



جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الإعلام والاتصال



دور الاتصال الحداثي في تدعيم حركية الفعل الثقافي بولاية تيزي وزو
-دراسة ميدانية بدار الثقافة "مولود معمري"- تيزي_وزو

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص اتصال تنظيمي

إشراف الأستاذة:
د.مساعدي سلمى

إعداد الطالبة:
✓ أرزقي كاتية
✓ بايكش لامية

السنة الجامعية: 2022_ 2023

شكر

الحمد لله عند البدء و عند الختام، الحمد لله ما انتهى درب
و لا تم سعي إلى بفضلله ، فالحمد لله على التمام و لذة
الانجاز.

نتقدم بجزيل الشكر و التقدير إلى الأستاذة المشرفة
الدكتورة سلمى مساعدي أستاذتنا التي لم تبخل علينا
بنصائحها وتوجيهاتها القيمة طوال مدة إنجاز هذا العمل،
نشكرك على صبرك و على كل ما تعلمناه على يدك.
تقبلي منا كل الاحترام و التقدير.

عرفان

نتقدم بعبارات الشكر و العرفان إلى كل أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة عملنا المتواضع.
و أيضا الأساتذة الذين شرفونا بتحكيم استمارة المقابلة الخاصة بهذا البحث.
كما لا يفوتنا أن نشكر عمال مؤسسة "مديرية الثقافة والفنون" و دار الثقافة "مولود معمري" لولاية تيزي وزو، الذين لم يبخلوا علينا بالإجابة عن أسئلة المقابلة، وخاصة السيدة إلول صونيا.

إهداء

أهدي ثمرة جهدي هذا

إلى التي رسمت بنجاحها طريقي و لا تزال، و التي كللت بدعائها

سماء رحلاتي و لا تزال، التي تعبت لتعبي و حزنت لحزني و

اليوم ستفرح لفرحي، و أطال الله عمرها.

إلى جميع أخواتي و أخواني و زوجاتهم و أبناءهم الذين كانوا

سنداً لي و خير معين.

كاتيا

إهداء

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى من أحمل اسمه بكحل
فخر "أبي العزيز" حفظه الله.

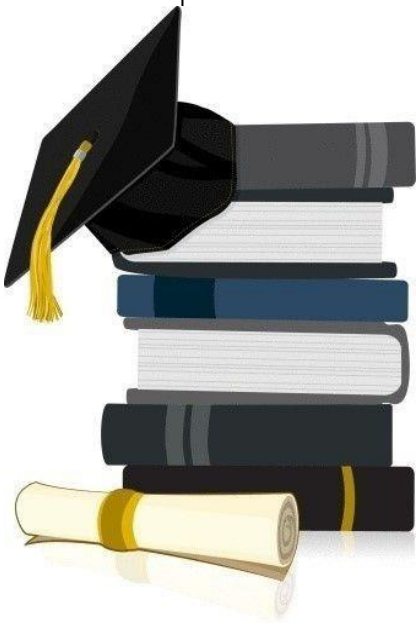
إلى كل من في الوجود بعد الله ورسوله "أمي الحبيبة" حفظها
الله.

إلى سندي في الحياة "زوجي العزيز" الذي كان لي سنداً وخير
معين.

إلى إخوتي كل باسمه و مقامه إلى كل الأهل والأقارب.
إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل المتواضع من قريب
أو من بعيد.

لامية

فهرس المحتويات

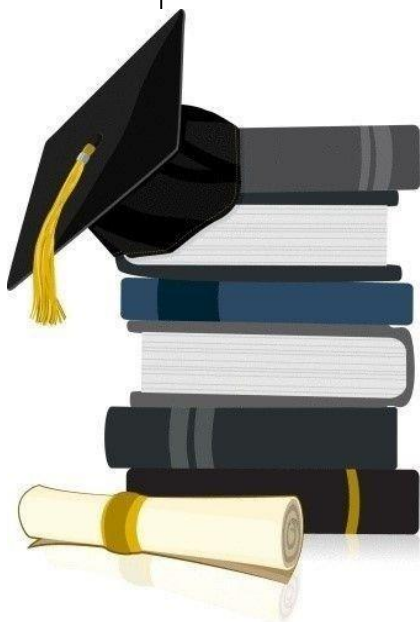


الصفحة	فهرس المحتويات
	الملخص
01	مقدمة
	الفصل الأول : موضوع الدراسة و إجراءاتها المنهجية
04	المبحث الأول : موضوع الدراسة
04	المطلب الأول : إشكالية الدراسة
05	المطلب الثاني : أهداف الدراسة
05	المطلب الثالث : أسباب اختيار الموضوع
06	المطلب الرابع : أهمية اختيار الموضوع
07	المطلب الخامس : المفاهيم الإجرائية للدراسة
07	المطلب السادس : الدراسات السابقة
17	المبحث الثاني : الإجراءات المنهجية للدراسة
17	المطلب الأول : نوع الدراسة و منهجها
18	المطلب الثاني : أدوات جمع البيانات
20	:المطلب الثالث: مجتمع البحث و عينة الدراسة
22	المطلب الرابع : مجالات الدراسة
	الفصل النظري : الاتصال الحداثي في المؤسسات الثقافية
26	تمهيد الفصل
27	المبحث الأول : مدخل إلى الاتصال الحداثي
27	المطلب الأول : ماهية الاتصال الحداثي
27	الفرع الأول : مفهوم الاتصال الحداثي
29	الفرع الثاني : أهداف الاتصال الحداثي
31	الفرع الثالث : أنواع الاتصال الحداثي
34	الفرع الرابع : تركيبة الاتصال الحداثي

38	المطلب الثاني : المطلب الثاني : : الاتصال الحداثي: المجالات، الوسائل و الاستراتيجيات
38	الفرع الأول : المجالات الرئيسية لتطبيق الاتصال الحداثي
39	الفرع الثاني : الوسائل الاتصالية المرافقة للاتصال الحداثي
45	الفرع الثالث : إستراتيجية الاتصال الحداثي
48	الفرع الرابع : دور الاتصال الحداثي في تعزيز صورة المؤسسة
51	المبحث الثاني : مدخل المؤسسات الثقافية
51	المطلب الأول : ماهية الثقافة
51	الفرع الأول : مفهوم الثقافة
52	الفرع الثاني : مكونات الثقافة
56	الفرع الثالث : التظاهرات الثقافية
58	المطلب الثاني : المؤسسات الثقافية
58	الفرع الأول : مفهوم المؤسسات الثقافية
60	الفرع الثاني : أنواع المؤسسات الثقافية
69	الفرع الثالث : أدوار ووظائف المؤسسات الثقافية
72	الفرع الرابع : الحدث في المؤسسات الثقافية
74	خلاصة العنوان
	الفصل الثالث : الدراسة الميدانية
77	المبحث الأول : البطاقة التقنية لدار الثقافة مولود معمري
77	المطلب الأول : التعريف بدار الثقافة
78	المطلب الثاني : أهداف و مهام دار الثقافة مولود معمري
79	المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي لدار الثقافة مولود معمري
82	المبحث الثاني : عرض و مناقشة بيانات الدراسة الميدانية
82	المطلب الأول : التخطيط للاتصال الحداثي على مستوى دار الثقافة مولود معمري
91	المطلب الثاني : الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها دار الثقافة مولود معمري في ممارستها للاتصال الحداثي

99	المطلب الثالث : الأهداف التي تسعى دار الثقافة مولود معمري لتحقيقها من خلال الاتصال الحداثي
101	المطلب الرابع : علاقات دار الثقافة مولود معمري مع جمهورها الداخلي و الخارجي من خلال الاتصال الحداثي
104	المبحث الثالث : النتائج العامة للدراسة
106	خاتمة
107	قائمة المراجع
112	الملاحق

ملخص الدراسة



ملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في "دور الاتصال الحداثي في تدعيم حركة الفعل الثقافي بولاية تيزي وزو، و ذلك من خلال دراسة ميدانية بأحد مؤسسات الثقافة بالولاية " دار الثقافة مولود معمري"، و إذ تمحورت إشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي الآتي:

ما دور الاتصال الحداثي في تدعيم حركة الفعل الثقافي بولاية تيزي وزو؟¹

و للإجابة على هذا التساؤل قمنا بتقسيمه إلى الأسئلة الفرعية التالية:

س1- كيف يتم التخطيط للاتصال الحداثي على مستوى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو ؟
س2- ما هي الوسائل الاتصالية التي تعتمدها مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو في ممارستها للاتصال الحداثي؟

س3- ما هي الأهداف الاتصالية التي تسعى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو لتحقيقها من خلال الاتصال الحداثي؟

س4- كيف تبني مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو علاقاتها مع جمهورها الداخلي والخارجي من خلال الاتصال الحداثي ؟

و تحقيقا للأهداف المرجوة للدراسة، قمنا بإتباع جملة من الخطوات المنهجية ابتداء بتحديد نوع الدراسة التي تنتمي إلى الدراسات الوصفية و التي اعتمدت على منهج دراسة الحالة منهجا لها، و أداة المقابلة أداة لجمع البيانات و المعطيات، حيث تم إجراؤها مع عينة من الموظفين بدار الثقافة و المكلفين بتنظيم الأحداث الثقافية و الإشراف عليها.

لنلخص في الأخير إلى جملة من النتائج يمكن عرض أبرزها كما يلي :

_تتشترك عدة جهات في التخطيط للاتصال الحداثي بدء بوزارة الثقافة و الفنون وصولا إلى قسم البرمجة على مستوى دار الثقافة مولود معمري، حيث تعتمد على عدة أنواع حسب خصوصية الحدث مثل الصالونات، المعارض، المهرجانات ..الخ.

_تستعين المؤسسة بمختلف الوسائل الاتصالية في ممارستها للاتصال الحداثي، من وسائل مكتوبة وسمعية إلى الوسائل التكنولوجية الحديثة.

_تسعى المؤسسة لتحقيق العديد من الأهداف الاتصالية من خلال تنظيمها للأحداث.

¹ الإتصال الحداثي، حركية الفعل الثقافي، المؤسسات الثقافية، دار الثقافة لولاية تيزي وزو.

تعمل المؤسسة على بناء علاقات مع جمهورها الداخلي و الخارجي و تدعيمها من خلال الاتصال الحثي، بما يضمن دعم حركية الفعل الثقافي على مستوى ولاية تيزي_وزو.

Résumé :

L'objectif de cette étude est à la recherche dans le rôle de la communication événementielle dans le renforcement de l'acte culturel dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Et ce par une étude sur le terrain dans l'un des établissements culturels de la wilaya à savoir « la maison de la culture Mouloud Mammerie ». la problématique de l'étude s'est axée principalement sur la question suivante :

Quel rôle peut jouer la communication événementielle dans le renforcement de l'acte culturel dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Afin de répondre à cette interrogation, nous l'avons divisé en questions secondaires suivantes.

- 1- Comment est planifiée la communication événementielle au sein de la maison de la culture mouloud Mammerie de Tizi-Ouzou
- 2- Quels sont les moyens de communications adoptés par la maison de la culture Mouloud Mammerie de Tizi-Ouzou dans sa pratique de la communication événementielle
- 3- Quels sont les objectifs de communication que la maison de la culture Mouloud Mammerie aspire à réaliser à travers la communication événementielle
- 4- Comment la maison de la culture de Tizi-Ouzou, construit-elle sa relation avec son public interne et externe à travers la communication événementielle

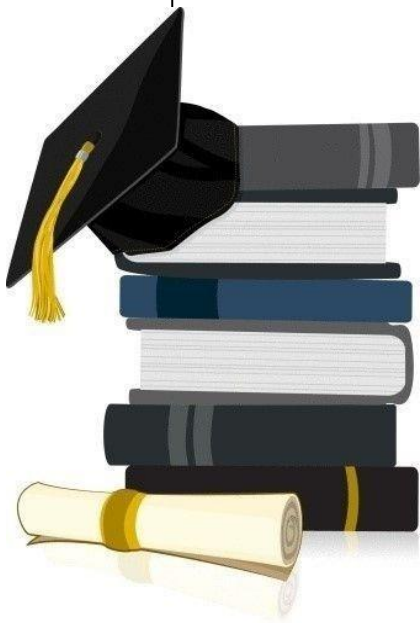
Afin de réaliser les objectifs assignés à cette étude, nous avons suivi un ensemble d'étape méthodologique à commencer par la définition du type de l'étude. Elle appartient aux études descriptives, elle s'est basée sur la méthode de l'étude de cas comme méthodologie suivie. Et l'entretien (la rencontre) comme outil de récolte d'informations et de données, où elle a été réalisée avec un échantillon de fonctionnaires de la maison de la culture et les organisateurs et administrateurs des événements culturels.

Enfin, en résumé, nous pouvons mentionner principalement un ensemble de résultats obtenu :

ملخص الدراسة

- La maison de la culture Mouloud Mammerie se base sur plusieurs outils pour l'organisation des événements, leurs planifications à l'intérieur de l'institution ainsi que leurs promotions.
- L'établissement utilise plusieurs moyens de communication dans sa pratique de la communication événementielle.
- L'établissement aspire à réaliser tous ses objectifs de communication a travers la communication événementielle.
- L'établissement culturel Mouloud Mammerie œuvre à bâtir et à consolider sa relation avec son public interne et externe.

مقدمة



مقدمة:

شهد العالم تحولات في جميع الميادين و خاصة في الميدان الاتصالي و الذي يعتبر من أبرز العوامل في إنشاء علاقات اجتماعية بين الأفراد داخل المجتمع في مختلف المجالات و مختلف الأماكن بصفة عامة و المؤسسات الثقافية بصفة خاصة نظرا لتطور هذه المؤسسات و كبر حجمها و حاجة جمهورها الداخلي و الخارجي لمعرفة كل المعلومات الخاصة بالمؤسسة التي يتعامل معها، و نتيجة لكل هذه التطورات ظهر نوع جديد من الاتصال و الذي يعرف بالاتصال الحداثي إذ يعتبر وسيلة اتصال تستخدمه المؤسسة في عملية الترويج للأحداث التي تقوم بها من خلال مختلف النشاطات و الأحداث التي تنظمها، لذلك تعد المؤسسات الثقافية إحدى أهم المؤسسات المستفيدة من عمليات الاتصال عبر الحدث في تعزيز مكانتها في أواسط جمهورها و المحيط المتواجد داخله.

كما نجد المؤسسات الجزائرية هي الأخرى تستعمل هذا النوع من الاتصال و الذي يعتبر نوع جديد لم يكن معروفا من قبل و هذا راجع إلى انفتاحها على العالم و رؤية جمهورها الخارجي أنه مهتم بمعرفة كل ما يحدث داخل المؤسسة مما جعلها تستعمل الحدث لتزيد من التفاعل من خلال تنظيمها للحفلات، المعارض، المؤتمرات، الأبواب المفتوحة... الخ، و من بين هذه المؤسسات نجد مؤسسة "مولود معمري" لولاية تيزي وزو التي تعد من أهم المؤسسات الثقافية في الولاية و اعتمادها على الاتصال الحداثي في مختلف المجالات كالمجال الصحي، البيئي و الاجتماعي و مشاركتها في العديد من الأنشطة.

و في ضوء ما نقدم تحاول دراستنا التعرف على دور الاتصال الحداثي في دعم حركية الفعل الثقافي في المؤسسة الثقافية لولاية تيزي وزو من خلال إبراز أنواع الاتصال الحداثي التي تستخدمها المؤسسة الثقافية، كما سنحاول التعرف على الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها المؤسسة من خلال الاتصال الحداثي، مع تحديد الأهداف الاتصالية التي تسعى المؤسسة الثقافية لتحقيقها. و بهذا الصدد جاءت دراستنا مقسمة إلى ثلاثة فصول نأتي إلى ذكرها كالآتي :

الفصل الأول : و يخص "إشكالية الدراسة و إجراءاتها المنهجية".

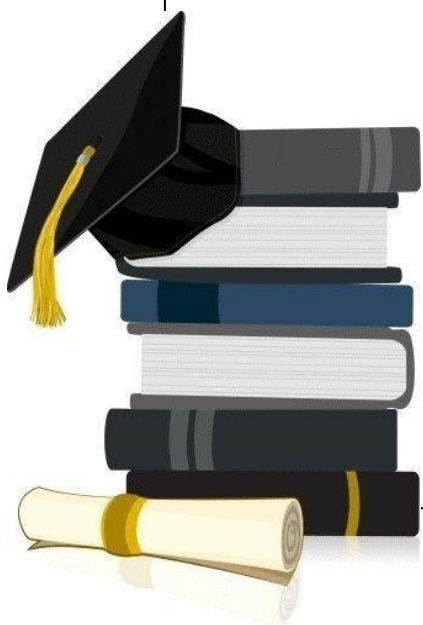
الفصل الثاني : حمل هذا الفصل عنوان "الاتصال الحداثي في المؤسسات الثقافية"، حيث سنطرق في هذا الفصل إلى المجالات الرئيسية للاتصال الحداثي، كما سنعرض الوسائل الاتصالية المرافقة للاتصال الحداثي، كما سنطرق إلى إستراتيجية الاتصال الحداثي، مع ذكر دور الاتصال الحداثي في تعزيز صورة

مقدمة الدراسة

المؤسسة, كما حاولنا تقديم مفهوم المؤسسات الثقافية و أهم أدوارها و وظائفها, كما تطرقنا إلى الحدث في المؤسسات الثقافية.

الفصل الثالث : و في هذا الفصل قمنا بمعالجة معطيات الدراسة الميدانية التي تمثل في دراسة الاتصال الحثي في المؤسسة الثقافية "مولود معمري" المتواجدة في ولاية تيزي وزو, أين تم تحليل البيانات المستقاة من المقابلة التي أجريناها مع موظفي المؤسسة, و التي ساعدت على الإجابة عن التساؤلات التي طرحناها في الدراسة و في الأخير عرض النتائج العامة لها.

الفصل الأول
إشكالية موضوع الدراسة
وإجراءاته المنهجية



الفصل الأول: موضوع الدراسة و إجراءاتها المنهجية

المبحث الأول: موضوع الدراسة

المطلب الأول: إشكالية الدراسة و التساؤلات

المطلب الثاني: أهداف الدراسة

المطلب الثالث: أسباب اختيار الموضوع

المطلب الرابع: الأهمية الدراسة

المطلب الخامس: المفاهيم الإجرائية للدراسة

المطلب السادس: الدراسات السابقة

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها

المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات

المطلب الثالث: مجتمع البحث وعينة الدراسة

المطلب الرابع: مجالات الدراسة و التساؤلات

المبحث الأول: موضوع الدراسة

المطلب الأول : إشكالية الدراسة

إن الاتصال هو الركيزة الأساسية التي تقوم عليها الحياة الإنسانية، فالأفراد يعتمدون عليه بدرجة أساسية في تفعيل علاقاتهم الاجتماعية و توطيد روابطهم المجتمعية. كما أن أي نشاط اجتماعي أو تقدم أممي حضاري يتطلب وجود نظرة اعتبارية للاتصال، لذلك شكل موضوع الاتصال أحد أهم محاور اهتمام العديد من التخصصات العلمية و لاسيما الإنسانية و الاجتماعية.

ومن بين أشكال الاتصال نجد الاتصال الحداثي الذي يقوم على الحدث كدعامة أساسية، فهذا الأخير عبارة عن مصطلح واسع و معروف من القدم، كانت الحاجة إليه في كسر الروتين اليومي و الاحتفال والعيش بحيوية داخل المجتمع، ومؤخرا بدأ الوعي بأهمية هذه الأحداث وفائدتها واستخدامها بشكل عقلاني هادف ومدرّس وتغلغلها في العديد من مظاهر الحياة كالرياضة، الثقافة، التظاهرات الاحتفالية، التجارية، الرسمية... الخ حيث أدركت المؤسسات على اختلافها ضرورة تبني و الاعتماد على الاتصال الحداثي في تحقيق أهدافها سواء ما تعلق بجمهورها الداخلي أو الخارجي.

و قد برز الاتصال الحداثي في مجالات مختلفة منها الرياضي، الاقتصادي، الثقافي، و خصوصا هذا الأخير الذي نجد مؤسساته قد توجهت بصفة كبيرة إلى الاعتماد على هذا النوع من الاتصال في الجزائر، باعتبارها جهات تقوم بممارسة الثقافة و الفنون و ما إلى ذلك من المعرفة و المهارات الثقافية- التي توافق عليها الوزارة الوصية- و المتمثلة في مختلف المعاهد و المدارس و المراكز المختصة و فروع في الكليات تعنى بتكوين المختصين في تسيير المراكز الثقافية، المكتبات، دور الثقافة و الشباب، المتاحف، المسارح... إلى غير ذلك المؤسسات، و التي تقوم كذلك بدور رئيسي في إدارة الحياة الثقافية و تنظيمها و القيام بمهمة بناء محتوى ثقافي متمثل في مجموعة المعاني الرمزية و الأبعاد الفنية و القيم الثقافية الصادرة عن هويات ثقافية أو ثقافية أو معبرة عنها، و كذا نشر الثقافة و تنشيطها عبر مختلف التظاهرات و الأحداث التي تعمل على تنظيمها، احتضانها أو المشاركة فيها.

لذلك كان استخدام الحدث في الآونة الأخيرة و تقنياته المختلفة من قبل المؤسسات الثقافية الجزائرية و تحديدا مؤسسات الثقافة في ولاية تيزي وزو دافعا لنا لمحاولة دراسة هذه التقنية الاتصالية المؤسساتية، و على هذا الأساس جاءت فكرة هذه الدراسة التي تهدف إلى البحث في مساهمة الاتصال الحداثي في تدعيم الفعل الثقافي في المؤسسات الثقافية لولاية تيزي وزو، من خلال محاولة الكشف عن كيفية تطبيق هذا النوع من الاتصال و أهم وسائله داخل هذه المؤسسات، إضافة إلى معرفة الخطوات التي يمر بها صناعة

الاتصال الحداثي وصولاً إلى الإستراتيجية المتبعة من طرف المؤسسات الثقافية عينة الدراسة مع جمهورها الداخلي و الخارجي.

و انطلاقاً مما سبق يمكننا طرح التساؤل الرئيسي الآتي:

ما دور الاتصال الحداثي في دعم حركية الفعل الثقافي في المؤسسة الثقافية لولاية تيزي وزو؟

وللإجابة عن هذا التساؤل المحوري، قمنا بوضع عدد من التساؤلات الفرعية التي يمكن عرضها كالآتي:

س1- كيف يتم التخطيط للاتصال الحداثي على مستوى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو ؟
س2- ما هي الوسائل الاتصالية التي تعتمدها مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو في ممارستها للاتصال الحداثي؟

س3- ما هي الأهداف التي تسعى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو لتحقيقها من خلال الاتصال الحداثي؟

س4- كيف تبني مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو علاقاتها مع جمهورها الداخلي والخارجي من خلال الاتصال الحداثي ؟

المطلب الثاني :أهداف الدراسة

تتمحور أهداف هذه الدراسة في النقاط التالية :

- 1- الكشف عن كيفية التخطيط للاتصال الحداثي على مستوى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري.
- 2- التعرف على الوسائل المعتمدة أثناء تنظيم مختلف الأحداث بمؤسسة دار الثقافة مولود معمري.
- 3- الوقوف على أهم الأهداف التي تسعى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري لتحقيقها من خلال الاتصال الحداثي.

