

واقع الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري
-دراسة ميدانية بمدينة باتنة-

The reality of tourism culture in Algerian society _Field Study In Batna _

MEDIAZA tarek¹, IKDOUMI hanane

مديازة طارق* ، ايكدومي حنان

¹ طالب دكتوراه جامعة باتنة 1 الجزائر tarek.mediaza@univ-batna.dz

² طالبة دكتوراه جامعة باتنة 1 الجزائر hanane.ikdoumi@univ-batna.dz

تاريخ الاستلام: 2021/11/10 تاريخ القبول: 2024/04/21 تاريخ النشر: 2024/06/27

ملخص:

إن الثقافة السياحية مقوم أساسي لقيام سياحة ترقى لتطلعات وأهداف الدولة الجزائرية، فبالإضافة إلى الاهتمام الذي توليه الدولة الجزائرية في الجانب الاستثماري المادي وجب الاهتمام أكثر بالعنصر البشري ليس فقط العاملين في القطاع السياحي بل كافة المجتمع، وذلك بغرس ثقافة سياحية تشكل وعي سياحي يؤدي إلى تطور السياحة في البلاد. من هذا المنطلق حاولنا في دراستنا هذه القاء الضوء على واقع الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري، ودرسنا ميدانيا مدينة باتنة، حيث قسم بحثنا إلى جزء نظري تطرقنا فيه إلى ما وجدناه مهم لدراستنا، وجزء ميداني عرضنا فيه ملاحظاتنا والاستمارة والمقابلات والنتائج المتوصل إليها وكذا الاقتراحات والتوصيات .
الكلمات المفتاحية: الثقافة، السياحة، الثقافة السياحية

Abstract:

Tourism awareness is essential for the development of tourism that meets the aspirations and objectives of the Algerian State. In addition to the attention paid by the Algerian State to the material investment aspect, greater attention must be paid to the human race, not only those working in the tourism sector but also all of society. From this absolute

*المؤلف المرسل: مديازة طارق، الإيميل: tarek.mediaza@univ-batna.dz

point of view, we have tried to shed light on the role of community culture in shaping tourism awareness. We have studied the field of Batna, where our research has been divided into a theoretical section in which we have looked at what we have found to be important for our study, a field segment in which we have presented our observations, the format, interviews and findings, as well as suggestions and recommendations.

Keywords: Awareness, tourism awareness, tourism, tourism culture

المقدمة:

تعتبر الثقافة السياحية من أهم عناصر المعادلة السياحية وهو لا يخص العاملين في القطاع السياحي فقط بل يشمل كافة أفراد المجتمع فقيام سياحة متطورة وجب الاهتمام بكافة عناصر المعادلة السياحية، وللوصول إلى جذب السائح الخارجي وإرضائه يبدو أنه يجب جذب السائح الداخلي وإرضائه أولاً، فالسائح المحلي يفضل الوجهات الخارجية على الداخلية في كثير من الأحيان لعدة أسباب، في حين كان يجدر الاستفادة منه داخليا .

مر على العالم والجزائر ظرف صحي (جائحة كورونا) عطل السياحة الخارجية كليا على الأقل بالنسبة للجزائر ما فتح المجال وأرغم السائح الجزائري المعتاد على ممارسة السياحة الخارجية على ممارسة السياحة الداخلية بمختلف أنواعها، ما فتح مجال للمقارنة في نوعية الخدمات المقدمة وطريقة تقديمها، ومقارنة سلوكيات المجتمع المحلي تجاه السياح ومعاملاتهم وكذا سلوكيات السائح المحلي بنظيرتها في السياحة الخارجية .

يعتبر الجذب السياحي ركيزة أساسية لقيام سياحة متطورة ويقوم أساسا على الموقع السياحي والخدمات المقدمة والتي يكون العنصر البشري أساسيا فيها فطريقة تقديم الخدمات وسلوكيات المجتمع المحلي تلعب دور مهم في عملية الجذب السياحي كل هذا نسبة إلى الأسعار، فالأسعار تعتبر حجر زاوية في المعادلة إذ أنه لقيام سياحة داخلية متطورة يجب أن تكون الأسعار مدروسة ومقبولة فلا يعقل أن يجد السائح المحلي نفسه ينفق على رحلة سياحية داخلية أكثر مما ينفق على رحلة سياحية خارجية بخدمات أفضل.

تعتبر الثقافة السياحية محصلة تنشئة اجتماعية متأثرة بظروف تاريخية وعوامل اقتصادية وسياسية فتشكل ثقافة سياحية مرهون بعوامل كثيرة، تؤدي في النهاية لترسيخ تصورات وتمثلات للسياحة لدى المجتمع والفرد، إلا أن هذه الثقافة قابلة للتأثر بالمتغيرات فيمكن توجيه هذه التصورات والتمثلات عبر آليات الاعلام والتعليم بمختلف الوسائل بطريقة ممنهجة علمية للوصول بالفرد والمجتمع لبناء تصورات وتمثلات وأخيرا ثقافة تخدم الفعل السياحي كمورد اقتصادي لكن بدون المس بقيم المجتمع ومعتقداته

الإشكالية:

تطورت السياحة في العصر الحديث وأصبحت تعتبر من أهم القطاعات، حيث تلعب دورا مهما في تحقيق الدخل القومي والتنمية الاقتصادية والاجتماعية. بيد أن هذا الدور المهم الذي تلعبه لا يمكن تحقيقه إلا مع توفر ثقافة سياحية في المجتمع، حيث تسهم الثقافة السياحية في إدراك الأفراد ووعيم بأهمية السياحة وكيفية ممارستها وكيفية التعامل مع السائح وكذلك المحافظة على المحيط والبيئة ومنه الاستدامة في الفعل السياحي، وتحقيق أكبر قدر ممكن من الاستفادة الاقتصادية والاجتماعية،... إلا أن هذه الثقافة لا تتشكل من فراغ انما هناك العديد من المؤسسات والعوامل التي تساهم في تشكيلها، وقد جاءت هذه الدراسة لرصد واقع الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري وخصوصا مدينة باتنة.

