المقومات الاستراتيجية لنجاح السياحة الصحراوية الجزائرية

بقلم
د/ أحمد عيساوي(*)

ملخص

تدور تفاصيل هاته المداخلة العلمية والفكرية والتجربية الذاتية حول المقومات الاستراتيجية لنجاح السياحة الصحراوية الجزائرية، منطلقا من إشكالية مفصلية مفادها: أننا نملك كل مقومات القطاع السياحي الناجح عموما فضلا عن القطاع السياحي الصحراوي على وجه الخصوص، ولكننا فاشلون في تحريك هذا القطاع الاستراتيجي اقتصاديا وتجاريا وماليا ومهنيا واجتماعيا وثقافيا وتاريخيا واستراتيجيا، وتساءلت عن أسباب النجاح والفشل، متناولا المحاور التالية للإجابة على إحدى إشكاليات هذا الملتقى، وذلك عبر مدخل حول السياحة في الأرض، ثم تناول مقومات النجاح، وفاعلية الاستفادة من تنوع وثراء البيئة والطبيعة الصحراوية الجزائرية، التي تحتاج إلى الأمن المطلق والطمأنية التامة للسائحين والزائرين، الذين يجب أن تتكفل بهم وسائل النقل المتطورة والمكيفة التي تضمن لهم السلامة المرورية وأمنهم النفسي والصحي والجسدي عبر الطرقات، بواسطة تشغيل الفرد الجزائري الخدوم واللين المطواع والشعب المضياف البشوش القادر على بناء هياكل وأوابد سياحية جاذبية ولاسيما مرافق الاستقبال التراثية الأصيلة، التي يسهر على تنشيطها وتفعيلها مهنيون متمرسون في إعداد البرامج الثقافية والترفيهية السياحية الثرية، عبر برامج ترفيهية وتعليمية وتربوية متميزة تنتقل بهم إلى المعالم التاريخية الدينية، وإلى المعالم التاريخية الإنسانية، وإلى مشاهدة المناظر الطبيعية المتميزة، وإلى المعالم التاريخية الثورية والسياسية ، عبر سلسلة من المشاهدات الفلكلورية والأدبية والغنائية التراثية المحلية. محققين ذلك عبر فاعلية الإعلان السياحي الفضائي الناجح، والبنية الاقتصادية الصحراوية المتميزة، والهيئات والمؤسسات والوكالات السياحية المتمرسة

(*) قسم العلوم الإسلامية ـ كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية والعلوم الإسلامية ـ جامعة باتنة ـ الجزائر

مهنيا والكفيئة ثقافيا ولوجيستيا. التي بها يمكننا تنشيط القطاع السياحي الصحراوي في الجزائر.

*** مدخل حول السياحة في الأرض:**

السياحة والتجوال والضرب في الأرض غريزة فطرية براها الله سبحانه وتعالى في جبلة الإنسان مذ خلقه، كما أنُحب التطلع والمعرفة والاكتشاف وإماطة حجب المجهول والمُغلق غريزة فطرية أخرى ركزها المولى تبارك وتعالى في طينة أبينا آدم عليه الصلاة والسلام مذ نهاه عن الأكل من تلك الشجرة، فلم يرعو وقادته غريزته في حب التطلع والمعرفة تلك إلى الطرد من الجنة، وقد أخبرنا القرآن عن هاته الحادثة فقال: ﴿ وَقُلْنَا يَا آدَمُ اسْكُنْ أَنْتَ وَزَوْجُكَ الْجَنَّةَ وَكُلَا مِنْهَا رَغَدًا حَيْثُ شِئْتُمَا وَلَا تَقْرَبَا هَذِهِ الشَّجَرَةَ فَتَكُونَا مِنَ الظَّالِمِينَ. فَأَزَلَّهُمَا الشَّيْطَانُ عَنْهَا فَأَخْرَجَهُمَا مِمَّا كَانَا فِيهِ وَقُلْنَا اهْبِطُوا بَعْضُكُمْ لِبَعْضٍ عَدُوٌّ وَلَكُمْ فِي الْأَرْضِ مُسْتَقَرٌّ وَمَتَاعٌ إِلَى حِينٍ﴾ (البقرة: 35، 36)، والسياحة في الأرض هي من المتاع إلى حين المذكور في الآية، الذي جبل الله نفسية آدم عليه يوم أن خلقه، وصارت مورثات تسري في دماء أبنائه من بعده.

*** السير في الأرض:**

وقد حفل القرآن الكريم بالكثير من الآيات التي نصت بصريح العبارة على الرحلة والسير والضرب في الأرض والهجرة والسعي والخروج والنجاة بالهروب من القوم الظالمين والرواح والغدو والسرب.. فقد قال تعالى في فضيلة السير والضرب في الأرض: ﴿ أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونَ لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ آذَانٌ يَسْمَعُونَ بِهَا فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَلَكِنْ تَعْمَى الْقُلُوبُ الَّتِي فِي الصُّدُورِ﴾ (الحج: 46)، وقال تعالى: ﴿ أَوَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ كَانُوا أَشَدَّ مِنْهُمْ قُوَّةً وَأَثَارُوا الْأَرْضَ وَعَمَرُوهَا أَكْثَرَ مِمَّا عَمَرُوهَا وَجَاءَتْهُمْ رُسُلُهُمْ بِالْبَيِّنَاتِ فَمَا كَانَ اللَّهُ لِيَظْلِمَهُمْ وَلَكِنْ كَانُوا أَنْفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ﴾ (الروم: 9)، وقال تعالى في السير في الأرض لمعرفة آثار وتاريخ الأقدمين: ﴿ قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلُ كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ﴾ (الروم:42)، وقال تعالى في السير في الأرض لمعرفة أسباب انهيار الأمم وتداعي الحضارات: ﴿ أَوَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ كَانُوا مِنْ قَبْلِهِمْ كَانُوا هُمْ أَشَدَّ مِنْهُمْ قُوَّةً وَآثَارًا فِي الْأَرْضِ فَأَخَذَهُمُ اللَّهُ بِذُنُوبِهِمْ وَمَا كَانَ لَهُمْ مِنَ اللَّهِ مِنْ وَاقٍ﴾ (غافر: 21).

وفي معرض تناوله لفضيلة السير في البر والسعي بين القرى والتجمعات السكانية قال تعالى: ﴿ وَجَعَلْنَا بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ الْقُرَى الَّتِي بَارَكْنَا فِيهَا قُرًى ظَاهِرَةً وَقَدَّرْنَا فِيهَا السَّيْرَ سِيرُوا فِيهَا لَيَالِيَ

وَأَيَّامًا آمِنِينَ . فَقَالُوا رَبَّنَا بَاعِدْ بَيْنَ أَسْفَارِنَا وَظَلَمُوا أَنْفُسَهُمْ فَجَعَلْنَاهُمْ أَحَادِيثَ وَمَزَّقْنَاهُمْ كُلَّ مُمَزَّقٍ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِكُلِّ صَبَّارٍ شَكُورٍ﴾ (سبأ: 18، 19).

*** الجري في البحر والتحليق في الجو:**

كما قال تعالى في فضيلة السير والإبحار بالفلك في أعالي البحار: ﴿أَلَمْ تَرَ أَنَّ الْفُلْكَ تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِنِعْمَتِ اللَّهِ لِيُرِيَكُمْ مِنْ آيَاتِهِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِكُلِّ صَبَّارٍ شَكُورٍ﴾ (لقمان: 31)، وقال تعالى في أسباب ووسائل الركوب في البحر والنجاة من الغرق: ﴿ فَإِذَا رَكِبُوا فِي الْفُلْكِ دَعَوُا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ فَلَمَّا نَجَّاهُمْ إِلَى الْبَرِّ إِذَا هُمْ يُشْرِكُونَ﴾ (العنكبوت: 65).

