Available online at http://aran.garmian.edu.krd

ARAN JOURNAL
For Languages and Humanities

**Aran Journal for Language and Humanities**

https://doi.org/10.24271/ARN.2025.01-02-01

# دور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة
## (دراسة ميدانيّة على الشركات السّياحيّة )

**هەتاو كريم خضر**

قسم التسويق الدولي واللّغات،كليّة التقنيّة الإداريّة، جامعة أربيل التقنيّة، إقليم كوردستان- العراق

**Article Info**

| | |
|---|---|
| Received | **June, 2025** |
| Accepted | **August, 2025** |
| Published: | **October, 2025** |

**Keywords**

السّياحة، التّنمية، التّنمية السّياحيّة، التّنمية الاجتماعيّة.

**Corresponding Author**

Hataw.khidir@epu.edu.iq

**الملخص:**

يهدف هذا البحث إلى معرفة مدى دور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة، وهل للسّياحة من فوائد إجتماعيّة للمجتمع المحلي؟ وهل تسهم السّياحة في زيادة الوعي المجتمعي؟ أي : هل للسّياحة آثارها الاجتماعيّة الإيجابيّة في تنمية الشعور بالانتماء والاعتزاز بالوطن وتراثه؟

بناءً عليه، ولتحقيق أهداف البحث، حدّدت الباحثة السؤال الإشكالي الآتي

إلى أيّ مدى لعبت السّياحة دورًا في التّنمية الاجتماعيّة ضمن إقليم كوردستان؟" ما يعني أنّ هذه الإشكاليّة تتضمّن تساؤلات عدة .. تُعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفيّة التّحليليّة والتي استخدمت المنهج الاستقرائي بالاعتماد على الدراسات والأبحاث والأدبيّات السّابقة، إضافة إلى منهج المسح الاجتماعي بالعينة البالغ عددها (50) من أصل (100) شركة سياحيّة شاركت في معرض أربيل الدولي بتاريخ 6-8 مارس 2025 في العاصمة أربيل؛ كما واستعانت الباحثة باستمارة الاستبيان المكونة من (15) سؤالًا تبعًا للآتي: (5) أسئلة حول البيانات العامة للشركة و (10) أسئلة خاصة بدور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة..لاحقًا، توصلت الباحثة إلى مجموعة استنتاجات كان من أهمها أنّ: للسّياحة دورها في تغير البنيتين التحتيّة والفوقيّة للمجتمع؛. لذلك، وفي الختام: أوصت الباحثة بتفعيل اهتمام أكبر بالسّياحة في إقليم كوردستان: إذ إنّها لا تؤدّي إلى التّنمية الاجتماعيّة فحسب بل وتؤثر إيجابًا أيضًا- كلّما ارتفع مستوى الاهتمام بتنميتها- على بقية أنواع التّنمية وبالنهاية التّنمية المستدامة.

## 1. المقدمة:

تُعتبر السّياحة Tourism ظاهرة حضاريّة شاملة لوجهين معًا: اقتصادي و اجتماعي؛ أمّا أهميتها فكبيرة وتتعاظم باضطراد واضح يومًا بعد يوم ولدرجة يعرّف معها عصرنا أحيانًا بكونه (عصر السّياحة)؛ كذلك سميت بـ ( صناعة القرن الحالي) لدورها البيّن في دعم اقتصاديّات مختلف الدول، متقدمة كانت أو ناميّة. تُعدُّ السّياحة أحد المجالات التي شهدت في الآونة الآخيرة اهتمامًا متزايدًا باعتبارها أصبحت أحد الموارد للتنمية الشّاملة، والمعوّل عليها للمساهمة في رفع النّمو الاقتصادي.

بكلام آخر، ولآنّ السّياحة تلعبُ دورًا هامًا في اقتصاديات البلدان متقدمة كانت أو نامية، وترتبط ارتباطًا مباشرًا بالتّنمية الاقتصاديّة والاجتماعيّة وتحقيق الرفاهية والازدهار للمجتمعات، لذلك: بدأت الدول بتوجيه المزيد من الرعاية بها، فهي الآن عنصر فعّال في اقتصاد العديد من الدول.

كما أنّها تؤثر أيضًا في المستوى الاجتماعي والحضاري، وقد ساعد على ذلك التقدم الهائل في وسائل النقل والمواصلات، وظهور الهيئات والمنظمات الدوليّة، التقدم التكنولوجي في جميع العلوم والفنون، التغيير في مستوى المداخيل، وزيادة أوقات الفراغ والإجازات، هذا فضلا عن ارتفاع معدلات التعليم وانتشار وكالات السّفر والهيئات السّياحيّة.

تجدر الإشارة هنا أيضًا إلى أنّه: على الرغم من بعض الآثار السّلبيّة لصناعة السّياحة على جوانب من الحياة الاجتماعيّة، فإنّ الأنشطة والمشاريع السّياحيّة غالبا ما تترك تأثيرات إيجابيّة واسعة على حياة السّكان في جميع أنحاء المجتمع؛ فالمشاريع والبرامج التنمويّة للسّياحيّة تؤدّي مجتمعة إلى تحسين الأحوال المعيشية للسّكان من خلال زيادة الدخل وتوفُر فرص العمل، كما أنّها تشجّع على دمج المجتمعات المحليّة وتوسيع المشاركة لدى السّكان في الأنشطة السّياحيّة، وتترك السّياحة آثارًا إيجابيّة على وعي السكان لجهة إدراكهم لأهميّة الموارد السّياحيّة والمحافظة عليها من خلال حماية وصيانة المواقع السّياحيّة.

إذًا، وبموجب ما سبق، تنقسم الدراسة في هذا البحث إلى ثلاثة أجزاء رئيسة بالإضافة إلى المقدمة والخلاصة. يذهب **الجزء الأوّل** إلى استعراض أهميّة الدراسة والمشكلة والأهداف والفروض والمنهجيّة والأساليب المستخدمة لجمع المعلومات الخاصة بالدراسة؛ يتمّ التطرق في **الجزء الثاني** إلى الخلفيّة النظريّة للسّياحة والتّنمية الاجتماعيّة. يستعرض **الجزء الثالث** دور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة، أي الإطار التطبيقي للبحث بما يشمله من توصيف للمتغيرات ومصادر البيانات وتحديد نموذج القياس المستخدم..وانتهاءً بالنتائج والتوصيات.

### 1.1 : إشكاليّة البحث:

لقد انعكس الاهتمام العالمي للسّياحة على العديد من الدول ولاسيّما النامية التي أصبحت تنظر إلى السّياحة كطريق ووسيلة لتحسين الظروف الاقتصاديّة والاجتماعيّة في آن معًا، وكذلك كوردستان العراق كدولة نامية، ومن منطلق السؤال: هل يتوجب العمل على تفعيل دور القطاع السّياحي، وكيف؟

إذًا، تتمثل إشكاليّة هذا البحث في التساؤل الإشكالي الآتي " إلى أيّ مدى لعبت السّياحة- وتلعب- دورًا في التّنمية الاجتماعيّة ضمن إقليم كوردستان؟" الأمر الذي يتفرع ليطرح التساؤلات الآتية:

- ما المقصود بالسّياحة وما دورها في التّنمية الاجتماعيّة؟
- ماهية السّياحة و ما مكانتها في عملية التّنمية الاجتماعيّة؟
- هل للسّياحة فوائد إجتماعيّة للمجتمع المحلي؟
- هل تسهم السّياحة في خلق الوعي المجتمعي؟

### 1.2: أهداف البحث:

تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف والتي تتمثل في:

أ. معرفة دور السّياحة في زيادة الوعي المجتمعي، وبيان آليات تحقيقه.
ب. معرفة إسهام السّياحة في بناء وتوطيد العلاقات الاجتماعيّة مع المجتمعات الأخرى.
ت. معرفة أهم التحديات والمعوقات أمام فرص تطوير السّياحة في المجتمع.
ث. تحليل الفوائد إلاجتماعيّة التي تحققها السّياحة للمجتمع المحلي.
ج. رصد الآثار الاجتماعيّة الإيجابيّة للسّياحة في تنمية الشعور بالانتماء والاعتزاز بالوطن وتراثه.
ح. تحليل الآثار السّلبيّة للسّياحة المنعكسة في انهيار التقاليد والمثل والقيم الاجتماعيّة.
خ. تقييم أثر السّياحة في دعم فرص عمل النساء والشباب في المجتمع.
د. تقييم إسهام السّياحة في بناء الشّخصيّة الإنسانيّة (أي أن تعمل على إشباع راحة الجسم والنفس فيعود الشخص إلى عمله أكثر إنتاجًا وأفضل تعاملًا في علاقته بالآخرين؛ وأن تقوي الشعور بأهميّة التماسك العائلي والإجتماعي، بما تنتجه من ألوان التعارف والتآلف).

### 1.3: فرضيّة البحث:

اعتمد البحث على فرضيّة أساسيّة مفادها: تواجد علاقة ذات تأثير متبادل بين كلٍّ من السّياحة والتّنمية الاجتماعيّة.

### 1.4: أهميّة البحث:

تتجلى أهميّة البحث من خلال أهميّة الظاهرة المدروسة بحدّ ذاتها، والتي تطرقت إليها في الناحيتين الإكاديميّة والعمليّة معًا:

**فمن الناحية الأكاديميّة ( العلميّة )،** وبما أنّ دراستنا هذه تنصب على **دور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة**: نرى بأنّ هذا البحث يُعتبر من الدراسات الوصفيّة التي تعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما تتواجد في الواقع، وتهتم بوصفها وصفًا موضوعيًا دقيقًا، وتُعبّر عنها تعبيرًا كيفيًا أو كميًا؛ وهي تندرج أيضا ضمن نطاق علمي الاجتماع: السّياحي والتنموي.

**أمّا من الناحية الميدانيّة ( العمليّة ):** فإن أهميّة هذه الدراسة يُجسّدها دور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة؛ هذا الموضوع يُعد جديرًا بالدراسة ربطًا بتعدّد المناطق السّياحيّة في كوردستان، إضافة إلى اختلاف الأنواع لهذه السّياحة التي يمكن دراسة مدى تأثيرها في تنمية المجتمع. كذلك يؤمل أن يستفاد من نتائج هذه البحث في بعض الدراسات اللاحقة، والتي يُحتمل دراستها لهذا الموضوع من أبعاد مختلفة.

### 1.5: مجالات ( حدود) البحث:

أ. **المجال المكاني:** مركز مدينة أربيل، إذ تمّ اختيار معرض السّياحة الدوليّة الذي أقيم في أربيل -المحافظة-؛ لكونه الأنسب والأقرب لتحقيق هدف الدراسة، وقد شارك فيه قرابة 100 شركة سياحيّة من كلّ أنحاء إقليم كوردستان.

ب. **المجال الزمني:** يميز ما بين زمنين: الظاهرة والتنفيذي للدراسة. امتد الزمن التنفيذي للدراسة من 6-5-2025 - ولغاية 8- 5-2025. أمّا زمن الدراسة فقد امتد في المرحلة النظريّة لدراسة، وهي: أبتداءً من 2025 وحتى نهاية مايس 2025.

ت. **المجال البشري:** شّكلته شريحة عشوائيّة من الشّركات السّياحيّة في إقليم كوردستان، وعددها (100) شركة مشاركة في معرض السّياحة الدولية في أربيل/ إقليم كوردستان؛ و قد شملت عينة الدراسة (50) شركة سياحيّة وبما تشمله من أصحاب هذه الشّركات و موظفي إدارة الشّركات السّياحيّة، وبالأخص المبيعات والعاملين في أنشطة العلاقات العامة.

## 2. الإطار النظري لدور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة:

### 2.1: النظريّات التي تفسر دور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة:

إنّ تبني نظريّة بعينها، كي تكون دليلًا علميًا للباحث في معالجة مشّكلة معينة: لا يجري بكيفيّة اعتباطيّة، وعلى وفق منظور اختياري، وإنّما الأمر مرهون بمشّكلة البحث، وما تتوافر عليه من المتغيرات سببيّة كانت أم وظيفيّة، وأهدافه القريبة والبعيدة، ونوعية الدراسة، أي استطلاعيّة( استكشافيّة) أو تحليليّة.

بالتّالي، ولمّا كانت الدراسة الحاليّة تنطوي على الكشف عن دور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة، من خلال علاقة السّياحة بالبناء الاجتماعي الذي يدخل في إطار علم الاجتماع السّياحي و علم الاجتماع التنموي، وكذلك انسجاما مع البحث:فإنّ الأمر يقتضي توظيف "النظريّة البنائيّة الوظيفيّة" والتي أوجدها عدد من علماء الاجتماع في الولايات المتحدة الأمريكيّة وبريطانيا .. ففي أمريكا كان تالكوت بارسونز رائدًا للبنائيّة الوظيفيّة، ثم روبرت ميرتون وإدوارد شيلز وغيرهم؛ أمّا في بريطانيا فبرز كلٌ من جون ركس ودبيلو ويلز.. الخ.