وتأسيسا على ما سبق تتبلور الإشكالية الرئيسية للدراسة فيما يلي :

-ما هو واقع الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري وما هي العوامل المساهمة في تشكيلها ؟

وللإجابة على هذا السؤال تم وضع مجموعة من الفرضيات. حيث تتمثل الفرضية الرئيسية فيما يلي :

- يرتبط تشكل الثقافة السياحية بمجموعة من العوامل الاجتماعية

وتنبثق عن هذه الفرضية ثلاثة فرضيات رئيسية متمثلة في:

-التنشئة الاجتماعية لها دور في تشكل الثقافة السياحية.

-لوسائل الإعلام دور في تشكل الثقافة السياحية.

-تلعب ثقافة الطبقة دور في تشكل الثقافة السياحية.

1-أهمية موضوع الدراسة:

إن موضوع الثقافة السياحية ذو أهمية بالغة باعتباره عنصر مهم في المعادلة السياحية من أجل النهوض بالقطاع السياحي ككل في الدولة الجزائرية، ومن هنا تظهر أهمية دراسة هذا الموضوع باعتبار السياحة مورد اقتصادي مهم في وقتنا الحالي وذو نفع اجتماعي لما تعود به السياحة على المجتمع من توفير مناصب شغل واحتكاك بثقافات أخرى....

كما تنبع أهمية الموضوع في كونه يتطرق لموضوع الثقافة الذي يعتبر بالغ الأهمية عند كافة المجتمعات حيث تحدد هذه الأخيرة تصورات الافراد وتوجه ممارساتهم في كافة الميادين .

2-أهداف الدراسة:

إن الهدف من هذه الدراسة هو الوقوف على واقع الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري وذلك من خلال تبين كيفية تشكل هذه الثقافة وما هي العوامل المساهمة في تشكيلها، وذلك من خلال:

محاولة معرفة تصورات الأفراد عن السياحة

إلقاء الضوء على موضوع الثقافة السياحية

لفت الانتباه للعناية بتشكيل ثقافة سياحية وبذل المزيد من الجهود لتطوير طرق غرس ثقافة سياحية ترقى بالسياحة في الجزائر.

3-منهج الدراسة :

إن الهدف من هذه الدراسة هو الوقوف على واقع الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري "مدينة باتنة نموذجاً"، فقد وجدنا أن المنهج الوصفي هو الأنسب للموضوع مدعماً بالتحليل، لدراسة الظاهرة كما هي موجودة ومحاولة الوصول إلى نتائج واقتراحات تخدم أهداف البحث.

4-الأدوات المستخدمة في الدراسة:

لقد اعتمدنا في دراستنا هذه على أهم الأدوات المستخدمة في الدراسات الاجتماعية للوصول إلى نتائج علمية تخدم أهداف الدراسة ونلخصها فيما يلي :

4-1-الملاحظة:

لقد استخدمنا في دراستنا هذه أداة الملاحظة لما لها من أهمية في هكذا دراسات، فقد ساعدتنا في التمهيد للعمل الميداني من خلال ملاحظة السائح المحلي ووجهاته فمعايشتنا لبعض السياح المحليين والاحتكاك بهم وملاحظة تصرفاتهم أعطانا صورة مبدئية عن الوعي السياحي لديهم، كذلك أتاحت لنا الملاحظة إمكانية المقارنة بين النظري والواقعي وبين ما يجب أن يكون وما هو كائن وبين ما لاحظناه وما استقيناه من المصادر الأخرى من استمارات ومقابلات...

4-2-استمارة الاستبيان:

لقد استخدمنا في دراستنا هذه أداة استمارة الاستبيان، التي وجهت لعينة من مجتمع البحث ألا وهو سكان مدينة باتنة، حاولنا أن تكون أسئلتها مغلقة إلا أن موضوع الثقافة والوعي استلزم وجود عدة أسئلة مفتوحة لما له من خصوصية، وكانت الاستمارة في كثير من الأحيان استمارة بالمقابلة، وقد اشتملت استمارة الاستبيان على 45 سؤال موزع على أربع محاور كالتالي:

المحور الأول خصص للبيانات الشخصية

المحور الثاني خصص للتنشئة الاجتماعية

المحور الثالث خصص لوسائل الاعلام

المحور الرابع كان حول ثقافة الطبقة

4-3-المقابلة :

لقد قمنا في دراستنا هذه بمقابلة العديد من الموظفين أهمهم بدون ترتيب: موظف سابق بوكالة أسفار، موظفة بمتحف تيمقاد، تاجر حرف تقليدية بمدينة تيمقاد.....

5-مصطلحات الدراسة:

5-1-تعريف الثقافة

5-1-1-1-التعريف اللغوي:

عرفها القاموس المحيط: ثقافة مشتقة من لفظ ثَقَّفَ، ثقفا. أي صار حاذقا وخفيفا فطنا (آبادي، 2005، صفحة 795).

