تتلقى أكثر تصريحاتها وضوحاً في إيسو ، هولا نموذجاً لعلم النفس الاجتماعي للسياحة . هنا عناصر الهروب من البيئات الروتينية متعمدة جنباً إلى جنب مع السعي الموازي كمكافآت جوهرية في البيئات التي ستتم زيارتها . من خلال تصور هذه العناصر الرئيسية كمحاور للمصفوفة (الشكل 1:2) بناء مجموعة من «الخلايا» النظرية عن عناصر الهروب و يتم الجمع بين المكافأة بطرق مختلفة وضمن الدوافع السياحية ، تبعاً لظروفهم الخاصة ؛ في أي وقت من الأوقات . كما هو الحال مع تصور Graburn ، Iso- يتمتع نموذج Ahola بجودة ديناميكية صريحة في تحديد الموقع داخل المصفوفة الذي قد يتغير ، سواء في سياق رحلة سياحية و بين الرحلات ، مع تغير الاحتياجات والدوافع أو تقلبها . إيسو

لا يركز على الأبعاد الاجتماعية للتحفيز، ولكن من الناحية المثالية المصنوفة يتطلب بعداً ثالثاً يتضمن البعد المادي نظراً لوفرة الأدلة التجريبية في اقتراح تغيير المكان (مع إمكانية مصاحبة التغيرات في المناظر الطبيعية والمناخ وما إلى ذلك) متساوية إن لم تكن أكبر أهمية من العوامل الاجتماعية .
ثم هناك مجموعة ثالثة من النظريات التحفيزية التي تقترب من المهمة لشرح أنماط السياحة عن طريق ربط تلك الأنماط بخصائص الأفراد الشخصية . المثال الأكثر استخداماً هو نهج الملف النفسي لـ Plog . يتصور Plog السكان على أنهم يتم ترتيبهم على طول سلسلة الشخصية . في عمود واحد يوجد أشخاص الذين يسميهم «المركزيين النفسيين» - المثبتين ذاتياً بشكل أساسي ، غير - أنواع المغامرات - بينما في الآخر الذي يحدده "مخصصون" الذين يعرضون الشخصيات المعارضة - أشخاص واثقون من أنفسهم بطبيعة الحال ، مغامرة ومن التماس التنوع والخبرة .

بين هذه القطبين مرتبة متوسطة تكشف عن فئات أكبر أو ميول أقل إلى التخصيص أو (الشكل 1:3 أ). وفقاً لـ Plog ، قد تكون سمات الشخصية التي يتم ربطها بخصائص السفر، والاقتراح هو أن من المرجح أن يجذب المركزون النفسيون نحو الوجهات المألوفة للمطالبة بخدمات سياحية (مثل الإقامة والطعام) تتناسب أنماط استهلاكهم العادية وستفضل جولات الطرود . على النقيض من ذلك ، من المرجح أن يتصرف السائح المخصص بشكل مستقل ، للبحث عن وجهات جديدة وأشكال مختلفة من الخبرة . مع هذا ، يقترح Plog أنه من الممكن مطابقة أنماط الوجهة مع الشخصية ، واستناداً إلى دراسة للسياح الأمريكيين ، شرح السلسلة السيكوغرافية الأساسية لتوضيح الاحتمال (الشكل 1:3 ب). تم انتقاد نموذج Plog على نطاق واسع كونه يباليغ في تبسيط مجمع بالبحث عن تفسير يستند إلى عنصر واحد ، يفتقر إلى الصفات الديناميكية الضرورية لشرح كيف يمكن للأفراد تغيير أنماط سلوكهم بين رحلات السياح المختلفين . لكنها تظل نظرية تمت مناقشتها على نطاق واسع في الكتب المدرسية السياحية ، في سياق هذه المناقشة بالذات ، يوضح مدى وضوح نهج مختلفة أن تعالج نفس المسألة الأساسية .

Figure 1:2 Iso-Ahola's model of the social psychology of tourism

		Seeking intrinsic rewards	
		Personal	Interpersonal
Escaping everyday environments	Personal environment	(1)	(2)
	Interpersonal environment	(3)	(4)

Source: Iso-Ahola (1982).

