مجلة المعيار ISSN :1112-4377
مجلد: 26 عدد: 3(رت 65) السنة: 2022

الثقافة السياحة بالمجتمع الجزائري؛ المقومات وأهم المعوقات

Tourism culture in Algerian society; Constituents and the most important obstacles

بلحضري بلوفة [1]

جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم

mr.wise21@yahoo

تاريخ الوصول 2021/02/25 القبول 2021/10/08 النشر على الخط 2022/04/15
Received 25/02/2021 Accepted 08/10/2021 Published online 15/04/2022

ملخص:

ما من شك أن السياحية في أيما مجتمع؛ إنما تنبني على دعامات عدة. لعل أبرز هذه الدعامات؛ ذلكم الوعي السياحي الذي ينبغي أن يترسّخ كقناعات في ذهنيات الأفراد لتتجلى سماته في سلوكياتهم بالمجتمع. ولا شك أن نجاح المشروع السياحي وتطوره؛ إنما هو منوط بثقافة سياحية تؤسس لمشروع تنموي يدر على الأفراد والحكومات عوائد مهمة عادة ما تكون بديلة عن أنشطة اقتصادية أخرى. فما زالت مسألة الإنسان المثقف ثقافة سياحية تحتاج إلى تفاعل أكثر؛ لاسيما بالمجتمع الجزائري الذي لم يرق بعد إلى مصاف الدول التي تعتمد على السياحة كمورد لإنعاش مداخيلها الاقتصادية ولتوسيع دائرة أنشطتها الاجتماعية، وبالتالي فإن الفرد بحاجة إلى تعديلٍ في اتجاه بوصلة ثقافته نحو موضوع السياحة، ذلك أن غياب ثقافة سياحية لدى الأفراد؛ يعد معوقا من حزمة المعوقات التي تثبط مسار النشاط السياحي. وتأتي هذه الدراسة ذات البعد الإمبريقي لاستجلاء بعض الحقائق ذات الصلة بهكذا إشكاليات.

الكلمات المفتاحية: الثقافة السياحية؛ مقومات الثقافة السياحية؛ معوقات الثقافة السياحية؛ المجتمع الجزائري.

Abstract:

There is no doubt that the tourist in any society; It is based on several pillars. Perhaps the most prominent of these pillars; This is the tourism awareness that should be rooted as convictions in the minds of individuals so that its characteristics are reflected in their behavior. There is also no doubt that the success and development of the tourism project; Rather, it is dependent on a tourism culture that establishes a development project that generates significant returns for individuals and governments that are usually alternative to other economic activities. The issue of the educated person is still a tourism culture that needs more interaction. Especially in the Algerian society, which has not yet lived up to the ranks of countries that depend on tourism as a resource to revive their economic incomes and expand the circle of their social activities. Therefore, it needs a modification in the direction of its cultural compass towards the issue of tourism, since the absence of a tourism culture among individuals; It is crippled by the package of obstacles that inhibit the course of tourist activity. As for elucidating the facts, it requires the presence of the empirical dimension, which is what we want in such problems.

Keywords: Tourism culture; Elements of tourism culture; Obstacles to tourism culture; Algerian society.

[1] المؤلّف المراسل: **بلحضري بلوفة** البريد الإلكتروني: mr**.wise21@yahoo.fr**

1. مقدمة:

يعتبر القطاع السياحي أحد أهم الأوردة التي تتصل ببقية أنشطة التنمية لتغذية القطاع الاقتصادي والاجتماعي على السواء. وتتجه الجزائر اليوم إلى الالتفات نحو سبل تنموية أخرى لضخ نفس جديد نحو إنعاش اقتصادي. وإننا إذ نعني بذلك أن اتجاه الجزائر نحو استثمارات بديلة عن المحروقات كالاتجاه إلى الاستثمار في مجال السياحة؛ أصبح ضرورة ملحة تفرضها معطيات التقلبات الاقتصادية. ولا ريب أن الاستثمار في هذا المجال؛ له ما يؤطره على مستوى قاعدة البنية التحتية، أي أن بلوغ طموح الاستثمار في السياحة سيكون حديثا سابقا لأوانه ما لم يتم الحديث قبل ذلك عن وعي سياحي يشترك فيه الإطار المنظم لشؤون الدولة والمجتمع المدني والأفراد على السواء. كما أنه حديث سابق لأوانه إذا لم تكن هنالك مقومات طبيعية وأخرى مادية وبشرية تهيئ للدخول في معترك الاستثمارات التنموية.

ولئن شئنا أن نتكلم عن السياحية كمشروع تنموي، فلا بد من التمهيد لهذا المشروع بإرساء قاعدة متينة داخل المنظومة الفكرية الفردية والاجتماعية، يطلق على هذه المنظومة اسم: "الثقافة السياحية". أجل؛ إنها ركيزة من بين أحد أهم الركائز الأساسية التي يبنى عليها أي مشروع سياحي. ومن ثمّ فإن عملية ضخ مفهوم ثقافة سياحية وترسيخها في ذهنية الفرد، إنما تحتاج إلى عملية تنشئة على كافة مؤسسات التنشئة الاجتماعية، كما تستدعي عملا دؤوبا وحرصا واستمرارية في عملية تلقين قيم صناعة السياحة في نموذج فرد متشبع بوعي كاف حول منظومة السياحة ليكون بدوره قادرا على إعادة إنتاج أعضاء يحملون رأسمال ثقافي سياحي يسهمون من خلاله في الصناعة السياحية. فلا ينبغي أن تُراوح مجرد درس أو حملة توعوية في شكل حصص أو تربصات مناسباتية. أمّا إذا ترسّخت فكرة الثقافة السياحية كنموذج وصورة من صور الثقافة بالمجتمع، فإن الوصول إلى هذا المدى من النماذج سيمنح للأفراد لا محالة قوة في المساهمة على تحسين أوضاعهم ومراكزهم الاجتماعية وحل مشكلاتهم الاقتصادية والاجتماعية من جهة، كما أن هذا المدى من الإدراك سيحدد موقعهم ضمن خارطة تنمية الوعي السياحي وصناعة السياحة من جهة أخرى، ومن ثم الدفع بعملية التنمية الوطنية نحو آفاق استشرافية طموحة. ولأجل ذلك؛ فإن مسألة وعي الفرد والجماعة بأهمية قطاع السياحة، هي واحدة من جملة الصور التي تجعل تلكم الجماعات تتميز بالخصوصية التي تضاف إلى خصوصيات الهوية الثقافية السائدة بالمجتمع، إلى أن يضحى ذلكم المجتمع ينماز بميزة المجتمع السياحي الذي له تقاليده السياحية. فلا مناص إذا من القول: أن عملية غرس ثقافة سياحية في ذهنية الفرد؛ إنما هي جزء لا يتجزأ عن الثقافة الحضارية، وجزء لا يتجزأ عن مشروع التنمية السياحية في شموليتها. وإن هاتان الجزئيتان ستدفعاننا إلى مساءلات لا تخرج عن نطاق البحث في ماهية الثقافة السياحية؟ وما مقوماتها ومعوقاتها بالمجتمع الجزائري؟

* **الفرضيات:**

- يلعب قطاع السياحة دورا مهما في دفع عجلة التنمية الاقتصادية وتحسين الأوضاع الاجتماعية للأفراد.
- يمتلك الفرد الجزائري كل من موقعه؛ وعيا سياحيا بما يحقق جاهزية الدولة الجزائرية للاستثمار في قطاع السياحة.

*** أهمية الموضوع:**

تتجلى أهمية هذا الموضوع في مدى مساهمته في وضع أحد أهم القضايا التنموية على محك الاسقصاء من جهة، ورغبة في جلب انتباه الفاعلين في القطاع نحو وجهة لطالما كانت عصب الاقتصاد؛ لاسيما فيما تعلق بمحور الثقافة السياحية والقطاع السياحي بشكل عام. ذلك بأن تشبع الفرد والجماعة بثقافة سياحية من دون ذلك هو من سيحدد مدى نجاح الفعل السياحي.

*** أهداف الدراسة:**

1. محاولة إدارة اتجاه بوصلة فاعلي الشأن التنموي نحو قطاع لطالما شكل موردا واعدا من موارد الاقتصاد الوطني.
2. محاولة التأكيد على أن نجاح أو فشل أي مشروع سياحي؛ إنما هو مرتهن بمدى نوعية الثقافة المتشبع بها الفرد والمجتمع سياحيا.
3. محاولة تقديم ما يدعم القطاع السياحي بالجزائر من مقومات.
4. محاولة جرد أهم المعوقات التي تواجه قطاع السياحة بالجزائر.

