واقع السياحة في الجزائر ودورها في تنمية وتفعيل الثقافة السياحية في المجتمع.

أ.كريمـــة تشوافـت

قسم علم ألاجتماع كلية العلوم الاجتماعية–جامعة الجزائر 02

الملخص:

يتناول هذا المقال موضوع "السياحة في الجزائر" الذي يكتسي أهمية كبيرة نظرا لمزاياه وانعكاساته الاقتصادية والاجتماعية،لاسيما وأن العديد من الدول منها الجزائر تسعى جاهدة للنهوض به ولأن تجعل منه خيارا استراتيجيا. انطلاقا من هنا، نحاول في مداخلتنا التطرق بشكل موجز لمقومات الجذب السياحي في مجتمعنا خاصة التاريخية منها والثقافية وكذا المادية إلى جانب الطرق المعتمدة فيه وهذا للكشف عن واقع هذا القطاع ودوره في تنمية وتفعيل الثقافة السياحية وهو جوهر اهتمامنا.

الكلمات المفتاحية: واقع السياحة في الجزائر، الروح السياحية، مقاومات السياحة

مقدمـــــة

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية في الكثير من الدول سواء المتقدمة منها أو النامية ويلعب الفرد فيها الدور الأكبر من خلال وعيه النابع من ثقافة مبنية أساسا على استقطاب السياح باستمرار. ويمثل الإرث السياحي وما تملكه الدولة من إمكانيات ومواقع ترفيهية العامل الأساسي لجلب أكبر عدد منهم.

وتعد السياحة أيضا من المواضيع الهامة في المجتمع، التي وإن لم تحض بإسهامات كثيرة من قبل الباحثين الاجتماعيين اعتقادا بأنها ظاهرة اقتصادية محض، فإن الأطر السوسيولوجية لتحليل العلاقات بين العمل والترويح وكذلك العطل ووقت الفراغ قد شكلت إحدى المعايير في علوم الترويح والأصول التاريخية التي تميزه تدريجيا عن وقت العمل وذلك هو جوهر السياحة، ناهيك عن كونها ترتبط بشكل وطيد بعلم الاجتماع الثقافي. وإذا كان الأشخاص يتنقلون في هذا العالم منذ ماقبل التاريخ، فإن بروز لفظ جديد في بداية القرن التاسع عشر وهو "السائح" ويشير إلى الفرد الذي يسافر بدافع المتعة، إنما يدل على أن الحسابات الاقتصادية لم تكن موجودة أنذاك. وفي النصف الثاني من هذا القرن، وأمام التوسع الكبير لصناعة الأسفار والخدمات في دول

عديدة استجابة لحاجات ورغبات هؤلاء السياح الغرباء، أصبحت أصالة التنقل السياحي تختفي عن الأنظار تدريجيا ولا ينتظر من هؤلاء إلا المساهمة في معدل أو نسبة شغل مكان في الطائرة أو الفندق أي قياس التدفق دون الاهتمام بأهداف سفرهم. **DE COSTER Michel, (1998 p20)**

في هذا الصدد، نشير إلى أنه إذا كان قبل النصف الأخير من القرن الحالي 50% من الأشخاص في العالم لم يسافروا قط، فإن السياحة اليوم أضحت ظاهرة جماهيرية. وبالرغم من أن سفر العطلة لا يندرج إلا في نمط حياة الأقلية من الجماهير في البلدان المتقدمة اقتصاديا، إلا أن الرحلات القصيرة تجلب اليوم ملايين الأشخاص لاسيما في المجتمعات الصناعية ويستحوذ على أكبر قدر من الميزانيات الفردية والعائلية المخصصة لوقت الفراغ. كما أن التعريف التقليدي للسائح أخذ محتوى آخر بحيث تشير إليه الوحدة الدولية للسياحة –لأغراض إحصائية– بالزائر الذي يشير إلى كل شخص يذهب إلى بلد غير الذي فيه مقر إقامته العادية لمدة 24 ساعة على الأقل ولأي سبب غير الذي يتمثل في إنجاز وظيفة مأجورة في ذات البلد. (**تقرير لجنة خبراء الاحصائيات، 1937 ، ص 10**)

وعليه، يمكن الجزم بأن تعداد السياح يتم لتطوير الاقتصاديات أولا، بالرغم من أنه لا يمكن لأي بلد أن ينمي قطاعه السياحي دون تعزيز الصناعة السياحية بوسائل تسيير الخدمات الحديثة استجابة لزبائنها ولكن بتنشئة المجتمع أيضا أي العمل على ترسيخ فيه الثقافة السياحية باعتبارها عاملا للفهم الأفضل بين المجتمعات والحفاظ على التراث الطبيعي والثقافي.

ولقد ازداد الاهتمام في الفترة الأخيرة بها وبالتنمية فيها لتشابكها مع قطاعات أخرى ولدورها في خلق فرص عمل جديدة ودعم رصيد ميزان المدفوعات ومن ثمة المساهمة في التنمية الاقتصادية. وتؤكد الدراسات الحديثة أن صناعة السياحة تعد من الصناعات الأساسية من حيث تحقيق معدلات النمو.

في هذا الصدد، نشير إلى أن عدد السياح في العالم قد بلغ في 2010 حوالي940 مليون سائح ليرتفع في 2011 إلى 983 مليون سائح. ونظرا لمزاياه الاقتصادية والاجتماعية سعت العديد من الدول النامية بما فيها الجزائر إلى النهوض به وجعلت منه إحدى الخيارات الاستراتيجية. (**لغواطي يونس، مهلل عبد المالك، ص 126**) وبالرغم من الجهود المبذولة إلا أن مجتمعنا لم يرقى إلى المستوى الذي يكفل بلوغ الأهداف وبقيت إنجازاتنا محدودة إذا ما قارناها

بالمناطق المجاورة. الواقع أننا نفترض أن ذلك يعود إلى غياب الأرضية اللازمة وهذا ما سنحاول التطرق إليه في مقالنا هذا.