يتفق هؤلاء المنظرون على أنّ الظواهر الاجتماعيّة والمؤسسات والتفاعلات والممارسات التي يقوم بها الأفراد في المجتمع: يمكن فهمها واستيعاب مضامينها من خلال "النظريّة البنائيّة الوظيفيّة" وذلك لكونها تعتقد بأنّ أي مجتمع أو مؤسسة أو فعل اجتماعي يتكون من أجزاء أو عناصر تكوينيّة تأتي مترابطة ومتساندة بعضها مع البعض الآخر، وأنّ أي تغيُّرٍ يطرأ على أحد الأجزاء: يؤثر حتمًا على بقية الأجزاء وبالتالي يتغيّر المجتمع أو المؤسسة أو الفعل برمته من طور إلى طور آخر. هذا فضلًا عن أنّ التّحليل الوظيفي يفسّر وجود الأشياء في ضوء حالات البناء الاجتماعي.

### 2.2: الدراسات السّابقة التي تناولت دور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة:

#### 2.2.1: دراسة (إبراهيم، 2006) بعنوان (دور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة- دراسة تقويميّة للقرى السّياحيّة):

تُعتبر من الدراسات الانثروبولوجيّة؛ قامت بها الباحثة وفاء من خلال دراسة ميدانيّة في قريتي مراقيه ومارينا السياحيتين ضمن الساحل الشمالي الغربي المصري؛ استمرت هذه الدراسة ستة عشرة شهرًا من بداية يوليو 1998 إلى بداية 2002.

انطلقت أهداف الدراسة من فكرتين أساسيتين، وهما:

- تُعتبر السّياحة في كثير من الدول، وخاصة تلك التي تمتلك مقومات السّياحة: أحد مصادر الدخل القومي بها نظرًا لِما تدره من عائد بالعملة الصعبة.
- تؤدّي السّياحة إلى التّنمية الاجتماعيّة والاقتصاديّة بشّكل ملحوظ.

أيضًا سعت الدراسة إلى:

- التعرف على المقومات التنمويّة التي أحدثتها السّياحة في مجتمع البحث ( المجتمع المحلي).

- التعرف على مدى تفهم الأهالي للمشروعات السّياحيّة وتأثير ذلك عليهم.
- الكشف عن مدى إسهام قريتي مراقية ومارينا السّياحيتين في التّنمية الشاملة في المجتمع كلّه.
- التعرف على المشروعات السّياحيّة المستقبليّة، وتقيم تلك المشروعات.
- التعرف على مدى استجابة السّائح لتلك المشروعات وتفاعله معها. ( 16-17: 2006)

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة كلًا من : المنهج البنائي الوظيفي، المنهج الوصفي. أمّا الأدوات المستخدمة لجمع البيانات فكانت: الملاحظة بالمشاركة و المباشرة، المقابلات المفتوحة والموجّهة، والإخباريين.. وفي نهاية الدراسة توصلت الباحثة إلى مجموعة من الاستنتاجات، وعلى ضوئها تقدّمت بمجموعة من التوصيات والمقترحات.

### 2.2.2: دراسة ( الهيتي، 2008) المعنونة بـ( دور التّنمية السّياحيّة في التّنمية الاجتماعيّة):

سعى الباحث لدراسة الأثر المباشر وغير المباشر الذي قد تحدثه التّنمية السّياحيّة في التّنمية الاجتماعيّة؛ وتوصلت الدراسة إلى أنّ التّنمية السّياحيّة:

- تلعب دورًا كبيرًا في تحقيق التّنمية الاجتماعيّة بشّكل مباشر أو غير مباشر، من خلال تأثيرها في الكثير من الجوانب الاجتماعيّة والثقافيّة والنفسيّة للأفراد في أيّ من المجتمعات.
- تُسهم في رفع ثقة الأفراد بأنفسهم وبقدراتهم المختلفة، وتُحفز فيهم روح المنافسة والمشاركة والتطوع في سبيل إنجاح خطط التّنمية التي يسعى البلد إلى تحقيقها، وتجعلهم أكثر إحساسًا بالمسؤوليّة وتحملّها، أي أنّها تبني القيم الإيجابيّة في هذا المجال.
- تسهم التّنمية السّياحة في تطوير وصيانة المواقع التّاريخيّة والأثريّة باعتبارها من أهم المراكز السّياحيّة الثقافيّة في أيّ من البلدان.
- تسهم التّنمية السّياحيّة في تنشيط وتطوير الصناعات الشعبيّة البسيطة.
- تلعب التّنمية السّياحة دورًا في زيادة تمكين القطاع الخاص وإشراكه في عمليّة التّنمية الاجتماعيّة والاقتصاديّة.
- تؤدي التّنمية السّياحيّة إلى تطور البنى التحتيّة والفوقيّة، إضافة إلى تحسين الخدمات التي يحصل عليها أبناء البلد كخدمات النقل والاتصال والمواصلات والنظافة والإعلام...الخ.

### 2.2.3: دراسة (على، 2018) بعنوان ( السّياحة ودورها في تحقيق التّنمية الاقتصاديّة والاجتماعيّة- دراسة حالة لبعض الدول العربيّة، مع التركيز على المملكة العربيّة السعودية وقطر).

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز الدور الكبير والهام الذي يقوم به قطاع السّياحة في التّنمية الكاملة بكل جوانبها الاقتصاديّة و الاجتماعيّة والسّياسيّة في الوطن العربي، ضمن الاقتصاد العالمي. تمّ اعتماد المنهج الاستقرائي الاستنباطي في هذه البحث، إضافة إلى بعض الدراسات والأبحاث حول الاقتصاد والتّنمية الاجتماعيّة في المقاييس الكيفيّة، ومنها الجمع ما بين طريقتي المقابلة الشّخصيّة و المفتوحة، ومجموعات النقاش البؤريّة. تم التوصل إلى مجموعة من النتائج، وأهمها: إنّ السّياحة في العصر الحالي هي صناعة متكاملة تسهم في تحقيق التّنمية الشاملة بمختلف أشكالها في كثير من بلدان العالم، لكونها اهتمت بتنميّة هذا القطاع السّياحي لتحقيق المردود الأمثل منها اقتصاديًا واجتماعيًا. أوصت الدراسة ببذل المزيد من الجهد للاهتمام بهذا القطاع الاقتصادي التنموي الهام، لاسيّما وأنّ كثيرًا من الدول العربيّة في حاجة لدفع عجلة التّنمية المستدامة.

### 2.2.4: دراسة ( ملحم، 2018) بعنوان ( دور السّياحة المستدامة في التّنمية الاجتماعيّة والاقتصاديّة).

قُدِّم هذا البحث إلى المؤتمر العلمي التنموي الثاني الدولي المشترك في جامعة القدس المفتوحة ومحافظة الخليل. هدفت الدراسة إلى استقصاء مضامين السّياحة من حيث مفهومها وأهم مقومات النشاط السّياحي والأدوار التي يمكن أن تحققها السّياحة المستدامة في التّنمية الاجتماعيّة والاقتصاديّة. ركّزت إشكاليّة البحث على ماهيّة دور السّياحة المستدامة في التّنمية الاجتماعيّة والاقتصاديّة. تمّ اتباع المنهج الوصفي لجمع المعلومات من المصادر ذات العلاقة ببناء الإطار النظري واستنباط وتحليل ما أوردته الأدبيّات السّابقة، وصولًا إلى الإجابات المتعلقة بتساؤلات البحث، وانتهاءً بمجموعة من الاستنتاجات والتوصيات.

## 2.3: الخلفيّة النظريّة للسّياحة و التّنمية الاجتماعيّة:

### 2.3.1: السّياحة ( Tourism)

في اللّغة: أورد المنجد في اللّغة والإعلام "مفهوم السّياحة" كما يلي: " ساح:- سيحًا وسَيَحَاناً الماءُ: جري على وجه الارض، فهو ماءٌ سائِح وسَيحُ؛ يقال " هذه الأرضُ تُسقى بالماءِ سيَحًا" أي بالماء الجاري الظاهر// و- سَيَحَا وسَيحانًا وسياحَةً وسُيُوحًا: ذهب في الأرض للعبادة والترهب// جال في البلاد للتنزه أو التفرج أو غير ذلك، فهو سَائِح، ج سُياح وسائحون والعامة تقول سُواح"؛ السّائح: الصائم الملازم للمساجد لأنّه يسيح في النهار بلا زاد. (368: المنجد في اللّغة والإعلام،2003).

كذلك هي نشاط يستند وجوده إلى أوقات الحرّ و الفراغ، إضافة إلى أنّه يشتمل على السّفر وترحالٍ يقوم به المسافرون الذين يقضون خارج مقر إقامتهم المعتادة مدة تتراوح بين يوم أو أقل من سنة.

في التعريفات: عرّف (جان مدسان) (1952) السّياحة بأنّها عبارة عن نشاط ترفيهي يشمل السّفر ولإقامة بعيدًا عن الموطن المعتاد، من اجل الترفيه والراحة والتزود بالتجارب والثقافة بفضل مشاهدة مرئيّات جديدة للنشاط البشري ولوحاتٍ لطبيعةٍ مجهولة. (57-58: الجلاد، د.ت).

أو هي الانتقال من مكان لآخر بهدف الاطلاع والتعرف والاستمتاع بمواقع مختلفة؛ الأمر الذي يشتمل على نوعي السّياحة، أي الداخليّة والخارجيّة أيضًا .( 125: الصعيدى، 2011)

كذلك ينظر (ليتريه) إلى السّياحة على أنّها زيارة بلد بدافع حبّ الاطلاع أو لملء الفراغ. (11: دانيال، السّياحة..أسس ومبادئ، 2006).

أيضًا، يرى الفرنسي (ميشيل بربيه- Michelle Barrier ) أنّه من الأنسب إعطاء كلمة "السّياحة" مضمونًا واسعًا جداً، فالسّياحة تعني الانتفاع بالإجازات أو أوقات الفراغ للتمتع بالمصادر أو المغريات الطبيعيّة أو الثقافيّة في منطقة تبعد إلى حدّ ما عن موقع الإقامة المعتاد(30-31: الطاهر و الياس، 2001 ؛ 47: الحوري والدباغ، مبادئ السفر والسّياحة، 2000).

أمّا المجمّع العلمي في القاهرة فقد عرّف السّياحة بأنّها: التنقل من بلد إلى بلد طلبًا للتنزه، أو الاستطلاع والكشف. (76: مؤمن، 2009)؛

إذًا، ومن التعاريف السّابقة: نستنتج بأنّ نظرتهم للسّياحة تنطلق وترتبط أيضًا بوجهة نظر السّائح الذي إليه تعود الفوائد نتيجة سفره إلى أماكن مختلفة، وخاصة منها الطبيعيّة والثقافيّة..

ما يعني، أنّ السّياحة من وجهة نظر البيئة الطبيعيّة، هي: استغلال السّياح لأوقات فراغهم واستمتاعهم بالمناطق السّياحيّة ذات التأثيرات المترابطة ما بين السّياح والبلد المقصود بالسّياحة.

بالمقابل، و تحديدًا من الناحية الاقتصاديّة: ينصّ ( ليكوريش) على أنّ السّياحة هي ذلك الجزء من الاقتصاد القومي الذي يُعنى باستضافة المسافرين الزائرين لأماكن خارج المواطن التي يقيمون أو يعملون فيها(10: دانيال، السّياحة.. أسس ومبادئ، 2006).

من الناحية الثقافيّة والحضاريّة: عرّف ( مورجنروث- K.Morqenroth ) في عام 1939 السّياحة، و بأضيق معانيها، على أنّها: حركة الأشخاص الذين يبتعدون مؤقتًا عن مقر إقامتهم، للاقامة في مكان آخر طالما كانوا يستخدمون الإمكانيّات الاقتصاديّة والثقافيّة، وذلك إرضاءً لمطلب الحياة أو الثقافة أو الرغبات الشخصيّة أيًا كان نوعها. (55: الجلاد، ب . ت).

أيضًا، وفي عام 1952، عرّف ( دى ماير) السّياحة بأنّها: مجموعة التنقلات البشريّة والأنشطة المترتبة عليها والناتجة عن ابتعاد الإنسان عن موطنه تحقيقاً لرغبة الانطلاق الكامنة لدى كلّ فرد.. هذا التعريف هو الفائز في المسابقة التي أجرتها الأكاديميّة الدوليّة في مونت كارلو 1952 و حيث وتمّ ادراجه في القاموس السّياحي عام (1953). (16: لطيف، 2005؛ 10: دانيال، السّياحة.. أسس ومبادئ، 2006).

أمّا السّياحة من وجهة نظر الدكتور (عبدالرحمن ابو رباح) الأمين العام لاتحاد السّياحة العربيّة، فهي: تغيير مؤقت إلى بلد او مكان يرتبط بعمليّة التعرف على الثقافة والحياة الاجتماعيّة او الطبيعيّة في بلدان أخرى، ولغرض الاتصال والاحتكاك بهم. (31: الطاهر و الياس، 2001؛ 120: عبيد، 2009 ؛ 48: الحوري والدباغ، مبادئ السفر والسّياحة، 2000، 23).