*** منهج الدارسة:**

سعيا إلى تحقيق مقاربة موضوعية نحو موضوع الثقافة السياحية بالمجتمع الجزائري؛ كان لزاما من أن نتخذ من المقاربة الكيفية في شقها الوصفي منهجا لبسط حيثيات هذا الموضوع، وذلك من خلال محاولة القيام بتشخيص حالة وواقع القطاع السياحي بالجزائر، وبسط رؤية تعبر عن درجة الوعي والثقافة السياحية التي يمتلكها الفرد بالجزائري. ولن يكون تجسيد هذه الرؤية إلاّ بمساءلة ميدانية يتم من خلالها سبر آراء عينة تستوعب في تشكيلاتها مفردات بإمكانها إثراء الموضوع في شقه الإمبريقي. علما أنه لم يكن من اليسير تحديد وجهة المورد الذي سيزودنا بجملة الحقائق والوقائع قصد استنطاقها، وإننا إذ نقصد بذلك تزاحم الوجهات التي كان يمكن أن يكون لها حظ تمثيل العينة على شاكلة الفاعلين في الشأن السياحي (الفاعلون على مستوى الوزارة، مدراء المرافق السياحية، وكالات الأسفار، السياح الأجانب أو المواطن داخل البلد). ولكن كان لا بد من حسم موقف يتخذ من طائفة أساتذة الجامعة عينة للبحث –ونخص بالذكر أساتذة العلوم الاقتصادية وأساتذة علم الاجتماع بجامعة مستغانم– ممن سبق لهم خوض تجارب سياحية سواء داخل الوطن أو خارجه، وهذا لا ينفي إمكانية حظ أساتذة التخصصات الأخرى أو ممن سبقت الإشارة إليهم آنفا لتمثيل العينة. أما مبررات اختيار هذه الطائفة؛ فلأنها تمتلك تجارب سياحية متنوعة من جهة، ولأنها الطائفة التي لنا بها احتكاك مباشر من جهة أخرى، كما أنها الطائفة التي تتمتع برؤى متخصصة في الميدان الاقتصادي والاجتماعي، وبهذا يمكن اختزال القول في أن نوع العينة كانت قصدية. أمّا قوامها فقد بلغ عشرين (20) مفردة. وإذا كان لا بد من تقنية لجمع المعطيات؛ فإن تقنية المقابلة كانت بمثابة الدليل الذي قادنا إلى ذلك رغم بعض الصعوبات. ولئن صادفتنا صعوبات في إيجاد سبل للاتصال المباشر (المقابلة) مع مفردات العينة من الأساتذة الجامعيين لتحديد زمان إجراء المقابلة على تعدد التزاماتهم، فكيف سيكون الحال مع الإداريين والمسؤولين عن الشأن السياحي. وما كان اجتنابنا لطائفة الفاعلين من المسؤولين الإداريين إلاّ لاعتيادنا من خلال تجاربنا المتواضعة بخطاباتهم الرسمية المستهلكة التي يمكن اختصارها في المقولة المألوفة: "كل شيء يسير بخير"، فيما أن دلائل الواقع تفند وتناقض ذلك تماما.

* **الخلفية النظرية:**

إذا ما نظرنا إلى البعد الذي يمتد إلى تشخيص حالة وواقع القطاع السياحي بالجزائر واستشراف آفاق هذا القطاع؛ فلا مناص من الرجوع إلى خلفية "نظرية السياحة" القائمة على "دراسة الظواهر السياحية ووصفها وتحليل أبعادها، ووضع الحلول الكفيلة بمواجهة مشاكلها"[1]. وإننا إذ سنخصص محتوى هذه الورقة للخوض في أحد بنود هذه النظرية؛ وذلك بالرجوع إلى الشق المتعلق بوصف واقع السياحة بالمجتمع الجزائري وتحديد المعوقات التي تعتري هذا القطاع في كنف أهمية الثقافة السياحية التي تعتبر أحد أركان تنمية هذا القطاع وما جاوره من قطاعات أخرى مشابهة.

2. في مفاهيم السياحة:

إذا كان لابد من مدخل نتصدر به موضوع السياحة، فإن عرض أسطر حول المفاهيم والتعريفات يعد أمرا من الأهمية بمكان. وإذا ما حاولنا الوصول بمعطى السياحة إلى ما يتصل به من معاني من حيث الإرث اللغوي؛ لألفيناه مفضيا إلى مركب مشتق من كلمة "ساح يسيح سيحا وسيحانا، إذا جرى على وجه الأرض"[2]، ومنه فإن السياحة لا تخرج عن سياق الانسياب والسيولة والجريان، والسير في الأرض"[3] كما في قوله تعالى: ﴿فسيحوا في الأرض أربعة أشهر﴾[4].

أما في الاصطلاح فإن السياحة توحي إلى "الانتقال من المكان الأصلي والرحيل والتجوال والعودة مرة أخرى إلى نفس المكان"[5]، وإن هذا لانتقال إنما يكون لحاجة الإنسان المتزايدة إلى الراحة والتغيير.. والبهجة مع الشعور بالمتعة"[6]، ويتم هذا الانتقال بشكل إرادي واختياري، لأن الفرد والجماعة هي من تحدد رغبة السفر والتنقل والسفر من عدمه دون إكراهات.

أما السياحة بوصفها نشاطا متمثلا في تنقلات الأشخاص وفق حركة داخلية أو خارج حدودهم، فهي تمثل شكلا من أشكال الهروب من بيئة إلى بيئة أخرى بغرض تحديد القيمة النفسية والمعنوية وإعادة التوازن الفعلي والعاطفي[7]. ولا يتوقف معنى السياحة عند حدود نشاط التنقل فحسب؛ وإنما يتعداه إلى مفهوم أكثر شمولية يبسط رؤية يكون بمقتضاها موضوع السياحة عبارة عن خدمات متكاملة وصناعة "تنتج خدمات غير متجانسة ولكنها تتآلف معا لكي تحدث الإشباع للسائحين[8].

---

[1] وفاء زكي ابراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، دراسة تقويمية للقرى السياحية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006، ص. ص 424-425.

[2] ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني، دار صادر، بيروت، د. ت، ص.ص 492-493.

[3] خالد بن عبد الرحمن آل دغيم، الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2014، ص 13.

[4] سورة التوبة، الآية: 2.

[5] وفاء زكي ابراهيم، سبق ذكره، ص 34.

[6] خالد بن عبد الرحمن آل دغيم، سبق ذكره، ص 13.

[7] نرمين الخاطب ووائل أمين، مبادئ علم السياحة، مكتبة بستان المعرفة، مصر، 2006، ص 3.

[8] نفسه، ص 4.

ووفق Guyer Freler فإن السياحة ظاهرة عصرية انبثقت عن الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام... والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة بالإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة"[1]. وإذا كانت تلكم رؤية Guyer Freler؛ فإن Schulern Schrutenhofen يرى بوصفها "التفاعلات – أي الأنشطة- الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة الناتجة عن وصول زوار إلى إقليم أو دولة بعيدا عن موطنهم الأصلي، والتي توفر الخدمات التي يحتاجون إليها وتشبع حاجياتهم المختلفة طوال فترة إقامتهم"[2].

وينصرف معطى البعد السياحي وفق الأكاديمية الدولية للسياحة؛ إلى "كونه تعبير يطلق على رحلات الترفيه...وسد حاجيات السائح"[3]. وهي إذ بذلك تعني "زيارة المواقع الطبيعية من أجل الاستمتاع بالطبيعة وما يصاحبها من معالم ثقافية بروح المسؤولية البيئية التي تضمن المحافظة على المواقع الطبيعية وعدم المساس بها... وتوفر فرصا للمشاركة الاقتصادية والاجتماعية للسكان المحليين"[4].

3. أهمية قطاع السياحة:

يعتلي قطاع السياحة دورا مهما في دفع عجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية في أي دولة مهما بلغت قدراتها ومؤهلاتها الاقتصادية، ذلك لأن هذا القطاع أضحى مصدرا لجلب العملة الصعبة ومصدرا لإنعاش المداخيل الوطنية، كما أنه أضحى مصدرا لخلق مناصب عمل جديدة بإمكانها امتصاص نسبة مهمة من عدد البطالين. ولكن كيف ينظر المختصون في علم الاقتصاد وعلم الاجتماع ممن أجريت معهم المقابلة إلى مكامن أهمية قطاع السياحة في دفع عجلة التنمية على المستوى الاجتماعي وعلى المستوى الاقتصادي؟.

من خلال تحليلنا لخطابات مفردات البحث، فإن التوجهات أخذت عددا من التباينات بحسب اختصاص كل وحدة، ولذلكم يمكن رصد هذه التوجهات في النقاط التالية:

أ- على المستوى الاجتماعي:

- توليد نشاط اجتماعي بما يسمح بتوفير مناصب شغل قارة ومؤقتة؛
- تنشيط الصناعات التقليدية والحرف والعمل العائلي وجعله حقلا هاما للاستثمار برؤوس أموال بسيطة؛
- تعزيز دور الحركات الجمعوية في العمل الجواري ومشاركتها في مقترحات المخططات التنموية؛
- توجيه شطر هام من البرامج التنموية إلى المجتمعات التاريخية وذات الطابع التراثي والثقافي؛

---

[1] خديجة زياني وحنان حراث، التنمية السياحية الصحراوية في الجزائر: قراءة في تجارب عربية ناجحة، مجلة الاقتصاد والمالية، المجلد 04، العدد 02، 2018. ص 57. https://www.asjp.cerist.dz/en/article/61617

[2] عيساوي سهام، حوحو فطوم، واقع العرض والطلب السياحي في كل من الجزائر وتونس "دراسة مقارنة "، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE. المجلد 01، العدد 02، 2017. ص 82. https://www.asjp.cerist.dz/en/article/24794

[3] فريد بختي ورضا بهياني، السياحة الصحراوية كأسلوب لترقية السياحة الداخلية في الجزائر، دراسة حالة ولاية تمنراست، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 05، العدد 01، 2020. ص 159.https://www.asjp.cerist.dz/en/article/116359

[4] شارف نور الدين، السياحة البيئية في المجالات المحمية ودورها في تنمية السياحة المستدامة، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 13، العدد 01، 2019. ص 164. https://www.asjp.cerist.dz/en/article/92322

- قدرة هذا القطاع على المساهمة في تنمية البلاد مثله مثل باقي القطاعات الأخرى؛
- تغذية المواطنين بفكر حسن التعامل مع الغير ومع الزوار والسيّاح عبر مرور الزمن؛
- تعتبر السياحة قطاعا استراتيجيا بالنسبة لأي دولة لتحقيق الفعل التنموي؛
- إشراك الأفراد في العمل السياحي كل حسب إمكاناته، وخاصة الشرائح الهشة ذات الدخل الضعيف؛
- تكريس درجة الوعي لدى فاعلي القطاع السياحي الرسمي بمؤسساته و"غير الرسمي" الذي تحركه قوى اجتماعية وثقافية محلية؛
- يلعب قطاع السياحة دورا مهما في دفع عجلة التنمية الاجتماعية من خلال تنمية الموارد البشرية؛
- التخفيف من حدة البطالة؛
- توفير مناصب شغل وتحقيق الرفاهية بالمجتمع؛
- توفير متطلبات الحياة الضرورية وتحسينها؛
- يعمل هذا القطاع على تعزيز الانتماء للوطن وتماسك المجتمع بوصفه مصدرا من مصادر التحول الطبقي؛
- تنمية ثقافة المواطن من خلال احتكاكه بثقافات الشعوب الأخرى؛
- تحقق السياحة مبدأ احترام الآخر؛
- تعمل السياحة على تنمية وشائج الروابط والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد المحليين والزوار من الشعوب الأخرى.

