

ثقافة الاستهلاك والصناعات التقليدية والحرفية في الجزائر

Consumption culture and traditional
and craft industries in Algeria

Culture de la consommation et industries traditionnelles
et artisanales en Algérie

أ. / أيت سعيد فوزي * & أ. د. / بن حمودة محبوب **

تاريخ قبول النشر: 2018/10/03

تاريخ الاستلام: 2018/09/27

Abstract:

Modern industrial societies have tried to distort or destroy the cultural values inherited in ancient societies and to replace them with a consumer culture through global monopolies with enormous capacity to produce and commercialize consumer cultural goods. This paper aims to demonstrate the effect of spreading consumer culture on improving traditional industries And how to meet the challenges of recreational consumption.

Key words: Consumer culture, Traditional industries and crafts, Rationalization of consumption, Algérie.

* طالب دكتوراه علوم & أستاذ مساعد (ب) - جامعة الجزائر 3
عضو مخبر الصناعات التقليدية (LITA)
** أستاذ - جامعة الجزائر 3
مدير مخبر الصناعات التقليدية (LITA)

ملخص:

حاولت المجتمعات الصناعية الحديثة تشويه أو تدمير القيم الثقافية الموروثة في المجتمعات القديمة، وابدالها بثقافة استهلاكية من خلال المؤسسات الاحتكارية العالمية ذات القدرة الهائلة على إنتاج وتسويق السلع الثقافية الاستهلاكية تعمل على التأثير على الميول الشراء، تهدف هذه الورقة إلى عرض تأثير نشر ثقافة استهلاك على تحسين الصناعات التقليدية، وكيفية مواجهة تحديات الاستهلاك الترفي.

الكلمات المفتاحية: ثقافة الاستهلاك، الصناعات التقليدية والحرفية، ترشيد الاستهلاك، الجزائر.

Abstract:

Les sociétés industrielles modernes ont essayé de fausser ou de détruire les valeurs culturelles héritées des sociétés anciennes et de les remplacer par une culture de consommation par le biais de monopoles mondiaux dotés d'une énorme capacité de production et de commercialisation de biens culturels de consommation. Cet article vise à démontrer les effets de la diffusion de la culture de consommation sur l'amélioration des industries traditionnelles et comment relever les défis de la consommation de loisirs.

Mots clés: Culture de consommation, Industries traditionnelles et artisanales, Rationalisation de la consommation, Algérie.

مخطط المقال:

مقدمة

- 1) تقديم الصناعات التقليدية والحرفية
 - 1-1) تعريف الصناعات التقليدية والحرفية
 - 2-1) أهمية الصناعات التقليدية والحرفية
 - 2) تقديم ثقافة الاستهلاك
 - 1-2) تعريف ثقافة الاستهلاك
 - 2-2) فلسفة ثقافة الاستهلاك
 - 3) ثقافة الاستهلاك منتوجات الصناعات التقليدية والحرفية في الجزائر
 - 1-3) منتوجات الصناعات التقليدية والحرفية
 - 2-3) أثر ثقافة الاستهلاك على استهلاك منتوجات الصناعات التقليدية والحرفية
- خاتمة

مقدمة:

تمر الصناعات التقليدية والحرفية بمرحلة حرجة نتيجة لوفرة مثيلاتها بأسعار منافسة، حيث عملت النزعة الاستهلاكية على اختراق الثقافات التقليدية للمجتمعات، وتحولت سلوكيات البشر إلى أفعال تميل نحو الوجدان والعاطفة التفائنية في التعامل مع السلع المعروضة. إذ يواجه المستهلك الجزائري تحديا كبيرا في ظل تنامي الاهتمام بفكرة تبني أنماط استهلاكية مسؤولة، تحافظ على صحته، وفي ظل محدودية قدرته الشرائية التي تدفعه إلى الاتجاه نحو استهلاك المنتوجات الصينية ذات الأسعار المنخفضة.

وعلى ضوء ما سبق، يمكن صياغة إشكالية الدراسة كالتالي: ما هو تأثير نشر ثقافة استهلاك التي تتسم بنزعة الامتلاك على استدامة الصناعات التقليدية؟ وكيف نواجه تحديات الاستهلاك الترقى في ظل عالم يدعم من ثقافة الاستهلاك؟

نضع الفرضية التالية: تؤدي ثقافة الاستهلاك إلى إثارة نزعة استهلاكية في المجتمع بتشكيل رأي عام جديد يقوم أحيانا على تزوير الحقائق، ومنتوجات الصناعات التقليدية الجزائرية هي أحد ضحايا نموذج استهلاكي ضمن هذه الثقافة الاستهلاكية المعولمة.

1) تقديم الصناعات التقليدية والحرفية:

تقدم الصناعات التقليدية والحرفية تنوعا كبيرا في المهن الحرفية، وهي دوما تستمر في الابتكار والتحديث¹. وتعبّر عن المهارة الخاصة أو القدرة على التقنن في صنع الأشياء يدوياً، أو ما يسمى بـ الحرف اليدوية²، لتلعب دورا هاما في عملية التنمية الاقتصادية المستدامة³. وتعبّر منتجات الصناعات التقليدية والحرفية عن هوية الشعب وثقافة الأمة وجذورها، فهي تحمل ميراث الأجيال وتفاعل الحضارات... وهذه المميزات تم التعبير عنها بالمضمون الثقافي إضافة إلى هذه الميزة فهذه المنتجات لها أهمية اقتصادية بما يمكن أن تقدمه من أدوار أخرى على غرار مساهمة في زيادة مناصب العمل وتنشيط قطاعات الأخرى على غرار القطاع السياحي والمساهمة في التنمية الاقتصادية عموما. تتميز هذه المنتجات أن لكل منطقة منتج الخاص بها تميزها عن الباقي المناطق، وهذا راجع لكون أن هذا المنتج ينطلق من الثقافة المحلية والبيئة الاجتماعية مما يجعلها تعبر عن تراث حضاري للمنطقة³.

1-1) تعريف الصناعات التقليدية والحرفية:

عرفت منظمة اليونسكو والمركز العالمي للتجارة الصناعة التقليدية في ندوة (الحرف والسوق العالمي) المنعقدة في 08 أكتوبر 1997 بمانيلا بالفلبين الحرف التقليدية: "يقصد بالمنتجات الحرفية المنتجات المصنوعة من طرف الحرفيين إما حصرا باليد أو بمساعدة أدوات يدوية أو ميكانيكية، شرط أن تشكل المساهمة اليدوية للحرفي الجزء الأكبر من المنتج النهائي. هذه المنتجات تنتج من دون تحديد الكمية وباستخدام مواد أولية مأخوذة من الموارد الطبيعية المستدامة وتستمد طبيعتها الخاصة من سماتها المتميزة والتي يمكن أن تكون منفعية، جمالية، فنية، إبداعية، ثقافية، زخرفية، رمزية وهامة، تعكس وجهة عقائدية أو إجتماعية وهذا ما يجعلها تلعب دورا إجتماعيا وثقافيا وإقتصاديا⁴.

* تسمى أيضا في بعض الدول العربية بـ "الصناعات اليدوية" وبـ "الحرف اليدوية".
** نستخدم في البحث مصطلح "منتوج" اسم مفعول من "نَتَجَ" / "نَتَجَ عن" للدلالة عن مصطلح "مُنتَج" (produit أو Product) اسم المفعول من "أنتَجَ" ولتفادي الخلط مع مصطلح "مُنتَج" (Producteur أو Producteur) اسم فاعل من "أنتَجَ". ارجع في هذا الشأن إلى:
بن قطاف محمد & بن حمودة محبوب، «عناصر المزيج التسويقي لمنتجات الصناعات التقليدية والحرفية»، مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية"، مخبر الصناعات التقليدية (LITA)، جامعة الجزائر 3، المجلد 06، العدد 01، أبريل 2017، ص ص 11-40.

في الجزائر، لم يكن هناك تعريف واضح وصريح لقطاع الصناعات التقليدية والحرفية، إلا بصدور الأمر 501-96 إذ نصت المادة 05 على أنها كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليها العمل اليدوي وتمارس بصفة رئيسية ودائمة وفي شكل مستقر أو متنقل أو معرضي وبكيفية فردية أو ضمن تعاونية للصناعة التقليدية والحرف أو مقولة للصناعة التقليدية والحرف".

