

أهمية الاتصال في تطوير السياحة الدينية طبيعة الاتصال السائد بالزاوية التجانية - أنموذجا -

ط/د . عبد القادر علال

المشرف: د . رشيد بكاي . محاضر أ

جامعة عمار ثليجي الأغواط

الملخص:

تعد السياحة ركيزة أساسية لاقتصاديات بعض الدول وموردا رئيسيا لخلق الثروة وتوفير مناصب الشغل وتمويل المشاريع التنموية بها، كما بإمكانه أن يكون بديلا حقيقيا بالنسبة لدول أخرى لا تملك الكثير من الخيارات في مجال رفع حجم الصادرات وتنويع مصادر التحصيل المالي بالعملة الصعبة على غرار الجزائر التي تعتمد في مداخيلها بشكل شبه كلي على البترول في الوقت الذي تقدر فيه مساهمة السياحة بما قيمته 1.5 بالمائة من الدخل القومي الخام، وما يزيد من فرص الاعتماد على هذا القطاع أكثر من غيره وبغض النظر عن الإمكانيات المتعلقة بالسياحة الطبيعية على تعددها هو وجود رافد ذو أهمية قصوى ممثلا في السياحة الروحية، حيث تحتضن الجزائر مقر الخلافة العامة للطريقة التجانية بعين ماضي (الأغواط) والتي يصل عدد مريديها عبر كافة أنحاء العالم ما عدا الفاتيكان إلى 400 مليون مرید، مما يجعل من الطريقة ورقة رابحة لكسب رهانات ليست تنمية واقتصادية فحسب بل حتى اجتماعية وسياسية خصوصا في بلدان القارة الإفريقية، واستغلال هذا المكسب عن طريق توفير عوامل الجذب وتعريف الآخر بالطريقة التجانية وبجميع مكوناتها وبما تحمله بين ثناياها من تراث مادي ولامادي يقتضي رسم استراتيجية اتصالية واضحة المعالم تنطلق من الخصوصية الاجتماعية المحلية وتضمن ترقية هذا النمط السياحي وفق نسق يتماشى والتحول الحاصلة في مجال استعمال وسائل الإعلام والاتصال والتكنولوجيات الحديثة .

وبما أن تأثير وسائل الإعلام أصبح أمرا محسوما ولا جدال فيه وأداة فعالة لا يمكن الاستغناء عنها في الترويج للمنتج السياحي سواء كان مادي أو معنوي (روحيا) يتجلى هدف دراستنا في الكشف عن مدى توظيف الزاوية التجانية لوسائل الإعلام والاتصال وإسهامات ذلك في تبليغ رسائلها من جهة وتمكينها من أداء شتى أدوارها بداية بالجانب الروحي الديني وصولا إلى الجوانب الاجتماعية والاقتصادية .

الكلمات المفتاحية : الإعلام والاتصال - الاتصال السياحي - السياحة الروحية - الطريقة التجانية .

Résumé:

Le tourisme est considéré comme un secteur économique principal pour certains pays et une source unique des revenus et des postes d'emploi. Il peut également être une véritable alternative pour d'autres pays n'ayant pas ou peu de sources économiques comme les pays pétroliers. En Algérie par exemple la contribution du secteur touristique à l'économie nationale est de 1.5 du revenu brute. Outre le potentiel touristique naturel et culturel dont dispose l'Algérie, le tourisme religieux et spirituel est, à son tour, une ressource économique importante puisqu'elle déteint le siège de la plus grande et la plus importante confrérie musulmane à savoir, la Tijaniya

Cette dernière, dont le siège se situe à Ain Madhi à Laghouat, possède plus de 400 millions d'adeptes dans le monde, ce qui fait d'elle un véritable atout économique, social et politique pour l'Algérie. L'exploitation de cette ressource consiste donc à promouvoir ce type de tourisme spirituel et faire connaître son héritage grâce aux outils de communication modernes. Comme il s'est avéré que l'influence des outils de communication est inévitable dans tous les domaines, le tourisme spirituel peut donc en tirer partie.

L'utilisation des outils de communication modernes par la confrérie Tijaniya et leur contribution dans la promotion de celle-ci est l'objet de notre présente étude. Nous nous interrogeons également sur l'apport de ces outils pour la confrérie dans la perspective spirituelle, religieuse et, en passant socioéconomique.

Mots clés : outils d'information et de communication / communication touristique / tourisme spirituel / la confrérie Tijaniya.

مقدمة :

لا يختلف اثنان في أن وسائل الإعلام والاتصال قد اكتسبت أهمية كبيرة في بناء المجتمعات وأداء مختلف الأدوار ضمنها سواء بتجميع المعلومات وتوفير لها حتى تستطيع التكيف مع المتغيرات أو من خلال زيادة ترابط أجزائها (المجتمعات) بما يتيح لها الاستجابة للتحديات المحيطة بها ومن ثمة دفعها نحو النمو والتطور، ومن هذا المنطلق كان الارتباط الوثيق لتلك الوسائل بشتى الأنظمة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، والسياحة كظاهرة اقتصادية واجتماعية وحضارية ازدهرت وزادت أهميتها عبر الحقب لزمنية بفعل التطور العلمي والتقني الحديث لا سيما في شقه المتعلق بوسائل الإعلام والاتصال لم تحد عن هذا المنحى وبهذا اكتست هي الأخرى مكانة لا تائق في استراتيجيات ومخططات الدول والحكومات " فصناعة السياحة أو بتروال القرن الماضي كما يسميها البعض أصبحت الغاية الأولى لمعظم الدول المتقدمة والنامية على حد سواء لكن الدول المتقدمة كان لها نصيب الأسد من السياحة العالمية نظرا لطبيعة وضعها الاقتصادي وقدرتها المالية والبشرية على دعم قطاع السياحة وتطويره " ¹، ومعلوم أن السياحة تتعدد وتتنوع ومن بين أنواعها هناك السياحة الدينية (الروحية) التي يطغى على الجذب فيها العامل العقائدي الفكري أكثر من غيره ، ولعل الزوايا والمزارات والأضرحة لهي أبرز ما يستقطب السياح في هذا النمط السياحي ، وفي الخلافة العامة للطريقة التجانية الواقع مقرها بمنطقة عين ماضي بولاية الأغواط نموذج واضح