4- الكشف على كيفية بناء العلاقات مع الجمهور الداخلي و الخارجي من خلال الاتصال الحداثي على مستوى دار الثقافة مولود معمري.

المطلب الثالث : أسباب اختيار الموضوع

لكل باحث أسبابه الذاتية و الموضوعية التي تحفزه للاهتمام بظاهرة ما، قصد تسليط الضوء عليها والإحاطة ببعض زواياها وجوانبها، وقد انطلق بحثنا هذا من مجموعة أسباب ذاتية خاضعة لرغبة الباحث واهتماماته، وأسباب موضوعية يفرضها الواقع الاجتماعي، الاتصالي والبحثي بصفة عامة، فنذكر هذه الأسباب على النحو التالي .

➤ أسباب ذاتية :

- 1- اهتمامنا بموضوع الاتصال الحداثي و الذي له علاقة وطيدة بمجال تخصصنا ، تخصص الاتصال التنظيمي ما دفعنا إلى اعتماده كموضوع لهذه الدراسة.
- 2- ملاحظتنا من خلال القراءات الأولية لعدد من الدراسات السابقة لجوء بعض المؤسسات الثقافية الجزائرية إلى استغلال فضائها كوسيلة لإقامة الاتصالات الحداثية وهو ما كان سببا لاختيارنا المؤسسات الثقافية بولاية تيزي وزو.
- 3- شغفنا ورغبتنا في المشاركة والعمل على المعارض والحفلات... وكل ما يتعلق بالاتصال الحداثي ضمن المجال الثقافي.
- 4- الرغبة في تحسيس المؤسسات بقيمة الاتصال الحداثي في ما يمكن أن يؤدي بها إلى النجاح والتميز ، والعمل على استمرارها وتحقيق أهدافها ولاسيما الثقافية منها.

➤ أسباب موضوعية :

- 1- الأهمية التي يتميز بها الاتصال الحداثي كأحد أشكال الاتصال المعتمدة حديثا في مختلف المؤسسات والقطاعات.
- 2- عدم وجود دراسات عديدة عن هذا الموضوع حسب إطلاعنا، على مستوى مكتبة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية جامعة مولود معمري تيزي وزو.
- 3- حداثة موضوع الاتصال الحداثي و جدته كمجال بحثي في تخصص الاتصال التنظيمي ما دفع بنا إلى محاولة إثراء المكتبة بدراسة تتناول الموضوع و تحاول إزالة الغموض عنه نوعا ما.

المطلب الرابع: أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية موضوعها في حد ذاته و الذي يتناول متغيري الاتصال الحداثي من جهة و الفعل الثقافي من جهة أخرى ، حيث يعتبر الاتصال الحداثي من بين تقنيات الاتصال التي واكبتها المؤسسات الجزائرية وعملت على تجسيد آلياتها من خلال ما يسمى بقسم العلاقات العامة أو خلية الاتصال أو قسم الاتصالات الحداثية ، إذ يعمل الاتصال الحداثي على جعل المؤسسة شريك أساسي في الحياة الاجتماعية كما يساعد على تحقيق الأهداف المسطرة لمخططات عمل الاتصال والوقوف على النقائص المسجلة على مستوى النشاطات الأخرى.

ـ ولذلك يعتبر موضوع الاتصال الحداثي من المواضيع الجديدة التي لازال البحث العلمي لم يولها العناية الكافية، إذ أضى إحدى تخصصات الاتصال في الدول الأوروبية والعربية، وهو ما يجعله موضوعا مهما للدراسة.

المطلب الخامس: المفاهيم الإجرائية للدراسة

يرى الباحثون بأن المفهوم الإجرائي عبارة عن عملية يقوم بها الباحث ليظهر درجة وجود حدث علمي معين، معبرا عنه بمفهوم يمكن قياسه على أرض الواقع من خلال الرؤية الخاصة للباحث. مما يجعله همزة الوصل بين النظرية والواقع.²

قد قمنا بضبط مفاهيم الدراسة الآتي ذكرها في ضوء عنوان الدراسة، بالإضافة إلى الإشكالية وتساؤلاتها.

المفهوم الإجرائي للاتصال الحداثي :

نقصد به في دراستنا هذه: الاتصال الحداثي هو عبارة عن تقنية اتصالية تعتمد عليها المؤسسة الثقافية كغيرها من المؤسسات من أجل استهداف الجمهور سواء كان داخلي أو خارجي، من خلال التخطيط لتنظيم الأحداث والتظاهرات الثقافية والإشراف عليها، فهو بذلك تقنية تقوم على خلق وبناء وإيجاد حدث مثير للاهتمام، من خلال عدة أنواع " كالمهرجانات، الحفلات، الصالونات، المؤتمرات... الخ " بالاعتماد على عدد من الوسائل الاتصالية المكتوبة منها و السمعية البصرية و التكنولوجية الحديثة، مما يدعم حركية الفعل الثقافي داخل الولاية.

المفهوم الإجرائي للفعل الثقافي :

و نقصد به في دراستنا هذه مجموع الأنشطة الثقافية التي تقوم بها المؤسسات ذات الطابع الثقافي على اختلافها من جمعيات و نوادي و فرق...إلخ، إلى الأنشطة التي يقوم بها الأشخاص بشكل منفرد، والتي تشمل كل جوانب الثقافة من الأدب، المسرح، السينما، الموسيقى، الغناء، الشعر...إلخ. إضافة إلى كل ما يرمز و يعبر عن العادات والتقاليد المتأصلة في المجتمع القبائلي بولاية تيزي وزو.

² بلقاسم سلاطينية، حسان الجيلاني، منهجية العلوم الاجتماعية، دار الهدى، الجزائر، 2006، ص126.

المطلب السادس : الدراسات السابقة

تعد عملية الرجوع إلى الدراسات السابقة أحد المنطلقات الأساسية التي ينطلق منها أي باحث و خاصة فيما يتعلق بالموضوعات التي تخص العلوم الإنسانية و الاجتماعية عامة, و تخصص علوم الإعلام و الاتصال خاصة, و في الآتي نستعرض بعض الدراسات التي لها علاقة مباشرة بمتغيرات الموضوع في إطاره العام و الميداني. حيث تم ترتيب تلك الدراسات ترتيباً كرونولوجياً من الأحدث إلى الأقدم.

الدراسة الأولى : الاتصال الحداثي في المؤسسة التجارية و الخدمية في الجزائر. حالة المؤسسات السياحية و الثقافية*.

عرض الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على استعمال المؤسسات السياحية و الثقافية للاتصال الحداثي من أجل تنمية قطاعي الثقافة و السياحة في منطقة قسنطينة من أجل بلوغ الأهداف المرجوة. من أجل تحديد مسار هذه الدراسة قام الباحث بطرح التساؤل الرئيسي التالي :

كيف تستعمل المؤسسات السياحية و الثقافية الاتصال الحداثي و تقنياته لخدمة التراث الثقافي و السياحي لمنطقة قسنطينة؟.

و تتمثل التساؤلات الفرعية لهذه الدراسة فيما يلي :

- ماذا يمثل الاتصال الحداثي بالنسبة للتراث المحلي للمنطقة؟
- في ماذا يخدم الاتصال الحداثي تراث المنطقة؟
- ما هي الاستراتيجيات و الوسائل التي يعتمد عليها الاتصال الحداثي لتقييم و ترقية التراث المحلي؟

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي و الأسلوب الكيفي الميداني الذي يهدف إلى فهم ظاهرة موضوع البحث, كما ينصب هنا الاهتمام أكثر على حصر معنى الأقوال التي تم جمعها أو السلوكيات التي تمت ملاحظتها. كما اعتمد الباحث لجمع البيانات و المعلومات الخاصة بالاتصال الحداثي في المؤسسات الثقافية و السياحية على بعض التقنيات والأدوات : كالمقابلة, الاستمارة, الملاحظة و تحليل وثائق المؤسسة و صور الأحداث.

و قد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج, نلخص أهمها في ما يلي :

* حجاج حسان, الاتصال الحداثي في المؤسسة التجارية و الخدمية في الجزائر, حالة المؤسسات السياحية و الثقافية, مذكرة دكتوراه, جامعة قسنطينة3, كلية العلوم و الاتصال و علاقات عامة, السنة الدراسية: 2015-2016.

- استعمال الاتصال الحداثي بمختلف تقنياته كعادة مؤسسات السياحية و الثقافية، على الرغم من توظيفه كوسائل محورية لعرض و تقييم و ترقية التراث السياحي و الثقافي لمنطقة قسنطينة لكن في شكله القديم و البسيط أغلب الوسائل الاتصالية التي تأخذ شكل الحدث أو تدور حوله في المؤسسات السياحية و الثقافية التي تستهدف ترقية التراث المادي و غير المادي، و التراث السياحي لقسنطينة تكون في شكل معارض، صالونات أبواب و أيام مفتوحة، أيام دراسية، مؤتمرات و ملتقيات، زيارات ميدانية، مهرجانات، رعاية و مساعدة الجمعيات، أحداث خاصة سواء تنظمها بنفسها أو تشارك في محافل لمؤسسات أخرى تنشط في نفس الميادين أو المجالات المشابهة لنشاطاتهم.

- التقنيات الحديثة التي تأخذ شكل عمليات تبني و رعاية خاصة في مجال التراث الثقافي، المادي و غير المادي، الموجه لفائدة الجمعيات الثقافية المحلية، التي تقوم بالعديد من النشاطات بصفة دورية و في بعض المناسبات و التظاهرات المحلية و الوطنية و حتى الدولية، كعمليات الدعم و المرافقة التي تقوم بها غرفة الصناعة التقليدية و الحرف و مصلحة التراث على مستوى مديرية الثقافة في شكل تخصيص أماكن للعرض و بعض التجهيزات و تقديم تسهيلات فيما يخص التنقلات. كما تقوم بعض المؤسسات السياحية بالتنسيق مع بعضها و بعض وسائل الإعلام في رعاية بعض التظاهرات التي تخدم قطاع الثقافة و السياحة في قسنطينة.

الدراسة الثانية : الاتصال الحداثي في المؤسسات المتحفية الجزائرية. دراسة ميدانية تحليلية للحدث الاتصالي شهر التراث 2016 بالمؤسسة المتحفية أحمد باي قسنطينة.*

عرض الدراسة :

سعت هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي الآتي :

كيف تعمل المؤسسة المتحفية أحمد باي قسنطينة على تنظيم الحدث؟ و ما هي الأهداف الاتصالية المراد تحقيقها من وراء ذلك؟

و تتمثل التساؤلات الفرعية لهذه الدراسة فيما يلي :

- ما هي الترتيبات التي تقوم بها المؤسسة المتحفية أحمد باي لتنفيذ الحدث الاتصالي؟
- هل استطاعت المؤسسة المتحفية من وراء استخدام الاتصال عبر الحدث في جذب الجمهور وزيادة وعيه بأهمية التراث الثقافي؟

* أيوب رقاني، الاتصال الحداثي في المؤسسات المتحفية الجزائرية، دراسة ميدانية تحليلية للحدث الاتصالي شهر التراث 2016 بالمؤسسة المتحفية أحمد باي، مذكرة دكتوراه، جامعة بوينبير قسنطينة 3، كلية العلوم و الاتصال و السمعي البصري، السنة الجامعية : 2016-2017.

- هل تمكنت المؤسسة المتحفية عبر الاتصال بالحدث أن تبني علاقات طيبة و صورة حسنة مع جمهورها؟

أما الدراسة الإمبريقية فقد كانت ذات طابع كفيي استخدم فيها الباحث كل من أداتي الملاحظة بالمشاركة و المقابلات المفتوحة على مجموعة من الفاعلين سواء كانوا قائمين بالعرض، قائمين على العرض و متفاعلين معه، و هذا ضمن الحدث الاتصالي "شهر التراث" تحت شعار " التراث الثقافي قيمة اقتصادية" في الفترة الممتدة من 18 أفريل إلى 18 ماي 2016.

و قد توصلت هذه الدراسة إلى نتائج من أهمها :

- أن المؤسسة المتحفية أحمد باي في أغلب النشاطات الحديثة تكون عبارة عن محتضن للأحداث الاتصالية و ذلك راجع لطبيعتها الإدارية التي جعلت منها مؤسسة تحت الوصاية (وزارة الثقافة) مما أدى هذا الأمر إلى تضيق و تحديد تصرفاتها المادية و ممارساتها الحديثة.
- الفاعل الرئيس ضمن أحداث أشهر التراث و الأحداث الاتصالية المختلفة هم الجمعيات الثقافية، مما يجعله اتصال حدثي جمعي ذو طابع ثقافي، فهذه الجمعيات تقوم بالتنظيم الحدثي و تعمل على تغطية العجز الذي تعاني منه المؤسسة المتحفية.
- كذلك أن حدث شهر التراث يزيد من نسبة توافد الجمهور إلى المؤسسة مقارنة بنشاطات حديثة أخرى مع قدرته على خلق علاقات عديدة مع مختلف الهيئات و الجهات التي تساهم في إنجاح مختلف الأحداث، والتي بدورها تقوم على تحسين صورة المؤسسة في أذهان جمهورها و العمل على نجاحها و تحقيق استمراريتها.

الدراسة الثالثة: إستراتيجية الاتصال الحدثي في المؤسسة الثقافية دراسة ميدانية في مديرتي الثقافة لولاية قسنطينة و الجزائر.*

عرض الدراسة :

تناولت الدراسة إستراتيجية الاتصال الحدثي في المؤسسات الثقافية الجزائرية والتي سعى فيها الباحث إلى تسليط الضوء على المكانة التي يشغلها اتصال الحدث والكيفية التي تنتجها مؤسسات القطاع الثقافي في تطبيقها لهذه الإستراتيجية من أجل بلوغ الأهداف المرجوة إضافة إلى معرفة كيفية تطبيقها للخطوات العلمية والعملية الخاصة بها.

* حمزة حاجي، إستراتيجية الاتصال الحدثي في المؤسسة الثقافية، دراسة ميدانية في مديرتي الثقافة لولاية الجزائر قسنطينة، مذكرة الدكتوراه كلية العلوم الإعلام والاتصال السمي البصري تخصص اتصال تنظيمي سنة 2018 2019 .

وقد انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي :

كيف يتم تطبيق إستراتيجية الاتصال الحداثي المنتهجة من طرف المؤسسة الثقافية الجزائرية؟

وتمثلت التساؤلات الفرعية لهذه الدراسة فيما يلي :

- ما مدى أهمية النشاطات الاتصالية الحديثة في بلوغ الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة الثقافية؟

- ما هي الميزانية المخصصة لأنشطة الاتصال الحداثي في المؤسسة الثقافية؟

- ما مدى استعمال برامج الاتصال الحداثي في بلوغ الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة الثقافية؟

وذلك من خلال بحث نظري لمحددات هذه الإستراتيجية، بالإضافة بحث ميداني أجرى في قصر الثقافة "مفدى زكريا" بالجزائر العاصمة ومديرية الثقافة لولاية قسنطينة "محمد العيد آل خليفة" عن طريق المسح الشامل لمفردات مجتمع الدراسة وهم إطارات المؤسسات اللتين طبقت عليهما الاستمارة الخاصة بالبحث وكذا مقابلة مختلف الفاعلين الثقافيين على مستوى ولايتي الجزائر العاصمة و قسنطينة.

و توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج و هي :

- تأكيد فرضيات الدراسة والتي تفيد بالمكانة الهامة التي يحتلها الاتصال الحداثي لدى المؤسسات الثقافية الجزائرية .

- الأهداف الصورية والرمزية التي تطمح إليها المؤسسات الثقافية عن طريق توظيفها للأحداث الخاصة بإستراتيجية الاتصال الحداثي.

- توفيرها للإمكانيات المادية والبشرية واللوجستكية في سبيل تحقيقها الإستراتيجية الاتصال الحداثي.

- توظيف المؤسسات الثقافية لمخططات الاتصال ومخططات العمل لتنفيذ الإستراتيجية الاتصالية الحديثة.

الدراسة الرابعة : الاتصال الحداثي في المؤسسات الجزائرية التقنيات و الآليات, مؤسسة موبيليس نموذجاً*.

عرض الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مختلف آليات تجسيد الاتصال الحداثي بما يضمن نجاح التقنية في مؤسسة موبيليس, مع محاولة لإبراز مختلف الصعوبات التي تواجه تجسيد الاتصال الحداثي في المؤسسة حيث تمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة فيما يلي :

* عرابية محمد كريم, الاتصال الحداثي في المؤسسات الجزائرية التقنيات و الآليات, مؤسسة موبيليس نموذجاً, مذكرة الدكتوراه, كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية, تخصص اتصال مؤسساتي, جامعة محمد الشريف سوق أهراس, السنة الجامعية: 2019-2020.

ما هي التقنيات و الآليات التي تعتمد عليها مؤسسة موبيليس في ممارستها للاتصال الحداثي؟
و الذي تفرعت عنه التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي تقنيات الاتصال الحداثي المستخدمة في مؤسسة موبيليسو ما هي انتقائها؟
- ما هي آليات الاتصال الحداثي و كيف يتم تحديدها في مؤسسة موبيليس؟
- ما هي صعوبات تجسيد الاتصال الحداثي في مؤسسة موبيليس؟

أما عن الخطوات المنهجية المتبعة، فقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي كونها تنتمي إلى الدراسات الوصفية، وفي إطار هذا المنهج استخدمت طريقتي المسح الشامل ومسؤولي مؤسسة موبيليس والمسح بالعينة لجمهور الحدث الذي نظمته مؤسسة موبيليس عبر 10 ولايات. وقد امتدت الدراسة الميدانية من شهر فيفري 2016 إلى شهر ماي 2019، معتمدين على أدوات بحثية متعددة تمثلت في الاستمارة كأداة أساسية للدراسة وقد وجهت إلى فئتين: فئة الجمهور الداخلي، وأخرى متعلقة بالجمهور الخارجي، كما استخدمت المقابلة غير المقننة هدفت إلى معرفة واقع الاتصال الحداثي عن مسؤولي مؤسسة موبيليس وكذا بعض المديريات الجهوية وأهم مراكزها (غنابة، سوق أهراس، سطيف، بجاية، قسنطينة) وهذا لمعرفة أهم التفاعلات الاتصالية داخل المؤسسة فيما يخص الأحداث وكيفية التنظيم لها. كما تم الاعتماد على نوعين من المعاينة حيث تم الاعتماد على المسح الشامل للجمهور الداخلي والمتمثل في الإطارات المسؤولين في مؤسسة موبيليس والمقدر عددهم ب 45. أما فيما يتعلق بالجمهور الخارجي فقد تمت عملية السحب بأسلوب العينة الصدفية حيث قدر عدد المبحوثين ب 108.

وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج لعل أبرزها :

-تعتمد مؤسسة موبيليس في اتصالها الحداثي على عدة تقنيات تختلف باختلاف الجهة المنظمة للحدث، الجمهور المستهدف وكذا الهدف المرجو من العملية الاتصالية. وتصدرت الصالونات وإطلاق منتج جديد بالإضافة إلى الرعاية قائمة التقنيات الأكثر استخداما في مؤسسة موبيليس، كما سجلت الدراسة علاقة قوية بين خصوصية المنطقة ومعدلات استخدام تقنيات الاتصال الحداثي فيها.

-كما توصلت الدراسة إلى أن آليات الاتصال الحداثي متغيرة بتغير المختارة، ومن أبرز الآليات المستخدمة نجد : ديكورات، فوتوغرافي، وفيديوغرافي، الدعائم الرقمية، وسائط الاتصال التقليدية، الوسائل واللوجستكية.

-أما عن الصعوبات التي تواجه الاتصال الحداثي في مؤسسة موبيليس فسجلت الدراسة الصعوبات الآتية :

سوء برمجة تواريخ الأحداث التي تنظمها المؤسسة، عدم إعلام الجمهور بدقة عن التاريخ ومكان تنظيم الحدث. ضعف مستوى مشاركة الجهات الفاعلة، وغياب قياس أثر استخدام أي تقنية والياتها .

لتصل الدراسة إلى جملة من التوصيات لعل أبرزها يكمن في ضرورة متابعة وقياس الأحداث التي تنظمها المؤسسة عبر مختلف مراحل الحدث من خلال : إنشاء أقسام للاتصال الحدثي على مستوى كل المديرية الجهوية لمؤسسة موبيليس وأن لا تقتصر على المديرية العامة، على أن توكل مهمة المتابعة والقياس إلى مختصين في الاتصال الحدثي.

وختاماً تؤكد الدراسة على أن الاتصال الحدثي ضرورة ملحة وجب تطبيقه وتعميمه على كافة المؤسسات الجزائرية ليظل الحدث المؤسساتي في ذاكرة المؤسسة مسجلاً وفي ذاكرة الجمهور متصلاً.

الدراسة الخامسة: الاتصال عبر الحدث في المؤسسة الثقافية ، دراسة ميدانية بالمؤسسة المتحفية أحمد باي *

عرض الدراسة :

هدفت هذه الدراسة إلى رصد استخدام الاتصال الحدثي ومكانته، من خلال إبراز واقع الأحداث الاتصالية في كيفية جعل التراث القسنطيني ملموساً، مع إمكانية العمل على تطوير أساليب انتشاره والتعريف به على مستوى المؤسسة المتحفية، مما يجعلها قادرة على بناء مستقبل زاهر قائم على صيانة التراث ونشره. تمحورت هذه الدراسة حول التساؤل الرئيسي الآتي :

كيف يستخدم الاتصال الحدثي في المؤسسة المتحفية "أحمد باي"؟

وتمثلت التساؤلات الفرعية لها فيما يلي :

- ما هي الاستراتيجيات المستخدمة من طرف المؤسسة لتحقيق الحدث؟
- ما هي الوسائل الاتصالية الحديثة المستخدمة في المؤسسة المتحفية؟
- ما هو تقييم الحدث الاتصالي في المؤسسة المتحفية؟

تندرج هذه الدراسة ضمن المنهج الوصفي ، مع استخدام أداة الملاحظة ضمن ميدان الدراسة حيث كان لازماً ملاحظة طريقة الإعداد و العمل و حالة الاستعداد الأولية و تنظيم حدث معين إضافة إلى معرفة الانطباعات التي تميز مجتمع البحث بصفة عامة و أفراد العينة بصفة خاصة. كذلك استخدام أداة المقابلة و نظراً لطبيعة هذه الدراسة قاموا بتطبيق طريقة المقابلة النصف مقتنه.

