

# مجلة الاقتصاد و البيئة

مجلة الاقتصاد والبيئة

مجلة علمية دولية محكمة

متخصصة في المجال الاقتصادي

تصدر عن مخبر البحث:

استراتيجية التحول إلى اقتصاد أخضر



مخبر بحث  
استراتيجية التحول إلى اقتصاد أخضر  
STRATEV

عدد خاص بالمؤتمر العلمي الدولي الخامس حول:

“الاتجاهات الحديثة في صناعة السياحة والآثار: الواقع والتحديات”

# Economy & Environment Review

Approved Scientific International Review

Specialized in the economic field

Edited by STRATEV Laboratory



مخبر بحث  
استراتيجية التحول إلى اقتصاد أخضر  
STRATEV



ECONOMY & ENVIRONMENT  
REVIEW

Special Issue: The Fifth International Scientific Congress

“Modern Trends in the Tourism and Antiques Industry:

Reality and Challenges”

Vol.07, Special Issue February 2024



## مجلتة الاقتصاد والبيئة

مجلتة علمية دولية محكمة متخصصة في المجال الاقتصادي

تصدر عن مخبر البحث "استراتيجية التحول إلى اقتصاد أخضر"

P-ISSN: 2661-782X

E-ISSN: 2716-8840

Class: C

الرئيس الشرفي للمجلتة: أ.د. بودراح إبراهيم، مدير جامعة مستغانم

مدير المجلتة: أ.د. العجال عدالة

رئيسة التحرير: أ.د. فاطمة لعلي

### أعضاء هيئة التحرير:

د. خالدية بوجنان د. سبرينة مانع

د. نسيمة جلوي د. سهام كردودي

### أعضاء لجنة القراءة:

أ.د. محبوب بن حمودة - الجزائر د. توفيق سريع باسردة - اليمن

أ.د. أحمد بوشنافة - الجزائر د. عبد الحميد لخديمي - الجزائر

د. محمد بن دليم القحطاني - السعودية أ.د. فاطمة لعلي - الجزائر



# مجلة الاقتصاد والبيئة

مجلة علمية دولية محكمة متخصصة في المجال الاقتصادي



## تقديم المجلة

مجلة "الاقتصاد والبيئة" هي مجلة علمية دولية محكمة مجانية نصف سنوية (أبريل، أكتوبر)، تأسست سنة 2018، تصدر عن مخبر البحث "استراتيجية التحول إلى اقتصاد أخضر" بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير – جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم - الجزائر. تهتم بالمجال الاقتصادي، الإداري، المالي، المحاسبي والبيئي. تفتح فضاء لجميع أصحاب القدرات العلمية في العالم للمساهمة بأعمالهم العلمية المرتبطة بالاقتصاد وتغيراته، كما تهتم بالبحوث المتسمة بالجودة والأصالة والمحبرة بإحدى اللغتين: العربية أو الإنجليزية والتي لم يسبق نشرها.

تهدف المجلة إلى نشر البحوث العلمية الأصيلة من طرف الباحثين والأساتذة وطلبة الدكتوراه وذلك بهدف تعميم نشر المعرفة والإطلاع على البحوث الجديدة والجادة وربط التواصل بين الباحثين كما تهدف المجلة إلى إتاحة الإطلاع على البحوث والدراسات لأكثر عدد ممكن من الباحثين عبر إصداراتها المطبوعة والإلكترونية.

تتضمن المجلة هيئة تحرير ومراجعة دولية تعمل وفقا للمعايير الدولية، وتطبق السرية على إجراءات التقييم، والتي تضمن أن يكون المراجعين من الخارج وغير منتسبين إلى نفس الهيئات التي ينتهي إليها المؤلفين.

---

المراسلات والاشترك: مجلة الاقتصاد والبيئة، مخبر البحث "استراتيجية التحول إلى اقتصاد أخضر"، جامعة عبد الحميد

بن باديس-مستغانم 27000، الجزائر

البريد الإلكتروني: [eco.env@univ-mosta.dz](mailto:eco.env@univ-mosta.dz) / الموقع الإلكتروني: [stratev.univ-mosta.dz](http://stratev.univ-mosta.dz)

الرابط على المنصة الإلكترونية الوزارية: <http://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/645>

عدد خاص بفعاليات المؤتمر العلمي الدولي الخامس حول:

### الإتجاهات الحديثة في صناعة السياحة والآثار – الواقع والتحديات

المنعقد خلال الفترة: 9 – 12 نوفمبر 2023م بأنتاليا - تركيا

تحت رعاية جامعة واسط

#### ديباجة المؤتمر

توطئة:

تعتبر صناعة السياحة من بين أهم الصناعات الاستراتيجية في الاقتصاد الحديث، وهذا بالنظر إلى المؤشرات السياحية والاقتصادية التي تشير إلى أهمية هذه الصناعة في الاقتصادات الدولية من خلال مساهمتها في التنمية الاقتصادية وخلق اقتصاد مستدام. وحسب آخر تقرير للمجلس العالمي للسفر والسياحة (WTTC) الصادر في مارس 2019 فقد حقق القطاع السياحي نمواً مستداماً في سنة 2018 يقدر بـ (3,9%) وهو أحسن من معدل النمو الاقتصادي العالمي (3,2%) لثامن سنة على التوالي. كما تعد السياحة من أهم الصناعات المتنامية في العالم وذلك بسبب التدفق المتزايد للسياح سنوياً، إذ كان عدد السياح لا يتجاوز 278 مليون سائح سنة 1980، وارتفع العدد ليبلغ 1,4 مليار سائح سنة 2018. وتنبع أهمية السياحة من مساهمتها الفعالة في زيادة الدخل القومي بفضل الارتفاع المستمر لإيراداتها المتولدة عن السياحة الدولية الوافدة التي بلغت عالمياً 1,34 تريليون دولار 2017 (UNWTO, 2018, p2).

وفي ظل عدم استقرار متغيرات البيئة الدولية الراهنة؛ وما فرضته من تحديات اقتصادية، قانونية، ثقافية وبيئية وغيرها من التطورات الحديثة أثرت بشكل كبير على ديناميكية صناعة السياحة سواءً في توجهاتها أو متطلباتها وحتى في أشكالها التي أصبحت تتماشى مع التحولات الراهنة. من خلال ما سبق؛ فإن أهمية هذا المؤتمر تكمن في تسليط الضوء على الأبحاث والدراسات التي تُعنى بصناعة السياحة وأهميتها، من خلال دراسة مقاربات وتجارب حديثة والخروج بتوصيات بما يمكن أن يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والتنمية السياحية المستدامة.



## أهداف المؤتمر:

يسعى المؤتمر لتحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- ✍ إبراز الاتجاهات والأنماط الحديثة في صناعة السياحة عربياً ودولياً؛
- ✍ تقدير دوال الطلب والعرض السياحي وتحديد محدداتها؛
- ✍ دراسة واقع صناعة السياحة في ظل التنمية المستدامة وتحدياتها؛
- ✍ تبين مختلف آليات تمويل صناعة السياحة وإمكانية تطويرها؛
- ✍ تحليل المؤشرات العالمية للسياحة الحديثة في الدول العربية والإسلامية؛
- ✍ دراسة التجارب الرائدة في مجال صناعة السياحة وإمكانية الاستفادة منها؛
- ✍ تحديد نقاط القوة والضعف في صناعة السياحة بالدول العربية والإسلامية وسبل ترقيتها.

## محاوالمؤتمر:

### المحور الأول: صناعة السياحة: الأطر والمفاهيم

- ✍ مفاهيم في الصناعات السياحية: الصناعة الفندقية، صناعة النقل، صناعة الإطعام والإعاشة؛
- ✍ أنواع وأصناف السياحة الكلاسيكية والحديثة؛
- ✍ مقومات الجذب السياحي؛
- ✍ التخطيط والتنمية السياحية؛
- ✍ الاستثمار السياحي والفندقي.

### المحور الثاني: الوعي السياحي والمسؤولية الاجتماعية

- ✍ الثقافة والوعي السياحي؛
- ✍ الإرشاد والدلالة السياحية؛
- ✍ التعليم السياحي والفندقي؛
- ✍ السياحة المسؤولة وأخلاقيات العمل السياحي؛
- ✍ حماية الآثار وتوثيق التراث واستثماره سياحياً.

### المحور الثالث: استراتيجيات التسويق السياحي

- ✍ مفاهيم: التسويق السياحي والأسواق السياحية؛
- ✍ المزيج التسويقي السياحي؛
- ✍ استراتيجيات التسويق السياحي؛
- ✍ سلوك المستهلك السياحي المحلي والأجنبي؛
- ✍ إدارة الجودة في القطاع السياحي.

## المحور الرابع: صناعة السياحة والسياحة المستدامة

- ✍️ السياحة الطبيعية والسياحة الإيكولوجية؛
- ✍️ السياحة المستدامة والتنمية المستدامة؛
- ✍️ السياحة الخضراء والتسويق السياحي الأخضر؛
- ✍️ الأطر التنظيمية والمنظمات الدولية للسياحة المستدامة.

## المحور الخامس: الاقتصاد السياحي (القياس، والإحصاء)

- ✍️ الإحصاء السياحي ومؤشراته؛
- ✍️ تقدير دوال الطلب والعرض السياحي؛
- ✍️ تقدير عوامل الإنتاج لصناعة السياحة؛
- ✍️ الأثر الاقتصادي للسياحة ومضاعف السياحة.

## المحور السادس: التحديات الحديثة في صناعة السياحة

- ✍️ العولمة والانفتاح السياحي؛
- ✍️ الإبداع والابتكار والريادية في تطوير السياحة والفندقة؛
- ✍️ السياحة الإسلامية والسياحة الحلال؛
- ✍️ السياحة الالكترونية والتسويق السياحي الالكتروني؛
- ✍️ الأمن السياحي وإدارة الأزمات السياحية.

## المحور السابع: الذكاء الاصطناعي وصناعة السياحة

- ✍️ دور الذكاء الاصطناعي في تطوير صناعة السياحة؛
- ✍️ الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات السياحية؛
- ✍️ الذكاء الاصطناعي والتسويق السياحي؛
- ✍️ الذكاء الاصطناعي والتجربة السياحية الافتراضية.

## المحور الثامن: نماذج وتجارب عربية وعالمية في صناعة السياحة

- ✍️ التعاون والتكامل السياحي الإقليمي والعربي؛
- ✍️ نماذج وتجارب دولية ناجحة في الصناعة السياحية؛
- ✍️ تجارب عن شركات ومنظمات رائدة في صناعة السياحة؛
- ✍️ نماذج دولية عن رؤى ومخططات سياحية ناجحة؛
- ✍️ الشراكة بين القطاع العام والخاص في قطاع السياحة.

# مجلة الاقتصاد والبيئة

عدد خاص بفعاليات المؤتمر العلمي الدولي الخامس حول:  
" الإتجاهات الحديثة في صناعة السياحة والآثار – الواقع والتحديات "



المجلد 7 (عدد خاص) / فيفري 2024

## الفهرس

الصفحة	اسم ولقب الباحث (ين)	عنوان المقال
08	ط.د. زيان جوهر (جامعة مستغانم) ط.د. عثمانى مختارية (جامعة مستغانم) أ.د. عدالة العجال (جامعة مستغانم)	التحول إلى السياحة الرقمية وأهمية التسويق الرقمي
33	أ.د. أحمد محمد المومني (جامعة عمان العربية سابقا)	مفهوم السياحة في الإسلام ضوابطها وحكمها
63	ط.د. بن أحمد يمينة (جامعة غرداية)	الشراكة بين القطاع العام والخاص كآلية لتحسين صورة المقصد السياحي في الجزائر
75	ط.د. بوكفوسة أمحمد (جامعة مستغانم) د. عبد الصدوق خيرة (جامعة تيارت) د. بن عثمان جهاد (جامعة مستغانم)	صناعة السياحة ومساهمتها الفعالة في تحقيق مؤشرات و أبعاد التنمية المستدامة



# **Economy and Environment Review**

Special Issue: The Fifth International Scientific Congress  
"Modern trends in the tourism and antiques industry - Reality and challenges"



**Vol. 7 (Special Issue) / February 2024**

## **TABLE OF CONTENTS**

<b>Title</b>	<b>Authors</b>	<b>Page</b>
<b>Le Tourisme Patrimonial : Un Pilier de Préservation Culturelle et de Prospérité Économique - Cas du parcours des palais de la Casbah d'Alger</b>	<b>ALAOUCHICHE Asma</b> <b>(Université Saad Dahleb Blida I)</b>	<b>104</b>
<b>Le tourisme culturel et développement durable en Algérie</b>	<b>Dr. Necissa Yamina</b> <b>(Université Saad Dahleb Blida I)</b>	<b>117</b>
<b>Le site archéologique de Djemila pour un tourisme et un développement durable local</b>	<b>Dr. Abderrahim Nabila</b> <b>(Université Saad Dahleb Blida I)</b>	<b>131</b>

## التحول إلى السياحة الرقمية وأهمية التسويق الرقمي

## The shift to digital tourism end the importance of digital marketing

ط.د. زيان جوهر<sup>1</sup>، ط.د. عثمان مختارية<sup>2</sup>، أ.د. عدالة العجال<sup>3</sup><sup>1</sup> جامعة مستغانم، مخبر بحث STRATEV (الجزائر)، djouher.ziane.etu@univ-mosta.dz<sup>2</sup> جامعة مستغانم، مخبر بحث STRATEV (الجزائر)، mokhtaria.otsmani.etu@univ-mosta.dz<sup>3</sup> جامعة مستغانم، مخبر بحث STRATEV (الجزائر)، laadjal.adala@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2024/02/01

## ملخص:

فتحت الرقمنة فرصًا جديدة لشركات السياحة للمنافسة في الأسواق العالمية، تبحث هذه الورقة في تأثير الرقمنة على السياحة وتسلط الضوء على الدور المهم الذي يلعبه التسويق الرقمي من خلال استهداف المشترين والمتسوقين والمستهلكين بصورة مباشرة وفردية، كأسلوب معاصر في إمداد جسور التواصل وتطوير العلاقات مع العملاء، بحيث تستطيع الشركات السياحية التواصل مع عملائها الحاليين والمحتملين عبر موقعها على شبكة الانترنت أو الهواتف الذكية أو البريد الإلكتروني أو وسائل التواصل الاجتماعي ومن أهم النتائج المتوصل إليها: تعزيز استيعاب التكنولوجيا الرقمية يسمح بالتحول إلى السياحة الرقمية.

كلمات مفتاحية: السياحة الرقمية، التحول الرقمي، التسويق الرقمي.

المؤلف المرسل: عثمان مختارية، الإيميل: mokhtaria.otsmani.etu@univ-mosta.dz

**Abstract:**

Digitization has opened new opportunities for tourism companies to compete in scientific markets. This paper examines the impact of digitization on tourism and highlights the important role that digital marketing plays by targeting buyers, shoppers, and consumers directly and individually, as a contemporary method in preparing bridges of communication and developing relationships with customers so that they can Tourism companies communicate with their current and potential customers via a website, smart phones, email, or social media. Among the most important results reached: enhancing the absorption of digital technology allows the shift to smart tourism.

**Keywords:** digital tourism, digital transformation, digital marketing.

**1. مقدمة:**

السياحة، هي الرهان الجديد، الأكثر اهتماماً في العالم. وينظر إليها في عديد من دول، أفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية، كعصا سحرية في النمو والتنمية. حيث حقق هذا القطاع معدلات نمو مرتفعة، وزادت مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي على المستوى العالمي، ليصبح بذلك من أهم القطاعات التي تساهم في تحقيق النمو الاقتصادي، وزيادة مستويات التشغيل، والحد من الفقر، وتقليل التفاوت في توزيع الدخل، وزيادة مستويات الطلب على السلع والخدمات، وتعزيز الاحتياطات الرسمية، والمتحصلات من النقد الأجنبي. وتمثل الرقمنة في العالم كله، وفي إفريقيا وآسيا خاصة وسيلة للتقدم السريع. ويعني هذا في كل حالة، التحول الرقمي بين القادرين على الربط الرقمي وغير القادرين، في مختلف البلدان، وداخل البلد الواحد. وبين المناطق الريفية والحضرية. بين القطاعات، وداخل القطاع الواحد. وخاصة القطاع السياحي. فالرقمنة بإمكانها إحداث التحول في صناعة السياحة وحياة الشركات السياحية، ولكن الابتكار بحاجة لأن تكون له قيمة عامة، وأن تتم صياغته على نحو يسمح بمشاركة الجميع في العصر الرقمي. ليظهر مصطلح التسويق الرقمي كمظهر من مظاهر التكنولوجيا في الشركات عموماً والشركات السياحية على وجه



الخصوص لعرض خدماتها بشكل متاح وفعال للزبائن، اذ ازداد استخدام القنوات الرقمية مثل الانترنت والبريد الالكتروني والهواتف النقالة والشاشات الرقمية في الأسواق العصرية فكان لازماً على المسوقين ابتكار وتحسين تقنيات العملية التسويقية من خلال القنوات الرقمية التي تعمل على جذب الزبائن. كعامل مهم للتواصل مع الشركات السياحية من أجل الحصول على المعلومات بسهولة واطلاع الزبائن على أدق التفاصيل المتعلقة الخدمات السياحية التي يرغبون بها.

على ضوء ما سبق نطرح اشكالتنا على النحو التالي:

هل يمكن اعتبار التسويق الرقمي رهان لمواجهة تحديات التحول إلى السياحة الرقمية؟

2. السياحة الرقمية قراءة في الأسس والمفاهيم:

1.2. فهم التحول الرقمي:

الرقمنة هي تحويل البيانات والعمليات التماثلية إلى تنسيق يمكن قراءته آلياً، بينما التحول الرقمي هو استخدام التقنيات والبيانات الرقمية، بالإضافة إلى التوصيل البيئي الذي ينتج عنه أنشطة جديدة، أو تغييرات في الأنشطة الحالية. يشير التحول الرقمي إلى الآثار الاقتصادية والمجتمعية للرومنة (INSEE، 2019).

لوضع سياسات مناسبة للعصر الرقمي، من الضروري:

- الدراية بالعناصر الرئيسية للنظام البيئي للتكنولوجيا الرقمية المتطورة، وبعض الفرص (والتحديات) الناتجة عن تطبيقها.
- فهم ثورة البيانات التي تحدث، وكيف تؤثر تدفقات البيانات على الأفراد والاقتصاد والمجتمع، على نطاق أوسع. وتحديد الخصائص الرئيسية للتحول الرقمي، بما في ذلك كيف يقودون نماذج أعمال جديدة ومتطورة، وما هي آثارها على السياسة العامة.

## 2.2. فهم نماذج الأعمال وسلاسل القيمة والأنظمة البيئية:

### أ. نموذج العمل:

هو البنية الخاصة بكيفية إنشاء الأعمال للقيمة، وتقديمها والتقاطها. يشير إلى التنظيم الداخلي والروابط والعلاقات مع الكيانات الخارجية.

### ب. سلاسل القيمة:

هي روابط رأسية في عملية الإنتاج والاستهلاك، التي تصف كيف تتلقى شركات القطاع الخاص بالتعاون مع الحكومة والمجتمع المدني الموارد، أو تصل إليها كمدخلات. وتضيف قيمة من خلال عمليات مختلفة (مثل التخطيط، التطوير، التمويل، التسويق، التوزيع، التسعير وتحديد المواقع) وبيع المنتجات والخدمات والتجارب السياحية الناتجة (Aarti, K ، Giovanni P، 2021).

### ج. النظم البيئية ذات القيمة العالمية:

تشير إلى مجموعة عالية التوزيع، وسلسلة وديناميكية من العلاقات والتبادلات، التي تتم بواسطة التكنولوجيا، بين تلك التي تخلق وتستهلك وتشارك القيمة في السياحة. وهذا يشمل التفاعلات بين الكيانات الحية وغير الحية (مثل المستهلكين، المنتجين، الحكومات، المجتمعات، الطبيعة، التقنيات الرقمية والبنى التحتية).

## 3. التقنيات التي تمكّن اقتصاد السياحة الرقمية.

التطورات التكنولوجية لها تأثير عميق على قطاع السياحة. تتراوح هذه الابتكارات من تقنيات إدارة الأعمال (مثل تقنيات الهاتف المحمول / الحوسبة السحابية، الأنتمة، الروبوتات المتقدمة، بلوكشين، وتحليلات البيانات والحوسبة السحابية)، إلى التقنيات التي تنتج منتجات وخدمات وخبرات سياحية مبتكرة (مثل الواقع الافتراضي / المعزز وإنترنت - الأشياء) والتقنيات التي تساعد الأسواق وتفهمها وتتواصل معها (مثل تحليلات البيانات، الحوسبة السحابية والذكاء الاصطناعي) (OECD، 2017a). ويمكن تلخيص ذلك في النقاط التالية:

### 1-3- تكنولوجيا المحمول:

تعمل التقنيات السحابية و Wi-Fi وخطط الهاتف المحمول الدولية على زيادة انتشار الأجهزة المحمولة، ومساعدات السفر المهمة، بما في ذلك الوصول إلى معلومات الوجهة في الوقت الفعلي، والحجز عبر الإنترنت، والدفع عبر الهاتف المحمول. تسمح التقنيات السحابية للشركات الصغيرة والمتوسطة بإدارة أعمالها من أي مكان يتوفر فيه أنترنت عالي السرعة.

### 2-3- تحليلات البيانات:

في العصر الرقمي، يعمل المستهلكون والشركات على حد سواء في توليد بيانات جديدة بشكل دائم. قدرة الشركات على استخدام البيانات تقود نماذج أعمال جديدة وإنتاجية. يمكن لتحليلات البيانات التنبؤ بتفضيلات العملاء، وتوجيه سلوك الشراء للمستهلك. كما أنها تستخدم لإدارة الإيرادات، واستخدام التسعير الديناميكي. يجب على موظفي الشركات الصغيرة والمتوسطة تطوير المهارات، ليكونوا جزءًا من هذا النظام البيئي المدفوع بالبيانات وقضايا الخصوصية، وتشكل مشاركة البيانات اهتمامات رئيسية للحكومة.

### 3-3- الذكاء الاصطناعي (AI):

يمكن الذكاء الاصطناعي وروبوتات المحادثة والتكنولوجيا الصوتية العملاء من إجراء عمليات البحث على الأنترنت، وتسجيل الوصول الرقمي، والوصول إلى خدمات الكونسيرج الرقمية، والمساعدات الصوتية، والغرف الذكية. تقدم هذه التقنية خدمة مخصصة عند الطلب، وتسهل السفر السلس.

### 4-3- إنترنت الأشياء (IoT):

يمكن لإنترنت الأشياء أن تغذي قطاع السياحة الغني بالبيانات، ودعم السياحة الذكية. من خلال جعل المدن أكثر كفاءة. ينتج عن قابلية التشغيل البيئي لأجهزة الاستشعار والبيانات والأتمتة رؤى ومعلومات في الوقت الفعلي، لتسويق وإدارة السياحة، لتحسين تجارب الزوار، وزيادة الكفاءة التشغيلية والموارد، مع تقليل الآثار البيئية.



### 5-3- الواقع المعزز/ الواقع الافتراضي (AR / VR):

تُظهر أنظمة الواقع المعزز كائنات افتراضية في العالم الحقيقي. يمكن أن تشمل الاستخدامات في السياحة استبدال مواد التسويق والإعلان الورقية، وتجارب الزائر المعززة في الوجهة، ومساعدتي السفر الذين يوجهون المستخدمين من خلال أنظمة النقل العام المعقدة في الوقت الفعلي.

### 6-3- بلوكشين (block Chain):

يمكن استخدام العقود الذكية، القائمة على البلوكشين، عبر سلسلة التوريد. ستشهد المكاسب المستقبلية تطبيقات سهلة الاستخدام، مصممة للانتشار الواسع للشركات السياحية، من جميع الأحجام، لتعزيز شفافية المستخدم من البداية إلى النهاية.

### 4. إطلاق إمكانات التحول الرقمي للمؤسسات السياحية:

تعمل بعض الشركات الرقمية الأكثر ابتكارًا، وذات القيمة العالية في قطاع السياحة، على الرغم من أن معظمهم اعتبروا أنفسهم شركات تقنية ناشئة، وليسوا شركات سياحة (Airbnb، Uber، Booking، HomeAway) وغيرها. هذه الشركات الرقمية العملاقة مدفوعة بالتكنولوجيا، ولديها قدرات توسعية عالمية. ويمكنها جذب رأس المال الاستثماري، وبالتالي، فهي تختلف اختلافًا كبيرًا عن الشركات السياحية التقليدية، من حيث مسار نموها. إنهم يعملون جنبًا إلى جنب مع سلسلة من شركات السياحة الحالية، التي تواجه تحديات معقدة في رحلة الرقمنة (OECD، 2019d؛ PATA، 2018). والتي بدورها تؤدي إلى معدلات مختلفة من الابتكار والميزة التنافسية. على سبيل المثال، يمكن لمنصات مشاركة الإقامة استخدام التقنيات للتوسع بكفاءة، بتكلفة هامشية، واكتساب ميزة السوق لتصبح بسرعة لاعبين مهيمنين في مجال الإقامة.

لذلك، فإن إطلاق العنان لإمكانات التقنيات الرقمية في السياحة، يتطلب نهجًا دقيقًا يستجيب للتحديات الفريدة، التي تواجهها أجزاء مختلفة من قطاع السياحة، وفي أنواع مختلفة من الأعمال السياحية. يمكن أن تختلف معالجة التحديات التي تواجهها شركات السياحة في رحلة الرقمنة بشكل كبير اعتمادًا على:

- نوع وحجم وخصائص قطاع السياحة والقطاع الفرعي الذي ينتمون إليه (مثل النقل، الإقامة والخدمات الشخصية (Calvino et al، 2018؛ OECD، 2019a).
  - الوصول إلى التقنيات والمعلومات والخبرة والمشورة والتوجيه والموارد الأخرى والدعم (European Commission، 2017).
  - قدرات الإدارة وصنع الاستراتيجيات، والتي تحدد مدى شعور أصحاب الأعمال بالفرص، وإدراكهم للمخاطر ودوافعهم لاغتنام الفرص (Rachinger et al، 2018).
  - موقع العمل، والسياق الاجتماعي والاقتصادي، وإمكانية الوصول إلى التقنيات الرقمية وتوافرها (Dredge et al، 2018).
- تكشف مدخلات البلدان في المسح الذي تم إجراؤه عن التحديات التي تواجه رقمنة الشركات السياحية يتم تجميع هذه المبادرات جنبًا إلى جنب مع مبادرات السياسة المقابلة في خمس فئات مترابطة، مع تلخيص نتائج المسح.

## 5. التسويق الرقمي رهان لمواجهة تحديات التبني السريع للرقمنة السياحية:

### 1.5. نشأة التسويق الرقمي:

إن البدايات الأولى للعمل في مجال التسويق الرقمي جاء مع بدء استعمال وسائل التلغراف، وذلك في القرن التاسع عشر، وبعد ظهور الإذاعة والتلفزيون والكابلات الإلكترونية، لاقى التسويق الرقمي رواجاً بين الأوساط المجتمعية، وهذا كان له دور كبير في هيمنة وسائل الاعلام الرقمية وتعزيز قوتها في المجالات كافة ومنها التسويق. وبظهور الانترنت وانتشاره عالمياً لاسيما في القرن العشرين، فلقد لجأت العديد من منظمات الأعمال نحو استخدام الانترنت في أنشطتها التسويقية ولاسيما الخدمية منها، مما ساهم في تنامي تقانة المعلومات الالكترونية على نطاق واسع.

### 2.5. مفهوم التسويق الرقمي:

إذا كان التسويق هو خلق طلب فالتسويق الرقمي هو الدفع لإنشاء طلب باستخدام القوة التفاعلية للانترنت، التي تسمح بالانتشار وإضافة القيمة إلى الشركة والزبائن (Stokes & Blake،

(21, p. 2011). فهناك خدمات على شبكة الانترنت يمكن أن تزداد قيمتها بمرور الوقت أو يزيد الانجذاب نحوها من خلال مشاركة الزبائن في الاهتمام بها. وبالنسبة للزبائن يمكن إضافة قيمة من خلال الاستمتاع أو الترفيه والفائدة. ويمكن أيضا إجراء عملية التبادل باتجاهين أي يوفر الفائدة لكلا الطرفين في الوقت نفسه. ويتم الترويج للخدمات باستخدام قنوات التوزيع الرقمية للوصول إلى زبائن بطريقة ملائمة فردية وفعالة وأقل تكلفة (Cristian, Elena, & Camelia, 2008, p. 982)، من منظور عدد من الباحثين مهمة تسويق المنتجات والخدمات باستخدام شبكة الانترنت مثل البريد الإلكتروني ووسائل أخرى (الصميدعي والعلاق ، 2006)، أسلوب جديد يستخدم في شبكة الانترنت ويعتمد في الصفقات على وسائل: خدمات الانترنت، طريقة الوصول، والتسليم الإلكتروني (الطائي والعبادي، 2008)، التقنيات الرقمية التي تستخدم بشكل كبير من قبل العملاء كوسائل التواصل الاجتماعي أو غيرها والتي تسخر لعرض المنتجات والخدمات بشكل يجذب انتباه العملاء ليكونوا عملاء حقيقيين، استعمال الأدوات الإلكترونية مثل المواقع ووسائل التواصل الاجتماعي التفاعل وتطبيقات الهواتف والاعلانات والفيديوهات عبر الانترنت والبريد الإلكتروني لإشراك العملاء (Kotler & Armstrong, 2017).

### 3.5 أهمية دراسة التسويق الرقمي:

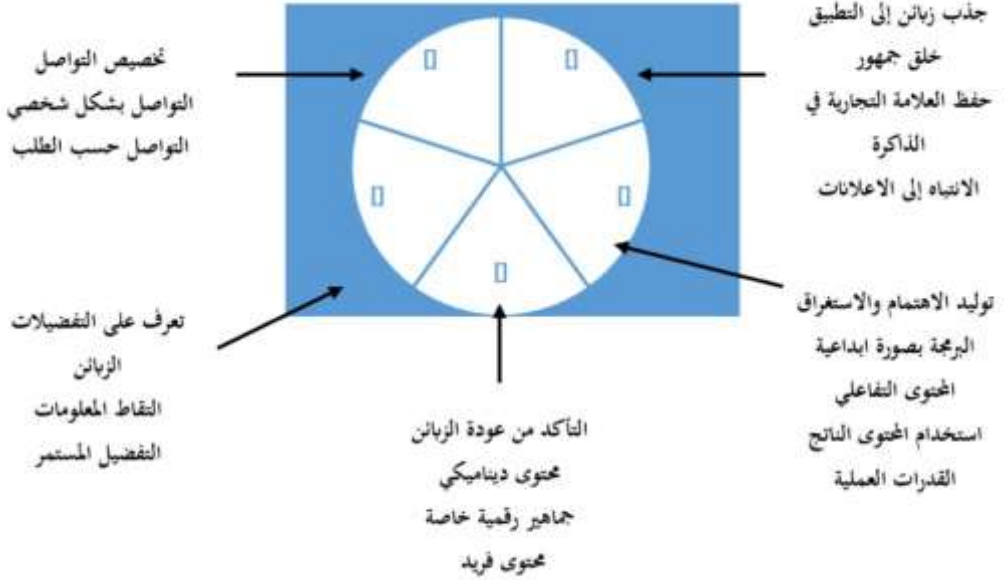
تفيد دراسة التسويق الرقمي في مساعدة الشركات على التنافس من خلال مواكبتها للتوجه الرقمي للعملاء بتعزيز منتجاتها عبر القنوات الإعلامية الإلكترونية، واتفقت دراسات (الطائي، والعبادي، 2008؛ العلاق، 2009؛ Atshaya&Rungta، 2015؛ Taiminen&Karjaluo، 2015؛ Ryan، 2014؛ 2016) على دراسة التسويق الرقمي فيما يلي:

- اختيار الاستراتيجيات المناسبة للحفاظ على التركيز وضمان سير الأنشطة مع العمل والهدف المرغوب.
- خفض التكاليف الملازمة للإعلان مع أهمية ذلك للشركات الصغيرة والمتوسطة.
- تحسين كفاءة المنتجات والخدمات المقدمة مع تسهيل الاتصالات داخليا وخارجيا.
- إيصال الرسالة التسويقية بدقة عالية.



- توفير وسيلة للتواصل والمشاركة مع العملاء من أجل إنجاز عملية التسويق.
- تجاوز القنوات الرقمية التقليدية للوصول السريع إلى العملاء مع توسيع نطاق الوصول وتجاوز قيود الزمان والمكان.
- تسهيل الوصول لعدد كبير من العملاء في وقت قياسي وبتكلفة منخفضة ودراسة سجلات وتفضيلاتهم.
- تقييم الخدمات المقدمة مدى مناسبتها لتفضيلات العملاء.
- السماح للعملاء بالتواصل مع المسوقين والتفاعل معهم ونواتج تجاربهم الشرائية السابقة.
- الحفاظ على الصورة الحسنة للشركات بنقل الأخبار السريعة وجعل العملاء قريبين من موقع الحدث.
- تسهيل عملية التبادل المنتجات بأقل التكاليف بوسائل وأدوات رقمية تعمل ضمن بيئة معقدة تتسم بالتغير المستمر.
- عرض المنتجات والخدمات في أي مكان وعلى مدار الساعة مع تخفيض التكاليف وتحقيق التواصل باتجاهين.

الشكل رقم (01): أبعاد التسويق الرقمي



Source: Parsons, A., Zeisser, M., & Waitman, R. (1998). Organizing today for the digital marketing of tomorrow. Journal of Interactive Marketing, 12(1), p.35

#### 4.5 دعائم التسويق الرقمي:

اتفقت دراسات (إسماعيل، 2007؛ Mei Lin, 2011؛ العجال، وكريمة، 2015) حول

الدعائم التالية للتسويق الرقمي:

- تحسين محرك البحث SEO: بإخراج الموقع الإلكتروني في قوائم البحث الأولى بنتائج البحث المجانية.
- تسويق المحتوى: هم عملية يتم من خلالها إيصال معلومات ولكن بشكل مفيد للطرفين من خلال تقديم مقال معين أو عرض تقديمي يستهدف جمهور معين بهدف زيادة المبيعات أو زيادة قاعدة العملاء وعرفه الطائي والعبادي (2008) ان المحتوى هو ما تمتلكه الشركة سواء كلمات أو مقالات قد تم أرشفتها في محركات البحث.

- الإعلانات الرقمية: عبر منصات التسويق الرقمي ومحركات البحث للترويج والإعلان لعناصر المزيج التسويقي.
- البريد الإلكتروني: هو وسيلة تبادل الرسائل ولكن بشكل رقمي عن طريق استخدام شبكة الانترنت كما يعرف على أنه أداة مهمة يمكن أن تستخدم في عملية الترويج للمنظمات ومنتجاتها لممارسة أنشطة الأعمال الإلكترونية عبر الأنترنت.
- سهولة استخدام المواقع الإلكترونية: هو عملية الخروج بتصميم موقع أو صفحة إلكترونية تمكن أي شخص الولوج إلى هذه الصفحة وتمكنه من الاستفادة من جميع الخدمات المقدمة بشكل سلس ويسير. ويمكن قياس سهولة الاستخدام من خلال العرض الفاعل للمنتجات والعناصر عبر المواقع، البحث الفاعل للزبون، سهولة التنقل بين الصفحات، عدد النقرات اللازمة لعملية التسوق، سرعة إتمام الصفقة.
- الأداء التسويقي المميز: بتحقيق الأهداف واستغلال أمثل للموارد المالية والبشرية المتاحة.
- فتح أسواق جديدة: بكسر الحواجز الزمنية والمكانية واستقطاب العملاء الجدد.
- تقليل التكاليف: لعدم الحاجة إلى البنى التحتية للاستثمار والحد من العوائق اللوجستية.
- تجويد الخدمة: بتصميم وتسليم الخدمة بشكل صحيح من أول مرة وبصورة أفضل في المرات التالية مع تحقيق رضا وأن تتمتع بمزايا تنافسية في الجودة وسرعة التقديم وتحسين القيمة المضافة.
- تنوع الخدمات المقدمة: التي تحقق الرضا والاشباع لدى العملاء وتخلق الولاء والانتماء لديهم.
- تقوية العلاقة مع العملاء: بانتهاج سياسات من شأنها التقرب من العملاء باستخدام قنوات الاتصال فعالة ومتكاملة.

## 5.5 أدوات التسويق الرقمي :

إن التسويق الرقمي هو استخدام التقنية الرقمية في التسويق أيًا كانت، سواء كانت موجودة في وقتنا الحالي مثل الحواسيب والهواتف الذكية والإنترنت، أو التي سيتم اختراعها في المستقبل مثل ما تم حديثًا كالساعات الذكية والنظارات الذكية أو ربما شيء لا نعلم عنه سيظهر في المستقبل.

إذن التسويق الرقمي هو مظلة كبيرة يقع تحتها عشرات التقنيات والقنوات التي تستخدم للتسويق، كالتسويق عبر البريد الإلكتروني أو عبر الشبكات الاجتماعية أو عبر الهواتف الذكية أو عبر محركات البحث أو عبر ما هو متصل بالمتاجر الإلكترونية التي لديها تواجد فعلي.

### ➤ التسويق عبر الهاتف Mobile Marketing :

التسويق عبر الهاتف عرفته جمعية التسويق عبر المحمول في عام " 2005 القناة الشخصية القادرة على إجراء اتصالاتك كما تلقائية ومباشرة وتفاعلية ومستهدفة في أي وقت وفي أي مكان." يقصد بالتسويق عبر الهاتف المحمول استخدام الوسائط اللاسلكية لتزويد الزبون بمعلومات مخصصة بالوقت والمكان المناسبين وذلك لتسويق منتجات وخدمات أو أفكار تقدم قيمة مضافة للمعني ها، وقد أصبحت هذه الطريقة من الأساليب المنتشرة على نطاق واسع وفي هذه الأيام. كما يعرف على أنه مجموعة من الممارسات التي تتيح للمؤسسات إمكانية التواصل مع جمهورها بطريقة تفاعلية وذات صلة من خلال أي جهاز محمول أو مختلف الشبكات. ويعرف على أنه التسويق عبر الأجهزة المحمولة مثل الهاتف والإنترنت التي تتضمن حملات التسويق عبر المحمول رسائل النصية ( SMS(صورة / رسائل صوتية ( MMS،)والإنترنت عبر الهاتف (النقال).

ويضيف كوردي 2014 أنه يعد أحد الوسائل التسويقية الإلكترونية الهامة جدا بسبب الانتشار الكبير لاستعماله، إمكانية الاتصال بأعداد كبيرة جدا من العملاء، واستهداف العميل المطلوب ، ويفرق بين التسويق عبر الهاتف ووسائل التسويق الأخرى كالتلفزيون والراديو والجرائد من خلال ميزة التفاعل الكبير وزيادة ارتباطه بالويب متجاوزا حدود الزمان والمكان بجانب الديناميكية والفاعلية العالية للتسويق عبر الهاتف كونه أكثر شخصية ويقوم على علاقات

تعاونية، وتعدد أدوات التسويق عبر الهاتف متضمنة: رسائل ( SMS,MMS ) خدمة الرسائل متعدد الوسائط، التطبيقات الهاتفية، والشفرة ثنائية الأبعاد.

