

الثقافة السياحية ودورها في ترقية القطاع السياحي بالجزائر -دراسة تحليلية-

Tourism culture and its role in promoting the tourism sector in algeria (analytical study)

أسماء لقيقت

Asma lekiket

جامعة عبد الحميد مهري - قسنطينة (الجزائر)، البريد الإلكتروني: lekiketasma@gmail.com

تاريخ النشر: 2022/12/15

تاريخ القبول: 2022/09/25

تاريخ الاستلام: 2022/09/04

ملخص:

تعتبر الثقافة السياحية ركيزة أساسية وضرورية لتطوير صناعة السياحة، ويشكل الوعي بأهميتها دوراً هاماً في تحسين القطاع السياحي لدى المجتمع، ويكون ذلك من خلال بناء مجتمع يملك ثقافة سياحية من شأنها تحقيق نجاحات ومكاسب اقتصادية واجتماعية تعود بالنفع على القطاع السياحي وعلى الأفراد. وانطلاقاً من هذا فإن نجاح السياحة مرهون بسلوك المواطن تجاه السائح وانطباعات هذا الأخير حول البلد المضيف. وهو ما يمثل دعاية وفرصة للجذب السياحي للبلد. وعليه، فإن الدراسة تهدف بالتركيز على فلسفة التنمية الثقافية في القطاع السياحي وضرورة التركيز على الثقافة السياحة كعامل رئيسي في الدفع بالقطاع السياحي قدماً في الجزائر. ومن أجل هذا سنحاول في الدراسة معرفة ما هو الدور الذي تلعبه الثقافة السياحية في النهوض بالقطاع السياحي وترقيته بالجزائر.

كلمات مفتاحية: الثقافة السياحية، الوعي السياحي، صناعة السياحة، ترقية السياحة.

ABSTRACT:

Tourism culture is basic and necessary for the development of the tourism industry, and awareness of its importance plays an important role in improving the tourism sector for the society, and that is through building a society that has a tourism culture that will achieve economic and social successes and gains that benefit the tourism sector and individuals Proceeding from this, the success of tourism depends on the citizen's behavior towards the tourist and the latter's impressions about the host country. Which represents propaganda and an opportunity for the tourist attraction of the country. Accordingly. the study aims to focus on the philosophy of cultural development in the tourism sector and the need to focus on tourism culture as a major factor in pushing the tourism sector forward in Algeria. For this reason, we will try in the study to find the role of tourism culture plays in the advancement and promotion of the tourism sector in Algeria.

Keywords: tourism culture, tourism conscience, tourism industry, tourism promotion.

1- مقدمة:

تعد الثقافة السياحية الجوهر الذي تبنى عليه أسس السياحة السليمة والمستدامة في أي بلد، فمهما كانت الدولة غنية بالمقومات الطبيعية المادية والحضارية، فإنها لن تتمكن من بناء اقتصاد سياحي متقدم دون عنصر بشري مدرك لأهمية السياحة.

إن الكثير من المجتمعات تحكّم على السياحة بأنها نشاط غير مرغوب فيه، وهذا أصبح المجتمع يوزع قناعاته على اتجاهين، يرتبط الأول بمدى أهمية صناعة السياحة ومستقبلها بالنسبة للاقتصاد المحلي، أما الاتجاه الآخر فيرتبط بالثقافة الاجتماعية السائدة في أوساط المجتمع ومدى تقبلها للسياحة وتطورها مستقبلا. فدرجة الوعي السياحي في ثقافة المواطنين تعتبر ركيزة أساسية وضرورية وهامة لتطوير صناعة السياحة، تنعكس نتائجها إيجابا أو سلبا على درجة الإقبال على السياحة، واستمرارية الحركة السياحية الداخلية والخارجية. كما تشكل جزءا مهما في تكوين الصورة العامة عن المجتمع المضيف لدى السائح الأجنبي.

وتشكل الثقافة السياحية والوعي بأهميتها دورا كبيرا في تحسين صورة السياحة لدى المجتمع، ويكون ذلك من خلال بناء مجتمع مثقف سياحيا وعلى دراية بأهمية الانجازات والنجاحات التي يحققها قطاع السياحة وما يقدمه من فرص ومكاسب اقتصادية واجتماعية تنعكس في النهاية على الأفراد.

وعلى الرغم من تمتع الجزائر بالعديد من المقومات السياحية الهائلة، بالإضافة الى موقعها الجغرافي وقرنها من الأسواق الكبرى المستقطبة للسياح، لم تصل بعد الى تحقيق الأهداف المرجوة والمساهمة الفعالة للنهوض بقطاع السياحة.

