

السياحة: التنمية المزدوجة مورد اقتصادي و مصدر للحوار

أ.د. سعيدي محمد¹

مقدمة:

لعلّه يكون من باب المنطق أن نعرف السياحة والتي تعدّدت تعاريفها واختلفت باختلاف رؤى ومقصديّة المهتمين بها. لقد حملها كل باحث مهتمّ دلالات ووظائف تتجه حسب الاتجاه الذي أراده منها. فمنهم من حصّرها في المجال الاقتصادي واعتبرها عاملا اقتصاديا يساهم في التنمية الاقتصادية وفي الإنعاش الاقتصادي من حيث المداخل والاستثمار... ومنهم من رأى في السياحة ظاهرة اجتماعية لها علاقة وطيدة بالمجتمع وبقيمه الاجتماعية واكتشاف عادات وتقاليد الآخر وأنماطه المعيشية، ومنهم من ربط السياحة بالبعد النفسي للإنسان السائح، فتحدث عنها وفق الأطروحات النفسية وما تثيرها من قضايا نفسية شاملة كالراحة والاستجمام ومنهم من اعتبر السياحة ظاهرة ثقافية، وحاول مقاربتها من حيث الحركية الثقافية التي تصاحب السياحة إبداعا واستهلاكاً وممارسة واكتساب ثقافة جديدة¹.

ومن المهتمين من اعتبروا السياحة عنصرا أساسيا لا بدّ من استثماره ضمن الأنظمة والعلاقات السياسية الدولية (سواء في الحرب أو في السلم).

¹ - كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، جامعة تلمسان

ومهما يكن من أمر، فإننا نعتقد أنّ السياحة ظاهرة ثقافية، نفسية، اجتماعية، سياسية، اقتصادية، تسخرها الأنظمة والحكومات مساهمة منها في تحريك العلاقات الإنسانية الشاملة، فهي نشاط إنساني متعدّد الدلالات والوظائف.

وحتى نستطيع ضبط مفهوم السياحة ودورها الإيجابي في بناء السلم والحوار بين الشعوب والحضارات، لا بدّ لنا من تحديد معناها على المستوى اللغوي و الاصطلاحي الثقافي والحضاري والإيديولوجي.

أن مصطلح السياحة مشتق من فعل ساح يسبح و الذي اتحدت معانيه في اللغة العربية حول معنى "الضرب في الأرض". و ساح الماء، أي جرى على الأرض. وساح في الأرض يسبح وسيوحا و سياحة و سياحا أي ذهب.

و قد تحيلنا كل هذه الاشتقاقات اللغوية من فعل ساح إلى عدد من الملفوظات و التي ورد ذكرها في القرآن الكريم:

"براءة من الله ورسوله إلى الذين عاهدتم من المشركين ،فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله و أن الله مخزي الكافرين"(2).

قد ذكر المفسرون في كتبهم أن معني قوله سبحانه و تعالى "فسيحوا" أي اذهبوا و اضربوا في الأرض. كما وردت إحدى مشتقات كلمة "ساح" في قوله سبحانه و تعالى: "التائبون العابدون الحامدون السائحون الراكعون الساجدون الآمرون بالمعروف و الناهون عن المنكر والحافظون لحدود الله و بشر المؤمنين."(3)

وقد جاء في تفسير كلمة "السائحون" في سياق هذه الآية أي المبتعدون عن الحرام والذين قاطعوا ما حرم الله و ابتعدوا و ذهبوا عنه.

إن فعل "ساح يسيح" هو الذهاب والابتعاد والتنقل المادي أو المعنوي أو الأخلاقي والسلوكي. ومن هذه المعاني صنع اللغويون كلمة السياحة لتدل على الذهاب والتنقل والابتعاد عن الموطن الأصلي.

وقد نجد في اللغة الفرنسية كلمة *tourisme* وهي المعادل الدلالي ووظيفي لكلمة السياحة العربية. وقد يعود أصل الكلمة الفرنسية إلى فعل *tourner et faire un tour* أي القيام بدورة أو جولة أو تنقل. وقد تأسس أصلاً هذا الفعل في اللغة الفرنسية من كون السائح أو فاعل الفعل من أنه يتنقل من مكانه الأصلي و يزور مكاناً واحداً و يعود و يرجع إلى مكانه الأصلي و كأنه قام بدورة .

أما من حيث الاصطلاح، فإن السياحة كما يعرفها الألماني "جوير فرويلر" هي: "بمعناها الحديث ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة، وإلى التغيير الهواء، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونموه، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة، في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا نمو الاتصالات على الأخص بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعة الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة سواء كانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمره تقدم وسائل النقل"⁽⁴⁾.

وفي نفس السياق يعرف نائل موسى محمود سرحان السياحة بقوله أنها "عبارة عن ظاهرة فردية أو جماعية تهدف إلى تحقيق وإشباع الرغبات والحاجات المختلفة، وذلك من خلال عملية الانتقال من مكان الإقامة الدائمة إلى أماكن أخرى سواء كانت داخلية (داخل البلد نفسه) أو خارجه إلى دول أخرى و الإقامة فيها دون تحديد فترة من الزمن"⁽⁵⁾.