### ➤ مواقع التواصل الاجتماعي Social Media:

عرف التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات وأدوات أخرى على الإنترنت هدف التسويق أو البيع أو بناء العلاقات العامة أو خدمة الزبائن، هذه الأدوات تتيح للزبائن إمكانية التفاعل مع الشركات التجارية بدلا من أن يكونوا مجرد هدف لوسائل أحادية الاتجاه من تلك الشركات، كما انها تتيح امكانية فتح قنوات اتصال مع هؤلاء الزبائن والتواصل معهم بشكل تحاوري وتفاعلي.

وتعرف على أنها عملية الوصول إلى الناس في المجتمع الواسع الذي لن يتم الوصول إليه من خلال قنوات التسويق التقليدية، حيث يتم ذلك من خلال وضع الإعلانات التجارية عن المنتجات والخدمات.

كما يقصد بالتسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي استعمال هذه الشبكات لأغراض تسويقية كدراسة سلوك المستهلك/ إجراء البحوث التسويقية الافتراضية/دراسة حاجات ورغبات الزبائن / قياس درجة الرضا/ الاعلان / محاولة التأثير في سلوك الزبائن/ إقامة علاقات طيبة والاستماع لانشغالهم وتعليقاتهم واقتراحاتهم هو محاولة الشركات باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لإقناع المستهلكين بأن منتجاتها أو خدماتها جديرة بالاهتمام وهذا من خلال المجتمعات الافتراضية على الإنترنت المتواجدة على الشبكات الاجتماعية والمدونات والصور الفيديو. (جميع، بن علي، وعميش، 2021، صفحة 12)

### ➤ التسويق عبر البريد الإلكتروني E-mail Marketing:

التسويق عبر البريد الإلكتروني هو شكل من أشكال التسويق المباشر الذي يستخدم البريد الإلكتروني كوسيلة للتواصل مع العملاء الحاليين والمحتملين، يتيح البريد الإلكتروني إرسال رسالة إلى العديد من الأطراف بتكلفة منخفضة للغاية، كما أنه من السهل قياس مزاياها بفضل نسبة الرسائل المفتوحة ونسبة النقرات؛ (لعمامرة وطفياي، 2020، صفحة 12)



## ➤ الموقع الإلكتروني Website:

يعني الاتصالات الشخصية مع كل عميل حالي/ محتمل وبتكلفة متواضعة، وتعتمد الشركة من خلاله سياسة تسويقية مباشرة ومناسبة تلبي الاحتياجات التسويقية وإعطاء قيمة إضافية للعميل، ويرتبط بإنشاء الموقع الإلكتروني المزيد من الروابط إلى صفحاته وأن يتضمن كلمات وعبارات مهمة عادة ما يستخدمها العميل وهو يبحث عن معلومات في المجال المعني وبقى الهدف: جذب العملاء المحتملين للموقع الإلكتروني، إثارة اهتماماتهم والحفاظ عليهم، إقناعهم بالمنتجات والخدمات المعروضة ستلبي احتياجاتهم، وحثهم على شراء منتجات وخدمات. (ليث علي وزين محمد ، 2017 ، صفحة 09).

## ➤ الإعلان عبر الأنترنت Online Advertising:

هي الاعلانات عبر النقر أو الاعلانات عبر محركات البحث، وهو إعلان تصويري ذات مساحة معيارية، يظهر بجانب المحتوى في الصفحات الإلكترونية وتطبيقات الماسنجر الفورية والايمل وغيرها، ويمكن أن يتضمن نصوص أو رموز أو صور وهي تمثل العناصر المفتاحية للإعلانات المرئية عبر الانترنت ولها مزايا: انخفاض التكاليف، البث المباشر، التحديث الآني، الثراء العالي، الاستهداف، والتمركز باستخدام التكنولوجيا اللاسلكية وتكنولوجيا GPS ويرى Francois,2012 أنه يتم الاعلان عبر محركات البحث من خلال شراء كلمات مفتاحية تساعد في عرض الإعلان عند البحث في المتصفح عن كلمة ذات علاقة، وتحديد مكان الإعلان يعتمد على عنصرين تأخذهما محركات البحث بعين الاعتبار (السعر والجودة) ويعتقد Francois أن فعالية الاعلان عبر الانترنت تستدعي : إعادة تصميم الموقع ووضع الإعلان بالمقدمة، عرض الإعلان على كامل الواجهة بين صفحتين أو انتظار التحميل عبر عارضات إعلانية، وضع الإعلان في زاوية صفحة الويب، والاهتمام بالهوامش ووضع لافتات تتمدد وتكبر عند المرور عليها.

## 6. تحديات التسويق الرقمي:

تنوع التحديات التي تواجه التسويق الرقمي خاصة في دول العالم الثالث لعل أبرزها:

➤ التحديات التنظيمية: إن تنمية الأعمال من خلال التسويق الرقمي تحتاج إلى إحداث تغييرات جوهرية في البنية التحتية في الهيكل والمسار والفلسفة التنظيمية للمؤسسات، فهناك حاجة ماسة إلى إعادة تنظيم هياكلها ودمج الأنشطة والفعاليات الاتصالية التسويقية الخاصة بالتسويق الرقمي باستراتيجيتها التقليدية مع تحديث إجراءات العمل بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية المتجددة. (علي ، مفلح ، وأحمد ، 2020).

➤ عوائق اللغة والثقافة: إن تعامل الأفراد أو المؤسسات عبر الانترنت، يتطلب توافر درجة معينة من الثقافة والتعلم اللازمين لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وفي مقدمتها الحاسوب، إضافة إلى ذلك فإن إشكالية اللغة التي يتم بها التحاور وإتمام صفقات البيع والشراء قد تزيد من محدودية التسويق الرقمي.

➤ الخصوصية والسرية: تؤثر في تقبل بعض العملاء لفكرة التسويق الرقمي بشموليتها، خاصة أن عملية التبادل الإلكتروني تحتاج إلى حصول على بعض البيانات من العملاء، الاسم، الجنسية، العنوان...، لذا فهناك ضرورة لاستخدام برمجيات للحفاظ على سرية وخصوصية التعاملات الإلكترونية، إضافة إلى تقنين آليات لتأمين عمليات الدفع الإلكتروني التي تتم عبر الأنترنت. (شبل، خالد، والشمري، 2012، صفحة 21).

➤ الأمن: يعد التسويق الرقمي عرضة لكثير من الانتهاكات القانونية التي يمارسها لصوص الانترنت، خاصة وأنها تجارة لا تتم من خلال مجلس للعقد بحضور الطرفين، كما أنها لا تتقيد بالحدود مما يطرح جانبا من القانون الواجب تطبيقه في حالة النزاع، وحماية العلامات التجارية المسجلة، واللغة التي يتعين إبرام الصفقة بها، كما أن عدم ارتكاز التجارة عبر الانترنت على مستندات مادية يثير مسألة إثبات التزامات الأطراف المتعاقدة.

تحديات خاصة بالدول النامية أهمها: (علي ، مفلح ، وأحمد ، 2020)

- غياب البنية التحتية الضرورية لهذا النوع من التجارة الحديثة؛
- عدم وضوح الرؤية المستقبلية للتسويق الإلكتروني لدى مديري المؤسسات؛

- ارتفاع التكلفة المادية للتحول إلى التسويق الإلكتروني؛
- عدم تقبل العملاء لفكرة الشراء عبر الانترنت، لإحساسهم بالمخاطر المتعلقة بجودة المنتجات، ورغبتهم في فحصها قبل الشراء؛
- عدم توافر أجهزة الكمبيوتر لدى نسبة معتبر من المواطنين في الدول النامية؛
- عدم انتشار الانترنت بصورة كبيرة في بعض الدول النامية؛
- بطء شبكة الانترنت، وصعوبة التنقل عبر المواقع الالكترونية في بعض الدول النامية.

## 7. خلق القيمة من خلال الابتكار والتحول الرقمي

يعد فهم كيفية إنشاء القيمة بشكل مشترك، ومشاركتها بين العديد من أصحاب المصلحة المتعاونين، أمرًا مهمًا في إطلاق إمكانات الاقتصاد الرقمي. على سبيل المثال، تتيح منصات الوسائط الاجتماعية، بما في ذلك تطبيقات مشاركة الصور وتبعية الرحلات للمسافرين، مشاركة الصور ذات العلامات الجغرافية مع الأصدقاء والمتابعين استخدام هذه الصور عالية الجودة بتكلفة منخفضة، لتسويق منتجاتها وخدماتها. بالنسبة للحكومات، يتمثل التحدي في النظم البيئية الجديدة ذات القيمة. وأن القيمة التي تولدها هذه الأعمال الرقمية الجديدة، يمكن توسيع نطاقها والتقاطها ومشاركتها من قبل جميع أولئك الذين يساهمون في القيمة. على سبيل المثال، إذا كانت أصول المجتمع المحلي مثل المتزهات والحدائق والشوارع العامة تساهم في القيمة.

### 1.7. بناء نهج السياحة الرقمية:

مع تطور الرقمنة، تتحد التقنيات الناشئة بطرق جديدة، لدفع التحول الرقمي في اتجاهات جديدة. وغالبًا ما لا يمكن التنبؤ بها في السياحة (OECD، 2018). يحدث هذا التقارب في مجالين رئيسيين: التقاء التقنيات الرقمية، ودمج التقنيات الرقمية مع العالم المادي (مثل التقنيات القابلة للارتداء والواقع المعزز والتعرف على الصور وغيرها). يحدث التقارب الرقمي عندما تجتمع واحدة أو أكثر من التقنيات الرقمية للعمل بشكل متزامن، حيث يتم مشاركة البيانات والمعلومات، وتظهر ابتكارات جديدة تسمح بالتفاعلات السلسة عبر رحلة الزائر الكاملة. بعد حجز النقل، على سبيل المثال، يمكن إرسال اقتراحات آلية للمسافرين بناءً على سلوكياتهم السابقة للنقل والإقامة

والأشياء التي يجب القيام بها في الوجهة. بأقل عدد من النقرات، يتم حجز السيارة، اكتمال تسجيل الوصول إلى الفندق، وحجز مطعم وتأمين التذاكر في السياحة، يتجلى التقارب الرقمي المادي من خلال الواقع المعزز، والتقنيات القابلة للارتداء، إنترنت الأشياء لتوليد منتجات وخدمات وتجارب هجينة جديدة. تشمل الأمثلة: الدراجات الإلكترونية والدراجات الهوائية والسيارات، التي يمكن الوصول إليها في أي مكان، وفي أي وقت باستخدام تطبيق جوال، مما يقلل الحاجة إلى وجود مكتب وموظفين، ومن المحتمل أن يتم استبدالهم بمرافق الدعم الفني والصيانة. عند التوسع في المدن أو المناطق أو البلد، يكون تطوير السياحة الرقمية ممكنًا.

### 2.7. الاستفادة من التقنيات التمكينية لتطوير السياحة

الهدف من السياحة الرقمية هو تطوير البنية التحتية للمعلومات والاتصالات والقدرات، لتسهيل الابتكار وتحسين تجربة الزوار، وإدارة السياحة وحكمها بشكل أكثر فعالية (Gretzel et al, 2015). تم تحديد التقنيات التي تسهل التقارب، على أنها المصدر الرئيسي لخلق القيمة والابتكار والإنتاجية لمستقبل السياحة (APEC، 2019). تقديراً للقوة الاقتصادية والاجتماعية التحويلية للتقنيات الذكية، قدمت بلدان مثل كرواتيا وكوريا والبرتغال وإسبانيا برامج لدعم تطوير وجهات السياحة الذكية.

### 3.7. تعزيز نماذج وأنظمة أعمال السياحة المعززة رقمياً

عملت الرقمنة على توسيع عدد أصحاب المصلحة، وأنواع القيمة المتنوعة، التي يمكن إنشاؤها بشكل مشترك في السياحة، في الشبكات العالمية التي يتم التوسط فيها رقمياً. يمكن لمدى وسهولة هذه النظم الإيكولوجية للأعمال، على سبيل المثال، المساعدة في ابتكار المنتجات والخدمات، تحسين الكفاءات وزيادة الوصول إلى الأسواق. تعتبر السياسات التي تدعم تطوير ابتكار نماذج الأعمال والأنظمة التنظيمية، التي تستوعب نماذج وهياكل الأعمال الجديدة مهمة. لطالما كانت نماذج الأعمال مهمة للنمو والابتكار والميزة التنافسية. حتى الآن، كان التحول الرقمي الذي شهدته السياحة مدفوعاً في الغالب بنماذج الأعمال الجديدة والمبتكرة، التي تستغل

تحليلات البيانات (أي عن طريق تحويل البيانات الرقمية إلى ذكاء)، أو من خلال تكييف وتطوير نماذج الأعمال الحالية وسلاسل القيمة.

#### 4.7. تسهيل الابتكار الرقمي في السياحة

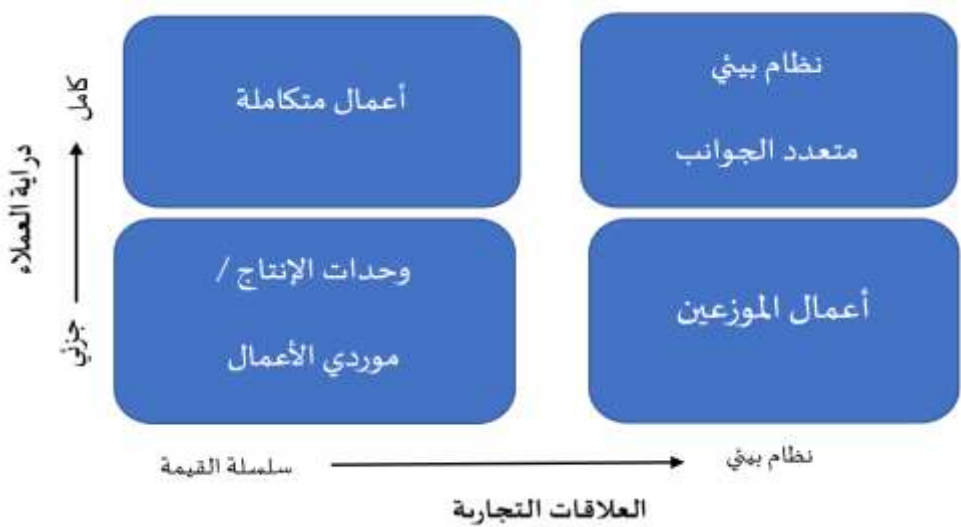
يكشف البحث في النظم البيئية للأعمال عن أن الشركات السياحية تسعى إلى الرقمنة، من

خلال بعدين:

- لمعرفة المزيد عن عملائها والسوق بشكل أكثر فعالية.
  - استخدام التكنولوجيا للعمل بشكل أكثر فعالية، في النظام البيئي الرقمي، أو على طول سلاسل القيمة.
- تم تحديد أربعة نماذج من نموذج الأعمال المعزز رقمياً وهي:
- الأعمال المتكاملة رأسياً: تمتلك هذه الشركات علاقة العملاء، وتعرف عملائها جيداً. يقومون بجمع وتحليل البيانات داخل القناة، ويقدمون منتجات متعددة، ولديهم سلسلة قيمة متكاملة للغاية. تشمل الأمثلة مشغلي الرحلات البحرية العالمية.
  - أنظمة بيئية متعددة الجوانب: تجمع هذه المنصات ذات العلامات التجارية التي تواجه العملاء البيانات، وتشاركها لتحسين تجربة العميل. وهي توفر التوصيل والتشغيل، أو جاهزة للاستخدام، ومنتجات طرف ثالث تشمل النقل والحجز، مثل: Uber، Price line، Airbnb.
  - المنتجات المعيارية / الشركات الموردة: تباع هذه الشركات من خلال شركات ومنصات أخرى، ولديها اتصالات مباشرة محدودة مع المستهلكين، وغالباً ما تكون منتجاتها منخفضة التكلفة. قد يكون لديهم معرفة جيدة بعملائهم، لكنهم قد يعتمدون على شركات أخرى للتواصل والتعرف على اتجاهات المستهلكين الأوسع. تشمل الأمثلة على Airbnb Handsfree، وخدمات الكونسيرج الرئيسية واستئجار المعدات.

- شركات إعادة البيع: توفر منتجات وخدمات التوصيل والتشغيل، والتكيف مع النظم البيئية المختلفة، والابتكار المستمر في المنتجات والخدمات. الحزم المعيارية، مثل تأجير السيارات أو الإقامة المعروضة في نهاية عملية البيع على موقع شركة طيران.

الشكل 2: "أنواع نماذج الأعمال المعززة رقمياً في السياحة"



المراجع: World Bank (2018)

تم تحديد عدد من النتائج المشتركة في البحث عن ابتكار نماذج الأعمال الرقمية، التي قد تساعد الشركات الصغيرة والمتوسطة في السياحة، على التفكير بشكل ملموس في ابتكار نموذج أعمالها (Weill, Woerner، 2015):

- التعرف على السوق الخاص بها: لقد ثبت أن الشركات التي تواجه العملاء والتي تضع العميل (وليس عملية الإنتاج) في المركز، تعمل بشكل أفضل. تشير الأبحاث أيضاً إلى أن الشركات التي تحصل على أكثر من 50٪ من دخلها من النظم البيئية الرقمية، تفهم عملائها بشكل أفضل، ولديها إيرادات وهوامش ربح أعلى (Weill and Woerner، 2015).

الجدول 1: "عوائق وفرص التحول الرقمي للمؤسسات السياحية

الحاجز	الفرصة	الهدف	
<p>يمكن أن يؤدي عدم الوصول إلى البنية التحتية الرقمية إلى إبطاء عمليات الرقمنة.</p> <p>- عدم توفر النطاق العريض عالي السرعة في المناطق الإقليمية والريفية إلى إعاقة العمليات التجارية</p> <p>- عدم توفر اتصال Wi-Fi عالي السرعة إلى إعاقة ابتكار تجربة الزائر</p>	<p>- يزيد ابتكار المنتجات والخدمات والتجارب وتخصيصها من رضا الزائر.</p> <p>- تسهل زيادة الاتصال، التوسع والوصول إلى الأسواق وابتكار المنتجات والخدمات.</p>	استخدام التقنيات	
<p>- عدم القدرة على الوصول إلى رأس المال أو الأهلية للتقدم بطلب للحصول على منتجات القروض التقليدية.</p> <p>- غياب المهارات والخبرات ونقص الموارد لدعم تنمية المهارات والتدريب.</p>	<p>- تعمل مبادرات التمويل التعاوني على تقليل التكاليف الأولية وتقليل تصور المخاطر.</p> <p>- تدعم السياسة، حيث يمكن تجربة التقنيات وتقاسم التكاليف وتطوير دعم الشبكة.</p>	الوصول إلى الموارد	
<p>- إعادة هيكلة القوى العاملة - عدد أقل من الوظائف في الخطوط الأمامية وتزايد الطلب على خبرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.</p> <p>- قد لا يتوفر الطلب على مجموعات المهارات الجديدة وقد لا يكون لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة موارد لتوظيف الخبراء والاستشاريين.</p>	<p>- تحفز البرامج التعاونية للجامعات على العمل مع قطاع الأعمال والحكومة نحو التحول الرقمي.</p> <p>- تعزز التقنيات إنتاج تخطيط الأعمال القائم على البيانات؟</p>	تبادل المعلومات والتعلم والبحث	
<p>- تؤثر نماذج الأعمال والثقافة والممارسات على الاستعداد للتحول.</p> <p>- تعمل لوائح حماية البيانات، ومتطلبات الخصوصية على تفاقم التحدي المتمثل في جمع البيانات وتحليلها وتخزينها.</p> <p>- تميل الأعمال التجارية الصغيرة ونمط الحياة إلى تجنب المخاطر.</p>	<p>- تعمل حاضنات ومختبرات الأعمال التي تشجع على التعاون بين شركات التكنولوجيا والسياحة، على تحسين الانفتاح على الابتكار.</p> <p>- إن تعزيز التركيز على تكنولوجيا السفر بدلاً من عملية بناء شركة ناشئة سيفيد السياحة.</p>	الابتكار في مجال الأعمال	



<p>- فوائد غير مؤكدة والخوف والقلق من المجهول فيما يتعلق بالتكنولوجيات المكلفة أو الجديدة. - مطالب العمليات اليومية تأخذ بعيدا عن الإدارة الاستراتيجية وتخلق ضغوطا زمنية.</p>	<p>- المشاريع الإيضاحية التي توفر التوعية العملية بفوائد التقنيات الرقمية. -اتخاذ القرار في الوقت المناسب، وعلى أساس الأدلة من جمع البيانات والتحليلات المحسنة.</p>	<p>تصورات المخاطر والفوائد</p>	
---	---	--------------------------------	--

المصدر: (Dredge et al., (2018); European Commission (2016)

- تلبية احتياجات العديد من المستخدمين: تقدم الشركات متعددة الجوانب قيمة لمجموعتين أو أكثر من مجموعات المستخدمين. وقد ثبت أنها تعمل بشكل أفضل من الشركات القائمة على علاقات المستهلكين مع المنتجين الثانويين. تبني نماذج الأعمال هذه في آليات مختلفة لخلق القيمة، مالية وغير مالية (مثل المراجعات والسمعة والتصنيفات)، وهي أكثر مرونة في مواجهة الاضطراب والتغيير الرقمي. تشير البيانات المتاحة إلى أن هذه المنصات شكلت حوالي 7٪ من سوق الإقامة العالمية في 2018، مع معدل نمو سنوي متوقع بين 2013 و2025، وهو أسرع بست مرات من معدل النمو السنوي المتوقع، لمقدمي أماكن الإقامة التقليدية (World Bank، 2018).
- دفع وفورات الحجم من خلال الطلب: تميل النظم البيئية للأعمال المدفوعة بالطلب إلى الأداء بقوة أكبر من النماذج التي يحركها المنتج، والتي تميز الشركات التقليدية. في النماذج التي يحركها الطلب، ينشئ المستخدمون أنواعًا متنوعة من القيمة للمستخدمين الآخرين، من خلال مجموعة من الآليات (مثل مشاركة السلع، الوصول إلى الخدمات المعطلة، التصنيفات التي تولد الثقة، وغيرها). بدلاً من إنتاج المنتجات ثم محاولة بيعها كما تفعل شركة صناعية، تقوم الشركات الرقمية بتحويل الإنتاج إلى الخارج (أي أنها تقوم بالاستعانة بمصادر خارجية لمالك الشقة الذي يريد مشاركة مكان إقامته). تمكن الشبكات الرقمية من توسيع نطاق الإنتاج خارج الشركة، بالتحويل من التكامل الرأسي التقليدي إلى مطابقة الطلب والمنتج.

يعد دعم الابتكار مصدر قلق رئيسي لجميع الحكومات، كما تنتشر مبادرات السياسات التي تعزز الابتكار بشكل عام. في السياحة، يصعب تحديد أنظمة الإنتاج، مما يجعل استجابات السياسات المستهدفة صعبة. لا يقتصر الأمر على تشتت المنتجين والمستهلكين على مستوى العالم، ولكن هناك عدد متزايد من الوسطاء عبر الإنترنت، ويمكن أن يكون إنتاج المنتجات والخدمات السياحية معقدًا. هناك أيضًا العديد من القطاعات الفرعية التي تواجه تحديات وفرصًا مختلفة للرقمنة (WEF World Economic For)

## 8. خاتمة

للتحول الرقمي لنماذج الأعمال السياحية والنظام البيئي السياحي الأوسع هناك حاجة إلى نهج سياسات متكاملة ومتناسكة، للاستفادة من فرص الرقمنة. مع معالجة التحديات، وتقليل أي عواقب سلبية قد تظهر. يمكن أيضًا وضع العمل في مجال السياسات عبر مجموعة من الأعمال التجارية السياحية يتضمن نهج السياسة المصمم جيدًا مزيجًا من المبادرات قصيرة وطويلة الأجل، التي تعزز الظروف لزيادة استيعاب التكنولوجيا الرقمية. ستشجع مشاركة الشركات السياحية من خلال تقليل الحواجز، وتعزيز فرص الرقمنة. وستبتكر طرقًا جديدة للعمل، ومقاربات جديدة للإدارة وثقافات رقمية جديدة.

من بين النتائج المتوصل إليها ما يلي:

- بناء قاعدة الأدلة على الجوانب والتأثيرات الرئيسية للرقمنة للشركات السياحية الصغيرة والمتوسطة. يجب أن تستند المناهج المستهدفة والدقيقة للتنظيم والتمويل والاستثمار والحوافز، إلى فهم أفضل للاحتياجات المختلفة للشركات الرقمية المحلية، وشركات السياحة التقليدية، مع مستويات منخفضة من الاستيعاب الرقمي.
- يعتبر التسويق الرقمي جزء مهم من نجاح الشركات السياحية في إدارة علاقاتها مع الزبون، حيث يمكنها من الوصول إلى العميل المستهدف في المكان والوقت المناسبين وحتى في أفضل حالاته من أجل اتخاذ قرار الشراء.
- الشركات السياحية تسعى إلى تطوير العلاقة مع عملاءها باستخدام أدوات التسويق الرقمي.

- باستخدام أنشطة التسويق الرقمي بأفضل الطرق والاستفادة منها لأقصى درجة لأن ذلك يمكنها من ربط علاقة متينة مع العملاء،
- للتغلب على التحديات التي تعرفها بيئة الأعمال واشتداد المنافسة بين الشركات السياحية لابد من التبني الجيد والسليم لمفهوم التسويق الرقمي.

#### توصيات:

- دعم الابتكار العملي وتنمية القدرات، من خلال حاضنات تكنولوجيا السفر، وفرص التوجيه والمبادرات الأخرى غير التقنية (مثل شبكات السياحة)، لتشجيع الاستيعاب وتحفيز النظم البيئية للأعمال السياحية، وتعزيز العقلية الرقمية.
- بناء بيئة داعمة، من خلال تحديث الأطر التنظيمية لتعزيز المنافسة العادلة وتشجيع الابتكار.
- تسهيل تعيينات القيادة الاستراتيجية، مثل "كبار رواد الأعمال في مجال السياحة"، مع تفويض محدد لتطوير النظم البيئية للأعمال السياحية، وتوسيع الحدود بين السياحة والتكنولوجيا، والقطاعات الأخرى.
- يجب أن يكون هؤلاء الوسطاء الموثوق بهم قادة أقوياء ومفكرين استراتيجيين.

#### 9. قائمة المراجع:

- فلاح علي ، الزعبي مفلح ، وصالح أحمد . (2020). *التسويق الإلكتروني في القرن الحادي والعشرين*، (المجلد الطبعة العربية). عمان، الأردن: دار اليازوري.
- A Parsons ، R ، M Zeisser و R Waitman .(1998) .Organizing today for the digital marketing of tomorrow.35 ، ((1)12) .
- C Fusun و E Tugce“ .(2015) .The Effect of Digital Marketing Communication Toolsin the Creation Brand Awareness by Housing Companies.”

- C. Wymbbs “.(2011) .*Digital Marketing: The Time for a new Academic Major arrived.* Journal of Marketing Education.
- M., Elena, E & .Camelia, V. Cristian ،E Elena و ،V Camelia .(2008) .*DIGITAL MARKETING—AN PPORTUNITY FOR THE MODERN BUSINESS COMMUNICATION.* NALELE: UNIVERSITĂȚII DIN ORADEA.,
- P Kotler و ،G Armstrong . .(2017) .*Principles of Marketing*13 th .(New Jersey.: edition Pearson Prentice- Hall Inc., Upper Saddle River.
- P Teresa ،X Martinez و ،M Rolan .(2016) .*Understanding Digital Marketing.*
- R Stokes و ،S. Blake .(2011) .*EMarketing the essential guide to online marketing.* South Africa: Quirk eMarketing.
- أحمد محمد. (2012). *التسويق الالكتروني* (المجلد ط1). عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع
- الصميدعي، والعلاق . (2006). *مبادئ التسويق.* الأردن : دار المناهج للنشر والتوزيع.
- بشير العلاق. (2009). *التسويق الالكتروني.* (ط1، المحرر) الأردن : دار اليازوردي للنشر والتوزيع.
- حمودي العطار فؤاد ، وجارالله شامري محمد عوض . (بلا تاريخ). *التسويق الرقمي ودوره في تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة.* *المجلة العراقية للعلوم الادارية،* 1-35.
- سمير صبرة. (2010). *التسويق الالكتروني.* (ط1، المحرر) الأردن: دار الاعصار للنشر.
- عبد القادر، وأخرون. (2009). *مفاهيم حديثة في إدارة البنوك.* (ط1، المحرر) الأردن: دار البداية.
- عبيدات محمد إبراهيم. (2014). *إستراتيجيات التسويق* (المجلد ط1). عمان، الأردن: دار حامد للطباعة والنشر.
- ليبة لعمايرية، وزكريا طفياني. (جوان، 2020). *التسويق في البيئة الرقمية: قراءة في التسويق الالكتروني وتقنياته.* *مجلة معالم للدراسات الاعلامية والاتصالية،* 1 (2)، 1-25.

- مروة شبل، عجيذة خالد، وبطي الشمري. (2012). *التسويق الالكتروني في العالم العربي*. القاهرة، مصر: دار النشر للجامعات.
- منذر خضر يعقوب، وعبدو عمر حربية . (2021). دور التسويق الرقمي في تعزيز الاستراتيجيات المعتمدة على مصفوفة Ansoff: دراسة استطلاعية في متجر العالمية في مدينة الموصل. *مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية*، 3(المجلد 11)، 255-241.
- نبيلة جعيجع، إحسان بن علي، وسميرة عميش. (جوان، 2021). التسويق الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي كآلية جديدة للاتصال بالزبون. *مجلة المنهل الاقتصادي*، 04(04)، 24-4.
- يوسف الحكيم ليث علي، وسعيد الحمامي زين محمد . (2017). التسويق الرقمي ودوره في تحقيق سعادة الزبائن- دراسة إستطلاعية لآراء عينة من زبائن شركات الاتصالات المتنقلة في العراق. *مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية*، 3(14)، 233-189.
- يوسف الطائي، والعبادي. (2008). *التسويق الالكتروني*. (ط1، المحرر) الاردن : الوراق للنشر والتوزيع .

## مفهوم السياحة في الإسلام ضوابطها وحكمها

أ.د. أحمد محمد المومني

جامعة عمان العربية سابقا، عمان- الأردن، الإيميل: almooomani@yahoo.com

تاريخ النشر: 2024/02/01

## ملخص:

بين البحث ان الأصل في الأشياء الاباحة وأن السياحة بشكل عام بغرض أو للترويح عن النفس أمر جائز، وأصبحت السياحة الترويحية من أهم المظاهر التي بدأت تنتشر بين الناس في زماننا، وقد هدف البحث إلى بيان معنى السياحة لغة وشرعا، وعند المتخصصين في علم السياحة المعاصر، وبيان حكم السياحة بشكل عام والترويحية بشكل خاص، وأهم الضوابط الشرعية المتعلقة بها. وقد خلص البحث إلى أن حكم السياحة الترويحية مباح وأن حكمها يدور مع الأحكام التكليفية، بحسب الحالة والظروف المحيطة بها، وهذا الجواز مقيد بضوابط شرعية عامة، وأخرى خاصة تضبط السياحة من الناحية الشرعية فتحقق مقصد الشارع، وتروح عن المسلم بما لا يخل بدينه ولا دنياه.

الكلمات الدالة: الأدلة الشرعية، الضوابط الشرعية، السياحة والترويحية، الفقه الإسلامي.

## Summary

The research showed that the origin of things is permissibility and that tourism in general for the purpose or for recreation is permissible, and recreational tourism has become one of the most important manifestations that began to spread among people in our time. And a statement of the ruling on tourism in general and recreational tourism in particular, and the most important legal controls related to it. The research concluded that the ruling on recreational tourism is permissible and that its ruling revolves with the mandated rulings, according to the situation and the surrounding circumstances.

المؤلف المرسل: أحمد محمد المومني، الإيميل: almooomani@yahoo.com

## المقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين، وعلى آله وصحبه أجمعين، ومن اهتدى بهديه إلى يوم الدين، وبعد، فإن الله سبحانه خلق الانسان وسخر له ما في السموات والأرض بما يحقق سعادته في الدنيا والآخرة، وانزل الكتاب القرآن الكريم الذي فيه كل شيء، ومن رحمته بالناس أن اباح لهم الاجتهاد الفقهي، الذي جاء ليلبي حاجات الناس في معاشهم ودنياهم باستنباط الأحكام الشرعية المتعلقة بكل ما يجد من وقائع معاصرة، وإن من أهم ما ظهر في زماننا ذلكم الكم الهائل من السياحة وتأثيرها الاقتصادي والاجتماعي والنفسي حتى اصبح علم جديد من النواحي العملية والنظرية؛ فإن السياحة من قبل كانت تقتصر على مجرد السفر للتجارة أو البحث عن المعرفة والعلم، ولكنها نراها في أيامنا أوسع بكثير من المجالات السابقة.

فقد أصبحت السياحة علما له أصوله وقواعده، وتشعب البحث فيه، وظهرت مؤسسات سياحية تعنى بعالم السفر، ومما زاد في أهمية هذا العلم وهذه الصناعة، أن الناس في زماننا تشابكت مصالحهم، وكثر تنقلهم، وظهرت موجة واضحة في رغبة كثير من الناس في الاستجمام والترويح عن النفس عن طريق السفر.

هذه الظاهرة التي أصبح لها مؤسسات خاصة، وبرامج متخصصة، وأصبحت واقعا لا يمكن إنكاره أو تجاهله، على واقع الناس والمجتمعات، وأصبح معظم الشعوب إسلامية وغير إسلامية تمارس هذه السياحة.

والسياحة أنواع مختلفة ومتعددة بحسب غرضها، ونحن في هذا البحث سنبين بإيجاز ومختصر أنواع السياحة ونحاول التركيز على السياحة الترويحية التي يقصد منها الترويح عن النفس في العطل والإجازات لكثرة الأسئلة حول الحكم الشرعي في السياحة الترويحية، وأهم الضوابط الشرعية التي توجه المسلم نحو الممارسة الصحيحة النافعة له في دينه ودنياه.

وان كانت السياحة تتعدد بحسب أغراضها إلى سياحة دينية، وعلمية، وطبية، وترفيهية، فإن السياحة الترفيهية أول ما ينصرف إليه الذهن عند الإطلاق، كما أنها أكثر أنواع السياحة إثارة

للأسئلة الفقهية. ومهما تعددت الأسئلة الفقهية التي تثيرها السياحة الفقهية، فسيبقى السؤال الأهم والمركزي هو ما حكم السياحة الترفيهية؟ والذي سنبينه في هذا البحث.

هل يجوز الاستمتاع بالشواطئ التي تعجُّ بالمنكرات الشرعية، من ملابس كاشفة للعورات، أو محددة لها، أو واصفة لها، ومن ممارسات غير أخلاقية بين أبناء الجنس الواحد، ومن ممارسات غير أخلاقية بين أفراد الجنسين المختلفين (الذكور والإناث) سواء كانت بينهما علاقة محرمة، أو زوجية، أولاً؟ وهل تبرأ ذمة المصطاف بعدم مشاركته وتقليده لهذه الممارسات، أم أن حضوره وسط هذه المنكرات لا يجوز حتى لو كان لا يأتيها هو؟ أم أنه يجوز له الحضور مع وجوب الإنكار والإرشاد والتعليم؛ بحيث لا تبرأ ذمته إلا بذلك؟ الأمور المذكورة".

لا يخفى على أحد أن واقع السياحة اليوم يغلب عليه المعصية والوقوع في الفواحش والتعدي على الحرمات، من تبرج مقصود، وعري في أماكن معروفة، واختلاط مستباح، وشرب للخمر، وترويج للفساد، وتشبه بالكفار وجلب لعاداتهم وأخلاقهم بل وحتى أمراضهم الخبيثة، فضلاً عن ضياع الأموال الطائلة والأوقات والجهود، يغلف ذلك كله اسم جميل "السياحة". فما مفهوم الإسلام للسياحة؟ وما حكم السفر والضرب بالأرض؟ وما أهم الضوابط في السياحة الإسلامية. ونحاول ان نجيب على معظم الأسئلة في هذا البحث.

منهجية البحث: نسلك المنهج الوصفي ببيان مفهوم السياحة وبيان أنواعها والضوابط التي وضعها المسلمون في مشروعية السياحة، ونلجأ الى المنهج المقارن عند الحاجة لذلك.

ذلك ما نحاول بيانه في هذا البحث الذي سيكون بعدة اقسام:

- القسم الأول: مفهوم السياحة في اللغة والاصطلاح؛
- القسم الثاني: ضوابط السياحة الإسلامية؛
- القسم الثالث: التخرج الفقهي لأحكام السياحة.



القسم الأول: مفهوم السياحة في اللغة والاصطلاح وخصائصها :

أولاً: مفهوم السياحة في اللغة والاصطلاح:

السياحة في اللغة مأخوذة من الفعل ساح يسيح سَيْحًا وَسَيْحَانًا إذا جرى على وجه الأرض، والسياحة مفارقة الأمصار والذهاب في الأرض، وهي الماء الظاهر الجاري على وجه الأرض، وإطلاقه على السياحة.

والسياحة: الذهاب في الأرض للعبادة لكونه المعنى الوارد في النصوص الشرعية، وهو المعنى المشتهر في ذلك الوقت: أن السفر يكون للعبادة، ولا يمنع أن يكون الذهاب في الأرض لأغراض أخرى، ومنها التجارة، والعلاج، والتنزه والترويح عن النفس.

السياحة في اللغة تحمل معاني كثيرة، ولكنها في الاصطلاح المشهور اليوم تقتصر على بعض تلك المعاني، فتدل على التنقل في البلاد للتنزه أو للاستطلاع والبحث والكشف ونحو ذلك، لا للكسب والعمل والإقامة<sup>1</sup>.

مفهوم السياحة في الإسلام:

جاء الإسلام ليغير كثيراً من المفاهيم المشوهة التي تحملها عقول البشر القاصرة، ويربطها بمعالي الأمور ومكارم القيم والأخلاق، وكانت السياحة في مفهوم بعض الأمم السابقة مرتبطة بتعذيب النفس وإجبارها على السير في الأرض، وإتعب البدن عقاباً لها أو تزهداً في دنياها، فأبطل الإسلام هذا المفهوم السلبي المنتكس للسياحة.

روى ابن هانئ عن أحمد بن حنبل أنه سأل: عن الرجل يسيح أحب إليك أو المقيم في الأمصار؟ فقال: ما السياحة من الإسلام في شيء، ولا من فعل النبيين ولا الصالحين<sup>2</sup>.

وعلق ابن رجب الحنبلي على كلمة الإمام أحمد فقال: والسياحة على هذا الوجه قد فعلها طوائف ممن ينسب إلى عبادة واجتهاد بغير علم، ومنهم من رجع لما عرف ذلك<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>- انظر " المعجم الوسيط، ص 469

<sup>2</sup>- "تلييس إبليس"، ص 340.

