

دور السياحة في خدمة المجتمع وسبل تعزيزها باللغة العربية -أضواء وملاحظات-

The role of tourism in community service and ways to enhance it in the

Arabic language - Lights & Notes -

كلية الآداب، جامعة عنابة، الجزائر	العلوم الاجتماعية واللسانيات	Dr. Boufalaka Mohamed Seif Al-Islam د.محمد سيف الإسلام بوفلاقسة* saifalislamsaad@yahoo.fr
DOI: 10.46315/1714-012-001-046		

الإرسال: 2021/01/17 القبول: 2021/06/11 النشر: 2023/01/16

ملخص: يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على دور السياحة في خدمة المجتمع، وإلى البحث عن العلاقة بين اللغة العربية، والسياحة، وتُعالج مجموعة من التحديات التي تُواجهها في القطاع السياحي، ومن أبرز التحديات التي يتوقف معها بالدراسة انزواء اللُّغة العربية، وانتشار اللغات الأجنبية في مختلف الأعمال السياحية، وعدم الاهتمام باللغة العربية في القطاع السياحي، من قبل الإدارات، والعمال، وعدم توفر معجم سياحي يضم المفردات، والعبارات التي تفي بحاجات، ومتطلبات السائح الأجنبي، ويُقدم البحث في الأخير مجموعة من التوصيات، والاقتراحات، من بينها ضرورة وضع مقررات دراسية باللُّغة العربية تنهض بدور وظيفي متخصص؛ وذلك بغرض إدماجها في تخصص: السياحة في مختلف المعاهد، والجامعات مع الحرص على تكييف البرامج.
كلمات مفتاحية: السياحة: المجتمع: اللغة: دور: سبل.

Abstract:

This research aims to shed light on the role of tourism in serving society, and to search for the relationship between the Arabic language and tourism, and it addresses a set of challenges that it faces in the tourism sector, and among the most prominent challenges that the study stops with is the isolation of the Arabic language and the spread of foreign languages in Various tourism works, lack of interest in the Arabic language in the tourism sector, by administrations and workers, and the lack of a tourist glossary that includes vocabulary and phrases that meet the needs and requirements of the foreign tourist, and the research provides in the last a set of recommendations and suggestions, including the necessity of developing study courses In the Arabic language, , it plays a specialized functional role. With the aim of integrating them into the specialty: tourism in various institutes and universities, while making.

Key words: tourism: society: language: role: paths.

مقدمة:

تنصرف السياحة في دلالتها اللغوية إلى الفعل (سيح)؛ فساح الماء جرى على الأرض، والسيح هو الماء الجاري، وساح في الأرض، يسيح سيحاً، وسيوحاً سياحة، وسيحانا؛ أي ذهب، وفي الحديث: (لا سياحة في الإسلام)، والمسيح بالكسر؛ أي الذي يسيح في الأرض بالنميمة، والشر (الرازي، م، 2013، 152). وفي جلّ المعاجم العربية نجد دلالات تقترب من الضرب في وجه الأرض، والجولان، فساح الرجل في الأرض: سار في الأرض متنقلاً باختياره، أو قد ترادف السير للنظر، والاعتبار، والعبادة، والسائح: المتفكر في خلق الله، أو الصائم، أو المجاهد (اسماعيل، أ، 1982، 288)، وقد وردت عدة آيات في القرآن الكريم في سورة (التوبة)، وسورة التحريم، تدل معظمها على السير في الأرض بسهولة، وقد تعددت تعريفات السياحة من الجانب الاصطلاحي؛ فوفقاً لتعريف المنظمة العالمية للسياحة فهي انتقال، أو ارتحال الإنسان من بلد إلى بلد آخر غير موطنه الأصلي في مدة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة، ولا تزيد عن سنة، وذلك لأية أغراض غير الربح، أو امتهان حرفة محددة، وتُعرف كذلك بأنها خروج المرء من وطنه الأصلي إلى بلد آخر، أو مكان ما بغرض قضاء حاجة خاصة معيّنة، وهذا الخروج قد يكون لأسباب متعددة، والحق أن خروج المرء من وطنه الأصلي إلى بلد آخر يظل عرضة لكل الاحتمالات، والانعكاسات، وتتضح أولى هذه الانعكاسات في طبيعة المجتمع الذي تكثر فيه السياحة؛ إذ تنعكس عليه آثار التعارف الشعبي؛ من خلال تبادل الآراء، والثقافات، واللغات، ومعرفة الحاجات، وأنواع الإنتاج المحلي، إضافة إلى إقامة المحطات على الطُّرق، والمدن، وهذا ما أوجبه طبيعة السياحة الدينية على سبيل المثال، والتي انطلقت منذ زمن تليد موغل في القدم، يوم كانوا فيما قبل الجاهلية، وفي أثنائها يحجّون إلى البيت العتيق (مكة المكرمة) من شتى القبائل، ومن كلّ حذب، وصوب، ولا شك في أن السياحة الدينية هذه؛ هي التي كانت أدعى الأسباب من أجل النهوض بإنشاء الأسواق التجارية التي عرفها العرب منذ حقبة موغلة في قلب التاريخ، وقد ذكرتها مجموعة من المصادر العربية القديمة، وأكدت بأنها قد وجدت في الحجاز، ونجد، والخليج العربي، والعراق، والشام، وقد أدّت تلك الأسواق إلى ضرورة إقامة المحطات التي يلجأ إليها التجار للراحة مع قوافلهم، ومن ثمّ صارت عمائر، ومدناً، ومنها ما تحوّل إلى ممالك قائمة بذاتها، وأضحّت بعد فترة متميزة بحدودها، وسيادتها، مثل: مَعين، وسبأ، وجمير، والبتراء، وتدمر، وبُصرى، وغيرها. (محمد فريد عبد الله، 2005م، 16).