أولا: مقومات الجذب السياحي في الجزائر

تعتمد السياحة عامة على البنى التحتية المرتبطة بها، فكلما تطورت، ساهم ذلك في تحقيق نتائج إيجابية أهمها:

1. الخصائص الطبيعية والجغرافية:

تتمثل هذه المقومات السياحية في كل الإمكانات الطبيعية ذات البعد التاريخي والحضاري، وكل ما له قيمة جمالية وعلمية متميزة، مما يستلزم ضرورة تثمينها وحمايتها من الاندثار والانقراض للاستفادة منها. وتعد الجزائر ثاني أكبر البلدان في القارة الإفريقية من حيث المساحة بعد السودان، إذ تتربع على 2.381.471 كلم^2. ويعتبر الساحل الجزائري من أكثر المناطق زيارة صيفا من قبل السياح المحليين والأجانب.

يعتبر شمال الجزائر من الشرق إلى الغرب مساحات خضراء أوسع سهولها وأخصبها توجد في ولاية الطارف وولاية قالمة أو هي أحد أكثر المحميات البيئية ازدهارا من الناحية البيئة، كما يتخلله غابات كثيفة وسلاسل جبلية صخرية. تتمثل أهم جبالها في الأطلس التلي وتوجد وأطول سلاسلها الجبلية المشهورة في منطقة القبائل ويتخللها بحيرات في الشرق وسبخات في الغرب مما يعطي تنوعا بيئيا إلى جانب الجوّ المعتدل الذي يسود صيفا وشتاء إلى جانب ذلك نجد

- **منطقة الجنوب الصحراوي**: التي تعد ثاني أكبر صحراء في العالم لأنها تغطي مساحة 84 % تتميز بتمازج مختلف الثقافات وقلاعها القديمةوكذا ايليزي التي "تعرف هذه المنطقة بالحضيرة الوطنية للطاسلي، والتي صنفت سنة 1982 تراثا عالميا من طرف الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة" وكذلك: وادي ميزاب: المتوفر على معالم تاريخية ومعمارية وهي مصنفة ضمن التراث العالمي وكذا تمنراست التي تتميز بوجود الحضيرة الوطنية للأهقار، وما تتمتع به من تضاريس، ثروة غابية وحيوانية، ونقوش حجرية التي تمثل موارد أساسية للسياحة. كل هذه المعالم المذكورة تكتنز العديد من التماثيل والأحجار المصقولة وتعتبر وقفة هامة للاستفراد التاريخي والوجهة الأولى للسياح الأجانب.(**الدليل الاقتصادي والاجتماعي، 1989، ص 348**)

- ✓ **المحطات المعدنية:**

تعرف الجزائر بـ 202 منبع للمياه المعدنية – حسبما تشير إليه المؤسسة الوطنية للدراسات السياحة– يتركز معظمها في شمال البلاد وأهمها: حمام ريغة في عين الدفلة، بوحنيفة بمعسكر، الشلالات بقالمة، قرقور بسطيف، الصالحين بخنشلة، وحمام ربي بسعيدة، هذه الأخيرة تساهم بشكل كبير في الجذب السياحي سواء الداخلي أو الدولي باعتبارها تمنح فرصا علاجية جمة.

- ✓ **الحضائر السياحية الوطنية:**

تتمثل في مختلف الحظائر مثلا جرجرة، الشريعة، والقالة...(**الدليل الاقتصادي والاجتماعي، 1989، ص 348**)

2. الخصائص التاريخية و الثقافية:

إن المعالم التاريخية و الحضارية المتنوعة التي تنفرد بها الجزائر جعلتها مهدا للحضارة الإنسانية وشاهدا حيا على انتمائها للفضاء الإسلامي، المتوسطي والإفريقي حيث تشهد المعالم الأثرية والمتاحف والوثائق التاريخية على عراقة وعظمة الحضارات المتعاقبة من الأمازيغية إلى الفينيقية فالبيزنطية والرومانية وأخيرا الإسلامية. هذه الأخيرة فرضت نفسها على التاريخ، والشاهد عليها قلعة بني حمادة ببجاية المصنفة من قبل منظمة اليونسكو من بين سبعة مناطق أثرية بالجزائر وضمن قائمة التراث العالمي التاريخي، وهي: منطقة الطاسيلي و تيبازة و جميلة وتيمقاد ووادي ميزاب وحي القصبة. كما يشمل العديد من المتاحف أهمها : سيرتا بقسنطينة، زبانة بوهران، باردوا، الجهاد ومتحف للفنون الجميلة بالعاصمة، كذلك تيمقاد بباتنة وهيبون بعنابة.(**الدليل الاقتصادي والاجتماعي، 1989، ص 389**)

وتملك الجزائر تراثا ثقافيا عريقا مستمدا من العادات والتقاليد والأعياد المحلية ومنتجات متنوعة للصناعة التقليدية، مثل صناعة الزرابي التي اشتهرت بها العديد من المناطق مثل غرداية والجلفة وصناعة النحاس التي اشتهرت بها قسنطينة، والفخار بالقبائل، اضافة لتنوع الألبسة التقليدية المميزة لكل منطقة عن الأخرى, لعل هذه الأخيرة تعكس فعلا صورة مونوغرافية للتنوع التاريخي الذي تزخر به الجزائر.

3. الخصائـــص الماديـــة:

لا تقتصر المقومات السياحية على الإمكانيات الطبيعية والحضارية والتاريخية فحسب ولكن المادية أيضا حيث تتمثل في توفير الطاقة الفندقية باختلاف تصنيف وحداتها لتتناسب مع المستويات الاقتصادية للسائحين، إضافة إلى البنية التحتية كالطرقات، المطارات، الموانئ وشبكة الاتصالات والتي تساهم في استقطاب المزيد من السياح، وإطالة مدة إقامتهم.

✓ **الطاقـــة الفندقيـــة:**

تمثل الطاقة الفندقية القدرة الاستيعابية لكل الفنادق والمؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين إلى الدولة المضيفة.

