

نحو مقارنة ثقافية للتنمية السياحية في الجزائر

د/ تريكي حسان

جامعة الطارف

الملخص :

Résumé :

De nombreux spécialistes dans le domaine du tourisme voient que le manque de culture touristique chez les Algériens est l'un des obstacles les plus importants au développement du secteur du tourisme en Algérie, à partir de là, il est nécessaire d'étudier et d'analyser la culture touristique et révéler sa nature, afin d'orienter l'attention des responsables de la planification du développement pour l'élaboration de programmes et de plans approprié pour sa promotion.

Sur cette base, le présent article vise à souligner l'importance de la culture touristique et son impact sur l'industrie du tourisme. Ainsi, jeter la lumière sur les fondations et les piliers de la culture touristique, puis détecter les manifestations de la faiblesse de la culture touristique dans la société algérienne, Nous nous essayerons aussi de présenter une vision proposée pour le déploiement d'une culture touristique capable de contribuer à la promotion du secteur du tourisme en Algérie.

Mots clés: développement touristique, culture touristique, tourisme, services touristiques

يرى كثير من المختصين والمهتمين بالشأن السياحي، أن ضعف الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري تعتبر من أبرز العقبات التي تقف أمام تطور القطاع السياحي في الجزائر، من هنا تبرز الحاجة إلى دراسة وتحليل الثقافة السياحية وكشف طبيعتها، من أجل توجيه اهتمام القائمين على التخطيط التنموي لوضع البرامج والخطط المناسبة لترقيتها وتطويرها.

انطلاقا من ذلك تسعى هذه الورقة البحثية إلى إبراز أهمية الثقافة السياحية وتأثيرها في صناعة السياحة، وكذا تسليط الضوء على الأسس والمرتكزات التي تقوم عليها، ثم رصد وكشف أهم مظاهر ضعفها في المجتمع الجزائري، كما سنحاول تقديم رؤية مقترحة لنشر ثقافة سياحية كفيلة بالنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر.

مقدمة:

مع الانخفاض المفاجئ لسعر البترول كثر الحديث في الآونة الأخيرة في الجزائر عن القطاع السياحي كبديل للتخلص من تبعية الاقتصاد الوطني للنفط، وهذا انطلاقاً من الدور الهام الذي تلعبه السياحة في تحقيق التنمية الشاملة، إلا أن هذا المسعى يبقى صعب المنال، فبالإمكان الإسراع في توفير كل ما يتعلق بالبنية التحتية للسياحة من فنادق ومنتجعات ومرافق سياحية، إلا أن إعداد الفرد ونشر الثقافة السياحية الضرورية لذلك، ليس بالأمر الهين والسريع.

ويرى كثير من المختصين والمهتمين بالشأن السياحي أن ضعف أو غياب الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري يعتبر من أبرز العقبات التي تقف أمام تطور القطاع السياحي في الجزائر، وهذه الحقيقة تؤكد تصريحات المسؤولين على القطاع وتعكسها العديد من الشواهد الميدانية ونلمسها في انطباعات السياح الوطنيين المستفيدين من الخدمات السياحية. وكنتيجة لذلك، نجد أنه بالرغم من الامكانيات السياحية الهائلة التي تمتلكها الجزائر، إلا أنها بالمقارنة مع دول الجوار لم تحقق تنمية سياحية ترقى إلى مستوى المقومات المتوفرة والموارد المسخرة والطموحات المنشودة في هذا المجال.

ولقد تعددت الدراسات والأبحاث التي تناولت موضوع السياحة في الجزائر، إلا أن موضوع الثقافة السياحية لم ينل نفس الحظ من الدراسة والبحث، وهذا بالرغم من أهمية المكون الثقافي كعنصر أساسي في تحقيق التنمية السياحية، ويعود ذلك حسب رأينا إلى صعوبة الاحاطة بالمؤشرات التي يمكن الاحتكام إليها في دراسة وتقييم الثقافة السياحية وتحليل طبيعتها وقياسها إمبريقياً،

انطلاقاً من ذلك تهدف هذه الورقة البحثية إلى تشريح الثقافة السياحية وتحليل الأعمال والممارسات الثقافية المتصلة بها. وهذا من خلال إبراز أهمية الثقافة السياحية وتأثيرها في صناعة السياحة، وكذا تسليط الضوء على أبعاد وأسس ومراكز الثقافة السياحية، ورصد وكشف أهم مظاهر ضعفها في المجتمع الجزائري، وفي الأخير نسعى لتقديم رؤية مقترحة لنشر ثقافة سياحية كفيلة بالنهوض بالقطاع السياحي في بلادنا. ومن خلال ما تقدم، تسعى الدراسة الراهنة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما أهمية البنية الثقافية في تحقيق التنمية السياحية ؟
2. ما هي أسس ومراكز الثقافة السياحية؟
3. ما هي أهم تجليات ضعف الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري؟
4. ما هي الأليات الكفيلة بترسيخ الثقافة السياحية ونشر الوعي السياحي في المجتمع الجزائري؟

أولا - مفهوم التنمية السياحية:

تعرّف التنمية السياحية على أنها: "توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة"⁽¹⁾. كما عرّفت جليلة حسن التنمية السياحة بأنها: "مدى اشباع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السائحين"⁽²⁾.

ومن خلال ما سبق، يمكن أن نعرّف التنمية السياحة على أنها: تلك الجهود المنظمة التي تبذل وفق خطط وبرامج بهدف الاستخدام الأمثل للمكانيات البشرية والمادية المتاحة في وسط اجتماعي معين، بقصد تحقيق مستويات أعلى من النمو السياحي، ومن ثم الوصول إلى أعلى مستوى ممكن من العائدات السياحية.