أولاً: مفهوم السياحة وأنواعها ودورها في خدمة المجتمع:

إن السياحة تتطور بتطور الإنسان نفسه، وهي نشاط إنساني تعددت توصيفاته، فمن قائل إنها وسيلة الاسترزاق الأولى؛ حيث ذهب الإنسان يبحث عن الماء، أو الكلال، أو الثمار، أو التجارة،

ومن قائل إنها (السياحة) هي التي مكنت الإنسان من التخلص من المتاعب، والمصاعب، فساح في البراري حُرّاً طليقاً من مختلف الهموم، والقيود، كما أن هناك من وصفها بأنها الوسيلة الأولى التي سمحت بمجازفة الإنسان، وخروجه من مكانه، وقد عرفت عدة تطورات عبر شتى العصور، وتطورت بتطور وسائل النقل، وهياكل السفر، وتنظيماته، وكذلك فقد تطورت مع وجود الوسائل السمعية، والبصرية، وبتطور نمو الدخل الفردي في كثير من بلدان العالم؛ وهذا ما جعل النشاط السياحي يتسع اجتماعياً، ولا يبقى حكراً على الطبقات العليا، أو النخبة، حتى أضحت السياحة وسيلة ترفيهية في عدد غير قليل من المجتمعات الأوروبية (عبد المجيد حنون، 2010م، 95).

وبالنسبة إلى المفهوم الذي يتداول في أغلب اللغات، ويكاد يقع الإجماع عليه، فهو يتصل بأن السياحة هي «أنشطة المسافرين إلى أماكن خارج بيئتهم المألوفة لمدة لا تزيد على سنة لغرض قضاء وقت الفراغ، أو الأعمال، أو زيارة الأقارب، والأصدقاء، أو أغراض أخرى غير متصلة بمزاولة نشاط مقابل أجر داخل المكان المقصود» (تأليف جماعي، 1434هـ، 155).

ولا ريب في أن النظام السياحي يتأثر دائماً بالمحيط الاقتصادي، والاجتماعي، والسياسي، والبيئي، والتكنولوجي؛ إذ يؤثر المحيط الاقتصادي في الأنشطة السياحية، وذلك من خلال إنتاج السلع، والأدوات، والتجهيزات الخاصة بالترفيه، والخدمات المتصلة بالنقل، والإيواء، والإطعام، والمقاهي، والترفيه، والتنشيط، أما المحيط السياسي؛ فله تأثير كبير على شتى الأنشطة السياحية، وذلك من حيث إنه، من خلاله يتحدد القطاع السياحي للدولة؛ التي بإمكانها أن تشجع، وتخطط، وتنظم، كما يمكن لها أن توقف النشاط السياحي بوساطة معايير مختلفة، ولا يختلف اثنان في أن المحيط الاجتماعي، والبيئي يؤثر بشكل كبير في السياحة؛ فالترابط، والتلاحم بين النشاط السياحي، والمحيط الاجتماعي، يسمح بربط علاقات تتسم بالتعدد، والتنوع، ولاسيما أن السياحة تشكل ظاهرة اجتماعية تُنسج عن طريقها علاقات إنسانية، والبيئة تسمح بتكوين المنتج السياحي؛ الذي يشكل سبباً، ودافعاً للسفر إلى المناطق المرغوب فيها، وقد أضحت المحيط التكنولوجي صاحب تأثيرات متعددة في النظام السياحي، ومن جوانب مختلفة، ومن بين هذه الجوانب المعدات، والتجهيزات العصرية، والمواصلات الحديثة (كواش، خ، 2007، 24).

وقد تعددت أنواع السياحة تبعاً لتعدد الدوافع، والرغبات، والاحتياجات المتنوعة، والمتعددة، فهناك السياحة الثقافية؛ التي تكون الزيارة فيها للمناطق الأثرية المعروفة بأثارها القديمة من شتى الحضارات، ويرمي السائح من ورائها إلى التزود بالمعارف الثقافية، والسياحة الثقافية، أو التعليمية كثيراً ما تتبدى من خلال الرحلات التي يقوم بها الباحثون، وعلماء الآثار الذي يركزون على ثقافات الشعوب وتاريخها، ويبدلون من أجل الوصول إليها كل ما يملكون، فهم يُنقبون في شتى