ب– على المستوى الاقتصادي:

- خلق فرص عمل مما يمنح الأفراد مرتبة وحماية اجتماعية؛
- امتصاص البطالة والحد من الفقر والفقر المدقع؛
- يعتبر قطاع السياحة محركا للقطاعات الاقتصادية الأخرى كالنقل والفنادق والصناعة الغذائية؛
- يشكل قطاع السياحة مصدرا مهما لجلب العملة الصعبة؛
- تشجيع مساهمة الأفراد والجماعات والخواص للاستثمار في المناطق السياحية وفتح باب المنافسة، مما ينتج عنه تحسن الأداء السياحي على أغلب المستويات –المرافق السياحية، الإطعام، خدمة الفنادق، تنظيم الرحلات الداخلية؛
- جذب الاستثمارات العمومية والأجنبية مما يخلق تكاملا أفقيا بينها (فنادق، منتجعات، بنوك، هياكل صحية، مراكز تجارية، ...الخ)؛ وتنويع آفاق الاستثمار السياحي.
- يعمل قطاع السياحة على توجيه شطر هام من البرامج التنموية إلى البنى التحتية والفوقية وإعادة هيكلة البعض منها؛
- توفير الوظائف وتشجيع الحرفيين والصناع على الإبداع في منتجاتهم؛
- تمكين المواطن من ممارسة نشاط تجاري يجني من خلاله أرباحا لزيادة دخله اليومي وتحسين قدرته الشرائية؛

4. الثقافة السياحية:

إذا كان لا بد من حلٍ لمعادلة تجمع في طرفيها كلاّ من معطى الثقافة السياحية كطرف أول ومعطى السياحة الثقافية كطرف ثاني، فلا بد من التأكيد على أن الطرف الثاني للمعادلة – السياحة الثقافية– إنما ينبني على شيء اسمه الثقافة السياحية. وبمعنى آخر؛ فإن السائح الذي يحل ويرتحل من أجل سياحة ثقافية فإنه بحاجة حين استقباله إلى إطار متكامل متشبع بثقافة سياحية

يجعله مقتنعا بأن البلد والمجتمع الذي حل به مشبع بثقافة ووعي سياحيين. وعليه؛ فإن طموح بلوغ صناعة سياحية؛ يستدعي في أحد مطالبه تأهيل المورد البشري أولا وتحضيره مسبقا قبل تبني هذا المشروع. أي أن الدولة لا بد من أن تسجل حضورها في بناء الأفراد إعدادهم وضبطهم على عقارب ثقافة حضارية تستجمع في طياتها رؤية يحذوها الالتزام بأخلاقيات السياحة لبلوغ هذا الطموح.

أجل؛ إن المدى الذي تكتسيه الثقافة السياحية لدى العاكفين على الحقل السياحي – دولة وهيئات ومؤسسات وأفرادا وجماعات – يتعدى موضوعه ترسيخ فكرة السياحة في الأذهان كمشروع يصنع فرصا لكسب المال، إلى مشروع تربوي وثقافي بعيد الأمد يرام من خلاله خلق موارد لصانعة المال والاقتصاد. وبمعنى آخر؛ هل يمكن الحديث عن الاستثمار في السياحة قبل الحديث عن إرساء قاعدة وعي سياحي في ذهنية المواطن؟

تجيبنا مفردات البحث –كما تشير (الحالة 02)– وعلى شاكلتها الحالات[1] التي تصب خطاباتها في نفس سياق التساؤل السالف الذكر، على أن لا بديل عن ضرورة "خلق فضاءات سياحية خاصة، لأن الاستثمار في السياحة يعد أحد أهم ركائز النهوض بالقطاع الاقتصادي، أما الوعي السياحي فيمكن أن يحدث جراء وضع قوانين رادعة". إلاّ أن "الوعي السياحي سابق عن الاستثمار السياحي، فالأول عامل رئيسي في وجود الثاني"[2]. وعليه؛ "يجب تغيير الذهنيات قبل الحديث عن وعي سياحي"[3] ويسير وفق هذا المقتضى عديد الحالات[4]. فلا يمكن الحديث عن الاستثمار في السياحة قبل الحديث عن إرساء قاعدة وعي سياحي بذهنية المواطن، بحيث تقتضي الضرورة غرس هذا الوعي كخطوة استباقية قبل البدء في أي مشروع سياحي أو مهما كان نوع هذا المشروع. وفي ذؤابة استقرائنا لخطابات المبحوثين؛ فلطالما ترددت كلمة قوانين "رادعة". أولا يوحي ذلك إلى أننا لم نرق بعد كمجتمع جزائري إلى صنف المجتمع الذي يخضع للقانون بشكل سلس دونما ردع؟.

فعلا؛ تظهر الثقافة السياحية كمتغير يفرض نفسه بإلحاح في خضم التنمية الاقتصادية والاجتماعية لتحسين الصورة الحضارية لأي بلد أو مجتمع. فإذا ما تساءلنا عن مدى أهمية وعي الفرد والجماعة بأهمية قطاع السياحة؟ فإن الضرورة تستدعي التأكيد على"وعي الفرد والجماعة بأهمية هذا القطاع، لأن ذلك سيحسن من صورة السياحية في البلد والمجتمع، وإنه لكفيل على بناء ثقافة سياحية عبر الأجيال"[5]. ولا شك أن "أهم عامل مؤثر في السائح هو أمنه من جميع أشكال العنف المعنوي، اللفظي والمادي، كما تعود مسألة الشعور بالأمن إلى درجة الوعي السياحي الذي يتمتع به المجتمع المضيف"[6]، لذلك فإن الفرد والجماعة مدعوون للاقتناع بأن لقطاع السياحة دور وظيفي بارز في فتح آفاق التنمية على مختلف المستويات، كما أنهم مدعوون لإدراك شيء مهم ألا وهو؛ أن وعي الفرد والجماعة لا بد من أن ينطلق من مسلمة مفادها؛ "أن حالتهم الاجتماعية والاقتصادية مرتبطة بمدى

[1] الحالة (03، 09، 11، 15، 16، 19، 20).
[2] الحالة (02).
[3] الحالة (01).
[4] الحالة (02، 05، 07، 09، 11، 14، 17).
[5] الحالة (04).
[6] الحالة (09).

تطور القطاع السياحي في البلد، بحيث يجب استغلال الفرص المتاحة في القطاع السياحي لتحسين أوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية"[1]. أما إذا شئنا أن نقيس درجة الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري، فإن هذه "الثقافة موجودة لكن ليس بالصّورة التي ستصل بطموحاتها إلى بلوغ العراقة في هذا المجال"[2]، بل إن "معظم المواطنين الجزائريين من يرون أنه لا شأن لهم بهذا المجال، فهو حكر على الطبقة الغنيّة وفقط"[3]، وإن مثل هذه التصورات لتنم فعلا عن خلفيات ثقافية وأخرى اجتماعية واقتصادية، ولكنها لا تنفك أن تكون أحد المؤشرات التي تحيلنا إلى قراءة مفادها؛ أن درجة نقص الثقافة السياحية لدى المواطن الجزائري إنما مردها إلى عدم فهم أهمية هذا القطاع وحصره فقط في الفندقة والشواطئ؛ في زمن صار فيه كلّ شيء يُدفع له مبلغ مالي، بما في ذلك التدافع الرهيب للأشخاص إلى اكتساح واستعمار الأماكن المخصصة لركن السيارات واستعمال العنف ضد الأشخاص أحيانا كالضرب بالعصي أو الاعتداء بالأسلحة البيضاء في كثير من الحالات التي رأينها رأي العين أو سمعنا عنها دونما سلطة تردع هكذا تصرفات. لذلك فلا أعتقد "بأن الجزائريين لا يتمتعون بثقافة سياحية بحجم أهمية هذا القطاع"[4].