على إحدى أكبر قلاع السياحة الروحية بالجزائر ، وهذا ما يقودنا إلى طرح التساؤل الرئيسي التالي : ما هي الوسائل الاتصالية المعتمدة في الخلافة العامة للطريقة التجانية وما مساهمة ذلك في جذب المريدين والسياح نحوها ؟ ويندرج تحت هذا التساؤل سؤالان فرعيان :

- ما هي الوسائل التي تعتمد عليها الخلافة العامة للطريقة التجانية في نشاطها الاتصالي داخليا وخارجيا ؟
- ما مدى نجاعة الوسائل الاتصالية المستعملة من طرف القائمين على الطريقة التجانية في جذب السياح نحوها وفي تنشيط السياحة الروحية بالمنطقة ككل ؟
وتنطلق هذه الدراسة من فرضيتين هما :

- تغطي الوسائل التقليدية على طبيعة الاتصال القائم داخل الخلافة العامة للطريقة التجانية .
- الوسائل الاتصالية المتبعة بالزاوية التجانية لا تستجيب للتطورات الاجتماعية الحاصلة وبالتالي هي ليست ناجعة في تنشيط السياحة الروحية بالجهة .

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مواكبة القائمين على الخلافة العامة للطريقة التجانية بعين ماضي للسياق الإعلامي الراهن وحاجة السياحة الدينية إلى أساليب ترويجية تستخدم التكنولوجيات الحديثة في التعريف بتوجهاتها وقناعاتها ونشاطاتها لمريديها وأتباعها وكذا لعامة الجماهير بغية استقطابها .

ومجتمع هذه الدراسة هو الزاوية التجانية بعين ماضي بولاية الأغواط باعتبارها مقر الخلافة العامة لهذه الطريقة الصوفية .

ولجأنا الى استخدام أداة المقابلة لكون الخلافة العامة للطريقة التجانية لا تتوفر على جهاز للعلاقات العامة ولا خلية اتصال ولا مكلف بالإعلام وكل صلاحيات التصريح أو تقديم معلومات أيا كان نوعا مجتمعة لدى الخليفة العام دون غيره .

وقد قمنا بإجراء المقابلة بعد استكمالنا لضبطها بأسئلة مضبوطة (مقننة) وتقديمها لثلاثة أساتذة من قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الأغواط من أجل تحكيمها حيث تم التوافق الكلي على محتواها .

وجرت المقابلة بمقر الخلافة العامة للطريقة التجانية مع الخليفة العام للطريقة الشيخ علي التجاني المدعو سي بلعربي . يوم 8 ماي 2018

وقد تم تقسيم المداخلة على النحو التالي :

للمحور الأول : الإطار النظري (الاتصال السياحي - السياحة الروحية - الطريقة التجانية) .

للمحور الثاني : الجانب الميداني للدراسة (تحليل ومناقشة نتائج الدراسة - الاستنتاج العام للدراسة)

المحور الأول : الإطار النظري للدراسة :

أولا : الاتصال السياحي :

أ - تعريف الاتصال السياحي :

يعرف عبدالمجيد شكري الاتصال السياحي على أنه استخدام وسائل الاتصال والإعلام في الصناعة السياحية من أجل التعريف والترويج للمنتجات السياحية وضمان بيعها من خلال تقنيات البيع والتجارة، وبمنظرة اتصالية

فإن المرسل هو مصدر الاتصال والمستقبل هو الذي يتلقى الرسالة السياحية التي تكمن غالبا في المنتجات السياحية التي تقدمها الدول المرسل والمستقبل في آن واحد، أما مرسل الاتصال السياحي فيعد هو المستقبل في السياحة ومستقبل نشاط الاتصال السياحي يعد هو المرسل في السياحة² ويعد محمد حجاب أول من وضع تعريفا للاتصال السياحي واصفا إياه بأنه " تلك العملية الهادفة إلى نقل وتبادل المعلومات والأفكار والحقائق السياحية بين طرفي عملية الاتصال"³ مع إضافة جملة " عبر عدد من وسائل ومستويات الاتصال المختلفة .

وللأصل نقاط تماس كثيرة جدا مع السياحة فكلاهما مصدره الإنسان ويرجعان إليه ، ثم ان الاتصال يستغل في الترويج للسياحة والسياحة بدورها تضم في طياتها عمليات اتصالية وأشهرها على الإطلاق التنشيط السياحي الذي يعتمد على أدوات اتصالية محضة .

ويلتقي الاتصال مع الاقتصاد السياحي لحاجة هذا الأخير إلى تدفق وانسيابية المعلومات وما لذلك من تأثير على جذب المستثمرين نحو المجال السياحي علاوة على دوره في نشر الثقافة السياحية والتعريف بالعادات والتقاليد والموروث الشعبي وكلها روافد سياحية ، وهكذا فكل ميدان أو عامل توظفه السياحة لصالحها إلى وكان الاتصال داعما لها في ذلك كالمؤهلات الطبيعية أو البيئية على تعددها .

ويشير حجاب إلى التداخل الحاصل بين مصطلحي الاتصال السياحي والإعلام السياحي ، فالإعلام السياحي جزء من الاتصال السياحي الذي يحتوي فضلا عن الإعلام السياحي مضامين ونشاطات سياحية باستعمال العلاقات العامة والإعلان والدعاية ناهيك عن أن الاتصال يستخدم في مجالات أخرى عديدة كالتعليم والتدريب السياحي .

