

دور الإعلام فى التتمية السياحية المستدامة

إعداد

د. محمود صبرى عبد العزيز

مدرس بكلية الحقوق جامعة العلوم التطبيقية

بالبحرين

مقدمة

تلعب السياحة دوراً هاماً في زيادة الدخل القومي لمختلف دول العالم. لما تحققة من دخل سياحي كبير سنوياً يقدر بالمليارات من الدولارات التي تدخل في الميزانية العامة للدولة، وشركات السياحة الوطنية .

لذلك تسعى الدول دائماً إلى التخطيط لتحقيق تنمية سياحية مستدامة، تساعد على سد العجز المزمع في موازنتها العامة، وتساهم في حل مشكلة البطالة بما تخلقه من فرص عمل في مجال النشاط السياحي، والصناعات المغذية للسياحة التي تقدرها منظمة السياحة العالمية بحوالي ٧٢ صناعة.

ولكن صناعة السياحة تواجه تحدياً كبيراً في ظل ظاهرة العولمة الحديثة التي يعيشها العالم الآن. كما تواجه صعوبات جمة من أهمها وأخطرها المنافسة غير المتكافئة بين شركات السياحة العالمية عابرة الحدود ومتعدية الجنسية ذات رؤوس الأموال الضخمة والعمالة المدربة ذات الخبرة العالمية، مع شركات السياحة المحلية الأقل في امكانياتها منها. فضلاً عن مشكلة الإرهاب التي تمثل عائقاً كبيراً أمام التنمية السياحية.

وهنا يبرز دور الإعلام في ظل هذه العولمة في مساعدة الحكومات في تحقيق هذه التنمية السياحية المستدامة والتغلب على المعوقات التي تعترض طريقها. حيث أنه أصبح يتمتع بإمكانيات تكنولوجية وإلكترونية ومعلوماتية حديثة، تمكنه من القيام بدور كبير في ذلك. وذلك بزيادة الطلب على السياحة، أو بجذب الإستثمار السياحي أو بالتصدي لأخطر معوقات السياحة والمتمثلة في الإرهاب وغيرها من المعوقات.

وسنعالج موضوعات هذا الدور الإعلامي من خلال مباحث خمسة على الترتيب التالي:

المبحث الأول : إعلام العولمة.

المبحث الثاني : التنمية السياحية المستدامة.

المبحث الثالث : دور الإعلام في زيادة الطلب على السياحة.

المبحث الرابع : دور الإعلام في جذب الاستثمار السياحي.

المبحث الخامس : دور الإعلام في التصدي لمعوقات السياحة.

المبحث الأول إعلام العولمة

الإعلام لغة (١) ، من مادة علم، ومنه علمه العلم أعلمه إياه فتعلمه. وكذلك إعلام الملكين للناس السحر وأمرهما المتعلم بإجتتاب إتيانه حتى على يقع فى الكفر، كما فى قوله تعالى : (وما يعلمان من أحد حتى يقولوا إنما نحن فتنته فلا تكفر). (٢)

وقال ابن الأثير : وقد ورد فى الحديث ذكر الأذان وهو الإعلام بالشىء. يقال منه أذن يؤذن إذاناً، وأذن يؤذن تأذينا. والمشدد مخصوص فى إستعمال بإعلام وقت الصلاة والحج، ومنه قوله تعالى: (وأذن فى الناس بالحج يأتوك رجالاً). (٣) وقوله تعالى: (وأذان من الله ورسوله إلى الناس يوم الحج الأكبر). (٤)

وعلى ذلك فإن الاعلام فى اللغة مصدرة مادة علم ويرتبط بمعانى الاذان والإشهاد. فضلاً عن معانى الإشعار والإخبار والنشر بواسطة الإذاعة والتلفزيون والصحافة. (٥)

والإعلام فى الاصطلاح: تناوله المتخصصون فى الإعلام من عدة معان هى:

١- الإعلام بمعنى الإتصال: (٦)

(١) ابن منظور، لسان العرب، الجزء العاشر ص ٢٦٤.

(٢) سورة البقرة من الآية ١٠٢

(٣) سورة الحج من الآية ٢٧

(٤) سورة التوبة من الآية ٣

(٥) قاموس المنجد، بيروت، دار المشرق، ٢٠٠١ ص ١٠١٥.

(٦) د. سعيد إسماعيل صينى، أثر الاعلام فى الحوار بين الحضارات، من أبحاث رابطة العالم الإسلامى بمكة المكرمة، المؤتمر الخامس، المنعقد خلال الفترة من ٦/٤/١٢/١٤١٥ هـ الموافق ١٧:١٥ يناير ٢٠٠٥ ص ٥١٤

فإذا كان الاتصال مصطلح أوسع من الإعلام لأنه يشمل تواصل الانسان مع غيره من بنى الانسان والحيوانات وحتى الجمادات كاتصاله بسيارته وغيرها من الآلات الصماء إلا أن الاتصال الإعلامى المقصود هنا هو الإتصال الجماهيرى عبر وسائل الإعلام (المرئية والمسموعه والمقروءه) والتي تتكون من: مرسل ورسالة ووسائل ومستقبل .

٢- الإعلام بمعنى الإخبار (أو الصحافة): (١)

ويتناول هذا الرأى الإعلام والصحافة ك مترادفين على اعتبار أن كلمة الصحافة تتسع لتشمل فوق الصحف المطبوعة كلاً من الصحافة المسموعة والصحافة المرئية، فالعبارة هى بأن الإعلام والصحافة تنطويان على عملية الإخبار، أياً كانت وسيلة هذا الإخبار (مسموعه، مقروءة، أو مرئية)

٣- الاعلام هو التعبير الموضوعى عن الجماهير(أو المجتمع): (٢)

فالإعلام بهذا المعنى ليس تعبيراً موجهاً، ولكنه تعبير موضوعى وصادق يعبر عن عقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها. بشكل خالى من الإثارة وتغيب الحقائق وتزييفها. لذلك فهو يأتى بما يسمى فى نظريات الإعلام بنظرية المسئولية الإجتماعية، بحيث يكون مرآه تعكس ما يدور فى المجتمع من رسائل واقعيه أو حتة خياليه تتفق وقيم ومبادئ ومعايير وسلوكيات إجتماعية إيجابية وليست مبتذلة.

وظائف الإعلام: (٣)

وعموماً فإن كل المعانى السابقة تتعاقب مع بعضها موضحة مفهوماً يرتبط بمعانى الاتصال الجماهيرى والإخبار، والتعبير الموضوعى عن قيم ومعتقدات المجتمع، لتنطوى على وظائف سامية للإعلام هى : الوظيفة الإخبارية، والوظيفة التنموية، والوظيفة التربوية، والوظيفة الديمقراطية (أو الشورى)، والوظيفة الترفيهيه، والوظيفة التسويقية، ووظيفة الخدمات العامة.

(١) عبد الحافظ الصاوى، دور الإعلام فى تطوير البحث فى الإقتصاد الإسلامى، بدون ناشر أو مكان نشر أو عام نشر، ص ٤٧٥

- محمد سيد محمد، إقتصاديات الإعلام المؤسسة الصحفية، القاهرة، دار الفكر العربى، منتدى سور الأزيكية، بدون عام نشر ص ٥٣

(٢) راجع: عبد الحفيظ الصاوى، المرجع السابق ص ٤٧٥

(٣) لمزيد من التفصيل راجع: عبد الحافظ الصاوى، المرجع السابق ص ٤٧٧

- و د.محمد سيد محمد، المرجع السابق ص ٥٣ ومابعدها.

عناصر الإعلام: (١)

يلاحظ أن وسائل الإعلام للإتصال الجماهيرى لا تخرج عن الوسائل الثلاثة: المسموعة (إذاعة)، والمقروءة (صحف ومجلات)، والمرئية (تلفزيون). وهى تشترك جميعاً فى عناصر أربعة هى :

١- العنصر البشرى: وهو أهم العناصر، لانه هو يعد ويدير المنظومة الإعلامية كلها. لذا فإنه ينبغي أن يكون مدرباً ومهماً بالقدر الذى يجعله يستوعب باقى العناصر فكرياً وعقائدياً وألياً، وما يطرأ عليها من تطورات حديثة.

٢- العنصر الألى : وهو يتسع ليشمل كل الوسائل الألية التى تستخدم فى منظومة الإعلام، لإعداد الفكرة أو المعلومة أو الخبر، وحفظها وتوصيلها للجماهير، أياً كان شكل هذه الوسيلة: سواء كانت سلكية أو لا سلكية (إلكترونية)، أو عبر القنوات الفضائية وما تبثه من برامج أو أخبار عبر القنوات الإصطناعية والإنترنت الذى انتشر داخل البيوت انتشار الهواء. (٢)

٣- الإطار الفكرى: وهو الإطار السائد فى الساحة الإعلامية والإطار الإسلامى أو الليبرالى أو العلمانى أو غيره من الأطارات الفكرية أو العقديّة.

٤- المضمون: وهو الخبر المراد نقله إلى الجماهير، أو الرسالة المقصود توصيلها إليهم لتبنيها أو تطبيقها.

الإعلام فى ظل ظاهرة العولمة: (٢)

- (١) د. سعيد صينى، أثر الإعلام فى الحوار بين الحضارات، مرجع سابق ص ٥١٦
- (٢) الشيخ أبو بكر مسليبا، الإعلام ومجتمعاتنا الإسلامية والعربية، المؤتمر (١٩) المجلس الأعلى للشئون الإسلامية بالقاهرة، المنعقد فى الفترة من ٨ إلى ١١ ربيع الأول ١٤٢٨ هجرية الموافق ٢٧:٣٠ مارس ٢٠٠٧ ميلادياً، بعنوان مشكلات العالم الإسلامى وعلاجها فى ظل العولمة ص ٥٠٩
- (٣) د. برهان غليون، د. سمير أمين، ثقافة العولمة وعولمة الثقافة، حوارات لقرن جديد، بيروت لبنان، دار الفكر المعاصر، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م.
- بول هيرست، جراهام طومبسون، ترجمة د. فالح عبد الجبار، ما العولمة (الإقتصاد العالمى وإمكانات التحكم)، الكويت، مجلة عالم المعرفة، ع ٢٧٣، جمادى الآخرة ١٤٢٢هـ - ٢٠٠١م.
- د. حسن حنفى، د. صادق جلال العظم، مالعولمة، حوارات لقرن جديد، بيروت لبنان، دار الفكر المعاصر، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م.
- د. جون تومليسون، ترجمة د. إيهاب عبد الرحيم، العولمة والثقافة (تجربتنا الإجتماعية عبر الزمان والمكان)، الكويت، مجلة عالم المعرفة، عدد ٣٥٤، رجب ١٤٢٩هـ - أغسطس ٢٠٠٨م.
- د. عاطف السيد، العولمة فى ميزان الفكر دراسة تحليلية، الإسكندرية، مطبعة الإنتصار، ٢٠٠١م.

