ISSN: 2437-0827
DOI:5424/IJO/21547
مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات
عدد خاص بأعمال المؤتمر الدولي الأول للسياحة في الجزائر – مارس 2016

المعوقات الذهنية لتأسيس ثقافة سياحية
دراسة استطلاعية في وسط الشباب

د. فاطمة فضيلة دروش
المركز الجامعي لتيبازة

ملخص:

توفر السياحة فرصة الاستفادة من التعارف الثقافي ما بين الشعوب والاقتباس من ثقافة السياح وحتى من مظاهرهم وسلوكياتهم كما تتطلب السياحة التعامل مع الضيوف والسياح بالصدق والأدب والترحاب لإعطاء الانطباع الحسن عن الشعوب و بلدانها بشكل عام. ولكن هذا يتطلب خططا حكيمة لحماية البلدان والشعوب من أي مسيء إليهما ثقافيا أو عقائديا أو أمنيا وغيرها من مساوئ الانفتاح السياحي العشوائي الذي لا يراع الالتزام بالمبادئ والأخلاق الإنسانية السامية وفي مقدمتها القيم التي أتى بها الدين الإسلامي الحنيف، ومن ناحية أخرى ينبغي العمل على أن توفر لجميع فئات المجتمع إمكانيات السفر وفق شروط مناسبة ماديا ومعنويا وزمنيا. إنها عملية جدلية ديناميكية. ففي الجزائر مثلا نلاحظ أنه مع وجود كل المؤهلات الطبيعية يبقى قطاع السياحة مشلولا. ومنه مشروعية التساؤل التالي:

لماذا بعض الدول تتمتع بالإقبال السياحي عليها وأخرى أكثر ثراء في المعالم والمواقع والأجواء المتنوعة الصالحة للسياحة تشهد عزوفا أو كسادا سياحيا؟ ماهي مؤشرات الثقافة السياحية وماهي أبعادها؟ هل تنحصر في عمليتي الانفتاح والانغلاق في التعامل مع الضيف السائح؟ ما هو دور الثقافة السياحية في تفعيل صناعة السياحة؟ ما هي انعكاسات غياب الثقافة السياحية على الاقتصاد في بلد يزخر بكل مقوماتها؟

مقدمة:

تكمن ماهية الثقافة لأي دولة أو شعب على أنها وعي وإبداع وقدرة على التكييف والتفاعل، وتبرز النظرة التحليلية إلى بنية هذه الثقافة، أنها ذات تركيب معقد تتكون من عناصر بنيوية متنوعة تسبغ عليها الخصوصية المحلية وتميزها عن غيرها من الثقافات، والخصوصية المحلية ليست ظـــــــــاهرة عرضية أو مجردة بل هي ظاهرة ملموسة تعبر عن نفسها بتحليلات متعددة تكونت نتاج مسار تاريخي طويل من خلال تفاعل عوامل موضوعية مثل وحدة البيئة الطبيعية والتاريخية والبشرية المتميزة مع الوعي الإنساني الذي يعبر عن العوامل الذاتية.

فالسمات المحلية في ثقافة أي شعب أو أمة هي السمات والملامح والتي تساهم فيها الفئات الاجتماعية المختلفة وتصبح هذه الثقافة نتاجا لفعالية هذه الأمة لتعبر عن هويتها الحضارية وإبداعها الفكري المستمر. ويحمل التطور الاقتصادي درجة فعالية ثقافة أي أمة وقدرتها على التكيف والتوافق والتجديد مع المرحلة التاريخية الراهنة وان عجزت أي جماعة إنسانية على التلاؤم فذلك راجع بالدرجة الأولى إلى عجز ثقافتها على تجاوز الراهن ومنه التساؤل :هل وفقت أم عجزت ثقافتنا المحلية على التكيف ومسايرة التحولات التاريخية وعلى التوافق مع الظروف الاقتصادية وهل وجدت آليات التجديد لتحقق الرفاهية المرجوة؟ هذا ما سيتم دراسته من خلال ظاهرة السياحة في الجزائر ومدى قدرة البناء الاجتماعي على استيعاب ثقافة سياحية تساهم في التنمية الاجتماعية بإشراك كل الفئات .

1- اشكالية الدراسة:

تعتبر السياحة ظاهرة اجتماعية وثقافية واقتصادية، بل أصبحت تعتبر أكبر صناعة في العالم، لما حققته من نتائج معتبرة من حيث التدفقات والإيرادات ومن حيث مناصب الشغل التي تحدثها بصورة مباشرة وغير مباشرة لارتباطها مع العديد من القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

وتعرف السياحة على أنها مجموعة الأنشطة المتعلقة بالسفر والتنقل والإقامة خارج مقر السكن العادي لأغراض متعددة. وقد اهتمت دول عديدة بالنشاط السياحي وحققت نتائج معتبرة من حيث الإيرادات والتدفقات والتشغيل كما هو الحال بالنسبة لمصر وتركيا وتونس.

وتتطلب التنمية السياحية توفر جملة من الشروط الموضوعية والأساسية، تتمثل هذه الشروط في المادة الخام (الموارد السياحية) والإمكانيات المادية والبشرية المسخرة لاستغلال تلك الموارد السياحية والمتمثلة أساسا في المعطيات الجغرافية كالمناظر الطبيعية من أماكن الراحة والترفيه، والجبال والأنهار والشواطئ والغابات والصحاري بالإضافة إلى الآثار التاريخية المعمارية والصناعات التقليدية والفلكور والفنون الشعبية، ولكن هذه الموارد لا تكفي لوحدها لتحقيق صناعة سياحية إن لم تتوفر المادة الخام المتجذرة في البناء الاجتماعي والمتمثلة في ثقافة التنمية ومنها الثقافة السياحية.