تتحرك السياحة على عدّة مستويات، ولعلّ أهمها وأبرزها هي تلك المستويات الاقتصادية والثقافية والسياسية والحضارية، الأمر الذي أهلها بكل جدارة بأن تلعب دورا مهما في تقدم الشعوب سواء على المستوى الداخلي الوطني أو على المستوى الأجنبي الدولي.

ولكي تتحقق هذه الحركة السياحية المتعدّدة المستويات لا بدّ من توفير خمسة عناصر

منسجمة ومتكاملة وهي:

1- العنصر الجغرافي.

2_ العنصر النفسي.

3_ العنصر الثقافي

4_ العنصر الاقتصادي.

5_ العنصر السياسي.

1/ **العنصر الجغرافي:** يقصد به المكان والموقع الجغرافي المزار أي مكان الزيارة والسياحة. وقد تكون مدينة أو غابة أو موقع أثري أو حديقة أو شاطئ أو مركز ثقافي أو فني الخ... وبعبارة استفهامية، ما هي الأماكن التي يمكن زيارتها والتي تستهوي السائح و تجلبه؟ ما هي الأماكن التي يمكن استثمارها سياحيا على المستوى المادي والمعنوي؟ ما هي الأماكن التي يمكن لسياحتها أن تشيع المحبة والتعارف والتقارب بين السائح الأجنبي(سواء أكان أجنبيا أي ينتمي إلى بلد آخر أو كان أجنبيا عن المكان على الرغم من أنه ينتمي إلى نفس البلد ولكنه من مدينة أخرى) وصاحب المكان أي المقيم و المستقبل؟ كيف نصون ونحافظ على الأماكن السياحية من حيث الطرح المادي والمعنوي و السلوكي و الثقافي ؟

وقد يلعب العنصر الفضائي بجماليته و طيبة أهله وتوفير الظروف الاجتماعية والاقتصادية و الثقافية و السياسية والأمنية الإيجابية و المريحة ضمن الصيرورة السياحية العامة والشاملة دورا أساسيا و بامتياز في إرساء قواعد التقارب والمحبة بين الزائر ومكان الزيارة والإطار العام للزيارة و أهل و أصحاب و سكان المنطقة المزارة . و من هذا المنطلق نقول أن السياحة قد تلعب دورا مهمّا في إرساء ثقافة الحوار الإنساني بين الشعوب والثقافات والحضارات و البلدان.

2/ العنصر النفسي: اقترن أساسا بالطرح النفسي للإنسان السائح. فالسياحة مهما كان مستواها ومهما كانت طبيعتها فهي توفر للإنسان الراحة والمتعة والاستجمام والمنفعة. كما تخلق لديه فرص المعرفة والصدقة مع الآخر. وتفتح له المجال واسعا للراحة وتغيير الأجواء ليعود إلى عمله ونشاطه بقوة جديدة متجددة بعد قطيعة دامت بعضا من الوقت.

3/ العنصر الثقافي: السياحة ثقافة، ومنتجة لثقافة جديدة، فالسائح يتحرك حسب ما تمليه عليه ثقافته الأصلية، يزور بلدا ويلتقي بآخرين و يتعرف على ثقافتهم كما قد تكون له فرصة التعرف بثقافته الأصلية.

فعن طريق الاحتكاك وعمليتي التأثير والتأثر يكتسب ثقافة جديدة، يعود إلى بلده محملا بقيم ثقافية جديدة أو ببعض ما تبقى له منها في ذاكرته. فيحاول استثمارها محليا مازجا بينها وبين ما قد يناسبها من ثقافته الأصلية، الأمر الذي يفتح المجال الثقافي والاجتماعي لظهور ثقافات جديدة والتي هي وليدة حوار الثقافات الأصلية مع الثقافات الأجنبية التي يسافر بعض أجزائها وبعض مظاهرها مع السائح أثناء عودته إلى وطنه.

وبصورة عامة، يتمحور العنصر الثقافي فيما يجنيه السائح من فوائد معرفية وثقافية سواء من خلال لقاءه مع الناس أو من خلال زيارته للأماكن ثقافية مثل المسرح و السينما و المكتبات والآثار التاريخية والنوادي و كذا حضوره في مهرجانات وسهرات ومحاضرات وأمسيات فنية.

فالسائح ليس إنسانا تنقل من بلد إلى آخر فقط، فهو سلوك يسافر من بلد إلى آخر، فهو ثقافة تسافر من شعب إلى شعب آخر، فهو لغة تحاور لغة أخرى، فهو تاريخ يحاور تاريخا آخر، فهو ثقافة تعانق ثقافة أخرى.