ثانيا - أهمية البنية الثقافية في تحقيق التنمية السياحية:

تعتمد الكثير من اقتصاديات الدول على السياحة كمورداً هاماً للدخل والنتائج القومي، وعاملاً مؤثراً في ميزان المدفوعات، ومصدراً مولداً للعمالة وتقليل نسب البطالة، وأخيراً صناعة نظيفة لا تلوث البيئة ولا تتطلب تقنيات وأجهزة متطورة، بل وصفت بأنها صناعة جاهزة⁽³⁾. والسياحة كنشاط انساني اجتماعي، هي مرتبطة بسلوكيات الأفراد وتتأثر الى حد كبير بالمعاملات والتفاعلات الانسانية وما تصاحبها من مشاعر وانفعالات وردود أفعال وانطباعات تتكون لدى الفرد خلال الأسفار وأثناء وبعد القيام بالنشاط السياحي، فتتشكل لديه فكرة ايجابية أو سلبية على المنطقة التي زارها، هذه الفكرة وهذا الانطباع العام الذي يتبلور لديه يساهم في بناء السمعة السياحية، والتأثير في الترويج وال جذب السياحي من خلال نقل التجربة والذكريات إلى الأهل والأقارب والزملاء.

والتقافة السياحية هي جزء من الثقافة العامة السائدة في المجتمع. وقد عرفتها هناء حامد زهران بأنها: "امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم، التي تشكل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المشتملات والمظاهر السياحية، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح"⁽⁴⁾. وعليه فإن نجاح السياحة وتطورها في أي بلد يتوقف على مدى إرضاء السياح عند زيارة هذا البلد، وقد أظهرت البحوث التي تمت في هذا المجال أن ركنا هاما من رضاء السياح ينبع عن سلوك المواطن تجاههم ومدى ترحيبه بهم، وعدم استغلال الزائرين. وتتبع هذه الأهمية من الانطباع والذكريات التي يأخذها معه السائح، حيث يعتبر زبون مرتقب مستقبلا والأهم من ذلك قيامه بنقل هذه التجربة وإيجابياتها إلى أهله ومعارفه مما يمثل أكبر أنواع الدعاية تأثيرا. وتتبع نتائجها في النهاية إيجابيا أو سلبيا على درجة الإقبال على السياحة واستمرارية الحركة السياحة الداخلية والخارجية، وتشكل جزءاً مهماً في تكوين القناعات والانطباعات لدى السائح الأجنبي⁽⁵⁾.

من خلال ما تقدم تتجلى لنا أهمية الثقافة السياحية في الجذب السياحي من خلال كسب رضا السياح ورسم صورة مشرقة على المنطقة السياحية وسكانها، فيزداد الشوق وتنمو الرغبة في العودة وتكرار التجربة مرة أخرى. وعلى العكس من ذلك، فإن السلوكيات المنفرة، والمعاملات السيئة والمضايقات والتصرفات غير اللائقة تجاه السياح وكل مظاهر الاستغلال والانتهازية من شأنها أن تكون عامل طرد للسياحة، مما يساهم في تراجع وركود النشاط السياحي.

وبناء على ما سبق فإن دراسة الثقافة السياحية تكتسي أهمية بالغة وذلك بالنظر لدورها في تفسير وفهم العديد من الاختلالات والسلوكيات السلبية والمشكلات التي يشهدها قطاع السياحة، وبالتالي كشف المعوقات الثقافية للتنمية السياحية، ويندرج هذا الطرح ضمن مقاربة ثقافية تهدف إلى توعية المجتمع وتحسين سلوكيات واتجاهات أفرادها وترقية مستوى فكرهم وتغيير اتجاهاتهم وممارساتهم وقيمهم بما يخدم ويدعم التنمية السياحية، أي التركيز والاهتمام بالجوانب الثقافية في معالجة قضايا التنمية السياحية، وهنا يمكن الاستئارة بالتجارب التنموية التي مرت بها العديد من الدول النامية والتي أظهرت أن فشل سياسات التنمية ومشروعات التحديث يعود أساسا إلى البنى الثقافية، والتي شكلت في حالات عديدة عاملا ميثقا ومعوقا لجهود التنمية ومتطلبات الاقلاع الحضاري. فالمكون الثقافي قد يتحول إلى عاملا معوقا وكابحا للتطور والنمو، إذا كانت القيم والعادات السائدة تشجع على الجمود الفكري والتكاسل والتراخي وتحط من شأن العمل وتقاوم التغيير الإيجابي ولا تدعم وتشجع على الابداع والابتكار، وهو ما يستدعي القيام بدراسات علمية لكشف المعوقات الثقافية للتنمية وعلى ضوءها يتم ارساء السياسات ووضع البرامج والخطط المناسبة لمعالجتها.

ثالثا - أبعاد الثقافة السياحية:

الثقافة السياحية هي منظومة فكرية وقيمية وسلوكية متكاملة، تقوم على تعزيز الجوانب المعرفية، المهارية والوجدانية وبالتالي فهي تشمل على الأبعاد الثلاثة التالية:

1. البعد المعرفي: وهو المجال الذي يهتم بالجانب العلمي والفكري في المجال السياحي وصناعة الضيافة والإدارة الفندقية، أي امتلاك المعارف والمعلومات حول النشاط السياحي وأهميته بالنسبة للاقتصاد الوطني، وأخرى حول المقومات السياحية للبلد وحول الترويج والتسويق السياحي والقوانين المنظمة لقطاع السياحة، كما يتيح هذا الجانب فهم سلوك السائحين ومعرفة تطلعاتهم وميولاتهم وكيفية التعامل معهم. وفي هذا الاطار هناك كليات ومعاهد متخصصة تتولى تكوين وتأهيل الراغبين في العمل في مجال السياحة والفندقة.

2. البعد المهاري: يركز الجانب المهاري للفرد على الامام بالفنيات والمهارات والأنماط السلوكية المتصلة بالخدمات السياحية والتعامل مع السائحين، والقدرة على تقديم خدمات سياحية ذات جودة عالية والتميز والابداع والابتكار والتحسين المستمر للأداء، وكذا القدرة على إعداد وتخطيط وتنفيذ البرامج السياحية، وامتلاك مهارات في التسيير الفندقي والتشيط السياحي وإدارة المؤسسات السياحية،

وقد يشمل هذا الجانب كذاك المهارات اللغوية ومهارات الاتصال والقدرة على التعامل مع الاختلافات في بيئة متعددة الثقافات.