كان لتولى ثورة الإتصالات والمعلوماتية الحديثة مع بداية الألفية الثالثة، بأدواتها الإلكترونية الحديثة التي تتم عبر الأقمار الصناعية، كان لذلك الأثر فى نقل المعلومة أو الحدث أو الخبر من أدنى الأرض إلى أقصاها فى لحظات معدودة، عبر وسائل الإعلام بجميع أشكالها المرئية والمسموعة والمقروءة، وذلك من خلال القنوات الفضائية وشبكات الإنترنت وغيرها من الوسائل الإعلامية الحديثة.

وهكذا اسقطت ثورة الإتصالات والمعلومات العصرية - بشكل (شبه عفوى) كثيراً من الحواجز الطبيعية التي كانت تفصل جغرافياً بين بلاد الأرض وتفصل إجتماعياً بين شعوبها، مما جعلها تتجه نحو التقارب والتكامل والارتباط أكثر فأكثر. وبدا العالم أمام سهولة نقل المعلومة والمعرفة، وكذا الأشخاص والأموال والأشياء (بوسائل النقل الحديثة). وكأنه يندمج فى قرية كونية واحدة **global village**. يذوب فيها جل ما هو محلى أو قومى أو إقليمى، ليصبح فى سرعة إنتقاله وتأثر الآخرين به عالمياً أو كونياً. لذلك عبر عن هذه الظاهرة بلفظ العولمة، فقد سعت الدول الكبرى بقيادة القطب الأوحى العولمة المتمثل فى الولايات المتحدة الأمريكية، إلى إحتكار وسائل الإعلام على الصعيد العالمى ، من أجل التأثير على الراى العام عالمياً وقطرياً.

العلاقة التبادلية بين العولمة والسياحة: (١)

ويلاحظ وجود علاقة تبادلية بين العولمة والسياحة، إذ كل منهما يؤثر فى الآخر ويتأثر به بشكل كبير. إذ يجمع بينهما ارتباطها بكثير من الجوانب كالاقتصاد والثقافة والمجتمع والبيئة والمعلومات والاعلام .. إلخ

- هانسن - بيتر مارتين، هارالد شومان، ترجمة د. عدنان عباس، فح العولمة (الإعتداء على الديمقراطية والرفاهية)، الكويت، مجلة عالم المعرفة، عدد ٢٣٨، جمادى الأخرى ١٤١٩هـ - أكتوبر/تشرين الأول ١٩٩٨م.
(١) راجع: د. أكمل رمضان عبد القادر، السياحة المصرية فى عصر العولمة، من أبحاث ندوة مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامى بجامعة الأزهر ميزان السياحة فى مصر من منظور اسلامى واقتصادى فى الفترة من ٢٤ شوال ١٤٢٦هـ الموافق ٢٦ نوفمبر ٢٠٠٥م ص ٧

وقد جعل ذلك من السياحة تمثل أحد أهم مظاهر العولمة المعاصرة حيث إعتبرها البعض^(١)، أحد أركان الثلاثة وهي:

الركن الأول: ثروة المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات.

الركن الثاني: تحرير التجارة العالمية.

الركن الثالث: السياحة.

وبالتدقيق في هذه الأركان يتبين أن الإعلام يمثل الوسيلة المشتركة بين هذه الأركان الثلاثة، لذا سعت الدول العظمى نحو السيطرة عليه لفرض هيمنتها على العالم ونود التمييز هنا بين مصطلحين إقتصاديين يتعلقان بالإعلام وهما: الإقتصاد الإعلامي، والإعلام الإقتصادى^(٢)

- أما عن الإقتصاد الإعلامي:

(economie de l' information) (economics of information)

فهو ما يتعلق بإدارة المؤسسات الإعلامية إدارة إقتصادية من حيث إنتاج المؤسسات الإعلامية إدارة إقتصادية من حيث إنتاج المؤسسة الإعلامية وتوزيعها وإستهلاكها، والموازنة بين مصروفاتها ومواردها المادية وتحقيق الربح المادى منها، حتى ولو كانت المؤسسة الإعلامية لا تتخذ الربح هدفاً رئيسياً لها.

- اما عن الإعلام الإقتصادى:

(information of economics) (l'information economics)

فهو الذى يتناول الإقتصاد كمادة صحفية أو إذاعية أو تلفزيونية سواء فى صورة برامج إقتصادية إذاعية أو تلفزيونية أو صفحات إقتصادية فى الصحف اليومية أو المجالات الإقتصادية المتخصصة أو إعلانات تربط بين المنتج والمستهلك أو غيرها.

إهتمام الإعلام بالإقتصاد والسياحة كقضايا إجتماعية:

(١) راجع: د. أكمل رمضان عبد القادر، السياحة المصرية فى عصر العولمة، مرجع سابق وأشار الى:
(٢) راجع: د. محمد سيد محمد، إقتصاديات الإعلام المؤسسة الصحفية، القاهرة، دار الفكر العربى، بدون عام نشر
ص ٣

يعد علم الإقتصاد أحد العلوم الإجتماعية ومع بروز عصر العولمة لما يطلق عليه (العقد الإجتماعى الجديد)، الذى تعقدت وتشابكت قضاياها الإقتصادية والإجتماعية وتطلبت وضع سياسات محل هذه القضايا: كقضايا التفاوت الإقتصادى والإجتماعى وما تطلبه من تحقيق عداله إجتماعية بين الفئات الإجتماعية لسد فجوة هذا التفاوت. حيث تفرز قضايا أكبر: كالبطالة والفقر، وتدنى فرص التعليم الجيد وغيرها منا لقضايا، التى تجر إلى مشاكل إجتماعية وإقتصادية، تكون زريعة للقلق الإجتماعية والإرهاب، أكثر معوقات السياحة.

ويعد الإعلام بأنواعه المختلفة: المرئية والمسموعة والمقروءة، من أهم الأجهزة الإجتماعية التى يقع على عاتقها مسئولية التعامل مع هذه القضايا، فى الإعلام المرئى مثلاً ينبغى حسن إختيار الموظفين (القائمين بالاتصال) بشقية الأرضى والفضائى (الرسمى والخاص) ليقوموا بتوصيل الرسالة الإعلامية (وهى القضايا الإجتماعية) كقضية مشاكل السياحة والإرهاب مثلاً، (عبر الوسيلة الإعلامية) إلى الجمهور المستهدف. بحيث يضعها القائم على العملية الإتصالية فى بداية أولوياته، عند ترتيبالأجندة الإعلامية. ويقوم بالاتصال بالأجهزة التنفيذية المختصة ليستقى منها معلوماته ع الضية الإجتماعية التى تبناها. ويضع خريطة عامه لمعالجتها فى إطار السياسة العامة للدولة. مع إتزامه فى ذلك بمواثيق الشرف الأخلاقية المنظمة للعمل الإعلامى.^(١)

^(١) راجع فى ذلك ورقة العمل المقدمة من: د.مها الكردى بعنوان القضايا الإجتماعية فى الإعلام المرئى، إلى المؤتمر السنوى العاشر الذى عقده المركز القومى للبحوث الإجتماعية والجنائية المنعقد بالقاهرة فى الفترة من ٢٦ إلى ٢٩ مايو ٢٠٠٨، بعنوان السياسة الإجتماعية وتحقيق العدالة الإجتماعية، المجلد الثانى ص ١٥٢١ وما بعدها.

المبحث الثانى

التنمية السياحية المستدامة

يفرق هنا بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة^(١)
١- التنمية السياحية التقليدية:

فالتنمية السياحية التقليدية تنمية وقتية، سريعة أو قصيرة المدى، فهي تتم بدون تخطيط شامل ولكن بتخطيط جزئى لقطاعات منفصلة حيث تركز على المباني الحضارية التقليدية، وتنشأ وحدات تستوعب الزيارات السياحية القصيرة المتعلقة عادة بقضاء الإجازات، والزيارات الواحدة للأماكن السياحية، وإن كانت تركز على مجموعات السياح ذوى الأعداد الكثيفة، فهي تهتم بالكم أكثر من إهتمامها بالكيف.

٢- أما التنمية السياحية المستدامة:

فهي تنمية طويلة المدى تقوم على تخطيط شامل، يتأسس على برامج مبنية على مفهوم الإستدامة، بحيث تحافظ على المباني السياحية التقليدية وتعمل على تطويرها، مراعية الأنماط المعمارية المحلية، لتصبح نموذج للتنمية السياحية المستدامة، التى تجذب السياح من ذوى المستوى الثقافى والتعليم المرتفع لتتكرر زيارتهم السياحية وتستمر فترات إقامتهم لمدد أطول. وبالتالي فهي من حيث نوعيتها، تصنف على انها سياحة الكيف وليس الكم.

التنمية السياحية المستدامة جزء من التنمية الإقتصادية المستدامة :

إهتمت المنظمات الدولية بالتنمية المستدامة، فبتقرير الأمم المتحدة للبيئة والتنمية عرف التنمية المستدامة بأنها (توفير إحتياجات الأجيال الراهنة من دون حرمان الأجيال القادمة من حقها فى الحصول على إحتياجاتها)^٢.

وتهتم التنمية المستدامة بثلاثة مجالات أساسية هي: النمو الإقتصادى، وحفظ الموارد الطبيعية والبيئية، والتنمية الإجتماعية.^(١)

^(١) راجع: د.جيهان عبد اللطيف الرفاعى السياحة البيئية كأحد أطراف السياحة المستدامة فى ضوء التغيرات المناخية المحتملة، مجلة مصر المعاصرة، ٥١٩ يوليو ٢٠١٥ ص ٦١٨ و ٦١٩.

^(٢) د.عبد الرحيم محمد عبد الرحيم، التنمية البشرية ومقومات تحقيق التنمية المستدامة فى الوطن العربى، القاهرة، البحوث وأوراق المؤتمر العربى السادس بإدارة البيئة، المنعقد فى شرم الشيخ فى مايو ٢٠٠٧ ص ٧.

ومن هذه المجالات الرئيسية للتنمية المستدامة، يتضح أن التنمية السياحية المستدامة تعد جزءاً منها، حيث ترتبط كل من النمو الإقتصادي من ناحية بما فيها من إقتصاديات سياحية، كما تتعلق بحفظ الموارد الطبيعية والبيئية حيث السياحة البيئية من ناحية أخرى.

ولقد عرفت منظمة السياحة العالمية عام ١٩٨٨ السياحة المستدامة بأنها: (إدارة كافة الموارد بما يلبي الإحتياجات الإقتصادية والإجتماعية والجمالية من جهة، مع المحافظة على المقومات الثقافية والتفاعلات البيئية الأساسية والتنوع الحيوي وأنظمة دعم الحياة من جهة أخرى)^(٢)

أما المنتدى العالمي للتنمية المستدامة فقد أشار إلى (السياحة المستدامة هي ذلك النمط من السياحة الذي يمتاز - حالياً وفي المستقبل - إستغلال وتشغيل الإمكانيات والموارد الطبيعية، لإعادة توليدها ومضاعفة إنتاجيتها المستقبلية. كما يثمن مساهمة الأفراد والمجتمعات المحلية والعادات والتقاليد وأنماط الحياه في تحسين التجربة السياحية، ويتقبل أن يكون لهم حصص عادلة في المافع الإقتصادية، مع ضرورة الإهتمام بالاسترشاد بأراء الأفراد والمجتمعات المحلية التي تقطن المنطقة).^(٣)

وإلى جانب المنظمات الدولية ، فإن الفقه السياحي قد تعرض لتعريف السياحة المستدامة هو الآخر:

- حيث عرفها البعض^(٤) بأنها (نقطة التلاقى بين إحتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم، بما يؤدي إلى حماية فرص التطوير المستقبلي ودعمها، بحيث تدار جميع المصادر بطريقة توفر الإحتياجات الإقتصادية والإجتماعية والروحية، ولكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضارى والنمط البيئي الضرورى والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها).