فهل تكمن المشكلة فعلا في المواطن الجزائري الذي لا يمتلك ثقافة سياحية حيث يعمل طول السنة ويوفر من أجل قضاء العطلة مع عائلته على غرار شعوب العالم. أم أن المشكل في التنشئة الاجتماعية التي كرس على مدى عقود رفض الآخر وعدم الاعتراف به لدرجة التكفير والإقصاء، أو ربما المشكلة فعلا في الحكومات الجزائرية المتعاقبة منذ الاستقلال التي لم تكن لديها إرادة سياسية ورؤية حقيقية لبعث قطاع السياحة وتطوير الاستثمار فيه لتعزيز عناصر الجذب السياحي في بلد يمتلك كل المقومات، والاستثمار هنا لا يقتصر فقط على أموال رجال الأعمال وقروض البنوك من أجل بناء هياكل سياحية وفنادق بمواصفات عالمية. وإنما يشمل كذلك الاستثمار في العنصر البشري وهو الشباب بكل أطيافه سواء البطال أو المتعلم وغيره كي لا تصبح السياحة حكرا على فئة وفئة أخرى لا.

ربما لو نعثر على إجابة لكل هذه التساؤلات أمور كثيرة ستتغير، ولو أن الواقع المعاش بكل تفاصيله ومعطياته يقول عكس ذلك. لأنه لا يمكن الحديث عن تطوير قطاع مهم وحساس كالسياحة دون وجود استراتيجية فعالة وطموحة وحقيقية تحاكي التجارب الناجحة للدول التي سبقتنا في هذا المجال، وقطعت أشواطاً مهمة فيه، لأنه إذا ما تمت مقارنة حجم الاستثمارات هناك بالإنجازات التي تم تحقيقها هنا على أرض الواقع في الجزائر، وبالنظر إلى عدد الكفاءات ومساحة البلد والإمكانيات المادية فإن المقارنة لن تكون في صالحنا. ومن هنا سنحاول في هذه الورقة البحثية التركيز على الدور الذي تلعبه الثقافة السياحية في تطوير والنهوض بالقطاع السياحي في البلاد. فهل تمتلك الجزائر مقومات الثقافة السياحية؟ وما هو سبب غياب الثقافة السياحية في الجزائر؟ وهل تساهم الثقافة السياحية في النهوض بالقطاع السياحي وترقيته بالجزائر؟

2- تحديد المفاهيم:

1-2- الثقافة السياحية:

الثقافة السياحية هي امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم التي تشكل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المشتملات والمظاهر السياحية، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح (مروان صحراوي، 2012، ص101) وتعرف أيضا بأنها: كيفية التعامل مع السائح وزوار المدن والبلدان وكيفية التجول والقيام بالرحلات السياحية، ومعرفة الحقوق والواجبات سواء في الفنادق أو شركات الطيران أو شركات السياحة التي تتعامل معها (الثقافة السياحية، 2008)

1-1-2 جوانب الثقافة السياحية:

الثقافة السياحية عملية مستمرة وليست مقيدة بوقت أو مرحلة معينة وهناك ثلاث جوانب للثقافة السياحية نذكر منها: (هناء حامد زهران، 2004، ص24)

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

- الجانب المهاري: المهارة هي الأداء الذي تعلمه الفرد، ويقوم به بسهولة، ويركز الجانب المهاري للفرد على هذا الأداء، ن خلال الثقافة السياحية التي يجب أن تكون لدى الفرد، وقدرته على اعداد وتخطيط برنامج سياحي متكامل، وقدرته على التعامل مع السائح، بالإضافة الى قدرته لى قراءة الخريطة السياحية وحسن استخدامها.

- الجانب الوجداني: وهي اكتساب الأفراد سلوكيات ايجابية ومرغوب فيها نحو السياحة والسائح، لكي يكون مساهم فعلي في التنمية السياحية وايجاد حلول لتطوير صناعة السياحة، والتغلب على المشكلات التي تواجهها.