3. البعد الوجداني: يركز على المشاعر والانفعالات والاتجاهات والقيم وأوجه التقدير، ويظهر الجانب الوجداني في مختلف الممارسات والسلوكيات وردود الأفعال؛ كالقدرة على التعامل مع الآخرين والتحكم في الانفعالات والتصرف بشكل جيد في مختلف المواقف واكتساب سلوكيات إيجابية نحو السياحة والسائحين، كالرغبة في الاستقبال، الرغبة في الاستجابة وعرض المساعدة، والقيام بالأعمال برغبة وحماس، وإظهار الاهتمام والود والمعاملة الإنسانية الراقية، والقدرة على تجاوز المشكلات والمشاركة الإيجابية في تحقيق الأهداف.

رابعاً- أسس ومرتكزات الثقافة السياحية:

إن أي مسعى لترقية ونشر الثقافة السياحية، يتطلب معرفة الأسس والمرتكزات التي تقوم عليها هذه الثقافة، أي معرفة مجموع المعاني والقيم والمعايير والأداب والأنماط السلوكية والعادات والممارسات التي تتجسد من خلالها، وفي ضوء متطلبات النشاط السياحي والحاجات التي يبريد السائح اشباعها والتطلعات والآمال التي ينشدها من وراء السفر والسياحة، فإن الثقافة السياحية الإيجابية تتجسد في:

1. حفاوة الاستقبال وحسن الضيافة:

يعتبر كرم الضيافة وحسن الاستقبال والترحيب مظهر من مظاهر المعاملات الإنسانية الراقية وهي انعكاس لمعان وقيم أخلاقية سامية. فإظهار علامات الترحيب وبشاشة الوجه وحسن الكلام والتعامل بلطف وأدب وإبداء الرغبة في الخدمة تبعث الأمان والانشراح في النفس وتوفر جو من الطمأنينة وراحة البال، وهذا ما يرغب فيه السائح وما ينتظره من وراء السفر والسياحة، مما يحفزه على العودة وتكرار التجربة.

وحفاوة الاستقبال وحسن الضيافة ليس حكراً على العاملين في الفنادق والمؤسسات السياحية بل للمواطن دور كبير أيضاً في ذلك، من خلال التعامل مع السياح تعاملًا طيبًا وحسنًا، نابعا من عمق أصالة العادات الإسلامية والعربية، وأهمية النظر إلى السائح على أنه ضيف عزيز على البلد له مناجل الاحترام والتعاون والتعامل الطيب باعتباره سفيرا لبلاده يمثلها، وينقل لأبناء مجتمعه صور وانطباعات جميلة تتجسد فيها مدى رفعة سلوكنا، وسمو أخلاقنا ورفقي تعاملنا، وسعة ثقافتنا، وأصالة وعمق حضارتنا⁽⁶⁾.

كما أن تجهيز وتهيئة قاعات الاستقبال على مستوى المطارات والمؤسسات السياحية وتزويدها بمختلف وسائل الراحة والمظهر اللائق للعاملين في مجال الفنادق والسياحة يعبر عن الاهتمام بالزائرين ويمكن اعتباره مظهر من مظاهر حسن الاستقبال والترحيب. "كما يتجلى كرم الضيافة في

الطبية التي نلمسها في مواقف السكان تجاه السياح، ويشمل: الترحيب الحار من قبل السكان المحليين، ورغبتهم في تقديم معلومات واتجاهاتهم نحو السياح وقطاع السياحة" (7).

وفي هذا الاطار كشفت دراسة ايفاس سينوتي Yves Cinotti عن وجود ثلاثة أبعاد تميز الضيافة السياحية l'hospitalité touristique وهي (8):

- غياب العدوانية hostility، ويتجسد في الصدق وعدم وجود اتجاهات عدائية تجاه الاجانب والشعور بالأمان.
- الجهود المبذولة تجاه الأجانب، وتشمل اللقاءات الدافئة، اللطافة وكل الجهود المبذولة لمساعدة السياح.
- الجهد اللغوي، ويتجلى في القدرة على التحدث باللغة الإنجليزية أو بلغة السائح، والمساعدة على الترجمة وكل الجهود المبذولة للتغلب على حاجز اللغة.

2 - مهارات التواصل والمحادثة:

تعتبر مهارات التواصل الفعال من الركائز الأساسية للثقافة السياحية، حيث يرى إدوارد سابير Edward Sapir أن الثقافة أساسا عبارة عن منظومة اتصال، وهو يرى أن مكان الثقافة الحقيقي هو التفاعلات الفردية، ويؤكد أن الثقافة عبارة عن مجموعة من الدلالات التي يتبادلها أفراد مجموعة معينة عبر هذه التفاعلات (9). فالسائح طيلة فترة اقامته هو في تواصل واحتكاك وتفاعل مع السكان المحليين، ومن شأن هذا التواصل والتفاعل أن يترك أثر وانطباعات لديه، ويساهم في بناء سمعة وصورة حول المنطقة وسكانها. وهناك مهارات اتصال يجب الامام بها من قبل الموظفين العاملين بالمؤسسات السياحية وخاصة أولئك الذين هم على اتصال مباشر مع السياح، كحسن الإصغاء واستخدام عبارات المجاملة والقدرة على المشاركة في الحوار والمناقشة، والتعليق بالمرونة واللباقة، وحسن التصرف مع الآخرين والتعامل معهم بكل لطف وأدب، وابداء مظاهر الاحترام أثناء التعامل معهم. كما أنّ الإلتزام بكل هذه الصفات من شأنه أن يزيل العوائق والحواجز النفسية الموجودة بين العاملين في المجال السياحي وزبائنهم ويساهم في ارضاء حاجاتهم ورغباتهم.