4_العنصر الاقتصادي: قد لا يختلف اثنان حول الوظيفة الاقتصادية المادية للسياحة، فهي مورد اقتصادي بامتياز قد يعود على الشعوب موضوع الزيارة بالفائدة و ذلك من خلال ما يمكن للسائحين من دفعه من أموال مقابل ما يستهلكونه من أطعمة في المطاعم و الفنادق و التنقل الداخلي و شراء الهدايا وغير هذا من الأنشطة الاقتصادية التي تجعل السائح يدفع أمولا كبيرا مقابل تلك الخدمات التي يقدمها له السكان المحليون. كما قد يكون هذا النشاط الاقتصادي الاستهلاكي دافعا قويا لأصحاب القرار المحليين و الحكومات في التفكير في بناء المطاعم و الفنادق و المتاحف و المراكز الثقافية و الأسواق و خاصة تلك التي يروج فيها للصناعات التقليدية المحلية، هذا من جهة و من جهة أخرى قد تشكل هذه الأنشطة الاقتصادية المرتبطة بالسياحة موردا ماليا مهما في ضمان تنمية مستدامة قوية و التي تتجلى نتائجها على عدة مستويات وخاصة في مجال العمل و الشغل حيث يتم توفير مناصب عمل للشباب هذه المناطق وخاصة في المجال السياحي. كما أن الأموال المحصل عليها من ذلك النشاط السياحي قد يشكل قوة مالية لاستثمارات في مجالات أخرى كالزراعة و التربية

والتعليم والصحة والسكن والتعمير والنقل والتجارة والبيئة والمحيط وفي كل القطاعات الممكنة و التي تستغل خدمة للسياحة وخدمة للأهالي من أجل البقاء في هذه المناطق وتعميرها وتفادي النزوح الريفي أو الهجرة.

وفي هذا الصدد نشير إلى أن هناك العديد من علماء الاقتصاد و التخطيط و السياسة والسياحة الذين ربطوا الفائدة الكبرى للسياحة في محاربة الفقر في كثير من المناطق في العالم والتي تمتاز بموارد سياحية كبيرة ولكن سكانها لا يزالون يعيشون تحت و قع و إيقاع الفقر.⁽⁶⁾ إن التسيير الجيد للسياحة و قوة الحكم الراشد الذي امتازت به بعض الحكومات في حسن استغلالها لهذا المورد و في حسن التصرف في المداخل قد اخرج سكانها من الفقر و وحول قراهم و مدنهم وما تمتاز به من مناظر و فضاءات سياحية جميلة إلى مواطن أهلة بالسياح على مدار السنة...

5_العنصر السياسي:

قد يكون الاستقرار السياسي و الأمن في بعض المناطق دعما قويا للسياحة، هذا من جهة ومن جهة أخرى ،قد تستثمر بعض الأنظمة السياسية أموالا كبيرة من أجل بناء ثقافة سياحية قوية. و قد يتجلى الدور السياسي لهذه الأنظمة في حسن التفكير و في حسن تسيير شؤون البلد من الناحية السياسية و السياحية و الاقتصادية كالتفكير في التكوين و في التعليم في المجال السياحي و الفنادق والإرشاد وقد يتجلى ذلك في بناء مدارس و مراكز ونوادي يلتحق بها الشباب قصد التخصص في المجال السياحي و في كل ما يدور في فلكه من علم و فن وثقافة وتربية و تسيير وغير ذلك مما له أثار بهذا المجال. كما قد يتجلى الفكر السياسي السياحي والذي قد تتبناه الأنظمة في حسن استقبال السياح على مستوى الحدود

وتبني نظام جمركي واع و متفتح وشفاف ومحترم ،و تسهيل العمليات المصرفية على مستوى المؤسسات المصرفية والبنكية وتشجيع الخواص في الاستثمار السياحي وغير هذا من الأنشطة التي تتحكم فيها الدولة ومؤسساتها. كما أنه لا يمكن أبدا أن ننسى الدور الأساسي والقوي والمدعم للسياحة والذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة في ترويجها للمنتوج السياحي سواء داخل البلد أو في خارجه. إن مسؤولية وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة و المرئية كبيرة. فهي التي تعرف الآخر بما يمتاز به البلد من مقومات سياحية، حيث تنقل صورا جميلة ومناظر خلابة و مظاهر ثقافية أصلية و أصيلة قد تؤثر في الآخر وتغريه وتدفعه تدفعا إلى التنقل و إلى الزيارة والى حب الاكتشاف. ومن هذا المنطلق تبقى العناية وإدماج و وسائل الإعلام في السياسة السياحية أمرا ضروريا ومفيدا. وقد يتشعب الحديث عن علاقة وسائل الإعلام بالسياحة إلى قسمين اثنين: وسائل الإعلام العامة والتي قد تتكفل بنشر أو كتابة مقال أو روبرتاج أو ندوة أو برنامج إذاعي عابر حول موضوع سياحي أو حول منطقة أثرية أو سياحية ما بمناسبة من المناسبات. ووسائل الإعلام المختصة في مجال السياحي و متابعة كل شاردة و واردة عن السياحة وما يدور في فلكها من إشهار ودعاية وخدمة للنشاط السياحي الداخلي الوطني أو الخارجي الأجنبي وذلك وفق ثقافة إعلامية احترافية. فالإنسان العادي أو السائح المتعود على ذلك قد يكتشف ويتطلع على الأماكن السياحية المختلفة وفي بلدان بعيدة عن طريق ما تحمله له وسائل الإعلام من أخبار ومعلومات وتوجيهات وإرشادات ونصائح. وكأن هذه الوسائل الإعلامية المنخرطة في الفعل السياحي تقدم لهذا الإنسان دعوة لزيارة هذه الأماكن...