2-2- الوعي السياحي:

يشكل الوعي السياحي شكلا من أشكال الوعي الاجتماعي فهو نتيجة 'توسع الانسان وحاجاته ومتطلباته، فالوعي السياحي هو إدراك الفرد وفهمه للسياحة وأهميتها الاقتصادية وتقديره للتنمية السياحية، كما يعتبر جملة من آداب السلوك والتعامل مع السائح واحترامه وعدم استغلاله والتضييق عليه أو النظر إليه على انه مصدر للربح (داليا محمد تيمور، 2008، ص119)

1-2-2 ابعاد الوعي السياحي:

للعوعي السياحي دور هام في ترقية القطاع السياحي على مختلف الهيئات والمؤسسات من اجل قولبت أشخاص قادرين ومتمكنين في المجال السياحي من حيث التعامل مع السياح وإشعارهم بالراحة والترحيب بهم. وهذا من خلال نقاط رئيسية وأساسية لابد منها متمثلة في: (داليا محمد تيمور، 2008، ص111-113)

- معرفة المواطنين بفوائد السياحة الاقتصادية وأهمية السياحة لمستقبل وطنهم.
- تشجيع السياحة الداخلية بين مختلف الفئات وخاصة الأطفال والشباب.
- التركيز على ان السياحة ظاهرة حضارية وإحدى وسائل الاتصال الثقافي بين الأمم والشعوب ومصدر للدخل القومي لا تتعارض مع قيم المجتمع وتقاليد واديانه مادامت تتم في ضوء الضوابط والمعايير الأخلاقية التي حددتها الدولة.
- توفير الوعي السياحي في الدول ونشره للعمل على اكتساب ثقافة سياحية.

3-2- صناعة السياحة:

تعتبر الصناعة السياحية المحرك الرئيسي والديناميكية الحيويّة لتطوّر اقتصاد البلاد الذي يوفّر فرص العمل ليس فقط في مجال السياحة والصناعة وإنما في مجال المقاولات التي ستساعد في تشكيل دعم دائم ومستدام لهذه الصناعة. Leslie (Norville 10/3/2019)

ويشير مفهوم صناعة السياحة أساسا إلى جميع الأنشطة المتصلة بتنقل الأشخاص على المدى القصير إلى مواقع بعيدة عن أماكن إقامتهم عادة. وهي واحدة من أكبر الصناعات في العالم، واقتصاديات العديد من الدول مدفوعة، إلى حد كبير، بتجارها السياحية.

كما أنها صناعة واسعة النطاق، تشمل صناعة الفنادق وصناعة النقل وعدد من الصناعات أو القطاعات الإضافية. فمن الضروري أن نفهم أن صناعة السياحة مرتبطة بالانتقال إلى مواقع مختلفة، لا تعتمد فقط على الترفيه، ولكن أيضا على الأعمال وبعض دوافع السفر الإضافية.

ومع ذلك، وفقا للتعريفات الأكثر شيوعا، فإن صناعة السياحة لا تغطي الأنشطة المتعلقة بالسفر حيث ينوي الشخص البقاء في وجهته لأكثر من عام واحد. على سبيل المثال، هذا يعني أن المغتربين والطلاب الدوليين على المدى الطويل لا يصنفون تقنيا سائحين.

3- مظاهر غياب الثقافة السياحية في الجزائر:

يواجه القطاع السياحي بسبب غياب الثقافة السياحية مجموعة من العوامل التي تؤثر على النشاط السياحي أهمها:

1-3- السياحة في ثقافة المجتمع:

رغم ان السياحة في أنظمتها العالمية لا تتعارض مع القيم والاخلاق والثقافات، الا أن السياحة لا تزال تشكل الكثير من المعاني غير المرغوب فيها، لاسيما في ثقافة المجتمع الجزائري.

فاذا اريد للسائحين في الجزائر التمتع والتعرف على المقومات السياحية المتنوعة التي تتوفر عليها البلاد، يستوجب الأمر تكوين مواطن مثقف سياحيا، والانفتاح على الآخر والتعامل معه، من مبدأ أساسه (الدين المعاملة). ان المحاولة تبدأ صعبة لكنها تصبح سهلة مستقبلا، حيث سيتم التعود على السياحة وعلى استقبال السياح، والابتعاد عن المعوقات الاجتماعية التي تسيء الى سمعة البلاد والمواطن الجزائري الذي يتحلى بمكارم الاخلاق وحسن الضيافة.

2-3- مشاكل السياحة بدءا من المطارات والموانئ:

