

دور الصناعات التقليدية في الترويج للسياحة الصحراوية الجزائرية

كريمة بن صالح
جامعة - قالمة - .
bensalahkarima85@yahoo.fr

فوزية برسولي
جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي.
bersouli_fouzia2007@yahoo.fr

The role of the traditional industries in promoting tourism Algerian Desert

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه الصناعات التقليدية في الترويج للسياحة الصحراوية. وذلك بتحديد مفهوم كل من السياحة الصحراوية والترويج السياحي ثم استعراض مفهوم الصناعات التقليدية وأنواعها، لنصل في الختام إلى الدور الذي يمكن أن تلعبه هذه الأخيرة في ترويج وتنمية السياحة الصحراوية.

Abstract:

This paper aims to shed light for the role of handcraft industries in the Sahraian tourism promotion. with defining the Saharian tourism and the tourism promotion,so the parade of handcraft's definition and its types was fulfilled,to reach ultimately the role which the handcraft industries play it to promote and to evolve the Saharian tourism

تمهيد:

لقد أصبح قطاع السياحة عاملا من عوامل التطور الاقتصادي ونشاطا حركيا يكمل بقية الأنشطة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، كما أنه صناعة متكاملة تتضمن التخطيط والتشييد والترويج والتسويق ويتفاعل مع قطاعات الاقتصاد الأخرى، وهو عامل مساعد لتنمية الاقتصاد يجلب الاستثمار لتطوير الخدمات الأساسية ويعطي حافزا لتنمية القطاعات الأخرى ومن ثمة يساهم مساهمة ايجابية في التنمية الاقتصادية. كما أن السياحة تعمل على تدعيم التفاهم بين الشعوب والاهتمام بالتراث الحضاري، وتعمل على زيادة التعرف على القيم الثقافية. وللسياحة أبعاد مختلفة منها الثقافية والاجتماعية والبيئية، وعلى الرغم من أنها ظاهرة حديثة تلبى حاجة عميقة في نفس السائح الذي لديه الرغبة في السفر والتعرف على بلدان أخرى لإشباع رغباته الثقافية و الروحية، فهي وسيلة فعالة من وسائل الاتصال الفكري باعتبار أنها تزيد معارفه وإطلاعه وتجعله يتخلص من الضغوط الناجمة عن العمل والعلاقات الاقتصادية والاجتماعية.

وقد أصبح الاهتمام بالسياحة الصحراوية والنهوض بأقطابها المتميزة واستغلال مواردها الطبيعية والأثرية أمرا مهما وذلك لمساهمتها الفعالة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كونها مصدر دائم لا يزول لخلق الثروات وجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية، مما يجعل منها صناعة سياحية مزدهرة، تهدف إلى منح دفعة إضافية للنشاط الاقتصادي من خلال تشجيع المؤسسات الاقتصادية والصناعية مساهمة منها في إعادة إحياء هذا النوع من السياحة، ناهيك عن تنشيطها لقطاعات أخرى كقطاع الصناعات التقليدية الذي يتمتع بأبعاد ثقافية واقتصادية واجتماعية ويمثل رافدا اقتصاديا هاما وعنصرا حيا من الثقافة والحضارة. إذ يعد مقوما من مقومات الشخصية الوطنية ويساهم في التواصل بين الماضي والحاضر لترسيخ الهوية وتثبيت روح الأصالة والانتماء، فهذا القطاع يتكامل مع قطاع السياحة، حيث يوفر لها عناصر جذب فريدة وموارد منتجات جيدة، كما توفر له السياحة بدورها وسائل العرض والتعريف للتراث الثقافي، وإمكانية تحقيق إيرادات يستفاد منها في صيانة التراث الثقافي والمحافظة عليه، فالعلاقة بينهما ترويجية تبادلية تساهم في تنمية كلا القطاعين.

وحتى تتوسع فكرة السياحة الصحراوية ومن أجل الإلمام الكافي بمختلف جوانبها كان من الجدير الاهتمام بالترويج لها وذلك بإبراز عناصر الجذب السياحي، وإيصال المعلومات عنها إلى الأسواق السياحية المختلفة بالشكل الذي يلفت الأنظار ويحرك رغبة السائح في زيارته، بالاعتماد على عدة أنشطة وأدوات اتصالية تعزز من مناخ الثقة لدى السياح وتزيد من الطلب على المقاصد السياحية، وتعد التذكارات المصنوعة تقليديا أحد أهم الوسائل الترويجية الناجحة في بناء صورة سياحية مميزة.

في ضوء ما سبق تحاول هذه الورقة البحثية توضيح الدور الذي يمكن أن تلعبه الصناعات التقليدية في الترويج للسياحة الصحراوية الجزائرية وذلك بالتطرق إلى المحاور التالية:

أولاً - السياحة الصحراوية

ثانياً - الترويج السياحي

ثالثاً - الصناعات التقليدية الجزائرية ودورها في الترويج للسياحة الصحراوية.

أولاً: السياحة الصحراوية

1- مفهوم السياحة:

إن كلمة السياحة ذات مفهوم واسع تختلف تعاريفها باختلاف الزاوية التي ينظر إليها منها، فمنهم من يعرفها كظاهرة اجتماعية، البعض الآخر يعرفها كظاهرة اقتصادية ومنهم من يرى بأنها عامل لبث العلاقات الإنسانية والتنمية الثقافية بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية وعادات وتقاليد الأمم والشعوب.

