

عنوان المداخلة: ظاهرة السياحة ومحاولة بناء موضوع معرفة

تقديم: د. سعيد سبعون. أستاذ محاضر "أ"

د. أوموسى ذهبية أستاذة محاضرة "أ"

جامعة البليدة 2

مقدمة

تعتبر السياحة من الظواهر الاجتماعية التي لم تحظى باهتمام البحث السوسيوولوجي مقارنة بمواضيع أخرى أكثر وضوحاً في الحقل المعرفي السوسيوولوجي، وهي عديدة ومتنوعة وعلى الرغم من الوضوح السياسي والإعلامي لظاهرة السياحة بحيث أن جل حكومات العالم تضم وزارة للسياحة، أو هي ضمن وزارة ما، وأن الإعلام سواء السمي البصري أو المقروء إلا ونجده يخصص حصصاً وروبرتاجات ومقالات لهذه الظاهرة، إلا أن ظاهرة السياحة لم تسترِع اهتمام الباحثين السوسيوولوجيين، اللهم بعض الكتابات المحصورة في ظاهرة السياحة الجنسية التي يبدو أنها ازدادت توسعاً وأصبحت تطرح مسائل لا تمت بصلة إلى السياحة وغالباً ما يذهب الأطفال ضحايا هذا النوع المدعى من السياحة: "يعتبر بغاء الأطفال جزءاً من صناعة السياحة الجنسية في عدة مناطق من العالم مثل تايلاندا والفلبين ويجري تنظيم رحلات سياحية جماعية من الرجال من أوروبا والولايات المتحدة واليابان إلى هذه البلدان لهذا الغرض..." وتعود أصول السياحة الجنسية في الشرق الأقصى إلى الفترة التي كانت تلبى فيها حاجة القوات الأمريكية إلى المومسات خلال حربي كوريا وفيتنام. فقد أقيمت في تلك الأيام آلاف من مراكز الراحة والترويج، في تايلاندا والفلبين وفيتنام وكوريا وتايوان. وما زال بعضها قائماً وخاصة في الفلبين، لتلبية احتياجات شحنات ضخمة وعديدة ومتزايدة من هؤلاء "السياح" ولتقديم خدمات هذا النوع من البغاء للقوات العسكرية المرابطة في المنطقة¹.

1- أنتوني غدنز، علم الاجتماع، ترجمة وتقديم الدكتور فايز الصياغ، الطبعة الرابعة، المنظمة العربية للترجمة - مؤسسة ترجمان، بيروت - عمان، 2008، ص. 218.

إن مثل هذا التوجه للسياحة يزيد في ضبابية هذا المصطلح وغموضه ويجعل منه مرادفا لإدراك سلبي يعبر عن نوع من الانحلال الأخلاقي، وهذا ما يجعل السياحة، سيما في تمثلات المجتمعات العربية مرادفا للنشاط السلبي الموصوم بعلامات جد سلبية.

لكن هل السياحة ظاهرة تطفئ عليها الاعتبارات الأخلاقية مثلما يعتقد ذلك الخطاب العامي سيما في تمثلات وتصورات المجتمع العربي. للإجابة عن هذا السؤال الذي نجعل منه نقطة انطلاق ورقتنا البحثية هذه، نحاول مقارنة ظاهرة السياحة من الزاوية الأنتروبوجتماعية، علنا بذلك نتجاوز حدود الأفكار المسبقة والأحكام القيمية التي كثيرا ما تحيط بهذه الظاهرة وتغلفها.

محاولة بناء اجتماعي لظاهرة السياحة :

نشير في البداية إلى أنه وعلى العكس مما يذهب إليه الخطاب العامي ونوع من الخطاب الإعلامي المسدود الآفاق ظاهرة السياحة لا تختزل في الكتلوج أو الملصقة أو الصورة الأخاذة وهذا ما يجعلها بمثابة سلعة ومنتوج من نوع خاص غالبا ما تحاط بالإدراكات الفولكلورية والاستجمامية، وكل ظهور لها واهتمام بها لا يتخطى الملمح الإعلامي الذي "يلعب" على المشاعر والأحاسيس دون غيرها.