السياحة الحقيقية تبدأ من المطارات والموانئ والمعابر الحدودية، حيث تعد الخطوة الاولى في مسار الرحلة السياحية، فالجولة من المطار قد تجعل الامور لا تفتح شهية أي سائح، بل تكون منفرة أكثر منها داعمة لقطاع السياحة. إن سوء الاستقبال وبطء الاجراءات الإدارية، لا تخدم أبدا قطاع السياحة، فتوابير ختم الجوازات بالدخول امام مكاتب الشرطة في المطارات قد تدوم في كثير من الأحيان قرابة الساعة وانتظار الأمتعة قد يتعدى ساعة أخرى، وبالتالي يضيع أي سائح أكثر من ساعتين فقط في تخليص الاجراءات الادارية والتفتيش على مستوى المطار. والأمر نفسه على مستوى الموانئ، فالسائح أو القادم عبر باخرة مرفوق بسيارته عليه انتظار نصف يوم أن لم يكن أكثر. وأمام وضع كهذا، كيف يمكن ان يتم اقناع أي سائح بالقدوم الى هذا البلد. فالسياحة تبدأ من اللحظة الاولى التي تخطأ فيها أقدام أي سائح مطار أو ميناء البلاد. والنظرة السلبية من أول وهلة كفيلة بأن تعصف بمشروع سياحي لأي قادم من هناك قصد السياحة في بلادنا. والأمر الآخر الذي لا يجب اغفاله هو تأخر الرحلات وتلك مصيبة أخرى عرفت بها بعض الخطوط الجوية التي تتأخر رحلاتها لساعات قد تقدر بنصف يوم او اكثر. (محمد دلومي، 2010)

3-3- مشاكل النقل في قطاع السياحة:

إن وسائل المواصلات تعد رابطا مهما يعتمد عليه أي سائح، ومع الأسف فإن الحديث في هذا المجال يكثر دون أن تلمس الواقع. فعلى الرغم من الكلام والاهتمام بقطاع النقل وعصرنة وسائله والتطور الملحوظ به، إلا أنه لا تزال الكثير من المناطق السياحية البعيدة أو على مستوى الصحاري تفتقر إلى وسائل النقل فضلا عن قدم الكثير منها. وهذا يعد ضمن المعوقات التي تحول دون تطور السياحة لاسيما في هذه المناطق (محمد دلومي، 2010).

3-4- الأسعار الملتبئة:

من السليبيات التي نلاحظها في بلادنا أنه كلما ازداد الطلب على الخدمات الفندقية في المواسم السياحية، كلما ارتفعت الاسعار على مستوى المناطق والهيكل السياحية، ومنها الشواطئ وحتى على مستوى المطاعم في هذه الأماكن، وهي طريقة سلبية للترويج السياحي. وهذا ما يؤثر على القدرة الشرائية لأغلب السياح سواء من المحليين أو القادمين من الخارج، وهم في أغلبهم من ذوي الدخل المتوسط، وهي أمور مرتبطة بغياب الثقافة السياحية مع الأسف.

3-5- غياب التكوين في مجال السياحة:

لا يكفي التكوين في المرافق السياحية لوحده إن لم يرافقه طريقة المعاملة وتقديم الخدمات، ويكفي القاء نظرة على طريقة الاستقبال في فنادقنا التي لا تشجع السياح، فبعض الدول العربية فتحت مراكز متخصصة في تكوين فنون "الايكتيت"، وهي تدخل في طريقة التعامل مع الآخر.

هذا الأمر لا يتوقف على اعوان الفنادق والمطاعم بل يتوجب استحداث اتفاقيات في التكوين السياحي لا تخص وزارة السياحة فقط، بل تعدت قطاعات مثل النقل والداخلية ومصالح أخرى على احتكاك بقطاع السياحة، سواء على مستوى المطارات أو الميناء أو النقاط الحدودية أو في المنتجعات. كما يتوجب على وزارة السياحة فتح معاهد مختصة، إذا كانت تهدف فعلا إلى تطوير السياحة في السنوات القادمة، لأن أمامها أشواطاً طويلة لتقطعها من أجل تقديم خدمات سياحية مقبولة وذات مقاييس عادية. كما عليها أن تستفيد من خبرات الدول التي قطعت أشواطاً كبيرة في مجال السياحة من خلال تبادل الزيارات ودعوة الخبراء من أجل تقديم محاضرات في المعاهد التي يمكن أن تكون مختلفة الأسلاك في مجال السياحة.

وعلى الرغم من المحاولات التي قامت بها الجزائر لتحسين وضعية القطاع السياحي مادياً وبشرياً إلا أنه لا يزال يعيش فراغاً كبيراً في مجال التكوين السياحي بالنظر إلى عدد المتخرجين، وغياب ثقافة سياحية لدى المجتمع الجزائري، وهذا ما يلاحظ جلياً من خلال الخدمات المقدمة.

4- الأسباب الحقيقية وراء غياب الثقافة السياحية بالجزائر:

يمكن إدراج أهم الأسباب التي تؤدي إلى غياب الثقافة السياحية بالجزائر إلى النقاط التالية:

- انتشار البطالة بين معظم أفراد المناطق السياحية وفي المقابل هناك مصادر سهلة للرزق والاعتناء من وجهة نظرهم، ومع عدم وجود رقابة رادعة في هذا المجال، الأمر الذي قد يدفع البعض إلى النصب والاحتيال على السائح بشتى الطرق والوسائل.