كما تدفع السياحة بالتنمية الإقليمية لكل بلد إلى الأمام من خلال تطوير المؤهلات الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والبشرية، وتأهيل المهن والصناعات التقليدية، والمنتجات الزراعية والغذائية، وتحسين الخدمات في مجال النقل وغيرها من المجالات والاهتمام بجماليات التراث الثقافي والديني والفني.

وتتطلب السياحة التعامل مع الضيوف والسياح بالصدق والأدب والترحاب لإعطاء الانطباع الحسن عن الشعوب والبلدان بشكل عام. وكذلك توفر السياحة فرصة الاستفادة من التعارف الثقافي ما بين الشعوب والاقتباس من ثقافة السياح وحتى من مظاهرهم وسلوكياتهم، ولكن هذا يتطلب خططا حكيمة لحماية البلدان والشعوب من أي مسيء إليهما ثقافيا أو عقائديا أو أمنيا وغيرها من مساوئ الانفتاح السياحي العشوائي الذي لا يراع الالتزام بالمبادئ والأخلاق الإنسانية السامية وفي مقدمتها القيم التي أتى بها الدين الإسلامي الحنيف. "يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُم مِّن ذَكَرٍ وَأُنثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوباً وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ" **(سورة الحجرات– الآية 13)**، ومن ناحية أخرى ينبغي العمل على أن توفر لجميع فئات المجتمع إمكانيات السفر وفق شروط مناسبة ماديا ومعنويا وزمنيا. إنها عملية جدلية ديناميكية. وقد شرعت الجزائر في عملية تعداد ثرواتها السياحية بغية استغلالها وجعلها تساهم إلى جانب القطاعات الأخرى في عملية التنمية وذلك بعد صدور الميثاق السياحي سنة 1966 الذي بموجبه تم تحديد الأهداف والوسائل الضرورية للتنمية السياحية.

وإذ تتوفر الجزائر على كل الشروط الجغرافية والمعالم التاريخية التي تؤهلها للاستثمار في القطاع السياحي، فإن إيراداتها قليلة جدا مقارنة مع الدول المجاورة كتونس والمغرب كما هو مبين في الجدولين التاليين، فماهي العوامل التي حالت دون النهوض بالقطاع؟

جدول 1: مقارنة عدد الفنادق وعدد الأسرة في كل من الجزائر والمغرب وتونس خلال سنة 1999

	الجزائر	تونس	المغرب
عدد الفنادق	775	722	1671
عدد الأسرة	76000	191955	224000

(من اعداد الباحث: خالد كواش، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول)

جدول 2: مقارنة دخول السياح الى دول المغرب العربي خلال الفترة 1997. 2000

السنة	الجزائر	المغرب	تونس
1997	634752	3071668	3271623
1998	678448	3227537	4795202
1999	755286	3184014 سبتمبر	874126 نهاية مارس
2000	859000	4100000	5057000

(المصدر: وزارة السياحة نقلا عن خالد كواش، المرجع السابق)

من خلال الجدولين تبين، أن الجزائر تبقى بعيدة كل البعد عن التدفقات السياحية في كل من تونس والمغرب ففي الوقت الذي تستقبل فيه تونس 5 ملايين سائح والمغرب أكثر من 4 ملايين خلال سنة

2000 لم تصل الجزائر إلى مستوى مليون سائح، ومنه نلاحظ أنه مع وجود كل المؤهلات الطبيعية يبقى قطاع السياحة مشلولا، ومنه مشروعية التساؤل التالي:

لماذا تتمتع بعض الدول بالإقبال السياحي عليها وأخرى أكثر ثراء في المعالم والمواقع والأجواء المتنوعة الصالحة للسياحة تشهد عزوفا أو كسادا سياحيا ؟ ماهي مؤشرات الثقافة السياحية وماهي أبعادها؟ هل تنحصر في عمليتي الانفتاح والانغلاق في التعامل مع الضيف السائح ؟ ما هو دور الثقافة السياحية في تفعيل صناعة السياحة؟ ما هي انعكاسات غياب الثقافة السياحية على الاقتصاد في بلد يزخر بكل مقوماتها؟

2- الجانب الاجرائي للبحث:

أ. **المجال الجغرافي والزمني للدراسة:** أجريت الدراسة في ولاية تيبازة، وهي ولاية ساحلية وسياحية تبعد عن العاصمة الجزائر بـ70 كلم، ويغلب عليها الطابع الروماني والفينيقي. وقد أجريت الدراسة في نهاية السنة الجامعية شهر جوان 2014/ 2015

ب. عينة الدراسة: أجريت الدراسة الميدانية في وسط طلابي، على عينة تتكون من 60 طالبا تم انتقاءهم بطريقة غير احتمالية.

ظروف الانتقاء: عند توزيع بطاقة الرغبات على طلبة الاقتصاد سنة أولى جذع مشترك ، لاختيار التخصص لاحظنا امتناع الطلبة التوجه نحو تخصص جديد ارتأت الإدارة إدراجه نظرا لخصوصية المنطقة أي الاقتصاد السياحي، مما أثار تساؤلنا لماذا هذا الامتناع ولمعرفة ذلك صممنا استمارة احتوت على أسئلة مباشرة لاختبار درجة وعي الطلبة بأهمية السياحة ولمعرفة سبب عزوفهم عن مزاولة الدراسة في التخصص وتم توزيعها على الطلبة بطريقة وجه لوجه وعلى هذا الأساس تم جمع كل الاستمارات.

3- تحديد المفاهيم: الثقافة السياحية، ثقافة التنمية، تنمية الثقافة.