ويختلف الاتصال السياحي عن نظيره الإعلامي من ناحية أن الاتصال السياحي يحمل سمة الشمولية لكافة الأنماط كالاتصال الشخصي والجماهيري والوسائطي بينما الإعلام السياحي فيقتصر على وسائل الاتصال الجماهيرية ممثلة في الإذاعة والتلفزيون والصحف ، إضافة إلى أن الاتصال في متناول الجميع في حين الإعلام السياحي ينفرد به الإعلاميون المتخصصون في المجال السياحي ، وفوق كل هذا فالرسالة الاتصالية السياحية قد تكون تلقائية قد الإعلامية التي تكون مدروسة ومقصودة ومؤسسية ، واختلافات أخرى ترتبط بالمفاهيم الأصلية وبحسب تحديد التعريفات لكل منهما .

ومما سبق يمكننا القول بأن كل النشاطات والمبادرات المتضمنة نقل أو تبادل معلومات سياحية بغية ترويجها أو ترسيخ صورة ذهنية جيدة عن منتج سياحي إلى المتلقين تعتبر اتصالا سياحيا أما إذا استعملت في ذلك وسائل إعلامية فإن ذلك إعلاما سياحيا .

ب - الوسائل الجديدة في الإعلام السياحي :

إن الحديث عن وسائل الاتصال الجماهيرية يحيلنا مباشرة إلى الإعلام السياحي لذا لا بد من الإشارة إلى أنواع الاتصال المستخدمة في السياحة ومن بينها الاتصال الشخصي بما فيها وسائل الاتصال الشخصي للمندوب أو

المسوق السياحي وكذا للدليل أو المرشد السياحي مع اللجوء إلى وسيلتي الدعاية السياحية والإعلان السياحي وما يؤديه من وظائف بفرعها المتعلقة بالمعلنين أو تلك الخاصة بالمستهلكين .

ويمكن تقسيم الوسائل المستغلة في الإعلام السياحي بين كلاسيكية وأخرى حديثة ، فبخصوص وسائل الاتصال الجماهيرية الكلاسيكية فتشمل الوسائل البصرية وفي مقدمتها التلفزيون والسينما التي تحوي الإعلانات السياحية في التلفزيون ، الأفلام التسجيلية ، الأخبار السياحية في التلفزيون ، البرامج والرسائل التلفزيونية و الوسائل السمعية ممثلة في الإذاعة عن طريق الحديث المباشر ، الإعلان السياحي الإذاعي ، المجلة الإذاعية السياحية ، التحقيق الإذاعي السياحي ، بينما الوسائل المطبوعة فهي الصحف من خلال الإعلان السياحي في الجريدة ، التحقيق الصحفي السياحي ، الأخبار والتقارير ، الحديث الصحفي فضلا عن الوسائل الإعلامية الصحفية ومنها الصفحات السياحية المتخصصة ، المجالات ، النشرة الصحفية السياحية .

وتضاف إلى جميع هذه الوسائل أدوات أخرى كالصورة الفوتوغرافية والتلفزيونية والأدلة السياحية المطبوعة والملصقات الورقية وغيرها .

أما الوسائل الجديدة في الإعلام السياحي والتي هي نتاج السياق الإعلامي الحالي والمعروف ب " الإعلام الجديد " فتتمثل فيما يلي :⁴

1 - الانترنت : ففي الوقت الحالي أصبحت الانترنت تشكل وسيلة اقتصادية في توفير المصاريف للمنشآت السياحية في سبيل الوصول إلى أكبر عدد من الجماهير نظرا لسهولة وفعالية استعمالها مقارنة بباقي الوسائل ، فالمواقع السياحية على شبكة الانترنت تقدم العديد من الخدمات مثل أنظمة الحجز الآلي للفنادق ولتذاكر السفر ، وكذا خدمة البريد الإلكتروني والمنتديات الإلكترونية .

2- الهاتف (الثابت والنقال) : فمع تطور تقنيات الهاتف وما يتيح من اتصال بالانترنت والوسائط المتعددة أخذت حيزا كبيرا من الاتصال لما توفره من نقل فوري للصوت والصورة وتمكين القائمين على الاتصال الهاتفي في المنشأة السياحية استخدام هذه التقنيات للتواصل مع العملاء والزبائن والإطلاع على المستجدات المتعلقة بالسوق والمنافسين .

ثانيا : السياحة الدينية (الروحية) :

أ - تعريف السياحة الدينية (الروحية) :

هي " ذلك التدفق المنظم من السياح القادمين من الداخل أو الخارج بهدف التعرف على الأماكن الدينية وتاريخها وبما تمثله من قيم روحية لهذا الدين أو المعتقد أو ذاك "5 وفي القيام بالنشاط السياحي الروحي تعبير على مدى احترام السائح لمعتقداته ولدينه .

وتعد زيارة الأماكن المقدسة التي هي بالأساس سياحة روحية رائعة منذ القدم في ممارسات الأمم والشعوب كما تسببت المواقع السياحية الدينية في كثيرا من الأزمات والحروب بين الدول نتيجة للقداسة التي تطبعها ، إلى جانب أنها تضاهي باقي الأنماط السياحية من حيث مداخيلها المالية .

وتشتمل السياحة الدينية على عديد الأنواع تتباين من بلد لآخر وتشترك جميعها في :

- المساجد مثل الأزهر، مقام السيدة زينب، مقام الحسين (مصر)، الزيتونة (تونس)، كتشاوة (الجزائر)
- المزارات والأضرحة والمقامات والمواقع الدينية .
- الزوايا .

هذا بالنسبة للمسلمين أما غير المسلمين (المسيحيين) فتشمل بالأساس الكنائس والأماكن المقدسة بحسب كل معتقد ودين .

ب - مرتكزات السياحة الدينية :

لنجاح السياحة الدينية الروحية لا بد من توفر جملة من العناصر بعضها يرتبط بالموقع والبعض الآخر يتعلق بالنشاطات والخدمات المرافقة ومنها :⁶

القيمة الدينية للموقع من حيث اعتراف السياح المحتملين بمكانته وأهميته الدينية وضرورة زيارته .