المصادر ليصلوا إلى المعلومات التي تُضيء ما غمض عنهم، من أجل تلميع حلقات تاريخهم، وتحديد معالم أسلافهم، وإنجازاتهم ومهاراتهم، وكل ذلك من أجل أن تتجلى لشعوبهم ملامح التميز، والتفرد في البيئة، أو الوطن، ومن يسعى إلى خدمة السياحة الثقافية، عليه أن يتأمل في المصادر التي يُمكن اعتصارها، والإفادة منها نظرياً، وميدانياً، وهي: الآثار في المتاحف وفي الطبيعة، وهي تشمل مُنجزات الإنسان الجزائري المادية الحرفية، إضافة إلى التأثيرات الحضارية الأجنبية، أو المحلية من عمق التراب الجزائري، ومن بينها الإبداعات الشعبية الجماهيرية المتنوعة التي تتلاحق عبر العصور، وتبدو آثارها في هذه المنجزات، والسياحة الثقافية والعلمية تقتضي في بعض جوانبها التأمل بعمق في إشارات المؤرخين، فمن المعروف عن المؤرخين أن مصادرهم ثلاثة أنواع: المصادر المكتوبة، والمصادر الشفوية، والمشاهدة، والمعاشية للأحداث، والوقائع، ولذلك يجب الانتباه إلى أن معلومات بعضهم يغلب عليها التأثر، والميول الشخصية، وهذه العناصر، والعوامل قد تكون غير مُرضية للباحث عن حقيقة ما في ثنايا أخبارهم، بيد أنها تكتسي أهمية قصوى، ويجب إخضاعها لمنطق التاريخ، ومنطق التصور الذي يظل سمة روح كل عصر، وكل حين (عيلان، 2007 م، 18).

وأياً ما يكن الشأن فإن السائح الذي يصنف في إطار السياحة الثقافية، ويرغب في اكتشاف الجوانب الثقافية، والاجتماعية، لا يستغني عن العودة إلى كتب التاريخ، ويجب أن يضع في اعتباره أن ما يُمكن أن يفيد من التاريخ مثلاً هو العلاقات السياسية والثقافية بين الجزائر، ودول المتوسط الأخرى، من مثل الصراع منذ الألفية الأخيرة قبل الميلاد، والحروب النوميديّة القرطاجية، والصراعات البربرية الرومانية، والملوك الأمازيغ والقرطاجيين، وهذه جميعها مؤثرات في توجهات الجزائر، ونظام حياتها بحكم قربها من منطقة الصراع المتوسطي، وبحكم أنها شكلت منطقة صراع من جهة أخرى، إضافة إلى النشاط الاقتصادي للمجتمع من خلال دراسة الحركة التجارية، والتبادل التجاري، وحركة التصدير، والاستيراد، والعلاقات التي عُرفت بين الحاكم، والمُجتمع، وأثر الحاكم في شتى الأوضاع الاجتماعية من حيث النمو، والتطور، ومدى حضور الحاكم في مشاريع المجتمع الصناعية، والتجارية، والقوانين التي شملت ذلك، وظروف تخطيط المدن، وإحكامها، ومُواجهة المجتمع للكوارث، والحروب التي خاضها، وانتصاراته، وهزائمه، وطرائق تنظيم الجيوش، وتسليحها في مختلف الدول التي عرفتها الجزائر (المغرب الأوسط) في شتى العصور، وكذا التطورات، والتحديثات التي أدخلت عليها، وكذلك الأمر بالنسبة إلى السفن الحربية، والتجارية التي كانت تُصنع بمرفئ الجزائر، وتطور حرف صناعة السلاح، وصورة المجتمع في ظل السلم والحرب، ومؤشرات انتشار العدل، والرخاء الاقتصادي، ومدى تطور الآداب،

والفنون، وتطور المهارات، والحرف، والمنجزات مع التغيرات السياسية، والظروف الدولية، والهجرات المختلفة للشعوب، ونزوحها، واكتساحها لشعوب أخرى، واستقرارها، وتأثيرها، وأثر ذلك في الثقافة، وفي الحياة عموماً (عيلان، م، 2007، 19).

وتُعرف السياحة الرياضية بأنها «الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة، أو الاستمتاع بمشاهدتها، كالمشاركة في دورات الألعاب الأولمبية. وبطولات العالم المختلفة، وقد انتعشت هذه السياحة في دول معينة تتمتع بمميزات، وتسهيلات، وإمكانيات متعددة، ومستوى معيشي مرتفع يسمح بإقامة المنشآت الرياضية الملائمة، والقرى المتكاملة التي تستوعب وفود السائحين، وتيسر لهم الظروف المشجعة من حيث الإيواء، والإطعام، والترفيه، والملاعب» (كواش، خ، 2007، 93).

ومن أبرز أنواع السياحة، زيارة الأماكن المقدسة، والتي تصنف على أنها سياحة دينية، وفيها يتم التركيز على الأماكن ذات الطابع الديني، والتاريخي، وقد تكون زيارة لشخصيات دينية ميتة، أو أنها ما زالت حية، وهذه السياحة واضحة، وغرضها إشباع العاطفة الدينية، وتحقيق العلاج النفسي، أو الروحي، وهناك سياحة المؤتمرات، والاجتماعات، وسياحة الأعمال التجارية، التي يتم فيها استكشاف المعارض الدولية، والأسواق التجارية، وغرضها معرفة الأسعار، والمقارنة، والاقتران، وهناك السياحة الاستشفائية، وغرضها العلاج، وهي قديمة، وعرفتها الشعوب في أزمان سحيقة، ومنذ أزمان بعيدة نتج عن السياحة، والسفر أدب الرحلات، أو أدب الرحلة، وهو شكل من أشكال الكتابة الأدبية التي أغفلتها جملة من العلوم، ويفترض بمن يدرس تخصص السياحة، أن يهتم بإشارات الرحالة، أو ما يُسمى بأدب الرحلات التي تؤثر بشكل بارز في الثقافة الإنسانية جمعاء، وفي المجتمعات التي احتضنتها، فنحن نُلقي في هذا النوع من الكتابة خطابات الهوية، والغيرية، ونقرأ موضوعات تاريخية، واجتماعية، وسياسية تتصل بالعلاقات الدبلوماسية بين بلد الرحال، والبلد المقصود في الرحلة، وتزخر عدة نصوص أدبية بمعلومات ثمينة علمية، وثقافية تُميط اللثام عن جو المناقشات العلمية، وإلقاء المحاضرات، والدروس في أهم المراكز الثقافية، والمؤسسات الدينية، فضلاً عن تبادل الإجازات، والمعارف العلمية، والتأمل في أهم المعالم الثقافية، فالرحال يعتمد على مصدرين «أحدهما المشاهدة والتدوين للمعلومات، وهذا المصدر يحكمه التأثر الشخصي، وتأثير العادات، والتقاليد، والمعتقدات للرجال، والثاني الأخبار المنقولة، وهي أيضاً إما شفوية رواها له من التقى بهم ممن يعيشون في المناطق التي لم يزرها، أو رواها له تجار، أو مسافرون عابرون، وإما أنها منقولة من كتب رحالة آخرين دونوا معلوماتهم،

