

دور المهارات اللغوية في تنمية الثقافة السياحية وترقيتها في القطاع السياحي الجزائري

الباحثة: حبيب حورية*

houriahabibe@gmail.com

جامعة أبو القاسم سعد الله – الجزائر 2

الأستاذ: مقراني الهاشمي

mokranihachmi@gmail.com

جامعة أبو القاسم سعد الله – الجزائر 2

تاريخ النشر 2020/12/01

تاريخ القبول 2020/10/07

تاريخ الإرسال 2019/12/25

ملخص:

تلعب السياحة دورا مهما وجد فعال في حياة الفرد والمجتمع؛ لذا يجب الحرص على تنميتها وترقيتها بأنجع الطرق، ولا يتم تثمين قطاع السياحة وتفعيله إلا من خلال تنمية المهارات اللغوية لدى العاملين بهذا القطاع، حيث تعد اللغة محورا ذا أهمية في هذا السياق؛ حيث تعتبر وسيلة اتصال وتواصل ووعاء لحفظ التراث الإنساني مما يجعل منها حصنا منيعا الذي تحتمي به الأمم، وهو ما يبرز محورية اللغة في المنظومة السياحية نتيجة أهميتها في نشر الوعي والثقافة السياحية لدى المواطن الجزائري من خلال حملات توعوية - عبر مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية - بقصد التعريف بالآثار الموجودة في الوطن وأهمية الحفاظ عليها لتطوير السياحة وإنعاش هذا القطاع الحيوي الذي يعمل على دفع عجلة التنمية. فالثقافة السياحية تتم من خلال تحسيس العاملين في القطاع السياحي ومختلف القطاعات المندرجة ضمنه - كالفنادق والمطاعم والدليل السياحي - حول كيفية التعامل مع السياح من استقبال، مرور بالخدمات، وصولا إلى ثقافة جذب نفس السائح مرة أخرى نحو بلد أو منطقة محددة، كبدية لتعديل سلوكيات الفاعلين ومواجهة كل الظواهر السلبية الأخرى التي تؤثر على القطاع السياحي، لبلد يزخر بطبيعة خلابة لا تضاهيها دول أخرى رائدة في هذا المجال لذلك يجب تكاتف كل شرائح المجتمع بهدف نشر هذه الثقافة.

الكلمات المفتاحية: السياحة، المهارات اللغوية، الثقافة السياحية، التنمية، الوعي السياحي.

Summary :

Tourism plays an important and effective role in the life of the individual and of society. Therefore, care must be taken to develop and promote it in the most effective way. The tourism sector is not valued and activated only by the development of the language skills of workers in the tourism sector, as language is a means of communication and communication and a container for the preservation of human heritage, which makes it the fortress The immunity that the nations protect, and this is what makes the language has its weight in the tourist system because of its importance in the dissemination of awareness and tourist culture among the Algerian citizen, through awareness campaigns, through various socialization institutions, making them aware of the effects existing in the country and the importance of preserving it. It must, in order to develop tourism and revitalize this vital sector, the engine of development.

* المؤلف المرسل

Tourism culture also involves sensitizing workers in the tourism sector and different sectors of it, such as hotels, restaurants and tour guide, on how to treat tourists from hospitality, passing through services, to achieve a culture of attracting again the same tourist to his country or a specific region, in order to begin to modify the behavior of the actors Confront all the other negative phenomena that affect the tourism sector, for a rich country of a picturesque nature that has no equivalent in other leading countries in this field. Therefore, all segments of society must join forces in order to spread this culture.

Keywords: tourism, language skills, tourism culture, development, tourism awareness.

مقدمة:

تكتسي السياحة أهمية خاصة نظرا للخصوصية التي يتمتع بها هذا القطاع الحساس؛ كونها اليوم أصبحت صناعة تشهد منافسة جد شديدة بين الدول الناشطة في هذا المجال، فعلى الدول تقصي مكانزمات لنشر ثقافة سياحية على مختلف مستوياتها وجعل المجتمع مجتمعاً سياحياً بمعنى الكلمة، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال اكتساب الفاعلين في المؤسسات السياحية للمهارات اللغوية باعتبار اللغة من الأمور المهمة التي تؤثر على شخصية الإنسان وتفكيره وهويته والتي تبقى ملازمة له طيلة حياته، فهي الوسيلة التعبيرية الأولى التي يعبر فيها الإنسان عما يجول في خاطره. وقد أكد علماء فقه اللغة المحدثين ما يلي: "إن الإنسان لا يفكر حتى في ما بينه وبين نفسه إلا في أثواب من اللغة".

وفي هذا المقام يمكن الوصول لمواكبة الدول الرائدة في مجال السياحة من خلال التحكم في المهارات اللغوية باستغلال مختلف الموارد التي توفرها البيئة السياحية. وفي هذا السياق؛ تسعى الجزائر ومنذ الاستقلال إلى تحقيق التنمية السياحية والنهوض بالقطاع السياحي من خلال مختلف السياسات السياحية التي انتهجتها، والخطط التنموية الخاصة بهذا القطاع. لكن؛ وبالرغم من ذلك تبقى السياحة في الجزائر بعيدة عن ركب الدول السياحية، ذلك كونها تركيزها في إطار السياسات التنموية على البنية التحتية للقطاع مُعَيَّبةً في ذلك دور الفرد كسائح.

فتحدي الجزائر اليوم هو كسب الفرد المحلي كسائح -داخليا ومحليا- وذلك من خلال إتباع الخطط التسويقية الهادفة إلى بناء وتنمية ثقافة سياحية محلية لدى هذا الفرد الذي يشكل النقطة الأولى وحجر الزاوية لنجاح أي دولة في أي مشروع تطرحه وتسعى الوصول إليه وإعطاء صورة سياحية إيجابية عن مقاصد السياحة الجزائرية باعتبارها ركيزة هامة لجذب السياح الأجانب.

مشكلة البحث: تتمثل مشكلة البحث في محاولة البحث عن مفهوم المهارات اللغوية ودورها في تنمية الثقافة السياحية لدى المواطن الجزائري من خلال إعطاء تصور عام حول مدى مساهمتها في تنمية قطاع السياحة الجزائري مع محاولة الوقوف على أهم الدلالات التي تجعل من الثقافة السياحية نقطة تحول هامة للمقصد السياحي الجزائري، وذلك من خلال إعطاء صورة ايجابية عن السلوكات ولغة التواصل لدى المواطن الجزائري بغرض جذب السياح لزيارة الجزائر.

وتتفرع عن مشكلة البحث مجموعة من تساؤلات البحثية التالية:

- ما مفهوم اللغة والمهارات اللغوية؟ وما هي أهمية اللغة في قطاع السياحة؟
- ما طبيعة العلاقة بين اللغة والثقافة السياحية؟ أو كيف يمكن تفسير الطبيعة العلائقية بين اللغة والثقافة السياحية؟

- ما مفهوم السياحة والثقافة السياحية؟ وما هي أنواعها وجوانبها؟
 - ما أهمية الثقافة السياحية؟ وكيف يمكن تعزيز نطاق التعامل مع السائح؟
 - ما هي طرق وأساليب تنمية الثقافة السياحية؟ ما هو دور المهارات اللغوية في تنمية الثقافة السياحية؟
- وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي بحيث يمكن هذا المنهج من تقديم أهم المواصفات التي يتميز بها الموضوع والإحاطة بأهم الجوانب المختلفة فيه.

أهداف الدراسة:

- إبراز دور المهارات اللغوية في ترقية قطاع السياحة.
- استعراض أهم المشاكل التي تعترض قطاع السياحة الجزائرية.
- إبراز سبل تنمية الثقافة السياحية والنهوض بالقطاع السياحي الجزائري.
- تبيان أهمية الوعي في تحسين الوجهة السياحية والحفاظ على المعالم السياحية.

