



د. رحيم حسين
أستاذ باحث في العلوم الاقتصادية
مدير مخبر الدراسات والبحوث
في التنمية الريفية بجامعة برج بوعرييج

أخلة الأنشطة الساحة: معالم أساسية لمدونة إسلامية لأخليات الساحة

العلقة (١)

ملخص: لا يمكن لمجال الساحة أن يكون ميداناً اقتصادياً مستقلاً عن البعد الاجتماعي-الثقافي في بلد ما، ولا يمكن نكران هيمنة الطابع العلاقتي فيها (علاقات ما بين البشر، علاقات مع الموارد الساحية وعلاقات مع الطبيعة)، وبالنظر إلى التطور الملفت للممارسات الساحية غير المسؤولة على المستوى العالمي، المغدّى "بمتطلبات العولة" عرف البحث في مجال أخلة الأنشطة الساحية خلال العقود الثلاثة الأخيرة تطورا ملفتا. وفي هذا الإطار من التفكير حول "ساحة مسؤولة" ظهرت عدة مدونات لأخليات الساحة، أبرزها المدونة العامة لأخليات الساحة (WTO). غير أن هذه الأخيرة وعلى أهميتها التوجيهية جاءت في صياغات "عامة" وعلى شكل توصيات، موجهة لكل الشعوب والثقافات، ولذلك لابد من التفكير في مدونة خاصة بأخليات الساحة في المجتمعات الإسلامية. وهذا البحث هو محاولة في هذا الاتجاه.

كلمات أساسية: ساحة، ساحة بديلة، ساحة مسؤولة، أخلة الساحة، مدونة أخليات الساحة.

Abstract:

Being given the importance of the socio-cultural dimension in tourism, and its prevalent relational character (relations between groups and individuals, relationships with the tourist resources and the nature) on the one hand, and considering the evolution of the irresponsible tourist practices on a world level, supplied by the "implications of the globalization", on the other hand, the tourism ethics research has remarkably developed during the past three decades. Within this framework of reflection on "responsible tourism", several charters were appeared, most notable of which was the global code of ethics for tourism (WTO). However, this world code, in spite of its directing importance, it is only catalog of general guidance, intended for all peoples and all cultures, which necessitates serious thinking about a specific code for the Moslim societies. This work is an attempt in this direction.

Keywords: tourism, alternative tourism, responsible tourism, tourism ethics, ethics charter for tourism.

مقدمة:

على الرغم مما شهدته الأنشطة الساحية من نمو مطرد خلال العقود الثلاثة الماضية، مما أهلها لتشكّل صناعة قائمة بذاتها، إلا أن إطار تطور هذه الأنشطة والممارسات المرتبطة به ما يزال بحاجة ملحة إلى تهذيب، لاسيما في ظل عولة سياحية مجردة من الأخلاق يهيمن عليها سلطان رأس المال من ناحية، وسلطان الهوى من ناحية ثانية، ذلك أن "الخطر الأخلاقي" الذي يلف هذه الصناعة إنما يهدد في الحقيقة علاقات التعارف ما بين الشعوب، والتي يفترض أن تقوم على أساس الاحترام المتبادل، فضلا عن كونه يمثل تهديدا لتطور الساحة العالمية.

إن اعتبار البعد الأخلاقي في الساحة ليس مجرد مقصد تحسيني، بل هو ضرورة يقتضيها منطق الفطرة في العلاقات البشرية الذي يقوم على أساس احترام ثقافة الآخر. ولذلك فإنه من الأهمية بمكان أن يجد النقاش حول أدبيات الساحة مساره إلى التطبيق، ولعل أول المعنيين بهذه المسؤولية السلطات التشريعية والتنفيذية في البلدان الإسلامية.

وفي الحقيقة كثيرا ما تربط مسألة أخليات الساحة بممارسات السياح الوافدين من بلدان الشمال إلى بلدان الجنوب، ولاسيما إلى البلدان الإسلامية، وذلك بسبب تباين القيم الاجتماعية والثقافية، وهو ما ظل يطرح إشكالات عميقة تمس بجوهر الساحة وغاياتها فضلا عن مسألة تنظيم الأنشطة الساحية في البلدان المضيفة، مما أثار همة العديد من الباحثين لطرح أسس "ساحة بديلة"، وانبثقت عن تلك الجهود اصطلاحات جديدة: "ساحة مسؤولة"، "ساحة عادلة" و"ساحة تضامنية"، وهو ما توج بإصدار المدونة العامة لأخليات الساحة من طرف المنظمة العالمية للساحة في ديسمبر ٢٠٠١، إضافة إلى العديد من المدونات القطرية.