3- احترام وقبول الآخر المختلف:

تمثل السياحة جسرا للتواصل بين أفراد من ثقافات مختلفة، الأمر الذي يتطلب احترام عادات وتقاليد وخصوصيات الآخرين المختلفين ونبذ كل أشكال التفرقة والتمييز والازدراء والابتعاد عن كل السلوكيات التي من شأنها إلحاق الضرر بالآخرين والمساس بكرامتهم ومشاعرهم. وهناك فهم خاطئ لدى الكثيرين لمفهوم تقبل الآخر، لاعتقادهم أن تقبل الآخر يعني الذوبان فيه وأن الفرد يمكن أن يخسر ما لديه وبالتالي يفقد انتمائه لذاته، وأنه سيعطي للآخر قيمة على حساب نفسه، وهذا بتقديرنا مفهوم ضيق ومحدود، فالتاريخ يبين لنا أن الحضارة الإنسانية بنيت وقامت نتيجة تقبل الأفراد لبعضهم ونتيجة توجيه العقل البشري من خلال التقارب لما فيه خير لمصلحة الإنسان

بعيدا عن التعصب الأعمى وتأجيج الصراعات وإلغاء الآخر الذي لا يمكن إلغائه لأنه موجود. وبهذا يشعر الفرد بالرضا والتسامح والمحبة واحترام الحرية الشخصية والخصوصية للفرد، ويبتعد عن الحقد والكراهة⁽¹⁰⁾.

كما أن قبول ثقافة الآخر المختلف لا يعني بالضرورة الاقتناع بها، إنما هو إقرار بوجود الاختلاف معها وبوجود هذه الثقافة وقبولها من قبل الآخر، شرط أن لا تكون تلك الثقافة مبنية على حساب حقوق الآخر أو وجوده، كما يجب النظر إلى الآخر المختلف من دون تمييز بسبب الجنس أو الدين أو القومية أو الخلفية الاجتماعية أو الاتجاه السياسي أو أي سبب آخر، ومن الضروري احترام هذا الاختلاف والعمل على تعزيز قبول ثقافة الآخر المختلف مهما بلغت درجة الاختلاف، أي التفاعل الإيجابي مع القيم الإنسانية البعيدة عن روح التعصب والكراهية وشطب الآخر المختلف⁽¹¹⁾. من متطلبات الجذب السياحي أن يكون سكان المناطق السياحية أكثر انفتاحا على الثقافات المختلفة وأن يكونوا أكثر نضجا اجتماعيا، وأكثر انفتاحا ومرونة في التعامل مع الآخر المختلف، وذلك من خلال تجاوز البنى الاجتماعية التقليدية والتصورات الجامدة والتخلص من التقاليد المتحجرة التي تشجع على الانطواء والانسحاب والوحدة والانعزال.

وانطلاقا من كون اللغة هي جزءا من التراث الثقافي لأي شعب، وأحد مقومات ثقافته وشخصيته، كما أنها وسيلة هامة للتواصل والتقارب بين الأفراد، وبالتالي لا يمكن اغفال دورها الكبير في مجال الحركة السياحية. وفيما يتعلق بالممارسات المتصلة باحترام وقبول الآخر المختلف فإن لغة الضيافة مهمة جدا في تكريس ذلك، فقد أشار جاك دريدا إلى أن فرض لغة بلد الوجهة على السياح الذين لا يتقنونها هو شكل من أشكال العنف، فمثل هذه الممارسات السلبية تعبر عن نزعة تعصب وتمييز وعدوانية تجاه الآخر المختلف، الأمر الذي من شأنه ترك انطباع سيئ على المنطقة والتأثير سلبا على جاذبيتها السياحية⁽¹²⁾. وهذا الأمر غير مطروح فقط عند التعامل مع السياح الأجانب بل كذلك في مجال السياحة الداخلية عندما يكون هناك اختلاف في اللهجات داخل الوطن الواحد مثلما هو الحال بالنسبة للجزائر.

4- مستوى الوعي السياحي:

يلعب الوعي السياحي دورا محوريا في النهوض بقطاع السياحة، وهو يمثل أحد أبرز المظاهر التي تتجسد من خلالها روح المواطنة، فمن الواجبات التي تندرج ضمن ممارسة المواطنة نجد المحافظة على المصلحة العامة والابتعاد على كل ما يلحق الضرر بالمجتمع. وانطلاقا من الدور الهام الذي تلعبه السياحة في تحقيق التنمية الشاملة، وكونها تشكل مصدرا رئيسا للعمالات الصعبة، وموردا هاما للدخل القومي، فإن السعي لاتجاحها والعمل على تطويرها يدخل في صميم المواطنة.

كما يمثل الوعي السياحي المحصلة النهائية للعلاقات والنتائج التي تطرحها عملية

التفاعل بين مختلف الأطراف الفاعلة في السياحة - المؤسسات الرسمية والقطاع الخاص- والتي تبرز في كفاءة وفاعلية كل عنصر من عناصر المنتج السياحي في تمثيل الأهداف المطلوبة منه، وهؤلاء الفاعلون ينظرون إلى الوعي المجتمعي باعتباره أداة أساسية من أدوات التنمية، بينما يبقى المجتمع هو المتلقي والمستخدم الأخير لنتائج التنمية في هذا القطاع. وهناك أمثلة عالمية ودراسات منذ عقود أثبتت مساهمة الوعي السياحي المجتمعي والمؤسسي في خلق تنمية سياحية وثراء مجتمعي مقابل ما يمكن أن يحدث إذا ما أهملت مسائل بناء اتجاهات جديدة وصادقة للتنمية السياحية، ويمكن المقارنة في هذا الشأن مع الكثير من الدول التي تنصدر قائمة الدول الكبار في عدد السياح والإيرادات السياحية⁽¹³⁾.