ومشاهداتهم عن مناطق زاروها، ولم يستطع الرحالة المرجع زيارتها، أو الوصول إلى معلومات عنها (عيلان، م، 2007، 21).

ولا ريب في أن الرحلات تكتسي أهمية كبيرة؛ كونها تتعرض إلى جميع نواحي الحياة، أو جملها، إذ تتوفر فيها مادة وفيرة جداً مما يُهم السائح، والمؤرخ، والجغرافي، وعالم الاجتماع، والاقتصاد، ومؤرخ الآداب، والأديان، والأساطير، فالرحلات منابع ثرّة لشتى العلوم، والفنون، وهي في مجملها سجل حقيقي لمختلف مظاهر الحياة، ومفاهيم أهلها على مر العصور؛ فالرحالة وهو يتجول في الأرض أثناء رحلته يغطي في الوقت نفسه المظاهر المختلفة التي شاهدها، وسمعتها، ولا ريب في أن الرحالين يتنوعون في دقة ملاحظاتهم، وفي درجة اهتمامهم، وفي نوع هذا الاهتمام، وللرحلات قيمة علمية، وأدبية؛ فالقيمة العلمية تتبدى من خلال ما تحتويه من معارف جغرافية، وتاريخية، واجتماعية، واقتصادية، وهي واضحة في ما تم تدوينه من قبل الرحالة من جراء اتصاله المباشر بالطبيعة، وبالناس، وبالحياة خلال رحلته، وأما القيمة الأدبية؛ فهي تظهر من خلال ما تعرضه في موادها من أساليب ترتفع بها إلى عالم الأدب، وترقى بها إلى مستوى الخيال الفني، وعلى الرغم مما يتسم به أدب الرحلات من تنوع في الأسلوب من السرد القصصي، إلى الوصف، إلى الحوار، وغيره، فإن أبرز ما يميزه أسلوب الكتابة القصصية المعتمد على السرد المُشوق (حسني، م، 1983، 6).

وأدب الرحلة له صلة وثيقة بالسياحة، ونجد فيه الكثير من أخبار السياحة، وتبنى الرحلة على القصصية؛ أي القصد استقامة الطريق، وهذه القصصية تقتضي الذهاب، والإياب، وتبنى على قصصية الكتابة، والتي تقتضي سرد الرحلة؛ وإلا أضحي كل مرتحل رحالة، إضافة إلى هيمنة بنية السفر، وليس الحافز على السفر، إضافة إلى وجود السرد الموقعي، أو الموضوعي، وهو خلق إبداعي من قبل السارد، وبأتم عينيه للشيء المرئي؛ إذ يرسم لوحات إبداعية خلّاقة عبر صنعة بيانية للمسرود، فضلاً عن التحويل؛ إذ يتحول الوصف إلى سرد، والسرد إلى وصف، وهناك الوصف المباشر، والوصف التاريخي، والوصف الأدبي، ومن مكونات الرحلة الهدف التعليمي الذي يكون بوسائل بلاغية، وإبلاغية، وقد قسمت الرحلة إلى خمسة عشر قسماً، وهي: الحجازية، وهي ما يتم وضعها بعد زيارة الأراضي المقدسة، والسياحية؛ التي تكون السياحة غايتها المطلقة، والدراسية؛ التي يتغرب فيها الرحالة من أجل طلب العلم، والأثرية؛ التي يكون الغرض منها اكتشاف الآثار، والاكتشافية، والزيارية، والسياسية، والعلمية، والمقامية، والدليلية، والرسمية، والخيالية، والفهرسية، والسفارية، والعامية (خضر، م، 2011، 7).

لقد أضحت السياحة نشاطاً يكتسي أهمية كبيرة، وذلك بسبب تعدد غاياته، وأهدافه، وهناك العديد من الدوافع التي تؤدي إلى النشاط السياحي، ومن بينها: دوافع ثقافية وحضارية؛

تتصل بمشاهدة الآثار، وتاريخ الحضارات القديمة، والمواقع الأثرية، ومعرفة حياة الناس في البلدان الأخرى، والتعرف عليها، والاطلاع على ثقافات الشعوب وأنماط، وطرائق معيشتهم الاجتماعية، والحضارية، والثقافية، واكتشافها من أجل العلم، والمعرفة، والثقافة، وهناك دوافع أخرى للسياحة، من بينها: دوافع دينية، ودوافع عرقية، ودوافع اقتصادية، ودوافع صحية، ودوافع رياضية، وهذا القطاع ما زال بحاجة إلى استغلاله، وتركيز الاهتمام عليه من مختلف الجوانب، نظراً لصلته بالأبعاد الثقافية، والعلمية، إذ أن له فعالية كبيرة في مجال انتشار اللغات، وتطورها؛ وهو أكثر القطاعات استقطاباً، وجذباً للمتعاملين الاقتصادية، ولذلك أضحت السياحة صناعة من الصناعات الراقية في عدد غير قليل من الدول المتقدمة.

