# التراث الثقافي والسياحة

الدكتور: عبد العزيز لعرج - قسم الآثار
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – جامعة الجزائر

**الملخص:** تحاول هذه المحاضرة الربط بين التراث الثقافي المادي للمجتمع الجزائري من آثار قائمة في المدن القديمة والمناظر الطبيعة والمنتجات الفنية والصناعية في المتاحف وبين السياحة الثقافية باعتبارها معيارا حضاريا معاصرا كما تعمل على تشخيص الواقع السياحي في صورته السياسية وبنيته التحتية المادية والبشرية مبرزة شروط التنمية السياحية ومدى توفرها في واقع البلاد

**Résumé** :

Nous essayons dans cette conférence de faire la liaison entre le patrimoine matériel et culturel de l'Algérie - qu'il s'agisse de monuments ou de sites archéologiques, ou d'objets d'arts dans les musées, et le tourisme culturel comme mesure civilisationnelle contemporaine,.

Puis on essai aussi d'établir le diagnostic de la réalité du tourisme dans son aspect politique et ses infrastructures matérielles et humaines tout en mettant en relief les conditions du développement touristique en Algérie .

يرتبط النشاط السياحي بالثقافة ارتباطا كبيرا، لدرجة أنه يمكن القول أنه لا سياحة بدون ثقافة أو تراث ثقافي، ولكن ما هو **مفهوم السياحة أو ما هي السياحة** بكلمة بسيطة؟.

الحقيقة أن السياحة كمصطلح مفهوم حديث لم يتبلور بشكل واضح ومحدد إلا منذ وقت قريب. إن السياحة كظاهرة وفعل وحركة قديمة، فزيارة إنسان لأي بلد خارج بلده المقيم فيه على الدوام، لأي سبب من الأسباب، إلا لطلب عمل أو وظيفة، هي زيارة سياحية والزائر سائح والمصدر سياحة، والواقع أن الزيارات من هذا النوع قديمة قدم الإنسان، ويمكن أن تتم لقرية مجاورة أو لمدينة بعيدة أو لبلد أجنبي، وهذا التعريف للسياحة هو التعريف الحديث المتفق عليه حاليا، وإذا كان المختصون قد اتفقوا على تعريف السياحة، فإنهم اختلفوا حول مفاهيمها،وعلاقتها بالثقافة والتراث الثقافي.

**المفاهيم السياحية والثقافة:**

لقد تعددت وجهات النظر حول المفاهيم السياحية عامة وعلاقة السياحة بالثقافة أو التراث الثقافي خصوصا، ويمكن إجمال تلك المفاهيم السياحية وعلاقتها بالتراث الثقافي فيما يلي:

**1 ـ الجذب السياحي أو العرض:**

ويشمل جميع المقومات والمعطيات الطبيعية والحضارية والتاريخية والثقافية والفنية لبلد الزيارة السياحية، وكذلك خدمات البنية التحتية وهياكلها، وخدمات البنية السياحية الأساسية في ذلك البلد .

**2 ـ الطابع السياحي:**

وهو الانطباع الذهني الحاصل بفعل تأثر السائح بالموقع السياحي ومظهره وعناصره المختلفة: من معلومات وتخيلات ذهنية ومؤثرات فكرية ونفسية وعاطفية ووجدانية، والتي يَنظُر من خلالها الزائر للموقع وتقييمه له، مما يستدعي أن تكون هذه الصورة أصيلة وأصلية وصادقة وواقعية لتحوز الرضا والقبول لدى السائح وهو غاية ما يطمح إليه القائمون على التنظيم السياحي..