1- مدخل مفاهيمي حول اللغة والمهارات اللغوية:

1-1 اللغة: تعددت الآراء واختلفت في إعطاء مفاهيم واضحة حول اللغة باعتباره مفهوم متشعب متعدد من حيث الطبيعة والوظائف.

فهناك من يعرفها على أنها "مجموعة من العلامات والرموز - أي الأصوات التي يحدثها النطق للساني وتدرکها الأذان. (علاء كريم مطلق وزهير عباس عزيز، 2014، ص401).

فاللغة: هي ملكة إنسانية يكتسبها الإنسان بالتلقين عن الأبوين والمجتمع، حيث تصبح ملكة كسائر الملكات الإنسانية، كالخط والرسم والشعر وسائر الفنون الأخرى.

وفي هذا الصدد عرفها "ابن خلدون" على أن «اللغة في التعارف عليه هي عبارة المتكلم عن مقصوده، وتلك العبارة فعل لساني ناشئ عن القصد بإفادة الكلام، فلا بد أن تصير ملكة متكررة في العضو الفاعل لها، وهو اللسان وهو في كل أمة بحسب اصطلاحاتهم. (عبد القادر عبد الجليل، 2002، ص24).

أما "فردناند ديسوسير" (Ferdinand de Saussure) فيعرف اللغة بأنها: "نتاج اجتماعي لملكة اللسان ومجموعة من التقاليد الضرورية التي تبناها مجتمع ما، ليساعد أفرادها على ممارسة هذه الملكة، وبالتالي نظام من العلامات يرتبط بعضها ببعض" (نادية رمضان النجار، 2010، ص16).

إذن يمكن القول بأن اللغة: هي فن الاتصال وأداة للتواصل والتفاعل بين بني البشر مع بعضهم البعض.

أما المهارة في موسوعة علم النفس الحديث فهي تعني «القدرة على الأداء المنظم والمتكامل للأعمال الحركية المعقدة، بدقة وسهولة، مع التكيف مع الظروف المتغيرة المحيطة بالعمل». (محمد عبد الرحمن العيسوي، 2002، ص277) وهي السهولة والسرعة والدقة في أداء عمل ما بعد تعلّمه مع اقتصاد في الجهد. وبالتالي؛ فالمهارات اللغوية تعني القدرة على التحكم في العمل من خلال الدقة والسرعة واقتصاد في المجهود وفي أقل وقت ممكن بهدف تحقيق الغايات والأهداف.

2-1 أهمية اللغة في قطاع السياحة:

إن اللغة هي أساس الأمة التي تربط الحضارات ببعضها البعض، حيث تخلد الأمم، فكأنها مفتاح الغد الذي يختزل الماضي وإثره. فالثقافات تتحاور وتتداخل وتتلاقح -وكذلك اللغات- حيث يقول "ابن خلدون" في هذا الصدد: "اللغة المهيمنة هي لغة الدولة المهيمنة"؛ وهو حال اللغة في المؤسسات السياحية حيث أصبحت تغلب عليها مختلف المهارات اللغوية نتيجة تعدد اللغات الأجنبية، وهذا ما حتم على العنصر البشري العامل في قطاع السياحة تعلم -ما أمكن- من أجل تسهيل عملية التواصل مع الضيوف والزائرين للبلد، وبالتالي الوصول إلى مستوى أفضل في تقديم الخدمات ونيل رضا الزبائن، مما يؤدي إلى زيادة التبادل الثقافي مع الدول الوافدة للجزائر، وإقامة علاقات طيبة معهم. وبالتالي إعطاء صورة إيجابية عن قطاع السياحة الجزائري من جهة والشعب الجزائري من جهة أخرى.

3-1 إشكالية العلاقة بين اللغة والثقافة:

يعد مجال السياحة ومؤسساتها من الدعائم الأساسية في التعريف بالشعوب وعاداتها وثقافتها القومية في أرجاء العالم، إذ تكون اللغة هي الوسيلة والأداة الفاعلة في إنجاح ذلك. من هنا اتخذت المهارات اللغوية حيزا لا يُستهان به في القطاع السياحي، فهي تساهم لا محال في تعزيز الهوية الوطنية والتعريف بالسياحة، فالفاعلين في قطاع السياحة يتواصلون مع بعضهم البعض من خلال اللغة والتي تعبر عن شخصية الإنسان وتميزه عن غيره من الكائنات الحية باعتبارها الوسيلة التي يستطيع الاتصال بها بمن حوله، فالاتصال حق طبيعي كفله المولى عز وجل لبني البشر، وهذا الأخير لا يتأتى إلا باللغة التي لازمت الإنسان طوال مسيرة حياته كما تعد وسيلة التفاهم ووعاء الحضارة فضلا عن أنها ترسخ في عقول أبنائها منذ الصغر أفكارا وعادات وتقاليد تُعبّر عن ثقافة المجتمع. وفي هذا الصدد تعبر اللغة عن هوية الفرد العامل في المؤسسة، باعتبارها المستودع الأمين الذي تحتزن فيه مقومات الانتماء، وذاكرة المستقبل ولا تكتمل الهوية الثقافية ولا تبرز خصوصيتها الحضارية إلا إذا تجسدت مرجعيتها في كيان شخص تتطابق فيه ثلاثة عناصر: الوطن، الأمة، والدولة.

وهذا ما أشار إليه الفيلسوف الألماني "مارتن هيدغر" (Martin Heidegger)، حيث يقول في هذا الصدد "إن لغتي هي مسكني، هي موطني ومستقري، هي حدود عالمي الحميم ومعالمه

وتضاريسه، ومن نوافذها ومن خلال عيونها أنظر إلى بقية أرجاء الكون الواسع"، فاللغة تدل على هوية الفرد وتكشف عن ذاته.

ومن هذا المقام يرى "بيورشفيلد" (Purefield) أن اللغة أصبحت سمة مصاحبة للثقافة والفكر، لدرجة أن الشخص المثقف في مجتمع ما، أو الحاصل على مستوى تعليمي عالٍ وليس له مهارات اللغوية يُنظر إليه بشيء من الانتقاص أو الحساسية، وربما يمارس ضده الإقصاء.

إن كانت اللغة قوية وصلبة فباستطاعتها هضم المؤثرات اللغوية والثقافية من أي لغة وحضارة، ولا يؤثر ذلك في نسيجها اللغوي، وبالتالي يقوي هذا من الحفاظ عليها وعلى الهوية والثقافة معا، أما إذا كانت اللغة ضعيفة فهي لا تستطيع هضم المؤثرات؛ فنصهر في المؤثرات اللغوية الجديدة والقوية. وعملية الانصهار هذه لا تكفي؛ بل تقوم هذه اللغة القوية على الهيمنة والأخرى على التبعية. وهذا هو حال الفرد الناشط في المؤسسة السياحية؛ فإن كان يتمتع بمهارات لغوية جيدة يتمكن من التعامل مع مختلف السياح والضيوف فالوعي السياحي مطلوب لدى الفرد الجزائري من خلال تمكنه من اللغة كونها وسيلة التواصل مع السياح الأجانب والمحليين، هذا ما يساعد في نقل صورة جميلة عن المجتمع الجزائري والعادات والتقاليد والحلي والمصنوعات التقليدية وشخصية الفرد بصفة عامة، كما يكتسب لغات جديدة تساعده في التأقلم والتكيف. فاللغة هي عنوان الوجود والهوية.