- عدم وجود برامج للتوعية والتثقيف السياحي بين المواطنين وعدم قيام أجهزة ووسائل للسياحة وصناعاتها في نشر الوعي السياحي.

- سيادة بعض المفاهيم الاجتماعية الخاطئة لدى سكان هذه المجتمعات مثل ارتباط السياحة بثقافة العيب، الابتعاد كلياً عن المنشآت السياحية على اعتبار أنها جالبة للتغيير السلبي، مع عدم وجود بحوث اجتماعية لدراسة مثل هذه الظاهرة ومعرفة أبعادها المختلفة وأسبابها وكيفية معالجتها.

- عدم التوعية الكافية لأفراد المجتمع بأهمية السياحة، لاسيما السياحة الأسرية والنظرة القاصرة الى أن السياحة بمعناها الممتع لا تكون سوى للعزاب أو الأفراد دون الأسر.
- المشكلة في ثقافة المجتمعات -خصوصا في الجزائر- حيث أصبح كل ما يرتبط بالسياحة غير قابل للحراك، ويعود ذلك الى ما يفهم عن السياحة، وما يمارس منها لا يتعديان محظوراتها. هناك من يحاول أن يجعل القضية مرتبطة بمفاهيم أخرى كتوفر بعض المواد المحظورة كالخمور وهذا ليس بصحيح، فالسياحة أكبر من أن تكون بهذا المفهوم الخاطئ. فالثقافة التي تفهم السياحة وفق هذا المنطق هي أشد خطرا على تلك الصناعة، بل هي توجي بأن المجتمع بأكمله يمارس السياحة ويتفاعل معها وفق تلك الاهداف السلبية، وهذا هو المنعطف الذي يجب الخروج منه سياسيا وثقافيا.
- على الرغم من ان السياحة اصبحت صناعة العصر، الا انها نشاط غير مرغوب فيه في ظل بعض المجتمعات غير الواعية بأهميتها من بينها الجزائر وعلى هذا الأساس فإن قنوات هذه المجتمعات توزع على اتجاهين: الأول مرتبط بمدى أهمية صناعة السياحة ومستقبلها بالنسبة للاقتصاد المحلي، ويرتبط الاتجاه الآخر بالثقافة الاجتماعية السائدة فيها، ومدى تقبلها للسياحة وتطورها مستقبلا. وهذا ما يعكس أن السياحة في المجتمع مازالت تعاني من تدني ووجود فجوة ثقافية بينها وبين المجتمع المحلي أسبابها الجهل وعدم المعرفة بها.
- ان مشكلة السياحة في المجتمع الجزائري تكمن في ان الثقافة لا تزال تحتل مكانية وجودها كمصطلح وكممارسة. ومع أن السياحة في أنظمتها العالمية (قوانين منظمة السياحة العالمية) لا تتعارض مع القيم والأخلاق والثقافات، الا ان هذا النشاط لا يزال يشكل الكثير من المعاني غير المرغوب فيها في ثقافة المجتمع الجزائري.
- اسناد العمل السياحي بالمكاتب السياحية والأثرية الى أشخاص في أغلبهم من ذوي المؤهلات المتوسطة، وهذا لا يتناسب مع طبيعة مهامهم في التوعية والإرشاد السياحي.
- عدم التركيز على البرامج والدورات التدريبية التي تهدف الى اكساب العاملين الخبرة العلمية والعملية في كيفية نشر الوعي السياحي وتنميته لدى المواطنين وسكان المناطق السياحية خصوصا.
- 5- دور الثقافة السياحية في تطوير القطاع السياحي:
- تقوم الثقافة السياحية بعدة ادوار في تطوير القطاع السياحي من خلال ما يلي: (عبد الصاحب الشاكري، 2017)
- يتمثل دور الثقافة السياحية في البناء العمراني والاقتصادي وازهار المكونات السياحية عن طريق التعريف بالآثار والمواقع السياحية والثقافية والدينية والترفيهية.
- تساهم الثقافة السياحية في كيفية التعامل مع السواح بصدق وترحاب وإعطاء الانطباع الحسن عن البلد المضيف وعن السياحة على وجه الخصوص.
- الثقافة السياحية مهمة للفرد لأنها توفر له عند ازدهار السياحة فرص العمل مثل العمل كمرشدين سياحيين وكأساتذة لتدريس المناهج السياحية.
- توفر الثقافة السياحية للفرد فرصة مهمة للتعارف الثقافي ما بين الشعوب ومظاهرهم وسلوكهم.
- تدفع بالتنمية الاقليمية للبلد المضيف الى الأمام من خلال تطوير مؤهلاته الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والبشرية ومهنه وصناعاته التقليدية.
- للثقافة السياحية دور في جلب المستثمرين الى مختلف المرافق السياحية والقطاعات المصاحبة له، وجلب العملة الصعبة .