**3 ـ المنتج السياحي:**

ويقصد به **المعطيات الطبيعية** من تربة ومناخ وغطاء نباتي وثروة حيوانية وتشكيلات جيولوجية وجيومورفولوجية وخصائص الموقع الجغرافي،

ومناخ وطقس وموارد مائية في أشكالها المتعددة ... إلخ، وكذلك **العوامل الحضارية والثقافية:** من لغة وعقلية وذهنية وضيافة وثقافة وعادات وتقاليد وفولكلور وفن، غير أن كل ذلك يرتبط بـ:

**4 ـ البنية التحتية والخدمات السياحية:**

وتشمل جميع الاحتياجات والمطالب الضرورية العادية والكمالية التي يحتاجها السائح كشبكة المواصلات ووسائل الاتصال والطرق والمياه والكهرباء والفنادق وأماكن الإيواء والتأهيل والاستراحات والمرافق الفنية من مسارح ودور العرض وما إلى ذلك .

هذه بعض المصطلحات والمفاهيم النظرية المتعلقة بالسياحة والثقافة، فما مدى صلة الثقافة بالسياحة في الواقع العملي؟ وماذا أعدت بلادُنا منذ الاستقلال لاستثمار هذه المفاهيم ؟

**II ـ التنمية السياحية:**

**1 ـ شروط التنمية السياحية:**

تتوفر بلادنا على الشروط الأساسية لقيام سياحة رائدة، منها توفر مظاهر طبيعية متنوعة، ومواقع أثرية مختلفة، ومناخ معتدل، وهي شروط محفزة لتنمية سياحية لاشك أنها ستعود على البلاد بمردود اقتصادي ومالي معتبر، فضلا عن إسهامها في تشرب عدد هام من اليد العاملة العاطلة حاليا .

**2 ـ سلبية سياسة التخطيط السياحي الماضية:**

وإذا كانت سياسة البلاد منذ الاستقلال إلى اليوم لم تولي عناية كافية للقطاع السياحي لعدم حاجتها إليه اقتصاديا وماليا، وبالتالي عدم اعتباره من أولويات مشاريع الدولة، ونشاطاتها، وذلك بالرغم من المحاولات الجادة في سبعينيات القرن الماضي تكوين بنية تحتية للسياحة إعدادا للمستقبل، فإن بناء هذه القاعدة التحتية لم تكتمل ولم تمس جميع النشاطات والمناطق المؤهلة لاستقطاب السياح ،فضلا عن إهمالها الكامل لإعداد الفرد ضمن إعداد المجتمع المتقبل للسواح الأجانب والتعامل معهم

واليوم تجد بلادُنا نفسَها أمام وضع يتسم بالنقص في جوانب عديدة في مجال التخطيط والتنمية السياحية يكاد يخلو من الحد الأدنى من متطلبات السياحة من هياكل الاستقبال الكافية والملائمة، إلى وسائل المواصلات والاتصالات الميسرة

للحركة السياحية وإلى الإطار المؤهل لتسيير اليد العاملة الفنية،ثم إلى المرافق الكافية المكملة للبنية التحتية،وإلى خطة ومنهج لصناعة سياحية ثقافية، وإدارية وتنظيمية.

**3 ـ أهمية تظافر جهود القطاعين العام والخاص في التنمية السياحية:**

ولم يعد بالإمكان اليوم أمام الوضع المزري لاقتصاد هش بل منهار، أن تقوم الدولة وحدها بتوفير الشروط الممكنة لبعث حركة سياحية نشطة ، وهنا يستدعي الأمر أن يساهم القطاع الخاص مساهمة فعالة بل وأساسية في التنمية السياحية بالمشاركة العملية في استكمال البنية التحتية للاستقبال: من فنادق ومرافق ومواصلات، يُمكن أن يمس ذلك مختلف جهات الوطن المؤهلة لاستقطاب السواح، مع إعداد العاملين في قطاع السياحة وتدريبهم، تهيئةً لهم لتقديم خدمات متميزة ملائمة تساهم بدورها في استقطاب السواح وتساعد على الدعاية للسياحة مما يدعو السائح الزائر لبلادنا من العودة لزيارتها مرات أخرى .إن ذلك مرهون بوعي العاملين في مجال السياحة وتفهمهم للدور الخطير المنتظر منهم أن يلعبوه بحيث يحس الفرد منهم أن إرضاء والعمل على إسعاده وتوفير شروط راحته أمر مطلوب لتنمية سياحية رائدة