هم السائرون الذاهبون في الديار لأجل الوقوف على الآثار، توصلا للعظة بها والاعتبار ولغيرها من الفوائد.<sup>4</sup>

ثانيا: خصائص السياحة في الإسلام وحكمها:

جاء الإسلام ليرتقي بمفهوم السياحة، ويربطه بالمقاصد العظيمة، والغايات الشريفة، ومن ذلك:

1- أنه ربط السياحة بالعبادة، فأوجب السفر - أو: "السياحة" - لأداء ركن من أركان الدين وهو (الحج) في أشهر معلومة، وشرع العمرة إلى بيت الله تعالى في العام كله، ولما جاء رجل إلى النبي صلى الله عليه وسلم يستأذنه في السياحة (بالمفهوم القديم الذي يعني تقصد السفر للرهينة أو تعذيب النفس فقط)، أرشده النبي صلى الله عليه وسلم إلى المقصد الأسنى والأعلى من السياحة فقال له: (إِنَّ سِيَاحَةَ أُمَّتِي الْجِهَادُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ)<sup>5</sup>.

فتأمل كيف ربط النبي صلى الله عليه وسلم السياحة المشروعة المندوبة بالهدف العظيم والغاية السامية.

2- كما اقترنت السياحة في المفهوم الإسلامي بالعلم والمعرفة، وقد سيرت أعظم وأقوى الرحلات السياحية في صدر الإسلام لغرض طلب العلم ونشره، حتى ألف الخطيب البغدادي كتابه المشهور "الرحلة في طلب الحديث"، وقد جمع فيه من رحل من أجل حديث واحد فقط!، ومن ذلك ما قاله بعض التابعين في قوله سبحانه وتعالى: (التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيِ وَالْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ) التوبة، 112. قال عكرمة: (السائحون): هم طلبة العلم<sup>6</sup>. والتفسير الذي عليه جمهور المفسرين أن المقصود ب(السائحين) هو: الصائمين.

<sup>3</sup>- ابن رجب، فتح الباري، ج1، ص56.

<sup>4</sup>- محاسن التأويل، ج16، ص225.

<sup>5</sup>- أبو داود (2486).

<sup>6</sup>- رواه ابن أبي حاتم في "تفسيره" (429/7)، وانظر "فتح القدير" (408/2).

3-ومن مقاصد السياحة في الإسلام الاعتبار والادِّكار، وقد جاء في القرآن الكريم الأمر بالسير في الأرض في عدة مواطن:

قال تعالى: ( قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ ) الأنعام/11.  
وقال سبحانه: ( قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ ) النمل/69.  
قال القاسمي - رحمه الله: - هم السائرون الذاهبون في الديار لأجل الوقوف على الآثار، توصلا للعلظة بها والاعتبار ولغيرها من الفوائد.

- قوله تعالى: (لَتَأْتِيَ بَنُو الْعَابِدُونَ الْأَحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ) المائدة 9. قال القرطبي معنى: سائحات أي صائحات، وقيل ان معناها مهاجرات وقيل مسافرات<sup>7</sup>.

عن ابن عباس والحسن وابن جبير - رضي الله عنهم -، وقال زيد بن أسلم وابنه عبد الرحمن: مهاجرات، قال زيد: وليس في أمة محمد - صلى الله عليه وسلم - سياحة إلا الهجرة. والسياحة: الجولان في الأرض، وقال الفراء، وقيل: ذاهبات في طاعة، من ساح الماء إذا ذهب. مما سبق يتبين أن لفظ السياحة في نصوص الشرع تطلق ويراد بها الأمور الشرعية التي يتحقق فيها المعنى اللغوي، فالصيام، والجهاد، والهجرة، والذكر لله عز وجل، والجولان في الأرض بقصد التفكير كل ذلك عبادة فيها معنى الذهاب في الأرض وفق مقصود شرعي، وهذه المعاني، وإن كانت قد أطلقت

---

<sup>7</sup> السائحون المهاجرون قاله عبد الرحمن بن زيد. وقيل: هم الذين يسافرون لطلب الحديث والعلم؛ قال عكرمة. وقيل: هم الجائلون بأفكارهم في توحيد ربهم وملكوته وما خلق من العبر والعلامات الدالة على توحيده وتعظيمه حكاة النقاش وحكي أن بعض العباد أخذ القدح ليتوضأ لصلاة الليل فأدخل أصبعه في أذن القدح وقعد يتفكر حتى طلع الفجر فقبل له في ذلك فقال: أدخلت أصبعي في أذن القدح فتذكرت قول الله تعالى: { إذ الأغلال في أعناقهم والسلاسل } [غافر: 71] وذكرت كيف أتلقى الغل وبقيت ليالي في ذلك أجمع. قلت: لفظ { س ي ح } يدل على صحة هذه الأقوال فإن السياحة أصلها الذهاب على وجه الأرض كما يسبح الماء؛ فالصائم مستمر على الطاعة في ترك ما يتركه من الطعام وغيره فهو بمنزلة السائح. والمتفكرون تجول قلوبهم فيما ذكروا. وفي الحديث: (إن لله ملائكة سياحين مشائين في الآفاق يبلغونني صلاة أمتي) -تفسير القرطبي.

من قبل الشرع على السياحة، فإنه لا يمنع من تسمية الضرب في الأرض والذهاب فيها بقصد الترويح عن النفس والتزهد سياحة؛ لاشتمال المعنى اللغوي لها. والعلاقة بين المعنى اللغوي والاصطلاحي ظاهرة، ذلك أن السياحة المقصودة في البحث هي السفر والضرب في الأرض بقصد الترويح عن النفس، وعليه: فالمعنى الاصطلاحي جزء من المعنى اللغوي لكلمة سياحة.

### القسم الثاني: ضوابط السياحة في الإسلام:

جاءت الشريعة الإسلامية الحكيمة بكثير من الأحكام التي تنظم السياحة وتضبطها وتوجهها كي تحافظ على مقاصدها الشرعية، ولا يتجاوزها إلى الانفلات أو التعدي، فتعود السياحة مصدر شر وضرب على المجتمع،

هناك ضوابط خاصة يمكن للباحث استنتاجها من خلال طبيعة السياحة الترويحية، وهي

على النحو الآتي:

أولاً: عدم اضاءة الوقت بغير فائدة: وأن يكون الوقت المبذول في هذه السياحة وقتاً لا يؤدي إلى استهلاك الوقت الذي يستثمره المسلم في الواجبات الشرعية، والمهمات الدنيوية، وتحصيل الفضائل والعلم النافع، وصلة الأرحام؛ لأن استهلاك المسلم لمعظم وقته في السياحة يؤدي إلى الإخلال بأهم ما يملكه المسلم في حياته وهو الوقت، والمسلم يتطلع دائماً إلى الجد والاجتهاد، وتحصيل معالي الأمور لا إنفاقها فيما لا طائل تحته. كما أن المسلم يحافظ على وقته عند قيامه بالسياحة الترويحية، وذلك بالتزامه أداء الصلاة في وقتها، وألا يطغى على وقت المسلم ضياع الواجبات الشرعية، ومن أهمها القيام بالالتزام بالفرائض الشرعية. والمسلم مطالب بالمحافظة على الوقت الذي منحه الله عز وجل إياه، فهو أعلى ما يملكه الإنسان،<sup>8</sup> وله مقصد شرعي كبير يتحقق في قوله تعالى: "وهو الذي جعل الليل والنهار خلفة لمن أراد ان يذكر او أراد شكورا) الفرقان62 .

<sup>8</sup>- رواه ابن أبي شيبة، مصنف ابن أبي شيبة، ج5، ص331

فمقصود خلق الليل والنهار التذكير وإرادة العبادة لله سبحانه وتعالى، وتضييع الوقت مما يضيع هذا المقصد، وقد ورد في السنة ما يبين أهمية الوقت، ومنها ما روي عن ابن عباس- رضي الله عنهما - قال: قال النبي صلى الله عليه وسلم:-"نعمتان مغبون بهما كثير من الناس الفراغ والصحة"<sup>9</sup>.

وما رواه ابن عباس - رضي الله عنهما - قال: قال رسول الله صلى الله عليه و سلم لرجل وهو يعظه: اغتنم خمسا قبل خمس: شبابك قبل هرمك، وصحتك قبل سقمك، وغناك قبل فقرك، وفراغك قبل شغلك، وحياتك قبل موتك"<sup>10</sup>.

وورد عن معاذ بن جبل - رضي الله عنه - قال: قال رسول الله - صلى الله عليه وسلم -: " لا تزول قدما عبد يوم القيامة حتى يسأل عن أربع خصال: عن عمره فيما أفناه، وعن شبابه فيما أبلاه، وعن ماله من أين اكتسبه وفيما أنفقه، وعن علمه ماذا عمل فيه"<sup>11</sup>.

وهنا لا بد من الإشارة إلى أن الاعتدال والتوسط وعدم الإفراط في استهلاك الوقت المباح هو السبيل للاستخدام الأمثل للسياحة الترويحية على النحو الشرعي والمفيد، وبما أن السياحة الترويحية جاءت لتحقيق أغراضا ثقافية وعلمية ونفسية وتنشيطية؛ فإن القدر المعقول والمناسب هو الذي يستخدمه المسلم في هذا النوع من أنواع النشاط المباح.

ثانيا: عدم الإسراف والتبذير في النفقة اللذين نهى الله تبارك وتعالى عنهما هذا، وإن الأصل في النفقة الحل والإباحة بما يحقق أغراض الإنسان في حياته ومعيشته، والإسلام لا يتجاهل هذه الغريزة الإنسانية، ولكنه ينظمها ويوجهها التوجيه الشرعي السديد بما يحقق التوازن في حياة المسلم. ويهدد هذه القيمة الإنسانية وهي التوازن في النفقة مرض الإسراف والتبذير الذي كان سببا

<sup>9</sup> - صحيح البخاري، رقم 6412.

<sup>10</sup> - المنذري، رواه عبد الله بن عباس رقم 203 واسناده صحيح.

<sup>11</sup> - صحيح الترمذي، رقم 2417.

في الهلاك العاجل والأجل للأفراد والشعوب، قال تعالى: " وَإِذَا أَرَدْنَا أَنْ نُهْلِكَ قَرْيَةً أَمَرْنَا مُتْرَفِيهَا فَفَسَقُوا فِيهَا فَحَقَّ عَلَيْهَا الْقَوْلُ فَدَمَّرْنَاَهَا تَدْمِيرًا )الاسراء 16.

وقال تعالى: " وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ آمِنَةً مُطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِنْ كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللَّهِ فَأَذَاقَهَا اللَّهُ لِبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ " النحل 112.

والتوسط في النفقة هو الحل الشرعي المناسب لهذا المرض، قال تعالى: " وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَحْسُورًا " الاسراء 29.

والاعتدال في النفقة من أبرز مظاهر الإسلام، فقد قال - صلى الله عليه وسلم: " ما عال من اقتصد"<sup>12</sup>. وقال: "كلوا واشربوا وصدقوا ما لم يخالطه اسراف ولا مخيلة"<sup>13</sup>. والسرف تجاوز الحد في كل فعل يفعله الانسان وان كان ذلك في الانفاق أشهر. فهو تجاوز الحد المباح الى ما لم يبح .

مما سبق يمكن القول بأن الإسراف هو مجاوزة الحد في النفقة المباحة لدرجة الزيادة على حد الحاجة المعتدلة. فما زاد عن ذلك يعتبر إسرافاً، ومرد ذلك إلى العرف والعادة، العرف العام للبلد، والعرف الخاص للشخص .

ولقد جاءت النصوص الشرعية الدالة على تحريم الإسراف في النفقة، ومنها قوله تعالى:

" يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ " الأعراف 31.

وقوله تعالى: " وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا، إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا )الاسراء 26-27.

وأما ما يتعلق بالإسراف في السياحة الترويحية والتي بينا من قبل أنها ترويح المسلم عن نفسه بالسفر ضمن القواعد الشرعية العامة، ومنها: منع الإسراف ومجاوزة الحد في حدود هذا المباح، فإن الترويح عن النفس أمر مهم لكي يبقى الإنسان بهمة عالية نحو الطاعة والعبادة. ولكن

<sup>12</sup>- قال الهيثمي: رواه أحمد، والطبراني في الكبير والأوسط، ج5، ص331.

<sup>13</sup>- السيوطي، الجامع الصغير، رقم6384.

الضابط الشرعي للسفر المباح بقصد الترويح أن يكون في حدود المعقول عرفاً، وألا يؤثر في الواجبات المالية.

ثالثاً: ألا يؤدي ذهابه للسياحة إلى التقتير واللجوء للاستدانة، وإيقاع النفس في الحرج بالاقتراض الربوي من أجل السفر. وهذا الضابط ظاهر بين فيما يفعله كثير من المسلمين؛ فإنه يمنع نفسه وأهله طيلة العام النفقة الحلال، ويمنع نفسه التوسعة بالحلال؛ بغية التجهيز للسفر والاستعداد له. كما أن كثيراً من الناس من يستدين من أجل السفر، وهذا له محاذير فإن الاستدانة لا تكون إلا لحاجة شرعية ملحة؛ لأن الاستدانة نوع صدقة من الدائن للمدين يرضى أجرها عند الله عز وجل، وأخذ أموال الناس بدون حاجة، وخاصة في السياحة الترويحية التي يمكن الاستغناء عنها، ولا سيما أن كثيراً منها يدخل في دائرة المباح الذي القصد منه الترفيه، داخل في عموم سؤال الناس أموالهم بدون حاجة شرعية ملحة، وقد يكون صاحب المال أحق به منه لحاجته، فقد تكون حاجات الدائن أولى اعتباراً من حاجة من أرادها للسياحة الترويحية. ومعلوم أنه لا تحل المسألة إلا لأناس مخصوصين وردوا في الأحاديث النبوية الشريفة، ومنها: ما ورد من حديث عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - قَالَ: "لَا تَحُلُّ الصَّدَقَةَ لِغَنِيِّ وَلَا لِذِي مِرَّةٍ سَوِيٍّ"<sup>14</sup>.

وما ورد من حديث أبي بكر - هو كنانة بن نعيم - قال إني سمعت رسول الله - صلى الله عليه وسلم - يقول: "لا تحل المسألة إلا لثلاثة: لرجل أصابت ماله حالقة، فيسأل حتى يصيب سواداً من معيشة، ثم يمسك عن المسألة. ورجل حمل بين قومه حمالة، فيسأل حتى يؤدي حمالته، ثم يمسك عن المسألة. ورجل يقسم ثلاثة من ذوي الحجا من قومه بالله لقد حلت لفلان المسألة، فما كان سوى ذلك فهو لا يأكل إلا سحتاً" (سحت فقوله - صلى الله عليه وسلم -): "فيسأل حتى يصيب سواداً من معيشة..". يدل على أن المسألة لا تحل إلا لمن ضاقت به سبل العيش كما هو منصوص عليه في الحديث، فالاستدانة بغرض السياحة الترويحية غير داخلية في مفهوم هذا.

<sup>14</sup> - ابن خزيمة، ج 2، ص 853.

-وقال رسول الله - صلى الله عليه وسلم - لأبي بكر - رضي الله عنه -: " يا أبا بكر ثلاث تعلم أنهن حق ما عفى امرؤ عن مظلمة يبتغي بها وجه الله عز وجل إلا زاده الله بها عزا، وما فتح رجل على نفسه باب مسألة يبتغي بها غناء إلا زاده الله عز وجل بها فقرا، وما فتح رجل على نفسه باب صدقة يلمس بها كثرة إلا زاده الله قلة"<sup>15</sup> .

فالأحاديث السابقة دلت بعمومها على أن أخذ أموال الناس بدون حاجة داخل في النهي؛ ولا سيما أن الأخذ يستخدمها في غير حجة ضرورية، أو حاجة متعلقة بطعام أو شراب محتاج إليه . كما أن الاستدانة ترهق المسلم، وربما أوقعته في عدم القدرة على السداد، وهذا عبء مادي ونفسي يرهق به المسلم نفسه دونما حاجة ماسة له .

وأما الاقتراض الربوي فهو محرم أصلا في كل غرض إلا أن تكون ضرورة ملجئة، والنصوص في تحريم الربا وأخذه ومعطيه واضحة جلية وصريحة في الكتاب والسنة، ولا يتسع البحث للتفصيل فيها. فأخذ الربا من أجل السياحة الترويحية الترفيهية داخل في عموم النهي الوارد في أخذ الربا، فلا يجوز لمسلم أن يقترض قرضا ربويا من أجل أن يسافر هو وأولاده في نزهة لبلد ما، فهو مما لا يحل. بل كيف يريد المسلم أن يأتي بمباح طريقه الحرام أعني القرض الربوي. فإذا حرم الاقتراض الربوي في الحاجيات والتي لا تصل إلى حد الضرورات فمن باب أولى السفر المباح بقصد السياحة الترويحية.

رابعا: أن يحرص على أن تكون السياحة الترويحية في بلاد المسلمين وهذا الضابط من الضوابط المهمة في السياحة الترويحية وفيه فوائد كبيرة تعود على السائح وعلى البلد الذي يزوره<sup>16</sup>.

<sup>15</sup>- الترمذي، ج3، ص57.

<sup>16</sup>- وفيه التفصيل الآتي:

أ- أن يكون السفر إلى بلاد المسلمين، فهذا مما يكون داخلا في دائرة الإباحة؛ لكون البلاد الإسلامية تظهر فيها شعائر الإسلام، وتقل فيها المجاهرة بالمعصية، وتقل فيها المفاصد الشرعية، وذلك نسبي بالنسبة للدول الإسلامية التي يزورها راغب السياحة، ويأمن فيها على دينه وعلى أولاده ألا يقعوا في المعصية. والسفر إنما يكون إلى البلدان المسلمة المحافظة على دينها، والتي يمارس المسلم فيه ترويجا مباحا بعيدا عن كل مستنقع محموم آسن، يضيع فيه الدين، وتذهب فيه الأخلاق، وتضمحل فيه القيم والفضائل؛ لأن درء المفاصد أولى



- وأما السفر إلى البلدان غير الإسلامية، فحكمها بحسب الغرض من السفر، فقد يكون سفرا واجبا لدعوة إلى الله عز وجل وذلك من داعية عالم بصير بدينه، قوي في التزامه يمنعه من الوقوع في الشهوات؛ مع أمنه على نفسه من الفتنة، وإلا لم يحل له، أو تطيب غير موجود في بلاد المسلمين وضمن دائرة الضرورة الشرعية، أو دراسة تخصص نادر، أو نحو ذلك من الأغراض المشروعة الصحيحة كالتجارة المشروعة، فإذا كان السفر للبلدان غير الإسلامية بقصد السياحة والترويج؛ فإن حكمه العام الإباحة لأن الأصل فيه ذلك، غير أنه يلاحظ أن محل السفر هو الذي يحدد حل أو حرمة هذا السفر، فإذا خلا البلد المزار من المفسدات الشرعية، وارتكاب المحرم؛ فلا بأس بهذه الزيارة؛ غير أن زيارة البلاد المسلمة أولى لما تقدم .

- وأما إذا وجد في البلد غير الإسلامي مفسدات شرعية من انتشار المحرمات كالإباحية في اللباس والعلاقات، ووجود الشواطئ التي تعج بالمنظر القبيحة من إظهار العورات، وانتشار العلاقات غير الشرعية، وغيرها مما لا يحل، كان ذلك سببا شرعيا كافيا لمنع السياحة في مثل هذه البلدان؛ لأن الضرر المترتب على دين المسلم وأولاده، ورؤية المنكرات مما يؤثر في سلوكهم، ويورثهم رواسب قد تسهم في انحرافهم مستقبلا، هو أضعاف تلكم المصالح التي قد تتحقق في مثل هذا السفر من الترويج على النفس والتعرف على هذه البلدان، ولا سيما أن البدائل الشرعية في البلدان الإسلامية موجودة ومتوفرة.

---

من جلب المصالح، فإن المفسدات المتقدمة أعظم بكثير من مصالح موهومة تتحقق بالترويج عن النفس، والتي يمكن تحققها في بلده أولا، ثم بالسياحة في بلاد المسلمين المحافظة .

ب- أن السفر إلى بلدان المسلمين فيه تعرف على إخوانه المسلمين في مشارق الأرض ومغاربها، وفيه تعرف على أحوال المسلمين، وفيه دعم لاقتصاد البلدان الإسلامية؛ فإن السياحة تعتبر موردا هاما من موارد الدخل القومي في زماننا؛ بل إن بعض البلدان تعتمد اعتمادا كبيرا على عوائد السياحة الخارجية، ومن هنا فتقوية اقتصادات الدول الإسلامية مما ينبغي مراعاته في هذا الصدد .

وهذه السياحة الترويحية في زماننا والتي تقيمها كثير من الشركات السياحية تقوم على أساس المجموعات السياحية التي تختار البلدان غير المسلمة مع وجود برنامج سياحي، ولكن لا يخلو من فتح باب الشهوات على مصراعيه، وقضاء الأوطار الدنيوية المحرمة، مع وجود بعض المحاذير الأخرى في اللباس والاختلاط.

- ولا يخفى على مسلم أن استمرار زيارة مثل هذه البلدان سيؤدي إلى كساد السياحة في البلدان الإسلامية أولاً، ثم الوقوع في هذه المحاذير الشرعية المتقدمة من حيث لا يشعر المسلم. والناظر إلى الآثار السلبية التي قد يجنيها المسلم من جراء هذه السياحة الترويحية في بلدان غير مسلمة، من إباحة الخمر والمخدرات، وسهولة الانحراف مع ضعف الوازع، وغياب الرقيب، فكم من الرجال الصالحين والنساء الصالحات رجع فاسداً في دينه، بل وكم من المسلمين من ذهب مسلماً فرجع منحرفاً أو مرتداً عن دينه. علماً بأن المسلم إذا قصد من إنشاء السفر إلى بلد غير مسلم معصية كالزنا وشرب الخمر، فلا يحل السفر ابتداءً.

خامساً: عدم وجود منكر ظاهر في البلد التي يسافر إليها: فإن وجد المحرم والمنكر فيمتنع معه السفر، لانتشار الرذائل، وتفشي الفاحشة، والفتن الظاهرة وهذا الضابط مهم جداً بالنسبة لرب الأسرة الذي يرجو بالسياحة الترويحية حصول المنافع الشرعية المتمثلة بحصول الترويح المباح، مع تحقيق الفوائد العلمية والتربوية المتحصلة من جراء هذه السياحة، فإننا نشاهد بعض إخواننا يسافرون إلى بعض البلدان التي تنتشر فيها المسكرات والمخدرات، ومظاهر العري وإظهار العورات بصورة غير لائقة، مما يورث آثاراً تربوية سلبية على الزوجة والأولاد، لأن الأب مأمور أن يقي نفسه وأهله نارا وقودها الناس والحجارة. والأمر اللافت أن محور فلسفة المتع واللهو، الذي يسمونه ترويحاً في الحضارة المعاصرة يرتكز حول المرأة، حيث أصبحت نوادي التعري والشذوذ ومغادرة الأسرة، وإقامة العلاقات غير الشرعية هي محلات المتعة والراحة باسم حق الحرية الشخصية "فالترويح أو الترفيه، كقضية أصبح لها مؤسساتها ووسائلها وإعلاناتها ونفقاتها وموازناتها؛ تعتبر قضية معاصرة؛ وخاصة بالنسبة لمجتمعات المسلمين. ويمكن القول: إنها برمتها، بشكلها ومضمونها على حد سواء، هي ثمرة لثقافة وحضارة الآخر الغالب... وهذا السبق بكل ما يحمل من سلبيات أو

إيجابيات - إن وجدت - يشكل ارتهانا ثقافيا بشكل أو بآخر؛ لأن هذه المفاهيم وأنماطها ووسائلها في الواقع، جاءت وامتدت كتقسيم للإبداعات التكنولوجية... وما وفرته من آفاق وإمكانيات شكلت صدمة ثقافية وانفتاحا استهلاكيا وانهارا أدى إلى عى الألوان وافتقاد التوازن؛ لأن الاستهلاك دائما أسرع دخولا إلى المجتمعات المتخلفة؛ وإن لم يشكل حاجتها الحقيقية، " إن مشكلة الترويج اليوم، أو الترفيه بالمصطلح الثقافي للحضارة المعاصرة، تدور في محور المفهوم الغربي، وفي إطاره؛ لذلك فهو يستهلك طاقات الأمم المتخلفة وأوقاتها، ويصرفها عن المواقع المجذبة والضرورية لحياتها على حساب النمو والنضج النفسي والثقافي الذي لا بد وأن يحكم فلسفة الترويج. فليس الترويج محصورا في مجالات التحلل من الواجبات، والخروج من العادات، والاسترخاء عن المسؤوليات، وإيثار المتعة ولو كانت حراما، ومحاكاة الغرائز والشهوات وممارسة الشذوذ، وإسقاط الممنوعات، واستباحة الحرام، وشيوع اللهو والاستهتار، وتغييب مقاصد الحياة، وعيش اللحظة والعب منها على أنها خالدة بعيدا عن النظر في العواقب والتداعيات.<sup>17</sup>....

وإنما الترويج في الرؤية الإسلامية عملية تشحذ الفاعلية، وتنشط العقل، وتثير الهممة، وتوقظ الروح، وتثير المنافسة والاستباق إلى الخيرات، وتدريب على العمل الجماعي، وإشاعة روح الفريق واجتثاث معاني العداوة والحقد والصراع<sup>18</sup> ".  
ومما يدخل تحت هذا الضابط: أن يتعد عن الاختلاط المحرم، وإبداء العورات على الشواطئ ونحوها في البلاد التي يزورها المسلم<sup>19</sup>.

<sup>17</sup> - د. محمد خالد منصور وخالد شجاع العتيبي/ضوابط الرعاية للسياحة الترويجية الإسلامية، مجلة دراسات، علوم الشريعة والقانون، مجلد36، ملحق 2009م

<sup>18</sup> - د. محمد عقلة، نظام الأسرة في الإسلام، ج2، ص60.

<sup>19</sup> - وذلك ضمن النقاط الآتية:

أولا: الخلوة والاختلاط وأثرهما في ممارسة النشاط السياحي الاختلاط هو: "اجتماع الرجل بالمرأة التي ليست له مخرما، اجتماعا يؤدي إلى الريبة، وبما يتبع ذلك من نظر وكلام وإشارة، سواء أكان هذا الاجتماع للتعليم أو الزيارة أو الرياضة أو اللهو أو نحو ذلك.

هذا، وإن الاختلاط عند الفقهاء على نوعين: أولاً: الاختلاط المباح: يجوز الاختلاط بين الرجال والنساء إذا كانت هناك حاجة شرعية مع مراعاة قواعد الشرع العامة التي سيأتي بيانها، وذلك كخروج المرأة لحضور صلاة الجمعة والجماعات وحضور مجالس العلم على أن يكون مكانها منفصلاً عن موضع الرجال، وجوز بعض الفقهاء (المالكية) خروج المرأة لفريضة الحج مع رفقة مأمونة من الرجال - كما سيأتي -، ويجوز للمرأة أن تبيع وتشترى، وما يتبع ذلك من حاجة الذهاب إلى السوق وقضاء حاجتها بنفسها، ونحو ذلك. وعليه: فلا يجوز اختلاط الرجال بالنساء في الحفلات والمنتديات وأثناء السياحة الترويحية خاصة حينما تكون هنالك رحلات جماعية لا يراعى فيها قواعد اجتماع الرجال<sup>19</sup>. والنساء الشرعية، ولو كانت المرأة محتشمة ولخروج المرأة له شروط عند الفقهاء، ومن باب أولى إذا كان خروجها في السفر السياحي الترويحي، من أهمها ما يلي:

- أن لا يخشى الفتنة من خروجها، فإذا خشيت الفتنة فلا تخرج إلا لضرورة كما تقدم.
- أن تكون الطريق مأمونة من احتمال وقوعها في مفسدة.
- أن يكون خروجها لا يفرضي إلى الاختلاط بالرجال، وهو بدوره سبب من أسباب انتشار الفاحشة.
- أن يكون خروجها بتستر تام.
- أن يكون خروجها بإذن الزوج إذا كانت ذات زوج أو بإذن وليها كأبيها ونحو ذلك

**ثانياً:** الاختلاط المحرم مع حصول الخلوة بالأجنبية بدون محرم أما الاختلاط المحرم بين الرجال والنساء فهو ما تتحقق فيه الأمور التالية: أ- حصول الخلوة بالأجنبية على ما سيأتي بيانه، والنظر إليها بشهوة. ب- تبذل المرأة وعدم احتشامها، ولباسها لباساً يفصح عن مواطن الزينة والجمال فيها. ج- حصول العبث واللهو وملامسة الأبدان كالاختلاط في الأفراح والأعياد، والاختلاط أيضاً في الرحلات السياحية التي يكون فيها من تلاقي الرجال والنساء في الحفلات والأماكن السياحية بدون مسوغ شرعي. وأما الخلوة بالأجنبية فإنها محرمة باتفاق الفقهاء وكذلك الخلوة بالأجنبية مع وجود غيرها معها من النساء أو وجود عدد من الرجال في النشاط السياحي، فقد اختلف الفقهاء في حكم هذه المسألة، والرأي الراجح: الذي يترجح لدي تحريم الخلوة بالمرأة مع وجود غيرها من النساء، أو وجود عدد من الرجال مطلقاً حتى مع وجود الثقة والأمان؛ وذلك سداً للذريعة، ومجانبة لأسباب الفساد، ووقوع الفاحشة، ودرءاً لوسائل الزنا، خاصة في النشاط السياحي الترويحي.

وإن الإسلام يدعو إلى إيجاد مجتمع إسلامي نقي طاهر نظيف يبتعد عن الشهوات والإثارات الشهوانية، وقد منع الإسلام النظر المحرم، ونظر الرجل للمرأة بلا قيد أو حد، وجعل ذلك من علامة كمال الإيمان. وإن ممارسة الرجل والمرأة النشاط السياحي الترويحي عن طريق السفر وما يتبعه من أنواع التنزه، وزيارة الأماكن الأثرية والسياحية مقيد شرعاً بعدم اختلاطها بالرجال على أي صورة كانت؛ لأن مقصود السياحة الترويحية الترفه، والترويح عن النفس، ولا يكون هذا مع اختلاطها بالرجال؛ لأنه محرم. وقد رأينا في أيامنا الحاضرة تساهل الرجال والنساء في نطاق التعامل مع المجموعات السياحية، واختلاط الرجال بالنساء على الشواطئ

وفي النوادي بأسلوب غير مناسب، فتبدو الخلوة، وكأنها هو أمر تمليه طبيعة السياحة الترويحية بقطع النظر عن ضوابط الشرع في مسألة الخلوة إن ممارسة النشاط الترويحي السياحي مشروط بالتزام قواعد النظر الشرعي، ولذلك فلا يجوز للمرأة أن تنظر هي إلى الرجل في النشاطات السياحية التي قد يصاحبها ممارسة لبعض أنواع الرياضات التي فيها كشف للعودة المغلظة للرجل أو المرأة أو العكس، أو نظر الرجل لعودة الرجل المغلظة، أو نظر المرأة إلى عودة المرأة المغلظة أيضا، كالمصارعة الرجالية والنسائية التي تظهر فيها العودة المغلظة بشكل محدد سافر. وهذا يدعو المسلمين إلى ضرورة التحرز من هذا الخطر العظيم الذي يدهم المسلمين في عقر دارهم، بانتشار هذه النشاطات السياحية الترويحية، وقل منهم من يتقي الوقوع في المخالفات الشرعية المتعلقة بممارسة هذا النشاط السياحي .

مما سبق تبين أن الرجال والنساء إذا قاموا بالنشاطات السياحية الترويحية، فعلمهم أن يراعوا الشروط المتعلقة بوجود حفظ العورة على التفصيل الذي تقدم، فلا يجوز لهم إظهار العورات على النحو المخجل الذي نراه على الشواطئ السياحية مما يصاحبه كشف للعورات المغلظة، والذهاب إلى الأندية السياحية التي فيها كشف للعورات وإظهار لها .

ثالثا: اشتراط المحرم للمرأة في السفر في السياحة الترويحية نرى في السياحة الترويحية سفر بعض النساء في

المجموعات السياحية دون محرم ضمن المجموعات، فما الحكم الشرعي في ذلك. لقد اتفق الفقهاء على أن المرأة يحرم عليها أن تسافر بمفردها بدون محرم من زوج أو أخ أو عم أو نحوهم في مسألة سفر المرأة للحج، وهذه المسألة خارجة عن نطاق بحثنا. هذا هو الأصل، ولذلك فإن المرأة إذا أرادت أن تسافر لممارسة نشاط سياحي ترويحي مباح، وفي حدود الضوابط الشرعية الأخرى المتعلقة بممارسة النشاط السياحي الترويحي، فلا يجوز أن تسافر بحال إلا مع وجود محرمها؛ لأن بعض الفقهاء على ما تقدم أجاز للمرأة أن تسافر بدون محرم مع وجود رفقة مأمونة، ولا يتعدى هذا الحكم إلى غيره، فلا يجوز للمرأة أن تسافر سياحة بدون محرم، فليست السياحة الترويحية حاجة شرعية ملحة تبيح السفر بدون محرم مع رفقة مأمونة، فضلا عن اشتغالها على بعض المخالفات الشرعية الأخرى. وقد رأينا في البلاد الإسلامية ظهور بعض البرامج السياحية التي لا يؤمن معها على المرأة في سفرها بدون محرم، ورأينا تساهلا كبيرا من الآباء في إرسال بناتهم بدون محرم، ويكون في غالب الأحيان معهم في البعثة السياحية. لذا، فإن هذا السفر محرم شرعا ويأثم ولي المرأة إذا سمح لها بذلك بدون محرم .

رابعا: عدم التشبه بالكفار، ومنع تشبه الرجال بالنساء والنساء بالرجال حال القيام بالنشاط السياحي الترويحي يشترط للقيام بالنشاطات السياحية الترويحية التزام القواعد الشرعية المقررة في موضوع اللباس، ويبقى في هذا المطلب أن نضيف شرطا جديدا وضابطا مهما وهو منع التشبه بشقيه الذي دلت عليه نصوص الكتاب

سادسا: أن تحقق السياحة البعد التربوي الثقافي الذي ينمي في النفس حب المعرفة والتزود من الثقافات الإنسانية النافعة، فليس الترويج تضييعا للوقت، وهدر الطاقات، بل هو عملية تربوية بناءة، تعود على المسلم في فكره وسلوكه بكثير من التقويم والاستقامة، فقد كان الصحابة والتابعون أغلى ما يتمنونه هو العيش في الإيمان والتضحية في سبيل الله عز وجل والاستشهاد في سبيل العقيدة، والدعوة إلى الله عز وجل، وإنفاق الأوقات بما يعود عليهم بأعلى ما يتمنونه وهو الجنات، والنعيم المقيم يوم يقوم الناس لرب العالمين، إن تصور المسلم لحقيقة الدنيا تختلف عن نظرة الكافر، فالمسلم يعتبر الدنيا قنطرة إلى الآخرة، وجسرا إليها، بخلاف الكافر فإن غاية متعته هو التكثر من ملذات الدنيا وشهواتها الزائلة، قال تعالى: " يَعلَمُونَ ظَاهِرًا مِّنَ الحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ عَنِ الآخِرَةِ هُمْ غَافِلُونَ" الروم 7.

والسنة فيلزم الرجال والنساء أثناء القيام بالسياحة الابتعاد عن التشبه باللباس الخاص بالكفار، وما يتعلق بهم من أنواع خاصة من الألبسة التي لا يراعي غير المسلمين قواعد اللباس الشرعي، فضلا عن كونها شعارا لهم. ولذلك فإن ممارسة النشاط السياحي الترويحي مشروطة بشروط محددة تتعلق بالتشبه بالكافرين، ومنها- 1: أن لا يكون اللباس شعارا للكافرين، كأن يكون فيه صليب، أو علامة تميزهم عن المسلمين- 2. ألا يكون اللباس مخلأ بقواعد اللباس في الإسلام. والقاعدة الشرعية العامة تقتضي تحريم تشبه الرجال بالنساء، والنساء بالرجال؛ وذلك حفاظا من الشارع الحكيم على خصائص كل من الرجال والنساء وفطرته التي فطر عليها، وكرامة كل منهما، فقد لعن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - المترجلات من النساء، ولعن أيضا المختنئين من الرجال، فعن عبد الله بن عباس - رضي الله عنهما - قال: "لعن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - المتشبهات بالرجال من النساء، والمتشبهين بالنساء من الرجال. سنن احمد، ج1، ص254 وعن ابن عباس - رضي الله عنهما - قال: "لعن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - المختنئين من الرجال، والمترجلات من النساء، قال: فقلت: ما المترجلات من النساء؟ قال: المتشبهات من النساء بالرجال) رواه أبو داود والترمذي رقم2748". ويكون تشبه النساء بالرجال في زيهن وملابسهم أو رفع أصواتهم، وغير ذلك، والنشاط السياحي الترويحي المعاصر ينبغي أن يخلو من تشبه كل من الجنسين بالآخر بأي مظهر من المظاهر السابقة

والسفر للبلدان غير المسلمة يورث المسلم الكثير من العادات غير الشرعية مما يؤثر في سلوكه، وقد يتعرض المسلم لتأثيرات عقدية وأخلاقية، وانحرافات فكرية، وأمراض صحية، ومخاطر أمنية مما لا يخفى على ذي لب وعقل منور بنور الإيمان .

سابعاً: أن يكون القصد من السياحة التقرب إلى الله تعالى، واختيار أنواع الأماكن التي تكون منظمة ضمن برامج شرعية معدة من قبل المؤسسات السياحية الشرعية التي تحرص على تحقيق أهداف شرعية لعملية السفر الذي تصاحبه المتعة الحسية بالتنقل في البلاد، والتمتع بالمناظر الطبيعية، ولكن في الوقت نفسه تعمق معاني الإيمان في نفس المؤمن بالتفكير بخلق الله تعالى، لكي تتحول السياحة رحلة إيمانية تسهم في زيادة الصلاح والإسهامه في بناء مجتمع صالح. كما هو الحال في رحلة الحج والعمرة<sup>20</sup>.

ثم إن السياحة الدينية نفقتها مباركة يعظم فيها الأجر لمنفعتها، وشتان بين من قضى عطلته الصيفية أو بعضها في رحاب البقاع المحرمة الطاهرة، وبين من قضاهها في بعض المناطق التي تعج بالمفاسد ولا تخلو من المحظورات الشرعية. وإذا نظرنا إلى الناحية الاقتصادية فإننا نرى أن ما ينفقه المسلم في السياحة الدينية أقل بكثير مما ينفقه في السياحة الترويحية للبلدان غير المسلمة، مع حصول الأجر العظيم والثواب الجزيل؛ ثم إن تشجيع السياحة الدينية فيه غرس

---

<sup>20</sup>- إن شعائر الحج والعمرة وما يجنيه المسلم من مصالح دينية عظيمة من العيش لمدة من الزمان في رحاب البقاع الطيبة الطاهرة، مكة المكرمة، وزيارة بيت الله الحرام، والتقلب بين أعطاف المشاعر الحرام، مما يورث في نفس المسلم حب الله عز وجل وحب رسوله محمد - صلى الله عليه وسلم - وزيارة الأماكن التاريخية التي وردت في السيرة النبوية مما يعطي الإنسان اعتزازاً بدينه وعقيدته، وارتباطاً روحياً بالذكريات الإسلامية. وإذا زار المسلم المدينة النبوية -على ساكنها أفضل الصلاة وأتم التسليم- وزار المسجد النبوي، وزار الحبيب المصطفى - صلى الله عليه وسلم -، وزار البقيع، وتقلب بين جنبات هذه المدينة الطيبة الطاهرة، عاد من زيارته برصيد من الأجر العظيم، وشحنة إيمانية تدفعه إلى العمل الصالح والدعوة إلى الله عز وجل. إن السياحة الحقيقية للمسلم هي في زيارة الكعبة التي جعلها الله عز وجل مثابة للناس وأمناً، قال تعالى: "جعل الله الكعبة البيت الحرام..."