أنماط السياحة

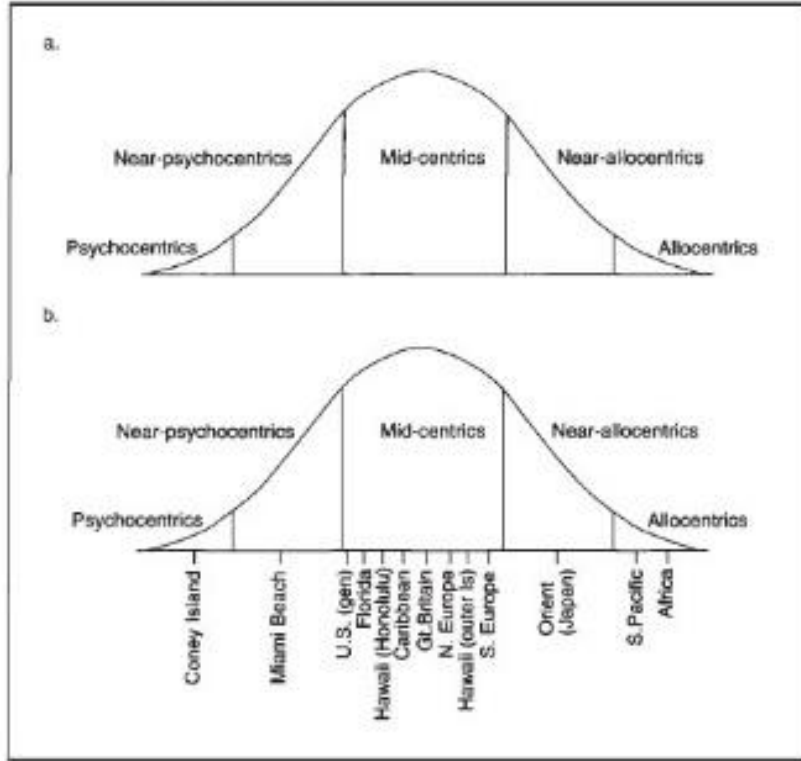
يتضح من مناقشة الدافع السياحي ان التوفيق بين وجهات النظر المتناقضة على ما يبدو نوع من الإشكالية حتى يتم أدرك أن إحدى التفسيرات الممكنة هي أن العديد من الاتجاهات سوف تتلاقى في آن واحد . إحدى المشاكل المستعصية لتلك الدراسات التي تسعى إلى عزل العموميات داخل الأنماط هي أن العالم الحقيقي للسياحة يضم مجموعة كاملة من الدوافع و السلوكيات التي تتعايش مع بعضها البعض في بعض الحالات ، ليس فقط داخل مجموعات مماثلة ، ولكن داخل الأفراد ، متفاوتة من حيث الأثر والأهمية حسب الظرف . في مجال السياحة ككل ، هناك العديد من الأنواع المختلفة من السياح والحالات التي تعمل السياحة في ظلها وتتطور . أدى إدراك هذا إلى عدد من المحاولات لتحديد الهياكل البديلة للسياحة وأنماط الفئات المتباينة للسياح .

فوائد التعرف على أنماط السياح تسمح بتحديد الأبعاد الرئيسية للنشاط وأبعاد المشاركين . على وجه الخصوص ، يساعدنا تحليلات الأنماط على :

- التعرف على أنواع مختلفة من السياحة (على سبيل المثال ، الترفيه و أو السياحة التجارية) ؛
- التعرف على أنواع مختلفة من السياح (على سبيل المثال ، الكتلة المنظمة و \ أو المسافرون المستقلون أو المستكشفون الوحيدون) ؛
- توقع دوافع متناقضة للسفر ؛
- توقع اختلافات في التأثيرات داخل المناطق المضيفة حسب الدوافع وأشكال السفر ؛
- توقع الاختلافات في عناصر الهيكلية داخل السياحة من السياح (على سبيل المثال ، الإقامة والسفر والترفيه) .