وبناء على ما سبق من التعريفات الحضاريّة والثّقافيّة، نرى أنّ التعريف قصر دوافع السفر على الرغبة الكامنة في الانطلاق حصرًا ، وبعيدًا عن غيرها من الدوافع. (57: الجلاد، ب. ت).

أيضًا، وضمن سّياق مفهوم السّياحة، عرفتها المنظمة العالميّة للسّياحة بأنّها: نشاطٌ يوجّه سلوك الإنسان نحو استخدام موارد البيئة الطبيعيّة بما يخلق تفاعلًا ما بين الأشخاص والبيئات المختلفة، ويتضمن الحركة الماديّة للسائحين بعيدًا عن أماكن إقامتهم المعتادة. ( رحيم، 2020، 358).

أمّا الأكاديميّة الدوليّة للسّياحة (International Academy of Tourism -) فقد عرفتها على أنّها لفظ ينصرف إلى أسفار المتعة؛ فالسّياحة هي مجموعة الأنشطة البشريّة التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار؛ أو أنّها الصناعة التي تتعاون على اشباع رغبات السائح، إذ إنّ هذا الاصطلاح يُطلق على رحلات الترفيه وكلّ ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع لحاجات السّائح. (30: الطاهر و الياس، 2001 ؛ 46: الحوري والدباغ، مبادئ السفر والسّياحة، 2000 ؛ 23: عبد العزيز، 2008 ؛ 11: دانيال، السّياحة.. أسس ومبادئ، 2006).

هنا، وعند تحليلنا لهذا التعريف: نلحظ اهتمامه بأحد الدوافع التي تحرّك رغبة الإنسان وتطلعاته إلى السّفر، وهي الحاجة إلى الانطلاق واكتشاف المجهول والتعرف على كلّ جديد كشعور فطري يكمن في أعماق كلّ منّا؛ ما يعني أنّ هذه التعريف يحصر اهتمامه ببعض النواحي التي تشبعها السّياحة، اي الناحية النفسيّة، حيث اقتصر على آثارها المعنويّة والنفسيّة والانسانيّة وما تحققه من راحة وسعادة ورضاء كنتيجة مباشرة لزيارة الأماكن الجديدة بمناخها وجاذبيتها ومقوماتها البيئيّة المتنوعة، والشعور بالبهجة والمتعة.. وأهمل الجوانب الاقتصاديّة والثقافيّة. ( 14-16 لطيف، 2005 ؛ 22: عبد العزيز، 2008 ؛ 54: الجلاد، ب. ت).

أما من المنظورالاجتماعي؛ فإنّ علماء الاجتماع ينظرون إلى السّياحة بكونها: الحركة الاجتماعيّة للتغيير، و التي تتم بالإرادة والاختيار؛ وهي هادفة إلى الترفيه والاستجمام الذهني والروحي والعقلي والبدني. كذلك ينظرون إلى السّياحة على انها وسيلة الاتصال والتواصل الثقافي والحضاري الذي يساعد في تكوين الفرد الاجتماعي والجماعات المرتبطة، ممّا يقلّل من مسافات التباعد الناجمة عن

اختلاف اللّغات والعادات والتقاليد والتراث ما بين الشعوب؛ كما أنّ السّياحة عندهم، هي: تحقيق رغبة حبّ الاستطلاع عبر التعرف على أنماط أخرى من البناءات الاجتماعيّة والثقافيّة والحضاريّة. ( 6: الشرقاوى وآخرون ، 2006).

بالمقابل، ترى وجهة نظر أخرى بأنّ السّياحة هي: تفاعل حضاري اجتماعي ثقافي واقتصادي ما بين أفراد يجتمعون لفترة زمنيّة محدودة؛ وأنّ لهذا التفاعل آثار اجتماعيّة وثقافيّة واقتصاديّة تتراوح ما بين الإيجابيّة والسلبيّة. ( 35: ملوخيّة، مدخل إلى علم السّياحة، 2006).

كذلك في تعريف آخر: تُصنّف السّياحة على أنّها مجموعة الظواهر والأنشطة البشريّة والعلاقات التي تتوالد نتيجة عمليات الانتقال الوقتي للأشخاص إلى أماكن خارج مناطق اقامتهم الدائميّة، بهدف راحة الإنسان أو الترويح عنه أو استثمار وقت الفراغ لتجديد الطاقة الجسديّة والعقلية لديه. ( القيسي والعتبي، 2017، 188).

أمّا في المفهوم الشامل للسياحة فهي: مزيج مركب من الأنشطة والخدمات والصناعات التي توفر تجربة السّفر، أي وسائل النقل، الإقامة والأكل والشرب، زيارة المؤسسات والمحلات التجاريّة والترفيهيّة ومرافق النشاط، خدمات الضيافة الأخرى المتاحة للأفراد أو المجموعات التي يكون سفرها بعيدًا عن المنزل.. هذا الأمر يشمل جميع الزوار ومقدمي الخدمات ذات الصلة بالزائر.

### 2.3.2: التّنمية:

يُعتبر "مصطلح التّنمية" قديمًا من الناحية اللغويّة، وجديدًا نسبيًا من الناحية الفلسفية؛ و يتحدّد معنى هذا المصطلح بعمليّة النمو الطبيعي التي تسير في مراحل متعددة أو بمعنى آخر التطور في مراحل متتالية حيث التّنمية هي تحقيق قدر معين من نماء الدخل والثروة، يصاحبه قدر مناسب ومتواكب من نماء الثقافة والمعرفة، فضلًا عن الارتقاء بالسلوكيّات، والذي يُعدّ الجانب الأوّل من إنماء الدخل والثروة، فهو مهمة اقتصاديّة. أمّا الجانب الثاني فهو نماء الثقافة والمعرفة..الأمر الذي يتيح القول بأنّ المهمة اجتماعيّة وتربويّة في آنٍ معًا. (25-26: البكري، 2004)

ضمن سّياق التّنمية أيضًا، يرى الدكتور مصطفى الخشاب بأنّها: العمليّة المرسومة لإيجاد ظروف التقدم الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع كلّه، وبالاعتماد على إسهام المجتمع المحلي اسهاما ايجابيًا. أمّا المعنى المحدد لها فهو أنّ: التّنمية عمليات تنطوي على توحيد جهود المواطنين والحكومة والمسؤولين لتحسن الأحوال الاقتصاديّة والاجتماعيّة والثقافية في المجتمعات المحليّة، والعمل على مساعدتها في التكامل والاندماج في حياة الأمة لتمكينها من الإسهام في التقدم القومي. ( النصار، 2014، مجلة لارك).

أمّا تعريفنا للتنميّة، والجامع بين ما سبق، فيختصرها بكونها: عمليّةٌ شاملةٌ تتناول جوانب الحياة المختلفة الاجتماعيّة والاقتصاديّة والسّياسيّة من خلال كلّ عمل إنساني بناءٍ في جميع القطاعات ولمختلف المجالات والميادين وعلى جميع المستويات.. وذلك بغية إحداث تغير مقصود في البناء الاجتماعي من خلال تنمية الظروف الماديّة للحياة سواءً بسواء مع الجوانب الروحيّة، و من خلال تنمية علاقة الإنسان بالآخرين وكسب ثقة أبناء المجتمع ولاسيّما بتفعيل إقامة مشاريع سياحيّة مفيدة لهم.

### 2.3.3: التّنمية السّياحيّة Tourism Development:

يُعبّر "مصطلح التّنمية السّياحيّة" عن مختلف الخطط والبرامج الهادفة إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السّياحيّة، وتعميق وترشيد الإنتاجيّة في القطاع السّياحي؛ وهي عمليّة مركبة متشعبة تضمّ عناصر عدة متصلة ومتداخلة بعضها بالبعض الآخر؛ وهي تقوم على محاولة عمليّة وتطبيقيّة في آنٍ معًا بهدف تحقيق الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السّياحي الأوليّة في الإطار الطبيعي و الحضاري والمرافق الأساسيّة العامة والسّياحيّة من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي، وربط كلّ ذلك بعناصر البيئة واستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية مصادر الثروة البشريّة للقيام بدورها المرسوم في برامج التّنمية. (9: عطاالله، 2008؛ 44: ملوخية، التّنمية السّياحيّة، 2007)

كذلك يرتبط "مفهوم التّنمية السّياحيّة" في نظر الدول المتقدمة والنامية: بنمو حياة وسلوك الأفراد والجماعات، إذ إنّ "التّنمية السّياحيّة" هي إحداث التغيير الاجتماعي؛ ولكي يتحقق نمو حياة الأفراد والجماعات والمنظمات الموجودة بإقليم ما، يستوجب العمل على تأهيل هذا المفهوم فكريًا تمهيدًا لوضع ضوابط تنظيميّة..

إذًا، إنّ "التّنمية السّياحيّة" تعني قيام التكامل الطبيعي والوظيفي ما بين العناصر الطبيعيّة والبيئيّة المتاحة في المنطقة، بالإضافة إلى الخدمات والتيسيرات والمرافق التي تساعد على إقامة المشروعات والاستثمارات بهدف الاستغلال الأمثل لعناصر المنتج السّياحي. (63: البكري، 2004)

بناءً عليه، تلعب التّنمية السّياحيّة دورًا كبيرًا في تحقيق التّنمية الاجتماعيّة بشّكل مباشر أو غير مباشر، من خلال تأثيرها في الكثير من الجوانب الاجتماعيّة والثّقافيّة والنّفسيّة للأفراد في أي مجتمع يستقبل السّياح بأعداد كبيرة؛ أي أنّها تعمل على تحقيق مشاركة حقيقيّة للأفراد في عمليات التّنمية الاجتماعيّة والاقتصاديّة، ممّا يسهم في رفع ثقتهم بأنفسهم وبقدراتهم المختلفة ويحفّز لديهم روح المنافسة والمشاركة والتّطوع في سبيل إنجاح خطط التّنمية التي يسعى البلد إلى تحقيقها؛ أي أنّها تجعلهم أكثر إحساسًا بالمسؤوليّة وتبني القيم الايجابيّة في هذا المجال.. الأمر الذي يُعدّ أحد أبرز أهداف التّنمية الاقتصاديّة والاجتماعيّة الشّاملة، لما لها من قدرة على تحسين ميزان المدفوعات وتوفير فرص العمل وخلق الفرص المنفعيّة للدخل، فضلًا عن المساهمة في تحسين أسلوب ونمط الحياة الاجتماعيّة والثّقافيّة لدى أفراد المجتمع. ( خضر، 2015، 42).

وفي ضوء التوضيح أعلاه، يمكننا القول بأنّ التّنمية السّياحيّة: مرتبطة بأنواع التّنمية الأخرى، بل وهي جزء لا يتجزأ عنها، بحيث ترتبط بكلّ من التّنمية الاقتصاديّة والاجتماعيّة والثقافية والبيئيّة أيضًا؛ كما وتعكس مجموعة من التأثيرات التنمويّة الاقتصاديّة، والاجتماعيّة، والثقافية، والبيئية والسّياسيّة في الدول المستقبلة للسياحة.

### 2.3.4: التّنمية الاجتماعيّة Social Development:

من الواضح أنّ "تعاريف التّنمية الاجتماعيّة" تتمايز تبعًا للخلفيات العلميّة والاتجاهات الفكريّة والأيدلوجيّة للمتخصصين الذين يوضحونها في سياق دراساتهم وأبحاثهم العمليّة. لذلك، من الصعوبة حقًا الاعتماد على تعريف من دون الآخر، لاسيّما وأنّ كلًا من هذه التعاريف يركّز على جانب معين يختص بتنمية الفرد والجماعة والمجتمع، أو بتنمية المؤسسات البنيويّة للتركيب الاجتماعي.. فالتّنمية الاجتماعيّة هنا: قد تعني شيئًا واحدًا أو أشياء عدة، (174-175: الحسن، 2005).

كذلك تعني "التّنمية الاجتماعيّة" لدى المشتغلين بالعلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة: تحقيق التوافق الاجتماعي لدى أفراد المجتمع، بما يعنيه هذا التوافق من إشباع بيولوجي ونفسي واجتماعي..

أو أنّها عبارة عن تغيير يلحق بالبناء الاجتماعي ووظائفه، بغرض إشباع الحاجات الاجتماعيّة الأخرى؛ وهي أيضًا عبارة عن عملية نمو العلاقات الاجتماعيّة ما بين الأفراد والجماعات في المجتمع الذي تقيم أسسه مجموعة من الأفراد والجماعات الذين تسود في ما بينهم علاقات اجتماعية، لاسيماّ وأنّ وجود الإنسان في المجتمع يفرض عليه الدخول في علاقات اجتماعيّة مع غيره من أفراد هذا المجتمع. (30: البكري، 2004).