- إن تحديد خصائص الصناعات لتقليدية والحرفية يعد أمرا ضروريا هذا القطاع وتمييزه عن غيره، وباعتبار أن الصناعات لتقليدية والحرفية تندرج ضمن الصناعات الصغيرة فذلك يجعلها تشترك مع هذه في مجموعة من الخصائص والتي يمكن تلخيصها في⁶:
- سهولة وبساطة متطلبات إنشاء مشروع حرفي، لانخفاض رأس مال تأسيسها واستخدام أدوات إنتاج بسيطة وموارد محلية؛
 - عمل فردي وقرارات مركزية مرتبطة بصورة كبيرة بشخصية صاحب المشروع؛
 - ضالة حجم الإنتاج المساهم به، وهذا راجع ذلك إلى صغر حجم الورشات التي غالبا ما تكون فردية لا تتعدى أفراد العائلة؛
 - البعد الثقافي والحضاري والاجتماعي الأصيل للمنتج التقليدي، إضافة لأنه يُعد مصدراً للاستزاق والاستقرار الاجتماعي؛
 - انتشارها في المناطق الريفية وشبه الريفية لكون الصناعة التقليدية تستمد عراقتها وأصالتها من ذلك المحيط؛
 - وجزء من تركيبة القطاع غير الرسمي، إذ نجد أن نسبة عالية من الحرفيين يمارسون أنشطتهم في الخفاء بعدم التصريح عن هويتهم في سجلات القطاع لسبب الضغط الضريبي المرتفع وإلى ازدواجية التسجيل في السجل التجاري وسجل الصناعة التقليدية بالنسبة للمقاولات الحرفية.

1-2) أهمية الصناعات التقليدية والحرفية:

الصناعات التقليدية والحرفية في حاجة للاهتمام، حتى تكون رافدا قويا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، فمن أحد أسباب تدهور هذه الصناعات هو الاستخفاف بالعمل اليدوي، ففي عصر الآلة الصناعية وتكنولوجيا المعلومات أصبح هناك قصور لدى الأجيال الجديدة في إدراك القيم الإنسانية والروحية المستمدة من روح الإسلام التي تقف خلف كل عمل فني ينتجه الحرفيين. ومن أجل الاستفادة من تكنولوجيات الاعلام والاتصال لخدمة هذه الصناعات التقليدية

والحرفية، خاصة من حيث ترقية سياحيا وثقافيا، إذ أصبحت السياحة الثقافية تسمح للإنسان بأن يسافر في المكان والزمان كما يشاء محققا بذلك لنفسه نوعا من الاستمرارية في عالم يتسم أكثر فأكثر بالتقطع والهروب والضياح، وأصبح التراث مواكبا لاقتصاد السوق وأصبح يستعمل التكنولوجيات الحديثة وينمي علوم التصرف الأكثر تطورا لتنويع منتوجاته.

تحتاج الصناعات التقليدية والحرفية لتنمية مستمرة، حيث أن التطور السريع يزيحها جانبا لينتقم المنتج المميكن، ومن هنا بدأت مشكلة انحسار الفنون اليدوية والتي تمثل تاريخ الصناعة التي بدأت يدوية لآلاف السنين ولم تدخل لعصر الآلة إلا في العصر الحديث، إذ تلعب الصناعات التقليدية دوراً هاماً في عملية تنمية المجتمعات المحلية من خلال مساهمتها في تحقيق أهداف تنمية. وتتعاكس أهمية الصناعات التقليدية والحرفية في أن بعض المنتوجات الحرفية ذات دلالة على جوانب الهوية الوطنية للدولة المنتجة لها، ومن أهميتها⁸:

1. الأهمية التاريخية والثقافية:

بصفة عامة، ينظر إلى الصناعات التقليدية والحرفية على أنها مرآة تعكس جانبا من جوانب الهوية الوطنية للبلد، وتعتبر تراثاً وطنياً تحافظ عليه معظم الدول كجزء من هويتها وأصالة شعوبها ورمزا لعراقتها وحضارتها وتطورها. ولقد كانت الصناعات اليدوية حتى ماضي قريب تقي بكل متطلبات ومستلزمات المستهلك، وكانت منتوجاتها متوافقة مع الأنماط المعيشية السائدة في المدن والأرياف تساهم بتوفير حاجات الإنسان المختلفة، من ملابس وأثاث ومسكن وغيرها مستلزمات الحياة اليومية في جميع الميادين، وتبعاً للتغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي اجتاحت العالم، وأدت إلى تغيرات عميقة في سلوكيات وحاجيات الأفراد وأنماط الاستهلاك.

2. الأهمية الاجتماعية:

تعتبر البطالة مشكلة اجتماعية خطيرة. فهي تمثل هدراً للطاقة وتترتب عليها الكثير من الآثار المدمرة على الفرد والمجتمع فالبطالة تقود إلى الجريمة وتؤدي إلى انفرط الأمن والاستقرار الاجتماعي وإلى كثير من العوامل الأخرى التي تهدد النسيج الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع. ونظراً لهذه الآثار المرتبطة بالبطالة، فإن التعامل مع هذه الظاهرة والقضاء عليها أصبح من أولويات السياسات والخطط للدول النامية والمتقدمة على حد سواء. وتعتبر الصناعات التقليدية والحرفية إحدى المجالات التي تساهم في حشد وتعبئة القوى العاملة الوطنية وتحسين مدى المشاركة في النشاط الاقتصادي وذلك من أجل دفع عجلة الاقتصاد وتحقيق التنمية. وفي هذا السياق، تعتبر إتاحة الفرصة لاستيعاب النساء العاملات أحد الوسائل الهامة لبلوغ ذلك الهدف:

✓ دعم نسيج العلاقات الاجتماعية، ومنع تحله من خلال إضفاء وظائف اقتصادية جديدة في إطار نشر وتطوير الصناعات التقليدية في كل مجتمع محلي؛

✓ ودعم الإستقرار الإجتماعي والسياسي للمجتمع من خلال إعطاء أولوية للإهتمام بالصناعات التقليدية لدى الشرائح الإجتماعية الأكثر حاجة أو الأشد فقرا؛ مما يؤدي إلى خفض التباين بين الشرائح الإجتماعية المختلفة.

3. الأهمية الاقتصادية:

يعتمد الإنتاج في الصناعات التقليدية والحرفية بشكل رئيسي على الأفراد، وغالبا فإن النسبة بين رأس المال والعمالة منخفضة مقارنة مع الصناعات غير اليدوية، ونظرا لتدني النسبة بين رأس المال والعمالة فإن هذا القطاع مصدرا قويا من مصادر توفير فرص العمل. كما برهنت الصناعات التقليدية والحرفية على أنها مصدر جيد للعملات الأجنبية في عدد من الدول النامية، ويحتسب ذلك ضمن عائدات السياحة للدولة. ويمكن تلخيص الأهمية الاقتصادية لهذه الصناعات في:

✓ إمكانية إيجاد فرص عمل أكبر عن طريق تخصيص موارد أقل مقارنة بمتطلبات الصناعات الأخرى وقابليتها لاستيعاب وتشغيل أعداد كبيرة من القوى العاملة بمؤهلات تعليمية منخفضة؛

✓ الاستفادة من الخامات المحلية وخاصة المتوفرة في المناطق الريفية؛

✓ توفير فرص عمل للمرأة التي لا تتيح لها ظروفها المختلفة العمل في القطاع الرسمي، وتمثل الصناعات المنزلية بمختلف أطرافها نموذجا مناسباً؛

✓ انخفاض التكاليف اللازمة للتدريب، لاعتمادها أساساً على أسلوب التدريب أثناء العمل فضلاً عن استخدامها في الغالب للتقنيات البسيطة غير المعقدة؛

✓ المرونة في الانتشار في مختلف المناطق وخاصة التي تتوفر بها خدمات أولية بما يؤدي إلى تحقيق التنمية المتوازنة بين الريف والحضر ويؤدي إلى الحد من ظاهرة الهجرة الداخلية ونمو مجتمعات إنتاجية جديدة في المناطق النائية؛

✓ والمرونة في الإنتاج والقدرة على تقديم منتجات وفق احتياجات وطلب المستهلك أو السائح.