نشير في هذا الصدد أنه خلال فترة الاحتلال لم تكن السياحة تحظى إلا بقدر ما يخدم المستوطنين الأوروبيين في الجزائر، لذا لم يتجاوز عدد الأسِرَّة في الفترة قبل الاستقلال 5922 سريرا موزعين في المدن الكبرى كالعاصمة، وهران، قسنطينة وعنابة، حيث تتواجد الجاليات الأوروبية لاسيما الأقدام السوداء. (**HEDDAR Belkacem, 1988, p.48**)

وبعد الاستقلال، اعتمدت الجزائر على المخططات التنموية في توجيه سياستها الاقتصادية حتى الثمانينات، حيث وصلت الطاقة الإيوائية للفنادق بالجزائر إلى48302 سرير.

في التسعينيات، شهد المجتمع الجزائري مرحلة تحول سياسي واقتصادي شمل كل المجالات، وكان قائما على التخلي عن النهج الاشتراكي ودخول اقتصاد السوق وذلك تماشيا مع التحولات السياسية والاقتصادية التي يشهدها العالم. وكان أهم ما ميز هذه الفترة تقلص دور القطاع العام في النشاط الاقتصادي وتخلي الدولة عن احتكار التجارة الخارجية وفسح المجال للمبادرات الخاصة الوطنية و للاستثمار الأجنبي بشكل واسع في كل القطاعات بما فيها السياحي. وعرف هذا الأخير في الفترة ما بين 1990 و2002 نموا مطردا ولكنه بطيئا.

أما ما يتعلق بالسعة الإيوائية للفنادق المصنفة، فيمثل عدد الفنادق من صنف خمس نجوم (13 فندق) في 2011 وأربع نجوم (64 فندق) في نفس السنة وهو نصيب ضئيل مقارنة بصنف الثلاث نجوم (60 فندقا)، ويعود ذلك إلى تخوف الشركات العالمية مثل "الهيلتون" و "الشيراتون" من الاستثمار بشكل واسع في هذين النوعين لعدم توفر المناخ الملائم وامتناع الدولة عن الخوض في ذلك أيضا لضخامة استثماراتها.

وفي المقابل، كان نصيب الفنادق من صنف نجمتين (74 فندق) ونجمة واحدة (58 فندق) ضئيلا بالنسبة إلى إجمالي الطاقة المصنفة والواقع أن ذلك منطقي، لأنه غالبا ما يتم إنجازها من طرف القطاع الخاص باعتبار تكاليفها أقل بكثير عن الأولى كما أن إقبال السائحين عليها يكون أكبر من الأصناف الأولى.

وعلى الرغم من أن هذا النمط السياحي يحظى باهتمام من قبل السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر، إلا أنه يعاني عجزا في قدرات الاستقبال ولا يتماشى مع مستوى الطلب عليه. كما نسجل من خلال بعض الأرقام ضعف طاقات الإيواء لمختلف المنتوجات السياحية التي تتوفر عليها البلاد، حيث لا يحظى المنتوج الصحراوي والجبلي بالهياكل الكافية لاستقبال وتلبية حاجيات طالبيها لعدم استغلال المقومات السياحية لاستقطاب هواة هذه الأنماط.

الليـــالي السيـــاحيـــة

تمثل الليالي السياحية مدة الإقامة التي يقضيها السياح في الفنادق للبلد المستقبل أوالمضيف طيلة رحلتهم. والملاحظ أن معدل تغير الليالي السياحية يتناسب طردا مع معدل تغير عدد الوافدين للمناطق السياحية المعنية.

ففي الجزائر، تتسم الليالي السياحية التي يقضيها السياح الوافدين إليها بمحدوديتها وذلك تماشيا مع حجم الطلب السياحي حيث لم تتجاوز لغير المقيمين في المتوسط 6.3 % من إجمالي الليالي السياحية للفترة الممتدة ما بين 1990-2002.

ومما لا ريب فيه، أن الأزمة السياسية والأمنية التي عرفها مجتمعنا خلال العقد الأخير من القرن الماضي قد ساهمت في ضعف القطاع السياحي وتهميشه ضمن الاستراتيجيات التنموية. إضافة إلى إحجام الجزائريين المقيمين في الخارج لقضاء عطلهم في الجزائر خوفا من الظروف التي كانت سائدة.

في هذا الصدد، سوف نتوقف عند الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى الجزائر في مختلف المحطات التاريخية فيما يلي:

تجدر الأشارة في البداية إلى أن صناعة السياحة، تعتمد على عامل رئيسي هو جذب السائحين والذي هو اليوم فن وعلم، يرتبط بكافة مرافق الخدمات في المجتمع. ولقد تنوعت سبل الجذب في الجزائر ولم تبق حكرا على السياحة الترفيهية وزيارة المتاحف والأماكن الأثرية ولكنها أصبحت تشمل أنماطا أخرى، كالسياحة العلاجية والمؤتمرات والأعمال وغيرها...والواقع أن

السياحة الدولية الوافدة إلى الجزائر لم تحتل مرتبة هامة –إلى حد ما– لاعتبارات إيديولوجية بعد الاستقلال وحتى أوائل التسعينيات حيث تردت الأوضاع السياسية مما أثرت بشكل ملحوظ على الجذب السياحي للأجانب.

تميزت الفترة الممتدة مابين 1990 –1995 بتراجع واضح في عدد السياح الوافدين من 1136918 سائح في عام 1990 إلى 519576 سائح عام 1995، أي بمعدل نمو متوسط سنوي سالب مقدر بـ 12.91..%.