أمّا لدى المصلحين الاجتماعيين فـ "التّنمية الاجتماعيّة" تعني: توفير التعليم والصحة والمسكن الملائم والعمل المناسب لقدرات الإنسان والدخل الذي يوفر له احتياجاته؛ وكذلك الأمن والتأمين الاجتماعي والترويح المجدي وتكافؤ الفرص، والانتفاع بالخدمات الاجتماعيّة. (النصار، 2014، مجلة لارك)

ضمن هذا السّياق، عرف ( روجرز وشرام) "التّنمية الاجتماعيّة" بأنّها: عمليّة تغيير مقصود نحو النظام الاجتماعي والاقتصادي الذي تحتاجه الدولة، بما يعني أنّها تشمل نمو العلاقات الاجتماعيّة؛ الأمر الذي يتيح بالمقابل الإستنتاج بأنّ البيئة الاجتماعيّة المتخلفة تُشّكل عائقاً للتنميّة، وحيث يتعلق التخلف بكافة الممارسات التي يمكنها قتل الابداع والانطلاق والمشاركة. (30: البكري، 2004).

لذا: يتوجب أن يكون التغيير الذي تحدثه التّنمية بنائيًا يمتدّ إلى جوهريّة العلاقات الاجتماعيّة والقيم والمعتقدات والاتجاهات؛ أي أن يكون تحولًا شاملاً في جميع مناشط الحياة والنظم السّائدة في المجتمع، و من ضمنها أنماط السلوك. (31: البكري، ،2004).

### 2.3.5: عناصر التّنمية الاجتماعيّة:

تقوم التّنمية الاجتماعيّة على عناصر أساسيّة عدة، و منها:

1_ مساهمة الأهالي أنفسهم في الجهود المبذولة لتحسين معيشتهم.

2_ توفير ما يلزم من الخدمات الفنيّة وغيرها، بطريقة من شأنها تشجيع المبادرة الذاتيّة لدى عناصر المجتمع.

3_ مراعاة التوازن ما بين المفهومين: الاجتماعي والاقتصادي للتنمية.

4_ التأكيد على ضرورة موائمة التّنمية لظروف المجتمع والبيئة. (30: البكري، 2004).

في ضوء هذه التعريفات، يمكننا استخلاص تعريفٍ إجرائيٍّ لـ ( التّنمية الاجتماعيّة )، و مفاده أنّ:

هذه العمليّة تهدف إلى تطوير العلاقات والتفاعلات ما بين أطراف المجتمع: الفرد ( السّياح)، الجماعة، المؤسسات الاجتماعيّة المختلفة ( المؤسسات المنشآة السّياحيّة)، منظمات المجتمع المدني في إقليم؛ أي أنّها تدعيم للقيم والاتجاهات ولمنهجيّة التفكير والمعايير والسّلوكيات وغيرها من الجوانب الاجتماعيّة المتلائمة مع طبيعة المجتمع وثقافته والتغيرات الايجابيّة التي تحدث في ذلك المجتمع.. وكلّ ذلك بهدف إشباع الحاجات الماديّة والمعنويّة وتوفير الحياة الصحيّة والرفاهيّة بأقصى قدر ممكن لأفراد المجتمع الكوردي.

### 2.3.6: علاقة السّياحة بالتّنمية الاجتماعيّة:

تشتمل هذه العلاقة على نقاط رئيسة في العمليّة السّياحيّة، وهي كما يلي:

- تعمل على رفع مستوى معيشة المجتمعات والشعوب وتحسين نمط حياتهم.
- تعمل على خلق وايجاد تسهيلات ترفيهيّة وثقافيّة تخدم المواطنين إضافة إلى الزائرين.
- تساعد على تطوير الأماكن والخدمات العامة في دولة المقصد السّياحي.
- تساعد على رفع مستوى الوعي بالتّنمية السّياحيّة لدى فئات واسعة من المجتمع.
- تنمّي شعورالمواطن بالانتماء إلى وطنه، وتزيد من فرص التبادل الثقافي والحضاري بين كلّ من المجتمع المضيف والزائر. (74:مقابلة، 2007 ؛ 47: عبوي، 2008)

**2.3.6: التأثيرات الاجتماعيّة للسّياحة على المجتمع:** تتضح أهميّة السّياحة من خلال تأثيراتها المختلفة والمتبادلة، سواء أكانت إيجابيّة أم سلبيّة؛ ونظرًا لتشعب واختلاط التأثيرات الاجتماعيّة والثقافيّة والاقتصاديّة والنفسيّة والسّياسيّة..الخ.. وهنا، سوف نحاول تسليط الضوء عليها بالشّكل عام، مع التركيز على التاثيرات الاجتماعيّة.. وذلك انطلاقًا من التساؤلات الآتية:

كيف تتمكّن السّياحة من التأثير في البيئة الاجتماعيّة؟ هل يكون لهذا التأثيرانعكاساته الإيجابية في/ وعلى البيئة الاجتماعيّة.. أم يُحتمل أن تكون هذه التأثيرات سلبية أحيانًا؟

لذلك- وبداية- سنستعرض أهم التاثيرات الاجتماعيّة الإيجابية للسّياحة، وكالآتي:

إنّ للسّياحة تأثيرات إيجابيّة واسعة على حياة السّكان من النواحي الاجتماعيّة والثقافيّة والسّياسيّة، الأمر الذي يرفع من مستوى أهميّة السّياحة... ومن أبرز هذه التأثيرات الإيجابيّة، نذكر:

أ. المشاريع السّياحيّة وبرامج التّنمية السّياحيّة: تؤدّي إلى تحسين الأحوال المعيشة للسّكان من خلال زيادة الدخل وفرص العمل. كما أنّ السّياحة- عمومًا- توّلد فرصًا جديدة للعمالة في الدول المستقبلة للسّائحين. ( فؤاد، 2008، 90).

ب. توفير فرص عمل وحلّ المشّكلة البطالة؛ ذلك أنّ التوسع في صناعة السّياحة والمشروعات المرتبطة بها: يولّد فرص عمل جديدة ينخفض معها مستوى البطالة مقابل ارتفاع مستوى الدخل والرفاهية للمجتمع وزيادة معدل نمو إنفاق السّياح؛ كما أنّ التأثير المباشر للسّياحة في توفير فرص العمل ينعكس أوّلا ومباشرة من القطاع السّياحي في/ وعلى القطاعات المرتبطة به. لقد شهد العالم خلال السنوات والعقود المتلاحقة من الزمن: زيادة كبيرة في عدد السّياح من جهة، وللأموال التي ينفقونها في أثناء رحلاتهم من جهة أخرى. ( على، 2018، 133).

ت. توفير فرص عمل للأيدي العاملة- وخاصة النسائيّة منها في مجالات الحرف اليدويّة والصناعات التقليديّة، بل وحتى في الأعمال الإداريّة والمحاسبيّة في الفنادق والشركات السّياحيّة.

ث. التشجع على دمج المجتمعات المحليّة وتوسيع مشاركة السّكان في الأنشطة السّياحيّة، لاسيّما وأنّها تترك آثارًا إيجابية على وعي السكان وإدراكهم لأهميّة الموارد السّياحيّة، و ضرورة المحافظة عليها وحماية مواقعها الجغرافيّة وصيانتها. الإسهام أيضًا في تدريب وتأهيل الأيدي العاملة، ممّا يؤدّي إلى زيادة فرص العمل المتاحة للسّكان. ( أبو عياش وآخرون، 2007، 220).

ج. التبادل في الثقافات والمعلومات ما بين السائح والمضيف، ممّا يعزّز تواصل الشعوب وتفاعل الحضارات بما فيه خير البشريّة والفكر الإنساني، أي تعزيز السّلام.

ح. إثارة الإقبال الكبير للسّياح على المواقع الأثريّة والتاريخيّة في بلد المقصد السّياحي: الشعور لدى أهل هذا البلد بأهميّة تراثهم الأثري والتاريخي والاعتزاز به، و السعي إلى المحافظة عليه باعتباره مكسباً مهمًا للبلد نفسه وللحضارة الإنسانيّة عمومًا.

خ. إثارة اهتمام السّياح بالتراث الثقافي لبلد المقصد من حيث العادات والتقاليد والإنتاج الحرفي والفنون: الشعور بالاعتزاز؛ الأمر الذي يدفع إلى الحفاظ على هذا التراث والسعي إلى تطويره. ( الخطيب، 2011، 91).

د. التحولات الطبقيّة: إنّ التشجيع السّياحي للكثير من العاملين في قطاعات مختلفة (زراعيّة – صناعيّة) أدى بهم الى التحول لممارسة الأنشطة السّياحيّة: ويؤدّي إلى زيادة دخلهم ومكاسبهم وأرباحهم، أي أنّه يرفع مستوى حياتهم الاقتصاديّة وينقلهم من شريحة اجتماعية معينة إلى شريحة أعلى، وهو ما ينعكس على سلوكياتهم وتطلعاتهم وطريقة مأكلهم ومشربهم وملبسهم، بل ويؤثر على أسلوب تفكيرهم واتجاهاتهم التعليميّة والصحيّة.. الخ (لطيف، 2005، 61؛ إبراهيم، 2006، 182).

ذ. زيادة التعلم: تتجلى أهميّة الإيجابيات التي يولّدها القيام بالأنشطة السّياحيّة: في تأثيرها على النفس البشريّة لناحية الرغبة بزيادة التعلم، وتوسيع المفاهيم والمدارك والاطلاع على ثقافات المجتمعات المختلفة، وكسر روتين الحياة وملء وقت الفراغ ..وهي إيجابيات تؤثر بشّكل مباشر مع استمرار تجديدها ونشاطها، وتعود بالنفع على قطاعات المجتمع والدولة. ( الحربي والسهلي، 2011، 15).

ر. تميز السّياحة أيضا بقدرتها على التكيف والموائمة الاجتماعيّة ما بين عادات وتقاليد السّكان المحليين وقيم السّياح والزوار القادمين. ( أبو عياش واخرون، 2007، 220-221).

ز. الهجرات السّكانيّة: تترتب على ازدهار الأنشطة والمشاريع السّياحيّة هجرات سكانيّة واسعة للأيدي العاملة باتجاه مناطق الجذب السّياحي، أي حيث توفر المشاريع السّياحيّة المزيد من فرص العمل لجميع السّكان. ( أبو عياش واخرون، 2007، 220-221).

س. التبادل الثقافي: يعد الوعي بالتبادل الثقافي أحد أهم التأثيرات الإيجابيّة للسّياحة؛ إذ يعمل على تنمية التفاهم ما بين الشعوب في الأمم والثقافات المختلفة؛ لقد أتيحت الفرصة الآن لتبادل المعرفة حيث تعمل السّياحة على زيادة معدلات التبادل الثقافي ما بين السّائحين من مختلف الجنسيات و شعوب الدول المستقبلة لهم، حيث يكتسب كلٌّ منهم بعض المقومات الثقافيّة من الآخر، ممّا يؤدّي إلى تقليل الفوارق بينهم مقابل تبادل الاحترام والتعاون المثمر. (لطيف، 2005، 62).

ش. التوسع السّياحي المخطط: يشجع على حماية الموارد السّياحيّة الرئيسة في الدولة والمحافظة عليها، سواء أكانت طبيعيّة أم تاريخيّة وحضاريّة؛ إضافة أيضًا إلى تنمية القيمة الحضاريّة لفن العمارة والبناء، وإذكاء الروح الوطنيّة نحو تحسين الظروف الصحيّة في مختلف مناطق الدولة ومدنها وقراها، وبالتزامن مع محاولة تجميل الأحياء لتبدو جذابة في عيون الزوار والسّائحين.

ص. السّياحة أداة طبيعة: وتعتبر من أدوات التنمية ورفع مستوى المناطق الطبيعيّة البعيدة عن العمران والمحرومة من محاور التّنمية الصناعيّة؛ فهي تسهم في أحياء العادات والتقاليد لدى سكان هذه المناطق البعيدة والفقيرة ممّا يؤدّي إلى رفع مستواها الاقتصادي

(من ناحية تدفق الإنفاق السّياحي عليها)، والاجتماعي والحضاري.. وكلّ ذلك كنتيجة لازمة لرفع المستوى الاقتصادي. ( ملوخية، التّنمية السّياحيّة 2007، 150-151).

ض. الاهتمام بالتراث والبيئة الحضاريّة: أي بالقيم الجماليّة والحضاريّة والمعالم الفنيّة في الدول المستقبلة للسائحين، بما في ذلك من إحياء للتراث الشعبي والفنون المحليّة وإعادة البحث عن عادات وتقاليد أهلها. (لطيف، 2005، 61).

ط. أحياء بعض التقاليد والعادات التاريخية أو الدينية للجماعات المحلية، من خلال إتمامهم للأعمال اليوميّة وأنشطة أوقات الفراغ: الأمر الذي يجذب السياح ويحبون أن يشاهدوا ذلك على الطبيعة؛ وقد يحصلون على بعض الصور التذكارية حيث ينتقل التراث الاجتماعي الذي يرثه أعضاء المجتمع من الأجيال السّابقة.. إنّ للسمات الثقافية قدرة هائلة على الانتقال عبر الزمن، بل وألاكثر من ذلك إنّ ملامح الثقافة وسماتها: تنتقل بالفعل من مجتمع لآخر نتيجة الهجرة أو غيرها من وسائل الاتصال الثقافي. ( إبراهيم، 2006، 184-185).