كما عرفها البعض الأخر^(٥) قائلاً (بأن مفهوم الإستدامة يعنى ممارسة السياحة مع الحفاظ على مواردها ومصالح السكان بالمقصد السياحي من أجل الأجيال القادمة.

(١) د. محمد حسنى عمران، التنمية المستدامة وأهدافها ودور تقنية المعلومات والإتصالات بها، من بحوث المؤتمر العربي السادس لإدارة البيئة، مرجع سابق ص ١٣٩.

(٢) د. جيهان عبد اللطيف الرفاعي، السياحة البيئية كأحد أقطاب السياحة المستدامة، مرجع سابق ص ٦١٦، وأشارت إلى منظمة السياحة العالمية، التنمية المستدامة للسياحة، بدون سنة.

(٣) مرجع سابق ص ٦١٦

(٤) د. سعاد حاكم، وأسماء على، أنور شيخ الدين، السياحة البيئية بدولة الكويت تحليل الأثار وإستراتيجية الإستدامة، الكويت من أبحاث مجلة العلوم الإجتماعية التي يصدرها مجلس النشر العلمى بجامعة الكويت المجلد ٣٣ لعدد ٢ لسنة ٢٠٠٥ ص ٢٩٥، وأشار إلى أنه تعريف حابس السماوي.

(٥) د. جيهان عبد اللطيف الرفاعي، المرجع السابق ص ٦١٨.

وأن هذا النوع من السياحة يحقق التكامل العملي بين الإعتبارات البيئية والمتطلبات الاقتصادية ويعطى نموذج للتنمية المستدامة).

عناصر التنمية السياحية المستدامة:

ومما تقدم يمكننا القول بأن التنمية السياحية المستدامة تتأسس على عدة عناصر رئيسية هي:

١- التخطيط للمستقبل : تتطلب تنمية السياحة بشكل مستديم، أن يتم التخطيط لها بشكل طويل المدى، وشامل ومتكامل، بحيث تحقق مصالح الأجيال الحاضرة والأجيال القادمة.

٢- الإدارة المستدامة : إذ ينبغي لتحقيق الاستدامة فى السياحة أن يتم إدارة الموارد السياحية إدارة مثل توائم بين حاجات السياح والمجتمعات المحلية وبالقدر الذى يعزز الفرص المستقبلية فيها. وهو ما يتطلب إشراك السكان المحليين بإتخاذ القرارات المتعلقة بالسياحة. بحيث يتم إستغلال وتشغيل الإمكانيات والموارد الطبيعية المتاحة سياحياً بالقدر الذى يراعى واقع الحال والمستقبل ويحافظ على التوازن البيئى والتنوع الحيوى.

٣- تجديد الموارد السياحية: وتطلب التنمية السياحية المستدامة تجديد المدن القديمة ذات الطابع التاريخى وإحيائها. اولتنقيب عن الأثا القديمة التى تجذب السياح من ذوى المستوى العالى من الثقافة والتعليم وراعى الزيارات المتكررة والإقامة الطويلة، بما يتماشى مع سياحة الكيف لا الكم. وتشجيع المستثمرين الوطنيين والأجانب على إقامة المشروعات ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة بالتنمية السياحية، مما يخلق فرص عمل مناسبة فى المناطق السياحية فى الحاضر والمستقبل . مما تقدم نكون قد فرغنا من عرض إعلام العولمة والتنمية السياحية المستدامة، وبقي أن نركز فى سطور البحث التالية على الدور الإقتصادى لإعلام العولمة على تلك التنمية السياحية المستدامة، بادئين بدورة فى زيادة الطلبعلى السياحة.

المبحث الثالث

دور الإعلام فى زيادة الطلب على السياحة

يلعب الإعلام مع بروز ظاهرة العولمة دوراً كبيراً فى زيادة الطلب على السياحة وتضفيق الأعداد الكبيره من السياح عن طريق الأتى :

١- الدعاية والإعلان لجذب السياح:(١)

الدعاية والإعلان من أهم أدوات الإعلام فى الترويج للسياحة بكافة أنواعها. فمع العولمة تم فتح الباب أمام الشركات الأجنبية ووكالات السياحة والسفر، نحو زيادة الطلب السياحى على الدول ذات الموارد السياحية كمصر. حيث تقوم القنوات الفضائية محلياً بدور كبير فى الترويج للسياحة. وتعمل الشركات والوكالات السياحية من خلال ما تقوم به من دعاية سياحية فى الخارج لجذب السياح الأجانب.

ويلاحظ أنه مع تحرير التجارة الدولية مع اتفاقيات الجات ودور منظمة التجارة العالمية WTO ، خاصة تجارة الخدمات السياحية الجاتس GATTs ، فقد إزداد الدخل القومى للدول المتقدمة، مما أدى إلى زيادة حجم التدفقات السياحية منها إلى الدول الأخرى المستقبلية للسياحة.

٢- التوسع فى أنماط السياحة:

ينبغى لأية دولة ترغب فى زيادة دخلها السياحى أن تتوسع فى مجالات السياحة لديها، بحيث لا تقتصر على نوع واحد أو على أنواع محدود منها، تتنوع فى أنماط السياحة التى تجذب أعداداً أكبر من السياح.

ومن أبرز أنواع هذه الأنماط السياحية الأتى: (٢)

(١) أكمل رمضان، السياحة المصرية فى عصر العولمة، مرجع سابق ص ٤٨
(٢) راجع د. حسين كفاى، رؤية عصرية للتنمية السياحية فى الدول النامية، القاهرة، مهرجان القراءة للجميع، مكتبة الأسرة، ٢٠٠٥.

- د. سعاد حاكم وآخرون، مرجع سابق ص ٢٩٩
- د. جيهان عبد اللطيف الرفاعى مرجع سابق ص ٦٠١ وما بعدها.
- عادل عبد العزيز، الإمكانيات والقدرات السياحية فى مصر، من أبحاث ندوة السياحة فى مصر من منظور إسلامى، مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامى بجامعة الأزهر بالقاهرة المنعقد فى ٢٤ شوال ١٤٢٦هـ - ٢٦ نوفمبر ٢٠٠٥م.

- ١- السياحة الثقافية (الأثار).
- ٢- السياحة الدينية.
- ٣- السياحة البيئية.
- ٤- سياحة التسوق.
- ٥- السياحة الرياضية.
- ٦- سياحة المؤتمرات.
- ٧- السياحة الترفيهية.
- ٨- سياحة المغامرات.

وحتى يؤتى هذا التنوع ثماره فى جذب السياح، فينبغى على الإعلام أن يقوم بحملات إعلامية مكثفة على مستوى العالم للترويج لها. سواء بالإعلان عنها أو بتنظيم معارض لعرض أثارها أو بيع عطورها وملابسها وأدواتها التاريخية (الفرعونية مثلاً). وعمل مهرجانات سنوية بشأنها، وتقديم مسرحيات وأوبريتات وبرامج عنها (مثل أوبرا عايدة فى مصر).

٣- دور تكنولوجيا المعلومات فى خلق مصادر سياحية جديدة

إذا كانت الثورة الصناعية فى القرن الثامن عشر الميلادى، قد غيرت الإقتصاد فى العالم من إقتصاد الزراعة إلى إقتصاد الصناعة . فإن ثورة المعلومات – كما يقول إدوارد كورنش رئيس مركز المجتمع الدولى المستقبلى الأمريكى – (١) قد غيرت هيكل الإقتصاد العالمى من (إقتصاد الأشياء) الذى يعتمد على عوامل الإنتاج التقليدية من أرض ورأس مال وعمل وتنظيم إلى (إقتصاد المعلومات). لتصبح المعلومات هى أفضل موارد العالم لتحقيق الأرباح.

فى هذا العالم العولمى الجديد لم تعد الفجوة بينالبلدان المتقدمة والبلدان النامية مجرد (فجوة موارد مادية) كما كان الحال من قبل، بل أصبحت (فجوة معرفية) أدت إليها الثورة التى حدثت وتتنامى فى مجال تكنولوجيا المعلومات. فالمعلومات أضحت المورد الإنسانى الوحيد الذى لا يتناقص باستمرار الإستهلاك كالموارد المادية. بل إنه ينمو ويزداد بزيادة إستهلاكة.(٢)

ومن العجيب أن تكلفة الحصول على معلومات هذا المورد، ضئيلة جداً، بل إنها صارت معدومة. فالمصدر الرئيسى لها هو (شبكة المعلومات العالمية) Internet،

- د. محمد إبراهيم عراقى، إدارة موارد السياحة البيئية الإستراتيجيات والسياسات فى مصر (ملخص باللغة العربية، القاهرة، مركز صالح كامل فى الإقتصاد الإسلامى بجامعة الأزهر، ندوة السياحة فى مصر من منظور إسلامى وإقتصادى، ٢٤ شوال ١٤٢٦هـ – ٢٦ نوفمبر ٢٠٠٥ م.

(١) راجع: د. خالد سعد زغلول، العولمة والتحديات الإقتصادية والقانونية وموقف الدول النامية، من أبحاث مؤتمر كلية الحقوق جامعة المنصورة السادس المنعقد بالقاهرة فى الفترة من ٢٦:٢٧ مارس ٢٠٠٢ ص ١٩، وأشار إلى: - مقالة القيس الكويتية بعنوان: فى عالم ما بعد الثورة الصناعية، الصادرة فى ١٥/١٢/١٩٩٩ عدد ٩٥١٧ ص ١٥.

(٢) . سمير أبو الفتح، تحديث مصر لمواجهة تحديات العولمة (رؤى إستراتيجية) من أبحاث مؤتمر كلية الحقوق جامعة المنصورة السادس، مرجع سابق ص ٣٩.

