# أهمية الثقافة السياحية في تطور السياحة الداخلية وتحقيق سياحة مستدامة

**أ.د. بلال شيخي**
**د. سامية فقير**
**د. خديجة شيخي**
**جامعة أمحمد بوقرة ببومرداس**
**مخبر بحث: أداء المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل الحركية الاقتصادية الدولية، بجامعة أمحمد بوقرة ببومرداس**
**الجزائر**

## ملخص

بالنظر إلى أدواره الاجتماعية والثقافية وآثار سحبه على بقية القطاعات، فإن القطاع السياحي يعتبر قطاعا محركا في التنمية المستدامة. إن تطور هذا القطاع يقتضي بالضرورة توفير شروط نجاحه، المتمثلة في تراث طبيعي، ثقافي تاريخي وكذا توفر هياكل قاعدية ... هذه العناصر تعتبر عوامل ضرورية لتطور النشاط السياحي، إلا أنها تبقى عناصر غير كافية لتحقيق تنمية حقيقية ومستدامة للنشاط السياحي. فغياب ثقافة سياحية، والتي تظهر من خلال تصرفات المجتمع حيال السياحة والمكانة التي يحتلها هذا النشاط في تصوره للتنمية، ستكون عاملا معيقا لتطور هذا النشاط.

ومن تم سيكون من الضروري أخذ هذه المسألة على محمل الجد من خلال تضافر جهود مختلف مكونات المجتمع (عائلة، نظام تعليمي، وسائل الإعلام، هيئات ومؤسسات رسمية...)، وهذا من أجل محاولة خلق عقلية ملائمة لتطور سياحة مستدامة.

**الكلمات المفتاحية**: سياحة مستدامة، تراث سياحي، ثقافة سياحية.

# Abstract

Vu ces rôles socioéconomiques et ses effets d'entraînement sur les autres secteurs, le tourisme est considéré comme un secteur moteur dans le développement durable. Le développement de ce secteur passe nécessairement par la réunion de conditions de réussite, qui sont la richesse du patrimoine naturel, culturel historique et la disponibilité d'une infrastructure matérielle …Ces éléments sont considérés comme des facteurs nécessaire pour le développement de l'activité touristique, mais ils restent insuffisant pour assurer un développement réel et durable de cette activité. L'absence d'une culture touristique, qui apparaît à travers le comportement de la société envers le tourisme et la place qu'occupe cette activité dans sa vision du développement, sera un élément de blocage qui freinera le développement du tourisme.

Ainsi il devient impérative de prendre cette question au sérieux par la conjugaison des efforts de différentes parties de la société (famille, système éducatif, médias, institutions officielles…) pour essayer de créer une mentalité favorable à un développement touristique durable.



**Mots clés**: Tourisme durable, patrimoine touristique, culture touristique

## مقدمة

تتمتع السياحة، كنشاط ترفيهي، بأهمية كبيرة نظرا لتعدد أدوارها الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية. وبالنظر إلى هذه الأهمية عملت العديد من الدول على النهوض بهذا النشاط من خلال تبني سياسات سياحية ترمي إلى توفير مقومات ممارسته (موارد طبيعية، آثار، هياكل قاعدية...)، باعتبارها شرطا ضروريا لوجود قطاع سياحي جذاب. إلا أن تجارب العديد من البلدان أظهرت أن قدرتها على استقطاب عدد أكبر من السياح لا يتوقف فقط على توفير هذه المقومات، بل يتعدى الأمر إلى توفير مقومات ثقافية وسلوكات إيجابية تجاه السياح والطبيعة. فالاختلاف الثقافي يعتبر عنصر جذب وطرد للسواح في آن واحد. فعندما لا يكون للمنطلقات الثقافية للدول المستقبلة أي أثر تضييقي على ممارسات السواح الأجانب فإنها ستشكل عامل جذب للسياح الأجانب من الثقافات المختلفة. فالسائح الأجنبي يرغب دائما في تطوير مستواه الثقافي والترفيه عن نفسه من خلال الاطلاع على ثقافات الآخرين، من مأكل، ملبس، عادات وتقاليد... أما عندما تمارس بعض القوانين المستمدة من ثقافة المجتمع، المتوجسة من السياح وتصرفاتهم، دورا تضييقيا على ممارسات السائح الأجنبي الذي يمتلك ثقافة تبيح العديد من التصرفات فإن ذلك سيقيد حركة هؤلاء السياح بشكل يحد من توافدهم على مثل هذا البلدان.

إن مواقف وتصرفات المجتمع ومؤسساته تجاه النشاط السياحي تتحدد برصيده الثقافي وتوجهاته الإيديواوجية وكذا بإمكانياته المادية. فثقافة بعض المجتمعات قد تتوجس خيفة من السياحة نتيجة الانعكاسات السلبية التي قد يخلفها هذا النشاط في طبيعة البلد وتراثه وثقافته وعاداته وتقاليده، كما قد يتضمن تصرفات منفرة تحد من الإقبال على هذا البلد كوجهة سياحية مطلوبة. من ناحية أخرى قد يؤدي اعتماد البلد بشكل مفرط على قطاع ما، كقطاع المحروقات مثلا، إلى عدم الاهتمام بالنشاط السياحي.

إن مواجهة هذه المشكلة ليس بالأمر السهل فهو يتطلب عملا مضنيا مستمرا يرمي إلى إكساب أفراد المجتمع ومؤسساته نظرة إيجابية للسياحة ويعمل على إكسابه تصرفات حضارية تشجع على اختياره كوجهة سياسية من طرف السياح الداخليين والخارجيين. هذا العمل يبدأ من المدرسة وينتهي في الجامعة، ويتطلب تضافر جهود العائلات والجمعيات المدنية ... إلى غير ذلك من المنظمات والمؤسسات الرسمية.

إن الواقع السياحي السائد اليوم في الجزائر يظهر بشكل واضح أن القطاع السياحي لا يضطلع بشكل جيد بالأدوار المخولة له. هذا الوضع هو نتاج خيارات تنموية سابقة تضافرت إلى حد ما مع استعدادات لدى المجتمع. ومن تم فإن تفعيل دور النشاط السياحي في الجزائر يقتضي وضع إستراتيجية سياحية رشيدة، تبدأ بتوفير هياكل سياحية قاعدية، وهذا أمر ممكن في ظل ما تتوفر عليه الجزائر من موارد مالية، خاصة في الوقت الحالي. إلا أن الأصعب من ذلك هو خلق ثقافة سياحية تتجسد في نظرة إيجابية لهذا النشاط وتصرفات حضارية تشجع على ممارسة الفعل السياحي واستقطاب السياح المحليين والأجانب.

على ضوء ما سبق، يمكن صياغة الإشكالية الورقة البحثية وجوانبها المنهجية في النقاط الآتية:

### إشكالية الورقة البحثية:

تبحث هذه الورقة في تحديد ما هي أهمية الثقافة السياحية في تطور السياحة الداخلية وتحقيق سياحة مستدامة.

### فرضيات الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على فرضيتين. الفرضية الأولى مفادها أن غياب أو ضعف الحس السياحي (الثقافة السياحية) لدى الأفراد والمؤسسات يعتبر عاملا منفرا في المجال السياحي. أما الفرضية الثانية فترجع نقص الوعي السياحي إلى سوء فهم لأهمية السياحة، ناتج عن تبني سياسات اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، تعليمية... أخفقت في تحقيق أهدافها.

### أهداف الدراسة:

يهدف البحث إلى إلقاء الضوء على مفهوم الثقافة السياحية وأثرها على تطور السياحة.

### أهمية البحث:

يستمد هذا البحث أهميته من كونه يتناول مسألة ذات تأثير كبير على الممارسة السياحية في الجزائر، وهي مسألة لم تحض باهتمام كبير ضمن سياسات النهوض بالسياحة.

## المنهج وأدوات الدراسة:

تم الاعتماد في إنجاز هذه الورقة البحثية، على المنهج التحليلي.

## مجال وحدود الدراسة:

انصب اهتمامنا في هذه الورقة البحثية على محاولة تحديد ماهية الثقافة السياحية، وذلك خلال استعراض نظري لمفهومها وأشكالها ومسبباتها، مع استعراض بعض أشكال الممارسات السياحية المرتبطة بسيادة ثقافة سياحية معينة.