إنّ الطرح الفلسفي للسياحة وللسائح يتعدى المستوى المادي، فالسياحة هي إعلان صريح للقاء ثقافات وحضارات مختلفة ومتنوعة في أشكالها ومضامينها ومظاهرها المادية والمعنوية. وبالتالي فهي ترجمة لتقارب وتعانق الشعوب مع بعضها البعض وفق أطر المحبة والأمان والطمأنينة والترفيه والجمال والسلام، ومن هذا المنطلق قد يتنقل السائح محملاً بقيم بلده وثقافته وحضارته وتاريخه ولغته، يصل عند الآخر الذي هو أيضاً بدوره محمل بقيم مماثلة، ويتحقق اللقاء البشري والجغرافي والحضاري والتاريخي واللغوي ويتمّ الحوار ليخلق ثقافة جديدة ساهم في إرساء دعائمها الشعبان أو الشعوب المزاراة بثقافتها وبحضاراتها وبلغاتها. فالسياحة هي حوار وتقارب الأقطاب التي تبدو بعيدة ومتباعدة بين هنا وهناك، بين الأنا والآخر، بين المحلي والعالمي، بين البعيد والقريب، بين المعلوم والجهول، بين الداخل والخارج. كما قد تكون هذه الأنشطة السياحية إذا فقدت منطقها وعقلها سبباً من أسباب العداء والعداوة و المشاكل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية. وما كان يفترض أن يكون موضوع تقارب ومحبة وتعايش قد يتحول إلى موضوع خلاف وحرب وعداوة. وقد يكون هذا نتيجة الانحراف السياحي والذي قد يكون موضوع تجسس أو اعتداءات على حرمة ثقافة السكان المحليين أو سرقة التحف الأثرية أو إثارة الفوضى و التحريض و عدم احترام قواعد الفعل السياحي الأخلاقي⁽⁷⁾.

وقد تفتن لقيمة ولدور السياحة كثير من العلماء في الانثروبولوجيا و الاقتصاد والسياسة وعلم النفس وعلم الاجتماع والأدب والفنون والتاريخ والجغرافيا والأخلاق... فانكبوا عليها بالدراسة والتحليل و التدريس حيث أن عددا كبيرا من الدول تدرس السياحة كفرع عرقي وكاختصاص قد يفتح المجال واسعا للاستثمار وخاصة لدى فئة الشباب.

ولقيمتها العلمية استطاعوا أن يصنعوا منها اختصاصا علميا تقاسمت في تنشيطه المعرفي والمنهجي مجموعة من العلوم حيث ظهر علم الاقتصاد السياحي، وعلم النفس السياحي، وعلم الاجتماع السياحي، والأدب السياحي، والأنثروبولوجيا السياحية، واللسانيات السياحية، والتاريخ السياحي، والجغرافيا السياحية، والطب السياحي، والقانون السياحي... الخ.

لقد اهتم هؤلاء العلماء بالسياحة كنشاط إنساني شامل، فهي تشكل الواجهة الظاهرية والباطنية للإنسان من حيث الطرح الثقافي والاجتماعي والاقتصادي والسياسي والحضاري والأخلاقي والإيديولوجي، فالسياحة هي كل هذا، فهي إنسان يتحرك نحو إنسان آخر، فهي علاقة إنسان بإنسان آخر، فهي صورة إنسان عند و عن إنسان آخر. "فالإنسان هو مركزها و محورها، و من هنا نتبين الحقيقة التي تبدو في أن السياحة تحقق رسالة إنسانية عظيمة، فقد أصبحت الوسيلة الأولى لخلق التفاهم بين الشعوب، فبهذه الوسيلة يتيسر للسائحين القادمين من أقصى المناطق والذين يتكلمون مختلف اللغات أو ينتسبون إلى مختلف الأجناس أو يعتنقون مختلف الأديان والمذاهب السياسية أو يخضعون لمختلف النظم الاقتصادية _ أن يعرف كل منهم الآخر." (8)

ومن هذا المنطلق اعتمدها الباحثون النفسانيون والاجتماعيون والأنثروبولوجيون والسياسيون ورجال قانون العلاقات الدولية مقياسا حيا وفعالا لدراسة نمط و طبيعة علاقات الشعوب فيما بينها "فالسياحة هي إحدى الوسائل العظمى للتقريب بين الشعوب، و بالتالي تصبح في النهاية وسيلة لحفظ العلاقات السليمة بين هذه الشعوب و بخاصة العلاقات مع الأقطار النامية" (9).