لامالك لها، ولا إدارة مركزية لها، وبالتالي فلا تكلفة للحصول على المعلومات منها، مما جعل عملائها يزدادون بنسبة كبيرة جداً شهرياً، كانت تقدر في عام ١٩٩٤ بنسبه من ١٥:١٠% شهرياً.^(١) ولا شك أنها إزدادت أكثر الآن. فضلاً عن أن أكبر الشبكات المعلوماتية العالمية بنوافذها المجانية وهي شبكة جوجل Google محملة على كل التليفونات المحمولة الحديثة، التي يستقى منها المعلومات ملايين العملاء بصفة يومية. وغيرها من الشبكات المعلوماتية الثقافية والإخبارية الأخرى.^(٢)

وللأسف فإننا كدول نامية مازلنا مستهلكين فقط لهذه المعرفة وأنا لم نعد بعد إلى مجال المعرفة بل والغريب من ذلك هو أننا متخلفون في مجال إستهلاك المعرفة العلمية المتاحة.^(٣)

ولقد إنعكست تلك الثورة المعلوماتية بأدواتها التكنولوجية الحديثة بشكل إيجابي على التنمية السياحية. إذ أدت غلى خلق مصادر سياحية جديدة وأدوات وخدمات سياحية حديثة، بأسعار تنافسية فاقت كل التوقعات.^(٤)

فالسياحة التقليدية كانت تعتمد فى إستداماتها على عدة عوامل تنافسية معتادة كالمناخ والموقع والمسافة والثقافة، وهي عوامل أصبحت أقل أهمية فى المنافسة المعلوماتية العولمية الحديثة. إذ لم تعد أكثر المقاصد السياحية جذاباً للسياح هي أكثر الشواطئ جمالاً وشهرة، ولا أكثر المدن التاريخية عراقة، وإن كانت أكثر تكلفة أو خالفت ثقافتهم وميولهم.

ولكن تكنولوجيا المعلومات الحديثة صارت تؤدى دوراً مزدوجاً لكل أطراف التعامل السياحي من سائحين وموردين:^(٥)

- فمتلقوا الخدمة السياحية (من سائحين) : منحتم تنوعاً فى إختيار المزارات والخدمات السياحية التى تتمشى فى أنواعها مع ميولهم وقدراتهم الثقافية، كما تتناسب فى أسعارها مع دخولهم .
- وموردو الخدمة السياحية: وفرت لهم معلومات أتاحت لهم قدراً من المرونة والديناميكية فى التعرف على إحتياجات السوق والطلب السياحي العالمى. وتحسين معدل أدائهم فى ظل أسعار مناسبة.

(١) د. عبد القادر محمد عبد القادر، مستقبل التسويق فى القرن الحادى والعشرين، من أبحاث مؤتمر كلية الحقوق السادس، مرجع سابق ص ١٣.

(٢) مع ملاحظة أن مثل هذه الشبكات المعلوماتية يشاع أنها مملوكة لجهات مخابراتيه عالمية .

(٣) د.سمير أبو الفتوح، المرجع السابق ص ٢٨.

(٤) أنظر: د. أكمل رمضان عبد القادر، السياحة المصرية فى عصر العولمة، مرجع سابق ص ١٦

(٥) د.أكمل رمضان مرجع سابق ص ١٦.

٤- دور التجارة الإلكترونية في توسيع سوق السياحة:

وإذا كانت ثورة تكنولوجيا المعلومات قد غيرت من نظرية عناصر الإنتاج لتشمل عنصراً إنتاجياً جديداً هو عنصر المعلومات لتتطور نظرية الإنتاج من إقتصاد الأشياء إلى إقتصاد المعلومات، الذي أصبح يحقق دخلاً يفوق في حجمة دخل الموارد المادية. فإن هذا التطور قد أوجد له تطوراً آخر في مجال السوق الذي سيتم في تروج هذه المعلومات، لتصبح سوقاً إلكترونية تتمشى مع ذلك التطور العولمي للمعلوماتى.

وقد سميت هذه السوق الحديثة بالتجارة الإلكترونية Electronic Trade. التى وسعت من حجم التبادل التجارى فى العالم ليشمل مجال الخدمات. حيث نظمت التعامل فيه منظمة التجارة العالمية World Trade Organization والتى تعرف إختصاراً لهذه التسمية بـ WTO، التى حلت محل الجات عام ١٩٩٥. حيث أرست فى مهد شأتها ٢٨ إتفاقية تنظم التجارة الدولية ومنها إتفاقية (التريس) TRIPS التى تنظم حقوق الملكية الفكرية فى مجال الخدمات ومنها خدمة السياحة.(١)

هذه السوق الإلكترونية الجديدة صارت سوقاً تكنولوجية حديثة غيرت من شكل السوق التقليدية(٢)، التى يتنقل فيها أطرافها جغرافياً لمعاينة السلع (أو الخدمات) محل التعاقد، والتعاقد بشأنها وجهاً لوجه فإن الكمبيوتر ووسائل الإتصال الإلكترونية الحديثة قد غيرت من كل ذلك.

يقول بيتر دراكيد خبير الإقتصاد(٣) واصفاً هذه السوق: (إن إعتقاد التجارة الإلكترونية على نطاق واسع سيؤدى إلى ثورة فعلية فى الذهنيات. فإذا كان مع إختراع سكك الحديد فى القرن الماضى سيطرت البشرية على المسافات، فإن فى الجغرافيا الجديدة للتجارة الإلكترونية إلغيت المسافات. لم يعد هناك سوى إقتصاد واحد، وسوق واحدة، ومناقسة لم تعد محلية بل أصبحت لا تعرف حدوداً).

(١) د. إبراهيم الدسوقى أبو الليل، نحو عولمة الحماية القانونية للمليكة الفكرية، من أبحاث مؤتمر كلية الحقوق جامعة المنصورة السادس سالف الذكر ص ٤٠.

(٢) راجع هذه السوق وكيفية التعامل فيها حديثاً لدى د.عبد القادر محمد عبد القادر، مستقبل التسويق فى القرن الحادى والعشرين، من أبحاث مؤتمر كلية الحقوق جامعة المنصورة(٦) سالف الذكر.

(٣) د.خالد سعد زغلول، العولمة والتحديات الإقتصادية والقانونية وموقف الدول النامية، مرجع سابق ص ٢٠ وأشار إلى (Hai Nadeem, The Limit of Globalization: Cases and Arguments.Sociology: The journal of The British Sociological, vol 33, Aug (1999,pp.667-668

إن شاشات الكمبيوتر عبر شبكات الإنترنت أصبحت وسيلة لعرض المنتجات والإعلان عنها، وعقد الصفقات بشأنها والدفع من خلال البطاقات الذكية (بطاقات الائتمان). لا فرق في ذلك بين منتج كبير وآخر صغير، مهما بعدت المسافات بينهما^(١).

وفي هذه السوق الإلكترونية تغيرت الفكرة التقليدية من عنصر العمل، فلم يعد في حاجه إلى الهجرة لأداء عملهم، بل مع الإتصال الإلكتروني صاروا يؤدون عملهم إلكترونياً في مقار إقامتهم لتتغير صفاتهم من موظفين وعمال إلى (مقاولى حرفه) لزيد الطلب على (مبرمجي الكمبيوتر) ومتخصصين في تكنولوجيا المعلومات.

إن سوق التجارة الإلكترونية قد أثرت إيجابياً على سوق السياحة العالمية وعلى نوعية العمالة البشرية فيه.^(٢) فشركات السياحة وإن وجدت نفسها في مأزق حقيقي أمام التطور الجديد الذى أحدثته وسائل الإتصال الإلكترونية المباشرة بين موردي الخدمات السياحية وجمهور السائحين. مما عرضها للتهميش فى بداية الأمر. فإنها سريعاً ما غيرت من أسلوبها فى التعامل معهم حيث غيرت نظم إدارتها فاستعانت بمبرمجي كمبيوتر وبالمتخصصين فى تكنولوجيا المعلومات وعملت على الإتصال المباشر إلكترونياً بالجمهور من خلال توفير أنظمة الحجز CRSS، GDSS.

إذا كانت تكلفة ذلك قد حملتها نفقات كبيرة فى بداية الأمر لشراء أجهزة الإتصال الحديثة، وتدريب عماله الإلكترونية تتعامل مع تلك الأجهزة الذكية ، وتتواصل بين السائحين وجهات تقديم الخدمة السياحية كالفنادق وغيرها. فإن هذه التكلفة قد عوضتها تقليصها لنفقاتها على العمالة التقليدية غير المدربة إلكترونياً التى كانت تستعين بها من قبل لإدارة أعمالها السياحية .

وبذلك تتفادى شركات السياحة خطر الإتصال المباشر بين العملاء وموردي الخدمات السياحية. كما أن ذلك قد مكنها من مواجهة خطر توقعات السياحة القادمة من الدول المتقدمة كنوع من أنواع التجارة الإلكترونية التى تجرى من خلال شبكة الويب.

- وقد عزز هذه الحماية إتفاقية الجاتس GATS الإتفاقية العامة للتجارة فى الخدمات لشركات السياحة المحلية لمواجهة خطر تحرير تجارة الخدمات، التى تسمح بتواجد الوكالات السياحية وفنادق السلاسل العالمية داخل الدول النامية ومنها مصر. وما يجرى إليه ذلك من منافسه غير متكافئة بينهما، خاصة مع قيام شركاتا لسياحة الأجنبية

(١) د.سمير أبو الفتوح، تحديث مصر لمواجهة تحديات العولمة (الأقوى إستراتيجية)، مرجع سابق ص ٢٧
(٢) راجع د. أكمل رمضان، السياحة المصرية فى عصر العولمة، مرجع سابق ص ٢٢، ٢٥.

بفتح فروع لها فى الدول النامية ومنها مصر، مما من شأنه أن ينهى عمل الوكيل المصرى المحلى وما كان يحصل عليه من عموله كوكيل لشركة أجنبية.^(١)

ولقد وفر المؤتمر السياحى الذى عقد فى Liandudra فى مايو ١٩٩٨ للشركات السياحية الصغيرة ومتوسطة الحجم كالتى فى مصر والدول النامية، وفر لها دعماً توفره لها الحكومات خاصة فى الدول المتقدمة، يتمثل فى الدعم الفنى والتقنى وكذا الدعم المالى بتوفير مصادر تمويل فعالة لها. وهو ما أوصت به الهيئة العليا للعمالة السياحية بالإتحاد الأوروبى، وتبناه الحكومة البريطانية من خلال برنامجها (TOPS Tourism Opportunities Programe وكل من فرنسا وأسبانيا حيث زودتها هذه الشركات السياحية بالشبكات وقنوات الإتصال الإقليمية المجانية أو بأجر معقول. كما قامت بمنحها قروض طويلة الأجل بمعدل فائدة منخفض. وهو ما إتجهت إليه مصر مؤخراً من خلال بنوكها الوطنية بالتعاون مع الصندوق الإجتماعى للتنمية.^(٢)

٥- الإستعانة بالإدارة العالمية السياحية:^(٣)

عادة ما تستعين الجهات السياحية فى مصر سواء المملوكة للدولة أو المملوكة للقطاع الخاص بشركات الإدارة السياحية العالمية لإدارة فنادقها ومنتجعاتها السياحية وغيرها من مواردها السياحية مثل المريديان والهيلتون والشيراتون والماريوت وهلنان، والتى تجاوز عدد هذه الشركات فى مصر وحدها (٤٠) شركة.

وترويج الإعلام لمثل هذه الإدارة الأجنبية له مردوده الإيجابى على تنمية قطاع السياحة وزيادة عدد السائحين، لما تتمتع به هذه الشركات العالمية من سمعه كبيرة وخبره عالية فى مجال التسويق والخدمة السياحية والحجز الإلكترونى والخدمة الإلكترونية.