1.1- التعاريف الأساسية للسياحة:

عرفتها الأكاديمية الدولية للسياحة: " السياحة تعبير يطلق رحلات الترفيه أ هي صناعة تتعاون على سد حاجات السائح".¹

كما عرفها مدير عام الجمعية الوطنية البريطانية للسياحة والعطلات " ليكور يس " بأنها: ذلك الجزء من الاقتصاد القومي الذي يعنى باستضافة المسافرين الذين يزورون أماكن خارج المواطن التي يقيمون أو يعملون بها.²

1.1.1- تعريف المنظمة العالمية للسياحة (O.M.T):

وضعت المنظمة العالمية للسياحة مجموعة من التعاريف، والتي تتحكم في كافة الإحصاءات التفصيلية حول السياحة، وكان ذلك عام 1963، في مؤتمر نظمته حول السياحة الدولية، وهذه التعاريف هي:
الزائر: هو كل شخص يتوجه إلى بلد يقيم فيه لأغراض مختلفة، و ليس ممارسة مقابل أجر ويخص فئتين من الزوار:

❖ السواح: تكون أسباب زيارتهم هي الترفيه، الراحة، قضاء العطل، الصحة، الدراسة، الرياضة، أو زيارة الأقارب، ويمكنثون على الأقل 24 ساعة في البلد الذي يزورونه.

❖ المنتزهون: هم الذين لا تتعدى مدة إقامتهم 24 ساعة وهم:

-الأشخاص الذين يسافرون لحضور اجتماعات أو أداء مهمات.

-المشتركون في الرحلات البحرية على ظهور السفن، حتى وإن تعدت مدة إقامتهم 24 ساعة.

-المسافرون الذين يتوقفون في الطرق حتى ولو زادوا على 24 ساعة.

أما الأكاديمية الدولية للسياحة تقتصر على تعريف واحد للسائح وهو أنه : شخص يسافر للمتعة.

2.1.1- نظرة الجزائر في تعريف السياحة :وقد تبنت الجزائر نفس التعاريف السابقة (الزائر،

السائح، المنتزه، ..) وأضافت بعض التعاريف هي:³

❖الدخول :كل مسافر عبر الحدود، و دخل التراب الوطني خارج مساحة العبور، يعتبر دخيلا.

❖المقيمين :هم المسافرون غير المنتزهون والعاشرين بالجزائر باستثناء المنتزهون في الرحلة البحرية.

❖غير المقيمين :كل زائر مؤقت تمنح له في الحدود تأشيرة عبور مدتها 05 أيام للعاشرين جوا.

❖المنتزهون عن طريق الجولة البحرية: هم زوار يستعملون الباخرة نفسها ذهابا وإيابا ويقطنون بها طوال مدة الرحلة بحيث لا يعتبرون مقيمين.

في الأخير يمكن القول أن السياحة عبارة عن مزيج لمنتج متنوع من السلع و الخدمات والمعارف يرتبط بحقائق الجغرافيا الطبيعية والاقتصادية والبشرية إضافة إلى حقائق التاريخ الحضاري والثقافي والانجازات المعاصرة المختلفة لأي بلد.

2- مكونات السياحة: تتطلب السياحة توفير شروط معينة وظروف ملائمة تشكل المكونات الأساسية للسياحة وهي:⁴

- عوامل وعناصر جذب الزوار: تتضمن العناصر الطبيعية مثل المناخ والتضاريس والشواطئ والبحار والأنهار والغابات والمحميات، والدوافع البشرية مثل المواقع التاريخية والحضارية والأثرية والدينية ومدن الملاهي والألعاب.
- مرافق وخدمات الإيواء والضيافة: مثل الفنادق والنزل وبيوت الضيافة والمطاعم والاستراحات.
- خدمات مختلفة: مثل مراكز المعلومات السياحية ووكالات السياحة والسفر، ومراكز صناعة وبيع الحرف اليدوية والبنوك والمراكز الطبية والبريد والشرطة والأدلاء السياحيين.
- خدمات النقل: تشمل وسائل النقل، على اختلاف أنواعها والتي تؤدي إلى المناطق السياحية.
- خدمات البنية التحتية: تشمل توفير المياه الصالحة للشرب والطاقة الكهربائية والتخلص من الفضلات، وتوفير شبكة من الطرق والاتصالات.
- عناصر مؤسسية: تتضمن خطط التسويق وبرامج الترويج للسياحة، مثل سن التشريعات والقوانين

والهيكل التنظيمية العامة، ودوافع جذب الاستثمار في القطاع السياحي، وبرامج تعليم وتدريب الموظفين في القطاع السياحي.

3- أنواع السياحة: تختلف أنواع السياحة و تتعدد تبعا لتنوع الرغبات والاحتياجات المختلفة، كما ساهم التطور العلمي والاقتصادي والاجتماعي على هذا التنوع، فظهرت بذلك أنواع جديدة للسياحة لم تكن من قبل كسياحة المؤتمرات والمعارض وغيرها، وقد صنفت أنواع السياحة تبعا للشكل التالي:⁵

الشكل(01): أهم تصنيفات السياحة



المصدر: محسن أحمد الخضيرى : التسويق السياحي، مكتبة مدبولي، مصر، 1989م، ص 55.

ويمكن تصنيف السياحة حسب المناطق البيئية إلى سياحة ساحلية، سياحة جبلية وسياحة صحراوية،

فالسياحة البيئية تعد عاملا جاذبا للسياح وإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة والتعرف على تضاريسها وعلى نباتاتها والحياة الفطرية حيث الهدوء والسكينة ومراقبة الطيور والحشرات والزواحف والتزلج على الرمال وسباقات الصحراء وتسلق المرتفعات وغيرها من الأنشطة السياحية.. ، إضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها.

وللسياحة الصحراوية جاذبية خاصة لعشاق الطبيعة في المحميات الطبيعية وخارجها لما تضمه من نقاء وجمال أخذ وكنوز جيولوجية وتكوينات جغرافية رائعة، وحفريات تسجل عصور التاريخ وتحكى سيرة الحياة التي انقرضت في ماضي الزمان منذ ملايين السنين، وتروى عن الغابات التي اندثرت والأنهار التي جفت والبحار التي انحسرت ما قبل التاريخ الحديث. كما أن تشكيلات الجبال والوديان ومشاهدة الحياة البرية تجذب انتباه قطاع كبير من السياح لما تعكسه من قيمة عالية علمية وسياحية.