5 - تميز وجودة الخدمات السياحية:

يبحث السائح دائما عن الراحة والهدوء والاستجمام والاستمتاع بإقامته وهذا لا يتحقق إلا في ظل الخدمات السياحية التي تتصف بالجودة والرقى، من هنا تتجلى أهمية نوعية الخدمات السياحية في تدعيم القدرة التنافسية لقطاع السياحة. ويقصد بتميز الخدمة السياحية في أي دولة هو مقدار ما تتصف به هذه الخدمات من مزايا غير موجودة في خدمات الدول السياحية المنافسة بمعنى أن يكون للخدمة أسلوب معين أو شكل خاص أو مستوى جودة مرتفع لا يتوفر في الخدمات المماثلة بالدول المنافسة، لذلك فإن تميز الخدمة يعتبر من عوامل الجذب السياحي التي تعتمد عليها بعض الدول السياحية. كما يهتم السائحون عادة بالأسلوب الذي يتم من خلاله تقديم الخدمات السياحية بجانب اهتمامهم بمستوى جودتها ومقدار ما تحققه لهم من خدمات ومنافع توفر لهم إشباع حاجاتهم المختلفة⁽¹⁴⁾.

وتجدر الإشارة إلى أن تحقيق التميز والريادة في القطاع السياحي، يتطلب توفر بيئة عمل تشجع على الإبداع والابتكار والجودة والتميز في المؤسسات السياحية والفندقية مع وجود إرادة واستعداد لدى مقدمي الخدمات السياحية للانخراط في هذا المسعى بالإضافة إلى امتلاكهم القدرات والمهارات اللازمة لذلك.

خامسا - تجليات ضعف الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري:

تؤكد العديد من الشواهد الميدانية ومعطيات الواقع على ضعف الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري، وهو ما تعكسه العديد من المظاهر والسلوكيات والممارسات التي تدل على وجود نقص فادح في المعاني والمفاهيم والقيم والمهارات والممارسات المتصلة بالثقافة السياحية. ويمكن الجزم أن غياب الثقافة السياحية وما يصاحبها من ضعف في الخدمات لا يشجع حتى السائح المحلي على الاستمتاع بالمقامات السياحية لبلده فما بالك بالسائح الأجنبي، ومن أبرز مظاهر ضعف الثقافة السياحية في الجزائر نجد:

- يتجلى ضعف الثقافة السياحية في عدم الاهتمام بالمواقع السياحية، من حيث التهيئة والنظافة

وتوفر الخدمات الضرورية بها، فالعديد من الأماكن السياحية الهامة والمتاحف والمعالم التاريخية تعرف اهمالا كبيرا، يتجلى في تراكم النفايات وعدم الاهتمام بالمساحات الخضراء وغياب النقل والمرافق الضرورية، وتحول العديد منها إلى أوكار للاجرام وممارسة الرذيلة وشرب الخمر وتناول المخدرات.

- تعاني العديد من المؤسسات والمرافق السياحية في الجزائر من ضعف الخدمات المقدمة وغياب ثقافة الخدمة المحترفة الموجهة لخدمة السياح، مع عدم اظهار رغبة في تقديم الخدمة للزبون وعدم ابداء مظاهر المجاملة والملاطفة والاحترام واللباقة تجاه الزبائن والاستعلاء عليهم في بعض الأحيان. فمقولة "الزبون هو الملك" ما زالت مفقودة في المجتمع الجزائري، إذ ما يزال أبسط نادل في مقهى أو مطعم يعتبر أن الخدمة التي يقدمها لزيائنه "مزية" وليست خدمة، فتقديم الخدمة للزبون في الذهنية الجزائرية عنوانا للضعف وتعني لدى البعض انتقاصا من الكرامة والقيمة، مما يؤدي إلى انتشار السلوكات غير اللائقة والعنف اللفظي تجاه المترددين على الفضاءات السياحية.

- تعاني العديد من المواقع والمؤسسات السياحية في الجزائر من نقص في النظافة وعدم الاعتناء بالشكل الخارجي للمرافق السياحية من طرف القائمين عليها، والتي من المفترض أن تخضع لشروط خاصة تؤهلها لاستقبال زبائنها بشكل لائق. وتؤكد العديد من الشواهد الميدانية على تدني مستوى النظافة العامة على مستوى المطاعم والمقاهي، خصوصا في ما يتعلق بنظافة هندام وملابس العاملين، على غرار المآزر التي تبدو عليها آثار الأوساخ، والمياه غير النظيفة المستعملة في غسل الفناجين والأواني.

- توجد العديد من المرافق السياحية في الجزائر في وضعية كارثية، حيث تعاني من الهمال واللامبالاة وغياب الصيانة وعدم توفر التجهيزات الضرورية، فعدد كبير من الفنادق أصبح أثاثها رثا جدا ومتهالك ومتآكل مما يستدعي إعادة تقييم عدد النجوم الممنوحة لها. وفي هذا الاطار كشف المدير العام لديوان الوطني للسياحة أن نسبة 10 بالمائة فقط من الهياكل السياحية الجزائرية تستجيب للمعايير الدولية.

- انتشار واسع للممارسات اللامهنية والتلاعبات والنصب والاحتيال على مستوى وكالات السياحة والسفر بالجزائر مع إخلالها بالتزاماتها ومسؤوليتها تجاه العملاء، فعلى سبيل المثال يتم في كل سنة توقيف نشاط العديد من وكالات السياحة والسفر بسبب عدم وفائها بالتزاماتها المهنية تجاه الحجاج والمعتمرين.

- يعاني العديد من السائحين الأجانب الراغبين في زيارة الجزائر من وجود صعوبات في استخراج التأشيرة وسوء ظروف الاستقبال على مستوى المطارات، الأمر الذي يجعل السائح يفكر مليا قبل التوجه نحو الجزائر.