## محتويات البحث:

جاءت هذه الورقة في ثلاث محاور. المحور الأول تناول بالتعريف مفهوم السياحة المستدامة كسبيل للحفاظ على المقومات السياحية وتطويرها. وتم التعرض في المحور الثاني لمفهوم الثقافة السياحية كسبيل لدعم السياحة المستدامة. أما المحور الثالث فقد تناولنا من خلاله واقع السياحة في الجزائر ودور الثقافة السياحية في تطويره.

# المحور الأول

# السياحة المستدامة كسبيل للحفاظ على المقومات السياحية وتطويرها

إن دراسة مسألة الثقافة السياحية وانعكاساتها على الفعل السياحي ودورها في إيجاد سياحة مستدامة يمر أولا عبر تحديد المفاهيم المختلفة ذات الصلة بالموضوع.

## أولا: التعريف بالسياحة والسياحة الداخلية

### 1. تعريف السياحة

السياحة ظاهرة عصرية ارتبطت بوجود وقت فراغ وتوفر إمكانيات مادية وتطور وسائل النقل والاتصال وإمكانيات الاستقبال، وهي تستجيب لحاجة الفرد والجماعة في الحصول على الراحة والترفيه، من خلال تغيير الجو والاستمتاع بجمال الطبيعة والاتصال بأفراد وجماعات من مناطق وشعوب مختلفة بكل ما يترتب عن ذلك من متعة ومنفعة وتضييق المسافات بين الشعوب. ويتحقق الفعل السياحي بالانتقال المؤقت للأفراد والجماعات إلى مناطق خارج أماكن إقامتهم الأصلية وخارج بيئتهم المعتادة (البيئة التي يزورها الإنسان بصورة متكررة حتى وإن بعدت عن مكان إقامته)، سواء كانت داخل الوطن أو خارجه، على ألا تتعدى مدة التنقل سنة واحدة بشكل متواصل وتزيد عن مدة النزهة المقدرة بـ 24 ساعة، وألا يكون الهدف من وراء ذلك تحقيق ربح. ويترتب عن السياحة إيجاد جملة من النشاطات التي تساهم في توفير عرض المنتوج السياحي[1].

### 2. تعريف السياحة الداخلية

السياحة الداخلية هي ذلك النشاط الفرعي من النشاط السياحي، والمتمثل في مختلف العرض السياحي الموجه للطلب الداخلي. هذا النوع من السياحة لا يختلف كثيرا عن السياحة الدولية التي تكون موجهة لغير المقيمين لأجانب، والتي تتطلب شروطا معينة.

وعنصر السياحة الداخلية يفهم من عنصري التنقل داخل الدولة الواحدة والمفاضلة داخل الإقليم الواحد، وأيضا من عبارة داخل الإقليم أو خارجه. وبالتالي تمثل حركة المواطنين داخل حدود دولتهم والسائح هنا هو أي شخص من مواطني الدولة ينتقل من مكان إقامته المعتاد ليزور مكان اخر داخل حدود الدولة[2].

إن نجاح السياحة الداخلية مرتبط بترسيخ الثقافة السياحية في المجتمع وتغيير نظرة المجتمع نحو السياحة، من نظرة ترى بأن السياحة ترف لا حاجة إليه إلى نظرة ترى بأن السياحة الداخلية حاجة ضرورية لما لها من أثر نفسي ودور في تعزيز الروابط داخل الأسرة الواحدة من خلال اجتماعهم في مكان هادئ يوفر الراحة بعيدا عن الانشغالات اليومية.

### 3. تطور السياحة وشروط النهوض بها

شهد النشاط السياحي تطورا عبر الزمن. فبعد أن كان الفعل السياحي يتمثل في البحث عن إشباع حاجيات السائح من مظاهر الحضارة التي أبدعها الإنسان، ممثلة في مختلف الآثار المتواجدة عبر بلدان العالم، أو من المناظر الطبيعية المختلفة والجو، ظهرت اهتمامات سياحية جديدة تتمثل في وسائل الاتصال الحديثة والمواصلات، الرياضة، التسوق، الألعاب، المرح، الخدمات الفندقية الجيدة[3]. دون أن يؤدي ذلك إلى زوال الاهتمام الأولى.

هذا التغير الحاصل في الأولويات ما بين الأجيال وكذا ما بين البلدان مرده إلى اختلاف الأنماط الاستهلاكية. ولمواجهة هذا التغير في الأولويات السياحية ينبغي على السياسات السياحية عبر بلدان العالم المختلفة مواكبة هذا التغير من خلال التمتع بمرونة عالية تسمح بتقديم خدمات سياحية عالية الجودة. في ظل هذا الوضع الجديد لم تعد هناك دول سياحية وأخرى غير سياحية. فقد ظهرت دول سياحية لم تكن كذلك قبل فترة من الزمن.

إن النهوض بالقطاع السياحي في أي بلد كان لا يمكن أن يتم دون توفر نظرة شمولية للسياحة. بمعنى أن ينظر للسياحة كمجموعة من الحلقات المترابطة تتمثل في توفر فنادق، نقل، اتصال، شوارع، أسواق، استقبال جيد، كفاءات تتقن فنون التواصل من خلال معرفة لغوية وثقافية، خدمات عالية الجودة، وسائل اتصال حديثة، توفر مناخ ثقافي جذاب وتوفر علاقات اجتماعية حميمية ونظرة إيجابية للسياحة والسواح...

### 4. الآثار المترتبة عن ممارسة النشاط السياحي

يترتب عن ممارسة النشاط السياحي جملة من الآثار الإيجابية والسلبية التي تمس الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، وكذا الوسط الطبيعي والتراث الحضاري.

ويمكن الوقوف على أهم الانعكاسات المترتبة عن ممارسة النشاط السياحي اعتمادا على الجدول الملخص التالي:

**جدول رقم 01: ملخص لأهم الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة في المناطق المستقبلة.**

| الآثار الإيجابية | الآثار السلبية |
|---|---|
| **التنظيم الاقتصادي والاجتماعي** | |
| - توفير مناصب عمل تدر دخولا تسمح بتحسين مستوى المعيشة وأنماطها، وكذا إعطاء دفع للصناعات التقليدية...<br>- النهوض بمناطق جغرافية وتحقيق هجرة نحوها.<br>- تكثيف العلاقات الاجتماعية ما بين الأفراد والجماعات.<br>- التأثير في الممارسات الاجتماعية من حيث خروج المرأة للعمل، تبني سلوك لباسي جديد، تبني أنماط استهلاكية جديدة...<br>- المساهمة في تطوير الهياكل الاجتماعية والاقتصادية (مدارس، نقل، مستشفيات...)<br>- تطوير وسائل الاتصال (هاتف، إنترنت...)<br>- تفعيل دور الجمعيات المحلية وزيادة مساهمتها في حماية التراث الطبيعي، الاجتماعي والثقافي... | - موسمية مناصب الشغل وتميزها بمحدودية مداخيلها.<br>- إن الاعتماد المفرط على إيرادات السياحة الخارجية يجعل الاقتصاد عرضة لكل اهتزاز يرتبط بتأزم الأوضاع الداخلية نتيجة الاضطرابات السياسية ونشوب النزاعات اما بين الدول وداخل الدول، إضافة إلى تذبذب السوق العالمية للسياحة أو حدوث أزمات اقتصادية.<br>- تعارض ما بين الأهداف السياحية المسطرة من قبل الدولة وتطلعات السكان المحليين، وهذا الأمر يحدث عندما يتم تغييب السكان المحليين عن المشاركة في إعداد البرامج السياحية.<br>- إمكانية ظهور السكنات الفوضوية بالقرب من المناطق السياحية.<br>- إمكانية ظهور نقائص المنافع السياحية، مثل الاكتظاظ، منع دخول بعض المناطق على بعض الفئات من الشعب، ارتفاع أسعار بعض المواد أو كلها.<br>- اختلال في تطور القطاعات وتوزيع المداخيل، مما يسبب حدوث هجرة نحو القطاع والمناطق السياحية.<br>- المضاربة في الأراضي والسكنات. |
| **المحيط** | |
| - الاهتمام أكثر بالموارد الطبيعية وضمان صيانتها بشكل مستمر.<br>- مواجهة مظاهر التلوث.<br>- الحفاظ على التراث باعتباره مصدرا للجذب السياحي وتوليد مداخيل. | - التأثير سلبا على المقومات الطبيعية نتيجة الاستعمال المفرط والتلوث.<br>- تعرض المواقع الأثرية للتخريب والنهب...<br>- حدوث اختلالات جهوية بسبب تمتع المناطق السياحة بعناية أكبر من بقية المناطق.<br>- إلحاق الضرر بالطبيعة وبالنشاط الأولية (الزراعة، الصيد البحري، الغابات...)<br>- إلحاق الضرر بالمنشآت السياحية والمعالم الأثرية بسبب عدم الصيانة والإهمال... |
| **الثقافة المحلية** | |
| - إبراز الميزات الثقافية المحلية للمجتمع وتعزيزها والعمل على الحفاظ عليها وتثمينها من خلال النهوض بها.<br>- إذكاء الوعي بضرورة الحفاظ على عوامل الجذب السياحي في البلد من خلال الحفاظ على مقوماته الطبيعية، المادية والاجتماعية الثقافية.<br>- النهوض بالتراث المتوفر والاعتزاز به و ترقية الصناعات التقليدية التي تعتبر عاملا داعما لتطور السياحة واستمرار قوتها في جذب السياح.<br>- تقريب أفراد الشعب الواحد أو أفراد الشعوب المختلفة من بعضها البعض بالشكل الذي يزيد من درجة التفاهم ويثبت علاقات التراحم وحسن الجوار والسلم. ويتم هذا في إطار التفتح على ثقافات المجتمعات الأخرى وتعلم لغاتها بشكل يسمح بفهمها والتعيش معها في جو من التسامح.<br>- نشر روح التسامح والاحترام وحسن الاستقبال والكرم ما بين أفراد المجتمع المستقبل والزوار الأجانب | - التأثر بثقافة السواح الوافدين مما يؤدي إلى طمس مقومات المجتمع المحلي من حيث اللغة، الملبس، العلاقات الاجتماعية، العادات الغذائية...<br>- ظهور آفات اجتماعية، مثل الاختلاط، تعاطي الكحول والمخدرات...<br>- إلحاق الضرر بقيم وعادات المجتمع التي ضمنت تكافله واستقراره واستمراره منذ زمن بعيد.<br>- ظهور فوارق اقتصادية واجتماعية وثقافية. |