2- مفهوم الثقافة السياحية وأنواعها ومبادئها

2-1 مفهوم الثقافة السياحية

قبل إعطاء مفهوم للثقافة السياحية لابد من تحديد تعريف بسيط للثقافة، حيث يتشكل "مفهوم الثقافة السياحية" من مفهومين اثنين "الثقافة" و"الثقافة السياحية".

إن الثقافة هي من صنع الإنسان، وتمثل مجموعة خبراته، وهي نتيجة لما يمتاز به من قدرات تمكنه من الاختراع والابتكار. وهي تنتقل من جيل لآخر، حيث تعرف هذه الأخيرة على أنها طريقة فهم الحياة، وكيفية تنظيمها وأساليب عيشها والتي تميز مجتمعا معينا عن غيره من المجتمعات وتعطيه وجهه الأصلي ومن ثم شخصيته. والثقافة بالنسبة للفرد في المجتمع هي عطاء يتسلمه منذ ولادته ويتطبع عليه في أنماط سلوكه وطرائق تفكيره وإدراكه كما هو موجود في العالم الخارجي.

ويعتبر عالم البريطاني "إدوارد تايلور" (Edward Taylor) (1832-1917) هو السبّاق في وضع أول تعريف شامل لمفهوم الثقافة حيث يقول بأن: "الثقافة هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والأعراف والقدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضوا في المجتمع" (دوني كوش، 2002، ص 60).

وهناك تعريف آخر لـ "غي دوشيه" (Guy Douche) يقول فيه "الثقافة هي مجموعة من العناصر لها علاقة بطرق التفكير والشعور والفعل، وهي طرق صيغت تقريبا في قواعد واضحة والتي اكتسبها وتعلمها وشارك

فيها جمع من الأشخاص تستخدم بصورة موضوعية ورمزية في آن معا، من أجل تكوين هؤلاء الأشخاص في جماعة خاصة ومميزة" (عماد عبد الغني، 2000، ص 36).

ومن خلال التعريفات السابقة نستنتج أن الثقافة هي: مجموعة من القيم والعادات والتقاليد التي يكتسبها الفرد من المجتمع الذي يعيش فيه من خلال تفاعلاته اليومية.

أما مفهوم الثقافة السياحية: فهي عملية اكتساب الفرد للمعلومات السياحية حول المنطقة التي يعيش فيها من خلال امتلاكه لقدر من المعارف والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم التي تمثل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المشتملات والمظاهر السياحية وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح. (دنان عبد الغني، اطلع عليه في 2018-02-30)

وعرفها آخرون على أنها "عملية اكتساب الفرد لمعلومات سياحية عن البيئة التي يعيش فيها، وبالتالي مساعدته على توظيف هذه المعلومات والاستفادة منها بما يؤدي إلى النهوض بالسياحة. (هناء حامد زهران، 2004، ص 24).

وفي تعريف آخر للثقافة السياحية هي عبارة عن شكل من أشكال الوعي الاجتماعي الذي ظهر نتيجة توسع نشاط الإنسان وحاجاته ومتطلباته، فالوعي الذي يعني إدراك الفرد وفهمه للسياحة وأهميتها الاقتصادية وتقديره للتنمية السياحية، من خلال زيادة معرفة المواطنين بالمعلومات حول المناطق السياحية ومقومات الجذب بها، وصور النشاط السياحي فيها هي بداية الطريق لبناء قاعدة قوية من الثقافة والوعي السياحي؛ حيث تتراكم المعلومات المستقاة من الخبرات والمشاركات في مختلف النشاطات السياحية، وكذا الأدوار المهمة التي تقدمها وسائل الإعلام السياحي، مما تسهم في إشراك المواطن المحلي إيجابيا في التنمية السياحية والحفاظ على الثروات السياحية وإتباع سلوك سليم اتجاه مختلف العناصر السياحية وممارستها. (داليا محمد تيمور زكي، 2008، ص 109، 110).

بناءً على ما سبق؛ يمكن تعريف الثقافة السياحية بأنها: تزويد الفرد بالقيم والمعارف والمعتقدات والاتجاهات السياحية التي تسعى المؤسسات السياحية إلى بلورتها من خلال اتصالها بالمجتمع من خلال تحديد الصورة السياحية التي يكونها وعاداته السياحية وحاجاته المختلفة وترجمتها في مزيج تسويقي لبناء سلوك سياحي إيجابي، والعمل بها مستقبلا من أجل تطوير السياحة والنهوض بها.

2-2 أنواع الثقافة السياحية:

ثقافة السائح: يقصد بها ثقافة الدولة المصدرة التي يأتي منها السائح وتشمل عاداته وتقاليدته التي تجعله يتصرف نحو ما في الدولة، لذلك لابد من توعية وتثقيف السائح بثقافة المجتمعات المضيفة تجنباً لأي صراعات قد تحدث بين الثقافتين نتيجة وجود اختلافات بينهم.

ثقافة المجتمع المضيف: وهي عبارة عن ثقافة مجتمع الدولة المستقبلية للسائحين بما تشمله من عادات وتقاليد وقيم وتشمل كلا من ثقافة المواطنين المحليين وثقافة مقدمي الخدمات السياحية للسائحين أي العاملين في القطاع السياحي.

1-3 المبادئ المميزة للثقافة السياحية:

تقوم الثقافة السياحية على مجموعة من المبادئ الأساسية التي تميزها عن بقية الثقافات الاجتماعية والإنسانية الأخرى. (ددان عبد الغني، مرجع سابق، ص 04)؛ والتي يمكن توضيحها كالتالي:

تعد الثقافة السياحية عملية متكاملة معرفيا ومهاراتيا ووجدانيا كونها تتعلق بالجوانب القيمية والمعتقدات والاتجاهات التي تترجم على شكل سلوكيات من قبل الأفراد في بيئة معينة؛ إذ يجب أن تعتمد على الأصول لتعزيز السياحة انطلاقا من الخصوصية المكانية القوية لأنها تمنح الإمكانات السياحية ووجدت باستمرار لتأكيد الهوية. "إن المنطقة السياحية هي حقا مكان الاجتماع من الجهات الفاعلة من مناطق مختلفة ولكنها مترابطة مع بعضها البعض ارتباطا وثيقا من خلال السياحة الثقافية في الإقليم، لذا لا يمكن إغفال الثقافة في استراتيجية تنميتها.

(Laure Juanchich, 2007, P.06)

✓ هي شكل من أشكال الوعي الاجتماعي الذي ظهر نتيجة توسع نشاط الإنسان وحاجاته ومتطلباته. فالوعي يعني إدراك الفرد وفهمه للسياحة وأهميتها الاقتصادية وتقديره للتنمية السياحية. كما تعتبر زيادة معرفة المواطنين بالمعلومات حول المناطق السياحية ومقومات الجذب بها وصور النشاط السياحي فيها هي بداية الطريق لبناء قاعدة قوية من الثقافة والوعي السياحي، حيث تتراكم المعلومات المستقاة من الخبرات والمشاركات في مختلف النشاطات السياحية، وكذا الأدوار المهمة التي تقدمها وسائل الإعلام السياحي مما يساهم في إشراك المواطن المحلي إيجابيا في التنمية السياحية بالحفاظ على الثروات السياحية وإتباع سلوك سليم اتجاه مختلف العناصر السياحية وممارستها. (داليا محمد زكي تيمور، مرجع سابق، ص 110).

✓ هي امتلاك الفرد قدرا من المعارف، المعلومات، المفاهيم، الاتجاهات، والقيم التي تمثل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك الفرد سلوكا سياحيا رشيدا نحو المظاهر السياحية، وكذا العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح، كما لا بد على الدولة من تنشيط التوسع السياحي المحلي للمواطن.