للتربية الإيمانية للمجتمع المسلم في مواجهة الغزو الفكري والثقافي الغربي الذي يدعو أبناء المسلمين للتحلل من القيم والأخلاق والبعد عن دينهم والوقوع في حماة الرذيلة والمنكرات .

ثامنا: وجود الرفقة الصالحة تأمره بالخير وتدله عليه، مع نية صالحة للطاعة، وتحويل سفر السياحة من كونه عادة إلى عبادة، مع تنشيط جانب الدعوة إلى الله عز وجل، والاستفادة من الاستجمام حتى يعود المسلم في أنشط حال في عبادته وأمور معاشه . فالعبادة "اسم جامع لما يحبه الله تعالى ويرضاه من الأقوال والأعمال الباطنة والظاهرة كالصلاة، والصيام، والحج، وصدق الحديث، وأداء الأمانة إلى غير ذلك من أمثال العبادات . وكذلك حب الله ورسوله، وخشية الله، والإنابة إليه، وإخلاص الدين له، والصبر لحكمه، والشكر لنعمه، والرضى بقضائه، والتوكل عليه، والرجاء لرحمته، والخوف من عذابه، وأمثال ذلك من العبادات الله تعالى .

والمعنى الشامل للعبادة أنه ليس في التصور الإسلامي نشاط إنساني لا ينطبق عليه معنى العبادة أو لا يطلب فيه تحقيق هذا الوصف، والمنهج الإسلامي كله، غايته تحقيق معنى العبادة أولا وأخرا وقد كان المسلمون الأولون يؤدون كل العادات بنية العبادة؛ إذ كانوا لا يتحركون تحركا ولا يسكنون سكونا إلا ويستشعرون رضاء الله عن ذلك التحرك والسكون<sup>21</sup> .

ومن هنا فإن الذي يسافر بقصد السياحة ينبغي أن تكون نفقته وتحركاته، وسكناته، ونظراته، وتنقلاته، وكل ما يفعله في سفره بقصد تعزيز معنى التقرب إلى الله عز وجل، فتقلب تصرفاته وأقواله وأفعاله وطعامه وشرابه إلى عبادة يؤجر عليها، وهذا معنى لو تحقق في شعور إخواننا المسلمين السائحين بقصد الترويح لأدى إلى تحول السائح إلى داعية إلى الله عز وجل في سفره، فيحقق بذلك غرضين، غرض الدعوة لنفسه ولأفراد أسرته، ومن يلتقي بهم من المسلمين ومن غيرهم، ويدعوهم بقوله، وبسلوكه الإسلامي المنضبط .

<sup>21</sup> - البيانوني، تحول العبادة الى عادة وأثره في حياة المسلمين، ص12.



تاسعا: تجنب الأماكن التي فيها نهي عن زيارتها:

وهي أماكن حصول الخسف ونزول العذاب، كمناطق البحر الميت في سدوم ومدائن صالح فقد ورد عن عبد الله بن عمر - رضي الله عنهما -: أن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - قال: "لا تدخلوا على هؤلاء المعذبين إلا أن تكونوا باكين؛ فإن لم تكونوا باكين؛ فلا تدخلوا عليهم لا يصيبكم ما أصابهم"<sup>22</sup>. وذكر هذا الأثر أئمة التفسير كالإمام الطبري: أن النبي صلى الله عليه وسلم لما مر بالحجر قال: "لا تدخلوا مساكن الذين ظلموا أنفسهم إلا أن تكونوا باكين حذرا أن يصيبكم مثل الذي أصابهم! ثم قال: هذا وادي النفر! ثم قنع رأسه وأسرع السير حتى أجاز الوادي. قال الإمام النووي: "باب النهي عن الدخول على أهل الحجر إلا من يدخل باكيا، وفيه: الحث على المراقبة عند المرور بديار الظالمين ومواضع العذاب، ومثله الإسراع في وادي محسر؛ لأن أصحاب الفيل هلكوا هناك، فينبغي للمار في مثل هذه المواضع المراقبة، والخوف والبكاء والاعتبار بهم، وبمصارعهم، وأن يستعيذ بالله من ذلك"<sup>23</sup>. ملعونة.

---

<sup>22</sup>- صحيح البخاري، ج 1، ص 167.

<sup>23</sup>- ابن تيمية أحمد، اقتضاء الصراط المستقيم، ج 1، ص 80.

### القسم الثالث: التخريج الفقهي للسياحة:

حكم السياحة في الإسلام: انقسم العلماء في جواز للسياحة في الإسلام الى رأيين:

الرأي الأول: عدم جواز السياحة إلا لغرض واحتجوا بما يلي:

1-تحريم السفر بقصد تعظيم بقعة معينة إلا إلى ثلاثة مساجد: عن أبي هريرة رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم قال : ( لَا تُسَدُّ الرَّحَالَ إِلَّا إِلَى ثَلَاثَةِ مَسَاجِدَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَمَسْجِدِ الرَّسُولِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَمَسْجِدِ الْأَقْصَى ).<sup>24</sup>

وفي الحديث دليل على عدم الترويج للسياحة " الدينية " كما يسمونها لغير المساجد الثلاثة، كمن يدعو إلى السياحة لزيارة القبور والمشاهد والأضرحة والمراقد، وخاصة تلك الأضرحة التي يعظمها الناس ويرتكبون عندها أنواع الشرك والموبقات، فليس في الشريعة تقديس لمكان تؤدي فيه عبادة ويكون فيه تعظيم سوى هذه الثلاثة.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رضي الله عنه أَنَّهُ قَالَ: (خَرَجْتُ إِلَى الطُّورِ فَلَقَيْتُ كَعْبَ الْأَخْبَارِ فَجَلَسْتُ مَعَهُ...فذكر حديثا طويلا ثم قال: فَلَقَيْتُ بَصْرَةَ بْنَ أَبِي بَصْرَةَ الْغِفَارِيَّ فَقَالَ : مَنْ أَيْنَ أَقْبَلْتَ ؟ فَقُلْتُ مِنَ الطُّورِ. فَقَالَ : لَوْ أَدْرَكْتُكَ قَبْلَ أَنْ تَخْرُجَ إِلَيْهِ مَا خَرَجْتَ، سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : لَا تُعْمَلُ الْمُطِيُّ إِلَّا إِلَى ثَلَاثَةِ مَسَاجِدَ : إِلَى الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَإِلَى مَسْجِدِي هَذَا وَإِلَى مَسْجِدِ إِبِلِيَاءَ أَوْ نَيْبِ الْمُقَدِّسِ )<sup>25</sup>.

فلا يجوز إنشاء سفر لقصد مكان مقدس غير هذه الأماكن الثلاثة، ولا يعني ذلك حرمة زيارة المساجد في بلاد المسلمين، فإن زيارتها مشروعة ومستحبة، وإنما الممنوع هو إنشاء السفر لهذا الغرض، فإذا كان له قصد آخر من السفر، وجاءت الزيارة تابعة فلا بأس، بل قد تجب لأداء الجمعة والجماعة.

<sup>24</sup> - رواه البخاري رقم 1397، وفي صحيح مسلم رقم 1132.

<sup>25</sup> - رواه مالك في الموطأ ( 108 ) والنسائي ( 1430 ).

ومن باب أولى حرمة السفر لزيارة الأماكن المقدسة في الديانات الأخرى، كمن يخرج لزيارة " الفاتيكان " أو الأصنام البوذية وغير ذلك مما يشبهه.

2- ويقولون أن الأدلة جاءت في عدم جواز سياحة المسلم في بلاد الكفار مطلقاً، لما فيها من مفسد تعود على دين وخلق المسلم باختلاطه مع تلك الأمم التي لا تراعي دين الإسلام ولا خلق، خاصة مع عدم وجود الحاجة لهذا السفر من علاج أو تجارة ونحو ذلك، إنما هو للمتعة والترفيه، وقد أوسع الله تعالى بلاد المسلمين بحمد الله، فجعل فيها من بديع خلقه ما يغني عن زيارة الكفار في بلادهم .

ولكن إذا دعت حاجة ضرورية وغرض صحيح للسفر لبلاد الكفر كالسفر لعلاج مرض لا يتوفر إلا ببلاد المسلمين، أو السفر لدراسة لا يمكن الحصول عليها في بلاد المسلمين، أو السفر لتجارة، فهذه أغراض صحيحة يجوز السفر من أجلها لبلاد الكفار بشرط المحافظة على شعائر الإسلام، والتمكن من إقامة الدين في بلادهم، وأن يكون ذلك بقدر الحاجة فقط ثم يعود إلى بلاد المسلمين.

أما السفر للسياحة فإنه لا يجوز؛ لأن المسلم ليس بحاجة إلى ذلك، ولا يعود عليه منه مصلحة تعادل أو ترجح على ما فيه من مضرة وخطر على الدين والعقيدة.<sup>26</sup>

3 - ومما لا شك فيه أن الشريعة تنهى عن السياحة في أماكن الفساد، حيث تُشرب الخمر وتَقَع الفاحشة، وتُرتكب المعصية، مثل شواطئ العري وحفلات المجون وأماكن الفسق، أو السفر لإقامة الاحتفالات في الأعياد المبتدعة، فإن المسلم مأمور بالبعد عن المعصية، فلا يرتكبها ولا يجالس من يقوم بها .

إذا كانت هذه السياحة مشتملة على تسهيل وتيسير فعل المعاصي والمنكرات والدعوة إليها فإنه لا يجوز لمسلم يؤمن بالله واليوم الآخر أن يكون عوناً على معصية الله ومخالفة أمره، ومن ترك شيئاً لله عوّضه الله خيراً منه .

<sup>26</sup> - "المنتقى من فتاوى الشيخ الفوزان، ج 2، فتوى رقم 221.

4- أما زيارة آثار الأمم السابقة وأماكنهم: فإن كانت أماكن عذاب، وقع فيها من الخسف أو المسخ أو الإهلاك لهم بسبب كفرهم بالله سبحانه: فلا يجوز حينئذ اتخاذ هذه الأماكن للسياحة والاستجمام.

اشتهر عند الإخباريين أن منازل " مَدِين " الذين بعث فيهم نبي الله شعيب عليه الصلاة والسلام هي في الجهة الشمالية الغربية من جزيرة العرب، والتي تسمى الآن: ( البدع ) وما حولها، والله أعلم بحقيقة الحال، وإذا صح ذلك: فإنه لا يجوز زيارة هذه الأماكن لقصد الفرجة والاطلاع؛ لأن النبي صلى الله عليه وسلم لما مر بالحجر - وهي منازل ثمود - قال: ( لَا تَدْخُلُوا مَسَاكِنَ الَّذِينَ ظَلَمُوا أَنْفُسَهُمْ أَنْ يُصِيبَكُمْ مَا أَصَابَهُمْ إِلَّا أَنْ تَكُونُوا بَاكِينَ )، ثم قنع رأسه وأسرع السير حتى أجاز الوادي<sup>27</sup>. قال ابن القيم - رحمه الله - في أثناء ذكره للفوائد والأحكام المستنبطة من غزوة تبوك :- ومنها: أن من مرَّ بديار المغضوب عليهم والمعذبين لا ينبغي له أن يدخلها، ولا يقيم بها، بل يسرع السير، ويتقنع بثوبه حتى يجاوزها، ولا يدخل عليهم إلا باكياً معتبراً، ومن هذا إسراع النبي صلى الله عليه وسلم السير في وادي محسر بين منى ومزدلفة، فإنه المكان الذي أهلك الله فيه الفيل وأصحابه<sup>28</sup>

وقال الحافظ ابن حجر - رحمه الله - في شرحه الحديث السابق:- وهذا يتناول مساكن ثمود وغيرهم ممن هو كصفتهم، وإن كان السبب ورد فيهم.<sup>29</sup>

5- أما تنظيم رحلات سياحية للكفار في بلاد المسلمين: فالأصل فيه الجواز، والسائح الكافر إذا أذنت له الدولة المسلمة بالدخول إليها أصبح مستأمناً حتى يغادرها، ولكن وجوده في بلاد المسلمين يجب أن يتقيد فيه باحترام الدين الإسلامي وأخلاق المسلمين وثقافتهم، فلا يدعو إلى دينه، ولا يتهم الإسلام بالباطل، ولا يخرج إلا محتشماً بلباس يناسب بلاد المسلمين، وليس كما اعتاد هو في بلاده

<sup>27</sup>- رواه البخاري (3200) ومسلم 2980.

<sup>28</sup>- ابن قيم الجوزية، زاد المعاد " 3 / 560 .

<sup>29</sup>- ابن حجر العسقلاني، فتح الباري، ج 6، ص 380.

على التعري والتفسخ، وألا يكون عينا أو جاسوسا لبني قومه، وأخيرا لا يمكّن الكفار من زيارة الحرمين في مكة والمدينة المنورة.

فإذا نظرنا إلى السياحة الترفيهية على أنها مجرد فرجة لم تكن أكثر من جائزة، وعلى هذا، فينطبق عليها فتوى شيخ الإسلام ابن تيمية، والضابط الذي وضعه أبو حامد الغزالي. أما إذا نظرنا إلى السياحة الترفيهية على أنها باتت جزءا من المصالح الدينية، أو الدنيوية على حد تعبير ابن تيمية، فقد يغتفر الترخّص في حضور هذه الأماكن، وبخاصة أن أكثر أماكن السياحة الترفيهية في بلاد المسلمين لا تخلو من هذه المنكرات، فمن الصعب أن توجد أماكن خالية منها، بل ربما وصل الأمر إلى التعذر والاستحالة. وحسب السائح المسلم هنا أن يختار أقل الأماكن سوءا وفحشا. وهناك بعض الاحكام تتعلق بالسياحة منها:

أ- حرمة السفر إلى بلاد الكفر من أجل السياحة الترفيهية؛ بدليل أن السياحة من باب الترفيه. ولا يعلم عن أحد من الأولين تكلم عن السفر إلى بلاد الكفار للترهة والمتعة، لا بتحليل ولا تحريم؛ لأن المسألة من الواضح بمكان أنها تنافي عقيدة الولاء والبراء<sup>30</sup>.

ب- كذلك موضوع رخصة القصر والجمع في الصلاة للسائح: لمسافر للترفيه ومشاهدة الأماكن السياحية يكره له قصر الصلاة الرباعية عند المالكية، فقد جاء في منح الجليل لمحمد عليش المالكي: فاللاهي به كالمسافر لمجرد التسلي لا يسن له القصر، بل يكره، وقيل يباح فإن قصر فلا يعيد]].

وفي المذهب الشافعي: يقصر إذا كان المقصود التنزه لا مجرد مشاهدة البلاد والنظر إليها. وقال الحنابلة: يباح، وذهب الحنفية إلى أنه يُشرع القصر للمسافر ولو كان سفره محرما. غير أن مذهب الحنفية لن يقدم سعة كبيرة في المسألة للسائح؛ لأنهم لا يبيحون الجمع في السفر، والمسافر أحوج إلى الجمع منه إلى القصر. وهذا الاستعراض يدل على أهمية الاجتهاد المعاصر في وصف السياحة

<sup>30</sup>-د. هاشم بن محمد بن حسن ناقور، احكام السياحة وأثارها.

الترفيهية وإعطائها الحكم المناسب لها في خضم ما آلت إليه الأنماط الاجتماعية التي يعيشها المسلم في هذا الزمان<sup>31</sup>.

الرأي الثاني: جواز السياحة في الأرض للتفكر والاتعاظ بما حدث بالأقوام التي سبقت. واستدلوا بالآيات والأحاديث والمعقول:

1- من كتاب الله قوله تعالى: ( التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ ) التوبة، 112. قال عكرمة: ( السائحون ): هم طلبة العلم.

2- وقوله تعالى: ( قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكذِّبِينَ ) الأنعام، 11. وقال سبحانه: ( قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ ) النمل، 69. قال القاسمي - رحمه الله: - هم السائرون الذاهبون في الديار لأجل الوقوف على الآثار، توصلاً للعظة بها والاعتبار ولغيرها من الفوائد.

ومن المعقول:- أن أعظم مقاصد السياحة في الإسلام تكون في الدعوة إلى الله تعالى، وتبليغ البشرية النور الذي أنزل على نبينا محمد صلى الله عليه وسلم، وهو وظيفة الرسل والأنبياء، ومن بعدهم أصحابهم رضوان الله عليهم، وقد انتشر صحابة نبينا محمد صلى الله عليه وسلم في الأفاق يعلمون الناس الخير، ويدعونهم إلى كلمة الحق، ونحن نرجو أن تحذو سياحة اليوم تلك السياحة العظيمة المقصد، الشريفة الغاية والهدف.

- وأخيراً فإن من مفهوم السياحة في الإسلام السفر لتأمل بديع خلق الله تعالى، والتمتع بجمال هذا الكون العظيم، ليكون ذلك باعثاً للنفس البشرية على قوة الإيمان بوحداية الله، وليكون عوناً لها أيضاً على أداء واجبات الحياة، فإن ترويح النفس ضروري لأخذها بالجد بعد ذلك. ويظهر من هذا أن الحكم على السياحة عام وخاص كما يلي:

<sup>31</sup>- ذهب جمهور العلماء (الحنفية والمالكية) إلى أن التداوي مباح، ينظر: الموسوعة الفقهية الكويتية، ج1،

أولاً : الحكم العام: يقول سبحانه وتعالى : ( قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ) العنكبوت/20 .

- الحكم العام للسياحة الإباحة في الجملة، فإن السفر والضرب في الأرض في أصله مباح، ما لم يدل دليل على التحريم، أو يخل بمقصود من المقاصد الشرعية، أو يتعلق به محظور شرعي، وهو الذي سيتعلق به الحكم التفصيلي. والدليل على حكم الإباحة السابق جملة من الأدلة في الكتاب العزيز التي ذكرناها قبل قليل. ووجه الدلالة أن الحق تبارك وتعالى ينص على أن أصحاب العقول النيرة أولئك الذين ينظرون في خلق السموات والأرض بقصد التدبر والتفكير وزيادة الإيمان، وحصولاً لعظمة الحق تبارك وتعالى في قلوبهم، فكذا من يجوب البلدان سياحة ترويحية بهذا القصد فإنه يكون داخلاً في صفة أولي الألباب؛ لأن هذا السفر يحقق له حصول هذا التفكير الهادي إلى الله عز وجل وإلى التفكير في ملكوته، فكانت السياحة الترويحية بهذا الاعتبار مباحة .

ويمتن الله عز وجل على عباده بأنه خلق لهم كل ما في السموات والأرض لينتفعوا به على وجه الإباحة، ومن هذه الأشياء الممتن بها عليهم الانتفاع بما خلق الله عز وجل من أماكن جميلة وأنهار وجبال وغيرها من المظاهر الطبيعية الجميلة التي تدخل السرور إلى قلب المسلم، وتعينه على ذكره سبحانه، فإذا كان شأن السياحة هذا، فهي مباحة. بهذا الاعتبار قال الإمام القرطبي: "استدل من قال إن أصل الأشياء التي ينتفع بها الإباحة بهذه الآية: "وسخر لكم ما في السموات وما في الأرض جميعاً منه" [الجاثية: 13] الآية - حتى يقوم الدليل على الحظر. واستدلوا بقول النبي صلى الله عليه وسلم: ما أحل الله فهو حلال وما حرم فهو حرام وما سكت عنه فهو عفو فاقبلوا من الله عافيته فإن الله لم يكن لينسى شيئاً<sup>32</sup> ."

ثانياً: الحكم التفصيلي: يقصد بالحكم التفصيلي، دوران الحكم الشرعي للسياحة الترويحية بحسب طبيعتها، والظروف المختلفة بها، بالنظر إلى المكان الذي يريد المسافر الذهاب إليه بقصد

<sup>32</sup> - رواه البزار والطبراني، الإيمان نت.

التنزه، ووسيلة النقل التي يستخدمها، والبرامج السياحية التي يشارك فيها، وعليه: فيمكن تقسيم هذا الحكم التفصيلي إلى :

أ- الندب: ما يكون فيه دعوة للعلم والتعلم واتساع المعرفة للبلاد المزورة، واتساع ثقافته بالتقلب بين أعطاف هذه البلدان، وكالرحلات العلمية التي تنظمها الجامعات والكليات العلمية، والسفر السياحي الترويحي بقصد العلاج النفسي؛ فإن العيش في الأماكن الطبيعية مما يدخل الهدوء والسرور إلى النفوس، وهو مطلب مقصود شرعا .

ب- الكراهة: السياحة التي فيها جانب الإباحة طاغ ولا يوجد هنالك جوانب ترفيحية ذات أغراض هادفة، وما يكون فيه اللهو واللعب غالباً دون أي مقاصد علمية وثقافية وترفيهية هادفة، فهذا مما يكره، والاشتغال بالنافع الذي يحقق مقاصد تنفع الإنسان في حياته وآخرته أولى من مجرد اللعب؛ لأن الله تبارك وتعالى وصف أهل الغفلة ممن يشغل نفسه باللعب واللهو بقوله: "كَانُوا لَا يَتَنَاهَوْنَ عَنْ مُنْكَرٍ فَعَلُوهُ لَبِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ" المائدة 5.

وقد كره العلماء السياحة التي تكون بدون مقصود شرعي، قال المهوتي: "والجهاد من السياحة المرغوب فيها، وأما السياحة في الأرض لا لمقصود شرعي ولا إلى مكان معروف فمكروهة؛ لأنها من العبث"<sup>33</sup>.

ت- التحريم: وهذا الحكم للسياحة الترويحية المتضمنة لمحرمة لذاته كأن يكون المكان المزار محرماً في نفسه كخمارة، أو ملهى، ونحو ذلك، أو كان محرماً لغيره كحصول الاختلاط والتبرج في اللباس ونحوهما، أو كانت السياحة الترويحية تلحق بالمسلم ضرراً مادياً بتضييع ماله على المحرمات أو بدون فائدة، وفي الحالات السابقة كلها تصبح السياحة الترويحية محرمة.

<sup>33</sup>- والمهوتي، شرح منتهى الإرادات، 3/ص 7



قائمة المصادر والمراجع:

- ابن أبي شيبة، أبو بكر عبد الله بن محمد، المصنف في الأحاديث والآثار، تحقيق كمال يوسف الحوت، 1409هـ، مكتبة الرشد، الرياض، ط1
- ابن تيمية، أحمد بن عبد الحلیم، مجموع الفتاوى، جمع عبد الرحمن القاسم، 1398هـ، تصوير الطبعة الأولى
- ابن حجر العسقلاني، أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل الشافعي، فتح الباري شرح صحيح البخاري، دار المعرفة، بيروت، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، ومحب الدين الخطيب، الضوابط الشرعية...
- محمد خالد منصور، وخالد شجاع العتيبي 1379 - 780 هـ، الضوابط الشرعية للسياسة الترويحية في الإسلام، مجلة دراسات علوم الشريعة والقانون، مجلد 34، ملحق 2009م.
- ابن عابدين، محمد أمين، حاشية ابن عابدين، دار الفكر، بيروت، ط2، 1386هـ.
- ابن عاشور، محمد الطاهر، تفسير التحرير والتنوير، الدار التونسية، تونس، 1404هـ
- ابن قدامة، عبد الله بن أحمد، المغني شرح مختصر الخرقي، مطبعة الرياض الحديثة.
- ابن القيم، محمد بن أبي بكر أيوب الزرعي أبو عبد الله، أحكام أهل الذمة، تحقيق: يوسف أحمد البكري - شاکر توفيق العاروري، 1418 هـ - 1997 م، نشر: رمادى للنشر، دار ابن حزم، الدمام، بيروت، ط1.
- ابن كثير، إسماعيل بن عمر بن كثير الدمشقي أبو الفداء، تفسير القرآن العظيم، دار الفكر، بيروت، 1401
- ابن القيم، محمد بن أبي بكر الزرعي، الطرق الحكمية في السياسة الشرعية، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1995م.
- ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، دار الفكر، بيروت.

- أبو داود، سليمان بن الأشعث السجستاني الأزدي، سنن أبي داود، تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد، دار الفكر
- البخاري، محمد بن إسماعيل أبو عبد الله الجعفي، الجامع الصحيح المختصر، تحقيق: مصطفى ديب البغا، 1407 هـ-1987 م، دار ابن كثير، اليمامة، بيروت، ط3
- البيهقي، أحمد بن الحسين بن علي بن موسى أبو بكر، سنن البيهقي الكبرى، تحقيق: محمد عبد القادر عطا، 1414 هـ-1994 م، مكتبة دار الباز، مكة المكرمة .
- اليهودي، منصور، كشف القناع عن متن الإقناع، دار الفكر، بيروت، بدون رقم الطبعة، 1982 م
- البيانوني، الدكتور محمد أبي الفتح، تحول العبادات إلى عادات وأثره في حياة المسلمين، دار الفتح، حياة آباد، باكستان، ط1، 1993 م .
- الحاكم، محمد بن عبد الله أبو عبد الله النيسابوري، المستدرک على الصحيحين، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، 1411 هـ-1990 م، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1
- الرملي، أحمد بن حمزة، نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج، ومعه: حاشية الشيراملسي، وحاشية المغلابي، دار الفكر، بيروت، ط أخيرة، 1984 م .
- الشوكاني، محمد بن علي، فتح القدير الجامع بين فني الرواية والدراية من علم التفسير، دار الفكر، بيروت .
- الطائي، حميد عبد النبي، التسويق السياحي، مدخل استراتيجي، دار الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2004 م .
- الظاهر، الدكتور نعيم، وسراب إلياس، 2001 م، مبادئ السياحة، ضمن سلسلة السياحة والفندقة عمان، الأردن، دار المسيرة، ط1.
- عقله، محمد، نظام الأسرة في الإسلام، مكتبة الرسالة الحديثة، عمان، الأردن، ط2.
- القرطبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد الأنصاري، الجامع لأحكام القرآن، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1988 م. القعيد،

- مسلم بن الحجاج أبو الحسين القشيري النيسابوري، صحيح مسلم، دراسات، علوم الشريعة والقانون، المجلد 36)، ملحق)، 2009 - 781 - تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، صحيح مسلم .
- النووي، يحيى بن شرف الدين، روضة الطالبين وعمدة المفتين، إشراف: زهير الشاويش، 1985م ط2، المكتب الإسلامي
- النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ط2، 1392هـ.

## الشراكة بين القطاع العام والخاص كألية لتحسين صورة المقصد السياحي في الجزائر

**Public-private partnership as a mechanism to improve the image of the tourist destination in Algeria**

ط.د. بن أحمد يمينة

BENAHMED Yamina

جامعة غرداية (الجزائر)، mben53728@gmail.com

تاريخ النشر: 2024/02/01

**ملخص:**

تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على الشراكة بين القطاعين العام والخاص في السياحة بالجزائر، والتي تعتبر من الركائز المهمة التي تعتمد عليها مختلف الهيئات لتعزيز وتنويع مصادر دخلها الاقتصادي المحلي والمساهمة في توفير فرص العمل وزيادة الايرادات السياحية من خلال تحسين صورة المقصد السياحي في الجزائر، مما يعود بالفائدة على البلد والقطاعين على حد سواء. وبعد عرض نماذج الشراكة لبعض الدول في القطاع السياحي. قمنا بإسقاط هذه النماذج على واقع الشراكة بين القطاع العام والخاص في الجزائر وقد توصلنا الى مجموعة من النتائج:

- إن للجزائر من الامكانيات والمقومات الهامة التي تؤهلها لاستغلال الفرص الاستثمارية في مجال السياحة؛
- الشراكة بين القطاعين العام والخاص ضرورة ملحة للنهوض بالقطاع السياحي خصوصا في المشاريع السياحية التي تحتاج تمويلات موسعة؛
- يوجد انواع متعددة من الشراكات بين القطاعين العام والخاص في القطاع السياحي تتم وفق عقود مختلفة؛
- الشراكة بين القطاعين العام والخاص هي استراتيجية ناجحة وهذا ما أكدته تجارب بعض الدول.

المؤلف المرسل: بن أحمد يمينة، الإيميل: mben53728@gmail.com

- إن الشراكة بين القطاع العام والخاص خاصة في مجال السياحة اداة ذات اهمية كبيرة للعمل على تحسين صورة المقصد السياحي في الجزائر وهذا من خلال تظافر الجهود المالية والبشرية بين القطاعين.

كلمات مفتاحية: الشراكة، القطاع العام، القطاع الخاص، المقصد السياحي، السياحة الجزائرية

**Abstract:**

This study aims to shed light on the partnership between the public and private sectors in tourism in Algeria, which is one of the important pillars adopted by various organizations to enhance and diversify their local economic income sources, contribute to providing employment opportunities, and increase tourism revenues by improving the image of the tourist destination in Algeria, which benefits both the country and the sectors. After presenting partnership models for some countries in the tourism sector, we applied these models to the reality of the partnership between the public and private sectors in Algeria and reached a set of results:

- Algeria has important capabilities and elements that qualify it to exploit investment opportunities in the field of tourism.
- Partnership between the public and private sectors is an urgent necessity to promote the tourism sector, especially in tourism projects that require extensive funding.
- There are multiple types of partnerships between the public and private sectors in the tourism sector that are carried out according to different contracts.
- Partnership between the public and private sectors is a successful strategy, as confirmed by the experiences of some countries.
- Partnership between the public and private sectors, especially in the field of tourism, is an important tool to work on improving the image of the tourist destination in Algeria, through the convergence of financial and human efforts between the sectors.

**Keywords:** Partnership - Public Sector - Private Sector - Tourist Destination - Algerian Tourism.

1. مقدمة:

إن أقوى الاقتصادات العالمية الحالية تعتمد على القطاع السياحي كحجر اساسي لاقتصادها وكأحد اهم مصادر دخلها الوطني, فهي ليست هدفا بل هي وسيلة لتحقيق التنمية الوطنية الشاملة, حيث اصبحت السياحة في الوقت الحاضر تعد احدى اكبر الظواهر الاقتصادية والاجتماعية ومن اهم اكبر الصناعات في العالم, ولأن للجزائر لها ما يتوفر من الامكانيات والمقومات جعلها تطمح الى دخول سوق السياحة الدولية وتحويل الجزائر الى احد اهم مراكز الجذب السياحي من الدرجة الاولى, و بسبب عدم قدرة الحكومة وحدها على تطبيق استراتيجيات واليات فاعلة للنهوض بالقطاع السياحي اصبح الاعتماد على الشراكة بين القطاع العام والخاص ضرورة ملحة و التي من شأنها تساهم في تخصيص واستغلال الامثل لهذه الموارد والعمل على تثمين مختلف العوامل السياحية, وتحسين صورة المقصد السياحي في الجزائر.

مشكلة الدراسة: بالرغم ما تزخر به الجزائر من المقومات السياحية الطبيعية والبيئية والثقافية وبذل الحكومة جهودها للنهوض بالقطاع السياحي الا انها لم تجعل منها مقصدا سياحيا عالميا هاما. ومن هذا تطرح اشكالية الدراسة:

ما هو دور الشراكة بين القطاع العام والخاص في تحسين صورة المقصد السياحي في الجزائر؟  
الإشكاليات الفرعية:

- ما المقصود بالشراكة بين القطاع العام والخاص؟
  - ماهي انواع عقود الشراكة بين القطاع العام والخاص؟
  - كيف تؤثر عقود الشراكة في تحسين صورة المقصد السياحي في الجزائر؟
- أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الشراكة بين القطاع العام والخاص في مجال الاستثمار السياحي ورغبة الجزائر في اشارك جميع المؤسسات العامة والخاصة بالقطاع السياحي لتثمين عوامل الجذب السياحي وتحسين صورة المقصد السياحي.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة الى التعرف على انواع عقود الشراكة بين القطاع العام والخاص والتعرف الى بعض تجارب الدول للشراكة بين القطاعين، وابرار الدور الذي تلعبه الشراكة بين القطاعين العام والخاص للنهوض بالقطاع السياحي من خلال تحسين صورة المقصد السياحي. منهجية الدراسة: للإجابة على الإشكالية السابقة تم التطرق إلى:

- الواقع السياحي في الجزائر؛
- الشراكة بين القطاع العام والخاص «انواعها ونماذج الشراكة لبعض الدول؛
- الشراكة بين القطاع العام والخاص كألية لتحسين صورة المقصد السياحي في الجزائر.

## 2. الواقع السياحي في الجزائر (عمر، حوتية، 2014)

- المقومات السياحية للجزائر: "تمثل المقومات السياحية الطبيعية والحضارية كل الامكانات الطبيعية والثقافية والتاريخية ذات البعد التاريخي والحضاري، وكل ماله قيمة جمالية وعلمية متميزة تستوجب تميمها وحمايتها من الاندثار".
- المقومات الطبيعية: "الجزائر اكبر بلد افريقي وعربي والعاشر عالميا من حيث المساحة تقع في شمال افريقيا وتربع على مساحة 2381741 كلم مربع وبشريط ساحلي طولة 1200 كلم اذ تتباين تضاريسها ففي الشمال تمتد سهول التل الجزائري يلها حزام من عدة السلاسل الجبلية تحيط بالهضاب العليا وبالجنوب الصحراء الجزائرية وتلعب منابع المياه المعدنية اهمية بالغة في السياحة بالجزائر حيث تتوفر على 202 منبع مائي وهي مختلفة الخصائص الفيزيائية والكيميائية من حيث نسبة المعادن والفوائد العلاجية وهو ما شكل عرضا سياحيا حمويا تنافسيا ساهم في انتشار السياحة الحموية والحمامات المعدنية".
- المقومات الحضارية والتاريخية: "تعتبر الجزائر من الدول التي تملك ارثا تاريخيا وحضاريا تمتد جذوره الى اعماق التاريخ ومن اهمها نجد المعالم السبع المصنفة عالميا من طرف منظمة اليونسكو والمتمثلة في:

- قلعة بني حماد بالمسيلة كانت عاصمة للدولة الحمادية تأسست سنة 1007؛
- اربعة معالم صنفت سنة 1982: وهي تيمقاد مدينة اثرية رومانية بباتنة تيبازة وهي مدينة رومانية عتيقة غرب العاصمة جميلة وهي أقدم المدن الرومانية بسطيف والطاسيلي ناجر بولاية اليزي؛
- معلمين صنفا سنة 1992: وهما قصور وادي ميزاب وتشمل خمسة قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي تقع بمنطقة غرداية والقصبية بأعالي العاصمة وهي مدينة اسلامية تعود الى العهد التركي. وفي سنة 2010 صنفت الجزائر 456 موقعا مصنفا ومحما وطنيا حسب وزارة الثقافة".

- البنية التحتية: ان تنوع وكثرة الموارد السياحية بالجزائر يستلزم توفر بني تحتية للوصول اليها ويمكن اعطاء بعض الارقام حول الامكانيات المادية التي تحوزها الجزائر فيما يلي:
- شبكة النقل: تتوفر الجزائر على 53 مطارا بمقاييس عالمية للرحلات الدولية اضافة الى ميترو الجزائر على مسافة 9.5 كلم بالجزائر والترامواي في المدن الكبرى و13 ميناء بحري، شبكة نقل بري بطول 1118306 كلم وشبكة نقل بالسكة الحديدية بطول 4200 كلم اضافة الى 1184 فندق بطاقة استيعابية 92737 سرير و29 بنك ومؤسسة مالية موزعة في شكل فروع على المستوى الوطني تطور توزيع الطاقة الاستيعابية للفنادق والمؤسسات المماثلة.

### 3. الشراكة بين القطاع العام والخاص كآلية لتحسين صورة المقصد السياحي في الجزائر

- 1.3 مفهوم القطاع العام: "يعرفه مجيد ضياء على انه وحدات قطاع الاعمال التي تدار من قبل الحكومة والتي لا يمكن ان تدار من قبل القطاع الخاص بحيث تقوم المؤسسات العامة بإنتاج السلع والخدمات وتقديمها الى الجمهور بالأسعار الادارية يقوم النشاط الحكومي بإدارة المشاريع والمؤسسات التي تؤدي بدورها الى تعطيل اليات السوق وتسوية المنظومة السعرية وعادة ما يرتبط القطاع العام بتخطيط المركزي، ولكنه غير ضروري لوجوده";

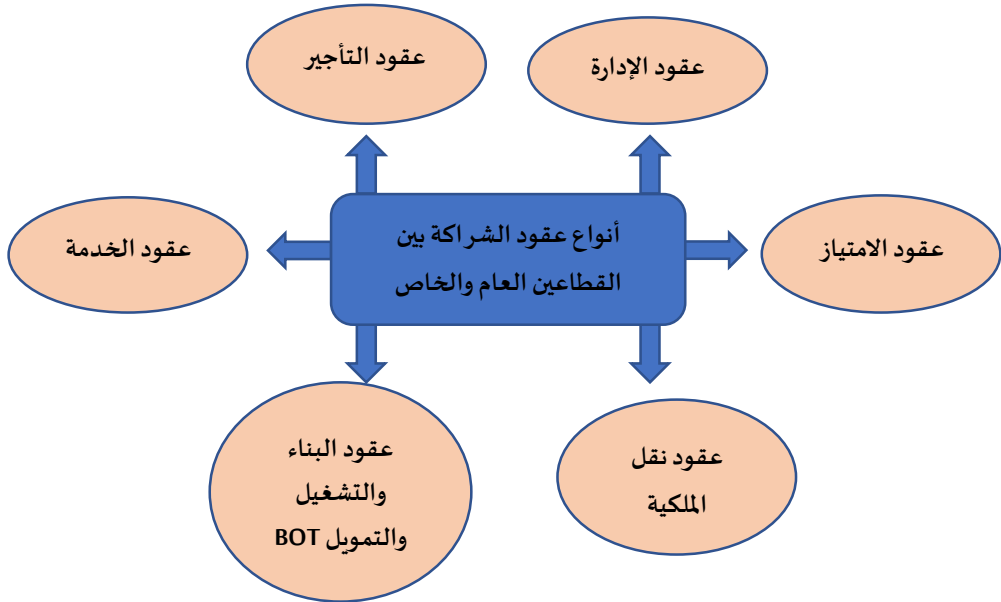


2.3 مفهوم القطاع الخاص: "تعرفه موسوعة المصطلحات الاقتصادية والإحصائية على انه ذلك الجزء من النشاط الاقتصادي الذي لا يخضع مباشرة للإدارة الحكومية وبالإضافة الى النشاطات الاقتصادية التي تقوم بها المشروعات الخاصة كما يشمل كذلك القطاع الخاص النشاطات الاقتصادية التي يقوم بها الافراد والمنظمات والتي تهدف الى تحقيق الربح وهي نشاطات احيانا تسمي بالقطاع الشخصي";

3.3 مفهوم الشراكة بين قطاع العام والخاص: مصطلح الشراكة هو ترجمة يعرفها الصندوق النقد الدولي FMI على "أنها الترتيبات التي يقوم بها القطاع الخاص بتقديم أصول وخدمات تتعلق بالبنية التحتية جرت العادة على أن تقدمها الحكومة وقد تنشأ الشراكة بين القطاعين العام والخاص من خلال عقود الامتياز والتأجير التشغيلي، ويمكن الدخول فيها للقيام بمجموعة كبيرة من مشاريع البنية التحتية الاجتماعية والاقتصادية".

