

الثقافة السياحية وأثرها على تنمية السياحة في ليبيا

محمد عاشور معاطي

قسم إدارة اعمال – كلية طرابلس للعلوم والتقنية – جامعة طرابلس

Maty2803@gmail.com

Tourism Culture and its Impact on Tourism Development in Libya

Mohammed Ashour Maati

Department of Business Administration – Tripoli College of Science and Technology – University of Tripoli

تاريخ الاستلام: 2026/01/10 تاريخ المراجعة 18 / 2 / 2026 تاريخ القبول: 2026/03/11 - تاريخ النشر: 2026 / 03/22

الملخص

يهدف البحث إلى دراسة الثقافة السياحية وأثرها على تنمية القطاع السياحي في ليبيا، مع التركيز على دور وزارة السياحة في نشر هذا الوعي وتحديد الأساليب الأنسب للمجتمع الليبي. واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لتشخيص الواقع الحالي، معتمداً على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة عشوائية من موظفي وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

وتوصل البحث إلى أن قلة الوعي الثقافي السياحي لدى الأفراد هي العائق الأساسي الذي يحول دون استثمار الموارد الطبيعية والمعالم التاريخية بفعالية. كما أظهرت النتائج محدودية دور وزارة السياحة في المبادرات التوعوية، وغياب التفاعل المجتمعي في الأنشطة السياحية. وكشفت الدراسة عن وجود معوقات اجتماعية وثقافية، مثل الخوف من تأثير السياحة على القيم والعادات المحلية، والتحفظ على إقامة المنشآت السياحية، بالإضافة إلى نقص حاد في برامج التعليم والتدريب السياحي المتخصص في المؤسسات التعليمية.

وأوصى البحث بضرورة تعزيز برامج التوعية السياحية من خلال حملات إعلامية وورش عمل تستهدف كافة الفئات العمرية. كما أكد على أهمية إدراج الثقافة السياحية ضمن المناهج الدراسية والجامعية لإعداد جيل قادر على التعامل الحضاري مع الزوار. ودعا البحث إلى تشجيع المشاركة المجتمعية في المهرجانات والمعارض المحلية، واستغلال وسائل التواصل الاجتماعي كأداة استراتيجية للترويج للسياحة الداخلية. وأخيراً، اقترح البحث تأسيس مراكز تدريب متخصصة وإعداد دليل وطني للثقافة السياحية يحدد السلوكيات المرغوبة تجاه المعالم السياحية.

الكلمات المفتاحية: الثقافة السياحية، تنمية السياحة، ليبيا.

Abstract

This research aims to study tourism culture and its impact on the development of the tourism sector in Libya, focusing on the role of the Ministry of Tourism in spreading this awareness and identifying the most appropriate methods for Libyan society. The researcher used the descriptive-analytical approach to diagnose the current reality, relying on a questionnaire as a primary tool for data collection from a random sample of employees at the Ministry of Tourism and Handicrafts.

The research found that the lack of tourism cultural awareness among individuals is the fundamental obstacle preventing the effective investment of natural resources and historical monuments. The results also showed the limited role of the Ministry of Tourism in awareness initiatives and the absence of community interaction in tourism activities. Furthermore, the study revealed the existence of social and cultural barriers, such as fear of tourism's impact on local values and customs, reservations about establishing tourism facilities, and a severe shortage of specialized tourism education and training programs in educational institutions.

The research recommended the necessity of enhancing tourism awareness programs through media campaigns and workshops targeting all age groups. It also emphasized the importance of integrating tourism culture into school and university curricula to prepare a generation capable of civilized interaction with visitors. The study called for encouraging community participation in local festivals and exhibitions, and leveraging social media as a strategic tool to promote domestic tourism. Finally, the research suggested establishing specialized training centers and preparing a national guide for tourism culture that defines desired behaviors toward tourism attractions.

المقدمة:

تعتبر السياحة نشاطا ترفيهيا ذا أهمية كبيرة نظرا لدورها المؤثر في الاقتصاد والمجتمع والثقافة. ولذلك، قامت العديد من الدول بتبني سياسات سياحية تهدف إلى تعزيز هذا القطاع من خلال توفير مقوماته الأساسية مثل الموارد الطبيعية والبنية التحتية. لكن، رغم هذه الجهود، تبين أن قدرة البلدان على جذب السياح لا تعتمد فقط على المقومات المادية، بل تشمل أيضا توفير بيئة ثقافية وسلوكيات إيجابية تجاه السياح والطبيعة. فعندما تقتصر البلدان على تعزيز ثقافتها السياحية، قد يصبح ذلك عائقا أمام جذب السياح. فالسائح يسعى دائما لتطوير ثقافته والترفيه عن نفسه من خلال التعرف على عادات وتقاليد الشعوب الأخرى، مثل الطعام واللباس. وفي المقابل، قد تؤدي القيود الثقافية المتشددة إلى تقييد حركة السياح، مما يحد من تدفقهم إلى تلك البلدان.

إن مواقف المجتمع تجاه السياحة تتأثر بثقافته وأيديولوجياته، وكذلك بالقدرات المادية والتوجهات الاقتصادية. ففي بعض المجتمعات، قد يثير النشاط السياحي مخاوف بسبب تأثيراته السلبية على البيئة والتراث المحلي، مما يساهم في تراجع الإقبال على السياحة في تلك البلدان. من جهة أخرى، قد يؤدي الاعتماد المفرط على قطاع اقتصادي معين، مثل قطاع النفط، إلى تقليل الاهتمام بتممية القطاع السياحي.