أما الفترة مابين 1996– 2002، فلقد اتسمت بتحسن طفيف في عدد السائحين الوافدين إلى الجزائر وانتقل العدد من 604968 سائح عام 1996 ليصبح 988060 سائح في 2002، أي بمعدل نمو متوسط سنوي بـ 9.71 %. وبالنسبة لمعدل النمو المتوسط السنوي لكل الفترة فلقد قدر بـ 0.28 % وهي نسبة ضعيفة جدا مقارنة بمعدل النمو للسياحة العالمية الذي يمثل 4 % سنويا. (**RITA Paulo, 2000, P.434–436**)

ويعتبر نصيب الجزائر من السياحة الدولية الوافدة ضئيلا مقارنة بالدول العربية الأخرى وفي منطقة البحر المتوسط، مثل الأردن ومصر وتركيا والبرتغال واليونان للاعتبارات المذكورة آنفا، لاسيما ما يتعلق بالبنية الأساسية، الفنادق والأماكن الترفيهية والتي لا تلبي مستوى الطلب عليها. وبالرغم من تدني حجم هذا الأخير مقارنة بجيرانها (تونس والمغرب)، تتوزع جنسيات السائحين الوافدين إلى الجزائر على مختلف مناطق العالم بنسب متفاوتة ويمثل الأوروبيون أكبر حصة في الإجمالي (الفرنسيين ثم الإيطاليين ثم الألمان فالإسبان.

وتعود حصة الأسد في هذا التوزيع للجزائريين المقيمين بالخارج والذين عادوا بقوة بعد تحسن الأوضاع السياسية لقضاء عطلهم في الوطن وبين ذويهم. بينما يمثل الأجانب نسبا منخفضة ويرجع ذلك لقلة الهياكل الخاصة بالسياحة، الأمر الذي يجعلهم يتوجهون نحو دول مجاورة للسياحة.

من جهة أخرى، شهدت مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تطورا غير أنه لم يرقى لمستوى التطلعات. وباستثناء سنة 2003 ظلت نسبة مساهمة القطاع دون 1% والتي تقترب كثيرا عن المتوسط العالمي الذي يبلغ 10%. (**لغواطي يونس، مهلل عبد المالك، ص 135**)

وعليه، يجب المحافظة على هذا الرصيد من الإمكانيات الطبيعية والتاريخية والحضارية للجزائر الذي لا يستهان به ويفترض حسن استغلاله وتثمينه، وجعله قادرا على المنافسة في سوق السياحة العربية والإفريقية والدولية أيضا.

ثانيا: أنواع السياحة في الجزائر:

غالبا ما يمنح التنوع السياحي فرصا أكبر لنجاح هذا القطاع الهام وتفعيله في التنمية الوطنية حيث تتمكن كل الأطراف المشاركة فيه من التخطيط له وتكريس الموارد المطلوبة لتحقيق الاستراتيجية المرسومة لذلك. ومن أهم الأنماط السائدة في الجزائر نذكر :

السياحة الساحلية: تعتبر أكثر الأنواع انتشارا في الجزائر، بفضل الشريط الساحلي ولقد حظيت باهتمام واضح وجهزت بمركبات سياحية عديدة مثل موريتي، نادي الصنوبر، سيدي فرج، زرالدة وتيبازة بالعاصمة وضواحيها وكذا سرايدي، القل، سكيكدة، والقالة بالشرق الجزائري إلى جانب الأندلسيات بوهران في الغرب.

- ✓ **السياحة الترفيهية:** أكدت وزارة السياحة والحرف في2011، أن نسبة كبيرة من المتوافدين إلى الجزائر هي بغرض الاستجمام والراحة ويقدرون بـ 69,86 % وفي سنة 2015 انخفضت بشكل طفيف جدا لتقدر بحوالي 66 %.
- ✓ **سياحة الأعمال:** تخص أكثر المستثمرين ولقد قدرت – حسب ما تشير إليه الأرقام– بـ 29,70% في2011 لتصل نسبتها إلى 33.04% وهذا سنة 2015.
- ✓ **سياحة المهمات:** تتعلق بالقيام بمهمة ما في البلد المستقبل أو المضيف. ولقد قدرت نسبتها 0.15% في 2011 لتبلغ في عام 2015 حوالي 0.15%. (**Office National des Statistiques et Ministère du Tourisme et l'Artisanat, de 2015**).
- ✓ **السياحة الدينية:** وهي تستقطب السياح المحليين حيث يتوجهون الى الزوايا لحضور بعض المناسبات الدينية كالمولد النبوي الشريف وعاشوراء.
- ✓ **السياحة العائلية:** تتمثل أعلى نسبة من السياح الجزائريين المغتربين والذين يقضون اجازاتهم مع أفراد أسرهم لإعادة انتاج العلاقات التقليدية والحفاظ عليها وهم نفسهم الذين يفضلون السياحة على الشاطئ في الصيف ولا يحتاجون الى قاعدة للإيواء حيث تتكفل بهم أسرهم. والواقع أن في هذا النوع من السياحة، يعتبر المغتربون الفاعلون الحقيقيون الذين يفعلون

القطاع بشكل عام لاسيما بنشرهم للفكر السياحي بما يحمله من معاني وقيم وكذا مبادئ تشجع على الممارسات وقد تخلق مستقبلا ثقافة سياحية تترسخ في مجتمعنا.

ثالثا: العقبات التي تحول دون جعل صناعة السياحة الاجتماعية قطبا عالميا: تعاني السياحة الجزائرية من عدة عراقيل سواء من حيث الاستثمار أو الشغل ومن بينها نذكر :

1. **عدم تنسيق جهود قطاع السياحة مع قطاعات التنمية الأخرى من جهة و كذا تعقد الترسانة القانونية التي تجعل من بناء قاعدة سياحية على أساس المشاريع الاستثمارية أمرا صعبا من جهة ثانية.**

الواقع، أن حاملي المشاريع يواجهون عراقيل كثيرة لتحقيقها مثلا الوكالات السياحية، الفنادق، حيث تلجأ إلى أجهزة الادماج المهني لأن الحصول على التمويل يتطلب قنوات تساعد على إقامة مشروع إلا أنه على حامل المشروع الحصول على رخصة موافقة من قبل الوزارة للانطلاق في تحقيقه وتشترط هذه الأخيرة توفر كل تجهيزات النشاط لتقديم هذه الأخيرة (الموافقة)، وتعد هذه الرخصة شرطا أساسيا للاستفادة من دعم الأجهزة. وبالرغم من وجود قاعدة قانونية تحدد وتنظم إجراءات ذلك إلا أن أصحاب الأفكار يواجهون عراقيل عديدة لاسيما البطء البيروقراطي مما يشعرهم بالإحباط ويؤدي بهم في أغلب الأحيان إلى العزوف عن المشاريع أو عدم السعي وراء الاستفادة من تلك المساعدات واللجوء إلى طرق ومصادر أخرى بالنسبة للبعض والخوض في مجالات أخرى بالنسبة للبعض الآخر.