عادة ما تستخدم محاولات لتصنيف النشاط السياحي الذي هو مركزي للرحلة كأساس لبناء تقسيمات فرعية حوله . وهكذا قد نرسم فروقاً مهمة بين السياحة الترفيهية (حيث تركز الأنشطة على السعي وراء المتعة ، سواء من خلال الاستمتاع بالأماكن كمشاهدين أو من خلال مشاركة أكثر نشاطاً مع الرياضة والتسلية) والسياحة التجارية (حيث يكون التركيز الأساسي تنمية أو صيانة المصالح التجارية أو المهنية مع الاتصالات). ومع ذلك ، من المسلم به أيضاً أن الناس قد يسافرون لتأمين علاج الحالات الطبية ، لأسباب تعليمية ، للعلاج الاجتماعي أو ، كحجاج ، لأغراض دينية . علاوة على ذلك ، فإن معظم هذه يمكن تقسيمها إلى فئات فرعية . في السياحة الترفيهية ، على سبيل المثال ، قد نرغب في التمييز بين مكافئات العصر الحديث للسياح الكبار (ينظر الفصل 3) الذين يسافرون لتجربة الثقافات الأجنبية ، التعرف على تاريخ وتراث الآخرين الذين يكسرون ذلك ببساطة بجانب المسبح أو مشاهدة بطريقة منفصلة إلى حد ما . إنه كذلك ، من الخطر دفع مثل هذه الفروقات بعيداً جداً أو افتراض أن سفر السياح لمجموعة ضيقة من الأسباب . يختار معظم السياح وجهاتهم لتنوع الأغراض وليجمع بين أكثر شكل من أشكال الخبرة في إطار الزيارة .

Figure 1:3 Plog's psychographic tourist profile



Source: Plog (1974).

هناك العديد من الأنماط السياح ، ولكن إذا قمنا بتقطير جوهرهم ، فإننا قد نستخلص الموجز العريض التالي ، حيث أربعة أنواع للسياح معترف بهم :

1) تنظيم السياح الجماهيريين . هؤلاء الأشخاص يسافرون إلى وجهات مألوفة بشكل أساسي وليست جديدة - الألفة شائعة من خلال الخبرة السابقة ، من خلال التقارير وتجارب الآخرين أو من خلال التعرض لوسائط الإعلام . الإحساس بالألفة يعززها طبيعة السلع والخدمات المتوفرة في الوجهة ، على سبيل المثال بيع الشاي بالتجزئة باللغة الإنجليزية ، البيرة والسك والبطاطا في المواقع السياحية الجماعية على اللغة الإسبانية ، ساحل البحر الأبيض المتوسط . يعتمد السائح الجماعي بشكل كبير على البنية التحتية لصناعة السفر لتقديم رحلة معبأة في سعر تنافسي مع الحد الأدنى من المتطلبات التنظيمية من قبل السائح . السياح الأوائل ، يسعون بطريقتهم إلى السفر إلى الخارج والوجهات الأجنبية لأول مرة ، عادة ضمن هذا القطاع ، على الأقل إلى حين اكتساب الخبرة . هذا يهيمن عليه السياح الترفيهيون .

2) سائح جماعي فردي أو صغير . في هذا القطاع ، يعتمد السياح جزئيا على البنية التحتية للسياحة الجماعية لتقديم بعض عناصر الحزمة السياحية ، وخاصة السفر والإقامة ، لكنها تهئ المزيد من الرحلة لتناسبهم . ما يزال من المرجح أن تكون التجارب المطلوبة مألوفة ولكن مع بعض عناصر الاستكشاف . يحتوي القطاع على أعمال السياح جنبا إلى جنب مع المسافرين الترفيهيين ومن المرجح أيضا أن أنشطة من قبيل الأشكال الثقافية أو التعليمية السياحية .

3) مسافرين ومستكشفين وحيدين . في هذا الشكل من السياحة أكثر بكثير على استعداد السائح ورغبته في الترتيب لرحلاته الخاصة ، وهؤلاء الناس عادة ما يبحثون عن الحداثة و التي لا تتجسد في مفاهيم السياحة

الجماعية . وبالتالي ، على سبيل المثال ، سيكون الاتصال مع المجتمعات المضيفة أكثر مهما . من الممكن أيضاً أن يكون الأشخاص ذوو الأهداف المحددة جداً في السفر (على سبيل المثال ، بعض السياح التجاريين أو المتدينين) سيكون أكثر بروزاً هنا . ما يزال هناك بقايا الاعتماد على عناصر في صناعة السياحة – السفر حجوزات الإقامة هي نقطة الاتصال الأكثر احتمالاً .