ولكن يلاحظ فى المقابل الأثر السلبى لذلك على العمالة المصرية، إذا أنها عادة ما تستخدم عماله أجنبيه على حساب العمالة المصرية، كما أنها تحصل على نسب عالية من الدخل السياحى، يقدر بالنسبة لشركة ميرديان مثلاً ب ٣% من رقم الأعمال، و ٣% من تكاليف الدعاية والعلاقات العامة، و ١٥% من الربح الإجمالى للخدمات. وهى نسب عالية تؤدى إلى إحداث تسرب كبير فى الدخل السياحى القومى إلى الخارج .

(١) المرجع السابق.

(٢) د. أكمل رمضان، المرجع السابق ص ٢٦

(٣) المرجع السابق ص ٤٦

المبحث الرابع

دور الإعلام فى جذب الإستثمار السياحى

فى ظل ظاهرة العولمة وآلياتها الإلكترونية الحديثه يلعب الإعلام دورا كبيرا فى جذب الإستثمار المحلى والأجنبى نحو المجال السياحى عن طريق الآتى :

١- دوره فى الترويج لحوافز الإستثمار السياحى :

حوافز الإستثمار السياحى فى عصر العولمة كثيرة سواء على المستوى الدولى أو على المستوى المحلى :

- فعلى المستوى الدولى : (١)

كان لإتفاقيات التجارة العالمية الجات GATT دورا هاما فى زيادة الحافز على الإستثمار فى العالم ، ومنه الإستثمار السياحى . ويتم ذلك بإزالتها لعدد كبير من القيود التى كانت تقف عقبة أمام الإستثمار ، ومنها الإستثمار فى مجال السياحة . ونخص منها بالذكر إتفاق التريمز TRIMS الذى دعا إلى تحرير كافة رؤوس الأموال الخاصة والإستثمارات الأجنبية من كافة القيود والإجراءات والتدابير التى تتعارض مع المبادئ العامة التى تقوم عليها إتفاقية الجات . (٢)

- وعلى المستوى المحلى فى مصر : (٣)

فقد منحت الحكومة المصرية الإستثمار الأجنبى ضمانات وحوافز للإستثمار بالقانون رقم ٨ لسنة ١٩٩٧ الذى شمل صراحة جهات سياحية كافنادق والموتيلات والشقق الفندقية والقرى السياحية والنقل السياحى . ومن أهم تلك الضمانات ماقرره هذا القانون من عدم جواز مصادرتها هى أو أموالها.

ولكن يلاحظ أن الإعفاءات الضريبية التى نص عليها هذا القانون لجهات الإستثمار ومنها الجهات السياحية ، عاد وتراجع عنها المشرع الضريبى فألغاهها فى قانون الضريبة على الدخل رقم ٩١ لسنة ٢٠٠٥ مما من شأنه أن يؤثر سلبا على الإستثمار السياحى فى المجال السياحى فى مصر . (٤)

(١)- راجع : د. عاطف السيد ، الجات والعالم الثالث ، دراسة تقييمية للجات واستراتيجيات المواجهة .
(٢) - دز صفوت عبد السلام ، الإستثمار الأجنبى المباشر وإمكانات تطويره على ضوء أحكام منظمة التجارة العالمية TRIMS مع دراسة تطبيقية خاصة بمصر . من أبحاث مؤتمر كلية الحقوق جامعة بنها المنعقد فى الفترة من ١٧ : ١٨ إبريل ٢٠٠٦ .
- د. خالد سعد زغول ، الجات والطريق إلى منظمة التجارة العالمية وأثرها على إقتصادات الدول العربية ، الكويت ، مجلة الحقوق ، السنة (٢٠) العدد الثانى ، يونيو ١٩٩٦ ص ١٣١ .
(٣) - راجع : د. السيد مرجان ، دور الدولة فى دعم حرية ممارسة النشاط الإقتصادى وجذب الإستثمار ، من أبحاث مؤتمر كلية الحقوق جامعة بنها النوى الثالث ، المنعقد فى الفترة من ١٧ : ١٨ إبريل سنة ٢٠٠٦ .
(٤) - أنظر : د. حمدى عبد العظيم ، الإعفاءات الضريبية للمشروعات الإستثمارية فى القانون ٩١ لسنة ٢٠٠٥ ، من أبحاث المؤتمر الضريبى العاشر للجمعية المصرية للمالية العامة والضرائب ، المنعقد فى الفترة من ١٥ : ١٢ سبتمبر لسنة ٢٠٠٥ بالقاهرة .

٢- دوره فى التوسع فى الإستثمار العقارى السياحى : (الملكية السياحية

المشتركة)

لاحظ رواد السياحة أن الاستفادة بوحدة الإقامة السياحية فى العالم إستفادة جزئية وليست كلية ، إذ أن مالك الوحدة السكنية السياحية سواء كانت شقة أو شاليه فى قرية أو منتجع سياحى ، أو غرفة فى فندق ، فإنه يستفيد منها وعائلته وحدهم دون الآخرين من ناحية ، وينتفعون بها لمدة مؤقتة لأيام أو أسابيع أو حتى لشهور محدودة من العام ، وتبقى هذه الوحدات دون إستغلال بقية العام .

لذلك فقد سعت شركات الإستثمار العقارى خلال الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين،^(١) نحو التوسع ذلك الإستثمار العقارى حتى يتسنى الإستفادة من منافعه إستفادة كلية وليست جزئية . فاستحدثوا نظاما إستثماريا عقاريا سياحيا جديدا يحقق ذلك وهو (نظام الملكية السياحية المشتركة) .

ولقد بادر المشرع السياحى المصرى بوضع القواعد التى تنظم هذا النشاط وذلك بإصداره للقرار الوزارى رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ المتعلق ببيان شروط وضوابط (نظام إقتسام الوقت) فى المنشآت الفندقية . وقد حصرها فى صورتين هما : البيع مع تجزئة الملكية ، والإيجار طويل المدة . ثم أرففه بإصدار القرار الوزارى رقم ٤٧٧ لسنة ٢٠٠٥ ، والقرار الوزارى رقم ٢٥٧ لسنة ٢٠٠٦ . حيث نظم أحكام هذا البيع وقواعد تشغيل الوحدات المبيعة واستغلالها وصيانتها .^(٢)

ولقد تعددت تعريفات (نظام الملكية السياحية المشتركة) ، وتعددت أنواعه وصوره سواء فى مصر أو فى العالم . واختلفت أحكامه وتنظيماته القانونية والتطبيقية

(١) - راجع فى تاريخ ظهوره :

د. جمال فاخر النكاس ، نظام الملكية السياحية صورته ومزاياه وعيوبه دراسة مقارنة ، الكويت ، مجلة الحقوق ، السنة (٢٠) عدد(٢) يونيو ١٩٩٦ م ، صفر ١٤١٧ هـ ص ٨٨ .
- نيفر توفيق ، نظام إقتسام الوقت تعريفه ونشأته وأساليب تطبيقه ، من أبحاث ندوة المشاركة وأساليب تطبيقه ، من أبحاث ندوة المشاركة الزمنية (التايم شير) وحقوق الإرتفاق بين المنظور الإسلامى والتطبيق المعاصر ، مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامى ، جامعة الأزهر ، ١٦ صفر ١٤٢٩ هـ - ٤ فبراير ٢٠٠٨ م ص ١ .
- وصال أبو علم ، دراسة لصناعة المشاركة بالوقت فى مصر ، من أبحاث ندوة صالح كامل سألقة الذكر ص ٣

(٢) - راجع : نيفر توفيق ، المرجع السابق ص ٥ . وهشام محمد القاضى ، التنظيم القانونى لنظام إقتسام الوقت فى مصر ، ندوة مركز صالح كامل سألقة الذكر .

بشكل كبير ، مما أحاطه بغموض كبير . مما صعب من وضع تعريف جامع مانع لكل أنواعه وصوره. ومع ذلك يمكن القول بأنه نظام يقوم على الملكية المشتركة للوحدة السياحية الواحدة ، على أن ينتفع كل ملك بها وحده دون باقى الشركاء ، لفترة زمنية محدودة فى السنة ، على أن تتولى شركة أو جهة الإستثمار العقارى بائعة الوحدة ، إدارة تأجيرها أو إعارتها للغير لحساب ملاكها وصيانتها وتقديم الخدمة الفندقية لهم بمقابل يتفق عليه .

ويتميز هذا النظام بأنه أتاح لصغار السائحين أو المستثمرين السياحيين أن يملكوا بئمن ضئيل وحدة فى فندق أو شاليه أو فى منتجج سياحى ، تعد أوفر مما كانوا سيدفعونه فى استنجاهه سنويا . وقد دعا هذا شركة مارسيليا السياحية أن تطرح شعار : (لا تستأجر الغرفة ولكن إشتري الفندق فهو أقل ثمنا) .^(١) كما أنه يوفر لهم سياحة مستدامة لتكرارها سنويا خلال مدة تملكهم لها أو انتفاعهم بها .

أنواع الملكية السياحية المشتركة :

تعددت نظم الملكية السياحية المشتركة فى مختلف دول العالم . ولكن يلاحظ أنه يجمع بينها نوعان هما :

١- الملكية العينية المشتركة :

وفيهما يتعدد الملاك على الوحدة السياحية الواحدة سواء كانت غرفة أو جناحا فى فندق أو فى شاليه أوفى غيرها . فهم وإن كانوا ملاكا متعددين لوحدة عينية واحدة ، إلا أن الذى يفصل بينهم هو مدة إنتفاع كل منهم بها سنويا . إذ يحق له أن ينتفع بها مع غيره . فلو تملك أربعة لغرفة فى فندق وتعاقدوا على الإنتفاع بها لمدة أسبوع واحد لكل منهم فى شهر أغسطس ووزعوا أسابيع هذا الشهر عليهم الأربعة . فإنه بعد وقبل شهر أغسطس يحق لهم أو للمستثمر العقارى تأجيرها للغير لحسابهم .

ويلاحظ أن ملكيتهم لهذه الوحدة السياحية قد تكون ملكية مفرزة على الوجه المذكور ، طالما أنه ينتفع بها وحده دون غيره من الملاك خلال مدة إنتفاعه بها وحده ،

(١) - د. هشام القاضى ، المرجع السابق ص ١ .

كما قد تكون ملكيتهم لها على الشيوع بينهم . مع مراعاة أن ملكيتهم لها على الشيوع تتناسب وتأجيرها للغير خلال المدة الباقية من السنة بعد مدة أنتفاع كل منهم بها .(١)

٢- الملكية الزمنية المشتركة : (التايم شير) TIME SHARE

إذا كان في نظام الملكية العينية المشتركة يتعدد في ملكية الرقبة ، فإنه في نظام إقتسام الوقت (التايم شير) يفرق بين مالك الرقبة ومالك حق الإنتفاع . وهو ماتناوله بالتنظيم المشرع السياحي المصرى بالقرار الوزارى رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ .(٢) فيه يحتفظ المستثمر العقارى (أى مستغلها) بملكية الرقبة ، ويبيع للمنتفعين حق الإنتفاع بها لمدة محددة سنويا(م١٢) .