فظاهرة السياحة هي ظاهرة اجتماعية تحمل كل مواصفات الظاهرة الاجتماعية التي أبح عليها علم الاجتماع منذ تأسيسه كعلم قائم بذاته، وهذا ما يجعل منها ظاهرة يمكن أن تكون محل اهتمام معرفي. وحتى وإن لم تصعد ظاهرة السياحة إلى مرتبة الاهتمام العلمي الاجتماعي إلا منذ مطلع الألفية الحالية مثلما يرى ذلك **Bertrand Réau** و **Saskia Cousin**¹، كان الاهتمام من زاوية الجغرافيا والاقتصاد أكثر حسبهما، فعلى سبيل المثال كان للتناول الجغرافي تأثيرا كبيرا في بلورة تصورات عن السياحة من خلال ما عرف بأدب الرحلات، حيث كانت هناك تسجيلات عديدة ومتنوعة لروايات عن مناطق وعن عادات وعن تقاليد وعن ممارسات، لكن ضمن منظور لم يتعد الجانب الوصفي السردية، من دون أي أفق تحليلي.

1- Cf. Saskia Cousin, Bertrand Réau, *Sociologie du Tourisme*, Paris, Edition La Découverte, Collection « Repères », 2009, p. 4.

كما وجدنا أيضا التناول أو المقاربة الاقتصادية التي سيطرت ولا تزال تسيطر، بل ازدادت حدتها مع هيمنة النظرة الاقتصادية التي فرضت مقاربتها على كل مناحي الحياة الفردية أم الجماعية، فها هي السياحة تدرك من زاوية العرض والطلب باعتبارهما محركا للنشاط الاقتصادي لتتنزل السياحة إلى مجرد سلعة استهلاكية خاضعة لقانون القيمة.

مع كل هذا نكتشف مناطق وفضاءات طبيعية وتمثلات وتصورات اجتماعية في ظل الطرح الجغرافي، ولا تختزل أيضا في كونها مجرد سلعة خاضعة لمنطق التبادل الاقتصادي، بل هي أكثر من ذلك، إنها ظاهرة اجتماعية خاضعة لمبدأ الشمولية الكلية حيث تتدخل في تحديده وتوجيهه رهانات سياسية وثقافية واجتماعية.

صحيح أن ظاهرة السياحة لم تكن محل اهتمام رواد علم الاجتماع، أمثال إميل دوركايم، أو ماكس فيبر، أو فيليفرد باريتو أو جورج زيمل، وحول الدراسات الاجتماعية حولها قليلة. فعلى سبيل المثال لا نكاد نعثر على تخصص علم الاجتماع السياحة حتى في الجامعات الغربية التي لها تخصصات علمية اجتماعية متعددة ومتنوعة، وأن موضوع السياحة يتم إقحامه مع دراسة ظاهرة الثقافة، وعليه نجد السياحة ضمن التمثلات وضروب السلوك الثقافية.

هناك إذا صعوبة في إيجاد معالم وملاحم موضوع تتجاذبه الظواهر الثقافية والظواهر المتعلقة بالتسلية (loisirs) لذلك، فيمكننا القول إن ظاهرة السياحة كموضوع اهتمام معرفي اجتماعي لا يزال في قيد البناء، وهذا ما يزيد في صعوبة إعطاء تحديد علمي اجتماعي مكتمل المعالم، فلا نجد مثلا تحديدات سوسيولوجية لمؤلفين وباحثين سوسيولوجيين معروف عليهم اهتمامهم بمسائل السياحة.

صحيح هناك محاولات لبناء فعلي لموضوع السياحة سيما من طرف Marc Boyer الذي يسعى منذ أكثر من ثلاثين سنة إلى تبيان البعد الثقافي والاجتماعي لظاهرة السياحة، وله مؤلف هام في الموضوع ذاته تحت تاريخ وعلم اجتماع السياحة والذي صدر عام 2011 عن منشورات أرمانان بفرنسا. حيث يشير هذا المؤلف إلى الحدود الابستيمولوجية لمصطلح السياحة والذي عادة ما يتقدم في جملة من المؤشرات العملية إدراكه وفهمه.

ويحاول Marc Boyer بناء نموذج مثالي للسياحة قائم على إبراز أربعة نماذج سياحية وهي
سياحة الراحة (Repos) والسياحة النخبوية أو سياحة الرياء أو المظهر (Ostentation) وسياحة
الاستهلاك الفرعي (Sous-Consommation)، وأخيرا سياحة العقلانية (de rationalité).