الشكل 1: يوضح أنواع عقود الشراكة بين القطاعين العام والخاص (علي، سنوسي & علي،

محبوب 2020)



4. نماذج مشاريع الشراكة السياحية بين القطاع العام والخاص في بعض الدول (عبد الحسين محمد العنبيكي, 2020):

الجدول 1: الشراكة السياحية بين القطاع العام والخاص في مصر

اسم المشروع	القطاع	الاستثمار (مليون دولار)	السنة
محطة حاويات قناة السويس	موانئ	893.90	2000
مطار القاهرة الدولي	مطارات	90.00	2005
خمس مطارات اقليمية / شرم الشيخ / الغردقة/ الاقصر/ اسوان/ ابو سمبل	مطارات	420.00	2005
ميناء دمياط	موانئ	640.00	2008
ميناء السخنة	موانئ	504.00	2015

الجدول 2: الشراكة السياحية بين القطاع العام والخاص في تونس

اسم المشروع	الكلفة	السنة
مطار النفطية مع الشركة التركية tav	840 مليون دولار	2005 - لمدة 40 سنة
محطة لاستقبال سفن الرحلات السياحية وقرية سياحية	40 مليون دينار	2020
عرضت 40 مشروع	1.5 مليار اورو	2010 - 2016

الجدول 3: الشراكة السياحية بين القطاع العام والخاص في العراق

اسم المشروع	الأرباح	القطاع	السنة
فندق بابل «مع شركة الالباء للخدمات السياحية والفندقية وشركة»	936702686	الفنادق	2016/2012
فندق بغداد	2278515068	الفنادق	2016/2012
جزيرة بغداد السياحية «مع شركة الوسام للمقاولات والاستثمارات»	105000000	مرفق سياحي	2017/2015

الجدول 4: الشراكة السياحية بين القطاع العام والخاص في الجزائر (لعلمي & دولي 2015, )

الأسرة	المستثمر	اسم المشروع	الأقطاب
2440	الشركة الإماراتية ELLC	القرية السياحية مسيدة	القطب السياحي شمال شرق
4938	الشركة السعودية سيدار	القرية السياحية سيدي سالم	القطب السياحي شمال شرق
1282	سيفيتال	القرية السياحية أقربون بجاية	القطب السياحي شمال وسط
2697	الشركة الإماراتية ELLC	القرية السياحية صبران بومرداس	القطب السياحي شمال وسط
17510	الشركة الأمريكية التونسية الجزائرية	القرية السياحية MEDISEA بومرداس	القطب السياحي شمال وسط
5985	الشركة الإماراتية ELLC والمجموعة الكويتية	القرية السياحية عين طاية الجزائر	القطب السياحي شمال وسط
2004	المجموعة الإماراتية EMIRAL	القرية السياحية موريتي الجزائر	القطب السياحي شمال وسط

الشراكة بين القطاع العام والخاص كآلية لتحسين صورة المقصد السياحي في الجزائر

460	شركة التنمية الفندقية الجزائرية	القرية السياحية الساحل الجزائري	القطب السياحي شمال وسط
360	الشركة الإماراتية القدرة	القرية السياحية سيدي فرج الجزائر	القطب السياحي شمال وسط
6885	الشركة السعودية سيدار	القرية السياحية زرالدة	القطب السياحي شمال وسط
1240	الشركة الإماراتية إعمار	القرية السياحية العقيد عباس تيبازة	القطب السياحي شمال وسط
1426	مجموعة سيفيتال	القرية السياحية واد بلاح سيزاري تيبازة	القطب السياحي شمال وسط
5900	مراغ وهران	الحلم السياحي وهران	القطب السياحي شمال غرب
220	إقامة هيليو فرنسا	هيليوسكريستيل وهران	القطب السياحي شمال غرب
732	الشركة الإماراتية ELLC	موسكاردة تلمسان	القطب السياحي شمال غرب
92	مجموعة الجنوب SID	قصر ماسين تيميمون - أدرار	القطب السياحي شمال غرب
1000	الشركة الإماراتية ELLC	حديقة دينا الجزائر	القطب السياحي شمال وسط
55166			المجموع

5. المقصد السياحي (عمر، حوتية, 2014)

1.5 تعريف المقصد السياحي:

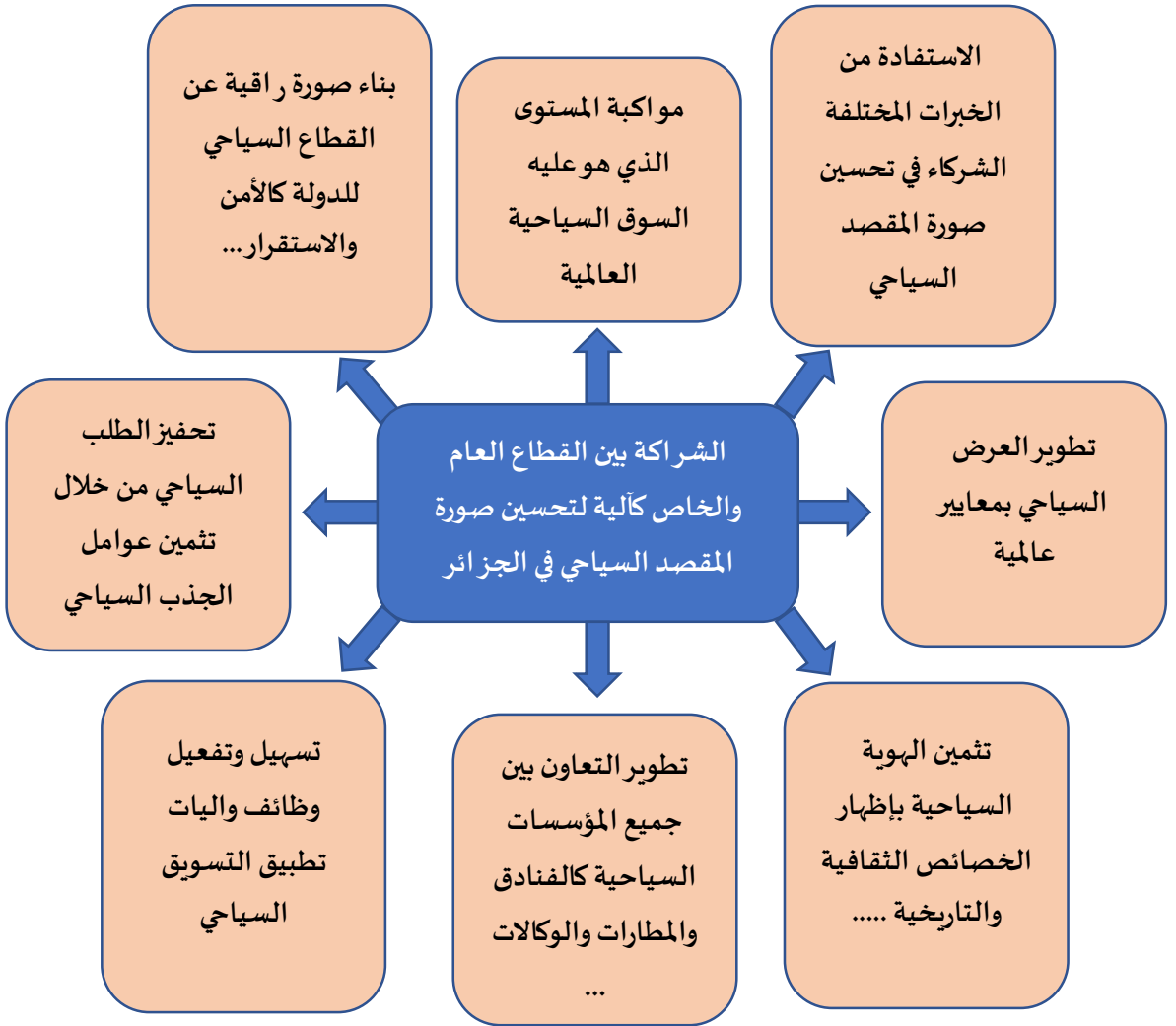
عرفه كل من مديلك وبوتكارت على انه «وحدة جغرافية يتم زيارتها من قبل السائح قد تكون قرية. مدينة. منطقة. جزيرة. بلدة. قارة ويجب ان تتوفر على ثلاث عوامل رئيسية هي مقومات الجذب السياحي. سهولة وامكانية الوصول لها ومختلف المرافق والخدمات الضرورية التي تسهل على السائح التواجد بها»؛

كما عرفه كل من بارتيك وايزابيل فروشوت المقصد السياحي على « انه اقليم يتم تسويقه كوحدة. سياحية في عدة اسواق سواء محلية او دولية تتعين حدوده جغرافيا او اداريا كما يمكن ان يتعدى حدود الاقليم الوطني اذ يمكن اعتبار اوربا مثلا كمقصد سياحي يتم تسويقه للسائح للقيام برحلة الى اوربا لمدة 9 ايام حيث لا يمكن اعتبار كل اقليم بانه مقصد سياحي الا إذا توفر على خصائص معينة يمكن من خلال تسويقه سواء محليا او دوليا وبالتالي تدخل كافة الاطراف ذات المصلحة في بناء الاستراتيجية التسويقية لهذا المقصد».

2.5 مكونات المقصد السياحي:



6. الشراكة بين القطاع العام والخاص كألية لتحسين صورة المقصد السياحي في الجزائر



قائمة المراجع:

- عبد الحسين محمد العنبيكي. (2020). معاينة نماذج عقود الشراكة بين القطاعين العام والخاص *ppp في القطاع السياحي* (دول مختارة) (مع إشارة خاصة للعراق).  
[https://ecournal.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/ecournal/article/view/613/469?fbclid=IwAR1NMqnaXLsC08weMNZk6wa71Z2b\\_I11QGEbd40xL8PIOpkZv4mkE\\_ftTQ](https://ecournal.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/ecournal/article/view/613/469?fbclid=IwAR1NMqnaXLsC08weMNZk6wa71Z2b_I11QGEbd40xL8PIOpkZv4mkE_ftTQ)
- علي، سنوسي & علي، محبوب. (2020). *الشراكة بين القطاعين العام والخاص كأداة لتحقيق التنمية السياحية الجزائرية نموذجاً*.
- عمر، حوتية. (2014). *واقع قطاع السياحة في الجزائر وآفاق تطوره*.
- لعلي، ف & دولي، س. (2015). *استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر اسناداً للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق- 2030*. <http://e-biblio.univ-mosta.dz/handle/123456789/7650>

صناعة السياحة ومساهمتها الفعالة في تحقيق مؤشرات وأبعاد التنمية المستدامة

**The title of the intervention : The tourism industry and its effective contribution to achieving indicators and dimensions of sustainable development**

بوكفوسة أمحمد<sup>1</sup>، د. عبد الصدوق خيرة<sup>2</sup>، د. بن عثمان جهاد<sup>3</sup>

**Boukeffoussa M'hamed<sup>1</sup>, Abdelsadok Kheira<sup>2</sup>, Benothmane djihad<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> مخبر STRATEV، جامعة مستغانم عبد الحميد بن باديس، boukeffoussa.md@gmail.com

<sup>2</sup> مخبر البحث : الأمن في منطقة المتوسط: إشكالية وحدة وتعدد المضامين، جامعة ابن خلدون – تيارت،

Kheira.abdelsadok@univ-tiaret.dz

<sup>3</sup> مخبر STRATEV، جامعة مستغانم عبد الحميد بن باديس، benothmane\_djihad1414@yahoo.com

تاريخ النشر: 2024/02/01

**ملخص:**

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور وأهمية صناعة السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والتنمية المستدامة، بالإضافة إلى محاولة معرفة دور الدول بصفة عامة والمنظمات بصفة خاصة في تفعيل وارساء قواعد التنمية المستدامة.

وقد خلصت هذه الدراسة ان صناعة السياحة في الوقت الراهن اصبحت مساهمتها فعالة في التأثير على اقتصادات الدول من خلال دورها المنوط في تشكيل الناتج المحلي الاجمالي وزيادة القيمة المضافة وتحسين وضعية ميزان المدفوعات نتيجة للعائدات السياحية المحققة في الميزان السياحي. كلمات مفتاحية: صناعة السياحة، التنمية المستدامة، الميزان السياحي.

تصنيفات JEL : Z39 ,Z32,L83

المؤلف المرسل: بوكفوسة أمحمد، الإيميل: boukeffoussa.md@gmail.com



**Summary:**

This study aims to highlight the role and importance of the tourism industry in achieving economic development and sustainable development, in addition to trying to know the role of countries in general and organizations in particular in activating and establishing the foundations of sustainable development.

This study concluded that the tourism industry at the present time has become an effective contribution to influencing the economies of countries through its assigned role in shaping the gross domestic product, increasing the added value and improving the balance of payments situation as a result of tourism revenues achieved in the tourism balance.

**Keywords:** Tourism industry, sustainable development, tourism balance.

**Jel Classification Codes ;** L83 ,Z32,Z39

**1.مقدمة:**

لقد اضحى قطاع السياحة في الوقت الراهن ذات أهمية بارزة في دعم اقتصاديات العديد من دول العالم، من خلال ما تدره من إيرادات كبيرة بالعملة الصعبة للدول المستقبلة للسياح، وبالتالي يمكن القول ان السياحة اصبحت صناعة قائمة بذاتها لارتباطها الوثيق بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية وحتى الثقافية. حيث احتلت صناعة السياحة المرتبة الرابعة في قيمة صادرات حركة التجارة الدولية، مما جعلها تلعب دور كبير في تحديد السياسة الاقتصادية لمختلف الحكومات وذلك بتخصيص اعتمادات مالية كبيرة لهذا القطاع من خلال تشجيع الاستثمارات ودعمها.

ونظرا لأهمية ودور النشاط السياحي في الحياة الاقتصادية للدول أصبحت توليه اهتماما بالغا وتسعى جاهدة إلى تنميته وانعاشه بشتى الطرق ليس فقط باعتباره موردا من موارد العملة الصعبة أو لتأثيره على الدخل الوطني وانما لتأثيره كذلك على المجتمعات بصفة عامة. من خلال ما سبق ذكره يمكن طرح الاشكالية التالية:

ما هو الدور المنتظر من صناعة السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والتنمية السياحية المستدامة؟

وللإجابة على اشكالية الدراسة تم تقسيم هذه الورقة البحثية إلى ثلاثة محاور:

- المحور الأول: دواعي ودوافع توجه الدول نحو تبني صناعة السياحة.
- المحور الثاني: أهمية ودور صناعة السياحة في تحقيق مؤشرات وابعاد التنمية المستدامة.
- المحور الثالث: دور الدول في ارساء قواعد التنمية المستدامة.

### 2.1. أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى ابراز الأهداف التالية:

- ابراز اسهامات صناعة السياحة في تحقيق ابعاد التنمية المستدامة للدول.
- عرض اهم المؤشرات وابعاد التنمية المستدامة المنتظر تحقيقها من صناعة السياحة.
- ابراز دور الدول في تفعيل وارساء قواعد التنمية المستدامة.

### 3.1. أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في محاولة معرفة دور أهمية صناعة السياحة كمدخل لتحقيق ابعاد التنمية المستدامة سواء من خلال تحقيق مؤشرات سياحية واقتصادية هامة، او من خلال خلق قطاعات اقتصادية مستدامة.

## 2- المحور الاول: دواعي ودوافع توجه الدول نحو تبني صناعة السياحة

### 1.2 دواعي توجه الدول نحو تبني صناعة السياحة

إن لصناعة السياحة خصائص تميزها عن غيرها من الصناعات منها ما يمكن تصنيفه على أنه إيجابي وأحد جوانب القوة فيها، ومنها ما قد يعتبر سلبيا وأحد نقاط الضعف فيها، وهذه الخصائص منها ما يتصل بطبيعة السياحة كصناعة ومنها ما يتصل بعلاقتها بالمحيط أو البيئة التي تتواجد فيها :

- ثروة دائمة: السياحة هي ثروة دائمة تكاد لا تفتى لأنها تركز على أصول إنتاجية غير قابلة للإهلاك كباقي الأصول المستعملة في إنتاج السلع والخدمات الأخرى التي لها عمرا إنتاجيا محدودا، فجمال الطبيعة والأثار الحضارية والتاريخية والمناخ المعتدل والبحار والجبال وتضاريسها المتنوعة والثقافات المحلية تعتبر كلها أصولا إنتاجية دائمة وغير قابلة للاندثار. (موهوب، صالح، 2015، ص60)

- قابلة للإحلال : يتصف المنتج السياحي بإمكانية وسهولة الإحلال إذ يمكن استبدال منتجات سياحية بأخرى، فالوكالة السياحية التي برمجت لزيائتها خلال مدة إقامتهم في إحدى الفنادق جولة إلى البحر يمكنها بسهولة وفي وقت قصير استبدالها بزيارة معالم أثرية أو التجول أو التسوق في الأحياء العتيقة في حالة حدوث تغير كبير في الأحوال الجوية مثلا، الشيء الذي يصعب تحقيقه في السلع الأخرى لأن ذلك يتطلب وقتا كبيرا ودراسة دقيقة واستثمارات مكلفة، فعلى سبيل المثال، سيكون من الصعوبة استبدال قطعة غيار (المحرك) خاصة بنوع معين من السيارات بقطعة أخرى تستعمل في نوع آخر من السيارات. (موهوب، صالح، 2015، ص60).

- الموسمية: تتسم صناعة السياحة بالموسمية، بمعنى أن هناك أوقاتا معينة من السنة يصل فيها الطلب السياحي إلى ذروته مثل أوقات الصيف وإجازة نصف العام الدراسية، بينما يحدث ركود سياحي في باقي أشهر السنة، لأن صناعة السياحة مرتبطة أصلا بأوقات الفراغ، والعوامل

المناخية والجغرافية في كل من الدولة المصدرة والمستقبلة للسياح، وموسم إجازات المدارس، وعطلات المؤسسات الصناعية (علام، أحمد عبد السميع، 2007، ص 180)

- استحالة نقل أو تخزين المنتج السياحي: صناعة السياحة تعتبر صادرات غير منظورة، فهي من الصناعات القليلة التي تقوم بنقل المستهلك (السائح) إلى المكان أو المنطقة السياحية وليس العكس، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات المادية، كما لا يمكن تخزينها كالطاقات الإيوائية أو مقاعد المطاعم، فعندما لا يتم إشغال أي غرفة من غرف الفندق يعتبر خسارة له لأنه يدفع مصاريف ثابتة، بالإضافة إلى أنه لا يمكن تخزين الغرفة أو نقلها إلى مكان آخر. (رحيم وآخرون، حسين، 2014، ص 23).

- نشاط مركب: السياحة ظاهرة متعددة الأبعاد لها نشاطات كثيرة ومتنوعة وتسهم كل منها في خدمة شاملة للسائح وتتطلب بالضرورة جهد وتعاون وسياسة مشاركة وتنسيق بين المراكز السياحية وأصحاب الفنادق ومنظمي الرحلات السياحية (الصيرفي، محمد، 2007، ص 21)

- عرضة للتأثيرات الخارجية: قد تتعرض صناعة السياحة الدولية لتأثيرات من خارج الدولة، كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار الصرف، أو التغيرات المناخية غير المنتظرة، بالإضافة إلى قرارات الدول القاضية بالرقابة على النقد وتحديد حجم النقد الذي يسمح للسائحين الخروج به (كواش، خالد، 2007 ص ص 46-47)

- عدم مرونة العرض السياحي في المدى القصير: صعوبة تحويل المنتجات أو الموارد المستخدمة في صناعة السياحة إلى استخدام مثال آخر: تحويل فندق إلى مطار خلال فترة قصيرة، لأن تجهيزات الفندق تختلف عن تجهيزات المطار حتى في تصميمه، وبالتالي فالعرض السياحي غير مرن في المدى القصير. (رحيم وآخرون، حسين، 2014، ص 23)

- لها جانب نفسي واجتماعي: فالسياحة هي عنصر سيكولوجي يقصد الترويج عن النفس وليس بقصد الاكتساب والعمل، كما يختار السائح المكان الذي يرغب في الذهاب إليه، وفقا لعنصر الأفضلية الذي توصلت إليه مشاعره، فهذه الأفضلية جعلته يرى في هذه المنطقة، أو هذا البلد وما بها من الخدمات والظواهر الطبيعية ما تروق له نفسه، علاوة على ضرورة القدرة

المالية على الإنفاق والتأقلم مع عادات وتقاليد أشخاص الدولة المضيفة واحترام عقائدهم،  
(علام، أحمد عبد السميع، 2007، ص ص 22-23)

## 2.2 دو افع توجه الدول نحو اعتماد صناعة السياحة:

يشهد العالم باستمرار منذ الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي زيادة مطردة على مستوى السياحة الدولية (الخارجية)، حيث ازداد حجم حركة السياحة بين دول العالم من 70 مليون سائح في بداية الستينيات إلى 440 مليون سائح سنة 1990 (الحميري والطويل، موفق ورامي، 2016، ص 25 ليتضاعف هذا الرقم ويصبح 1.460 مليار سائح سنة 2019، بينما وصلت عائدات صناعة السياحة عالميا خلال نفس السنة 1.481 تريليون دولار (World Tourism Organization) بعدما كانت 264 مليار دولار سنة 1990 (الحميري والطويل موفق ورامي، 2016، ص 25). كما أكد الأمين العام للأمم المتحدة أنطونيو غوتيريس Antonio Guterres سنة 2020 أن صناعة السياحة هي ثالث قطاع تصديري في الاقتصاد العالمي بعد الوقود والكيماويات، وهي تشكل 7% من التجارة العالمية وتوظف شخص واحد من بين كل عشرة أشخاص على وجه الأرض (Lederer, E, 2000, <https://bit.ly/2o8v921>). وهناك عوامل ساهمت في وصول صناعة السياحة إلى ما وصلت إليه حاليا أهمها:

- انخفاض القيود على حركة السياحة بين دول العالم، وذلك من خلال سهولة الإجراءات في المراكز الحدودية كما هو الحال بين دول الاتحاد الأوروبي ودول الخليج العربي.
- زيادة تدفقات رأس المال الخاص والاستثمار الأجنبي المباشر في النشاط السياحي
- التقدم التكنولوجي وانخفاض تكاليف النقل والاتصالات حيث ساهم التقدم التكنولوجي في تنشيط حركة السياحة الدولية وفي تسارع العولمة، الأمر الذي ساعد على إنجاز عمليات الحجز وعملية التعرف على العديد من المواقع السياحية من خلال الشبكة العنكبوتية.
- دور القطاع الخاص في مجال الخدمات المالية من خلال إلغاء القيود على المدفوعات بالنسبة للحساب الجاري فضلا عن دور المصارف الأهلية في تحريك وتوجيه مدخرات الأفراد لديها نحو

الفرص الاستثمارية المجزية والتي من بينها الاستثمارات الخاصة بالأنشطة والخدمات السياحية.

- اهتمام الدول المختلفة بصناعة السياحة والعمل على تنميتها وتشجيعها وإعطائها الأولوية باعتبارها نقطة ارتكاز للتنمية الاقتصادية الشاملة، مما ينعكس على زيادة عدد السياح وارتفاع معدل فترة مكوثهم في أماكن القصد السياحي المختلفة.
- إدراك العديد من الدول أهمية تسويق الخدمات السياحية فاتجهت نحو دراسة الميزج التسويقي بشكل علمي، وعملت على تشجيع تنفيذ مشاريع التنمية السياحية.
- التطور الكبير في أنماط السياحة وظهور أنواع جديدة لأماكن القصد السياحي.

### 3.2 أسباب ودوافع ادراج صناعة السياحة على المستوى الدولي:

من أهم أسباب ودوافع اعتماد صناعة السياحة على المستوى الدولي يمكن ذكر ما يلي :

- **تحسين العلاقات السياسية بين الدول :** صناعة السياحة من شأنها أن تساهم بشكل إيجابي في تحسين العلاقات السياسية بين الدول، فعندما يكون هناك توتر سلمي أو سوء العلاقات بين الدول، ويأتي السياح من دولة إلى دولة أخرى ويجدون المعاملة الطيبة وحسن الضيافة، فإن ذلك سيكون توضيح بأن الخلاف الموجود بين هذين البلدين ما هو إلا مجرد خلاف سياسي بين الحكام، مما يخلق نوع من التعاطف بين الشعوب للتأثير على الحكام ليمتد هذا التعاطف بين الحكومات والشعوب على حد سواء (رحيم وآخرون، حسين، 2014، ص ص 66-67)، وهذا ما يعرف بـ **سياحة المواطن** التي كان الرئيس الأمريكي دوايت ايزنهاور **Dwight Eisenhower** (1953-1961) أول من دعا إليها عندما تحدث عن دور المواطنين في تعزيز الفهم المتبادل، فقد كان أول من اعترف بأن المواطنين والشعوب من أمم مختلفة يمكنها أن تصل الفجوات السياسية والاجتماعية التي لا تصلها الحكومات، وقد تطور هذا التعبير ليتحول في عالم الدبلوماسية إلى ما سمي بالدبلوماسية الشعبية لتشير إلى نمط جديد يمكن أن تلعبه الشعوب في تحسين العلاقات السياسية بين الدول بينما تعجز الحكومات عن تحقيق ذلك، فمثلا زار وفد من الشعب المصري إثيوبيا في أعقاب أزمة سد النهضة، وكذلك زار وفد من الشعب

الإثيوبي مصر لتفادي عواقب وخيمة لتعامل الحكومات بشأن هذا السد. (خضير، أحمد محروس، 2017) ولا يقتصر توظيف صناعة السياحة من أجل تحسين العلاقات السياسية بين الدول على الدبلوماسية الشعبية فقط بل يظهر أيضا من خلال السياحة الرياضية، فقد اشتركت اليابان وكوريا الجنوبية في استضافة كأس العالم لكرة القدم سنة 2002، رغم الخلافات السياسية التاريخية بينهما التي تعود إلى فترة الاحتلال الياباني لشبه الجزيرة الكورية (1910-1945)، فضلا عن النزاع حول السيادة على مجموعة من الجزر المعروفة بصخور ليانكورت **Liancourt Rocks**، ونفس الأمر مع مشاركة كوريا الجنوبية والشمالية بوفد موحد في كثير من الأحداث والمناسبات الرياضية السياحية مثل الألعاب الآسيوية والألعاب الأولمبية الشتوية، فهذه الأحداث تمثل بادرة وفرصة سانحة لطبي والتخفيف من عمق الخلافات السياسية وتقريب وجهات النظر بين الدول.

● **نشر وتحقيق السلام العالمي** : ينظر إلى صناعة السياحة كإحدى الأدوات الفاعلة التي بإمكانها المساهمة في إحلال السلام العالمي ونبذ العنف والتطرف، ويعد مارك توين **Mark Twain** أول من نبه لجدوى توظيف صناعة السياحة في ونشر تعزيز السلام من خلال كتابه الأبرياء في الخارج **The Innocents Abroad** سنة 1869

يعد السفر ضرورة هامة من أجل مواجهة الإجحاف والتعصب والعقول الضيقة غير المتفتحة، والعديد من شعوبنا بحاجة إلى السفر لهذه الأسباب، وبشكل أكثر تفصيلا، لا يمكن معرفة الرؤى الخيرة والمفيدة حول الأشخاص والأشياء من خلال التوقع في ركن صغير وضيق في الأرض مدى الحياة". (خضير، أحمد محروس 2017، ص ص 81-82)

أما في التاريخ المعاصر فقد بذلت جهود عديدة من أجل العمل على نشر وتعزيز السلام العالمي من خلال صناعة السياحة أهمها (خضير أحمد محروس، 2017، ص 81):

- إعلان مانيلا : **MANILA DECLARATION 1980** عقدت منظمة السياحة العالمية في مانيلا بالفلبين في سبتمبر عام 1980 مؤتمرا صدر عنه إعلان مانيلا بمشاركة وفود من 107 دولة

وحضور 91 ملاحظ من أجل تبيان طبيعة السياحة ودورها في كل المجالات ومسؤولية الدول في تحقيق التنمية من أجل السياحة والنظر إلى السياحة كنشاط شامل وليس نشاط اقتصادي فقط، وقد تحدث هذا الإعلان على أن السياحة قوة ضرورية لتحقيق السلام العالمي وتعد أساس مفاهيمي وعقلاني للتفاهم والاعتماد الدولي، وكان هذا بمثابة أول اعتراف عالمي بدور السياحة في تعزيز السلام من جانب المنظمة العالمية للسياحة.

- المؤسسة الدولية للسلام العالمي من خلال السياحة : IIPT تأسست سنة 1996 واطبعت جعل السياحة والسفر صناعة سلام عالمي والمسافر سفير سلام كهدف رئيسي لها، حيث تتمثل رؤيتها للسلام العالمي من خلال السياحة كالتالي : تعد السياحة والسفر أول صناعة عالمية للسلام لأنها تدعم وتروج للاعتقاد بأن كل مسافر يعد سفير محتمل من أجل السلام".
- تصحيح صورة البلد الخارجية: عادة ما تستمد الشعوب انطباعاتها ونظرتها للبلدان الأخرى خاصة فيما يتعلق بالأمن والحريات السياسية والاقتصادية والثقافية، بناء على ما تبديه الحكومات من مواقف وما تنقله وسائل الإعلام المختلفة من أخبار وما تصدره المنظمات والمؤسسات العالمية الحكومية وغير الحكومية من تقارير، ولكن في كثير من الأحيان تكون هذه المواقف و الأخبار والتقارير مضللة و مغلوبة بشكل مقصود لتحقيق أهداف محددة، ومن أمثلة ذلك أن الحكومة الأمريكية مدعومة بوسائل الإعلام الأمريكية والغربية روجت وأكدت امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل وأنه يشكل بذلك يمثل تهديدا للأمن العالمي، ليتبين بعد غزو العراق سنة 2003 أن ذلك لم يكن سوى أكاذيب واتهامات باطلة لا أساس لها من الصحة. وبالعودة إلى صناعة السياحة فهي من شأنها أن توضح وتعرض للشعوب صورة البلد الحقيقية، وذلك لأنها تمكن السائح مهما كانت جنسيته من اكتشاف بنفسه الأحوال والأوضاع السياسية والأمنية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية للبلد الذي يقوم بزيارته دون الحاجة إلى وسيط قد لا ينقل الصورة بموضوعية وحيادية، بل والأكثر من ذلك أن هذا السائح سينقل ما شاهده وما خبره في هذا البلد إلى مواطني دولته، وبإمكانه حتى أن يصحح لهم المفاهيم والانطباعات الخاطئة التي قد تكون لديهم حوله، فصناعة السياحة بذلك توظف لنقل الصورة الصحيحة



للبلد في مواجهة الدعاية المغرضة التي قد تعمل دول أو وسائل الإعلام ومنظمات عالمية على ترويجها ضده.

- حوار الحضارات: كبدل عن نظرية صدام الحضارات والثقافات التي برزت خلال تسعينيات القرن الماضي على يد العالم السياسي الأمريكي صامويل هنتنجتون **Samuel Huntington** تم طرح مفهوم حوار الحضارات والثقافات الذي تتمسك به الدول النامية باعتباره خيارا مثاليا يصاغ على أسسه نظام العلاقات الدولية والتفاهم بين الأنساق الثقافية والحضارية وعلى وجه الخصوص فيما بين الحضارتين والثقافتين العربية الإسلامية والغربية، وذلك من خلال (بن عمر، حافظ 2013، ص 319):

- الاتفاق المشترك على مبدأ الحوار.
  - رسم الأهداف المرجوة من الحوار والقبول به كمبدأ.
  - إزالة الحواجز وخاصة منها النفسية.
  - الاتفاق على أن وحدة الإنسانية في تلونها وتنوعها المختلف وأشكالها المتعددة.
  - السعي إلى تصحيح بعض المفاهيم العدوانية السائدة أو التي كانت سائدة بين مختلف الأنساق الحضارية والثقافية.
  - السعي إلى تجسيم نية الحوار إلى حلول عملية وواقعية:
- وفي هذا الصدد تطرح صناعة السياحة نفسها باعتبارها القناة الجماهيرية المباشرة الأكثر تأثيرا في نجاعة واستمرارية الحوار والتواصل بين الأنساق الحضارية والثقافية، وتجاوز الحدود وتقريب المسافات بين الحضارات المختلفة، والدليل أنه بفضل صناعة السياحة أصبح من كان مستعمرا مرفوضا في ظرف بضع سنين سائحا وضييفا مرغوبا فيه في نفس الدول التي كان يستعمرها، وقد ركزت المنظمة العالمية للسياحة في توظيفها الصناعة السياحة كأداة لحوار الحضارات على سياحة الشباب (طلبة / عمال / شبان...)، حيث تكون هذه الفئات متطلعة ليس فحسب للاستكشاف الآثار التاريخية، بل أيضا الشعوب

وحياتهم اليومية، كما أن هذه الفئات من السياح لا تقف عند حد ما يقترح عليها من برامج من قبل وكالات الأسفار والسياحة، بل أنهم يحاولون الاختلاط بالسكان المحليين، وربط علاقات شخصية معهم. (بن عمر، حافظ، 2013، ص ص 320-322)

- تعزيز التضامن والتآزر بين الشعوب : صناعة السياحة تعزز التضامن والتآزر بين شعوب الدول المختلفة، وخاصة خلال أوقات الأزمات، وهنا نذكر الدور الذي أداه السياح الجزائريين في دعم تونس والتخفيف من وطأة الهجمات الإرهابية هجوم البارديو - هجوم (سوسة التي استهدفتها سنة 2015 على صورة تونس الخارجية وأمنها واقتصادها حيث توافد الجزائريون بعد الهجمات الإرهابية بكثرة على تونس كتعبير عن تضامنهم الكامل مع الحكومة والشعب التونسيين في أزمته، وهذا ما كان له وقع وصدى إيجابي على العلاقات الجزائرية والتونسية على المستويين الرسمي والشعبي.

3. المحور الثاني: أهمية ودور صناعة السياحة في تحقيق مؤشرات وابعاد التنمية المستدامة

1.3 أهمية صناعة السياحة ودورها في تحقيق أبعاد التنمية:

تكمن أهمية ودور صناعة السياحة في تحقيق أبعاد التنمية الاقتصادية من خلال:

- المساهمة في تكوين وتوظيف اليد العاملة:

هذا التكوين يتم في إطار مراكز ومعاهد تتمتع بعدة تخصصات عن طريق هذا الأخير يمكن تحديد نسبة مناصب العمل لكل تخصص وذلك لتحقيق التلاؤم بين احتياجات المؤسسات السياحية، مثل الفنادق، وتخصصات التكوين... وغيرها.

- تحقيق التوازن الجهوي:

إن التصنيع ووضع المشاريع الصناعية يتمركز عموما في المدن الكبرى، خاصة العاصمة مما يجلب أكبر عدد من السكان وعلى المدينة أن تتحمل عبء التكاليف والنزوح الريفي الذي يؤدي إلى خلق مناطق مهجورة كثيرة وكبيرة، لكن السياحة تساهم عموما وبصفة حسنة في تنمية هذه المناطق وتخفيف العبء على المدن فالسياحة إذن تعتبر وسيلة ممتازة لإحداث توازن جهوي لأن خلق مشروع سياحي يستدعي شروط جذب سياحي وجمال طبيعي، وهذا ما تحققه غالبا هذه

المناطق الريفية والمهجورة كالجنوب والجبال، كذلك فإن إنشاء مناطق سياحية من شأنه أن يقربها أكثر بباقي مناطق البلاد وأن يعمرها بفضل توظيف سكانها في ميدان السياحة الذي يرقى وسائل النقل ويدعم الاتصال بها.

#### - تأثير السياحة على ميزان المدفوعات:

يكمن الهدف الرئيسي لكل سياسة في العمل على جلب العملة الصعبة، والجزائر تسعى

جاهدة

لتحقيق هذا الهدف وبأكبر نسبة ممكنة خاص بها فميزان المدفوعات ناتج عن الفرق بين الإيرادات والنفقات ولهذا يمكن وضع للسياحة ميزانا يسمى "الميزان السياحي" وهو ناتج عن الفرق بين الإيرادات (دخول العملة الصعبة) والنفقات (خروج العملة الصعبة من طرف المواطنين في الخارج) (Philip, Bernard,1992) لكن تقدير العملة الصعبة ليس بالشيء الهين، وهناك طريقتين تستعملها معظم البلدان النامية:

- الطريقة الأولى: تعتبر مباشرة وتتمثل في التوجيه إلى البنك المركزي الذي يشرف على كل عمليات الصرف في مختلف المكاتب والأجهزة المخصصة لذلك.

- الطريقة الثانية: تعتبر غير مباشرة وهي عبارة عن عملية ضرب بين  $A$  و  $b$  حيث  $A$  يعبر عن عدد الليالي التي قضاها السياح في الفنادق أما  $b$  يعبر عن متوسط النفقات المحققة طرف السياح.

#### - السياحة الدولية ومكانتها في الاقتصاد الدولي:

تتميز السياحة العالمية بتحولات عميقة في العلاقات الدولية فهي تشمل التوازن الجغرافي والسياسي لجميع دول العالم سواء الدول الكبرى أو الدول النامية مع ما يترتب عن ذلك من إعادة توزيع النفوذ ومواقع القرار على الصعيد الاقتصادي. وبالطبع فإن الوضع يبدو غير واضح إذا تحدثنا عن التنمية أو بعض جوانبها أو حتى العناصر التي يمكن أن تنشئها، وذلك بسبب الطابع

المتغير لمختلف هذه الظواهر وعدم اكتمالها، مما يفسح المجال لتصورات مستقبلية يصعب تحديد ملامحها بصفة واضحة.

### - السياحة كعامل للتنمية في الدول النامية:

إن هناك من يرى في قطاع السياحة عنصرا من عناصر تحقيق عملية التنمية خاصة على مستوى البلدان النامية، لما تشكله السياحة من أهمية بالغة على المستوى العالمي حيث تعتبر المورد الأول للإيرادات والمداخيل في العالم بحيث تجاوزت مداخيلها صادرات البترول ومشتقاته والسيارات والآلات الالكترونية والمواد الأولية والنسيج ..... الخ.