* أيوب رقاتي ، الاتصال عبر الحدث في المؤسسة الثقافية، دراسة ميدانية بالمؤسسة المتحفية أحمد باي، قسنطينة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 03، الجزائر، عدد 47، جوان 2017، مجلد ب، ص 120-133.

و من أهم نتائج العامة لهذه الدراسة :

- يستخدم الاتصال الحداثي تقنيات ووسائل في تطوير عرض الأحداث في المؤسسة الثقافية المتحفية، فالمؤسسة المتحفية تعمل على تطوير عرض الأحداث داخلها و تولي أهمية كبيرة لذلك و هذا ما يظهر من أغلبية المبحوثين الذين أكدوا على أن للأحداث القائمة في المؤسسة ذات أهمية كبيرة مع وجود تنوع و بنسب متفاوتة فيما يخص تنوع الأحداث في المؤسسة و هذا ما أقره المبحوثون مع وعيهم بأن هذا النوع من الاتصال يخدم مصالح المؤسسة.

- المؤسسة لها أهداف من خلال تنظيمها لهذه الأحداث و أن هذه الأحداث مختلفة و متنوعة، مما يوضح أهمية الاتصال الحداثي بالنسبة للمؤسسة حيث يرى معظم المبحوثين بأن الاتصال الحداثي يساعد على تطوير الأحداث للمؤسسة في تحقيق أهدافها. و ساعدتهم في ذلك الجانب الإعلامي الذي يعكس هذه الصورة بشكل ايجابي.

- المؤسسة المتحفية لها إستراتيجية أثناء التنظيم للأحداث، فهي تستخدم وسائل مختلفة و الاتصال بخبراء و الاستعانة بهم بشكل دوري لإقامة هذه الأحداث على أكمل وجه و هذا إما عن طريق الحضور الشخصي أو عبر وسائل الاتصال الحديثة، كما أن المخطط الاتصالي الموضوع للأحداث القائمة في المؤسسة يحدد مخططات شهرية و سنوية و أسبوعية، بالإضافة لوجود استراتيجيات متنوعة، إعلامية و عقلانية و ترويجية.

- أن المؤسسة المتحفية أحمد باي لا تستعمل مصطلح الاتصال كمفهوم واضح بل تستخدم عرضا النشاطات الثقافية، لكن في أرض الواقع تقوم بتطبيقه من خلال الأحداث التي تنظمها بشكل مستمر و دائم (المواظبة على استخدام الأحداث). مع وضع إستراتيجية خاصة ملائمة لكل حدث حسب نوعه و طبيعته و الذي يحضره جمهور من كل الفئات (أطفال، شباب، سياح...) الخ.

- أن المؤسسة المتحفية تعتمد على مختلف الوسائل و التجهيزات لتوصيل رسالتها لجمهور الأحداث لكن أهم الوسائل الإعلامية تعتمد عليها هي الانترنت عبر كل من موقعها الإلكتروني الرسمي و صفحتها عبر الموقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" من خلال الإعلانات و الصور و الفيديوهات لمختلف الأحداث المنظمة.

- أن المؤسسة الثقافية المتحفية تركز على الاتصال الخارجي أكثر من الاتصال الداخلي مما يخلق بعض اللاتوازن في المؤسسة.

الدراسة السادسة : مكانة الاتصال الحداثي في المؤسسة الثقافية الجزائرية. دراسة ميدانية في مديرية الثقافة لولاية قسنطينة.*

عرض الدراسة :

تناولت هذه الدراسة عرضا لمكانة الاتصال الحداثي في المؤسسة الثقافية الجزائرية، وذلك من خلال بحث ميداني أجري في مديرية الثقافة لولاية قسنطينة "محمد العيد آل خليفة". ومن خلال الوصف والتحليل لبعض محددات الاتصال الحداثي عن طريق المسح الشامل لمفردات مجتمع الدراسة، الذين طبقت عليهم الاستمارة الخاصة بالبحث، ثم التوصل إلى تحديد أهمية الاتصال عن طريق الحدث الذي يعتبر قالب تمرر من خلاله المؤسسة الثقافية الأفكار والقيم إلى جمهورها وكذا أهمية نشاطاته لبلوغ أهدافها الإستراتيجية. ولعل أهم ما تجدر الإشارة إليه في هذه تعريجها على سبب تجاهل مكانة الاتصال.

تم طرح التساؤل الرئيسي كالآتي :

ما هي المكانة التي يشغلها الاتصال الحداثي لدى القائمين على المؤسسة الثقافية كإستراتيجية لبلوغ أهدافها؟

و تمثلت التساؤلات الفرعية لهذه الدراسة فيما يلي :

- ما مدى أهمية النشاطات الاتصالية الحديثة في بلوغ الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة الثقافية؟
- ما هي الميزانية المخصصة لأنشطة الاتصال الحداثي في المؤسسة الثقافية؟
- ما مدى استعمال برامج الاتصال الحداثي وتقنياته لتطوير الثقافة في المؤسسة الثقافية؟

و من أهم نتائج هذه الدراسة نذكر :

- إن الاتصال الحداثي الثقافي له أهمية بنسبة 100% حسب إجابات مفردات الدراسة.
- أن للاتصال الحداثي مكانة أساسية في المؤسسة الثقافية بمجال الدراسة.
- أن كل أفراد مجتمع الدراسة يجمعون على أن مكانة القائم بالاتصال الحداثي في المؤسسة الثقافية أساسي.
- أسباب مكانة الأنشطة الاتصالية الحديثة لدى مديرية الثقافة لولاية قسنطينة تباينت أن هذه الأنشطة آلية إستراتيجية لتحقيق الأهداف، كما أنه أداة لتحسين صورة المؤسسة، يستخدم أيضا كوسيلة تنافسية من أجل تحقيق التميز.

* حمزة حاجي، مكانة الاتصال الحداثي في المؤسسة الثقافية الجزائرية، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، جامعة بونيندير قسنطينة 3، المجلد 33، العدد 03، ص. 487-512، السنة: 2019.

- وجود ميزانية مخصصة لأنشطة الاتصال الحداثي في مديرية الثقافة قسنطينة.
- سبب تجاهل مكانة الاتصال الحداثي لدى بعض المؤسسات الثقافية و هذه عائد إلى جهل المسؤولين بأهمية الأنشطة الاتصالية.
- ضرورة استخدام برامج الاتصال الحداثي و تقنياته يعتبر مهم لتطوير الثقافة.
- الدراسة السابعة : أثر الاتصال الحداثي في تفعيل العلاقات الجوارية، دراسة ميدانية بالمؤسسة المتحفية أحمد باي قسنطينة*.

عرض الدراسة :

تناولت هذه الدراسة عرضاً لأثر الاتصال الحداثي في تفعيل العلاقات الجوارية، و ذلك من خلال بحث ميداني أجري في مؤسسة متحفية أحمد باي قسنطينة، و من خلال الوصف و التحليل لبعض محددات الاتصال الحداثي عن طريق المسح الشامل لمفردات مجتمع الدراسة، ثم التوصل إلى وسائل الاتصال المكونة للعلاقات الجوارية، و كذا علاقة الحدث بتنشيم و تدعيم العلاقات الجوارية للمؤسسة المتحفية.

تمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في :

ما هو أثر الاتصال الحداثي على تفعيل العلاقات الجوارية؟

في حين جاءت التساؤلات الفرعية لهذه الدراسة كالآتي :

- ما هي الوسائل المستخدمة من طرف المؤسسة لبناء العلاقات الجوارية؟

- ما هي مختلف العلاقات الجوارية المكونة أثناء الاتصال الحداثي؟

وقد تمثلت نتائج هذه الدراسة في :

- أثر الاتصال عبر الحدث في تفعيل العلاقات الجوارية المتحفية أحمد باي تساعد على تشخيص و معرفة أثر الأحداث المنظمة من طرفها.
- تساعد في بناء توقعات سليمة لفحوى الأحداث و طريقة تنظيمها.
- تأثيرها على خلق علاقات تقاربيه مع أفراد محيطها الجوازي و ترجمتها إلى ممارسات فعلية على أرض الواقع من خلال منح الفرصة للنشاطات الحداثية المبرزة لأهمية هذا التفاعل.
- تحقيق أهداف المؤسسة على الصعيدين الداخلي و الخارجي.
- تحسين صورتها و تقوية سمعة المؤسسة لدى مختلف جماهيرها.

*أبوب رقاني. أثر الاتصال الحداثي على تفعيل العلاقات الجوارية. دراسة ميدانية بالمؤسسة المتحفية أحمد باي قسنطينة . مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية. العدد 49. ص 56-170. السنة 2018.

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها

الفرع الأول : نوع الدراسة

تتدرج دراستنا ضمن البحوث الوصفية، حيث يهدف هذا النوع من الدراسات إلى البحث عن معلومات كافية و دقيقة عن الموضوع محل ما هو في الحيز الواقعي. أي وصف ما هو موجود في زوايا مختلفة محققة للأهداف المتوخاة من إجراء دراسة، وفي بحث الأسباب الكامنة وراء وجود الظاهرة المدروسة.³ فهو أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية و دقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، و ذلك من أجل الحصول على نتائج علمية تم تفسيرها بطريقة موضوعية، و بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.⁴

حيث سنتناول في دراستنا موضوع الاتصال الحداثي في المؤسسة الثقافية لدار الثقافة "مولود معمري" لولاية تيزي وزو، من خلال وصف الحدث و مختلف العمليات الاتصالية المرتبطة به داخل المؤسسة محل الدراسة، و دراسة أنواع الاتصال الحداثي داخل هذه المؤسسة، و تحديد الوسائل التي سخرتها هذه المؤسسة لإنجاح الاتصال.

الفرع الثاني: منهج الدراسة

يعبر المنهج عن الطريقة التي يتبناها الباحث أو الدارس لتناول موضوع معين، حيث تعتبر بمثابة الدليل الذي من خلال توضيح الرؤية حول الأساليب و الوسائل التي يستعملها للوصول إلى نتائج وأهداف البحث. فهو "الدراسة الفكرية الواعية للمناهج المختلفة التي تطبق في مختلف العلوم تبعا لاختلاف موضوعات هذه العلوم، و قسم من أقسام المنطق و ليس المنهج سوى خطوات منظمة يتبعها الباحث في معالجة الموضوعات التي نقوم بدراستها إلى أن يصل إلى نتيجة."⁵

فيمكن القول أن طبيعة الدراسة هي التي تفرض على الباحث إتباع منهج دون آخر يتلاءم و طبيعة هذه الدراسة، حتى أنه توجد بعض الدراسات التي تقضي استخدام أكثر من منهج واحد، و ذلك حسب تعقيدها، و هناك دراسات تقتضي استخدام منهج واحد فقط.⁶

³ مي عبد الله، البحث في علوم الإعلام و الاتصال ، دار النهضة العربية، بيروت، 2011، ط1، ص114.

⁴ محمد، عبيدات و آخرون، منهجية البحث العلمي – القواعد و المراحل و التطبيقات، الطبعة الثانية، عمان : دار وائل للطباعة و النشر، 1999، ص4.

⁵ موريس انجرس، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص 151.

⁶ إحسان محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي : دار الطليعة، ط 2، بيروت، لبنان، 1986، ص104.

و اعتبارا لما ذكرناه فإن المنهج الذي سنستخدمه في دراستنا هذه هو منهج دراسة حالة و الذي يعد شكل من أشكال التحليل النوعي، و تكون دراسة معمقة حول ظاهرة معاصرة في سياقها الطبيعي و "الحالة" تكون فردا أو حدثا أو موقف أو مؤسسة أو غيرها من الأنظمة التي يتم دراستها بشكل شامل وبطريقة واحدة أو أكثر، و فيها يتم جمع بيانات متنوعة من مصادر متعددة (مقابلات، استبيانات، خطابات..)، و تبذل الجهود لدراسة كل جانب من الجوانب المتعلقة بالوحدة بالتفاصيل الدقيقة.

و قد تم الاعتماد على هذا المنهج لأنه الأنسب في حال ما إذا كان الباحث بصدد دراسة مؤسسة واحدة و اعتبارها كحالة كما هو بالنسبة لموضوع دراستنا، حيث سنقوم بدراسة حالة مؤسسة دار الثقافة مولود معمري من خلال تحليل موضوع الاتصال الحداثي كتقنية موظفة لبلوغ أهداف المؤسسة الثقافية من خلال جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات حولها و تحليلها بغية الوصول إلى نتائج علمية مرضية تجيب عن إشكالية الدراسة و تساؤلاتها.

المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات

تعتبر طرق و أدوات جمع المعلومات و البيانات حجر الزاوية في عملية البحث العلمي، و تتعدد هذه الوسائل حسب الغرض الذي يستعمل لها و قد يستخدم الباحث أكثر من أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة أو للإجابة عن أسئلتها، أو لفحص فرضياتها.

وقد اعتمدنا على أداة المقابلة لجمع البيانات والمعطيات المتعلقة بدراستنا الحالية.

الفرع الأول: تعريف المقابلة: تعتبر أداة المقابلة من ضمن تقنيات جمع البيانات التي بفضلها يتم جمع البيانات والمعلومات بكمية هائلة حول آراء اتجاهات، تصورات، معايير... المبحوثين، هذه الجوانب النفسية والعقلية التي يصعب التعرف عليها وتسجيلها عن طريق الملاحظة المباشرة وحتى الاستمارة في بعض الأحيان وتعرف المقابلة عموما بأنها التبادل اللفظي الذي يتخذ وجها لوجه بين القائم بالمقابلة وبين شخص آخر أو أشخاص آخرين.⁷

كما أن المقابلة من أكثر الأدوات التي تستعمل في جمع البيانات من المبحوثين بطريقة مباشرة إذ أنها تتطلب فترة طويلة نسبيا، وانطلاقا من العدد القليل من الأفراد الذين يمكن انتقاؤهم نتيجة لذلك وانطلاقا من الخاصية الشخصية لكل فرد.⁸

⁷ حسن محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة، ط2 بيروت، 1996، ص107.

⁸ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ط3، الجزائر، 2003 ص 203.

ويعرفها أحد الباحثين على أنها محادثة موجهة يقوم بها فرد مع فرد آخر أو مع أفراد آخرين بهدف حصوله على أنواع من المعلومات لاستخدامها في بحث علمي و الاستعانة بها في عمليات التوجيه التشخيص والعلاج.⁹

وقد استخدمنا في هذه الدراسة **المقابلة النصف موجهة**، التي تعرف بأنها : ذلك النمط من المقابلة التي يكون الباحث فيها ملماً بكل محاور المقابلة لكن عملية الترتيب تبقى مرتبطة بجو المقابلة.

حيث تم إجراء عدة مقابلات مع الموظفين العاملين بالمؤسسة الثقافية دار الثقافة مولود معمري لولاية تيزي وزو،

كما اعتمدنا الأسلوب الموجهي في المقابلة لإتاحة ملاحظة استجابات المشاركين وكذا الاستفسار من المشارك - كل فرد تمت المقابلة معه بشكل فردي- عندما تكون إجابته مبهمه والعكس بالنسبة للمشارك وذلك عن طريق توضيح السؤال.

الفرع الثاني: تصميم استمارة المقابلة

تم الاعتماد على الأسئلة الفرعية و التي تعتبر مرتكزات يعتمد عليها في صياغة أسئلة المقابلة.

إذ احتوت المقابلة على 4 محاور موزعين على النحو التالي * :

المحور الأول :كيفية التخطيط للاتصال الحثي على مستوى دار الثقافة مولود معمري. و يشمل 5 أسئلة.

المحور الثاني : الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في دار الثقافة مولود معمري. ممارستها للاتصال الحثي.و يشمل 5 أسئلة.

المحور الثالث : الأهداف التي تسعى دار الثقافة مولود معمري لتحقيقها من خلال الاتصال الحثي.و يشمل 3 أسئلة.

المحور الرابع : كيف تبني دار الثقافة مولود معمري العلاقات مع جمهورها الداخلي و الخارجي من خلال الاتصال الحثي. و يشمل على 5 أسئلة.

⁹ فوزي عبد الله العكش، البحث العلمي والمناهج والإجراءات، مطبعة العين الحديثة، الإمارات، 1986، ص25.
* يمكن الاطلاع على أسئلة المقابلة ضمن ملاحق الدراسة.

الفرع الثالث: إجراءات صدق الأداة

تعريف الصدق :

يعتبر الصدق هو أساس أي أداة، إذ أن هذا الأساس لو كان ضعيفا لانتهى كل ما بني فوقه، و الصدق هو درجة الصحة التي تقيس بها الأداة ما أعدت لقياسه، و تهتز كثيرا ثقة مجتمع الباحثين في أي أداة يعوزها الصدق.¹⁰

و قبل الوصول إلى صياغة نهائية للأسئلة التي ضمتها استمارة المقابلة، تم اختبار صدقها من خلال عرضها على عدد من الأساتذة * قصد تحكيمها و تعديلها حسب ملاحظاتهم وتوجيهاتهم بإلغاء أو إضافة أو تعديل بعض مما جاء فيها، حيث تم العمل بالملاحظات المقدمة من طرف الأساتذة المحكمين لنصل إلى التصميم النهائي لاستمارة المقابلة * قبل الشروع في توزيعها.

المطلب الثالث: مجتمع البحث وعينة الدراسة

الفرع الأول: مجتمع البحث

يعرف مجتمع البحث بأنه مجموعة من الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة، و التي يراد منها الحصول على بيانات،¹¹ فمجتمع الدراسة يشمل مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث،¹² و لذا على الباحث أن يحدد مجتمع البحث تحديدا دقيقا، حيث ينبغي أن يكون مجتمع البحث هو نفسه الذي نختار منه عينة الدراسة، فالمجتمع يشمل الأفراد أو العناصر أو الأشياء الذين لهم خصائص واحدة التي يمكن ملاحظتها،¹³ و للتعرف على الاتصال الحثي في المؤسسات الثقافية لولاية تيزي وزو، فقد شمل مجتمع الدراسة الأصلي كل الموظفين المعنيين بتنظيم الأحداث لمديرية الثقافة و بالتحديد دار الثقافة "مولود معمري".

¹⁰ ابو زائدة حاتم، مناهج البحث العلمي، ط2، شباط، 2018، ص128.

*تم تحكيم استمارة الاستبيان من طرف الأساتذة :

د. مساعدي سلمى ، المشرفة على المذكرة.

د. لوانسة سوسن ، أستاذ محاضر ب ، تخصص إعلام و اتصال ، جامعة بوينيدر قسنطينة3..

د. عصام لبزة ، أستاذ مساعد ب ، تخصص إعلام و اتصال ، جامعة بوينيدر قسنطينة3.

*يمكن الاطلاع على استمارة المقابلة كاملة ضمن ملاحق الدراسة.

¹¹ إبراهيم محمد التركي، دراسات في مناهج البحث العلمي، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، 2003، ص100.

¹² نفس المرجع، ص 102.

¹³ يوسف لزم كماش، البحث العلمي "مناهجه، أقسامه، أساليبه الإحصائية، دار الدجلة، عمان، ص 145.

الفرع الثاني: عينة الدراسة

تمثل العينة في البحوث العلمية مجموع الأفراد الذين يمثلون مجتمع البحث المراد دراسته، حيث تعبر عن الأفراد الذين يشتركون في خصائص معينة مع المجتمع الكلي، حيث تعتمد على جمع البيانات عن مجموعة مختارة من مفردات المجتمع، ودراسة صفات هذه المجموعة ثم تعميم هذه النتائج التي يحصل عليها الباحث بالنسبة للمجتمع الكلي،¹⁴ كما تعتبر أيضا على مجموعة جزئية من المجتمع الكلي تحوي بعض العناصر تم اختيارها منه، بحيث تكون ممثلة له وتحمل بعض صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي.¹⁵

اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية التي فرضها منهجنا و هي من العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص لأولئك الأفراد دون غيرهم. ولكن تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة.¹⁶

فاعتمدنا على هذه العينة لأن حسب المرحلة الاستطلاعية لاحظنا أنه لا يمكننا الاعتماد على جميع العمال والإطارات لجمع المعلومات الخاصة بالاتصال الحثي، نظرا عدم معرفة جزء كبير منهم للاتصال بشكل عام والاتصال الحثي بشكل خاص، لذا توجهنا نحو الإطارات المكلفة بتنظيم الأحداث المقررة داخل المؤسسة الثقافية "مولود معمري" لولاية تيزي وزو، و كانت المقابلة مع أربعة موظفين، كما هو موضح في الجدول الآتي:

عدد المبحوثين	صفة المبحوثين عينة الدراسة
01	موظفة مكلفة بخلية الاتصال
02	موظف مكلف بتنظيم الأحداث يعمل في قسم البرمجة و العلاقات العامة
03	مسير الصفحة الرسمية لدار الثقافة على موقع الفيسبوك
04	مسير الموقع الالكتروني الخاص بدار الثقافة

جدول رقم (01) يمثل توزيع المبحوثين عينة الدراسة

¹⁴ محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، جار الفجر للنشر والتوزيع، ط، القاهرة: 2002، ص106.

¹⁵ فائزة جمعة صالح النجار وآخرون، أساليب البحث العلمي: منظور تطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص86.

¹⁶ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.

المطلب الرابع: مجالات الدراسة

إن الدراسات و البحوث العلمية تتعامل مع عناصر متغيرة باستمرار, لذلك و حتى تكون هذه البحوث و الدراسات أكثر مصداقية و ذات مرجعية لا بد أن نقوم بتحديد مجالات الدراسة لإزالة أي لبس أو تأويل من شأنه التشكيك في الحقائق المتوصل إليها.

و المعروف علميا أن كل دراسة لا تخرج عن ثلاث حدود رئيسية : المجال المكاني, المجال الزماني و المجال البشري.

الفرع الأول: المجال المكاني

و هو ذلك الإطار أو الحيز الذي يحدد نطاق الدراسة, فهو المكان الذي يحتوي مجتمع البحث أو هو الجزء الذي ستجرى فيه دراستنا الميدانية تحديدا, و يتمثل المجال المكاني لدراستنا في ثلاث مؤسسات ثقافية في ولاية تيزي وزو وهي : مديرية الثقافة, دار الثقافة, كونهم من أهم المؤسسات الثقافية الموجودة في ولاية تيزي وزو, بالإضافة إلى نسبة و تعداد السكن و التنوع العرقيات في هذه المنطقة, وتفتح هذه المؤسسات على تقنيات الاتصال الحديثة, و تنوع النشاطات و الأحداث في هذه المؤسسات, كما أن هذه الأخيرة عرفت تزايدا كبيرا في نسبة المشاركة و تنظيم الأحداث لتحقيق أهدافها.

