

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى إبراز أهمية ودور البيئة الاتصالية الجديدة في دعم الشراكة بين مؤسسات الإعلام ومؤسسات المجتمع المدني للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر حيث سهلت هاته البيئة عمليات تسويق الخدمات السياحية لتنمية القطاع، إذ يعدّ هذا القطاع جبهة عمل هامة تستحق الدعم والمرافقة والتطوير، وهي صناعة متكاملة تساهم في الدفع بعجلة التنمية لما لها من دور في خلق فرص العمل وفتح المجال لجلب العملة الصعبة وتحقيق التوازن وتنويع مداخل الدولة.

وقد خلص البحث إلى وجود أهمية بالغة للشراكة بين مؤسسات الإعلام ومؤسسات المجتمع المدني في تنمية القطاع السياحي إذا ما استثمروا في البيئة الاتصالية الجديدة بخصائصها وسهولة استعمالها واستثمارها في الترويج والتسويق الجيد لمقومات السياحة بالجزائر.

كلمات مفتاحية: القطاع السياحي، المجتمع المدني، وسائل الإعلام، البيئة الاتصالية الجديدة.

Abstract:

The objective of this study is show importance and role of new communication environment In support of the partnership between Media and civil society institutions to advance the tourism sector in Algeria, this environment facilitated the marketing of tourism services for the development of the sector.

The research concluded that there is a great importance for the partnership between media and civil society institutions in the development of the tourism sector if they invest in the new environment of communication with its characteristics, and its investment in marketing of tourism in Algeria.

Keywords: Tourism sector, Civil society, media, New communication environment.

تكاملية جهود وسائل الإعلام والمجتمع المدني لتنمية القطاع السياحي بالجزائر في ظل البيئة الاتصالية الجديدة

أ. صفوان كافي*

مخبر المجتمع الجزائري المعاصر

جامعة محمد لمين دباغين - سطيف 2

s.kafi@univ-setif2.dz

د. نور الدين مبني

مخبر المجتمع الجزائري المعاصر

جامعة محمد لمين دباغين - سطيف 2

mebni@hotmail.com

مقدمة:

في ظل التحولات الكبرى واللا استقرار الذي يمتاز به المجتمع الدولي عوماً والتطور المستمر للقوى الاقتصادية الكبرى المهيمنة تسعى الدول السائرة في طريق النمو إلى النهوض بقطاعها الاقتصادية المختلفة إذ أن معظم هاته الدول مصدر دخلها الأول ثرواتها الباطنية (ما تحت الأرض) بدل الاستثمار في ما هو (فوق الأرض) من قدرات بشرية وطبيعية هامة ففرقت في الاعتماد على المحروقات في إحداث التنمية المستدامة.

والجزائر كغيرها من الدول النامية يهدف مخططها الاقتصادي إلى تحقيق تنمية شاملة عن طريق الاستثمار والتنوع في مداخيلها وإحداث التوازن بين القطاعات الحيوية بالبلاد وهذا ممكن جدا بالنظر إلى ما تملكه من مقومات طبيعية وبشرية تؤهلها لاحتلال مراتب متقدمة في إحداث الانتقال إلى مصاف الدول المتقدمة إقليميا ودوليا ما إن توفرت العوامل المطلوبة.

ولعله من أبرز القطاعات التي تحتاج إلى اهتمام نجد قطاع السياحة الذي وعلى الرغم من وفرة واختلاف وتنوع الثروات الطبيعية التي تزخر بها الجزائر إلا أنها تمر بمرحلة ركود نظرا لأسباب عديدة بعد الخروج من عشرية سوداء وأسباب التكوين وقلة الاستثمارات في المجال السياحي المرتبط بشكل مباشر بالاقتصاد.

لذا أصبح هذا المجال محل اهتمام الدولة من خلال وضع الآليات المناسبة للاستثمار باشتراك كل الجهات المعنية ومن بينها وسائل الإعلام والجماعات المحلية والمنظومة التربوية ومنظمات المجتمع المدني وكل الفاعلين في القطاع الاجتماعي الاقتصادي بغية نشر الثقافة والوعي السياحي كأحد عوامل جذب المستثمرين في القطاع والسياح المحليين والأجانب على حد سواء في إطار ما يسمى بالترويج السياحي، ويتأتى هذا من خلال إشراك الإعلام والتكنولوجيا الحديثة في الاتصال للتعريف بالمقوم السياحي وترسيخ مفهوم الثقافة السياحية في أوساط المجتمع الجزائري.

وأمام هذه التحديات والرهانات المعول عليها في قطاع السياحة بالنظر إلى الظروف المهيأة لإحداث نهضة به في ظل بيئة اتصالية جديدة غيّرت ذهنيات المجتمع نسبيا سنحاول الإجابة عن الطرح الإشكالي التالي:

إلى أي مدى تساهم تكاملية جهود المجتمع المدني ووسائل الإعلام لتنمية القطاع السياحي بالجزائر في ظل البيئة الاتصالية الجديدة؟

التساؤلات الفرعية:

- ما هي أهم المقومات والإمكانات التي تزخر بها الجزائر في الشق السياحي؟
- ما هي العراقيل والحواجز التي تحد من تطوير قطاع السياحة خصوصا تلك المتعلقة بدور مؤسسات المجتمع المدني في البيئة الاتصالية الحديثة؟
- كيف يساهم الانفتاح على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين ذهنية المجتمع في التعامل مع السياح؟
- نحاول الإجابة على هاته الأسئلة من خلال المحاور التالية:
 - ✍ مقومات الجزائر السياحية.
 - ✍ الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري قبيل الانفتاح على التكنولوجيا الحديثة.
 - ✍ ترقية الفكر السياحي لدى الفرد الجزائري في ظل البيئة الاتصالية الجديدة.