مواجهة هذه التحديات تتطلب جهدا مستمرا، يشمل العمل على نشر الوعي الثقافي السياحي داخل المجتمع وتعزيز فهمه للفوائد الاقتصادية والاجتماعية التي يمكن أن تجنيها البلاد من خلال النشاط السياحي. ينبغي أيضا أن تسهم المؤسسات الحكومية والمنظمات الأهلية في نشر هذا الوعي، لتشجيع الأفراد على اعتبار السياحة جزءا أساسيا من حياتهم اليومية. يتضح من الوضع الحالي أن القطاع السياحي في ليبيا لا يزال يواجه العديد من التحديات في تحقيق الأدوار المنوطة به. هذا الوضع هو نتيجة لخيارات تنموية سابقة، التي تزامنت مع قلة الاستعدادات الاجتماعية تجاه السياحة. وفي ظل الموارد المالية المتاحة في الوقت الحالي، فإنه من الممكن تحسين البنية التحتية السياحية. ومع ذلك، يبقى التحدي الأكبر في خلق

ثقافة سياحية تنظر إلى هذا القطاع بعين إيجابية، وتؤسس لممارسات حضارية تشجع على ممارسة السياحة وجذب السياح المحليين والأجانب.

مشكلة البحث:

لم تعد السياحة مجرد نشاط ترفيهي، بل أصبحت من الدعائم الأساسية للاقتصاد والتنمية المستدامة في العديد من الدول. وفي هذا السياق، أصبح من الضروري تبني مفاهيم سياحية جديدة وتعزيز السوق السياحي، لا سيما من خلال نشر ثقافة سياحية في المجتمع المحلي، مما يسهم في زيادة أعداد السياح. وعلى الرغم من وجود المقومات الطبيعية والمعالم السياحية في ليبيا، فإن غياب الوعي الثقافي لدى الأفراد يعيق استثمار هذه الموارد بشكل فعال.

لذلك، يتطلب نجاح السياحة في ليبيا نشر الثقافة السياحية بين الأفراد وتعزيز فهمهم للفوائد التي يمكن أن تتحقق من هذا النشاط.

تساؤلات البحث:

1. ما الجهات الأساسية التي يجب الاعتماد عليها في نشر وترسيخ الثقافة السياحية في المجتمع الليبي؟
2. ما التحديات التي تواجه عملية نشر الثقافة السياحية؟
3. ما الاستراتيجيات العالمية التي يمكن تطبيقها في نشر الثقافة السياحية على مستوى الأفراد؟

أهداف البحث:

1. التعرف على الدور الذي تقوم به وزارة السياحة في نشر الثقافة السياحية داخل المجتمع الليبي.
2. تحديد الأساليب والطرق الأنسب لتناسب المجتمع الليبي في نشر الثقافة السياحية.
3. إبراز أهمية السياحة المحلية وكيفية إسهامها في تنشيط القطاع السياحي.
4. الوصول إلى نتائج وتوصيات تساهم في نشر الثقافة السياحية بين أفراد المجتمع الليبي.

أهمية البحث:

1. بالنسبة للباحثين:

يساعد هذا البحث الباحثين في اكتساب المعرفة العلمية والعملية التي تساهم في تطوير مهاراتهم البحثية في مجال السياحة، مما يوسع مداركهم حول أهمية هذا القطاع.

2. بالنسبة للعلم:

يساهم البحث في إثراء المكتبة العلمية بالمعلومات التي تدعم تطوير السياحة في ليبيا، من خلال تقديم رؤية واضحة حول دور وزارة السياحة في نشر الثقافة السياحية وسبل دعمها للقطاع.

3. بالنسبة للمجتمع:

يساهم البحث في حل القضايا التي تواجه القطاع السياحي، خاصة فيما يتعلق بقلة الوعي الثقافي السياحي لدى المجتمع الليبي. ويتوقع أن يساهم نشر هذه الثقافة في تحسين مستوى الخدمات السياحية ورفع جاذبية ليبيا كوجهة سياحية.

منهجية البحث:

تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي في هذا البحث، الذي يهدف إلى دراسة وتحليل الواقع الحالي للثقافة السياحية في المجتمع الليبي. تم جمع البيانات من خلال الأدبيات والكتب والمقالات ذات الصلة، بالإضافة إلى استبيانات تم توزيعها على عينة من موظفي وزارة السياحة.

المجتمع وعينة البحث:

تم اختيار عينة عشوائية من موظفي وزارة السياحة، حيث تم جمع البيانات من خلال توزيع استبيانات تحتوي على أسئلة متعلقة بالثقافة السياحية ودور الوزارة في نشرها.

أداة البحث:

تتمثل أداة البحث في الاستبيان الذي تم تصميمه لجمع البيانات الأولية. يتكون الاستبيان من جزئين: الأول يحتوي على بيانات عامة عن المشاركين (مثل الاسم، العمر، المؤهل العلمي، والوظيفة الحالية)، بينما يحتوي الجزء الثاني على 20 سؤالاً موجهاً إلى موظفي وزارة السياحة.

حدود البحث:

1. الحدود الزمنية: يتناول البحث الفترة بين (24 يناير 2023 و 27 فبراير 2023).
2. الحدود المكانية: الدراسة تركز على وزارة السياحة والصناعات التقليدية في ليبيا.
3. الحدود الموضوعية: يتمحور البحث حول دراسة وتحليل الثقافة السياحية في المجتمع الليبي وأثرها على تنشيط الحركة السياحية.

تاسعا: مصطلحات ومفاهيم البحث**1. السياحة**

السياحة هي ظاهرة انتقال الأفراد إلى أماكن خارج موطن إقامتهم الدائمة لفترة لا تقل عن 24 ساعة ولا تتجاوز سنة، وذلك بهدف غير العمل. ويتضمن هذا النشاط آثارا اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، وحضارية، وإعلامية وغيرها من التأثيرات (طه الخوري والدباغ، 2001، ص 45).

2. السياحة الداخلية

عرفت هيئة السياحة البريطانية السياحة الداخلية بأنها السفر لقضاء ليلة أو أكثر بعيدا عن المنزل بهدف الترفيه أو زيارة الأصدقاء أو الأقارب، أو لحضور المؤتمرات، أو لأي غرض آخر، باستثناء العمل شبه الدائم أو التعليم الداخلي (عبد الوهاب، 1998، ص 295).

3. الترويج السياحي

يشمل الترويج السياحي جميع الجهود المباشرة وغير المباشرة التي تهدف إلى تحقيق الأهداف الموضوعية في الاستراتيجية التسويقية للسياحة على مستوى البلد أو الموقع. وينفذ الترويج باستخدام مزيج ترويجي ملائم يتم وفقا لأولويات وتفضيلات تتعلق بوسائل الترويج لدى منافذ التوزيع السياحي، بهدف الوصول إلى المستهلكين أو المستخدمين للمنتجات السياحية (عبيدات، 2000، ص 18).