غير أن تلك النداءات والمدونات على نبل محتواها، لم تكن لتغيير الواقع بل وإن بعض الممارسات الساحية أضحت مدمرة للثقافات المحلية والأسوأ أن بعضها الآخر أخذ أبعادا منحرفة مما ولد نظرة سلبية تجاه الساحة عموما في المجتمعات المضيفة، وبناءً عليه كان لابد من البحث

حيث ظل يحقق أعلى معدلات نمو خلال الثلاثين سنة الماضية، ويمثل دخله عشر الإنتاج الداخلي الخام العالمي .

وفي ذات السياق ووفقا لبيانات المنظمة العالمية للسياحة فقد بلغ عدد السياح ٩٨٢ مليون سائح في سنة ٢٠١١، بينما تجاوزت عائدات السياحة العالمية لذات السنة الألف مليار دولار أمريكي، مقابل ٩٢٨ مليار دولار في سنة ٢٠١٠، أي بزيادة قدرها ٢,٨٪، إثر زيادة في عدد السياح بنسبة ٤,٦٪، وبإضافة الـ ١٩٦ مليار دولار المتولدة عن النقل الدولي للمسافرين تصل عائدات السياحة العالمية إلى ١٢٠٠ مليار دولار. وبفضل هذا النمو المضطرد أصبحت السياحة العالمية (سفر ونقل المسافرين) تمثل ٣٠٪ من الصادرات العالمية للخدمات و٦٪ من إجمالي صادرات السلع والخدمات . وعلى مستوى دول العالم الإسلامي، ومع إن الوجهات السياحية مركزة في الضفة الشمالية (أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية) لأسباب متعددة، إلا أن هناك استقطابا متناميا للسياح على مستوى عديد دول العالم الإسلامي، ونذكر هنا على سبيل المثال المغرب وتونس ومصر والأردن ولبنان وسوريا وتركيا وألبانيا وطاجكستان واندونيسيا وماليزيا وبعض دول الخليج، وهو ما تدل عليه المؤشرات السياحية كالإيرادات، عدد السياح، عدد الفنادق والمركبات السياحية وغيرها.

وفي هذا الصدد تشير البيانات إلى أن الأنشطة السياحية الدولية في دول منظمة المؤتمر الإسلامي (٥٧ دولة) في نمو مطرد، حيث بلغ عدد السياح الوافدين ١٢٩,٧ مليون في ٢٠٠٩، أي ١٤,٧٪ من إجمالي السياح الوافدين العالمي، وهو ما يمثل تزايدا بمعدل نمو سنوي متوسط ٤,٩٪ للفترة ٢٠٠٤-٢٠٠٩، في حين بلغت الإيرادات المتولدة عن هذه الأنشطة ١٠٩,٥ مليار دولار أمريكي، وتمثل ١٢,٩٪ من إجمالي الإيرادات السياحية العالمية، وارتقاعا بمعدل نمو سنوي متوسط ٨,٩٪ للفترة ٢٠٠٤-٢٠٠٩. غير أنه تجدر الإشارة هنا إلى أن الأنشطة السياحية ظلت مركزة في بعض دول المنظمة فقط. ففي سنة ٢٠٠٩ مثلا نجد أن ١٠ دول منها استحوذت على ٨٢,٦٪ من السياح الوافدين (١٠٨ مليون وافد)، وهو ما ينطبق أيضا على الواردات، حيث نجد أن ١٠ دول فقط تستحوذ على ٨٦,١٪ من إجمالي الإيرادات السياحية لدول المنظمة (٩٤,٣ مليار دولار) .

غير أنه وعلى أهمية مؤشري عدد السياح وإجمالي إيرادات الأنشطة السياحية في حساب نمو القطاع، إلا أنهما يظلان مؤشرين أصميين، فهما لا يدلان على مختلف التأثيرات الإيجابية والسلبية للأنشطة السياحية، إن على الاقتصاد والمجتمع بوجه عام، أو على المناطق المستقبلية على وجه الخصوص، والتي من ضمنها: المساهمة في التشغيل، تحسين مستوى المعيشة ومكافحة الفقر، انتعاش الصناعات، مدى تغيير الأنماط الاستهلاكية والسلوكيات الاجتماعية، التأثير على القيم والعادات المحلية وغيرها من التأثيرات.