أ. **الثقافة السياحية:** تعتبر صناعة السياحة إحدى الظواهر الهامة في القرن العشرين ولهذا سمي بقرن السياحة ويعتبر القرن الحادي والعشرين هو قرن صناعة السياحة وستكون أكبر صناعة وأصبحت السياحة وسيلة للاتصال الفكري والثقافي والاجتماعي بين الشعوب المختلفة بطريقة تتخللها روح التفاهم والتسامح والسلام والمحبة **(ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، ص 12)**، وعلينا أن نميز بين مفهوم الثقافة السياحية والسياحة الثقافية.

السياحة الثقافية يمكن أن تدخل ضمن سياحة الآثار والأماكن التاريخية كما تعتمد على إقامة المهرجانات الثقافية والشعرية مثل مهرجان جرش في الأردن ومهرجان بعلبك في لبنان ومهرجان بابل في العراق أو مهرجان كان للسينما العالمية **(ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، ص64)** أما مفهوم الثقافة السياحية المتغير الأساسي في هذا العمل فنعنى به تلك الأبعاد التي تشكل الركائز الأساسية المدعمة للتنمية السياحية ونجاحها على المستوى الشعبي والرسمي، وتبرز هذه الأبعاد في درجة الوعي السياحي

في المجتمع بادراك أهمية المحافظة على الموارد السياحية وتقبل السياح على اختلاف أديانهم وجنسياتهم. ويرتبط هذا المفهوم مباشرة بمفهوم التربية السياحية، لأن الشباب ذكوراً وإناثاً يمثلون الطلب المستقبلي على السياحة الداخلية، بل إن هؤلاء الشباب أيضاً يمثلون عامل جذب للسياحة الداخلية الخارجية من خلال إدراكهم الواعي لآداب السياحة وثقافتها أو من خلال انخراط العديد منهم بشكل رسمي وانتمائهم الوظيفي لقطاع السياحة، الأمر الذي قد يسهم في زيادة استقطاب الراغبين في السياحة من خارج البلد سواء من الدول الغربية أو العربية أو من شتى أرجاء العالم، والتربية السياحية دور في تعزيز مفهوم اندماج الحضارات والثقافات والأديان في بوتقة واحدة من خلال إبراز وتوضيح التمايز القائم بين ثقافات الشعوب بمختلف العادات والتقاليد، كما تساعد التربية السياحية في تعزيز الانتماء والولاء الوطني من خلال استشعار أهمية المكتسبات الوطنية الناجمة من السياحة، والاعتزاز بالمقومات السياحية ومظاهر الحضارة والمواقع الأثرية في والمحافظة عليها ،فالتربية السياحية تعمل على تعميق مفاهيم تتعلق بتقبل أفراد المجتمع للسياحة وللمجموعات السياحية على اختلاف دينها وعاداتها والتعامل بإيجابية معهم مما يمكنهم من تطبيق ممارسات وسلوكيات حضارية تعكس طبيعة المجتمع .ومنه التساؤل كيف تعمل التربية السياحية على تشجيع مبدأ احترام وفهم وقبول الآخرين على اختلاف أديانهم وثقافاتهم؟ إضافة إلى التربية السياحية، يرتبط مفهوم الثقافة السياحية بالإعلام ارتباطا وظيفيا، فيكفي أن نتصفح الجرائد اليومية أو المجلات أو أن نشاهد أي برنامج تلفزيوني لمعرفة مدى تقبل فكرة التنمية السياحية والانفتاح على الثقافات الأخرى. كما تشترط السياحة وجود الأمن فبعد احداث سبتمبر 2011 عرفت السياحة تراجعا في نشاطها على المستوى العالمي ولكن بعد 2006 عاد الانتعاش وعرفت ديناميكية جديدة.(MARIE BEATRICE MAZUC, tourisme vert p 17)

وإذ الاعتقاد بوجود علاقة متينة بين النهوض بالقطاع السياحي ووجود قاعدة ثقافية تسمح بذلك يعيدنا إلى دور الثقافة بشكل عام في عمليات التغير الاجتماعي والتاريخي ويعتبر **شبنجلر** الثقافة كائنا عضويا والتاريخ العالمي ليس إلا سيرة حياتها الجمعية... ويبدو أن كل ثقافة تماثل كل ثقافة أخرى من حيث بنائها الداخلي ودورة حياتها ومع ذلك تظهر الاختلافات بين الثقافات من خـــــلال الرموز الأولية أو المقدمات الأساسية التي تستند إليها الثقافة في كليتها(علي ليلى وآخرون، التغير الاجتماعي والثقافي ص ص 269/268) ومنه الجواب الافتراضي للتساؤل الإشكالي السابق: لماذا بعض الدول تتمتع بالإقبال السياحي عليها وأخرى أكثر ثراء في المعالم والمواقع والأجواء المتنوعة الصالحة للسياحة تشهد عزوفا أو كسادا سياحيا؟

ب. ثقافة التنمية: وهو من المفاهيم التي تتناول بعدين مهمين على الصعيد المعرفي، البعد الأول منهما هو البعد الثقافي، وهو بعد مشتبك وملتبس ويتعذر تعريفه بسهولة، وإن كان يعني إجمالا أسلوب الحياة الذي يميز بين كل مجموعة بشرية وأخرى، وهى المنتج الذي يتم تعليمه ونقله من جيل لآخر، أما

البعد الثاني فهو البعد التنموي، والذي تجاوز حاليا مدلوله الاقتصادي السابق ليصبح بمثابة «عملية كلية واعية تهدف صياغة بناء حضاري اقتصادي اجتماعي سياسي قانوني شامل.