الاهتمام المستمر بتهيئة المواقع حتى يكون على استعداد دائم لاستقبال زواره .

تولي أمور الموقع أو الفضاء الديني السياحي أناسا مؤهلين على دراية بكافة تفاصيل الموقع ومعتقدين بأهميته ومكانته .

أن تكون المواقع موصولة بشبكة خدمتية عرضية تشترك فيها كافة القطاعات ومنها الاتصالات والطرق وخدمات الإيواء والإطعام .

وجود منتجات سياحية معبرة عن القيمة الروحية للموقع السياحي الديني .

وجود استراتيجية تسويقية واضحة المعالم للسياحة الدينية على أعلى مستويات الدولة فتوفر الإرادة السياسية كفيل بضمان تدفق السياح على المواقع والمزارات والأضرحة الدينية، وهنا لا بد من توضيح مفهوم الترويج السياحي والمقصود به كافة الجهود المباشرة وغير المباشرة الرامية إلى تحقيق الأهداف المحددة في الاستراتيجية التسويقية الخاصة بالمؤسسة أو الهيئة أو النظام.

ويعتمد المزيج التسويقي للسياحة الدينية على عدة عناصر أبرزها وجود الموقع أو المكان الديني مع وجود إدارة مؤهلة تسهر على صيانتها وعلى الاستقبال الحسن لزائريه إلى جانب توفر وسائل الاتصال والمواصلات والمنتجات المادية التي تعكس تاريخ الموقع ومكانته الدينية، علاوة على عناصر أخرى تخص التأهيل التسويقي العلمي لوكالات السفر والشفافية في إجراء الرحلات الدينية وغيرها.

ثالثا: الطريقة التجانية:

أ- نشأة الطريقة التجانية وتنظيمها:

تنسب الطريقة التجانية إلى أبي العباس أحمد بن محمد التجاني، نسبة إلى قبيلة (التواجنة) أو بني توجين عشيرة أحواله ولد ببلدة عين ماضي جنوب الجزائر سنة 1737 م / 1150 هـ ونشأ نشأة علمية دينية وتلقى العلوم الإسلامية المتداولة يومئذ من علوم القرآن واللغة والفقه ، رحل إلى فاس سنة 1758 م وحضر مجالس ودروس علمائها ثم رجع صوب تلمسان ومنها قصد الحجاز لأداء فريضة الحج سنة 1773 م أقام بتونس مدة من الزمن ليعود ثانية إلى فاس وولى عنايته إلى الناحية الصوفية⁷.

" جاء في بعض الروايات أن الشيخ أحمد التجاني كان قبل تأسيس مجتمع مع أصحابه بباب داره بمدينة فاس ، وتارة ببعض مساجدها ، إلى أن رأى النبي يكلمه مناما ، ويأمره ببناء زاويته وأن يختار لها أحسن البقاع وأطيبها ، فالموضع الذي بنيت فيه يعرف بحومة الدرداس المعروفة اليوم بالبليدة ، فاشترى من ماله الحلال ذلك الموضع ، وكان عبارة عن خربة مهدامة من ملك أولاد أفومي ، وكانت فيها كرمة كبيرة ، وبموضعها دفن أحمد التجاني وكانت الحرية تثير الخوف ، بحيث لا يقدر أن يدخلها أحد وحده ، ويقال إنه سمع فيها ذات يوم كأن جماعة يذكرون فيها وكان يقصدها أغلب مجاذيب فاس ... " ⁸

وفي 1782 م ولدت الطريقة الأشهر بقصر أبي سمغون (ولاية البيض) ليخرج منها التجاني بعد سبع سنوات متجها إلى فاس ، وقد توفي الشيخ التجاني سنة 1815 م وأقيمت له جنازة كبيرة بحضور جمع غفير من الناس منهم العلماء والصلحاء وأعيان وأمرآء فاس ، ودفن بزاويته بفاس القديمة تاركا وراءه ولدين محمد الكبير ومحمد الصغير ، وبناء على وصيته انتقلت الخلافة إلى الحاج علي التماسيني ، تأسست بعد وفاته عشرات الزوايا التيجانية منها زاوية تماسين (تقرت) وزاوية قمار (وادي سوف) ، وزاوية بسكرة وغيرها .

وللطريقة التيجانية دور كبير في نشر الإسلام في بلاد السودان والسنغال والكونغو وغينيا والصحراء الكبرى ومصر وبلاد العرب وبعض أجزاء آسيا، وهناك كلمة رائعة لأحد المؤرخين يقول فيها: "إن إفريقيا كادت أن تكون مسلمة لولا قضاء فرنسا على سلطة التيجانية ، كما أن أوروبا كادت أن تكون مسلمة لولا انتصار مارتيل على المسلمين في موقعة بواتي " ⁹.

ويلخص كتاب "جواهر المعاني وبلوغ الأماني في فيض سيدي أحمد التجاني" قواعد الطريقة التيجانية وقد ألفه الشيخ سيدي علي حرازم بأمر من شيخه المؤسس في 1800 ليصبح أهم مراجع التيجانية .

ومقارنة ببعض الطرق الصوفية الأخرى كالقادرية والشاذلية فإن التيجانية تعد حديثة العهد ، لكنها استطاعت أن تتواجد وتفرض نفسها في عدة بلدان ، " وما يميز الطريقة التيجانية منذ تأسيسها هو دخولها في صراع دامي مع السلطة العثمانية خاصة بعد إجبار مؤسسها الشيخ أحمد التجاني على الهجرة إلى المغرب الأقصى " ¹⁰.