- مديرية الثقافة ولاية تيزي وزو :

اتجاه ثقافة ولاية تيزي وزو مسؤول عن تعزيز وتطوير جميع الإجراءات التي يمكن أن تسهم في تطوير الثقافة الوطنية, ينشط وينسق الأحداث الثقافية والفنية داخل المؤسسات والهيئات العامة المسؤولة عن الثقافة الموجودة في الولاية.

في خطة عملها, يعطى اتجاه الثقافة الأولوية لتطوير القراءة العامة, والحفاظ على التراث الثقافي المادي والغير المادي وحمايته, وعدم النسيج النقابي الذي يعتبره محورا للعمل الثقافي, وأخيرا الاستمارة في إنشاء أقيمت البني التحتية الثقافية من خلال ولاية تيزي وزو بقرار من الثقافة الولاية وفقا للسلطة التنفيذية الموصوفة رقم 94-414 بتاريخ 23 نوفمبر 1994.

اتجاه الثقافة للاستفادة من مقعد تم افتتاحه في 7 أكتوبر 2013 تركيب المديرية الجديدة لثقافة تيزي وزو الأنسة GOUMEZIANE Nabila يوم الأحد 16 أوت 2015.

و من بين مهام مديرية الثقافة ما يلي :

_ تشجيع العمل المحلي في ميدان الإبداع و الترقية و التنشيط الثقافي و الفني.

- _ تنشيط أعمال الجمعيات ذات الطابع الثقافي و تنسيقها بطاقة خاصة بها.
 - _ تبدي رأيها في طلبات الإعانة التي تقدمها الجمعيات المذكورة.
 - _ تقترح و تساعد بالاتصال مع السلطات و الهيئات المحلية المعنية أي مشروع لإنشاء هياكل جديدة ذات طابع ثقافي و تاريخي و إقامتها.
 - _ تتابع و تدعم الأنشطة و المؤسسات المحلية و الجهوية في التكوين و البحث و المتصلين بالثقافة.
 - _ تعد و تقترح بالتشاور مع المؤسسات و الجمعيات الثقافية و الشخصيات التي تمثل عالم الثقافة برامج العمل الثقافي المتعددة السنوات.
 - _ تعمل لترقية المطالعة العمومية و تطور شبكة المكتبات.
 - _ تسهر على حماية التراث و المعالم التاريخية أو الطبيعية و على صيانتها و الحفاظ عليها.
 - _ تسهر على تطبيق التشفي مجال المعالم و الآثار التاريخية و الطبيعية.
 - _ تتابع عمليات استرجاع التراث الثقافي و التاريخي و ترميمه.
 - _ تشارك في عمليات ترقية الصناعة التقليدية و المحلية و تسهر على المحافظة عليها.
 - _ تتخذ أي إجراء يتصل بالأنشطة الثقافية.
- دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو :

تم افتتاح دار الثقافة مولود معمري بتيزي وزو في 10 أكتوبر 1975 من قبل وزير الإعلام، وتعتبر هذه المؤسسة بمثابة أول دار تجريبية للثقافة تم إطلاقها على نطاق وطني وهذا وفقا للمرسوم رقم 74-244 تاريخ 06 ديسمبر 1974 إنشاء مراكز ثقافية في المدن الرئيسية بالولايات.

في عام 1989، أثناء تشييع جنازة الراحل مولود معمري، كان السكان يتمنون تسمية المركز الثقافي في تيزي وزو على اسم رجل الثقافة اللامع، الذي تم بمناسبة الذكرى الأولى لوفاته في 29 فبراير 1990، بحضور جميع فناني الشخصيات من عالم الفنون والثقافة بالولاية.

تم تزويد مركز مولود معمري الثقافي في تيزي وزو بملحق لمركز مولود معمري للثقافة بعزازقة، والذي شهد إنشائه بموجب المرسوم الوزاري الصادر في 29 محرم 1434 الموافق 13 ديسمبر 2012 بإنشاء ملحق لدار الثقافة، ولاية تيزي وزو.

الفرع الثاني: المجال الزمني

نقصد هنا الفترة الزمنية التي استغرقتها الدراسة منذ طرح الموضوع إلى غاية الانتهاء منه، و التي امتدت بين مارس 2023 إلى غاية جوان 2023 حيث تمثل هذه الفترة الحدود الزمنية لدراستنا. ففي 27 أبريل 2023 شرعنا في أول زيارة استطلاعية للمؤسسة الثقافية، للكشف عن الأساليب والطرق الاتصالية المستخدمة خلال الأحداث التي تقيمها دار الثقافة مولود معمري. و في 2 ماي في نفس السنة كانت زيارتنا الثانية للمؤسسة حيث أخذنا تأشيرة القبول من أجل القيام بدراستنا و كذا التعرف على الموظفين و المسؤولين الذين ستجرى معهم المقابلة. و في الفترة بين 7 إلى 14 ماي 2023 قمنا فيها بتحضير أسئلة المقابلة من أجل تحديد الأهداف المراد الوصول إليها من هذه الدراسة الميدانية.

و في 21 ماي 2023 تم النزول إلى الميدان و قمنا بإجراء المقابلة مع الموظفين المعنيين بعينة الدراسة، و استمرينا حتى 25 ماي 2023 و ذلك لجمع المعلومات و كل ما يخص بالاتصال الحثي داخل هذه المؤسسات، و كنا نتواجد فيها متى احتجنا إلى معلومات. و بعد ذلك انطلقنا في تفريغ البيانات الكيفية و معالجتها و تحليل النتائج و شرحها و تفسيرها، و التي كان فيها العمل على تفريغ المقابلات و إسقاطها على الجانب الميداني.

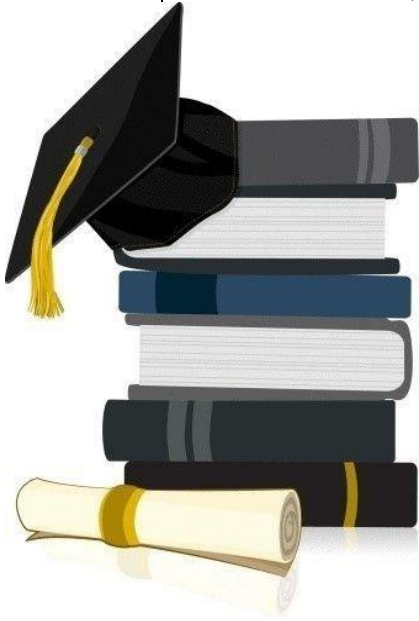
الفرع الثالث: المجال البشري

يقصد به المجتمع الأصلي للبحث، و الذي يشمل كل الموظفين داخل المؤسسة الثقافية دار الثقافة "مولود معمري" و الذي يتضمن الأفراد الذين ستجرى معهم المقابلة.

الفصل الثاني

الاتصال الحديث في

المؤسسات الثقافية



الفصل النظري: الاتصال الحداثي في المؤسسات الثقافية

تمهيد

المبحث الأول : مدخل إلى الاتصال الحداثي

المطلب الأول : ماهية الاتصال الحداثي

الفرع الأول : مفهوم الاتصال الحداثي

الفرع الثاني: أهداف الاتصال الحداثي

الفرع الثالث: أنواع الاتصال الحداثي

الفرع الرابع: تركيبة الاتصال الحداثي

المطلب الثاني: الاتصال الحداثي: المجالات، الوسائل و الاستراتيجيات

الفرع الأول : المجالات الرئيسية لتطبيق الاتصال الحداثي

الفرع الثاني: الوسائل الاتصالية المرافقة للاتصال الحداثي

الفرع الثالث: إستراتيجية الاتصال الحداثي

الفرع الرابع: دور الاتصال الحداثي في تعزيز صورة المؤسسة

المبحث الثاني: مدخل إلى المؤسسات الثقافية

المطلب الأول: ماهية الثقافة

الفرع الأول: مفهوم الثقافة

الفرع الثاني: مكونات الثقافة

الفرع الثالث: التظاهرات الثقافية

المطلب الثاني: المؤسسات الثقافية

الفرع الأول: مفهوم المؤسسات الثقافية

الفرع الثاني: أنواع المؤسسات الثقافية

الفرع الثالث: أدوار و وظائف المؤسسات الثقافية

الفرع الرابع: الحدث في المؤسسات الثقافية

خاتمة الفصل

تمهيد الفصل :

ويعد الاتصال الحداثي إحدى الوسائط المهمة لأي مؤسسة في عصرنا الحالي بما يملك من آليات ونظم متطورة، ويركز على التعزيز من أجل الوصول إلى غايات محددة وفق إستراتيجية محكمة للوصول إلى جمهور مستهدف ودقيق، الاتصال الحداثي هو نشاط اتصالي يسعى إلى الاستفادة الإيجابية من الأجواء المتميزة التي تخص المؤسسة أو جمهورها أو محيطها الخارجي، لديه أهداف تسعى إلى تعزيز سمعة علامة تجارية، مؤسسة، أو منظمة، إعطاء صورة أصلية تمييزية وإيجابية للمؤسسة، تطوير وتدعيم صورة المؤسسة.

ولذلك نجد أن أغلبية المؤسسات و على تنوعها سواء كانت مؤسسات ذات طابع تجاري اقتصادي، أو مؤسسات ذات طابع سياسي، أو مؤسسات ذات طابع ثقافي أيضا، تركز على الاتصال من خلال الحدث و تسعى إلى تنظيم جهودها في التخطيط للأحداث و رعايتها بما يحقق أهدافها المختلفة.

و هو ما سنحاول التطرق إليه في هذا الفصل من الدراسة ففي المبحث الأول سنتناول مطلبين إذ في المطلب الأول سنتعرف على ماهية الاتصال الحداثي و أهم أهداف و أنواعه، كذلك تركيبة الاتصال الحداثي، و في المطلب الثاني سنتطرق إلى عرض مجالات لتطبيق الاتصال الحداثي و أهم الوسائل الاتصالية المرافقة له، كذلك دور الاتصال الحداثي في تعزيز صورة المؤسسة. و يمثل المبحث الثاني على مدخل للمؤسسات الثقافية إذ في المطلب الأول سنتطرق إلى ماهية الثقافة و مكوناتها، و أهم التظاهرات الثقافية، و في المطلب الثاني سنركز على المؤسسات الثقافية إذ سنعطي أهم أنواع و أدوار المؤسسات الثقافية و في الأخير سنتعرف على الحدث في المؤسسات الثقافية.

المبحث الأول : مدخل إلى الاتصال الحداثي

المطلب الأول : ماهية الاتصال الحداثي

الفرع الأول : مفهوم الاتصال الحداثي

تعددت المفاهيم و التعريفات التي تناولت الاتصال الحداثي . فبينما يعرفه mathiaslucierapeaud هو دعوة مؤسسة منظمة أو منشأة إلى حدث بهدف تعزيز العلامة, المنتوي أو الفكرة من أجل خلق انطباعات و محاولة تمرير رسائل محددة لجمهور مستهدف بدقة, خصوصية هذا الحدث متعلقة بمدى سرعة انقضاءه. وهذا للتحكم في الوقت بالإضافة إلى الحيوية و الكثافة وهي إذن من الأمور الضرورية, أخيرا, حادثة تكمل في مشاركة المدعويين للحدث إلى التركيز على اهتماماتهم.¹⁷

نلاحظ في هذا التعريف التركيز على فكرة التعزيز من أجل الوصول إلى غايات محددة من خلق حدث و تمرير رسائل محددة وفق إستراتيجية محكمة للوصول إلى جمهور مستهدف ودقيق كل هذا يحتاج إلى مهارات التحكم في الوقت , الزمن وكذا القدرة على تكثيف المعلومات المرجوة في أذهان الجمهور الحاضر و الحيوية التي سيمتاز بها المنظمون, بالإضافة إلى الحادثة وأن يمتاز الحدث بالغير عادي originalité كي يصبح عنده صدى خارجي واسع وتحقيق الغايات الموجودة من أجله و هنا نستنتج أن هذا التعريف يحمل بعدا مهينا يعكسه تصور أحد المهنيين لهذه التقنية و الوسيلة الاتصالية خبرة 15 سنة وهو الأستاذ ماتياس لوسيان رابود mathiaslucienrapeaud.¹⁸

و يعرف أيضا هي الشيء الجديد , والذي يعطي صورة معاكسة عن الشيء القديم , وتعرف أيضا بأنها : الانتقال من حالة قديمة إلى حالة جديدة , تشمل وجود تغيير ما, وأنها وسيلة تختلف عن باقي وسائل الإعلام التقليدية وأن هذه الوسيلة تختلف عن البعض في أنها تخلق فضاء حر و قادر على حشد جماهير عريضة .

الاتصال الحداثي هو نشاط اتصالي يسعى إلى الاستفادة الايجابية من الأجواء المتميزة التي تخص المؤسسة أو جمهورها أو محيطها الخارجي من خلال توظيف الحدث كفعل اتصالي منظم . يعد الاتصال الحداثي أحد أنماط أو أشكال الاتصال المؤسساتي الذي تعتمد عليه المؤسسة للتواصل مع جماهيرها سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي , كما يطلق العديد من الباحثين عدة تسميات على

¹⁷ عرابية محمد كريم, لمحات حول الاتصال الحداثي , دراسة في الأشكال والتقنيات : جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية المجلد 11/ العدد :01(2021) ص 56_76.

¹⁸ عرابية محمد كريم, نفس المرجع, ص.76.

الاتصال الحداثي منها الاتصال عن طريق الحدث، الاتصال التظاهري، والاتصال الحداثي مركب من كلمتين أو مفهوميين، الأول الاتصال الذي يشير إلى تلك العملية الاجتماعية التي يتبادل من خلالها طرفي الاتصال مجموعة من الرسائل و ذلك عبر وسائط متنوعة قد تكون شفهية أو مكتوبة أو مرئية، وذلك بغرض إحداث تغيير ما لدى الطرف الآخر.

أما الحدث فيشير إلى "فعل تنظيم تظاهرة ما وتجمع جماهير أو أفراد محددين في مكان و زمان محددين جيدا " كما يعبر الحدث عن "ذلك الفعل الاتصالي الداخلي الذي يحبذ الاتصال القريب بالجمهور ، وذلك في مكان وزمان محددين ، وهو إجراء اتصالي دقيق يهدف إلى إعطاء انطباع لغرض محدد " ، من خلال التعريفين السابقين نستكشف أهمية تحديد المكان و الزمان لتنظيم الحدث ، وكذا طبيعة الجماهير المدعوة لحضور الحدث والتي تكون محددة "نوعية" أي أن الجماهير تكون وفق الأهداف المرجوة من تنظيم هذه التظاهرة، وعلى العموم يمكن القول أن الحدث تظاهرة مؤسسية خارجة عن السير العادي والمألوف "الروتيني" للمؤسسة تقوم على دعوة جماهير "نوعية" محددة لحضورها ، وذلك في مكان وزمان محددين بدقة، وذلك بغرض بلوغ الأهداف المرجوة من إقامة الحدث.¹⁹

الاتصال الحداثي هو "تقنية اتصالية تركز على إبداع أو خلق أحداث لمؤسسة معينة سواء موجودة أو مرغوبة فيها ، وترتبط بحدث خارق للعادة ، محاولة دعوة أكثر عدد ممكن من الجمهور المستهدف المدعو للتفاعل مع هذا الحدث، و يمكن أن يستهدف الاتصال الحداثي الزبائن أو المستهلكين، الصحافة، الأجراء لمؤسسة ما ...الخ "

وتستعمل أكثر من الأحداث مثل التظاهرات الرياضية، الاجتماعية، الصحية، الثقافية ...الخ ويمكن التأكيد أن بعض نشاطات الاتصال الحداثي تعتمد على العلاقات العامة .

ويعرف أيضا :انه ترجمة حرفية للكلمة الفرنسية "communication événementiel" التي تعاني من عدم التحديد والضبط، فليس لهذا النوع من الاتصال وصف نهائي متفق عليه، بل كل يعرفه حسب تخصصه أو التوجه الذي اتخذته دراسته الميدانية حول نشاط أو حدث معين، إلا أن مجملها تصب في خانة كونه أي تقنية اتصال تعتمد على الحدث أو استخدامه، كما يتم تقديمه في بعض الأحيان على أنه : نظام اتصالات مركب تقوم به منظمة معينة حول رابطة اسمها أو علامتها التجارية مع حدث اجتماعي، ثقافي ،رياضي،فني أو علمي...ويمكن القول بأنه وسيلة اتصال تستخدمها المؤسسات

¹⁹ خلفان خالد أحمد، طلالة معرفية على شبكات التواصل الاجتماعي ، أكاديمية شرطة دبي _مركز البحوث والدراسات ط، الإمارات العربية المتحدة، 2013 ص20.

والجمعيات بشكل واسع، كونها في الواقع قادرة على تغطية إحدى خدمات الجمعية وهي تنظيم الأحداث، إذ يمكن أن تكون على سبيل المثال جمعيات ترفيهية وثقافية تنظم عروضاً ودورات رياضية، و زيارات إرشادية بالمتاحف، كما يمكن أن تكون تنظم عروضاً ودورات رياضية، و زيارات إرشادية بالمتاحف، كما يمكن أن تكون جمعيات عائلية تنظم حفلاً خيراً أو لقاء مع أسر أخرى، والذي يكون في شكل أيام الأبواب المفتوحة، يوم للتبرعات، ندوة، مسابقة، سهرة موضوعاتي، معرض، تظاهرة... بغرض مقابلة أشخاص أو جمعهم لنشر المعرفة، أو حثهم على تقاسم فكرة ما تتوافق مع تنفذي حدث أو عدة أحداث.

الفرع الثاني: أهداف الاتصال الحداثي

يمكن أن يحقق تنظيم الحدث العديد من الأهداف منها :

- **تعزيز سمعة علامة تجارية /مؤسسة/ أو منظمة :** من خلال التنظيم و المشاركة في أحداث موجهة لجمهور مباشر (بثها في وسائل الإعلام). فمثلاً اكواريل علامة مياه الينابيع الجبلية لمجموعة نستليه، انضمت لطواف فرنسا لغاية سنة 2009، بعد أن لاحظت نجاعة ظهورها الأول : زيادة بنسبة 25% من نسبة سمعتها لدى الأشخاص المتعرضين للحدث.²⁰
- **إعطاء صورة أصلية، تمييزية و ايجابية للمؤسسة بشكل مستمر، وتطويرها:** أصبح احد أهم الرهانات لهذا الاتصال .و هنا يأتي دور كل من الرعاية و العمل الخيري اللذان يساهمان في تطوير سمعة المؤسسة ديناميكية ومتفتحة، و بالتالي فهي مؤسسة ودية و جذابة. وأخيراً، تسمح هذه التقنيات بمعالجة المؤسسة مع السلطات المحلية المؤسساتية و السياسية، ووسائل الإعلام وقادة الرأي. فمثلاً حملة جمع التبرعات من اجل التليطون من طرف مجموعة "ايفسروشية" سمح لها بتحسين صورة علامتها(ولا فتتها التجارية) وزيادة حجم تردد الزبائن على متاجرها.
- **تطوير، تدعيم أو تعديل صورة المؤسسة، و علاماتها وعروضها التجارية (المنتجات و الخدمات) :** قد يتمثل في تقديم صورة المؤسسة أو العلامة التجارية نحو قيم المؤسسة أو العلامة التجارية مثل الديناميكية، و الابتكار و الجمال و الايكولوجي والمسؤولية المدنية... حيث يمكن لهذا العمل على الصورة أن ينطبق على مختلف الأهداف الخارجية و الداخلية.
- **زيادة الحجم المبيعات :** يتعين على مجموعة "رونو" للسيارات الخروج من دائرة الأسواق التقليدية سواء تلك الأوروبية أو الأمريكية اللاتينية لتصبح معروفة في الأسواق الآسيوية، الاسترالية و الإفريقية.

²⁰ زمر بدر الدين، عيشاوي وهيب، الاتصال الحداثي كأداة إستراتيجية لتعزيز صورة المؤسسة لدى جماهيرها، جامعة البليدة 2، مجلد 09، عدد 2، ص 517-530، سنة 2022.

ويتمثل الحل السريع، أن كانت النتائج جيدة، في الاستثمار في سباقات "الفورمولا 1". حيث أدت انتصارات سائقي رونو منذ موسم 2005 و إلى غاية 2011 إلى إقحام الشركة في هذا الخيار.

- إبراز خصائص المنتج، الخدمة أو العلامات التجارية : يتعلق الأمر بالرعاية الاشهارية بتقديم البيئة (الدليل) : فعلى سبيل المثال، يتم وضع المنتج قيد الاستخدام لإظهار أدائه الفني وجودة نوعيته مقارنة بالمنتجات المنافسة. و من أمثلة ذلك، كاس اندروس لسباق السيارات على الجليد، إذ تسمح لصانعي إطارات كونتينونتال إديسون بإثبات الخصائص الفنية لمنتجاتها.

- استمالة الجمهور المستهدف : أي جذبه عبر إقناعه و إثارة اهتمامه، و خلق الحاجة لديه من خلال النوعية و الإعلام و التحسيس، مما يعمل على تطوير الوعي لدى الجماهير و الحديث عن المؤسسة و خدماتها.²¹

- تحسين المعلومة : على سبيل المثال مصنع حبوب الفطور kellog's نظم عام 2000 اليوم العالمي لوجبة الفطور بهدف إبراز فائدة الحبوب لصحة الفرد، عبر مشاركته في وجبة فطور متوازنة، كذلك نزول الماركة إلى الشوارع مع توزيع منتجات مصحوبة بشروحات أخصائي التغذية.

- التغيير الإداري : فالحدث هو واحد من الأجوبة على المشاكل، و يعني هذا أن الزبائن إذا كانت لديها استفسارات أو أسئلة حول منتجات المؤسسة. فهنا تتبع المؤسسة إستراتيجية استغلال الحدث و تنظيمه أو المشاركة فيه من اجل تحسين صورتها و الإجابة على استفسارات و مشاكل الزبائن.²²

من خلال كل هذه الأهداف نستطيع القول أن الاتصال الحداثي يتدخل في العديد من الأنشطة في مقدمتها تقديم صورة حسنة عن المؤسسة من خلال التعريف بماهيتها و رصد الأنشطة التي تقوم بها مع الاهتمام بضرورة الترويج بالمنتجات المختلفة من سلع و خدمات تعمل المؤسسة على إنتاجها و الأهم من ذلك هو ما يقوم به الاتصال الحداثي كأداة إستراتيجية في زيادة التضامن المهني من اجل تقديم الأفضل للجماهير المستهدفة الداخلية منها و الخارجية.