**المصدر:** الجدول أعد بتصرف اعتمادا على:

Christiane Gagnon et Serge Gagnon. L'écotourisme, entre l'arbre et l'écorce. Presses de l'université du Québec. Québec; 2006. P. 80.

## ثانيا: السياحة المستدامة كسبيل للحفاظ على مقومات السياحة وتطويرها

إن النهوض بالقطاع السياحي يقتضي الاعتناء بآثاره الإيجابية وتثمينها وتطويرها، والعمل على تفادي آثاره السلبية. إن تحقيق هذه الأهداف الكبيرة لا يمكن أن يتم إلا بتبني سياسة سياحية مستدامة.

## 1. مفهوم السياحة المستدامة

ارتبط مفهوم السياحة المستدامة بمفهوم أوسع هو مفهوم التنمية المستدامة. لذا فإن توضيح مفهوم السياحة المستدامة يمر عبر التعرف على مفهوم التنمية المستدامة.

**1.1. مفهوم التنمية المستدامة**: التنمية المستدامة هي التنمية التي تسمح بتلبية الطلبات الحالية للمواطنين دون إلحاق ضرر بقدرة الأجيال القادمة على تلبية مطالبها.

وتتميز التنمية المستدامة بـ :

- إعطاء الأولوية للحاجات الأساسية للمواطنين.
- تكييف النشاطات البشرية مع الوسط الطبيعي وليس العكس.
- تسيير عقلاني للموارد الطبيعية لضمان تلبية الحاجات الحالية والمستقبلية للسكان.
- اعتماد التخطيط التساهمي واللامركزي.
- تضافر الجهود الدولية من أجل تبني المسائل المتعلقة بالمحيط.

**2.1. مفهوم التنمية السياحية**: التنمية السياحية هي كل العمليات الرامية لإحداث تحولات في تركيب المنشآت السياحية لمنطقة معينة أو بلد معين، وذلك من خلال الاستخدام العقلاني والأمثل للموارد الطبيعية، الاقتصادية، الاجتماعية، العمرانية والثقافية بما يتلاءم وتحسين ورفع مستوى العرض السياحي، بما يستجيب للطلب القائم والمتوقع، وبما يسمح بتحقيق آثار إيجابية في محيط القطاع السياحي والقطاعات المتصلة به والتقليص من آثارها السلبية[4].

وهكذا تظهر التنمية السياحية كعملية مركبة تنتج عن تفاعل عدة عناصر، وتهدف إلى الاستغلال الأمثل لعناصر العرض السياحي الأولية (موارد طبيعية، تراث حضاري، بنية تحتية، موارد بشرية، إطار ثقافي واجتماعي) من أجل تلبية الطلب السياحي وتوليد جملة من الآثار الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية.

**3.1. تعريف السياحة المستدامة**: لقد استعمل مفهوم التنمية السياحية المستدامة لأول مرة في تقرير لجنة الأمم المتحدة للبيئة والتنمية، والتي عرفت بلجنة بورتلاند (1987). ويقصد بالسياحة المستدامة تحقيق التوازن بين تنمية اقتصادية ذات صلة بقطاع السياحة مع ضمان حماية الموارد الطبيعية، من خلال ضمان ديمومة الأنظمة الطبيعية (Les écosystèmes)، والحفاظ على الأنماط الاجتماعية والثقافية للمواطنين، وهذا لضمان تحقيق مصلحة الأجيال القادمة، ومن تم ضمان التنوع الثقافي كما نصت عليه أجندة 21 للثقافة (برشلونة، 2004) والإعلان العالمي لحقوق الإنسان (باريس، 1948).

ومن تم يمكن القول أن السياحة المستدامة هي نشاط يهدف إلى تلبية احتياجات السياح اعتمادا على موارد معينة تتوفر في منطقة معينة بشكل يضمن فيه الحفاظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها الحيوية. والمقصود بالاستدامة هو الاستمرارية. ومن تم فإن للاستدامة السياحية، مثلما هو الشأن بالنسبة للاستدامة الصناعية، ثلاث مظاهر، هي الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية والثقافية، الاستدامة البيئية.

## 2. مبادئ السياحة المستدامة

إذا كان للسياحة منافع وجوانب إيجابية متعددة فذلك لا يمنع من كونه يلحق بعض الأضرار بالمحيط، لذا يتعين التوفيق ما بين التنمية الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، مع الحفاظ على المحيط، وهو ما يشكل جوهر السياحة المستدامة.

وتقوم السياحة المستدامة على جملة المبادئ التالية[5]:

- بالنسبة للمحيط فإن الأمر يستدعي الاستغلال الأمثل لموارد الطبيعية، التي تشكل عناصر أساسية في الفعل السياحي، وذلك من خلال ضمان صيانة هذه الموارد وتامين تعدد الأنظمة الطبيعية

(biodiversité). وفي هذا الإطار يجب المحافظة على المشاهد الطبيعية وحماية الأنواع النباتية والحيوانية، إلى جانب التسيير الأمثل للموارد المائية والتحكم في التلوث.

- الحفاظ على التراث الحضاري المادي للمجتمع المستقبل (آثار، متاحف)
- على مستوى المبادئ الاجتماعية الثقافية فإن الأمر يستدعي احترام وحماية الخصوصية والأصالة الاجتماعية والثقافية للمجتمعات المستضيفة، والتي تظهر في طبيعة سكنها، معيشتها، قيمها الاجتماعية، والتي تشكل عناصر جذب سياحي. هذا في ظل المساهمة في دعم التوافق والتسامح الثقافي ما بين المجتمعات المختلفة. كما يستدعي الأمر إدماج سكان المناطق السياحية في برامج التنمية التي تتوافق مع المحيط.
- ضمان تحقيق نشاط اقتصادي فعال على المدى الطويل مفيد اقتصاديا واجتماعيا لمختلف الأطراف المساهمة في الفعل السياحي، وهو ما يمكن من تحسين ظروف المعيشة. هذا الأمر يتطلب التحكم في الاستثمارات من خلال التعرف على انعكاساتها والتحكم فيها، وإجراء مراجعة دورية.
- تحقيق رضا السائح باعتباره الهدف من القيام بالفعل السياحي والضمان الوحيد لديمومة الطلب السياحي.