وللطريقة التيجانية هيكل تنظيمي يبدأ بالخليفة العام للطريقة ثم المقاديم إلى الأتباع وكذا الزوار، ولكل وظيفته فالخليفة العام أو كما يعرف عند التجانيين بشيخ الطريقة أو شيخ الزاوية ، فشيخ الطريقة هو المؤسس لها وهو الشيخ أحمد التجاني والخليفة العام يعني ويبيع وهو من أحفاد الشيخ ويركز من طرف أحفاد العائلة وتكون المبايعة بمسجد الزاوية التيجانية بعين ماضي ومن يتعذر عليه الحضور يرسل مبايعة مكتوبة أو من ينوب عنه، واختيار الخليفة يكون من نسل المؤسس كابرا عن كابر، وبموجب هذه المبايعة يتولى الخليفة العام أمور كل المقاديم والأتباع والأشراف على جميع التجانيين داخل الوطن وخارجه .

ومن جهتهم يعمل المقاديم والمريدون والأتباع على استشارة الخليفة العام في كل أمورهم سواء الاجتماعية أو التربوية حيث يقوم بدور القاضي أو الحاكم ، " وتنتشر التيجانية عبر كل قارات ودول العالم عن طريق فروع الزاوية ومقدميها وهي تحصى ما يقرب من 400 مليون من المنتسبين إليها الذين لهم ارتباط وثيق بمنهجها في الذكر والاستغفار وترسيخ القيم السامية لديننا الحنيف " ¹¹.

ب - نشاطها :

يرتكز نشاط الزاوية التجانية بالأساس على تحفيظ القرآن الكريم والفقه من خلال المدرسة المتواجدة هناك في انتظار افتتاح المعهد الوطني لتكوين الأئمة والإطارات الدينية الذي اختير بعناية بعين ماضي ليرافق الزاوية في نشر مبادئها والتمكين للإسلام المعتدل ، وإلى جانب هذا يعتبر مقر الخلافة العامة للطريقة فضاء مفتوحا للجميع ودون استثناء سواء كانوا وفودا أو فرادى طيلة أيام السنة ويوفر لهم المأكل والمشرب وحتى المبيت في بعض الأحيان مما جعلها رمزا ويدون منازل لإطعام الفقراء وعابري السبيل ، وفوق كل هذا تلعب دورا كبير في التكافل الاجتماعي بمختلف أنواعه ونورد هنا بعض مظاهره كالمساعدة على الإيواء وإطعام الطعام ، وفي الحفاظ على النسيج الاجتماعي في المنطقة ، وذلك من خلال التعاون و التكافل الاجتماعي ، ومنها نشر الفرحة أوقات الأعياد والمناسبات مثل تنظيم الختان الجماعي ، الأعراس الجماعية فهي فرصة للم شمل والتخفيف على المواطنين أعباء والتكاليف ، فكانت مقصد الأعمال الخيرية التي تعني بالشؤون العامة ، و ترسيخ نروح التسامح والتراحم بين الناس وإصلاح ذات البين عملا بالكتاب والسنة ووصايا مؤسس الطريقة .

وفي مجال فك الخصومات كان للتجانية تدخلات موفقة في عدة قضايا منها تلك التي وقعت بداية موسم الحارث 1999 / 2000 نتيجة مناوشات بين عرشين كانت أن تتطور إلى عواقب وخيمة لولا تدخل الزاوية ، وعلى الصعيد الخارجي فقد كان للتجانية دور حاسم ممثلة بالشيخ أحمد الشايب التجاني في فك النزاع اواخر الثمانينات بين عرشين أحدهما من السنغال والثاني من موريتانيا ، دون نسيان أدائها لدور الوساطة في إقليم دارفور .

وبالموازاة مع ذلك يقصد الزاوية التجانية بعين ماضي شهر ماي من كل سنة وفودا من المريدين القادمين من بعض الدول الأفريقية خصوصا مالي والنيجر والتشاد وموريتانيا ونيجيريا وغامبيا وغينيا في رحلة هي أشبه بالحج إلى مزارات وأضرحة وقصور ومعالم التجانية بما فيها خلوة الشيخ أحمد التجاني ومسقط رأسه والتي حظيت أيضا بزيارة الرئيس السنغالي ماكي سال يوم 13 جانفي 2015 .

وعن مواقع الجذب السياحي بعين ماضي " يوجد بالقرب من مقر البلدية قصر كوردان مقر إقامة الحاج عمار التجاني وزوجته أوريلي بيكار (التجاني) التي اعتنقت الاسلام وعاشت في القصر ، ويدخل هذا النوع من السياحة ضمن أولويات الوزارة والولاية نظرا لما قد تحققه من عائدات في الاقتصاد الوطني والمحلي باعتبارها قبلة لمريدي الطريقة المنتشرين عبر البلدان الأفريقية ، كما ينتظر ان ينتعش هذا النوع من السياحة في المنطقة بفضل تواجد المطار الذي يسهل عملية التنقل اضافة الى تواجد الإقامة (نزل) بالبلدية " ¹².

للـ المحور الثاني: الجانب الميداني للدراسة

للـ أولا - تحليل ومناقشة نتائج الدراسة :

* المحور الأول للمقابلة : تطغى الوسائل التقليدية على طبيعة الاتصال القائم داخل الخلافة العامة

للطريقة التجانية

يتضح لنا من خلال الإجابات المتحصل عليها أن الزاوية التجانية تعتمد على الهاتف كوسيلة رئيسية يليه استخدام الرسائل المكتوبة العادية وبصفة أقل الإيميل أو البريد الإلكتروني المنتشرة داخل وخارج الوطن في تعاملها مع أتباعها ومريديها والذين يمثلون جمهورها الداخلي ، بينما تستغل منابر المساجد وفروع زواياها في التعريف بنفسها وبأهدافها ونشاطاتها عند باقي المجتمع .