²¹ رقاني أيوب، الاتصال الحداثي في المؤسسات المتحفية الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة قسنطينة 3، سنة 2016-2017.

²² زرقوط موسى، الاتصال الحداثي و دوره في بناء صورة المؤسسة الاقتصادية الخاصة، مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، مجلد 15، العدد 02، ص-226، سنة 2021.

الفرع الثالث: أنواع الاتصال الحثي

هي عبارة عن مجموعة أنواع أو دعائم التي تعتمد عليها المؤسسة في تنظيمها للأحداث التي توجهها إلى جماهير المؤسسة بصفة أساسية، و هي تتميز بأنها ترتكز على أهداف المؤسسة و نشاطاتها، و من ثم تكون موضع اهتمام للجماهير المستهدفة، و المؤسسة تستطيع ان تتحكم في استخدامها بالطريقة التي ترى أنها اقرب إلى تحقيق أهدافها و كذا طبيعة الحدث، و من بين هذه الأنواع نجد :

➤ الاحتفالات و المهرجانات :

تعتمد المؤسسة في بعض الأوقات على الاحتفالات و المهرجانات كوسائل حديثة تساعد المؤسسة على تحقيق المزيد من الانتشار و الحصول على تغطية إعلامية مميزة من خلال جذب اهتمام وسائل الإعلام، حيث تقوم المؤسسة بدعوة كبار الشخصيات و جمهور المساهمين و المعنيين بالمؤسسة و تكون هذه الحفلات مناسبة جيدة للمؤسسة لاطلاع الجمهور الحاضرين على انجازات و تطورات المؤسسة، و يتخلل الحفل برامج ترفيهية لكسر الملل و الرتابة، حيث تقام خلالها المسابقات و تنشيد الأغاني، و تقدم العروض المسرحية، و تتجلى خلالها مظاهر الفرح و السرور، و قد تتضمن خلالها عروض لأفلام قصيرة تدور حول منتجات المؤسسة، أو برامجها، بغية تمرير المضامين تحتاج المؤسسة لتوصيلها لجمهور الحاضرين.

• الاحتفالات :

يعرف الاحتفال بأنه : "تجمع يتسم بالعمومية، و لا يقتصر على فئة دون أخرى، و لكن جماهير المؤسسة بمختلف فئاتها تعتبر المشارك الرئيسي فيه من اجل الابتهاج بحدث أو بنتيجة سارة، أو بعد تحقيق نجاح في برنامج أو مشروع أو بالاحتفال بذكرى محبة".

و تعد الاحتفالات في المناسبات العامة و الخاصة من أقوى القنوات الاتصالية المباشرة التي تفيد المؤسسة في إنشاء صلات طيبة بالجماهير و كسب ودها، فعن طريق الحفلات تنفذ المؤسسات إلى جماعات الرأي أو جماعات النفوذ، كالقادة و النقابات و الأندية، و الهيئات السياسية و الاجتماعية و الجمعيات، فمن خلال التعارف و توثيق الصلات تحقق المؤسسة أهدافها .²³

²³ رقاني أيوب، أثر الاتصال الحثي على تفعيل العلاقات الجوارية، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة قسنطينة3، العدد49، صفحة156-170، سنة 2018.

و تختلف الحفلات التي تقيمها المؤسسة باختلاف العرض (حفلات التكريم, حفلات ترقية, حفلات الاستقبال...), و توفر الحفلات بأنواعها فرص طبية لتحقيق جو الود و التقاهم و الانسجام بين جماهير المؤسسة.²⁴

• المهرجانات :

يعتبر المهرجان احد أشكال الاحتفال و لكنه يتميز عليه بكونه متعدد الأنشطة و الفعاليات, و ينظم المهرجان بالاحتفال بذكرى معينة, و لتنظيم حدث متكامل من شأنه جذب وسائل الإعلام لتغطية فعالياته المتعددة, و لمشاركة المجتمع في اهتمامه, و ذكرياته, و لأجل تقريب الجمهور للمؤسسة, و ذلك من خلال تحقيق مشاركة أوسع من قبل جماهير المؤسسة, و يتضمن المهرجان العديد من الفعاليات و الأنشطة أهمها :

الخطب, الألعاب, العروض المرئية, الغناء و الرقص, العروض المسرحية, المصنقات و المسابقات بإشكالها : رياضية, ثقافية, علمية...الخ.

➤ المعارض :

يعتبر المعرض وسيلة هامة من وسائل الاتصال الحداثي الذي تعتمد عليه المؤسسة في العديد من الأحداث التي تتعرض لها . و هي عبارة عن تجمع لعدد من المؤسسات العامة في نفس المجال سواء كانت صناعية او تجارية, أو خدمية, أو فكرية وذلك لعرض المنتجات على أوسع قطاع ممكن من الجمهور من اجل زيادة المبيعات أو إعلام الجمهور على نشاطات المؤسسة, أو لأجل الحفاظ على علاقة تواصلية مع الجمهور لتدعيم صورة المؤسسة و تنشيط المؤسسات أثناء المعارض في تقديم الحوافز للجمهور, مما يجعله مناسبة موسمية بالنسبة له.

فقد أصبحت تلعب دورا هاما في الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة, بهدف تجميع معلومات عن رغبات الجمهور المحتمل. كما أن المشاركة في المعارض وسيلة لتحسين صورة المؤسسة على المدى المتوسط و الطويل, كما أنها فرصة التعرف عن كثب على المنافسة و المستجدات في المجالات المختلفة, و هي ركن لقاءات لمختلف المؤسسات من نفس مجال العمل...الخ.²⁵ وتعد كذلك هذه المعارض فرصته لعقد

²⁴ رقاني أيوب, الاتصال الحداثي في المؤسسات المتحفية الجزائرية, أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام و الاتصال, تخصص إعلام و اتصال, جامعة قسنطينة3, سنة 2016-2017.

²⁵ حجاج حسان, الاتصال الحداثي في المؤسسة التجارية و الخدمية في الجزائر, أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص اتصال و علاقات عامة, جامعة قسنطينة3, سنة 2015-2016.

الاتفاقيات، و التبادلات بين الشركات، و فرصة للبيع، و التسويق، و تقوية الصلات، و تأكيد الترابط، و تبادل وجهات النظر، و الأخبار. و تساعد على تشويق و إثارة رغبة الجمهور.

➤ الصالونات :

الصالون هو شكل من أشكال للاتصال الحداثي الذي يعمل على جمع المختصين أو المحترفين لنفس القطاع لآجل تطوير عملهم، من اجل معرفة و إيجاد زبائن جدد.

فالصالون هو وسيلة اتصال و إعلان، فرغم تطور الوسائل التكنولوجية و الاتصالية كالانترنت و غيرها يبقى الصالون يحافظ على الميزة و اللمسة الإنسانية (الاتصال البشري) حيث تعمل على لأشخاص قبل هذا الحدث، من زبائن حاليين و متوقعين، شركاء...، و جميع الفاعلين في مجال تخصصك (اتحادات تجارية، منافسين، جمعيات، سلطات محلية و إقليمية و صحافية و ما عدا ذلك. و حتى الأفراد الذين لم تضعهم في الحسبان و الذين تعرضوا له بالصدفة.

➤ المؤتمرات :

تمثل المؤتمرات احد أنشطة إدارة العلاقات العامة و التي تستعملها كوسائل مساعدة على جذب الجمهور لموضوع معين أو حدث أو إقناع المسؤولين الحكوميين بما تصل إليه المؤتمرات من توصيات. و تعد المؤتمرات من ابرز وسائل الاتصال الشخصي باعتبارها احد أنواع الاجتماعيات الإعلامية المنظمة يعقد من قبل الخبير أو المكلف بالعلاقات العامة، و يلتقي فيه ممثلو أجهزة أو مؤسسات ... برجال الإعلام المطبوع أو المسموع و المرئي و ذلك لتوجيه رسائل اتصالية مختلفة و متعددة الأنواع للجمهور، و هذه الرسائل التعريفية تدور حول أحداث ووقائع، أو بما يقوم به هؤلاء من أنشطة تتصل بمجالات أعمالهم و اختصاصهم .

➤ الندوات :

الندوة من أنواع الاتصال الحداثي، الغرض منها الاتصال بخصوص حدث معين لاكتساب معلومات محددة جديدة و تحفيز و تعزيز روح الفريق.

كما تعتبر الندوات من الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة في الأحداث التي تنظمها، حيث تعتبرها إحدى أهم أدوات الاتصال بالجمهور، و التي تقدم من طرف أو أطراف مؤهلة أو متخصصة، يحضرها جمهور متجانس، تقدم عرضا تحليليا حول موضوع الحدث، و يقدم خلالها المشاركين مداخلاتهم و تساؤلاتهم، فيما يجيب مقدم أو مقدمي الندوة ردودا على الاستفسارات، مع تقديم تعقيبات على المداخلات و ذلك بهدف

مشاركة الخبرات المتنوعة مع الحاضرين، كما يمكن اعتبارها حلقة نقاشية لشرح، دراسة، مناقشة و تحليل موضوع الحدث.

➤ الأبواب المفتوحة (أيام الأبواب المفتوحة) :

تعتبر الأبواب المفتوحة من أبرز الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة في نشاطاتها لتحسين صورة المؤسسة مع الجمهور الخارجي، و كذا وسيلة للجمهور الداخلي لإتاحة الفرصة لمقابلة المسؤولين و الإدلاء بآرائهم، و عادة ما يخصص المسؤول جزءا من وقته لمقابلة الراغبين من الأفراد في مقابلته.

فأيام الأبواب المفتوحة هي أيام إعلامية مفتوحة للجمهور منظمة من قبل مؤسسة مدرسية، مؤسسة التعليم العالي، مؤسسة خدمية، تجارية، عسكرية... لتقديم تكوينات أو دورات مقترحة من قبل المؤسسة. هذه الأيام التي يمكن أن تمتد من يوم إلى عدة أسابيع فرصة لطرح مختلف الأسئلة الضرورية المتعلقة بهذا اليوم الذي يدور حول حدث ما.²⁶

الفرع الرابع: تركيبة الاتصال الحداثي :

في هذا الفرع سنتعرف على آليات الاتصال الحداثي و الأهداف و المخاطر المنتظرة منها²⁷:

نوع التقنية	الجمهور المستهدف	آلية التجسيد	الأهداف و الايجابيات	المخاطر و السلبات
الصالون	المختصين الجمهور العام	العرض رواق العرض (مدرج العرض)	عرض المنتجات أو الخدمات من أجل تطوير نشاط الاتصال المباشر مع الجمهور المستهدف، نتائج قابلة للقياس، (نسبة حجم المبيعات).	الآثار السلبية للتجمهر (نسبة قليلة من الجمهور المنتظر) خطر استقبال المنافسين من بين الجمهور
المؤتمر و الاتفاقية	المختصين القادة المنتخبين	المكان و الوسائل الخاصة بالاجتماع الملفات و الوثائق آليات البحث و	نقاش حول موضوع محدد، تجمع مختصين، تحليل موضوع الدراسة، مصدر النتائج، التعديل، الايضاح	ضعف مستوى مشاركات الجهات الفاعلة، من الصعب قياس النتائج.

²⁶ عرابيية محمد كريم، الاتصال الحداثي في المؤسسات الجزائرية التقنيات و الآليات، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص اتصال مؤسساتي، جامعة محمد الشريف سوق أهراس، سنة 2019-2020.

²⁷ عرابيية محمد كريم، الاتصال الحداثي في المؤسسات الجزائرية التقنيات و الآليات، نفس المرجع، ص. 75,76,77.

	التحليل.	(الفهم)	
المهرجان	جمهور عريض مؤسسات جمعيات المختصين الزبائن	الوسائل والتقنيات المستعملة في احتفالية غنائية, ثقافية, فنية, ترفيهية.	تظاهرة ذات طابع احتفائي, تجمع في مكان واحد و لنفس الهدف, السرعة في خلق الوعي من خلال تأثير وسائل الإعلام إيجابيا على الصورة المقدمة من خلال القيم المتداولة فيه (المرّة).
الملتقيات	المختصين شركاء الموردين الزبائن	وثائق إدارية الوثائق القانونية معلومات و أرقام محددة المكان و دعائم التحليل و النتائج	الاتصال المباشر مع مختلف الفاعلين لدى المؤسسة, منهجية المتابعة و تحليل الأنشطة, العلاقات الخاصة من خلال الاتصال المباشر.
إطلاق منتج	الزبائن الجمهور العريض المؤسسات الجمعيات المختصين	مكان , وسائل, تقنيات المعرض, استقبال الجمهور.	التعريف بالمنتج الجديد, تثمين صورته, من خلال إبداع دراسات حتمية لما هو موجود
العلاقات العامة والعلاقات مع الصحافة	تنظيمات عمومية خاصة, الصحافة	تقنيات الاتصال, الولاء الخاصة(دعوة, الترحيب, استقبال, الاتصال مع الصحافة)	تقديم صورة ايجابية, تطوير علاقات الثقة و التقدير حول المؤسسة أو علامتها.
مساء	الزبائن	تقنيات تنظيم حدث	تحسين صورة المؤسسة, تثمين تفاعل ضعيف من قبل

احتفالي متفرقات توزيع جوائز	شركاء الموردين القادة صناع القرار.	المكان, وسائل الترحيب والاستقبال.	صورته المتعلقة بالقيم الجديدة و الأصلية داخل المؤسسة.	الجمهور الحاضر, حضور مبالغ فيه, الاستقبال يجب أن يكون مثالي للجميع.
مباريات تحدي بناء فرق عمليات تشاركية جماعية غرضها التحفيز	الأجراء و العاملين, الزبائن, الشركاء, الموردين.	سيرورة تنظيم النشاطات ذات طابع احتفالي (رياضية ترفيهية). و العمل بروح الجماعة.	تطوير القيم الجماعية (التماسك _ الترابط _ نشاطات ذات طابع تفاعلي _ تطوير المنظومة الثقافية التنظيمية و العمل بروح الجماعة.	نشاطات مبالغ فيها. مخاطر متعلقة بالنشاطات الثقافية و الترفيهية.
الرعاية	جمهور : -الأنشطة الرياضية -الفنية الثقافية -المعارض و المهرجانات_ المؤتمرات السياحية -الكتب و المطبوعات -التعليم -الرحلات و المغامرات حول العالم.	التمويل , الوسائل المادية اللوجيستكية تخصص جوائز * تقديم عروض المؤسسة مجانا.	زيادة في المبيعات تعزيز شهرة مؤسستكم عقد مع المؤسسة الأخرى كسب جمهور جديد تأكيد مبادئ و ثقافة مؤسستكم.	-من الصعب قياس النتائج -مشاكل تقنية و لوجيستكية -عدم التزام الطرف الثاني ببنود عقد الرعاية تأثير ضعيف على المستهدفين -تأثير المبيعات
الأعمال الخيرية	-المؤسسات المنظمة للحدث	التمويل , الوسائل المادية و	زيادة في المبيعات تعزيز شهرة مؤسستكم	-من الصعب قياس النتائج -مشاكل تقنية و

لوجيستكية -تأثير ضعيف على المستهدفين -تأثير المبيعات	عقد مع المؤسسة الأخرى كسب جمهور جديد تأكيد مبادئ و ثقافة مؤسستكم.	اللوغيستكية تخصص جوائز * تقديم عروض المؤسسة مجانا.	-الجمهور الخارجي للمؤسسة المنظمة للحدث -الجمهور الداخلي للمؤسسة المنظمة -عمال الأمن -قادة الرأي و الصحفيين -الزبائن المحتملين.	
-من الصعب قياس النتائج -مشاكل تقنية و لوجيستكية -تأثير ضعيف على المستهدفين -تأثير المبيعات	زيادة في المبيعات تعزيز شهرة مؤسستكم عقد مع المؤسسة الأخرى كسب جمهور جديد تأكيد مبادئ و ثقافة مؤسستكم	التمويل , الوسائل المادية و اللوجيستكية تخصص جوائز * تقديم عروض المؤسسة مجانا.	-المؤسسات المنظمة للحدث -الجمهور الخارجي للمؤسسة المنظمة للحدث -الجمهور الداخلي للمؤسسة المنظمة -عمال الأمن -قادة الرأي	الشراكة الوصاية

جدول رقم (02) يمثل تركيبة الاتصال الحثي

المطلب الثاني: الاتصال الحداثي: المجالات، الوسائل و الاستراتيجيات

الفرع الأول: المجالات الرئيسية لتطبيق الاتصال الحداثي

ينطبق الاتصال الحداثي على ثلاثة مجالات رئيسية هي :

➤ المجال التجاري :

يستخدم الاتصال الحداثي في المجال التجاري و ذلك لإطلاق منتج جديد و الترويج لمنتج حالي, وذلك من اجل إنشاء المشاركة و الوصول إلى العملاء, فالعلامات التجارية لم تعد تتردد في إكمال إجراءات اتصال الوسائط الخاصة بهم عن طريق إنشاء حدث لإطلاقه أو الترويج لمنتجات, على سبيل المثال عند إطلاق نموذج جديد تنظم المؤسسات العديد من الأحداث مثلا مؤتمر صحفي, عملية تسويق الشوارع..., و ذلك من اجل الترويج لمنتجاتهم وتعريف الجمهور بالنموذج الجديد للاتصالات, و من اجل تحسين صورتها وسمعتها تخلق العديد من الشركات الأحداث لتعزيز قيمها, ويمكن أيضا استخدام إنشاء حدث لتسليط الضوء على الخدمات المختلفة التي تقدمها المؤسسة و عادة ما تكون في شكل أيام مفتوحة أو زيارات و غيرها.

➤ العلاقات العامة:

يتعلق الأمر بإجراء اتصالات شخصية مع جماهير مهمة بشكل خاص لتقوم المؤسسة بإبلاغهم و اكتساب تعاطفهم, و تشجيع الجمهور الواسع من اجل الانتشار حول المؤسسة من خلال تزويده بكافة المعلومات و نشاطاتها و منتجاتها. مما يعزز التغطية الإعلامية للمعلن أو الوعي من اجل قضية ما. مثال: تيليتون متمثل في ماراثون أو دورة جري للقلب معدة من طرف المنظمة الفرنسية لطب القلب.

➤ اتصال داخلي :

و يعد من الأهداف الأساسية و التنظيمية التي يساهم فيها الحدث الداخلي لأي مؤسسة, عن طريق المؤتمرات, الملتقيات و المحاضرات, والتي يراد من ورائها تعزيز تماسك و تلاحم الموظفين. مثال: الاحتفال بعيد ميلاد المؤسسة, علامة أو منتج أو حفلة لاندماج شركتين.²⁸

²⁸رقاني أيوب, الاتصال الحداثي في المؤسسات المتحفية الجزائرية, أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال, جامعة صالح بوييندر قسنطينة3, سنة 2016-2017.

الفرع الثاني: الوسائل الاتصالية المرافقة و الداعمة للحدث

غالبا ما يستعمل الاتصال الحداثي أو النشاطات التي تقوم بها المؤسسة لفائدة أطراف أخرى وسائل عديدة و دعائم اتصالية مختلفة، ورقية، سمعية بصرية، ثلاثية الأبعاد، حتى تتمكن من نشر ما تريده، خاصة و أن التكنولوجيا الحديثة لوسائل الإعلام و الاتصال فتحت عدة مجالات و نوافذ يمكن استخدامها و توظيفها كواجهة عرض لمختلف نشاطات وعروض المؤسسة و هذه الوسائل توجه إلى جماهير المؤسسة بصفة أساسية، و تتميز بأنها تركز على أهداف المؤسسة أو نشاطها، و من بين هذه الوسائل الخاصة نجد :

➤ الوسائل المكتوبة و المطبوعة :

و هي كل المعلومات التي تقدم على دعامة ورقية تسمح بتحويل المعلومات الشفوية إلى معلومات مكتوبة، تتمتع بالمصداقية و تترك اثر لدى المتلقي، يستخدمها القائمون على الاتصال الحداثي من اجل تدوين و جمع و عرض المعلومات على المتعرض للحدث، و تمنحه إجابات وافية عن تاريخ الحدث أو المؤسسة و خصوصياتها، و عن التساؤلات العامة التي عادة يطرحها الجمهور، و تعد الوسائل المكتوبة رغم التطور التكنولوجي الحديث أداة فعالة و ايجابية تستخدمها اغلب المؤسسات السياحية المرسلة للاتصال الحداثي؛ لعرض معلومات واضحة مدعمة بالصور.²⁹

ونتطرق فيما يلي إلى بعض أنواع الوسائل المكتوبة المستخدمة في اتصال المؤسسة عبر الحدث :

• المطويات و المنشورات :

هي ورقة تقنية مرجعية متخصصة مكتوبة و معدة بطريقة فنية، تكتب على وجهي الورقة لتوزع على الجمهور المستهدف (المتفاعلون مع الحدث في حالتنا هذه)، تعرض معلومات على الحدث، المنتج أو المؤسسة المتحفية، و هي تتميز بقصر عمر استخدامها، أي أنها تصلح لفترة معينة دون فترة أخرى، و تتعدد أنواع المطويات و المنشورات من خلال القياس، و نوعية الورق المستخدم و المضمون، علما أن نوعية المطويات و مدى جودتها بعكس جودة المنتج الثقافي المعروض، (توحي لقراءتها بجودة المنتج الثقافي)، و بالتالي على المؤسسة السياحية الحرص على اختيار ما يتماشى مع إستراتيجيتها الاتصالية.

²⁹ حاجي حمزة، الوسائل الاتصالية الحديثة في المؤسسة الثقافية الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة 3، مجلد 24، عدد 51، سنة 2020.

• الكتيبات المؤسساتية :

وهي تخضع لنفس إخراج المطويات، إلا إن الاختلاف بينهما يكمن في عدد الصفحات، فهي في شكل كتيب يحتوي على عدد الصفحات، يتميز بعمر أطول يقدر بنصف عام، و ذلك لاحتوائها معلومات هادفة، مثل التعريف بالوجهات السياحية، فهي تتطرق إلى أهم المعلومات التي يحتاجها الجمهور لاختيار وجهتهم السياحية المناسبة لرغبتهم.