4. الثقافة السياحية

تتمثل الثقافة السياحية في تراكم المخزون المعرفي لدى الأفراد حول مقومات السياحة وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والبيئية، ويتم تحويل هذه المعرفة إلى وعي سياحي متكامل وسلوكيات إيجابية تجاه السياحة والسائحين. ويؤدي ذلك إلى تحقيق تنمية سياحية مستدامة (صفي الدين الطيب، 2001).

5. السائح

السائح هو الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الأصلية أو الاقتصادية، ولأي سبب غير الكسب المادي أو الدراسة. ويشمل ذلك السائح الوطني (الذي يسافر داخل بلده) أو السائح الأجنبي (الذي يسافر إلى بلدان أخرى) (طه الخوري والدباغ، 2001، ص 45).

المبحث الأول: مفهوم السياحة ودوافعها**الأول: مفهوم السياحة**

تعتبر السياحة نشاطاً إنسانياً يعتمد على الاستفادة من وقت الفراغ والتجوال، ويشمل السفر والترحال الذي يقوم به الأفراد في أماكن غير موطن إقامتهم المعتادة. يتمثل الهدف الأساسي للسياحة في قضاء وقت خارج مكان الإقامة المعتاد لمدة تتراوح بين يوم واحد وأقل من سنة (الصعيدى، 2011، ص 105).

وبفهم السياحة أيضاً على أنها الانتقال من مكان إلى آخر بغرض الاطلاع والتعرف على ثقافات ومواقع جديدة للاستمتاع بها. ويشمل هذا التعريف كلا من السياحة الداخلية والسياحة الخارجية، مما يعكس تفاعل السياح مع المجتمعات المضيفة في عملية الاستقطاب والاستضافة (عبيد، 2010، ص 3).

ثانياً: التعريفات

1. تعرف السياحة بأنها ظاهرة ترتبط باستغلال وقت الفراغ لدى الأفراد، من خلال سفرهم إلى مناطق أخرى سواء كانت داخلية أو خارجية، بهدف الراحة والترويح عن النفس. وقد تتضمن السياحة العديد من الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية والسياسية والعلمية (الريماوي، 1998، ص 16).
2. السياحة هي ظاهرة حديثة نشأت نتيجة الحاجة المتزايدة إلى الراحة والتغيير، والبحث عن جمال الطبيعة والإحساس بالبهجة من خلال الإقامة في أماكن ذات طبيعة خاصة (عبيد، 2010، ص 4).
3. السياحة هي عملية تجوال الإنسان من مكان إلى آخر، سواء كان ذلك على المستوى المحلي (السياحة الداخلية) أو الدولي (السياحة العالمية). ويشترط أن تكون مدة الإقامة لا تقل عن 24 ساعة، وقد تكون لأغراض ثقافية أو دينية أو رياضية (عبيد، 2010، ص 4).

المبحث الثاني: الدوافع السياحية وأبعادها**أولاً: مفهوم الدوافع السياحية**

تتعدد الدوافع التي قد تدفع الأفراد للسفر، وقد تكون هذه الدوافع ثقافية أو دينية أو رياضية أو صحية، وغيرها من الأغراض المتنوعة. ومن أهم الدوافع السياحية ما يلي:

1. **الدوافع الدينية:** يكون الهدف من السفر في هذه الحالة أداء مناسك الحج إلى الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة أو الفاتيكان، أو زيارة المواقع الدينية الأخرى مثل الأضرحة والمزارات (الصعيدى، 2011، ص 108).
2. **الدوافع التاريخية والثقافية والتعليمية:** يشمل هذا النوع من الدوافع زيارة المعالم التاريخية والثقافية مثل الأهرامات أو البتراء في الأردن، أو المشاركة في مهرجانات ثقافية أو معارض (الصعيدى، 2011، ص 111).
3. **دوافع الراحة والاستجمام والترفيه:** هذه الدوافع تتعلق بالبحث عن الراحة والابتعاد عن روتين الحياة اليومية، مثل السفر إلى الشواطئ أو المناطق الطبيعية الجميلة للاستمتاع بالأوقات الحرة (الريماوي، 1998، ص 16).
4. **الدوافع الصحية:** تشمل هذه الدوافع السفر من أجل العلاج أو الاستجمام في المنتجعات الصحية، مثل زيارة الينابيع المعدنية أو العلاج في مراكز العلاج الطبيعي (الصعيدى، 2011، ص 111).
5. **الدوافع العرقية:** هذه الدوافع تتعلق بالسفر إلى موطن الأجداد أو زيارة الأماكن المرتبطة بالتراث العرقي، مثل زيارة مسقط رأس الشخص أو التفاعل مع المجتمعات الأصلية (الصعيدى، 2011، ص 112).
6. **الدوافع الرياضية:** تتضمن هذه الدوافع السفر لحضور فعاليات رياضية أو المشاركة في مسابقات رياضية، مثل مشاهدة كأس العالم أو المشاركة في ماراثونات رياضية (الصعيدى، 2011، ص 112).

7. السياحة للأحداث الخاصة: مثل السفر لحضور أحداث مهمة على مستوى عالمي، مثل تتويج ملكة بريطانيا، الذي يستقطب العديد من السياح من مختلف أنحاء العالم (الريماوي، 1998، ص 16).

ثانياً: الأسباب التي أدت إلى زيادة الاهتمام بالسياحة

1. السياحة كأداة للتبادل الثقافي: تعد السياحة من أهم الأدوات التي تساهم في تبادل الثقافات والتعرف على تراث المجتمعات المحلية. كما توفر فرصة للزوار للتعرف على ثقافات جديدة وممارسات مختلفة (الصعيد، 2011، ص 112).

2. التضارب بين المواقع التراثية والسياحة: هناك علاقة ديناميكية بين المواقع التراثية والسياحة، حيث قد يحدث تضارب في القيم بين الحفاظ على التراث وتشجيع السياحة. من الضروري إدارة هذه المواقع بطريقة مستدامة لضمان استفادة الأجيال القادمة من هذه المواقع (عبيد، 2010، ص 4).