عن آليات وتدابير تشريعية وتنظيمية تمكّن من ضبط الأنشطة السياحية وتسمح بتحقيق التوازن بين البعد الاقتصادي للسياحة من ناحية، وبعدها الاجتماعي-الثقافي من ناحية ثانية.

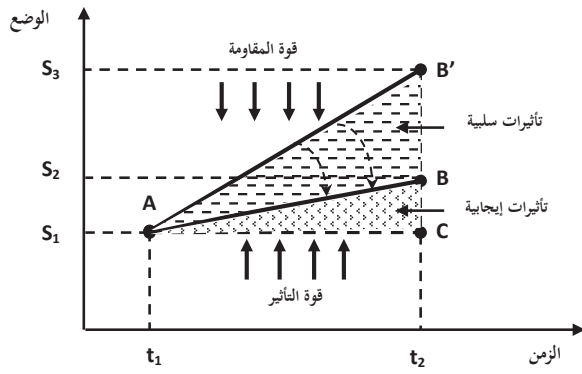
ولئن كان من الصعب في الوقت الحالي- بل من المستحيل- تقييم تطبيق تلك المبادئ المتضمنة في تلك الوثائق إلا أنه لا مانع من استخدام "السياحة التضامنية" كأداة تسويقية لجذب "السياح المستبينين" (touristes éclairés) ولو في غياب مسار حقيقي في هذا الاتجاه . ومن الطبيعي أن المناخ القيمي العام في البلدان الإسلامية سيجعل من تطبيقية مبادئ مدونات أخلاقيات السياحة سهلة المنال نسبيا بالمقارنة مع البلدان الغربية، غير أن المشكلة الحقيقية تكمن في كيفية تعميم التطبيق على كل السياح الوافدين سواء أكانوا من المسلمين أم من غير المسلمين.

وبالنظر إلى الأهمية السياحية للعالم الإسلامي الممتد عبر ثلاث قارات، بما ينطوي عليه من موارد سياحية متنوعة، والذي أضحى أكثر فأكثر استقطابا للسياح الأجانب فضلا عن السياحة البيئية والتي ينبغي دعمها والتعويل عليها، فإن التفكير في صياغة مدونة إسلامية لأخلاقيات السياحة بات ضرورة شرعية والتي من شأنها أن تشكل أرضية استلهاهم لمدونات محلية خاصة، وخلفية يمكن الاستفادة منها في تصميم السياسات السياحية في دول العالم الإسلامي بوجه عام، وهذا يجزنا أيضا إلى الحديث عن منظمة إسلامية للسياحة في إطار منظمة التعاون الإسلامي. يهدف هذا البحث إلى إبراز القيم الإسلامية المرتبطة بالأنشطة السياحية واستجلاء أهميتها في إرساء إطار عام للسياحة بالبلدان الإسلامية، ومن ثم محاولة تقديم معالم أساسية لمدونة أخلاق إسلامية. وستتم معالجة هذا البحث من خلال المحاور التالية:

- السياحة والأنشطة السياحية في ظل عولمة الأسواق
- السياحة في المنظور الإسلامي: أسسها وضوابطها
- أخلقة الأنشطة السياحية ومدلولاتها: سياحة مسؤولة، سياحة مستدامة، مع مقارنة مقارنة بين المفهوم الغربي والمفهوم الإسلامي
- قراءة مقتضبة في المدونة العامة لأخلاقيات السياحة (م.ع.س)
- المعالم الأساسية للمدونة الإسلامية لأخلاقيات السياحة

السياحة والأنشطة السياحية في ظل عولمة الأسواق:

وفقا للمنظمة العالمية للسياحة يدل لفظ السياحة على "مجموعة الأنشطة التي يقوم بها الأفراد خلال سفرياتهم وتنقلاتهم في أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة، ولدة مستمرة لا تتجاوز السنة، وذلك بغرض الاستجمام أو الأعمال أو لأسباب أخرى لا تتعلق بنشاط معوض عنه في المكان المزار". ولا يخفى أن الأنشطة السياحية أضحت من أهم المصادر التي يعول عليها العديد من الاقتصاديات في تميمتها، حتى إن بعض الاقتصاديات توصف بأنها اقتصاديات سياحة، وهو ما يعكسه تنامي مساهمة قطاع السياحة