منهج الدراسة:

تم الاعتماد في هذا البحث على المنهج الاستقرائي من خلال شرح ظاهرة الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع وكيف تساهم تكاملية جهود المجتمع المدني ووسائل الإعلام في تغيير ذهنياتهم تجاه السّواح وانعكاس ذلك على التنمية السياحية بالبلد.

أهمية الموضوع:

تتأتى أهمية هذه الدراسة من خلال محاولتها تسليط الضوء على قطاع استراتيجي حساس لطالما عانى ولا يزال يعاني من التهميش والركود، وكذا سبل تجاوز التحديات التي تقف عقبة في وجه القطاع السياحي بالجزائر.

يعدّ القطاع السياحي من القطاعات الموفرة للعملة الصعبة في ظل المتغيرات الوطنية والدولية الراهنة ما جعل منها صناعة قائمة بذاتها تحتاج إلى إحصاء وتخطيط لإحداث الانتقال التنموي من اقتصاد الربيع القائم على المحروقات نحو تنمية بديلة تستثمر في الإمكانيات الطبيعية السياحية بالبلد.

وتعرّف السياحة على أنّها: "مجموعة العلاقات والخدمات الناجمة عن إقامة الشخص المؤقتة في بيئة جديدة ومتميزة، بعيدا عن مقر إقامته المعتاد بغرض إشباع حاجاته أو تحقيقا لمصلحة ما طالما كانت هذه الإقامة لا تحقق له ربحا ماديا"¹.

وبالتالي فهي حركة وانتقال مؤقت للفرد من مكان إقامته إلى مكان جديد بغرض تلبية حاجاته ورغباته خارج إطار الربح المادي، والقطاع السياحي يتّسع ليشمل الهيئات التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة في عملية تسيير وتنظيم شؤون السياحة.

2.2 المجتمع المدني:

يعدّ مفهوم المجتمع المدني من المفاهيم التي لم تحظ بالاتفاق بين الباحثين لاختلاف منطلقاتهم الفكرية، وإن اتفقوا على بعض المحددات العامة له كما يظهر في تعريف عبد الغفار شكر الذي يقول بأنّه: "مجموعة من التنظيمات المستقلة عن الدولة والتي تملأ المجال العام بين الأسرة والدولة، أي بين مؤسسات القرابة والقبيلة والعشيرة ومؤسسات الدولة التي لا مجال للاختيار في عضويتها، وتنشأ من أجل تحقيق مصالح أعضائها"².

وفي الجزائر عرفت مؤسسات المجتمع المدني بعد التعددية تطورا كبيرا من حيث العدد بغض النظر عن مدى فعاليتها في المجتمع ما يؤهلها "إن استثمرت في مكوناتها البشرية والإمكانات المسخرة لنشاطها" للقيام بدور مهم جدا في مختلف مجالات أنشطتها، وفي الجدول التالي التطور العددي لمؤسسات المجتمع المدني بالجزائر محليا ووطنيا:

وهي جبهة مهمة من جهات التخطيط العلمي للانتقال باقتصاد البلد من اقتصاد يعتمد على الربيع والثروات الزائلة الموجودة تحت الأرض إلى اقتصاد شامل يستثمر في الثروات البشرية والطبيعية الموجودة فوق الأرض، وما يزيد من أهمية الموضوع التغيّر الثقافي الذي بدأت تجلياته تبرز كنتيجة حتمية للانفتاح على مختلف تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وما أفرزته من انعكاسات أثرت بالإيجاب على عقليات وذهنيات المجتمع التي صارت تتقبل وجود السياح في البلد بدل التعجب منهم كما كان قبل الانفتاح.

وهذا ما يجعل من الجهات الوصية على القطاع السياحي بالجزائر أمام تحدّي مهم للاستثمار في هاته المعطيات الجديدة بشكل يسمح لها بالنهوض بالسياحة للمساهمة في تحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي المنشود بشراكة نوعية بين مؤسسات المجتمع المدني ووسائل الإعلام وكافة الفاعلين في المجتمع.

أهداف البحث:

لأنّ الأهداف تجيب عن سبب إجراء البحث وما نسعى للوصول إليه من خلاله، فإننا نطمح إلى:

- إبراز أهم المقومات التي تساعد على النهضة بالقطاع السياحي بالجزائر.
- البحث في دور تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الترويج الداخلي والخارجي للسياحة بالجزائر.
- دور البيئة الاتصالية الجديدة في إشراك مؤسسات المجتمع المدني ووسائل الإعلام في تنمية قطاع السياحة وخاصة في ظل ظهور جيل جديد ثقافته ونمط عيشه يقبل بوجود الأجانب في المجتمع عكس ما كانت البلاد عليه زمن العشرية السوداء وما بعدها.
- مواجهة مختلف التحديات التي تواجه جهود تنمية القطاع وتطويره بالشكل الذي يجعل منه بديلات قويا لقطاع المحروقات بالبلد.