ظ. السّياحة تشجع وتسهّل التحرك الاجتماعي: إذ تنقل الكثير من العاملين في القطاع الزراعي إلى العمل في قطاع الخدمات، ممّا يؤدّي إلى تقليل الفوارق في المدخول مقابل زيادة فرص التعليم والتدريب، ورفع مستوى الخدمات، وبالتالي رفع مستوى الحياة في الدولة بوجه عام. (ملوخية، التّنمية السّياحيّة، 2007، 151).

ع. التطور الاجتماعي: تعتبر السّياحة أحد أسباب التطور الاجتماعي في دول الزيارة؛ حيث تتاح الفرصة أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبيّة المختلفة من خلال تعاملهم ومشاهدتهم وتواصلهم المباشر بالسائحين.. وهذا ما يسهم في انفتاحهم على العالم الخارجي ويساعد على اكتسابهم للكثير من القيم السّليمة والموضوعيّة في الحياة. (لطيف، 2005، 61-62).

غ. السّياحة تؤدّي إلى تنمية الوعي السّياحي والثقافي لدى المواطنين، وزيادة ارتباطهم وشعورهم بالانتماء لأوطانهم والمحافظة على تراثه وأثاره.

ف. السّياحة تُشّكل عاملًا إيجابيًا للنهوض بالمستوى الاجتماعي والسّلوكي لدى أفراد الدول تجاه السّياح، إضافة إلى تأثير المضيفين عليها من خلال اهتمام السّياح بمظاهر سلوك المظيفين..وكلّ ذلك يؤدّي إلى النهوض بالأنماط الاجتماعيّة الإيجابية السّائدة لديهم.

ق. النشاط السّياحي: يعمل على تحقيق هدف سياسي من خلال الصورة الذهنيّة للدولة المضيفة، ونشر البيانات التي تؤكد على الأمن والاستقرار فيها؛ كما أنّ القواعد السّياسيّة في الدولة المضيفة هي التي تحدّد وتنظم النشاط السّياحي فيها. كذلك يُعزّز النشاط السّياحي فرص التفاهم والتواصل الإنساني والثقافي، أي تعميق أواصل التبادل الثقافي والفكري ما بين الشعوب. ( الحربي، 2012، 22).

إذًا، لم تعدّ التأثيرات الاجتماعيّة الإيجابيّة للسّياحة مقتصرة على الدولة فحسب، وإنّما أصبحت ظاهرة عالميّة مشتركة ما بين جميع الدول؛ وقد عملت المنظمات والمؤسسات العالميّة على توجيه المزيد من العناية والاهتمام بالأثار الاجتماعيّة المترتبة على حركة السّياحة الدوليّة.

### 2.3.7: وضع السّياسات لتقليل التأثيرات الاجتماعيّة السّلبيّة للسّياحة على المجتمع:

أبدى العديد من الدول اهتمامًا بالتأثيرات الاجتماعيّة للسّياحة على البلدان المضيفة، ومواطنيها، خاصة وأنّها قد أدركت الاختلاف الشاسع في العادات والتقاليد لدى السّائحين، كما القيم السّائدة في مجتمعاتهم؛ هذه التأثيرات هي نتيجة الاحتكاك والاختلاط ما بين السائحين والسكان..وعليه صار من مصلحة الدولة المضيفة وضع سياسة سياحيّة شاملة تتضمن الجوانب الأتية:

أ. احترام القيم الأصلية؛ اذ يتعين على الفاعلين في الميدان السّياحي أن يولوا للتقاليد والثقافة المحليّة والشعبية: الأهميّة التي تستحقها.

ب. احترام الثروات الثقافية؛ وذلك من خلال بلورة الأنشطة السّياحيّة بالشّكل يسمح بمتابعة وتنمية المنتجات الثقافيّة والقليديّة والفولكلوريّة، وعدم إخضاعها لنمط معياري واحد، أو الحدّ من غناها.

ت. المحافظة على البيئة؛ إنّ من واجب جميع المتدخلين في إنعاش قطاع السّياحة العمل باتجاه المحافظة على البيئة، وعلى الموارد الطبيعية؛ وذلك في إطار تنمية اقتصاديّة مستدامة، تستجيب بالشّكل عادل لاحتياجات وتطلعات الأجيال الحاضرة والمستقبليّة. ( على، 2018، 134)

## 3. الإطار المنهجي للبحث:

**3.1: منهجيّة البحث:** لاشكّ بأنّ لكلّ بحث منهجيّة يتمّ اعتمادها؛ بناء عليه، وتحقيقًا لهدف الدراسة: استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التّحليلي بطريقة المسح الاجتماعي للكشف عن دور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة.. كونه المنهج المناسب لبلوغ الأهداف المنشودة للبحث.

**3.2: مجتمع البحث وعينته:**

تكوّن مجتمع الدراسة من الشركات السّياحيّة المشاركة في المعرض السّياحي الدولي- في أربيل، حيث قامت الباحثة باختيار عينة عشوائيّة طبقيّة قصديّة مكونة من ( 50) شركة سياحيّة.

**3.3: الوسائل المستخدمة للبحث:**

سعيًا لتحقيق هدف الدراسة: اشتملت عملية جمع البيانات والمعلومات اللازمة على مجموعة من الأساليب وكالآتي:

- ✓ الجانب النظري: استندت الباحثة في الجانب النظري على مصادر عديدة من الكتب والأبحاث والدراسات والدوريات ورسائل الماجستير وأطاريح الدكتوراه؛ سواء أكانت باللّغة العربيّة أم الإنجليزيّة، إضافة إلى المواقع والشّبكات العلميّة الالكترونيّة.
- ✓ الجانب الميداني: استعانت الباحثة بوسيلتين اثنتين و هما: المقابلة واستمارة الاستبيان. تمّ توزيع مجموعة من الاستبيانات المصمّمة لفحص متغيرات الدراسة على ( 50) شركة سياحيّة؛ وبلغ عدد الاستبيانات المرتجعة والصالحة للتحليل (48) استبانة، وقد أُخِذت العينة بشّكل عشوائي؛.كذلك استخدِمت وسيلة المقابلة واستمارة الاستبيان المكونة من ( 15) سؤالا وهي موزعة على مجموعتين اثنتين هما: البيانات العامة والبيانات الخاصة بـ "دور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة".

## 4. عرض وتحليل نتائج البيانات المتعلقة بـ"دور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة" في الشّركات السّياحيّة:

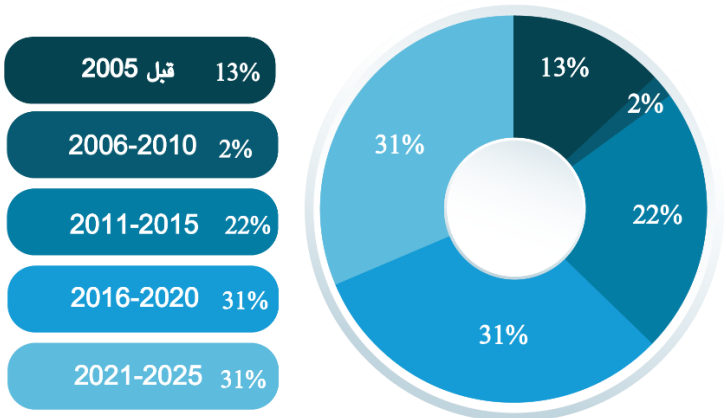
**4.1: البيانات العامة لعينة البحث:**

تتضمن البيانات العامة لوحدات عينة الشّركات السّياحيّة: معطيات عن سنة تأسيس الشّركة ونوعها، وموقعها وعدد العاملين فيها؛ هذه البيانات يمكن توضيحها كما يلي:

**4.1.1: سنة التأسيس للشركات السّياحيّة:**

تشير البيانات الواردة في الشّكل رقم (1)، إلى أنّ نسبة (62%) من الشّركات قد أُسّست بين سنة 2016 إلى 2025؛ ونسبة (22%) بين 2011 إلى 2015. أمّا نسبة (13%) فهي قبل 2005؛ ونسبة (2%) بين سنة 2006 إلى 2010.

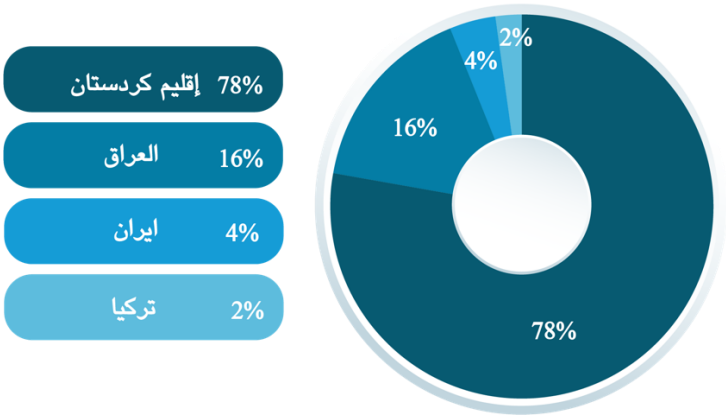
نستنتج من البيانات التي حصلنا عليها من الميدان أنّ: الغالبيّة العظمى من الشّركات السّياحيّة قد أسّست بين الأعوام 2016 و 2025.. وهذا ما يوضحه الشّكل رقم (1) أدناه:




الشّكل (1) يوضح سنة تأسيس الشركات السّياحيّة في إقليم كوردستان.

**4.1.2: موقع الشركة السّياحيّة وفروعها:**

نقصد بموقع الشركة السّياحيّة: مكان تأسيسها وافتتاح فروعها، ومن ضمنها الشّركات الأجنبيّة و فروعها، في إقليم كوردستان. تُوضح البيانات الواردة فيالشكلرقم (2) موقع نسبة (78%) من الشّركات في إقليم كوردستان، وأنّ مواقع (16%) تتوزع في باقي محافظات العراق؛ بينما تأتي نسبة (2%) لمواقع الشّركات التي تأسست في جمهوريّة إيران الإسلاميّة، و كذلك نسبة (2%) في الدولة التركية.



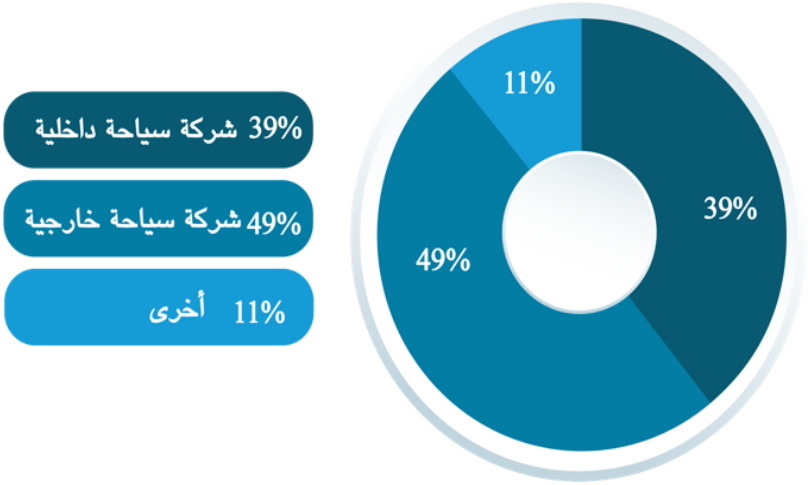

الشّكل (2) يوضح موقع تأسيس الشّركات السّياحيّة.

نستنتج من البيانات ومعطيات الدراسة الميدانيّة- أعلاه - أنّ نسبة كبيرة من مواقع الشّركات السّياحيّة المشاركة في هذا النشاط السّياحي العالمي: كانت داخل إقليم كوردستان، وحيث بلغت نسبتها (78%)، الأمر الذي يدل على اهتمام حكومة إقليم كوردستان و المستثمرين بالسّياحة وأنواعها.. وهذا ما يوضحها الشكل رقم (2).

### 4.1.3: نوع الشّركة السّياحيّة:

نقصد بنوع الشّركة: نوعيّة اهتمام الشّركة بالسّياحة: الداخليّة أو الخارجيّة؟ أو بكلتيهما معًا. تشير نتائج الدراسة الميدانيّة كما هو مبيّن في الشكل رقم (3) إلى أنّ نسبة (49%) من الشركات السّياحيّة المشاركة: تهتم بالسّياحة الخارجيّة، مقابل نسبة ( 39%) فقط بالسّياحة الداخليّة.. بينما تهتم نسبة (11%) بالسّياحة الداخليّة والخارجيّة معًا وبأنواع أخرى أيضًا.

نستنتج من الدراسة الميدانيّة أنّ نسبة كبيرة من الشركات السّياحيّة هي خارجيّة وتهتمُّ بتبادل السّياح، الأمر الذي يُفهم منه، بل ويؤكّد أنّ للسّياحة دورها المؤثر في نقل ثقافة المجتمعات وتبادل العلاقات الاجتماعيّة.