• الملصقات :

هي ورقة مطبوعة أو مكتوبة تنشر في مكان عام و تحمل إعلانا رسميا، اشهاريا أو دعائيا، تخرج في اغلب الأحيان بطريقة فنية لجلب انتباه المارين، تتطلب الاهتمام أكثر بالجانب الجمالي لها، من خلال استخدام الأشكال، الصور و الألوان الجذابة، أما الجانب الإعلامي فنجعله ثانويا. يتضاعف استخدامها في الصالونات و الملتقيات الدولية، لمواجهة المنافسة المتزايدة بين المؤسسات المتنافسة، فقد أصبحت كل مؤسسة ثقافية أو وكالة سياحية تسعى لان تبرز ملصقاتها من حيث النوعية و الجودة على حساب ملصقات المؤسسات الأخرى؛ لأنها تعكس بشكل أو بآخر صورتها و مكانتها.³⁰

• الصحافة المكتوبة (صحف و مجلات) :

هي كل مطبوعة، تصدر بصفة دورية منتظمة أو غير منتظمة، تحت اسم ثابت، تحتوي على إخبار معلومات و إعلانات، يمكن أن تكون الصحيفة عامة أو متخصصة، و قد تصدر يوميا أو أسبوعيا، و بالتالي يندرج تحت خانتها المجلة أن تصدر أسبوعيا أو شهريا أو نصف شهريا أو فصليا، كما تختلف المجلة عن الجريدة في نوعية الورق وجودة الغلاف.

والصحف عامة دورها هام في الإعلام عن المناطق السياحية و الأحداث و النشاطات الثقافية، حيث تعتبر وسيلة لنقل الأخبار اليومية. و الصحافة سلعة مرغوبة يقبل عليها القارئ بإرادته، و هي لذلك جليلة الفائدة بالنسبة لخبير أو مسؤول الاتصال داخل المؤسسات المتحفية، و هذه الميزة تجعل الصحف العامة أقوى تأثير على الجمهور الداخلي و الخارجي.

³⁰رقاني أيوب، الاتصال عبر الحدث في المؤسسة الثقافية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة3، مجلد ب، ص، عدد47، صفحة113، 119، جوان2017.

• الصور الفوتوغرافية :

تعتبر من أكثر الوسائل دلالة ووضوح بالنسبة للأشياء التي يصعب التعبير عنها بالكلام أو الكتابة، كما تعتبر أفضل أداة للتعبير عن الفكرة، فضلا عن بقائها في الذاكرة لفترة أطول.

• اللافتات (اللوحات الإعلانية) :

تعتمد على الجملة المعبرة الواضحة و القصيرة، و عادة ما تستخدم في عمليات الإرشاد و التوجيه، و من ذلك اللافتات التي توضع على أبواب المتاحف للإعلام عن اسمها و معلومات عنها، و تتميز بسهولة نقلها من مكان إلى آخر بحسب الحاجة. كما يمكن أن تستخدم على هيئة لوحات مضيئة، و عادة ما تكون من الرسائل الناجحة التي يمكن مشاهدتها من مسافات بعيدة.³¹

• الخطابات و الرسائل :

تعد الخطابات و المراسلات بوجه عام من الوسائل الرخيصة الثمن، و التي تتميز بإمكان إرسالها لعدد كبير من الزبائن المختارين، و أهم مميزاتها أنها تخلق شعورا بالاهتمام و التقدير لدى المرسل إليه، وهي وسيلة فعالة للوصول إلى أكبر عدد من الأفراد، و تستخدم المؤسسات الثقافية هذه الوسيلة لجذب الجماهير و خاصة الخارجي منه. باعتبار تحمل مشاعر الطيبة و الود، و تكون اقدر على خلق الاستجابة الحسنة لدى بعض الفئات.

➤ الوسائل السمعية :

هي الوسائل التي تخاطب حاسة السمع عند الزائر، سواء من خلال الأحاديث، الموسيقى أو الأصوات كلها معا، للتعبير عن حركة أو مشاعر تخلق صور ذهنية لدى المتلقي، فهي تنمي ملكة الحياة لدى الإنسان؛ لأنها تعتمد على السمع فقط. و من أهم الوسائل الصوتية (السمعية) المستخدمة في الاتصال عن طريق الحدث ما يلي :

البرامج الإذاعية و الإذاعة الثقافية : تستخدم الإذاعة كوسيلة للتأثير في جمهور الحدي، و تحفيزهم للتعامل مع العرض الثقافي؛ حيث تبت المحطات الإذاعية برامجها على مدار الساعة دون انقطاع؛ إذ تعتمد في تبليغ رسالتها الإعلامية و الاتصالية على الصوت و اللغة، و بالتالي لا تشترط على المتلقي

³¹ رقاني أيوب، الاتصال الحدي في المؤسسات المتحفية الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص إعلام و اتصال، جامعة قسنطينة3، سنة2016-2017.

معرفة القراءة، كما هو الحال بالنسبة للوسائل المكتوبة، فالإذاعة تعتبر أوسع وسائل الإعلام، وأكثرها شعبية، فجمهورها هو الجمهور العام بجميع مستوياته تستطيع الوصول إليه مخترة حواجز الأمية و العقبات الجغرافية.

و يتخذ هذا الشكل من الاتصال للوصول إلى جمهوره أشكالاً اتصالية مختلفة عبر الإذاعة، مثل : التمثيلية و الريبورتاج الإذاعي، و الإعلان، و الأغنية، و باستعمال الموسيقى، و المؤثرات الصوتية يمكن تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية، و خلق الجو النفسي المناسب لتلقي الفكرة و الاقتناع بها.³²

➤ الوسائل السمعية البصرية :

هي الوسائل التي تجمع الصوت و الصورة معاً، و باستعراض هذه الوسائل يمكن معرفة مدى فاعليتها للمؤسسة أثناء الاتصال من خلال الحدث، حيث تحرص بعض المؤسسات على تصوير الانجازات الخاصة بها حين تستخدم الدائرة التلفزيونية المغلقة في تصوير الاجتماعات السنوية، كما يمكن استخدام الفيديو في تسجيل العمليات الإنتاجية و المحطات التاريخية، التي تمر بها المؤسسة كما تستخدم الوسائل السمعية البصرية في تسجيل الاحتفالات و الأحداث الخاصة، التي تعتمد إليها المؤسسة لتقديم نفسها إلى الجمهور؛ ليتسع بذلك مجال مشاهدة هذه الأحداث، لجعل الجماهير الخارجية للإقبال عليها.

• التلفزيون :

و في مجال الاتصال الحداثي فان التلفزيون وسيلة إعلامية؛ حيث ينقل المعلومات و الأخبار بصورة حية و واقعية عن المؤسسة الثقافية؛ و يظهر المتعرضون و هم في حالة استمتاع بالمنتج الثقافي هذا بجانب النص المسموع، و الخلفية الموسيقية اللذين يزيدان من تأثير الرسالة الحداثية بالإضافة إلى إن الرسائل عن مختلف النشاطات و الأحداث، تصل لإعداد غفيرة من المشاهدين، و هم في حالة استرخاء مما يساعد على تقبلها و استيعابها، و من ناحية أخرى فان التقدم الكبير في صناعة أجهزة التلفزيون يمكن المعلن من استخدام مؤثرات سمعية بصرية متطورة.

• الفيلم و السينما :

تتمثل هذه الأداة في إنتاج فيلم تعريفى عن المؤسسة، الخدمات المقدمة و المنتجات السياحية و الثقافية المتنوعة....، أو من خلال التلفزيون في الجناح الخاص بالمؤسسة المتحفية في معرض ما أو في مقرها الإداري...، وبالتالي يتمكن الجمهور الزائر من التعرف على المؤسسة ومنتجاتها الثقافية من خلال الفيديو

³² رقاني أيوب، اثر الاتصال الحداثي على تفعيل العلاقات الجوارية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة3، العدد49، صفحة156-170، سنة 2018.

المعروض كما يمكن أن تتسخ على أقراص مضغوطة و توزع على زوار المعرض، المحتملين...، كما تستخدم هذه التقنية لتسجيل و تصوير الحفلات و المناسبات و اجتماعات مجالس الإدارة... و الأفلام من الوسائل التي تستخدم في الخارج، و تحقق الهدف الدعائي الإعلامي، و تعد الأفلام من أكثر الوسائل فاعلية في نقل الأفكار، إضافة إلى ضرورة وجود رسائل دائمة، و متجددة و مضمونة.³³

➤ وسائل العلاقات العامة :

في المجال الثقافي تعتبر حلقة اتصال لتوجيه و تنمية علاقات المهتمين و المنتفعين بالعروض الحديثة في بلد ما، بهدف تحسين استمرار هذه العلاقات، مما ينتج عنه زيادة في عدد الزوار. و نحاول فيما يلي عرض أهم الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة بشيء من التفصيل :

• العلاقات مع الصحافة :

تسعى المؤسسات الثقافية لتوطيد العلاقات مع الصحفيين لتشجيعهم للكتابة حول مميزات المؤسسة، و الجهات و الأنشطة التي تروج لها بهدف نقل المعلومات في وسائل الإعلام و الاتصال المتنوعة، (المكتوبة، المسموعة، الالكترونية...)؛ بهدف جذب انتباه الجمهور إلى منتج أو شخص أو خدمة. تعتمد المؤسسة في ذلك على الإشهار، الريبورتاج الاشهاري و التغطية الصحفية، بحيث تخصص المؤسسة فضاء مدفوع للإشهار أو الريبورتاج الاشهاري، أما التغطيات الصحفية فتدفع بشكل غير مباشر من خلال تنظيم الرحلات الصحفية لتعريف الصحفيين عن كتب بخصائص المنتج الثقافي أو السياحي و إقناعها بتميزه عن غيره، و كل هذا تسعى المؤسسة لترك انطباع ايجابي لدى الصحفيين. و يتمتع هذا النوع من التغطيات الصحفية بالمصادقية، لدى الجمهور القارئ، المستمع أو جمهور التلفزيون، و ذلك راجع إلى الثقة في المهنية التي يتمتع بها الصحفي.

• الهدية المؤسساتية :

تقدم بعض المؤسسات هدايا إلى كل أفراد محيطات من الزبائن و المتعاملين... في اغلب الأحيان في آخر العالم أو بمناسبة ما، مثل إطلاق منتج جديد في السوق الاقتصادية أو الاحتفال بالعيد السنوي للمؤسسة أو مناسبات أخرى.

تطورت هذه الوسيلة لتصبح في وقتنا الحالي أداة اتصالية، تتمثل في هدايا بسيطة تحمل شعار (logo) المؤسسة، تقدم لكل المتعاملين من صحفيين، مساهمين، عمال و منتخبين محليين... الخ.³⁴

³³ حاجي حمزة، الوسائل الاتصالية الحديثة في المؤسسة الثقافية الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة 3، مجلد 24، عدد 51، سنة 2020.

• شبكة الانترنت :

في ظل تعدد وسائل الإعلام و الاتصال المؤسسي، تختار المؤسسة الثقافية الوسائل التي تتماشى مع استراتيجياتها الاتصالية،و التي تسمح لها ببلوغ جمهورها المستهدف لتحقيق أهدافها بالموارد المالية المتاحة، مع الأخذ بعين الاعتبار التوجه المتزايد لزوار المحتملين نحو استخدام الانترنت، و الذي يعتبر بمختلف آلياته و تقنياته وسيلة انطب للتعامل مع فئات مختلفة، على شكل زبائن الكترونية، حيث تعتمد المؤسسة في هذا الشكل على تسويق المعلومات الترويجية و لبلوغ المعلومات حول النشاطات و الأحداث التي تقيمها من قبل الجمهور، فما تقدمه هذه الشبكات من خدمات اتصالية تجمع ما بين مجمل الدعائم الاتصالية،(مكتوبة، مصورة، فيديو...) مع إمكانية تحميلها على الدعائم الالكترونية (شريط صوتي أو فيديو، قرص مضغوط...الخ)، مما يجعل من شبكة الانترنت الوسيلة الاتصالية الأهم، و مصدرا رئيسيا للحصول على معلومات إضافية.¹

• الاتصالات الشخصية :

تلعب الاتصالات الشخصية التي يقوم بها خبراء الاتصال الحثي مع الصحفيين، و الإذاعيين، و غيرهم من المسؤولين و مع أفراد الجمهور، دورا كبيرا في عملية تنشيط الأحداث. و يأتي في نطاق هذه الاتصالات التي يقوم بها المرشد الثقافي و القائمين بالعروض داخل المؤسسات الثقافية، عملية شرح المعالم الثقافية الموجودة للجمهور، و الرد على استفساراتهم و أسئلتهم التي يوجهونها إلى العرضين و القائمين بالحدث أثناء فترة العرض الحثي.

و يعد أيضا وسيلة للالتقاء بقيادة الرأي في المجتمع المحلي الزائر للمؤسسة وإشراكهم في الأمور المتصلة بالتبرعات و الخدمات العامة و قد يطلبون لإسداء النصائح للمؤسسة في شتى الأمور التي تحتاج فيها إلى الرأي. و مع أن هذه الآراء تكون استشارية بطبيعة الحال إلا أنها تحدث أثرا طيبا في النفوس، لأنها تجعل هؤلاء يشعرون بما تكنه لهم المؤسسة. كما يسمح للمؤسسة بطلب من الزوار بتسجيل أسمائهم وعناوينهم في دفاتر الزيارات و تحافظ المؤسسة على هذه الصلات مع هؤلاء الأفراد بإرسال كافة المطبوعات و الكتيبات و البطاقات الخاصة في المناسبات و ذلك حتى لا تقطع الصلة بينهم و بين المؤسسة في وقت من الأوقات.³⁵

³⁴ رقاني أيوب، الاتصال عبر الحدث في المؤسسة الثقافية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة3، مجلد ب،ص، عدد47، صفحة 113-119،

جوان 2017.

³⁵ رقاني أيوب، الاتصال الحثي في المؤسسات المتحفية الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة قسنطينة3، سنة 2016-2017.

الفرع الثالث: استراتيجيات الاتصال الحداثي

يعتمد الاتصال الحداثي على مجموعة من الاستراتيجيات الاتصالية التي تسمح للمؤسسة من كسب ثقة الجمهور و بناء و تعزيز سمعتها, و بما إن للمؤسسة جماهير داخلية و أخرى خارجية, فان هذه الاستراتيجيات لابد و أن و طبيعة الجماهير المستهدفة و عليه, فان إستراتيجيات الاتصال الحداثي تتمثل: الاستراتيجيات الموجهة للجمهور الداخلي, و الاستراتيجيات الموجهة للجمهور الداخلي.

1- الاستراتيجيات الموجهة للجمهور الداخلي:

➤ المحاضرات و الندوات:

تعتبر المحاضرات و الندوات من وسائل الاتصال الشفوية و التي تجمع بين جمهور المؤسسة الداخلي و منشط الندوة أو المحاضرة, حيث يتم في هذا الحدث (الندوة أو المحاضرة) دعوة واستقبال شخصيات هامة و فعالة من أجل تنشيط و تفعيل الحدث, وهذا من خلال تقديم هذه الشخصيات التي تكون لها علاقة مباشرة بمجال عمل المؤسسة خبراتها و الإستراتيجية الموجهة للجمهور الداخلي: يعد الجمهور الداخلي عصب المؤسسة, إذ يقوم بمختلف المهام و الوظائف الحيوية داخل المؤسسة , إذ يقوم بمختلف المهام و الوظائف الحيوية داخل المؤسسة لذا وجب على المؤسسة أن تغرس في نفوسهم (الجمهور الداخلي) مجموعة القيم تتجسد في سلوكيات و تعاملات الجماهير الداخلية مع مختلف الأطراف الخارجية للمؤسسة , فكلما كانت تلك القيم و السلوكيات ايجابية, كلما أدى ذلك إلى تعزيز سمعة المؤسسة, ولتحقق ذلك فعلى المؤسسة اعتماد بعض الأساليب و الاستراتيجيات المتمثلة في :

تتماشى تجاربها في ميدان العمل, بالإضافة إلى بعض المناهج والطرق الحديثة التي من شأنها تطوير مهارات العاملين, و تحسين أدائهم المهني.³⁶

➤ الدورات التكوينية :

والتي يتولاها مختصين في مجال معين له ارتباط بالمؤسسة, حيث تعتمد الإدارة العليا على هؤلاء المختصين لتزويد العاملين بالمؤسسة ببعض المهارات الحديثة و الأساليب الجديدة في مجال العمل, مثل تنظيم دورة تكوينية في مجال الصيانة أو تنظيم دورة تكوينية في مجال التكنولوجيا الحديثة... الخ فهذا

³⁶Pierre sahnoun:le sponsoring , groupe liaisons, paris,1989,p18.

Wissal Abassi: efficacité du sponsoring sportif,thèse de doctorat, université Paul Cézanne, 2007,p27.

الحداث (أى النودة) لها أثر اىجابى على العمال, لأنها ستمكنهم من تطوير معارفهم, و اكتساب مهارات وآليات جديدة فى العمل, وهذا كله سيعود بالفائدة على المؤسسة وعلى أدائها الوظيفى.¹

➤ تنظيم دورات رياضية :

حيث يساعد تنظيم هذا الحداث فى كسر الروتين الذى يسود عمل الجمهور الداخلى بالمؤسسة أيضا, فهو فرصة للالتقاء و المنافسة, و مناسبة للترويح عن النفس و التخلص من ضغوط العمل, الأمر الذى يسمح كذلك بتقوية علاقات العمل و زيادة تلاحمها, إذن فمثل هذا الحداث لابد أن يرسخ فى ثقافة و تقاليد المؤسسة لما له من أهمية فى مجال العمل, أو فى سبيل تحسين صورة المؤسسة و تعزيز سمعتها.

2- الإستراتيجية الموجهة للجمهور الخارجى :

تتنوع الجماهير الخارجىة المتعاملة مع المؤسسة, فمنها من لديه تعامل مباشر, ومنها من لديه تعامل غير مباشر معها و بالرغم من تعدد الجماهير الخارجىة و تنوعها بالنسبة للمؤسسة فى الحياة الاقتصادية والاجتماعية, و حتى تضمن المؤسسة هذا البقاء كذلك, فعليها الاهتمام ببناء سمعة طيبة لدى الجماهير الخارجىة و العمل على تعزيزها, و ذلك من خلال قيامها ب :

➤ رعاية الأحداث الرياضية و التظاهرات الثقافية :

يعد مصطلح الرعاية فى اللغة العربىة مرادفا لمصطلحي parrainage بالفرنسية و sponsoring بالانجليزية و فيما يخص مفهومها فالرعاية تشير إلى أنها "أداة أو وسيلة اتصال تسمح بالربط المباشر لعلاقة تجارية أو مؤسسة بحدث ما يجذب إليه جماهير واسعة, و من جهة أخرى فالرعاية تعبر عن كونها " شكل من أشكال الشراكة تتميز بتوفير وسائل مالية أو غير مالية من قبل الراعى (منظمة ربحية أو غير ربحية, شخص) لجهة مستفيدة من الرعاية (حدث, مجموعة, منظمة, شخص) فى مجال الرياضة, الفن, الثقافة, المجتمع أو البيئة ولها هدف مزدوج يتمثل فى دعم الجهة المستفيدة من الرعاية و تعزيز الأهداف الاتصالية للراعى, و على فان المؤسسة على الرعاية سيسمح لها من خلق شهرة واسعة لها و تعريف الجماهير بهويتها و بمنتجاتها و خدماتها, و بناء و تعزيز سمعتها, و من أمثلة الرعاية التى يمكن أن تقوم بها المؤسسات نذكر :

رعاية بعض البرامج التلفزيونية ذات الشهرة الواسعة و ذلك من خلال تقديم أما دعم مالى, أو دعم مادي "بمواد و تجهيزات".

رعاية بعض الفرق و النوادى الرياضية العريقة و ذات القاعدة الجماهيرية الواسعة, وذلك من خلال تقديم دعم مالى أو مادي.

رعاية بعض التظاهرات الثقافية أو الرياضية أو الندوات العلمية، مثل الملتقيات الجامعية، البطولات الرياضية المحلية... الخ .

➤ زيارات المؤسسة أو الأسباب المفتوحة :

يقوم هذا الأسلوب على استقبال المؤسسة للجماهير الخارجية في مناسبات محددة و معينة بدقة من قبل المؤسسة ووفقا للأهداف الموجودة من ذلك و تهدف المؤسسة من خلال هذا الحدث أو الإجراء إلى خلق تقارب بينها و بين جماهيرها الخارجية، و خلق الطمأنينة و الثقة لدى الجماهير الخارجية نحو المؤسسة و نحو منتجاتها، و ذلك من خلال وقوفهم شخصيا على ظروف العمل و آليات التصنيع وإجراءات الصحة و السلامة و النظافة المتبعة من قبل المؤسسة، بالإضافة إلى التعرف على منتجات المؤسسة سواء الجالية أو الجديدة و كذا محاولة اكتساب زبائن جدد، علاوة على التعريف بهويتها وفلسفتها و مبادئها، و العمل على تحسين صورتها و تعزيز سمعتها.

➤ القيام بالأعمال الخيرية mécénat :

نطلق على الأعمال الخيرية mécénat عدة تسميات منها الرعاية الثقافية و الاجتماعية و الاحتضان patronage و تشير mécénat إلى: "أنها شكل من أشكال الإعلان عن طريق الحدث يوجه لتحسين صورة المؤسسة مع التوقع أن يكون تأثيرها على المدى المتوسط، مما يعني أن هناك تحفظ من قبل المؤسسة الراعية على الظهور مباشرة خلال الحدث أو الاستغلال الإعلامي له، ودون أن تنتظر عوائد تجارية وفورية منه .

كما تمثل الأعمال الخيرية كل: "رعاية خيرية وعمل إحسان، لإيراد من ورائه ربح مادي، وإنما يعبر عن سعي المؤسسة المحتضنة إلى تحسين صورتها على المدى المتوسط أو الطويل و إبراز "مواطنتها" للبلد الذي تنتمي إليه أو تعمل فيه، وذلك من خلال حمايتها و سندها المادي لقضايا اجتماعية أو علمية أو ثقافية أو بيئة أو ذات منفعة عامة ومن مظاهر الأعمال الخيرية التي يمكن أن تقوم بها المؤسسة لتعزيز سمعتها نذكر:

حملات التبرع بالدم.

القيام بتنظيف المحيط من أجل حماية البيئة.

القيام بحملات التشجير .

مساعدة الفقراء و الأيتام.

تقديم قروض مالية للشباب الطموح من أجل القيام بمشاريع ذاتية... الخ .

وعلى العموم فإن قيام المؤسسة بهذا الأجراء أي قيام بالأعمال الخيرية يحقق لها العديد من المزايا تتمثل في :

- تحسين صورتها المؤسساتية³⁷.
- توسيع شهرتها و تعزيز سمعتها المؤسساتية.
- تطوير علاقات متميزة مع الفاعلين الاقتصاديين و قادة الرأي.
- إعطاء قيمة اجتماعية للمؤسسة.
- ضمان اندماج محلي أو جهوي للمؤسسة مع بعض الأطراف و السلطات.
- إعادة الاعتبار للمؤسسة أمام الرأي العام (خاصة في حال وقوعها في أزمات).