2. مقارنة مفاهيمية لمتغيرات البحث:

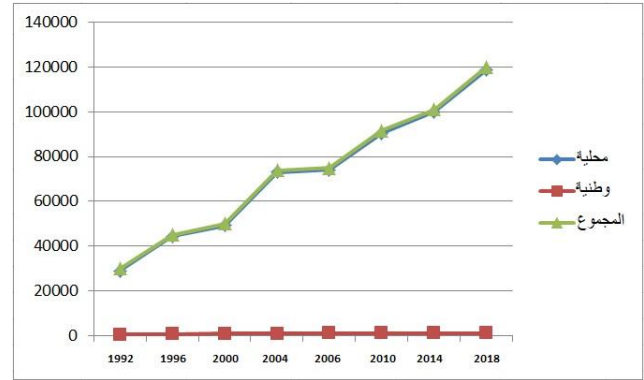
1.2 القطاع السياحي:

الجدول 1: يمثل عدد مؤسسات المجتمع المدني بعد التعددية

السنة	محلية	وطنية	المجموع
1992	29.000	500	30.000
1996	44.322	678	45.000
2000	49.200	800	50.000
2004	73.000	800	73.800
2006	74.000	1.000	75.000
2010	90.496	1.112	91 608
2014	100.021	1.131	101.152

المصدر: السعيد الطيب، 2014، ص ص 283، 284. ³

الشكل 1: تطور عدد مؤسسات المجتمع المدني بالجزائر



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على بيانات الجدول 1

من خلال الأرقام الواردة في الجدول 1 والمنحنى البياني الظاهر في الشكل 1 أعلاه فإنّ التطور العددي لمؤسسات المجتمع المدني متسارع بالنسبة للمؤسسات الناشطة محليا وضعيف بالنسبة لتطور عدد المؤسسات الجموعية الوطنية، ورغم هاته الأرقام الضخمة فإنّ مدى انعكاس هاته الأرقام على حقيقة وجود وعي مجتمعي بضرورتها مفاعل منظم بالمجتمع أو كشريك حقيقي لمؤسسات الدولة الرسمية في تحقيق أهداف التنمية المجتمعية في شتى قطاعات البلد.

وهذا ما يدفعنا في هذا البحث لمحاولة إبراز دور هاته المؤسسات إن فعلت شراكتها مع مؤسسات الإعلام ومؤسسات الدولة لتنمية قطاع السياحة وهو جبهة عمل من بين العديد من جهات العمل الهامة في قطاعات الدولة.

3.2 وسائل الإعلام:

لم يعد مفهوم وسائل الإعلام في القرن العشرين يقتصر على تلك الوسائل التقليدية المعروفة كالتلفاز والراديو والصحف، خاصة مع جديد القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات وتطبيقات الثورة العلمية في مجال الاتصال والإعلام بوسائطها المختلفة. ⁴

وارتبط المفهوم الجديد لوسائل الإعلام في جزء كبير منه "بإنتاج المستخدم للمحتوى والاستفادة من مميزات وخصائص ذلك الإعلام الجديد وسهولة استخدامه وانتشاره وإتاحة الفرصة أمام كل فرد للتأثير من خلاله" ⁵

وهنا لم تلغى وسائل الإعلام التقليدية لكنها تطوّرت وتغيّرت بشكل واسع ووجدت لها منافذ ومواقع على صفحات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وتقنيات البث المباشر وتطبيقات الموبايل حتى تتمكن من البقاء في ظل بيئة اتصالية جديدة صار كل فرد مستخدم لتلك الوسائط منتجا للمضامين وقادرا على التأثير وبعدد متابعين كبير كأنّه مؤسسة قائمة بذاتها.

3.2 البيئة الاتصالية الجديدة:

أصبح التواصل مع الجماهير يتم بطريقة مباشرة وأنية خاصة بعد ظهور تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة فتشكلت بيئة اتصالية جديدة لها خصائص مغايرة لخصائص البيئة الاتصالية القديمة وساهمت في قدرة كل مستخدم على التأثير بشكل أو بآخر في جمهور غير محدود جغرافيا ولا زمانيا، وعليه اقترح Ronnie Hobbenstein وDavid Barbée بعض آليات تمكّن تلك الوسائط الإعلامية وممارسي الاتصال والعلاقات العامة في تلك البيئة الجديدة من الاستفادة من أدوات الويب المتمثلة في: ⁶

- تبني نظرة مبتكرة لأدوات الإعلام الجديد بإدراك دور تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة والقدرة على الابتكار ومواكبة العصر.
- تشكيل رؤية واضحة عن وسائطها التفاعلية وقدرة كل برنامج على الويب بخصائصه على التأثير في مستخدميها من المجتمع.

الأراضي وتحتوي السهول على جبال الونشريس، القبائل تلمسان، وجبال الأطلس الصحراوي، الذي يتكون بدوره من جبال القصور، العمودية، أولاد نايل والزيبان.