1.3- أهمية السياحة الصحراوية: تعتبر السياحة الصحراوية مطلب اقتصادي وإستراتيجي هام خاصة في الآونة الأخيرة لما تنفرد به من خصائص اقتصادية وطبيعية تجعلها قادرة على توفير الموارد المالية والاقتصادية لدفع عجلة نمو النشاط الاقتصادي، حيث تساهم بشكل كبير في الحد من مشكلة البطالة وزيادة تحسين مستوى الناتج الوطني من جهة، وهي من المتطلبات الأساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية من جهة أخرى حيث تسمح هذه الأخيرة بعرض مجموعة واسعة من الخيارات الاقتصادية والاجتماعية بمرور الزمن، مما يبرز القطاع السياحي كأهم القطاعات التي يمكنها تلبية كل هذه الخيارات والمتطلبات وترقيتها بما يتناسب وسيرورة النشاط الاقتصادي والاجتماعي من جهة، والشروط التي تفرضها هذه التنمية من جهة أخرى، كما تعكس هذه الخيارات فوائد السياحة المتعددة التي تعود على الصالح العام (المجتمع والاقتصاد ككل) والصالح الخاص .

4- السياحة الصحراوية بالجزائر: تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة تبلغ مساحتها ما يقارب 2 مليون كم²، تحتل أربعة أخماس مساحة التراب الوطني، وتتجلى صحراء الجزائر برمالها اللامتناهية وجبالها الغرانيتية والبركانية وواحاتها الخلابة. وهي من أثنى محميات التنوع البيئي، إذ تشكل الإطار الأنسب للسياحة البيئية بمواقعها الشهيرة ك"الأهقار" في منطقة تمنراست التي بها أعلى القمم التي تمثل سقف الجزائر الأتاكور " الرأس" بارتفاع يفوق 2500 م، و امتلاكها لأكثر المواقع جاذبية دون منازع "هضبة الأسكرام" التي تحتضن برأي الكثيرين أجمل لحظة غروب في العالم، أما تاسيلي ناجير فهو أيضا من المواقع الشهيرة في صحراء الجزائر، حيث يمثل مرتعا حقيقيا للتنوع البيئي بحيوانات غريبة بقدر ما هي متنوعة (الفهد، النسر الملكي، الأروية، الثعالب، الغزلان، النعام، الفنك، مالك الحزين، هر الرمال، والزلم والورل والحردون...) ومغارات ومسالك ونقوش صخرية تشهد على الحياة يعود تاريخها إلى عصور ما قبل التاريخ (4 آلاف عام).⁶

كما تمتاز السياحة الصحراوية الجزائرية بخصوصيات أخرى حيث تحتضن تظاهرات ثقافية معروفة ب"المواسم" و التي تحتفل بالربيع أحسنها تظاهرات "طريق الواحات" في بشار، من خلال مواسم تاغيت، قنادسة، بني عباس، وموعل أو سببية⁷ في جانت، تافسيت بدخول الربيع في تمراسست وأسبوع تيميمون وأعياد كثيرة كعيد الزربية في غرداية وعيد الحلي في بني يزقن... التي تلعب دورا حيويا في تنشيط الحركة السياحية والترويج للتظاهرات الثقافية بالمنطقة.

ثانيا: الترويج السياحي

يعدّ الترويج السياحي أو التنشيط السياحي أحد أهم عناصر المزيج التسويقي السياحي، إن لم يكن أكثرها أهمية على وجه الإطلاق، بل إن نجاح أي برنامج سياحي يتوقف على القدرة على ترويجه وبالتالي تحقيق الأهداف المسطرة لإقناع و جذب أكبر قدر ممكن من السياح لزيارة المقاصد السياحية.

1- مفهوم الترويج السياحي:

يعرف الترويج السياحي بأنه: "عملية إحداث المعرفة لدى السائح عن الشركة وبرامجها وإحداث تفاعل إيجابي بين السائح وبين المعلومات التي حصل عليها عن طريق الجهود الترويجية وتشجيعه وتحفيزه على القيام بسلوك إيجابي محوره التعاقد على أحد البرامج السياحية التي تقدمها الشركة أو خلق طلب كامن لديه يظل يشعره بالتوتر والقلق حتى يقوم بإشباعه."⁸ ومن هنا تأتي أهمية الجهود الترويجية لإنجاح البرامج السياحية وتتبع من ثمة أهمية الاتصال السياحي باعتباره المحور الفعّال داخل مكونات المزيج الترويجي الأربعة:

1. البيع الشخصي
2. الإعلان
3. تنشيط المبيعات
4. العلاقات العامة.

فالترويج السياحي لا يتم إلا من خلال الاتصال عبر هذه الأنشطة بصورة مباشرة أو غير مباشرة بالسائح لإقناعه بأهمية التعامل على برنامج سياحي معين.

ويعرّف الترويج السياحي أيضا بأنه: "كافة الجهود الإعلامية والدعائية والعلاقات العامة الرامية إلى إعداد ونقل رسالة أو رسائل معينة عن الصورة السياحية لدولة ما أو منظمة ما إلى أسواق محددة بالوسائل الفعلية بغرض جذب الجماهير ودفعهم إلى ممارسة نشاط سياحي في تلك المناطق المستهدفة أي أنّ الهدف هو الطلب السياحي."⁹

- يعتمد الترويج السياحي على مخاطبة العواطف وإيقاظ الخيال وكسب المشاعر والاتجاهات من منطلقات سيكولوجية موجّهة نحو الجوانب الغريزية والدوافع الأساسية والمكتسبة، مع عدم إغفال التّواحي الموضوعية والفكرية. فدور الترويج السياحي هو بناء صورة مضيئة وخلفية إيجابية لدى القدر الأكبر من مستقبلي رسائله المتعددة ثم الحفاظ على استمرارية هذه الصورة ودوام بريقها بمداومة تسليط الأضواء عليها.¹⁰

2- أهمية الترويج السياحي: تتمثل أهمية الترويج السياحي فيما يلي:¹¹

1.2- تحقيق التّوعية السياحية: فانخفاض مستوى الوعي السياحي لدى الجمهور يعدّ أحد العوامل التي تعوق السياحة عن أداء دورها في تنمية المجتمع والارتقاء به وأحد العوامل الخطيرة التي تفقد المنتج السياحي أهم مقوماته التي يميّز بها، لذلك فتحقيق التّوعية السياحية مهمّة جدّا.