ثانياً: سبل تعزيز اللُّغة العربية في القطاع السياحي:

إن السياحة ميدان يتسم بالثراء، ومن أبرز ما يحتاجه السائح (الخدمة اللُّغوية)؛ التي تكتسي أهمية كبيرة كونها تسمح بخلق صلات، ووشائج بين شتى المؤسسات الفاعلة في القطاع السياحي، وفي مقدمتها وزارات السياحة، ومعاهد السياحة، وكلياتها، وأقسامها في مختلف الجامعات، ويُمكن استغلال السياحة في تطوير الاستعمال اللُّغوي لدى السائح الأجنبي، ومعلوم أن اللُّغة ظاهرة اجتماعية تعكس ما يُنجزه المجتمع، وبدونها لا يُمكن أن تكون هناك ثقافة بين البشر، وفي علم (الأنثروبولوجيا) تغدو اللُّغة مكوناً من مكونات الثقافة، والاستعمالات اللُّغوية الواعية تحظى بالدراسة والتحليل، من قبل علماء (أنثروبولوجيا اللُّغة)، وبما أن الخدمة اللُّغوية تكون بالعربية، فهذا الأمر يؤشر إلى وجود نوع من التخطيط، والتنظيم لنشر اللُّغة العربية بين الشعوب، والأمم غير العربية؛ مما يجعلها لغة من اللُّغات العالمية، وهذا من شأنه أن يعمل على تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية، والتربوية، والمعجمية، والاصطلاحية، ولاسيما في القطاع السياحي الذي له صلة وشيجة بالمسرح، والمتاحف، والجامعات، والمكتبات، والمؤسسات الثقافية، ونوادي القراءة، والتسلية، والترفيه، والأماكن الأثرية في البلاد، ويجب مراعاة أن للسياحة علاقات شتى بالمواصلات، والإعلام، والثقافة، والاقتصاد، والمحيط الاجتماعي العام؛ الذي توظف فيه اللُّغة العربية، وهذا يحتاج إلى استعمالات لغوية جديدة، وصناعة معاجم جديدة، ويظل الهدف الرئيس للسائح هو الاكتشاف؛ اكتشاف الأشياء التي لا يعرفها، أو معرفة ما كان يسمع عنه، ولم يره، ويحتاج لتحقيق أهدافه إلى اللغة من أجل التواصل مع الآخر، والتعبير عن الغرض، والابتهاج، والمتعة، والاندھاش، أو الرفض، أو القبول، وذلك بحسب مقاصده، وأغراضه المتنوعة، وبحسب أنواع السياحة؛ التي قد تكون السياحة العملية، أو السياحة الاجتماعية، أو السياحة العلمية المعرفية، أو السياحة الداخلية (بشير إبير، 2011م، 222).

فلا شك أن التواصل اللساني هو أول ما يحتاجه السائح فور وصوله إلى البلد المقصود، وهو لا يتم إلا في حالة امتلاكه لبعض المعارف اللسانية مع المتكلمين، ومن بين أبرز ما يلاحظه كل من يرصد علاقة اللغة العربية بالسياحة أن الدول العربية التي تعرف نشاطاً سياحياً بنسبة كبيرة، يُلاحظ أنها تتعامل مع السائح الأجنبي بلغته الأصلية، أو بلغة أخرى في أغلب الأحيان ليست اللغة العربية، وهذا ما نبه إليه عدد غير قليل من الباحثين، وأرجعوه إلى عدة أسباب، ومن بينها: الاعتقاد بأن السائح الأجنبي لا يعرف اللغة العربية، وهذا ما قد يؤدي إلى نفوره، مع أن اللغة ليست هي العنصر الرئيس في الجذب السياحي، إضافة إلى الاحترام المبالغ فيه للسائح الأجنبي من أجل إرضائه بشتى الوسائل، مع وجود هزال في المعجم اللغوي العربي السياحي، حيث يلقي المتعاملون العرب أنفسهم أمام رصيد لغوي محدود من حيث الكم، كما أنه يتسم بالبساطة، والسياحة تحتاج إلى معجم حضري (عبد المجيد حنون، 2010م، 99).