وحرصا على ضمان حق المنتفعين فى نظام التايم شير فقد نص فى المادة (١١) من هذا القرار الوزارى على أن عقد الإنتفاع هذا لاينتهى بوفاة المنتفع بل يورث لخلفه العام بعد وفاته . فى هذا النص خرج المشرع السياحي على أحكام القانون المدنى المنظمة لحق الإنتفاع التى جعلته مؤقتا ينتهى بانتهاء أجله المتفق عليه أو بموت المنتفع أيهما أقرب . وذلك وفقا للمادة ١/٩٩٣ من القانون المدنى.(٣)

كما يلاحظ أن المشرع السياحي المصرى قد نظم فى المادة (١٤) من القرار الوزارى رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ صورة أخرى من صور التايم شير ، وهى صورة الإيجار طويل المدة ، حيث أجاز لمالك المنشأة السياحية أن يؤجر إحدى وحداتها إيجارا طويل المدة لمدة لاتقل عن عشرين عاما . ويعد هذا كذلك خروجا على القواعد المنظمة لعقد الإيجار والتى تجعل منه عقدا مؤقتا .

(١) - راجع ملكية الشيوع كأساس لتنظيم الملكية السياحية لدى : جمال ناخر النكاس ، نظام الملكية السياحية ، مرجع سابق ص ١٠١ ، حيث تأخذ به عديد من الدول الأوروبية مثل : أسبانيا وإيطاليا وألمانيا وبلجيكا وسويسرا .

(٢) - د. هشام القاضى ، المرجع السابق ص ٤ . وقارن ذلك مع تناول القانون السعودى لنظام التايم شير (المشاركة بالوقت) بأنه عقد شراء وحدة من وحدات إحدى منشآت الإيواء السياحي لفترة زمنية معينة من العام ولمدة ثلاث سنوات . --راجع فى ذلك : محمد الغزالى ، المشاركة الزمنية (التايم شير) وحقوق الارتفاق بين المنظور الإسلامى والتطبيق المعاصر ، من أبحاث ندوة مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامى سألقة الذكر ص ٢ .

(٣) - د. هشام القاضى المرجع السابق ص ٦ : ٩ .

ويدل ماتقدم على أن عقد إقتسام الوقت بصورتيه المذكورتين (البيع والإيجار) ، عقد مختلط يشتمل على عدة عقود هي : (عقد بيع) بالنسبة لبيع الوحدة السياحية ، (وعقد إيجار) بشأن تأجيرها أو الإنتفاع بها ، (وعقد وديعة) بالنسبة لأثاث الوحدة العقارية ، (وعقد عمل) بالنسبة للخدمات الفندقية التي يوفرها المالك فيها .

ونظرا لغموض القواعد المنظمة لنظام الإستثمار العقارى السياحى بصورتيه المذكورتين: الملكية العينية المشتركة واملكية الزمنية المشتركة (التايم شير) ، فإنه يقع على عاتق الإعلام عبء تعريف المستثمرين والسياح من مميزات من شأنها أن تزيد من أعداد السائحين ، ومن مدد السياحة ، لتطيل من مدتها سنويا ، مما يؤثر بشكل إيجابى على التنمية السياحية ، ويجعل منها تنمية مستدامة ، ويشجع على الإستثمار السياح والدخل السياحى . (١)

٣- دوره فى حماية الملكية الفكرية السياحية :

إهتم المجتمع الدولى بحماية الملكية الفكرية ، منذ أن عقدت أول إتفاقية دولية فى هذا الشأن وهى إتفاقية باريس عام ١٨٨٣ ، ثم إتفاقية برن عام ١٨٨٦ ، ليتوالى عقد الإتفاقيات الدولية التى وصلت إلى حوالى (٢٥) إتفاقية. (٢) ومن أهمها إتفاقية استوكهولم الموقعة فى ١٤ يوليو لسنة ١٩٦٧ . التى أنشأت منظمة عالمية متخصصة فى حماية الملكية الفكرية والمسماة بالوايبو .

ولقد تبنت منظمة التجارة العالمية (WTO) World Trade Organization حماية الملكية الفكرية تنفيذا لآخر جولات الجات جولة أوروغواى ، التى تصممت كلا من إتفاقية حماية الخدمات المسماة باسم الجاتس GATS ، وإتفاقية التريبس TRIPS التى توسعت فى حماية الملكية الفكرية لتشمل الكثير منها مثل : حق المؤلف ، والحقوق المجاورة له ، والعلامات التجارية ، والمؤشرات الجغرافية ، وبراءات الإختراع ، والتصميمات التخطيطية للدوائر المتكاملة . ومن الجدير بالذكر أن

(١) - راجع : - نيفر توفيق ، نظام إقتسام الوقت . . مرجع سابق ص ٢ .
- وصال أبو علم ، دراسة لصناعة المشاركة بالوقت فى مصر ، مرجع سابق .
- د. نجاح عب العليم ، الآثار الإقتصادية للمشاركة فى الوقت ، من أبحاث ندوة مركز صالح كامل سאלفة الذكر .

(٢) - راجع : د. إبراهيم الدسوقى أبو الليل ، نحو عولمة الحماية القانونية للملكية الفكرية ، من أبحاث المؤتمر السنوى السادس لكلية الحقوق جامعة المنصورة ، المنعقد فى القاهرة فى الفترة من ٢٦: إلى ٢٧ مارس ٢٠٠٢ ص ٢٢ وما بعدها .

إنفاقية التريبيس نصت في المادة (١٠) منها على حماية برامج الحاسب الآلى (الكمبيوتر) والبيانات المجمعَة. (١)

ويقع على الإعلام عبء الإعلان عن هذه الحماية الدولية وأنها تتسع لتشمل الملكية الفكرية السياحية ، لما لذلك من آثار إيجابية على الإستثمار السياحى .

المبحث الخامس

دور الإعلام فى التصدى لمعوقات السياحة

معوقات السياحة والتنمية السياحية المستدامة أكبر من أن تسعها هذه المساحة البحثية . لذا فسنحاول التركيز على أثرها بالنسبة لمنطقتنا العربية والإسلامية ، ودور الإعلام بشأنها ، وأهمها معوقان هما :

الأول - الإرهاب : (٢) Terrorism

انتشر الإرهاب فى العالم حتى صار فى ظل العولمة يمثل - لكثرة وقوعه- ظاهرة عالمية ، ينبغى أن نتعرف عليها وعلى آثارها السلبية على المجتمعات عبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة . وغالبا ما تكون أولى ضحاياها هى السياحة بأنشطتها المختلفة وصناعاتها المغذية لها . فهى لا تمارس نشاطها ولا تؤتى ثمارها فى مناخ غير آمن

(١) - راجع : د. ابراهيم الدسوقي أبو الليل ، المرجع السابق ، ص ٤٠ .
- د. إبراهيم أحمد إبراهيم ، الجات والحماية الدولية لبرامج الكمبيوتر وحق المؤلف فى الدول العربية ، القاهرة ، من أبحاث مؤتمر جامعة الدول العربية المنعقد بالقاهرة فى الفترة من ٤: ٧ يوليو ١٩٩٤ ، بعنوان : آثار إتفاقيات الجات على الإقتصادات العربية .
- د. صفوت عبد السلام ، الآثار الإقتصادية للعولمة على القطاع المصرفى فى مصر ، من أبحاث مؤتمر كلية الحقوق جامعة المنصورة ، مرجع سابق ، ص ١٣ .
- د. محمد حسام محمود ، الجوانب القانونية للعولمة فى مجال الملكية الفكرية . مرجع سابق ص ١٢ .

٢ - راجع : د. أكمل رمضان عبد القادر ، السياحة المصرية فى عصر العولمة ، من أبحاث مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامى بجامعة الأزهر بالقاهرة ، ندوة السياحة فى مصر من منظور إسلامى وإقتصادى ، المنعقد فى ٢٤ شوال ١٤٢٦هـ ، ٢٦ نوفمبر ٢٠٠٥ ص ٤٠ .
- د. نشأت إدوارد ناشد ، دعم الإقتصادى للمواطنة لمواجهة الإرهاب ، القاهرة ، مجلة مصر المعاصرة ، عدد ٥٢٠ أكتوبر ٢٠١٥ ، ص ٥٥١ وما بعدها .

فالإرهاب يؤثر سلبا على التنمية السياحية ، ذلك أنه يؤدي إلى إحجام السياح عن السياحة فى المناطق غير الآمنة، مما يضطر شركات السياحة تسريح العديد من عمالها ، كما أنه يصيب شركات الطيران بخسائر كبيرة بسبب إنخفاض أعداد السائحين إلى تلك المناطق .

والملاحظ أن الإرهاب توسعت صورته وأساليبه ليشتمل على الآتى:

أ- الإرهاب التقليدى : الذى يستخدم القوة والعنف أو التهديد بهما ، لإلقاء الرعب بين الناس والسياح ، وترويعهم وإيذائهم فى حياتهم وأموالهم الخاصة والعامة .

ب- الإرهاب الإلكتروني : وهو الذى يستخدم الهجوم الإلكتروني لتدمير شبكات الإنترنت الإلكترونية ، بقصد الإضرار بالإتصالات والنظم المعلوماتية الحكومية ، أو بالنظم المالية المصرفية فى الدولة ، لضرب إقتصادها الوطنى . . ومنه تزييف بطاقات الإئتمان المصرفية ، واستخدامها للإستيلاء على أموال الغير . إذ أن ذلك كله من شأنه أن يدمر الإقتصاد الإلكتروني للدولة ككل . وهو ما قد لاحقه المشرع الجنائى المصرى فجرمه وشدد عقوبته بالقرار بقانون رقم ٨ لسنة ٢٠١٥ .

ويؤدى الإعلام بأدواته المختلفة دورا كبيرا فى التصدى للإرهاب بصوره المختلفة . وذلك بفضحه لتلك الصور للجمهور ، وبأغراضه غير المشروعة التى يستهدفها ، وزيف دعاواهم التى يبررون بها جرائمهم .

ويقتضى هذا الدور الإعلامى الموجه للتصدى للإرهاب أن يتم مواجهته بالآتى :

١- (باستراتيجية) ممنهجه يتحدد فيها الجمهور المستهدف ، وساعات الإرسال وفقا لعادات الإستماع والمشاهدة للجمهور .

٢- بحسن إختيار (القائم بالإتصال) المدرب الواعى .(١)

٣- أن يتم صياغة ذلك فى (مضمون إعلامى) هادف وجذاب .

وحتى يكون هذا الدور الإعلامى مؤثرا فينبغى أن يستخدم فيه الأغانى الوطنيه والبرامج والعروض والمسرحيات وغيرها من الوسائل الإعلامية ، سواء عبر الإذاعة أو التلفزيون أو الصحافة . ولا يقتصر فى ذلك على الأداء التقليدى من خلال قنوات البث الفضائية أو الإذاعات ، بل يمدد لبيث بصفة يومية من خلال الإزاعات

(١) - راجع: د. نشأت إدوارد ، المرجع السابق ، ص ٥٨٥ .