✓ تفعيل دور اللجان السياحية في مختلف المناطق بالولاية، أو عبر مختلف الولايات، بما يكفل توفير الجودة في المنتج السياحي، ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العاملة في الميدان السياحية.

✓ لإعداد وتطوير البرامج التي تُعرف على معالم ومناطق البلاد المختلفة ومقوماتها بشكل يحفز على التنقل إلى هذه المناطق والتعرف عليها عن قرب.

✓ رفع المهارات المتعلقة بالعنصر البشري العامل في القطاع من خلال الدورات التكوينية وبرامج التأهيل، إلى جانب العمل على اغناء التراث الثقافي المحلي عن طريق الاحتكاك بمختلف الثقافات الأخرى، وكذا خلق نوع من التمازج والتجانس والاستثمار في التنوع الثقافي المحلي. وفي هذا الصدد؛ من المهم أن نشير إلى أن نجاح عملية تنمية الثقافة السياحية وعلى مستويات عدة -والتي يعد المستوى المحلي أهمها- ومفتاح نجاح أي مؤسسة أو دولة في عملية التنمية وعلى أصعدة مختلفة مرده تضافر مختلف الجهود ومن مختلف الفاعلين كأشخاص أو مؤسسات.

✓ خلق مجتمع مستقطب وغير طارد للسياحة؛ وذلك من خلال بناء ثقافة مشجعة على الترويج للسياحة، ويتعلق ذلك بفن الاستضافة وتعميق الوعي بأهمية السياحة وعوائدها ليس على أصحاب القطاع والباحثين فقط، وإنما لدى المواطن العادي، ويرتبط ذلك بمدى إدخال هذه الثقافة ضمن مناهج التعليم في مراحله المختلفة.

كما يمكن لوسائل الاتصال الجماهيري - من تلفاز وإذاعة وصحافة- مع متطلبات الترويج السياحي وحسن استقبال السائحين توجيه عناية المواطنين للمحافظة على البيئة وحماية التراث. (ابراهيم كرمية، 2005، ص 273).

- ✓ مشاركة الهيئات والمؤسسات في تنفيذ برامج الثقافة السياحية.
- ✓ إقامة خطط مستقبلية خاصة ببرامج التنمية الشاملة للثقافة السياحية لدفع عجلة التنمية.
- ✓ الثقافة السياحية تهتم بالجوانب الثقافية والاجتماعية للمجتمع.
- ✓ المحافظة على البيئة والاهتمام بها.
- ✓ تبني نظرة مستقبلية من أجل ثقافة سياحية أفضل للرد
- ✓ إشراك أفراد المجتمع والمثقفين في إعداد برامج تنمية الثقافة السياحية (بلال بغداددي، 2013، ص 89).

3- أهمية الثقافة السياحية وأهدافها وجوانبها:

3-1 أهمية الثقافة السياحية:

- ✓ للثقافة السياحية أهمية كبرى يمكن ذكرها فيما يلي:
- ✓ فهم وتنمية التراث: (هناء حامد زهران، مرجع سابق، ص 25).
- إن الذاكرة التاريخية لأي دولة هي تراثها الحضاري، والتي تعمل الثقافة السياحية على تنميته والمحافظة عليه، من خلال تعريف المجتمع به، وكيفية المحافظة عليه واستغلاله بطريقة أمثل، وزيادة الوعي لدى المجتمع بأهميته.
- ✓ عالمية الثقافة السياحية: أصبحت الثقافة السياحية تقدم المعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات لجميع أفراد المجتمع -محليا ودوليا- من خلال دمج الثقافات في بوتقة واحدة وذلك من خلال ما أصبح اليوم يسمى بظاهرة العولمة، وزوال الحدود السياسية للدول.

- ✓ **حاجة المجتمع للتغيير:** إن المجتمع في حاجة إلى ضرورة التغيير في أنماط العلاقات الاجتماعية، والتي لا يمكن أن تحدث إلا من خلال التغيير الاجتماعي، الثقافي والاقتصادي.
- ✓ **ضرورة الثقافة السياحية للتنمية:** تعمل على إحلال قيم وتقاليد جديدة، تتماشى مع البيئة المحيطة بالفرد، والتي هدفها التغيير ورفع مستوى المعيشة لدى جميع شرائح المجتمع.
- ✓ **الثقافة السياحية نشاط اجتماعي:** الثقافة السياحية ضرورة لإعداد وتنفيذ خطط التنمية السياحية، حيث أن مشاركة الجماهير في إعداد برامج التنمية أمر مهم. (الياس سراب، 2002، ص 39).

2-3 أهداف الثقافة السياحية:

- بعد امتلاك الثقافة السياحية لدى الأفراد والمجتمعات ضروريا؛ وذلك لكونها:
- تساعد في إدراك الأفراد وفهمهم لأهمية السياحة وضرورة ممارستها بشكل مستمر.
 - تساهم في تنمية الاعتزاز بالمقومات السياحية ومظاهر الحضارة والمواقع الأثرية وغيرها.
 - تعمل على إحلال قيم جديدة وتقاليد تتماشى مع البيئة المحيطة بالأفراد والتي هدفها التغيير ونشرا لوعي السياحي لدى شرائح المجتمع.
 - تساهم الثقافة السياحية في تنمية الحس الإيجابي للمحافظة على المواقع السياحية وحمايتها للاستمتاع بها مستقبلا.
 - تكريس مبدأ حسن التعامل مع السياح (داخليين أو خارجيين) .
 - المحافظة على البيئة وحمايتها) المحافظة على نظافة الشواطئ، الغابات الحدائق الخ) .

3-3 جوانب الثقافة السياحية:

تعتبر الثقافة السياحية مسؤولية كل المؤسسات السياحية الموجودة في المجتمع بالإضافة إلى الأسرة والمدرسة، لأنها عملية مستمرة وليست مقيدة بوقت أو بمرحلة عمرية معينة. وثمة ثلاثة جوانب للثقافة السياحية تتمثل فيما يلي:

✓ الجانب المعرفي:

تعتمد الثقافة السياحية على الجانب المعرفي لأن المعلومات والمفاهيم هي أساس المعرفة والبحث، ويحتوي هذا الجانب على التعريف بالسياحة، مفهومها، أهميتها بالنسبة للاقتصاد الوطني، عوامل الجذب السياحي، أهمية السياحة الداخلية، صناعة السياحة، التخطيط السياحي، ومستقبل السياحة في البلد.

✓ الجانب المهاري :

المهارة هي الأداء الذي تعلمه الفرد، ويقوم به بسهولة وفهم، ويؤدي بصورة عقلية أو بدنية. ويركز الجانب المهاري للفرد على هذا الأداء في المجال السياحي من خلال قدرته على إعداد وتخطيط برنامج سياحي متكامل، التعامل مع السائحين، بالإضافة إلى القدرة على قراءة الخارطة السياحية وحسن استخدامها.

✓ الجانب الوجداني :

هو اكتساب الفرد لسلوكيات إيجابية ومرغوب فيها نحو السياحة والسياح، لكي يكون مساهم فعليا في التنمية السياحية، وإيجاد حلول لتطوير صناعة السياحة والتغلب على المشكلات التي تواجهها. (هناء حامد زهران، مرجع سابق، ص 24).