إن مثل هذا الكلام لن يخرج عن نطاق ما تكلم حوله المختصون حول موضوع الثقافة السياحية. فمنهم من يتجه إلى ضرورات "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"[5]. كما أن امتلاك الفرد لقدر كاف من المعلومات حول تراثه يجعل منه عضوا مساهما في الحفاظ على هذا التراث من جهة؛ بل ويمكن أن يستغله لجعله رأسمال تتوارثه الأجيال اللاحقة من جهة أخرى. ولا مناص حينئذ من القول أن مطلب امتلاك الفرد لثقافة سياحية؛ سيعمل عبر مسار تاريخ الأجيال إلى إحلال نوع جديد من قيم التعامل مع أفراد بيئته الاجتماعية ومع الوافدين من السواح على السواء. ولكن السؤال الذي يفرض نفسه بإلحاح هو: كيف يمكن للفرد الجزائري أن يكون عضوا فاعلا في الحفاظ على تراثه السياحي؟ "كلّ حسب إمكانياته وقدراته، حتّى وان لم يكن هذا الفرد منتميا إلى القطاع، فعلى الأقل يحاول قدر المستطاع أن يتحلّى بأخلاق حسنة (حسن المعاملة، تنظيف محيطه)، لأنّ السائح لما يحلّ ضيفا على بلد من البلدان من دون شك سيحتكّ بأفراده، فالتاجر والصانع والحرفي كلهم قد يلعبون دور المضيف"[6].

أما إذا شئنا أن نتكلم عن الثقافة السياحية كجزء لا يتجزأ عن الوعي السياحي، فإنها لا تنفك أن تكون تعبيرا وصورة طبق الأصل عن طبيعة البيئة السياسية والاجتماعية والثقافية السائدة في البلد. ومن المؤكد أنه من خلال الوعي يدرك الواقع ومن ثم يمكن البحث عن حلول جديدة لواقع مختلف. كما أن "قانون الطلب السياحي يحدده المواطن الذي يمثل السائح في حد ذاته، وبالتالي

---

[1] (الحالة 12).

[2] (الحالة 08).

[3] (الحالة 06).

[4] (الحالة 12).

[5] قاسم سعاد، الثقافة السياحية ودورها في تفعيل الاستيراتيجية السياحية، مجلة آفاق للعلوم، المجلد 01، العدد 02، 2016. ص 397.
https://www.asjp.cerist.dz/en/article/12860

[6] (الحالة 01)

فإن ثقافته هي التي تعبر بامتياز عن مدى وعيه"[1]، بل ويمكن للمجتمع المضيف أن يعكس صورة ثقافية وحضارية راسخة في ذهنية السياح، ومع مرور الوقت تصبح الوجهة تحذو حذو العلامة التجارية المسجلة، لها ما لها وعليها ما عليها. ولكن من وجهة نظر أخرى لا يمكن أن تمثل الثقافة السياحية لدى المواطن صورة عن الهوية الثقافية السائدة في المجتمع، لأن هنالك نسبية في هكذا اتجاه، إذ لا يمكن اختصار الهوية الثقافية للمجتمع في حجم ثقافته حول السياحة، فإن هذه الأخيرة مكتسبة وتنشأ عن طريق التنشئة الاجتماعية.

إن طريقة تعامل البلد المضيف مع السائح، وتعامل الفرد والمجتمع معه في إطار جملة من أدبيات وأخلاقيات التعامل، إنما هي عملة نادرة لإذكاء مشروع التنمية السياحية. إذ تقتضي العملية التنموية في الشأن السياحي بأن يتمتع الأفراد كل من موقعه – الوزارة، السلطات المحلية، وكالات الأسفار والسياحية، المؤسسات السياحية، الفندقة، المستثمرون في قطاع السياحة، الحركات الجمعوية...ألخ– بوعي سياحي لإعطاء صورة حسنة للواجهة السياحية للبلاد. ولكن ما درجة الوعي السياحي التي يمتلكها الفرد الجزائري؟. إنه "سؤال يؤرق كل من له انتماء خالص لهذا الوطن، نظرا لكون المجتمع الجزائري سائر نحو حالة من الانحلال للأسف، فالموضوع تجاوز البحث في الوعي السياحي"[2]، فهناك حاجة إلى وعي أكثر إذا ما تم مقارنة المواطن الجزائري بمواطني "دول الجوار والدليل على ذلك حالة الشواطئ الجزائرية المليئة بالأوساخ بعد مغادرة المصطافين"[3]. فيما ترى طائفة أخرى على أنّ مسألة الوعي السياحي موجودة ولكن بدرجة لا ينبغي التعويل عليها لاستشراف قطاع السياحة كبديل اقتصادي، فالفئة الغالبة لا تنفرد بوعي سياحي في المستوى المطلوب. في المقابل؛ هناك فئة يمكن حصرها في أولئك الذين يمتازون بوعي سياحي رفيع المستوى[4]. إذا؛ تستدرجنا هذه الخطابات للإقرار بضرورة ضخ قيم الثقافة السياحية عبر مؤسسات التنشئة في الذهنيّات حرصا على إشباع المنظومة الاجتماعية وضبط المجتمع على عقارب قيم تربوية معبأة بأخلاقيات التعامل مع الغير يذكي فيه حس قبول الآخر، ليس فقط كنمط مرحلي لقضاء حاجات ظرفية، وإنما كنموذج يظهر فيه ذلك المواطن في قالب نموذج حضاري. ولكن؛ كيف يمكن خلق نموذج مواطن متشبع بوعي كاف حول منظومة السياحة؟

إنّ عملية غرس ثقافة سياحيّة تتطلّب وقتا طويلا عبر تنشئة مستدامة، فهي الخطوة الأولى التي ينبغي تبنيها بغية التأسيس لثقافة سياحة إنْ على المستوى الفردي أو الجماعي، وإنّ ذلك ليتطلب من مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية بث الروح السياحية في الأفراد لتنمية الوعي السياحي لديهم، إذ على الأسرة أن تعوّد الطفل منذ صغره على قيم السياحة، كما يجب أن تعمل النظم التربوية على تعزيز ذلك مع تعاقب الأجيال حتى تترسخ الأفكار الجديدة. كما أن "الإعلام الموضوعي والتوعية والتحسيس الدائمين كلها قنوات مهمة لإقناع الكل ويجعلهم يدركون أن القطاع السياحي ملك للجميع، وسيحملهم ذلك احترام الخصوصية الثقافية للدولة وهوية المجتمع.

[1] (الحالة 04).
[2] (الحالة 18).
[3] (الحالة 10).
[4] (الحالة 02، 05، 09، 10، 12، 13، 17).

5. مقومات السياحة:

بقدر ما تتوافر العوامل المؤثرة والجاذبة لصناعة السياحة في منطقة أو بلد ما، بقدر ما تكون هذه المنطقة أو البلد وجهة محببة للسائحين. ولا شك أن عوامل الجذب السياحي إنما تنبني على مقومات عدة. ولكن يشاء المختصون في عالم السياحة أن يختزلوا معظمها في مقومين أساسيين وهما: المقومات الطبيعية والمقومات البشرية. إلاّ أننا نزيد على ذلك مقوما أساسيا يمكن أن نختزله في ركن "الثقافة السياحية" باعتبارها ركنا مهما يحفظ استثمار وديمومة المقومين السّالفي الذكر. وإلاّ كيف سنضمن حماية الحياة الطبيعية ونضمن صون المعالم الأثرية وتوريث هذه المقومات للأجيال اللاحقة؟. إجابة على هذا السؤال فإن أهم المقومات السياحية المرتكزة على البعد البشري تستوجب ثقافة سياحية. وها نحن ذا ننبش في قضية أخرى متلازمة في مقارباتها فيما تم طرحه كسؤال يستعرض إجابة عن السؤالين السابقين في آن واحد. وعليه؛ فإن أهم المقومات السياحية المنبثقة عن العامل البشري تتخذ أبعادا ثلاثة؛ نستعرضها فيما يلي[1]:

5-1 البعد المعرفي:

تعتمد الثقافة السياحية على الجانب المعرفي لأن المعلومات والمفاهيم هي أساس المعرفة والبحث، ويحتوي هذا الجانب على التعريف بالسياحة ومفهومها وأهميتها بالنسبة للاقتصاد الوطني وعوامل الجذب السياحي، وأهمية السياحة الداخلية، وصناعة السياحة والتخطيط السياحي ومستقبل السياحة في البلد.

5-2 البعد المهاراتي:

المهارة هي الأداء الذي تعلمه الفرد، ويقوم به بسهولة وفهم، ويؤدى بصورة عقلية أو بدنية، ويركز الجانب المهاري للفرد على هذا الأداء من خلال الثقافة السياحية التي يجب أن تكون لدى الفرد، وقدرته على إعداد وتخطيط برنامج سياحي متكامل، وقدرته على التعامل مع السائحين، بالإضافة إلى قدرته على قراءة الخريطة السياحية وحسن استخدامها.

5-3. البعد الوجداني:

وهو اكتساب الأفراد سلوكيات ايجابية ومرغوب فيها نحو السياحة والسائحين حتى يكونوا مساهمين فاعلين في التنمية السياحية، ويكونون قادرين على صناعة الفرص السياحية وإيجاد حلول لمشكلاتها.

ولو أننا أخذنا بلدا مثل الجزائر وما يحتضنه من مقومات طبيعية تعجّل من ضرورات إحياء مشروع الصناعة السياحية، كان لابد من الإشارة إلى خزان الإرث الثقافي المادي وغير المادي الذي تكتنزه ليشكل أحد المقومات المهمة لتبني هذا المشروع بهذا البلد. ذلك أن بصمة الحضارة النوميدية والحضارة الفينيقية والحضارة الرومانية والحضارة الإسلامية جعل الجزائر تمتلك إرثا ثقافيا خصبا على الرغم مما ورثته بعد الاستقلال عن براثن الاستعمار الفرنسي المتهور من حال سياحى متدهور، إلاّ أن ذلك لم يمنع من أن تكون الجزائر قبلة تاريخية بامتياز، يضاف إلى ذلك موقعها الجغرافي الاستراتيجي الذي جعلها تتميز بخصائص طبيعية تؤهلها لأن تكون منارة سياحية وقطبا سياحيا دوليا يتصدر مجال الصناعة السياحية.