2.2- تحفيز الطلب على المقصد السياحي: فالمقصد السياحي لدولة ما أو منظمة ما، ما هو إلاّ إجمالي عناصر

الجدب السياحي التي تجذب السياح إلى تلك الدولة أو المنطقة وتدفعهم إلى زيارتها للاستمتاع بالسياحة فيها.

3.2- نشر المعرفة السياحية: يعد الترويج أحد الوسائل الأساسية لنشر المعرفة والثقافة السياحية لدى الجمهور

الداخلي والخارجي، فمن خلال المعلومات التي تنشر عن الآثار والمعالم السياحية والخدمات والبرامج المختلفة وعن أوجه الجذب والاستثمار يؤثر في آراء واتجاهات ومواقف الجمهور.

4.2- إقناع السائح: يتحقق التّشيط السياحي باستخدام كافة الأنشطة الترويجية والأساليب الإقناعية التي

تساعد على زيادة إعداد السائحين الفعليين والمرتبين من داخل الدولة أو من خارجها على السواء...بالإضافة إلى ذلك تهدف هذه الجهود إلى تحفيز المسؤولين عن الشركات والمؤسسات والهيئات السياحية كزيادة جهودها لاجتذاب أكبر عدد من السائحين.

3- مكوّنات الترويج السياحي: تتعدد أدوات الترويج (التّشيط) السياحي ويمكن تصنيفها إلى صنفين:

1.3- أدوات تقليدية: وهي الأدوات المتعارف على استخدامها في الترويج السياحي بشكل عام و لكن تختلف

فعاليتها وفقا للاستخدام الأمثل لها، فباستخدام الأداة المناسبة في الوقت المناسب و لفئة المستهدفة يعني النجاح و مع وجود أي خلل في أي من العناصر السابقة يتأرجح الأمر ما بين نجاح و فشل.

1.1.3- البيع الشخصي: هو المجهود الذي يقوم به البائع بأدائه فيما يتعلق بوصف المنتج و عرضه على المشتري

وإقناعه بالشراء، ويتميز البيع الشخصي عن عناصر المزيغ الترويجي الأخرى بالمواجهة الشخصية والحديث وجها لوجه بين البائع والمشتري، بما يمكن البائع من معرفة رد فعل المشتري، وعلى ذلك يمكن للبائع أن يعدل المحادثة البيعية ويحورها بالشكل الذي يوافق رغبات المشتري.¹²

2.1.3- الإعلان: عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الإعلان بأنه: " أي شكل من أشكال الترويج غير

الشخصية المدفوعة الأجر تقوم به جهة معينة لترويج فكرة أو سلعة أو خدمة.¹³ والخصائص الرئيسية للإعلان كما يحددها هذا التعريف هو أن الإعلان غير شخصي، وأنه مدفوع الأجر، وتقوم به جهة معلومة (سواء شخص أو منظمة).

فالإعلان غير شخصي، بمعنى أن الشركات لا تقوم بالاتصال المباشر بالمستهلكين، وإنما تستخدم وسائل الإعلام العامة مثل التلفزيون والراديو والجرائد والمجلات وغير ذلك من الوسائل العامة غير الموجهة إلى شخص أو أشخاص معينين بذلك وإنما يكون الإعلان موجهاً إلى قطاع سوقي، وبالرغم من أن التكلفة الكلية للإعلان قد تبدو مرتفعة إلا أن التكلفة المرتفعة ليست هي الميزة الوحيدة للإعلان بل يتميز أيضاً بأنه يجذب ويستولي على الأنظار لأنه غالباً ما يكون خلاقاً وجديداً أو ممتعاً حتى أن البعض قد يستمتع بالإعلانات أكثر من البرامج العادية.

وبناء عليه فإن الإعلام و الإعلان السياحي هو الدليل المادي للصناعة السياحية من خلال وظيفته الأساسية وجوهرها هو التعريف بما يحتويه البلد من معالم سياحية سواء أكانت طبيعية أم أثرية تاريخية أم فندقية أو أي مظهر آخر أو مجال من مجالات الجذب السياحي وذلك باستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية المتطورة من أفلام وإعلانات قادرة على جذب السياح الأجانب ومواطني البلد، وبالتالي فالإعلام السياحي صفة لازمة ومحورية للصناعة السياحية.

3.1.3- تنشيط المبيعات: يشمل تنشيط المبيعات كل الأنشطة الترويجية بخلاف الإعلان والبيع الشخصي

والنشر، التي تحث وتشجع المشتريين على الشراء مثل: العينات المجانية والأسعار المنخفضة ومنافذ العرض والمطبوعات والصور الخاصة بالمنتج والمسابقات التي تجريها الشركات وغيرها من الأساليب الكثيرة والمتنوعة لتنشيط المبيعات، وعادة تستخدم أساليب تنشيط المبيعات بجانب الإعلان لتحقيق أهداف الترويج.

4.1.3- العلاقات العامة: العلاقات العامة هي نشاط ترويجي يهدف إلى خلق وتكوين صورة أو انطباع

محبب عن المنتج أو المنظمة التي تقوم بإنتاجه، وإشاعة جو من الود والصدقة بين المنشأة و جماهيرها.