4- ضرورة الثقافة والتربية والوعي السياحي في سبيل النهوض بقطاع السياحة

1-4 دور الثقافة السياحية في تعزيز سلوكيات التعامل مع السياح:

تساهم الثقافة السياحية في رفع درجة التثقيف بين المجتمع المحلي في الدول السياحية ورفع درجة الوعي لدى المواطنين بثقافة التعامل مع السائح وتعزيزها، ويتجلى ذلك من خلال:

- اعتبار السائح عنصرا أساسيا في صناعة السياحة المعتمدة على جذب السائح وخدمته، وهنا يأتي دور الثقافة السياحية في نشر الوعي بأهمية السياحة والسائح ودوره في تحسين الوضع الاقتصادي.
- تعمل الثقافة السياحية كمحرك لدى أفراد المجتمع لإعطاء أفضل أثر لدى السائح عن شرائح المجتمع المختلفة، وبالتالي تحقيق أعلى مستويات التعامل مع السياح.
- تعزيز ثقة السائح بصناعة السياحة، بالتالي إيضاح مدى الرقي الذي يوفره المجتمع في التعامل مع السائح.
- ترجمة المفاهيم الإنسانية والحضارية والتراثية للتعامل مع السائح، وإشراكه في التبادل الثقافي على مستوى الأفراد والمجتمع.
- تقوم الثقافة السياحية بدور ترجمة المدونة العالمية لأخلاقيات السياحة ترجمة علمية، مما يولد مستوى أعلى للتعامل مع السائح.

4-2 دور التربية السياحية في خلق وعي لدى المواطن الجزائري:

إن التربية في جوهرها عمليات نفسية واجتماعية تصدر عن شخصية الإنسان بجمليتها -جسما، فكرا، وجدانا، إرادة وخلقاً- تتحقق على خير وجوها إذا شملت تلك النواحي وعملت على تكاملها، وتُفهم طبيعتها بالاستناد إلى الفكر الإنساني وتطور العلم الحديث في مجالات العلوم السلوكية خاصة، والممارسة الواقعية والتجريب، وتحتاج خاصة إلى سند من التحليل الفلسفي والتحليل العلمي، حيث يُعنى الأول بالأهداف والغايات، أما الثاني فيُعنى بالأساليب والوسائل. (مجمع اللغة العربية 1960، ص 469).

فالتربية وسيلة المجتمع في تحقيق فردية الفرد وجماعته، فهي تعمل من جهة على تنمية قدرات الفرد، تهذيب ميوله، صقل فطرته، وإكسابه مهارات عامة في نواحي حياته، كما تعمل في الوقت نفسه على تهيئته للعيش سعيدا في الجماعة، التكيف معها، المساهمة في نشاطها، والعمل لصالحها (جيمس جالجر، 1963، ص 7).

هكذا نلاحظ من خلال هذه التعريفات أن التربية هدفها الأساس (التطبيع الاجتماعي)، وهذا الهدف صاحب الإنسان منذ وجوده على سطح الأرض، بوصف الجماعة التي ينتمي إليها بعدا من أبعاده النفسية؛ بمعنى أن انتماءنا لجماعة بعينها، حاجة من حاجتنا البشرية التي لا بد أن تشبع وهذا ما أكد عليه إميل دوركايم (Durkheim)، "إن الإنسان اجتماعي بطبعه".

تلعب التربية السياحية دورا كبيرا في خلق الوعي السياحي، وتقوم بهذه العملية مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية والمجتمع المدني بكل مكوناته، والأهم هو دور المؤسسات التربوية كالأُسرة التي تغرس وتنمي في أبنائها التربية السياحية وتعزفهم بالأماكن السياحية وأهميتها وضرورة الحفاظ على البيئة والأماكن الأثرية والطبيعية، وتشاركها في ذلك المدرسة حيث تزود المتدريس بالمعلومات عن المقومات السياحية الموجودة في بلده وتغرس فيه الثقافة السياحية وأهميتها. وتكمل العملية الجامعة عن طريق تنمية الثقافة السياحية وتنظيم الرحلات السياحية. ويعتبر دور وسائل الإعلام باختلافها أمرا لا يقل أهمية في هذا المجال بتقديمها للبرامج الثقافية عن المعالم السياحية للبلد، والتعريف بالحضارات والأماكن الأثرية والطبيعية، والتوعية والتثقيف للمحافظة على المعالم السياحية والبيئية، وحث الأفراد على السياحة الداخلية والخارجية، والدفع لفهم سلوك السياح ونشر الثقافة السياحية بشكل عام بالتعاون مع مختلف المؤسسات والمنظمات والجمعيات والوكالات... الخ.

ولهذه التربية أو الثقافة السياحية محددات لتشريبها للأفراد ومن هذه المحددات نذكر:

1. أن تكون شديدة الارتباط بواقع المجتمع خاصة العربي الإسلامي حيث لا تقتصر على تبني السياسات والأبحاث الغربية أو البعيدة عن البيئة المحلية.
2. أن تبني على ثقافة المجتمع خاصة التقاليد والعادات العربية والإسلامية الأصيلة كالثقافة الجزائرية مثلا.
3. أن تتماشى مع الإمكانيات والقدرات المتعلقة بكل فرد، والتعرف على احتياجاته، وأن تلمس مشكلاته، وضرورة إقناعه بالسياحة الداخلية أو المحلية، وتنمية الحس السياحي والأمني لديه.
4. أن تكون الأطراف المختصة بنشر الثقافة السياحية ملمة بهذا الحقل الهام، وبالأثار الإيجابية والسلبية للظواهر المستجدة.
5. تفعيل التعاون بين الأجهزة المختصة بالتثقيف السياحي والأجهزة والمؤسسات الأخرى خاصة المدرسة ودور الشباب.
6. إدراج مواد الثقافة السياحية في المدارس بالإضافة إلى برامج علمية وخرجات تطبيقية للسياحة.
7. تنظيم المؤتمرات والندوات والحلقات العلمية والاهتمام بالمعارض التي تعالج مشاكل وقضايا السياحة، وإعداد برامج إعلامية عن السياحة (الإعلام السياحي)، وتلقي الأفكار والاقتراحات والدراسات العلمية المساهمة في تطوير قطاع السياحة.

والأهم في هذه الثقافة أو التربية السياحية أن تبدأ في سن مبكر لأنه كلما تقدم سن الفرد كلما قلت قابليته واستجابته للتثقيف والتربية السياحية المستكملة لشخصيته، وصعوبة ما تعود عليه لأن الفرد تابع لثقافته.

4 - 3 أهمية الوعي في ترقية السياحة

إن ترقية ثقافة الفرد وتشكيل وعيه السياحي مطلب ضروري لتحقيق التنمية، وتعتبر ثقافة الفرد مؤشرا صادقا على درجة الوعي الذي يتمتع به، وتكون العلاقة بين الوعي والثقافة في شكل تناسب طردي، حيث تلعب القيم دورا مميزا في بنية الوعي لدى الأفراد، ليس من منظور إسهامها في تحديد نظرة الشخص وتصوراتها للزمان والمكان وللإنسان (علي عبد الرزاق جليبي، 1984، ص156). وللعلاقات الاجتماعية والطبيعية، بل لأنها أيضا تدخل في تحديد مواقفه وتوجيه سلوكه «وتلعب الثقافة دورا مهما في الخلفية التاريخية للوعي لدى الفرد في سيرته المعاصرة وتوجهاته المستقبلية والوعي مرتبط ارتباطا وثيقا بالحياة وبكل جوانب التاريخ الاجتماعي؛ ولكي ينمو الوعي ينبغي توسيع وتدعيم الأساس المادي للإنتاج والثقافة وانتشارها وذلك من خلال برامج التربية والتعليم وتطوير العلوم والفنون ودعم وسائل الإعلام وتطويرها كما يجدر الإشارة لكون السياحة ترتبط باسم وسمعة الدولة والمنطقة، ولهذا يجب على كل فرد المحافظة على هذه السمعة كما يحافظ على سلامة اسمه وسمعته، وربما أكثر. فالسائح الوافد ينظر للدولة بكل ما فيها ومن فيها، وهو يكون انطباعه من واقع ما يشاهده ويلمسه - وليس فقط في المنشآت السياحية-، ولكن في كل مكان يتواجد فيه، فنظافة الفندق، والمطعم ووسيلة المواصلات، لا تغني عن نظافة المدينة والشارع، وكل ما يقع عليه نظر السائح من الأفراد والأشياء فما أكثر الوقائع التي نعيشها والتي تبين لنا كيف يؤدي غياب الوعي بالسياحة وأهميتها إلى حدوث أضرار جسيمة تفتك باقتصاد البلد وسمعته وهيبته، والنيل من كرامة شعب بأكمله .