# المحور الثاني
# الثقافة السياحية كسبيل لدعم السياحة المستدامة

إن تحديد أثر الثقافة السياحية على النشاط السياحي يقتضي منا أولا تحديد محتوى الثقافة في مفهومها العام وعلاقتها بالثقافة السياحية.

## أولا: تعريف الثقافة السياحية

### 1. مفهوم الثقافة

يمكن تعريف الثقافة من منظور فردي أو منظور جماعي. فمن منظور فردي الثقافة تعني امتلاك الفرد لمعارف تتميز بالتطور وتسمح بتكوين شخصية معينة. أما منظور الجماعة، وهو المفهوم العام للثقافة، فيقصد بالثقافة مجموع القيم والعادات والتقاليد التي تكون هوية جماعة معينة، والتي تم وراثتها واكتسابها بشكل بطيء عبر الزمن. وهي تشمل التراث الاجتماعي، الفني والأخلاقي الخاص بمجموعة من الأفراد والتي تشكل هويته، وتحدد نظرة المجتمع للوجود وتصوراته ومعتقداته وعلاقاته مع الآخرين.

بالنسبة لمنظمة اليونيسكو "الثقافة، في مفهومها الواسع، هي مجموع السمات الروحية والمادية، الفكرية والعاطفية، التي تميز مجتمعا أو مجموعة اجتماعية، إضافة إلى الفنون والآداب، أنماط الحياة، حقوق الإنسان الأساسية، نظام القيم، العادات والمعتقدات"[6]. بقي أن نقول أن ثقافة المجتمع تتحدد بطبيعة الوسط الذي يعيش فيه، كما أنها تشكل إطارا يتم من خلاله التصرف حيال الطبيعة.

### 2. تعريف الثقافة السياحية (الوعي السياحي)

التنمية السياحية هي مجموع المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم التي يمتلكها الفرد أو الجماعة والتي تخص مجال السياحة، والتي تشكل خلفية تسمح بالتصرف بشكل عقلاني ومتوافق مع مكونات ومظاهر السياحة سواء كأفراد في مجتمع يتعامل مع السياحة، أو كسواح يمارسون الفعل السياحي أو كنشيطين في هذا المجال أو لهم علاقة به من خلال تحملهم لمسئوليات ذات صلة بالعمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح. ومن تم يمكن النظر للثقافة السياحية على أنها عملية متكاملة معرفيا، مهارتيا ووجدانيا[7].

مما سبق نجد أن مفهوم الثقافة السياحة يخص الأفراد كما يخص الجماعة. إلا أن الثقافة السياحية التي تكون ذات تأثير على مظاهر السياحة هي الثقافة السياحية في مفهومها الجماعي، أي نظرة المجتمع للسياحة وتصرفاتها حيال مكوناتها المختلفة. وهذه الثقافة السياحية تنبع من المكتسبات التعليمية الخاصة بالسياحة كما تنبع من قيم وعادات المجتمع ونظرته للسياحة. فقد نجد شخصا معينا يمتلك معرفة سياحية واسعة، بدء من إدراكه للأهمية الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية للنشاط السياحي. كما يمتلك قدرات وميزات تسمح له بالتصرف إيجابيا نحو مقومات السياحة، من خلال الإيمان والعمل على المحافظة على الطبيعة وعلى التراث الحضاري والثقافي للمجتمع والتعامل بصورة حضارية مع السياح، من خلال الأخذ والعطاء دون التأثر سلبيا بمظاهر الحضارة، من مأكل ومشرب وملبس وطريقة في الكلام واستعمال للغة معينة، وكذلك العمل من موقعه على تطوير النشاط السياحي. إن وجود هذا الشخص لا يمكن أن يشكل وزنا كبيرا في ميزان الثقافة السياحية. فهذه الأخيرة باعتبارها موقفا جماعيا من النشاط السياحي هي التي بإمكانها أن تؤثر في النشاط السياحي، وذلك انطلاقا من نظرة المجتمع للسياحة ولأهميتها، وكذا انطلاقا من ثقافة المجتمع ونظرته للسواح وللعلاقات التي يمكن أن تقوم مع الغرباء والآخرين. ومن تم نجد أن هذه الثقافة هي التي تؤثر في النشاط السياحي.

من ناحية أخرى نجد أن توفر الوعي السياحي سيسمح بإدراك أن السياحة مفيدة لتنمية البلد من خلال ما توفره من موارد مالية تذهب إلى المنتفعين من السياحة وتلك التي تدخل لميزانية الدولة، ومن تم فإن المداخيل والمنافع المرتبطة بممارسة النشاط السياحي لن تتركز فقط في أيدي الشركات السياحية الكبيرة، وهي النظرة التي قد تؤدي بالعديد من أفراد المجتمع، بما فيهم بعض العاملين في المرافق السياحية، إلى انتهاج سلوك مضر بالسياحة، سواء من خلال إلحاق الضرر بالمقومات السياحية للبلد أو سوء معاملة او عدم اللياقة مع السياح[8].

### 3. مبادئ الثقافة السياحية

تقوم الثقافة السياحية على جملة من المبادئ[9]:

- ضرورة صياغة عقلية المجتمع بشكل يجعله ينظر بإيجابية للنشاط السياحي.

- تكفل الدولة، المؤسسات، المجتمع بتنمية الثقافة السياحية للأفراد والمجتمع.
- اعتماد خطط للنهوض بالثقافة السياحية، وهذا في إطار نظرة مستقبلية تتوافق وثقافة المجتمع، وتشرك أفراد المجتمع وجمعياته المدنية ومثقفيه في وضع برامج للنهوض بالثقافة السياحية.
- اهتمام الثقافة السياحية بالمحافظة على البيئة والنهوض بها؛

## ثانيا: أهمية الثقافة السياحية وسبل النهوض بها

### 1. أهمية الثقافة السياحية

تنبع أهمية الثقافة السياحية من أهميتها بالنسبة للبلد، بالنسبة للشعب وبالنسبة للفرد.

فبالنسبة للبلد فإن توفر ثقافة سياحية سيكون عامل جذب سياحي تكون له انعكاسات إيجابية على اقتصاد البلد وتراثه الثقافي والديني والفني. فالثقافة السياحية ستسمح بالحفاظ على التراث الحضاري والثقافي للأمة والعمل على تطويره . فتوفر ثقافة سياحية سيمكن من إعداد الخطط السياحية ويتيح فرصة مشاركة أفراد المجتمع في إعداد برامج التنمية الثقافية السياحية[10].

على مستوى المجتمع فإن توفر ثقافة سياحية صحيحة ستضمن تواصلا سهلا مع السياح، يضمن من جهة تطعيم الثقافة المحلية بما هو إيجابي من سلوكات السواح، خاصة الأجانب منهم. إن حسن استقبال السواح سيشعرهم بالدفء ويخلق بينهم وبين مواطني المنطقة المضيفة ألفة. كما أن حسن الوداع سيترك في مخيلة السائح صورة طيبة عن زيارته تلك، وحينها سيفكر في العودة مرة أخرى إلى هذه المنطقة أو هذا البلد. ويمكن أن يتحول هذا السائح إلى مروج غير موظف للسياحة في المنطقة أو البلد، مما يؤدي إلى تنشيط السياحة.

كما قد يؤدي من ناحية ثانية إلى التأثير على تصورات وأفكار السياح بشكل قد يخلق لديهم الرغبة في العودة ثانية لزيارة البلد ونشر صورة إيجابية عن البلد في الخارج، وهو أمر ستكون له انعكسات إيجابية. وفيما يخص السياحة الداخلية فإن السياحة ستساهم في تمتين علاقات التقارب بين أفراد المجتمع الواحد، وهو ما يضمن قوته واستقراره.

أما بالنسبة للفرد فإن التمتع بثقافة سياحية أمر ذا فائدة، إذ أن ذلك سيسمح بتنويع رؤاه وتحسين مستواه، وهي عوامل تنمي شخصيته وقدرته على التواصل السهل مع الآخرين، هذا من جهة. ومن ناحية ثانية تسمح الثقافة السياحية للفرد من امتلاك قدرات ومعارف سياحية قد تفيده في حياته المهنية، في حالة ممارسة دور المرشد السياحي أو مدرس المواد ذات الصلة بالسياحة أو العمل في المجال السياحي.