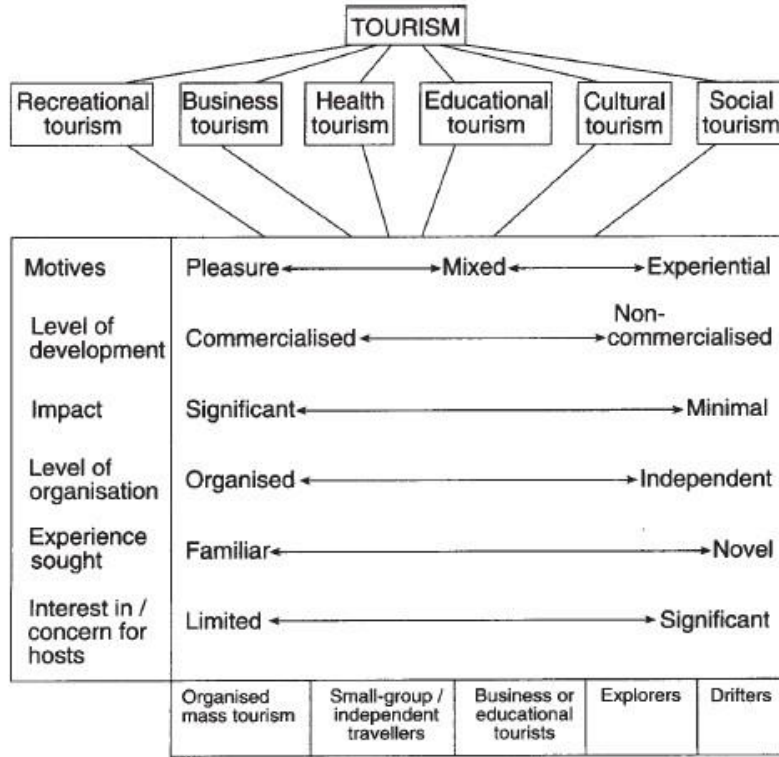
4) ميز بعض المؤلفين فئة رابعة من السياح الذين ربما لا يعدون أنفسهم سياحاً بالمعنى التقليدي . إنهم يخططون للرحلات بمفردهم ، ويتجنبون مجموعات السياح الآخرين (باستثناء ربما الزملاء) ويسعون للانغماس في المضيف والثقافات والنظم المحلية . الأشخاص المنخرطون في هذا الشكل من السياحة هم غالباً ما يكونون رواد ، ويشكلون أول المسافرين إلى المناطق التي لم يمسه أحد .

تم تطوير فهم هذه التقسيمات الفرعية لأنماطية السياح أكثر عندما ترتبط بأنماط متناقضة من الدوافع السياحية ، على سبيل المثال ، فسرت أعمال السياح المنظمين والجماهيريين على أنها في الأساس البحث عن المتعة التي قد تكون تحويلية - أي، الهروب من الملل أو الروتين المتكرر للحياة اليومية - أو التصالحية - ربما من خلال الراحة والاسترخاء والترفيه . قد يحتفظ المسافر الفردي أو الصغير بكل هذه أو بعضها ولكن قد يحل محلها أو يكملها بنفس القدر الدافع التجريبي ، الرغبة في التعرف على البديل أو التعامل مع العادات أو الثقافات الأخرى . فسر بعض الكتاب مثل هذه الإجراءات على أنها البحث عن الأصالة أو المعنى . في هذا النوع الحديث يبدو أن المجتمعات الصناعية أقل قدرة على التأثيث . هذا الاتجاه يتجسد بشكل أوضح في دوافع المستكشفين والمتسربين الذين ، كما يقال ، يسعون إلى الانغماس النشط في أنماط الحياة البديلة في البحث عن شكل معين من أشكال تحقيق الذات .

من الواضح أن هذه الأنماط المختلفة من النشاط والسلوك ستؤدي إلى مجموعة من التأثيرات (لا سيما على المناطق المضيفة) وتمارس تأثيرات خاصة فيما يتعلق بالهياكل التي يفترض أن تكون قائمة . كتلة منظمة السياحة ، على سبيل المثال ، تفرض بنية تحتية على المناطق المضيفة : واسعة النطاق توفير الفنادق والشقق والمرافق الترفيهية والنقل ، والمرافق العامة ، وما إلى ذلك ، مما يغير حتما الطبيعة المادية ومن المحتمل أن تؤثر على البيئات والنظم الإيكولوجية أيضاً . عادة ما يكون لتصرفات السياح الجماعية تأثير على أنماط حياة السكان المحليين . في المقابل ، فإن الأعداد الأصغر بكثير من المستكشفين تصنع عدداً أقل من الطلبات على توفير البنية التحتية ، ومن خلال مختلف المواقف والتوقعات تجاه المجتمعات المضيفة التي تبذل الكثير من التأثير على الحياة المحلية .