لا شك أن غياب الوعي السياحي ناتج أساسا عن جهل بعض الأفراد لأهمية السياحة -اقتصاديا وإعلاميا وحضاريا وثقافيا-. ومن مظاهر الوعي السياحي البسمة والكلمة الطيبة والمساعدة المهيبة والأمانة في القول والتعامل، وكل السلوكات الحسنة التي تنم عن الوعي بأهمية السياحة ودورها في التنمية المحلية والوطنية. ونظرا لتراكم السنوات وتسارع النمو الثقافي نتيجة تطور وسائل الاتصال ما أدى لتعقد الحياة وصعوبة متابعة الفرد للتغيرات المتسارعة التي تحدث في المجتمع، كان من الواجب القيام بتربية سياحية عن طريق التعليم والحملات الإعلامية المتواصلة وفق خطط مسطرة وهادفة بغرض تنمية الوعي السياحي وتأكيد له لدى جميع أفراد المجتمع على مختلف مستوياتهم الثقافية.

4-5 ضرورة الأمن السياحي للنجاح النشاط السياحي:

من البدهة أن السائح يحتاج قبل كل شيء إلى ضمان أمنه وسلامة جسده وأمتعته من أي مساس مادي أو معنوي سواء أكان صادرا من طرف القائمين على تسيير المرفق السياحي أو من عامة الناس. ولكي يزدهر النشاط السياحي ويرتقي إلى المستويات المطلوبة يتوجب الأمر توفر الأمن بمفهومه الواسع لتجنب أشياء مثل الحوادث والأمراض المعدية والكوارث الطبيعية وغيرها. فأى إخلال بهذا الشرط سيؤدي حتما إلى إلحاق أضرار

مادية ومعنوية جد بليغة بالسياحة كتقليص مدة الإقامة المقررة سلفا أو عدم الرجوع إلى هذا المرفق ثانية أو اللجوء إلى الانتقام بإعطاء صورة مشوهة للمقرين. وهكذا يتم طعن السياحة بطرق مباشرة وغير مباشرة.

إن توفير الأمن واحترام السائح يستوجب التزود بقدر كبير من الثقافة السياحية التي يكتسبها الفرد من البيئة التي يعيش فيها، ومتى توافرت هذه الأخيرة، فإن أي فرد -وفي أي موقع- سيكون واعيا كل الوعي بالنتائج السلبية الممكن حدوثها عن سلوكه اتجاه السياح المحليين والأجانب؛ سواء تحسد هذا السلوك في القول أو الفعل. إن التعامل بالانفعال مثلا أو إخفاء المفقودات، أو محاولة ابتزاز السائح، أو التحايل عليه، أو التحرش به وسرقة ممتلكاته، كلها تعتبر من المظاهر الممقوتة والرواسب المتخلفة التي يجب الحيلولة دون وقوعها لتطوير السياحة وبعث الحيوية فيها، وبالتالي إعطاء صورة إيجابية عن مقاصد سياحية جزائرية.

4 -آليات تنمية الثقافة السياحية في القطاع السياحي

4-1 مؤسسات التنشئة الاجتماعية ودورها في نشر وتنمية الثقافة السياحية:

يتطلب نجاح أي سياسة سياحية جهودا جبارة في مجال "إعادة تكوين الإنسان"، وهذا العمل لا يمكن إنجازه بين ليلة وضحاها، بل هو عمل ينطلق منذ نشأة الطفل الأولى في أسرته الأولى ليستمر الجهد بعد ذلك في مختلف الأوساط التي تدخل في تربية الطفل من الوسط المدرسي إلى الوسط الاجتماعي متعدد الأوجه. ويمكن ذكر المؤسسات التي لها دورا هاما في خلق الثقافة السياحية فيما يلي:

المؤسسات التربوية:

من خلال المناهج والمواد التدريسية، وتنويع طرق التدريس لتنمية الثقافة السياحية لدى طلاب المدارس بما يعرف بالتربية متعددة الثقافات. (ددان عبد الغني، مرجع سابق).

الأسرة والثقافة السياحية :

تعد الأسرة المدرسة الحقيقية لأي فرد، باعتبارها مؤسسة اجتماعية يسند إليها مهمة تربية الفرد وتعليمه لتجعل منه إنسانا راشدا سويا؛ فهي الممثلة الأولى لثقافة المجتمع وتراثه وعاداته وتقاليده وقيمه؛ فهي التي تؤثر بصورة مباشرة على سلوكه، ومسؤولة على تشكيل اتجاهات الناشئين. وعليه؛ فالأسرة لها دور مهم وكبير في تنمية الثقافة السياحية من خلال تنمية اتجاهات وقيم إيجابية لدى الأطفال والشباب عن السياحة وفائدتها على الفرد والمجتمع، كما للأسرة دور تربوي أيضا من خلال إكساب الأفراد كيفية التعامل مع السياح وحسن استقبالهم وضيافتهم وعدم الانصراف في ثقافتهم، مع تنمية السلوك الحضاري بالمحافظة على المكتسبات السياحية والبيئية إضافة الى تنمية روح الانتماء للوطن والاعتزاز به وبحضارته المختلفة.

المدرسة ودورها في تنمية الثقافة السياحية :

تعد المدرسة الوعاء الثاني لتشكيل ثقافة الفرد وسلوكه بعد الأسرة لما لها من دور في تنشئة الأفراد اذ يقع على عاتقها مسؤولية تنمية الإطار الثقافي المشترك للتماسك أبناء المجتمع من خلال تزويد المتدربين بالمعلومات

والمفاهيم والمهارات السياحية وإدراجها ضمن البرامج التدريبية، وتعليمهم ضرورة حسن التعامل مع السياح وحشهم على زيارة الأماكن الحضارية للبلاد، كما يجب تعريف الطلاب بالبيئة المحيطة بهم وتوعيدهم على احترام مكوناتها والحفاظ عليها، والتعريف بطرق التعامل مع السائحين باختلاف أجناسهم وثقافتهم.

دور الجامعة في تنمية الثقافة السياحية:

يجب أن لا يقتصر دور الجامعة على إعداد الخبراء السياحيين فقط، بل يجب عليها أن تقوم بإعداد مواطنين مثقفين سياحيا من خلال تعريف الطلاب بأهمية السياحة في تنمية الاقتصاد الوطني، والتأكيد على ضرورة النهوض بالقطاع.

وتنمي الثقافة السياحية لدى طلاب الجامعة من خلال إعداد برامج خاصة أو من خلال إدراجها ضمن المقررات الجامعية، كذلك من خلال الندوات، والمحاضرات، المؤتمرات، الجمعيات، ويجب أن لا يقتصر ذلك على الطلاب فقط، بل حتى على الأساتذة، كما تعمل الثقافة السياحية السليمة على تجنب التصادم، والصراع الفكري بين الشعوب، من خلال غرس القيم والمبادئ الدينية والأخلاقية بين أفراد المجتمع والشباب خاصة.