4. الأهمية السياحية:

في كثير من الدول، يساهم قطاع الصناعات التقليدية والحرفية بدور إيجابي وفعال في التنمية السياحية، ويعزى ذلك إلى أسباب تشجيع الزوار والسياح على شراء المنتجات التقليدية والاحتفاظ بها كتذكارات أو توزيعها كهدايا. فالقيمة التراثية للحرف أمر معترف به في المناطق السياحية في كافة دول العالم، والعائد المادي هو العامل الأكثر أهمية في بقاء هذه الحرف حيث يلاحظ بصورة عامة أن أي سائح (بمفرده أو ضمن مجموعة) عند زيارته لأي دولة تكمن رغباته في اقتناء المنتجات الحرفية من تلك الدولة. وتتطلب الأهمية السياحية عملية تشجيع ودعم هذه الصناعات حتى يمكن توفير منتجات حرفية ذات نوعيات جيدة وبمواصفات ملائمة سواء فيما يتعلق بالحجم أو الشكل لذلك لا بد من مضاعفة الجهد والتصدي للمصاعب والعقبات التي تواجه الحرفي.

(2) تقديم ثقافة الاستهلاك:

يقصد بكلمة ثقافة في أبسط معانيها الأنثروبولوجية أساليب حياة تتضمن معاني ودلالات يعيش بمقتضاها الناس ويتشبثون بها ويتواصلون من خلالها. أما الاستهلاك فهو تعبير عن استخدام نهائي للسلع والخدمات التي تنتج في مجتمع معين. مما يعني أن مفهومي الثقافة والاستهلاك يسيران في طريقين متباعدين رغم أنهما يتحدثان عن سلوك إنساني في النهاية، فالأول يشير إلى جانب رمزي من السلوك، بينما الثاني إلى جانب مادي. يبدو أن اللقاء المفهومين في مفهوم واحد جاء محصلة لتغيرات اجتماعية واقتصادية جعلت من السلوك الاستهلاكي تعبير عن دلالات ومعاني تتجاوز مجرد استخدام السلعة. وبما أن التغيرات تحدث أولاً ثم تفرض علينا ضرورة استيعابها بالمفاهيم العلمية، فإن الواقع الجديد للسلوك الاستهلاكي في المجتمعات الرأسمالية الحديثة هو الذي دفع علماء الاجتماع إلى التعبير عنه من خلال مفهوم ثقافة الاستهلاك⁹،

(1-2) تعريف ثقافة الاستهلاك:

تعود ولادة ثقافة الاستهلاك، بالدرجة الأولى، إلى بروز المجتمعات الصناعية الحديثة ومجتمعات ما بعد الصناعة المعاصرة، التي حاولت تشويه أو تدمير القيم الثقافية الموروثة في المجتمعات القديمة، وإبدالها بثقافة استهلاكية تريف وعي الجماهير وتفقدتها القدرة على التفكير السليم، لذلك تم إبدال مصطلح الثقافة الإنسانية التي تصلح لكل زمان ومكان، بمقولات كثيرة تركز على الثقافة اليومية أو ثقافة الاستهلاك التي تتخذ، منطلقاً لها، التوسع في الإنتاج السلعي الرأسمالي، الذي أدى إلى تراكم في الثقافة المادية في صورة منتجات استهلاكية ومواقع للشراء والاستهلاك، مما أدى إلى البروز المتزايد لظاهرة وقت الفراغ، وتنوع الأنشطة الاستهلاكية نتيجة لتوحيد السوق على المستوى الكوني، حيث ظهر عصر الاحتكارات الرأسمالية العملاقة ومتعددة الجنسيات، ودخول مرحلة التغير الدائم والاختراعات المتواصلة، والتمركز الثقافي والإعلامي عبر المؤسسات الاحتكارية العالية ذات القدرة الهائلة على إنتاج وتسويق السلع الثقافية الاستهلاكية، فلم يعد بمقدور مجتمع بشري مهما كان صغيراً، أن يبقى بعيداً مؤثراً ثقافة الاستهلاك العالمية التي بنتها شبكات بالغة التطور من أجهزة الإعلام وأجهزة الاتصالات، فثقافة الاستهلاك تعتمد على تجاوب المستهلك لأحداث التسويق الإعلامي من حيث لفت الانتباه والفضول والتعلم وتبني السلوك والتأثير على ميول الشراء لديه وانخراطه في السوق الحديث¹⁰.

نعرف ثقافة الاستهلاك على أنها:

- تلك الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية، كمجموعة معاني ورموز تصاحب العملية الاستهلاكية¹¹؛
- هي ثقافة تمجد الاستهلاك من خلال أسواق جديدة تطرح فيها سلع جديدة وكثيرة¹²؛
- وثقافة لا تحمل مظاهر ثقافات الشعوب التقليدية من قيم واعتقادات وفنون، بل تعني بالدرجة الأولى الجوانب الغريزية بالإنسان، وبالمظاهر والكماليات الشكلية التي تحدد قيمة الإنسان بمقدار ما يقدته من أشياء مادية أو مال، وتعمل ثقافة الاستهلاك على تحويل جميع مظاهر الثقافة الإنسانية، وأبرزها الفنون إلى سلعة تجارية¹³.
- وفي ضوء هذا التعريفات، فإن للثقافة الاستهلاكية جوانب مادية واضحة، إذ أنها تلتف بالأساس حول عملية استهلاك مادي، ولكن فهم هذه الجوانب لا يكتمل إلا بفهم الجوانب المعنوية المتصلة بها والتي توسع من دائرة الثقافة الاستهلاكية لتشمل المعاني والرموز المصاحبة لعملية الاستهلاك المادية.

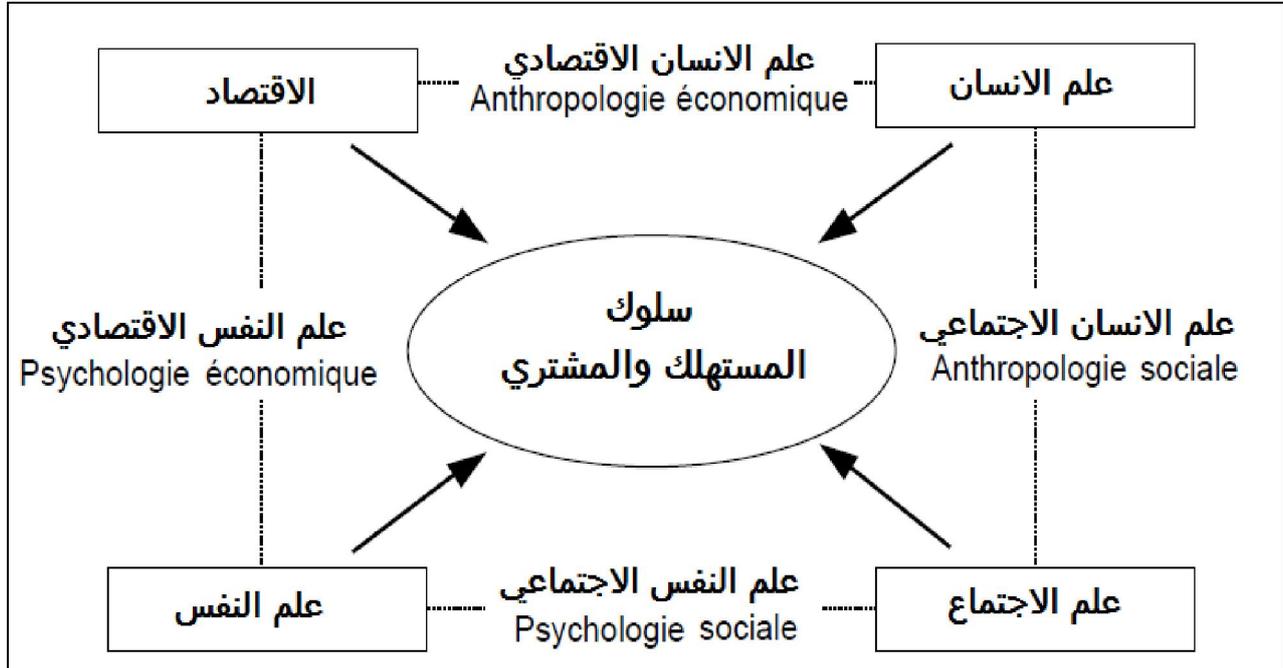
تشير بحوث علم الاجتماع والأنثروبولوجيا إلى خصائص متعددة للثقافة الاستهلاكية أهمها¹⁴:

- توصف بأنها مادية، كونها تدور حول استهلاك السلع المادية وإقامة أسواق جديدة للسلع الاستهلاكية؛
- تتميز بجوانبها المعنوية، فهي لا ترتبط بالممارسات المادية فقط، وإنما ترتبط أيضا باستهلاك المعاني والخبرات والأصور، فالأسلوب الذي تعرض به السلع أو الذي يعلن به عنها، يرتبط بصورة معينة يسعى إلى تثبيتها في ذهن المشتري؛
- تتسم بالطابع الأسلوبي، بحيث يكون للسلعة تأثير أسلوبي يعبر عن فردية أو تفرد مالكها؛
- تتسم بالتحول المستمر والسريع؛
- تتميز بإنتاج المستمر للعلامات والرموز، فالمستهلكون على وعي بأنهم يتحدثون من خلال مظهرهم وملابسهم، والسلع والممارسات التي تحيط بهم، وبهذا المعنى فنثقافة الاستهلاك تخلق من الرموز ما يجعلنا نفهم ذواتنا وذوات الآخرين على نحو معين، وتمتد رمزية ثقافة الاستهلاك إلى الجانب التدوقي والجمالي من الثقافة؛
- وتتصف بأنها ثقافة قهرية، تدفع الناس دفعا إلى الاستهلاك والركض خلف طموحاته، بغض النظر عن الفوائد الفعلية المتحققة من ذلك.