المدرسية لتلاميذ المدارس . على إعتبار أن الإرهاب يستخدم عادة في تنفيذ مخططاته الإرهابية الصبيان في هذه الفئة العمرية ، والشباب في سن يتراوح بين ٢٢ : ٢٦ سنة وفق إحدى الدراسات المتخصصة .^(١)

الثانى - الفهم الخاطيء لمشروعية السياحة في الإسلام :

شاع بين كثير من المسلمين القول بعدم مشروعية النشاط السياحى فى الإسلام ، لما يحيط العمل فيه من ممارسات سياحية خاطئة ، كشرب الخمر ولعب القمار وزنا وعرى وصناعة للأصنام . وهو الفهم الذى يستغله دعاة الإرهاب للتغريب بالشباب المسلم لمقاومة السياحة ومهاجمة السياح والمنشآت السياحية .

وهذا فهم خاطيء لحكم الإسلام فى السياحة وممارسة النشاط السياحى فى الإسلام . فهناك العديد من النصوص القرآنية والسنة النبوية التى تدل على حل العمل الساحى ، إذا ما روعى فى ذلك الضوابط الشرعية للسياحة.^(٢)

فالحكم بمشروعية السياحة فى الإسلام يستند إلى أدلة من القرآن والسنة الصحيحة :

- **ففى القرآن :** آيات تحض على السياحة منها قوله تعالى : (فسيحوا فى الأرض أربعة أشهر) .^(٣) وقوله تعالى : (التائبون العابدون الحامدون السائحون).^(٤) وفى هذه الآية يقول ابن القيم : (وفسرت السياحة بالصيام ، وفسرت بالسفر فى طلب العلم).^(٥) وفسرها قريبا من هذا المعنى القاسمى فى محاسن التأويل بقوله : (يجب حمل لفظ السائحون على معناه الظاهر الحقيقى وهو : السائرون

(١) - المرجع السابق .
(٢) - راجع : د. حسين شحاته ، الضوابط الشرعية للسياحة ، القاهرة ، مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامى بجامعة الأزهر ، ندوة السياحة فى مصر من منظور إسلامى وإقتصادى ، المنعقد فى ٢٤ شوال ١٤٢٦ هـ - ٢٦ نوفمبر ٢٠٠٥ م .
- د. عبد التواب سيد محمد ، الآثار الإيجابية والسلبية للسياحة فى ضوء الشريعة الإسلامية ، من أبحاث ندوة صالح كامل سألفة الذكر .
- د. محمود حنفى محمود ، السياحة من منظور إسلامى وإقتصادى ، من أبحاث ندوة مركز صالح كامل سألفة الذكر .
(٣) - سورة التوبة من الآية ٢ .
(٤) - سورة التوبة من الآية ١١٢ .
(٥) - ابن القيم ، بدائع التفسير ، (٣٨/٢) .

الذاهبون فى الديار ، لأجل الوقوف على الآثار ، توصلنا للعظة بها والإعتبار
ولغيرها من الفوائد) . (١)

ومنه قوله تعالى : (قل سيروا فى الأرض ثم انظروا كيف كان عاقبة
المكذبين) . (٢) وقد فسرها الشيخ محمد رشيد رضا بأنها تدل على وجوب السياحة ، وإن
جعل الزمخشري والبيضاوى الأمر فيه للإباحة. (٣) كما أن سورة قريش تشير إلى
سياحة التجارة والتسوق فى قوله تعالى : (إيلاف قريش إيلافهم رحلة الشتاء
والصيف). (٤)

• **وفى السنة** : أحاديث صحيحة تدل على حل السياحة فى الإسلام ، منها ما رواه
أبو داود إلى أبى أمامة الباهلى ، رضى الله عنه أن رجلا قال : (يارسول الله
أتأذن لى فى السياحة ؟ فقال النبى ، صلى الله عليه وسلم : إن سياحة أمتى
الجهاد فى سبيل الله) . (٥) فإذا كان الحديث قد فسر السياحة بأنها الجهاد ، فإن
لفظ فى سبيل الله يتسع ليشمل إلى جانب الجهاد العسكرى ، الجهاد فى جميع
القرب وجميع وجوه الخير . فالجهاد كما يكون بالسيف والسنان، فإنها تكون
كذلك بالقلم واللسان أى ما يسمى بالجهاد المدنى فى مجال العلم والدعوة . (٦)

وعلى ذلك فإن السياحة متى انضبط نشاطها ومعاملاتها بالضوابط الشرعية
التي تراعى ما هو نافع وحلال ، وتتجنب ما هو ضار وحرام ، مما يرجح القول بطلها

ومن أهم ضوابطها: (٧)

١- ضابط المشروعية : بمراعاة الحل والحرمة .

٢- ضابط المحافظة على القيم العقائدية .

٣- ضابط المحافظة على القيم الأخلاقية .

(١) - القاسمى ، محاسن التأويل ، دار الفكر ، ط٢ ، ١٣٩٨ هـ (٢٢٥/١٦) .

(٢) - سورة الأنعام آية ١١ .

(٣) - محمد رشيد رضا ، تفسير المنار ، (٢٩٠/٨) .

(٤) - سورة قريش ، آية ١ ، ٢ .

(٥) - رواه أبو داود وصححه الألبانى ، وقال حديث حسن صحيح ، ص ٢٤٨٦ .

(٦) - راجع : د. صبرى عبد العزيز ، أثر الزكاة فى توزيع وإعادة توزيع الدخول والثروات ، كلية الحقوق
جامعة المنصورة ١٩٩٦ ص ٤٦٥ .

(٧) - راجع : د. حسين شحاته ، مرجع سابق ص ٥ .

- د. محمود حنفى محمود ، مرجع سابق ص ١٨ .

ويقع على الإعلام مسئولية الترويج لهذا الفهم الصحيح لمشروعية السياحة في الإسلام ، بجميع وسائله الإعلامية . وإمداد الرأي العام العالمي بالصورة الصحيحة للإسلام ، في جميع القضايا المطروحة على الساحة الدولية ، وفي مقدمتها قضايا الإرهاب والسياحة.^(١)

(١) - راجع : د. محيي الدين عبد الحلیم ، مخاطر العولمة الإعلامية بين السينما والمسرح والتلفزيون ، من أبحاث مؤتمر المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ، بالقاهرة ، المنعقد بعنوان مشكلات العالم الإسلامي وعلاجها في ظل العولمة ، الحلقة الثانية الأبعاد الإجتماعية والثقافية ، المؤتمر (١٩) المنعقد في الفترة من ٨ : ١١ ربيع الأول ١٤٢٨ هـ - الموافق ٢٧ : ٣٠ مارس ٢٠٠٧ م. ص ٥٠٨ وما بعدها .
- سامية حسين عثمان ، التجديد في مجال الدعوة والإعلام وطرية عرض الإسلام في الغرب ، ضمن أبحاث مؤتمر المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ، رقم (١٩) ، مرجع سابق ، ص ١٠٢٥ .

ختم البحث

خلاصة ما تقدم يدل على أن للإعلام دور كبير وحيوى فى ظل العولمة بما أصبح ما يتمتع به من أدوات إتصال إلكترونية حديثة ، يحصل بها على المعلومات ويبت من خلالها الأخبار والبرامج والأحداث عبر القنوات الفضائية والأقمار الصناعية ، لينتقل الخبر أو الحدث أو المعلومة من أدنى الأرض إلى أقصاها فى لحظات معدودة ،

وكان من أثر ذلك أن يلعب الإعلام دورا هاما فى التنمية السياحية المستدامة ، وذلك من خلال قيامه بالآتى :

١- دوره فى زيادة الطلب على السياحة :

ويؤدى هذا الدور باستخدامه لأسلوب الدعاية والإعلان لجذب السياح ، وابعازه للتوسع النوعى الذى تجريه الدول على أنماط السياحة فيها . واستخدامها لتكنولوجيا المعلومات لخلق مصادر سياحية جديدة . واستغلالها للتجارة الإلكترونية للتوسع فى سوق السياحة ، واستعانتها بالإدارة العالمية لإدارة المنشآت والأنشطة السياحية لجذب السياح .

٢- دوره فى جذب الإستثمار السياحى :

أثبتت الدراسة إستخدام الإعلام فى الترويج لحوافز الإستثمار السياحى ، وكذلك فى التوسع فى الإستثمار العقارى وذلك مع استحداث نظام الملكية السياحية المشتركة بنوعيتها العينية والزمنية المسماه (بالتايم شير) TIME SHARE . فضلا عما أرساه النظام الدولى من إتفاقيات دولية لحماية الملكية الفكرية فى مجال الإستثمار السياحى .

٣- دوره فى التصدى لمعوقات السياحة :

ومن أخطر هذه المعوقات معوقان هما :

الأول – الإرهاب : سواء بنوعه التقليدى الذى يستخدم العنف لترويع الآخرين والسياح . أو بنوعه الحديث المتمثل فى الإرهاب الإلكتروني الذى يسعى لتدمير الإقتصاد الإلكتروني للدولة بشبكاته الإلكترونية واتصالاته ونظمه المعلوماتية الحكومية والمصرفية . حيث يواجهه الإعلام باستراتيجية ممنهجة تفضح الإرهاب ، وتعبىء الجماهير لمواجهته .

الثانى - الفهم الخاطىء لمشروعية السياحة فى الإسلام :

إذ ينبغى أن يقوم الإعلام بدور كبير فى تصحيح المفهوم الخاطىء الشائع لدى كثير من المسلمين بعدم مشروعية السياحة فى الإسلام . والأدلة من القرآن والسنة الصحيحة تدل على مشروعية النشاط السياحى ، طالما أنه قد روعى فيه الضوابط الشرعية لممارسته ، وهى : ضابط المشروعية ، وضابط المحافظة على القيم العقائدية ولأخلاقية . .

والله ولى التوفيق . .