وفي محاولة منها لمسايرة التطورات الاتصالية قامت الخلافة العامة لهذه الطريقة الصوفية باستحداث موقع الكتروني خاص بها ، غير أن هذا الموقع لا يحتوي على مادة إعلامية اتصالية متخصصة بل هو في الغالب سرد لجمل الأحداث أو التظاهرات الخاصة بها ، علاوة على أنه في حاجة دوماً للتحيين مما يعطي الانطباع حول العناية بهذا النمط الاتصالي من طرف القائمين على الزاوية التجانية وتصنيفه كوسيلة إضافية فقط وتجاهلها للاستعانة بباحثين مختصين يسهرون على إعداد المادة الإعلامية وتوجيهها إلى الجماهير بالقدر الذي يمكنها من تحقيق التأثير المنشود ، الأمر الذي أفقد الزاوية سرعة الاتصال والقدرة على توضيح المواقف والآراء والأفكار .

ومن جانب آخر تتوفر الطريقة على خلية مكلفة بالاتصال لكنها خلية يتداول على التحكم في إدارتها جميع أفراد الأسرة التجانية ، وهي إدارة مناسبة تقتصر على الإعلان عن البرامج ودعوة وسائل الإعلام لتغطيتها لا غير ، ولا تتدخل لا من قريب أو بعيد في رسم السياسة الاتصالية للطريقة ولا في الرد على ما قد تتعرض لها من تناول إعلامي أيا كان مصدره ، ولعل هذا النوع من التعامل مع وسائل الإعلام جعل الكثير من المبادرات التي تقوم بها الزاوية لا يحظى بالتغطية اللازمة ، كما جعل إقبال الوسائل الإعلامية عليها " نسيباً " ، ويتساوى بين السمعي البصري والسمعي وكذا الصحافة المكتوبة وبين المؤسسات العمومية والخاصة ، وعن استقبال مقر الخلافة العامة للوسائل الإعلامية الأجنبية فإن هذا التوافد مقرون دائماً بالوفود الرسمية التي تحل من فترة لأخرى على الزاوية مما يضعنا أمام تناقض صريح فمن جهة للطريقة تمثيلات عبر أنحاء العالم بعدد مريدين يقدر بمئات الملايين .

ومن جهة أخرى لا تلقى الصخب الإعلامي اللازم ، ويرجع كل ذلك إلى غياب استراتيجية اتصالية واضحة المعالم تنطلق من وسائل متطورة وتتضمن رسائل مدروسة ودالة لتصل إلى الجمهور في وقت قياسي وتحقق الوصول إلى الصدى المرجو نظراً للوسائل التقليدية السائدة ، وعليه فقد ثبتت الفرضية الأولى التي انطلقت منها الدراسة والقائلة ب : **تطغى الوسائل التقليدية على طبيعة الاتصال القائم داخل الخلافة العامة للطريقة التجانية .**

*** المحور الثاني للمقابلة : الوسائل الاتصالية المتبعة بالزاوية التجانية لا تستجيب للتطورات**

الاجتماعية الحاصلة وبالتالي هي ليست ناجعة في تنشيط السياحة الروحية بالجهة .

من خلال المقابلة مع الخليفة العام للطريقة التجانية تبين لنا أن الفضاء الاتصالي الوحيد الذي تتطلع بواسطته الخلافة العامة على آراء وانطباعات مريديها كمساحة هامشية تتيح تكريس التفاعلية هو الاتصال الشخصي والمباشر ، في حين أن استعمال الوسائل التكنولوجية الحديثة يبقى محتشماً وقد يكون منعزلاً عما عدا حساب شخصي للخليفة العامة على الفايسبوك يستعرض من حين لآخر مشاركاته في شتى الأنشطة الرسمية منها والاجتماعية ، وبخصوص الرد على استفسارات الأشخاص من داخل وخارج الوطن عن ماهية الطريقة فإن ذلك يتم بالتواصل مع مقادير الطريقة في تلك الأماكن .

هذا ويتوافد على معالم الزاوية بعين ماضي مئات الأشخاص سنويا من خارج الوطن في شكل وفود على غرار مريدي الطريقة من بعض الدول الإفريقية كمالي والنيجر ونيجيريا وغينيا وغامبيا وموريتانيا إضافة إلى وفد أوروبي يضم مريدين تابعين لفرع التجانية بمدينة ليون الفرنسية وينحدرون من دول مغربية (تونس - ليبيا - المغرب) وأخرى أوروبية كتركيا وإيطاليا ، وما يشد الانتباه في هؤلاء أن منهم أوروبيون في الأصل واعتنقوا الدين الإسلامي ومنه دخلوا إلى صفوف الطريقة التجانية .

ولا يزال هذا التوافد تمليه الرغبة في الإطلاع على مزارات الطريقة وأضرحتها فأربعة أجداد المؤسس الأول سيدي أحمد التجاني فضلا عن والديه هم مدفونون بين ثنايا أرض عين ماضي بولاية الأغواط ، كل هذا في ظل غياب عوامل الجذب السياحي فتلك المواقع هي بحاجة ماسة إلى الترميم وإعادة الاعتبار وبالأتمنات المعمارية والمواد الأصلية التي بنيت بها ، ناهيك عن الصعوبات التي يتلقاها السياح في التنقل بالرغم من وجود مطار أحمد مدغري بالولاية والذي لا يزال يسير وفق نظام رحلتين في الأسبوع مع الحاجة أيضا إلى زيادة مرافق الإيواء والاستقبال بالمنطقة ، وفي هذا الإطار يتكفل بمهام توجيه وإرشاد وحتى إيواء الوفود الزائرة للزاوية التجانية أفراد الأسرة التجانية وبعض المحبين والمريدين وغياب كلي لمرشدين سياحيين متخصصين .

وفي خضم الأتمنات الاتصالية المتبعة تستقطب الطريقة التجانية مريدين جدد ومن فئة الشباب تحديدا وهو استقطاب يتم بفروع الزاوية المتوزعة خارج الوطن عكس الزوايا الداخلية مما يبرز العزوف بشكل أو بآخر للشباب الجزائري على ولوج طقوس ومعتقدات هذه الطريقة الصوفية يقابله تنامي لحركة التدفق على الطريقة عند الشباب الأجنبي لأسباب قد تتعلق بطبيعة النشاط الاتصالي " الفعال " المعتمد لدى مقادير الطريقة بالخارج .