### 2. موقف المجتمع من السياحة

انطلاقا مما سبق قوله نجد أن ثقافة المجتمع تحدد ثقافته السياحية. فامتلاك أفراد المجتمع لمعرفة واسعة بمكونات النشاط السياحي وأهميته الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، يشكل عنصرا هاما في تكوين الثقافة السياحية. ويمكن حصر المواقف من السياحة والعلاقة معها في مجموعة من المواقف والعلاقات تتمثل في نظرة المجتمع للسياحة، تصرفات أفراد المجتمع وعاداته وتقاليده وأثرها على الفعل السياحي، وكذا السياسة المنتهجة حيال السياحة من قبل الدولة والجهات المسئولة عن النشاط السياحي.

بالنسبة لمواقف المجتمع من السياحة فإننا نجدها إما مواقف نابعة من عادات وتقاليد لا تقيم وزنا للمسائل الأخلاقية، ومن تم فثقافة المجتمع لا يمكن أن تتعارض مع التصرفات السياحية أيا كانت. إلا أن هناك مجتمعات تتوجس من السياحة، خوفا على المكونات الحضارية للمجتمع، وهو ما يجعلها تقف موقفا معارضا للفعل السياحي. فبعض الممارسات السياحية الخاطئة التي تواكب الفعل السياحي قد تدفع للاعتقاد أن الفعل السياحي كله مرفوض، ومن تم فهي تولد مواقف سلبية تجاهها. فقد يوصف السائح بأنه أعمى. هذه الصورة ارتبطت في مخيلة الكثير من المسلمين واقترنت بارتكاب الفواحش والمنكرات، مثل شرب الخمر وممارسة الزنا وحضور السهرات الماجنة وإلحاق الضرر بالمحيط والتأثير على أفراد المجتمع، وارتكاب أفعال تنم عن أفكار ومشاعر مكبوتة تم تفريغها عند الذهاب في سياحة بعيدا عن الموطن الأصلي. هذا زيادة على تأثير السياحة على لباس، مشرب ومأكل ومسكن ولغة الجماعة. من ناحية أخرى قد نجد أن لدى المجتمع موقفا معارضا لزيارة الآثار باعتبارها تتضمن تماثيل ومعابد تمثل اشياء تعبر عن ثقافات وثنية[11]. إن مثل هذه الظروف تجعل من الصعب تبني النشاط السياحي وخلق مصالحة بينه وبين معتقد الجماعة وأفكاره عن السياحة. ففي ظل سيادة مثل هذا التصور يكون من الصعب إقناع الجماعة بأنه بالإمكان ممارسة نشاط سياحي لا يتعارض مع قيم وأخلاق وثقافة المجتمع. ويمكن تحقيق مثل هذه السياحة بوضع قواعد تنظم السياحة،

وتتماشى وقيم المجتمع. لا بد من القول أن السياحة ارتبطت في كثير من الأحوال بممارسة الزنا وشرب الخمر، إلى غير ذلك من الأفعال المحرمة إسلاميا. إلا أن الدولة بإمكانها وضع قوانين تنظم النشاط السياحي بما يتماشى مع منظور الشريعة. إن الوعي السياحي يفرض على أفراد المجتمع أن يدركوا أن السياحة لا تؤدي بالضرورة إلى التخلي عن مقومات الشخصية الوطنية مجاراة وإرضاء للسائح، خاصة السائح الأجنبي، بل أن وضع سياسة سياحية رشيدة قد يتم في إطار نظرة شاملة تقوم على توفير عناصر الجذب السياحي في ظل احترام مقومات المجتمع العقائدية والثقافية واللغوية، لأن السائح يتوق إلى التعرف على أنماط معيشية أصيلة وثقافات إنسانية متسامحة ومضيافة، في ظل جو آمن يسمح له بتحسين رصيده المعرفي وتطوير نظرته للواقع وطرق مواجهته للمشاكل، وهي عوامل قد تزيد من متعته السياحية وتعوض له ما حرم منه من متع تتعارض مع مقومات المجتمع المضيف.

من ناحية ثانية نجد إن تمتع البلد بمقومات سياحية طبيعية، تراثية، آثارية، مادية... لا يعني بالضرورة توفر ثقافة سياحية. كيف يمكن إدراج السائح في عادات ويوميات المواطن، واعتباره إضافة ثقافية، اقتصادية، اجتماعية على مستوى المؤسسات العمومية والخاصة وعلى مستوى الأفراد في الشارع. هذه العملية ليست سهلة. أن سلوك أفراد المجتمع تجاه السياح وتصرفاتهم ونظافتهم تعتبر عناصر مؤثرة في مجال الجذب السياحي. فالمجتمع المتميز بالانفتاح وحسن استقبال الضيف وإكرامه وحسن معاملته في كل مكان وعدم إزعاجه والتضييق عليه، هو مجتمع يتوفر على مؤهلات لجذب السياح حتى ولو كانت ثقافة المجتمع تختلف عن ثقافة السائح. فالسائح لا يبحث بالضرورة على الفندق الممتاز والشاطئ الجميل، إلى غير ذلك من الأشياء التي يمكن أن يجدها في كل مكان، وإنما قد يسعى إلى التعرف على عادات وتقاليد جديدة واكتساب معارف وطريقة تفكير وتصور لا توجد في مجتمعه الأصلي، إنه يبحث عن علاقات دافئة قد لا تتوفر له في المجتمعات التي تسودها الفردانية. كما أن تصرفات وهندام أفراد المجتمع ونظافتهم تعتبر عناصر مؤثرة على السائح. فالتعامل مع أفراد يتكلمون كلاما فاحشا ويتصرفون بخشونة أو يقومون بأفعال مذمومة مثل ابصق في الشوارع والتبول في الطرقات هي أفعال مقززة تؤثر سلبا في نظرة السائح لهذا المجتمع. إن تصرفات أفراد المجتمع تمتد إلى مجالات أخرى تخص التعامل مع السائح، تعامل يبدأ في مكان النزول وكيفية تصرف رجال الشرطة والجمارك معه، ويمتد ليشمل تصرفات سائق التاكسي ومعاملته للسياح ونظرته إليه كشخص يمكن التحايل عليه أو كشخص ينظر إلى ما يحمله من عملة صعبة، وصولا إلى عمال الفنادق وتصرفاتهم حيال السائح وكذا التجار والمواطنين في الشوارع، إلى غير ذلك من التصرفات التي يمكن أن تضبق على السائح وتخلق لديه نظرة سلبية تجاه البلد الذي قام بزيارته.

إن الثقافة السياحية في البلد تمتد لتشمل مختلف المواقف من مقومات السياحة في البلد. مواقف تخص تعامل أفراد المجتمع مع الطبيعة ومع الآثار والحفاظ عليها، كيفية تقديم الخدمات السياحية والنظرة إلى أهمية السياحة. هذه الثقافة تظهر في تصرفات الأفراد العاملين في مجال السياحة، كما تظهر من خلال نظرة الدولة للسياحة.

إن النهوض بالسياحة يقتضي إذن العمل على تكوين عقلية محفزة على ممارسة النشاط السياحي. ولا بد من القول أن تكوين هذه العقلية يتطلب جهودا متعددة تمتد خلال الزمن، جهودا تقوم على تلقين أفراد المجتمع تربية أخلاقية ومدنية ودينية تنصب على احترام الطبيعة واحترام البشر وحب الآخر في ظل التمسك بالمقومات الإيجابية للمجتمع. هذا العمل المضني يبدأ في الأسرة ويدعم في المدرسة والجامعة والشارع وتتضافر فيه جهود الكل، كل هذا مع ضرورة تبني نهج سياسي ديمقراطي يضمن استعمالا رشيدا للموارد المتاحة ويضمن تحقيق خيارات صائبة تبعث على التفاؤل والتضامن بين أفراد المجتمع.

### 3. الجهات المؤهلة للنهوض بالثقافة السياحية

يتوفر المجتمع على مجموعة من المؤسسات التي تسمح بتوفير إطار لتطوير الثقافة السياسة. هذه المؤسسات تتمثل في الأسرة، المؤسسات التربوية، الجامعات ووسائل الإعلام.