كما عرفها المعجم الوجيز: الثقافة مشتقة من لفظ تَثَقَّفَ، أي تعلم وتهذب. والثقافة تعني العلوم والمعارف والفنون التي يطلب العلم بها والحدق فيها. (مجمع اللغة العربية، 1994، صفحة 85)

5-1-1-2-الثقافة اصطلاحا:

-الثقافة تتألف من أنماط فكرية وقيم ومعتقدات شائعة بين مجموعة من الأفراد، أي أنها جزء لا يتجزأ من الحياة الكلية لمجموعة معينة من الأفراد. كما تتضمن الثقافة مجموعة متنوعة من القضايا منها: الدين، الكتب، الأفلام، الأسرة وغيرها.... (النصير، 2013، صفحة 17)

كما عرفها ادوارد تايلور في كتابه "الثقافة البدائية" على أنها كل مركب يشتمل على المعارف والمعتقدات والفن والقانون والأخلاق والتقاليد وكل القابليات والعادات الأخرى التي يكتسبها الانسان كعضو في مجتمع معين .

أما روبرت بيرستد فقد عرفها على أنها هي ذلك الكل المركب الذي يتألف من كل ما نفكر فيه أو نقوم بعمله أو نتملكه كأعضاء في مجتمع. (عماد، 2006، الصفحات 31-32)

كما تعني الثقافة في نظر السوسيولوجيين مختلف جوانب الحياة الإنسانية التي يكتسبها الانسان بالتعلم لا بالوراثة، ويشترك أعضاء المجتمع بعناصر الثقافة وتمثل هذه العناصر السياق الذي يعيش فيه أفراد المجتمع. (الصياغ، 2005، صفحة 82)

وعرفها أيضا غي روشي على أنها عبارة عن مجموعة من العناصر لها علاقة بطرق التفكير والشعور والفعل، وهي طرق صيغت تقريبا في قواعد واضحة والتي اكتسبها وتعلمها وشارك فيها جمع من الأشخاص، تستخدم بصورة موضوعية ورمزية في آن واحد من أجل تكوين هؤلاء الأشخاص في جماعة خاصة ومميزة. (عماد، 2006، صفحة 32)

5-2-2-تعريف السياحة:

5-2-1-تعريف السياحة لغة:

-المعنى اللغوي للسياحة هو الذهاب في الأرض للعبادة والترهب، وساح في الأرض: يسبح سياحة وسيوحا وسيحا، أي ذاهب. (آل دغيم، 2014، صفحة 12)

5-2-2-تعريف السياحة اصطلاحا:

-عرفها شوليرن اقتصادي نمساوي على أنها: مجموع كل الظواهر ذات الطابع الاقتصادي التي تترتب على وصول المسافرين الى منطقة أو دولة معينة واقامتهم فيها ورحيلهم منها. وهي الظواهر التي ترتبط بالتبعية. (آل دغيم ، 2014 ، صفحة 14)

كما عرفت المنظمة الدولية للسياحة على أنها نشاط من الأنشطة التي تتعلق بخروج الفرد عن محيط البيئة التي يقيم بها والإقامة لمدة لا تزيد عن عام متواصل بهدف الترفيه والاستمتاع او غيرها من الأغراض الأخرى التي لا تتعلق بممارسة نشاط بهدف التكسب منه. (بيج ، 2008 ، صفحة 25)

أما من المنظور الاجتماعي والحضاري تعرف عل أنها حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان. بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب، ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد. (كافي ، دراركة ، و العلوان ، 2013 ، صفحة 14)

3-5- مفهوم الثقافة السياحية :

الثقافة السياحية هي تلك المعلومات التي ينبغي أن تتوفر لدى المواطن في مجال السياحة بصفة عامة، كما هي امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم التي تشكل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك الفرد سلوكا سياحيا رشيدا. (بوخدني و عنصر ، 2019 ، صفحة 140)

6- الخصائص الأساسية للثقافة حسب وجهة نظر بارسونز:

للثقافة عدة خصائص وقد تناولها تالكوت بارسونز خلال تحليله للنسق الثقافي وهي كما يلي:

-الثقافة متحولة أو منقولة عبر الأجيال: فهي عبارة عن موروث وتعمل كمعيار هام للتمييز بين الأنساق الاجتماعية حيث يمكن أن تتغير من نسق الى آخر.

-الثقافة متعلمة: أي أنها مكتسبة وتعكس دوام واستمرارية الثقافة.

-الثقافة مشتركة جماعية: حيث أنها لا تربط بأفراد بعينهم ولكنها محددة في عملية التفاعل الاجتماعي.

(الحوارني ، 2008 ، صفحة 188)

7-مكونات الثقافة:

بما أن الثقافة هي كل مركب من مجموعة من العناصر فبالتالي هي تتكون من مجموعة من المكونات منها: القيم والمعايير، الدين، التنشئة الاجتماعية وغيرها من المكونات الأخرى

7-1-القيم والمعايير: تعتبر القيم والمعايير من العناصر الجوهرية في أي ثقافة، فالقيم هي التي تحدد ما هو محبذ ومرغوب في المجتمع وما هو مرفوض، أما المعايير فتشكل قواعد للسلوك التي تعكس أو تجسد القيم في ثقافة ما. وتعمل القيم والمعايير سويا على تشكيل الأسلوب الذي يتصرف به أفراد ثقافة ما إزاء ما يحيط بهم، وبالتالي فهي تؤثر في وعي وإدراك الأفراد للأمور. (الصياغ، 2005 ، الصفحات 82-83)

2-7-الدين: يمثل الدين مكون من مكونات الثقافة حيث تشكل التعاليم والنصوص الدينية قواعد صارمة للفكر والسلوك، وبالتالي فالدين يقوم بتشكيل الثقافة وتعبئتها ويقوم أيضا بشحنها بالرموز والمضامين والقيم. (عماد، 2006، صفحة 137)