- تنتشر في المجتمع الجزائري على نطاق واسع السلوكات الانتهازية تجاه السياح الوطنيين والأجانب، تتجلى في الارتفاع الفاحش للأسعار في المناطق السياحية خاصة في المناسبات التي تعرف توافدا كبيرا للسياح وفي الشواطئ خلال موسم الاصطيف. كما يعمد مقدمو خدمات النقل وحضائر السيارات والترفيه السياحي إلى الرفع غير المبرر للأسعار خاصة عند التعامل مع السياح الأجانب.
- إن التراجع الكبير في الصناعات التقليدية وعزوف الشباب عنها ينم عن غياب الثقافة السياحية واللامبالاة بقيمة وأهمية السياحة، فمن عوامل الجذب بالنسبة للسائح وجود فرص لإقتناء التحف والألواح الفنية ومنتجات الصناعة التقليدية، بل أن ذلك يمثل في حد ذاته دافعا للسياحة بالنسبة للكثير من السائحين مما يشكل مجالا للتميز بالنسبة للوجهة السياحية.
- يرغب العديد من السياح الوافدين إلى الجزائر في حضور التظاهرات الثقافية والرياضية والمهرجانات والمؤتمرات والمعارض، إلا أن انتشار مظاهر العنف الجسدي واللفظي في مثل هذه المناسبات يشكل عاملا منفرا بالنسبة لهم، كما أن نقشي ظاهرة الكلام البذيء والفاحش في الشوارع والأماكن العامة في بعض المناطق يعد أمرا صادما ومزعجا للغاية بالنسبة للزوار والسياح، وهذا يوحي بعدم وجود وعي سياحي خاصة لدى فئة الشباب.
- تشير معطيات الواقع والشواهد الميدانية إلى انتشار ظواهر وسلوكيات في المدن الجزائرية من شأنها تعزيز الشعور بعدم الأمان لدى ساكنيها وزوارها، فمظهر الأسوار العالية التي تطوق المدارس والمباني العامة والأبواب الحديدية المرتفعة التي تخفي ما بداخلها والشبابيك الحديدية للنوافذ والشرفات حتى الواقعة في الطوابق العليا، لا تبعث في النفس الطمأنينة والأمن والأمان، ولا يجعل من المدن مكانا جذابا، يشعر فيها زوارها بالراحة النفسية والرغبة في التجول فيها. كما أن كبريات المدن الجزائرية بما في ذلك العاصمة تنام باكرا جدا فكل المحلات التجارية تقريبا والمطاعم مغلقة وحتى قاعات السينما وقاعات العرض القليلة الموجودة، تنتهي برامجها في ساعة مبكرة من الليل لا تتعدى على أقصى حد التاسعة ليلا، ناهيك عن عدم توفر وسائل النقل العام في مثل هذه الأوقات وهو ما يؤثر سلبا على السياحة و النشاط الاقتصادي.

سادسا - رؤية مقترحة لنشر الوعي ولترسيخ الثقافة السياحية:

للتقافة السياحية الإيجابية أهمية كبيرة في تحسين الصورة السياحية والتقليل من بعض الآثار السلبية التي ترافق صناعة السياحة، ويكون ذلك من خلال بناء مجتمع مثقف سياحيا، وتبنى هذه الثقافة على أساس إدراك ووعي عالي لأهمية القطاع بما يساهم في تشكيل محيط سياحي سليم، وهذا الوعي لا يتحقق إلا من خلال تضافر جهود كافة الجهات داخل المجتمع، ذلك لان عملية تطوير السياحة لا يتوقف مسارها على القطاعين الخاص والعام وإنما يتعداه إلى المواطن العادي باعتباره العنصر الأساسي والمهم في عملية التنمية من جهة ومعيار حقيقي للتقدم الحضاري للمجتمع من

جهة أخرى، فالسياحة مرتبطة بسلوكيات الأفراد، ولن تنهض السياحة وتزدهر إلا إذا حضنها المجتمع ككل واعتبرها قضية مجتمع⁽¹⁵⁾. وانطلاقاً من كون المواطن يعتبر أحد الفاعلين في المجال السياحي، إما مستهلكاً للمنتج السياحي أو مستقبلاً للسياح الوافدين أو عاملاً في ميدان الخدمات السياحية، فإن المستهدف الأول والأساسي بإكتساب ثقافة سياحية إيجابية هو المواطن مهما كان موقعه أو دوره. ومن هنا تتجلى لنا أهمية دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في ترسيخ الثقافة السياحية، حيث يمكن للأسرة والمدرسة والاعلام والمجتمع المدني أن يساهموا في تحقيق ذلك، وهذا على النحو التالي:

1 - دور المؤسسات التعليمية في نشر الثقافة السياحية:

إن المهمة الأساسية للمدرسة تتمثل في إعداد الأفراد ليكونوا مواطنين صالحين إيجابيين في المجتمع، حيث تعمل المؤسسات التربوية على تطوير قدرات المتعلمين وتزويدهم بالخبرات المختلفة والاسهام في إكسابهم أنماط سلوكية إيجابية. والمؤسسات التربوية يمكنها أن تلعب أدوار متعددة في تحقيق المتطلبات اللازمة لتحقيق الوعي السياحي لدى الشباب، وذلك من خلال ما تقدمه من شراكة مجتمعية تُسهّم في تحقيق الأهداف التربوية المنشودة، وهناك طريقتان يمكن من خلالهما أن تساهم المؤسسات التعليمية على اختلاف مستوياتها في نشر وتطوير الثقافة السياحية وهما:

أ - **المناهج الدراسية:** إن تضمين المناهج الدراسية بالثقافة السياحية الجادة من شأنه أن يسهم بفعالية في نشر الوعي السياحي، إذ يمكن تضمين المناهج العادية للتعليم بمعلومات عن موضوعات متصلة بالسياحة بصورة مباشرة أو غير مباشرة. كما يمكن تحقيق ذلك من خلال إدراج مادة الثقافة السياحية في المقررات الدراسية. وتهدف التربية السياحة المدرسية إلى تعليم مهارات التعامل لدى الفرد سواء كان سائحاً أو مستضيفاً للسياحة، وتمكنه من تطبيق وممارسة سلوكيات سياحية إيجابية والتنوعية بأهمية الحفاظ على الموارد السياحية، مع ترسيخ روح الاعتزاز بالوطن ومقوماته ومكتسباته في نفوسهم وتشجيع مبدأ احترام وقبول الآخر.