الفرع الرابع: دور الاتصال الحداثي في تعزيز صورة المؤسسة

في الوقت الحاضر، يتم تقديم مجموعة من الأدوات للشركات للتواصل مع عملائها و المتعاونين معها. و مع ذلك، يبرز الحدث من كل هذه الأدوات على عدة مستويات. في الواقع، تتمثل إحدى المزايا الرئيسية للتواصل من خلال الأحداث في أنه يستجيب تماما للمشكلة التي تطرحها الشركة. هذا هو الذي يوضح حقيقة أن الحدث مخصص تماما للشركة، بقدر ما يتم الجمع بين جميع مكوناته (الشكل و الموقع، و الديكور، و الجمهور، و ما إلى ذلك) في تآزر مثالي بهدف تصميم حدث "حسب الطلب"، و بالتالي، فإنه يجعل من الممكن أن تعكس شخصية العميل و هويته و قيمه و "ألوانه" على أفضل وجه.

بالإضافة إلى ذلك، فيمنح الاتصال عبر الحدث الفرصة لتطوير روابط التفاهم و القرب من عملائها و موظفيها، حول مراكز اهتمامهم. و بالتالي فإن الحدث هو أداة عقلانية تفضل الاتصال المحلي. إنها أيضا طريقة فعالة جدا لتنمية الشعور بالانتماء إلى مجموعة. و مع ذلك، فإن الاتصال القائم على الحدث ينقل ملف رسالة تمس المشاركين في تطلعاتهم ليكونوا جزءا من مجتمع اجتماعي أو مهني أو رياضي أو فني. هدف أساسي أخيرا يمكننا أن نعاهد إليه الاتصال بالحدث، على الرغم من وجود العديد منها، هو أنه يشجع على حفظ الرسالة التي يتم توصيلها.

يستهدف حدث ما محاوريه مباشرة و يشركهم بقوة من خلال جعلهم ممثلين في اللحظات "الحية" التي سيختبرونها، يؤدي هذا علي الفور إلى زيادة استقبال المعلومات المرسله و تحسين الاحتفاظ بها.

³⁷ رقاني أيوب، أثر الاتصال الحداثي على تفعيل العلاقات الحوارية، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة قسنطينة 3، العدد 49، صفحة 156-170، السنة 2018.

يرجع تأثير الاتصال الحداثي على صورة المؤسسة إلى البعد العاطفي الذي يجلبه و الذي له تأثير مضاعف على صورة المؤسسة بسبب الطبيعة الحيوية و التفاعلية للحدث خارج المؤسسة. يستهدف الاتصال الحداثي جميع الجماهير الخارجية للمؤسسة (خاصة العملاء) و كذلك الموظفين الشركة. ظلت تقارير اتصالات الأحداث و الموظفين تدرس بشكل سيء للغاية في الأدبيات. يثير شعور الموظفين بالفخر اتجاه الأحداث.³⁸

ينص collins على أن جذب الشباب المتخرجين من حدث ما كفريضة معقولة. أظهر smith أنه يجب على الشركات إبلاغ الموظفين مسبقا بالإجراءات التي تم تنفيذها لان الموظفين هم الشرط الرئيسي لنجاح الأحداث. و بالتالي، فإن التواصل من خلال الحدث يثير أو يعزز الشعور بالفخر و الانتماء من جانب الموظفين. يصبح الاتصال الحداثي ناقلا للدوافع الداخلية، و التي تعد جزءا من مشروع الأعمال دون أن تكمله. أظهر Garbett المكانة التي أعطتها شركة الاتصالات الأمريكية GTE لموظفيها في الكشف عن المشاريع التي سيتم دعمها و أيضا في اختيار تلك التي سيتم الاحتفاظ بها. يشير galens إلى أنه لتعزيز سياسة الموظفين الخاصة بها، تقوم المؤسسة بتطوير سياسة اتصالات داخلية من أجل تشجيع ودعم موظفيها. أظهر Boistel أن مشاركة الإدارة الوسطى في المنتدى زادت من رضا المديرين التنفيذيين في المؤتمرات القائمة على الأحداث و المخصصة للموظفين. في دراسة قامت بها الباحثتان "ابتسام معزوز" و "أمينة سوسني" حول "تأثير الاتصال الحداثي على صورة العلامة التجارية للمؤسسة"، كشفت النتائج أن مشاركة العملاء و الشركاء، أي الموردين و الموزعين و المؤسسات الوزارية و الإدارية المسؤولة عن الصيد البحري في النسخة الخامسة من صالون Hallieutis فرصة ثمينة لإقامة روابط وثيقة مع جمهورها. من خلال الترحيب بهم في منصاتهم، كرس المديرون اللذين تمت مقابلتهم جهودا كبيرة لتعزيز علاقاتهم مع عملائهم و موظفيهم. يجيبون على أسئلتهم، و يشرحون لهم الخطوات التي تشكل عملية تصنيع منتجات المأكولات البحرية، و يزودونهم بمعلومات عن منتجاتهم أو خدماتهم الجديدة، حول التقنيات الجديدة في هذا القطاع، و يدعونهم إلى التذوق و التحدث حول كل الموضوعات التي قد تثير اهتماماتهم.

ففي الواقع، ما هو ضروري لهؤلاء العارضين هو مشاركة اللحظات "الحية" مع الجماهير المستهدفة، والتي ستحدد أذهانهم و تبقى راسخة في ذاكرتهم، و منه تكتسب المؤسسة صورة اجتماعية ايجابية، و تطور

³⁸ حاجي حمزة، الوسائل الاتصالية الحديثة في المؤسسة الثقافية الجزائرية، مجلة المعيار، جامعة قسنطينة 3، مجلد 24، عدد 51، سنة 2020.

الثقة و التفاهم مع عملائهم و ترسيخ شعورهم بالانتماء إلى الشركة, لا سيما مع وجود المديرين و الإدارة العليا للشركة.³⁹

و منه يعد عقد حدث لإطلاق منتج أو خدمة جديدة طريقة جيدة للإعلان عن الجديد في العلامة التجارية. إذا كان ما تبحث عنه هو الوصول إلى الجمهور العام, يمكن للحدث أن يخلق الكثير من الضجة في المنافذ التقليدية و كذلك في الوسائط الرقمية و الشبكات الاجتماعية. خيار آخر هو تنظيم حدث يستهدف جمهورا مقيدا و حصريا للغاية, في هذه الحالة, تختار العلامة التجارية رؤية أكثر تحديدا تستهدف هدفا معينا, يحددها المنتج أو الخدمة التي يتم تقديمها.

³⁹ زمور بدر الدين, عيشاوي وهيبه, الاتصال الحداثي كأداة إستراتيجية لتعزيز صورة المؤسسة لدى جماهيرها, المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي, جامعة البليدة 2, المجلد9, العدد9, صفحة517-530, سنة 2022.

المبحث الثاني: مدخل إلى المؤسسات الثقافية

المطلب الأول : ماهية الثقافة:

الفرع الأول: مفهوم الثقافة

الثقافة مفهوم واسع, وذو جوانب متعددة, عرف عدة تعريفات تتشابه في عدد من أجزائها و تختلف في الأخرى .

الثقافة لغة :

إن أصل كلمة الثقافة هو : ثقف, ولها معنيان رئيسيان متباينان في اللغة العربية :

الأول : ثقف في القاموس :ثقفه : أي صادفه أو أخذه أو ظفر به أو أدركه . وبهذا المعنى جاء قوله تعالى : "فإنما نتقنهم في الحرب فشردهم من خلفهم لعلهم يذكرون (57) "

ثقف , يثقف , ثقفا و ثقافيا : صار حاذقا , فطنا , ومنه : ثقف الكلام : أي حذقه و فهمه بسرعة , وثقف الولد : هذبه و علمه , وثقفه تثقيفا : سواه, و ثقافة فتثقفه : غالبه فغلبه في الحق .

أما في اللغة الانجليزية كلمة (culture) فهي تترجم إلى العربية على أنها الثقافة أو التهذيب , وقد تعطى أحيانا معنى الحضارة , وأصل هذه الكلمة هو cult وتعني عبادة ودين , ومن مشتقاتها cultivation وتعني التعهد و التهذيب و الرعاية , و cultural ومعناها ثقافي أو حضاري .⁴⁰

الثقافة اصطلاحا :

تعددت تعاريف الثقافة من باحث إلى آخر إلا أننا حاولنا التطرق لأهم تعاريف و التي سنطرق لها وتعرف على أنها "ثمرة كل نشاط إنساني محلي نابع عن البيئة ومعبر عنها أو مواصل لتقاليدها في هذا الميدان أو ذاك ."

كما عرفها مالك بن نبي الذي يعتبر من المفكرين الاجتماعيين القليلين الذين كرسوا جهودهم الفكرية لدراسة و تحليل هذا المفهوم وله إسهامات كبيرة وقيمة في هذا المجال إذ يعرف الثقافة في كتابه مشكلة الثقافة (هي مجموعة من الصفات الخلقة و القيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منه ولادته لتصبح لاشعوريا تلك العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في وسط الذي ولد فيه فهي على هذا الأساس المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته).

⁴⁰ خلفاوي حكيم, ثقافة المؤسسة و أثارها على مستوى الانضباط و التسبب, مذكرة الماجستير في علم النفس العمل و التنظيم, تخصص التنمية البشرية و فعالية الأداءات, جامعة وهران2, السنة الجامعية2017 - 2018.

كما نجد تعريف للثقافة عند (taylor) حيث يعتبرها "هي ذلك الكل المركب الذي يشمل على المعرفة و المعتقدات و الفن والأخلاق و القانون و العادات أو أي قدرات أخرى , أو عادات يكتسبها الإنسان بصفته عضوا في المجتمع".

يمكن تعريف الثقافة بأنها "مجموعة القيم المادية وروحية ووسائل خلقها و استخدامها و نقلها , التي أفرزها المجتمع عبر التاريخ , وهي ذات ارتباط وثيق بتطور النظم الاقتصادية و الاجتماعية . فكل مجتمع نظام ثقافي خاص به يوجه ويؤثر على تفكير وقيم وتصرفات أفرادها, بحيث تتكون مجموعة من المعايير الثقافية تحدد سلوك وتصرفات غالبية الأفراد ويعتبر التمسك بها أمرا ملزما وبيديها . كما تكون هذه المعايير الأساس لقياس و لتقييم سلوك و تصرفات الأفراد المنتمين لمجتمعات أخرى , ويمكن ان توجد معايير ثقافية مشتركة ومتباينة بين مجتمعات مختلفة , وما يعتبر قيمة أساسية في مجتمع ما يمكن أن تكون قيمة هامشية أو غير مقبولة في مجتمع آخر.⁴¹

الفرع الثاني : مكونات الثقافة

إذا كانت الثقافة عبارة عن كلية مركبة , فان تفكيكها سيحيلنا على أهم مكوناتها ذلك أن " الثقافة الأمة هي علمها غير الواعي الذي تتوارثه أجيالها وتسير به في شؤون حياتها أي هي طريقتها في الحياة , تدخل في ذلك اللغة أو اللهجة من اللغة , ونظام إقامة البيوت , وأنواع المآكل وطرق تحضيرها وطرق تناولها والملابس والفرش و الثياب وأشكالها و الحكايات الشعبية وتصور أهلها للعالم وموقفهم من الحياة وطريقة سيرهم فيها وحرفهم وطرائقهم في الصناعة و الزراعة و التجارة والملاحة , باختصار ممارستهم للحياة بشتى الطرق , وما يختفي وراء هذه الممارسة من علم متوارث , ويتسع معنى الثقافة فيشمل أيضا المآثورات الشعبية المتواترة , كما يشمل ما يقدمه من طرق الصناعة اليدوية القائمة على تقاليد متوارثة , وما يتغنى به الناس من أغاني شعبية بسيطة , وما يعزفون من موسيقى , أو ما يستخدمون لذلك من آلة , وما يضربون من أمثال نظما أو نثرا , وكل ما يدخل تحت ما يسمى اليوم ب "الفلكلور".⁴²

"يضم الفلكلور الخرافات , الأساطير , القصص الشعبية , النكات , الأمثال , الحزازير , الترانيم , التعاويذ , التبريكات , اللعنات والمسبات, الأقسام والإيمان , الإساءات اللفظية,³ ⁴³الإجابات التقليدية المقننة , المقاهرة و المعايير , الأنخاب , وجمل التحية والوداع . ويشمل أيضا الملابس الشعبية , الرقص الشعبي , المسرح الشعبي , الفن الشعبي , المعتقدات و الشعوذات الشعبية , الطب الشعبي , الموسيقى الشعبية ,

⁴¹ خلفاوي حكيم , ثقافة المؤسسة و أثارها على مستوى الانضباط و التسبب , مرجع سابق,ص.36.

⁴² علي القيم , وتبقى الثقافة رحلة في محارب المعرفة, سوريا, مطابع الهيئة العامة السورية للكتاب, ص 43, السنة 2010.

الأغاني الشعبية , المصطلحات العامة , التشبيهات الشعبية , الكنايات , الألقاب , أسماء الأماكن والمواقع , الشعر الشعبي , وهو يتراوح من الملاحم الشعبية إلى ما يكتب على القبور , الكتابة على جدران المحلات العامة , الأغاني التي ترافق ألعاب الأطفال , الأغاني التي يغنيها الكبار عند ملاعبة الأطفال , وأغاني الحضانة , وتحتوي قائمة مواد الفلكلور أيضا الألعاب , الإيماءات, الرموز ,الدعاء , النكات العملية , التفسير الشعبي لنشوة بعض المصطلحات , طرق الطبخ , أنماط التطريز, أنماط البيوت والأسوار وبيوت الحيوانات , مناداة الباعة , وحتى الطرق التقليدية لاستدعاء أو طرد الحيوانات , وما يقال عند صدور أصوات مثل القحة أو العطس , هنالك أيضا الاحتفالات الشعبية التقليدية والعادات والممارسات والتقاليد الشعبية المتبعة في الأعياد والمناسبات, هذه القائمة تعطي عينة فقط ولا تشمل جميع أنواع الفولكلور".⁴⁴

إن الفولكلور بكل هذه المكونات هو تعبير صادق عن ثقافة مجتمع ما, بما فيه من إحياء للتقاليد , هذا, و"يتضمن مفهوم التقاليد إذن جزءا مهما تمت المحافظة عليه لأسباب رمزية ومعيارية. وفي الحقيقة ليست التقاليد بالتحديد عادات روتينية كيفما اتفق (كالاستيقاظ صباحا والنوم مساء), وإنما هي معارف حاملة لقيمة ولدلالة تخص زمرة بشرية خاصة , إن صفة "تقليدية" التي تطلق على أشياء أو فنون أو حكايات أو مراسم أو آداب الكياسة أو المعتقدات أو صفات المطبخ , تمتلك القدرة على أن تسدل حجابا على ماضيها وأن تأسسها كرموز تنمهي معها (تأخذ منها هويتها). يرى بعض الأنثروبولوجيين أنه لا يجب التعامل مع التقاليد كميراث من الماضي , بل كممارسة راهنة , من خلالها "نختار هذا الذي بواسطته نعترف بأنه يحدد وضعنا", كما يصرح **جان بويون** geanpouillon . فالتقاليد هي بحسب **جرار لنكود**, "قطعة من الماضي تم تشذيبها على مقياس الحاضر". انتقال تقاليد ما , هو في معظم الأحيان القيام باختيار راهن".⁴⁵

وبالتالي فإن الحاضر حسب هؤلاء هو من صنع تقاليد الماضي ولكن بثوب جديد, وفي هذا دلالة على أهمية هذا الموروث الثقافي في حاضر الشعوب.

يوجد تصنيف آخر أكثر تحديدا , يقرب بشكل دقيق المجال أكثر نحو الفهم , حيث "تقسم ثقافة مجتمع من المجتمعات البشرية إلى قسمين رئيسيين يطلق على القسم الأول الثقافة الرسمية , وقد يشير إليه البعض بمصطلح "الثقافة العليا" أو "الثقافة الكبرى" , ويطلق على الثاني "الثقافة الشعبية" (...)

⁴⁴ علي القيم , وتبقى الثقافة -رحلة في محراب المعرفة , سوريا , مطابع الهيئة العامة, مرجع سابق, ص.29.
⁴⁵ كوبر آدم, سرالز ألكسندر و آخرون, الثقافة بين الكوني والخصوصي, تر : إياس حسن, سوريا, دمشق. دار الفرق, للطباعة و النشر التوزيع ط.1, ص.256-257, 2008,

تنتقل الثقافة الرسمية من جيل إلى جيل من خلال المؤسسات والأجهزة الرسمية أو شبه الرسمية مثل جهاز التربية والتعليم ، والجامعات والمعاهد ، والمؤسسات الدينية الرسمية ، والقوانين الرسمية ، والأدب والفن العالي المعترف به رسمياً ، وغير ذلك من المعارف والرموز الثقافية التي ترعاها وتحافظ عليها وتضمن استمرارها المؤسسات الرسمية في الدولة أو المجتمع كالمحاكم والوزارات والدوائر الحكومية أو المرخصة أو الموافق عليها أو المعترف بها من قبل هذه الدوائر الرسمية .⁴⁶

أما الثقافة الشعبية أو أساليب الحياة الشعبية فهي النتاج العفوي الجماعي المعبر عن شعور وعواطف وحاجات وضمير أبناء الشعب بشكل عام وليس النخبة أو المجموعة الخاصة ، وتنتقل من جيل إلى جيل ، كما تنتشر بين الناس من جماعة إلى أخرى ومن فئة إلى أخرى ، بشكل عفوي ، مشافهة أو عن طريق التقليد والمحاكاة و الملاحظة .

وهناك طريقة أخرى لتقسيم الثقافة يمكن أن نصفها بأنها أفقية ، وهي أن نقسم الثقافة ككل ، رسمية وشعبية ، إلى قسمين : ما هو تراث ، وما لا يمكن اعتباره من التراث . وبشكل عام فإن القسم التراثي هو الجزء الذي نقدّره ونحترمه ونمجده أكثر من غيره بهذا نكون قد وصلنا إلى تقسيم ثقافة المجتمع ، أي مجتمع إلى أربعة أجزاء ، فأصبح لدينا :

1- ثقافة رسمية تراثية.

2- ثقافة رسمية عادية (غير تراثية).

3- ثقافة شعبية تراثية .

4- ثقافة شعبية عادية (غير تراثية).⁴⁷

و الملاحظ أن كل ما يصدر عن البشر نتيجة تكيفهم مع الواقع هو بمثابة ثقافة ، ولكن الاختلاف يكمن في المكونات ، فهي ليست على مستوى واحد من الأهمية ، إنها درجات ، ذلك أن سلوكيات البشر متشعبة ورغباتهم متنوعة فمنها البيولوجية ومنها غير ذلك ، ومع كل رغبة تولد ثقافة جديدة ، وبالتالي فإن التراث هو المعيار الحقيقي للتمييز بين كل تلك الأنواع ، بل هو الأداة الفاعلة للتعرف على طبيعة المجتمعات . تكون الثقافة إذن قاعدة تأليف العناصر المختلفة للأمة ، التاريخية و الاجتماعية ، أي أيضاً وسيلة تحقق الفرد في الجماعة ، وعمل الجماعة من خلال الفرد ، إنها لا تشمل فقط مجموعة نشاطات عامة ذهنية ، أو

⁴⁶ كناعنة شريف، دراسات في الثقافة والتراث والهوية ، المرجع السابق صفحة 46-47.

⁴⁷ نفس المرجع، ص. ص. 256-257.

عقلية , أو سلوكية يفرضها -كما يقال- المجتمع على الفرد , ولكنها تضم مجموعة عمليات مستمرة من الربط بين مختلف أفراد جماعة ما , وفي ربطها هذا تبني الحقول المختلفة التي تتعرف فيها الجماعة على نفسها دون أن تفقد توازنها الداخلي تجاه الجماعات الأخرى , أي مجموعة العمليات التي تخلق الهوية القومية والتقدم الحضاري معا⁴⁸ وبالتالي, فهي أداة لتكييف الفرد داخل الجماعة , وتوجيهه وفق تلك المتطلبات , صانعة له بذلك هويته وانتماءه الحضاري .

تكون الثقافة إذن قاعدة تأليف العناصر المختلفة للأمة , التاريخية والاجتماعية , أي أيضا وسيلة تحقق الفرد في الجماعة , وعمل الجماعة من خلال الفرد , إنها لا تشمل فقط مجموعة نشاطات عامة ذهنية أو عقلية , أو سلوكية يفرضها -كما يقال- المجتمع على الفرد , ولكنها تضم مجموعة عمليات مستمرة من الربط بين مختلف أفراد جماعة ما , وفي ربطها هذا تبني الحقول المختلفة التي تتعرف فيها الجماعة على نفسها دون أن تفقد توازنها الداخلي تجاه الجماعات الأخرى , أي مجموعة العمليات التي تخلق الهوية القومية والتقدم الحضاري معا و بالتالي , فهي أداة لتكييف الفرد داخل الجماعة , وتوجيهه وفق تلك المتطلبات , صانعة له بذلك هويته وانتماءه الحضاري .

إن الثقافة علم وفن , فهي علم لأنها نتاج تفكير عقلي منظم وتملية ردود الأفعال المتزامنة والظروف المتجددة , وهي فن , لأنها أسلوب حياة , تتجدد , يولد أسلوب جديد, إن تلك الأساليب الجديدة , هي ما نطلق عليه بمكونات الثقافة , والتي ينصهر في بوتقتها كل ما من شأنه أن يصدر عن البشر ويصنع عاداتهم وتقاليدهم .

إن حديثنا عن الثقافة وعن مكوناتها هو حديث عن التنمية والاقتصاد , فلم تعد الثقافة مجرد حصر لسلوكات وتقييم لحضارات وإنما هي أيضا أداة مهمة في أيدي الاقتصاديين ورجال الأعمال إذا ما أحسنوا استغلالها , لأنها مصدر مهم من مصادر الدخل يمكنها أن تدخل عالم الصناعة من أبوابه الواسعة , ذلك أن أية محاولة لإعادة بعث أحد تلك العادات وطرحها في حلة جديدة , على شكل عمل فني أو سينمائي أو على شكل كتاب من شأنه أن يلقي إقبالا لا حصر له من الجمهور , وهذا من شأنه أن ينعش الاقتصاد , ولنا أن نتخيل معا كم من عمل سننتجه باستغلال الآلاف بل الملايين من سجل ما تركه الأجداد .

⁴⁸ غليون برهان, مجتمع النخبة, بيروت, عهد الإنماء العربي, ط.1, 1986, ص.88-89.