الشّكل (3) يوضح نوع الشّركة لناحية اهتمامها بنوع السّياحة

## 4.2: البيانات الخاصة بدور السّياحة وتأثيراتها على المجتمع ( أي التّنمية الاجتماعيّة):

### 4.2.1: التاثيرات الاجتماعيّة للسّياحة على المجتمع:

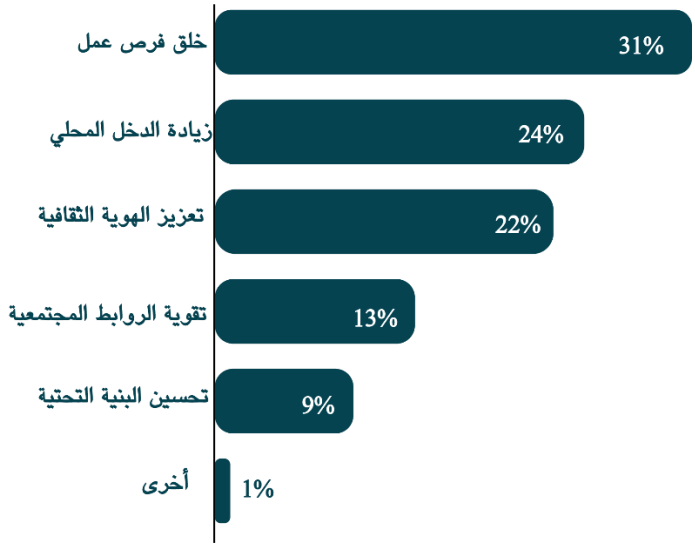
ضمن السّياق أيضًا، وبالنسبة للتأثيرات الاجتماعيّة للسّياحة، سعت الباحثة عن طريق أربعة أسئلة إلى الكشف عن هذه التأثيرات، و من قِبل أفراد عينة الدراسة، وهي كالآتي:

#### 4.2.1.1: نوعية الفوائد الاجتماعيّة التي توفرها السّياحة للمجتمع المحلي:

نقصد بـ"الفوائد الاجتماعيّة للسّياحة" تأثيراتها الإيجابيّة على المجتمع من/ وفي كلّ النواحي، سواء أكانت هذه التأثيرات ثقافيّة أم سياسيّة، اقتصاديّة واجتماعيّة أو نفسيّة.. الخ.

عند توجيه السؤال لعينة الدراسة حول ماهية الفوائد الايجابيّة التي توفرها لسكان المجتمع المحلي، كشفت البيانات الواردة في الميدان- كما في الشكل رقم (4)- عن مجموعة من الفوائد التي سندرجها كما يلي: أجابت نسبة (31%) بخلق فرص العمل، ونسبة ( 24%) بأنّ السّياحة تؤدّي إلى زيادة الدخل المحلي، و كذلك نسبة ( 22%) بأنّها تدعم تعزيز الهوية الثقافيّة؛ كذلك أشارت نسبة (13%) إلى أنّ للسّياحة دورها المؤثر في تقوية الروابط المجتمعيّة؛ كذلك أشارت نسبة (9%) من عينة البحث إلى أنّ السّياحة تدفع إلى تحسين البنية

التحتيّة للمجتمع؛ أمّا نسبة (1%) فقد أشارت إلى تأثير السّياحة على جوانب أخرى إضافة إلى ما سبق ذكره.. وهذا ما يوضحه الشكل رقم (4).

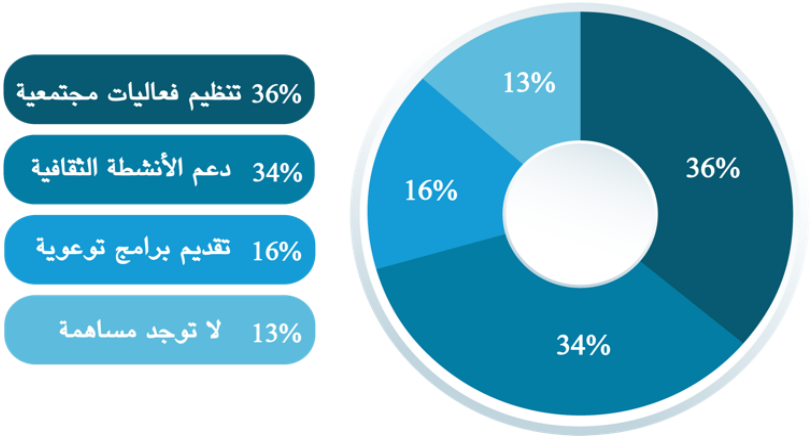



الشّكل (4) يوضح تنوّع آراء عينة الدراسة حول الفوائد الاجتماعيّة للسّياحة في المجتمع المحلي

### 4.2.1.2: مساهمة الشّركات السّياحيّة في رفع مستوى الوعي الاجتماعي حول أهميّة السّياحة:

تكشف البيانات الواردة في الميدان- كما هو موضح في الشكل رقم (5)- أنّ نسبة (36%) من عينة الدراسة قد نظموا الفعاليات المجتمعيّة، و هذا بدوره أدّى إلى تغير نظرة المجتمع حول السّياحة والسّائح؛ بينما أشارت (34%) من العينة إلى أنّ طريق دعم الأنشطة الثقافية قد ساهم في تغيير نظرة المجتمع حول هذا النشاط؛ كذلك حاولت نسبة (16%) وعن طريق تقديم برامج التوعية تغيير نظرة المجتمع حول صناعة السّياحة وفوائدها.. بالمقابل، امتنعت نسبة ( 13%) عن المبادرة والمشاركة في أيّ مساهمة لتغير نظرة المجتمع.

نستنتج من معطيات الدراسة انّ تغيير نظرة المجتمع حول صناعة السّياحة والسياح: يجب أن تعتمد طرقًا مختلفة مع مساهمة من كلّ الجهات في القطاعين العام والخاص.

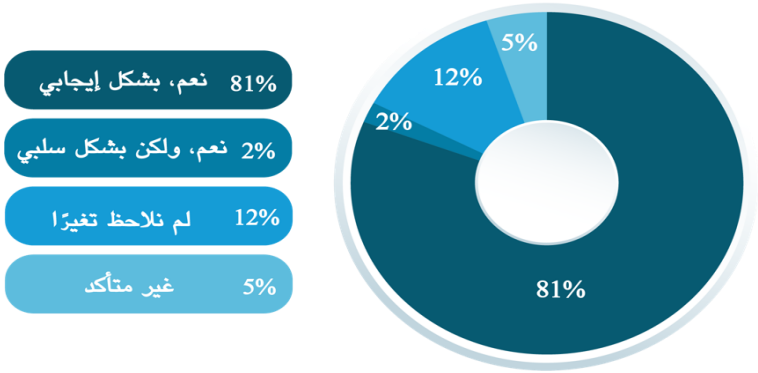



الشّكل (5) يوضح مساهمة عينة الدراسة في تغير نظرة المجتمع حول أهميّة السّياحة

### 4.2.1.3: تغير نظرة المجتمع المحلي تجاه السّائحين نتيجة عمل الشّركات السّياحيّة:

عند توجيه السّؤال: هل لاحظتم تغيرًا في نظرة المجتمع تجاه السّياحة والسّياح نتيجة عملكم؟ أجابت نسبة (81%) من عينة الدراسة بـ "نعم" وبالشّكل ايجابي؛ بينما أجابت نسبة ( 29%) بـ"نعم، ولكنّ الاتجاه كان بشّكل سلبي". كذلك أشارت نسبة (12%) إلى عدم ملاحظة أي تغيير في نظرة المجتمع حول السّياحة والسّياح.. و لم تتأكّد نسبة (5%) من هذا النظرة.

نستنتج من البيانات الواردة في الميدان بأنّ نسبة كبيرة جدًا من الشّركات السّياحيّة لها دورها في تغيير الصورة الذهنيّة عن السّياحة والسّياح، وتحويل النظرة إلى ايجابيّة جدًا.

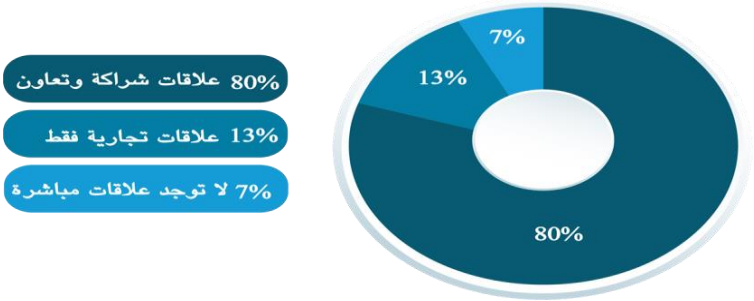



الشّكل (6) يوضح مدى تغيُّر نظرة المجتمع نتيجة عمل عينة الدراسة في مجال السّياحة

### 4.2.1.4: ما نوع العلاقات التي تبنيها شركتكم مع السّكان المحليين؟

يتضح من البيانات الواردة في الشكل رقم (7) أنّ نسبة (80/%) من عينة الدراسة: قد أنشت العلاقات الاجتماعيّة والتجاريّة، أي الشّراكة والتعاون مع السّكان المحليين في المنطقة؛ وكذلك كوّنت نسبة (13%) فقط العلاقات التجاريّة مع المجتمع المحلي؛ بينما انعدمت هذه العلاقات لدى نسبة (7%) من عينة الدراسة، سواء منها الإجتماعيّة والتجاريّة.

نستنتج من هذه المعطيات إنّ نسبة كبيرة من عينة الدراسة: لديها علاقات الشّراكة والتعاون التجاري مع المجتمع المحلي حيث تتواجد الشّركة السّياحيّة.. وهذا ما يدل على أنّ للبعد السّياحي تأثيراته الاجتماعيّة و التجاريّة أيضًا من خلال الشراكة والتعاون ما بين النشاط السّياحي والمجتمع المحلي.. وبعبارة أخرى: لقد أدّت السّياحة إلى التنمية الاجتماعيّة في المجتمع المحلي.




الشّكل رقم (7) يوضح العلاقات التي تتبناها عينة الدراسة مع السّكان المحليّين

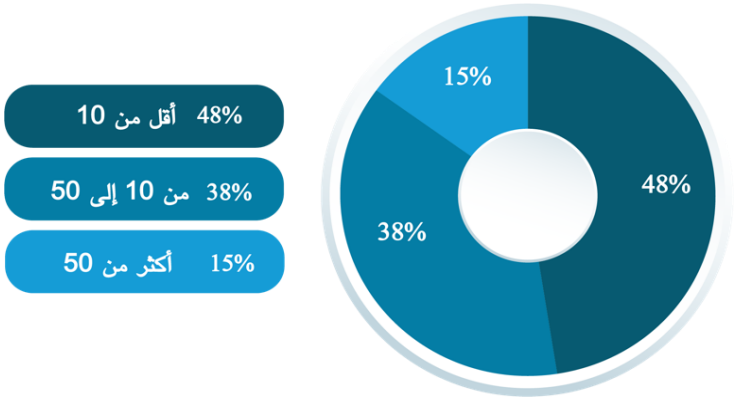
### 4.2.2: التاثيرات الاقتصاديّة للسّياحة على المجتمع:

تكمن أهم الأهداف التي تسعى هذه الدراسة لتحقيقها في الإجابة عن السؤال الآتي: هل للسّياحة تأثيراتها الاقتصاديّة على المجتمع؟ وتحقيقًا لذلك، حدّدت الباحثة ثلاثة أسئلة تختصُ بهذا الجانب المكوّن من: عدد العاملين في الشّركة، ودور السّياحة في تقليل البطالة، و دعم النساء والشّباب في العمل السّياحي.. هذا ما سنستعرضة كما يلي:

### 4.2.2.1: عدد العاملين في الشّركة السّياحيّة:

تلعب السّياحة دورًا بارزًا في تقليل البطالة وخلق فرص العمل لسكان المنطقة السّياحيّة؛ إذ تشير البيانات الواردة في الشّكل رقم (8) إلى أنّ نسبة (48%) من الشّركات لديها أقل من (10) موظفين وموظفات؛ أمّا نسبة (38%) فلديها من (10) إلى (50) موظفًا من الجنسين، مقابل نسبة (15%) تجاوز عدد موظفيها الـ (50) من الجنسين، يشتغلون في الشّركة و فروعاتها.

بناء عليه، نستنتج من المعطيات الميدانيّة أنّ نسبة كبيرة من الشّركات السّياحيّة لديها (10) موظفين من الجنسين، بينما ترتفع النسبة إلى أكثر من ( 50) موظفًا لدى القليل من الشّركات.. وهذا ما يدل على أنّ السّياحة هي صناعة كأيّ من الصناعات الأخرى، والتي يمكن أن يشغلها السكان.. لكنّ الرغبة قليلة جدًا، وهذا ما يرجع إلى عدم اهتمام السّكان بمثل هذه المهنة مقارنة بالمهن الأخرى..