وهذا التصنيف نجده في كل المحاولات المنتظمة لبناء موضوع السياحة، وهذا ما من شأنه أن
يساعد على إضفاء نوع من الوضوح على مصطلح لم يكتمل بناؤه العلمي بصفة نهائية، فنجد مثلا
Jean-Didier Urbain يميز بين سياحة المرور (de circulation) وسياحة الإقامة
(transplantation).

لكن يبدو أن المصطلح الذي يتكرر ويلقى إجماع المنشغلين على هذه الظاهرة هو مصطلح
السياحة الجماهيرية (de masse) وهذا ما من شأنه أن يساعد على فتح آفاق التناول الاجتماعي
لهذه الظاهرة.

محاولة القراءة السوسيولوجية لظاهرة السياحة:

إن التوصل إلى الطابع الجماهيري للسياحة يساعد على تبني منظور سوسيولوجي في تناولها.
فأول عنصر يلفت الانتباه هو أن هذه الظاهرة في علاقة بمختلف التطورات والتغيرات الاجتماعية
التي ميزت العالم، على الأقل منذ انتهاء الحرب العالمية الثانية. حيث تنتقل السياحة من مجرد فضول
شخصي وتدوينا لانطباعات سفر، إلى ظاهرة تنتج تمثلات وتصورات وضروب سلوك تخص فئات
عديدة من أفراد المجتمع. وهذه الفئات في حد ذاتها ستعطي وضوحا أكثر للتناول السوسيولوجي
عندما وضعت في الحساب عوامل تدور بظاهرة السياحة وتحيط بها، على غرار متغيرات الأصل
الاجتماعي لمن يقومون بفعل السياحة وما هي ضروب السلوك التي تخص متعاطي السياحة من
خلال تحديد استراتيجيات الفعل السياحي والرهانات المحيطة به.

من خلال معرفة القرارات داخل العائلة الخاص بفعل السياحة وكيف تتوزع الميزانية المخصصة
لممارسة السياحة ومن جهة أخرى، هل يطرح الطابع الجماهيري للسياحة الذي أصبح الواقع بامتياز
الذي يميز ظاهرة السياحة مسألة عدم تكافؤ الفرص السياحية إن صحت العبارة؟ بصيغة أخرى، هل
يمكن التحدث عن ديمقراطية السياحة؟ وهل ديمقراطية السياحة هي الأخرى أصابها ما أصاب

ديمقراطية التعليم؟ وأصبحت تتميز أيضا بنوع من إعادة الإنتاج السياحي يميز فئات اجتماعية مهنية دون غيرها؟ وهل يمكن التحدث عن رأسمال سياحة يساعد على إنتاج تمثلات وتصورات سياحية وتؤدي إلى إقامة نوع من النموذج المثالي للسياحة يحمل خصائص ومميزات معينة. فعلى سبيل المثال يشير كل من Saskia Cousin و Bertrand Réau إلى وجود اختلافات وهناك تباعد بين الفئات المهنية سيما بين الإطارات السامية والعمال فيما يخص تعاطي السياحة من خلال مقارنة معدلات الذهاب لقضاء العطلة والميزانية المخصصة لذلك، إضافة إلى نوع السياحة الذي يتم اختياره، وكذا الغايات من السياحة لكلا الفئتين. فما هي الأسفار نحو الخارج لأبناء الإطارات السامية تساعد في بلورة نوع من التنشئة الاجتماعية النخبوية وهذا ما يؤدي إلى وجود ممارسات اجتماعية ترفيحية تعطي نوعا من الرمزية لهذه الفئات¹. وتعمل على طبعها بنوع من التثمين الاجتماعي.

نلاحظ إذن كيف يمكن للمسعى السوسيولوجي أن يتناول ظاهرة السياحة، رغم قلة الدراسات السوسيولوجية حولها مقارنة بمواضيع أخرى قد تدرك إعلاميا ومؤسساتيا أكثر قيمة سلم الاهتمامات العلمية، وذلك بإسقاط عليها مكتسبات البحث السوسيولوجي في جانبه النظري والمنهجي، كيف يمكن لمحاولة البناء السوسيولوجي لظاهرة السياحة أن تتم من خلال التمثلات والتصورات المحيطة بها والتي تحررها وتنتجها مختلف الفئات، من تثمين الذات، أو تثمين الذاكرة الفردية أو الجماعية، أم من خلال البحث عن الأصالة.