3. التخطيط لحفظ المواقع التراثية: يجب أن يركز تخطيط الحفاظ على المواقع التراثية على تحسين تجربة الزائر، بحيث يحصل الزائر على تجربة قيمة ومرضية عند زيارة هذه المواقع (الصعيد، 2011، ص 112).

4. مشاركة المجتمعات المستضيفة: من المهم إشراك المجتمعات المحلية والسكان الأصليين في عمليات التخطيط لبرامج الحفاظ على التراث السياحي، مما يساعد على تعزيز استفادتهم من الأنشطة السياحية (الصعيد، 2011، ص 113).

5. حماية الخصائص الطبيعية والثقافية: ينبغي أن تعمل برامج الدعاية السياحية على حماية وتعزيز الخصائص الطبيعية والثقافية للمواقع السياحية، مما يساهم في الحفاظ على البيئة والتراث الثقافي للأجيال القادمة (عبيد، 2010، ص 3).

ثالثاً: العوامل المؤثرة في السياحة

تتعدد العوامل التي تؤثر في السياحة، والتي يمكن تلخيصها في العوامل التالية:

أ. عوامل الجذب السياحي

تشمل عوامل الجذب السياحي تلك العوامل التي تحدد اختيار السائح لزيارة مكان معين بناء على وجود مقومات طبيعية مثل التكوينات الجيولوجية، المناخ، العيون المعدنية، وغيرها من المعالم الطبيعية كما هو الحال في أماكن مثل الفيوم، حلوان، سيوة، والغردقة، والبحر الأحمر، وسيناء (الصعيد، 2011، ص 119). كما تشمل المقومات الأثرية والتاريخية، مثل المزارات الدينية، المساجد القديمة، الأديرة، والكنائس.

ب. عوامل التسهيلات السياحية

تتمثل عوامل التسهيلات السياحية في جودة الخدمات المقدمة للسياح، مثل أماكن الإقامة، وسائل النقل، والبنية الأساسية (المياه، الطرق، والكهرباء). بالإضافة إلى ذلك، تعتبر الخدمات الصحية عنصراً مهماً في تحديد وجهات السياحة. تتفاوت هذه العوامل من منطقة لأخرى، مما يؤثر على جذب السياح إلى بعض المناطق دون غيرها.

ج. السياحة كمحفز للتبادل الثقافي

تعد السياحة مصدراً هاماً للتفاعل الثقافي بين الشعوب، حيث تساهم في تعزيز التواصل الحضاري وتقليص المسافات الاجتماعية بين الثقافات المختلفة. كما تمثل السياحة جزءاً من الطلب على القدرات البشرية في مجالات مثل الإدارة والتنظيم، الصياغة، اللغات، البناء، التجميل، الفنون الشعبية، والصناعات اليدوية (الصعيد، 2011، ص 119). يمكن أن تكون السياحة أيضاً مؤشراً على النهضة والتقدم الاقتصادي والاجتماعي في بعض البلدان.

المبحث الثالث: المؤشرات الأساسية للنمو السياحي

توجد العديد من المؤشرات التي يمكن من خلالها قياس ازدهار أو تراجع قطاع السياحة في أي بلد. ومن أبرز هذه المؤشرات:

1. إجمالي عدد السياح

يشير هذا المؤشر إلى العدد الكلي للسياح الذين يزورون البلد خلال فترة زمنية معينة.

2. إجمالي الليالي السياحية

يتعلق هذا المؤشر بعدد الليالي التي يقضيها السياح في المنشآت السياحية المختلفة.

3. تنوع جنسيات السياح

يشير هذا إلى مدى تنوع الجنسيات التي يزورها السياح في الوجهة السياحية.

تساعد هذه المؤشرات في تحليل مستوى ازدهار القطاع السياحي ومدى تنوع السياح وتوزيعهم في وجهات مختلفة (الصيرفي، 2008، ص 26-28).

الخصائص الاقتصادية للسياحة

تمتاز السياحة بعدد من الخصائص الاقتصادية التي يجب أخذها في الاعتبار عند وضع أي خطط أو استراتيجيات لتسويق السياحة. تختلف أهمية السياحة من ناحية القيمة الاقتصادية ودورها في ميزان المدفوعات من بلد إلى آخر. في بعض الدول، تعد السياحة مصدرا رئيسيا للدخل، بينما في دول أخرى قد تتسبب في تغييرات اجتماعية سلبية نتيجة النظرة السلبية تجاه هذا القطاع.

أ. خصائص المنتجات السياحية

1. المرونة المحدودة

المنتجات السياحية تتميز بعدم مرونتها، حيث لا يمكن تخزينها أو تحريكها مثل السلع الأخرى. على سبيل المثال، خدمات الإقامة في الفنادق أو المقاعد في الطائرات لا يمكن تخزينها لتلبية الطلب المستقبلي (عبيدات، 2008، ص 19-20). كما أن الأسعار لا تتأثر بشكل كبير بتقلبات قصيرة الأجل في الطلب، بل تحدد الأسعار وفقا للطلب طويل الأجل.

2. التكامل

المنتجات السياحية ليست خدمة واحدة بل مجموعة من الخدمات الفرعية التي تكمل بعضها البعض. على سبيل المثال، تتكامل خدمة النقل مع الإقامة، والخدمات الترفيهية مع الأنشطة السياحية الأخرى. التخصيص في أحد هذه الخدمات الفرعية قد يؤثر سلبا على القيمة الإجمالية للمنتج السياحي (عبيدات، 2008، ص 19-20).

3. الاختلاف

يعد الاختلاف من الخصائص المميزة للمنتجات السياحية، حيث لا يمكن إنتاج منتجات سياحية متطابقة تماما. حتى وإن كانت الخدمات المقدمة مادية بشكل مشابه، فإن هناك دائما اختلافا في الجودة التي يقدمها كل منتج سياحي، مما يجعل كل تجربة سياحية فريدة من نوعها (عبيدات، 2008، ص 19-20).