3-7- التنشئة الاجتماعية: تتجسد أيضا الثقافة في التنشئة الاجتماعية التي هي عبارة عن عملية تعليمية، حيث يتعلم بها الأطفال أو أفراد المجتمع أساليب الحياة في مجتمعهم، كما تعد وسيلة للنقل الثقافي وانتقال الثقافة عبر الأجيال، كما أن التنشئة الاجتماعية تشمل على عددا من العوامل الفاعلة، وتشمل هذه العوامل الفاعلة على السياقات الاجتماعية التي تجري فيها عمليات التنشئة وهي: الأسرة، جماعة الرفاق، المسجد وغيرها من السياقات التي تسهم في تعليم الفرد منظومات القيم والمعايير والمعتقدات التي تشكل الأنماط والعناصر الأساسية في الثقافة. (الصياغ، 2005، الصفحات 87-89)

4-7- اللغة: ان اللغة أيضا تعتبر من المكونات الرئيسية لأية ثقافة فهي تعتبر وسيلة للتفاعل الاجتماعي ولنشر الثقافة، كما تعتبر اللغة فكر وبنية وذلك لأن أي لغة تحمل في فهمها مسبقا رؤية للعالم يتبناها بالضرورة أولئك الذين يتكلمونها. (عماد، 2006، صفحة 173)

8-مقاربات سوسيولوجية حول الثقافة :

1-8-كارل ماركس: الثقافة بوصفها أيديولوجيا:

اشتهر كارل ماركس بالجدلية المادية حيث قام بقلب فلسفة هيغل رأسا على عقب، ففي حين كان هيغل يرى بأن الثقافة هي التي تنتج المجتمع ذهب ماركس الى عكس ذلك، حيث كان يرى بأن المجتمع هو الذي ينتج الثقافة. فقد اعتبر كارل ماركس بأن البناء الاقتصادي والذي يشكل البنية التحتية هو الذي ينتج الثقافة والتي تعتبر بدورها من مكونات البنية الفوقية.

ان الفكرة الرئيسية التي يطرحها ماركس هي أن علينا دراسة البنية التحتية لفهم المجتمع، وهي تعبر عن نفسها عبر البنية الفوقية ومن ثم ينتج عن البنية التحتية بنية فوقية ثقافية ملائمة لها. فالبنية التحتية للاقتصاد الرأسمالي نشأ عنها بنية فوقية تتألف من شبكة من المؤسسات والأشكال الثقافية الخاصة والمناسبة للمجتمع الرأسمالي، فالقوى المادية الحاكمة هي التي تشكل القوى الفكرية الحاكمة أي الثقافة. وفي هذا الصدد يرى ماركس بأن الطبقات التي تفتقر الى القوة ماديًا ستفتقر الى القوة ثقافيا، وبالتالي فالثقافة عند ماركس هي عبارة عن أيديولوجيا وتعني تحريف الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي أو تشويهه لخدمة المجموعة المسيطرة. وبالتالي تساعد الثقافة في إعادة انتاج المجتمع بأساليب تحجب صورته الحقيقية عن أعين الذين ينتمون اليه.

وبالتالي فماركس اعتبر الثقافة مجرد فرع من فروع البنية الاقتصادية والاجتماعية. حيث أصبحت مجرد فكرة تابعة. (النصير، 2013، الصفحات 37-43)

2-8-مقاربة ايميل دوركايم حول الثقافة :

اعتمد دوركايم في تحليله على الافتراضات الوظيفية، حيث اعتبر بأن الثقافة تلعب دورا مهما في تخفيف حالة اللامعيارية والتي هي عبارة عن حالة الاغتراب التي تشكل مشكلة الحداثة، كما تلعب وظيفة هامة أيضا وهي المحافظة على النظام الاجتماعي، وفي مناقشة دوركايم لتقسيم العمل في المجتمع يؤكد على أن الشكل الذي يتخذه تقسيم العمل يملي على المجتمع طبيعة الثقافة التي تنسجم معه. فالمجتمع عندما يكون منظم بطريقة معينة ستكون هناك مجموعة من الأفكار والممارسات التي تتماشى مع هذا التنظيم. أي ثقافة معينة تتوافق معه. وبالتالي فبالنسبة لدوركايم تتكون ثقافة المجتمع من مجموعة من التمثيلات الاجتماعية. ويستخدم الأفراد هذه التمثيلات لفهم الواقع، ذلك الفهم الذي هو مستمد من الأساليب التي شكلت عقولهم ثقافيا في أثناء التنشئة الاجتماعية، أي أنها تؤثر على وعي الأفراد للواقع الاجتماعي. ومن هذا المنطلق فإن الثقافة وسيلة لمعالجة الظواهر الطبيعية واعطائها معنى ومغزى يدركه البشر، وهي وسيلة للتعامل مع الطبيعة وجعلها في متناول العقل البشري.

وبالتالي فإن دوركايم يفترض بأن كل مجتمع ينتج مجموعة من التمثيلات الجماعية التي تتوافق معه، ومن خلال دراسته للمجتمعات البدائية توصل الى ان الثقافات تلعب دورا اجتماعيا، فهي تعمل كرابط بين الأفراد من خلال نشر الأعراف والقيم المشتركة، كما أنها تحدد وتوضح للأفراد في مجتمع معين القيم الأخلاقية الرئيسية التي يجب عليهم العمل بها والسلوكيات المرغوب فيها اجتماعيا. ونفس الامر ينطبق على المجتمعات الحديثة. (النصير، 2013، الصفحات 53-56)

8-3- مقارنة بياربوردو حول الثقافة :

ناقش بوردو مفهوم الثقافة من خلال ثلاثة مفاهيم أساسية متمثلة في: الهايتوس (المنطلقات الشخصية)، المجال، ورأس المال. يعتبر الهايتوس (المنطلقات الشخصية) من المفاهيم الأساسية عند بوردو، حيث يتشكل من خلال عملية التنشئة ضمن طبقة اجتماعية. هذه المنطلقات الفردية يترتب عليها بدورها الممارسات الفردية والجماعية أي تساهم في تشكيل الفعل. حيث يرى بوردو بأن هذه المنطلقات الذاتية للفاعل ترتبط بما تأثر به من ظروف موضوعية في محيطه الاجتماعي، وبما استدمجه الفرد اجتماعيا وثقافيا، وبالتالي اختيار الفعل مرتبط بالجانبين الموضوعي والذاتي، ممثلة فيما تشكل لدى الفرد من هابيتوس.