**1.3. الأسرة**: تعتبر الأسرة أول إطار لتشكيل شخصية الطفل وتلقينه معارف وتوجيهات معينة. وباعتبارها كذلك فيمكن استغلالها لتنمية الثقافة السياحية من خلال تلقين أفراد الأسرة منذ صغرهم قيم إيجابية، مثل حسن التعامل مع الآخر وإبداء التسامح والحب والإكرام والاعتزاز بمقومات شخصيته الإيجابية وكذا المحافظة على البيئة...

**2.3. المؤسسات التربوية**: هذه المؤسسات تتولى العمل الذي بدأ داخل السرة ، إذ يجب إعداد المناهج الدراسية بشكل يجعلها تهتم بالتربية المدنية والخلقية والدينية وكيفية التعامل مع الآخرين. كما يمكن تخصيص مواد للتعريف بجغرافية البلد ومناطقه السياحية، وكذا الاهتمام بالرحلات والنزهات، وذلك من أجل خلق حس سياحي لذى النشأ.

**3.3. الجامعات**: إلى جانب اهتمام بعض المدارس والكليات الجامعية بإعداد طلبة في مجال السياحة، فإن الأمر يستدعي من ناحية ثانية حث الجمعيات الطلابية على الاهتمام بالجانب السياحي من خلال تنظيم رحلات ما بين المناطق وتبادل المعارف مع طلبة الجامعات الأخرى. هذا الأمر قد يكون سهلا نسبيا بالنسبة للطلبة المقيمين في الأحياء الجامعية. كما أنه قد يكون ممكنا إلى حد كبير في ظل وجود عدة تنظيمات طلابية بإمكانها الاهتمام بهذا الجانب في إطار نشاطاتها المختلفة.

**4.3. وسائل الإعلام**: يمكن لوسائل الإعلام رفع مستوى الوعي السياحي لدى المواطنين من خلال:

- التعريف المستمر بأهم المناطق السياحية للبلد وبإمكانياتها المختلفة، وهذا ما يسمح بخلق نوع من التشويق لدى المواطن لزيارة هذه المناطق.
- التعريف بالأهمية الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية للسياحة.
- توعية المواطنين بضرورة الاهتمام بجانب العلاقات الاجتماعية لتطوير النشاط السياحي.
- الاهتمام بدعم الثقافة والعادات المحلية الإيجابية التي تعتبر أدوات جذب للسواح من داخل الوطن وخارجه. والتركيز على عدم محاولة تقليد السائح الأجنبي في عاداته وتصرفاته، لأن الزائر غالبا ما يسعى إلى تطوير معارفه من خلال اكتساب معارف جديدة تنمي شخصيته، ومن تم فهو ليس في حاجة أن يجد في الآخر ما هو موجود عنده من أفكار وتصورات، لكن بشرط ألا يكون الآخر متعصب وعدواني[12].

## المحور الثالث

## واقع السياحة في الجزائر ودور الثقافة السياحية في تحسينه

يمكن الوقوف على أهمية القطاع السياحي بالجزائر بالنظر إلى ما يتوفر عليه من مقومات ممارسة النشاط السياحية. إن تحليل واقع السياحة في الجزائر يظهر بشكل جلي نقص الهياكل السياحية التي يتوفر عليها البلد. ونحن نعتقد أن هذه المشكلة مهما كانت صعبة فإنه يمكن التغلب عليها نسبيا باعتماد إستراتيجية سياحية حقيقية في ظل توفر إرادة حقيقية لتطوير هذا القطاع. ورغم ما لهذا الجانب من أهمية فإن اهتمامنا سينصب أكثر، كما فعلنا لحد الآن، على دراسة أثر الثقافة السياحة في الجزائر على النشاط السياحي. ولا بد من القول أنه إذا كان الإحساس بهذه المشكلة ممكن فإن إثباتها ليس سهلا.

وسعيا منا لمناقشة هذه المسألة سنقتصر في عرض واقع السياحة في الجزائر على تقديم بعض الأرقام التي تخص عدد السياح بالجزائر والإيرادات المالية المتولدة عن السياحة الموجهة للأجانب. ولا بد أن نشير هنا إلى أن صعوبة تقدير عدد السياح المحليين الذين يقومون بالفعل السياحي داخل البلد، بسبب نقص المعلوةمات الخاصة بهذا الجانب، يدفعنا للتركيز في هذه النقطة على أعداد السياح الأجانب، الذين تتوفر بشأنهم معلومات موفرة من طرف الجهات المسئولة عن ذلك.

### 1. واقع السياحة بالجزائر

يمكن الوقوف على واقع السياحة في الجزائر انطلاقا من عدد السواح الوافدين إلى الجزائر والمداخيل المتولدة من ذلك. كما يمكن الاستعانة بمؤشر التنافسية للسياحة والسفر الذي يتم إعداده من طرف المنتدى الاقتصادي العالمي (World Economic Forum).

### 1.1. واقع السياحة بالجزائر بالنظر إلى عدد السواح وميزان السياحة الخارجية

بالرغم من امتلاك الجزائر لمقومات طبيعية وثقافية عديدة تسمح بممارسة الفعل السياحي، إلا أن واقع قطاعها السياحي ما زال يعاني من ضعف كبير يتجلى من خلال نقص هياكل الاستقبال. ويظهر هذا الضعف جليا من خلال أرقام الجدول التالي:

**جدول رقم 02: تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر وتطور الميزان السياحي للجزائر مقدرا بمليون دولار أمريكي. الفترة : 2010 - 2016**

| السنة | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|

| البيان | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| عدد السواح الأجانب الوافدين | 478358 | 511000 | 556697 | 402028 | 401073 | 443847 | 486621 |
| عدد السواح الجزائريين المقيمين بالخارج | 1159224 | 1230000 | 1215052 | 3717343 | 3772511 | 3772865 | 3773219 |
| المجموع | 1637582 | 1740000 | 1771749 | 4119371 | 4173584 | 4216712 | 4259840 |
| مداخيل السياحة المستقبلة | 324 | 300 | 295 | 326 | 347 | 304 | 315 |
| نفقات السياحة الوافدة (الخارجة) | 716 | 595 | 598 | 532 | 685 | 635 | 520 |
| العجز | 392 | 295 | 303 | 206 | 338 | 331 | 205 |

**المصدر**:

- Banque d'Algérie. 2017.
- Ministère de l'aménagement de l'environnement et du tourisme. Le diagnostic: audit du tourisme algérien, janvier 2017.

يتبين من أرقام هذا الجدول أن قطاع السياحة بالجزائر لا يستقطب الكثير من السياح، بما فيهم السياح الجزائريين المقيمين بالجزائر، الذين منهم أعدادا معتبرة تفضل الترويح عن نفسها في تونس، تركيا، المغرب، فرنسا... وفي هذا الصدد تشير الإحصائيات إلى أن أكثر من مليون جزائري زاروا تونس قبل سنة 2011 مثلا، وفي كل مرة يرتفع العدد علما أن نفقات الجزائريين المتنقلين للخارج قدرت بحوالي 380 مليون دولار، وهو ما جعل ميزان السياحة الخارجية للجزائر يعرف عجز دائم وفاق 300 مليون دولار امريكي.

بالنسبة لجنسية السواح الوافدين على الجزائر فنلاحظ غالبية السواح الجزائريين المقيمين بالخارج. أما بالنسبة للغرض من زيارة الأجانب للجزائر فإن الإحصائيات تشير إلى أن عدد السياح الذين عبروا الحدود الجزائرية قليل جدا مقارنة بالمقيمين. منهم من جاء لغرض الترفيه والراحة، وهو ما يشكل تقريبا نسبة 60 %، في حين جاء البقية لأغراض القيام بالأعمال والمهام[13].

ويظهر تخلف القطاع السياحي بالجزائر عند إجراء المقارنات الدولية والإقليمية. فخلال سنة 2016 استطاعت فرنسا، كأول وجهة سياحية عالميا استطاعت أن تستقطب أكثر من 82 مليون سائح، في حين تمكنت الولايات المتحدة الأمريكية، كثالث دول في هذا المجال، من استقبال حوالي 79 مليون سائح، بينما بلغ عدد زوار تركيا، التي تحتل المتربة الرابعة من بين الدول الأكثر استقطابا للسواح على المستوى العالمي، قرابة 45 مليون سائح. وعلى مستوى الإيرادات المتأتية من هذا النشاط فقد استطاعت الولايات المتحدة الأمريكية خلال سنة 2016 تحقيق إيراد سياحي فاق 200 مليار دولار، متفوقة بذلك على فرنسا التي احتلت المرتبة الثالثة في هذا المجال بإيراد قدره 45 مليار دولار. أما على المستوى الإقليمي فلقد تمكنت تونس خلال سنة 2016 من استقطاب حوالي 6 مليون سائح وحققت إيرادات بلغت 1.8 مليار دولار أمريكي، وهو ما يمثل حوالي 7 % من الناتج المحلي الإجمالي، في حين استطاع المغرب خلال نفس السنة من استقطاب 10 مليون سائح، وهو ما مكنه من تحقيق إيراد قدره 7 مليار دولار أمريكي، وهو ما يمثل نسبة تقارب 10 % من الناتج المحلي الإجمالي للبلد[14].