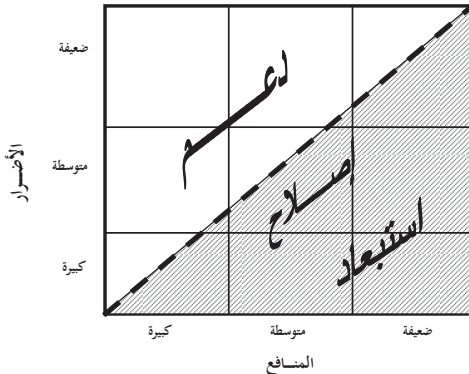


الرسم البياني رقم 1: تأثير الأنشطة السياحية ومقاومة المجتمعات

يبين الشكل (1) أن الأنشطة السياحية من شأنها أن تؤثر على وضع المناطق المستقبلية فتنتقلها خلال فترة (t1-t2)، من الوضع (S1) إلى الوضع (S3) الموافق للنقطة (B')، وهو وضع غير مرغوب غير أن مقاومة هذا التأثير تعمل على تقادي التأثيرات السلبية والاستفادة من التأثيرات الإيجابية المبرزة في المثلث (ABC) أي أنها تعمل على إيقاف التأثير عند الوضع (S2) الموافق للنقطة (B) وهو هدف أمثلي ليس سهل المنال.

وهكذا يتجلى أن المسألة تتعلق بتعظيم المنافع المتولدة عن الأنشطة السياحية من ناحية، وتدنية أضرارها من ناحية ثانية، أي أنها مرتبطة بمدخل المزايا-التكاليف. ومن الواضح أن النظر إلى كل من المزايا والتكاليف، أو المنافع والأضرار، ينبغي أن يتسم بالشمولية، أي أن يتضمن الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية معا.

يسمح لنا تحليل الأنشطة السياحية على أساس مدخل المنافع والأضرار بترتيب الأنشطة حسب الأهمية وبياعداد الاستراتيجيات المناسبة، إما بالاستبعاد أو بالإصلاح أو بالدعم. فثمة أنشطة مرفقة بمضار كبيرة مع منافع ضعيفة، وهي غير قابلة للإصلاح بفضل استبعادها، بينما هناك أنشطة منافعها كبيرة أو متوسطة وأضرارها ضعيفة أو متوسطة، فيتعين العمل على إصلاحها قصد تغليب منافعها، في حين يجب أن تحظى أنشطة أخرى بالدعم والتطوير باعتبار قوة منافعها وضعف أضرارها. والمصفوفة التالية تعطي صورة عن ذلك:



الرسم البياني رقم 2: مصفوفة المنافع والأضرار السياحية والاستراتيجيات الموافقة

لقد ساهمت عولمة الأسواق في انتعاش الأنشطة السياحية، ليس فحسب من خلال حركة اليد العاملة وسياحة الأعمال، ولكن أيضا من خلال تكثيف حركة السياحة المنظمة، بما فيها تلك التي وجهتها بلدان إسلامية. وهذه الحركية السياحية، مع ما تحمله من إيجابيات، تتضمن في طياتها تصديرا للثقافات عبر الحدود، وهو ما قد ينطوي على مخاطر بمنظور سكان المناطق المستقبلية. وفي هذا الصدد قسم (C. Gagnon & S. Gagnon) تأثيرات النشاط السياحي على المناطق المستقبلية ثلاثة جوانب أساسية: التنظيم الاجتماعي، الثقافة المحلية والحياة اليومية.

كثيرا ما تقارن آثار السياحة بآثار النار، فكما إنها تساعدك على طهي غذائك وتسخين بيتك، فهي أيضا يمكن تحرقهما. إنها كما يقول المثل الشائع (سلاح ذو حدين). فلئن كانت السياحة مولدة للنمو ومناسب الشغل وداعمة للعلاقات الاجتماعية وغيرها من الآثار الإيجابية، فهي أيضا يمكن أن تشكل سببا في تدمير العديد من الثقافات والعادات المحلية، هذا إضافة إلى ما يمكن أن تلحقه من الضرر بالموارد الطبيعية والأنظمة البيئية.