كما ورد قوله تعالى في اختيار وتيمن مكان النزول: ﴿ وَقُلْ رَبِّ أَنْزِلْنِي مُنْزَلًا مُبَارَكًا وَأَنْتَ خَيْرُ الْمُنْزِلِينَ﴾ (المؤمنون: 29)، وفي السريان ليلا: ﴿وَأَوْحَيْنَا إِلَى مُوسَى أَنْ أَسْرِ بِعِبَادِي إِنَّكُمْ مُتَّبَعُونَ﴾ (الشعراء: 52)، وفي السير في الأرض للاتعاظ من عاقبة المجرمين قال: ﴿قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ﴾ (النمل: 69)، وفي اللجوء إلى جنبه الكريم قال تعالى: ﴿ فَخَرَجَ مِنْهَا خَائِفًا يَتَرَقَّبُ قَالَ رَبِّ نَجِّنِي مِنَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ * وَلَمَّا تَوَجَّهَ تِلْقَاءَ مَدْيَنَ قَالَ عَسَى رَبِّي أَنْ يَهْدِيَنِي سَوَاءَ السَّبِيلِ* وَلَمَّا وَرَدَ مَاءَ مَدْيَنَ وَجَدَ عَلَيْهِ أُمَّةً مِنَ النَّاسِ يَسْقُونَ*.. فَلَمَّا قَضَى مُوسَى الْأَجَلَ وَسَارَ بِأَهْلِهِ آنَسَ مِنْ جَانِبِ الطُّورِ نَارًا..﴾ (القصص: 20، 21، 22، 29).

وبعد تكوير الإنسان للسفن العملاقة صارت البشرية تعرف السياحة البحرية بكل أنواعها كالغوص في الشعاب المرجانية وزيارة مجاهيل البحار، والإبحار في السفن العملاقة عبر رحلات طويلة أيام الاحتفالات والمناسبات وأعياد الميلاد.. وبعد اختراع الإنسان للطائرة صار السائح والسياحة تعتمد اعتمادا كبيرا عليها كوسيلة من وسائل التنقل والضرب في الأرض، فيما يتطلع الفرد الحداثي اليوم للإبحار في الفضاء الخارجي.

*** معرفة السنن والنواميس:**

وفي فطرية السير في الأرض لإشباع روح المعرفة عن مصارع الأمم البائدة وتداعي مدنياتهم وأسباب وعوامل انهيار حضاراتهم قال تعالى: ﴿ أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْهُمْ وَأَشَدَّ قُوَّةً وَآثَارًا فِي الْأَرْضِ فَمَا أَغْنَى عَنْهُمْ مَا كَانُوا يَكْسِبُونَ ﴾ (غافر: 82).

وفي معرض تناوله تبارك وتعالى السير في الأرض لتدبر معاني الخلق والخليقة والبحث العلمي واكتشاف أس الحقائق الكبرى من ورائها، قال تعالى: ﴿ قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانْظُرُوا

كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنْشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ﴾ (العنكبوت: 19).

كما حفل القرآن الكريم بذكر قصص الأنبياء الراحلين والمتنقلين أمثال نبي الله إبراهيم عليه الصلاة والسلام ، ونبي الله موسى عليه الصلاة والسلام، وداود وسليمان عليهما الصلاة والسلام ...

وحفلت السنة النبوية المطهرة القولية والعملية والتقريرية بتناول موضوع الرحلة والسفر، والسفر لأداء فريضة الحج ومناسك العمرة أحد وجوه السياحة والضرب في الأرض، وقد ذكرت السنة أن رسول الله ﷺ خرج في فترة الدعوة المكية إلى الطائف وإلى أسواق العرب في عكاظ وذي المجاز، كما أمر أصحابه رضوان الله عليهم بالهجرة إلى الحبشة مرتين، وهاجر هو عليه الصلاة والسلام وصحابته الكرام من مكة إلى المدينة، وكما ذكرت السنة النبوية المطهرة أنه خرج عليه الصلاة والسلام بعد الهجرة مع أصحابه في سفر، أو أزمعوا سفرا، بل معظم غزواته كانت في سفر.[1]

وقد بين أهمية الرحلة والسياحة عند المسلمين الدكتور نقولا زيادة بقوله: «.. كانت الرحلة عنصرا قويا في حياة المجتمع الإسلامي في عصوره الزاهرة. فقد رحل الناس لزيارة مهبط الوحي، ولقوا في سبيل ذلك الكثير من صعوبات السفر التي تحملوها راضين مسرورين. ورحل الناس في طلب العلم من قطر إلى آخر. فقد كان العلم منتشرة مراكزه في أنحاء العالم الإسلامي، وطلابه كانوا يتحملون من المشاق في سبيل الحصول عليه ما يحملنا على احترامهم وإجلالهم. ورحل القوم في سبيل الاتجار، فقد كانت الأسواق الإسلامية في مشارق الأرض ومغاربها مرتبطة ببعضها البعض كل الارتباط، وكان التجار يحملون متاجرهم وسلعهم إلى حيث يرجون الربح الوفير. أضف إلى ذلك رحلة الرسل المترددين بين الملوك والأمراء، والمغامرين الواجدين في الرحيل لذة خاصة، والساعين في سبيل الرزق إذا ضاقت بهم الأرض، وجوابي الآفاق. كل هذه نماذج من الرحلة عرفها العرب والمسلمون ».[2]

*** مقومات النجاح:**

يحتاج قطاع السياحة الصحراوية في الجزائر إلى المقومات التالية:

1 – الطبيعة والبيئة الصحراوية الثرية والمتميزة.

2 – الأمن والطمأنينة والراحة المطلقة.

3 – وسائل النقل المتطورة والمكيفة وضمان السلامة المرورية وأمن الطرقات.

4 – الفرد الخدوم واللين المطواع والشعب المضياف البشوش.

5 – جاذبية مرافق الاستقبال التراثية الأصيلة.

6 – البرامج الثقافية والترفيهية السياحية الثرية:

1 – معالم تاريخية دينية.

2 – معالم تاريخية إنسانية.

3 – مناظر طبيعية متميزة.

4 – معالم تاريخية ثورية وسياسية.

5 – فلكلور وأدب وغناء تراثي محلي.

7 – فاعلية الإعلان السياحي الفضائي الناجح.

8 – البنية الاقتصادية الصحراوية المتميزة.

9– الهيئات والمؤسسات والوكالات السياحية المتمرسة مهنيا والكفيئة ثقافيا ولوجيستيا.

وبعد أن تمهدت لنا الإشارة إلى فطرية وغريزية السياحة والضرب في الأرض، وبعد أن تبينا ثراء المخزون السياحي الصحراوي الجزائري نطرح التساؤلات التالية:

– كيف يمكننا تحريك هذا القطاع الثقافي والاقتصادي والتجاري المهم ؟

– ما هي المقومات والآليات الاستراتيجية لإنجاحه ؟

– ومتى يمكن الانطلاق من هذا الركود ؟

*** المقومات الاستراتيجية:**

يعتمد أي قطاع حياتي على جملة من المقومات الاستراتيجية الضرورية لضمان سيره وصلاحية بقائه وقوته واستمراره وتأثيره في واقع الحياة والناس، وحتى يستطيع أي قطاع جذب خيرة المنتسبين والمستثمرين والمتنافسين والمستفيدين والزبائن المتميزين.. يجب أن يوفر داخل منظومته المهنية مقومات البقاء والاستمرار والمنافسة والريادة.

والسياحة كغيرها من القطاعات الحيوية في المنظومة الحياتية للكيانات والمجتمعات الراشدة تحتاج إلى جملة من المقومات لتجذب إليها المستثمرين الناجحين أولا، ليقوموا بدورهم بجذب الطاقات الفاعلة لقطاعهم ثانيا، تمهيدا لجذب وسحب الأفواج السياحية العالمية نحو منتوجاتهم السياحية ثالثا، وما السياحة إلاّ منتجا من المنتجات الحيوية والهامة في بناء وتدعيم كيان الأمة الثقافي والاجتماعي والاقتصادي والتجاري والسياسي واللغوي..

وإن كانت السياحة قطاعا من القطاعات الاقتصادية بحسب نظرة الاقتصاديين ورجال التكنوقراط السياسيين، تهدف إلى القضاء على البطالة أولا، وخلق مناصب مهمة للعمل

لامتصاص شبح البطالة المستفحل، ومورد هام للعملة الصعبة، ومحرك أساسي لبعض القطاعات، كقطاع النقل والتجارة والمصارف وتأجير العقارات والفنادق، ومورد هام للعملة الصعبة.. فإنها في الحقيقة أكبر من حسابات التكنوقراط والسياسيين ورجال المال والأعمال، لكونها فضاءً اقتصاديا معقدا، لا تتم فيه عملية جلب العملة الصعبة بصورة تبادلية مجردة بين بائع ومشتر، فهي لا تتم إلاّ بتفاعل جملة من العوامل الثقافية والأدبية واللغوية والتربوية والفكرية والأخلاقية والدينية والاتصالية والنفسية والدعائية والسياسية والتجسسية.. بين الطرفين المتبادلين.