كما ناقش بوردو العلاقة بين الطبقة والهابيتوس، حيث يرى بأن الأوضاع المكانية المتماثلة يمكن أن تنتج منطلقات متماثلة. والهابيتوس بدوره يشترك في إنتاج الأفعال والحياة الاجتماعية، كما يرى بأن التباين الطبقي يترتب عليه اختلافا في المنطلقات والرؤى، الأمر الذي يجعل من هذا التباين أحد أوجه التناقض في المجتمع، ويمكن أن يترتب عنه سوء فهم بين الجماعات الأمر الذي يترتب على أساسه وجود ايديولوجيات مختلفة، حيث تتضمن الأيديولوجيا مجموعة من المعتقدات الخاصة بالجماعة التطبيقية ومصالح أعضائها، أي حالة من تعدد الثقافات أو ما تسمى بالثقافات الفرعية.

أما مفهوم رأس المال فيعني به بورديو تَمَلُّك ما يؤهل الانسان للتحكم والسيطرة على مستقبله والآخرين، وهذا ترتبط ملكيته بتملك مصدر للقوة. ولا ينحصر مفهوم رأس المال عند بورديو في الملكية الاقتصادية بل يشمل أشكالاً أخرى من رأس المال، منها رأس المال الرمزي والذي يعتبر أهمها. حيث يشمل هذا الأخير رأس المال الاجتماعي والثقافي، كما يتضمن معان وأفكار ومعتقدات. كما يرى بورديو بأن رأس المال الرمزي لدى المثقفين يمكن أن يلعب دوراً ثورياً أو يمكن أن يوظف في تبرير الواقع واستمراره مثلاً تبرير استغلال الرأسماليين. وبالتالي فقد ربط بورديو رأس المال الاقتصادي برأس المال الرمزي.

أما المفهوم الثالث فهو متمثل في مفهوم المجال: وهو عبارة عن نشاط محدد له تنظيمه وقواعده التي تتضمن تراتب مكانات وضع متباينة. ويتشكل التباين بين أعضاء المجال على أساس التباين في ملكية رأس المال ويركز بورديو هنا على رأس المال الاقتصادي ورأس المال الثقافي. وبالتالي فامتلاك رأس المال يؤثر على وضع ومكانة الشخص في المجال. كما أشار بورديو الى فكرة التفاوت في ملكية رؤوس الأموال وعلاقتها بتباين المنطلقات والرؤى أي الهابيتوس، وهذا التباين في رأس المال والمنطلقات بدوره يرتبط بتباينات رمزية ثقافية، بما في هذا تفاوت في الأنماط اللغوية.

وبالتالي فالمفاهيم الثلاث لبورديو مرتبطة فيما بينها. فرأس مال الفرد في مجال معين يرتبط بهابيتوس الطبقة، والمجال هو الحقيقة الموضوعية التي تتضمن تشكيل الهابيتوس. (عثمان، 2008، الصفحات 170-173)

9-أهمية الثقافة السياحية :

للثقافة السياحية أهمية كبيرة. سواء على الجانب الاقتصادي أو الاجتماعي، فهي تعمل على تنمية التراث والمحافظة عليه من خلال تعريف المجتمع به، كما تعمل على تحقيق التنمية الاقتصادية للبلد وذلك من خلال رفع المستوى المعيشي، كما تعد ركن أساسي لإعداد وتنفيذ خطط التنمية السياحية بالإضافة الى هذا تساهم في المحافظة على الموروث الحضاري والثقافي للبلد والمحافظة على المجتمع واحترام عاداته وتقاليده. (بلواضح، 2018، صفحة 288)

10-الأثار السلبية لغياب ثقافة سياحية:

ان غياب الثقافة السياحية يؤدي الى العديد من النتائج السلبية، التي تؤثر بدورها على السياحة وعلى وظيفتها في المجتمع. فغياب الثقافة السياحية يؤدي الى اعتداء الأفراد على البيئة وتلويثها وعدم المحافظة عليها، كما يؤدي الى عدم احترام السياح وخصوصياتهم واستغلالهم عن طريق المضاربة في الأسعار والمغالاة. (بودريالة ، 2016، صفحة 267) وغيرها من السلوكيات السلبية التي تؤدي الى تشويه صورة المنطقة وتصبح منطقة طاردة للسياح، هذا ما يؤثر بدوره على قطاع السياحة بصفة عامة.

11-الدراسة الميدانية :

إن الفئة المستهدفة من هذه الدراسة هي سكان مدينة باتنة على الأقل الأشخاص البالغين أي كل من يمكن أن يتشكل عنده ثقافة سياحية ويمكنه ممارسة السياحة أو التفاعل مع السائح....

1-11- عينة الدراسة:

وزعت 40 استمارة استبيان على عينة من الأفراد من مدينة باتنة وقد تم اختيارهم كالاتي:
تم تقسيم مدينة باتنة إلى قطاعات جغرافية وفقا للخريطة وتمثلت هذه القطاعات تقريبا في أحياء مدينة باتنة، قسم عدد استمارات الاستبيان على عدد الأحياء، وقد كانت معظم الاستمارات بالمقابلة وكان توزيعها عشوائي في كل حي.