المراجع

- ابن منظور، لسان العرب، الجزء العاشر
- د. إبراهيم أحمد إبراهيم ، الجات والحماية الدولية لبرامج الكمبيوتر وحق المؤلف في الدول العربية ، القاهرة ، من أبحاث مؤتمر جامعة الدول العربية المنعقد بالقاهرة فى الفترة من ٤ : ٧ يوليو ١٩٩٤ ، بعنوان : آثار إتفاقيات الجات على الإقتصادات العربية .
- د. إبراهيم الدسوقي أبو الليل ، نحو عولمة الحماية القانونية للملكية الفكرية ، من أبحاث المؤتمر السنوى السادس لكلية الحقوق جامعة المنصورة ، المنعقد فى القاهرة فى الفترة من ٢٦ : إلى ٢٧ مارس ٢٠٠٢ .
- الشيخ أبو بكر مسليا، الإعلام ومجتمعنا الإسلامية والعربية، المؤتمر (١٩) المجلس الأعلى للشئون الإسلامية بالقاهرة، المنعقد فى الفترة من ٨ إلى ١١ ربيع الأول ١٤٢٨ هجرية الموافق ٣٠:٢٧ مارس ٢٠٠٧ ميلادياً، بعنوان مشكلات العالم الإسلامى وعلاجها فى ظل العولمة .
- د.أكمل رمضان عبد القادر، السياحة المصرية فى عصر العولمة، من أبحاث ندوة مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامى بجامعة الأزهر ميزان السياحة فى مصر من منظور اسلامى واقتصادى فى الفترة من ٢٤ شوال ١٤٢٦ هـ الموافق ٢٦ نوفمبر ٢٠٠٥ م .
- د. السيد مرجان ، دور الدولة فى دعم حرية ممارسة النشاط الإقتصادى وجذب الإستثمار ، من أبحاث مؤتمر كلية الحقوق جامعة بنها النوى الثالث ، المنعقد فى الفترة من ١٧ : ١٨ إبريل سنة ٢٠٠٦ .
- د.برهان غليون، د.سمير أمين، ثقافة العولمة وعولمة الثقافة، حوارات لقرن جديد، بيروت لبنان، دار الفكر المعاصر، ١٤٢١ هـ - ٢٠٠٠ م.
- بول هيرست، جراهام طومبسون، ترجمة د. فالح عبد الجبار، ما العولمة (الإقتصاد العالمى وإمكانات التحكم)، الكويت، مجلة عالم المعرفة، ع ٢٧٣، جمادى الآخرة ١٤٢٢ هـ - ٢٠٠١ م.
- د.جمال فاخر النكاس ، نظام الملكية السياحية صورته ومزاياه وعيوبه دراسة مقارنة ، الكويت ، مجلة الحقوق ، السنة (٢٠) عدد(٢) يونيو ١٩٩٦ م ، صفر ١٤١٧ هـ .
- د.جون تومليسون، ترجمة د.إيهاب عبد الرحيم، العولمة والثقافة (تجربتنا الإجتماعية عبر الزمان والمكان)، الكويت، مجلة عالم المعرفة، عدد ٣٥٤، رجب ١٤٢٩ هـ - أغسطس ٢٠٠٨ م.

- د.جيهان عبد اللطيف الرفاعي السياحة البيئية كأحد أطراف السياحة المستدامة في ضوء التغيرات المناخية المحتملة، مجلة مصر المعاصرة، ٥١٩ يوليو ٢٠١٥.
- د.جيهان عبد اللطيف الرفاعي، السياحة البيئية كأحد أقطاب السياحة المستدامة، مرجع سابق ص٦١٦، وأشارت إلى منظمة السياحة العالمية، التنمية المستدامة للسياحة، بدون سنة.
- د.حسن حنفي، د.صاد جلال العظم، مالعولمة، حوارات لقرن جديد، بيروت لبنان، دار الفكر المعاصر، ١٤٢١هـ-٢٠٠٠م.
- د.حسين شحاته ، الضوابط الشرعية للسياحة ، القاهرة ، مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامي بجامعة الأزهر ، ندوة السياحة في مصر من منظور إسلامي وإقتصادي ، المنعقد في ٢٤ شوال ١٤٢٦هـ - ٢٦ نوفمبر ٢٠٠٥ م .
- د.حسين كفاي، رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية، القاهرة، مهرجان القراءة للجميع، مكتبة الأسرة، ٢٠٠٥.
- د.حمدي عبد العظيم ، الإعفاءات الضريبية للمشروعات الإستثمارية في القانون ٩١ لسنة ٢٠٠٥ ، من أبحاث المؤتمر الضريبي العاشر للجمعية المصرية للمالية العامة والضرائب ، المنعقد في الفترة من ١٥:١٢ سبتمبر لسنة ٢٠٠٥ بالقاهرة .
- د.خالد سعد زغلول، العولمة والتحديات الإقتصادية والقانونية وموقف الدول النامية، من أبحاث مؤتمر كلية الحقوق جامعة المنصورة السادس المنعقد بالقاهرة في الفترة من ٢٦:٢٧ مارس ٢٠٠٢، وأشار إلى: - مقالة القبس الكويتية بعنوان: في عالم ما بعد الثورة الصناعية، الصادرة في ١٥/١٢/١٩٩٩ عدد ٩٥١٧٧.
- سامية حسين عثمان ، التجديد في مجال الدعوة والإعلام وطرية عرض الإسلام في الغرب ، ضمن أبحاث مؤتمر المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ، رقم (١٩) .
- د.سعاد حاكم، وأسماء على، أنور شيخ الدين، السياحة البيئية بدولة الكويت تحليل الأثار وإستراتيجية الإستدامة، الكويت من أبحاث مجلة العلوم الإجتماعية التي يصدرها مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت المجلد ٣٣ لعدد ٢ لسنة ٢٠٠٥ ، وأشار إلى أنه تعريف حابس السماوي.
- د.سعيد إسماعيل صيني، أثر الاعلام في الحوار بين الحضارات، من أبحاث رابطة العالم الإسلامي بمكة المكرمة، المؤتمر الخامس، المنعقد خلال الفترة من ١٥:١٧/١٢/١٤١٥هـ. الموافق ١٥:١٧ يناير ٢٠٠٥
- د.سعيد صيني، أثر الإعلام في الحوار بين الحضارات.
- د.سمير أبو الفتوح، تحديث مصر لمواجهة تحديات العولمة (رؤى إستراتيجية) من أبحاث مؤتمر كلية الحقوق جامعة المنصورة السادس، مرجع سابق.
- د.صبرى عبد العزيز ، أثر الزكاة في توزيع وإعادة توزيع الدخل والثروات ، كلية الحقوق جامعة المنصورة ١٩٩٦ .

- د.صفوت عبد السلام ، الإستثمار الأجنبي المباشر وإمكانات تطويره على ضوء أحكام منظمة التجارة العالمية TRIMS مع دراسة تطبيقية خاصة بمصر. من أبحاث مؤتمر كلية الحقوق جامعة بنها المنعقد فى الفترة من ١٧ : ١٨ إبريل ٢٠٠٦
- د.عاطف السيد ، الجات والعالم الثالث،دراسة تقويمية للجات واستراتيجيات المواجهة
- د.عاطف السيد، العولمة فى ميزان الفكر دراسة تحليلية، الإسكندرية، مطبعة الإنتصار، ٢٠٠١م.
- عادل عبد العزيز، الإمكانيات والقدرات السياحية فى مصر، من أبحاث ندوة السياحة فى مصر من منظور إسلامى، مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامى بجامعة الأزهر بالقاهرة المنعقد فى ٢٤ شوال ١٤٢٦هـ - ٢٦ نوفمبر ٢٠٠٥م.
- القاسمى ، محاسن التأويل ، دار الفكر ، ط٢، ١٣٩٨ هـ (٢٢٥/١٦) .
- د.عبد التواب سيد محمد ، الآثار الإيجابية والسلبية للسياحة فى ضوء الشريعة الإسلامىة ، من أبحاث ندوة صالح كامل .
- د.عبد الحافظ الصاوى، دور الإعلام فى تطوير البحث فى الإقتصاد الإسلامى، بدون ناشر أو مكان نشر أو عام نشر.
- د.عبد الرحيم محمد عبد الرحيم، التنمية البشرية ومقومات تحقيق التنمية المستدامة فى الوطن العربى، القاهرة، البحوث وأوراق المؤتمر العربى السادس بإدارة البيئة، المنعقد فى شرم الشيخ فى مايو ٢٠٠٧.
- د.محمد إبراهيم عراقى، إدارة موارد السياحة البيئية الإستراتيجيات والسياسات فى مصر (ملخص باللغة العربية، القاهرة، مركز صالح كامل فى الإقتصاد الإسلامى بجامعة الأزهر، ندوة السياحة فى مصر من منظور إسلامى وإقتصادى، ٢٤ شوال ١٤٢٦هـ - ٢٦ نوفمبر ٢٠٠٥م.
- محمد الغزالى ، المشاركة الزمنية (التاييم شير) وحقوق الإرتفاق بين المنظور الإسلامى والتطبيق المعاصر ، من أبحاث ندوة مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامى.
- د.محمد حسنى عمران، التنمية المستدامة وأهدافها ودور تقنية المعلومات والاتصالات بها، من بحوث المؤتمر العربى السادس لإدارة البيئة، مرجع سابق.
- د.محمد سيد محمد، إقتصاديات الإعلام المؤسسة الصحفية، القاهرة، دار الفكر العربى، منتدى سور الأزبكية، بدون عام نشر.
- د.محمود حنفى محمود ، السياحة من منظور إسلامى إقتصادى ، من أبحاث ندوة مركز صالح كامل .
- محمد رشيد رضا ، تفسير المنار ، (٢٩٠/٨) .

- د.محيى الدين عبد الحليم ، مخاطر العولمة الإعلامية بين السينما والمسرح والتلفزيون ، من أبحاث مؤتمر المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ، بالقاهرة ، المنعقد بعنوان مشكلات العالم الإسلامى وعلاجها فى ظل العولمة ،الحلقة الثانية الأبعاد الإجتماعية والثقافية ، المؤتمر (١٩) امنعقد فى الفترة من ٨ : ١١ ربيع الأول ١٤٢٨ هـ - الموافق ٢٧ : ٣٠ مارس ٢٠٠٧ م.
- د.مها الكردى بعنوان القضايا الإجتماعية فى الإعلام المرئى،إلى المؤتمر السنوى العاشر الذى عقده المركز القومى للبحوث الإجتماعية والجنائية المنعقد بالقاهرة فى الفترة من ٢٦ إلى ٢٩ مايو ٢٠٠٨، بعنوان السياسة الإجتماعية وتحقيق العدالة الإجتماعية، المجلد الثانى .
- د.نجاح عب العليم ، الآثار الإقتصادية للمشاركة فى الوقت ، من أبحاث ندوة مركز صالح كامل.
- د.نشأت إدوارد ناشد ، دعم الإقتصادى للمواطنة لمواجهة الإرهاب ، القاهرة ، مجلة مصر المعاصرة ، عدد ٥٢٠ أكتوبر ٢٠١٥ .
- قاموس المنجد، بيروت، دار المشرق، ٢٠٠١.
- نيفر توفيق ، نظام إقتسام الوقت تعريفه ونشأته وأساليب تطبيقه ، من أبحاث ندوة المشاركة وأساليب تطبيقه ، من أبحاث ندوة المشاركة الزمنية (التايم شير) وحقوق الإرتفاق بين المنظور الإسلامى والتطبيق المعاصر ، مركز صالح كامل للإقتصاد الإسلامى ، جامعة الأزهر ، ١٦ صفر ١٤٢٩ هـ - ٤ فبراير ٢٠٠٨ م .
- هانسن - بيتر مارتين، هارالد شومان، ترجمة د.عدنان عباس، فخ العولمة(الإعتداء على الديموقراطية والرفاهية)، الكويت، مجلة عالم المعرفة، عدد ٢٣٨، جمادى الأخرى ١٤١٩ هـ - أكتوبر/تشرين الأول ١٩٩٨ م.

المراجع الأجنبية

- Berelson, Bernard, **Communication and Public Opinions**, in Scheramm, **Communication in Modern Society**, Urbana, IL: University of Illinois Pres 1948.
- Berelson, Bernard and Moris Janowitz, (eds) **Reader in Public Opinion and Communication**, New York City: The Free Press 1966.
- Klapper. Jiseph, **The Effects f Mass Communication** in Berelson and Janowitz.
- Hai Nadeem, **The Limit of Globalization: Cases and Arguments**.Sociology: The journal of The British .Socialological, vol 33, Aug 1999