وعليه فالسياحة قطاع حساس وخطير جدا، فهو مجال ذو وجوه استراتيجية متعددة ومعقدة، فالسياحة إذن: قطاع اقتصادي ومالي وتجاري من جانب، وثقافي من جانب آخر، وديني وأخلاقي وسلوكي من جانب ثالث، واجتماعي ونفسي من جانب رابع.. وهكذا.

ولا بد للمشتغلين في هذا القطاع أن يضعوا في حسبانهم حساسية وخطورة هذا القطاع كونه قطاعا مفتوحا على كل فضاءات الفرد والمجتمع وبنيتهما التحتية ومقوماتهما الأساسية، القابلة للبناء أو الاختراق أو التهديم. ولنتاول – الآن – هاته المقومات.

1 – تنوع وثراء البيئة والطبيعة الصحراوية الجزائرية:

تُعّد البيئة والطبيعة الصحراوية بكل مكوناتها أحد وأهم أركان هاته السياحة، حيث تتربع الجزائر على مساحة شاسعة جدا جلها من الأراضي الصحراوية المتنوعة، ففيها الصحراء الرملية الناعمة ذات الكثبان المتحركة، وفيها الصحراء الجبلية المزيجة بين الصخور الحجرية البركانية والرمال، وفيها الواحات والاخضرار والبحيرات وقمم الجبال العالية كقمم جبال الهقار الشاهقة، وتتنوع الصحراء الجزائرية إلى خمس أو ست مناطق صحراوية مختلفة، تزخر بشتى أنواع النباتات والأشجار والحيوانات والمخلوقات والكائنات المتنوعة، فهي بيئة ثرية، ومناخية جذابة جدا، بشمسها ودفئها وحرارتها وشروقها وغروبها المميز في أقاصي جبال الأهقار الباذخة، بحيث تُشكل مادة مهمة في المنتوج السياحي، وهذا أهم ركن لنجاح هذا النمط من السياحة العالمية.

وجاء في أطلس الجزائر والعالم تحت عنوان – تضاريس الجنوب –: " تحتل الصحراء [84%] من مساحة البلاد، أي حوالي [02] مليون كلم2 ، وتشكل أكبر جزء من الأراضي الجزائرية، وأغلب تكويناته صخور قديمة بركانية تمتاز بالرتابة والانبساط، وهي: 1 – الجبال: تتمثل في كتلة الهوقار والتاسيلي، وهي مرتفعات ذات منشأ بركاني صخورها صلبة، توجد بها أعلى قمم الجزائر " قمة تاهات 2918م " 2 – العروق: وهي كثبان رملية متحركة، أكبرها العرق الشرقي

الكبير والعرق الغربي الكبير، عرق إيقدي، عرق الرآوي، عرق اشاش، ويتراوح ارتفاعها ما بين 260و 500م. 3 – الحمادة: وهي مساحات واسعة من الصخور الجيرية على شكل صفائح يمكن البناء وشق الطرق فوقها، ومن أكبرها حمادة تادمايت 836م فوق سطح البحر، التي تُعرف باسم " هضبة تادمايت ".. 4 – الرق: عبارة عن مناطق كثيرة الحصى وهي قليلة الارتفاع، وتُعرف باسم السهول الصحراوية، مثل سهل تنزروفت غرب جبال الهقار. 5 – الأودية: تجري بالصحراء عدة أودية تعرف بالوديان الكاذبة، تجري عند سقوط الأمطار ثم تجف بعد ذلك لمدة طويلة مثل: وادي جدي، والزغرير، وأغرغار والساورة. 6 – الشطوط: وهي مسطحات مائية مالحة تصب فيها الوديان الصحراوية وأكبرها على الإطلاق هو شط ملغيغ الذي ينخفض بـ35 م عن سطح البحر، وشط مروانة. 7 – الواحات: مساحات خضراء وسط الصحراء القاحلة، وهي غنية ببساتينها ونخيلها، يتركز معظمها في الشمال الشرقي للصحراء بالقرب من شط ملغيغ وشط مروانة، لأن المنطقة غنية بالمياه الجوفية، وأكبر الواحات: واحة بسكرة، واحة طولقة، أولاد جلال تقرت وادي سوف ". [3]

2 – الأمن والطمأنينة والراحة التامة:

من المسلم به بداءة ومن المتعارف عليه في صميم الحياة الاجتماعية أن الأمن والطمأنينة هما أحد أهم الأركان الأساسية لنجاح أي استثمار أو بقاء أي نشاط حياتي كان، فمن دون الأمن والراحة والطمأنينة، لا يمكن أن تقوم حياة، أو تنهض أمة، أو ترتقي جماعة، أو تؤسس حضارة، أو تنبعث مدنية من الناحية الممارسة الاعتيادية لشؤون الحياة، فضلا عن كونهما معبرا أساسيا لجذب أنظار الزوار والسائحين، الذين لا يمكن جذبهم نحو منتجنا السياحي الصحراوي دون تعريف سليم وشفاف وواضح حول المناخ الأمني الاعتيادي القائم في قطرنا الجزائري.

ولا يتمثل الأمن – حسب رؤيتي – في كثرة رجال الأمن وكثافة تواجدهم بزيهم الرسمي كما هو الحال في تصور الكثير من القائمين على شؤوننا، والعكس فكثرة حضور رجال الأمن زيهم الرسمي يوحي بالخوف والقهر والريبة، كما كان الحال في تونس ومصر قبيل الربيع العربي، وإنما الأمن الحقيقي – في نظري – هو حالة من الطمأنينة والسكينة تخيم على الجو العام للفرد والجماعة والمجتمع، فيحس الزائر تلقائيا براحة غامرة وطمأنينة فياضة، فترتاح نفسه من أعماقها وهو يسير آمنا مطمئنا ضمن شعب لا يعرفه، ولا يتكلم لغته، ولا يوافقه في العادات والتقاليد، مما يجعله أحسن وسيلة إعلامية ودعائية لمن يتقاطع ويتواصل معه من الجماعات التي يتفاعل معها محليا وعالميا، فيكون أداة جذب إشهاري لغيره ممن يعتز بأحكامه.

و" الأمن والعافية قاعدتا كل النعم " كما قاله الإمام الجويني في كتابه القيم "غياث الأمم في التياث الظلم"، مصداقا لقوله تعالى: ﴿ الذي أطعمهم من جوع وآمنهم من خوف ﴾، وقوله تعالى حاكيا عن القرى والمجتمعات الظالمة: ﴿ فألبسها الله لباس الجوع والخوف ﴾، وعليه فالأمن لا تصنعه رقابة الدولة فحسب، بل يصنعه شعب راشد ومثقف وواع، يعرف كيف يجلب الخير لبلاده ولنفسه. وهو ركن مهم وأساسي من أركان إنجاح السياحة عموما والصحراوية خصوصا. [4]

3 – وسائل النقل المتطورة والمكيفة وضمان السلامة المرورية وأمن الطرقات:

يعّد قطاع النقل والمواصلات بمختلف ميادينه البرية والبحرية والجوية والتقليدية أحد أهم أركان إنجاح السياحة عموما والسياحة الصحراوية على وجه الخصوص، حيث يحتاج التجوال في الأراضي الصحراوية الشايعة نوعا متميزا من وسائل المواصلات، فالطائرات والقطارات والحافلات ومركبات الدفع الرباعي المكيفة والمجهزة أحسن تجهيز، التي تحترم مواعيدها وأوقاتها بدقة، وتُجل زبائنها وتكرمهم، وتُحسن خدمتهم، وتسهر على راحتهم وطمأنينتهم وسعادتهم، أحد أهم مقومات السياحة عموما والسياحة الصحراوية على وجه الخصوص. [5]

كما تمتلك الجزائر شبكة كبيرة من الطرق والجسور والسكك الحديدية والمطارات والموانئ الحديثة الحديثة جدا، كما تمتلك ترسانة كبيرة من وسائل النقل البري والبحري والجوي، الذي يؤهلها لوجيستيكيا لبعث مشروع السياحة الصحراوية الناجح. [6]

فالوسائل وهيئاتها ومؤسساتها ومهنييها والقائمين عليها قياما سلوكيا وأخلاقيا وتربويا وماديا شاملا ومتكاملا، ولاسيما المهنيين المتخصصين في التعامل مع السائحين وأفواج الزوار والمصاحبين لهم في مجاهيل الصحراء سواء أكانوا سائقين أو مرافقين أو مراقبين أو أمنيين، ركن فعال وجذّاب لأفواج الزوار القادمين من زمهرير سيبريا وصقيعها الثلجي القاتل، الحالمين بدفء الشمس ولون الشفق ساعة شروقها وغروبها الساحر من قمم الأطلسي الشامخة.