على صعيد آخر، تعتبر السياحة صناعة للخدمات وللعمل المكثف كما أنها مصدر هام للشغل في مستويات مؤهلة وغير مؤهلة ويمثل عدد الفنادق والأسرة مؤشرات يمكن الاعتماد عليها في الكشف عن التوظيف. وتشير الأرقام إلى أن عدد المستخدمين لم يتجاوز 82 ألف في سنة 2000 ليصبح في 2010 حوالى 396 ألف مستخدم.(**World Travel and Tourism Council**) إلا أن نمط التشغيل الطاغي في القطاع السياحي الجزائري هو ارتفاع العاملين في الإدارات بالرغم من أن المعايير تؤكد عدم تجاوز 7% فقط (**المجلس الاقتصادي والاجتماعي، 2000، ص40**). في نفس السياق، تؤكد المنظمة العالمية للسياحة بأن نسبة العمال غير المؤهلين في هذا القطاع، يقدر بـ 66% من مجموع المشتغلين فيه، في حين أن المقاييس الدولية المطبقة في قطاع السياحة تتيح 20% فقط بالنسبة لهذه الفئة من العمال لارتباطه الوثيق بالخدمات التي ترتبط اساسا بالمورد البشري. ومما لا ريب فيه أن انخفاض مستوى

التأهيل يعود بالدرجة الأولى إلى عدم تكيف جهاز التكوين مع حاجات القطاع من حيث النوع والكم خاصة نقص المؤسسات والمعاهد المونة في مجال السياحة والفندقة (معهد التكوين ببوسعادة وتيزي وزو والجزائر العاصمة وكلها بمعدل 100 إلى 300 مقعد) (**MADOUCHE Hachemi, 2003**).

إن ما يثير للانتباه هنا، هو التناقض السائد والذي يخلق مشاكل جمة نتيجة تعسر أو استحالة تحقيق المشاريع خاصة اذا كان حامليها لا يستطيعون إنجازها بعيدا عن المساعدات وكذا صعوبة إيجاد اليد المؤهلة لصناعة السياحة في مجتمعنا.

2. **الاشهار السلبي لصورة الجزائر السياحية :**

يعد المجتمع الجزائري من المجتمعات الشبانية التي لم تعرف الاستقرار السياسي يوما وهذا ما أثر بشكل كبير على ذهنيته. وإذا ما اطلعنا على كرونولوجيا الأحداث السياسية، فنجده قضى 130 سنة من الاستعمار واجهها بمقاومات شعبية وثورة ضده، فبعد الاستقلال وقف ضدّ السلطة الحاكمة للتعبير عن رفضه لمجموعة من الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية وكذا الثقافية وقد سهل ذلك كونه شعبا تعود على الممارسات العنيفة وعلى عدم الاستقرار الذي أصبح جزءا من ثقافته. وفي بداية التسعينيات وعرفت القاعدة الشعبية غليان جماهيريا على مجموع الأوضاع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية ، مؤطرة من قبل أحزاب سياسية ذات شخصيات قيادية، وكانت أغلبية الفئات شابة وذات مستوى تعليمي منخفض مما سهل جذبها وتأطيرها حسب الوعاء الثقافي الذي تتنمي إليها.

ولقد أدت العديد من الاصطدامات مع الأمن، إلى استعمال الأسلحة والوسائل البسيطة المحذورة من قبل الأمن والتخريب من قبل المواطنين (**بومخلوف محمد وآخرون، التأطير، 2015، ص148**)، مما تسببت في خسائر على مستوى الممتلكات الشخصية للأفراد وممتلكات الدولة.ومما لاشك فيه أن مثل هذه الأفعال لا تشجع على السياحة الجزائرية إنما تدفع المواطنين إلى الهجرة. هذه المرحلة لم تعرف جذبا سياحيا لا داخليا ولا خارجيا خوفا من التوترات الحاصلة في المنطقة.

وأما المرحلة الثانية فتخص الانتقال من حركات احتجاجية صدامية إلى سلمية واتسم الكثير منها بالطابع السلمي لتتحول بعضها إلى احتجاجات عنيفة أحيانا. كما عرف العديد منها تأطيرا غير رسمي من قبل الشباب أنفسهم (**بومخلوف محمد وآخرون، التأطير، 2015،**

ص149). ولقد تسببت معظم الأحداث في الاشهار السلبي إلاّ أن سلميتها سمحت بوجود جذب سياحي محتشم. وتتمثل طرق الجذب السياحي المعتمدة في الوكالات الصحفية ، مواقع الأنترنت، الجوانب التنظيمية والادارية، تسهيلات الخدمات لاسيما وسائل النقل والايواء.

نخلص مما ذكرناه، أن القطاع السياحي الجزائري عرف تذبذبا واضحا وأنه اتسم بوجوده في مناخ غير مشجع تماما على النمو السياحي، فعلى الرغم من أننا نملك القدرات والخصائص المادية والطبيعية والجغرافية اللازمة والتي اشرنا إليها أعلاه، إلا أننا لا نملك الأرضية الأهم للاستغلال الأفضل لها. واستنادا إلى ذلك، سوف نتناول جانبا أساسيا في هذه المعادلة الصعبة التحقيق أي" القطاع السياحي ينتج من مقومات السياحة (الطبيعية، الجغرافية، المادية، التاريخية والثقافية) وكذا الفكر والروح السياحية".