إن اللجوء للدراسة النظرية اللازمة لدراسة سلوك المستهلك والمشتري متنوعة جدا وتتأرجح بين الاقتصاد وعلم النفس وعلم الاجتماع والأنثروبولوجيا (علم دراسة الانسان). واليوم، فقد ساهمت هذه التخصصات المنظمة بشكل كبير في إدراج هذا المجال في المفاهيم النظرية. بعض التخصصات تضافرت إلى هيكلة مجالات مستقلة جديدة مثل علم النفس الاقتصادي، علم النفس، الأنثروبولوجيا الاجتماعية أو الأنثروبولوجيا الاقتصادية. إذا كان كل واحد من هؤلاء وقد

ساهمت التخصصات في فهم وتحديد السلوك المستهلك والمشتري، وبعضهم مثل علم النفس أو الأنثروبولوجيا اليوم تحتل مركزا مهيما¹⁵. وهذا ما يتضح توضيحه من خلال الشكل التالي:

الشكل - المراسي النظرية لسلوك المستهلك والمشتري



المصدر: LADWEIN Richard, «Le comportement du consommateur et de l'acheteur», Economica (2° édition), Paris, 2003, p. 18.

يحدد تحليل ظاهرة الاستهلاك أن الناس ليسوا مستهلكين سلبيين، وبالتالي يقومون بالممارسات الاستهلاكية على نحو نشط وفعال وتكون أكثر ارتباطا بالعادات والتقاليد الاجتماعية والخلفيات الطبقية، وأن ما يسود في ثقافة المستهلك من أساليب وأنماط للاستهلاك والحياة تكون عرضة للتحويل والتغير عبر الزمن. ووفق المدخل الاجتماعي الثقافي لسلوك المستهلك، تقوم الثقافة بوظيفتين هما¹⁶:

1. تمثل القوة التي تحدد قواعد السلوك حيث تكون بمثابة المعيار الذي يسترشد به الناس عندما لا يكونون متأكدين من نوع السلوك أو التصرف في موقف معين؛
2. وأنها تمثل نوعا من الحافز لأتباع معايير الجماعة حيث تحدد مواصفات السلوك المناسب أو المقبول.

2-2) فلسفة ثقافة الاستهلاك:

إن ثقافة الاستهلاك أمر ضمني، فالمسألة ليست نوعية ما نرتديه من ملابس، ولكن كيفية ارتدائها، وهنا نجد أن الكتب التي تهدف إلى تعليم السلوك وتحسين الذوق، تفرض نفسها في المكتبات من خلال تأكيدها على ضرورة أن يكون السلوك طبيعياً، وأن تصبح المقتنيات الجديدة وأنماط السلوك المرتبطة بها طبيعية، وهكذا يمكن بسهولة التعرف على الأثرياء الجدد الذين يتجهون نحو استراتيجيات استهلاكية مبهرة، ومن ثم يتظاهرون بتصنع داخل النطاق الاجتماعي، فغالباً ما تقتصر تصرفاتهم ومظاهرهم للذوق السليم الذي يميز أفراد الطبقة العليا، والطبقة الأرستقراطية وذوي رأس المال الثقافي الكبير، الذين اختلفت أدق تفاصيل حياتهم مع تبني ثقافة الاستهلاك¹⁷.

إنطلاقاً من كون المستهلك بالنسبة للمؤسسات، يعد عون مهم، لكونه يشكل الضمانة الأساسية لأرباحها¹⁸، ودور الاستهلاك دوماً في تغيير كون أفراد المجتمع في تطور¹⁹. لذلك، من المهم أن يكون للمستهلك ثقافة استهلاكية واسعة تقتني السلع والخدمات بشكل كبير.

تتحدد ملامح ثقافة الاستهلاك وأهدافها لتشير إلى أنها²⁰:

- من صنع قوى تملك الوسائل الدعائية للتأثير والترويج والترغيب؛
- تخلق جوانب المتعة في الشراء وحب التملك والتعطش إلى التسوق والبحث عن مكانة اجتماعية مفقودة؛
- تستخدم المعاني والصور والرموز، كالموسيقى والغناء والفيديو كليب، بهدف نشر ثقافة الاستهلاك وإسباغ عليها أسلوباً مميزاً يرسخ النزعة نحو الاستهلاك والرغبة في الشراء، وهي في ذلك تتجاوز الدرس الاقتصادي التقليدي الذي كان يركز على معايير الجودة والثمن كشرطين أساسيين في فهم عمليات الإنتاج والتسويق؛
- تخدم حضارة السوق والقوى الرأسمالية العملاقة، وتشكل تحديات كبرى ومؤثر سلبي على اقتصاديات الدول المعتمدة على استيراد السلع المنتجة في الدول المتقدمة؛
- تخلق تطلعات ونزعات استهلاكية بلا حدود معتمدة في ذلك على الترغيب والتشويق، وكذا الإجبار والقهر كأساليب تستند على مقولة "محاكاة الغير والرغبة في تقليد الآخر"، وتوظيف الخصوصيات الثقافية الكامنة والراسخة في عادات الشعوب وتقاليده؛
- تعمل على تقديم نوع من الإحساس بالتميز والتفوق للمستهلك فيصبح الهدف هو امتلاك السلعة بغض النظر عن الحاجة إليها، وتدرجياً يتعود المستهلك على متابعة حركة السوق والرغبة في الشراء ويبحث عن أقصر الطرق للحصول على كل ما هو جديد من سلع

معروضة أو معلن عن طرحها في الأسواق فيهرول إليها مما يؤدي إلى إصابته بحالة تشبه الإدمان؛

- تعمل على تسكين وبقاء المستهلك في دائرة الاستهلاك والجوع إلى التسوق؛
- وتملك وسائل عدة للضغط، وأساليب متباينة للقهر، مما يجعل المتطلعين إلى الاستهلاك راغبين فيه وباحثين عنه ومتعطشين إليه.

يمكن التعرف على فلسفة ثقافة الاستهلاك من خلال نظرياتها الأساسية التالية²¹:

➤ نظرية إنتاج الإستهلاك:

وتتخذ هذه النظرية منطلقا لها التوسع في الإنتاج السلعي الرأسمالي، الذي أدى غلى تراكم هائل في الثقافة المادية بصورة منتوجات استهلاكية، فإن الإنتاج الاقتصادي لا بد من أن يربط ليس بالندرة وإنما بالوفرة، ويتم التخلص من الفائض من الزيادة في الطاقة إلى الزيادة في الإنتاج والسلع، فإن المجتمعات الرأسمالية تحاول أن توجه الاستهلاك بحيث يؤدي إلى نمو اقتصادي كامل وبلا حدود، كما أنها تنتج مواقع للاستهلاك تؤكد على المتعة والفائض، وطبعا هذا أدى إلى بروز متزايد لظاهرة وقت الفراغ وتنوع الأنشطة الاستهلاكية في المجتمعات الغربية المعاصرة، وإن الغرض من الإنتاج هو الاستهلاك بحيث يصل الأفراد إلى حالة الإشباع من خلال الشراء المنتوجات الضرورية أم كمالية، وهذا يدل على السعي نحو التراكم في نطاق العملية الإنتاجية الذي يؤدي في النهاية إلى التغلب على الندرة حيث تتم تلبية الاحتياجات والمتع الاستهلاكية التي بدورها تؤثر على ثقافة الشعوب، في انعكاس النزعة الفرية، بمعنى الاعتماد على الذات.