المبحث الثاني: الخلفية المعرفية للثقافة

أولاً: مفهوم الثقافة

يعد موضوع الثقافة من المواضيع التي حظيت باهتمام بالغ في العديد من المجالات العلمية مثل علم الاجتماع، الأنثروبولوجيا، وعلم النفس، وغيرها من العلوم. فهي تمثل روح المجتمع وحقيقته، وتعد مدخلا أساسيا لفهم الإنسان والحياة

الاجتماعية. من خلال الثقافة، يكتسب الإنسان جزءا مهما من شخصيته، ومن خلالها يميز بين مجتمع وآخر. الإنسان هو المخلوق الوحيد الذي يمتلك الثقافة، والتي تتضمن مجموعة من الاستعدادات والملكات التي تساعده في مواجهة تحديات الحياة من خلال منظومة من العادات والتقاليد، والمعتقدات، والفنون، والأخلاق (الصعيدى، 2011، ص 120).

الثقافة تنشأ داخل المجتمع أو يتم استعارتها في مظاهر اجتماعية نفسية، وتظهر في السلوك الاجتماعي للأفراد من خلال نماذج مختلفة كالعادات والتقاليد والأعراف. قد يختلف مفهوم الثقافة حسب التخصص العلمي، مما يفسر تعدد التعريفات بناء على مجال الدراسة. علماء الاجتماع، على سبيل المثال، قد يعطون تعريفا مختلفا عن علماء النفس أو الأنثروبولوجيا أو الاقتصاد أو السياسة.

أولاً: التعريفات الوصفية للثقافة

تتعدد التعريفات التي تم تناولها في دراسة مفهوم الثقافة، ومعظم هذه التعريفات تعتمد على حصر محتويات الثقافة وشرح مكوناتها. واحدة من التعريفات الشهيرة للثقافة هي تعريف إدوارد تايلور الذي وصف الثقافة بأنها ذلك المركب المعقد الذي يشمل المعرفة، والمعتقدات، الفن، الأخلاق، العرف، التقاليد والعادات، وجميع القدرات التي يستطيع الإنسان أن يكتسبها كعضو في مجتمع معين (إبرا، 2007، ص 23). هذا التعريف يبرز فكرة أن الثقافة هي نتاج اجتماعي يمكن اكتسابه من خلال التفاعل مع المجتمع.

من جهته، عرف كروبر الثقافة بأنها مجموعة ما أنتجه البشر في اجتماعهم، كما أنها قوة هائلة تؤثر في البشرية جمعاء، أفرادا وجماعات، على المستوى الفردي والاجتماعي (يسري، 2009، ص 481-482). هذا التعريف يعكس تأثير الثقافة على البشر في جميع مجالات حياتهم اليومية.

ثانياً: خصائص الثقافة

تختلف الثقافة باختلاف المجتمعات، وتظهر خصائص متنوعة تعكس التنوع والتغيير في كل مجتمع. إليك أبرز خصائص الثقافة:

1. الثقافة إنسانية

العنصر الإنساني هو المصدر الرئيسي للثقافة، وبدونه لا يمكن أن توجد ثقافة. هذه الثقافة تعبر عن قدرات الإنسان العقلية والإبداعية التي تميز الإنسان عن باقي المخلوقات (إبرا، 2007، ص 23).

2. الثقافة مكتسبة

الثقافة ليست مورثة كما الصفات البيولوجية، بل تكتسب من خلال التفاعل الاجتماعي، سواء كان ذلك في الأسرة أو المدرسة أو المجتمع بشكل عام. يتعلم الأفراد الثقافة عبر مختلف الأنشطة والتجارب اليومية في حياتهم، ويصبح سلوكهم جزءا من ثقافتهم (يسري، 2009، ص 481-482).

3. الثقافة الاجتماعية

الثقافة تشبع الحاجات الإنسانية، سواء كانت بيولوجية مثل الجوع والعطش، أو اجتماعية مثل التفاعل مع الآخرين. عناصر الثقافة تشترك فيها جميع الكائنات الإنسانية في المجتمعات المنظمة (إبرا، 2007، ص 23).

4. ثقافة تطويرية

الثقافة لا تظل ثابتة، بل تتطور مع مرور الوقت لتواكب احتياجات الإنسان في المجتمع. التغيير في الثقافة قد يكون نتيجة لعدة عوامل مثل التطور التكنولوجي، أو التغيرات الاقتصادية والسياسية (يسري، 2009، ص 481-482).

5. ثقافة تكاملية

الثقافة تحقق توازنا بين الحاجات المادية والروحية، وهي تعمل على تجميع كل هذه العناصر لتكامل بعضها البعض وتنشئ توازنا اجتماعيا داخل المجتمع. الثقافة لا تتكون في حلقة مغلقة بل تحتاج إلى تكامل بين مختلف جوانب المجتمع (إبراهيم، 2007، ص 23).

6. الثقافة تراكمية وانتقالية

الثقافة قابلة للانتقال من جيل إلى جيل عبر عملية التنشئة الاجتماعية، كما أنها قابلة للانتشار بين الأمم بفضل أساليب الاتصال الحديثة. هذه السهولة في الانتقال تجعل الثقافة قابلة للتغيير والتطور (يسري، 2009، ص 481-482).

أولاً: الثقافة السياحية

الثقافة السياحية هي موضوع حديث نسبياً ويشمل دراسات متخصصة تحلل تفاعل المسافرين مع ثقافة المجتمعات المضيفة. وتشير بعض التعريفات إلى أن الثقافة السياحية هي مجموعة من الأنشطة التي يشارك فيها المسافر مع ثقافة المكان الذي يزورونه، بما في ذلك نمط حياة الناس في تلك المناطق، تاريخهم، الهندسة المعمارية، الدين والعادات التي تساهم في تشكيل أسلوب حياتهم (زهرا، 2004، ص 24).

أما تعريف آخر فيرى أن الثقافة السياحية تتضمن امتلاك الفرد للمعرفة والمفاهيم والمهارات والاتجاهات التي تمثل خلفية مناسبة تمكنه من سلوك سلوك سياحي رشيد عند التعامل مع المؤسسات السياحية والمواقع المختلفة (زهرا، 2004، ص 25).