و«ثقافة التنمية» هي أسلوب محدد يتم تبنيه لإنتاج وتطوير عملية التنمية داخل مجتمع ما، وتتنوع الأساليب الثقافية المتبعة لتفعيل عملية التنمية بالمجتمعات ما بين أساليب إيجابية وأخرى سلبية، ومن الملاحظ في هذا السياق أن بعض المجتمعات تعتبر أن الأسلوب الأمثل للانطلاق بقاطرة التنمية هو أن تستثمر مواردها في استيراد وجلب أحدث التقنيات المعاصرة من أدوات ومعدات ومنتجات وأنماط الصناعات التي يتم إنتاجها حديثا، وتعتبر أن تحديها الأكبر ومحك نجاحها يكمن في قدرتها على اللحاق بركب أحدث ما يتم تصنيعه في الدول المتقدمة، وفي حيازة أحدث الإصدارات من كافة المنتجات على اختلاف تنوعها.

من الطبيعي أنه لا غبار على فكرة اقتناء أحدث ما يتم إنتاجه دوما داخل كل مجال صناعي أو معرفي، ولكن السؤال الذي يطرح نفسه بقوة هنا يدور حول مدى احتياج المؤسسات لمثل هذه الأجهزة الأكثر حداثة، وحول مدى الضرورة التي تستدعي مثل هذا الاستثمار الذي يكلف المؤسسة الكثير بل والكثير جدا من مواردها الحيوية، كما يدور بداهة حول مدى الاستفادة من المعدات قيد التشغيل حاليا، هل تم استغلالها بالطريقة المثلى؟ هل تم الكشف عن كل قدراتها وإمكاناتها؟ هل هناك ضرورة ملحة لاستبدالها؟ هل تبدي سوء كفاءة في العمل أو لا تتوافق بشكل ملائم مع احتياجات العمل إلى الدرجة التي تبرر تبديلها بسرعة بما هو أحدث منها؟.

ج. تنمية الثقافة: إن الاقتصاديين يكثرون من استعمال عبارة التنمية، التي يقصدون بها رفع مستوى الدخل القومي بزيادة متوسط إنتاج الفرد، لكن هذه العبارة لم تبق محصورة في المجال الاقتصادي، بقدر ما نزحت نحو أغاب حقول العلوم والمعارف الإنسانية، فيطلق على طريقة تستهدف تحسين وضعية ما أو تطويرها، من حالة الرداءة إلى حال الجودة والعطاء.

وقد تناول إبراهيم العيسوي قضية التنمية في كتابه "التنمية في عالم متغيّر، حيث تعرض إلى التطور التاريخي لهذا المصطلح، يقول" إذا تتبعنا تطور مفاهيم التخلف والتنمية، فسوف نجد أنها قد مالت في أول الأمر إلى التركيز على جانب النمو الاقتصادي وما يتحقق فيه من إنجاز، فقد كان التعريف الشائع للبلدان النامية منذ أواخر الأربعينات حتى أواخر الستينات أنها البلدان التي ينخفض فيها مستوى الدخل الفردي كثيرا بالقياس إلى مستواه المتحقق في البلدان المتقدمة، وعرفت التنمية بأنها الزيادة السريعة والمستمرة في مستوى الدخل الفردي عبر الزمن **(ابراهيم العيسوي، التنمية في عالم متغير، ص 13)** إلا أنه سوف يكتشف بأن هذا المفهوم الذي يختزل التنمية في مجرد النمو الاقتصادي السريع، ضيق وغير صائب، لأن ثمة بلدانا نامية عديدة، حققت معدلات نمو للدخل القومي قريبة من المعدل الذي حدده خبراء التنمية، غير أنها بقيت مستويات المعيشة فيها متردية **(ابراهيم العيسوي، نفس المرجع، ص14)** وعلى هذا الأساس، فإن مفهوم التنمية سوف يحافظ على البعد الاقتصادي، وفي الوقت ذاته يضيف إليه أبعادا

متعددة، تساعد" على صقل المفهوم الأوسع للتنمية، بتحجيم دور العنصر الاقتصادي في مفهوم التنمية(أي النمو الاقتصادي)، وبإبراز دور الجوانب المؤسسية والثقافية والسياسية(**ابراهيم العيسوي، نفس المرجع، ص 17**) والواقع الذي تستهدفه التنمية بناء عضوي متكامل ينتظم في كل مركب من الاجتماعي والاقتصادي والسياسي (الراهن والتاريخي التراثي) والثقافي بالمعني الشامل، الذي ينتظم بدوره من الأعراف والتقاليد وأنماط السلوك والفكر والدين والأدب والفن، المدون والشفاهي (الراهن والتاريخي التراثي أيضاً). هذه التركيبية المعقدة في بنية الواقع تستلزم أن تكون التنمية شاملة حتى تحقق أهدافها في تحريك الواقع نحو الأهداف المرجوة، وهذا ما تداركه علم الاجتماع المعاصر الذي أعاد النظر في مفهوم المجال الاجتماعي والذي يقصد به الشبكات المائعة من الأفعال والتفاعلات والعلاقات الاجتماعية والمؤسسات الاجتماعية... وتتحدد حالة المجال الاجتماعي قياما على مجموعة من المتغيرات هي: عدد ونوع الفاعلين وأفعالهم ، طبيعة التفاعلات والعلاقات الأكثر ديمومة بين الفاعلين، دورهم بالنسبة الى المجال الاجتماعي ككل...(**جون سكوت، علم الاجتماع: المفاهيم الأساسية، ص97**) ما يهمنا هو أن البحث العلمي في المجال الاجتماعي المعاصر أدرك أهمية التصورات والعلاقات بين الجزئيات وتفاعلها.