➤ نظرية أساليب الإستهلاك:

ترتبط بأسلوب استهلاك السلعة والصورة المصنعة عليها مع الأخذ بعين الإعتبار أذواق المستهلكين، ونتيجة لحركة الأسواق وتغيير مفهوم الضروري والكمالي على بعض السلع الاستهلاكية، وذلك في ظل التغيرات المذهلة في عالم الاختراعات، مما يؤدي إلى بروز إنتاج السلع الرمزية والصور والمعلومات. بالإضافة إلى توسيع الأفكار السائدة حول الإنتاج والتشكيك فيها وترويج صور الاستهلاك بشكل يوحي بوجود رغبات بديلة، وهذا داخل المجتمعات الاستهلاكية غير المنتجة للبضائع، وتقوم بتوجيه جزء كبير من الإنتاج نحو التسلية والخدمات.

➤ ونظرية استهلاك الأعلام والصور والمتعة:

بعد أن تمت الدعوة للخصخصة تمهيدا للعولمة، استخدمت المؤسسات وسائل الإعلام للإعلان عن منتجاتها في جميع دول العالم، وبدورها استخدمت إعلانات الإغراء والهدايا والجوائز والتخفيضات والحسومات والمهرجانات لكسب المستهلك، بحيث يعيش الفرد في عالم من الأعلام الوردية التي لا يستطيع الاستيقاظ منها، لان الإعلان يلاحق الفرد في كل مكان، ومن الصعب على المستهلك أن يهمل الإعلانات التي تقدم له، لان المؤسسات الاعلانية تستخدم كل الوسائل التكنولوجية لجذب انتباهه بالتركيز على الجرعة الحسية الزائدة والإدراكات التي تشبه الأعلام، وبالتالي يفتح المشاهد على مجال أوسع من الأحاسيس والتجارب الانفعالية المزروجة بانهيال الحدود الفاصلة بين الفن والحياة اليومية، والتعامل مع الفن كسلعة لها مكانها الذي يضيء على الحياة اليومية جمالية حالمة.

من أهم أنواع الضوابط الثقافية للمستهلك²²:

➤ العادات:

العادات هي طرق تفاعل الناس مع بعضهم البعض ويلتزم الناس بمراعاتها لأنهم يعتقدون فيها، وقد تكون شرائية تختلف من ثقافة لأخرى من حيث فحص المشتريات أو من حيث توقيت الشراء أو كمية الشراء، أو قد تكون عادات استهلاكية مرتبطة بمناسبات دينية واجتماعية مثل شراء الملابس الجديدة في العيدين وشراء الحلوى في المناسبات.

➤ العُرف:

العُرف هو عبارة عن مجموعة من القواعد والمفاهيم، والمعايير والمقاييس الاجتماعية المتفق عليها أو المقبولة لدى عامة الناس، وغالباً ما تكون على هيئة عادة اعتاد عليها الناس، بالإضافة إلى أنه قد تتبدل بعض القواعد أو العادات لتصبح قانوناً، وقد يتم إدخال تشريع تنظيمي مكتوب من أجل صياغة أو تنفيذ العُرف. وهو ما تعارف عليه الناس كأساس للمعاملات في المجتمع، وهو يختلف من مجتمع لآخر.

➤ الأخلاقيات والقيم:

توضح الأخلاقيات والقيم الخطوط العريضة لما يعتبر صواباً ولما يعتبر خطأ في المجتمع، فهي تشمل آداب التعامل والسلوك وشرف ممارسة المهنة وينظر إليها على أنها من

المقومات الأساسية لرفاهية واستمرار المجتمع. وهي تمثل المثل العليا في كل حضارات والمجتمعات البشرية بمختلف ثقافات ومعتقداتها على امتداد التارى الإنساني، وبغض النظر عن الاختلاف في مصدر هذه القيم والمثل في كل حضارة أو مجتمع بشري.

➤ والقوانين:

القوانين هي نتاج الحضارة الانسانية بدءً من الحضارات اليونانية القديمة عند العديد من المفكرين وعلى رأسهم أفلاطون*. فهي الضوابط الثقافية الأكثر رسمية وتحدد الكثير من العلاقات بين الزبائن والمؤسسات مثل شروط وأسس التعامل والتعاقد. وتقوم بتنظيم العلاقات في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية، التي قد تكون بين فرد وآخر أو بين الدولة والأفراد، كقواعد سلوكية إجتماعية وعامة ومجردة وملزمة التنفيذ. ويقع قانون حماية المستهلك* ضمن القانون العام الذي يركز على ضرورة تنظيم العلاقات القانونية القائمة بين المستهلك والجهات المقدمة للسلع والخدمات للمستهلك، مثل جمعيات حماية المستهلك التي تعد "كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله"²³. ويربط الباحثون بين الثقافة المادية والاستعمال النفعي للصناعات التقليدية والحرفية، غير أنها تتأثر بمؤشرات العرض والطلب والحالة النفسية للحرفي وأذواق المستهلكين ومدى توفر المواد الخام وأساليب الإنتاج التقليدية. كون الثقافة استثمار يخلق القيمة الضرورية التي تتأسس عليها التنمية، وعي الإنسان، وهي نسق اجتماعي تشمل القيم والمعتقدات والمعارف والفنون والعادات والممارسات الاجتماعية والأنماط المعيشية²⁴.

* لمزيد أكثر، ارجع إلى:

تليور د، «نصوص فلسفية: القوانين لأفلاطون»، تعريب محمد حسن ظاظا، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1986.

* القانون 09-18 المؤرخ في 25 رمضان 1439 هـ الموافق لـ 10 جوان 2018م المعدل والمنتم للقانون 03-09 المؤرخ في 29 صفر 1430 هـ الموافق لـ 25 فيفري 2009م المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش (الجريدة الرسمية، العدد 35-2018م).

3) ثقافة الاستهلاك منتوجات الصناعات التقليدية والحرفية في الجزائر:

الصناعات الثقافية هي الصناعات التي تُنتج وتوزع الإنتاج والخدمات الثقافية، أي التي يتبين، لدى النظر في صفتها أو أوجه استعمالها أو غايتها المحددة، أنها تجسد أو تنقل أشكالاً للتعبير الثقافي بصرف النظر عن قيمتها التجارية"، حسب نص تعريفها في "اتفاقية حماية وتعزيز تنوع أشكال التعبير الثقافي" التي اعتمدها اليونسكو في خريف 2005. ومن الصناعات الثقافية، نجد الصناعات الحرف اليدوية والتصميم، مجالين للنشاط ليسا من الصناعات الثقافية بالمعنى الدقيق، لكن لهما أوجه شبه بها قوية، من حيث الإدارة مثلاً، إذ أنها تؤدي إلى نشوء مؤسسات صغيرة ومتوسطة. وتمثل هذه الصناعات حتى اليوم، وفي شكل مطرد مستقبلاً، أحد قطاعات الاقتصاد والتجارة الأقوى نشاطاً في العالم، وتفتح أمام البلدان النامية آفاقاً تجارية جديدة. فعلى المستوى العالمي، تمثل هذه الصناعات حالياً أثر من 7% من إجمالي الناتج العالمي²⁵،

3-1) الصناعات التقليدية والحرفية في الجزائر:

كانت بداية الإستراتيجية الوطنية الفعلية لترقية الصناعات التقليدية والحرفية منذ سنة 2003 بتنظيم الجلسات الوطنية للصناعات التقليدية والحرف²⁶، وحالياً تتضح معالم التطور من خلال إعادة بعث نشاطات القطاع من خلال وثيقة "التنمية الإستراتيجية للصناعات التقليدية والحرف 2010-2020". ونبين من خلال التصور التالي أن الصناعات التقليدية والحرف ارتبطت بشدة بكثرة القوانين التشريعية، منها ما خدم فعلاً تطور القطاع، لكن الآخر يبين درجة تخبط القطاع بين التعديل وإعادة التعديل للقوانين²⁷. وهو ما كان أثر على ثقافة استهلاك منتوجات الصناعات التقليدية والحرفية.