رابعا: الثقافة والروح السياحية في الجزائر:

تندرج الروح السياحية في الثقافة المجتمعية حيث تساهم في عملية اكتساب الفرد لمعلومات سياحية من البيئة التي يعيش فيها ومساعدته على توظيفها والاستفادة منها مما يؤدي إلى النهوض بالسياحة. وتظهر أهمية هذه الأخيرة في كونها نشاطا اجتماعيا يقوم به الأفراد من أجل الترويح والترفيه والتغيير، ذلك أنهم يحتاجون بصورة مستمرة إلى تغيير أنماط العلاقات والأماكن من خلال السفر أو تنظيم العطل والانتقال إلى عالم أو محيط آخر والتفاعل مع أشخاص آخرين. ينتج عن هذا الانتقال أو السفر تبادل يؤدي إلى إحلال قيم وتقاليد جديدة تتماشى مع البيئة المحيطة. وتتمثل أهم العوامل المساعدة على تنمية روح السياحة في المجتمع في التغير الاجتماعي بشتى أنواعه والعمل عامة وعمل المرأة خاصة وهذا ما سنذكره بإيجاز فيما يأتي :

✓ **التغيـــــــر الاجتماعـــــي:**

تختلف المجتمعات في طريقة عيشها وفي نظرتها للأشياء والمواقف والسلوكات وذلك وفقا للمرجعية القيمية لكل منها والتي تقوم عليها وتستند إليها. انطلاقا من هنا، تعتبر القيم والمعايير والطقوس والأعراف المتولدة عن ثقافة المجتمع أحد عوامل التغير الاجتماعي، يساعدها في ذلك التطور التكنولوجي وسرعة انتشاره، وعليه، فإن العامل الثقافي له أهمية في التغير الاجتماعي باعتبار منبعه هو تحول القيم والنماذج – على حد تعبير تالكوت بارسونز (PARSONS.T – **Jean-Pierre et Weil Robert**, **DURAND**), **1997**. يكون ذلك تبعا للأوضاع الراهنة في المجتمع وكذا التغير التكنولوجي الذي يغير من

ذهنية الأفراد ويكسبهم قيما جديدة تتلاءم مع السياح وقد توعيهم حول متطلبات هؤلاء واحتياجاتهم كإعطاء الصورة الإيجابية والتحلي بآداب الطريق والأكل والتعامل والنظافة والحفاظ على البيئة واحترام الأشخاص والحيوانات والروح المدنية بكل ما تحمله من معنى.

✓ **دور العمـــــل :**

يعد العمل نشاطا أساسيا يتم حوله تنظيم الوقت واختيار نمط الحياة وبعدما كان العمال يهتمون بحاجياتهم الأساسية أصبحوا يسعون إلى تحقيق احتياجات أخرى ثانوية والبحث عن الرفاهية. يرجع هذا التغير في النزعة الحقيقية للإنسان من وراء العمل إلى الوصول إلى السعادة والرخاء الشخصيين. وإلى جانب اختراع وتوسيع وسائل النقل الجماعية والفردية وتحسين وسائل الإعلام وإنشاء وتطور شبكة التجمعات المرتبطة باللهو، الأمر الذي أدى إلى زيادة القدرة الإغرائية له وللترويح، فإن العمل أضحى يحمل قيما أخرى غير التي تقوم على الإكراه والشقاء والبؤس. على صعيد آخر، يعزز العمل مستويات المعيشة، لاسيما بدخول المرأة سوق العمل حيث أصبحت تكسب الأسرة ثقافة سياحية من خلال مساهمتها بدخلها في تغيير ميزانيتها. بالتالي، أصبح التفكير في ميزانية الأسرة ومهارة إدارتها والتحكم بإيراداتها ومصاريفها فناً من الفنون التي ينبغي للزوجين أن يتعلماها ويحرصا عليها، لا سيما عمل المرأة جعلها تتفتح على محيط اجتماعي آخر بقيم وممارسات عديدة خاصة بالترويح والراحة والعطلة وكذا السفر والاكتشاف مما جعل الكثير من أفكارها تتغير وتساهم بتبادلها مع الأخرين في نشر فكر سياحي بالتالي بذور ثقافة سياحية فعلا.

خامسا: العطلـــة والسياحـــة في الأســـرة الجزائـــريـــة:

نتج عن تغير الأوضاع الاقتصادية في سنوات التسعينات تسريح مكثف للعمال، مما أدى بالأسرة الجزائرية الى مواجه ضغوطات اقتصادية، اضطر بعض المسؤولين عن العائلات بقبول خروج زوجتهم أو أختهم أو ابنتهم للعمل من أجل مساعدتهم في مصروف المنزل، لاسيما الإناث اللواتي تملكن من التعليم ما يؤهلهن للحصول عن العمل. وقد ساهمت الدولة بشكل كبير في توعية وتوجيه الفكر الشعبي لتقبل الأفراد لعمل المرأة، الأمر الذي سمح لها بإفادة الأسرة بزيادة قدرتها الشرائية بالدخل الذي تكسبه من عملها وبتلبية حاجاتها الثانوية ومنها السياحة. إلى جانب ذلك، فإن العمل جعل المرأة تتفاعل اجتماعيا مع شبكات مختلفة أكسبتها ذهنية متفتحة على العالم الخارجي منها الثقافة السياحة أي الرغبة في الاستمتاع بالعطلة ودعمها في تحقيقها

عمليا أجرها الذي رفع من ميزانية الأسرة ككل. أما من الناحية الاستهلاكية للأسر، فإن الوسائل المادية والمعنوية التي كانت تصنف ضمن الحاجات الكمالية بالنسبة للأسرة الجزائرية، أصبحت مع التحولات التي حدثت في ثقافتها من الأولويات، حيث تسعى أيضا إلى اقتناء الوسائل التي تشبع الحاجات الترفيهية والترويحية كالهاتف المحمول والتلفاز والإنترنت...الخ إضافة الى تكريسها للامكانيات المادية والزمنية من أجل راحة الأسرة وقضاء عطلها وفي المناسبات الدينية والوضعية كالأعياد والأعراس وغيرهما. تجدر الإشارة إلى أن العطلة و/ أو السياحة عبارة عن موروث استعماري اكتسبه الجزائريون من خلال الحق في العطلة السنوية التي يتمتع بها الموظفون وهذا الحق بقي ساري المفعول حتى بعد الاستقلال وساهم في تنمية روح الترفيه والهواية فيهم. والواقع أن هذه الطبقة تتميز بالسياحة العائلية زيارة الأقارب عامة وذلك لإمكانياتها المتواضعة، أما الفئة المثقفة، فغالبا ما تهتم بالسياحة الترفيهية –كمفهوم أنتجه المستعمر وتبناه هؤلاء مع مرور الزمن– ولعل ذلك راجع لإمكانياتهم الأفضل مقارنة بالطبقة الأولى.