دور وسائل الإعلام : تلعب وسائل الإعلام هي الأخرى دورا لا يستهان به في نشر الثقافة السياحية بين المواطنين من خلال تقديم البرامج الثقافية عن المعالم السياحية في البلاد والتعريف بالحضارات المتعاقبة عليها بالإضافة الى التوعية والتحسيس للمحافظة على المناطق السياحية في البلد وتشجيع المواطنين للعمل في مجال السياحة وحث المواطنين على السياحة الداخلية، حيث تعمل الصحافة على التأثير على أفكار القراء ومعتقداتهم نحو السياحة من خلال تزويد قراء الصحف والمجلات عن الأماكن السياحية فهم سلوك السياح وكيفية التعامل مع السياح .

2-4-2 المجهودات المبذولة من طرف جميع قطاعات المجتمع في سبيل نشر ثقافة سياحية

القطاعات المستهدفة	الجهود المبذولة	الأهداف
صناع السياسات وقادة الرأي	- تسليط الضوء على القيمة الاقتصادية للسياحة. - إعادة تشكيل السياسات القطاعية الخاصة بالسياحة. - توسيع الدعم المالي لوزارة السياحة وهيئة تنشيط السياحة	-زيادة الدعم لسن السياسات والتشريعات ذات علاقة بالسياحة. -تحسن في حالة التأييد للقطاع السياحي. -زيادة تبني سلوك المبادرة في السياحة
ال جماهير العامة	-التشجيع على قبول المنافع الوظيفية للسياحة والاستثمار في المشروعات السياحية.	-تثقيف وتوعية شريحة كبيرة من السكان بأهمية السياحة.

	- ممارسة السلوكيات الطيبة واحترام السائحين. احترام البيئة والآثار ومواجهة التلوث.	- التعامل اللطيف والحسن مع السائحين.
المدارس والجامعات	- تحسين دور الشباب والطلبة في توعية زملائهم بأهمية السياحة. - الترويج للسلوكيات المرحبة بالضيوف والقائمة على الاحترام والكلمة الطيبة	- إدراك قيمة السياحة في البلد كمدخل لأسباب العيش الكريم - زيادة عدد الخريجين المدربين والمؤهلين للتعامل مع السائح في التخصصات الفرعية للسياحة.
العاملين في قطاع السياحة	- تحسين سلوكيات الضيافة الجيدة واحترام السائح لدى العاملين في القطاع السياحي - التأكيد على الممارسات الإيجابية والسلوك الأخلاقي الحسن في التعامل مع السائح	- زيادة أعداد العاملين الخاضعين للتدريب في القطاع السياحي الفندقي
المجتمع المضيف	- الحث على إنشاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة لدعم السياحة	- احترام المجتمعات المضييفة للسائحين وثقافتهم والتأكيد على أهمية السياحة وفوائدها على الفرد والمجتمع.

المصدر: يحيى شحاتة حسن الزق، تنمية ثقافة التعامل مع السائح في المقصد السياحي المصري، مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات، المجلد 1، مصر، ديسمبر 2018، ص 8

5-فاعلية المهارات اللغوية في تنمية الثقافة السياحية وترقيتها في قطاع السياحة الجزائرية:

تلعب المهارات اللغوية عنصرا فعالا في صناعة السياحة والضيافة، حيث تستعمل اللغة في إيصال المعلومات إلى الطرف الآخر والتأثير في سلوكياتهم ودوافعهم باعتبارها وسيلة اتصال وتواصل، فهي تسهل عمليات تقديم الخدمة للضيوف والزبائن من خلال معرفة احتياجاتهم والخدمات التي يفضلونها.

لذلك يجب اكتساب المهارات اللغوية التي تمكن من الاستفادة في جذب السياح، فهي ضرورة لا بد منها لكسب السائح المحلي والأجنبي، ويتحقق ذلك من خلال الاحتكاك والتفاعل بين الشعوب. فاللغة مصدر اتصال يساهم في فهم الشعوب لبعضها، فضلا عن زيادة التفاعل وتكوين علاقات وتوسيعها والتفتح الثقافي.

ويتوقف نجاح النشاط السياحي على مستوى الخدمات السياحية المقدمة للضيوف؛ فجودة الخدمة تتحقق بفضل تضافر جميع الجهود على مختلف المستويات في الهيكل التنظيمي من خلال معرفة وحل مشاكل الضيوف واهتماماتهم، والعمل بروح الفريق من أجل تقديم خدمات سياحية سلسلة وسهلة. ولا يتحقق هذا الأمر إلا بتوفر الأيدي العاملة المؤهلة ذات المهارات اللغوية الجيدة القادرة على تلبية احتياجات الضيوف، وبالتالي تحقيق الرضا والاقتران بجودة الخدمات المقدمة، وحسن الاستقبال، وتحقيق علاقات طيبة وجيدة من خلال إتقان فن التعامل

مع الآخرين؛ فاللغة السلسلة تساعد العاملين في القطاع السياحي على التعرف على العادات والقيم والثقافات وطرق التفكير وكيفية التعامل. وبالتالي فإن امتلاك المؤسسة السياحية لموارد بشرية تتميز بالمهارات اللغوية المتنوعة يعطي فرصة للضيوف لتكوين صورة ذهنية عن جودة الخدمات؛ مما يعطي انطبعا جيدا بخصوص مستوى الخدمات، وهذا ما يساعد على بقاء السائح لمدة أطول.

تعد اللغة سمة ثقافية بحد ذاتها، وهذا ما أشار إليه "ليفي شترواس" (Levi Strauss)، حيث اعتبر اللغة منتج للثقافة كونها جزءا هاما وشرطا أساسيا لها. وبفضل

اللغة يتم اكتساب الثقافة؛ فأغلب المؤسسات السياحية بحاجة ماسة لمختلف المهارات اللغوية من أجل تسهيل عملية الاتصال والتواصل مع السياح الوافدين للبلد. وهذا يستوجب تعلم مختلف المهارات اللغوية بنوعيتها، ولا يخفى عن أذهاننا أن اللغة ليست مجرد كلمات وحروف، فهي تشكل لدى الفرد صيغ مغايرة التفكير عن تلك المعتادة كونها تمثل ثقافة المجتمع المتحدث بها باعتبارها الوعاء الذي يحوي أفكاره ومشاعره، فهي مسألة تؤثر بالعاملين في مجال السياحة بالتفاعل الرمزي مع السياح.

ويعد الوعي بالتبادل الثقافي أحد أهم التأثيرات الإيجابية للسياحة، كونه يعمل على تنمية التفاهم بين الشعوب بحيث أصبح فرصة متاحة لتبادل المعرفة والأفكار، كما يتعرف الأفراد على عادات وسلوكيات الزائرين، وبذلك تتقارب المسافات الاجتماعية بينهم، مما يعمل بدوره على دعم التراث الإنساني واتساع الحلقة الحضارية على مستوى العالم ككل. فلم تعد السياحة إشباعا للفضول وحسب؛ وإنما تعمل على اكتساب الاحترام والتعاون المتبادل، وتبادل المعارف والقيم الثقافية التي هي أحد أهم التأثيرات الإيجابية للسياحة، حيث يعمل على تنمية التفاهم بين الشعوب بحيث أصبح فرصة متاحة لتبادل المعرفة والأفكار، وبذلك تتقارب المسافات الاجتماعية، مما يعمل بدوره على دعم التراث الإنساني واتساع الحلقة الحضارية على مستوى العالم ككل.