[1] نقلا عن، قاسم سعاد، سبق ذكره، ص 397.

إن تربع الجزائر على شريط ساحلي يصل حسب بعض التقديرات المتضاربة إلى 1644 كم[1] أو إلى 1200كلم[2 2]، فإنه يوجد على طول هذا الشريط ما يربو عن 552 شاطئ، منها 364 شاطئا محروسا، أما الشواطئ غير المحروسة فيبلغ عددها 188 شاطئا. ويضاف إلى طول الشريط الساحلي للجزائر؛ تنوع مناخها على امتداد مساحتها من ساحل البحر الأبيض المتوسط شمالا إلى تخوم الصحراء جنوبا[3]، وتزخر هذه المساحة على مناظر ملهمة مثل الهضاب الصخرية والسهول الحجرية وغابات النخيل والكثبان الرملية التي نجدها بكل من جانيت، تمنراست، غرداية بسكرة وغيرها، مع تنوع في تضاريسها من تلال ومنابع مائية وحيوانات وأشكال صنوان وغير صنوان من الطيور. إذا؛ هي كلها مقومات تقدم لنا إطلالات لجذب هواة السياحة الترفيهية، بل إنها نافذة مطلة على مشروع تنموي يتبنى في طياته السياحة الترفيهية موردا حقيقيا للإقلاع الاقتصادي الوطني قصد تحصيل الثروة.

تتعدد المواقع التي ينبغي أن يُتعامل من خلالها مع السائح في خضم ثقافة سياحية، وإن سلم الأولويات يقتضي من أن يكون للفاعلين والمتعاملين مع القطاع السياحي وعيا سياحيا، فليس أيا كان يمكن له أن يتصدر مجال السياحة. أجل؛ إن توفر شرط الكيفية التي يتم بها استقطاب السائح والمهارة في أداء الخدمات وإشباع احتياجاته وضمان أمنه وسلامته؛ ينبغي أن يكون ضمن أولى هذه المواقع. وعليه؛ فإن السائح يود لو أن يكون دائما محل اهتمام وأن يحظى بالإرضاء والسهر على أمنه وراحته منذ أن تطأ قدماه البلد أو المنطقة التي يزورها. فإلى أي مدى يمكن قياس درجة الوعي السياحي لدى الفاعلين (الفاعلون على مستوى الوزارة، مدراء المرافق السياحية، وكالات الأسفار السياحية، المؤسسات الفندقية، المستثمرون في قطاع السياحة) حول قطاع السياحة؟ أما درجة الوعي لدى هؤلاء فإنها "موجودة بشكل متباين من فاعل لآخر، لكن العراقيل هي من تكبح دوران عجلة التنمية السياحية إلى الأمام، فبالنّسبة لتقييم درجة الوعي لدى هؤلاء الفاعلين فيما عدا الوزارة التي نملك عنها معلومات، فإن باقي المؤسّسات؛ فإنها تتمتّع بدرجة وعي مصلحي يصب في قالب الربح، والسّبب في ذلك مردّه إلى التفكير في الجانب المادّي قبل أي معطى آخر". أي أن هذا النوع من الوعي هو "وعي سطحي مناسباتي خال من النظرة البعيدة للسياحة"[4]. بل إن درجة الوعي لدى البعض الآخر تكاد تكون شبه منعدمة؛ لعدم وجود اهتمام أصلا، ناهيك عن اللاّمبالاة بالقطاع، والدليل على ذلك؛ عدد الحكومات والوزارات المتعاقبة على هذا القطاع؛ فماذا قدّمت لنا كحصيلة إيجابية؟"[5]. وعلى الرغم من تداول الحكومات، الوزارات واستصدارها لحزمة القوانين ورسمها للمخططات، ...الخ) إلاّ أن الدولة لا تزال اليوم تسير على خطى أسلافها بإيلاء المهمة إلى

[1] (ويكيديا الموسوعة الحرة، (2017) جغرافيا الجزائر، تاريخ التصفح (2020/11/25)
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AC%D8%BA%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A7_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1

[2] وفاء زكي ابراهيم، سبق ذكره، ص 108.

[3] نقلا عن، زيد منير سلمان، السياحة في الوطن العربي، دراسة لأهم المواقع السياحية والإرشاد والأدلة السياحية العربية، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن،عمان، ط1، 2008، ص 249.

[4] (الحالة 17).

[5] (الحالة 03).

الشركات السياحية العالمية الكبرى، فيما ينبغي بذل المزيد من الجهود وتوظيف "الرجل المناسب في المكان المناسب، ومنح فرص للشركاء الاجتماعيين المحليين والالتفات إلى الشباب الذي له تكوين متخصص في هذا المجال، على الأقل على المستوى المحلي"[1].

إن حرص وكالات الأسفار وشركات الاستثمار السياحى والفاعلين بالقطاع السياحي إن على المستوى الرسمي أو غير الرسمي، يدعوهم إلى امتلاك حس سياحي. ونقصد بذلك أن تكون لهم الدافعية في كيفية الترويج للسياحة عبر مختلف الوسائط الاتصالية المتاحة. فالإعلانات والإشهارات والنشرات، كلها أوعية مهمة بإمكانها أن تضع السائح والمواطن داخل البلد أمام صورة واضحة لما هو موجود فعلا من إمكانيات سياحية بهذا البلد مثل "القرى السياحية الترفيهية، قرى سياحية علاجية، قرى سياحية رياضية، قرى سياحية تاريخية، قرى سياحية حرفية، قرى الصيد...قرى الأسواق الحرة"[2]. كما أن توزيع الخرائط المفصلة عن المواقع وعن خطوط النقل على السواح مجانا؛ يدخل ضمن استراتيجية تشجيع قطاع السياحة وتشجيع السواح.

ويستطيل الحديث عن مقومات السياحة من زاوية تضاف إلى المقومات الثقافية للفرد والجماعة إلى زوايا أخرى تتعلق بمقومات طبيعية وأخرى متعلقة بمناخ الجذب السياحي. ومن المقومات الطبيعية؛ نرصد ما يلي:

أ- الموقع الجغرافي:

إذ يعد هذا الأخير عاملاً مهما في نشاط حركة السياحة، ذلك لأن الدول التي تمتلك ثقافة سياحة تسترعي دائما مسألة مزاولة الأنشطة السياحية تبعا لعمق خصائصها لاستغلالها في عملية الجذب السياحي.

ب- التنوع المناخي:

وهو يشكل مقوما مهما لإقامة نشاط سياحي، فكثيرا من السياح تستهويهم التنوعات المناخية للبلد الذي يقدمون على زيارته، كالتمتع بأشعة الشمس على شواطئ البحار وحتى البراري، أو الاستمتاع بنسيم الجبال.

ج- المقومات الجيومورفولوجية:

ونقصد بذلك البنية الجيولوجية للمنطقة أو البلد. ذلك لأن التضاريس كالتلال والجبال والأنهار وما يندرج ضمن التنوعات الجيولوجية عادة ما تستهوي محبي الاستكشاف من السياح.

د- المقومات التاريخية:

ويدخل في هذا الإطار المعالم الأثرية والشواهد التاريخية وكل ما خلفته الحضارات الغابرة من الشواهد المطنبة في عمق ماضي الإنسان، إنها تجسد ذاكرة الإنسان في إثنياته وجذوره، وكثيرا ما تستقطب هذه الشواهد فرقا من الباحثين والمنقبين والمستكشفين وعلماء الآثار.

هـ- المقومات الثقافية:

كثيرا ما يقصد السياح بلدا ما للتعرف على تنوعات الفولكلور والأعراف والعادات والطقوس السائدة بين الفئات والأطياف الاجتماعية لهذا البلد. كما أنهم عادة ما يقومون بمشاركتهم نماذج من حياتهم اليومية أو المناسباتية. ولا يقتصر الأمر في بعده

[1] (الحالة 19).

[2] وفاء زكي ابراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، دراسة تقويمية للقرى السياحية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006، ص 108.

الثقافي على الفولكلور والأعراف والعادات والطقوس فحسب؛ وإنما يتعدى نطاقه إلى حب الاطلاع على ما تزخر به المتاحف من آثار ومخلفات تاريخية.

6. معوقات السياحة في الجزائر:

عادة ما نرى رأي العين أو من خلال ما تطلعنا عليه وسائل الإعلام من أنباء ومشاهد حية عن واقع السياحة بالجزائر ببعض المناطق السياحية بالجزائر، إذ أن هناك فعلا غيابا كبيرا للحس السياحي؛ وهو ما تعبر عنه المشاهد التي تتنافى والخطاب الرسمي التي وضعت حوله هالة عن مدى الاهتمام الذي توليه الدولة لهذا القطاع. أجل؛ إنه واقع مفعم بالتناقضات والمزايدات أحيانا مقارنة بالخطاب المبطن والأغلفة المالية التي ترصد على المنشآت والمواقع الأثرية والقطاع السياحي دونما التماس نتائج مرضية على أرض الواقع. وتضعنا مثل هذه المشاهد أمام موقف نكون فيه مضطرين للمقارنة بين ما يروج له وبين ما هو واقع فعلا؛ لنطرح في الأخير أكثر من تساؤل عن الحالة المزرية التي تشهدها الكثير من المنشآت والمعالم الأثرية.