بالرغم من أن المنتج الحرفي الجزائري يتميز بتنوع في تشكيلة منتوجات الصناعة التقليدية والحرفية، إلا أنه لا يزال يعرف تباطؤ كبير رغم الجهود الكبيرة للانعاش لتبني مخطط الإنعاش الاقتصادي 2005-2009 لأول مرة في تاريخ قطاع الصناعات التقليدية والحرف إنجاز 90 هيكلاً للتنشيط والتكوين والترويج لصالح الحرفيين في مختلف مناطق الوطن²⁸. وبصدور عدة تشريعات، بدأ الأمر يتصح:

- المرسوم التنفيذي 03-472²⁹ المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 97-100، تم استحداث 11 غرفة جديدة للصناعة التقليدية والحرف، وأصبح عدد الغرف 31 غرفة؛

- بتاريخ 22 سبتمبر 2004، تم تعديل المرسوم التنفيذي 92-12 عن طريق المرسوم التنفيذي 04-313³⁰ للحفاظ على الصناعة التقليدية وتطويرها وترقيتها؛
- حدد المرسوم التنفيذي 07-339 قائمة نشاطات الصناعات التقليدية والحرف المحدثه موزعة عبر ثلاثة فروع للنشاط هي³¹:

1. الصناعات التقليدية والصناعات التقليدية الفنية:

وهي كل صنع يغلب عليه العمل اليدوي ويستعين به الحرفي أحيانا بالآلات لصنع أشياء نفعية و/أو تزيينية ذات طابع تقليدي وتكتسي طابعا فنيا يسمح بنقل مهارة عريقة، وتعتبر الصناعة التقليدية صناعة تقليدية فنية عندما تتميز بأصالتها وطابعها الانفرادي والإبداعي. وتضم النشاطات المرتبطة بصناعات: المواد الغذائية، الطين، الجبس، الحجر، الزجاج وما يماثلهم، المعادن (بما في ذلك المعادن الثمينة)، الخشب ومشتقاته وما مثله، الصوف والمواد المماثلة له، القماش، الجلود، و مواد أخرى مختلفة.

2. الصناعة التقليدية الحرفية لإنتاج المواد:

وهي متعلقة بنشاطات الصناعات التقليدية الحرفية لإنتاج المواد الإنتاج والصناعة أو التحويل المرتبطة بكل صنع لمواد استهلاكية عادية لا تكتسي طابعا فنيا خاصا، وتوجه للعائلات وللصناعة وللزراعة. وتضم نشاطات الإنتاج والصناعة أو التحويل المرتبطة بقطاعات: المناجم والمقالع، الميكانيك والكهرباء، الحديد، التغذية، النسيج والجلود، الخشب والتأثيث والخردوات والأدوات المنزلية، الأشغال العمومية للبناء و مواد البناء، الحلي، ونشاطات الصناعة التقليدية الحرفية لإنتاج المواد المختلفة.

3. والصناعة التقليدية الحرفية للخدمات:

وتتعلق بمجمل النشاطات التي يمارسها الحرفي والتي تقدم خدمة خاصة بالصيانة أو تصليح أو ترميم الفني باستثناء تلك التي تسري عليها أحكام تشريعية خاصة. وتضم نشاطات النشاطات المرتبطة ب (التركيب والصيانة والخدمة ما بعد البيع للتجهيزات والمعدات الصناعية المخصصة، تصليح وصيانة التجهيزات والمواد المستعملة، الأشغال الميكانيكية، التهيئة والصيانة والتصليح وزخرفة وتزيين المباني المخصصة لكل الاستعمالات التجارية والصناعية والسكنية، النظافة وصحة العائلات، الألبسة، ونشاطات الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات المختلفة).

عن طريق بالمرسوم التنفيذي المعدل والمتمم 09-323³²، أصبح عدد غرف الصناعة التقليدية والحرف رسميا 48 غرفة موزعة على التراب الوطني (أي لكل ولاية غرفة)، أي انتقل عدد الغرف من 8 غرف سنة 1992 إلى 20 غرفة سنة 1997 إلى 31 غرفة سنة 2003 لتصل إلى 48 غرفة سنة 2009³³.

عملت الحكومة على بعث حركية فعالة ودائمة للنشاطات الحرفية على جميع المستويات، وعلى رأسها تسطير مخططات عمل للتنمية المستدامة للصناعة التقليدية³⁴. فقد أثار التوجه الجديد نحو اقتصاد السوق من جديد بوضع تصور لمخطط قطاع الصناعات التقليدية (أفاق 2020). ويندرج هذا العمل في إطار تنفيذ توصيات نابعة عن الجلسات الوطنية للصناعة التقليدية الملتزمة بالجزائر سنة 2009 في الفترة 22 و24 من شهر نوفمبر، وكذلك نتائج الملتقيات الجهوية (أفريل 2011) والندوة الوطنية (جوان 2011) والتي أكدت كلها على أنّ نجاح مختلف البرامج المعتمدة لتنمية قطاع الصناعات التقليدية والحرف، لا يهدف فقط إلى تنمية ذاتية للقطاع، بل يتجاوز ذلك إلى تعزيز تنافسية الاقتصاد الوطني ككل، لاسيما من خلال دعم الحرفيين على الإنتاج الكمي والنوعي وتشجيع تحسين المهارات قصد الاستجابة للمعايير الدولية، ومن ثم تحقيق القدرة على تصدير منتوجات الصناعات التقليدية والحرف كمساهمة من القطاع في الجهد التصديري خارج المحروقات، وكل ذلك سينعكس طبعاً على تلبية مستمرة ونوعية لحاجات المجتمع خصوصاً في مجالي التأهيل والتشغيل.

تترجم التدابير المسطرة المكانية المحورية التي يحتلها القطاع والمكانة التي يجب أن يصل إليها اعتبار دوره في دفع نسق النمو بالاعتماد على الميزات التفاضلية التي تتمتع بها الجزائر مثل موقعها الجغرافي وقربها من القوى الاقتصادية والأسواق الكبرى في العالم، وتفتحها على الخارج³⁵. وقد مكنت التوصيات المنبثقة عن هذه اللقاءات من وضع الإستراتيجية المستقبلية لتنمية قطاع الصناعات التقليدية والحرف التي لا يمكن أن يتم إنجازها إلا من خلال مخطط عمل يساهم في تحقيق أهداف البلاد في تسريع نسق النمو وكسب الرهانات في مجالي الاستثمار والتشغيل.

وابتداء من 09 نوفمبر 2014 ووفق الإستراتيجية الجديدة لتنمية الصناعات التقليدية والحرف الجزائرية، تم تغيير التسمية من الاحتفال بـ "اليوم الوطني للصناعة التقليدية" إلى الاحتفال بـ "اليوم الوطني للحرفي"، وذلك حتى يكون الاحتفال لكل الحرفيين دون استثناء لأي فئة أو مجال أو نشاط³⁶. وليكون الاحتفال بـ "اليوم الوطني للحرفي" تكريماً واعترافاً صريحاً لشخص الحرفي ودوره في حماية وتطوير قطاع الصناعة التقليدية والحرف³⁷.

ووفق التشريعات القانونية³⁸:

- الحرفي كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعة التقليدية والحرف، يمارس نشاطاً تقليدياً، يثبت تأهילה ويتولى بنفسه ومباشرة تنفيذ العمل، وإدارة نشاطه وتسييره وتحمل مسؤوليته؛
- والحرفي المُعلم في حرفته، كل حرفي مسجل في سجل الصناعة التقليدية والحرف، يتمتع بمهارة تقنية خاصة، وتأهيل عال في حرفته، وثقافة مهنية.

3-2) أثر ثقافة الاستهلاك على استهلاك منتجات الصناعات التقليدية والحرفية:

إن الهدف الأساسي الذي جاءت به ثقافة الاستهلاك هي تدمير الكامل وشبه النهائي للثقافات المحلية من جهة، ولنقاط القوة في الثقافة السائدة في المراكز الصناعية حتى لا يستخدمها الجماهير الشعبية هناك في معاركها المستمرة يوميا دفاعاً عن حقوقها الأساسية التي تندثر بعد حياة قصيرة ومضنية جداً.