-تساهم الثقافة السياحية في بناء شخصية الفرد الثقافية وفتح آفاق تطلعه الى ما وراء حدود مدينته وبلده وتجعله يحس بأهمية تعلم اللغات وفوائدها، لأنها مفاتيح الثقافة السياحية.

6- المؤسسات الفاعلة في تنمية الثقافة السياحية:

الثقافة السياحية مسؤولية المجتمع وهناك مؤسسات لها دور مهم في تنمية الثقافة السياحية (دادن عبد الغني، 2017)

1-6- الأسرة:

تعد الأسرة المدرسة الحقيقية لأي فرد، فهي التي تؤثر بصورة مباشرة على سلوكه، وعليه للأسرة دور مهم وكبير في تنمية الثقافة السياحية من خلال تنمية اتجاهات وقيم ايجابية لدى الأفراد والشباب عن السياحة وفائدتها على الفرد والمجتمع، كما للأسرة دور تربوي أيضا من خلال اكساب الأفراد كيفية التعامل مع السائحين وحسن استقبالهم وعدم الانصراف في ثقافتهم، وتنمية السلوك الحضاري بالمحافظة على المكتسبات السياحية والبيئية.

2-6- المؤسسات التربوية:

من خلال المناهج والمواد الدراسية، وتنويع طرق التدريس لتنمية الثقافة السياحية لدى طلاب المدارس من خلال ما يُعرف بالتربية متعددة الثقافات.

3-6- الجامعات:

يجب ألا يقتصر دور الجامعة على اعداد الخبراء السياحيين فقط، بل يجب عليها ان تقوم بإعداد مواطنين مثقفين سياحيا من خلال تعريف الطلاب بأهمية السياحة في تنمية الاقتصاد الوطني والتأكيد على ضرورة النهوض بالقطاع، وتنمية الثقافة السياحية لدى طلاب الجامعة من خلال اعداد برامج خاصة أو من خلال ادراجها ضمن المقررات، كذلك من خلال الندوات، المحاضرات، المؤتمرات، الجمعيات. كما تعمل الثقافة السياحية على تجنب التصادم والصراع الفكري بين الشعوب من خلال غرس القيم والمبادئ الدينية والأخلاقية بين أفراد المجتمع والسبب خاصة.

4-6- وسائل الاعلام، وذلك من خلال:

- اعطاء البرامج السياحية المتخصصة اهتمام أكبر من حيث الكم والنوع في البرامج التلفزيونية والإذاعية.

- تناول البرامج التي تتناول قضايا التنمية عموما والقضايا السياحية خاصة. باعتبار السياحة جزء من هذه التنمية الشاملة.

- احتواء البرامج الإذاعية والتلفزيونية على العناصر السياحية التي تهدف الى توعية الجماهير بالدور الذي يلعبه النشاط

السياحي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

- التسويق للسياحة الداخلية ومختلف الأنماط وحث المواطنين للقيام بهذه الرحلات، وأن تقوم الجهات المسؤولة عن السياحة بتوفير هذه الرحلات بأسعار في متناول اغلب المواطنين.

- عقد الندوات والدورات في الثقافة السياحية لوسائل الاتصال ولرجال الأعمال لتسهيل نقل المعلومة الى المواطن.

7- العوامل المساهمة في تنمية الثقافة السياحية:

تتمثل أهم العوامل المساعدة في تنمية الثقافة السياحية في المجتمع في التغير الاجتماعي بشتى أنواعه والعمل وعمل المرأة

خاصة وهذا ما سنوضحه بإيجاز: (احمد عبد الله قارة، 2009)

1-7- التغير الاجتماعي:

تختلف المجتمعات في طريقة عيشها وفي نظرتها للأشياء والمواقف والسلوكات وذلك وفقا للمرجعية القيمية لكل منها

والتي تقوم عليها وتستند اليها. انطلاقا من هنا، تعتبر القيم والمعايير والطقوس والأعراف المتولدة عن ثقافة المجتمع أحد عوامل

التغير الاجتماعي، يساعدها في ذلك التطور التكنولوجي وسرعة انتشاره، وعليه فإن العامل الثقافي له أهمية في التغير الاجتماعي باعتبار منبعه تحول القيم والنماذج-على حد تعبير تالكوت بارسونز-يكون ذلك تبعا للأوضاع الراهنة في المجتمع وكذا التغير التكنولوجي الذي يغير من ذهنية الأفراد ويكسبه قيما جديدة تتلاءم مع السياح وقد توعيمهم حول متطلبات هؤلاء واحتياجاتهم كإعطاء الصورة الايجابية والتحلي بأداب الطريق والأكل والتعامل والنظام والحفاظ على البيئة واحترام الأشخاص والحيوانات والروح المدنية بكل ما تحمله من معنى.