إذا؛ يستدعي الفعل السياحي بسط رؤية تأخذ بالحسبان رصد حزمة المعوقات التي تجابه النشاط السياحي في الجزائر بحثا عن بدائل أخرى بغية بلوغ طموح إنجاح المشروع السياحي. ولو أننا حاولنا جرد جملة هذه المعوقات، لكان حريا أن نتحدث في بداية الأمر عن الفقر الذي تعانيه الجزائر من حيث الربط بين شبكات النقل البرية والجوية والبحرية. أولا يعد الربط بين هذه الشبكات ركنا مهما ضمن أركان الثقافة السياحية؟ وعليه؛ فإن توفير النقل على مستوى كافة المحطات (المطارات، الموانئ، المحطات البرية بكل أنواعها) وربطها ببعضها، تهيئ سبل التنقل السلس للسائح أو الزائر، وإن ذلك سيشعره بالارتياح والاطمئنان. فلن يكون مضطرا لتكبد عناء البحث عن وسيلة نقل تقله من مكان نزوله سواء من المطار أو الميناء إلى المكان الذي يود أن يقصده. وإذا ما أخذنا نموج المغرب على سبيل الاستدلال مثلا، لألفيناه بلدا ومجتمعا متشبعا بثقافة سياحية، إذ بمجرد أن تطأ قدما المسافر أرض المطار إلاّ ووجد شبكات نقل برية متنوعة مثل خطوط السكك الحديدية المرتبطة بالمطار أو الحافلات أو سيارات الأجرة المسخرة لنقل المسافرين إلى وجهات مختلفة، لاسيما إذا كانت المسافة بين منطقة وأخرى تستغرق وقتا كبيرا كالمسافة بين الدار البيضاء ومراكش أو المسافة بين مراكش والرباط وهكذا. وينطبق الحال على البلدان التي تمتلك عراقة سياحية ووعيا سياحيا مع تسجيل كثير من المعوقات والثغرات على مستوى بناها التحتية.

أما إذا شئنا نضع أنفسنا أمام واقع شبكة النقل على مستوى كافة المحطات بالجزائر. فما التقييم الذي يمكن الخلوص إليه لاسيما ونحن نتحدث عن خدمة السياحة بهذا البلد؟ هو سؤال يحمل في ثناياه أكثر من مقصد. وكما يبدو؛ فإن الإجابات كانت متوقعة لأننا نعيش في البلد والمجتمع نفسه. فليس غريبا بأن توصف بأنها شبكة "بعيدة كل البعد عن المعايير المعتمدة دوليا" فيما يراه عدد غير يسير من المبحوثين[1]، فلا زالت بحاجة لانتعاش وتخطيط كبيرين نظرا لسوء التسيير الذي تتعرض له. إن مثل هذه الخطابات تكرس فعلا حدة أحد المشكلات المثارة حول موضوع معوقات السياحة ليس في الجزائر فحسب؛ وإنما على مستوى عدد من البلدان العربية، وهو ما شجع على انتشار ظاهرة الناقلين غير القانونيين "clandestins". وفي كل الأحوال؛ فإن الاستغلال الغير المبرر للسائح سواء من طرف أولئك الموصوفين بالناقلين الخواص أو من طرف سائقي سيارات الأجرة؛ لطالما شكل معضلة

[1] (الحالة 01، 02، 06، 08، 09، 10، 11، 13، 17، 18، 19، 20)

لدى السواح، ولطما عبر عن فراغ ثقافي رهيب. إنها مشكلة المغالاة في أسعار النقل. فالسائح من منظور سائق سيارة الأجرة والناقلين غير القانونيين على السواء؛ صيد ثمين لابد من اقتناصه، إنه مصدر دخل قد لا يتكرر في سائر باقي الأيام.

إذا كان ذلكم هو حال وواقع شبكة النقل بالجزائر. فما واقع الخدمات الفندقية بالبلد؟ إنها ظاهرة المغالاة في أسعار الفنادق التي يبدو سعر المبيت فيها رقما فلكيا بالنسبة لمحدودي الإمكانات المادية، ليس فقط من حيث المبيت؛ وإنما من حيث نوعية الإقامة، نوعية وسعر الإطعام، تنظيم الرحلات. هنا "الصورة واضحة أيضا، ولا تستدعي شرحا أكثر، فالغلاء قد أحاط بكل جانب، ما عدا بعض الرّحلات الدّاخلية التي ينشطها أصحاب الحافلات من حين لآخر، لتبقى تلك الفنادق الشامخة والشواطئ الجميلة لأصحابها فقط كما يقال. وأروي لك هذه الأقصوصة، وهي واقعية حدثت في إحدى فنادق مستغانم الجميلة وذات النجوم، فإحدى الأسر دفعت مبلغا من المال مقابل المبيت لليلة، ولما حل الليل باتوا بالطوى[1] ظنا منهم بأن المبلغ المدفوع شامل للإقامة والإطعام، لكن حدث ما لم يكن مُنتظرا"[2]. إذا؛ هي "أسعار خيالية جدا. سعر باهض جدا مقارنة بدول الجوار. فقضاء مدة يوم واحد في الجزائر تعادل إقامة يومين أو ثلاثة في تونس، ناهيك عن سعر الوجبات"[3]. كما أن "الخدمات السياحية في الجزائر لا تتوافق مع إمكانيات السواد الأعظم من الجزائريين من حيث الأسعار، أما من حيث المرافق والخدمات فهناك نقائص كثيرة يجب تداركها"[4]. فيما تتجه إحدى المفردات إلى "عدم إمكانية اعتماد الجودة كمعيار رئيسي لتقييم السياحة في الجزائر، خاصة وأن ذلك سيكون على حساب الأسعار. لكن وحسب نظري؛ فإن توفير خدمات سياحية في جو تقليدي وبسيط، يمكن له أن يقفز بالسياحة إلى أبعد الحدود. إضافة إلى الاعتماد على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومنح عقود الامتياز التجاري"[5].

إذا؛ تشكل الخدمات المتنوعة من إقامة وإطعام وتنظيم الرحلات موردا مهما لجذب السواح، فلو أحس السائح بالرضا عن الخدمات المقدمة، فسيكون سفير صدق للدعاية ليُسوق صورة حسنة عن البلد الذي حظي فيه بحفاوة الاستقبال وقمة في تقديم الخدمات. ومنه يمكن أن تكون هذه الدعاية بمثابة رأسمال مضاف للبلد لاستقطاب وفودا أخرى من الزائرين والسياح.

إذا كان هذا هو حال نوعية الإقامة بالفنادق ونوعية وسعر الإطعام وتنشيط الرحلات. فما وضع وحالة الحمامات المعدنية بالجزائر؟ تشير إحدى الحالات إلى وجود مستويين من حيث التصنيف، أما "الصنف الأوّل فلا يزال يحافظ على مهامه وسمعته، وخير دليل ذلك الإقبال عليه للتداوي والتّطبيب، خاصّة في فصل الشتاء كحمّام ملوان بالبليدة وحمام ورقة بسعيدة وحمّام سيد العبدلي الواقع بتلمسان. أمّا الصنف الثاني فتحوّل إلى فضاء هامشي ومكان للأحراش ونموّ النباتات بطريقة عشوائيّة، كما أضحت هذه الحمامات في وضعية مزرية بحيث هناك رمي عشوائي للقاذورات والروائح الكريهة التي تنبعث منها"[6]. وهذه الوضعية الدونية

[1] أي ثني الثوب أو الورق أو غيرهما وضمه لبعضه.
[2] (الحالة 16).
[3] (الحالة 15).
[4] (الحالة 16).
[5] (الحالة 17).
[6] (الحالة 08).

للحمامات لا تدل إلاّ على شيئ واحد وهو؛ غياب رؤية فعلية ونية صادقة للاستثمار في مثل هذه الفضاءات، كما أن معظم هذه الفضاءات لم تتطور منذ الاستقلال.

ولنضرب مثلا على سبيل المثال – لا الحصر – أبسط نموذج عن واقع وحال الحمامات المعدنية بالجزائر، وليكن النموذج من بلدة "حمام بوحجر"، وهي إحدى الدوائر الواقعة بالغرب الجزائر والتي تنتمي إقليميا إلى ولاية عين تموشنت. فإذا وقفت على الحمام المعدني المسمى بـ: "سيدي عايد" أو حمام "الحامضة" أو "المركب السياحي المركزي"، لألفيت غرفها وكأنها بيوتا مهجورة، فهي لا ترقى إلى مقام المعلم السياحي ولا ترقى إلى طموح السائح الذي يروم الاستحمام والاستجمام. غير بعيد عن ذلك؛ فحيثما وليت وجهك إلاّ ورصدت اعتداء على البيئة وتلويث للمحيط ووجدت ركاما من القاذورات والأوساخ المرماة عشوائيا هنا وهناك دونما أية مراعاة لصورة الواجهة السياحية. وهنا نطرح سؤال آخر، على من تقع المسؤولية؟ أعلى الزائر الذي يأتي ليستجمم ثم يترك خلفه هذا الركام من الأوساخ؟ أم على الفاعلين الساهرين على تسيير هذه المركبّات؟ طبعا هي جدلية مؤكد أنه سيوجه فيها كل طرف أصابع الاتهام نحو الآخر. وبالتالي فهي معادلة يتقاسم طرفيها كل من السائح والفاعلين مسؤولية ما آل إليه الوضع بهذا المعلم السياحي، قس على ذلك بعض الوجهات السياحية من ربوع الوطن.