التنمية إذن ليست طرفاً مقابل الثقافة، بل هي علاقة ضمنية، بما أنها خطط ومشروعات ذات طابع فكري عقلاني، يستند إلى تحليل الواقع واكتشاف علاقاته التركيبية المعقدة، طموحاً إلى تحريكه إلى الأفضل والأرقى والأنفع إنها نشاط ذهني ينتمي إلى مجال الثقافة.

4- واقع السياحة في الجزائر

لكل بلد خصائصه ومميزاته، سواء تعلق الأمر بما هو موهوب من الله عز وجل، كالموقع الجغرافي والمناخ والتضاريس، أو ما هو متعلق بما صنعه الإنسان من تاريخ وآثار وحضارات التي تزيد من جمال البلد أو تدهوره، والجزائر بفضل موقعها المميز ومساحتها الشاسعة، تتفرد بمقومات طبيعية، وحضرية، جد مميزة.

أ – **أسس وبواعث القطاع السياحي الجزائري:** الجزائر تعد من بين البلدان التي تتميز بطبيعة خاصة جعلتها محل اهتمام الباحثين والرحالة العرب والغرب، وهذا ما يؤكده الدكتور عبد الله ركيبي في مؤلفه "الجزائر في عيون الرحالة" والذي ذكر العديد من الرحالة الذين زوار الجزائر وكتبوا عنها أمثال: **R.V.C.Bodlley** (1920)، وكذلك في كتابه "رحلة في ربوع الأوراس" (1912) Simson في كتاب "الجزائر على حقيقتها" 63، وغيرهم مثل M.D.Stot في كتابه "ريح الصحراء" (1944)، والكتاب الغرب الذين وصفو الجزائر بأنها فسيفساء حضاري وثقافي وتحفة نادرة.(خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر) وتتمثل مقومات الجذب السياحي في الجزائر فيما يلي:

- **الخصائص الطبيعية والجغرافية:** تقع الجزائر في الشمال الإفريقي، يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط على شريط ساحلي يبلغ 1300 كلم^2، وشرقا تونس وليبيا، وغربا كل من المغرب

وموريتانيا والصحراء الغربية، وجنوبا النيجر ومالي، وتعد الجزائر ثاني أكبر البلدان في القارة الإفريقية من حيث المساحة بعد السودان، إذ تتربع على مساحة 2.381.471 كلم^2 وعدد سكانها يفوق 36 مليون نسمة في آخر احصاء(2008)، ويمكن أن نميز في الجزائر بين منطقتين متميزتين عن بعضها البعض وهما: **منطقة الشمال** والتي تظم المناطق التلية والمناطق السهلية، وهي مناطق عرضية أكثر منها طولية، وهي تضم بذلك أخصب الأراضي، وتحتوي السهول على جبال شاهقة. **منطقة الجنوب الصحراوي**، وللطبيعة الصحراوية ثلاث صفات رئيسية وهي تتمثل في الهضاب الأرضية وتسمى بالحمادة والدروع، والثانية تتركز في العروق وهي العرق الغربي الكبير والعرق الشرقي الكبير وعرق شاش، والثالثة طبيعة الهقار.

- **الخصائص التاريخية والثقافية:** إن المعالم التاريخية والحضارية المتنوعة التي تنفرد بها الجزائر جعلتها مهدا للحضارة الإنسانية وشاهدا حيا على انتمائها للفضاء الإسلامي، المتوسطي والإفريقي، فمعالم الأثرية والمتاحف والوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراقة وعظمة الحضارات المتعاقبة، من الأمازيغية إلى الفينفية إلى البيزنطية والرومانية وأخيرا الإسلامية، والتي فرضت نفسها على التاريخ، وقد صنفت منظمة اليونسكو مناطق أثرية بالجزائر ضمن قائمة التراث العالمي التاريخي، كمنطقة الطاسيلي وتيبازة وجميلة وتيمقاد ووادي ميزاب وحي القصبة، ومنه الاعتقاد والجزم بكون الجزائر بتميزها كفيلة بتلبية الطلبات الأكثر تشددا، بفضل امتداد المناطق الساحلية من الساحل إلى الصحراء والتراث الثقافي الذي يعكس تاريخ البلد بكل أبعاده الثقافية.

إن الصناعة التقليدية والحرفية التي تتوفر عليها الجزائر تجعل السياحة الثقافية أكثر انتعاشا، وقد تبنت الجزائر بعد الاستقلال، نهجا اقتصاديا متمثل في الصناعات المصنعة، والذي لم يولي أهمية كبرى لقطاع السياحة، بالرغم ما للجزائر من مؤهلات سياحية مميزة، ثم جاء ميثاق السياحة لسنة 1966، والذي رسم الخطوط الأولى للسياحة الجزائرية، ثم جاءت بعده المخططات الوطنية 1967إلى غاية 1989، والتي حققت نتائج إيجابية في زيادة عدد الهياكل السياحية، التي لا تزال ليومنا هذا، ولكنها لم تكن كافية لتحسين صورة المنتج السياحـــــــــي الجزائري وترقيته محليا أو دوليا (Tessa Ahmed, économie touristique et aménagement du territoire)

كما كان للأحداث التي عرفتها الجزائر خلال التسعينات، من عدم استقرار أمني وذلك لتعرضها لعدة هجمات إرهابية، وتخريب لمنشآت الدولة، وكذا عدم الاستقرار الاقتصادي الذي صاحب هذه الأحداث، كل هذه الأحداث وغيرها جعلت القطاع السياحي الجزائري يتخلف ويتراجع بصورة واضحة. بعد عودة الاستقرار والأمن إلى البلاد، عملت الدولة الجزائرية على إعادة بعث القطاع السياحي من خلال فتح المجال للاستثمارات المحلية والأجنبية، بتبني خيار الخوصصة والشركة الأجنبية في المجال السياحي، فأعطت تحفيزات وضمانات متعددة للمستثمرين، من خلال قانون

الاستثمار لسنة 1993 ، وبعده قانون الاستثمار لسنة 2001، هذا ما جعل السوق السياحية الجزائرية تنتعش، ولكنها لا تزال بعيدة عن متطلبات السوق السياحية العالمية وذلك مرده إلى :

- عجز في طاقة الإيواء وتدني مستوى الخدمات وافتقارها للجودة.
- نقص في التكوين.
- غياب قوانين تحل مشكل العقار السياحي.
- مشكل تمويل الاستثمارات السياحية.
- غياب ثقافة سياحية على مستوى كل الشرائح الاجتماعية.