تعريف آخر يشير إلى أن الثقافة السياحية تتمثل في انتقال الأفراد إلى مناطق الجذب الثقافي بعيداً عن مكان إقامتهم الطبيعي بهدف جمع معلومات وخيارات جديدة لتلبية احتياجاتهم الثقافية (زهرا، 2004، ص 25).

ثانياً: أنواع السياحة الثقافية

1. سياحة تراثية

يرتبط هذا النوع من السياحة بتعريف الأماكن التاريخية والمعمارية مثل المتاحف، والمواقع الثقافية التي تضم الأدب والفنون والآثار الشعبية في المنطقة (زهرا، 2004، ص 24).

2. سياحة في المدن الثقافية

يتمثل هذا النوع في جولات ثقافية لاستكشاف معالم المدينة الكلاسيكية، حيث يمكن للسياح زيارة المعالم المعمارية والتاريخية الشهيرة.

3. سياحة الحرفية والتقاليد

يزور السياح الأماكن التي تقدم الحرف التقليدية والثقافات المحلية المتنوعة في المنطقة، مما يتيح لهم التعرف على الفنون الشعبية والحرف اليدوية.

4. المهرجانات السياحية

تشمل زيارة المهرجانات الثقافية والموسيقية، أو الفعاليات الفنية التي تحتفل بالفن والثقافة المحلية والعالمية.

5. سياحة إبداعية

تركز هذه السياحة على المشاركة في الأنشطة الفنية التقليدية أو الصناعات الثقافية أو حتى الإنتاجات السمعية والبصرية في مختلف المناطق (زهرا، 2004، ص 24-25).

ثالثا: مبادئ الثقافة السياحية

تقوم الثقافة السياحية على مجموعة من المبادئ الأساسية التي تشمل:

1. **الثقافة السياحية عملية متكاملة**
تتضمن المعرفة، المهارات، والوجدان، مما يتطلب تعزيز الوعي لدى الأفراد حول أهمية هذه الثقافة.
2. **الاهتمام بتنمية الثقافة السياحية**
يجب على الدول والمؤسسات التعليمية الاهتمام بتنمية الثقافة السياحية، بحيث يكتسب الأفراد مهارات تتعلق بالسياحة عبر التعليم والتفاعل المجتمعي.
3. **المشاركة في تنفيذ برامج الثقافة السياحية**
تتطلب الثقافة السياحية تكاتف جهود مختلف الهيئات والمؤسسات لتطوير وتطبيق برامج تهدف إلى تعزيز الوعي الثقافي لدى الأفراد.
4. **إقامة خطط مستقبلية للتنمية السياحية**
يجب وضع استراتيجيات وخطط شاملة تهدف إلى تنمية الثقافة السياحية المستدامة وتحقيق أهداف التنمية السياحية على المدى البعيد.

رابعا: أهمية الثقافة السياحية

1. **فهم وتنمية التراث**
تعد الثقافة السياحية أداة رئيسية لتنمية التراث الثقافي لأي دولة، حيث تساهم في تعزيز الوعي المجتمعي حول قيمة هذا التراث وتوظيفه في السياحة (زهران، 2004، ص 69).
2. **عالمية الثقافة السياحية**
مع العولمة، أصبحت الثقافة السياحية تقدم مفاهيم ومهارات لجميع الأفراد في مختلف أنحاء العالم. هذا يعزز من تبادل المعرفة والتفاهات بين الشعوب.
3. **احتياج المجتمع للتغيير**
يساهم المجتمع من خلال الثقافة السياحية في التغيير الاجتماعي والثقافي، مما يساهم في تحسين العلاقات الاجتماعية والاقتصادية.
4. **ضرورة الثقافة السياحية للتنمية**
تعمل الثقافة السياحية على إحلال قيم وتقاليد جديدة تتماشى مع البيئة المحيطة بالفرد، وتهدف إلى رفع مستوى المعيشة.

خامسا: مؤسسات الثقافة السياحية

تلعب عدة مؤسسات دورا هاما في تنمية الثقافة السياحية لدى الأفراد:

1. **دور المدرسة**
تساهم المدارس في تعزيز الثقافة السياحية من خلال تزويد الطلاب بالمعلومات والمهارات السياحية المناسبة وتدريبهم على التعامل مع السياح.
2. **دور الجامعات**
يجب على الجامعات إعداد مواطنين مثقفين سياحيا من خلال إدراج موضوعات السياحة في المناهج الجامعية وتنظيم ندوات ومحاضرات لتعريف الطلاب بأهمية السياحة (زهران، 2004، ص 69).

3. دور الأسرة

تعد الأسرة المدرسة الأولى التي تشكل اتجاهات الأفراد نحو السياحة، حيث تساهم في توجيه الأطفال والشباب نحو فهم أهمية السياحة (زهران، 2004، ص 69).

4. دور الإعلام

يقوم الإعلام بدور كبير في نشر الثقافة السياحية من خلال البرامج التوعوية والتثقيفية التي تروج للسياحة المحلية وتساهم في تطوير المفاهيم الثقافية حول السياحة.

سادسا: معوقات نشر الثقافة السياحية في المجتمع

من أبرز المعوقات الثقافية التي تحد من نشر الثقافة السياحية في بعض المجتمعات:

الخلفية الثقافية للمجتمع

تظل بعض المجتمعات متوجسة من السياحة بسبب الثقافة السائدة التي قد تتعارض مع مفاهيم السياحة الحديثة. حيث أن هناك صورة نمطية سلبية عن السياح، مما يؤثر بشكل كبير على تقبل المجتمع لهذا المفهوم. هذه الصورة قد تكون نتيجة لعدة عوامل مثل تصورات مغلوطة حول السلوكيات السياحية أو تأثيرات سلبية متوقعة على القيم المحلية والعادات الاجتماعية. في بعض الأحيان، يرتبط المفهوم السائد للسياحة في بعض المجتمعات بفكرة أنها مجرد نشاط اقتصادي يستهدف المكاسب المادية، دون مراعاة الأبعاد الثقافية والاجتماعية للسياحة.