ب- **منطقة الجنوب الصحراوي:** إن للطبيعة الصحراوية ثلاث صفات رئيسية تتمثل في الهضاب الأرضية وتسمى بالحماة والدروع والثانية تتركز في العروق وهي العرق الغربي الكبير والعرق الشرقي الكبير وعرق شاش، والثالثة طبيعة الهقار والتي توجد بها أعلى قمة بالجزائر وهي قمة طهاة بـ 3003م.⁸

2.3 الخصائص التاريخية والثقافية:

تعدّ المعالم التاريخية والحضارية المتنوعة التي تملكها الجزائر مصدرا يعزّز مكانتها بين الحضارات الإنسانية المتعاقبة وشاهدا حيا على انتمائها للفضاء الإسلامي، المتوسطي والإفريقي، كون المعالم الأثرية والمتاحف والوثائق الموجودة في الجزائر تشهد على عراققة وعظمة الحضارات المتعاقبة، فينفيية وبيزنطية ورومانية وإسلامية، حيث فرضت نفسها على التاريخ، وقد صنفت منظمة اليونسكو سبعة مناطق أثرية ضمن قائمة التراث العالمي التاريخي، وهي منطقة الطاسيلي وتيبازة وجميلة وتيمقاد ووادي ميزاب وحي القصبة وغيرهم كثير.⁹

كما يتبين أن السياحة الثقافية والترفيهية، تستقطبان الكثير من الاهتمام في اختيار التوجهات السياحية، حيث يزداد الطلب عليها، وبهذا الصدد تتميز الجزائر بمزايا كفيلة بتلبية الطلبات الأكثر تشددا، بفضل امتداد المناطق الساحلية من الساحل إلى الصحراء والتراث الثقافي الذي يعكس تاريخ البلد بكل أبعاده الثقافية.

إن الصناعة التقليدية والحرفية التي تتوفر عليها الجزائر تجعل السياحة الثقافية أكثر انتعاشا خاصة في موسم الاصطياف، بحيث يكتسي دور الصناعات التقليدية في ترقية السياحة نفس الأهمية التي يحظى بها قطاع السياحة في تنمية الاقتصاد ككل، فاهتمام الشباب بهذه الصناعات حسب المناسبات يعطي فرصة أكبر للسياح لاكتشاف هذه القدرات والمواهب، ومن ثم التعريف بثقافة وحضارة الأمة.¹⁰

- تحويل الرؤية التي يرسمها القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الجديدة إلى تطبيق ناجح يقنع ويؤثر في جمهور متباين من أجل تحقيق الهدف المرسوم.

- ترويج الرؤية داخل المؤسسة الإعلامية بتكوين وتشجيع الجميع على الانخراط في استعمال الأدوات الحديثة للإعلام واقتحام البيئة الجديدة ما يساهم في بلوغ الهدف.

- اتباع طريقة منظمة للإنجاز باعتماد استراتيجيات جديدة بطرق ممنهجة علمية ومدروسة والابتعاد عن العشوائية.

3. مقومات الجزائر السياحية:

تحتل الجزائر المرتبة العاشرة من بين دول العالم من حيث المساحة الجغرافية، ويعطيها موقعها الاستراتيجي المطل على حوض البحر الأبيض المتوسط والممتد جنوبا إلى الصحراء الكبرى تنوعا كبيرا من حيث الثقافات والمناظر السياحية، وفي ما يلي نذكر بعضا بالخصائص الطبيعية والجغرافية والتاريخية والثقافية التي تزخر بها البلاد لنعرف حجم الإمكانيات التي يمكن أن يستثمر فيها للنهوض بالقطاع السياحي بالجزائر اعتمادا على ما هو متاح واستثمارا لمختلف التكنولوجيات الحديثة للاتصال والإعلام والترويج الذي يساهم في تطوير القطاع:

1.3 الخصائص الطبيعية والجغرافية:

تقع الجزائر في الشمال الإفريقي يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط على شريط ساحلي يبلغ 1200 كلم²، وشرقا تونس وليبيا، وغربا كل من المغرب، موريتانيا والصحراء الغربية، وجنوبا النيجر ومالي، وتعد الجزائر ثاني أكبر البلدان في القارة الإفريقية من حيث المساحة بعد انقسام السودان، إذ تتربع على مساحة 2.381.471 كلم² وعدد سكانها يفوق 42.20 مليون نسمة حسب إحصائيات الديوان الوطني للإحصاء في جانفي 2018م.⁷

ويمكن أن نميز في الجزائر منطقتين متميزتين عن بعضهما البعض وهما:

أ- **منطقة الشمال:** وتضم مناطق حوض البحر الأبيض المتوسط على طول 1644 كم والمناطق التلية والمناطق السهلية، وهي مناطق عرضية أكثر منها طولية، تضم بذلك أخصب

4. الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري قبيل الانفتاح على

التكنولوجيات الحديثة:

1.4 مفهوم الثقافة السياحية:

عرفت هناء حامد زهران الثقافة السياحية بأنها: "امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم، التي تشكل في مجملها خلفية مناسبة بهدف خلق سلوك سياحي رشيد نحو المظاهر السياحية وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح".¹¹

كما تعرف أيضا كيفية التعامل مع السائح وزوار المدن والبلدان وكيفية التحول والقيام بالرحلات السياحية، ومعرفة الحقوق والواجبات سواء في الفنادق أو شركات الطيران أو شركات السياحة التي تتعامل معها، وهو ما يجعل من موضوع الشراكة بين مؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات الإعلام الرسمية والخاصة وحتى الإعلام الجديد من أجل نشر الوعي السياحي لدى المواطن المضيف للمساهمة في نشر صورة حسنة على المجتمع وقبول السائح وحسن التعامل معه.