وتعرف العلاقات العامة السياحية بأنها: "عبارة عن حلقة اتصال لتوجيه وتنمية علاقات المهتمين والمنتفعين بالسياحة في بلد ما أو بين بلدين أو أكثر وتغذية كل طرف للآخر بالمعلومات السياحية الصحيحة بأنجع الطرق مع العمل على تنمية وتحسين واستمرار هذه العلاقات مما ينتج عنه زيادة في عدد السياح."¹⁴

وتعرف أيضاً بأنها: "الجهود الخلاقة والمدروسة والمستمرة من قبل المسؤولين المؤهلين والمدربين داخل أجهزة السياحة الرسمية وخارجها في المؤسسات والشركات السياحية لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار والآراء المتعلقة بالسياحة بما يساعد على إقامة جسور الصداقة والتفاهم والثقة مع أبناء البلدان الأخرى لتحسين الصورة

الذهنية عن بلد ما لتحقيق زيادة كبيرة في عدد السائحين." 15

مما سبق يمكننا القول بأن العلاقات العامة تلعب دوراً مهماً ورئيسياً في الترويج السياحي فرغم أنها عنصر من عناصره إلا أنها تمثل الجزء الرئيسي فيه، فمن خلالها يستطيع القائم بالترويج السياحي تحقيق ما يهدف إليه، فبناء العلاقات الطيبة والحسنة مع السياح يؤدي بهم إلى الرضا والإعجاب بالمنطقة التي زاروها، وعند عودتهم إلى مواطنهم تصبح لهم مهمة رئيسية وهامة جداً بالنسبة للترويج السياحي وهي الترويج للمنطقة التي كان قد أنفق عليها مبالغ طائلة نتيجة الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، ومنه فهذه الأخيرة تعتبر بمثابة التغذية العكسية للترويج السياحي.

2.3- أدوات غير تقليدية: يتم الاعتماد عليها لما لها من أثر كبير ومكمل للأدوات التقليدية السابقة وتتمثل في: 16

1.2.3- إقامة المهرجانات السياحية الدولية: تشمل المهرجانات الفنية والثقافية والرياضية.

2.2.3- إقامة المؤتمرات السياحية المهنية: لما لها من تأثير مباشر وسريع يتبعه مد سياحي نتيجة الانطباع الجيد للمشاركين من مختلف الدول.

3.2.3- إقامة المعارض الجماهيرية: كمصدر جذب للشرائح المستهدفة وتعتمد على الأعداد الغفيرة التي تزور هذه المعارض.

4.2.3- تنظيم القوافل السياحية: وتوجه إلى الدول الأخرى بغرض التعريف و الترويج للسياحة المحلية.

ثالثاً: الصناعات التقليدية الجزائرية ودورها في الترويج للسياحة الصحراوية

تعتبر الصناعات التقليدية نتاجاً حضارياً لآلاف السنين من التفاعل الحي بين المجتمعات المحلية بما تحمله من رؤى وقيم حضارية وبيئتها الطبيعية، بينها وبين المجتمعات الأخرى، وهي مكون أصيل للذاكرة الحضارية وورصيد مخزون للخبرات الحياتية والإمكانات الإنتاجية الذاتية المتاحة داخل كل مجتمع محلي.

1- مفهوم الصناعات التقليدية: هي تلك الصناعات اليدوية التي يقوم بمزاولةها فرد أو مجموعة أفراد لغرض إنتاج أو تصنيع منتجات حرفية من المادة المحلية الطبيعية بالطرق التقليدية بهدف استخدامها في الاحتياجات اليومية للأفراد أو المنشآت أو لغرض الاقتناء الدائم أو المؤقت، ويعتمد الحرفي في عمله على مهاراته الفردية الذهنية واليدوية التي اكتسبها من تطور ممارسته للعمل الحرفي باستخدام الخامات الأولية المتوفرة في البيئة الطبيعية المحلية. 17

1.1- تعريف الصناعات التقليدية: رغم الاختلاف الذي يعرفه تعريف الصناعة التقليدية والذي يختلف

باختلاف شرائح العاملين في هذا القطاع سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة، لكن عموماً فالمقصود بالصناعة التقليدية ذلك القطاع المنتج الذي تندرج فيه أعداد من الحرف اليدوية التي تنتج منتجات متنوعة، ويفرض تعدد الحرف وتتنوع المنتجات تصنيف فروع هذه العناصر إلى عدة فروع، ويخضع هذا التصنيف لمقاييس أهمها: طريقة العمل، نوع المنتج.

وتعرّف بأنها: "كل النشاطات التقليدية التي تمثل منتوجاً يتميز بطابعه التراثي ويرتكز أساساً على المهارات اليدوية في كافة مراحل إنتاجه." 18

فالصناعات التقليدية موروثات ثقافية تحمل تعابير وملامح تاريخية أو حيث تمثل هوية الشعوب وتراثها الإنساني بما تحمله في طياتها من جذور حضارية متراكمة نتيجة التفاعل بين الأمم والشعوب.

1.1.1- الصناعات التقليدية الجزائرية: إن الصناعة التقليدية، كما قال الأديب الجزائري مالك حداد: "تعتبر سفيرا بدون أوراق اعتماد، ولكن بألقاب المجد والشرف." وعلى هذا الأساس، فإن الصناعة التقليدية تمثل همزة وصل بين الماضي والحاضر وبين الماضي والمستقبل، وهي من النشاطات العريقة التي تمتد جذورها عبر القرون إلى الماضي السحيق والتي خلدتها العبقرية الإبداعية للشعب الجزائري.

فهي تمثل عنصراً أساسياً في الثقافة وتؤكد على الشخصية الوطنية بثرائها، وتنوعها، وخصوصيتها، تجسد حضارة عريقة لشعب بأكمله. سواء كانت هذه الصناعة في شرق البلاد أو غربها أو شمالها أو جنوبها، فإنها تتميز بجمال رائع، وذوق فني رفيع، وكذلك بالوفاء للتقاليد والعادات، الأمر الذي يجعلها تتحول إلى متحف ضخم وأنيق للشعب. فهي مستمدة من المقومات الثقافية المشتركة، وهي بأشكالها وألوانها وموادها تعكس بصدق وجه شعب غني بالتقاليد 19.