وسنعمل في المبحث الموالي على تحليل ومناقشة العامل الأخير ولكن فقط على مستوى فئة الشباب:

5- الجانب الميداني: مؤشرات الثقافة السياحية لدى الشباب

جدول رقم 1: التوزيع والتوزيع النسبي لخصائص العينة

الجنس	السن		مستوى المعيشة			مكان الاقامة	
	20-18	23-21	جيد	متوسط	دون المتوسط	المدينة	خارج المدينة
ذكر	20	7	2	19	6	18	9
أنثى	30	3	5	20	8	19	14
	50	10	7	39	14	37	23
المجموع	60			60		60	

كما هو ظاهر فان أفراد عينتنا من فئة الشباب وتتراوح أعمارهم بين 18 و23 سنة، ويغلب على مجتمع البحث الانتماء إلى الطبقة المتوسطة والإقامة داخل المدينة، فهل لهذه المعطيات أثرا على البنية الثقافية لأفراد العينة؟ هذا ما سنأمل مناقشته لاحقا.

جدول رقم 2 : أسباب رفض التخصص (السياحة)

سبب الرفـــــض / الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
أسباب دينية	**26**	**%96,29**	**22**	**66,66**	**48**	**%80**
صعوبة العمل	/	/	**10**	**30,30**	**10**	**%16,66**
أسباب ثقافية	**1**	**%3,70**	**1**	**3,03**	**2**	**%3,33**
لست أدري	/	/	/	/	/	/
	27		**33**		**60**	**%99,99**

يوضح الجدول رقم 2 أن نسبة 80 % من مجموع العينة ينفرون من دراسة السياحة لأسباب دينية وتتصدر شريحة الذكور هذا الاتجاه السلبي بنسبة 96, 29 %، أما الأسباب الأخرى كتصور أن العمل في القطاع أمر صعب فنسجلها عند فئة الإناث بنسبة 30,30% وتنعدم عند الذكور، وفي سؤال مفتوح تم حصر الأسباب الدينية في: الخمر، الاختلاط، الإباحية.

كان بالإمكان البحث في العلاقة بين رفض دراسة التخصص والعمل في القطاع وبين الجنس والمستوى المعيشي وفي ذلك دلالات ولكن الهدف من هذه الدراسة هو البحث في مدى توفر مؤشرات ثقافة التنمية في أذهان الشباب لا غير.

جدول رقم3: التوزيع والتوزيع النسبي لبعض الممارسات الدينية والثقافية

المواظبة على الصلاة	التكرار	النسبة	الانتماء الى زاوية دينية	التكرار	النسبة
نعم	**36**	**60**	نعم	**2**	**3,33**
لا	**14**	**23,33**	لا	**58**	**96,66**
أحيانا	**10**	**16,66**	**المجموع**	**60**	**99,99**
المجموع	**60**	**99,99**			
الانخراط في النوادي الثقافية والرياضية	**التكرار**	**النسبة**	**الانخراط في الجمعيات المدنية**	**التكرار**	**النسبة**
نعم	**5**	**8,33**	نعم	**4**	**6,66**
لا	**55**	**91,66**	لا	**56**	**93,33**
المجموع	**60**	**99,99**	**المجموع**	**58**	**99,99**
السفر داخل الوطن	**التكرار**	**النسبة**	**السفر خارج الوطن**	**التكرار**	**النسبة**
كثيرا	**35**	**58,33**	كثيرا	/	/
قليلا	**21**	**35**	قليلا	**9**	**15**
لم أسافر	**4**	**6,66**	لم أسافر	**51**	**85**
المجموع	**60**	**99,99**	**المجموع**	**60**	**100**

الممارسات الدينية والثقافية:

تظهر بيانات الجدول رقم (4) أن 60% من أفراد العينة يؤدون الصلاة بانتظام بينما 23,33% لا يقومون بذلك وهذا لا يعني أنهم لا يصلون، وتقر نسبة 96.66% عدم انتمائها لزاوية ما فرغم أهمية هذه المؤسسة الدينية والاجتماعية في الجزائر إلا أننا لاحظنا نوع من الاستغراب كرد فعل لهذا السؤال كونها مؤسسة لا تليق بهم كشباب بينما تقر نسبة 3,33 % انتمائها. ومع كون المبحوثين من الشباب إلا أن نسبة 91,66% يؤكدون عدم انخراطهم في النوادي الرياضية والثقافية مقابل 8,33 % ونسبة 93,33 % تقول بعدم انتماءها للجمعيات المدنية مقابل 6,66% منتمية.