إن بلادنا اليوم وهي تواجه وضعا اقتصاديا واجتماعيا ضاغطا، فارضا عليها انفتاحا اقتصاديا، بل اندماجا شبه كلي في المنظومة الاقتصادية والتجارية الدولية، وهي موعودة مع استثمارات دولية، يُنتظر حلولها ببلادنا، ولا شك أن الانفتاح واستقطاب الاستثمارات، كلاهما يتطلب توفير شروطٍ موضوعية عديدة لتحقيقها، وهي شروط يساعد بعضُها قطاعَ السياحةِ في الاستفادة من تلك الشروط، ويساعد على بعث النشاط السياحي .

إن القطاع الخاص في الدول المتمرسة في مجال السياحة، هو العمود الفقري للحركة السياحة، وهو الفاعل الرئيسي القائم عل بث الحياة والحيوية في القطاع، ويقتصر دور الدولة فيها على التنظيم والتقنين والإشراف والدعاية الخارجية، وهو ما يُرجى أن يلعبه القطاع الخاص في بلادنا في هذه الظروف بالذات .

**III ـ المنظور الثقافي والتنمية السياحية:**

يتبادر إلى الذهن عند وقوفنا لأول وهلة على كلمة "سياحة " انطباعات وتصورات: من الحركة والنشاط والسفر والرحلات والمواقع الأثرية والمتاحف

والنصب التذكارية والمناظر الطبيعية والحدائق ...ألخ ، فالسياحة إذن في المفهوم العادي تعني مجموعة نشاطات تهدف إلى إحداث شيء من الراحة والهدوء والمتعة، وفي هذا المعنى فإن السياحة أقرب إلى الأثر الفني والتذوق الجمالي في عمق النفس، غير أن إحداث هذا النوع من الأثر في النفس السائحة يمر عبر عدد من الشروط والمعطيات ، متنوعة في العرض ومختلفة في الأداء .

## 1 ـ المعالم الثقافية: المواقع الأثرية والمتاحف:

لقد شرع المختصون في مجال الثقافة وقطاع السياحة يتحدثون في السنوات الأخيرة على نوع من السياحة، غير السياحة الجماهيرية المعروفة سابقا، والتي قد تؤدي إلى إتلاف الكثير من المعالم الثقافية والتاريخية والأثرية «وهي السياحة الثقافية» .ولكن ما هي **المادة الثقافية المرتبطة بالسياحة ؟** ،إنها أي المادة الثقافية، أنواع عديدة أهمها:

**الأولى: أثاث وتحف ولقى أثرية**، مكانها المعتاد المتاحف، وهي تشمل جميع الأدوات والوسائل والمواد ذات الاستخدام اليومي التي تتطلبها حياة الإنسان وهي أدوات صناعية وفنية من خامات مختلفة ومواد متنوعة، كالفخاريات والخزفيات والمنحوتات والجداريات والتصاوير واللوحات الزيتية والأدوات المعدنية والفضية والذهبية ...الخ .

**الثانية**: كل ما لا يمكن إدخاله في المتحف والحفاظ عليه فيه، **كالآثار القائمة** من مدن قديمة ومنشآت معمارية أو نصب تذكارية .

**والثالثة: المناظر الثقافية الطبيعية**، وهي كثيرة ومتنوعة، ويمكن حصر بعضها في المناظر الطبيعية الخضراء، والجزر والبحيرات، والشواطئ، ومناظر الكثبان والرمال، وقد أطلق في الآونة الأخيرة على هذا النوع من المناظر الطبيعية " المناظر الطبيعية الثقافية " . إن هذه الأنواع الثلاثة من المادة الثقافية، تختلف في قيمتها الفنية وأصالتها، كما تختلف في طرزها وفي جمالية مظهرها، وهي جميعا تمثل ثروة من الموارد، تجسد محليا الذاكرة الجماعية للمجتمع، وتقوم بتدعيم الشعور الوطني وتقوي روح الانتماء للجماعة، وتدفع إلى الاعتزاز والفخار، والتمسك بالهوية الوطنية، والتضحية من أجلها وهي مظاهر إنسانية تميز التراث الثقافي، يمكن اختيار عينات منه لعرضه على السواح باعتباره موروث إنساني، ومنتوج جاء نتيجة تفاعل الإنسان مع بيئته ومحيطه، وتحديه لها أو تجاوبه