بصفة عامة يمكن أن نذكر عدداً من التأثيرات الإيجابية والسلبية ذات البعد الاجتماعي والثقافي على المناطق المستقبلية الإيجابية:

- التأثير في العلاقات والأنماط والعادات السائدة: تغير أنماط الاستهلاك (أكل ولباس)، خروج المرأة إلى العمل (خاصة الفتيات)، انتشار ثقافة الاختلاط ما بين الرجال والنساء، استغلال الأطفال في العمل، طمس بعض العادات المحلية، الخ.
- تهمين وتعزيز التراث الثقافي المحلي (كالصناعات التقليدية والمعالم الأثرية) وخلق روح المسؤولية المشتركة في حماية وصيانة هذا التراث، وكذا تدعيم الانتماء لدى السكان المحليين وتقوية وازع تنمية مناطقهم.
- إمكانية انتشار بعض الآفات والممارسات الدخيلة (كالمشروبات الكحولية والمخدرات والعلاقات الجنسية غير المشروعة).
- الاطلاع على ثقافة الآخرين (الوافدين) والاستفادة من بعضها وتعلم لغات جديدة.

ولئن كان تأثير الأنشطة السياحية لا مناص منه، فإن القدرة على الاستفادة من إيجابياته وتدنية سلبياته يتوقف على مستوى متانة الأطر المنظمة لهذه الأنشطة، التشريعية منها والتنظيمية، وعلى مدى استعداد المجتمعات المحلية وقوة مقاومتها تجاه الممارسات السلبية. وعموما تتجاذب التأثيرات الأنشطة السياحية على المناطق المحلية قوتان: قوة التأثير التي تتعلق بجانب العرض، وقوة المقاومة التي تتعلق بجانب الطلب، وبالتالي فإن ما يحصل من تأثيرات خلال فترة ما هو محصلة تدافع هاتان القوتان، وهو ما يوضحه الشكل التالي:

وإذا ما نظرنا إلى مسألة التأثير والتأثر من منظور جزئي، أي باعتبار الفرد السائح من ناحية ومن الوجهة الإسلامية من ناحية أخرى، يمكن أن نميز بين ثلاث حالات:

- سياحة المسلم في بلاد الإسلام: مع أنه يفترض أن تكون سياحة المسلم في بلاد الإسلام أكثر نفعاً، وذلك بسبب وحدة الانتماء الديني والتجانس الثقافي، إلا أن التحولات الاجتماعية والثقافية التي شهدتها بلاد المسلمين في عمومها انطوت على كثير من الانحرافات والمفاسد، ومع ذلك يمكن التحكم فيها وإصلاح الوضع من خلال سياسة سياحية قومية.
- سياحة المسلم في بلاد الكفر: يمكن لهذه السياحة أن تكون إيجابية فردياً واجتماعياً، فضلاً عن الاطلاع على الحضارات الأخرى وأسرارها، فإن المسلم مدعو لأن يبدي الأخلاق الإسلامية ويدعو إليها، وهنا نتحدث عن "السياحة الدعوية"، ولا يخفى في هذا الصدد أن انتشار الإسلام لم يكن كله بالفتوحات والغزو، بل تم على يد هؤلاء الدعاة والتجار الضاربين في أرض آسيا وإفريقيا، ولم يكونوا يحملون سوى القيم الإسلامية من خلق وصدق وحسن معاملة ووفاء بالعهود. وهنا نتحدث في الحقيقة عن "سياحة الأعمال"، ومع ذلك تبقى سياحة المسلم في بلاد الكفر محفوفة بالمخاطر، لاسيما في ظل ضعف الوازع الديني لدى العامة من الناس من جهة، والانحلال الأخلاقي في تلك المجتمعات من جهة ثانية، مما يجعل إمكانية التأثير السلبي أقوى من التأثير الإيجابي. فالردية تصطاد الفضيلة، أو كما يقال "الصفة الذميمة تصطاد الجيدة"، أي أن انتشار الردية واستباحتها قد تقضي على الفضيلة.

ولذلك فقد منع بعض العلماء المعاصرين السياحة إلى بلاد الكفر لمجرد النزهة والاستجمام من غير حاجة شرعية كالعلاج والتجارة والتعليم الضروري الذي لا يوجد في بلده، وفي ذلك يرى ابن عثيمين أن السفر للسياحة في بلاد الكفار ليس بحاجة، وقد اشترط في هذا السفر ثلاثة شروط لجواز هذه السياحة: الأول أن يكون عند الإنسان علم يدفع به الشبهات؛ الثاني أن يكون عند دين يمنعه من الشهوات؛ والثالث أن يكون محتاجاً إلى ذلك .