### 2.1. واقع السياحة بالجزائر استنادا إلى مؤشر التنافسية للسياحة والسفر

يتولى المنتدى الاقتصادي العالمي (World Economic Forum) [15]، حول القدرة التنافسية للقطاعات السياحية عبر العالم، إعداد ونشر مؤشر التنافسية للسياحة والسفر، الذي يمثل القدرة التنافسية للقطاعات السياحة عبر دول العالم المختلفة. هذا المؤشر ينقسم إلى ثلاثة مؤشرات فرعية، هي مؤشر الهيكل القانوني والتنظيمي وهو يتضمن خمسة عناصر؛ مؤشر البنية التحتية وبيئة الأعمال ويتضمن بدوره خمسة عناصر؛ مؤشر الموارد البشرية والثقافية والطبيعية وهو يضم أربعة عناصر. وتنقسم هذه المؤشرات الفرعية بدورها إلى عناصر فرعية يبلغ عددها 14 عنصرا تعبر عن مستوى الجذب السياحي.

ويعتمد التقرير في تحديد نقطة كل بلد ومرتبته على بيانات كمية، يتم الحصول عليها من مصادر مختلفة. كما يعتمد على نوع ثان من البيانات ذات طبيعة نوعية تجمع اعتمادا على مسوحات يقوم بها المنتدى نفسه. وتقيم مكانة البلد بالنسبة لكل مؤشر اعتمادا على سلم تنقيط يتراوح بين 1 و 6، ثم يحسب متوسط النقاط المحصل عليها بالنسبة لكل مؤشر. ويتم اعتماد الترتيب العالمي بالنظر إلى كل عنصر ولكل مؤشر، ليتم في الأخير تحديد الترتيب العام بالنظر إلى نقطة مجموع المؤشرات، وهي النقطة التي تحدد المكانة التنافسية للبلد في مجال السياحة العالمية. إن النقاط الممنوحة في إطار هذا المؤشر تسمح بتحديد جوانب القوة والضعف في القطاع السياحي للبلد محل الاعتبار، ويمكن اعتمادها بالتالي في تحديد الجهود الواجب بذلها لاكتساب قدرة تنافسية. ويعتبر البلد ذا ميزة تنافسية في مجال السفر والسياحة إذا جاء ترتيبه ضمن الخمسين الأوائل على المستوى العالمي.

حسب مؤشر سنة 2017 جاءت الجزائر في المرتبة 118 من مجموع 136 دولة شملها التصنيف المعتمد من قبل المنتدى الاقتصادي العالمي، في حين جات تونس والمغرب في المرتبتين 44 و 75 على التوالي[16].

ومن خلال تقرير التنافسية للسفر والسياحة نرى ضعف مقومات السياحة في الجزائر. ففي مجال الاستدامة البيئية، التي تعتبر عنصرا محددا في الجذب السياحي، الامر الذي يتطلب عناية أكبر.

أما عن الثقافة السياحية للمجتمع الجزائري، والتي تحدد مجال الانفتاح على السياسة وموقف السكان من الزوار الأجانب تعبر عن وضع صعب، لا يمكن تعديله بموجب سياسة سياحية تقضي ببناء عدد من الهياكل السياحية القاعدية. فهذا المؤشر يعكس المواقف السلبية للإنسان الجزائري تجاه السياحة عموما وتجه السواح الأجانب على وجه الخصوص. وباعتبار هذه المواقف تعبر عن سلوكات قد تكون متجدرة في عقلية ومخيلة الجزائري أو أنها أصبحت تطبع مواقفه نتيجة الأزمات المختلفة التي مر بها خلال تاريخه الحديث، بدء من الثورة التحريرية، اختلال البنى الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية نتيجة تبني خيارات تنموية أفضت إلى نتائج محدودة، أزمة أمنية خطيرة، فشل التجربة الديمقراطية، فشل النظام التعليمي... فإن معالجتها ليست بالأمر السهل إطلاقا، إذ يحتاج الأمر إلى تبني سياسات اقتصادية، اجتماعية، تربوية، ثقافية وإعلامية جدية تمتد على مدى زمني طويل.

## 2. الآفاق المستقبلية للقطاع السياحي في الجزائر

إن النهوض بالقطاع السياحي الجزائري يقتضي الاهتمام بمختلف المقومات السياحية. إلا أن الملاحظ أن الرغبة في النهوض بالقطاع السياحي الجزائري دفعت بالسلطات الجزائرية إلى الاهتمام بالجوانب المادية من المسألة، مغفلة الجوانب الثقافية والتربوية.

### 1.2. استراتيجية تنمية القطاع السياحي بالجزائر

إدراكا منها لأهمية القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد، ورغبة منها في إيجاد بدائل لقطاع المحروقات، أولت السلطات الجزائرية أهمية لهذا القطاع. فقد قامت وزارة الإقليم والبيئة والسياحة بتبني مخطط مدير للتهيئة السياحية ( SDAT: Schéma directeur d'aménagement touristique)، يرمي إلى جعل الجزائر وجهة سياحية دولية في حدود سنة 2025. وتم ذلك خلال الجلسات الوطنية والدولية للسياحة، التي انعقدت في الجزائر فيفري 2008. [17] وجاء هذا المخطط كجزء من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT) الذي يندرج ضمن التنمية المستدامة.

يرمي هذا المخطط إلى استغلال القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية المتاحة للجزائر وتسخيرها للنهوض بالقطاع السياحي، وهذا من خلال وضع آفاق قريبة (2009)، متوسطة (2015) وطويلة (2025) تهدف إلى ضمان تحقيق عدالة اجتماعية، فعالية اقتصادية وحماية البيئة داخل الجزائر خلال عمر المخطط[18].

ولقد قام هذا المخطط على تبني خمسة ديناميكيات جاءت على النحو التالي[19]:

- زيادة الجاذبية السياحية للجزائر من خلال تبني سياسة تسويق ملائمة؛
- ترشيد الاستثمار السياحي وتطوير وتحسين نوعية العرض السياحي في مختلف الأقطاب السياحية، وهذا من خلال تطوير نشاطات مستقبلية؛
- تحديد مخطط نوعي للسياحة الجزائرية؛
- دعم وتطوير الشراكة ما بين القطاعين العام والخاص من أجل تطوير السياحة؛
- توفير التمويل اللازم.

ولقد تم في هذا الإطار تحديد جملة الأهداف التالية[20]:

- الوصول إلى جذب 3 مليون سائح والحصول على عائدات تصل إلى 1,5 مليار دولار؛
- رفع عدد الأسرة الفندقية من 60,000 سرير إلى 120.000 سرير؛
- خلق 35.000 منصب عمل.
- إخضاع النشاط السياحي لمعايير العمل الدولية وتأهيل المؤسسات السياحية لتحقيق هذا الهدف؛
- تحسين تكوين اليد العاملة في القطاع السياحي؛
- وضع سياسة إعلامية تسمح بالتعريف والترويج للسياحة في الجزائر.

### 2.2. ضرورة الاهتمام بالثقافة السياحية

الملاحظ أن تفكير واهتمام السلطات الجزائرية انصب أساسا على الجانب المادي من النشاط السياحي. هذا الأمر يعتبر شرطا ضروريا لنشاط النشاط السياحي. إلا أنه يبقى شرطا غير كاف لضمان نجاح السياحة في الجزائر. فالأمر يستدعي من ناحية ثانية الاهتمام بتحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية من خلال تحسين سمعة الجزائريين كشعب مضياف يقبل بالآخر ويحسن معاملته.

لا بد من الاعتراف هنا أن تصرفات الغالبية العظمى من الجزائريين لا تتوافق والنشاط السياحي سواء كممارسة أو كتقبل لاستقبال الزوار، خاصة الأجانب ذوي الثقافة الغربية وذوي المستويات المادية العالية.