### 2.3 مؤشرات وأبعاد التنمية المستدامة:

يتم استخدام المؤشرات من أجل قياس مدى التقدم والإنجاز المحقق في مجال التنمية، ويعرف المؤشر على أنه أداة تصف كمية موجزة، وضع أو حالة معينة، أما فيما يخص المعاملات أو الأدلة فهي عبارة عن قياس تركيبى أو تجميعي لعدد من المؤشرات التي تم تجميعها بطريقة إحصائية معينة، لغرض وصف الحالة أو وضع قائم ويكون بصورة أكثر شمولية وواقعية، وعادة نقوم بقياس التنمية لغرض تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها (عدنان، 2016، ص 50) :

- تحديد المعوقات التي تحول دون الوصول إلى الأهداف المنشودة، وما ينتج عنها من تعديل للمسار أو الاستمرار بنفس الاتجاه؛

- تقييم الجهود المبذولة لتحقيق الأهداف المنشودة؛

- مقارنة الأوضاع التنموية بين المناطق المختلفة والاستفادة من تجارب الآخرين.

- تحديد مدى الالتزام بالإطار الزمني المخصص لتحقيق الأهداف، بحيث هل ممكن أن تسير عليه التنمية بشكل سريع أو بطيء أو متناسب؛ ولقد مرت صياغة مؤشرات التنمية المستدامة في مطلع التسعينات لغرض الإحاطة بالأبعاد البيئية، الاجتماعية والاقتصادية، حيث ظهرت مؤشرات التنمية المستدامة تحت ضغط المنظمات الدولية وعلى رأسها الأمم المتحدة والتي أتت بعدة برامج لصياغتها من أهمها برنامج الأمم المتحدة " لجنة التنمية المستدامة " المنبثقة عن قمة الأرض والذي تضمن نحو 134 مؤشرا مصنفا إلى أربعة أنواع رئيسية : اقتصادية،

اجتماعية، بيئية و مؤسسية، و ثم تصنيف مؤشرات التنمية المستدامة إلى ثلاثة أنواع رئيسية وهي: (أحمد، 2013، ص 146)

- مؤشرات القوى الدافعة: وتصنف الضغوطات التي تمارسها مختلف أنماط الأنشطة كالنشاط

- الإنساني وانبعاثات الكربون.

- مؤشرات الحالة: وتقدم لمحة عن الحالة الراهنة مثل نوعية الماء والتربة والجو.

- مؤشرات الاستجابة: توضح وتلخص التدابير المتخذة والتي تم العمل بها.

وتتمحور مؤشرات التنمية المستدامة حول القضايا الرئيسية التي تضمنها توصيات أجندة

القرن الواحد والعشرون والمتمثلة في:

أ- المؤشرات الاقتصادية:

يعتبر الرفاه الاقتصادي أهم عامل في تحسين الرفاه في المجالات الأخرى، ويعكس الوضع

الاقتصادي للفرد على المدى الطويل (محي الدين، 2009، ص 147) بحيث تأثر السياسات

الاقتصادية على استثمار الموارد الطبيعية والتنمية الاقتصادية بتوزيع عادل للثروات بين أفراد

المجتمع مما ينعكس على توفير الأساسيات والكماليات لأفراد المجتمع ككل.

وتشمل قضايا البنية الاقتصادية وأنماط الإنتاج والاستهلاك ومنها:

- البنية الاقتصادية:

ويتم تقييم الأداء الاقتصادي للدول من خلال معدل نصيب الفرد من الناتج المحلي ويحسب

بقسمة الناتج المحلي الإجمالي بأسعار السوق الجارية في سنة معينة على عدد السكان، ويمكن

تصنيفه من مؤشرات القوة الدافعة.

- الميزان التجاري للدولة نسبة إلى الصادرات والواردات من سلع وخدمات.

- نسبة المديونية الخارجية وحجمها ومدى المساعدات المالية المقدمة ونسبتها بالناتج الوطني

وحصة الفرد منها.

- أنماط الإنتاج والاستهلاك:

- نجد أن معظم الدول تحولت إلى الأنماط الاستهلاكية وأنماط إنتاج غير مستدامة تستنزف الموارد بشكل غير مدروس، وتقاس مؤشرات الإنتاج والاستهلاك بالمؤشرات التالية:
- مدى كثافة استخدام الموارد في النت اج ويقصد هنا كل المواد الخام الطبيعية معدل استهلاك الفرد السنوي من الطاقة.
  - كمية النفايات المنزلية والصناعية وإعادة تدويرها.
  - توافر النقل والمواصلات وتقاس بالمسافة التي يتم قطعها سنويا لكل فرد مقارنة مع نوع المواصلات المستعملة سيارة خاصة طائرة وسائل النقل العامة.

ب - المؤشرات الاجتماعية

وتتمثل في العدالة الاجتماعية وهي ترجمة للمساواة وشمولها عند توزيع الموارد وفي الحصول على فرص متكافئة لكل فرد من أفراد المجتمع، فالمؤشرات الاجتماعية تعني توفير الظروف للأفراد كالصحة والتعليم والعمل وغيرها حتى يتمكنوا من تحقيق المساواة الاجتماعية وتحقيق عدالة توزيع الثروة ومكافحة الفقر إذ تعتبر المساواة أحد أهم القضايا الاجتماعية في التنمية المستدامة، إذ تعكس إلى درجة كبيرة نوعية الحياة والمشاركة العامة والحصول على فرص الحياة، وترتبط المساواة مع درجة العدالة والشمولية في توزيع الموارد وإتاحة الفرص واتخاذ القرارات، وتتضمن فرص الحصول على العمل والخدمات العامة ومنها الصحة والتعليم والعدالة والمساواة يمكن أن تكون مجالاً للمقارنة والتقييم داخل الدولة نفسها وكذلك بين الدول المختلفة، ومن القضايا الهامة المرتبطة بتحقيق المساواة الاجتماعية تبرز قضايا مكافحة الفقر، العمل وتوزيع الدخل تمكين الأقليات العرقية والدينية، الوصول إلى الموارد المالية والطبيعية وعدالة الفرص ما بين الأجيال، وعموماً يتم اختيار مؤشرين لقياس مدى تحقيق الدول العدالة الاجتماعية وهما ( أحمد 2013، ص 151 ):

- نسبة عدد السكان الذين هم تحت خط الفقر.
- مقدار التفاوت والفارق بين الفئة الأفقر في المجتمع والأغنى فيه.

#### - الرعاية الصحية المتاحة لأفراد المجتمع:

توفير الرعاية الصحية تكون غالبا ممرضة على مستوى المناطق النائية كالقرى والأرياف، نظرا لتدهور الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية وتفاقم المشاكل البيئية بها، لذا وجب السيطرة على الأمراض الوبائية المتوطنة وخاصة منها المتنقلة عن طريق الماء أو الحيوان الناجمة عن تلوث البيئة، أما المؤشرات الرئيسية للصحة فهي:

- التغذية الصحية لأفراد المجتمع.

- حالات الوفيات وخاصة وفيات الأطفال الأقل من خمس سنوات وعند الولادة.

- مدى زيادة الإنتاجية من خلال الرعاية الصحية والوقائية وتحسين الصحة والأمان في مواقع العمل.

- نسبة أفراد المجتمع الموصولين بشبكات الربط الصحي للمياه الشروب والمياه القنطرة.

#### - التعليم:

والذي يعد أهم حقوق الإنسان لأنه السبيل الأهم لتحقيق تنمية مستدامة في المجتمع بصفة خاصة وللأمة بصفة عامة، وذلك من خلال إعادة توجيه التعليم نحو سبل التنمية ومجالاتها، وزيادة فرص التدريب وتوعية فئات المجتمع بأهمية التعليم ومن مؤشرات قياس مدى التعليم في التنمية المستدامة هي:

- القضاء على الأمية، مع تحقيق المساواة في التعليم الابتدائي.

- ضمان وفرة المتدربين لكل أبعاد التنمية الأساسية.

- إدراج مناهج ذات بعد بيئي لمناهج التعليم المبرمجة.

#### - النمو السكاني:

حيث يؤثر النمو السكاني السريع والنزوح الريفي إلى المدن في التنمية المستدامة، وتؤدي إلى إعاقة التخطيط الاقتصادي والعمراني، ويتم قياس مؤشر السكن بحصة الفرد من الأمتار المربعة المبنية.

- الأمن:

- علاقة الاستثمار السياحي بالتنمية المستدامة.

- حماية أفراد المجتمع من الجرائم ويكون هذا بتحقيق الديمقراطية والعدالة والمساواة والسلم الاجتماعي، ويكون مؤشر قياس ذلك بنسبة معدل مرتكبي الجرائم في المجتمع.

- المؤشرات البيئية

تؤثر الأنشطة البشرية تأثيراً متزايداً في سلامة النظم الإيكولوجية التي توفر الموارد والخدمات الأساسية لرفاهية الأفراد وازدهار الأنشطة الاقتصادية، ولا بد من إدارة قاعدة الموارد الطبيعية بطريقة مستدامة ومتكاملة لتحقيق التنمية المستدامة، وفي هذا الصدد يلزم تغيير الاتجاه السائد الذي يتصل بتراخي الموارد الطبيعية بأسرع ما يمكن، وتنفيذ استراتيجيات تتضمن الأهداف المعتمدة على المستويات الوطنية والإقليمية إن أمكن لحماية النظم الإيكولوجية، وتحقيق الإدارة المتكاملة للأراضي والموارد الحية، مع تعزيز القدرات الإقليمية والوطنية المحلية، والمتمثلة في (عبد الرحمان، 2015، ص 18).

- استخدامات الأراضي:

التشجيع على إتباع نهج متكامل إزاء صنع السياسات والتخطيط لاستعمال الأراضي للهياكل الأساسية والخدمات النقل وشبكاته التي تعزز التنمية المستدامة، بغية توفير نقل آمن وميسور المنال يتسم بالكفاءة، وزيادة كفاءة استخدام الطاقة، وتخفيض التلوث، وتقليل ازدحام المرور وتقليل الآثار الصحية الضارة، والحد من تمدد المناطق الحضرية، على أن تؤخذ في الاعتبار الأولويات والظروف الوطنية، ومكافحة ظاهرة التصحر والجفاف، والحد من تقلص الغابات والمساحات الزراعية التي قضى عليها الزحف العمراني، وأهم المؤشرات المتعلقة باستخدامات الأراضي تتمثل في: (خميس، 2009، ص 86)

- الزراعة: يتم قياسها بمساحة الأراضي المزروعة مقارنة بالمساحة الكلية، واستخدام المبيدات والمخصبات الزراعية.



- الغابات: يتم قياسها بمساحة الغابات مقارنة بالمساحة الكلية للأرض، ومعدلات قطع الغابات.

- التصحر: يتم قياسها من خلال حساب نسبة الأرض المتأثرة بالتصحر مقارنة بمساحة الأرض الكلية.

- التغيرات في الغلاف الجوي: إن التغيرات في الغلاف الجوي للأرض وما نتج عنها من احتباس حراري وثقب الأوزون وتلوث الهواء كان لا بد من مواجهته والتقليص من مسبباته أو القضاء عليها من خلال العمل على استعمال التكنولوجيا النظيفة التي تقلل من حدة الانبعاثات بالمصانع واللجوء إلى وسائل طاقة بديلة عن الطاقة المنتجة من الوقود الأحفوري، ومن أجل تحقيق تنمية مستدامة في هذا المجال تم عقد عدة مؤتمرات من أجل معالجة مشكل تغير المناخ والاحتباس الحراري وكانت أهمها قمة كوبنهاغن بالدانمرك من 7 إلى 18 ديسمبر 2009، ونميز ثلاث مؤشرات رئيسية في هذا الجانب وهي:

- التغير المناخي: يتم قياسها من خلال تحديد انبعاثات ثاني أكسيد الكربون.

- ترقق طبقة الأوزون: يتم قياسها من خلال استهلاك المواد المستنزفة للأوزون.

- نوعية الهواء: يتم قياسها من خلال تركيز ملوثات لهواء في الهواء المحيط في المناطق الحضرية.

- المؤشرات المؤسسية:

ينبغي أن تكون التدابير اللازمة لتعزيز الترتيبات المؤسسية للتنمية المستدامة في جميع المستويات متخذة في إطار جدول أعمال القرن 21 وهذا عن طريق تعزيز الالتزامات بالتنمية المستدامة والسعي نحو تكامل العناصر الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للتنمية المستدامة بشكل متوازن، وتوفير تعبئة الموارد المالية والتكنولوجية، فضلا عن البرامج والأساليب وتعزيز مشاركة وإشراك المجتمع المدني إشراكا فعالا في تنفيذ الخطط والبرامج، فضلا عن تعزيز

الشفافية والمشاركة العامة على نطاق واسع لتحقيق التنمية المستدامة على جميع الأصعدة، ومن أجل تحسين وتعزيز المؤشرات المؤسسية يجب تحسين ما يلي:

● الإطار التشريعي والتنظيمي لاستدامة التنمية: ويتمثل في الخطط والبرامج والاستراتيجيات التي تضعها الدول من أجل تحقيق الاستدامة والإطار التشريعي المحلي المساعد على ذلك، والاتفاقيات والمعاهدات التي تبرمها الدولة مع العالم الخارجي، ضمن إطار من التعاون (محي الدين، 2009، ص102)

● قدرة مؤسسات الدولة على تحقيق التنمية المستدامة: وتقاس من خلال الإمكانيات العلمية والبشرية والاقتصادية والسياسية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويمكن ذكر المقاييس التالية:

- تنفيذ الاتفاقات الدولية المبرمة.

- عدد أجهزة الراديو أو اشتراكات الانترنت لكل 1000 نسمة.

- خطوط الهاتف الرئيسية وعدد الهواتف النقالة لكل 1000 نسمة.

- الإنفاق على البحث والتطوير كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي.

- الخسائر الاقتصادية والبشرية الراجعة إلى الكوارث الطبيعية.

كما أن التنمية المستدامة تقدم البديل التنموي الأكثر عدالة لحل مشاكل عدم المساواة والتباين التنموي، كما تساهم مؤشرات التنمية المستدامة في تقييم مدى تقدم الدولة المعنية في برامجها التنموية في ميادين تحقيق التنمية المستدامة بصورة فعلية هو ما سينجم عنه جملة من القرارات تخص مجالات متعددة. أما بالنسبة لأبعاد التنمية المستدامة فإن معظم الباحثين يركز على وجود ثلاثة أبعاد رئيسية متفاعلة لعملية التنمية المستدامة وهي الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية حيث أن البعد الاقتصادي يتعلق برفع معدلات نمو الدخل وتحقيق العدالة التوزيعية إضافة إلى زيادة رفاهية المجتمع والحد من الفقر، في حين أن البعد الاجتماعي يتمثل في حق الفرد في العيش في بيئة نظيفة وسليمة مع ممارسة كافة الأنشطة بكل حرية والحصول على نصيبه من الثروات والخدمات الاجتماعية التي بدورها تحسن من مستوى المعيشة دون تقليل فرص الأجيال

القادمة في الحصول على نفس الحقوق، أما البعد البيئي فيعتبر العمود الفقري للتنمية المستدامة إذ يهتم بإدارة الموارد الطبيعية وحماية النظم البيئية، كما هو موضح في الشكل التالي:

جدول رقم (1): أبعاد التنمية المستدامة

البعد البيئي	البعد الاقتصادي	البعد الاجتماعي
- حماية المناخ من الاحتباس	- إيقاف تبديد الموارد	- تثبيت النمو السكاني وأهمية
- حماية الموارد الطبيعية	- تقليص تبعية الدول النامية	توزيعهم الحراري
- الحفاظ على المحيط المائي	- المساواة في توزيع الموارد	- الاستخدام الأمثل للموارد
- حماية التنوع البيولوجي	والمداخيل	البشرية
	- مسؤولية الدول المتقدمة عن	- الصحة والتعليم
	التلوث	- تمكين دور المرأة في المجتمع
	- تقليص الانفاق العسكري	- الديمقراطية وحرية الاختيار

المراجع: من إعداد الباحثين، استنادا على خالد مصطفى قاسم.

#### - إدارة التنمية المستدامة في ظل البعد الاجتماعي:

وهو يمثل البعد الإنساني بالمعنى الضيق حيث يجعل من النمو وسيلة للالتحام الاجتماعي، وضرورة اختيار الإنصاف بين الأجيال، إذ يتوجب على الأجيال الراهنة النظر لمهمة وضرورة عملية الإنصاف والعدل والتي تركز أساسا على القيام باختيارات النمو وفقا لرغباتها ورغبات الأجيال القادمة، وهكذا فإن كلا من البعد البيئي والاقتصادي يرتبط بشكل كبير بالبعد الاجتماعي الذي يمثله الإنسان أو الفرد (سهام، 2008، ص 09)

ويتضمن البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة ما يلي: (خالد، 2007، ص 30)

أ- تثبيت النمو السكاني وأهمية توزيعهم؛ وذلك باتخاذ كافة التدابير التي تساعد على تثبيت النمو السكاني لأن مدى قدرة الأرض على إعالة الحياة البشرية غير معروف بدقة كما أن هناك أهمية

لتوزيع السكان وذلك بالنهوض بالتنمية المكانية التي تحد من حركة الهجرة إلى المناطق الحضرية.

ب - الاستخدام الأمثل للموارد البشرية: وذلك من خلال إعادة توجيه الموارد البشرية وإعادة تخصيصها واستخدامها استخداما كاملا مع تلبية كافة الاحتياجات البشرية الأساسية.

ج - تمكين دور المرأة في المجتمع: يلعب دور المرأة أهمية خاصة في الاقتصاد والمجتمع حيث تعتمد الكثير من الاقتصاديات العالمية على المرأة في الكثير من المجالات الاقتصادية كالصناعات الصغيرة، الزراعة، ومن شأن الاستثمار في صحة المرأة وتعليمها أن يعود على التنمية المستدامة بمزايا متعددة.

د - الصحة والتعليم: وذلك بالعمل على توفير الرعاية الصحية الكافية لجميع أفراد المجتمع مع تطوير الأنظمة التعليمية التي تهتم بالكيف لا بالكم وتوفير التعليم لكافة الطبقات الاجتماعية دون استثناء.

هـ- حرية الاختيار والديمقراطية: حيث لا بد أن يكون المجتمع السياسي قائما على أساس حرية الاختيار والتعبير مع المشاركة في الحكم والمساءلة والشفافية بإشراك كافة الفاعلين في التخطيط والإدارة.

و- البعد الاقتصادي: تضاعف الاقتصاد العالمي أربع مرات على مدار ربع قرن مستفيدا من مئات الملايين من البشر وهذا ما قابله تدهور 60% من الخدمات والسلع الإيكولوجية التي تعتمد عليها المعيشة أو استخدمت بطريقة غير مستدامة ويُعزى هذا بالطبع إلى أن نمو الاقتصاد في العقود الأخيرة تحقق أساسا عن طريق استنزاف الموارد الطبيعية دون السماح للمخزونات بإعادة التولد وعن طريق السماح بخسارة وتدهور واسع النطاق للنظام الإيكولوجي. ويتضمن البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة ما يلي:

- إيقاف تبديد الموارد: وذلك من خلال التخفيض من معدلات الاستهلاك المبددة للموارد الطبيعية عبر تحسين مستوى الكفاءة الاستغلالية للموارد وإحداث تغيير جذري لأساليب الحياة.

- تقليص تبعية البلدان النامية من خلال التوسع في التعاون الإقليمي بين هذه الدول وتنمية التجارة فيما بينها والذي سيؤدي إلى استثمارات ضخمة في رأس المال البشري مع استخدام تكنولوجيا أكثر حداثة.

#### 4. المحور الثالث: دور الدول في ارساء قواعد التنمية المستدامة.

تعتبر الدولة هي صاحبة السلطة العليا والنهائية في أي إقليم في العالم ولا يوجد إزاءها سلطة تمثل سلطتها، لذلك يعتبرها الكثير من المفكرين السياسيين منظمة المنظمات لأنها تحمل في داخل وطنها أو إقليمها لواء وشمولية السلطات على الأفراد الذين يعيشون داخل حدودها ( غسان، 2013 ) وينبغي الإشارة إلى قضية الخلط والالتباس حول الدولة والحكومة وكأنها مفهوم واحد، لأن الحكومة مؤسسة تنفيذية وحدود مسؤوليتها هو إدارة شؤون المجتمع وهي جزء من الدولة التي تضم السلطة التشريعية، التنفيذية والقضائية، أي أن الدولة هي الجهاز السياسي والقانوني والإداري والاقتصادي الذي يقوم بتنظيم الحياة الاجتماعية داخل المجتمع، وأن الحكومة هم الأشخاص الذين يحكمون باسم الدولة. وللدولة دور فعال وهو تحقيق التنمية التي تتمحور حول عدة نقاط أو ركائز أساسية تتأثر

وتؤثر في وظيفة الدولة في كل مرحلة نموية ومن هذه الركائز ( عبد الحسين ، 2001 ، ص 124 )

-تنمية تلبية الاحتياجات الأساسية

-تنمية تعتمد على الذات أولا

-تنمية ذات تكنولوجيا ملائم؛

-تنمية تحافظ على الهوية الحضارية

-تنمية بعيدة عن التبعية

-تنمية مستقرة ومتواصلة ومستقلة.

#### 1.4 دور الدولة في الحياة الاقتصادية:

يقترح الباحثان روبرت بولاوين وجيرالد ماير حقول العمل الحكومي التالية:

- المشاريع الحكومية الإنتاجية المباشرة في القطاعات التي تقل ربحيتها أو ترتفع مخاطرها مما لا يجذب أصحاب النشاط الخاص للاستثمار فيها؛
- النشاط الحكومي الاقتصادي في قطاعات قد يستطيع الأفراد أن ينشطوا فيها إلا أن مستوى نشاطهم لا يرقى إلى نفس مستوى نشاط الحكومة؛
- توفير الأسواق عن طريق تشجيع انشاء المؤسسات بمختلف صيغها والمناسبة لكل قطاع ودمجها في السوق الداخلية مع السعي الجاد مع جميع دول العالم لإيجاد أو توسيع الأسواق الخارجية لمنتجاتها؛

#### 2.4 دور الدولة في تحقيق الاستقرار الاقتصادي:

من بين الأدوار الهامة والأساسية للحكومات والتي جاء بها الفكر الكنزى هو العمل على تحقيق الاستقرار الاقتصادي من خلال السياسات الاقتصادية المختلفة، ويتضمن الاستقرار الاقتصادي أساس القضاء على مشاكل التضخم والبطالة إضافة إلى تحقيق استقرار النمو

#### 3.4 دور الدولة في مكافحة الاحتكار وحماية الصناعات الناشئة:

يعتبر تركيز القوة الاقتصادية لدى بعض المؤسسات الخاصة كما هو الحال في الاحتكار واحتكار القلة تهديدا للحرية الاقتصادية، فالتمتع بقوة احتكارية يمكنها من ممارسة ضغط سياسي لتحقيق مزيد من المنافع لها على حساب بقية أفراد المجتمع. كما يتمثل دور الحكومات في حماية صناعاتها الناشئة من المنافسة الأجنبية، إذ توصلت الدراسات إلى أن هناك ارتباطا طرديا وقويا بين معدل الحماية ومعدل نمو الإنتاجية للصناعات الناشئة في القطاع الخاص وتبين أن معدل نمو الإنتاجية في الصناعات والمنشآت المحمية كان أعلى منه في الصناعات والمنشآت الغير محمية.

#### 4.4 الدور الاجتماعي للدولة:

يتوقف جوهر التنمية الاقتصادية على الكيفية التي يتم بموجبها تشغيل الأفراد وتوجيههم نحو تحويل الثروات الطبيعية إلى سلع وخدمات نافعة لسد حاجات المجتمع، لذا فإن الدور الاجتماعي للدولة يتمثل في (محمد، عطية، 2003، ص ص 190-192):

- الاستثمار في العنصر البشري:

وهو العمل على تعليم وتدريب وتطوير العنصر البشري ليصبح أكثر كفاءة وأعلى إنتاجية وبالتالي أعلى أجرا ما يفتح أمامه فرص أكبر للعمل وزيادة في الأجر، ويرتفع مستوى معيشتته ويخرج من دائرة الفقر ومن ثم فإن دور الدولة ضروري ومطلوب لتوفير الاستثمارات اللازمة للتعليم والتدريب، بل إن وضع السياسة التعليمية المجتمع تعد من صميم مسؤوليات الدولة.

- دور الدولة في الحد من الفقر:

إن عملية الإصلاحات الاقتصادية الهيكلية التي تسود معظم الدول النامية حاليا، تصبح الفئات التي تعاني من الفقر هي أشد الفئات تأثرا بنتائج تلك الإصلاحات حيث يعاني الفقراء في المدى القصير من تلك النتائج، ما يتطلب قيام الدولة بإجراءات معينة علاجا لتلك الآثار، وهذه الإجراءات اللازمة للقضاء على الفقر لن يقوم بها المستثمرون أو القطاع الخاص حتى وإن كان جانب من عائلاتهم يوجه للنواحي الاجتماعية، وبالتالي فلا مناص من أن تتولى الدولة مسؤولية وعاء القيام بالدور الرئيس في الحد من الفقر والقضاء عليه.

- دور الدولة في تأمين الخدمات الصحية:

يتمثل دور الدولة في دعم قطاع الخدمات الصحية حيث يعد المستوى الصحي وراء إنتاجية المجتمع، وعن انخفاض مستويات الدخل وارتفاع الأسعار مع تحرير الاقتصاد فليس هناك إمكانية لدى الفقراء للحصول على الحد الأدنى من الاحتياجات الصحية، ومن ثم وجب على الدولة العمل على توفير هذه الخدمة الضرورية للفئات الأقل دخلا في المجتمع.

- دور الدولة في حماية البيئة

يعتبر تحقيق التوازن البيئي هو المعيار الضابط للتنمية المستدامة أي المحافظة على البيئة بما يضمن سلامة الحياة الطبيعية وإنتاج ثروات متجددة مع الاستخدام العادل للثروات غير المتجددة، وبالتالي فمن الضروري أن يكون في كل مجتمع سياسة بيئية ملزمة للجميع، ومن أبرز الإجراءات اللازمة لحماية البيئة على جميع الأصعدة ما يلي (علام، 2003، ص 78):

- تشجيع استخدام تكنولوجيا والبحث عن مصادر للطاقة النظيفة في المصانع والمشاريع الاستثمارية.
- استخدام أساليب اقتصادية في تحقيق حماية البيئة لا تقل بميكانيكية السوق.
- فرض غرامات على مخالفي قواعد حماية البيئة مع ضرورة ادراج مقدار الغرامة ليتناسب مع مقدار خطر المخالفة.
- التشريعات البيئية يمكن أن تكون أداة فعالة في تنقية البيئة إذا ما تم التزام بتطبيقها.

- دور الدولة في توجيه القطاع الخاص لتفعيل التنمية المستدامة:

يتمثل دور الدولة هنا في أشكالاً متعددة مثل نشاط المحاكم في محاربة الفساد في علاقة الشركات مع الأجهزة الحكومية المركزية أو دفاع المساهمين عن حقوقهم في مراقبة أعمال الشركات الحاملين لأسهمها، أو إنشاء هيئات وجمعيات من بعض أرباب العمل للمناداة بتطبيق مبادئ الأخلاقيات العامة في تصرفات الشركات التي لا تحترم البيئة وتسيء إليها والتي تسرح العمل بشكل عشوائي ولا تساهم في إنشاء فرص عمل جديدة.

كما أن تقليص دور القطاع العام في الإنتاج وانتقال وظائف التولة إلى وظيفة الضبط والتوجيه والدعم المركز، ضمن رؤية تنموية متجددة وواضحة بالنسبة إلى المواقع المجتمعية والإنتاجية الحساسة في المعادلات الاقتصادية الدولية الجديدة، لير اتجاه ليطم وضوري، لكن هذا الانتقال من النور التقليدي لي الدور الجديد لن يعطي مفعوله الجدي إذا لم يجر صلاح أوضاع القطاع الخاص وإدخاله في إطار نفس العقارية المستندة إلى المبادئ الأساسية التنمية المستدامة.

## 5. خاتمة:

لقد اوضحت السياحة قطبا متعدد الاقطاب سواء كان ذلك اجتماعيا، اقتصاديا أو حتى ثقافيا، بل اصبحت السياحة صناعة قائمة بذاتها بالنظر لما حققته من نتائج ملموسة منها على سبيل المثال التقليل من حدة الفقر، وزيادة الناتج المحلي الاجمالي.



فتوجه العديد من دول العالم نحو الاهتمام بالاستثمار السياحي، سواء من خلال الاستثمارات المباشرة أو عن طريق أشكال جديدة غير القائمة على المساهمة في راس المال، أصبح يتيح فرص استثمارية حقيقية قادرة على المنافسة في سوق السياحة العالمية، حيث ان رواج صناعة السياحة يؤثر بشكل مباشر على اقتصادات الدول ونمو الصناعات والانشطة المرتبطة بصناعته وهذا ما يقدم دافع قوي للتنمية المستدامة.

### 1.5 نتائج الدراسة:

- صناعة السياحة ودورها الفعال في تعزيز رصيد الميزان السياحي.
- صناعة السياحة واسهاماتها في تحقيق التنمية المستدامة.
- صناعة السياحة ودورها في تحقيق التنوع الاقتصادي للدول التي تعتمد بالدرجة الاولى على الاقتصاد الريعي.

### 2.5 المقترحات:

- العمل على تشجيع الاستثمار السياحي من خلال تكوين احتياطات عقارية في الدول العربية.
- ضرورة تبسيط الاجراءات من مختلف الفاعلين في القطاع السياحي في الدول العربية.
- العمل على توفير منتجات سياحية بأسعار تنافسية في الدول العربية تناسب والقدرة الشرائية للمواطن العربي.

3.5 آفاق الدراسة: بناء على ما تم التوصل إليه من خلال هذا البحث نسعى الى تقديم في نفس المجال العلمي لا سيما:

- العمل على انشاء قرى سياحية مستدامة كآلية لتشجيع السياحة الداخلية في الوطن العربي؛
- المنتج السياحي والمحددات السعرية له في الدول العربية.

6. قائمة المراجع:

- موهوب، صالح، (2015)، تطور السياحة في الجزائر في ظل المعطيات السياحية الدولية الجديدة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر؛
- علام، أحمد عبد السميع (2007)، علم الاقتصاد السياحي. الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ص 180
- رحيم، وآخرون، حسين (2014) السياحة والتنمية السياحية مع دراسة خاصة حول مناطق الهضاب العليا بالجزائر برج بوعريج، الجزائر: دار النشر جيطلي؛
- الصيرفي، محمد، (2007)، التخطيط السياحي، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي؛
- كواش، خالد، (2007)، السياحة، مفهومها - أركانها - أنواعها، حسين الداوي، الجزائر: دار التنوير للنشر والتوزيع؛
- الحميري موفق والطويل، رامي (2016)، التسويق الاستراتيجي لخدمات الفنادق والسياحة توجه حديث متكامل، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع؛
- عدنان داود محمد العذاري (2016) الاستثمار الأجنبي المباشر على التنمية والتنمية المستدامة في بعض الدول الإسلامية، دار غيداء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان؛
- أحمد عبد الفتاح ناجي (2013)، التنمية المستدامة في المجتمع النامي في ضوء المتغيرات العالمية والمحلية الحديثة المكتب الجامعي الحديث؛
- محي الدين حمداني (2009)، حدود التنمية المستدامة في الاستجابة لتحديات الحاضر والمستقبل دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 2، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية؛
- عبد الرحمن سيف (2015)، سردار التنمية المستدامة، دار الولاية للنشر والتوزيع الطبعة الأولى، عمان؛

- خميس عبد الرحمن ردار (2009)، المؤشرات البيئية كجزء من مؤشرات التنمية المستدامة المؤتمر الإحصائي العربي الثاني بشعار لا تنمية سبتمبر بدون إحصاء، سرت ليبيا 2 و4 نوفمبر؛
- سهام، صحراوي إيمان بوباية ذهبية، ريمة (2008) التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة جامعة فرحات، مداخلة، تحت عنوان: الإطار النظري للتنمية الشاملة المستدامة ومؤشرات قياسها؛
- خالد مصطفى قاسم (2007) إدارة التنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية؛
- محمد مدحت غسان (2013) الشركات متعددة الجنسيات وسيادة الدولة، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن؛
- عبد الحسين زداي العطية (2001) الاقتصاديات النامية أزمات وحلول الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، فلسطين؛
- عبد القادر محمد عبد القادر عطية (2003) اتجاهات حديثة في التنمية الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر؛
- سعد طه علام (2003)، التنمية والدولة دار طبعة للنشر، القاهرة، مصر؛
- World Tourism Organization, (2021), International Tourism Highlights 2020 Edition, Madrid ;
- Lederer, E. M (2020), UN: Global Tourism Lost US\$320 Billion In 5 Months From Virus, <https://bit.ly/2o8v92i>(consulté le 07/08/2023) ;
- Philip Kotler, Bernard Dubois (1992), Le marketing management 6ème édition publication union paris.

مجلة الاقتصاد والبيئة

المقالات

المحررة باللغة الأجنبية

## Le Tourisme Patrimonial: Un Pilier de Préservation Culturelle et de Prospérité Économique - Cas du parcours des palais de la Casbah d'Alger

ALAOUCHICHE Asma

Etudiante Doctorante en Architecture - Laboratoire ETAP-  
Institut d'Architecture et d'Urbanisme- Université de Blida 01 (Algérie),  
alaouchiche\_asma@univ-blida.dz

*Published: 01/02/2024*

### **Abstract:**

Le tourisme joue un rôle crucial dans la préservation du patrimoine culturel tout en boostant le développement économique. Notre méthodologie repose sur une étude pluridisciplinaire, incluant entre autre l'analyse de la gestion des sites patrimoniaux, l'étude des comportements touristiques responsables ainsi que l'effet du tourisme sur l'identité locale et cela en étudiant le parcours des palais de la Casbah d'Alger. Nos recherches montrent que le tourisme patrimonial, lorsqu'il est bien géré, contribue à la préservation des sites historiques, stimule les activités économiques locales, favorise la transmission intergénérationnelle de la culture, et renforce le sentiment d'appartenance des communautés.

Il est essentiel de promouvoir des pratiques de tourisme durable, de sensibiliser les visiteurs à la richesse des patrimoines, et de renforcer la coopération entre acteurs publics et privés pour maximiser les avantages économiques et culturels de cette forme de tourisme. Cette approche holistique permet d'assurer la pérennité des sites patrimoniaux et de contribuer au bien-être des communautés locales.

**Keywords:** Tourisme; Patrimoine culturel; Casbah d'Alger; Préservation; Développement économique.

**JEL Classification Codes:** A12

*Corresponding author:* ALAOUCHICHE Asma, alaouchiche\_asma@univ-blida.dz

## **1. INTRODUCTION**

Le tourisme revêt une importance cruciale dans l'évolution économique, culturelle et sociale de nombreuses nations à l'échelle mondiale, et l'Algérie, en tant que terre riche de par son histoire, sa diversité culturelle et ses paysages saisissants, ne fait pas exception à cette dynamique. Au cours de plusieurs décennies, l'Algérie a suscité l'intérêt de visiteurs du monde entier, attirés par la quête de découvertes, d'aventures et d'expériences authentiques.

Depuis les rivages spectaculaires s'étirant sur plus de 1600 kilomètres jusqu'aux étendues désertiques énigmatiques de son arrière-pays, en passant par ses cités antiques et ses sites archéologiques, l'Algérie se présente comme une mosaïque de trésors touristiques d'une richesse inégalée.

Au sein de cette diversité, le tourisme patrimonial émerge en tant que gardien de l'histoire de cette nation, simultanément constituant un pilier fondamental du processus de développement.

Notre étude se penche sur un exemple concret, celui du parcours des palais de la Casbah d'Alger, où le tourisme patrimonial prend vie en tant qu'acteur clé dans la sauvegarde du patrimoine et le renforcement des communautés locales.

La Casbah d'Alger, ce trésor niché sur les rives de la Méditerranée, incarne une véritable multicouche de civilisations qui se sont entremêlées au fil des siècles. Ses ruelles étroites et sinueuses, ses places pittoresques et ses majestueux palais témoignent de l'empreinte laissée par des cultures diverses, de l'époque romaine à l'occupation française en passant par l'ère ottomane. La Casbah d'Alger, cette ville historique a été inscrite sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO en 1992. Parmi ces vestiges du passé, les palais Mustapha Pacha, le palais du Dey et le palais du Bey tout les deux situés à la citadelle d'Alger (Dar El Soultane), le palais Hassan Pacha ainsi que les palais 17,18 et 23 du Bastion 23 se dressent comme des gardiens silencieux de cette histoire riche et complexe. Chacun de ces palais raconte sa propre saga, reflétant les influences architecturales, artistiques et culturelles qui ont façonné la Casbah au fil des siècles. À travers cette étude,

nous explorerons le rôle essentiel que joue le tourisme patrimonial dans leur préservation et dans l'économie locale.

Notre approche méthodologique adopte une perspective pluridisciplinaire, explorant divers aspects de cette équation. Nous analyserons la gestion des sites patrimoniaux, l'étude des comportements touristiques responsables et l'examen de l'impact profond du tourisme sur l'identité locale.

À travers cette étude, nous aspirons à révéler le potentiel transformateur du tourisme patrimonial lorsque sa gestion est soigneusement orchestrée. Les palais de la Casbah ne sont pas simplement des monuments historiques, ils sont également des moteurs de croissance économique locale, des gardiens de traditions culturelles précieuses, et des catalyseurs du sentiment d'appartenance des communautés qui les entourent.

Notre problématique soulève une question fondamentale : "Comment le tourisme patrimonial peut-il être un levier efficace pour la préservation de la richesse culturelle de l'Algérie tout en contribuant de manière significative à sa prospérité économique et à sa durabilité?" Pour répondre à cette interrogation complexe, plusieurs axes d'investigation peuvent être explorés.

Notre démarche insistera sur la nécessité de promouvoir des pratiques de tourisme durable qui respectent et préservent le patrimoine, tout en sensibilisant les visiteurs à la richesse des héritages culturels. En outre, nous mettrons en avant l'importance cruciale de la collaboration entre les acteurs publics et privés pour maximiser les avantages économiques et culturels du tourisme patrimonial.

## **2. Cas d'étude**

Les palais du Dey et du Bey, nichés dans la citadelle d'Alger (Dar El Sultane), tout comme le palais Mustapha Pacha, le palais Khedaoudj El Amia, Dar El Kadi, Dar El Hamra, Dar El Souf, La Maison du Millénaire, Dar Aziza, Dar Essadaka, le palais Hassan Pacha, le Palais Ahmed Bey, ainsi que les palais 17, 18 et 23 du Bastion 23, se dressent en tant que gardiens éloquents de l'histoire riche et complexe de la Casbah. Chacun de ces édifices narratifs dévoile une saga singulière, reflétant les influences architecturales, artistiques et culturelles ayant modelé la Casbah au cours des siècles.

À travers cette étude, nous entreprendrons d'explorer le rôle fondamental du tourisme patrimonial dans la préservation de ces sites exceptionnels et dans la dynamique économique locale qui en découle.

**Aspects et potentialités liés au tourisme :**

La Casbah d'Alger présente des caractéristiques intrinsèques qui en font une destination touristique singulière, mettant en avant son héritage culturel riche, une architecture authentique, des événements culturels captivants, et des expériences culinaires uniques.