إن تامين قطاع السياحة وتفعيله لا يتم بمعزل عن نشر ثقافة سياحية لدى جميع شرائح المجتمع، وهذا من خلال حملات توعوية عبر مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية، حيث تسعى إلى توعية المواطنين وتعريفهم بالآثار الموجودة في الوطن وأهمية الحفاظ عليها، خصوصا وأن قطاع السياحة محرك اقتصادي بديل للنفط من خلال فتح مناصب للشغل وعنصر منتج للثروة. ومن هنا يمكن اعتبار هذا القطاع بمثابة قاطرة جارة للعديد من القطاعات الأخرى، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال بناء استراتيجية واضحة تتمثل في العمل على إنشاء سياحة داخلية موجهة للأسرة الجزائرية على مدار السنة، ثم استقطاب الجالية الجزائرية في المهجر ودفعها للمشاركة في الاستثمارات السياحية بالجزائر، وكذا النظر في طرق تعزيز سياحة الأجانب التي لا تزال تركز أساسا على السياحة في الجنوب والمناطق الداخلية.

كما يجب التنويه الى التوعية السياحية التي تتم من خلال تحسيس العاملين في القطاع ومختلف القطاعات المدرجة ضمنه، كالفنادق والمطاعم والدليل السياحي، حول كيفية التعامل مع السياح من الاستقبال، مروراً بالخدمات، وصولاً إلى ثقافة جذب نفس السائح مرة أخرى نحو بلده أو منطقة محددة، كبداية لتعديل سلوكيات

الفاعلين ومواجهة كل الظواهر السلبية الأخرى التي تؤثر على القطاع السياحي، لبلد يزخر بطبيعة خلابة لا تضاهيها دول أخرى رائدة في هذا المجال.

إن إنعاش هذا القطاع الحساس والمهم ليس من مسؤولية الناشطين في القطاع السياحي فقط، إنما على الجميع المشاركة، بما في ذلك المواطن البسيط، من خلال التخلي عن السلوكيات السلبية المسيئة لسمعة البلد كلها، والقطاع السياحي بشكل خاص لا سيما أن الجزائر بلد معروف بتعدد الثقافات التي تحتل أجمل وأسمى عبارات التنوع الثقافي والتراثي.

وفي هذا الإطار يجب التأكيد على أهمية تكوين العنصر البشري للنهوض بقطاع السياحة ومن ثم تحقيق ثروة حقيقية في المجتمع من خلال جعل ذكاء وخبرة العنصر البشري أهم الركائز الأساسية للنهوض بالسياحة"، والعمل على ترسيخ الثقافة السياحية لما لها من أهمية كبيرة في تحسين الصورة السياحية من خلال التقليل من الآثار السلبية التي ترافق صناعة السياحة الجزائرية من خلال بناء مجتمع واع ومثقف سياحيا، حيث تبنى هذه الثقافة على إدراك ووعي بأهمية القطاع بما يساهم في تشكيل محيط سياحي سليم.

خاتمة:

لم تعد السياحة ترفيهها بل أصبحت صناعة اقتصادية تهتم بها الدول وتنفق عليها الملايين وذلك لمرودها الاقتصادي والاستثماري الكبير. ولأن السياحة أصبحت خيارا اقتصاديا واجتماعيا مهماً، فقد أصبح من المهم أن تواكب الثقافة والوعي السياحي لدى المجتمع. ولا يتأتى ذلك إلا من خلال تنمية المهارات لدى العاملين بما يساهم في نجاح المشروع السياحي؛ فالثقافة السياحية التي يكتسبها الإنسان من خلال التنشئة الاجتماعية (الأسرة، المدرسة، المجتمع المدني) هي التي تساهم في ترفيه وتنمية السياحة المستدامة.

ومن هنا يمكننا الخروج بالتوصيات التالية:

- 1- تنمية المهارات اللغوية لدى العاملين في قطاع السياحة.
- 2- القيام بدورات تكوينية وتدريبية لاكتساب اللغات من أجل تسهيل التعامل والتواصل مع السياح.
- 3- تدريب المجتمع على الثقافة السياحية من خلال دورات تكوينية تخص الأسرة (العائلة).
- 4- القيام بحملات توعوية تحسيسية للتعريف بالأماكن الحضارية والمرافق السياحية الجزائرية.
- 5- العمل على نشر الوعي السياحي بين أبناء الوطن.
- 6- حث الأسرة على تنشئة أبنائها تنشئة اجتماعية سوية يُراعى فيها حب واحترام السائحين مما يؤسس لثقافة سياحية إيجابية.
- 7- ضرورة تدريب وتكوين العاملين في القطاع السياحي واكسابهم قيما ثقافية سياحية تساعد على النهوض بالقطاع.

قائمة المراجع والهوامش:

1. مطلق علاء كريم وعزيز زهير عباس، دور اللغة في زيادة كفاءة العاملين في القطاع السياحي، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 1001، 2014، ص 401.
2. عبد الجليل عبد القادر، اللسانيات الحديثة، دار صفاء للنشر، ط.1، عمان، 2002، ص.24.
3. النجار نادية رمضان، اللغة وعلم اللغة قديما وحديثا، دار الوفاء للطباعة. ط.1، الإسكندرية، 2010، ص. 16.
4. العيسوي محمد عبد الرحمن، موسوعة علم النفس الحديث، دار الكتب الجامعية، ط.1، المجلد 9، لبنان، 2002، ص.277.
5. كوش دوني، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة: قسم المقدار، منشورات اتحاد الكتاب العربي، سوريا، 2002، ص. 06.
6. عبد الغني عماد، سوسولوجيا الثقافة، مركز دراسات الوحدة العربية، ط.1، بيروت، 2000، ص.36.
7. عبد الغني ددان و تلي سعيد، الثقافة السياحية للمجتمع ودورها في تنمية السياحة الصحراوية، اطلع عليه 2018/02/30 >>fseccg/fac/dz.biskra-univ.
8. زهران هناء حامد، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، عالم الكتاب، ط.1، القاهرة، 2004، ص.24.
9. زكي داليا محمد تيمور، الوعي السياحي والتنمية السياحية مفاهيم وقضايا، مؤسسة الشباب الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص. 110.
10. عبد الغني ددان وتلي السعيد، مرجع سابق، ص.04.
11. Laure Juanchich .**Culture tourisme ettrriore lec apports du tourisme culturel au développement.** local master SECI, Institut d'études politiques : université Lyon2.2007.P.06.
12. زكي داليا محمد تيمور، مرجع سابق، ص.110.
13. كرمية ابراهيم، العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائر دراسة حالة وزارة السياحة، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص في اقتصاديات وتكنولوجيا الاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر. 2005، ص.273.
14. بغدادي بلال، متطلبات تطوير وتنمية القطاع السياحي في الجزائر" حالة المؤسسة الحموية بحمام ريغة ولاية عين الدفلى مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص اقتصاد الخدمات، جامعة الجزائر. الجزائر، 2013، ص.89.
15. زهران هناء حامد، نفس المرجع السابق، ص.25.
16. سراب إلياس، الرفاعي حسن وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع. ط.1، عمان، 2002، ص.39.
17. هناء حامد زهران، نفس المرجع السابق، ص.24.
18. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، الجزء الأول، باب السين، الياء والحاء، مطبعة مصر القاهرة، 1960، ص.469.
19. جالجر جيمس، الطفل الموهوب في المدرسة الابتدائية (بحوث تربوية في خدمة المعلم): ترجمة سعاد نصر، دار العلم، القاهرة، 1963، ص.07.
20. جلي علي عبد الرزاق، دراسات في المجتمع والثقافة والشخصية، دار النهضة العربية، بيروت، 1984، ص.156.
21. ددان عبد الغني، مرجع سابق.
22. شحاتة يحي حسن الزق، تنمية ثقافة التعامل مع السائح في المقصد السياحي المصري، مجلة كلية السياحة والفنادق، المجلد 1، جامعة مدينة السادات، مصر، 2018، ص.85.