ولابد من الحرص على وضع خطة دقيقة، ومنهجية لانفتاح اللغة العربية على القطاعات الاجتماعية، والاقتصادية. وذلك من خلال العمل على تطوير استعمالها في ميادين شتى، مثل: الإعلام، والإدارة، والفنون، والمتاحف، وفي هذا الشأن يجب أن نُركز على التواصل اللساني الذي هو أول ما يحتاجه السائح، وفي هذا الميدان (القطاع السياحي) يتم الاهتمام بتعليم اللغة العربية لأغراض مهنية، وأغراض خاصة، والتي تنقسم في هذا الصدد إلى قسمين-ونستشهد في هذا الشأن بما ذكره الباحث (عبد الرحمن بن شيك)-؛ تعليم اللغة العربية لأغراض أكاديمية مثلما هو الحال في التعليم الجامعي، والمؤسسات التعليمية؛ إذ يحتاجها المتعلم بغرض أكاديمي لاكتساب المعارف، وتحصيلها، فوظيفتها تتجسد في سد حاجات أكاديمية تعليمية، وتعليم اللغة العربية لأغراض وظيفية؛ بحيث يجب أن تُفعل اللغة في جانبها الوظيفي لخدمة المتعلم، وتلبية حاجاته الاستعمالية في قطاع مُعين، مثل: تعليم رجال الأعمال، والدبلوماسيين، ومرشدي السياحة في القطاع السياحي؛ فاللغة الوظيفية يجب التركيز عليها في مجال السياحة، وهناك مجموعة من السمات العامة التي تُميزها، ومن بينها- كما يذهب الباحث الدكتور (وليد قصاب) إلى تحديدها: الاهتمام بسلامة اللغة نحواً وصرفاً وإملاءً، وإذا كانت اللغة الوظيفية معنية بالتواصل بشكل أساس؛ فإن هذا لا يعني أنها ليست معيارية، أو أنها تتساهل في موضوع الخطأ والصواب، كما قد يُوجي بذلك كلام بعضهم، أو أنها مطالبة بتغيير مصطلحات اللغة العربية التي أخذت طابع الرسوخ، والثبات، كما طالب بذلك بعضهم، ويجب وضع هذه اللغة في مقام التداول، أي الاستخدام الحياتي اليومي، وهذا يعني ربطها بالحياة؛ لكي يستطيع مُستعملها إنتاج العبارات، والأساليب التواصلية المناسبة للمواقف الحياتية المختلفة، وما سبق يعني تنوع أساليب اللغة بحسب ما يُسمى في البلاغة العربية «مقتضى الحال»، أو «لكل مقام مقال»، فأساليب اللغة الوظيفية ليست واحدة بل تختلف بحسب الموضوع، والمخاطب، والمقام، وغير ذلك من المستلزمات: فهناك خطاب إعلامي حكومي رسمي، وهناك خطاب سياسي، وهناك إشهاري تجاري، وهناك خطاب ديني، أو وطني، أو غير ذلك، وينبغي أن تُلاحق هذه اللغة الوظيفية مستجدات الألفاظ والعبارات، وتحاول استعمالها، والتعامل بها، ورفد اللغة

بها، وذلك بعد ضبطها في إطار قواعد اللغة، ومعاييرها، وفي الوقت نفسه تبتعد هذه اللغة الوظيفية عن المستهجن الغريب من الألفاظ، وما أضى مهجوراً غير مستعمل، متجهة إلى اليومي الحياتي ما دام في إطار الصحة والصواب، إن اللغة الوظيفية تحاول -ما أمكن- تضييق الهوة بين ما يسمى الفصحى، والعامي، بما يُقدم لغة حيوية سهلة تتسم بالمرونة، والبساطة، والسهولة، وتقدم المفردات، والعبارات الصحيحة الأكثر استعمالاً، وتعتمد هذه اللغة الوظيفية عند تدريسها، أو تقديمها على محاكاة النموذج، أكثر من اعتمادها على تقرير القواعد، أو تعليم مسائل النحو، ويترب على ما سبق أن العناية بضبط الكلام، وإيراده بشكل صحيح أهم من معرفة قواعده (قصاب، 2017م، 116).

والمحصول اللفظي من أبرز موضوعات التخطيط اللغوي الذي يعتمد التنمية اللغوية المبرمجة، وفي أقسام السياحة يتم التركيز على عدد الكلمات المستخدمة في القطاع، والتي يحفظها المتعلم، ويكون تعليم اللغة في المجال السياحي ناجحاً حين يعمل المنهج التعليمي على تنمية الألفاظ، والمصطلحات لدى الطلاب بطرائق سليمة، ومن أبرز الرهانات المطروحة الآن أمام المجتمعات العربية، هو: رهان التنمية اللغوية، وما هي الطرائق التي ستتحقق بها، وفي مجال المحتوى المرقم، تجدر الإشارة إلى ضرورة الالتفات إلى إنجاز معجم سياحي، مما يُسهّم في انفتاح اللغة العربية على المحيط الثقافي، والاقتصادي، والاجتماعي، ويؤدي إلى أن تنسجم مع البيئة التي تحتاجها في مجال الاستعمال، وأداء الحاجات، فالسياحة ظاهرة قديمة، وقد ارتبطت بوجود الإنسان، ويُقصد بها في دلالتها اللغوية التنقل من بلد إلى آخر طلباً للتزّه، أو الاستكشاف، والاستطلاع، للبحث عن مناطق جديدة في بيئات جغرافية قد تكون أفضل، وتتوفر فيها سُبل الحياة، أو لتبادل المعارف، والتجارب مع مجموعات بشرية أخرى، أو من أجل إقامة علاقات تجارية، وسياسية مع الآخرين، وقد تغيرت الأوضاع تدريجياً، فتحوّلت ظاهرة انتقال الإنسان لتحقيق رغباته، واحتياجاته، وشؤون حياته اليومية إلى ظاهرة اجتماعية، وثقافية، غايتها المتعة، والاستجمام، والراحة، والثقافة، وتعد صناعة السياحة من الصناعات الرائدة التي تدر دخلاً كبيراً، حيث تم الاعتماد عليها في كثير من الدول، فنجحت نجاحاً كبيراً في زيادة مواردها، ولا ريب في أن تطور مفهوم السياحة، وأهدافها أسهم في تحويلها إلى ظاهرة ثقافية، وإنسانية، ونشاط اجتماعي يخضع لكثير من المؤشرات، والمتغيرات المحلية، والعالمية، كما أنها لم تظل نشاطاً مؤقتاً خاضعاً لظروف، ورغبات ظرفية فقط، وانتقل مفهوم السياحة من مجرد إشباع رغبات الإنسان المؤقتة، إلى صناعة ترمي إلى التوسع المستمر، وخلق طلب مستمر على شتى الخدمات (كواش، خ، 2007، 3).