تم تلخيص هذه الأفكار في الشكل 1:4 ، والذي يقدم تصنيفاً للسياحة والسياح كمساعدة للتعرف على أبعاد سوق أو مجال نشاط شديد التجزئة . من المهم تقدير عند تفسير هذا الموجز ، على أن الأفراد تستطيع وسوف تتحرك داخل الإطار ، خاصة ونحن نتقدم خلال دورة الحياة .

Figure 1:4 Tourism and tourists: a typological framework



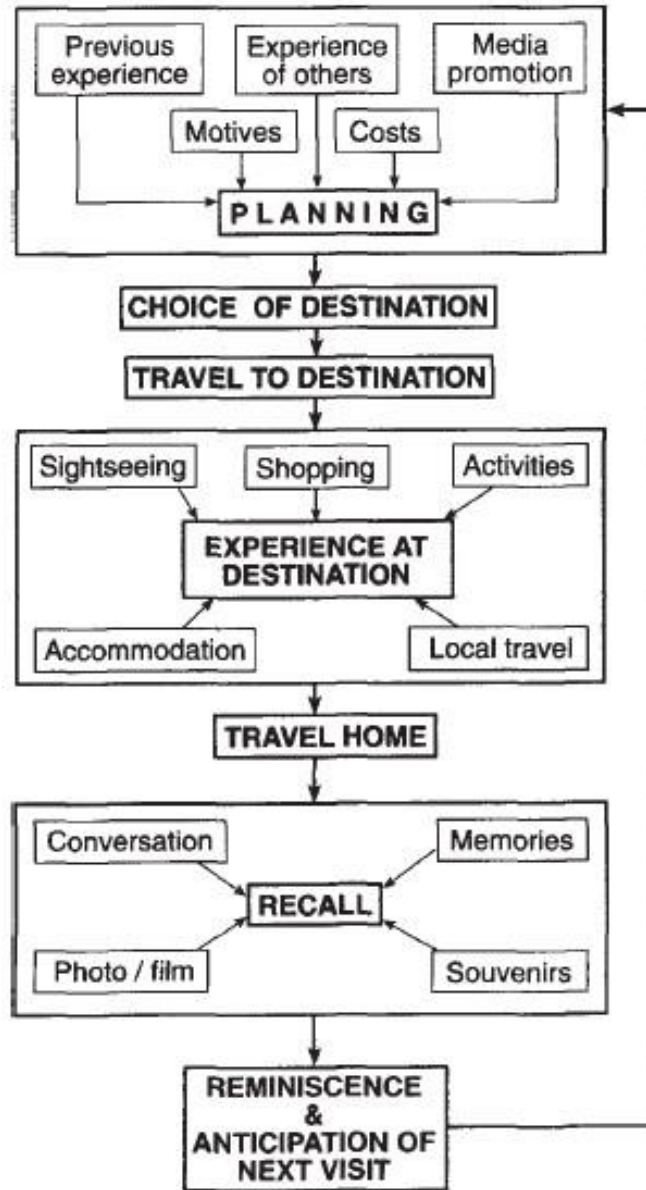
هيكل التجربة السياحية

الآن بعد أن رأينا ، في شكل موجز ، العناصر الرئيسية التي تساعد تحديد هيكل السياحة ، من المفيد أيضاً النظر في مفاتيح العناصر الهيكلية في تجربة السياحة وكيفية ترابطها . ويرد هذا في رسم بياني موجز في الشكل 1:5 ، وتشمل تجربة السياحة ما يلي :

- مرحلة أولية من التخطيط للرحلة الى وجهات وأنماط وتقييم الأساليب المفضلة ومستويات الإقامة ؛ وجهة مختارة . يسترشد عدد من الموظفين بمرحلة التخطيط المدخلات المحتملة ، بما في ذلك الخبرة والصور السابقة والتصورات عن الأماكن والاقتراحات التي قدمها آخرون .
- السفر إلى الخارج . كل السياحة تنطوي على السفر ، ومن المهم أن يدرك أن السفر غالباً ما يكون أكثر من مجرد وسيلة لتحقيق غاية . في العديد من السياقات السياحية ، الوصول إلى هناك هو نصف المتعة ، وفي بعض أشكال السياحة - الأكثر وضوحاً في الإبحار البحري - فعل السفر بدلاً من زيارة الأماكن غالباً ما تصبح هي العنصر المركزي داخل والتجربة السياحية ككل .
- خبرة في الوجهة . هذا العنصر هو عادة الرئيسي في إطار الزيارة ويعكس على نحو أوضح الفئة أو فئات السياحة التي تقع فيها الرحلة والدوافع للزياره . عادةً ما تشمل التجربة في الوجهة عناصر لمشاهدة معالم المدينة والتسوق الترفيهي وجمع هدايا تذكارية . قد يشمل أيضاً مستويات متفاوتة من الاتصال بالسكان المضيفين والمجتمع والثقافة .