2.4 جوانب الثقافة السياحية:

تعدّ الثقافة السياحية مسؤولية كل المؤسسات السياحية الموجودة في المجتمع بالإضافة إلى مؤسسات التنشئة الاجتماعية من الأسرة والمدرسة ومؤسسات المجتمع قاطبة، لأن الثقافة السياحية عملية مكتسبة مستمرة وليست مقيدة بوقت أو مرحلة عمرية مميزة وهناك ثلاث جوانب للثقافة السياحية تفيدنا في موضوع البحث، نذكرها فيما يلي:¹²

أ- الجانب المعرفي:

حيث تعتمد الثقافة السياحية على جانب المعرفة لأن المعلومات والمفاهيم هي أساس المعرفة والبحث، كما يضم هذا الجانب مفهوم السياحة وأهميتها بالنسبة لاقتصاد الوطن، وعوامل وأساليب جذب السياح، وقيمة تفعيل وتعزيز السياحة الداخلية، حتى أصبحت السياحة صناعة متكاملة، وصار التخطيط السياحي منهجا علميا تلتزم به الدول التي تعرف قيمتها في جلب العملة الصعبة وإحداث التنمية المستدامة.

ب- الجانب المهاري:

إذ أن المهارة هي الأداء المميّز الذي تعلمه الفرد واكتسبه عن طريق التجربة والممارسة ما أهله ليقوم به بسهولة، حيث يركز الجانب المهاري للفرد على هاته الممارسة، من خلال الثقافة السياحية المكتسبة والتي يجب أن تكون لدى الفرد، ومدى قدرته على إعداد وتخطيط برنامج سياحي متكامل، وكذا قدرته على التعامل مع السواح الأجانب خاصة كون التعامل مع السواح من داخل نفس البلد أسهل لتقارب الثقافة وتشابه اللغة وما إلى ذلك من الحرص على راحة السائح والتأكد من استفادته وتحقيقه لرغباته وحاجاته التي أتت به من مكان إقامته إلى منطقتك السياحية، إضافة إلى قدرة الفرد على قراءة الخريطة السياحية وحسن استخدامها.

ج- الجانب الوجداني:

ويقصد به إلياس سراياكتساب الأفراد سلوكيات إيجابية مرغوب فيها نحو السياحة والسواح، كي ينجح في إيجاد الحلول الملائمة لتطوير الصناعة السياحية بمنطقته، والتغلب على المشكلات والعقبات الحاصلة، وهذا ما من شأنه المساهمة في هندسة والتنمية القطاع السياحي بالبلاد.

3.4 مبادئ الثقافة السياحية:

تقوم الثقافة السياحية بالدول التي تنشئ تطوير وازدهار القطاع السياحي على مجموعة من القواعد والمبادئ المهمة لمواكبة ما وصلت إليه الدول المتقدمة في هذا القطاع الحيوي، والتي يمكن حصرها في ما يلي:¹³

- إقامة خطط مستقبلية خاصة ببرامج التنمية الشاملة للثقافة السياحية لدفع عجلة التنمية، كون الثقافة السياحية تحتم بالجوانب الثقافية والاجتماعية للمجتمع الذي يجب أن يكتسب ثقافة التعامل مع السواح.
- الثقافة السياحية عملية متكاملة معرفيا، مهاريا ووجدانيا، وعلى الدولة ومؤسساتها أن يهتموا بتنميتها لدى أفراد المجتمع عبر مؤسسات المجتمع المدني ووسائل الإعلام ومؤسسات التنشئة الاجتماعية.

5.4 واقع جهود التنمية السياحية بالجزائر وعلاقتها

بتكنولوجيات الاتصال الحديثة:

الجدول 2: تطور عدد السياح بالجزائر.

السنة	عدد السّواح
1995	519.600
2000	866.000
2005	1.443.000
2010	2.500.000
2012	2.634.056

المصدر: (صالح بزة، 2012، ص 48)¹⁵

قبل تحليل جهود الجزائر في قطاع السياحة يجب أن نذكر أنه ينظر لجهود التنمية السياحية المستدامة في الدول الناجحة في القطاع السياحي من خلال إشراك مؤسسات المجتمع المدني في التنمية وذلك لأنهم فهموا جيّدا دور الفرد ضمن مجتمعه الأصلي في ازدهار السياحة بمساهمته في الحفاظ على الموروث الثقافي ومنظومة القيم والمعالم الطبيعية والتاريخية التي تزخر بها تلك الدولة، بل وحتى الاهتمام بتوعية المجتمع وتعليمه السلوك النبيل في التعامل مع السواح بشكل يترك النظرة الإيجابية لديهم عن طبيعة الشعب ما يساهم في استدامة نشاط القطاع السياحي بالبلاد.¹⁶

وإذا قارنا بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية المستدامة من حيث استراتيجية التنمية فإننا نجد:¹⁷

الجدول 3: مقارنة بين التنمية السياحية التقليدية والمستدامة.

التنمية السياحية التقليدية	التنمية السياحية المستدامة
تنمية بدون تخطيط	تخطيط أولا ثم تنمية بعد ذلك
تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة	تخطيط شامل متكامل
التركيز على إنشاء الوحدات	مراعاة الشروط البيئية والبناء والجغرافيا
مباني حضرية تقليدية	أنماط معمارية محلية تقليدية

المصدر: (محمد فريد عبد الله، 2015، ص 30)¹⁸

نلاحظ أن ذهنية المسؤول الجزائري لم تتجاوز مرحلة التنمية السياحية التقليدية ما جعل من القطاع السياحي قطاعا هشاً لم

- تبني نظرة مستقبلية من أجل ثقافة سياحية أفضل للفرد، وإشراك أفراد المجتمع المثقفين في إعداد برامج تنمية الثقافة السياحية محليا ووطنيا.