معها، وذلك من منطلق أن الأمكنة والمواقع التي يرغب السواح في إرتيادها، والتحف التي يحبون الوقوف عليها في المتاحف :كل منها يحكي قصة، ويروي حدثا أو يرمز إلى ظاهرة اجتماعية، أو يعبر عن فعل إنساني حرفي أو صناعي وما إلى ذلك.

ومن هنا فإن المواقع الأثرية وما تزخر به المتاحف الوطنية والجهوية، تستجيب لهذا النوع من السياحة الثقافية، وبلادنا مثل ما نعرف، موطن التاريخ والمعالم التاريخية والمواقع الأثرية، فهي تضم كما هائلا من المواقع، وعددا معتبرا من المتاحف لم تجد بعد من يرتادها بكثافة، غير أن هذه المواقع والمتاحف تفتقر إلى شروط الاستقبال الملائمة : المادية والتنظيمية .

أما **الشروط المادية**: فهي الافتقار إلى المرافق المناسبة: كطرق المواصلات والفنادق والمطاعم والمواقف الخاصة بالحافلات والسيارات، ونشير في هذا الصدد أن دخول القطاع الخاص في المواصلات الجوية لمختلف مناطق البلاد يعد من الشروط التي تتيح للسياحة نموا واضطرادا.

وتتمثل **الشروط التنظيمية** في تهيئة المواقع نفسها للزيارة والحركة الداخلية فيها، كالحواجز للحماية، واللافتات للتوجيه، والمسالك المؤدية إلى الأماكن المناسبة في المواقع، كمراكز المدن ووسطها .

**2 ـ اختيار المواقع الثقافية والتاريخية:**

ويرتبط بهذه الشروط، وخاصة ما تعلق منها بالمواقع والمتاحف ، سؤال حيوي يتصل بالمضمون الثقافي الذي نريد إيصاله للسائح الأجنبي من خلال هذه المواقع ؟وذلكَ بناء على معرفة: ماذا يريد أن يعرف السائح الذي يرغب في زيارة البلاد ؟

إن اختيار المضامين الثقافية التي تستجيب لرغبة السائح ومت يريد معرفته أو التمتع به عملية معقدة، لكنها ليست مستحيلة، فإن اختيار المواقع الأثرية والمعالم التاريخية والتحف المعروضة في المتاحف ذات المضامين الثقافية المعبرة عن العمق الثقافي والتاريخي للبلاد، هو أمر من اختصاص الأثريين والعاملين في مجال الثقافة والسياحة والمتاحف، وهو في متناول أيديهم، كما أنه أمر لا يتطلب وقتا

طـويلا ،إن لقـاء هـؤلاء وتـبادلهـم الـرأي والأفـكـار والـمعـارف كـفـيل بـتحديد تلك الـمواقع التي يـراد لـها أن تـفي بـحاجة الـتعبير عن عـمقنا الـثقافي والإنـساني .

إن إقـبال الـسـواح عـلى الـبلاد ومـواقـعها الـتاريخية والأثرية ومـتاحفهـا، إنما هـم يـقـبلون سـعيا إلى مـعرفة حـكاية الـسكان الـحقيقية ـ الـماضية، وإلى مـشاهـدة ما بـقي مـن آثـارهم الـدالـة عـليهم، وكذلك من أجل خـصوصـية الـمكان وتـميزه . ومن هـنا فـإن عـلى الـهيئة الـقائمـة عـلى اخـتيار هـذه الأمـاكن والـمواقـع أن تـضع نـصب أعـيـنهـا في اخـتـيارهـا ذاك هـذه الـخصوصـيات وذلك الـتمايز، ولكن كـيف يـتم إبـراز الـفعل الـثقافي وخـصوصـية الأمـكنة والـتحف وتـمايزهـا ؟ .