على سبيل المثال، قد تكون بعض المجتمعات تعارض السياحة بسبب الخوف من فقدان الهوية الثقافية أو من التأثيرات التي قد تطرأ على النسيج الاجتماعي بسبب الاختلافات بين السياح والمجتمع المحلي. كما أن السياحة قد تعتبر تهديدا للتقاليد والممارسات الثقافية التي قد تتأثر بالتغيرات التي قد يجلبها تدفق السياح من ثقافات مختلفة. في هذا السياق، يمكن أن ينظر إلى السياح على أنهم يمثلون تهديدا لهذه التقاليد بسبب اختلافاتهم في العادات والسلوكيات.

لذلك، من الضروري العمل على تغيير هذه الصورة النمطية عن السياحة من خلال التوعية والبرامج الثقافية التي تبرز الفوائد التي قد تجنيها المجتمعات من السياحة المستدامة. يساهم التفاعل الثقافي بين السياح والمجتمع المحلي في تعزيز الفهم المتبادل، بينما يمكن أن تساهم السياحة في الحفاظ على التراث الثقافي وتعزيز الهوية الوطنية إذا تمت إدارتها بشكل صحيح (زهران، 2004، ص 69).

ب. معوقات اجتماعية

من أبرز المعوقات الاجتماعية التي تعترض نشر الثقافة السياحية في بعض المجتمعات نجد ما يتعلق بالخوف من تأثير السياحة على العادات والتقاليد المحلية. على سبيل المثال:

1. **عدم الاختلاط بالغير (السائح):** يشعر بعض الأفراد في المجتمع المحلي بعدم الراحة في التفاعل مع السياح

بسبب الخوف على القيم والعادات المحلية. هناك قلق من أن السياحة قد تؤدي إلى تغييرات في نمط الحياة الثقافي الذي يعتمده المجتمع المحلي.

2. **التحفظ تجاه المنشآت السياحية:** قد يطالب البعض بالابتعاد عن إقامة منشآت سياحية في مناطقهم، نظرا لأنهم

يعتقدون أن ذلك قد يسبب تغييرات سلبية في القيم الاجتماعية ويؤثر على البيئة المحلية. البعض يرى أن السياحة قد تساهم في تدمير الأسس الثقافية والاجتماعية للمجتمع.

3. **التعامل مع أشخاص منغلقيين على أنفسهم:** في بعض الحالات، يكون لدى الأفراد في المجتمعات المضيفة

تحفظ تجاه العمل في القطاع السياحي، خاصة إذا كان لديهم تصورات سلبية عن السياح أو السياحة ككل. هذا التحفظ قد يعود إلى انعدام التوعية الكافية أو الفهم الصحيح لأهمية السياحة الاقتصادية والاجتماعية.

4. الافتقار للتوعية بأهمية السياحة: في بعض المجتمعات، هناك نظرة قاصرة للسياحة، حيث ينظر إليها فقط كمناسبات مناسبة للأفراد العزاب أو بعض الفئات الاجتماعية الخاصة. وهناك حاجة لتوضيح أهمية السياحة، خاصة السياحة الأسرية، كوسيلة لتعزيز العلاقات الثقافية والاجتماعية بين الشعوب.

سابعاً: التأثيرات الثقافية للسياحة على المجتمع المضيف

تتمثل التأثيرات الثقافية للسياحة على المجتمع المضيف في جوانب إيجابية وسلبية على حد سواء:

أولاً: التأثيرات الإيجابية

1. زيادة الاهتمام بالصناعات الشعبية: السياحة تشجع على الاهتمام بالصناعات اليدوية التقليدية التي يصبح الطلب عليها أكبر من قبل السياح، خصوصاً تلك التي يمكن استخدامها كهدايا تذكارية. هذه الصناعات تمثل إبداعاً فنياً ناتجاً عن تفاعل الصانع مع بيئته، مما يساهم في الحفاظ على التراث الثقافي للمجتمع (صبري عبد السميع، 1994، ص 78).
2. النهوض بالمهرجانات والأنشطة الثقافية: تلعب السياحة دوراً كبيراً في تحفيز وتنظيم المهرجانات الثقافية والمعارض، والتي تصبح نقاط جذب سياحي. على سبيل المثال، تزداد شعبية فرق الفنون الشعبية والمهرجانات في مناطق مثل الإسماعيلية، حيث يتم استضافة فرق من مختلف أنحاء العالم لعرض فنونهم (دعبس، 2009، ص 724-725).
3. الاهتمام باللغات الأجنبية: تتزايد رغبة الأفراد في تعلم اللغات الأجنبية في مناطق الجذب السياحي مثل الأقصر وأسوان، مما يعزز التواصل بين السياح والمجتمعات المحلية، ويساهم في فتح آفاق ثقافية جديدة.
4. زيادة التبادل الثقافي: تساهم السياحة في تعزيز التبادل الثقافي بين السياح والمجتمعات المضيفة من خلال التفاعل المستمر بين الثقافات المختلفة. هذا التبادل يساعد على تقليل الفجوات الثقافية وتعزيز الفهم المتبادل (دعبس، 2009، ص 725).

ثانياً: التأثيرات الثقافية السلبية

1. تقليد بعض السلوكيات الغربية: من بين التأثيرات السلبية للسياحة، نجد بعض شباب المجتمع المضيف قد يتأثرون بالعادات والسلوكيات الغربية، مثل تقليد الأزياء أو قصات الشعر الخاصة بالسياح. هذه التأثيرات قد تؤدي إلى التخلي عن الأزياء التقليدية والشعبية التي تشكل جزءاً من الهوية الثقافية للمجتمع (دعبس، 2009، ص 725).
2. التأثيرات على القيم الاجتماعية: في بعض المناطق السياحية، قد تزداد الظواهر الاجتماعية السلبية مثل التحرش الجنسي الزائد أو الزواج العرفي بين السياح والمواطنين المحليين، وهو ما قد يؤدي إلى تدهور القيم الاجتماعية. في بعض المناطق مثل الأقصر وأسوان، أصبح هذا النوع من العلاقات أكثر شيوعاً، وهو ما يعكس تأثيراً سلبياً على نسيج المجتمع المحلي (دعبس، 2009، ص 725).
3. التصادم الثقافي: هناك حالات من التصادم الثقافي بين السياح والمجتمعات المضيفة، حيث يواجه السياح سلوكيات قد تكون غريبة أو غير مقبولة بالنسبة لهم، مما قد يؤدي إلى ردود فعل سلبية من السكان المحليين. هذا التصادم قد ينشأ من اختلافات جوهرية في العادات والتقاليد، وقد يؤدي إلى سوء التفاهم والصراع الثقافي بين الطرفين (دعبس، 2009، ص 725-727).