ويرى الخليفة العام للطريقة التجانية كما ورد في إجاباته أثناء المقابلة أن الأساليب التجانية السائدة تعتبر " ناجعة " في رسم الصورة اللائقة عن الطريقة والزاوية في أذهان مريدي وأتباع الطريقة وفي تصور باقي أفراد المجتمع على الصعيدين الوطني والأجنبي ، بينما نلاحظ أن الاستقطاب ضئيلا والتوافد الداخلي يتمثل في سكان المناطق المجاورة للزاوية لدواعي اعتقادية محضة تقترن بالكرامات والتبرك وغيرها أما الزوار من الخارج فهم المريدون دون سواهم وفي كلتا الحالتين لا تأثير للنشاط الاتصالي ومنه تثبت الفرضية الثانية للدراسة وهي : **الوسائل الاتصالية المتبعة بالزاوية التجانية لا تستجيب للتطورات الاجتماعية الحاصلة وبالتالي هي ليست ناجعة في تنشيط السياحة الروحية بالجهة .**

ثانيا - الاستنتاج العام للدراسة

مما سبق التطرق إليه يمكننا أن نستنتج أن الأساليب الاتصالية المعتمدة على مستوى الخلافة العامة للطريقة التجانية لا تزال تقليدية مع سعي منها للتماشي مع السياق الاتصالي الجديد من خلال إنشاء موقع الكتروني لكنه يفتقد لمواصفات التعاطي الإلكتروني والتواصل المستمر به ، وأن الاعتناء بالجانب الاتصالي في حد ذاته يبقى بعيدا عن ما هو ممارس لدى الكثير من الهيئات والمؤسسات رسمية كانت أو غير رسمية ، ثم حتى الجانب التقليدي للاتصال لا يتم وفق أطر واضحة فبالطريقة خلية اتصال غير معروف هيكلها ولا إدارتها ولا حتى القائمين عليها وفي كل مرة يتولى أحدهم قيادتها وتسييرها ، وهي تراكمات أدت في الأخير إلى عدم نيل الزاوية التجانية لحظها

الكافي من تناول الإعلامي كمقر للخلافة العامة لطريقة هي الأول على مستوى العالم من حيث عدد المريدين والأتباع .

كما نستنتج أيضا أن المساحة المتاحة للتفاعل بين المريدين وباقي الأشخاص والخلافة العامة تتم بواسطة الاتصال الشخصي مما يعني أن هذا التفاعل يجري على نطاق جد محدود يتنافى ومفهوم التفاعلية في الجانب الاتصالي وما ينجر عن ذلك من عدم سماع لكافة التصورات والأطروحات وحتى الانتقادات ومن ثمة يحيلنا على تسيير أحادي انفرادي للطريقة وإهمال شبه كلي للوسائل الاتصالية المعاصرة التي توفر إمكانية تفادي هذا النمط التسييري .

وكنتيجة حتمية للأنماط الاتصالية التقليدية الجاري العمل وعدم استجابتها للتطورات السوسولوجية الحاصلة وامتزاج هذه العوامل مع ظروف حاجة مواقع الجذب السياحي من مواقع ومعالم وأضرحة ومساجد تزدحم بها منطقة عين ماضي إضافة إلى نقص وسائل النقل وبالخصوص النقل الجوي مع قلة الفنادق ومرافق الإيواء أدت في الأخير إلى تذبذب نشاط السياحة الروحية وبقائه يراوح مكانه من حيث انحصاره على المريدين والأتباع من الداخل والخارج

الخاتمة :

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن النظام الاتصالي مهم جدا ومسايرته للسياق الإعلامي الجديد بما يحمل من وسائل تكنولوجية حديثة تتميز عن سابقتها من الإعلام الكلاسيكي يكتسي أهمية قصوى هو الآخر للارتقاء بالسياحة الدينية (الروحية) ، غير أن جني ثمار توظيفه لا يكون بمنأى عن الاعتناء بمواقع الجذب السياحي الديني المتمثلة في المساجد والقبور والأضرحة والمزارات والمعالم ، والطريقة التجانية لا تشذ عن هذه القواعد العامة فاعتمادها على أساليب تقليدية في الاتصال بجماعيتها الداخلية (الأتباع والمريدون) ومع باقي أفراد المجتمع ، تضاف إليها حاجة مواقعها ومعالمها المشقة إلى العناية والترميم وقلة خدمات النقل الجوي والفندقة والهيكل المالية لتصريف العملة ، أفرزت لنا واقعا سياحيا أشبه بالروتيني تنعشه زيارات المريدين من فترة لأخرى وعطلت توجه التجانية نحو القيام بالأدوار الاقتصادية والاجتماعية وحتى السياسية وتحديدا في القارة السمراء .

المصادر والمراجع :

أ - الكتب

- 1 - خالد مقابلة ، علاء السراي ، التسويق السياحي الحديث ، عمان ، دار وائل للنشر ، 2000
- 2 - سعود السيف السهلي ، هباس بن رجاء الحربي ، الإعلام السياحي مفاهيمه وتطبيقاته ، ط 1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012
- 3- عبدالرحمان الجيلالي ، تاريخ الجزائر العام ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ط 7 ، 1994 ، ج 4
- 4- عبدالمجيد شكري ، تكنولوجيا الاتصال ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ط 1 ، 1996
- 5- محمد عبيدات ، التسويق السياحي مدخل سلوكي ، ط 1 ، دار وائل لطباعة والنشر ، عمان ، 2000

ب - المجلات والجرائد :

- 1 - السعدية أوتعزيزت ، نشأة الفكر الصوفي التجاني ، مجلة العلوم الإسلامية والحضارة ، مركز البحث في العلوم الإسلامية والحضارة ، الجزائر ، الأغواط ، العدد الثالث ، أكتوبر 2016 .
- 2- برقية لوكالة الأنباء الجزائرية ، 14 ماي 2014

ج - الملتقيات :

- 1 - بن يوسف تلمساني ، موقف الزاوية التجانية من الاحتلال والمقاومة ، الملتقى الوطني الثاني حول دور الزوايا إبان المقاومة والثورة التحريرية ، الجزائر ، يومي 3. 4 جوان 2006 .