وفي إطار تحليلنا لخطاب وحدات العينة حول جملة المعوقات التي تواجه قطاع السياحة بالجزائر، فإن السواد الأعظم[1] يكاد يتفق حول النقاط التالية:

- إشكالية التمويل خاصة وأن العرض السياحي يحتاج إلى رأس مال ضخم؛
- غياب الأمن؛
- البيروقراطية، والفساد الإداري،
- معضلة العقار السياحي،
- نقص تموين المشاريع المنتمية لهذا القطاع،
- غلاء المعيشة،
- غياب البنى التحتية الطرق وشبكة المواصلات من المحطات الجوية والبحرية نحو الأماكن السياحية؛
- الإهمال وعدم المتابعة من طرف المسؤولين من أعلى الهرم إلى أسفله؛
- غياب ثقافة سياحية راقية لدى السائح الجزائري؛
- معوقات مادية ونفسية؛
- مواقع بدون صيانة وغير مثمنة؛
- غياب التنسيق بين الفاعلين في المجال السياحي؛
- ضعف نوعية الخدمات السياحية كالنظافة مثلا؛
- خدمات مرتفعة السعر بنوعية ضعيفة؛

[1] تم بلورة محتوى خطاب العشرين (20) حالة في النقاط السالفة الذكر.

- خدمات فندقية دون المستوى من حيث طاقات الاستقبال؛
- الإغفال عن أهمية تكوين العاملين في المجال؛
- الأسعار المرتفعة للخدمات الفندقية وخير دليل على ذلك مجمع زينة بيتش في مستغانم أو فندق AZ؛
- ضعف أداء وكالات الأسفار؛

إن هذا الكلام يدفعنا للتأكيد على أهمية الثقافة السياحية التي ينبغي أن يتشبع بها كل من الفاعلين والسائحين، وأن يكونوا على درجة من الوعي للحفاظ على مكونات السياحة المنتجة للسياحة، أي الحفاظ على الموارد الطبيعية والبيئية والحفاظ على المعالم الأثرية بوصفها موردا ثقافيا ذا بعد حضاري بإمكانه أن يدر على الدولة وعلى الأفراد مداخيل جمة في حالة ما إذا استغل أحسن استغلال.

ومن المشكلات التي تنم فعلا عن غياب وعي ثقافي لدى شريحة واسعة من المجتمع الجزائري لاسيما تلك الأزمة الأخلاقية التي يتميز بها كثير من الأفراد والمتعلقة بالتلفظ بألفاظ نابية والجارحة المثيرة للسخط والاشمئزاز. ولا تتوقف أزمة إثارة اشمئزاز السائح عند سماعه للألفاظ الساقطة والنابية، وإنما يتعدى اشمئزازه من التعدي على خصوصياته، ونعني بذلك أن كثيرا من الزوار للمناطق السياحية عادة ما يصادفون أشخاصا يوغلون ويمعنون النظر إليهم خاصة إذا كانوا بمعية أهليهم وذويهم. أما توجهات عينة البحث فلا تكاد تنصرف عن هذا الاتجاه من خلال ما تم رصده من تمثلات عن رأيهم في سلوك المواطن الجزائري والآداب العامة في الأماكن السياحية والأماكن العمومية؟. من خلال هذا التساؤل تبدو "الصّورة واضحة وخير معبّر عن هذا الواقع، فإننا نعاني فقرا أخلاقيا، فكما أن الواقع يبعث على الاشمئزاز في كثير من الفضاءات السياحية من آثار وحمامات وشواطئ وحدائق جراء ما تعانيه من إهمال وممّا اقترفته أيادي البشر، فإن الحال نفسه نجده عند كثير من المواطنين في سلوكياتهم اليوميّة"[1]، ومعنى هذا الكلام أن "هناك تفاوت، في الآداب بين المواطنين سواء بوصفهم مواطنين قاطنين بالمنطقة أو بوصفهم سياحا أو بوصفهم تجارا وحرفيين، لكن فيما عشته شخصيا؛ أن السواد الأعظم من المواطنين هم بحاجة إلى توعية أكثر وبحاجة إلى ثقافة سياحية، بل وبحاجة إلى تعلم أدب احترام الآخر، إنه غير متعود على وجود الأجانب "[2]، وما فتئنا أن "نتجاوز مشكلة الآداب العامة مطلع الألفية، حتى أصبح مجتمعنا يعاني اليوم من معضلة أخلاقية غير مسبوقة. والقادم أشد وأقسى"[3]. أما سلوك المواطن الجزائري في الأماكن العمومية فإن ثقافته تدل ذلك. إن هذا المنطلق من الخطابات يبرر فعلا طرح قضية الفقر الاجتماعي لثقافة سياحية، فلم يسعفنا الحظ بعد لقبول إطار السياحة كمنظومة ثقافية تستوجب منا التفاعل مع مفهوم السائح والسياحة بشكل منفتح وراق.

7. إجراءات الدولة الجزائرية للنهوض بقطاع السياحة:

في إطار الحديث عن التنمية المستدامة للسياحة ووفق ما تطلعنا عليه وسائل الإعلام من خطابات منبثقة عن الجهات الرسمية بمدى الاهتمام الذي توليه الدولة الجزائرية لتثمين المواقع السياحية، فقد عكفت الدولة على سن قانونيْن يأخذان بعين

[1] (الحالة 14).
[2] (الحالة 09).
[3] (الحالة 20).

الاعتبار ضرورة التسيير العقلاني لهذا القطاع للارتقاء به نحو طموحات تزيد من إنعاش الاقتصاد الوطني. وتمخض عن هذا الإجراء ما يلي[1]:

* ضرورة وضع حد لعدم الانسجام السائد في التنمية السياحية التي تعرفها المؤسسات السياحية الوطنية وذلك بتبني أسلوب جديد في التسيير يضمن الاستمرارية في العمل ويعمل على تثمين الثروات الطبيعية والثقافية والحضارية المتاحة.

* إعادة الاعتبار إلى المؤسسات الفندقية قصد رفع قدراتها الإيوائية.

* توفير العرض السياحي وكذلك تطويره وبغث أشكال جديدة للأنشطة السياحية التي تلبي حاجيات السواح خاصة الأجانب.

أما لعينة البحث رأيها في خضم سؤال يتمحور حول أهم التدابير والإجراءات التي ينبغي أن تتخذها الدولة الجزائرية للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر؟ ولقد أسفرت عملية تحليل الخطابات[2] عن النقاط التالية:

- توفير الأمن بالمناطق السياحية؛
- تخطيط المواقع والمناطق السياحية؛
- حشد الموارد البشرية والمالية وضخها بشكل عقلاني لخدمة القطاع؛
- فرض الرقابة والحرص على تنفيذ النصوص القانونية بما يضمن القضاء على الاستغلالية والعشوائية؛
- وضع الرجل المناسب في المكان المناسب، بما يحقق احترام مبدأ الاختصاص في المجال ويحقق تفعيل ديناميكيته حرصا على السير الحسن للقطاع؛
- رسم إستراتيجية واضحة يساهم فيها الفاعلون كل من موقعه وتخصصه للنهوض بالقطاع؛
- رد الاعتبار لمختلف الأماكن السياحية المتواجدة على مستوى الوطن وإعادة تأهيل بعضها؛
- تشجيع الاستثمار في مجال السياحة؛
- بناء الفنادق والتوسيع من طاقة استيعابها؛
- الاقتداء بالدول الرائدة في السياحة والاستفادة من تجاربها؛

8. مناقشة الفرضيات:

*** الفرضية الأولى:**

- "يلعب قطاع السياحة دورا مهما في دفع عجلة التنمية الاقتصادية وتحسين الأوضاع الاجتماعية للأفراد".

أجل؛ يلعب قطاع السياحة دورا مهما في دفع عجلة التنمية الاقتصادية وتحسين الأوضاع الاجتماعية للأفراد. فللتنمية السياحية دور وظيفي بارز في فتح آفاق التنمية على مختلف المستويات بوصفها مصدرا لجلب العملة الصعبة ومصدرا لإنعاش المداخيل الوطنية. كما أن هذا القطاع إذا ما تم استغلاله أحسن استغلال يمكن أن يكون داعما أو بديلا عن نشاطات أخرى مثل

[1] زيد منير سلمان، السياحة في الوطن العربي، دراسة لأهم المواقع السياحية والإرشاد والأدلة السياحية العربية، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2008، ص 249.

[2] تم بلورة خطاب العشرين (20) حالة في النقاط السالفة الذكر.

المحروقات. فلقد بات هذا القطاع مصدرا مهما لخلق مناصب عمل جديدة بإمكانها امتصاص نسبة مهمة من عدد البطالين، وخلق عديد الفرص لدعم مداخيلهم اليومية قصد تحسين أوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية.

*** الفرضية الثانية:**

– "يمتلك الفرد الجزائري كل من موقعه؛ وعيا سياحيا بما يحقق جاهزية الدولة الجزائرية للاستثمار في قطاع السياحة".