ثالثا: التأثيرات الثقافية على السائح

1. التعرف على ثقافة جديدة: يتيح للسائحين التفاعل مع بيئات ثقافية جديدة واكتساب فهم أعمق للعادات والتقاليد المحلية. يمكن للسائح أن يشارك في الاحتفالات والمهرجانات المحلية، مثل الاحتفال بشهر رمضان أو زيارة الأضرحة المقدسة، مما يعزز تجربتهم الثقافية.
2. الانغماس في الثقافة المحلية: العديد من السائحين يستمتعون بتجربة ارتداء الأزياء الشعبية أو تجربة الأطعمة التقليدية، وهو ما يعزز الارتباط الثقافي بين السائحين والمجتمع المضيف. هذه التجارب تمنح السائحين فرصة للتعرف على الثقافة المحلية عن كثب.
3. زيادة الوعي بالتراث المحلي: من خلال التفاعل مع السكان المحليين وتعلم المزيد عن تاريخ المنطقة، يمكن للسائح أن يطور اهتماما أكبر بالتراث الثقافي والحفاظ عليه. هذا الوعي يعزز من أهمية السياحة الثقافية كوسيلة لتعريف الناس بتاريخهم وتراثهم (دعبس، 2009، ص 725-727).

أولا: النتائج

1. قلة الوعي الثقافي السياحي لدى الأفراد تعد أبرز العوامل التي تحد من استثمار الموارد السياحية الطبيعية والمعالم التاريخية في ليبيا.
2. دور وزارة السياحة محدود في نشر الثقافة السياحية على مستوى المجتمع، بسبب نقص البرامج التوعوية المكثفة والمبادرات التعليمية.
3. غياب المشاركة المجتمعية في الفعاليات والأنشطة السياحية يقلل من التفاعل بين السكان المحليين والسياح، مما يحد من تعزيز الثقافة السياحية.
4. نقص التعليم والتدريب السياحي في المدارس والجامعات يؤدي إلى ضعف معرفة الأفراد بأسس التعامل الحضاري مع السياح والمواقع السياحية.
5. وجود معوقات ثقافية واجتماعية، مثل الخوف من التأثير على القيم والعادات المحلية والتحفظ على إقامة منشآت سياحية، يعيق تطور السياحة المحلية.
6. الاستراتيجيات العالمية المطبقة في دول أخرى يمكن أن تكون قابلة للتطبيق في ليبيا بشرط تكييفها مع البيئة الثقافية والاجتماعية المحلية.
7. الإعلام ووسائل التواصل لم تستغل بشكل كامل لتعزيز الثقافة السياحية ونشر الوعي بأهمية القطاع السياحي وفوائده الاقتصادية والاجتماعية.

ثانيا: التوصيات

1. تعزيز برامج التوعية الثقافية والسياحية داخل المجتمع، من خلال حملات إعلامية وورش عمل تستهدف جميع الفئات العمرية.
2. تطوير دور وزارة السياحة لتشمل تنظيم فعاليات تعليمية وتنقيفية تهدف إلى غرس ثقافة سياحية مستدامة.
3. إدراج الثقافة السياحية في المناهج الدراسية والجامعية لضمان إعداد جيل مثقف سياحيا قادر على التعامل مع السياح بشكل حضاري.
4. تشجيع المشاركة المجتمعية في الأنشطة السياحية عبر دعم المهرجانات الثقافية والمعارض المحلية لتعزيز الانتماء والوعي السياحي.

5. استغلال الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي كأداة رئيسية للترويج للسياحة المحلية ونشر المعلومات حول أهمية السياحة.

ثالثا: المقترحات

1. تطبيق استراتيجيات سياحية عالمية مع مراعاة الخصوصية الثقافية والاجتماعية لليبيا، مثل برامج السياحة المستدامة والتبادل الثقافي.
2. تأسيس مراكز تدريب سياحي متخصصة لتعليم المهارات العملية والتعامل الحضاري مع السياح والمواقع السياحية.
3. إعداد دليل وطني للثقافة السياحية يشمل القيم والسلوكيات المرغوبة أثناء زيارة المعالم السياحية.
4. إنشاء شراكات بين القطاعين العام والخاص لدعم الفعاليات السياحية وتشجيع الاستثمار في مشاريع السياحة الثقافية.
5. تطوير نظام متابعة وتقييم لقياس مدى نجاح البرامج والمبادرات في نشر الثقافة السياحية وتحسين أداء القطاع.

المصادر والمراجع

1. إبراهيم، سمير. الثقافة والمجتمع. ط1، دمشق: دار الفكر المعاصر، 2007.
2. حسن الصعيدي، عصام. السياحة في مصر: قضايا وتحديات. القاهرة: دار النشر، 2005.
3. دعبس، يسرى. السياحة والمجتمع. ط1، الإسكندرية: البيطاش للنشر والتوزيع، 2009.
4. صبري عبد السميع. نظرية السياحة والفنادق. ط1، القاهرة: دار الشروق، 1994
5. زهران، هناء حامد. الثقافة السياحية وبرامج تنميتها. ط1، القاهرة: دار عالم الكتاب، 2004.
6. عبيد، محمد. التسويق السياحي والتوجهات الحديثة. القاهرة: دار الثقافة، 2010.
7. عبيدات، محمد. التسويق السياحي 3، . دار وائل للنشر، 2008.
8. يسري، محمود. السياحة والمجتمع. ط1، الإسكندرية: البيطاش للنشر والتوزيع، 2009.