### 3 – الـفـعـل الـثقـافـي الـمبرز لـلـخصوصـيـة والـتـمايـز:

إن ذلـك مـنوط بالـمرشـدين الـسياحـيـين، والـهيئات الـثقافـية الـمسؤولـة عن هـذه الـمواقـع والـمتاحـف ، وهـي الـمسؤولـة أيـضا على عـكس الـمضامـين الـثقافـية، ورسـالتهـا في ذلـك أشـبه مـا تـكون برسـالة الـمعلـمين والـمشرفـين على تـبليغ تلك الـمعلومات الـمتعلقة بـالحياة والبيئات والـمحيط الـثقافي: كالاحتفالات للسـواح بـطريقة مـوضوعـية لا مـبالغـة فـيها وبأسـلوب سـلس ولغة مـفهومـة واضـحة .

وهـنا لابـد مـن الإشـارة إلى ضـرورة إعـداد هـؤلاء الـمرشدين إعدادا عـلميا وثـقافيا ولـغويا، وكذلك إعـدادهـم في فـن الـمعاملـة وحـسن الـتصرف .

### IV ـ دور الصناعـة الـسياحية والسفريات في الدعاية والإشهار:

لاشـك أن تـوفر الـبلاد ومـناطقهـا الـمختلفة عـلى الـمواقـع الـثقافية والمعالم التاريخية والمتاحف، وتوفرها على المرافق الضرورية الـمناسبة لـجلب الـسواح وتلبيـة مـتطلباتـهم وحـاجاتهم إلى الـراحة، كـل ذلك يبقـى نـاقصـا إذا لـم يـكن هـنـاك مـا يـعرف في الـوسط الـسياحي **بالصـنـاعـية الـسياحية من دعـاية وإشـهـار** :إن هـذه الـعمليـة تـتطلب حـركة ونـشاطـا وذكـاء، وتـمكنا من فـن الـمعاملات والـعلاقـات، ومـميزات أخرى شـخصية وذاتـية فـي من يـتولى مـهمة الـعلاقات الـعامة، وهي مـفاتـيح الـدعاية الأولـية والـمباشـرة .

إن مـهمـة الـصنـاعـة الـسياحـية هـي إقـنـاع الـسواح مـحليا وجـهويـا ودولـيا بأهـمـية الـتراث الـثقافي لبلادنا،وما يتميز به، وما يشتمل عليه من مواقـع أثـريـة ومعالـم تاريـخيـة ومتاحـف والـتي يـريدون الإقـبال عـليها وزيـارتـها، وذلك من خـلال جـملة

من النشاطات والاتصالات بمكاتب السياحة ووكالاتها بالبلدان الأجنبية، وإقامة العلاقات معها، على أن يكون التعامل معها بصدق وموضوعية لكسب ثقتها، فضلا عن ضرورة الدعاية للمنتوج السياحي في البلدان الأجنبية من خلال الملصقات ووسائل الاتصال المختلفة .

إن أهم دعاية يمكن أن تقوم بها المؤسسات السياحية الجزائرية: كالديوان الوطني والجزائري للسياحة، ومؤسسات التسيير السياحي، ووكالات السفر العمومية والخاصة، هي حضور المعارض السياحية، ومعارض البورصة الدولية للسياحة التي تقام في مختلف الدول الأوروبية في فترات متقاربة، على أن تتنوع وسائل الدعاية وطرق العرض وسبل الاتصال ومظاهر الإغراء والتحريض على زيارة الجزائر والتمتع بما حباها الله من طبيعة خلابة ومناظر مثيرة ومواقع أثرية قيمة ومتاحف ثرية متنوعة في مختلف مناطقها، لقد أصبحت الدعاية والإشهار علما وفنا يتطلب معرفة وخبرة طويلة،ونجاح العملية مرهون بما يتسم به المسؤولون عليها والمشرفون على تسييرها، من حنكة وخبرة.