2-7- دور العمل:

يعد العمل نشاطا أساسيا يتم حوله تنظيم الوقت واختيار نمط الحياة وبعدها كان العمال يهتمون بحاجياتهم الأساسية أصبحوا يسعون الى تحقيق احتياجات أخرى ثانوية والبحث عن الرفاهية. ويرجع هذا التغير في النزعة الحقيقية للإنسان من وراء العمل الى الوصول الى السعادة والرخاء الشخصيين. وإلى جانب اختراع وتوسيع وسائل النقل الجماعية والفردية وتحسن وسائل الاعلام وإنشاء وتطور شبكة التجمعات المرتبطة باللهو، الأمر الذي أدى الى زيادة القدرة الاغرائية له وللترويج، فإن العمل اضحى يحمل قيما أخرى غير التي تقوم على الاكراه والشقاء والبؤس. على صعيد آخر، يُعزز العمل مستويات المعيشة، لاسيما بدخول المرأة سوق العمل حيث أصبحت تكسب الأسرة ثقافة سياحية من خلال مساهمتها بدخلها في تغيير ميزانيتها. بالتالي أصبح التفكير في ميزانية الأسرة ومهارة ادارتها والتحكم بإيراداتها ومصاريفها فنا من الفنون التي ينبغي للزوجين ان يتعلمانها ويحرصا عليها، لاسيما عمل المرأة جعلها تنفتح على محيط اجتماعي آخر بقيم وممارسات عديدة خاصة بالترويج والراحة والعطلة وكذا الأسفار والاكتشاف ما جعل الكثير من أفكارها تتغير وتساهم بتبادلها مع الآخرين في نشر فكر سياحي بالتالي بذور ثقافة سياحية فعلا.

3-7- البيئة الثقافية:

تعتبر البيئة الثقافية من محفزات الحفاظ على العادات والتقاليد المتوارثة واقامة المهرجانات والاحتفالات ذات الصبغة التاريخية بالإضافة الى بناء نماذج للقوى التاريخية التي يطلق عليها المتاحف الحية، والتي لها الدور الكبير في خلق بيئة ثقافية تساعد على تشكل ثقافة سياحية عند افراد المجتمع.

4-7- التعرف على صورة البلد السياحي:

والتي هي عبارة عن معلومات ومكتسبات يتم تداولها في سن مبكرة تجعلها خلفية للمشاركة في الأنشطة السياحية. (داليا

محمد تيمور، 2008، ص118)

8- استراتيجيات تفعيل الثقافة السياحية في الجزائر:

من بين الاجراءات التي اعتمدها القطاع السياحي بالجزائر لبناء ثقافة سياحية نذكر: (محمد بن مرادي، 2013)

- تحويل الصيغة القانونية للمركز الوطني للتكوين في السياحة والمتكون من ثلاث معاهد (تيزي وزو-بوسعادة والجزائر العاصمة) من مؤسسة ذات طابع تجاري وصناعي الى مؤسسة ذات طابع اداري بثلاث مستويات وهي: المدرسة الوطنية العليا للسياحة، المستوى العالي بالجزائر العاصمة، المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية، تقني سامي بتيزي ومركز الفندقية والسياحة. المستوى الثالث، تقني (بوسعادة)

- الحاق المدرسة الوطنية العليا للسياحة بالمنظومة الجامعية واضفاء الوصاية البيداغوجية عليها.

- الحاق المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية بتيزي وزو بقطاع التكوين المهني.

إن تطوير السياحة على مستوى الوزارة الوصية وحده لا يكفي، ان لم يتم التنسيق بين عدة قطاعات تعطي المثال الحسن عن "السلوك السياحي". فوزارة الداخلية لها دور كبير في تطوير السياحة، من حيث توفير الأمن والسهر على راحة القادمين للسياحة على مستوى المطارات والموانئ والنقاط الحدودية، من خلال تخفيف الاجراءات أو ايجاد آلية لتسهيل تدفق السياح في أقل وقت ممكن. والأمر نفسه لأعوان الجمارك، وكذا وزارة النقل التي تتحمل مسؤولية كبيرة من حيث تجديد حضيرة ووسائل النقل، سواءا للمؤسسات العامة أو الخواص، فضلا عن عقد دورات خاصة لأصحاب النقل من خلال التعامل واحترام الوقت والزبون.