إضافة إلى ذلك، فإن كون "الجزائر من أكثر بلدان العالم الثالث احتكاكا بأوربا (ربما لتواجد أكبر جالية جزائرية في فرنسا ولأسباب تاريخية أخرى)، أمر جعلها أكثر عرضة للتأثير الثقافي، بالتالي التغير الاجتماعي. إلى جانب ذلك نلمس ارتفاع حجم الطلب على المنتجات الثقافية لاسيما مع صناعة السينما والاعلام والبرامج التلفزيونية وأشرطة الفيديو والموسيقى والوسائل الحديثة للعب والرياضة (الالكترونية منها والاعلام الآلي). فضلا عن الترفيه نتيجة صناعة السيارات والدراجات والألبسة، وغيرها من العناصر الثقافية والتي معظمها غربية المنشأ، فهي تساهم في تغيير الاتجاهات الفكرية وتوجه السلوكات وترسخ قيما جديدة. يتجلى ذلك عند الأطفال والشباب في المجتمع، لأنهما الفئتان الأكثر تعطشا بطبعهما.

ولكن من هم أفراد المجتمع الجزائري الذين يستغلون أوقات فراغهم وعطلهم وكيف يستغلونها ؟

يمكن تقسيم الشكل الطبقي للمجتمع الى مرحلتين، الأولى ساد فيها النظام الاشتراكي وتميزت بانقسام المجتمع الى طبقتين: البورجوازية والممثلة في الطاقم الحاكم و الطبقة العاملة وهي الفقيرة والتي تغلب في المجتمع. هذه الأخيرة لا تفكر في السياحة لقلة مواردها المادية. أما المرحلة الثانية فتمثلت في الفترة الانتقالية وتتكون من ثلاث طبقات: البورجوازية وهي الحاكمة وأصحاب رؤوس الأموال وتتسم بتعودها على السفر والعطل والسياحة. أما الطبقة المتوسطة فهي التي

انفتحت على الحاجات الثانوية وأصبحت تبحث عن الترويح والعطل، ساعدها في ذلك الدولة بفتحها للأبواب نحوى الرفاهية من خلال القروض والتسهيلات المقدمة لاقتناء المنازل والسيارات وكذا محاولة بث ثقافة العطل في عقولهم. وأخيرا ،الطبقة الفقيرة التي تأخذ حصة الأسد. أدى هذا التوزيع إلى بروز ظاهرة الفقر أمام ارتفاع حدة البطالة ومشكلة السكن وكذا تراجع القدرة الشرائية نتيجة ارتفاع الأسعار وانخفاض الدخل ...الخ. كل هذه الظواهر والمشاكل تعكس واقع عدم الإقدام على السياحة من قبل هذه الفئة. إن هذا التقسيم في رأي يفسر إحصائيات السياحة الداخلية بشكل جيد.

في هذا السياق، نثير دراسة الباحثة أنيسة رحماني التي بينت في أطروحتها حول التسلية التي تمت في المرحلة الأولى، أن 70% من أصحاب المدن هم المعنيين بالعطل أكثر من سكان الأرياف، و70% من سكان المدن لا يستفيدون من إجازاتهم السنوية لأنها تمثل شريحة ذات الدخل الضعيف، أما 30% من سكان المدينة الذين يستغلون عطلهم فيختارون قضائها في شواطئ البحر، تليها نسبة تختار الجبال و10% يفضلون الحمامات المعدنية ونسبة ضعيفة تختار الصحراء و2% يختارون الغابات، وهناك من يفضل قضاء عطلته مع الأقارب والبعض منهم بفضل التوجه الى الخارج حسب احصائيات 1978. (**بشيرة عالية، 2009. 2010**)

أما الدراسة التي أجريت حول واقع الأسرة الجزائرية والتحديات التربوية في الوسط الحضري "القطيعة المستحيلة" في السنوات الأخيرة وتمس المرحلة الثانية تبين أن الأغلبية الساحقة من الأسر تحرص على قضاء أيام العطلة مع أفراد أسرهم بنسبة تصل 82.2% (مقابل نسبة ضئيلة لا تتجاوز 15.9% لا يحرصون على هذا السلوك) حيث يقضون عطلهم معهم بزيارة الأقارب بنسبة 65.16 % (**بومخلوف محمد وآخرون، 2008، ص194**)، هذه النسبة تعبر عن شدة ارتباط الأسر ة الجزائرية بالأقارب والمحافظة على المعايير القديمة للتماسك الاجتماعي التقليدي، لا تكلف هذا النوع من الناحية المادية بالشيء الكثير مقارنة بالوسائل الأخرى لقضاء العطل كالسفر...الخ التي تستلزم وسائل مادية ، وربما هذا لا يتناسب والأسر ذوات الدخل الضعيف الذين هم يشكلون الأغلبية الساحقة في هذا المجتمع المدروس، ومما يؤكد ذلك أن نسبة 10.48% فقط من الأسر التي تفضل السفر الى الخارج ونسبة أخرى قريبة منه تقد ب 15.60 % (**بومخلوف محمد وآخرون، 2008، ص195**) ممن يزورون الأماكن التاريخية والمتاحف.غير أن الذهاب الى البحر وزيارة الريف من الممارسات المعتبرة أيضا في النشاط الترويحي

للأسرة الجزائرية الحضرية اذ بلغت الأسر التي تقض وقتها على شاطئ البحر 40.70% وتقترب منها نسبة الذين يزورون الريف بـ 36.29% (**بومخلوف محمد وآخرون، 2008، ص195**) الذي يعكس استمرارية العلاقات القرابية واستمرارها.