وفي هذا الإطار أكدا كل من تيري وهونجن L, Terry & X, Honggen على أهمية التعليم السياحي سواء على مستوى الجامعات أو المدارس في بناء الوعي السياحي ونشر ثقافة سياحية قائمة على الاهتمام بالسياحة، ويكون ذلك من خلال إدخال السياحة في مناهج المدارس والجامعات لبناء المعرفة السياحية⁽¹⁶⁾.

ب - **الأنشطة المدرسية:** تكتسي الأنشطة المدرسية أهمية بالغة في تغيير الاتجاهات وتقويم السلوكيات وغرس القيم مما يجعلها وسيلة فعالة في مجال تطوير ونشر الثقافة السياحية لدى التلاميذ، ومن أبرز هذه الأنشطة نجد:

- القيام بتدريبات عن طريق عرض أفلام والتعليق عليها بمشاركة التلاميذ.
- تقديم محاضرات هادفة وتنظيم ندوات وملتقيات تهتم بالسياحة.

- إقامة المعارض للتعريف بالمقومات السياحية، واعداد مطويات وكتيبات للتعريف بالمواقع السياحية وتوزيعها على الطلبة.
- تنظيم زيارات إلى المواقع السياحية والمنتزهات والتحاور مع التلاميذ في المواضيع ذات الصلة بالسياحة.
- تفعيل نشاط السياحة المدرسية من خلال تنظيم مخيمات صيفية لفائدة التلاميذ لترسيخ أهمية وقيمة النشاط السياحي لديهم وتدعيم السلوكات الايجابية تجاهه.

2 - دور الإعلام في نشر الثقافة السياحية:

يمكن لوسائل الاعلام المختلفة أن تلعب دورا كبيرا في نشر الثقافة السياحية وتغيير نظرة الأفراد للنشاط السياحي، فمن معوقات نشر الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري وجود نظرة سلبية تجاه السياحة، حيث يعتقد الكثير بأن السياحة هي ترف ومجون ويعد عن الأخلاق كما توجد نظرة سلبية لمهنة الفنادق، هذه النظرة الخاطئة تشكل معوق لنمو ثقافة سياحية ايجابية وتحول دون وجود وعي مجتمعي بأهمية السياحة وتميبتها.

كما يمكن لوسائل الاعلام الجديد أن تساهم بفعالية في ترسيخ ونشر الثقافة السياحية خاصة لدى فئة الشباب، حيث تعرف شبكات التواصل الاجتماعي يوما بعد يوم تطورا على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، إذ يمكن من خلالها تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصداقة والتواصل بين الأفراد والجماعات، والتي من خلالها يتبادل الفرد مع الآخرين المعلومة، والرأي، والفكر، والاتجاه.

3 - تعميق الثقافة السياحية لدى العاملين بقطاع السياحة:

انطلاقا من كون الثقافة السياحية هي عملية متكاملة معرفيا مهارتيا ووجدانيا، فإن عملية انتقاء واختيار وتكوين العنصر البشري في المؤسسات السياحية لا بد أن ترتكز على تدعيم وتحقيق هذه الأبعاد، فعلى مستوى الانتقاء والتوظيف لا بد من توفر ملمح (profil) وخصائص معينة تتماشى ومتطلبات العمل في مجال السياحة، فالسلوك المتزن والمثالي لا يمكن ان يصدر الا من شخصية متزنة وسوية، ومن الصفات الواجب توفرها نذكر بالخصوص؛ الثقة بالنفس والاتزان العاطفي وعدم الانفعال، التبصر وحسن التصرف وعدم الاندفاع، الهدوء والتحكم في الانفعالات والذكاء والفطنة واليقظة، والابتعاد عن السلوكات العدوانية.

فضلا عن ذلك يجب إعطاء أهمية أكثر لتكوين الموظفين في هذا المجال باعتباره الركيزة الأساسية في هذا القطاع، من خلال الحرص الدائم لمؤسسات التكوين السياحي على رفع المستوى واثراء المعارف وتنمية مهارات العاملين بها. فالعنصر البشري على مستوى المؤسسات السياحية ملزم بالانقياد ببعض الضوابط السلوكية داخل وخارج محيطه المهني كالقدرة على الاتصال والتواصل، النضج الاجتماعي والقدرة على ربط علاقات ايجابية مع الآخرين، التحلي بروح الانضباط والاخلاص

في أداء الواجبات والمهام الموكلة اليه والعمل بضمير مهني وبصدق وعدم التهاون والتلطي بروح المبادرة والتفاني في اداء الواجبات. وكذا الاهتمام بالمظهر الخارجي واللباقة والادب في التعامل مع الاخرين، وكل هذا من أجل تحسين مستوى جودة الخدمات السياحية والوصول بها إلى المستويات الدولية.

4 - دور المجتمع المدني في نشر الثقافة السياحية:

يشكل المجتمع المدني آلية للتأطير والتوعية والتحسيس من خلال نشاطاته المتعددة وعمله الجوارى، الأمر الذي يؤهله ليصبح شريكا فاعلا في الحياة الاجتماعية، لذا يجب تفعيل دور المجتمع المدني في مجال نشر الثقافة السياحية. خاصة في مجال الاهتمام بالصناعات التقليدية واعطائها القيمة التي تستحقها والتحسيس بأهميتها في خدمة وترقية القدرة التنافسية للسياحة الوطنية، وكل ذلك يدخل ضمن مسعى نشر الوعي السياحي خاصة لدى فئة الشباب.