2- أنواع الصناعة التقليدية في الجزائر: تتنوع الصناعات التقليدية الجزائرية بتنوع المنطقة وما يتوفر فيها من مواد أولية من جهة وما مر بها من تاريخ وحضارة من جهة أخرى فهي تستوحي أشكالها ورسومها من محيطها الوطني، و المغاربي و العربي و العالمي ومن تراثها العربي الإسلامي و البربري الإفريقي ..

سواء تعلق الأمر بالزرابي أو الأواني المزخرفة بالأشكال الهندسية المختلفة التي أبدعتها يد الإنسان بالمواد الطبيعية كالصوف والفخار التي أضفت عليها حيوية تسر الناظرين، أو تعلق الأمر بالملابس التقليدية النسائية المطرزة بالذهب أو الفضة والتي تمثل مختلف مناظر البلاد وكذلك ما تعلق بالنقش على الخشب والنحاس أو المصنوعات الجلدية والفضية لمنطقة بني بولاية تيزي وزو التي تستمد أشكالها ورسوماتها من التراث الإسلامي - الهلال والقمر-، فإن كل هذه المنتجات الفنية الرائعة تحمل رسالة ثقافية هدفها الأساسي الحفاظ على التراث العربي الإسلامي، وحماية التقاليد العريقة. 20

1.2- الصناعة التقليدية الصحراوية بالجزائر: الحرف التقليدية في المجتمع الصحراوي تعطي صورة صادقة عن جهود الإنسان للتكيف مع بيئته وحسن استغلال مواردها الطبيعية وتطويرها لصالحه، وتدلل على عظمة الأجداد ونباهة الأبناء لما تحمله من اتجاهات متميزة للتفكير والخيال وبالتالي الإبداع المنطلق والمرتكز على خصوصيتها الحضارية، ويمكن تصنيف الصناعة التقليدية الصحراوية بالجزائر إلى:²¹

▪ **المصنوعات الخشبية:** تعد من أهم وأبرز الحرف اليدوية في الصحراء الجزائرية نظرا لأهميتها في الحياة البدوية، من أهمها: الآلات الموسيقية، الراحلة، الهودج، الكدحة (قدح خشب)، الطبك (الطبق)،... الخ. ويتم زخرفة هذه المصنوعات بأشكال هندسية تتميز بطابعها العربي الإسلامي أو الإفريقي.

▪ **المصنوعات الجلدية:** في هذا المجال نجد أن المرأة الصحراوية هي المبدع الأساسي، وتعتمد في مادتها الأولية على جلد الغنم والإبل، من أهمها: بعض الآلات الموسيقية الشكوة، الكرية، بعض الملابس الجلدية، المحافظ بغرض حماية الأغراض والوثائق النادرة كالمخطوطات والعقود من التلف... الخ.

▪ **صناعة النسيج:** تعتبر من أقدم الصناعات اليدوية، وهي تشمل جميع المنتجات التقليدية التي تستعمل فيها مواد ليفية ذات طبيعة نباتية كسعف النخيل والحلفاء، أو ذات طبيعة حيوانية كالصوف والشعر من أهمها: الأواني، الألبسة التقليدية، البرنوس، الخيمة، الزرابي... الخ.

▪ **بالإضافة إلى بعض الصناعات من النحاس والفضة و الزجاج، الطين والفخار، والقماش، وكذلك الفنون التشكيلية التي تبعد لوحات فنية رائعة من وحي الطبيعة الصحراوية.**

و تنتشر هذه الصناعات بمختلف ربوع الصحراء الجزائرية مثل: منطقة أدرار، حضيرة الطاسيلي، منطقة تندوف، غرداية، ورقلة، تمنراست وحضيرة الهقار، بسكرة، بوسعادة، تاغيت، تيميمون، إليزي... ويقام لبعضها أعياد للاحتفال بها كعيد الزربية بواد ميزاب و عيد الحلي...

3- أهمية الصناعات التقليدية: إن الصناعات التقليدية قطاع هام ذو أبعاد ثقافية واقتصادية واجتماعية وسياحية حيث يمثل رافدا اقتصاديا هاما وعنصرا حيا من الثقافة والحضارة فهو بمثابة دلائل وثائقية للمقومات الحضارية والتاريخية، وأحد مقومات الشخصية الوطنية إذ يساهم في التواصل بين الماضي والحاضر لترسيخ الهوية وتثبيت روح الأصالة والانتماء وإبراز التراث والمساهمة في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية باعتبارها تشكل رافدا أساسيا بما توفره من سلع وخدمات ذات صلة مباشرة بحياة المواطنين وفي خلق فرص عمل مضمونة الدخل من خلال تشغيل رأس المال بطرق نشطة وتحقيق أرباح كثيرة للدولة ودعاية وشهرة عظيمة للسياحة.²²

4- الصناعات التقليدية الجزائرية وإسهامها في الترويج للسياحة الصحراوية

تعتبر الصحراء الجزائرية القوة الضاربة للسياحة في بلادنا، نظرا لكون الوافدين الأجانب يبحثون في كثير

من الأحيان عن سياحة المغامرة والاكتشاف. ويمكن القول أن جنوبنا لديه المقومات الكافية التي تسمح له بتوفير إقامة طيبة للسواح حيث أن خصوصية هذا النوع من المنتجات تكمن في كونه لا يحتاج إلى بنية سياحية تحتية كبيرة لسبب بسيط هو أن السياح يأتون لاكتشاف الجمال والصفاء ورؤية الطبيعة الخلابة للمنطقة. فالصحراء منتج سياحي مهم جدا وتحتوي بلادنا في هذا المجال على إمكانات هائلة.