إن النهوض بالسياحة في الجزائر يقتضي وضع سياسة تثقيفية تبدأ،كما سبق القول، من المدرسة وتستمر في الجامعة ثم الشارع. ثقافة تركز على الضيافة والكرم، ثقافة تقوم على توفير الأمن والنظافة واحترام الطبيعو تزيين المحيط، وكذا حسن معاملة الضيف بدء من المطار وشرطة الحدود والجمارك، مرورا بسائقي سيارات الأجرة والتجار الصادقين في تعاملهم والذين يؤدون أعمالهم باحترافية، وكذا عمال الفنادق والمطاعم ومسؤولي وكالات الأسفار والمرشدين السياحيين الذين يقدمون عملهم بحب وتفاني، مرورا برجل الشارع الذي يجب أن يتحلى ببشاشة الوجه وحسن المعاملة...

إن النهوض بالقطاع السياحي يقتضي من الساهرين عليه التفكير في تقديم عروض سياحية جديدة لا تتعارض مع مقومات الشعب الجزائري. فاليوم نجد أن شرائح واسعة من المجتمع الجزائري تتحفظ من ممارسة النشاط السياحي بسبب غياب إطار ملائم يتماشى مع معتقده. وحتى السائح الأجنبي فإنه إذا لقي جوا سياحيا حميميا فإنه قد يرضا به ويقبل بأن يكبح مؤقتا بعض نزواته (الخمر، الجنس، الغناء...).

إن الوصول إلى تحقيق هذا المناخ السياحي سيضمن، إلى جانب توفير المقومات السياحية المادية، في ظل ما تتوفر عليه الجزائر من مقومات سياحية طبيعية وأثارية، النهوض بالقطاع السياحي بالجزائر وستكون إحدى نتائجه الأولى ترغيب الجزائريين في ممارسة السياحة داخل البلد، وهو ما سيكون فرصة للقطاع السياحي من امتساب خبرات ومهارت وقدرات تؤهله لاستقطاب سواح أجانب.

## خاتمة

إن النهوض بالسياحة لا يتوقف فقط على توفير الشروط المادية، إلى جانب المقومات الطبيعية والثاقفية للمجتمع، بل يقتضي من ناحية أخرى التمتع بقدرة على حسن استقبال الزوار وممارسة الفعل السياحي بشكل جيد، سواء من طرف السواح أو من طرف الساهرين على السياحة.

إن تمتع أفراد المجتمع بثقافة سياحية نابع من عوامل وراثية ترتبط بطبيعة المجتمع وتكوينه، كما ترتبط من ناحية ثانية بمكتسبات أفراد المجتمع التي تتحدد بمعتقداته وثقافته وتعليمه وإدراكه لإهمية السياحة كوسيلة للتعارف وتنمية العلاقات الإنسانية، إلى جانب أهميتها الاقتصادية.

إن تنمية الوعي السياحي هو أمر لا يتحقق بقرار، بل يتطلب عملا ذؤوبا متعدد الجوانب يقوم على تلقين أفراد المجتمع تربية أخلاقية ومدنية ودينية تنصب على احترام الطبيعة واحترام البشر وحب الآخر في ظل التمسك بالمقومات الإيجابية للمجتمع. إن تكوين هذه العقلية يتطلب جهودا متعددة تمتد خلال الزمن، جهودا تبدأ في الأسرة وتتدعم مرسسات التربية والتعليم وتتعزز أكثر من خلال وسائل الإعلام ووسائل التثقيف والتوعية. كما تتطلب عملية غنشاء وعي سياسي إيجاد إطار اقتصادي واجتماعي وسياسي يسمح بتحسن المستوى المادي لأفراد المجتمع ويمكنهم من المساهمة في بناء المجتمع، بشكل لا يخلق شعورا بالحرمان والإقصاء تتولد عنه روح انتقامية، تدميرية ى تهتم بالجانب السياحي، معتبرة إياه شكلا من أشكال الترف الذي يقوم به الميسورون ماديا والمتحررون أخلاقيا. من ناحية أخرى يقتضي الأمر خلق عرض سياحي يتماشى وتوجهات المجتمع الفكرية والدينية.

إن تحقيق هذه الأمور سيضمن بدون شك مناخا سياحيا ملائما، سيؤدي في حالة توفر مقومات الفعل السياحي الأخرى إلى النهوض حقيقة بالنشاط السياحي بشكل يجعل منه قطاعا مساهما بفعالية في توليد الثروة، خلق مناصب الشغل، تثقيف أفراد المجتمع... وهذا بشكل مستديم وضامن لمصالح الأجيال القادمة وحقهم في التمتع بمنافع السياحة.

## الهوامش


1. أحمد الجلاد، دراسات في جغرافية السياحة، عالم الكتاب، طبعة أولى، القاهرة، 1998، ص: 93.
2. أحمد الجلاد، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتاب، طبعة أولى، القاهرة 1998، ص: 108.
3. المنظمة العالمية للسياحة: مفاهيم، تعاريف وتصانيف لإحصاءات السياحة، دليل فني رقم 1 سنة 1995، ص، 10.
4. Pierre Py : le tourisme, un phénomène économique, édition les études de la documentation française, Paris 1996, P 09.
5. شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه علوم تخصص تسيير، كلية العلوم الاقتصادية، التجاية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2015/2014، ص: 12.
6. مقال مطلع عليه يوم السبت 02 ماي 2020. www.alittihad.ae/wajhatdetails.php?id=5461
7. عاشور مريزق، بن نافلة قدور، التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر: القضايا والتحديات، ورقة بحث مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر. الواقع والآفاق، المنظم من طرف معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي للبويرة، يومي 11 و12 ماي 2010، ص: 4.
8. Babou. I, Callot.P, Les dilemmes du tourisme. Editions Vuibert, Paris, septembre, 2008.
9. Lazato – Giotart. J.P. Balfet. M. Management du tourisme, Pearson Education, Paris, 2004. P. 346.
10. Définition de la culture par l'UNESCO. *www.bak.admin.ch/themen/04117/index.html?lang=fr*
11. هناء حامد زهران، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، عالم الكتاب، الطبعة الأولى، القاهرة 2004، ص: 24.
12. عاشور مزريق، بن نافلة قدور، مرجع سبق ذكره، ص: 11.
13. هناء حامد زهران، مرجع سبق ذكره، ص: 24.
14. هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص: 68.
15. علي الخشيبان، ترسيخ الثقافة السياحية في المجتمع. الصعوبات والتطلعات، جريدة العرب الاقتصادية الدولية، الجمعة 01 ماي 2009، السعودية، متوفر على الموقع الإلكتروني: https://www.aleqt.com/2009/05/01/article_102503.html، واطلع عليه يوم السبت 02 ماي 2020.
16. حسين محمد أبو العسل، مستوى الوعي السياحي لطلبة المدارس لإقليم الشمال، جمعية سحم التعاونية، 12 سبنمبر 2007، الأردن، متوفر على الموقع الإلكتروني: http://kenanaonline.com/users/SahamAlkefarat/posts/63391، واطلع عليه يوم الاثنين 04 ماي 2020.
17. وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة. 2016.
18. نبيل بن مرزوق، صالح سراي، تنافسية الصناعة السياحية في الجزائر وتحديات تطويرها، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، الجزائر، العدد 03، مارس 2018، ص: 224.
19. http://www.wikipidia.org/
20. تأسس المنتدى الاقتصادي العالمي بسويسرا في سنة 1971، وهو عبارة عن منظمة دولية غير ربحية، يتولى إعداد تقارير اقتصادية عن اقتصاديات دول العالم تبين مشاكلها والحلول الممكنة لها.
21. تقرير التنافسية للسفر والسياحة، 2017. World Economic Forum, 2017

22. M.A.T.E.T. Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (S.D.A.T). Assises nationales et internationales du tourisme. Alger, février 2008.
23. وزارة البيئة والإقليم والسياحة، 2017.
24. Boudjani. M, Le tourisme en Algérie: Etat des lieux, Thèse de doctorat, Université d'Oran, 2008.
25. Sahel. S.M, Kerris. B.C, Nouvelle politique pour la relance du secteur touristique en Algérie: quelle stratégie?, 2éme journée de recherche sur le tourisme, Avril 2009.