السياحة و المنظمات الدولية:

قبل الحديث عن السياحة والمنظمات الدولية الحكومية وغير الحكومية، لابدّ من الحديث أولاً عن دور هذه المنظمات على المستوى السياسي العام. فهي "شكل من الأشكال بالغة الأهمية للعلاقات الدولية، وهي في نفس الوقت، عامل حاسم في نمو هذه العلاقات الدولية الذي يتعاضد شأنه ويتسع تشبعه يوماً بعد يوم، وتعبير العلاقات الدولية ذو معنى واسع، فكما ينطبق على العلاقات بين الدول صاحبة السيادة، فإنّه ينطبق أيضاً على العلاقات بين المنظمات والهيئات الوطنية التي تباشر نشاطها في دول مختلفة، وأخيراً فإنّه ينطبق أحياناً على العلاقات بين مجرد الأفراد العاديين الذين ينتمون إلى دول مختلفة الذين تنشأ بينهم صلات تستهدف تبادل الخبرات أو التعاون"⁽¹⁰⁾.

إنّ حديثنا عن المنظمات الدولية الحكومية وغير الحكومية أفرزته التساؤلات التالية:

ما هي أسباب ودواعي اهتمام هذه المنظمات بالسياحة؟

مما لا شكّ فيه، أنّ رواد هذه المنظمات قد تفتنوا للدور الريادي الذي تؤديه السياحة في مجال تقارب الشعوب والتعاون فيما بينها اقتصادياً وثقافياً وسياسياً خاصة في نشر مبادئ السلم والحوار والمحبة بين الشعوب المزارّة لبعضها البعض.

وقد أدرك هذا الدور الذي تقوم به السياحة كثير من المختصين في عالم السياحة منذ النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وقد ترجعوا إدراكهم ووعيهم بتأسيس جمعيات مهنية مختصة في التنشيط السياحي، نذكر على سبيل المثال أول جمعية دولية سياحية والتي تأسست سنة 1869 تحت اسم الاتحاد الدولي للفندقين Union International des Hôteliers.

وعلى غرار هذا الاتحاد توالى ميلاد جمعيات واتحادات أخرى سواء على المستوى الدولي أو الإقليمي أو الوطني أو المحلي، كما فعل سكان بعض المدن المتوسطية الأوروبية التي تمتاز بثروة مائية وغابوية وطبيعية كبرى حيث أسس بعض رواد هذه المدن في مجال السياحة الفرنسية والإسبانية والبرتغالية سنة 1908 اتحادا يحمل اسم الفيدرالية الفرنسية والإسبانية والبرتغالية للثقافات السياحية Fédération Franco-Espano-Portugaise des Syndicats de Tourisme.

ولعلّ أهمّ مطلب تأسست من أجله هذه الفدرالية هي العمل من أجل التقارب والتعاون بين هذه الشعوب والاستفادة المطلقة من مواردها السياحية.

ولعلّ أهمّ محطة دولية من حيث الطرح السياحي الدولي هو ما أولته عصبة الأمم منذ تأسيسها للنشاط السياحي الذي اعتبرته عاملا أساسيا يساعد على نشر ثقافة السلم والمحبة والتضامن بين الشعوب والبلدان. لقد ركزت عصبة الأمم على هذا العامل وحملته دلالات السلم والحوار وقتئذ لأفكارها كانت تعيش تحت وقع الحرب العالمية الأولى والتطاحن بين الشعوب والآثار السلبية للأزمة الاقتصادية العالمية. فكانت تبحث في ذلك الوقت باحثين عن كل شيء قد يساهم في وضع حدّ للحروب وفي بعث روح المحبة والسلم بين الشعوب، وكان للسياحة دور مهمّ في هذه الحركة... وقد تزامن هذا الاهتمام مع ميلاد على مستوى عصبة الأمم الاتحاد الدولي للثقافات السياحية الرسمية سنة 1925.

وقد ظل هذا الاتحاد حيا ونشطا منذ تأسيسه وذلك لقيمة المهمة التي أوكلت له من جهة وللامال التي كان يعقدها حوله الممثلون الدوليون في إرساء قواعد السلم والحوار بين الشعوب وبين الثقافات من جهة أخرى.

وعرف هذا الاتحاد تطورات حيث تغير اسمه سنة 1927 ليصبح اسم: المؤتمر الدولي للهيئات السياحية الرسمية.

كما تغيّر اسمه سنة 1930 ليصبح يحمل اسم: الاتحاد الدولي للهيئات الرسمية للدعاية والسياحية.