• سياحة الكافر في بلاد الإسلام: إن المطلوب هو جعل هذه السياحة وسيلة للدعوة ونشر القيم الإسلامية والتأثير بها في السائحين الوافدين، ومما صح عن السنة النبوية أحاديث في فضل الدعوة قوله صلى الله عليه وسلم لعلي رضي الله عنه لما بعثه إلى خيبر "ادعهم إلى الإسلام وأخبرهم بما يجب عليهم من حق الله تعالى فيه فوالله لأن يهدي الله بك رجلاً واحداً خير لك من حمر النعم" (متفق عليه من حديث سهل بن سعد رضي الله عنه)، وحرر النعم هي أجود الإبل وأحسنها، غير أنه يمكن السائح الكافر أن يحدث تأثيراً سلبياً بسلوكياته إذا ما وجد أرضية مناسبة وقابلية لذلك في المجتمعات المستقبلية.

وهكذا ففي كل حالة من الحالات السابقة هناك إمكانية للتأثير والتأثر إيجابياً وسلبياً، وعلى السائح المسلم أن يرجح المنافع على المخاطر من تنقلاته السياحية، وأن يجعل شعاره الحديث النبوي الذي رواه الترمذي: "أتق الله حيث ما كنت وأتبع السيئة الحسنة تمحها وخالق الناس بخلق حسن" (رواه الترمذي وقال حديث حسن).

المراجع:

1. في الواقع كثيراً ما يفضى البعد الاقتصادي على هذه المفاهيم، فالسياحة العادلة، والسياحة التضامنية (Tourisme solidaire)، وهما مفهومين متقاربين، سوى أن الثاني يعطي أهمية أكبر للعلاقة بين السائح والمستقبل، يركزان على استفادة المناطق المستضيفة في الجنوب الفقير من الموارد السياحية. أما السياحة المسؤولة فهي أكثر تركيزاً على الجوانب البيئية، أي تحقيق سياحة مستدامة.
2. Chabloz Nadège. « Vers une éthique du tourisme ? », Les tensions à l'œuvre dans l'élaboration et l'appréhension des chartes de bonne conduite par les différents acteurs. Autrepard. 2006/4 n° 40. p46
3. Organisation Mondiale du Tourisme. Concepts, définitions et classification des statistiques, manuel technique n°1. Madrid. OMT. 1995. p126
4. Bates Samuel et al. « Évaluation de l'avantage macroéconomique net du tourisme Analyse coûts-bénéfices des recettes touristiques internationales ». Revue d'Économie Régionale & Urbaine. 2007/1 mai. p80
5. D'après un communiqué de presse de l'OMT: "Les recettes du tourisme international dépassent les mille milliards de dollars en 2011". PR No.: PR 12027. Madrid. 07 May 2012
6. هذه الدول هي: تركيا، ماليزيا، مصر، السعودية، المغرب، تونس، إندونيسيا، سوريا، الكويت والأردن.
7. Rapport économique annuel dans les pays membres de l'OCI 2009. Centre de Recherches Statistiques. Economiques et Sociales et de Formation pour les Pays Islamiques (SESRIC). p11
8. Luce Proulx. "L'écotourisme: une activité d'épanouissement collectif et individuel ? Impacts sociaux et culturels du tourisme". chap.3 dans l'ouvrage collectif intitulé: L'écotourisme. entre l'arbre et l'écorce. S /D de Christiane Gagnon et Serge Gagnon. Presses de l'Université du Québec. Québec. 2006. pp79-80
9. In: CDB (Convention sur la diversité biologique). Un guide des bonnes pratiques: Le tourisme pour la nature & le développement. Montréal. 2010. p1 ; publié dans: www.cbd.int/.../cdb-guide-des-bonnes-pratiques-tourisme-web-fr.pd... consulté le 26/04/2011
10. Bertrand Lemennicier. La morale face à l'économie. Editions d'Organisation. Paris. 2006. p47
11. محمد بن صالح العثيمين، شرح الأصول الثلاثة، دار الإيمان للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2001، ص ص 131 و132