4 – الفرد الخدوم واللين المطواع والشعب المضياف البشوش:

وفيما تقرره الدراسات والأبحاث العلمية والاجتماعية أن الإنسان المثقف والواعي هو محور كل نجاح أو فشل أي مشروع كان، ولإنجاح السياحة الصحراوية لا بد من دراسة ومعرفة نوعية الفرد والمجتمع الجزائري، ومن ثمة اختيار النماذج المراد توظيفها لإنجاح – بمعيتها – هذا المشروع، فضلا عن اختيار الوجهات الاجتماعية المختارة والمرتقبة للزيارة والتفاعل مع

الأفواج السياحية .

*** مدخل إلى فهم ومعرفة المجتمع الجزائري:**

وهنا يجدر بنا أن نتعرف عن كثب وبشكل صحيح ودقيق وواقعي على مفهوم ومصطلح المجتمع الجزائري. فمن هو المجتمع الجزائري ؟ ومن هو الفرد الجزائري ؟ وما هي مقوماته ومكوناته وعناصره ؟

1 – معرفة الواقع الجزائري :

يجب على المشتغل بقضايا المغرب العربي الكبير أن يكون له إلمام دقيق بالفروقات والمميزات التي تميز أقطاره المغاربية الخمسة: [ليبيا، تونس، الجزائر، المغرب، موريتانيا].

فسكان هذه الأقطار المغاربية يختلفون عن بعضهم اختلافات جوهرية، وإن كانت ثمة عوامل متشابهة بينهم، تُقوي لحمتهم ورابطتهم، أكثر من أن تفرقهم. فالفرد الليبي بكل مكوناته وعناصره الثابتة والمتغيرة يختلف البتة عن الفرد التونسي والمغربي، والفرد الجزائري بالرغم من مجاورته لتونس والمغرب وموريتانيا إلاّ أنه يختلف اختلافا جذريا. بله ثمة أفراد جزائريون في القطر الجزائري الواحد، ومجتمعات جزائرية لا مجتمع واحد. على اعتبار تعريف المجتمع بأنه: هو محصلة التفاعل الإيجابي السوي بين أفراد الجماعة منطلقا ووسيلة وممارسة وغاية لتحقيق مآلات الفطرة السوية التي فطر الله الناس السويين استخلافا وعبادة وعمارة عليها.

وعليه، فالمجتمع الجزائري يطلب من دارسه أن يفقه ويفهم فيه الأبعاد التالية: [7]

1 – معرفة الواقع التاريخي :

للجزائر تاريخ عريق ضارب في الأعماق والجذور الإنسانية الأولى، حيث عرفت الجزائر وجود التجمعات البشرية منذ فجر الإنسان الأولى حوالي 12000 اثني عشر ألف سنة قبل الميلاد، وشهدت قيام المدنية تلو المدنية حتى جاءها المسلمون العرب الفاتحون فقبلت الإسلام عن طواعية، وبعد صراع قرني طويل دانت بالإسلام عن صدق، وساهم سكانها في فتح الأندلس، حيث كانوا يشكلون كل الجيش الإسلامي الفاتح عدا الثلاثمائة من وجهاء العرب الذين أرسلهم الخليفة الأموي، وظلت عطاءات الجزائر والشعب الجزائري تترى مع سائر سكان المغرب العربي الإسلامي إلى يوم الناس هذا، غير أن عوامل عديدة حالت دون بيان مثل تلك المساهمات الحضارية الفعالة في إضافة عناصر الخلود لقسمات الحضارة العربية والإسلامية الزاهرة، لعل بعضها يعود إلى أمراض ولوثات دفينة مازالت تسكن العقل والوجدان المسلم إلى اليوم. [8]

2 – معرفة الواقع الاجتماعي:

من قرأ وحلل وعاش مع الفرد الجزائري سيكتشف أن هذا لفرد الذي يعيش في هذه البلاد فرد متنوع ومتميز عن بعضه. والجزائري الخبير بأمته يعرف أن الفرد الجزائري أفرادا مختلفين بحسب البيئة والظروف والمناخ والتربية والتكوين، وهم حسب قراءاتنا وتتبعنا ورصدنا يشكلون العناصر التالية:

1 – الفرد الأمازيغي – الحر – البربري الذي يسكن الوسط الشمالي للجزائر من بجاية حتى سهول الشلف، ويسمى بالشنوي نسبة إلى جبال شنوة.

2 – الفرد الأمازيغي – الحر – البربري الذي يسكن وسط الهضاب العليا إلى ضواحي قسنطينة وتبسة وقالمة وعين مليلة وبريكة.

3 – الفرد الأمازيغي – الحر – البربري الميزابي، الذي يسكن أواسط الصحراء الجزائرية في غرداية وضواحيها، ويعمر القطر الجزائري كله الآن.

4 – الفرد الأمازيغي البربري التارقي، الذي يسكن وسط وجنوب الصحراء الكبرى.

وهؤلاء لهم لغتهم البربرية الأمازيغية الخاصة بهم والتي تختلف عن بعضها في الكثير من المفردات والتراكيب.. بالإضافة إلى عربيتهم لغة الدين حيث يتمسكون بها، عدا الصنف الأول من سكان جبال القبائل الكبرى الساكنين في محور [بجاية، تيزي وزو، بومرداس، الجزائر، بالبويرة]، فهؤلاء أكثر ميلا للهجاتهم، وأكثر بعدا عن العربية، حيث يستخدمون الفرنسية بدلا من العربية وهي إليهم أقرب من العربية.

أما الأصناف الأربعة الأخرى فهم أميل إلى العربية والعروبة دونما حرج أو شعور بالغضاضة، بل إن كلمة عربي عندهم تعني مسلما.

5 – عرب بني نائل وبني دراج وسليم وهلال بن عامر وقيس من سكان وسط الجزائر والهضاب العليا حيث العاصمة المسيلة وتيارت والجلفة وهم عرب أقحاح، ويعدون بالملايين.

6 – الكراغلة، وهم من تناسل وتزاوج العنصر التركي مع الجزائري، ومازالوا يسكنون بعض المدن كالجزائر العاصمة والبليدة والمدية وتلمسان وقسنطينة.

7 – سكان الساحل وجلهم من العرب.

8 – سكان شمال الصحراء وجلهم من العرب، وهم سكان وادي سوف وتوقرت وورجلان وبشار وتندوف.. فضلا عن الزنوج القادمين من أواسط إفريقية. [9]

9 – الفرد الممسوخ الذي صنعته سني الاستعمار المظلمة، وسني التيه التي جاءت من بعده،

وهذا الصنف هو الذي أرادته القوى الاستعمارية ليكون واجهة الجزائر، حيث قلّد الجزائريون وجرّبوا كل الأنظمة والقوانين والمناهج والإيديولوجيات الوضعية، وأداروا ظهرهم لدينهم الحنيف، الذي فيه عزتهم ومجدهم وكرامتهم وخلودهم الدنيوي والأخروي، فنشأ هذا الفرد الممسوخ روحيا ولغويا وثقافيا واجتماعيا وفنيا وأدبيا وتاريخيا.. و لما تسنى لهم التأكد من هذا الفرد المسخ عملوا بكل ما يستطيعون على أن يقلدوه مناصب الحكم والقيادة والسيادة والتوجيه، وصار يُقدم في المناسبات وفي سائر المحافل الدولية والعربية والإسلامية كوجه مشرق للفرد الجزائري الحديث المتحضر، وهو – الآن – الذي يتبوأ ويدير سائر مؤسسات ومنشآت وهيئات وشركات وإدارات الدولة الجزائرية الحديثة، وهو الذي يعبث بكل جميل فيها.. وهو – وهذه هي الحقيقة – لا يعكس حقيقة الفرد الجزائري المُغيّب عنوة، والمبعد عن صناعة الحدث، والذي يصنع الخير ويبشر بالنور والأمل. وهم مختلفون من حيث اللون، والشكل، والقسمات، والتحمل، والشدة، والنوع، والحجم من سمن وضعف، ومن طول وقصر، ولون العيون والشعر والبشرة، وغيرها.