وتؤكد الباحثة الدكتورّة (أمل شفيق العمري) على ضرورة صياغة مهام لغوي يعترف للغة الضاد بدور وظيفي تخصصي لإدماجه في نسيج الميدان السياحي، ومن أولى خطوات هذا المهام تحرير القدرة التعبيرية للغة العربية داخل قطاع السياحة لاستيعاب تجليات هذا القطاع بجميع أبعادها، كما تذهب إلى أن الحديث عن لغة سياحية عربية يظل موهوناً بمدى تطويع اللغة العربية لاستيعاب الواقع بكل مفاصله، وبشكل لا يتنافى مع نظام اللغة العربية من حيث الأصوات، والصرف، والتركيب، والدلالة، ومن

بين السبل التي من شأنها أن تعزز اللغة العربية في القطاع السياحي، وتخدمها تغيير مناهج مادة اللغة العربية في الجامعات، والمعاهد السياحية لتخدم ميدان السياحة من حيث النصوص، والتطبيقات، وهذا ما أكدت عليه الدكتورة (أمل شفيق العمري)، حيث تنبه في هذا الصدد إلى أن من أهم أهداف التكوين السياحي هو تنمية، وليس خلق القدرة اللغوية عند الطالب الذي يدرس السياحة، ولذلك يجب وضع مناهج تعليمي يقوم على تنمية الرصيد المعرفي، والمعجمي عند المتعلم، لذا من الأفضل أن تكون المواضيع، والمفردات، والنصوص مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بمجال السياحة، وتخصصاتها (أمل شفيق العمري، 2019 م)، ولذلك يجب استغلال الجوانب الإيجابية للثورة الرقمية من أجل تسويق اللغة العربية، وخدمة القطاع السياحي، واستثمار الأنظمة الحاسوبية، والبرامج الإلكترونية لتعزيز حضور اللغة العربية في القطاع السياحي، كما أن هناك إمكانيات كثيرة لاستغلال المؤسسات الإعلامية من أجل تعزيز حضور اللغة العربية في البرامج التلفزيونية، وشتى وسائل الإعلام، ولاسيما فيما يتصل بالجانب الترويجي للقطاع السياحي.

خاتمة:

تواجه اللغة العربية في القطاع السياحي تحديات كثيرة، ومتداخلة، وشائكة، ومن أبرز هذه التحديات، انزواء اللغة العربية، وانتشار اللغات الأجنبية في مختلف الأعمال السياحية، وعدم الاهتمام باللغة العربية في القطاع السياحي، من قبل الإدارات، والعمال، وغياب القرارات السياسية، والقوانين الرسمية التي تفرض على المؤسسات السياحية استعمال اللغة العربية، إضافة إلى كثرة انتشار الأسماء الأجنبية في القطاع السياحي، وعدم توفر معجم سياحي يضم المفردات، والعبارات التي تفي بحاجات، ومتطلبات السائح الأجنبي، مثل: أسماء الأماكن، والأعلام، والألبسة، والرموز الأثرية، والدينية، وعبارات التحية، وأسماء الأطعمة، إضافة إلى عدم استحداث مصطلحات سياحية عربية، فضلاً عن إشكالات متنوعة تتعلق بتوظيف اللغة العربية في القطاع السياحي، وإبراز أهميتها، وإيضاح طرائق تحسين المهارات اللغوية، ومن أهم ما يجب التركيز عليه ضرورة وضع مقررات دراسية باللغة العربية تهض بدور وظيفي متخصص؛ وذلك بغرض إدماجها في تخصص: السياحة في مختلف المعاهد، والجامعات، مع الحرص على تكييف البرامج التعليمية، وفي مجال تعليمية السياحة باللغة العربية، ينصح الباحث بما يلي:

1- التركيز بشكل كبير على الجانب الشفوي، كونه الجانب المهم، مع التجسيد الحسي، والفعلي للعملية التواصلية، والحرص على فصاحة اللغة، وخلوها من الأخطاء في تلقين اللغة العربية، وهذا من شأنه أن يثري الحصيلة اللغوية للمتعلم في المعاهد السياحية.

2- استثمار الوسائل التقنية والتكنولوجية الحديثة في تعليمية السياحة باللغة العربية، فلا ينبغي إهمال دورها فهناك حاجة ضرورية لاستغلالها في زمننا الراهن، حيث يُمكن أن تلعب دوراً مهماً في النهوض بتعليم السياحة باللغة العربية، ولابد من السعي إلى إنتاج برامج تقوم بهذه المهمة، ومن أبرز ما يتوجب

الاعتماد عليه: الشبكة (الأنترنت)، والأفلام التعليمية، إضافة إلى متابعة تطورات علم الحاسوب للإفادة منه، وتوظيفه في العملية التعليمية بطرائق متنوعة.