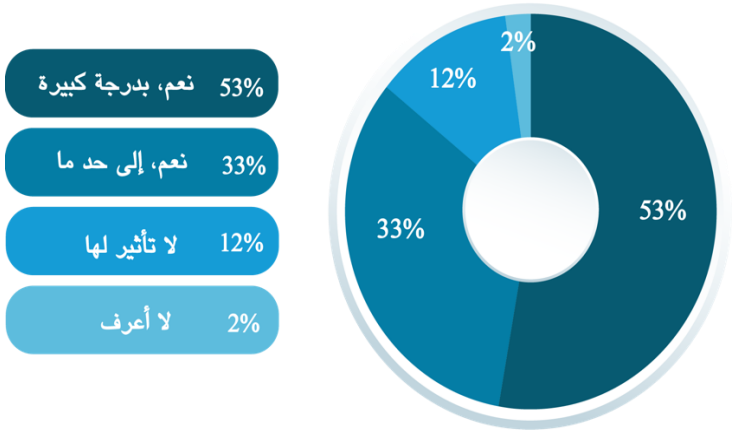



الشّكل رقم (8) يوضح عدد العاملين في الشّركات السّياحيّة لعينة الدراسة.

### 4.2.2.2: إسهام السّياحة في تقليل معدلات البطالة في المنطقة:

تُشير الدراسات إلى أنّ السّياحة تسهم في تقليل البطالة ضمن أيّ منطقة سياحيّة تستخدم جميع المرافق الخدماتيّة سواء أكانت في البنية التحتيّة أم الفوقيّة.. كذلك تشير معطيات الدراسة الميدانيّة - في الشّكل رقم (9) - إلى أنّ نسبة (53%) من أفراد عينة البحث أقرّت بإسهام السّياحة بدرجة كبيرة في تقليل نسبة البطالة ضمن المنطقة السّياحيّة؛ بالمقابل، رأت نسبة (33%) أنّ مساهمة السّياحة والنشاط السّياحي محدودة في تقليل نسبة البطالة، بينما أشارت نسبة ( 12%) إلى انعدام تأثير النشاط السّياحي لناحية تقليل البطالة في أيّ منطقة.. ونسبة قليلة جدًا لا تتجاوز (2%) من أفراد عينة البحث أقرّت بعدم معرفتها بذلك.

نستنتج من معطيات الدراسة الميدانيّة أنّ نسبة كبيرة (53%) تقرّ بمساهمة السّياحة في تقليل البطالة نتيجة توفيرها لمختلف الخدمات سواء أكانت من البنية التحتية أم الفوقية، ما يؤدّي بالتالي إلى توفير فرص العمل لسكان ذلك المنطقة لكلا الجنسين و من مختلف الأعمار والطبقات والمستويّات التعليميّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة..الخ؛ الشّكل رقم (9) يوضح ذلك.

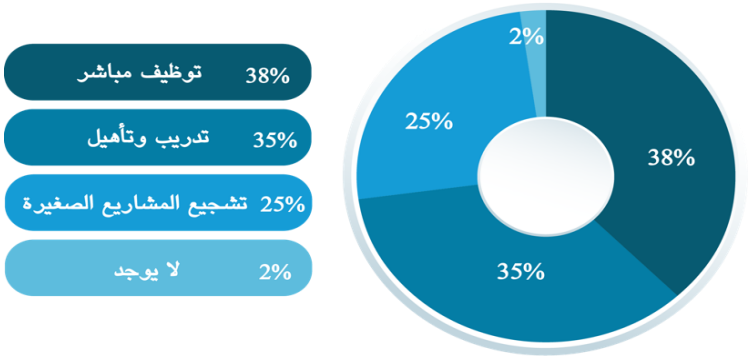



الشّكل (9) يوضح إسهام السّياحة في تقليل معدلات البطالة حسب آراء عينة الدراسة.

### 4.2.2.3: دور الشّركة في دعم النساء والشّباب في العمل السّياحي:

**هنا،** وحيث طُرح السّؤال: إلى أي مدى تدعم شركتكم النساء والشّباب في العمل السّياحي؟ أجاب نسبة (38%) من عينة الدراسة بأنّ التوظيف مباشر من قبل شركتهم للنساء والشّباب عندما يتقدمون للوظيفة، بينما أشارت نسبة (35%) إلى أن التقدم للوظيفة الشاغرة يتطلب منهم الدخول في الدورات التدريبيّة لتأهيلهم للوظائف المعلنة؛ بالمقابل، أفصحت نسبة (25%) من أفراد العينة بأنّ دعمهم في هذا المجال يكون عن طريق إنشاء للمشاريع الصغيرة.. مع ذلك هناك نسبة قليلة جدًا لا تتجاوز (2%) من شركات عينة البحث أقرّت بعدم دعمها للشّباب والنساء؛ الشّكل رقم ( 10) يوضح ذلك.

نستنتج من هذه المعطيات أنّ نسبة كبيرة من عينة البحث - ( 38%) - عبّرت عن دعم الشّركة للنساء والشّباب عن طريق توظيفهم المباشر، بينما يأتي دور التدريب و التأهيل قبل توظيف النساء والشّباب في العمل السّياحي في الدرجة الثانية.. هذا ما يشير إلى أنّ الشّركات السّياحيّة عندما تسعى لتوظيف الشّباب والنساء: تحتاج إلى المؤهلات الخاصة بالنشاط السّياحي، و لذلك يحاولون دعمهم عن طريق تأهيلهم من خلال الدورات التدريبية.

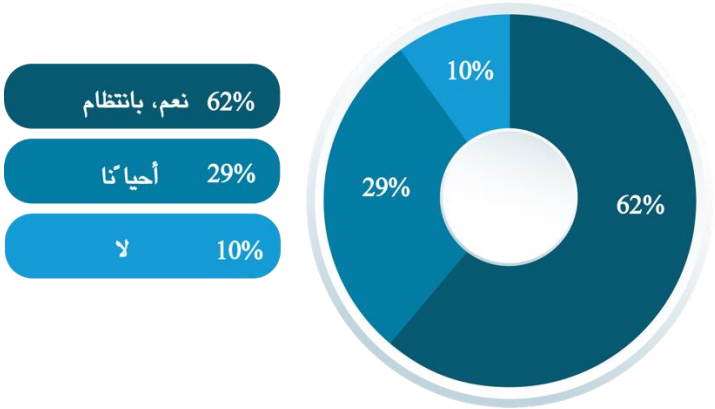



الشّكل (10) يوضح دعم عينة الدراسة ( الشّركات السّياحيّة) للنساء والشّباب في العمل السّياحي.

### 4.2.3: التاثيرات البيئيّة للسّياحة على المجتمع:

سعيًا لمعرفة مدى التأثيرات وأنواعها على بيئة المناطق السّياحيّة، طُرِح السؤال: هل تقومون بمبادرات للحفاظ على البيئة في إطار نشاطتكم السّياحيّة؟ أظهرت البيانات - في الشّكل رقم (11)- أنّ نسبة (62%) من عينة البحث أجابت بـ"نعم وبانتظام"، بينما أشارت نسبة (29%) إلى أنّ أفرادها يبادرون "احيانًا" للإنخراط في هذه الأنشطة؛ وأعلنت نسبة (10%) عن عدم المشاركة و المساهمة في هذا المجال.

نستنتج من خلال الإجابات أنّ أفراد النسبة الكبيرة من الشّركات السّياحيّة ( 63%) يبادرون ويساهمون في أيّ نشاط يحافظ على البيئة الطبيعية و يدعمون ذلك.. ومع ذلك، هناك نسبة ليست بقليلة لا يدعم أفرادها البيئة ولا الحفاظ عليها.. هذا ما يعني أنّ هناك خللًا في هذه الناحية، وأنّ الشّركات السّياحيّة وحدها فقط: تركز على النشاطات السّياحيّة من دون الحفاظ على البيئة المحليّة.

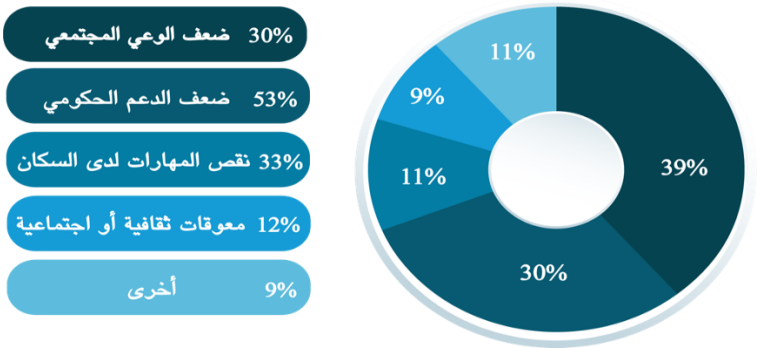



الشّكل (11) يوضح مبادرة الشّركات السّياحيّة للحفاظ على البيئة بجانب العمل السّياحي

### 4.2.4: التحديات التي تواجه النشاط السّياحي في المجتمع:

حول هذه التحديات كان السؤال الموجه لأفراد العينة: ما أكثر التحديات التي تواجهكم عند محاولة دمج المجتمع المحلي في النشاط والعمل السياحي؟ أجابت نسبة ( 53%) بأنّ الحكومة لا تدعمهم، و نسبة (30%) بأنّ ضعف الوعي المجتمعي ازاء النشاط السّياحي قد أصبح تحديًا كبيرًا أمام أنشطتهم السّياحيّة، كذلك اعتبرت نسبة (33%) منهم أنّ نقص المهارات السّياحيّة لدى السّكان في المنطقة السّياحيّة قد أصبح تحديًا كبيرًا أمام نشاطهم و عملهم السّياحي؛ واعتبرت نسبة (12%) من أفراد عينة البحث أنّ المعوقات ثقافيّة واجتماعيّة أمام عملهم في المنطقة السّياحيّة ؛ أيضًا، وهناك نسبة اخرى ليست بقليلة و هي (9%) أشارت إلى تحديات و معوقات أخرى أمام نشاطها السياحي. الشّكل رقم ( 12) يوضح ذلك.

نستنتج من معطيات الدراسة الميدانيّة أنّ الدعم الحكومي لشّركات العمل السّياحي جاءت في المرتبة الأولى من ضمن معوقات التّنمية الاجتماعيّة والسّياحيّة في منطقة الدراسة وذلك بنسبة ( 53%)؛ و يليها في المرتبة الثانية المعوقات الثقافية والاجتماعيّة بنسبة (42%)؛ ثم كانت المرتبة الثالثة حيث تُعتبر ثلاثيّة التدريب والتأهيل والموارد البشريّة السّياحيّة أكبر التحدّيات أمام النشاط السّياحي و بالتّالي التّنمية المجتمع.



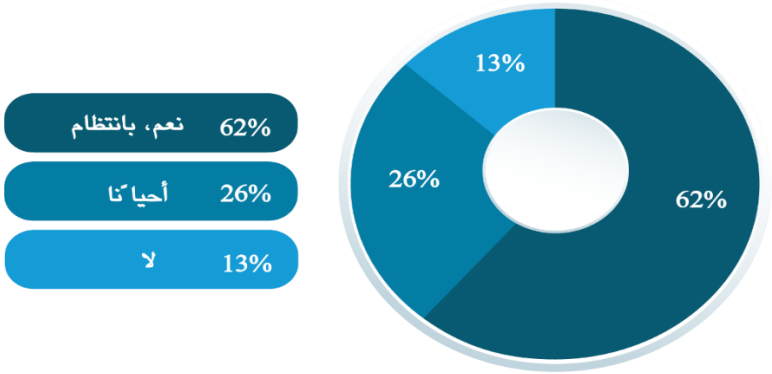

الشّكل (12) يوضح تحديات الشّركات السّياحيّة لدمج المجتمع المحلي في أنشطتهم السّياحيّة

### 4.2.5: الفرص و مشاركة الشّركات السّياحيّة في التخطيط للتنمية السّياحيّة والاجتماعيّة:

حول الفرص ومستوى التّعاون من الشّركات السّياحيّة بأنشاطاتها، مع الجهات المحليّة و الحكوميّة ( البلديات، الجامعات ومنظمات المجتمع المدني.. الخ )، طُرِحَ السؤل على أفراد عينة البحث؛ وكانت النتيجة كما يأتي:

أجابت نسبة كبيرة ( 62%) بـ "نعم" وبشّكل منتظم تتمّ مشاركة النشاطات مع الجهات الحكوميّة و غير الحكوميّة في المجتمع؛ بينما صرّحت نسبة ( 26%) بـ "أحيانا"، مقابل نسبة (13%) أنّها لا تشارك أنشطة المجتمعات المحليّة. الشّكل رقم ( 13) يوضح ذلك.

نستنتج من البيانات الواردة في مجتمع الدراسة أنّ هناك: مساهمة و مشاركة من قِبلِ الشركات السّياحيّة في التخطيط للتنمية السّياحيّة والاجتماعيّة.




الشّكل (13) يوضح مشاركة عينة الدراسة في التخطيط للتنمية السّياحيّة والاجتماعيّة في مجتمع الدراسة.

## 5. الاستنتاجات، التوصيات والمقترحات:

### 5.1: الاستنتاجات:

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة استنتاجات، وأهمها أنّ السّياحة تؤدّي إلى التغيير في كلٍّ من:

أ- البناء الاجتماعي للسّكان من حيث تركيب الطبقات الاجتماعيّة.

ب- البناء المهني من حيث إيجاد مهن جديدة.

ت- السّلوك الإنساني، أي في القيم والمواقف والاتجاهات والعادات والأخلاقيات و العلاقات الإنسانيّة.