ومع اتساع دائرة نشاطه على المستوى الاقتصادي والثقافي والسياحي عمل المشرفون على تدعيمه بالوسائل المادية والمعنوية وعلى إعادة النظر في تركيبته البشرية والإدارية ليصبح في سنة 1946 يحمل اسم: الاتحاد الدولي للهيئات السياحية الرسمية.

وقد صاحب نشاط هذا الاتحاد الدولي، ظهور اتحادات ومنظمات صغرى، هدفها العمل على الإنعاش السياحي وتوجيهه توجيهها صحيحا وفق أطر اقتصادية وثقافية وأخلاقية منطقية ومعقولة.

لقد تعدّدت هذه الاتحادات وهذه المنظمات والتي تعدى نشاطها الفضاء الوطني الضيق ليمس كل مناطق العالم. ونذكر في هذا الصدد بعض هذه الجمعيات و المنظمات التي تأسست أصلا من أجل ترقية السياحة و تطويرها و العمل من أجل الاستفادة منها ماديا و اقتصاديا وثقافيا:

منظمة تطوير السياحة الافريقية و التي احتضنت مقرها دولة الكاميرون منذ تاريخ تأسيسها عام 1961.

منظمة السياحة العالمية و التي تأسست عام 1946 و مقرها بمدينة مدريد باسبانيا.

الأكاديمية الدولية للسياحة و التي تأسست عام 1951 و مقرها في مدينة موناكو.

الاتحاد العربي للسياحة و الذي تأسس عام 1954 و مقرها في مدينة عمان الاردنية.

لقد نما الاهتمام بالسياحة على المستوى الوطني وعلى المستوى الدولي وذلك للوعي العميق بالدور الذي تلعبه. كما ترك النشاط السياحي بصماته في كثير من التوجهات الدولية لكثير من الأنظمة ولكثير من الشعوب التي كانت تعيش تحت حصار سياسي واقتصادي أو عرقي، فالسياحة كانت عاملا ساهم بقوة في فكّ هذا الحصار وفي انضمام هذه الدول وهذه الشعوب إلى العائلة الدولية الكبرى.

ولعلّ ما يفسر هذا الدور الريادي للسياحة في نشر ثقافة السلم والتعاون والتحاور بين الشعوب وبين الثقافات وبين الحضارات هو ذلك الاهتمام الرسمي الوطني والدولي بها حيث إنّه قد يلاحظ في أنّ كثير من المنظمات التي تنص قوانينها على الاهتمام بالسياحة قد انقادت إلى إدماج السياحة في حقل عملها، كما أنّ مشاكل معينة أثارها السياحة على المستوى الوطني والمستوى الدولي نهت إلى وجوب إنشاء منظمات يكون هدفها الرئيسي تنظيم العلاقات و فق أسس قانونية دولية و خاصة ما بين الدول و الشعوب المتجاورة جغرافيا و التي تملك رصيда سياحيا حدوديا قويا قد يؤدي إلى التنافس و التسابق والعمل من أجل امتلاكه باعتباره يقع بين الحدود وكل دولة تدعي الملكية و حق الاستثمار وهذا ما قد يسيء إلى العلاقات بين الشعوب المجاورة وإلى روح التعاون و التعايش.

- التخطيط السياحي:

لا يمكن لنا الحديث عن سياحة أكيدة وفعالة سواء على المستوى الوطني أو على المستوى الدولي إذا لم يسبقها تخطيط علمي ودراسة علمية وفق أطر وقواعد موضوعية بعيدة عن كل الاعتبارات العرقية والإيديولوجية الضيقة، فالسياحة ثقافة وفن وعلم و أخلاق واقتصاد، وحتى تتحقق فعليا هذه التحليلات الثقافية و الفنية والعلمية و الأخلاقية و الاقتصادية

على المستوى النظري والتطبيقي لابدّ من التفكير الجدي والاهتمام المتواصل بالسياحة وبكل عناصرها المادية والمعنوية.

وحتى نتمكن من تأسيس سياحة جديدة بهذا الاسم لابدّ من توفر بعض الدعائم والمرتكزات. وقد حدّدها العلماء المهتمّون بخمسة دعائم، وهي:

1- الإغراءات.

2- التسهيلات.

3- العمل.

4- رأس المال.

5_ الإنسان.

1- الإغراءات: أو كيفية تسويق. تشكل المنطق الأساسي لدعوة السائح إلى التنقل نحو مكان معين لزيارته، أي تغريه أشياء جديدة، مفيدة أو غريبة وعجيبة، أشياء غير موجودة وغير متوفرة في بلده الأصلي فهي التي تجذبه إليها ونحوها وقد صنف العلماء هذه الإغراءات ضمن خمس مجموعات وهي:

**** الإغراءات التاريخية:** كالأثار القديمة والرموز العمرانية التاريخية وما تحمله من دلالات حضارية ومن أسرار تاريخية وعقائدية وثقافية قديمة وفولكلورية وتراثية شعبية...

**** الإغراءات المعاصرة:** كالاكتشافات العلمية و التقدم التكنولوجي والبناءات العظمى والمدن المعاصرة، والمصانع الضخمة وآثار الحضارة المعاصرة ومراكز الأبحاث والمعارض والاستعراضات والمحلات والأسواق...