Le potentiel du tourisme patrimonial dans la Casbah d'Alger est vaste, offrant des opportunités significatives pour le développement économique et culturel. Les axes prometteurs comprennent le développement touristique, la création d'emplois et la formation, l'éducation culturelle, la durabilité et la préservation, ainsi que la promotion de partenariats publics-privés. Ces potentialités dénotent la possibilité d'un équilibre harmonieux entre la valorisation culturelle, la croissance économique et la pérennité des ressources patrimoniales.

**Axes d'analyse :**

Les axes choisis dans notre étude couvrent une gamme étendue de dimensions cruciales pour répondre à la problématique posée. Chacun d'entre eux offre une perspective unique qui contribuera à la compréhension globale du rôle du tourisme patrimonial en Algérie et plus précisément à la Casbah d'Alger.

1. Analyse des orientations du PDAU d'Alger et du PPSMVSS de la Casbah d'Alger :

Nous avons examiné en détail les dispositions du Plan Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme (PDAU) d'Alger et du Plan Permanent de Sauvegarde et de Mise en Valeur des Secteurs Sauvegardés de la Casbah d'Alger (PPSMVSS).

Nous avons évalué comment ces documents guident le développement du tourisme patrimonial, en mettant en évidence les mesures de préservation culturelle et les directives pour la durabilité.



2. Gestion et financement des Palais de la Casbah d'Alger :

Nous avons analysé les mécanismes de gestion des palais patrimoniaux, y compris les modèles de financement et les partenariats public-privé éventuels à travers des entretiens avec les gestionnaires de ces palais (ouverts) , les défis liés à la conservation et à la restauration des palais, en mettant l'accent sur les meilleures pratiques internationales.

3. Étude des comportements touristiques responsables :

Nous avons exploré les attitudes et les comportements des touristes visitant les palais de la Casbah d'Alger, en mettant l'accent sur la sensibilisation à la préservation culturelle et à la responsabilité environnementale.

Nous avons également identifié les opportunités pour promouvoir des pratiques touristiques durables et respectueuses.

4. Impact du tourisme sur l'identité locale :

Nous avons évalué à travers un questionnaire comment le tourisme patrimonial influence l'identité locale et les modes de vie des habitants de la Casbah d'Alger, analysé les implications positives et négatives sur la cohésion sociale et culturelle.

5. Avantages Économiques et Culturels :

Nous avons procédé à l'identification des avantages économiques du tourisme patrimonial en termes de création d'emplois, de revenus et de croissance économique locale.

Nous avons étudié comment ces avantages contribuent à la préservation et à la promotion de la richesse culturelle.

6. Tourisme Durable et Pérennité des Sites Patrimoniaux :

Nous avons évalué la mise en œuvre de pratiques de tourisme durable dans les palais de la Casbah d'Alger, en mettant l'accent sur la gestion des flux touristiques, la conservation de l'environnement et la préservation des ressources.

## 7. Réglementation des guides informels :

Nous avons analysé l'impact des guides informels sur l'exactitude historique et la qualité de l'expérience touristique et proposer des recommandations pour réglementer cette activité et améliorer la formation des guides informels en vue d'assurer une transmission précise de l'histoire locale.

En abordant ces axes de manière approfondie, notre étude a été en mesure d'apporter des éclairages complets et de proposer des recommandations stratégiques pour maximiser les bénéfices du tourisme patrimonial tout en garantissant la préservation culturelle et contribuer à la prospérité économique d'Alger.

## **3. Résultats**

Nos recherches approfondies sur le parcours des palais de la Casbah d'Alger ont mis en lumière plusieurs aspects cruciaux du tourisme patrimonial et de son impact sur la préservation culturelle et la prospérité économique. Cette étude multidisciplinaire a examiné diverses dimensions de cette expérience touristique, allant de la gestion des sites patrimoniaux aux comportements touristiques responsables, en passant par l'effet du tourisme sur l'identité locale.

### 1. Analyse des orientations du PDAU d'Alger et du PPSMVSS de la Casbah d'Alger :

L'intégration du patrimoine dans les priorités territoriales et économiques, ainsi que sa conservation, sont préconisés. Les actions patrimoniales convergent dans une approche intégrée du PDAU. En outre, trois projets structurants, dont la Casbah, sont identifiés pour sauvegarder et revitaliser le patrimoine, stimulant une dynamique socio-économique durable.

### 2. Gestion et financement des Palais de la Casbah d'Alger :

Les palais de la Casbah sont gérés de deux manières : soit c'est des EPA (gérés par le ministère de la Culture et financé par le trésor public) comme le Palais Mustapha Pacha , le palais Khedaoudj El Amia ou encore les palais 17,18 et 23 du Bastion 23 soit c'est des EPIC (gérés principalement par

l'OGECB: l'Office de Gestion et d'Exploitation des Biens Culturels), on cite les palais du Dey et du Bey de la grande Citadelle d'Alger –Dar El Sultane<sup>1</sup>). les défis liés à la conservation et à la restauration des palais dévoilent quelques fois le manque de financement et le manque de partenariat public-privé.

### 3. Étude des Comportements Touristiques Responsables :

Nous avons également mené une étude approfondie sur les comportements des touristes visitant les palais de la Casbah. Nous avons enquêté sur leur sensibilisation à la préservation du patrimoine, leur respect des règles et réglementations locales, ainsi que leur contribution à la durabilité de ces sites. Cette partie de notre méthodologie visait à évaluer dans quelle mesure les visiteurs étaient conscients de l'importance de préserver le patrimoine culturel.

### 4. Effet du Tourisme sur l'Identité Locale:

Une composante essentielle de notre étude était d'explorer comment le tourisme patrimonial influençait l'identité culturelle des communautés locales. Nous avons examiné comment les interactions avec les visiteurs, la promotion de la culture locale et la transmission intergénérationnelle des traditions étaient impactées par le tourisme. Cette analyse nous a permis de mesurer l'impact socioculturel de cette forme de tourisme.

### Transmission Culturelle Inter-Générationnelle :

Notre étude a également révélé que le tourisme patrimonial favorise la transmission intergénérationnelle de la culture. Les habitants locaux, en interagissant avec les visiteurs, ont l'occasion de partager leur histoire, leurs

---

<sup>1</sup> **Un établissement public administratif (EPA)** exerce une mission de service public administratif et est soumis aux règles du droit public. **Un établissement public industriel et commercial (EPIC)** produit et, éventuellement, commercialise des biens et services. Un EPIC est globalement régi par le droit privé: Établissement public administratif (EPA) ou industriel et commercial (EPIC) : Quelles différences ? (2022, octobre 24). vie-publique.fr. <http://www.vie-publique.fr/fiches/20247-etablissement-public-epa-ou-epic-quelles-differences>

traditions et leur patrimoine culturel. Cela contribue à préserver ces éléments culturels et à les transmettre aux générations futures.

Renforcement du Sentiment d'Appartenance :

Enfin, nous avons constaté que le tourisme patrimonial renforce le sentiment d'appartenance des communautés locales à leur propre histoire et à leur patrimoine. Les habitants sont fiers de partager leur culture avec le monde et de voir leur patrimoine reconnu et apprécié par les visiteurs.

5. Avantages Économiques et Culturels :

Pour évaluer les avantages économiques et culturels du tourisme patrimonial, nous avons utilisé des indicateurs tels que la création d'emplois locaux, l'augmentation des revenus, et la promotion de l'artisanat traditionnel. Nous avons également examiné comment le tourisme patrimonial contribuait à la prospérité économique de la région tout en préservant son héritage culturel.

Le tourisme patrimonial a un impact positif sur les activités économiques locales. Les commerces, les restaurants, les artisans locaux et d'autres entreprises bénéficient de l'afflux de visiteurs. Cela crée des opportunités d'emploi et stimule la croissance économique au niveau de la communauté.

6. Tourisme Durable et Pérennité des Sites Patrimoniaux :

Nous avons abordé la question cruciale du tourisme durable. Nous avons exploré les pratiques de tourisme responsable et durable qui permettent de maximiser les avantages économiques et culturels tout en minimisant les impacts négatifs sur l'environnement et le patrimoine. Cette partie de notre méthodologie visait à identifier des solutions pour assurer la pérennité à long terme des sites patrimoniaux.

Parmi les pratiques, on cite les suivantes:

- Mettre en place des systèmes de collecte, de recyclage et de traitement des déchets pour réduire l'empreinte écologique du tourisme ;
- Impliquer les communautés locales dans la gestion et les bénéfices du tourisme, en favorisant le partage équitable des revenus, le respect des

traditions locales et la participation active des habitants (Gestion participative et inclusive) ;

- Mettre en place des mécanismes de régulation, tels que des quotas de visiteurs ou des plages horaires spécifiques, pour éviter la surfréquentation des sites patrimoniaux;
- Reconnaître et promouvoir les sites et les entreprises touristiques qui respectent des normes de durabilité grâce à des certifications et des labels officiels.

En adoptant ces pratiques, le tourisme durable peut contribuer à la préservation à long terme des sites patrimoniaux en assurant un équilibre entre les bénéfices économiques, sociaux et culturels et la conservation de l'environnement.

En combinant ces différentes approches méthodologiques, nous avons cherché à obtenir une compréhension approfondie du rôle essentiel que joue le tourisme patrimonial dans la préservation du patrimoine culturel, la stimulation du développement économique, et le renforcement de l'identité culturelle des communautés locales à travers le parcours des palais de la Casbah d'Alger. Les résultats de notre recherche offriront des perspectives précieuses pour la promotion du tourisme patrimonial et la préservation du riche héritage culturel de la région.

Une autre composante essentielle de notre étude a été l'exploration de l'impact des guides informels qui opèrent dans la Casbah d'Alger. Nous avons constaté que la présence de guides informels peut parfois présenter des défis pour l'expérience touristique. La majorité de ces guides ne sont pas formés et ne disposent pas des connaissances historiques appropriées. Ils sont souvent sources de désinformation, racontant de fausses histoires et fournissant des informations inexactes aux visiteurs.

Cela soulève des questions importantes sur la qualité de l'expérience touristique dans la Casbah. Les visiteurs qui comptent sur ces guides « informels » peuvent être exposés à des informations incorrectes, ce qui peut altérer leur compréhension du patrimoine culturel de la région - *notre propre expérience suite à plusieurs visites effectuées sur les lieux ainsi que les*

*témoignages des gestionnaires des palais de la Casbah d'Alger* – d'où a découlé le dernier axe:

#### 7. Intégration des Guides Informels :

Les guides informels, qui ne sont généralement pas réglementés ni formés, représentent un défi majeur dans le contexte du tourisme patrimonial de la Casbah d'Alger. Leur présence soulève des préoccupations quant à la qualité des informations transmises aux visiteurs et à l'authenticité des expériences proposées.

- Les guides informels ont été critiqués pour la diffusion d'informations incorrectes et de fausses histoires sur la Casbah et son patrimoine. Le manque de formation formelle les prédispose à véhiculer des récits erronés, ce qui peut avoir un impact négatif sur la compréhension de l'histoire réelle de la Casbah par les visiteurs.
- L'inexactitude des informations fournies par les guides informels peut contribuer à une compréhension déformée de la Casbah et de son importance historique. Cela pourrait éventuellement compromettre les objectifs de préservation culturelle et les efforts visant à promouvoir une appréciation authentique du patrimoine de la région.
- Questions de Gestion : La présence de guides informels non réglementés pose également des questions de gestion pour les autorités locales et les acteurs du tourisme. Comment gérer et réglementer cette activité informelle tout en assurant une expérience touristique de qualité demeure un défi.
- Solutions et Réglementation : Dans le cadre de notre méthodologie, nous avons cherché à explorer les solutions potentielles pour faire face à ce défi, notamment la réglementation des guides informels, la sensibilisation à l'importance de l'exactitude historique et la possibilité de formations pour améliorer leurs connaissances.

Il est impératif que les autorités locales envisagent des mesures pour réglementer l'activité des guides informels. Une formation adéquate et des normes professionnelles devraient être mises en place pour garantir que les guides possèdent des connaissances précises sur l'histoire et la culture de la Casbah. Cela contribuerait à améliorer l'expérience globale des visiteurs et à

renforcer la réputation de la Casbah en tant que destination touristique de qualité.

En résumé, bien que les guides informels puissent jouer un rôle dans l'orientation des visiteurs dans la Casbah, il est essentiel de remédier aux problèmes liés à leur manque de formation et à la diffusion d'informations erronées. La mise en place de réglementations et de normes professionnelles peut contribuer à améliorer l'expérience des visiteurs et à préserver l'intégrité du patrimoine culturel de la Casbah d'Alger.

Au final, nos résultats attestent que le tourisme patrimonial n'est pas seulement une source de revenus, mais aussi un moteur essentiel de la préservation culturelle. Cependant, il est impératif de promouvoir des pratiques de tourisme durable pour garantir que les avantages économiques et culturels perdurent. La réglementation des guides informels, la sensibilisation des visiteurs à la richesse des patrimoines et la coopération entre acteurs publics et privés sont autant de mesures nécessaires pour maximiser les avantages de cette forme de tourisme.

#### **4. Conclusion**

En conclusion, notre étude pluridisciplinaire confirme l'importance fondamentale du tourisme patrimonial en tant que catalyseur de préservation culturelle et de prospérité économique. À travers l'exploration du parcours des palais de la Casbah d'Alger, nous avons identifié des aspects cruciaux de cette dynamique.

Tout d'abord, il est indéniable que le tourisme patrimonial bien géré joue un rôle essentiel dans la préservation des sites historiques. En suscitant l'intérêt pour ces trésors culturels, il contribue à leur maintenance et à leur restauration, assurant ainsi leur pérennité pour les générations futures.

Deuxièmement, le tourisme patrimonial stimule les activités économiques locales. Il crée des opportunités d'emploi dans les secteurs de l'hôtellerie, de la restauration, de l'artisanat et des services touristiques. Les retombées économiques se répercutent dans toute la communauté, favorisant le développement durable.

Troisièmement, le tourisme patrimonial joue un rôle crucial dans la transmission intergénérationnelle de la culture. Les visiteurs qui découvrent l'histoire et les traditions locales deviennent des ambassadeurs de ce patrimoine, contribuant ainsi à sa préservation à long terme.

Enfin, cette forme de tourisme renforce le sentiment d'appartenance des communautés locales à leur histoire et à leur culture. Elle les incite à s'engager activement dans la préservation de leur patrimoine.

Toutefois, notre étude met également en lumière des défis importants, notamment la nécessité de réglementer les guides informels pour garantir la précision des informations transmises aux visiteurs.

En conclusion, le tourisme patrimonial n'est pas seulement une source de revenus, mais aussi un levier de valorisation culturelle. Pour maximiser ses avantages économiques et culturels, il est essentiel de promouvoir des pratiques de tourisme durable, de sensibiliser les visiteurs à la richesse des patrimoines, et de renforcer la coopération entre acteurs publics et privés. Cette approche holistique permettra d'assurer la pérennité des sites patrimoniaux et de contribuer au bien-être des communautés locales.

Nous espérons que cette étude servira de base pour des initiatives futures visant à promouvoir et à protéger le patrimoine culturel de la Casbah d'Alger, tout en stimulant son développement économique.

La préservation du patrimoine, l'épanouissement culturel et la prospérité économique sont des objectifs interconnectés, et le tourisme patrimonial est le lien qui les unit.

## 5. Bibliography List :

- *Un Pays aux Multiples Facettes*. Présentation de l'Algérie. Ministère du tourisme et de l'artisanat et du travail familial office national du tourisme.
- Frendi, K., & Ait-lhadj, Z. (2019). Le tourisme culturel-patrimonial, une contribution à la valorisation des villages kabyles du Djurdjura. *digitAR - Revista Digital de Arqueologia, Arquitectura e Artes*, 5, 203-221. [https://doi.org/10.14195/2182-844X\\_5\\_11](https://doi.org/10.14195/2182-844X_5_11)
- Bouacha, F., & Lalaoui, A. (2017). Le Management Du Tourisme Durable En Algérie, Outils Innovants Et Perspectives. *أبحاث اقتصادية وإدارية*, 1, <https://doi.org/10.37136/0504-000-022-020>



**Le Tourisme Patrimonial: Un Pilier de Préservation Culturelle et de Prospérité  
Économique - Cas du parcours des palais de la Casbah d'Alger**

---

- Latreche, C., & Rouag, D. (2020). Tourisme Et Mise En Scène Des Paysages Patrimoniaux Dans Le Parc National D'el Kala. Entre Préservation, Éco Valorisation Et Mise En Tourisme. مجلة العلوم الإنسانية, 436; <https://doi.org/10.34174/0079-031-003-028>
- Condès, S. (2004). Les incidences du tourisme sur le développement. Revue Tiers Monde, 178(2), 269-291.  
<https://doi.org/10.3917/rtm.178.0269>
- PDAU d'ALGER
- PPSMVSS de la CASBAH D'ALGER

## Le tourisme culturel et développement durable en Algérie

Dr. NECISSA Yamina

<sup>1</sup> Université de Blida1 saad dahleb, LABETAP/LABOVAMUS,  
necissa\_yamina@univ-blida.dz

*Published: 01/02/2024*

### Résumé :

Le tourisme culturel se réfère à une forme de tourisme axée sur la découverte et la compréhension des aspects culturels d'une destination. Il contribue à la préservation du patrimoine culturel en attirant l'attention sur sa valeur et en générant des revenus qui peuvent être réinvestis dans la conservation et la restauration des sites. De plus, il favorise les échanges interculturels, encourage la tolérance et la compréhension mutuelle entre les différentes cultures. Cependant, pour préserver la culture de manière durable, il est impératif de comprendre la relation étroite entre la culture le tourisme et le développement durable.

Notre contribution explore en détail les nombreux avantages du tourisme culturel en matière de préservation et de valorisation du patrimoine culturel tout en soulignant son rôle dans le contexte du développement durable des destinations touristiques.

**Mots Clés :** tourisme culturel, potentialités culturelles , développement durable

*Corresponding author:* Necissa Yamina, *e-mail:* [ynecissa@gmail.com](mailto:ynecissa@gmail.com)

## INTRODUCTION

Le tourisme culturel a connu une évolution significative, affirmant sa position en tant qu'acteur majeur des phénomènes économiques et sociaux contemporains. Cette expansion a ouvert de nouvelles perspectives passionnantes pour les habitants du monde, les encourageant à explorer et à découvrir les cultures des autres et de s'imprégner des richesses culturelles des destinations lointaines.

L'une des raisons qui positionne cette forme de tourisme en acteur clé du secteur mondial réside dans son lien étroit avec le patrimoine et la relation symbiotique entre ces deux domaines. Le patrimoine a été largement intégré aux programmes de développement touristique, jouant un rôle crucial en tant que secteur économique à part entière au sein de la société. Les bénéfices les plus notables sont généralement tirés par le tourisme, permettant ainsi au patrimoine de jouer un rôle central dans l'économie et le développement des territoires qui le mettent en valeur.

Le tourisme culturel occupe déjà une part significative de 37 % tandis que des prévisions optimistes anticipent une croissance annuelle de 15% pour ce secteur en plein essor. (OMT 2019)

En effet, l'une des raisons qui positionne cette forme de tourisme en acteur clé du secteur mondial réside dans son lien étroit avec le patrimoine et la relation symbiotique qu'entretiennent ces deux domaines. Dans cette perspective, le patrimoine a été largement intégré aux programmes de développement touristique, jouant un rôle crucial en tant que secteur économique à part entière au sein de la société. De plus, les bénéfices les plus notables sont généralement tirés par le tourisme, permettant ainsi au patrimoine de jouer un rôle central dans l'économie et le développement des territoires qui le mettent en valeur.

De nombreux pays, dont la France et l'Italie, ont pleinement reconnu le potentiel patrimonial du tourisme culturel et ont investi de manière significative dans le développement de ce secteur. Dans cette optique, l'Algérie se distingue également par son riche patrimoine culturel, offrant une multitude de découvertes aux voyageurs, comme la casbah d'Alger, les

vestiges romains de Timgad, les paysages du Sahara, les oasis et les villages berbères pittoresques qui font de l'Algérie une destination culturelle.

C'est pourquoi il est donc important d'adopter une approche responsable et éclairée lors de l'exploration de ces sites emblématiques, afin de préserver leur authenticité et de garantir qu'ils continuent à captiver les générations futures avec leur richesse culturelle et historique

### **1. Définitions des concepts liés au tourisme culturel et développement durable.**

#### **1.1. Le Tourisme culturel :**

Selon la définition adoptée par l'Assemblée générale de l'OMT, lors de sa 22<sup>e</sup> session, le tourisme culturel désigne un type d'activité touristique dans laquelle la motivation principale des visiteurs est, de découvrir, apprendre, expérimenter et profiter des attractions culturelles matérielles et immatérielles d'une destination touristique (OMT 2017).

Le tourisme culturel est un type de tourisme où la culture constitue le fondement pour attirer les touristes. Certains chercheurs l'envisagent également dans le contexte de systèmes touristiques, reconnaissant les interrelations entre les personnes, les lieux et le patrimoine culturel.

#### **1.2 Le tourisme culturel à travers les chartes**

La charte internationale du tourisme culturel 1999 : L'objectif principal de cette charte est d'établir une approche équilibrée et durable du tourisme culturel en mettant l'accent sur plusieurs points (La charte internationale du tourisme culturel 1999) :

- Faciliter et encourager **la participation des acteurs** impliqués dans la conservation et la gestion du patrimoine.
- Promouvoir et gérer le tourisme de manière à respecter et valoriser le patrimoine.
- Favoriser un dialogue entre les intérêts de la conservation et l'industrie du tourisme.
- Encourager la création d'objectifs et de stratégies précis et mesurables pour la présentation et l'interprétation des sites patrimoniaux et des activités culturelles.

- Encourager l'engagement actif de tous les acteurs œuvrant dans les domaines du patrimoine et du tourisme, afin de concrétiser les objectifs définis par la charte.
- Promouvoir la création des guides exhaustifs par les parties concernées, facilitant ainsi l'application pratique des principes énoncés dans la charte dans le cadre d'interventions particulières, en réponse aux demandes des organisations et des communautés d'accueil.

La charte du tourisme culturel patrimonial 2022 : Cette charte vise à renforcer la protection du patrimoine culturel et à accroître la résilience des populations grâce à une gestion responsable et durable du tourisme, ses principaux points incluent (La charte du tourisme culturel patrimonial 2022) :

- Faire du patrimoine culturel et des droits communautaires le socle des politiques liées au tourisme du patrimoine culturel, en fournissant des principes directeurs pour une planification et une gestion responsables.
- Encourager la collaboration et la participation des parties prenantes dans la gestion du patrimoine culturel et du tourisme, en adoptant une approche axée sur les individus et basée sur les droits, avec un accent sur l'accès, l'éducation et le plaisir.
- Guider la gestion du patrimoine culturel et du tourisme en alignant ces activités avec les objectifs de développement durable et la politique climatique des Nations unies.
- Accroître la résilience des communautés locales et du patrimoine culturel en renforçant les capacités, en évaluant les risques, en établissant une planification stratégique et en assurant une gestion adaptée.
- Incorporer les initiatives de durabilité et les actions en faveur du climat dans la gestion du tourisme culturel et du patrimoine culturel.

### **1.3. Le développement durable :**

C'est un concept qui vise à répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire leurs propres

besoins. Il repose sur trois piliers interdépendants : l'économie, l'environnement et le social. (World Commission on Environment and Development. 1987).

Le tourisme durable s'inscrit dans cette perspective et cherche à minimiser son impact négatif sur l'environnement tout en favorisant le bien-être des communautés locales

Dans le contexte du tourisme, le développement durable implique la mise en œuvre de pratiques responsables qui préservent la biodiversité, minimisent les émissions de carbone, respectent les cultures locales, favorisent l'équité sociale et économique, et engagent la communauté locale dans le processus décisionnel

## **2. Tourisme culturel et développement durable**

### **2.1. Promotion d tourisme culturel et patrimoine durable**

Le tourisme culturel et le développement durable peuvent être étroitement liés. Le tourisme culturel, s'il est géré de manière durable, peut contribuer à la préservation du patrimoine culturel et à l'amélioration des conditions de vie des communautés locales. Cependant, il est crucial de mettre en place des pratiques et des politiques qui garantissent que le tourisme culturel est réalisé de manière respectueuse de l'environnement et socialement équitable.

Lorsqu'il s'agit de patrimoine urbain, le tourisme peut contribuer à la préservation et à la valorisation des sites historiques et culturels des villes. Voici quelques points clés concernant le lien entre le tourisme culturel et développement durable. Le tourisme dans une perspective de développement durable offre aussi une occasion d'éduquer les visiteurs sur l'importance du patrimoine et de sensibiliser à sa préservation. Les sites historiques peuvent servir de plates-formes pour raconter l'histoire et la culture d'une ville, en soulignant leur valeur et en stimulant l'intérêt pour leur protection.

### **2.2. Gestion des flux touristiques pour minimiser les impacts négatifs sur le patrimoine et l'environnement local :**

Les communautés jouent un rôle essentiel dans la gestion du patrimoine urbain durable. Voici quelques aspects clés de leur contribution :

Identité et appropriation : La participation active des communautés dans la gestion du patrimoine permet de préserver son authenticité et de renforcer le sentiment d'appartenance à la communauté.

Conservation et rénovation : Elles peuvent également s'impliquer dans des initiatives de réhabilitation et de restauration, en veillant à ce que les travaux respectent l'intégrité historique et architecturale.

Gestion participative : L'implication des communautés garantit que les décisions prises tiennent compte des besoins et des intérêts de la communauté, favorisant ainsi un développement durable.

Éducation et sensibilisation : En impliquant les résidents, les écoles et les organisations locales, les communautés contribuent à la transmission des connaissances et à la valorisation du patrimoine urbain.

Innovation et développement économique : Les initiatives de réutilisation créative des bâtiments historiques ou des espaces publics peuvent stimuler l'activité économique et renforcer l'attractivité touristique d'une région.

### **2.3. Initiatives de développement économique local basé sur patrimoine :**

Les initiatives de développement économique local basées sur le patrimoine sont des projets qui utilisent les ressources culturelles, historiques et naturelles d'une région pour stimuler l'activité économique locale. Ces initiatives sont axées sur la préservation, la valorisation et l'utilisation durable du patrimoine pour générer des avantages économiques, sociaux et environnementaux. Voici quelques exemples d'initiatives de développement économique local basées sur le patrimoine :

Tourisme culturel : Le tourisme culturel consiste à attirer des visiteurs dans une région en mettant en valeur son patrimoine culturel. Cela peut inclure des sites historiques, des monuments, des festivals, des traditions artisanales, des musées et des événements culturels. Le tourisme culturel génère des revenus pour les entreprises locales, crée des emplois dans le secteur touristique et contribue à la préservation du patrimoine.

Artisanat et produits locaux La promotion de l'artisanat local et des produits régionaux est une autre initiative de développement économique

basée sur le patrimoine. En soutenant les artisans locaux et en encourageant la production et la vente de produits traditionnels, on stimule l'économie locale tout en préservant les savoir-faire traditionnels et en valorisant le patrimoine culturel.

**Hébergement et restauration :** La réhabilitation de bâtiments historiques pour en faire des hébergements ou des restaurants de qualité peut contribuer à la revitalisation économique d'une région. Cela crée des opportunités d'emploi et favorise la conservation du patrimoine bâti.

**Événements culturels et festivals :** L'organisation d'événements culturels et de festivals mettant en valeur le patrimoine local attire les visiteurs, favorise les échanges culturels et crée une demande pour les services locaux tels que l'hébergement, la restauration, les transports, etc.

**Routes touristiques et circuits thématiques :** Ces itinéraires peuvent inclure des sites naturels, des monuments historiques, des musées, des ateliers d'artisans, des fermes traditionnelles, etc. Cela encourage les visiteurs à explorer la région plus en profondeur, à prolonger leur séjour et à dépenser localement.

**Écotourisme :** L'écotourisme met l'accent sur la préservation de l'environnement naturel et la sensibilisation à la biodiversité locale. Il peut inclure des activités telles que l'observation des oiseaux, les randonnées, les visites de parcs naturels et les excursions en plein air.

### **3. Cas de l'Algérie**

La loi n° 06-04 de 2006 relative à la promotion et au développement du tourisme en Algérie joue un rôle central en fournissant un cadre général pour le développement de toutes les formes de tourisme, y compris le tourisme culturel. (JO.2006). Parallèlement, la loi n° 98-04 de 1998 relative à la protection du patrimoine culturel établit les mesures nécessaires pour sauvegarder, conserver et valoriser le patrimoine culturel algérien. (J O.2006)

Avec l'introduction du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT) horizon 2025, La politique touristique prend un tournant majeur en redéfinissant le secteur du tourisme comme catalyseur.



Dans cette optique, l'objectif du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique à l'horizon 2025 « SDAT 2025 », partie intégrante du Schéma National d'Aménagement du Territoire « SNAT 2025 », trouve ses fondements et ses directives dans la loi 02-01 du 12 décembre 2001 relative à l'Aménagement du Territoire et au Développement Durable. ( Arzour Abada.R, Foura.S.(2019).

En conséquence, le SDAT 2025 représente l'ossature de la nouvelle politique touristique en Algérie et vise à valoriser le potentiel touristique du pays en mettant l'accent sur cinq enjeux clés qui se déclinent comme se déclinent comme suit :

- Accroître les recettes en devises et stimuler l'économie
- Créer les opportunités d'emplois,
- Favoriser le développement local,
- Mettre en valeur le patrimoine et la promouvoir l'image de l'Algérie à l'échelle internationale.

Par ailleurs, le SDAT 2025 présente cinq orientations clés pour repositionner le secteur touristique algérien. Dans cette démarche, la première orientation consiste à valoriser l'attractivité de l'Algérie en créant une image lisible et séduisante pour les touristes nationaux et internationaux. Cela sera accompli en mettant en œuvre le plan d'action « Destination Algérie » qui comprend une stratégie marketing, un plan opérationnel d'action et un dispositif d'observation touristique. (J.O.2006).

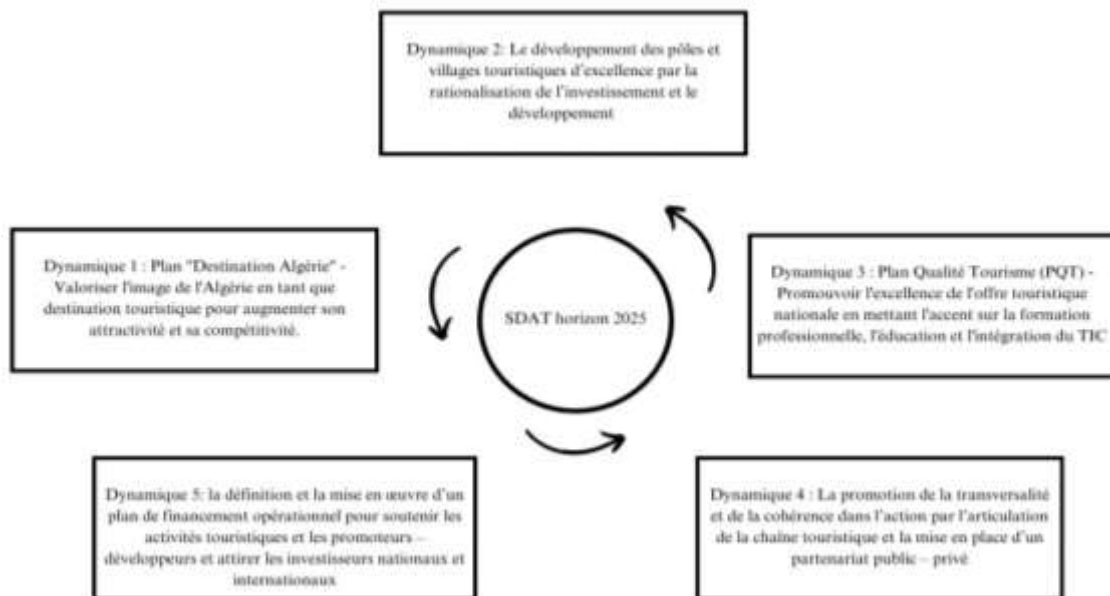
En parallèle, la seconde orientation se concentre sur l'aménagement des pôles et villages touristiques d'excellence. Ces pôles sont sélectionnés en fonction de leurs potentialités et représentent des catalyseurs pour développer progressivement l'ensemble du territoire. Chaque pôle englobe des villages touristiques d'excellence et des hôtels de chaîne internationale, permettant de générer des activités économiques et des emplois. (J.O.2006).

En complément de ces dynamiques, la troisième orientation du SDAT 2025 consiste en l'élaboration d'un Plan Qualité Tourisme « PQT » visant à améliorer la qualité de l'offre touristique en Algérie. Pour ce faire, cette initiative repose sur la mise en place des formations destinées aux professionnels du secteur, ainsi que sur l'intégration des technologies de l'information et de la communication. De même, des accords de licences

« Qualité tourisme » seront établis avec certains acteurs partenaires, tels que des hôtels étoilés, des restaurants haut de gamme, des agences de voyage et les principaux offices locaux de tourisme. (J.O.2006).

La quatrième orientation met en évidence l'importance des partenariats intersectoriels pour favoriser le développement du secteur touristique. En effet, le tourisme étant étroitement lié à divers aspects de l'économie et de la société, il est nécessaire de mobiliser l'ensemble des acteurs concernés par l'émergence d'une économie touristique. Dans cette perspective, le SDAT propose de consolider les objectifs du secteur touristique dans un cadre partenarial rassemblant tous les acteurs impliqués, tant au secteur public que privé. De cette manière, de nouveaux organes locaux, tels que le conseil de wilaya de développement touristique et les offices locaux du tourisme, seront instaurés pour faciliter la concertation et la consultation entre les différents acteurs. (ARZOUR, FOURA, 2019)

En parfaite continuité, la cinquième orientation s'intéresse au plan de financement du tourisme, lequel prévoit une série d'actions en faveur de l'investissement touristique. En prenant en compte la nature spécifique de ces investissements, le SDAT propose des mesures incitatives ainsi que des dispositifs techniques et juridiques pour soutenir les investisseurs, les promoteurs et les porteurs de projets. En réalité, l'objectif est d'attirer et de sécuriser les grands investisseurs nationaux et étrangers, de protéger et d'accompagner les petites et moyennes entreprises touristiques « PME », et de parvenir l'arrêt et l'enlisement des projets touristiques. (ARZOUR, FOURA, 2019).

**Fig. 1:** Les dynamiques du SDAT 2025.

**Source:** SDAT 2025

Le SDAT 2025 suscite particulièrement notre intérêt en raison de sa focalisation sur la mise en valeur du patrimoine historique, culturel et culturel. En effet, l'économie touristique est intrinsèquement liée au territoire qui se révèle comme un lieu d'expression de l'histoire et de la diversité culturelle. De plus, les éléments constitutifs du patrimoine territorial, qu'ils soient humains, naturels, climatiques ou historiques, jouent un rôle déterminant dans la création de l'image, l'attractivité, du positionnement et de la production touristique. Ainsi, le territoire devient l'endroit où les touristes se déplacent, produisent et consomment, et les acteurs locaux, qu'ils soient publics, privés ou associatifs, peuvent contribuer à la production touristique. (SDAT 2025)

D'autre part, le SDAT 2025 identifie six segments porteurs qui ouvrent les perspectives de développement prometteuses du tourisme algérien. Ces segments incluent le tourisme balnéaire, le tourisme saharien, le tourisme culturel, le tourisme de santé et de bien-être, ainsi que le tourisme de niche. Chacun de ces pôles se concentre sur une thématique

principale tout en intégrant harmonieusement d'autres thématiques complémentaires, évitant ainsi de se limiter sur un seul aspect. (SDAT 2025)

Le SDAT a élaboré une stratégie avec des actions visant à valoriser le riche patrimoine historique et culturel de l'Algérie. Et qui se concrétise à travers plusieurs axes (SDAT 2025) :

Tout d'abord, le schéma envisage une mise en valeur des sites historiques avec une politique de préservation et la création de circuits touristiques pour faciliter leur découverte. Ensuite, l'offre muséographique est prise en compte, grâce à l'établissement d'un schéma national visant à structurer et enrichir les musées existants. Parallèlement, des actions de promotion ciblant la population locale seront développés, ainsi que des initiatives pédagogiques visant sensibiliser les scolaires à l'importance du patrimoine culturel. (SDAT 2025)

Le tourisme culturel bénéficie donc d'une attention particulière, avec un soutien accru pour les événements et les pratiques religieuses spécifiques, tels que le Mawlid El Nabaoui et la Zaouïa Tidjania à Ain Madhi.

En somme, ces différentes recommandations et actions ont pour but de soutenir la mise en tourisme de l'Algérie, en exploitant pleinement son riche patrimoine historique, culturel et culturel. L'objectif est de développer des offres touristiques diversifiées et attractives pour les visiteurs locaux et internationaux, renforçant ainsi l'attrait du pays en tant que destination touristique incontournable. (SDAT 2025).

### **CONCLUSION :**

L'État algérien s'est engagé dans une stratégie de développement du tourisme durable, laquelle se manifeste concrètement à travers diverses initiatives. Cette stratégie de développement touristique met un fort accent sur le tourisme durable et trouve un exemple concret dans le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique « SDAT », une ressource théorique d'une grande richesse en matière de planification et de programmation pour le tourisme durable.

Ainsi, il devient essentiel de considérer des mesures plus exhaustives et mieux adaptées pour garantir une préservation et une mise en valeur optimales du riche héritage culturel et historique de l'Algérie.

La mise en œuvre d'une stratégie de tourisme culturel peut non seulement préserver et valoriser le patrimoine historique, mais aussi revitaliser les villes, stimuler l'économie locale et enrichir l'expérience des visiteurs.

Pour assurer un développement durable, il est impératif d'adopter des pratiques touristiques responsables, favorisant la préservation de l'écosystème, le respect des traditions locales et la promotion d'une économie inclusive et en intégrant des principes durables dans la planification et la gestion du tourisme culturel.

### **Liste Bibliographique :**

#### **Ouvrages :**

- Butowski, L. (2016). *Tourism: From Empirical Research Towards Practical Application*. BoD – Books on Demand.
- Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles 2009. (2009). Institut Statistique de l'UNESCO.
- Du Cluzeau, O. C., & Michaud, J. (2013). *Le tourisme culturel : Dynamique et prospective d'une passion durable* (1re éd.). DE BOECK SUP.
- Mckercher, b., & cros, h. d. (2012). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Taylor & Francis Group.

#### **Articles**

- Arzour Abada, R., Foura, S. (2019). *Le tourisme en Algérie un choix ou une évidence ?* International Journal of Human Settlements.
- Weigert, M. (2012). *Le tourisme en Tunisie : Les défis à l'heure de la transition démocratique*.
- Báez, J. J., & Parra, I. D. (2019). *Gentrification, transnational gentrification and touristification in Seville, Spain*. Urban Studies.