3 – معرفة الواقع الثقافي:

وتبعا لذلك التقسيم الجغرافي والديمغرافي ينتج موروث ومشترك ثقافي، فكل فرد من هؤلاء يتميز عن غيره بمقوماته الثقافية من عادات وتقاليد وفنون وأزياء وأعراف وسلوكات وأنماط وسمات تُعبر عن خصوصياته الواجب احترامها.

فعلى الرغم من مشتركهم الثقافي العربي والأمازيغي الجزائري الواحد، إلاّ أنهم يختلفون عن بعضهم في الكثير من حيث البناء والممارسة الثقافية، في الألوان، والأزياء، والأنماط والسمات والأطعمة والأشربة والعادات والموروثات، والتي تبدو للملاحظ المتتبع، في الأفراح والأعراس والمناسبات الدينية والاجتماعية والتاريخية وغيرها.

فلو أردنا أن نضرب مثلا عن حفلات الزفاف وما يقتضيه من شروط وثوابت ونشاطات سنلحظ الفرق شاسعا بين سكان تبسة وتمنراست، وبين سكان غرداية وعين صالح، وبين سكان وادي سوف وتندوف وبشار..

ولنأخذ مثالا عن شكل العباءة والبرنوس لسكان المغرب العربي عن مثيله في المشرق العربي حيث تتسم العباءة المغربية عموما بكونها مغلقة على العكس من العباءة المشرقية المفتوحة، وهو ما يبين طبيعة الفرد الكتومة والصامتة، والتي تلجأ دائما إلى التكتم على مبدأ قاعدة الأخذ بالأحوط في الفروج، وقاعدة الأصل في الفروج والدماء التحريم في الفقه المالكي لمناسبتها

أصول التفكير الاجتماعي والثقافي لسكان المنطقة.[10]

4 – معرفة الواقع اللغوي:

وبتنوع وثراء العمق التاريخي للجزائريين، تثرّى موروثهم الثقافي، ومعه تثرّى موروثهم وراهنهم وسلوكهم اللغوي، ولعلني أضرب مثلا واحدا يبين صحة هذا الادعاء، فقد كانت الجزائر تُنظم في سنين الصحوة الإسلامية 1968–1991م/ 1388–14011هـ ملتقيات الفكر الإسلامي العالمية، وبجانبها تُنظم معارض الكتاب المدعوم، ويصطف الحضور لاقتناء الكتب صفا منتظما، ولك أن تسمع لهجة ولكنة ولسان ولغط كل ناحية يصدر عن ممثلها القادم والواقف في الطابور الطويل، فكلمة (تقدم) باللغة العربية لها أكثر من ستة مترادفات في اللهجة الجزائرية العربية فضلا عن الأمازيغية، فأحدهم يقول: (طبّع)، والآخر يقول: (ادمر)، والثالث يقول: (دز)، والرابع يقول: (داحز)، والخامس يقول: (قدّم)، والسادس يقول: (كدم)، والسابع يقول: (اللقدام).. فالكلمة الأولى صدرت من الفرد الجزائري ذي البشرة السوداء، والثانية من صاحب البشرة السمراء، والثالثة من صاحب البشرة البيضاء، والرابعة من صاحب البشرة الحمراء، والخامسة من الرجل التارقي الأزرق، والسادسة من الحنطي، والسابعة من الخليط.. وكل واحدة تأتي من فرد مختلف عن الآخر من حيث: اللون، والشكل، والقسمات، والتحمل، والشدة، والنوع، والسمن والضعف، والطول والقصر، ومن حيث لون العيون والشعر والبشرة، وغيرها..

ولكنات ولهجات سكان القطر الجزائري مختلفة عن بعضها اختلافا واضحا، فسكان الساحل في شرقه يختلفون عن وسطه وسكان وسطه يختلفون عن غربه، فالأقرب لتونس لكنتهم أقرب لهم، والأقرب للمغرب لكنتهم أقرب لهم، والوسط به لكنتان واحدة متقاربة وهي لسكان سكيكيدة والقل وجيجل والميلية، والأخرى لسكان بجاية وتيزي وزو. ولكنة أهل قسنطينة تختلف عن لكنة أهل تلمسان، والشمال الشرقي للصحراء في وادي سوف تختلف عن لكنة الشمال الغربي للصحراء من أهل بشار وتندوف.. فضلا عن غيرها من الاختلافات اللغوية، فثمة من عرب الوسط من مازال ينطق الغين قافا، والقاف غيناً..

5 – معرفة الواقع التربوي والأخلاقي:

أجمعت الدراسات التاريخية التي أرّخت للشعب الجزائري أنه شعب حيي وخلوق ومتدين ومجاهد، وشعب متمسك بدينه وعروبته وأصالته، ولولا حملات المسخ الاستعماري التي عصفت به لظل شامخا بدينه، فما تعرض له الشعب الجزائري من مسخ وتغريب وتفسيق وتجهيل وتنصير هو

الذي خلق منه شعبا هزيلا منفصم الشخصية، محبا للتبعية، وقابلا للاستعمار.. فقد كتب حمدان بن عثمان خوجة كتابه الشهير (المرآة) وقدمه كتقرير للبرلمان الفرنسي سنة 1833م ليدافع عن استقلال الجزائر، وليرد دعاوى قادة الاحتلال بأنهم جاؤوا لتمدينه، حيث عرض في كتابه الشهير مقومات المدنية والحضارة التي كان يحيا بها الشعب الجزائري قبل أن تقهره الجيوش الاستعمارية الأوربية الغازية، وهو سجل حافل لأصالة الشعب الجزائري قبيل وغداة الاحتلال الفرنسي، يجب أن يطلع عليه كل من أراد أن يُنصب نفسه موجها ومفتيا على الشعب الجزائري.[11]

6 – معرفة الواقع السياسي :

الفرد الجزائري فرد متمرد ثائر، يختلف عن غيره من سكان المغرب العربي، حيث الخضوع والإذعان، وحيث الفرد الهين اللين السهل المطواع.. والطبقة السياسية في البلاد مختلفة من حيث تكوينها ونشأتها وممارستها للسلطة عن غيرها في العالم العربي و الإسلامي، ولذا لا تحوز على الكارزماتية الممجدة، وهي في نظره أفراد شعبيون عاديون وصلوا بفعل عوامل وظروف يمكنها أن تتأتى له فيصبح مسؤولا وقائدا بسهولة، وهو الأمر الذي عاينا وعايشناه طيلة حياتنا العلمية والفكرية والدعوية في رصد الحالة الجزائرية السياسية.[12]

والدارس المتعمق في نفسية الفرد الجزائري سيكتشف بسرعة ودونما عناء أنه بطبيعته سريع الغضب، سريع التأثر، سريع الانفعال، سريع الاستجابة للتأثيرات الدينية، سريع الاستجابة لعلماء الدين، لاسيما الذين يُحسن الظن بهم. وهذا مأخذه السهل، حيث يمكن لمعدي خطط تدمير الشعوب من العبث به بكل سهولة، حيث يمكن استدراجه والعبث به، والرقص على ماضيه وحاضره ومستقبله، وهو ما حصل في العشرية السوداء، وفي العشرية الدموية الحمراء. فقد لعبت الصراعات بين القوى المتآمرة عليه، ووقع بين تيارات شد وجذب، واختلطت عليه الصورة ملطخة بأمشاج فتاوى متشنجة وقاصرة ومجانبة للواقع، فقتل بعضه بعضا، واستباح الجزائري من أخيه الجزائري كل مقدس، واستحل بفعل تلك الفتاوى والفتاوى المضادة كل مصون وموقر من: دم، ومال، وعرض..

ومن هنا يمكن معرفة مواطن الخيرية في نفسية الفرد الجزائري، وبالتالي تسخيرها في خدمة مشروع تنمية السياحة الصحراوية، حيث طيبة وسماحة وكرم أهل الصحراء.