2-11- عرض وتحليل البيانات الخاصة بالمقابلة:

عند مقابلتنا لموظف سابق بوكالة سياحية أكد لنا أنه كان هنالك (قبل جائحة كوفيد19) إقبال على السياحة الخارجية أكثر منه على السياحة الداخلية وكان النصيب الأكبر للسياحة الدينية (العمرة وزيارة الحرمين الشريفين)، ولم يقتصر هذا النوع من السياحة على أفراد الطبقة الغنية بل كذلك أفراد الطبقة المتوسطة وحتى الفقيرة كذلك، ثم تلمها وجهات كتركيا ودبي وتونس والمغرب ومصر. أما بالنسبة للسياحة الداخلية فكانت في أغلبها موسمية مقتصرة على السياحة الشاطئية في الفترة الصيفية وكذلك سياحة صحراوية بنسبة قليلة.

كما أكد لنا أن الأشخاص الذين يتعاملون معهم نفس الأشخاص الذين يتعاملون معهم بصفة دورية في معظم الأحيان، كما يحضرون أشخاص جدد في كل مرة أي أن الأشخاص الجدد يكونون من معارف الأشخاص الذين تعاملوا معهم من قبل في معظم الأحيان.

* بالنسبة لعدم الإقبال على السياحة الداخلية نسبة الى السياحة الخارجية في الوكالات السياحية يبدو أن المواطن يفضل التخطيط لرحلته ووجهته السياحية بنفسه نظرا لسهولة ذلك مقارنة بوجهة خارجية، يرى المواطن أنه يمكنه توفير بعض المصاريف التي ستزيد في حالة الاعتماد على وكالة سياحية .

قابلنا عند زيارتنا للآثار الرومانية موظفة بالمتحف الروماني حيث اكدت لنا ان فترة الذروة لاستقبال الزوار والسواح تكون أشهر مارس، أفريل، ماي حيث يستقبل المتحف الكثير من السواح الأجانب ناهيك عن الوافدين الداخليين الذين يكونون في معظمهم زوار من المناطق الشرقية في معظمهم من عائلات وأصدقاء وكذا الرحلات المدرسية.

* بالنسبة لعدم الإقبال على السياحة الأثرية مع أن المدينة الأثرية تيمقاد مصنفة عالميا من طرف اليونيسكو يبدو أن المنطقة غير مهيئة لاستقبال سواح خارجيين وفق المعايير الدولية فالسائح عند القدوم للمنطقة والانتها من زيارته المدينة الأثرية لن يجد الكثير لزيارته بطريقة سهلة بالنسبة لشخص لا يعرف المنطقة، ولن يجد المستوى الرفاهي المطلوب بالنسبة لشخص يبحث عن الراحة.

غياب الطابع الجمالي الذي يعكس تاريخية المدينة، ضعف شبكة المواصلات، غياب تطبيقات على الهواتف الذكية بخصوص معالم المنطقة وتسهيل أمور السائح...، غياب الإشهار يرقى الى مستوى هكذا موقع، عدم خبرة المجتمع المحلي في التعامل مع السواح..... عوامل ساعدت في تدهور السياحة بالمنطقة. قابلنا تاجر حرف تقليدية بالقرب من المدينة الاثرية حيث كان يبيع بعض الأواني الفخارية والتحف الجبسية وبعض الفوانيس المصنوعة في جمهورية الصين الشعبية وأكد لنا ان الزبائن يقتنون هذه الأشياء كتذكارات لزيارتهم للمنطقة.

* كان من الممكن تهيئة مكان بيع هؤلاء الحرفيين بشكل أفضل بكثير وكان من الممكن تنوع وتحسين الأعمال الحرفية بكثير لو توفرت الإمكانيات والاهتمام أكثر .

11-3-عرض وتحليل الملاحظة:

من خلال معايشتنا لأفراد المجتمع المحلي لمدينة باتنة والتحدث معهم عن موضوع السياحة والاحتكاك بهم في المناطق السياحية، ومن خلال كوننا مارسنا السياحة الداخلية والخارجية لاحظنا واستنتجنا ما يلي:

-يلعب العامل الاقتصادي وتكلفة الرحلة السياحية الدور الأهم في معظم الأحيان في تحديد الوجهة السياحية، إذ يفضل معظم الشباب وحتى العائلات الذي سينفق أكثر من 30000 دج الشواطئ التونسية على الساحل الجزائري إذ أن الخدمات التي يحصل عليها السائح بنفس المبلغ أفضل في الجارة تونس. -نوع السياحة المنتشرة في أوساط المجتمع المحلي هي السياحة الشاطئية فمعظم العائلات تنتظر فترة الاجازة والعطلة الصيفية بالنسبة للأطفال للتوجه للشواطئ الشرقية خاصة وكراء شقة أو منزل لبضعة أيام.