- مشاركة الهيئات ومؤسسات المجتمع المدني في تنفيذ برامج الثقافة السياحية وهذا ما من شأنه تقاسم أعباء الصناعة السياحية.

- المحافظة على البيئة والاهتمام بها وهذا موضوع يحتاج إلى شراكة الدولة بمؤسساتها مع مؤسسات المجتمع المدني توعية للمواطن وحماية للثروات الطبيعية الخلابة للبلاد.

4.4 مميزات الثقافة السياحية بالجزائر:

يتميز المشهد الثقافي السياحي في الجزائر بما يلي:¹⁴

- الوعي الفكري باعتبار السياحة قطاع حساس لدى المجتمع الجزائري قبيل الانفتاح يكاد يكون منعدم إلا بعد الانفتاح على تكنولوجيات الإعلام والاتصال فبدأ ينمو.

- يعاني القطاع السياحي الجزائري من إهمال كبير وعدم جدية المسؤولين والمجتمع في النهوض بهذا القطاع فهو ليس بالقطاع الرائد حسبهم والريع النفطي سبب الاتكالية وضعف الاهتمام بالقطاعات الحيوية الأخرى بالبلد.

- المؤسسات المالية الجزائرية ووكالات السياحة والأسفار ليسوا الجانب المهم في تنمية القطاع السياحي بالبلد كونهم جزء فقط من الصناعة السياحية التي تحتاج لمكونات أخرى تتقاسم الأعباء بيئيا وثقافيا واجتماعيا.

- اللا أمن، حسب المنظمات الدولية، والصورة الذهنية التي تشكلت منذ الأزمة السياسية في التسعينات وما انجر عنها من عزوف السواح الأجانب وقضاء السواح المحليين عطلمهم في دول مجاورة.

- ضعف التأطير وضعف الثقافة السياحية للمجتمع كأحد الجوانب السلبية في عملية التحول كلما ارتفع الوعي السياحي للفرد الجزائري وقدرته على التواصل مع السواح كلما شهد القطاع السياحي تطورا وارتفع عدد الوفود الأجنبية في دخول القطر الوطني ونقل صورة جميلة عن المجتمع الجزائري وعاداته وتقاليده.

سياحية لدى المجتمع وتشجيعهم على تقبل السواح، وكذا تفعيل عناصر التسيير الإداري.²⁰

وبذكر المورد البشري وكفاءته فإنّ هناك مجموعة من العوامل التي أثّرت على السواح الأجانب في مرحلة من المراحل ولا تزال بعضها إلى اليوم، نذكر منها:

- المضايقات التي يتعرض لها السائح كالتلفظ بكلام غير لائق، إمعان النظر وكأنه كائن غريب، المطالبة بالمال (التسول).

- المغالاة في الأسعار المتعلقة بالسلع التذكارية، الهدايا، استغلال سائقي سيارات الأجرة والأشخاص المقربين من السوّاح واعتبارهم أهم أشخاص أغنياء لذا يتم استغلالهم.

- جهل العاملين في الفنادق السياحية باللغات الأجنبية.

- تقصير بعض المرشدين السياحيين في عملهم.

2.5 تكنولوجيا الاتصال الحديثة وثقافة الفرد نحو السياحة:

تحتاج السياحة إلى فن التعامل مع الضيوف والسواح بمجموعة من الأخلاق والصفات لإعطاء الانطباع الحسن عن نفسها أولا وعن بلدانها بشكل عام. كما توفر فرصة الاستفادة من التعارف الثقافي ما بين الشعوب والاقتباس الإيجابي من ثقافة السواح وسلوكياتهم.²¹

لكن هذا يتطلب خططا حكيمة لحماية بلدانها وشعوبها من أي مسيء إليها ثقافيا أو عقائديا أو أمنيا وغيرها من مساوئ الانفتاح السياحي العشوائي الذي لا يراعي الالتزام بالمبادئ والأخلاق الإنسانية السامية وفي مقدمتها قيم تلك الدول المضيئة ومبادئها بغض النظر عن أيديولوجيتها وما إلى ذلك.

وبالنسبة للفرد الجزائري بعد الانفتاح الكبير على وسائل الإعلام ووسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة فقد تغير سلوكه تجاه السواح عكس ما كان ما قبل الانفتاح، وعلى المؤسسات الرسمية للدولة الاهتمام الجاد بالاستثمار في هاته التحولات الكبرى للدفع بعجلة التنمية السياحية .

كماتعد المناهج الدراسية لكل المراحل مفاتيح الثقافة الإنسانية، لذا فإن إدخال مفاهيم السياحة فيها مهم للفرد، لأنها توفر له عند ازدهارها فرص العمل والتقدم الوظيفي، مثل

يتمكن من النهوض إلى يومنا حتى بعد استقرار البلد وخروجها من عنق الزجاجة بعد العشرية الدموية والانفتاح على تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة التي فتحت العديد من فرص نشر الوعي السياحي لدى الفرد الجزائري عموما، ولدى الأجيال الجديدة خاصة كونها تتعامل مع وسائط البيئة الاتصالية الجديدة بشكل أفضل.

وكذا غياب التخطيط الشامل والمتكامل لدى المسؤول بجمتمية السعي الجاد نحو إيجاد البديل للمحروقات وإحداث التنمية واستثمار ما تحتوي الجزائر عليه من مقومات صناعة سياحية لا مثل لها في المنطقة وضرورة إشراك الجميع في هاته الصناعة المتكاملة.