- السفر ذهاباً وإياباً ، الذي قد يكون ، كما هو الحال مع الرحلة الخارجية ، جزءاً لا يتجزأ من تجربة السياحة ، على الرغم من أنها قد لا تترك نفس الدرجة من المتعة والترقب والإثارة ، مع اقتراب الرحلة قد يكون قد بدأ نهايته وإرهاقه يؤثر على السائح .
- تذكر. حيث سيتم إحياء الرحلة لاحقاً وربما مراراً وتكراراً ، في محادثة مع الأصدقاء والأقارب ، في صور العطلات و/ أو مقاطع فيديو ، أو استجابة للمطالب المرئية التي تقدمها الهدايا التذكارية .
- قد يتم ترتيبها الآن في جميع أنحاء المنزل . مرحلة الاستعداد ستعمل أيضاً إبلاغ التخطيط الأولي للزيارة القادمة وقد تكون إما حافز إيجابي أو سلبي ، حسب النجاح أو الفشل في الرحلة .

Figure 1:5 Structure of the tourist experience



الجغرافيا ودراسة السياحة

لكن ماذا يمكن للجغرافيين اضافته عند دراسة هذا المجال ؟ السياحة (مع تركيزها على السفر ونقل الأشخاص والسلع والخدمات عبر الزمان والمكان (بشكل أساسي جغرافي ، وبناء على ذلك هناك عدد من الطرق من خلاله يمكن للمنظور الجغرافي أن يضيف للموضوع :

تأثير المقياس. لعلاج السياحة كما لو كانت ظاهرة متسقة في السبب والنتيجة من خلال الوقت وعبر الفضاء هو التحريف الديناميكية للتنوع الطبيعي الحاضر. ومع ذلك ، فإن المنظور المكاني يسمح في البداية للتعرف على وصنع تمييز قيم بين وعلى اوسع النطاقات الجغرافية – العالمية ، الدولي والإقليمي والدولي المحلية - ثم الربط بين أنماط التفاعل ودوافع السفر الذي تختلف آثاره كلما تغير المقياس . بدون هذا التفريق ستظل بعض أوجه التشابه والتناقض الهامة محجوبة إلى حد كبير.

التوزيع المكاني للظواهر السياحية. هذه منطقة تقليدية من اهتمام الجغرافيين ويهتم بالعديد من العناصر المركزية في إطار السياحة ككل . وهذا يشمل النمط المكاني للإمداد ، بما في ذلك جغرافية المنتجعات والمظاهر الطبيعية والأماكن والمعالم السياحية تعد ذات أهمية للسياح أو المواقع التي قد يكون النشاط فيها بحاجة الى المتابعة . علاوة على ذلك ، يلعب الجغرافيون دورًا في عزل أنماط الطلب وما يرتبط بها من تحركات سياحية . أين تقع المناطق الرئيسية المولدة للسياح ، وكيف يتم ربطها باستقبال شبكات النقل وما هي الأشكال المميزة لتدفقات الزوار بين مناطق التوليد ومناطق الاستقبال ؟

التأثيرات السياحية. الجغرافيون لديهم أيضًا مصلحة حسنة في الآثار الناتجة عن السياحة حيث تظهر الاختلافات عبر الزمن أيضا . لقد نظرت دراسات التأثير تقليديًا في نسب مجالات واسعة من الآثار البيئية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، ولكل منها بعد جغرافي . في الواقع ، يمكن القول أن على الجغرافيين أن يكونوا أكثر نشاطا في استكشاف هذه المسائل . إذا كنا نقتصر على الاهتمامات الجغرافية التقليدية للأنماط المكانية من الناس والموارد والتدفقات السياحية ، لا نكتسب سوى نظرة جزئية إلى ما هي السياحة . الجغرافيا لديها القدرة على توفير إطار تآزري (أي نهج متضافر يؤكد على أن غالبًا ما يكون المنتج أكثر من مجموع الأجزاء الفردية) لاستكشاف قضايا أكثر تعقيدا مثل طبيعة الروابط بين السياحة أو الشواغل الاجتماعية / الثقافية / الأنثروبولوجية العلاقات بين المضيف والزائر.