5 – جاذبية مرافق الاستقبال التراثية الأصيلة:

أدركت الكثير من مراكز التفكير والبحث السياحي في العالمين العربي والإسلامي حاجة السائح الغربي الأوربي والأمريكي والآسيوي وبخاصة الياباني إلى نوعية تراثية من الخدمات والمنشآت

ومرافق الإيواء والاستقبال المحلية، ولذا سارعت الكثير من الدول المستثمرة في القطاع السياحي إلى العودة إلى التراث الأصيل في بناء وتشييد مرافق الاستقبال المحلية، المصممة خصيصا وفق الهندسة المحلية، والمصنوعة أيضا من المواد المحلية الطبيعية، وقد تقدمت في هذا المجال الشقيقتان المغرب وتونس، حيث رممتا البلدات القديمة أو ما تسمى بالقصبات، وشيدتا فنادق وهياكل استقبال محلية، ضمن نطاق المدينة القديمة، فاستطاعتا بذلك جلب السياح المتعطشين لليلة واحدة من ليالي الأنس العربي، وحلم ألف ليلة وليلة، وما مدينة " أصيلة " في المغرب و " مطماطة " في تونس إلاّ دليل على نجاح البعد التراثي الأصيل في تصميم هياكل الاستقبال الجذابة، وهو ما يجب على السياحة الصحراوية الجزائرية تقليده وتطويره والأخذ به. [13]

6 – البرامج الثقافية والترفيهية السياحية الثرية:

ولتشجيع السياحة الصحراوية يجب على وكالة السياحة ترسيم برامج ثقافية وترفيهية جذابة ومتميزة للأفواج السياحية الزائرة، وذلك بفهم حاجة الزبائن ورغبتهم في نوعية المنتج السياحي المرغوب فيه لديهم، حيث السياحة أنواع، وهي:

1 – السياحة الدينية للكنائس والبيع والمزارات ككنسية الأب شارك دو فوكو في الجنوب الجزائري، وقبر الكاهن الأعظم اليهودي في تلمسان..

2 – السياحة الدينية الموازية، التي تهدف إلى التعرف على مساجد وزوايا وكتاتيب وأضرحة المسلمين، بهدف التعريف بثقافتنا.

3 – السياحة العلمية والفكرية والثقافية والأدبية.

4 – السياحة التاريخية والأثرية.

5 – السياحة الترفيهية الترويحية.

ومن ثم صار من الواجب على الوكالات السياحية القيام بتنظيم رحلات سياحية إلى:

1 – المعالم التاريخية الدينية [وثنية، مسيحية، يهودية، إسلامية]. [14]

2 – المعالم التاريخية الإنسانية وكهوف الإنسان الأول.

3 – المناظر طبيعية المتميزة وحظائر الهقار والتاسيلي.

4 – المعالم التاريخية الثورية والسياسية التي تروي تاريخ ثورتنا وتضحيتنا.

5 – إثراء المشهد بباقات من الفلكلور والأدب والغناء التراثي المحلي.

6 – التعرف على المدن التراثية الجميلة كمدن حوض وادي ميزاب السبعة ومميزاتها التراثية وعادات وتقاليد وكرم أهلها.. وغيرها من مدن الجنوب الصحراوي. [15]

7 – فاعلية الإعلان السياحي الفضائي الناجح:

للإعلان السياحي دور فعال في التعريف بالخدمات والمنتجات السياحية الصحراوية الجزائرية، حيث الإعلان هو: فن إغراء الأفراد والجماعات من جمهور المستقبلين الحقيقيين والمرتقبين على انتهاج السلوك الاستهلاكي والبيعي والثقافي وفق طريقة الجهة المعلنة.[16]

وأهم خصائصه ومميزاته الرئيسة هي كونه نشاط اقتصادي واجتماعي وثقافي معا. وذلك عندما تسعى الجهة المنتجة والمعلنة لإيجاد حالة من الرضا النفسي لدى جمهور المستهلكين، وتحقيق الانسجام الثقافي والسلوكي لديهم ليتقبلوا الفكرة، أو السلعة، أو الخدمة المعلن عنها بما يحقق رضاهم، ولا يتعارض مع قيمهم الثقافية والسلوكية والاجتماعية ومستوياتهم وقدراتهم الاقتصادية.

فهو نشاط دعائي تأثيري، يحمل جمهور المستقبلين الحقيقيين والمرتقبين – دون شعور وتفكير منهم لتقدير حجم طاقاتهم وإمكاناتهم – على التأثر والتفاعل معه، وذلك بما يثيره فيهم من حساسيات داخلية، وبما يغريهم به من امتيازات وإيجابيات.. حتى يتوجهوا لسلوك الطريق الاستهلاكي الذي يحقق رضا المنتج والمعلن معا.

فهو علم وفن التقديم المغري، والمؤثر – للسلعة أو للخدمة أو للفكرة أو للتسهيلات – في جمهور المستقبلين بوسائل الإعلان المختلفة لسلوك الطريق البيعي والاستهلاكي والثقافي والاجتماعي والفني الذي يرضى عنه المعلن والمنتج معا، مقابل أجر مدفوع تبدو فيه صفة المعلن.[17]

ويرى الباحثون أن الإعلان له دور إيجابي وفعال في المجتمع، ويؤدي وظائف بناءة، وأنه لولا هذا النشاط الإعلاني المكثف – محليا، وإقليميا، وعالميا – لما أمكن للعجلة الاقتصادية والإنتاجية أن تتم دورتها كاملة، وتنجح في تسويق بضائعها، وبيع منتجاتها المتراكمة بمثل هذه السرعة، وبنفس هذه الكميات الضخمة. وفضلا عن ذلك فهو يشيع روح الحركة والفاعلية اقتصاديات المجتمعات والدول.

ويسهم في تخفيض التكاليف عموما، لكونه يخبر المنشآت والمنتجين والوسطاء والمتعاملين، وجمهور المستهلكين بأقرب الطرق وأقصرها للاتجاه مباشرة نحو السلعة، أو الخدمة، أو الفكرة، أو التسهيلات، أو المنشآت.. وذلك بما يزودهم به من معلومات كافية عما يعلن عنه. ومن هنا فإن الإعلان، ويسعى إلى الوصل إليها ما يلي:

1 – زيادة معلومات المستهلك المحتمل والمرتقب حول السلعة أو الخدمة المعلن عنها.

2 – زيادة تفضيل المستهلك الحقيقي والمحتمل لنوعية معينة – معلن عنها – دون غيرها. وذلك بتعريفه بالنوعية الجديدة التي تجلب له الرضى النفسي، والراحة الاستهلاكية فيندفع

للإقبال عليها.

3 – تعميق رغبة المستهلك حيال السلع، أو الخدمات المعلن عنها. أو خلق تلك الحالة النفسية في حالة عدم وجودها بالتذليل الإغرائي للظروف الداخلية والخارجية المحيطة بالمستهلك.

4 – تقليل مخاوف المستهلك من استعمال السلعة، أو الإقبال على الخدمة، أو المنشأة.

5 – تغيير الأهمية النسبية في ذهن المستهلك، خاصة تلك التي يعلقها حول بعض خصائص ومميزات وصفات بعض السلع أو الخدمات، أو المنشآت. [18]

6 – تغيير انطباعات المستهلك عن نوعية وطبيعة ومستوى الأفراد المستهلكين المقبلين على السلعة، أو الخدمة.. التي يعلن عنها، وتعداد صفاتهم الإيجابية وأخلاقهم المحببة اجتماعيا، لاسيما بعد إقبالهم على استعمال ما أعلن عنه.

7 – ترسيخ عامل الارتباط الشرطي في أذهان ونفسيات ومشاعر جمهور المستهلكين بين إقدامهم على اقتناء السلعة، أو الإقبال على الخدمة، أو المنشأة المعلن لها، وبين بعض الصفات المادية المحببة لديهم، وبين بعض الأخلاق المحببة اجتماعيا.

8 – كسب ولاء الوسطاء التجاريين، والموزعين، والوكلاء للإيمان بمدى نجاعة فن الإعلان في دفع جمهور المستهلكين على الإقبال على السلع المعلن عنها، وبالتالي اقتناعهم بزيادة التعامل معهم، بهدف زيادة نسبة مبيعاتهم، وارتفاع نسبة أرباحهم.