لا يمتلك الفرد الجزائري وعيا سياحيا بما يحقق جاهزية الدولة الجزائرية للاستثمار في قطاع السياحة بالصّورة التي ستصل بطموحاتها إلى بلوغ العراقة في هذا المجال. وذلك بسبب شحنة الرواسب والخلفيات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي تهيمن على ذهنيته وسلوكاته، هذه الرواسب التي لا تكاد تنفصل عن أحد المؤشرات التي تحيلنا إلى قراءة مفادها؛ عدم بلوغ درجة من الفهم حول أهمية هذا القطاع. وما مظاهر اللأمن والعنف اللفظي والتدافع لاكتساح الأماكن المخصصة لركن السيارات، والاعتداء بالعصي والأسلحة البيضاء على المستوى الاجتماعي إلاّ دليل على ذلك. أما على مستوى الفاعلين (الفاعلون على مستوى الوزارة، مدراء المرافق السياحية، وكالات الأسفار السياحية، المؤسسات الفندقية، المستثمرون في قطاع السياحة)، فإن درجة وعيهم حول قطاع السياحة، لا يكاد يختلف عن الصورة التي يتميز بها المواطن ولكن بشكل فيه نوع من الاختلاف، أي أن درجة الوعي لدى هؤلاء تتباين من فاعل لآخر، غير أن العراقيل البيروقراطية هي من تكبح دوران عجلة التنمية السياحية نحو مزيد من العطاء، كما أن وعيهم وعي مصلحي ومرد ذلك أنه لا يهمهم إلاّ ما يدرّ عليهم أموالا ويجني لهم مزيدا من الأرباح. وهو وعي مناسباتي خال من النظرة البعيدة ذات الافق لخدمة السياحة. بل إن درجة الوعي لدى البعض الآخر تكاد تكون شبه منعدمة؛ لعدم وجود اهتمام أصلا، ناهيك عن اللاّمبالاة بالقطاع، وما تعاقب الحكومات دون جدوى لدليل على ذلك. كذلكم الحال بالنسبة للفاعلين على مستوى وكالات وشركات الاستثمار السياحى الذين هم مدعوون إلى امتلاك حس سياحي من خلال الترويج للقرى السياحية الترفيهية والعلاجية والرياضية والتاريخية والحرفية...عبر الإعلانات والنشرات، وتوزيع الخرائط المفصلة عن المواقع وعن خطوط النقل على السواح يدخل ضمن استراتيجية تشجيع قطاع السياحة.

9. نتائج الدراسة:

* يعمل قطاع السياحة على توليد مختلف النشاطات الاجتماعية والاقتصادية مثل الصناعات التقليدية والحرفية والنقل والفنادق بما يسمح من التخفيف من حدة البطالة وتوفير مناصب شغل قارة ومؤقتة للأفراد.

* تقوم السياحة بوصفها قطاعا استراتيجيا بتعزيز دور الحركات الجمعوية في العمل الجواري وتوجيه شطر هام من البرامج التنموية.

* يعمل قطاع السياحة تنمية ثقافة الأفراد وتغذيتهم بحس التعامل مع الغير وتقبل واحترام الآخر، ويفتح آفقا لإشراكهم في العمل السياحي قصد تحسين أوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية.

* يشكل قطاع السياحة مصدرا مهما لجلب الاستثمارات العمومية والأجنبية وجذب العملة الصعبة ومصدرا لفتح باب المنافسة بين الفنادق والمنتجعات والبنوك والمراكز تجارية.

* على السلطات المعنية بالشأن السياحي أن تعي حجم أهمية الوعي حول أي مشروع، فلا يمكن الشروع في الاستثمار السياحي أو أي مشروع آخر دون تأهيل المواطن ذهنيا وسلوكيا لذلك.

* لا يمتلك الفرد الجزائري قدرا كافيا من درجة الوعي السياحي لبلوغ طموح الاستثمار في السياحة.

* على القائمين بالشأن السياحي السهر على تفعيل روح القوانين ومعاقبة الأشخاص المخالفين والمتمردين.

* لا ترقى درجة الوعي السياحي لدى الفاعلين بقطاع السياحة (الفاعلون على مستوى الوزارة، مدراء المرافق السياحية، وكالات الأسفار السياحية، المؤسسات الفندقية، المستثمرون في قطاع السياحة إلى ما يحقق طموح استشراف السياحة كبديل عن المحروقات.

* تحتاج عملية ضخ ثقافة سياحية في الذهنيات إلى عملية تنشئة مستدامة عبر مختلف مؤسسات التنشئة لخلق نموذج مواطن متشبع بوعي كاف حول منظومة السياحة ولأن يكون عضوا فاعلا في الحفاظ على تراثه السياحي.

* يجب رسم خطط جديدة لتفعيل شبكة النقل على مستوى المطارات والموانئ نحو المناطق السياحية مع ضبط تسعيرتها بما يخدم المواطن والسائح الأجنبي.

* تسعير الخدمات السياحية من حيث (نوعية وسعر الإقامة في الفنادق، نوعية وسعر الإطعام، تنظيم الرحلات) أو خلق فضاءات أقل تكلفة بما يكون في متناول الفرد الجزائري ذو الدخل المحدود.

* إعادة تأهيل وتثمين المناطق السياحية على شاكلة الحمامات المعدنية بما يجعلها قبلة محببة للسواح.

* يحتاج سلوك المواطن الجزائري إلى إعادة توجيه اتجاه بوصلته في الأماكن السياحية والأماكن العمومية بما يحقق احترام الآخر والحفاظ على المكتسبات السياحية الطبيعية.

10. خاتمة:

لقد تم تصدر الموضوع بمقدمة متضمنة أدبيات الإطار المنهجي، ثم عرض لمفهوم السياحة وما استطال إليها من تعريفات بوصفها ملمحا مهما للموضوع، كما تم إيراد معنى الثقافة السياحية بوصفها عاملا مفصليا لصناعة السياحة، ومن ثم التطرق إلى أهمية قطاع السياحة، لننتقل فيما بعد إلى عرض لأهم المقومات السياحية التي رأيناها أساسية كعلة من علل الجذب السياحي، تلاه في ذلك حديث عن المعوقات السياحية بالجزائر، وعقب ذلك تم الحديث عن أهم الإجراءات التي اتخذتها الدولة الجزائرية للنهوض بقطاع السياحة. ثم عرض لمناقشة الفرضيات والنتائج التي تم الخلوص إليها، لننهي الموضوع بخاتمة. ولكن! كل الأمور السابقة الذكر قد لا تغني عما أود الخلوص إليه. إنه ذلك الانشغال الذي لطالما روج له في ردهات الخطاب الرسمي حول الاهتمام بالتنمية السياحية دونما الالتفات إلى مسألة بناء الفرد الجزائري أخلاقيا وحضاريا وتهيئته بثقافة سياحية. فلعملية – أي التنمية السياحية– تتطلب النظر إلى شق الوعي والحس السياحي لدى أفراد المجتمع والعاملين في أقطاب السياحة الرسمية على السواء، كل ذلك من خلال عملية الضبط الاجتماعي الذي يضع كل في مكانه ويضحى الكل معني بتحمل ما يترتب عنه كمواطن وكمسؤول.

إن السهر الدؤوب على العمل التوعوي على كافة الأصعدة والمستويات؛ أمر لا مناص منه إذا ما كنا نستشرف حقا طموحا اجتماعيا واقتصاديا متوازنا. وإن ذلك ليستدعي تلقين الثقافة السياحية للفرد الجزائري في مراحل متقدمة من عمره، ولم لا إدراج مادة الثقافة السياحية ضمن منهاج منظومة التربية والتعليم، والمثابرة على غرس الحس السياحي والثقافي والحضاري في وجدان الفرد الجزائري –كل في موقعه –، حتى يتشبع كل فرد بفن التعامل مع السائح الذي هو جزء لا يتجزأ عن فن التعامل مع الغير حتى وإن لم يكن سائحا. أما الزائر في إطار سياحة ثقافية؛ فإنه بحاجة إلى من يقابله بثقافة سياحية.

11. قائمة المراجع:

1. ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني، (بيروت، دار صادر، د. ت).
2. خالد بن عبد الرحمن آل دغيم، الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2014).
3. خديجة زياني وحنان حراث، التنمية السياحية الصحراوية في الجزائر: قراءة في تجارب عربية ناجحة، مجلة الاقتصاد والمالية، المجلد 04، العدد 02، 2018.
4. زيد منير سلمان، السياحة في الوطن العربي، دراسة لأهم المواقع السياحية والإرشاد والأدلة السياحية العربية، (الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، 2008).
5. شارف نور الدين، السياحة البيئية في المجالات المحمية ودورها في تنمية السياحة المستدامة، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 13، العدد 01، 2019. ص 164.
6. عيساوي سهام، حوحو فطوم، واقع العرض والطلب السياحي في كل من الجزائر وتونس "دراسة مقارنة "، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE. المجلد 01، العدد 02، 2017.
7. فريد بختي ورضا بهياني، السياحة الصحراوية كأسلوب لترقية السياحة الداخلية في الجزائر، دراسة حالة ولاية تمنراست، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، المجلد 05، العدد 01، 2020.
8. قاسم سعاد، الثقافة السياحية ودورها في تفعيل الاستيراتيجية السياحية، مجلة آفاق للعلوم، المجلد 01، العدد 02، 2016.
9. نرمين الخاطب ووائل أمين، مبادئ علم السياحة، (مصر: مكتبة بستان المعرفة، 2006).
10. وفاء زكي ابراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، دراسة تقويمية للقرى السياحية، (مصر: المكتب الجامعي الحديث، 2006)
11. ويكيديا الموسوعة الحرة، (2017) جغرافيا الجزائر، *(تاريخ التصفح 2020/11/25)*
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AC%D8%BA%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A7_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1