التخطيط للسياحة. مع تطورها ، أصبحت السياحة تركز على التخطيط المكاني والاقتصادي . القدرة على التطوير المادي للبنية التحتية السياحية لإجراء تغييرات واسعة النطاق في المناطق المضيفة ، ومن أجل التقليل إلى أدنى حد من ضرر التأثيرات وتعظيم السمات المفيدة للسياحة ، بشكل ما للتطوير المخطط للصناعة كثيرا ما يعد ضروريا . تاريخيًا الروابط الوثيقة بين الجغرافيا والتخطيط (مع المصالح المشتركة في تنظيم الأفراد والفضاء والموارد) وبالتالي توفير مجال رابع يمكن أن يساهم فيه الجغرافيون وفهم السياحة.

النمذجة المكانية لتنمية السياحة. وأخيرا، هناك مجال خامس وقد تم تحديد الاهتمام الجغرافي بالمجال الواسع للنمذجة المكانية لعمليات تنمية السياحة .

مجموعة من القضايا النظرية التي قد يكون قد تم تحديد البعد الجغرافي لها . هذه أدرجت (كأمثلة) في محاولات للنمذجة :

- تطور وتغير أنماط السياحة عبر الزمن في مجموعة من والجداول الجغرافية ؛
- والانتشار المكاني للسياحة داخل البلدان وفيما بينها على السواء ؛
- وتطوير التسلسل الهرمي للمنتجعات والأماكن السياحية ؛
- آثار المسافة على أنماط التحركات السياحية.

- من هذا الموجز لاهتمامات الجغرافيين المحتملة في السياحة ، قد نضع قائمة بالأسئلة الرئيسية التي ينبغي أن يسترشد بها عند وضع نهج لدراسة السياحة في إطار التخصص .
- في أي ظروف (مادية واقتصادية واجتماعية) تعمل السياحة ، بمعنى توليد كل من الطلب على السفر و توريد المرافق السياحية ؟
- أين تتطور السياحة وبأي شكل ؟ (مسألة الموقع يمكن تناوله على نطاق من النطاقات الجغرافية تركز مسألة ما تم تطويره بشكل خاص على توفير البنية التحتية).
- كيف يتم تطوير السياحة ؟ (لن يتناول هذا السؤال المعدل فقط وطابع التنمية السياحية ولكن أيضا مسألة من هم المطورين).
- من هم السياح (من حيث عددهم وخصائصهم، وأنماط السفر، وما إلى ذلك) وما هي دوافعهم ؟
- ما هو تأثير السياحة على البيئة المادية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية في بيئات المناطق المضيفة ؟ تشكل هذه الأسئلة القضايا الرئيسية التي يتم تطويرها في النجاح في هذا الكتاب .

الخلاصة

أصبحت السياحة نشاطا ذا أهمية عالمية ، وكنشاط أصيل يركز على حركة الأشخاص والسلع في الزمان والمكان تستحق أن ينظر فيها الجغرافيون بجدية . إن فهم السياحة معقد بسبب مشاكل التعريف ، بسبب تنوع الأشكال التي يتخذها النشاط ، حسب الفئات المتناقضة من السياح، باختلاف التخصصات التي يمكن فيها دراسة السياحة . الجغرافيا ، كموضوع انتقائي جوهري له تقليد في توليف البديل لمنظورات أفضل من الكثيرين لفهم أنماط وممارسات السياح . ويحدد الفصل عدة مجالات للدراسة تكون فيها المناطق الجغرافية التي يمكن أن تساعد على فهم أوسع للسياحة ، بما في ذلك التوزيع المكاني للسياحة ، وتحليل الأثر، والتخطيط السياحي، والنمذجة المكانية .

مسائل المناقشة

- (1) لماذا يثير تعريف «السياحة» إشكالية ؟
- (2) ما الذي يمكن أن يضيفه الجغرافيون لدراسة السياحة ؟
- (3) اشرح سبب أهمية التمييز بين مختلف فئات السياح وأشكال السياحة.
- (4) ما هي الطرق التي تفصل بين «أوقات الفراغ» و «الترفيه» و «السياحة» أن تصبح غير واضحة بشكل متزايد ؟