لعل أبرز نقاط القوة في الهجوم الذي تشنه ثقافة الاستهلاك الراهنة على الثقافات المحلية والوطنية والإنسانية هي التالية³⁹:

- استخدام الإنسان الآلي في الإنتاج وتضخيم ما تنتجه الاحتكارات الثقافية العملاقة على المستوى الكوني من ثقافة استهلاكية عبر سلع جذابة ومتعددة وترضي جميع الأنواع الفنية؛
- تغير السلوك الإنساني، الجماعي والفردي، في المجتمعات الصناعية وما قبل الصناعية على حد سواء، وذلك عبر إدخالها في مرحلة التغيير الدائم للمجتمع، والإختراعات المتواصلة التي توظف على الفور في الخدمات الاجتماعية والتفكيك الشامل للثقافات المحلية والحاقتها تبعاً بالسوق ثقافة الاستهلاك العالمية، ونفي مقولة التاريخ الجزئي أو القطري أو الوطني والحاقه بالتاريخ الشمولي الكوني
- طمس الحدود بين الفن والحياة اليومية والدعوة إلى رفض مقولات الثقافة النخبوية أو الثقافة المتميزة والتبشير بالثقافة الجماهيرية، أو الثقافة الشعبية، أو حق الجماهير بالثقافة، مع التركيز على الأضحاك والمرح المستند إلى ثقافة سطحية تقتفر إلى العمق بهدف إرضاء الوعي المتدني للجماهير الشعبية؛
- والتركيز على الإنسان الفرد وإطلاق العنان لجميع المقولات الداعية إلى احترام الحرية الشخصية الفردية، وتشجيع الأعمال الفنية والثقافية التي تجرد الذات.

ولا تحدد قيمة منتجات الصناعات التقليدية من حيث المنتج المادي بقدر ما تحدد من المضمون الثقافي لها، لهذا يمكن تفسير سبب غلاء هذا نوع من المنتجات راجع جملة أسباب، أولاً تكاليف إنتاجها إضافة إلى المضمون والدلالة الثقافية التي يحمله منتج الصناعات التقليدية والحرفية، وكذلك إلى ثقافة المشتري ودرجة إعجابه بهاته المنتجات⁴⁰:

- بالنسبة لتكاليف إنتاجها؛
- بالنسبة لتكاليف المواد الأولية؛
- وثقافة المشتري ودرجة إعجابه بمنتج الصناعات التقليدية والحرفية.

وبالرغم من أن المنتج الحرفي الجزائري يتميز بتنوع في تشكيلة منتوجات الصناعة التقليدية والحرفية، إلا أنه لا يزال يعرف تباطؤ كبير رغم الجهود الكبيرة للانعاش تنفيذًا لتوصيات الجلسات الوطنية للصناعة التقليدية المنعقدة بالجزائر في الفترة 22-24 من شهر نوفمبر 2009، وللملتقيات الجهوية (أفريل 2011) وللندوة الوطنية (جوان 2011). وعليه، لا بد من دعم الحرفيين على الإنتاج الكمي والنوعي وتشجيع تحسين المهارات قصد الاستجابة للمعايير الدولية، ومن ثم تحقيق القدرة على تصدير منتوجات الصناعات التقليدية والحرفية كمساهمة من القطاع في الجهد التصديري خارج المحروقات⁴¹. ورغم كل ما يقال، يبقى تحليل سلوك الشراء والاستهلاك معقد⁴².

خاتمة:

إن ما ينفق من أموال في الجزائر لا يعني ارتفاع مستوى المعيشة بقدر ما يعني البحث عن سلع كمالية للاستهلاك بقصد التباهي وحب الظهور وتعويض نقص اجتماعي. فقد أصبحت السلع المعروضة في الأسواق تثير لعاب المستهلك الجزائري لأنها تمثل لديه رمزاً ثقافياً يدل على ارتفاع مكانته الاجتماعية وسط جماعته. وتغير السلوك الاستهلاكي لدى الجماهير بفعل التحولات الرأسمالية المعاصرة ولذلك أصبح تفضيل اقتناء السلعة يتم بصورة عشوائية، حسب ما يمثله ذوق المصمم أو حسب لغة ونصوص الخطابات الإعلانية المنتشرة في الوسائل الإعلانية على اختلاف مستوياتها.

هناك فرق كبير بين النزعة الاستهلاكية في دول العالم المتقدم وبين الاستهلاك في دول العالم الأقل تطوراً، ففي الحالة الأولى تعمل في صالح صنع الحضارة والتنمية، بينما لدول الأول تعمل الحالة الثانية في صالح التخلف. في الدول الأولى تستهلك ما تنتجه فتزيد من عمليات الإنتاج وإعادة الإنتاج، بينما تستهلك في الدول الأخيرة السلع التي ينتجها "الآخر" فهي تسهم في زيادة تخلفه وهدر إمكاناتها وكذا قدرات أبنائها.

بالرجوع لفرضية البحث، يتبين أن ثقافة الاستهلاك فعلاً تؤدي لإثارة نزعة استهلاكية في المجتمع بتشكيل رأي عام جديد يقوم أحياناً على تزوير الحقائق، ومنتجات الصناعات التقليدية الجزائرية هي أحد ضحايا نموذج استهلاكي ضمن هذه الثقافة الاستهلاكية المعولمة التي أصبحت الإطار الحاكم لاختراق الشعوب بالمنتجات المصنعة ألياً.

ويمكن حصر مقترحات الدراسة بالآتي:

- قيام وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها وأهمها التلفاز بالدور الايجابي لتعزيز ثقافة الاستهلاك المنتوجات التقليدية؛
- قيام المؤسسات التربوية والاجتماعية وشتى الجمعيات التي تهدف إلى العمل التوعوي والإرشادي بدور فعال في نشر ثقافة استهلاك المنتوجات التقليدية؛
- يتطلب من الباحثين ومؤلفي الكتب إعطاء الأهمية الخاصة لثقافة الاستهلاك المنتوجات المحلية من خلال تأليف الكتب التي تحتوي مفاهيم هذه الثقافة؛
- وتؤدي الأسرة دوراً مهماً في تعزيز ثقافة الاستهلاك المنتوجات المحلية من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التي تقوم بها، ومن خلال النموذج الصالح عبر السلوك العملي والممارسة العملية لمفاهيم ثقافة الاستهلاك المنتوجات المحلية أمام الأبناء في الأسرة، ومن خلال الحوار الدائم مع الأبناء في أهمية استهلاك المنتوجات المحلية وجعلها حديثاً أسرياً يمارس بشكل يومي.

الهوامش والمراجع:

- 1 Article, «7 Article, bonnes raisons de choisir le secteur de l'artisanat!», 29/05/2015, <https://www.studyrama.com/formations/specialites/artisanat/7-bonnes-raisons-de-choisir-le-secteur-de-l-artisanat-100893>
- 2 بن حمودة محبوب، «الصناعة التقليدية والحرفية الجزائرية مع الانتقال للاحتفال باليوم الوطني للحرفي»، مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية"، مخبر الصناعات التقليدية (LITA)، جامعة الجزائر 3، المجلد 03، العدد 01، 2014، ص ص 11-26.
- 3 بن قطاف محمد & بن حمودة محبوب، «عناصر المزيج التسويقي لمنتجات الصناعات التقليدية والحرفية»، مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية"، مخبر الصناعات التقليدية (LITA)، جامعة الجزائر 3، المجلد 06، العدد 01، أبريل 2017، ص ص 11-40.
- 4 بن العمودي جليلة، «إستراتيجية تنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر»، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2012، ص 3.
- 5 الأمر 01-96 المؤرخ في 19 شعبان 1416 هـ الموافق لـ 10 جانفي 1996 المحدد للقواعد التي احكم الصناعة التقليدية والحرف (الجريدة الرسمية، العدد 03-1996م).
- 6 ارجع إلى:
 - دربال سمية & بن العمودي جليلة، «سياسة دعم المؤسسات الحرفية في الجزائر»، الملتقى الوطني حول «اشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر»، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، يومي 06 و 07 ديسمبر 2017؛
 - بن زعرور شكري، «إشكالية تصدير المنتج التقليدي: نظرة كلية»، مجلة "الحرفي"، الجزائر، العدد 03، 2004، ص 10؛
 - بن زعرور شكري، «الوظيفة التقليدية بين إشكالية التضاد والجزم المنتظر»، مجلة "الحرفي"، الجزائر، العدد 02، 2003، ص 23؛
 - سالم عطية حاج، «الصناعة التقليدية بين الموروث الثقافي والفاعلية الاقتصادية»، مجلة "الحرفي"، الجزائر، عدد خاص، 2001، ص 12؛
- LABRUFFE Alain, «Artisanat et développement des ressources humains», 6^{eme} rencontres de l'artisanat, Alger, 05/03/2008.
- 7 بن حمودة محبوب، «الحرف التقليدية الجزائرية والابداع التكنولوجي»، مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية"، مخبر الصناعات التقليدية (LITA)، جامعة الجزائر 3، المجلد 05، العدد 01، 2016، ص ص 11-28.