كما يظهر الجدول أن 58,33 % من مجموع أفراد العينة سبق لهم السفر داخل الوطن، كثيرا بينما نسجل 80 % لم يسبق لهم وأن سافروا خارج الوطن ونسبة 15% سافرت قليلا، وعن سبب السفر ،تركنا السؤال مفتوحا، فسجلنا أن غالبيتهم سافروا للعمل أثناء العطل ثم للسياحة. ولا يخفى على أحد أهمية السفر في فتح الآفاق وتنمية الاستعداد للتغيير والمقارنة ، ولكن بالرجوع الى معطيات الجدول رقم 1 فان أفراد العينة من الطبقة المتوسطة بالمفهوم المحلي أي مكتفية وهذا ما يؤثر في إمكانية السفر.

وكانت جزائر الثمانينات قد أتاحت الفرصة لجميع المواطنين بالسفر خارج الوطن وذلك بتوفير العملة الصعبة ولكن الأزمة الاقتصادية التي عرفتها البلاد في منتصف العشرية من القرن الماضي أوقفت ذلك وبقي الجزائريون يشعرون ولسنوات أن السفر حقا من حقوقهم وتم سلبه وامتناعهم عن ذلك يعد إجحافا .ولكن مع مأساة التسعينيات نسي الأمر وبات الجزائري يطالب بحقه في الحياة فحسب وأعيد فتح النقاش في هذه السنوات بسبب توفر الاموال بسبب ارتفاع أسعار النفط ولكن تخوف السلطات من سياسة الانفتاح جعلهم يتراجعون عن الأمر .

جدول رقم 4: مؤشرا ت الثقافة السياحية لدى أفراد العينة

المؤشـــــــــــر / الجنس	ذكر		أنثى	
تقبل الأخر (الأجنبي)	24	%88,88	25	%75,75
احترامه	27	%100	33	% 100
تقبل الاختلاف	17	%62,96	22	%81,48
خدمته	10	%37,03	6	%22,22
اعتباره ضيف	25	%92,59	30	%90,90
ارضاؤه	20	%74,07	10	%30,30
عدم استغلاله	27	% 100	33	%100
عدم محاولة استغلاله	27	% 100	33	% 100

نقرأ من خلال الجدول أن نسبة 100% من العينة تحترم السائح ونفس النسبة تؤكد عدم نيتها في استغلاله وتقر نسبة 88,88 %من الذكور و75,75 % تقبلها للأخر. كما سجلنا نسبا مماثلة بالنسبة للمؤشرات الأخرى كاعتباره ضيفا، ومن الملاحظ، أن انخفاض المؤشر تحققه نسبة 22,22% من الإناث فقط تبدي استعدادها لخدمة السائح و30,30% استعدادها لإرضائه، ومنه القول ان الثقافة المكتسبة توجب الاحترام وكرم الضيافة وتؤمن بالاختلاف كمبادئ أساسية ومع ذلك نسجل تخوفا من الانفتاح على الثقافات الأخرى والعمل في السياحة وهذا ما سنقرأه في الجدول الموالي:

جدول رقم 5: توجهات افراد العينة ازاء العمل في القطاع السياحي

العمل	ذكر		أنثى		المجموع	
نعم	10	%37,03	6	%18,18	16	%26,66
لا	14	%51,85	22	%66,66	36	%60
لست أدري	3	%11,11	5	%15,15	8	%13,33
المجموع	27	%99,99	33	% 99	60	% 99

نقرأ في الجدول أن نسبة 60 %من المجموع يرفضون العمل في القطاع السياحي مقابل 26,66 تبدي استعدادها للعمل ويحمل هذا الفارق بين النسب دلالة واضحة تكمن في التصور السلبي للسياحة كمهنة.

6- مناقشة نتائج الدراسة

لعل أول ملاحظة نبديها بعد قراءة نتائج الدراسة الميدانية هو بروز تناقضات واضحة في خطاب المبحوثين، وهذا ما يظهر في رغبتهم بالارتقاء والحصول على عمل بعد التخرج ومن ناحية أخرى رفضهم لدراسة تخصصات جديدة مع كونها تسمح لهم بذلك كالاقتصاد السياحي، مرد هذا النفور اعتقادهم بأن العمل في القطاع السياحي يفتح المجال للوقوع في المحرمات، وهذا ما تقره نسبة 80% من مجتمع البحث والتي ترفض التخصص لأسباب دينية، فالآخر أي الأجنبي السائح في تصورهم يعني إباحة المحرم من خمر واختلاط. ومع ذلك فان الثقافة المتجذرة في البناء الاجتماعي جعلت المبحوث يقر بوجوب الاحترام وكرم الضيافة وهذا ما توصل اليه بيير بورديو في دراسته الميدانية " سوسيولوجية الجزائر " حيث أقر بكون الأمازيغي(تطلق على سكان المغرب العربي الأصليون) يمتازون بالكرم والجود ولكنه أضاف المحافظة على الموروث (Pierre Bourdieu, sociologie de l'Algerie).

رفض العمل في السياحة لأسباب دينية يحمل تناقضا آخر كون نسبة 23,33% لا تؤدي الصلاة باعتبار ذلك مؤشر من مؤشرات التدين، وعند مقابلة المبحوث فان المظهر الخارجي من زي وحركات لا توحي بافتراض الوازع لديني مرجعا ويمكن تسميته بالعامل الثقافي وان شمل المفهوم الديني وغيره.

وهذا ما يجعلنا نؤكد مسألتين مرتبطتين بالبناء الاجتماعي الجزائري وهما:

أولا، مسألة الفراغ الثقافي التي يتميز بها البناء الاجتماعي، ويصفها عالم الاجتماع الجزائري **عمار بلحسن** بشبه صحراء سائدة .فلم تعرف الثقافة الجزائرية المعاصرة سوى الانقطاعات والمفترقات والتوترات والانشقاقات ويرجع هذا القحط الثقافي إلى سياق الواحدية على المستوى السياسي والفكري والأيديولوجي والشفوية على مستوى الاتصال الثقافي والعزلة على مستوى العلاقات الثقافية مع الوطن الربي ودولتة وبقرطة التعبير والنشر والاتصال،فسارت الثقافة الجزائرية ولا سيما لعربية منها كنسيج ينشطر وينحل كل مرة وكأنه يتدهور وهو يتطور وبالتالي أدت بجل السياسات الثقافية إلى الفشل. (عمار بلحسن، " الكتابة والمنبر الغائب"، الأزمة الجزائرية، ص 459.)