5. ترقية الفكر السياحي لدى الفرد الجزائري في ظل البيئة الاتصالية الجديدة:

1.5 لماذا المنطلق من الفرد لترقية السياحة بالبلد ؟

بعد المجتمع بناء نواته الفرد والأسرة وبناء مجتمع واع يحافظ على موروثاته ويصنع الثروة مهمة متكاملة بين أجزاء هذا البناء وعليه فإنّ للفرد دور أساسي في دعم وترقية السياحة سواء المختصين في الميدان السياحي أو أفراد المجتمع المضيف للسواح أو حتى السائح في حد ذاته، ويساهم ذلك بشكل كبير في استدامة الأنشطة السياحة بنجاح.¹⁹

كما لا يمكن لأي استراتيجية سياحية أن تؤتي نتائج ملموسة دون وجود موارد بشرية مؤهلة مكونة تكوينا كافيا، فعملية التكوين والتدريب في مجال العمل السياحي تلعب دورا مهما لا يستهان به، من خلال تحسين نمط التسيير، والنهوض بمستوى الخدمات للظفر بمكانة محلية وعالمية مرموقة تجذب السواح، ومنه فإن الاستثمار في العنصر البشري صار أكثر من ضرورة، مثله مثل الاستثمار في الهياكل القاعدية السياحية.

والمورد البشري ضروري لأي عملية إنماء مهما كان نوعها، وبالأخص في مجال الخدمات كون هذا الأخير يعتمد بصفة مباشرة على العنصر البشري، والبيئة التنافسية تفرض على الجميع التجديد والتطوير المستمر سواء تعلق الأمر بتكوين الأفراد القائمين على قطاع السياحة أو من خلال خلق ثقافة

كما توصلنا من خلال البحث إلى دور البيئة الاتصالية الجديدة والتحويلات الكبرى من ناحية العقلية والذهنيات مع ولوج وسائل الإعلام التقليدية للوسائط الإلكترونية الحديثة ووعي مؤسسات المجتمع المدني باعتبارها الأقرب ميدانيا للمواطن بضرورة تفعيل الشراكة المجتمعية مع وسائل الإعلام للنهوض بالقطاع السياحي في وقت حساس نحن بأمس الحاجة إلى تقويته لا نقول كبديل كامل لبقية مقدرات البلد وإنما كقطاع حساس كل مقومات نهضته موجودة ما إن استثمر فيها بشكل جيد وعلمي وخطط لها بنظرة شمولية وتكاملية جهود مكونات المجتمع لصناعة سياحية تساهم في تحقيق التنمية المستدامة بالجزائر.

7. توصيات:

في ختام هاته الورقة البحثية يمكن تقديم مجموعة من الاقتراحات والتوصيات التالية:

- ضرورة التأكيد على إشراك المواطنين في عملية التخطيط السياحي بما لديهم من أفكار وبناءة وتفعيل هذه الأفكار في إطار التنمية السياحية، فضلا عن توسيع مفهوم الجدوى من السياحة ليتجاوز الجانب الاقتصادي إلى الجدوى الاجتماعية والثقافية والبيئية والمعرفية حتى تكون مساهمة القطاع أوسع وأعمق في التنمية.
- الاهتمام بالتربية والتعليم الطلّابي في مراحل مبكرة، والاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتوضيح كيفية التعامل مع المنتجات السياحية وإدراك أهميتها والحفاظة عليها، فضلا عن بناء الوعي بأهمية السياحة في أذهان المدرسين في الجامعات على اختلاف مواقعهم مع ضرورة طرح مساقات دراسية ضمن متطلبات الجامعة الاختيارية والالتزام بتدريسها بكفاءة عالية.
- القيام بحملات توعية شاملة تستهدف سكان الجزائر عموما تشترك فيها المؤسسات الرسمية وغير الرسمية من أجل خلق عقلية سياحية متفهمة ومن أجل توعية المواطنين بأهمية السياحة وتنمية مشاعر الترحيب الجيد وحسن

العمل كمرشدين سياحيين، وكأستاذة لتدريس المناهج السياحية، والعمل في القطاع السياحي عموما.

كما تعلم السياحة لكل شخص القدرة على كتابة المذكرات وكيفية أخذ الصور وربما كتابة المقالات السياحية من خلال أجواء المتعة والراحة التي تنهياً له وكما تدرّب الشباب على تحمل مسؤوليتهم في تدبير شؤونهم الخاصة ومواجهة الصعاب وتمنحهم الآفاق الرحبة للتعرف مع شباب شعوب أخرى، وهي تساهم بذلك في بناء شخصية الفرد الثقافية وفتح آفاق تطلعه إلى ما وراء حدود مدينته وبلده، وتجعله يحس بأهمية تعلم اللغات وفوائدها باعتبارها أحد مفاتيح الثقافة السياحية وهذا ما لوحظ بشكل متنامي عند الجيل الجديد من الشباب الجزائري الذي يستهوي تعلم اللغات والعمل التطوعي المحافظ على البيئة والاهتمام الغير عادي بالتصوير وآلاته في زمن الهاتف الذكي وما إلى ذلك.

6. خاتمة:

من خلال الورقة البحثية تم إبراز أهم مقومات السياحة بالجزائر والتحديات التي تواجهها وكانت تمنعها من النهوض بالقطاع السياحي والآثار الإيجابية التي أفرزها انفتاح المجتمع على تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ما أدى إلى ظهور بدايات وعي سياحي يمكن أن يستثمر في ترسيخ ثقافة سياحية لدى الفرد مما يساهم في نشر بيئة سياحية مستدامة ناجحة بامتياز في جلب السواح.