9 – مدى إسهام فن الإعلان في تخفيض نسبة تكاليف السلع، أو الخدمات، أو التسهيلات المعلن عنها. وذلك بما يقدمه من مواصفات، وأخبار، ومعلومات دقيقة ومباشرة لجمهور المستهلكين الحقيقيين والمرتقبين، فضلا عما يقدمه للوكلاء والوسطاء والموزعين المحليين والإقليميين والعالميين.

وعليه فإن الإعلان يؤثر تأثيرا مباشرا وفعالا في عملية تخزين المعلومات والحقائق والمعارف كما يؤثر في عملية بناء الصور الكلية في الحياة عن غالبية الأحداث، مما يساهم في عملية التكيف مع المواقف والأحداث الكلية للفرد، كما يساهم في تحويل المعرفة أهواء ورغبات وميولات.. وهو ما تحتاجه الدعاية السياحية الصحراوية. [19]

*** فاعلية الإعلان على السياحة الصحراوية:**

يمكن للإعلان الفعال تحقيق المنافع الاستراتيجية الوظائف والأهداف والغايات الشرعية التالية:

1 – تعريف جمهور المستقبلين وغيرهم بمزايا السلع، والخدمات، والتسهيلات، والمنشآت المحلية، وبأهم خصائصها ومميزاتها، والوقوف في وجه الإعلانات المضادة الأخرى.

2 – تقديم المنتجات السياحية المحلية للجمهور المحلي ولغيره، وتدعيم وجودها في السوق، وتشجيعه على الإقبال عليها دون غيرها، والمسارعة إلى تفضيلها، واقتنائها.

3 – خلق جو طيب من الألفة والإقبال للتعامل مع المعروضات المحلية، والتعامل مع الخدمات، والتسهيلات والمنشآت، وتفضيلها على غيرها.

12 – تشجيع ظاهرة الاستهلاك المشروع وذلك بتنمية حركية الإنتاج المحلي، وتشجيع الدورة الاقتصادية وحركية السوق، والرفع الإيجابي من المستوى الاقتصادي والمعيشي للجمهور بما يتوافق ومنطلقات ومنهج ومقاصد المشروع.

13 – تشجيع حركة المنافسة الاقتصادية المشروعة، ولاسيما بين المنتجات المحلية لتقف في وجه المنتجات والخدمات والمنشآت الغربية المهيمنة.

14– العمل على إيجاد علامات فارقة [ماركة وطنية] خاصة بها، وتدعيمها في مخيال الفرد والمجتمع لمواجهة الماركات الغربية العالمية المهيمنة على النفسيات والأسواق العالمية.

15– تشكيل قوة قيمية وثقافية وحضارية إسلامية متحدة ومهيمنة هدفها الرئيس هو خدمة التوجه الوطني الاقتصادي والمالي المحلي.

وبهذه الوظائف والمهام الإعلانية التي سيضطلع بها الإعلان الوطني خلال نشاطه الإشهاري على المديين القريب والبعيد والتي ستستغلها الدعاية السياحية الوطنية لتمرير قيمها وتدعيم وجودها. [20]

8 – البنية الاقتصادية الصحراوية المتميزة:

تشكل البنية الاقتصادية الصحراوية المتميزة أحد أركان نجاح السياحة الصحراوية، وتتمثل في تلك المنتجات والسلع ذات الطابع الصحراوي، كالأغذية الصحراوية وعلى رأسها التمور ومشتقات النخيل والتمر من عسل وعصير وأدوات ووسائل، وألبسة صحراوية، وهدايا ومنحوتات ومنقوشات ولوحات ومكتوبات وزواحف مصبرة، وغيرها.. كالذي تضمه أسواق مدن ميزاب، وأدرار ووادي سوف..

9 – الهيئات والمؤسسات والوكالات السياحية المتمرسة مهنيا والكفيئة ثقافيا ولوجيستيا.

ويبقى في الأخير دور وفاعلية ومهنية وتمرس وخبرة ومصداقية وكالات السياحة الجزائرية عموما ووكالات السياحة الصحراوية على وجه الخصوص في إعطاء صورة صادقة ومتماسكة

وأمينة عن المنشآت والخدمات السياحية الجزائرية، لأنها هي رأس المال الحقيقي.

*** خطة الدعاية المستقبلية في هذا المجال:**

وأمام هذه الوضعية المزرية لهذا القطاع الحيوي يمكن للدعاية المستقبلية أن تستثمر هذا المجال أيّما استثمار، وذلك وفق الخطة الاستراتيجية التالية:

1 – وضع خطة نظرية وتصورية لمفهوم السياحة الصحراوية الوطنية منطلقا وغاية ومشروعية وتاريخا.

2 – وضع خطة عملية وقانونية لممارسة السياحة الصحراوية تسييرا ووسائل وإمكانات، ووضع رزنامة شاملة للأوقات السياحية المختلفة بحسب نوعية النمط السياحي.

3 – صياغة شعار سياحي وطني صحراوي شمولي معبر من الكتاب أومن السنة أومن عمل السلف الصالح للسياحة الصحراوية من مثل قوله تعالى: ﴿ كلوا من رزق ربكم واشكروا له بلدة طيبة ورب غفور ﴾ (سبأ: 15).

4 – وضع جملة من الإجراءات العملية الفردية لتوجيه وحماية السائح من الانحراف والانزلاق عن تعاليم ديننا الحنيف، ولكي لا تصبح السياحة مدخلا من مداخل الشيطان، بل لتكون له عونا ومجالا تعبديا فسيحا يقربه إلى معرفة الحقائق الدينية الصحيحة.

5 – وضع التصورات الإسلامية النظرية موضع التطبيق في المجال السياحي، كقراءة دعاء السفر في وسائل النقل، وتسليم مطويات تبين بالشروحات العلمية والفكرية الحداثية.

6 – شرح وتوضيح فلسفة السياحية عبر مختلف وسائل الإعلام والإعلان والاتصال الحداثية، والاتجاه إلى السياح غير الآخرين في أوطانهم عبر كافة وسائل الاتصال ولاسيما مكاتب السياحة.

7 – الامتناع عن تقديم سائر المحرمات من مطعومات ومشروبات وتظاهرات واحتفالات ولقاءات.. وعدم التذرع بأي مبرر غير شرعي للتملص من شرع الله في هذا المجال الحيوي، لأن الفضل والرزق بيد الله ولن يغني الله الأمة الإسلامية بالحرام «والله لو توكلتم على الله حق توكله لرزقكم من حيث لا تعلمون، انظروا إلى الطير تغدو خماصا وتروح بطانا » (حديث شريف). [21]

8 – الحرص على إبراز الثقافة الوطنية في هياكل الاستقبال السياحية، بحيث تجسد ديكور وهندسة المدينة الجزائرية والبيت والفندق والخدمات الفندقية المحافظة على التقاليد الأصيلة..

التي لا تمتهن فيها أعراض أبنائنا وبناتنا، والتي تعكس قيم الستر والحياء والحشمة والخلق الفطري الكريم، والتي يتم من خلالها التعامل الشمولي مع سائر السياح بعادات وتقاليد وآداب وأخلاق الجزائريين في المأكل والمشرب والمجلس وإقامة الحفلات والعروض الثقافية والترفيهية.. 22

9 – صياغة خطة دعائية عبر مختلف الوسائل الحداثية [إنترنيت. بريد إلكتروني. نشر إلكتروني. وسائل مسموعة. مرئية. مكتوبة. ملتقيات. مؤتمرات. إعلانات. نشرات. مواقع. وسائل تثقيف وإعلام مختلفة..] لتبيان المواقع السياحية والثقافية في الجزائر.

وبهذه الخطة الدعائية في مجال السياحة تغدو قضايا السياحة معبرا حقيقيا ومجالا حيويا للدعاية للجزائر في قرن العولمة إن شاء الله.

ـ قائمة المصادر والمراجع

1 – أبو الفداء إسماعيل بن كثير الدمشقي، السيرة النبوية، دار المعرفة، بيروت، الطبعة الثانية، 1404هـ 1984م.

2 – نقولا زيادة، الجغرافية والرحلات عند العرب، دار الكتاب اللبناني، بيروت، الطبعة الثانية، 1978م.

3 – مجموعة من الأساتذة، أطلس الجزائر والعالم، دار الهدى، عين مليلة الجزائر، الطبعة الأولى، 2010م.