تبين هذه النتائج أن الثقافة السياحية، أضحت جزء من ثقافة المجتمع، فبعدما كان أكثر من نصف الأفراد لا يولون أهمية للعطلة لإدخالها في خانة الكماليات لعدة اعتبارت حيث تصنف ضمن خانة البناء الاجتماعي والاقتصادي للبلاد بصفة عامة والأفراد بصفة خاصة –(الفكر التقليدي السائد، ميزانية الأسرة، النظام السياسي والاقتصادي)– أما النسبة المنخفضة ممن يولونها أهمية فإنهم يبلورونها حسب إمكانياتهم المادية والعلائقية المتاحة، بينما تمثل نتائج الألفينيات ترسخ الفكر السياحي ببحث الأسر الجزائرية عن قنوات ترفيهية تتماشى وميزانيتها.

أما الأسر، فلا تحرص على هذا السلوك ونسبتهم 15.9% ويرجعونه بالدرجة الأولى إلى قلة الامكانيات التي يمكن أن تصرف خلال هذه العطل بنسبة 35.83%. (**بومخلوف محمد، 2005–2006**)

على صعيد آخر، يعود الانخفاض مستوى السياحة في الجزائر في السنوات الأخيرة إلى الأزمة الاقتصادية التي مست الدول الغربية وكذا ارتفاع أسعار التذاكر في الجزائر. أما ارتفاع ثم انخفاض نسبتها، فيرجع لعدم عودة السياح الذين سبق وزاروا الجزائر لعدم رضاهم عن الخدمة المقدمة فيها بالرغم من جعل الزبون الجزائري في المرتبة الثانية بعد الزبون الأجنبي الذي احتل المرتبة الأولى وهذا في إطار سياسة الدولة واستراتيجيتها منذ 1966. أما الجزائريون المقيمون في الخارج فارتفاع نسب دخولهم للجزائر يعود للاستقرار السياسي الذي عرفته في الفترة الأخيرة والذي سمح لهم بزيارتها بعد طول انقطاع.

الخـــاتمـــة:

يبقى القطاع السياحي أسير عدة عوامل وفاعلين اجتماعيين مما يجعل تنميته والتحكم في الآليات التي تعمل على ديناميته أمرا يتطلب تظافر الجهود وتكريس الموارد لاسيما إعداد الأرضية المناسبة وأساسها الثقافة السياحية بكل ما يحمله هذا المفهوم من معاني وعناصر كالقيم والمعايير والطقوس والعادات التي باستغلالها يتم الحفاظ على المقومات وعلى السياح بشكل عام. من جهة أخرى، يبقى موضوع السياحة عامة وفي الجزائر خاصة يتطلب اهتماما أكثر لاسيما من منظور سوسيولوجي محض بعيدا عن الاعتبارات الاقتصادية والنماذج الإحصائية.

المراجع:

1- باللغة العربية:

1. الخشاب أحمد، **التغير الاجتماعي**، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، العدد 261، القاهرة.
2. لغواطي يونس، مهلل عبد المالك، **التنمية السياحية في الجزائر وأثرها على الاقتصاد الوطني**، مجلة المناجير، جامعة الجزائر 03 ، العدد 02.
3. **الدليل الاقتصادي والاجتماعي**، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، طبعة 1989.
4. 1937.لجنة خبراء الاحصائيات، **عصبة الأمم**، تقرير-
5. بشيرة عالية، (2009. 2010) **السياحة الجزائرية ودورها في كشف معوقات التنمية الاجتماعية للبناء السوسيوثقافي**: دراسة ميدانية لبعض أنواع السياحة في ولاية البليدة (الحضيرة الوطنية للشريعة نموذجا، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر 2.
6. **لمجلس الاقتصادي والاجتماعي، مساهمة من أجل تحديد السياسة السياحية الوطنية**، الدورة 16، نوفمبر 2000.
7. بومخلوف محمد (2005-2006)، **نمط الأسرة الجزائرية ومحدداته. دراسة إحصائية و تحليل نظري، في التغيرات الأسرية و التغيرات الاجتماعية، فعاليات الملتقى الثالث**-قسم علم الاجتماع، 20-21 جانفي 2004، الجزء الأول، منشورات كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة الجزائر.
8. بومخلوف محمد وآخرون، (2015)، **التأطير الاجتماعي للشباب ومسألة الثقة: دراسة ميدانية للتأطير الرسمي وغير الرسمي للشباب في الوسط الحضري**، جامعة الجزائر 2 ، أبو القاسم سعد الله، قسم علم الاجتماع، مخبر الوقاية والأرغونوميا، غير منشورة.
9. بومخلوف محمد وآخرون، (2008)، **واقع الأسرة الجزائرية والتحديات التربوية في الوسط الحضري** "القطيعة المستحيلة" ط 1، مخبر الوقاية والأرغنوميا، الجزائر.

2- باللغة الفرنسية:

1. *DE COSTER Michel, (1998),* ***Introduction : bilan, actualité et perspectives de la sociologie du***
2. *travail, in DE COSTER (M), PICHAULT (F), (sous la direction),* ***Traité de sociologie du travail,*** *éd. DE Boeck Université, 2éme Edition, Paris , Bruxelles.*
3. *DURAND Jean-Pierre et WEIL Robert (1997),* ***Sociologie contemporaine****, Éditions Vigot, collection « Essentiel », Paris.*
4. *HEDDAR Belkacem, (1988),* ***Rôle socio-économique du Tourisme en Algérie*** *Alger, édition ENAP /ENAL/OPU.*
5. *RITA Paulo (2000),* ***Tourism European Union, International Journal of Contemporary Hospitality Management****, Volume 12, Number 7 PP.434-436.*

6. *MADOUCHE Hachemi, (2003), **Le tourisme en Algérie: jeux et enjeux**, éd. Houma, Alger. Office National des Statistiques et Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, 2015.*
7. *-World Travel and Tourism Council, Economic data search tool: **Travel and Tourism**, Economy employment, Direct industry, 1990-2020.*