وبالرغم من جهود الدولة الجزائرية للاستثمار في هذا القطاع، إلا أن غياب ثقافة سياحية لدى المجتمع المضيف أدى في السابق وحتى اليوم إلى عدم رغبة السائح في اختيار الجزائر كقبة مستهدفة، لذلك على المسؤولين بالبلد المضيف كما المجتمع عموما أن يكونوا على دراية واسعة بتقنيات التعامل مع الضيوف وحسن استقبالهم بصدق والاعتناء بهم وتقديم الخدمات المطلوبة وعدم النظر لهم بعين الريبة والعمل على زرع وترسيخ ما سبق ذكره في المجتمعات منذ الصغر، من خلال إعدادهم للفكر السياحي وتعريفهم بأهميته ودوره في التنمية المستدامة.

- 5 صاحب أسعد ويس الشمري، تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، جامعة المسيلة، العدد05، الجزء02، 2017، ص106.
- 6 وليد رفاص، العلاقات العامة الإلكترونية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة خنشلة، المجلد06، العدد02، 2019، ص266، 267.
- 7 جغرافيا الجزائر: <http://www.enc-education.com>. تاريخ الولوج: 2020/06/17 على 14:30.
- 8 جغرافيا الجزائر: <http://www.enc-education.com>. تاريخ الولوج: 2020/06/17 على 18:15.
- 9 المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، مساهمة من أجل تحديد السياسة السياحية الوطنية، الدورة 16، 2000، ص3.
- 10 المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، مرجع سبق ذكره، 2000، ص5.
- 11 هناء حامد زهران، الثقافة السياحية وبرامج تميمتها، عالم الكتاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص2.
- 12 إلياس سراب، حسن الرفاعي وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص39.
- 13 بلال بغدادي، متطلبات تطوير وتنمية القطاع السياحي في الجزائر المؤسسة الحومية بحمام ريفعة، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2013، ص89.
- 14 عيساني عبد الفتاح، القطاع السياحي في الجزائر .. مشاكل ومقترحات، <https://diae.net/29851>، تاريخ الولوج إلى الموقع: 2020/07/19 على 16:45.
- 15 صالح بزة، مساهمة المجتمع المحلي في التنمية السياحية المستدامة بالجزائر، دراسة استطلاعية بولاية المسيلة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية-دراسات اقتصادية، جامعة عاشور زيان الجلفة، المجلد06، العدد18، 2012، ص48.
- 16 صالح بزة، مرجع سابق الذكر، ص40.
- 17 محمد فريد عبد الله وآخرون، استراتيجية السياحة المستدامة، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص30.
- 18 محمد فريد عبد الله وآخرون، مرجع سابق الذكر، ص31.
- 19 عبد القادر هدير، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، ماجستير علوم تسيير تخصص مالية ونقود وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص27.
- 20 عبد القادر هدير، مرجع سابق الذكر، ص31.
- 21 زير ريان، مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي، دراسة مقارنة بين الجزائر تونس الإمارات، أطروحة دكتوراه ل م د في العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018، ص110.

- الاستقبال لديهم وتعريفهم بأهمية السياحة إن ساهموا في إنجاح أنشطتها وآليات الحفاظ على ديمومتها.
- عقد ندوات ومحاضرات ورشات عمل توعوية ونشرها بوسائط مسموعة ومقروءة ومرئية حول أهمية السياحة ودورها للبلد المضيف.
- التأكيد على برامج الرحلات والزيارات المدرسية والجامعية للمعلم السياحية والتاريخية في البلد وذلك لتفعيل دور الشباب في التنمية السياحية من خلال خلق مزاج ايجابي تجاه السياحة.
- تفعيل دور الإعلام يحتاج إلى إبراز دور القطاع الخاص ومساندته مع القطاع العام، باعتباره مكملا له.
- السعي لتوحيد الجهود ما بين كل الجهات المعنية في قطاع السياحة والإعلام والاقتصاد لإعداد خطة وطنية شاملة تساهم في عملية الترويج السياحي للمواقع الأثرية والسياحية ورفع مستوى الوعي السياحي في المجتمع.
- تشجيع وإشراك القطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني في رفع مستوى الخدمات المقدمة للسائح في المواقع الأثرية والسياحية وما للتنافسية من أثر ينعكس حتما بالإيجاب على ترسيخ ثقافة الاستقبال والرعاية الممتازة للسواح ليعودوا مجددا ويرسم انطباع حسن على البلاد والعباد معا.
8. قائمة المراجع:

- 1 عبد الحفيظي أحمد وآخرون، مساهمة العلاقات العامة في السياحة، مجلة الميدان للعلوم الرياضية والانسانية والاجتماعية، جامعة الجلفة، المجلد03، العدد03، 2020، ص153.
- 2 تريكي حسان وصيرينة حديدان، المجتمع المدني في الجزائر.. أي حضور وأية فعالية، مجلة الميدان للعلوم الرياضية والانسانية والاجتماعية، جامعة الجلفة، المجلد02، العدد06، 2019، ص30.
- 3 Essaid Taib, Associations et société civile en Algérie, Office des publications universitaires, 2014, PP 283-284.
- 4 ساري حلمي خضر، تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية في المجتمع القطري، مجلة جامعة دمشق، المجلد24، العدد01، 2008، ص7.