**** الإغراءات المائية:** كالشواطئ والأنهار والوديان والعيون والشلالات والمعادن المائية والحمامات والأحواض والسدود...

**** الإغراءات الطبيعية:** كالجبال، الحدائق، المناظر الطبيعية، الثلوج، الغابات، الصحاري، الواحات، المغارات...

**** الإغراءات الثقافية:** كقاعات السينما وقاعات المسرح والموسيقى والرقص والفنون والمعارض والمكتبات وأماكن اللعب والفرح والمتاحف.

2- التسهيلات: تفرض ثقافة السياحة على الدول ضبط نظام إداري منطقي ومعقول يسهل عملية التنقل في الداخل بالنسبة للسياحة الوطنية وفي الخارج بالنسبة للسياحة الدولية. وقد تمس التسهيلات الجانب الإداري والأمني والجمركي والاتصالي والتواصل والمصرفي. ولا بدّ من توفير تسهيلات (منطقية ومقبولة).

3- العمل: يندرج تحت النشاط العملي والمهني لكل من له علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالفضاء السياحي على مستوى التخطيط والتشريع والتنفيذ والإدارة العامة والمؤسسات السياحية من مطاعم وفندقة ووسائل النقل البري والبحري والجوي والتأمينات والبنوك. والفرق الثقافية والموسيقية وقاعات المسرح والسينما والنوادي والمحلات التجارية ومؤسسات الصيانة وترميم الآثار والساشرين على المناطق السياحية أي كل النشاط المهني الذي قد يكون له علاقة بالسياحة.

4- رأس المال: يلعب رأس المال دورا مهما في تأسيس سياحة فعالة وحقيقية، فالسياحة مهما كانت طبيعتها ومهما كان مستواها فأساسها المال أو رؤوس الأموال. أي لا بدّ من فتح أسواق

الاستثمار في الحركة السياحية بصورة شاملة سواء على مستوى البنوك، أو على مستوى الإقامات والفندقة والمطاعم والنقل أو التجارة والتسويق السياحي.

5_ الإنسان: إن الحديث عن الإنسان في مجال السياحي هو أصلاً حديث عن الثقافة و التربية والتكوين و الأخلاق . و قد تتجلى هذه المظاهر عبر محطتين متكاملتين:

المحطة الأولى تخص الإنسان العادي المحلي الذي يستقبل السياح أو يلتقي به في الطريق أو في السوق أو في مكان أثري أو في حديقة أو على شاطئ البحر الخ... فلا بد و أن يتحلى بأخلاق الضيافة و أخلاق الاستقبال. و ان يكون على مستوى من التربية و الثقافة. فيستقبل ضيفه بكل فرح و سرور، و أن يسهل له عملية الاكتشاف والزبارة. و قد تتجلى هذه السلوكيات في ثقافة الاحترام والتقدير و الترحاب حيث لا يتعدى عليه أو يسرقه أو يبتزّه أو يقسو عليه أو يغشه الخ... فلا "بد من نشر الوعي السياحي في البلد، من خلال تثقيف المواطنين بأهمية السياحة وكيفية التعامل مع السياح و استقبالهم، وما هي الفوائد التي يمكن أن تحققها من خلال الدخل السياحي، وتبادل الثقافات، ولا بد من التركيز على العاملين في هذا القطاع، ذلك لاتصالهم المباشر مع السياح، فلا بد من توعيتهم و تدريبهم على كيفية استقبال و التعامل مع السياح." (11)

المحطة الثانية تخص الإنسان العامل في مجال من مجالات السياحة كالمطاعم و الفنادق و النقل والأسواق و خاصة ما تعلق منها بالصناعات و الحرف التقليدية، فلا بد و أن يتحلى هذا الإنسان باحترافية سياحية و بأخلاق حميدة والتي تفرضها السياحة عقيدة وسلوكا وثقافة من حيث حسن الاستقبال و المعاملة و الاحترام... وكل هذه السلوكات والممارسات تعود بالخير على هذا الإنسان أولاً وعلى بلده حيث أن السائح لما يحس بحسن الاستقبال وحسن المعاملة

وحسن المكان وأهله فانه لا محالة سيحبهم و يربط معهم علاقة مودة وحب واحترام وبدون أدنى شك سيعود و في عودته فائدة للبلد من حيث الاستفادة ومن حيث الاستثمار و من حيث التنمية المستدامة.

الخاتمة:

مهما يكن من أمر، لا يمكن لنا أن نتحدث عن السياحة وعن السائح ودورها في توطيد ثقافة السلم والسلام بين البلدان وبين الشعوب وتأسيس حوار بين الحضارات والثقافات دون الحديث أولاً وقبل كل شيء عن مفهوم السياحة ومفهوم السائح وعن العناصر الأساسية التي لا بدّ من توفيرها للحركة السياحية وعن الدعائم الأساسية للسياحة.