كما يمكن للتناول السوسيولوجي لظاهرة السياحة أن يبين استراتيجيات اجتماعية ذات أبعاد مختلفة، عائلية، مهنية، ثقافية. وكذلك أن يبين علاقات هيمنة وسيطرة ثقافية، من خلال ما تمارسه أماكن وفضاءات معينة من جذب، لا يبقى مقتصرًا على المكان في حد ذاته بل يتعدى ذلك إلى نوع المثاقفة (أو الجذب أو التأثير الثقافي) الذي يكون السواح موضوعا لها. وهذا ما يجعل من السياحة والمنتوج الملحق بها وسائل ووسائط لبناء نوع من السلطة، تبدو هنا رمزية أكثر.

هكذا إذاً يمكن استنتاج سوسيولوجيا ظاهرة السياحة من خلال مقاربة تأخذ في الحسبان عوامل أو متغيرات التحليل السوسيولوجي، لأن الظاهرة السياحية باعتبارها ظاهرة اجتماعية تتسم بكل مميزات وخصائص الظواهر الاجتماعية مهما كانت طبيعتها، ظاهرة ليست مستعصية على

¹ - Cf.Saskia Cousin, Bertrand Réau, *op.cit* ., chapitre 3.

المقاربة السوسيولوجية، والمشكلة التي قد تواجه الباحث الاجتماعي هي كيف يتم التعامل مع ظاهرة طالما أحاطها الأحكام القيمية الإيجابية منها والسلبية على السواء من دون أن يعيد إنتاج هو نفسه تلك الأحكام القيمية، وكيف نعمل على بناء موضوع معرفي علمي لا يتميز بغزارة الإنتاج المعرفي السوسيولوجي حوله.

نقول من جهتنا إن إمكانية تناول السوسيولوجي لظاهرة السياحة مرتبطة بتلك الثقافة السوسيولوجية من تحكم نظري ومنهجي التي يتعين على الباحث الاجتماعي أن يكون متمكنا منها ومتحكما في نظامها. حيث بفضل ذلك لا يصبح موضوع الساحة مهما كانت الأفكار المسبقة والأحكام القيمية المحيطة به، موضوع يمكن أن يخضع للدراسة العلمية السوسيولوجية.

خاتمة

يمكن أن نخلص في خاتمة هذه الورقة البحثية إلى ثمة ضرورة ليست فقط علمية ابستمولوجية من دراسة ظاهرة السياحة، بل أيضا عملية. ألم يكن دوركايم مؤسس علم الاجتماع في فرنسا، يقول إن علم الاجتماع لا يستهل خمس دقائق معاناة، لو كان علما تخمينيا فقط، ونرى ثمة فائدة من الاهتمام العلمي بظاهرة السياحة في هذه اللحظة التاريخية من تطور المجتمع الجزائري، ومثل هذه الملتقى التي دأبت على تنظيمه جامعة الطارف، سيساعد لا محالة في المساهمة في فتح حركية نقاش أكاديمي علمي حول ظاهرة السياحة التي أصبحت ضمن منظومة الاهتمام الاجتماعي وحتى نفهم الآليات والمنطق الذي يرأس سيرها فهما علميا بعيدا عن الأحكام القيمية، علينا أن نجعلها ضمن انشغالاتنا المعرفية والعلمية وشكراً.

قائمة المراجع المعتمد عليها في إعداد هذه الورقة البحثية:

1 - أنتوني غدنز، علم الاجتماع، ترجمة وتقديم الدكتور فايز الصياغ، الطبعة الرابعة، المنظمة

العربية للترجمة - مؤسسة ترجمان، بيروت - عمان، 2008.

2- Boyer Marc, **Histoire et sociologie du tourisme**, Paris, L'Harmattan,

2011.

3- **Saskia Cousin, Bertrand Réau, Sociologie du Tourisme**, Paris,

Edition La Découverte, Collection « Repères », 2009.