وبدون التنسيق الجماعي، لا يمكن الوصول الى سياحة ترقى الى الخطابات التي يتفنن في اصدارها المسؤولون عن القطاع. ويتعين على وزارة السياحة أن تضع استراتيجية محددة وترسم خطوطا عريضة لتطوير السياحة في البلاد خلال السنوات المقبلة، أخذا بعين الاعتبار النقاط السلبية التي جعلت السياح يفضلون الجيران على الجزائر، رغم ما تزخر به البلاد من مناطق سياحية. (محمد دلومي، 2010)

9- الخاتمة:

ختاما يمكن القول أن الثقافة السياحة في الجزائر واقعة بين مطرقة مسؤولين غير قادرين على رسم سياسة عامة سياحية تكفل الاستغلال الأمثل لهذا الكثر ، وسندان مواطن غير مبالي لا يرى لها أهمية تذكر مقارنة مع اعباء الحياة اليومية. اذا اريد بالجزائر النهوض بهذا القطاع يستوجب الأمر :
- تكوين مواطن مثقف سياحيا والتعود على السياح على استقبالهم. فالفرد الجزائري بطبعه يتحلى بمكارم الأخلاق وحسن الضيافة،

- لا يكفي تكوين تقنيين وأعوان استقبال في الفنادق بل لابد من غرس ثقافة سياحية حتى لدى الطفل لأنه مواطن الغد. وهذا بإدراج مادة السياحة ضمن البرامج المدرسية،

- وكذا الاهتمام بمؤسسات نشر الوعي بداية من الأسرة فالمجتمع المدني، اضافة الى التركيز على استراتيجية اعلامية موجهة.
-وتثقيف المواطن وتخصيسه بمدى أهمية السياحة في تطوير البلاد وما يمكن ان يستفيد هو كمواطن بسيط منها بتشجيع سكان المناطق السياحية للمشاركة في تنظيمات محلية لخدمة السياحة كتكوين ما يسمى بجماعة الارشاد او الوعي السياحي، هذا التوجيه يتطلب ضرورة النظر الى السياحة كقطاع افقي تتقاطع معه العديد من القطاعات الاجتماعية الثقافية ووضعه كمنتج سياحي يسمح بتلبية المنتجات المحلية ويقوم بالمحافظة والتعريف بهذا الموروث الثقافي على جميع المستويات الوطنية والدولية. وجعل هذا الموروث الثقافي ضرورة من خلال احتراف الثقافة السياحية.

- قائمة المصادر والمراجع:

1. احمد عبد الله قارة (2009/07/12) مفهوم تنمية الوعي السياحي www.algomhoriah.net/articles.php?id=14308
2. الياس سراب، حسن الرفاعي وآخرون (2002). تسويق الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، القاهرة، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
3. الثقافة السياحية ضمن المناهج الدراسية (2008)، مجلة السياحة الاسلامية، العدد 24 www.islamictourism.com/arabic_articles/article.php?issue=24
4. دادن عبد الغني (2017/4/13). الثقافة السياحية في المجتمع ودورها في تنمية السياحة الصحراوية www.academia.edu
5. داليا محمد تيمور زكي (2008). الوعي السياحي والتنمية السياحية، الاسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة للنشر.
6. عبد الصاحب الشاكري (2017). شركات السياحة ووكالات الأسفار، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.
7. محمد بن مرادي (2013). يومية صوت الأحرار، بن مرادي يؤكد غياب الثقافة السياحية في المجتمع-www.sawt-alahrar.net/ara/permalink/11298.html
8. محمد دلومي (2010). في ظل غياب ثقافة السياحة عندنا: سياح ينتظرون بالساعات في المطارات والموانئ وخدمات سياحية تحت الصفر، يومية الأمة، الجزائر، 1/08/2018 www.eloumma.com/ar/content/view/13286/103
9. مروان صحرابي (2012). التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي-حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم التجارية والاقتصادية والتسيير، جامعة أبو بكر بلقايد <http://dspace.univ-telemcen.dz/handle/112/1158>
10. هناء حامد، زهران (2004). الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، القاهرة: عالم الكتاب للنشر والتوزيع
11. Leslie Norville (10/3/2019) about the tourism industry tourism, retrieved ,england