- Belyazid, S., Haraldson, H., Kalén, C., & Koca, D. (2001). A sustainability assessment of the urban rehabilitation project of the medina of Fez, Morocco. In System Dynamics Society, 19th International Conference of the System Dynamics Society.
- Galant, I. (2019). " Cuando paso por el puente, Triana..." Représentations du faubourg sévillan dans les guides de voyage (XIX e-XXI e siècles). Crisol.
- González, P. E. G., & Mendoza, J. R. R. (2014). Introducción al turismo. Grupo Editorial Patria.
- Harroud, T. (2018). D'une approche interventionniste de la réhabilitation du patrimoine à une approche inclusive de la population locale. Exemple de traitement des constructions délabrées dans la médina de Fès au Maroc.
- Park, H. Y. (2010). Heritage tourism. Annals of Tourism Research.
- Pini, D. (2021). Patrimoine et développement durable dans les villes historiques du Maghreb contemporain guide d'orientation et formation.
- Richards, G. (2020). Heritage and tourism: A shared concern for locals and visitors. World Heritage Management, Urban Planning and Sustainable Tourism. Studienverlag, Vienna.
- Zadel, Z., & Bogdan, S. (2013). Economic Impact of Cultural Tourism. UTMS Journal of Economics.

### **Chartes et conventions :**

- Charte internationale du tourisme culturel 1999 - International Council on Monuments and Sites.
- Charte internationale de l'ICOMOS pour le tourisme du patrimoine culturel (2022).
- Journal Officiel de la République Algérienne. (2006, 8 mars). N° 14.

### **Mémoires et thèses :**

- Idir.S.I.(2013). Valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : cas des régions de Béjaïa en Kabylie et Djanet dans le Tassili n'Ajjer. Economies et finances. Université de Grenoble.

- Charai.Z.(2014). Les effets du tourisme sur l'identité culturelle : le cas de la médina de Fès. Sciences de l'information et de la communication. Université Nice Sophia Antipolis.

## Le site archéologique de Djemila pour un tourisme et un développement durable local

**Dr. Abderrahim Nabila**

Institut d'architecture et d'urbanisme de Blida  
Architecte qualifiée des monuments historiques  
nabilaabde@hotmail.fr

*Published: 01/02/2024*

### **Résumé :**

De nombreux pays repensent leur patrimoine archéologique comme une richesse et un atout majeur dans leur développement culturel et économique, notamment le patrimoine rural comme catalyseur régional. Le patrimoine devient un argument clef et en cela les politiques actuelles tablent sur cette alternative pour tenter de soutenir, voire de développer des dynamiques régionales et générer des richesses, tout en tentant de s'intégrer au concept de durabilité. Le patrimoine semble répondre à cette attente du fait de sa disposition et sa nature à insérer cette synergie, notamment, les biens qui bénéficient du label important de patrimoine mondial. Les biens du patrimoine mondial « peuvent supporter différentes utilisations, présentes ou futures, qui soient écologiquement et culturellement durables » (Orientations du comité du patrimoine, 2005).

On ne peut dissocier un site archéologique de son territoire et toute action d'aménagements entreprise sur ce même territoire se doit d'élaborer une démarche de réflexion et d'intégration du bien archéologique selon les échelles d'interventions « Le patrimoine constitue donc bien un écosystème dont tous les éléments sont interdépendants. Mais sa valorisation varie avec l'échelle du territoire » (Michel Vernières, 2012).

*Corresponding author: Abderrahim Nabila, nabilaabde@hotmail.fr*



Notre intervention s'intéresse à un site d'envergure « Djemila » classé au patrimoine de l'Unesco en 1982, et qui pose la problématique de sa réelle attractivité culturelle et de sa gestion.

Ce dernier n'a pas vu d'évolution conséquente depuis les dernières découvertes sur site dans les années cinquante. Nous proposons de mettre en exergue cet aspect et d'apporter quelques réflexions et orientations à la préoccupation de mise ne valeur de ce site rural, en misant sur l'aspect touristique du site et de la région d'une part et argumenter la notion de développement local.

**Mot clés :** Djemila, site archéologique, valorisation, attractivité culturelle et touristique, développement local.

**Abstract :**

Many countries are rethinking their archaeological heritage as a wealth and a major asset in their cultural and economic development, particularly rural heritage as a regional catalyst. Heritage is becoming a key argument and current policies are banking on this alternative to try to support, or even develop, regional dynamics and generate wealth, while trying to integrate into the concept of sustainability. Heritage seems to meet this expectation due to its disposition and its nature to incorporate this synergy, in particular, the properties which benefit from the important label of world heritage. World Heritage properties “can support a variety of uses, present or future, that are ecologically and culturally sustainable” (Heritage Committee Guidance, 2005).

We cannot dissociate an archaeological site from its territory and any development action undertaken on this same territory must develop a process of reflection for the integration of the archaeological property according to the scales of intervention "Heritage therefore constitutes an ecosystem all elements of which are interdependent. But its valuation varies with the scale of the territory” (Michel Vernières, 2012). Our intervention focuses on a large-scale site “Djemila” classified as a UNESCO heritage site in 1982, and which raises the issue of its real cultural attractiveness and its management.

The latter has not seen any significant development since the last discoveries on site in the 1950s. We propose to highlight this aspect and to

bring some reflections and orientations to the concern of promoting this rural site, by focusing on the tourist aspect of the site and the region on the one hand and arguing the notion of local development.

**Keywords:** Djemila, archaeological site, valuation, cultural and tourist attractiveness, local development.

### **1) Introduction :**

La sauvegarde des sites archéologiques et la conservation de leurs valeurs imposent la nécessité d'actualiser et de définir des stratégies de conservation conformément aux nouvelles approches en matière de sauvegarde et de gestion, notamment pour les sites classés patrimoine de l'Unesco. Le bien se voit contraint d'opérer ce changement et d'insérer un processus de mise en valeur adéquat mais d'être également un acteur de développement. La préoccupation portée au patrimoine archéologique algérien trouve sa motivation dans le fait que très peu de sites sont inscrits dans une démarche de conservation adéquate. Souvent livrés aux aléas du temps, ils sombrent parfois dans l'oubli et manquent cruellement de visibilité culturelle et de valorisation.

Notre intérêt s'est portée sur un site d'envergure reconnu, le site archéologique de Djemila classé patrimoine mondial en 1982. Un site qui compte parmi les plus importants sites archéologiques de l'Algérie de par l'ampleur, la nature des vestiges et la charge mémorielle et culturelle qu'il représente, c'est un patrimoine d'exception qui nécessite d'être appréhendé de manière conséquente pour une réévaluation.

Le site connaît des carences et des problématiques liées à divers facteurs. Cette approche met en lumière certains de ces aspects et propose une réflexion sur la possible évolution du site de son attractivité culturelle et touristique et comme potentiel pouvant soutenir un développement local durable, afin de s'inscrire dans cette optique de faire du patrimoine un argument qui soutiendrait l'économie nécessaire aux sociétés. Les économies locales mettent souvent en avant l'attractivité de leur potentiel, notamment patrimonial, qui constitue non seulement une valeur mais un argument qui peut inciter à développer des stratégies et réflexions, qui

dynamiseraient la région et pourraient construire sur la base de ce potentiel une économie durable, afin d'assurer un développement aux communautés locales. Le tourisme et l'échange sont des facteurs clé sur lesquels s'appuie cette dynamique en majorité.

## 2) Données contextuelles

Djemila l'antique « Cuicul », est située dans les hautes plaines de Sétif plus précisément à 45 km au Nord-Est de cette dernière, à une altitude de 900 m. Elle fut fondée en 96 AP JC « L'administration impériale y installe une colonie de vétérans dont chacun reçoit une concession de terres. » (Albertini E,1924). La ville antique s'étend sur plus de 30 hectares elle est au départ presque entièrement enseveli sous terre et c'est une succession de découvertes qui vont la révéler progressivement et devenir un terrain d'investigation. Les premières fouilles débutent vers 1909 et s'achèvent dans les années cinquante. La ville prend sa configuration définitive après la découverte du quartier ouest dans les années 50 et c'est quelques années plus tard que les fouilles s'arrêtent définitivement. Le site a maintenu sa configuration initiale ainsi que son mode de gestion et ce en dépit d'un classement. Aujourd'hui deux entités définissent le site de Djemila, le musée construit à l'époque des fouilles et la vieille ville faite de ruines et de monuments pour la plupart reconstitués à l'époque coloniale, temples, demeures, arcs ..., sa configuration présente un urbanisme particulier adapté au relief. La ville antique s'insère dans une forme de naturalité, par une symbiose qui combine ruine et paysage naturel, c'est un des atouts majeurs de cette région montagneuse. Deux oueds entourent la ville pour se réunir au nord, l'oued Guergour appelé également oued Djemila situé à l'Ouest et à l'est l'oued Betame.

## Le site archéologique de Djemila pour un tourisme et un développement durable local

---



Figure 1 : Le site archéologique de Djemila (logiciel google earth)



Figure 2 : Arc de Triomphe  
(photo auteure)



Figure 3 : Vue sur les therms et la maison de Bacchus  
(ph. auteure)

Le site est sous la tutelle du ministère de la culture et géré par l'office des biens culturels qui se charge de son exploitation. Ce dernier est populaire et accueille de nombreux visiteurs notamment des locaux. Il reçoit plus de 70 000 visiteurs par an et est ouvert sept jours sur sept de 7h 30 du matin au crépuscule. Les périodes propices à sa fréquentation sont les vacances en particulier celles de printemps. Ce sont principalement des nationaux, des villes de proximité ainsi que les gens du village. Le site peut à certaines périodes connaître une affluente massive comme en témoignent les statistiques de 2017 qui totalisaient en décembre, 97946 visiteurs. La majorité des fréquentations sont dû à la présence des enfants et jeunes dont l'affluente est importante lors de visites scolaires et excursions.

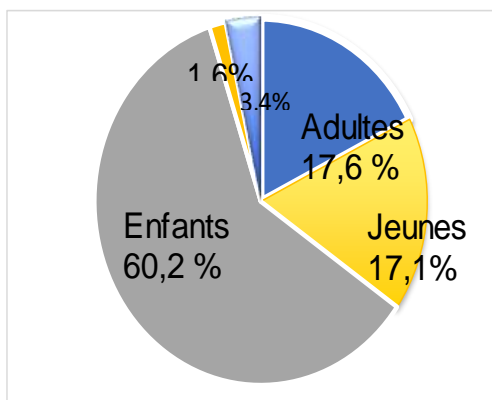


Figure 4 : Pourcentage et catégories globales de visiteurs

Au delà de la rituelle visite rien n'évolue et le site devient une aire de détente dans laquelle il fait bon vivre, le sentiment d'un grand parc lapidaire avec une connotation culturelle qui n'est pas toujours mise en avant, un espace récréatif où les visiteurs se plaisent à déambuler. Certaines zones sont de part leur intérêt soumises à plus d'affluente ce qui amène à définir des espaces continuellement fréquentés avec plus d'impact réunissant plus de monde au même endroit comme c'est le cas du grand forum. Le site manque cruellement de visibilité culturelle et de compréhension ainsi que d'infrastructure pouvant étayer le message culturel. Aucune introduction médiatique extérieure, aucune signalétique ou panneau à l'entrée, ce qui

## **Le site archéologique de Djemila pour un tourisme et un développement durable local**

---

entrave la nécessaire connexion avec le public dans une démarche de préparation, afin de susciter l'intérêt et donner un statut au site en rapport à son contexte de proximité. Même constat à l'intérieur de la vieille ville, absence de tous mobiliers d'interprétation, panneaux signalétiques, découverte, outils didactiques, fiche thématique, aménagements adéquats sachant que le site se doit d'être accessible à toutes les catégories. Il existe quelques prospectus mais pas toujours disponibles au vu de leur édition limitée. Il y a obsolescence d'infrastructures, moyens et ressources de gestion administrative en plus d'un personnel insuffisant et débordé, le site emploie une soixantaine de gardiens juste à sa la surveillance.

L'état de conservation des ruines n'altèrent pas les valeurs qui ont déterminé son classement mais au vu des détériorations que subissent certaines structures il y a préoccupation, d'autant qu'aucune stratégie de conservation à moyen et long terme n'a été mise en œuvre. On note les risques naturels dont l'érosion, infiltration d'eau, détériorations des mortiers, déstabilisations des murs... La fragilité de certains murs dû à leur vétusté et au climat, Hypocaustes, bassins viviers des péristyles, murette en mosaïques, dalles de schiste (Akli Ikherbane, 2015), le risque de vandalisme, pour ne citer que ces derniers. Le manque de visibilité du site dans son évolution pose problématique. Malheureusement aucune investigation scientifique n'a vu le jour ou recherches conséquentes, fouilles, réévaluations du matériel archéologique existant voire même une démarche de conservation et de gestion appropriée.

Le site a commencé à recevoir le public dans les années 1925 avec les premiers circuits de visite sur la base du guide de Ballu architecte en chef à l'époque et responsable des fouilles. Par la suite un circuit de visite élaboré par Albert Fevrier dans les années soixante, la ville était déjà complète, a servi de guide. C'est encore aujourd'hui ce circuit qui reste d'actualité pour visiter Djemila. Mais là aussi une réelle stratégie de découverte culturelle et de présentation de monuments s'impose au visiteur qui est toujours curieux de découverte. Comme le montre les statistiques, la fréquentation des enfants est importante ceci nécessite une gestion adéquate réservée à ce jeunes public mais il est nécessaire de rendre le message culturel accessible

aux autres visiteurs, afin que le site ne soit pas seulement vécu comme un espace de détente pour les vacances scolaires.



Figure 5 : Ruine du quartier Ouest  
(ph. Auteure)



Figure 6 : Etayement du mur du cardo secondaire  
(ph. auteure )

La visite du site comprend au départ le musée qui représente un des atouts importants du site. Il est considéré comme un des plus beaux musées de site. Ce musée reste incomparable au vue de la richesse des mosaïques qui sont d'une grande valeur culturelle et de savoir-faire. Il y a plus de 1200 m<sup>2</sup> de mosaïques qui tapissent les murs et certains sols. C'est un musée atypique qui s'est construit progressivement en fonction des besoins écartant toute réflexion préalable liée à une idée de musealisation normative et nécessite aujourd'hui de répondre aux véritables intentions culturelles du site. Il est composé de trois salles la première fut construite en 1911, la suivante en 1915 et la dernière vers 1930.

## **Le site archéologique de Djemila pour un tourisme et un développement durable local**

---

Ce dernier devient vétuste et dépassé, son état est préoccupant. La région est très humide, les mosaïques subissent les importants écarts de température saisonniers ainsi que l'action du gel qui prévaut parfois dans cette région, on note que pour l'année 2005 la température est descendue à - 9. On ne compte pas les attaques bactériennes, des mortiers vieillissants inadaptés, l'exposition à l'air et la lumière. Les problèmes du musée sont déjà très anciens. Les travaux d'urgence se résument à des actions ponctuelles selon les cas. Le musée manque de moyen de suivi. Pas assez d'explicatifs, aucune introduction de type numérique, artefacts en réserves inexploités. La surface réduite de ce musée fait que l'on ne s'y attarde pas trop.

Face à ce bâtiment se trouve un musée lapidaire en plein air « le jardin lapidaire » fait de stèles, personnages et inscriptions provenant des fouilles, un espace ombragé très apprécié des visiteurs

Le musée comme rôle d'interface entre le public et le site nécessite des niveaux d'interaction et de diffusion pour soutenir sa compréhension. Le musée de Djemila pose la problématique de sa conservation et sa mise aux normes muséales.



Figure 7 : Vue intérieure du musée  
(Ph. auteure)





Figure 8 : Façade du musée (ph. auteure)

La commune de Djemila englobe 155,64 km<sup>2</sup> dont 75% de reliefs et montagnes ( جريدة الموارد و المنشآت القعدية، بلدية جميلة، 2011، جميلة ) sa vocation est agropastorale avec 6604 hectares ( جريدة الموارد و المنشآت القعدية، بلدية جميلة، 2011، جميلة ). Aujourd'hui le village compte plus 27000 habitants, 50% de la population, a entre 19 et 39 ans. La commune fut érigée récemment en chef lieu de Daira, ce qui implique une demande accrue en infrastructure. Dans le domaine artisanal on note une faible activité développée en direction du tourisme ( جريدة الموارد و المنشآت القعدية، بلدية جميلة، 2011، جميلة ). Les perspectives d'activités pérennes et évolutives sont réduites, la population travaille au grès des opportunités et de la demande du moment qui s'offre, élevage, construction mais en même temps veut s'assurer un emploi stable privilégiant une rente régulière. Beaucoup d'habitants se délocalisent et vont travailler dans d'autres villes. Malgré cet immense potentiel que représente ce site classé, l'économie de la commune est des plus pauvres avec un taux de chômage de 46% ( جريدة الموارد و المنشآت القعدية، بلدية جميلة، 2011، جميلة ). L'agriculture représente l'activité principale avec 42 % suivi de l'administration 28 % ( جريدة الموارد و المنشآت القعدية، بلدية جميلة، 2011، جميلة ). Les autres secteurs d'activités se résument en faible pourcentage, au commerce, un peu l'industrie, des services et construction et travaux publics. Les zones rurales connaissent un affaiblissement de leur

## **Le site archéologique de Djemila pour un tourisme et un développement durable local**

---

population principalement dû à l'exode rural vers les grandes villes à la recherche d'emploi et de stabilité.

Il est à noter qu'aucune activité ne prend appui sur le patrimoine et le tourisme comme ressource essentielle quand on imagine la proximité d'un site de cette ampleur localement et régionalement. Les infrastructures d'accueil sont très faibles malgré l'affluence au site à certaine période et qui nécessite de passer du temps, idem pour les structures de restauration qui se réduisent à de petits cafés et une restauration rudimentaire. Très peu d'offre en matière d'hébergement à part une auberge de jeunesse et une deuxième auberge non encore totalement opérationnelle. On compte quelques 140 lits. Les infrastructures et les commodités faisant défaut y compris pour les résidents nationaux cela n'encourage pas le séjour sur place. Pourtant on note qu'il y a un encouragement à l'investissement dans la construction hôtelière (Agence de développement social, Carte social de la commune de Djemila,)

L'activité commerciale artisanale se limite à quelques semblant de boutiques situées près de l'entrée de ce dernier mais de médiocre qualité. Il n'y a apparemment pas de production artisanale qui puisse distinguer Djemila en ce sens, pourtant le site est populaire depuis son classement mais surtout depuis 2003 grâce au festival de la musique arabe qui a lieu chaque année, c'est une option mais qui n'est pas toujours en conformité avec le bien et sa protection. Le festival draine un public important et donc un tourisme plus de loisir. Le festival ayant causé des dégâts sur le site, a été délocalisé à proximité. Cette initiative a le mérite d'amener du public de favoriser des emplois saisonniers aux jeunes chômeurs, pour une région déshéritée (Algérie presse service 2010) mais sa teneur ne correspond pas à l'objectif culturel du site (Sellami T, cadre technique de Djemila) . Les journées du patrimoine sont considérées comme positive pour le site qui profite de cette occasion pour animer des activités au sein du site, sinon très peu d'activités sont organisées.

Au niveau contexte et environnement immédiat, le site est entouré au sud par la commune de Djemila qui prend de l'ampleur et s'étale continuellement, un aspect de préoccupation majeur pour le site, qui pose la

problématique de l'empiètement du bâti sur les espaces environnant du site, affectant l'intégrité de ce dernier. Sur une période de 15 ans le site a vu sa partie Sud-Est nettement enserrée de bâtisses, une densification du pourtour immédiat, qui comprend la zone Est et celle longeant le cours de l'oued à l'Ouest. Le bâti en question relève essentiellement du privé ce sont des auto- constructions de bâtisses individuelles. En cela les abords sont affectés par ces construction qui occupent l'espace voire les limites de la zone tampon et qui altèrent le paysage visuel autour du site. « Bâti environnant qui peinent à être régulé on parle d'une véritable catastrophe » (Cadre technique du site de Djemila). Les constructions autour du site n'offrent aucune référence typologique inspirée d'un bâti local, pouvant argumenter une implantation et une densification d'un bâti rural propre à la région. La plupart du temps ce sont des constructions dans un model architecturale endémique actuel, maisons inachevées, pas de revêtement sur deux ou plusieurs niveaux, offrant un paysage inesthétique et chaotique. Les abords du site jouent un rôle prépondérant dans la démarche de mise en valeur, ils sont considérés comme partie intégrante de l'évolution de ce dernier et incèrent cette connexion patrimoniale. Ce bâti envahissant qui porte préjudice au site depuis plusieurs années a été signalé mais le problème perdure et les autorités par manque d'implication ou par dépassement sont désarmées face à la situation.



Figure 9 : Constructions en arrière-plan du forum (ph auteure)

### **3) Potentiel et arguments de valorisation et d'attractivité**

A l'échelle de son environnement régional, hormis le point de mire que représente Djemila dans l'état actuel, les communes limitrophes ne possèdent pas de caractéristiques marquantes ou du moins aucun développement culturel conséquent, n'a vu le jour dans ces régions, pour la plupart leur vocation majeure étant agricole et pastorale. Il n'en demeure pas moins que certaines offrent des potentialités pouvant être mises en réseau avec le site de Djemila ou du moins contribuer à véhiculer un attrait culturel pour la région, par une médiatisation et des supports au processus de découverte de ces entités historiques. Ce territoire n'est pas exempt d'évènements ou de faits historiques. Nous savons la commune de Beni Aziz anciennement nommée Chevreul du nom du chimiste français Michel Eugène Chevreul et qui possède le site archéologique d'Ikjan. On a découvert à Ikjan trois strates d'occupation, une période islamique, une phase antique et une période préromaine. Ce site emblématique dont aucun travail d'investigation n'a vraiment vu le jour depuis sa découverte représente le point de départ de la puissance militaire fatimide (Georges Marcais, (1919)) et un atout considérable pour la connaissance de cette période de l'histoire. Un plan de mise en valeur est en étude. Ain Kebira non loin, fut une nécropole romaine. El Eulma son patrimoine historique abrite le site archéologique de Tarlist, ( Labrousse Michel, 1938), elle est également un référent symbolique puisqu'elle serait le lieu de naissance du dernier calife fatimide du Maghreb El Muiz Al din Allah. On cite également Ain Boucherit dans la daïra de El Eulma ou fut découvert un parmi les plus anciens sites préhistoriques au monde, 2,4 millions d'années, attestant la présence d'hominidés.

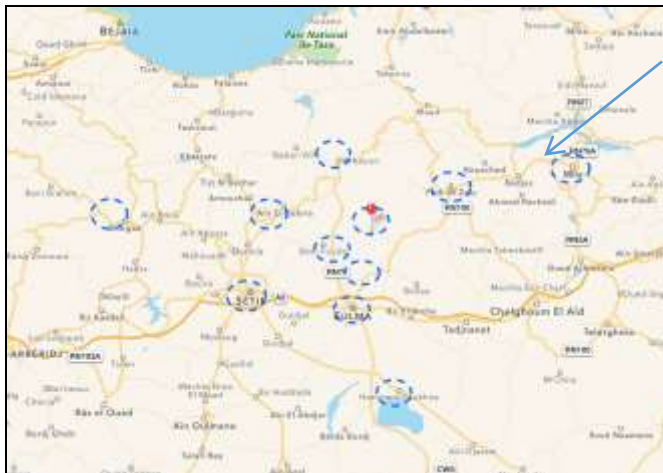


Figure 10 : Djemila et les différentes communes de la wilaya de Sétif possédant un potentiel patrimonial et touristique (Elaboration sur image google maps)

Le site de Mons (Beni Fouda) sur la voie antique venant de Djemila où il persiste de cette municipalité romaine les ruines d'une forteresse et d'un temple. Depuis quelques années on déplore l'abandon du site et les constructions illicites sur cette zone, ce dernier est actuellement classé. Dans la wilaya limitrophe se trouve le palais de l'Agha Djane el hakem classé patrimoine national, siège du représentant du dey de Constantine et qui a fait l'objet d'une étude de restauration en 2008 afin d'en faire un musée au bénéfice de la ville, ce dernier comporte un jardin de plus de 2000 m<sup>2</sup>. La wilaya de proximité Mila possède une des plus anciennes mosquées omeyyades du Maghreb datant de 678 ap JC. En 2012, elle incère le programme d'étude du plan de sauvegarde de la ville, il existe également dans cette région d'autres élément d'attrait touristique notamment le tourisme de cure thermale.

## Le site archéologique de Djemila pour un tourisme et un développement durable local

---



Figure 11 : Le site de Mons  
(<https://setif.info/article1694.html>)

La wilaya de Sétif compte un potentiel à caractère thermal très intéressant, les sources d'eau chaude du hammam Guergour, principal revenu de la commune et la station thermale hamman Soukhna, qui se place en deuxième position en termes de fréquentation après Guergour. Les complexes thermaux de la région ont accueilli près d'un million de curistes en 2018, on déplore des structures qui sont encore loin des normes en matière de prises en charge des curistes (Journal Liberté 2019).

Les réflexions en matière de développement touristique comme le SDATWS (Schéma directeur d'aménagement touristique de la wilaya de Sétif) propose une stratégie de développement touristique qui prévoit 14 pôles, 4 pôles structurant dont le pôle touristique de Djemila fait partie (plan d'aménagement-touristique wilaya de Sétif) les quatre pôles structurants se définissent comme tel : Pôle de Sétif (Tourisme d'affaire et de ville), Pôle Hammam Guergour, Pôle Hammam Sokhna (Tourisme Thermal), Pôle Djemila. (Tourisme culturel).

Le schéma touristique prévoit 9 ZEST (zone d'expansion et site touristique), dont celle de Djemila, 142 hectares sont prévus dont 28 h pour l'hébergement. Cet aménagement prévu dans la commune Djemila avance comme argument la mise en valeur du site, le développement de loisirs et détente mais aussi une structure pour la recherche archéologique.

Reste qu'une telle option nécessite une réelle concertation au vue de l'implantation de cette zone et de son impact qui ne sera pas sans conséquence sur le site au regard de sa localisation.

SDAT SÉTIF 2030 FICHE TECHNIQUE				
SITE À VOCATION TOURISTIQUE PROPOSÉ AU CLASSEMENT EN TANT QUE ZEST				
Actions	Secteur	Échéance		
		court terme 2017	milieu terme 2022	long terme 2030
Aménagement	Tourisme	-Etude de choix de terrain -Etude d'insertion	-Etude PAT -Etude d'impact -Réalisation de travaux de réalisation	-Lancement de l'offre d'appel de la mise en concession -Mise en œuvre de PAT -Promoção et Mise en exploitation
<b>Projet : aménagement de la ZEST DJEMILA (142 HA)</b>				<b>Orientations et filières à développer</b>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>Protection et mise en valeur de sites archéologiques</li> <li>Équipement de loisir et de détente</li> <li>Équipement de recherche archéologique</li> <li>Centre de congrès, conférences et de séminaires</li> <li>Amphithéâtre en plein air consacré le festival de Djemila</li> <li>Infrastructures d'accueil</li> <li>Signalétique</li> <li>Aire de pique nique,</li> <li>Aire De Jeux,</li> <li>Camping,</li> <li>Randonnée</li> <li>CHALEURS</li> <li>Tourisme culturel</li> <li>Forêt</li> <li>Tourisme de détente et loisirs</li> <li>Tourisme scientifique (archéologie)</li> <li>Écotourisme,</li> <li>Tourisme culturel</li> </ul>

Figure 12 : Aménagement de la zone ZEST pour Djemila (sdaw Sétif recueil final)  
(Visibilité de l'emprise de la zone d'aménagement prévue)

Nous sommes dans un territoire à majorité rural et la notion de paysage en est étroitement liée. C'est une permanence naturelle, qu'elle soit domestiquée ou sauvage, elle constitue une diversité qui conditionne la structuration de ce territoire, renforçant la notion d'atout régional. Le potentiel forestier de la commune de Djemila et qui constitue une parmi les réserves forestières de la wilaya de Sétif, compte deux forêts principales, dont la superficie est de 3514 hectares. Elles sont constituées de pins d'Alep, essence principale. Il faut savoir que l'agence de conservation des forêts avait en 2007, entamé un programme soutenu pour le reboisement intensif de 4100 h de forêts. En 2014 une vaste campagne de reboisement initiée par l'organisation nationale de protection de l'environnement et d'échange touristique, avait un programme de reboisement de 32 communes, dont la Forêt de Djemila et celui du chemin wilaya menant à cette dernière. Cet atout régional joue en faveur d'un développement du

## **Le site archéologique de Djemila pour un tourisme et un développement durable local**

---

tourisme de randonnée et découverte car on voit se développer de nombreuses initiatives d'association et de club qui proposent des itinéraires pédestres dans les montagnes de la région nord. Le SDATWS prévoit 5 circuits de randonnée verte dans ladite wilaya dont celui de la région de Djemila. Le parc national de Babor-Tababort (Sétif-info) et qui possède un riche écosystème sur une superficie de 23 656 hectares répartis entre les wilayas de Sétif (11 909 ha) et Bejaia, vient d'être classé comme aire protégée dans la catégorie parc national. La valorisation des aires cultivables selon leur spécificité contribue également à maintenir le potentiel paysager domestiqué, quand ce dernier ne fait pas l'objet d'assiettes foncières immobilières qui est un problème. C'est en terme d'identité paysagère que nous devons considérer cet aspect inhérent à la réévaluation du statut de Djemila en rapport à son contexte.

Djemila est en mesure de démarquer ce territoire par une présence singulière, unique, propre à cet espace régional. Le site est comme labellisé, patrimoine mondial, une reconnaissance qui lui confère une aura envier. Il est reconnu et populaire du moins pour la région. Le site de Djemila peut jouer le rôle de connecteur culturel régional, son envier et son statut lui offre la possibilité de rayonner régionalement. Le site peut ambitionner d'être un lien fédérateur culturel et un marqueur identitaire régional, susceptible de renforcer cette identité territoriale et cette appartenance.

Dans le cadre du pôle structurant pour la zone de Djemila qui comporte 3 communes, on mise comme ressources locales, sur la location de maisons d'hébergement, le développement de la restauration et des commerces, la vente de produit du terroir et de l'artisanat. Il faudrait que ces régions puissent se distinguer à ce niveau ou enclencher des mécanismes susceptibles de développer ces aspects, dont l'objectif est d'avoir des portées stratégiques à long terme. Pouvoir développer l'action touristique nécessiterai de réévaluer le site et son impact régional de définir de actions et des opportunités de développement local liées en premier lieu au patrimoine.



A l'échelle du site on voit ces dernières années se développer de initiatives encourageantes qui augurent une prise de conscience de ce que peut générer un tel site, de sa contribution comme élément fédérateur et potentiel de développement local voire régional.

Le projet Capdel initié par l'union européenne qui ambitionne de développer des actions locales dans le cadre de la démocratie participative, même si les volontés d'investissement se focalisent sur des options autres que celle du tourisme ou de la culture, parce qu'il est difficile de faire admettre que le véritable potentiel est celui du patrimoine dans ce cas et parce que trop longtemps ce ne fut pas une priorité. Le projet capdel accompagné par l'association de Djemila a mis en place des projets afin de mutualiser la communauté locale et le patrimoine. C'est un projet de formation en moulage 3D qui non seulement va former mais répondre à une demande, le marché étant inexistant presque, valoriser le patrimoine à travers la formation d'artisans qui pourront travailler à leurs comptes. Cette initiative peut se généraliser à d'autres sites créant ainsi une émulation du patrimoine. En parallèle au projet moulage, les acteurs locaux tentent également de monter un projet des plus intéressants pour la ville, celui de la création d'une école de mosaïque, qui va assurer la formation de personnes, de diversifier l'offre touristique, de faire connaître le patrimoine de mosaïque de Djemila et surtout d'offrir l'opportunité d'exercer un activité lucrative diversifiée et assurer de l'emploi au gens de Djemila. 90% du financement est fait par Capdel

Cet aboutissement démarquerait la région en termes de compétences liées au patrimoine, une école de formation et d'apprentissage à la mosaïque à Djemila. La mosaïque étant une culture, un savoir-faire, une technique et un mode d'expression artistique qu'il est favorable de développer localement. Le projet en question nommé « Tamhid » Initié par l'association de Djemila permet de sensibiliser la population locale et de faire prendre conscience du potentiel patrimonial en s'insérant dans la démarche de développement local durable. Cette idée a été confortée suite à des travaux de restaurations de mosaïque du musée. Très récemment et pour des besoins d'urgence, des professionnels sous la direction de l'Ogebc, ont été chargés de protéger la mosaïque fixée sur la façade avant de la

## Le site archéologique de Djemila pour un tourisme et un développement durable local

---

première salle qui menace de se détacher, ceci qui a permis de former une petite équipe locale afin d'apporter son soutien à la mission. La formation a démontré un réel potentiel, pour ne citer que le cas des œuvres produites par l'épouse d'un responsable du site, qui ouvre ainsi des perspectives pour les femmes de Djemila. La reproduction de mosaïques va permettre leur lecture au public, de rendre plus visible certaines inaccessibles voir protégées comme celle du baptistère, de permettre leur diffusion en tant qu'objet culturel mais aussi d'ouvrir des perspectives à la conservation et la restauration de mosaïques. Le projet a été réfléchi pour ouvrir des perspectives mais aussi comme lien fédérateur entre le patrimoine et les locaux, qui sont à même de devenir les meilleurs défenseurs de leur bien. Des 1982, la Déclaration de Deschambault (Conseil des monuments et sites du Québec) affirme que « Le citoyen est le premier protecteur du patrimoine » (art. I).



Figure 13 : Essai de reproduction d'un des médaillons de la mosaïque  
*Asinus nica* (Grout R)

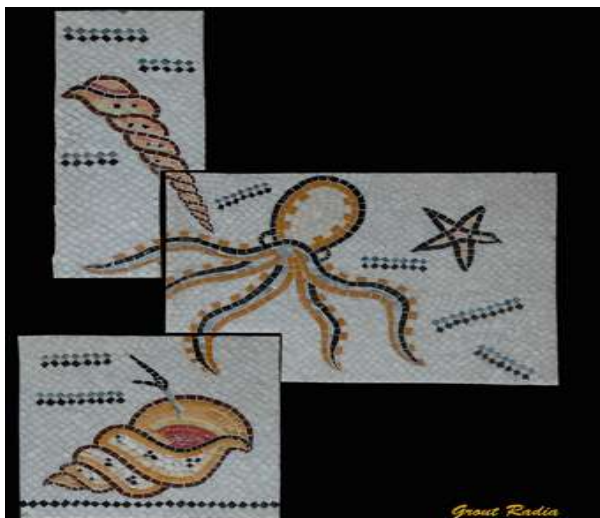


Figure 14 : Reproduction de représentations fauniques des pavements du baptistère (Grout R)

#### 4) Conclusion

Dans le cas de Djemila nous sommes en présence d'un site dont aucune réelle évaluation n'a été faite et qui se trouve aujourd'hui face à la nécessité de dynamisation de la région, de trouver le moyen d'y intégrer, voire d'en être un élément générateur. Hormis les conditions actuelles du site qui pose une réelle problématique dans sa gestion et sa visibilité touristique le site est un argument de message culturel pour la région, il s'identifie comme un patrimoine d'envergure susceptible de distinguer la région et de lui octroyer une identité liée à sa présence. Le site est sans conteste un argument de croissance susceptible d'être un acteur économique local mais tout revient à repenser l'offre culturelle en premier lieu et son interaction avec une dynamique locale qui trouverait son élan par des activités et des offres annexes artisanales, touristiques...

A cet effet Djemila doit être pensée comme un projet culturel et touristique régional. La société doit impérativement s'approprier ce patrimoine et trouver son implication dans les réflexions visant la conservation et la gestion du bien. Revoir les méthodes et les moyens de gestion, s'approprier le site comme objet d'investigation et de terrain de pratique de la conservation, d'assurer la pérennité et la protection du site et de ce qui a contribué à son classement, d'avoir une vision à long terme de la

## **Le site archéologique de Djemila pour un tourisme et un développement durable local**

---

préservation du site et des atouts en rapport au développement des communautés locale. C'est par ces actions que nous pouvons réellement espérer un essor touristique durable, un tourisme essentiellement culturel mais aussi de détente et de loisir. Les atouts paysager jouent en cette faveur. Les politiques actuelles conscientes que le potentiel patrimonial peut jouer un rôle fondamental, s'impliquent dans des projets et des planifications pour développer cet enjeu, mais d'autres facteurs sont à considérer, comme la fédération des initiative, la sensibilisation et l'implication de la société, la reforme des mentalités dans le sens du respect et de l'importance du patrimoine et de sa protection. Il faut pour cela donner de la visibilité aux ressource régionales, construire une démarche d'implication des populations dans cet objectif de valorisation et de démarche économique

Mais avant tout assurer la préservation des richesses locales notamment patrimoniales par leur évaluation et leur protection puis leur promotion. Un site comme Djemila doit impérativement conserver les valeurs qui le qualifient et servir de lien et d'argument au développement mais sans une réelle prise en charge et une gestion efficace de sa conservation cela devient difficile. L'implication de la société civile joue un grand rôle en y trouvant son intérêt. Djemila a toujours déploré le manque d'engagement voire la démobilisation des collectivités dans la promotion du site et sa valorisation et qui sont restées sourdes aux problématiques qui touchent le site mais surtout qui n'ont pas acquis la culture du patrimoine. « Le patrimoine, en ce sens, a nécessairement une dimension collective. Sa conservation relève donc de l'intérêt général. Il s'agit d'un bien collectif au sens économique du terme. Dès lors, comme tout bien, le patrimoine a une valeur en tant que ressource, susceptible de contribuer au développement du territoire qui l'a engendrée » (Michel Vernières 2012). Selon l'organisation mondiale du tourisme l'Algérie viendrait en 4<sup>eme</sup> position des destinations africaines (schéma directeur d'aménagement touristique de la wilaya de Sétif), alors il y a espoir que cette destination gagne en attractivité touristique notamment vers un tourisme culturel, voire un tourisme alternatif.

**5) Bibliographie :**

- **Albertini E (1924)**, *Djemila*, L'Afrique du nord illustré, journal hebdomadaire
- **Michel Vernières (2012)**, Colloque La mesure du développement (Paris 1-2-3 février 2012). La contribution du patrimoine au développement local : enjeux et limites de sa mesure  
<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00671494/document>
- **Georges Marcais, (1919)** projet de recherches archéologiques relatives à la berbérie du moyen âge, revue africaine, journal des travaux de la sociétés historiques algériennes, n° 298 édition A Jourdan Paris, réédition OPU Alger.
- **Labrousse Michel (1938)** Basilique et reliquaire d'Henchir-Tarlist (Algérie). In: *Mélanges d'archéologie et d'histoire*, tome 55 pp. 224-258.
- **Akli Ikherbane (2015)** Djemila contribution pour une valorisation du patrimoine, (site Archéologique de Djemila antique Cuicul) Athar n° 12, revue scientifique de l'institut d'archéologie université d'Alger 2,
- Quotidien Liberté, juin 2019, <https://setif.info/article10626.html>
- Journal Liberté, Rubrique, Algérie profonde. 05/01/2019.
- Agence de développement social, Carte sociale de la commune de Djemila - جميلة، 2011، بلدية القعيدية، المنشآت القعيدية، جريدة الموارد والمنتشآت القعيدية، 2011، جميلة - Djemila
- Orientations du comité du patrimoine (2005) (paragraphe 119), <https://whc.unesco.org/fr/developpementdurable/>
- Algérie presse service (2010),  
<https://www.djazairess.com/fr/apsfr/84417>
- Schéma d'aménagement touristique de la wilaya de Sétif