إن السفارات والهيئات الديبلوماسية والممثليات في الخارج يمكنها هي بدورها أن تلعب أدوارا هامة في مجال الدعاية، وتشجيع الأجانب على زيارة البلاد وتيسير سبل الحصول على الفيزات السياحية .

إن أول انطباع يحصل عليه السائح لأي بلاد، يكون في المطارات،مما يستدعي تبسيط إجراءات الاستقبال للسياح لتكون ميسرة وممتعة وإنسانية، وكثيرا ما تعقد دورات تدريبية للموظفين لتوعيتهم بأهمية السياحة، وكيفية التعامل مع السياح، ذلك أن الحركة السياحية تتطلب تزويد المطارات بمصالح الاستعلامات والخدمات الأولية للسياح، كما يمكن تزويدها بجداول رحلات الطيران والأسعار وصرف العملات والخرائط،والمرشد السياحي للمواقع والمتاحف.

### 1 ـ التنمية السياحية:

إن مفهوم السياحة مثلما ذكرنا، يرتبط ضمنيا بالتجارة لدى فئة من المجتمع ذات صلة بالمواقع الأثرية، وذلك لما توفره لهم من مردود مالي بالرغم من الأثر السلبي لإضفاء الطابع التجاري على تلك المواقع، إن تنظيم الزيارات للمواقع الأثرية والمتاحف لأفواج السياح الأجانب والمحليين يؤثر تأثيرا إيجابيا على الاقتصاد المحلي والاقتصاد القومي .

## 2 ـ التنمية السياحية والموارد البشرية :

تتطلب التنمية السياحية توفير الإطار البشري الكفء، وذلك لاعتماد السياحة على التوظيف الجيد لمصادر القوى البشرية المدربة، التي تمتلك القدرة على التصرف بحكمة، والتعامل بطرق فنية في العلاقة الإنسانية، بحيث يضمن وجود الشخص المناسب في المكان المناسب وفي الوقت المناسب، على أن يشمل ذلك جميع المستويات: الإدارية والتشغيلية والتنظيمية للعملية، وذلك على المستوى الوطني والمحلي والإقليمي.

وبذلك لابد من تقييم الوضع الحالي للموارد البشرية، وحصر مشاكلها وتحديد آفاتها، وتقدير نوعيتها ومستوياتها وتخصصاتها، وتشخيص متطلباتها، وذلك كله يسهل عملية وضع برامج التأهيل وإعادة التأهيل في الجوانب العديدة، إدارية وصحية واتصالات وعلاقات عامة .

إن المعاهد العليا المتخصصة في هذه العملية، كالمعهد العالي للفندقة ومراكز التكوين المتخصصة في هذا المجال، عليها أن تلتزم ببرامج تأهيل علمية ونفسية، تمكن المتخرج منها أن يكون على درجة من الإنسانية، حائزا على الكياسة وحسن المعاملة وحكمة التصرف وفن الاستقبال، في مظهره وحركته وإشارته ...إلخ.

ان هذه المظاهر الأساسية مازالت ناقصة في بعض العمال مثلما يتضح حتى في أفخم الفنادق .

وأخيرا فإن الجزائر تتوفر على إمكانيات سياحية كبيرة موزعة على مناطقها المختلفة: شمالها وجنوبها،وتعد متاحفها ومواقعها الأثرية والطبيعية نواة وقواعد لتلك الإمكانيات،ولاشك أن البنى التحتية: هياكل ومرافق ومواصلات، ما زالت في حاجة إلى مزيد التوسع والتكوين والتنظيم، وأن الموارد البشرية مازالت في حاجة بدورها إلى لإعداد والتأهيل، وهنا يأتي دور القطاع الخاص في المشاركة الفعلية بالاستثمار في مجال السياحة: في بنيتها التحتية، وفي بعث الحركة السياحية والمساهمة في الصناعة السياحية وفي الدعاية لها والإشهار.