5 - دور البحث العلمي في ترقية وتطوير الثقافة السياحية:

تهدف الدراسات العلمية إلى فهم وتشخيص الواقع الاجتماعي ومن ثم توجيه اهتمام القائمين على التخطيط التنموي لوضع البرامج والخطط المناسبة وفق رؤية صحيحة لهذا الواقع، إذ يمكن الاستعانة بالدراسات العلمية لكشف مواطن الضعف وأوجه القصور التي يعاني منها القطاع السياحي والتعرف على العقبات التي تحول دون النهوض به. فهما الجارتان تونس والمغرب بإمكاناتهما المتواضعة تتمتعاً بإقبال سياحي كبير، وفي المقابل نجد الجزائر أكثر ثراء بالمعالم والمواقع السياحية تشهد عزوفاً وكساداً سياحياً، بل أن عدد كبير من الجزائريين يفضلون قضاء عطلهم في تونس بدل الجزائر، فما هي يا ترى أهم العوامل التي جعلت الوجهات السياحية في تونس أكثر تنافسية من مثيلاتها في الجزائر؟ وما هي العقبات التي تحول دون تحقيق ما حققته دول الجوار في مجال السياحة؟ ومن المؤكد أن الدراسات المقارنة للنسق الثقافي ستكون مفيدة في كشف مواطن الضعف والاختلالات وهي الكفيلة بالإجابة عن مثل هذه التساؤلات. وفي هذا الإطار تسمح لنا الدراسات والبحوث العلمية بدراسة وفهم الثقافة الشعبية السائدة ورصد وكشف الجوانب الإيجابية والسلبية فيها، واقتراح الآليات الكفيلة بتنمين وتدعيم ما هو ايجابي وتدارك ومعالجة الجوانب السلبية.

خلاصة:

يحظى النشاط السياحي بأهمية كبيرة من عدة جوانب، فبالإضافة للعائدات الاقتصادية للسياحة لها كذلك فوائد اجتماعية. فالسياحة كنشاط اجتماعي وثقافي، تمثل جسراً للتواصل بين الحضارات والثقافات، ونافذة للاطلاع على التنوع الثقافي والحضاري، كما تمنح الفرصة للاحتكاك والتثاقف بين مختلف الأجناس والقوميات، وهي بذلك تسهم في تشكيل رأسمال متعدد الأبعاد لدى الأفراد، كما يعتبر النشاط السياحي وسيلة لاكتساب الخبرات الثقافية، والتي يمكن أن تساهم في تنمية الأذواق والحس الجمالي، وتطوير أسلوب الحياة، واكتساب نمط التعامل الراقى. وانطلاقاً من الفوائد المتعددة

للنشاط السياحي، وبالنظر للمقومات السياحية الهائلة التي تمتلكها الجزائر، فقد حان الوقت لرسم استراتيجية وطنية للنهوض بهذا القطاع الاستراتيجي وإزالة كل المعوقات والعقبات التي تحول دون ترقيته، وهذا أملا في جعل قطاع السياحة كمحرك اقتصادي بديل للنفط. ومن أجل تحقيق هذا المسعى لا بد من توفر بيئة ثقافية حاضنة وداعمة للسياحة، «الثقافة قوة فاعلة من قوى البناء الحضاري في مدلوله الشامل، الفلسفي والأدبي، السياسي والاجتماعي، الاقتصادي والتنموي، والثقافة طاقة للإبداع في شتى حقول النشاط الإنساني، ثم إن الثقافة البانية الهادفة الفاعلة، لا بد وأن تكون في خدمة السياسات التي تنتجها نحو ترقية وجدان الإنسان، وتهذيب روحه، وصقل مواهبه، وتوظيف طاقاته وملكاته في البناء والتعمير، والتي تعمل من أجل تحقيق الرقي والتقدم والرخاء والازدهار»⁽¹⁷⁾. كما أن نشر الثقافة السياحية الايجابية لدى كافة شرائح المجتمع يتطلب تضافر جهود مختلف الفاعلين في المجتمع في إطار إستراتيجية وطنية شاملة ومنكاملة مبنية على أسس علمية ومعطيات واقعية.

- المراجع:

1. نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 3، دمشق، 2006، ص 18.
2. جليلة حسن حسنين، التنمية السياحية، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص 9.
3. اسعد حماد موسى أبو رمان، الوعي السياحي ودوره في تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر في الاردن: دراسة تحليلية ميدانية، في مجلة تنمية الراكدين، كلية الادارة والاقتصاد بجامعة الموصل، المجلد 35، العدد 111، العراق، 2013، ص 120.
4. هناء حامد زهران، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 24.
5. حسين محمد أبو العسل، مستوى الوعي السياحي لطلبة المدارس لإقليم الشمال، على الرابط: <http://kenanaonline.com/users/SahamAlkefarat/posts/63391> بتاريخ: 2017/02/01.
6. نفس المرجع.
7. Larry Dwyer & Chulwon Kim, Destination competitiveness: Determinants and indicators", in Tourism, Volume 6, Issue 5,P 384, 2003, Online: <http://www.tandfonline.com/toc/rcit20/current>
8. Cinotti, Yves, L'hospitalité touristique au service des destinations, Actes des Rendez-vous Champlain sur le Tourisme, Québec, 1 au 3 juin, 2008, PP 10 & 11.
9. دوني كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة قاسم المقداد، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2002، ص ص 58-60.
10. زهيرة فارس القاضي ، تقبل الآخر ، على الرابط: <http://www.pcc-jer.org/new/articles.php?id=214> بتاريخ: 2016/07/12.
11. سلمان بارودون، ثقافة التسامح وقبول الآخر المختلف، على الرابط: <http://www.al-nnas.com/ARTICLE/is/1an.htm> بتاريخ: 2016/07/18.
12. Jacques Derrida et Anne Dufourmantelle, De l'hospitalité: Anne Dufourmantelle invite Jacques Derrida à répondre, Calman-Lévy, paris, 1997, P 21.
13. اسعد حماد موسى أبو رمان، مرجع سابق ، ص 120.
14. محمد عودة، اثر بعض مقومات نجاح أداء العاملين في رفع مستوى الخدمات الفندقية"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية العدد 35، العراق، 2013، ص 243.
15. اسعد حماد موسى أبو رمان، مرجع سابق ، ص 120.
16. Lam,Terry & Xiao, Honggen,Challenges and Constraints of Hospitality and Tourism Education in China,International Journal of Contemporary Hospitality Management , V0l 12,N°5, 2000, PP 291-295.
17. عبد العزيز بن عثمان التويجري، في البناء الحضاري للعامل الإسلامي، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة - إيسيسكو، الرباط، 1997، ص 265.