***هذا إضافة إلى أنّ السّياحة تعمل على:

أ- تسهّيل الاتصال والاحتكاك بثقافات وحضارات مختلفة بما يُتيح تفعيل التّنمية الاجتماعيّة في المناطق المزدهرة سياحيّا.

ب- تُعمّيق الانتماء القومي والاعتزاز بالوطن، والإسهام في بناء الشّخصيّة الإنسانيّة.

ث- تفعيل تماسك المجتمع بما تنتجه من ألوان التآلف والتعاون.

ث- تفعيل نمو الحِرف والفنون والصناعات المتصلة بها.

ج- الحدّ من ظاهرة البطالة مقابل تحسين مستوى المعيشة للمواطنين،

ح- المحافظة على المواقع الأثريّة والتاريخيّة والمعماريّة.

***ما يتيح الإستنتاج بأنّ:

أ- السّياحة مصدر من مصادر التغيير والتحوّل الطبيعي لدى أفراد المجتمعات السّياحيّة، إذ تساعد الفئات المرتبطة أعمالها بالسّياحة على الانتقال من طبقة إجتماعيّة إلى طبقة أعلى، لِما يحققونه من مكاسب وأرباح في العمل السّياحي.

ب- السّياحة أداة التواصل الفكري والتبادل الثقافي والعادات والتقاليد ما بين الشّعوب، وأداة لإيجاد مناخ مشبعٍ بروح التفاهم والتسامح بينهم، كذلك هي أداة للتبادل المعرفي للعلوم و غير ذلك من المعارف.

تُ- تؤدّي إلى انتشار ثقافات الشعوب وحضارات الأمم في أقاليم العالم المختلفة، أي أنّها تُفعّل زيادة معرفة الشعوب ببعضها من خلال العلاقات وتقريب المسافات الثقافيّة.

ج- السّياحة مطلب اجتماعي ونفسي من أجل استعادة الإنسان لنشاطه وتجديد عودته للعمل بكفاءة.

## 5.2: التوصيات:

بناء على هذه نتائج المذكورة أعلاه، أوصت الدراسة بما يلي:

- ضرورة رفع مستوى الإهتمام بالسّياحة في إقليم كوردستان، خاصة وأنّ هنالك الكثير من المقومات الطبيعيّة والقدرات البشريّة.
- ضرورة استخدام السّياحة كمحرك يحقق التّنمية المحليّة بغية النهوض بالمستوى المعيشي في عموم المجتمع.
- تفعيل الاهتمام بحماية البيئة الطبيعيّة وتنمية مواردها للحفاظ على الموروث الحضاري ( من آثار ومواقع السّياحة الاثريّة والدينيّة).
- تفعيل الاهتمام بالتوعية المجتمعيّة حول أهميّة السّياحة ودورها في تنمية المجتمع.
- العمل على نشر الوعي السّياحي وإرسال الصورة الذهنيّة الإيجابيّة عن دور هذا القطاع في تنمية المجتمع.
- تشجيع الشّباب والنساء للاستثمار في القطاع السّياحي، وخاصة الصناعة اليدويّة الفولكلوريّة.
- العمل على سنّ تشريعات السّياحيّة و تطويرها حتى تواكب تطورات إقليم كوردستان.
- رصد مخصصات خاصة للأيدي العاملة في هذا القطاع تشجيعًا للشباب والنساء والعوائل.
- خلق فرص عمل في مجالات الإرشاد والمطاعم والفنادق.
- دعم الفعّاليات والمهرجانات التي تبرز الثقافة المحليّة.
- تفعيل الاهتمام أكثر بنوعية وأهميّة السّياحة وتأثيرها الإيجابي على الاقتصاد والمجتمع.
- تهدف السّياحة إلى فتح رؤية جديدة مع العالم؛ لذلك يفضل زيادة الوعي المجتمعي لدوره الضروري في.
- تنشيط و تشجيع السّياحة المجتمعيّة.
- التدريب وبناء القدرات في كلّ مجالات السّياحة وأنواعها.
- الحفاظ على التراث الثقافي و دعم الأعمال المحليّة.
- العمل على تطوير السّياحة لكي تكون واجهه مشرقة لكوردستان.
- تسهيل السّفر وتخفيض التكاليف.
- الاهتمام بالشّكل العام للسّياحة واعتباره سندًا للتّنمية الاقتصاديّة.
- تعزيز التعاون ما بين القطاعين: الخاص والعام.
- العمل على الترويج للسّياحة في الإقليم.
- الدعم الحكومي للأماكن السّياحيّة والثقافيّة.
- زيادة الثقافة في المجتمع والنظرة إلى العالم الخارجي والسّياحة.
- زيادة فرص العمل في المنطقة و تحسين الوضع الاجتماعي.
- تحسين جودة الحياة باختلاف الثقافات.

## 5.3: المقرحات:

تقترح الباحثة تفعيل البحوث العلمية كما يأتي:

- إجراء دراسة حول دور السّياحة في التّنمية الثقافيّة.
- إجراء دراسة حول دور السّياحة في التّنمية البيئيّة.
- إجراء دراسة حول دور السّياحة في التّنمية الاقتصاديّة.
- إجراء دراسة حول دور السّياحة في التّنمية السّياسيّة.
- إجراء دراسة حول دور السّياحة في التّنمية المستدامة.
- إجراء دراسة حول التأثيرات السّلبيّة للسّياحة على المجتمع.

## قائمة المصادر:


1. إبراهيم، وفاء زكي ( 2006): دور السّياحة في التّنمية الاجتماعيّة- دراسة تقويميّة للقرى- المكتب الجامعي الحديث، الإسكندريّة، مصر.
2. أبو عياش وآخرون، عبدالآله ( 2007): مدخل إلى السّياحة في الأردن- بين النظريّة والتطبيق، مؤسسة الورّاق للنشر والتوزيع، الأردن.
3. البكري، فؤادة عبدالمنعم ( 2004): التّنمية السّياحيّة في مصر والعالم العربي، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
4. الجلاد، احمد ( بدون سنة): المدخل إلى علم السّياحة، عالم الكتب، القاهرة.
5. الحربي والسّهلي، هباس بن رجاء و سعود السّيف (2011): الإعلام السّياحي مفاهيمه وتطبيقاته، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
6. الحربي، هباس رجاء ( 2012): التسويق السّياحي في المنشآت السّياحيّة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمّان- الأردن.

7. الحســـن، إحســـان محمـــد ( 2005): علـــم الاجتمـــاع الاقتصـــادي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمّان – الأردن.
8. الحوري والدباغ، مثنى طه وإسماعيل محمد علي ( 2000): مبادئ السّفر والسّياحة، مؤسسة الورّاق للنشر والتوزيع، عمّان- الأردن.
9. خضر، هه تاو كريم، ( 2015): إشكالية العلاقة بين السّياحة ورأس المال الاجتماعي- دراسة لمحافظة أربيل في إقليم كوردستان- العراق، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، الجامعة اللبنانيّة- لبنان.
10. الخطيب، محمد ( 2011): السّياحة، تحديد- تأثير- تخطيط، **Eilt Press** للطّباعة، لبنان.
11. دانيال، بنيامين يوخنا ( 2006): السّياحة..أسس ومبادئ، مكتبة المديريّة العامة للثقافة، أربيل.
12. الشّرقاوى وآخرون، فتحي محمد (2006): مبادئ علم السّياحة، مكتبة بستان المعرفة، الإسكندريّة.
13. الصّعيدى، عصام حسن (2011): نُظم المعلومات السّياحيّة، دار الرّاية للنّشر والتّوزيع، عمّان، الأردن.
14. الطّاهر وإلياس، نعيم وسراب (2007): مبادئ السّياحة، عمّان، ط2، دار المسيرة للنّشر والتّوزيع والطّباعة، الأردن.
15. عبد العزيز، ماهر ( 2008): صناعة السّياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن.
16. عبيد، طه أحمد ( 2009 ): مشكلات التسويق السّياحي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندريّة.
17. عطاالله، نشوى فؤاد (2008): التّنمية السّياحيّة، دار الوفاء لدنيا الطّباعة والنّشر، الإسكندريّة.
18. لطيف، هدى سيد (2005): السّياحة مدخل ورؤية، هبة النّيل العربيّة للنّشر والتّوزيع، القاهرة.
19. مقابلة، أحمد محمود (2007): صناعة السّياحة، دار كنوز المعّرفة للنّشر والتّوزيع، عمّان- الأردن.
20. ملوخيّة، أحمد فوزي (2007): التّنمية السّياحيّة، دار الفكر الجامعي، الإسكندريّة، مصر.
21. ملوخيّة، أحمد فوزي ( 2008): مدخل إلى علم السّياحة، دارالفكرالجامعي، الإسكندريّة.
22. المنجد في اللّغة والأعلام (2003): 39، دار المشرق، بيروت – لبنان.
23. مؤمن، محمد عمر (2009): التّخطيط السّياحي، المكتب الجامعي الحديث، سلسلة العلوم والتّقنيّة (7)، الإسكندريّة، مصر.
24. رحيم، لمى عبد المناف ( 2020): الإمكانيات السّياحيّة في قضاء بدرة، مجلة لارك للفلسفة واللّسانيات والعلوم الاجتماعيّة، مجلد 12 العدد (2).
**DOI: https://doi.org/10.31185/lark.Vol2.Iss37.1455**
25. عبوي، زيد سلمان ( 2008): السّياحة في الوطن العربي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن.
26. على، أكرم محمد أحمد الحاج ( 2018):السّياحة ودورها في تحقيق التّنمية الاقتصاديّة والاجتماعيّة- دراسة حالة لبعض الدول العربيّة مع التركيز على المملكة العربيّة السّعودية وقطر، مجلة العلوم الاقتصاديّة والإداريّة والقانونيّة، مجلد 2، العدد 13.
DOI: https://doi.org/10.26389/AJSRP.A290818
27. القيسي والعتبي، محمد فهد و إيّد عباس ( 2017): الآفاق المستقبليّة للسّياحة في محافظة واسط، مجلة لارك، ج 1 العدد 28، 188- 203.
**DOI: https://doi.org/10.31185/lark.Vol1.Iss28.1148**
28. ملحم، محمود إبراهيم ( 2018): دور السّياحة المستدامة في التّنمية الاجتماعيّة والاقتصاديّة، بحث مقدم للمؤتمر العلمي التنموي الثاني الدولي المشترك بعنوان: السّياحة والتّنمية: الواقع والتحديات التي نظمتها جامعة القدس المفتوحة و جامعة القدس خلال الفترة 23-25/ 4/ 2018، متاح على الموقع الإلكتروني التالي في 2025/6/1.
Milhem/publication/329453079 https://www.researchgate.net/profile/Mahmoud
29. النصّار، نزار عبدالسادة ( 2014): دور منظمات المجتمع المدني في التّنمية الاجتماعيّة- دراسة استطلاعيّة في جامعة واسط، مجلة لارك للفلسفة واللّسانيات والعلوم الاجتماعيّة، العدد 16 السنة السادسة.
**DOI: https://doi.org/10.31185/lark.Vol1.Iss16.758**
30. الهيتي، عبدالرّزاق محمود (2008)، دور التّنمية السّياحيّة في التّنمية الاجتماعيّة، متاح على الموقع الإلكتروني التّالي في 2012 /8/2:
**http:// www.Afaksocio. Alhamontada.com/ t 154- topic**

Available online at http://aran.garmian.edu.krd

ARAN JOURNAL
For Languages and Humanities

**Aran Journal for Language and Humanities**

https://doi.org/10.24271/ARN.2025.01-02-01

# The Role of Tourism in Social Development

## (A Field Study on Tourism Companies)

**Hataw Kareem Khidir**

Department of International Marketing and Languages, Technical Administration College, Erbil Polytechnic University, Kurdistan Region – Iraq

**Article Info**

| | |
|---|---|
| Received | **June, 2025** |
| Accepted | **August, 2025** |
| Published: | **October, 2025** |

**Keywords**

Tourism, Development, Tourism Development, Social Development.

**Corresponding Author**

Hataw.khidir@epu.edu.iq

**Abstract**

This research aims to explore the role of tourism in social development. Does tourism have social benefits for the local community? Does it contribute to raising community awareness? That is, does tourism have positive social effects in fostering a sense of belonging and pride in one's homeland and heritage? Accordingly, to achieve the research objectives, the researcher identified the following problematic question: To what extent did tourism play a role in social development within the Kurdistan Region? This means that this problematic includes several questions. This study is considered one of the descriptive analytical studies that used the inductive approach based on previous studies, research and literature, in addition to the social survey approach with a sample of (50) out of (100) tourism companies that participated in the Erbil International Fair on March 6-8, 2025 in the capital, Erbil. The researcher also used a questionnaire form consisting of (15) questions according to the following: (5) questions about the company's general data and (10) questions related to the role of tourism in social development. Later, the researcher reached a set of conclusions, the most important of which was that: Tourism has a role in changing the infrastructure and superstructure of society. Therefore, in conclusion: The researcher recommended activating greater interest in tourism in the region. Kurdistan: It not only leads to social development, but also—the more attention is paid to its development—has a positive impact on other types of development, ultimately sustainable development.