ونتيجة للترابط العضوي بين السياحة والصناعات التقليدية، برزت الصناعات التقليدية كمحور اقتصادي مهم واحتلت حيزا واسعا في القطاع السياحي وأصبحت جزءا من الحركة السياحية إذ تعد إحدى أهم مقومات الجذب والترويج السياحي، فهي ثروة وموروث ثقافي أصيل يعكس انتماء الإنسان إلى بيئته وهي تلقى قبولا كبيرا عند المجموعات السياحية التي تزور بلادنا لأنها سهلة التناول لا يسأل عنها السائح عند مغادرته المطار، حيث تقوم بعرض الوجه الحضاري والتراثي للمنطقة والمتكامل مع العادات والتقاليد، لذا فهي تساهم ولو بقدر بسيط في تنشيط السياحة الصحراوية الجزائرية عبر عدة وسائل ترويجية منها: ²³

- العناية بالمهرجانات والأعياد المحلية وترويجها كعيد الحلي وعيد الزربية بفرداية، حيث تستقطب عدة عارضين من مختلف ربوع الوطن كما تستقطب الآلاف من السياح.
- إصدار مجلات سياحية حرفية متخصصة تعني بالترويج لمنتجات الحرف اليدوية الصحراوية، وتساهم في رفع مستوى الإقبال على الحرف اليدوية وبالتالي السياحة، حيث توزع على مختلف الوكالات السياحية والسفارات والممثلات الدبلوماسية بالخارج.
- إعداد خرائط سياحية كوسيلة للتعريف والإيضاح التي يرجع إليها السياح، تتضمن هذه الخرائط مواقع ممارسة الحرف اليدوية، ومواقع عرض منتوجاتها، وتواريخ التظاهرات الثقافية.
- التوزيع الواسع والعرض للصناعات التقليدية في الفنادق أو في الأحياء التاريخية السياحية أو في وكالات خاصة تقع داخل المناطق السياحية الصحراوية، واستخدام الحرف التقليدية المتصلة بالعمارة في تهيئة وتزيين الفنادق له أثر ترويجي كبير للسياحة.
- تنظيم الصالونات الوطنية للصناعة التقليدية الصحراوية للتعريف بالمنتجات الحرفية التي تعكس الاهتمام بالصناعة التقليدية التي تعد جزءا من الموروث الثقافي، هذه المعارض التي تم ترسيمها محليا لتصبح تقليدا سنويا يتزامن تنظيمه مع الصالون الدولي للسياحة والأسفار والنقل.
- إقامة أسابيع ثقافية في الخارج تعرض فيها الصناعات التقليدية الوطنية والتي تقوم بدورها بالترويج والتسويق للسياحة الوطنية.

- إقامة بعض متاحف التراث الشعبي التي تعرض مختلف الصناعات والإبداعات الفنية أمام زائري المتحف، وتقديم بعضها في شكل تذكارات.
- تخصيص جانب من برامج القنوات الفضائية للترويج لمنتجات الحرف اليدوية و خاصة إنتاج أفلام وثائقية وإعلامية تسجل على اسطوانات CD، أو DVD، أو شرائط مرئية (فيديو) تبين معلومات وافية عن إمكانات الدولة السياحية، ومزاياها، وخصائص الحرف اليدوية بها، وأصول هذه الحرف وأماكن تصنيعها .
- إقامة العروض الفلكلورية إلى جانب الملتقيات والمهرجانات المحلية والدولية وعرض الصناعات التقليدية مما يدعم الدعاية السياحية للمنطقة.
- إقامة قاعات ومنافذ لعرض ورش الأعمال الحرفية من مختلف المناطق الوطنية، للسماح للزوار باقتناء الحلي والتحف النادرة و غيرها من المنتجات التقليدية.
- توزيع كتيبات و مطويات أنيقة الإخراج عن الصناعات التقليدية بالدولة وإمكاناتها السياحية أثناء تنظيم المهرجانات والمؤتمرات والندوات السياحية.
- إقامة المسابقات التنافسية للصناعات التقليدية لإبراز الحرف اليدوية التقليدية المطورة وتوزيع جوائز الإبداع السنوية ضمن التظاهرات والفعاليات السياحية الموسمية.
- عرض مجسمات مختلفة الأحجام والأسعار لأشهر المناطق السياحية الجزائرية، ونماذج مصغرة من منتوجات الحرف اليدوية كالحلي والمصنوعات الجلدية، وإعداد أفلام على مستوى فني عال من الإعداد، والإخراج، وعرضها بأسعار اقتصادية في متناول السياح من الأمور التي تثبت الذكريات الطيبة لديهم، وتسهم في الإعلام المجاني عن تلك المقومات عندما يقدمها السياح هدايا لذويهم وأصدقائهم، أو يضعونها ضمن ديكورات منازلهم، أو يشرحونها لزوارهم وكل ذلك يعود بالفائدة على السياحة الوطنية.
- البرامج التلفزيونية المعنية بالصناعات التقليدية، وما فيها من تعريف بالحرفة ومكان إنتاجها، وتحفيز المشاهد لاقتنائها وحتى الذهاب إلى مكان تواجدها، خاصة إذا تمكن معد البرامج من إبراز مواصفاتها الجمالية والابتكارية وقابليتها للاستعمال. وقد بدأت هذه الحلقات في الجزائر تحتل مكانها في برمجة المحطات التلفزيونية كما في العديد من المجلات والكتب والمشاريع المرتبطة بتتمة السياحة الصحراوية.
- الحرص على المشاركة في المعارض الدولية الخاصة بالصناعات التقليدية منها معرض ميلانو بإيطاليا للصناعات التقليدية بالإضافة إلى المعارض العالمية الأخرى.