إنّ هذه النظرية أردناها كذلك حتى نتمكن من معرفة الإطار الثقافي والاقتصادي والسياسي للسياحة والسائح. فالسائح لا يسافر ولا يفكر في السياحة إلّا بعد أن يأمن على طعامه ومسكنه وصحته وعلى ثيابه. في هذه الحالة قد يبدي اهتماماً أكبر بالعطلات وبالسفر داخل الوطن وخارجه... وبالتالي قد يسافر متحرراً من قيود الجوع التي قد تؤهله للسرقة وتسقط عن صفة السائح.

ويسافر أيضاً متحرراً من هموم المرض، والتي قد تحوّل سفره الثقافي الترفيهي إلى معاناة وألم. ويسافر أيضاً متحرراً من الهموم الاجتماعية والاقتصادية، والتي قد تؤدي به إلى أمور غريبة كالسرقة وممارسة السوق السوداء والتهريب والتزوير.

فالسائح يسافر مكتمل الشخصية مادياً ومعنوياً... يسافر تحت وقع السياحة النظيفة والنزيهة والشريفة، يسافر تحت وقع أخلاق الضيافة، يحل في البلد الآخر متحرراً من قيود الخوف والجوع والمرض، يحل عند الآخر ونيته البحث عن العلاقات من أجل بناء مجتمع إنساني

كبير تحت وقع أواصر المحبة والتعاون والسلام... وقد لا يتحقق ذلك إلا إذا استطعنا أن نخطط للسياسة وأن نصنع السائح الحقيقي. فكما أشرنا سابقا و لا عيب أن نكرر هذا و ذلك لما يشيعه من دلالات أساسية ومهمة، "فالإنسان نفسه هو مركز السياحة ومحورها، ومن هنا نتبين الحقيقة التي تبدو في أنّ السياحة تحقق رسالة إنسانية عظيمة. فقد أصبحت الوسيلة الأولى لخلق التفاهم بين الشعوب. فهذه الوسيلة يتيسر للسائحين القادمين من أقصى المناطق والذين يتكلمون مختلف اللغات أو ينتسبون إلى مختلف الأجناس أو يعتنقون مختلف الأديان والمذاهب السياسية أو يخضعون لمختلف النظم الاقتصادية أن يعرف كل منهم الآخر، وأن يتقرب كل واحد من الآخر"، وأن يتعايش الجميع في كنف المحبة و الاحترام. فالسياحة تجمع الشعوب وتقربها إلى بعضها البعض وتعارف و تتعاون و تتعايش. "وبذلك يبدو المظهر الخارجي للسائح أو لمضيفه أقل غرابة عما كان عليه قبل أن يلتقي كل منهما بالآخر". ومن هذا المنطلق تذوب الفوارق والمتناقضات و النعرات والعداوة و ربما حتى الحروب الممكنة و ذلك بفعل و قوة السياحة . ولأنّ الإنسان هو العامل المركزي في السياحة، فإننا نستطيع أن نزعّم أنّها إحدى الموارد الأساسية للتنمية المستدامة هذا من جهة و من جهة أخرى فهي تعد من الوسائل العظمى للتقريب بين الشعوب و تعايشها. وبالتالي تصبح في النهاية وسيلة حفظ العلاقات السليمة بين هذه الأمم وهذه الشعوب وهذه الثقافات وفق منطق الحب والحوار والتقارب والتفاهم والتعايش.

الهوامش:

- 1_ سعيدي محمد: مخطوط نص محاضرة "أفاق تنمية السياحة" ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول "المدن الأثرية و السياحة" قسم علم الآثار - جامعة تلمسان - يومي 02 و 03 ماي 2005.
- 2_ من سورة التوبة - الآية رقم 1 و 2
- 3_ من سورة التوبة - الآية رقم 112
- 4_ محمود كامل: السياحة الحديثة - علما وتطبيقا - الهيئة المصرية العامة للكتاب - 1975 - ص. 13
- 5_ نائل موسى محمود سرحان: مبادئ السياحة - دار عيذاء لنشر و التوزيع - 2011 عمان - ص. 11
- 6_ TOURISME ET PAUVRETE : OUVRAGE COLLECTIF SOUS LA DIRECTION DE SAID BOUJROUF ET OUIDAD TEBAA - Ed . LES ARCHIVES CONTEMPORAINES - PARIS 2011
- 7_ JEAN_MARIE BRETON : » TOURISME , SOCIETE , CULTURE ET PAUVRETE : LES AMBIGUITES D'UNE POLITIQUE DEVELOPPEMENTALE _ IN TOURISME ET PAUVRETE - P. 20
- 8_ محمود كامل : م. س. ص. 72
- 9_ م. ن. ص. 72
- 10_ م. ن. ص. 251
- 11_ نائل موسى سرحان: المرجع السابق - ص. 60

قراءة مقارنية في مفهومي الشورى والديمقراطية
المنطلقات والمواقف