-يشتكي ويتذمر الكثير من ممارسي السياحة الداخلية من سوء الخدمات وسوء المعاملة في كثير من الأحيان ليس فقط من أفراد مجتمعات المناطق السياحية بل حتى من العاملين في المجال السياحي -توجد لا مبالاة كبيرة لدى أفراد المجتمع المحلي تجاه المواقع السياحية في مدينة باتنة فالمواقع الأثرية شبه مهملة ماعدا الموقع الأثري تيمقاد الذي لا يرقى الاهتمام به الى قيمته وحجمه، فرمي الفضلات و... في المناطق السياحية خير دليل على عدم المبالاة والتحلي بثقافة سياحية وبيئية لدى بعض افراد المجتمع. -يوجد تقصير أو عدم قدرة الدولة على الاهتمام الأمثل بالمناطق السياحية -قلة أو انعدام الاشهار والتعريف بالوجهات السياحية المحلية لدى السائح المحلي فما بالك الأجنبي. -ضعف البنية التحتية من إيواء واطعام ومواصلات ترقى الى المستوى الدولي

11-4-عرض وتحليل لاستمارة الاستبيان:

- في سؤال كان عن ممارسة أسرة المبحوث للسياحة أجاب 94% من المبحوثين بنعم، أي أن هناك ثقافة سياحية وممارسة سياحية من طرف المجتمع.
- ومن مجموع المبحوثين الذين يمارسون السياحة 97% منهم يمارسون السياحة الداخلية، أي أن هناك اقبال كبير على الوجهات الداخلية.
- و 98% من ممارسي السياحة الداخلية يختارونها بسبب الوضعية الاقتصادية، فتكلفة رحلة سياحية عائلية داخلية أقل بكثير من رحلة سياحية خارجية، خاصة مصاريف النقل. أي أن اختيار السياحة الداخلية مبني على أساس مادي (السعر) وليس نوعية الخدمات أو تفضيل الوجه الداخلية على الخارجية.
- 57% ممن يمارسون السياحة يمارسونها بصفة دورية على الأقل مرة كل سنة، دليل على ترسخ ثقافة سياحية في أوساط المجتمع.
- 88% من ممارسي السياحة الداخلية لا يتضايقون من سلوكيات الأفراد والجماعات في المناطق السياحية، دليل على وجود ثقافة سياحية في المناطق السياحية
- 63% من المبحوثين تلقوا في مسيرتهم الدراسية درس حول موضوع السياحة ما يدل أن هناك اهتمام بالسياحة في المجال التعليمي.
- 51% من المبحوثين نظمت إحدى المؤسسات التعليمية التي درسوا بها رحلة سياحية، هذه الممارسات تعزز وترسخ الثقافة السياحية لدى الطفل والمراهق.
- 93% من المبحوثين لم يسبق لهم أن حضروا خطبة جمعة أو درس كان موضوعها عن السياحة، أي أن المؤسسة الدينية لا تساهم في تشكيل الثقافة السياحية لدى أفراد المجتمع.
- 35% من المبحوثين اعتبروا السائح مصدر دخل يجب الاستفادة منه، 30% اعتبروه شخص غريب يجب التعرف عليه، 20% اعتبروه شخص غريب يجب الحذر منه، نجد أن الثقافة السياحية مرتبطة بالجانب الاقتصادي الأمر الذي يجب أن يكون لتحقيق الهدف المرجو من تطوير السياحة، بينما مال في جزئه الأكبر الى تصورات ذات مرجع ثقافي يجب تغييره.
- 64% من المبحوثين يقبل أن يتجول في حيه شخص يهودي أو مسيحي بزيه الديني، بينما 31% لا يقبل ذلك، يبدو أن فئة كبيرة من أفراد المجتمع لا يقبل الآخر ولا يقبل الاختلاف وهذا راجع للتشدد في الخطاب الديني وعدم الانفتاح على الآخر وعدم تنشئة فرد منفتح قابل للنقاش وتقبل الآخر خاصة في الأحياء الهامشية..
- 97% من المبحوثين سبق أن قرأ مقال في مجلة أو على الأنترنت عن موضوع السياحة، ما يدل على أن هناك اطلاع على الموضوع، ما يشكل ثقافة بطريقة أو بأخرى.

- 98% من تلك المقالات كانت حول التعريف بوجهات سياحية، نجد أن عملية الإشهار للوجهات السياحية تتخذ عدة اشكال منها المقالات في المجلات الورقية والإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي... وتلعب دور كبير في عملية الجذب السياحي.
- 99% من المبحوثين شاهد برنامج تلفزيوني حول السياحة، أي أن التلفاز وسيلة هامة جدا في نشر الثقافة السياحية وفي عملية الاشهار والجذب السياحي.
- 53% من المبحوثين يختارون وجهتهم السياحية بناء على المعلومات التي يتحصلون عليها من التلفاز والانترنت و34% بناء على تجارب سابقة، ما يدل على أهمية الاشهار واستعمال كافة وسائل الاتصال والانترنت في ذلك، كما يدل على مدى أهمية إرضاء السائح وتقديم صورة جيدة وتجربة متميزة لاستقطابه مرة أخرى.
- 98% من المبحوثين يفضلون السياحة الخارجية، وتراوحت الإجابات بين التعرف على ثقافات واشخاص مختلفين والتمتع بالمناظر و الخدمات المقدمة، بالرغم من أن معظم المبحوثين لم يمارس السياحة الخارجية إلا أن وسائل الاعلام و التمثلات التي كونها عن السياحة الخارجية تجعله يختار السياحة الخارجية بدون تردد ما يبين مدى أهمية الاشهار وتكوين ثقافة سياحية تحدد عملية الجذب السياحي وتكون ثقافة سياحية تخدم السياحة الداخلية.
- من خلال النتائج المتوصل اليها نستنتج بأن امتلاك رأس المال الاقتصادي، أي حجم رأس المال الاقتصادي والمتمثل في الدخل الفردي يؤثر في تشكيل هابيتوس الفرد وبالتالي على تشكيل الثقافة السياحية. كما ينبغي الإشارة هنا الى أن رأس المال الاقتصادي مرتبط برأس المال الثقافي فالوضع الاقتصادي أو الانتماء الى طبقة معينة هو الذي يقوم بتشكيل ثقافة الفرد المتمثلة بالهابيتوس. فالوضع الاقتصادي أو الدخل الفردي المتدني يجعل الفرد في حالة استلاب أو بالأحرى ينتج انسان مقهور يسعى فقط لتحقيق الحاجات البيولوجية من أكل وشرب ولباس أما السياحة فتصبح من الحاجات الثانوية لديه.