ثانيا، يعد الدين وحده النواة الرئيسية في ثقافة المجتمع الجزائري ولذلك فكل من يريد السيطرة عليه يمسه في دينه هذه الفكرة التي يرجعها صلاح فيلالي إلى سياسية جبهة التحرير الوطني والتي استعملت الإسلام كوسيلة لربح التأييد الشعبي الواسع واستغلته بطريقتين ،استغلته قصد تجنيد الجماهير ضد الاستعمار الفرنسي من جهة وعزل الأحزاب أو الحركات الوطنية التي رفضت الالتحاق بالثورة عن الجماهير من جهة أخرى (صالح فيلالي، الأزمة الجزائرية، ص 34.)

هذين العاملين يعيقان وجود آليات الثقافة التنموية ومما زاد الأمر تعقيدا ،غياب مشاريع "تنمية الثقافة "على مستوى المؤسسات الثقافية والاعلامية والاجتماعية جعل دار لقمان لتبقى دار لقمان على حالها وهذا ما تؤكده الملاحظة الميدانية ، فرغم برمجة المهرجانات الدولية والافريقية فان حضور الجماهير يبقى محتشما ،كما نلاحظ في المعارض الدولية للكتاب ، وجود طوابير واقبال كبير على الكتب الدينية بالدرجة الأولى والمدرسية بالدرجة الثانية والعكس صحيح بالنسبة للكتب الأدبية والفنية.

انه من الأهمية بمكان أن نعيد صياغة مفهوم «ثقافة التنمية»، بتناول عمق عملية التنمية وليس قشورها، التنمية بمفهومها الشامل والعميق والذي يعني التسلح بأحدث ما تم تصنيعه ولكن في سياقه الصحيح، والسياق الصحيح يتطلب التدقيق في تحديد معدلات الحاجة للتبديل والاستعانة بالأحدث وفقا لمتطلبات العمل فقط، وعدم الإسراف أو هدر موارد المؤسسة الحيوية دون حاجة أو مبرر، كما يعني نبذ الأفكار البالية السطحية التي تعتقد أن التنمية ما هي إلا شراء الأحدث واقتناء كل ما هو أكثر تطورا. غير أن الأكثر أهمية مما سبق هو حاجتنا الملحة لتنمية الثقافة بين أفراد المجتمع، ثقافة حب العمل وإجادته والاستغلال الأمثل لكافة الموارد، والبعد عن المظهرية والسطحية والشكليات، ثقافة النفاذ للجوهر ورفض الاستعراض وذلك باعتبار التنمية الثقافية شرطا أساسيا للتنمية الشاملة، وهذا النوع من التنمية الثقافية لا يتم اكتسابه أو تعزيزه إلا من خلال الاهتمام بملكة التفكير والتفكير الخلاق واكتساب القدرة على النقد بين أفراد المجتمع، وبخاصة بين الشباب ،الذي يمثل أساس البناء الحضاري في أي مجتمع، ومن الممكن أن نتخذ تجربة سنغافورة في مجال «التعليم الناقد» مثالا نافعا في هذا السياق، وهى التجربة التي تحاول الانتقال بمفهوم التربية من مرحلة التلقين والاعتماد على قدرة الطالب على الحفظ والتذكر إلى مرحلة اكتساب مهارات التفكير والاتجاه نحو التعلم الذاتي والاعتماد على الإبداع والابتكار، محققة بذلك شعار "مدرسة تفكر ..وطن يتعلم ويتقدم".

إن غرس ثقافة التنمية يستدعي الوعي وإدراك القوانين العالمية المرتبطة بالبيئة ، بحماية التراث والممتلكات، فالوضع الراهن للعالم لم يعد يسمح بالانغلاق، ولم تعد أي دولة مهما كانت أيديولوجية حكومتها وأجهزتها الأمنية قادرة على منع مواطنيها بمعرفة ما يجري خارج حدودها ولا تزييف الحقائق، فالتطور الإعلامي التكنولوجي وشبكات التواصل الاجتماعي فتحا الباب على مصراعيه. ومنه من الأجدر رسم سياسات ثقافية مواكبة لهذا الوضع بدل اللعب على أوتار التراجع باسم الأصالة والثقافة المحلية.

المراجع:

1. ابراهيم العيسوي، التنمية في عالم متغير، دار الشروق، القاهرة، الطبعة 2، 2001 .

2. جون سكوت، علم الاجتماع: المفاهيم الأساسية، ترجمة محمد عثمان، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ط1، 2009.

3. علي ليلة وآخرون، التغير الاجتماعي والثقافي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

4. ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 1996.

5. عياشي العنصر وآخرون، الأزمة الجزائرية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1996.

6. خالد كواش، "مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 1.

7. 7 Haddar Belkacem, **rôle socioéconomique du tourisme**, Opu, Algerie,1988

8. 8 Tessa Ahmed, économie touristique et aménagement du territoire, Opu, Algerie 1993

9. 8 Saskia cousin, Bertrand Réau, sociologie du tourisme, éd, la découverte, Repère, France, 2009 .

10. Marie Beatrice Mazuc , tourisme vert : comment développer votre projet, Ed du puits fleuri, France ,2007.