4 – عمر أنور الزبداني، فقه السياسة الشرعية الجويني أنموذجا، كتاب الأمة، قطر، عدد 144، رجب 1432هـ.

5 – عبد الرحمن الجيلالي، تاريخ الجزائر العام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الأولى، 1983م، ج 1.

6 – حمدان بن عثمان خوجة، المرآة، تحقيق وترجمة الدكتور محمد العربي الزبيري، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 1974م.

7 – أحمد عيساوي، مدينة تبسة وأعلامها بوابة الشرق ورئة العروبة وأريج الحضارات، مطبعة البلاغ، الجزائر، الطبعة الأولى، 2005م.

7 – أحمد عيساوي، الإعلان من منظور إسلامي، كتاب سلسلة الأمة، رقم 71، قطر، جمادى1، 1420هـ.

8 – أحمد عادل راشد، الإعلان، مكتبة النهضة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، 1981م.

9 – مصطفى زهير، التسويق وإدارة المبيعات، دار النهضة العربية، بيروت، الطبعة الأولى،

1404هـ 1984م.

10- سعيد عبد الفتاح، إدارة التسويق، دار النهضة الحديثة، بيروت، الطبعة الأولى، 1968م.

11 - محمد الصالح حناوي، إدارة التسويق، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 1984م.

12 - إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، 1405هـ 1985م.

13 - إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة والإعلام، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، الطبعة الأولى، 1971م.

14 - حسن حلبي، مبادىء في العلاقات العامة، منشورات دار عويدات، بيروت، الطبعة الأولى، 1980م.

15 - شون ماكبرايد وآخرون.. أصوات متعددة وعالم واحد، الشركة الوطنية للنشر، الجزائر، الطبعة الأولى، 1981م.

16- فؤاد بن سيد عبد الرحمن الرفاعي، النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية، دار الشهاب، باتنة، الجزائر، دون طبعة وتاريخ .

* المجلات:

16 - أحمد عيساوي، الأرض اليباب، مجلة البلاغ، الكويت، عدد 1967، الأحد25/ذو القعدة/ 1432هـ الموافق 23/10/2011م، ص 20.. وعدد 1968، ص 38..

17 - محمد حجازي، للإعلان وجه سياسي، مجلة العالم اللندنية، عدد 343، أكتوبر 1988م صفر 1409هـ، ص 61.

ـ الهوامش:

1. انظر: أبو الفداء إسماعيل بن كثير الدمشقي، السيرة النبوية، دار المعرفة، بيروت، الطبعة الثانية، 1404هـ 1984م، ج 2، ص 3... 40، باب الهجرة إلى الحبشة.
2. انظر: نقولا زيادة، الجغرافية والرحلات عند العرب، دار الكتاب اللبناني، بيروت، الطبعة الثانية، 1978م، ص 15.
3. انظر: مجموعة من الأساتذة، أطلس الجزائر والعالم، دار الهدى، عين مليلة الجزائر، الطبعة الأولى، 2010م، ص 25.
4. انظر: أبو المعالي الجويني، غياث الأمم في التياث الظلم، نقلا عن عمر أنور الزبداني، فقه السياسة الشرعية الجويني أنموذجا، كتاب الأمة، قطر، عدد 144، رجب 1432هـ، ص 49.
5. انظر: مجموعة من الأساتذة، أطلس الجزائر والعالم، دار الهدى، عين مليلة الجزائر، ط:1، 2010م، ص 40.
6. انظر: أطلس الجزائر والعالم، ص 40.. 43.

7. انظر: حمدان بن عثمان خوجة، المرآة، تحقيق وترجمة الدكتور محمد العربي الزبيري، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 1974م، ص 13.. وغيره.
8. انظر: عبد الرحمن الجيلالي، تاريخ الجزائر العام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الأولى، 1983م، ج 1، ص 44.
9. انظر: عبد الرحمن الجيلالي، تاريخ الجزائر العام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الأولى، 1983م، ج 3، ص 49.
10. انظر: أحمد عيساوي، مدينة تبسة وأعلامها بوابة الشرق ورئة العروبة وأريج الحضارات، مطبعة البلاغ، الجزائر، الطبعة الأولى، 2005م، ص 7 ..
11. * انظر: أحمد عيساوي، الأرض الييباب، مجلة البلاغ، الكويت، عدد 1967، الأحد25/ذو القعدة/1432هـ الموافق 23/10/2011م، ص 20.. وعدد 1968، ص 38..
12. انظر: حمدان بن عثمان خوجة، المرآة، تحقيق وترجمة الدكتور محمد العربي الزبيري، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 1974م، ص 33..
13. انظر: موقع مدينة مطماطة وأصيلة على الشبكة العنكبوتية.
14. انظر: كتابنا مدينة تبسة وأعلامها، المعابد الوثنية، معبد مينيريفا، آلهة الحب والجمال بتبسة.
15. انظر: رحلتنا إلى مدينة القرارة وغرداية في إطار ملتقى الشيخ إبراهيم أبو اليقظان سنة 2003م في مجلة وادي ميزاب.
16. انظر: أحمد عادل راشد، الإعلان، مكتبة النهضة العربية، بيروت، ط:1، 1981م، ص 35.
17. انظر: مصطفى زهير، التسويق وإدارة المبيعات، دار النهضة العربية، بيروت، ط:1، 1404هـ 1984، ص 370.
18. انظر: سعيد عبد الفتاح، إدارة التسويق، دار النهضة الحديثة، بيروت، ط:1، 1968م، ص 336.. 338. ومحمد الصالح حناوي، إدارة التسويق، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية، ط:1، 1984م، ص 447 و 448.
19. انظر: إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، 1405هـ 1985م، ص 30. وإبراهيم إمام، فن العلاقات العامة والإعلام، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، الطبعة الأولى، 1971م، ص 325. وحسن حلبي، مبادئ في العلاقات العامة، منشورات دار عويدات، بيروت، الطبعة الأولى، 1980م، ص 42. وشون ماكبرايد وآخرون.. أصوات متعددة وعالم واحد، الشركة الوطنية للنشر، الجزائر، الطبعة 1، 1981م، ص 328. ومحمد حجازي، للإعلان وجه سياسي، مجلة العالم اللندنية، عدد 343، أكتوبر 1988م صفر 1409هـ، ص 61.
20. انظر: لمزيد من التوسع انظر: أحمد عيساوي، الإعلان من منظور إسلامي، كتاب سلسلة الأمة، رقم 71، قطر، جمادى1، 1420هـ. ومحمد حجازي، للإعلان وجه سياسي، ص 61 و 62، بتصرف..
21. انظر: فؤاد بن سيد عبد الرحمن الرفاعي، النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية، دار الشهاب، باتنة، الجزائر، دون طبعة وتاريخ، ص 116.
22. يحرص الصينيون واليابانيون والهنود وسائر سكان آسيا وجنوب شرقها على نشر وتعميم وفرض ثقافتهم، ولاسيما في الأسابيع السياحية والثقافية، أو عبر منتجعاتهم السياحية، أو من خلال مراكزهم الثقافية والسياحية المنتشرة في العالم ويصل بهم الأمر إلى تقديسها ومنحها بخورا من الطقوسية المتميزة.

Les axes stratégiques de la réussite du tourisme saharienne algérienne

Dr. Ahmed AISSAOUI(*)

Résumè

Les détails de cette participation scientifique , idéale et l'empirisme personnel sur les éléments stratégie pour succès le tourisme Saharienne Algérienne , commence de l'obscurité essentiel de cette question : est-ce que nous possédons les éléments du tourisme Saharienne ? pour réponder à cette question il faut dire que nous somme ratés de bouger ce secteur stratégique , économique , socioculturel .

Bien que je me pose des questions de succès ce domaine touristique stratégique ; Premièrement une entrée sur le tourisme, et après on a traité les éléments de succès et comment profité l'occasion d'exploité ces éléments , surtout les sources naturel du milieu Algérienne dans le sud Saharienne riche .

Ce domaine touristique est très besoin de sécurité , tranquillité et développement économique surtout les temples touristiques historiques culturels , puis de fonder des thèmes culturels à partir de visiter les monuments riche de Sahara comme : L'hougare , Tassili , avec tous sa on peut activé se secteur stratégique .

(*) Département des sciences islamiques –Faculté des sciences humaines et sociales – Université de Batna – Algérie.