12-استخلاص النتائج:

بعد جمع البيانات المتحصل عليها من الاستمارات وتحليلها، وكذا المقابلات المختلفة والملاحظة العلمية وتحليلها، وكذا الدراسة النظرية، نصل إلى مجموعة من النتائج الخاصة بواقع الثقافة السياحية وبالعوامل المساهمة في تكوين ثقافة سياحية في المجتمع الجزائري بصفة عامة ومدينة باتنة خاصة وذلك بناء على الإشكالية والفرضيات المطروحة في بداية بحثنا هذا وهي كما يلي:

تأكدت صحة الفرضية الرئيسية بكون أن هناك مجموعة من العوامل الاجتماعية التي تساهم في تشكل الثقافة السياحية وذلك بتأكد صحة الفرضيات الفرعية حيث تبين أن للتنشئة الاجتماعية ووسائل الاعلام وثقافة الطبقة دور في تشكل الثقافة السياحية لدى الافراد وبالتالي المجتمع.

للأسرة دور مهم في تشكيل ثقافة وبناء وعي سياحي لدى الفرد.

تلعب المؤسسات التعليمية دور كبير في تشكيل الثقافة السياحية.

يمكن للمؤسسة الدينية أن تلعب دور فعال في توجيه وتشكيل ثقافة سياحية لدى أفراد المجتمع. لوسائل الإعلام دور هام في تشكيل الثقافة السياحية لدى الافراد والمجتمع. يلعب المستوى المعيشي والدخل الفردي دور كبير في تحديد الوجهات السياحية واكتساب التجارب السياحية المختلفة ما يكون ثقافة سياحية لدى الفرد والمجتمع. يلعب الاشهار الواسع دور كبير في عملية استقطاب وجذب السائح الخارجي. بعض التوصيات الممكن تقديمها من خلال هذه الدراسة: من خلال النتائج المتحصل عليها من هذه الدراسة نقترح ما يلي: -ادراج مواد تعليمية خاصة بالسياحة في مختلف الأطوار التعليمية -تخصيص دروس وخطب خاصة بموضوع السياحة في المساجد -الاهتمام أكثر بموضوع السياحة في وسائل الاعلام المختلفة وبث حصص دورية عن السياحة -الاهتمام بالإشهار الواسع حتى الخارجي لاستقطاب السائح الخارجي -التكوين الجيد للعاملين في القطاع السياحي من فنادق ومطاعم وسائقين..... -يبدو انه يجب رفع المستوى المعيشي للفرد ليتمكن من ممارسة السياحة بمختلف أنواعها بصفة دورية واكتساب خبرات وتكوين ثقافة سياحية ترفع من مستوى السياحة الداخلية. -وضع هيئات مختصة بالمجال السياحي لمتابعة النشاط السياحي والعمل على تحسين المرافق السياحية -تكوين مرشدين سياحيين ذو كفاءات علمية من أجل استقطاب السياح

خاتمة:

في الأخير وكحوصلة لما سبق نجد أن الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري تتأثر بصورة أو بأخرى بمستوى الثقافة الموجودة في المجتمع، حيث تساهم وسائل الاعلام والمدرسة وغيرها من المؤسسات الاجتماعية في تكوين منطلقات فردية واجتماعية التي تؤثر بدورها على رؤية الفرد وادراكه للسياحة، الا أن الجانب المهم والذي يؤثر على الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري هو الجانب الاقتصادي، هذا الأخير الذي ينبغي إعطائه أهمية كبرى إذا ما أردنا النهوض بقطاع السياحة.

قائمة المراجع:

- 1) ابراهيم عيسى عثمان. (2008). النظرية المعاصرة في علم الاجتماع. عمان، الاردن : دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 2) أنتوني غيدنز الصياغ. (2005). علم الاجتماع (الإصدار الطبعة الأولى). (فايز الصياغ، المترجمون) بيروت، لبنان: المنظمة العربية للترجمة.
- 3) خالد عبد الرحمن آل دغيم . (2014). الاعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية (الإصدار الأول). عمان، الاردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 4) ديفيد انغليز وجون هيوسون النصير. (2013). مدخل الى سوسيولوجيا الثقافة (الإصدار الطبعة الأولى). (لما نصير، المترجمون) بيروت، لبنان: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- 5) ستيفن بيج . (2008). ادارة السياحة (الإصدار الأول). (خالد العامري، المترجمون) الجزيرة، مصر: دار الفاروق للاستثمارات الثقافية.
- 6) صبيحة بوخزوني ، و عبد الباقي عنصر . (جويلية، 2019). الثقافة السياحية ودورها في ترسيخ الوعي السياحي. مجلة آفاق لعلم الاجتماع، المجلد رقم 9(العدد الأول)، الصفحات 138-146.
- 7) عبد الغني عماد. (2006). سوسيولوجيا الثقافة "المفاهيم والاشكاليات من الحداثة الى العولمة" (الإصدار الطبعة الأولى). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 8) مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي. (2005). القاموس المحيط. بيروت، لبنان: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر.
- 9) مجمع اللغة العربية. (1994). المعجم الوجيز. مصر: مجمع اللغة العربية.
- 10) محمد عبد الكريم الحوراني . (2008). النظرية المعاصرة في علم الاجتماع (الإصدار الطبعة الأولى). عمان، الأردن : دار مجدلاوي.
- 11) مصطفى يوسف كافي ، حمزة عبد الحلیم دراركة ، و حمزة عبد الرزاق العلوان . (2013). مبادئ السياحة (الإصدار الطبعة الأولى). عمان، الأردن : مكتبة المجتمع العربي.