د - الرسائل الجامعية :

- 1 - بوغديري كمال ، الطرق الصوفية في الجزائر ، الطريقة التجانية نموذجا ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع (غير منشورة) ، جامعة سطيف ، قسم على الاجتماع ، 2015
- هـ - التقارير : تقرير إداري صادر عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية الأغواط ، أكتوبر 2016

الملاحق:

* ملحق (1) :

دليل المقابلة التي جرت مع الخليفة العام للطريقة التجانية الشيخ علي التجاني المدعو (بلعربي) بمقر الخلافة بعين ماضي (الأغواط) يوم الثلاثاء 8 ماي 2018

المحور الأول :

تطغى الوسائل التقليدية على طبيعة الاتصال القائم داخل الخلافة العامة للطريقة التجانية

- س 1 - ما هي الأساليب الاتصالية التي تستعملونها مع المريدين والأتباع (الجمهور الداخلي) ؟ .
- س 2 - ما هي الوسائل الاتصالية التي تعتمدون عليها في التعريف بالطريقة وبأهدافها وبنشاطاتها ؟ .
- س 3 - هل تتوفر الخلافة العامة على موقع أو بوابة إلكترونية ؟ .
- س 4 - من يتكفل بإعداد مضامين المادة الاتصالية الخاصة بالطريقة ؟
- س 5 - هل هناك خلية مكلفة بالاتصال مع باقي مؤسسات المجتمع ومع وسائل الإعلام ؟
- س 6 - هل تحظى الزاوية باهتمام كبير من طرف وسائل الإعلام ؟ .
- س 7 - ما هي الوسائل الإعلامية الأكثر اهتماما بنشاطات الزاوية ؟ .
- س 8 - هل سبق وأن استقبلت الزاوية وفودا إعلامية أجنبية ؟ .

المحور الثاني :

الوسائل الاتصالية المتبعة بالزاوية التجانية لا تستجيب للتطورات الاجتماعية الحاصلة وبالتالي هي ليست ناجعة في تنشيط السياحة الروحية بالجهة .

- س 1 - هل لديكم فضاء اتصالي تتطلعون من خلاله على آراء وانطباعات مريدي الطريقة (التفاعلية) ؟
- س 2 - ما موقع الوسائط التكنولوجية الحديثة من وسائلكم الاتصالية ؟
- س 3 - كيف تتعاملون مع استفسارات الأجانب عن الطريقة وعن مزاراتها ؟
- س 4 - ما تقييمكم لحجم التوافد على الزاوية ومن الأجانب تحديدا ؟
- س 5 - ما هي استراتيجيتكم في جلب زوار إلى معالم وأضرحة الزاوية ؟
- س 6 - من يتكفل بتوجيه وإرشاد مريدي الطريقة القادمين من الدول الإفريقية عند زيارتهم للزاوية كل سنة ؟
- س 7 - ما حجم الإقبال من داخل وخارج الوطن على الزاوية ؟
- س 8 - هل الأنماط الاتصالية المتبعة أثبتت نجاعتها - حسبكم - في رسم الصورة اللائقة عن الزاوية لدى المجتمع ؟

الهوامش:

- 1 - خالد مقابلة ، علاء السراي ، التسويق السياحي الحديث ، عمان ، دار وائل للنشر ، 2000 ، ص 5
- 2 - عبد المجيد شكري ، تكنولوجيا الاتصال ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ط 1 ، 1996 ، ص 33.
- 3 - سعود السيف السهلي ، هباس بن رجاء الحربي ، الإعلام السياحي مفاهيمه وتطبيقاته ، ط 1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012 ، ص 32 نقلا عن محمد حجاب ، الإعلام السياحي ، دار الفجر ، القاهرة ، 2002 ، ص 68
- 4 - سعود السيف السهلي ، هباس بن رجاء الحربي ، نفس المرجع السابق ، من ص 84 إلى ص 89 (بتصرف)
- 5 - محمد عبيدات ، التسويق السياحي مدخل سلوكي ، ط 1 ، دار وائل لطباعة والنشر ، عمان ، 2000 ، ص 141
- 6 - محمد عبيدات ، نفس المرجع السابق ، ص 142 ، 143
- 7 - عبدالرحمان الجيلالي ، تاريخ الجزائر العام ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ط 7 ، 1994 ، ج 4 ، ص 51-52 .
- 8 - السعدية أوتغزيت ، نشأة الفكر الصوفي التجاني ، مجلة العلوم الإسلامية والحضارة ، مركز البحث في العلوم الإسلامية والحضارة ، الجزائر ، الأغواط ، العدد الثالث ، أكتوبر 2016 ، ص 153
- 9 - بوغديري كمال ، الطرق الصوفية في الجزائر ، الطريقة التجانية نموذجا ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع (غير منشورة) ، جامعة سطيف ، قسم على الاجتماع ، 2015 ، ص 258
- 10 - بن يوسف تلمساني ، موقف الزاوية التجانية من الاحتلال والمقاومة ، الملتقى الوطني الثاني حول دور الزوايا إبان المقاومة والثورة التحريرية ، الجزائر ، يومي 3. 4 جوان 2006 .
- 11 - برقية لوكالة الأنباء الجزائرية ، 14 ماي 2014 .
- 12 - تقرير إداري صادر عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية الأغواط ، أكتوبر 2016