8 ارجع إلى:

- مقال، «أهمية الحرف والصناعات اليدوية»، 2017/11/25،
<http://www.startimes.com/?t=7004996>
- إيمان مهران، «روائع خزفية لمصوري ونحاتي مصر والعالم»، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 2014، ص ص 1-2.
- 9 سعيد المصري، «ثقافة الإستهلاك في المجتمع المصري»، مجلة المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية، 2006، ص 6،
http://www.academia.edu/3094973/سعيد_المصري_ثقافة_الإستهلاك_في_المجتمع_المصري
- 10 EVANS Martin, FOXALL Gordon R. & JAMAL Ahmad, «Consumer Behavior», Wiley (2^{ed} edition), USA. Jul 2011, p.150.
- 11 أمال عبد الرحيم، «إتجاهات الطالبة السعودية نحو ثقافة ترشيد الإستهلاك»، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28-العدد 01، 2012، ص ص 175-210.
- 12 محمود كطاع عبد الله، «إيديولوجية العولمة وثقافة الإستهلاك: دراسة ميدانية عمى عينة مختارة من الشباب العراقي»، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، 2008، مجلة "آداب المستصرية"، الجامعة المستصرية، بغداد، العدد 72، 2016، ص ص 1-30.
- 13 الجسمي عبد الله، «الهوية وثقافة العولمة»، دار التنوير للنشر، العين (الإمارات العربية المتحدة)، 2008، ص 193.
- 14 ارجع على:
- سعيد المصري، «ثقافة الإستهلاك في المجتمع المصري»، مرجع سبق ذكره، ص 7؛
- أنتوني جيندز، «علم الاجتماع»، ترجمة فايز الصباغ، المنظمة العربية للترجمة & مؤسسة ترجمان، بيروت، 2005، ص 459؛
- CHABAULT Vincent, «Sociologie de la consommation (Approches théoriques classiques - Synthèse des recherches contemporaines - Décryptage des mutations actuelles)», Dunod, Paris, 2017, pp. 3-4.
- 15 LADWEIN Richard, «Le comportement du consommateur et de l'acheteur», Economica (2^o édition), Paris, 2003, p. 18.
- 16 قاسي فاطمة الزهراء، «السلوك الإستهلاكي للدواء في الجزائر»، مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية"، مخبر الصناعات التقليدية (LITA)، جامعة الجزائر 3، المجلد 06، العدد 01، أفريل 2017، ص ص 427-450.
- 17 فيذرستون مايك، «الثقافة الإستهلاكية والاتجاهات الحديثة»، ترجمة محمد عبد الله المطوع، دار الفارابي، بيروت، 1991، ص 41.

18 BREE Joël, «Le comportement du consommateur», Dunod (4° édition), Paris, 2017, p. 9.

19 DARPY Denis & GUILLARD Valérie, «Comportements du consommateur», Dunod (4° édition), Paris, 2016, p. 3.

20 أحمد مجدي حجازي، «ثقافة الاستهلاك وتحديث العالم العربي»، 2017/02/15،
<http://www.odc.org.tn/2017/02/15/culture-de-la-consommation-modernisation-du-monde-arabe/>

21 سماح حسين القاضي، «تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية»، رسالة ماجستير في الإعلام، تخصص
تلفزيون، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، ديسمبر 2009، ص ص 76-77.

22 ارجع إلى:

- محمد شيخ أحمد محمد، «القيم الأخلاقية لرعاية حقوق الانسان في ضوء السيرة النبوية والمقاصد الشرعية»،
المؤتمر الدولي الأول للسيرة النبوية الشريفة، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، مركز البحوث والدراسات
الإفريقية، جامعة إفريقيا العالمية، الخرطوم، يومي 29 و 30 صفر 1434 هـ الموافق لـ 11 و 12 جانفي
2013م [كتاب المؤتمر، الجزء 08، ص ص 75-112]؛

- القانون 09-18 المؤرخ في 25 رمضان 1439 هـ الموافق لـ 10 جوان 2018م المعدل والمنتتم للقانون 09-
03 المؤرخ في 29 صفر 1430 هـ الموافق لـ 25 فيفري 2009م المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش
(الجريدة الرسمية، العدد 35-2018م).

- معزي صونية، «ملخص مقياس مدخل القانون»، محاضرت موجهة للطلبة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم
التجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2013، ص 1؛
- هايل الجازي، «مفهوم العرف»، 2017/09/07،

https://mawdoo3.com/مفهوم_العرف/

- قاسي فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره.

23 المادة 21 من القانون 09-18، مرجع سبق ذكره.

24 قطافي السعيد، «الترايط التكاملية بين الصناعات التقليدية الفنية والسياحة في الجزائر»، مجلة "دراسات في
الاقتصاد والتجارة والمالية"، مخبر الصناعات التقليدية (LITA)، جامعة الجزائر 3، المجلد 06، العدد 01، أبريل
2017، ص ص ص 41-66.

25 مقال، «الصناعات الثقافية»، موقع اليونسكو، على الخط،

<http://www.unesco.org/culture/industries>

26 الجلسات الوطنية للصناعة التقليدية والحرف تحت شعار حول «الصناعة التقليدية مشروع مستقبل الجزائر»،
أيام 2009/11/23-21.

27 مقال، «مقومات الملكية الفكرية في مجال الصناعات التقليدية»، 2010/10/22،

<http://www.startimes.com/?t=25813199>

28 بن زعرور شكري، «تتمية الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر (1992-2009)، مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية"، مخبر الصناعات التقليدية، جامعة الجزائر 3، المجلد- العدد 01، 2012، ص ص 49-74.

29 المرسوم التنفيذي 472-03 المؤرخ في 08 شوال 1424 هـ الموافق لـ 02 ديسمبر 2003 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 100-97 المحدد لتنظيم غرف الصناعة التقليدية والحرف وعملها (الجريدة الرسمية، العدد 76-2003م).

30 المرسوم التنفيذي 313-04 المؤرخ في 07 شعبان 1425 هـ الموافق لـ 22 سبتمبر 2004م المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 12-92 المتضمن إحداث الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية (الجريدة الرسمية، العدد 2004-62م).

31 المرسوم التنفيذي 339-07 المؤرخ في 19 شوال 1428 هـ الموافق لـ 31 أكتوبر 2007م (الجريدة الرسمية، العدد 2007-70م) المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 140-97 المؤرخ في 23 ذي الحجة 1417 هـ الموافق لـ 30 أبريل 1997م (الجريدة الرسمية، العدد 27-1997م) المتضمن قائمة نشاطات الصناعة التقليدية والحرف.

32 المرسوم التنفيذي 323-09 المؤرخ في 22 شوال 1430 هـ الموافق لـ 11 أكتوبر 2009م المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 100-97 وللمرسوم التنفيذي 472-03 المحدد لتنظيم غرف الصناعة التقليدية والحرف وعملها (الجريدة الرسمية، العدد م59-2009م).

33 غرفة الصناعة التقليدية والحرف باتنة، «تطور قطاع الصناعة التقليدية والحرف»، على الخط،

<http://www.cambatna.com/>

34 بن حمودة محبوب، «النظام الضريبي المحلي أسلوب فعال لدعم الصناعات التقليدية والحرفية في الجزائر»، مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية"، مخبر الصناعات التقليدية (LITA)، جامعة الجزائر 3، المجلد- العدد 01، 2012، ص ص 48-11.

35 الموقع الرسمي للوزارة،

<http://www.mta.gov.dz/>

36 بن حمودة محبوب، «الصناعة التقليدية والحرفية الجزائرية مع الانتقال للاحتفال باليوم الوطني للحرفي»، مرجع سبق ذكره.

37 مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية، «اليوم الوطني للحرفي»، 2015/01/01،

<http://www.dt-medea.com/?p=94>

38 فيذرستون مايك، مرجع سبق ذكره، ص ص 9-10.

39 فيذرستون مايك، مرجع سبق ذكره، ص 10.

40 بن قطاف محمد & بن حمودة محبوب، مرجع سبق ذكره.

41 بن حمودة محبوب، «الصناعة التقليدية والحرفية الجزائرية مع الانتقال للاحتفال باليوم الوطني للحرفي»، مرجع سبق ذكره.

42 LADWEIN Richard, op. cit., p. 358.