مما سبق يمكن القول أن الصناعات التقليدية والحرف في الجنوب الجزائري من أبرز الصناعات التي تساهم في ازدهار السياحة بالمنطقة نظرا للأهمية القصوى التي تحظى بها مثل هذه الصناعات التقليدية، إضافة إلى الطلب المتزايد عليها من طرف زوار الجزائر على مدار السنة، لكن مساهمتها تبقى محدودة ومحتشمة لأنها لا زالت تنشط على المستوى المحلي فقط رغم أن الإمكانيات والمقومات التي تتمتع بها ترشحها لاستقطاب وجذب السواح على المستوى الدولي خاصة مع توفر وسائل الاتصال المتطورة كالإنترنت التي تساعدها على اكتساب الشهرة و المكانة التي تليق بها دون تحميلها تكاليف دعائية كبيرة.

الخاتمة:

تعد السياحة الصحراوية أحد مكونات السياحة الوطنية التي تتوفر على قدرات هائلة من شأنها أن تساهم في دفع واقع التنمية بالمناطق الصحراوية، فمن الضروري تجاوز بعض المسائل التي تعرقل تطوير هذه الأخيرة، ومن بينها ضعف النشاط الترويجي السياحي، سواء الموجه منه للزائين الوطنيين أو الأجانب، وذلك عن طريق:

- ❖ استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة من شبكات المعلومات لتصميم موقع عن التراث الجزائري للتعريف بهذا التراث وعرض عناصره المختلفة وإعطاء معلومات تتناسب مع قيمته في كل أنحاء البلاد وخارجها مما يساعد على تنظيم الزيارات لهذه المناطق المتخصصة في إنتاج الحرف التقليدية.
- ❖ إقامة المهرجانات والاحتفالات بالمناسبات التي تعكس التقاليد وتعبر عن الفلكلور الخاص بكل منطقة تحتوي على تراث حضاري وحرف بيئية متخصصة وتنظيم استخدامها في مجال السياحة الصحراوية.
- ❖ تصميم قرى تراثية تعمل على جذب السياحة تتميز بشكل معماري يتناسب مع البيئة الصحراوية وينسجم مع الطبيعة المحيطة للقرى التراثية من حيث المناخ والموقع الجغرافي والصناعات والحرف البيئية والعادات والتقاليد المميزة مما يجعل السائح يتفاعل مع البيئة ويرتبط بها.
- ❖ العناية بالمهرجانات والأعياد المحلية وترويجها والعمل على تطوير خدمات سياحية ذات نوعية ممتازة.

ومن المؤكد أن وسائل التطبيق الناجعة لآليات النهوض بواقع السياحة الصحراوية تكمن في اعتماد ميكانيزمات التطور وتمويل الاستثمار السياحي والعمل على توفير هياكل استقبال ملائمة وتكوين اليد العاملة النشطة في الميدان السياحي إلى جانب الأنشطة الترويجية الحالية. كذلك ضرورة تفعيل نشاط الوكالات والأسفار سيما ما تعلق منه بجانب إشراكها في مختلف الجهود المرتبطة بتنمية السياحة الصحراوية باعتبارها أحد المتدخلين الفاعلين في هذا النشاط الحيوي، وضرورة إنشاء بنك معلومات حول مرافق الاستقبال والإيواء المتواجدة على طول الطرق المؤدية إلى المواقع السياحية الصحراوية، والعمل على ترقية نوعية الصناعات التقليدية لأنها أحد

الأساليب الترويجية الفعالة لأنها تعمل على مخاطبة النفس البشرية على مختلف مستوياتها من حيث الاختلاف في العمر ودرجة التعليم والثقافة ومستوى المعيشة والمهنة.

الاحالات والمراجع:

- ¹ احمد لشهب، السياسة السياحية في الجزائر من 1962 إلى 1982 ، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 1987 ، ص 14 .
- ² نفس المرجع، ص 15.
- ³ هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006، ص 7.
- ⁴ بديعة بوعقلين، السياسات السياحية وانعكاساتها على العرض والطلب السياحي، رسالة ماجستير، معهد العلوم الإقتصادية، الجزائر، 1996، ص 36.
- ⁵ محسن أحمد الخضيرى، التسويق السياحي، مكتبة مديولي، مصر، 1989، ص 55.
- ⁶ مطبوعات الديوان الوطني للسياحة www.ont-dz.org
- ⁷ وفاق قوي يحافظ على السلم الذي يتجدد كل عام منذ 3000 سنة.
- ⁸ محمد منير حجاب، الترويج والعلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2000 ، ص 75.
- ⁹ إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة والإعلام، الطبعة الثانية، مكتبة الأنجلو المصرية. مصر 1980 ص 95.
- ¹⁰ نفس المرجع، ص 95.
- ¹¹ محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 71.
- ¹² شريف احمد شريف العاصي، الترويج والعلاقات العامة:مدخل للاتصالات التسويقية المتكاملة، الدار الجامعية للنشر، ط1، مصر، 2006 ، ص 229 .
- ¹³ شريف احمد شريف العاصي ، مرجع سابق، ص 230.
- ¹⁴ محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 111.
- ¹⁵ الإدارة العامة لتصميم و تطوير المناهج، سفر و سياحة -تسويق سياحي- ، المملكة العربية السعودية، ص 98.
- ¹⁶ <http://www.palmoon.net/2/topic-291-164.html>
- ¹⁷ www.sahara-ing.org/a10.htm
- ¹⁸ <http://www.algeria.com/arabic/blog/algerian-handicraft/>
- ¹⁹ <http://www.dhran.com/vb/showthread.php?t=31828>
- ²⁰ la3waina2010.ibda3.org/t47-topic
- ²¹ <http://www.sahara online.net/ar/%D8%A7%D9 %AA%D8%B1% 84% D8%AF%D9%8A%D8%A9.aspx>.
- ²¹ www.djazairess.com/elmassa/26988
- ²² <http://www.ecoworld-mag.com/Detail.asp?InNewsItemID=270681>
- ²³ <http://www.algeria.com/arabic/blog/algerian-handicraft/>