3- إقامة علاقات وطيدة بين أقسام اللغة العربية، والمعاهد السياحية، وذلك بغرض التنسيق بين مختلف الدارسين، مع استثمار المناهج المتوصل إليها، ولا بد من انفتاح مدرسي السياحة على تخصصات أخرى، وميادين علمية جديدة، والسعي إلى خلق علاقة وشيجة بين تعليم السياحة باللغة العربية، والعلوم الأخرى مثل: تكنولوجيات الاتصال والإعلام.

4- تركيز الاهتمام على المنطلقات، والأسس الرئيسية التي تبنى من خلالها الأهداف التعليمية في مجال السياحة سواء أكانت عامة، أم خاصة، من خلال تحديد الاحتياجات بدقة في معاهد السياحة، والتي تنسجم، وتتماشى مع العصر الذي يعيشه الطالب، وكذا المستوى الثقافي الذي هو عليه.

5- العناية بأساليب تقويم تعليم اللغة العربية في المعاهد السياحية، والحرص على التكامل، والانسجام بين الجوانب النظرية، والعملية في مناهج تعليم اللغة العربية بالمعاهد السياحية.

6- الحرص على صياغة برامج تعليمية تكون لها صلة عميقة بالبيئة التي يعيش فيها الطالب؛ فالسياحة أضحت بديلاً من البدائل المعاصرة الخادمة للتنمية المستدامة، مع الاستعانة بوسائل الإيضاح، والفهم مثل: الرسومات التخطيطية، والصور، والأشكال البيانية، والمخططات، وهذا ما يُسهم في إيضاح المعاني، وتقريب دلالاتها إلى أذهان المتعلمين.

7- الحرص على الانتقاء العلمي السليم للمادة اللغوية، وربطها بميادين، ومجالات السياحة، مع تطبيق طريقة الأنماط اللغوية التي تُسهم في تيسير عملية الوصف، وتساعد على اكتشاف أنواع مختلف التراكيب، وسماتها.

8- عدم إهمال الجانب الوظيفي في الاستخدام، فهو الذي يعمل على تنمية المهارات اللغوية المطلوبة في الحياة العملية للطالب الذي يدرس السياحة، وعدم وجوده يُسبب غياب التذوق لمآثر اللغة العربية الشعرية، والنثرية، مع ضرورة إقامة جسور تواصل بين الجانب النحوي، والنصوص المعتمدة في التدريس، والتي تقترب من القطاع السياحي، ولا بد من التمثيل من خلالها، حتى لا يحس الطالب بالعزلة، كما أن انتقاء نصوص ذات جماليات أسلوبية، وبلاغية بديعة، يُسهم في معرفة الطالب للمعاني المقصودة، واستيعاب الأفكار.

المصادر والمراجع:

أ- المصادر:

- 1- (إسماعيل) إبراهيم محمد (1982م)، معجم الألفاظ والأعلام القرآنية، دار الفكر العربي، بيروت، لبنان.
- 2- (حسني) محمود حسين: (1403هـ/1983م)، أدب الرحلة عند العرب، منشورات دار الأندلس للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان.

3- (حمود) خضر موسى محمد (2011م)، أدب الرحلات وأشهر أعلامه العرب ونتائجهم، منشورات دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان.

4- (الرازي) محمد (2013م)، مختار الصحاح، منشورات دار ابن الجوزي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

5- (عيلان) محمد (2007م)، التراث الشعبي الجزائري-دراسات وبحوث ميدانية-، منشورات وزارة الثقافة الجزائرية بمناسبة الجزائر عاصمة الثقافة العربية، الجزائر.

6- (كواش) خالد (2007م)، السياحة مفهومها أركانها أنواعها، منشورات دار التنوير للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر.

7- معجم المصطلحات السياحية: إنجليزي-عربي (1434هـ)، تأليف جماعي، منشورات الهيئة العامة للسياحة والآثار بالمملكة العربية السعودية، الرياض.

ب-المقالات:

1- (إبرير) بشير: (2011م)، الصناعة المعجمية وإستراتيجيات التنمية اللغوية-دراسة في علاقة اللُّغة العربية بالسياحة-، مجلة المجمع الجزائري للغة العربية؛ مجلة لغوية علمية محكمة تصدر عن المجمع الجزائري للغة العربية، (13) -مقالة مطبوعة-.

2- (حنون) عبد المجيد: (2010م) السياحة واللُّغة العربية، مجلة اللُّغة العربية؛ مجلة نصف سنوية محكمة تعنى بالقضايا الثقافية والعلمية للُّغة العربية تصدر عن المجلس الأعلى للغة العربية بالجزائر، (24) -مقالة مطبوعة-.

3- (قصاب) وليد: (2017م) لمهارات الوظيفية للغة العربية، مجلة الحرس الوطني، (368) -مقالة مطبوعة-.

4- (محمد) فريد عبد الله: (سبتمبر 2005م) أثر السياحة في اللُّغة العربية، مجلة العربي؛ مجلة ثقافية شهرية مصورة تصدرها وزارة الإعلام بدولة الكويت، الكويت، (562). -مقالة مطبوعة-.

ج-المواقع الإلكترونية:

1- (العمرى) أمل شفيق (2019م) اللُّغة العربية في المكون السياحي، إلى أين؟، دراسة منشورة في موقع المؤتمر

الدولي للغة العربية: www.alarabiahconferences.org -مقالة على الأنترنت-.