الفرع الثالث: التظاهرات الثقافية

➤ مفهوم التظاهرات الثقافية:

حسب Donald Getz في سنة 1987 صرحت مصلحة السياحة و الاتصال في نيوزيلندا بأن الأحداث أو التظاهرات الثقافية تمثل مقاطعة مهمة في السياحة الدولية و هي في نمو. تعرف التظاهرة أو الحدث بأنه كل نشاط يجري في فترة محددة و قادر على جذب عدد غير عادي من الرواد، تتجسد التظاهرة الثقافية من خلال برمجة مشروع ثقافي أو فني في مكان محدد ووقت معين، و يكون المشروع مرتبطا بالوجه و بأهداف تتعلق بتطويرها و بتحريك الجمهور، فعادة ما تتحدد التظاهرة من خلال المكان الذي تجري فيه و العكس بالعكس، إذ أن تحديد المدن يتم من خلال النشاطات الثقافية التي تجري فيها فمثلا كان الفرنسية مرتبطة بالسينما.⁴⁹

➤ عوامل التظاهرات الثقافية :

تستند التظاهرات الثقافية على خمسة عوامل و هي :

1- معيار الفنية : حضور الإبداع :

تسمح هذه الخاصية بتعريف الإبداع كأساس للتظاهرة الثقافية و الذي يتحدد حضوره حسب نوع التظاهرة سواء كان في شكل تقليدي(مهرجان فني) أو في شكل جديد(مهرجان منظم حول موضوع معين، تمازج الطوبع الفنية المتنوعة...الخ).

2- معيار الجمهور : البحث عن جمهور عريض : يمكن تحديد أنواع عديدة من الجماهير المستهدفة ككل أو بحسب نوع التظاهرة على مثال: الجمهور العريض، الجمهور المثقف، الجمهور الهاوي، الجمهور المحترف، بالإضافة إلى الجمهور الحاضر في التقسيمات المتنوعة يجب الأخذ بعين الاعتبار الجمهور المتأثر إعلاميا بالتظاهرة.

3- معيار المكان : الاستثمار في مكان معين : عادة ما تستثمر التظاهرات في أماكن غير مكرسة للثقافة كالمدينة أو الشارع أو فضاء ثقافي، كما تنشأ التظاهرة و تتركز في محيط معين حتى إذا كان أقل حجما. فالأهم هو كون التظاهرة تسجل في قطاع معين.

4- معيار الزمن : حيث أن الحدث يقوم على التركيز على الزمن و تكوين وحدة زمنية خاصة به لحظة أو وقت وجيز يختلف عن فترة الموسم.

⁴⁹ ابن سيرود فاطمة الزهراء، صديق لندة، العواصم الثقافية العربية : بين الثقافة و السياحة الثقافية، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة2، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد5، العدد01، ص.190، سنة 2018.

5- معيار الندرة : إيجاد حدث يستدعي أن يكون استثنائيا :يمكن أن تصل هذه الخاصية إلى خاصية انفراد و عدم تجديد الحدث الموجود و على الرغم من طابعها الوقتي تبحث أغلب التظاهرات عن التوسع الزمني من خلال تكرارها.⁵⁰

➤ أنواع التظاهرات الثقافية :

يمكن التمييز في التظاهرات الثقافية بين :

- التظاهرات المنتظمة : و التي تنظم كل سنة في نفس الفترة و في نفس المنطقة.
- التظاهرات من نوع **one shot** :و التي لا تنظم سوى لمرة واحدة في المنطقة (حدث متجول مثل الألعاب الاولمبية).
- التظاهرات المحلية و التظاهرات الكبيرة :و يندرج ضمن هذين النوعين من التظاهرات : تظاهرات الأعمال (مؤتمرات, اجتماعات, اتفاقيات...) و التظاهرات الرياضية و المهرجانات و باقي التظاهرات الثقافية.⁵¹ مهما كان حجم التظاهرة, فإن غالبية التظاهرات تهدف إلى جذب عدد كبير من الجمهور و تستهدف عادة مقاطعة معينة من الجمهور : الشباب, أو السياح, أو جمهور أجنبي.⁵²

تجدر الإشارة إلى أن التظاهرات الثقافية تؤثر على التنمية المحلية و الجهوية ليس فقط على المستوى الثقافي و إنما كذلك على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي, و قد حدد المجلس الاقتصادي و الاجتماعي في فرنسا آثار التظاهرات الثقافية في:⁵³

- أثر على التنمية الاقتصادية من خلال عدد الوظائف التي توحدتها و الثروة التي تتأتى من السياحة و إعادة تأهيل التراث و نمو وتحقيق مردودية من التجهيزات الجماعية و إيجاد ووضع المؤسسات المرتبطة بالنشاطات الثقافية أو المنجذبة لشهرة الموقع.
- أثر اجتماعي مرتبط بما يتأتى من الشهرة التي يحتفظ بها السكان أو التي تجذب أفراد جدد و كذلك مرتبط بأثر على صورة الجماعة و مرتبط كذلك بإيجاد هوية محلية من هذه الآثار.

⁵⁰ ابن سيرود فاطمة الزهراء, صديق لندة, العواصم العربية الثقافية : بين الثقافة و السياحة الثقافية, مرجع سابق, ص.190,191.
⁵¹ المرجع نفسه.

⁵² Sadoudi Tarik, essai d'évaluation des impact de l'événementiel à travers le cas de la fête des bijoux Ath-yenni en Kabylie-Algérie, P3.

⁵³ Avis adopté par le conseil économique et social au cours de sa séance du 28 janvier 1998, p 1-2
Site web : <http://www.irmmasso.fr/IMG/pdf/rapport-dechartre-2.pdf>.

كما أن الأثر الأول لنجاح التظاهرة الثقافية يكمن في الأثر على الصورة الذهنية و الشهرة التي تعكسها للمدينة أو للمنطقة، كما أن أثر التظاهرات الثقافية على السياحة أثر ايجابي، و الأمثلة على ذلك كثيرة، ففي مدينة Prades يشغل الحاضرون الذين يتراوح عددهم 7-9 آلاف شخص و الذين يحضرون لمدة ثلاثة أسابيع كل فنادق و مطاعم و حانات المدينة، فالمهرجانات ذات الميزانية الضعيفة تسمح باستقطاب عدد كبير من السياح حتى و لو كان التراث المحلي أو جمالية المكان من الناحية الطبيعية غير جاذبة للسياح الذين لم يحضروا مسبقاً.⁵⁴

المطلب الثاني: المؤسسات الثقافية :

الفرع الأول: مفهوم المؤسسة الثقافية

المؤسسة الثقافية هي عبارة عن إطار قانوني لتجمع بشري منظم مكون من عناصر منظمة بدلالة تكامل مجموعة من الأنساق، يتكفل كل منها بمهمة تملئها عليه طبيعة النشاطات المراد القيام بها، فإن تلك النشاطات هي التي تحدد نوعية كل مؤسسة، فكما يمكن أن نربط الاقتصاد بمؤسسة فنقول مؤسسة اقتصادية، كذلك يكون للثقافة مؤسسة، و هي المؤسسة الثقافية، التي تضمن مفهومها العديد من المعاني. جاء في أدبيات علم الاجتماع، أن المؤسسة الثقافية تعني "مجموعة مترابطة من التقاليد الاجتماعية على قدر كبير من الثبات و هي نمط سلوكي متكامل و مركب مستتر، يمكن عن طريقه إشباع الرغبات أو الحاجات الاجتماعية الأساسية".⁵⁵ أما هيرسكوفيتس فيقول إن كل الثقافات هي مؤسسات تمثل استجابات منظمة، يرضى عنها المجتمع، لمتطلبات المعيشة. و يتصف مفهوم المؤسسة بنوع من الصرامة الذي يفصل بينها و بين العادة الاجتماعية أو التقاليد بصفة عامة، و هي تتمتع بقبول جماعي كجزء ثابت من التنظيم الاجتماعي و من تلعب دوراً أساسياً في الحياة الاجتماعية.⁵⁶

وقام مالمينوفسكي بتحليل ماهية المؤسسة الثقافية، حيث يقول إن الثقافة هي كيان متكامل مكون من مؤسسات مستقلة جزئياً و منسق بينها إلى حد كبير.⁵⁷

"إن الوحدات المكونة حقيقة للثقافات و التي تتميز بدرجة كبيرة من الثبات و العمومية و الاستقلال، فهي أنساق النشاط البشري المنظمة التي تعرف بالمؤسسات و تتمركز كل مؤسسة حول حاجة أساسية، و توجد

⁵⁴ ابن سيرود فاطمة الزهراء، صديق لندة، العواصم الثقافية العربية، مرجع سابق، ص. 190-191.

⁵⁵ بن عدة حاج محمد، آفاق المؤسسة الثقافية في نظام السوق، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، كلية الأدب العربي، قسم الفنون البصرية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، السنة الجامعية: 2018-2019.

⁵⁶ ميلفيل جون هيرسكوفيتس : (1963-1895) هو عالم أنثروبولوجيا وفلكلور أمريكي، اشتهر بدراساته عن الزواج في أفريقيا، و العالم الجديد، و الفلكلور، و الاقتصاد البدائي.

⁵⁷ رونيسلاف كاسير مالمينوفسكي : (1942-1884) كان عالماً بولندياً مختصاً في علم الإنسان التطبيقي و يعد من أهم علماء الإنسان في القرن العشرين، و حصل على شهادة الدكتوراه في علم الأنثروبولوجيا.

بشكل دائم بين مجموعة من الناس في عمل تعاوني، و تتميز المؤسسة بكيان خاص من المبادئ، و تقنية حرفية معينة. و لا ترتبط المؤسسات بوظائفها ارتباطا بسيطا مباشرا، فالحاجة الواحدة لا تستقطب إشباعا واحدا في مؤسسة واحدة، لكن المؤسسات تتصف بتداخل واضح في الوظائف و بطبيعة مركبة.⁵⁸ بالتالي، فهي الكيان الذي يعرف عادات و تقاليد البشر و يتعامل معها كوحدات ثابتة و مستقلة، يتعاون فيه بشكل دائم مجموعة من الناس لتحقيق غاية معينة و باستخدام أدوات تقنية و قانونية محددة. فالمؤسسات الثقافية إذن "أمكنة ثقافية تعتبر عن غايات الوجود البشري، التي من سماتها تحويل الموصفات الحسية للمكان الثقافي إلى احتمالات لموصفات معنوية و روحية، و لا يمكن الفصل بينهما لتكون راصدة للكثافة الإبداعية، حيث تتواصل إبداعات الشعوب وأفكارهم بدون عقد نقص أو عقلية مؤامرة و غزو، فتقوم بدور التوالد الأقليمي المستمر و إنتاج القيم الحضارية للجماعة الوطنية و إعادة إنتاجها وفق متطلبات اللحظة التاريخية، كما يمكن اعتبارها "أبنية إدارية مهمتها تحريك السياسات الثقافية بحيث تعمل على تحفيز الجماهير و إشعارهم بثقافتهم الخاصة كذلك تعمل على الاحتفاظ بالتراث و التفاعل مع الأحداث".⁵⁹

لا يقتصر دور هذه المؤسسات فقط في تسجيل اللحظة الآنية للنشاطات البشرية و إنما إعادة بعث للقيم المتوارثة، و الذي من شأنه يحفظ للموروث الثقافي مكانته، و يعيد صناعة الحدث وفق متطلبات الوقت التاريخي الحاسمة، و بالتالي اختزان الذاكرة التاريخية للأمة، و من تم نعرف المؤسسة الثقافية بأنها مصنع إعادة بعث الحضارة و متحف حفظ القيم المتوارثة و كذا مصدر انبعاث الحوار الحضاري.⁶⁰ إن إعادة بعث تلك القيم ليس بالأمر اليسير، و إنما يتطلب تجنيد وسائل مادية و معنوية معتبرة تترجم عظمة الحدث، و هنا تتجلى أهمية الصناعة الثقافية أو الاستثمار في الثقافة. "و في هذا الإطار يصبح للمؤسسات الثقافية أهداف محددة، متعلقة بالإنتاج، أو التوزيع أو التعليم، و هنا نعتبر المسرح، و الفن التصويري، و التصميم، و العمارة و الموسيقى و الأوبرا، و الأفلام، و الإعلام، و الفنون الفضائية- الإلكترونية أو الانترنت، و التراث الثقافي، جميعها أمثلة على التعبيرات و الخدمات الثقافية" التي بإمكانها تحقيق تلك الأهداف بفعالية، ليس فقط من الجانب التربوي التثقيفي بل أيضا من الجانب الاستثماري الذي يمنح لها لأكثر ديناميكية و يجعلها تدخل عالم السوق بكل ثقة و ثبات.

⁵⁸ شكري بلعوي، واقع إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الثقافية الجزائرية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا، تخصص تنمية و تسير الموارد البشرية، جامعة منتوري قسنطينة، صفحة 34، السنة الجامعية 2008-2009.

⁵⁹ زموري زينب، دور المؤسسات الثقافية في التنمية الثقافية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، من قسم العلوم الاجتماعية، جامعة بسكرة، صفحة 104، السنة الجامعية 2015-2016،

⁶⁰ المرجع نفسه، ص. 104.

و يمكننا عموما القول بأن للمؤسسات الثقافية كيانها الخاص، بما فيها الصناعة الثقافية التي تركز على الإنتاج الصناعي للتعبيرات الثقافية القائم على عوامل السوق و التكنولوجيا (أقراص مدمجة CDS، فيديو، كتب). كما أن الإنتاج و التقديم و التوزيع و التعليم في الثقافة هي عمليات تقوم على حرية التعبير المعترف بها في معاهدات و اتفاقات دولية عديدة للأمم المتحدة، و غيرها. كما أن المنتجات الثقافية تحميها أيضا قواعد و تنظيمات عامة و أخرى محددة لحقوق الطبع-النسخ، بحيث يكون من المستحيل التعامل مع الفن و الثقافة بدون احترام المبدعين. فضلا عن ذلك، توجد عادة قواعد وطنية و دولية لاحترام القيم الفنية، و الثقافية، و التاريخية في العلاقات الاقتصادية و تخطيط المدن و كذا التخطيط الإقليمي (التراث الثقافي)، فهي إذن عبارة عن محمية توطرها القوانين.⁶¹

يمكن أن نخلص إلى أن ما نقصده بالمؤسسة الثقافية في هذه الدراسة هي تلك التي يتوجه جل اهتمامها للثقافة، كالمتاحف، المسارح، و المكتبات، المراكز الثقافية، و الهيئات المشرفة على الحياة الثقافية، و نستثني منها المؤسسات الاجتماعية الرياضية أو الشبابية، كدور الشباب أو مركز تنشيط و إعلام الشباب و كذا المؤسسات التعليمية، كالمدارس و الجامعات دون أن نتجاهل الدور الثقافي الذي تقوم به أثناء تأدية وظائفها المعهودة.

الفرع الثاني: أنواع المؤسسات الثقافية

➤ المديريات الثقافية :

في إطار جهود الدولة في تنمية القطاع الثقافي وضعت هيكل تنظيمي يراعي التنوع الثقافي و يسمح بالانفتاح و التواصل المباشر مع الفاعلين الثقافيين على المستوى المحلي، وسعيا منها أيضا للحد من المركزية التي اتسمت بها السياسة الثقافية في مجال التسيير الإداري المرتبط بالنشاط الثقافي على المستوى المحلي لتلبية الحاجيات و التطلعات المتزايدة في المجال الثقافي، و ضرورة توفر مصالح إدارية خاصة بهذا النشاط، قامت الدولة سنة 1994 بإنشاء مديريات ولائية للثقافة وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 414/94 المؤرخ في 1994/11/23 المتضمن إحداث مديريات الثقافة، و هو الإجراء الذي سبقته قرارات سابقة تجسدت في إحداث إدارات للإعلام و الثقافة في الجزائر العاصمة، وهران و قسنطينة سنة 1974، و هي أيضا المديريات التي عوضت إدارات الثقافة و الاتصالات التي أنشأت سنة 1992، و من أهم المهام الموكلة لهذه التنظيمات :

تشجع العمل المحلي في ميدان الإبداع و الترقية و التنشيط الثقافي و الفني.

⁶¹ جيب هاجورت، إدارة الفن على نمط العمل الحر، تر : ربيع وهبة، القاهرة، دار شرقيات للنشر و التوزيع، ط.1، 2009، ص.39.

تنشط أعمال الجمعيات ذات الطابع الثقافي و تنسّقها و تمسك بطاقة خاصة بها. تبدي رأيها في طلبات الإعانة التي تقدمها الجمعيات المذكورة. تقترح و تساعد، بالاتصال مع السلطات و الهيئات المحلية المعنية أي مشروع لإنشاء هياكل جديدة ذات طابع ثقافي و تاريخي و إقامتها.

تتابع و تدعم الأنشطة و المؤسسات المحلية و الجهوية في التكوين و البحث المتصلين بالثقافة.⁶² هذه أهم المهام و أخرى أيضا تتصل بالأدوار التي أوكلت للمديريات الولائية للثقافة للقيام بها قصد تنشيط الفعل الثقافي بأبعاده المختلفة و التي نستشفها من النقاط السابقة : تفعيل الأنشطة الثقافية بالشراكة مع الجمعيات الثقافية، و أيضا تمويل هذه الأخيرة بإبداء رأيها في طلبات الجمعيات، و تدعيم و متابعة كل ما يتعلق بالأنشطة التي تعنى بالمجال الثقافي تكويننا و بحثنا.

و تأتي أهمية المديريات الثقافية بالإضافة إلى كونها المشرف الأول على السياسة الثقافية على المستوى الولائي، إلى احتكاكها اليومي بالواقع الثقافي و الخصوصية الثقافية النابعة من التنوع الثقافي في الجزائر الذي يقتضي نوع من اللامركزية الثقافية، و الأهم من ذلك هو نجاح السياسة الثقافية على المستوى المحلي مرتبطة إلى حد كبير بفعالية هذه المنظمة و مدى كفاءة المشرفين على توجيهه و استخدام الكفاءات المبدعة سواء الموجودة داخل المنظمة أو تلك الموجودة في المجتمع و تمثله ثقافيا و أيضا التنسيق بين التنظيمات الثقافية المختلفة لإحداث التكامل الوظيفي بين الفاعلين الثقافيين و هو الكفيل بتحقيق الفعالية، و على أهمية هذا الدور المنوط بالمديريات الولائية في تنفيذ السياسة الثقافية إلا أن المشرع ربط هذا الدور وظيفيا مع الجمعيات الثقافية، من خلال عملية التمويل أو اقتراح البرامج و النشاطات المختلفة حيث أكد على من أدوارها أنها " تعد و تقترح، بالتشاور مع المؤسسات و الجمعيات و الشخصيات التي تمثل عالم الثقافة برامج العمل الثقافي المتعدد السنوات"⁶³، و هو ما يجعل من فعالية هذه المنظمات الثقافية مرتبط بفعالية العلاقة الوظيفية التي تربط بينهم و التي تتجسد في نجاح التنسيق و التعاون بين الفاعلين المختلفين في القطاع الثقافي، و رغم أهمية التكامل الوظيفي بين مختلف البناءات في القطاع الثقافي من خلال التنسيق و التشاور لنجاح السياسة الثقافية، إلا إن الملاحظ اليوم هو وجود الكثير من الصراعات بين المنظمات الخاضعة للوصاية و الجمعيات الثقافية، و التي يرجع أغلبها لعدم

⁶² مرسوم تنفيذي رقم 94-414 المرجع السابق، ص.23.

⁶³ نفس المرجع، ص.23.

التوافق على نوعية البرامج الثقافية و غياب معايير واضحة للتمويل و الطرق الملتوية في الحصول عليه, و ضعف منظومة الاتصال و الممارسات البيروقراطية المتجذرة في الإدارة الجزائرية.

➤ المسرح :

يعتبر المسرح الجزائري من أهم المنظمات الثقافية الحاضرة في النشاط الثقافي رغم مختلف المعوقات التي واجهته منذ بداية نشاطه إلى يومنا هذا, والمسرح ليس جديدا كل الجدة على الجزائريين كان عندهم نوع من المسرح يسمى الكركوز ولكن الفرنسيين ألغوه سنة 1841 بدل أن يطوروه أو يهذبوه إن كان صحيحا ما ادعوه عنه من الخشونة والوقاحة^{64, 1} وهو ما يكشف عن المحاولات الفرنسية التي تخفي وراءها أهداف كامنة ومساعي لطمس كل ما يرمز لهوية الأمة الجزائرية من مؤسسات وأبعاد أو كل مؤشر عن الحياة الثقافية للجزائريين, إلا أنه في " الثلاثينات عرف المسرح الجزائري عصرا ذهبيا على يد رشيد قسنطيني (1887-1944) ...وتقول ارليت روث في كتابها المسرح الجزائري : إن رشيد قسنطيني ألف أكثر من مائة مسرحية واسكتش وقرابة ألف أغنية ... وتذكر ارليت روث أيضا من فناني الثلاثينات محي الدين باشرزي الذي زوال الإنشاد الديني في شبابه ثم تحول إلى الغناء واشتغل مدرسا للموسيقى واتجه من بعد إلى المسرح⁶⁵² وهو ما يكشف عن التطور والثراء الإنتاجي الذي عرفه المسرح الجزائري مقارنة مع الظروف القاهرة آنذاك, وقد كان لهذه المؤسسة دورا فاعلا منذ ثورة التحرير حيث قدم دورا توعويا ووجه نشاطه لخدمة الهدف السياسي لجبهة التحرير الوطني سعيا منه لأداء دوره كاملا على غرار فريق جبهة التحرير في المجال الرياضي والطلبة الجزائريين في المجال التعليمي وغيرهم, وانطلاقا من الواجب الوطني توحدت الجهود والأهداف لدى الفاعلين في المسرح الوطني الجزائري لتقديم الإضافة المطلوبة لتحقيق الاستقلال, وقد اتخذت جبهة التحرير الوطني قرارا بتشكيل فرقة مسرحية لتعزيز الدور والبعد الثقافي في الكفاح من أجل الاستقلال⁶⁶ وقد كان مسعى هذه الفرقة موجها بادئ ذي بدء نحو جيش التحرير الوطني والجزائريين اللاجئين في كل من تونس والمغرب وكذا البلدان الأجنبية وذلك بغية اطلاعهم على الكفاح الذي يخوضه الشعب الجزائري^{66 3} وهو ما يكشف عن استيعاب القيادة الثورية لأهمية البعد الثقافي في مسيرة التحرير ومن أجل ذلك تم ميلاد الفرقة الفنية الجزائرية وقدمت أول عرض مسرحي عنوانه نحو النور اليوم

⁶⁴ أبو قاسم سعد الله , تاريخ الجزائر الثقافي, الجزء الخامس, دار الغرب الإسلامي, بيروت, 1998, ص 410
⁶⁵ علي الراعي, المسرح في الوطن العربي, سلسلة عالم المعرفة, المجلس الوطني للثقافة, الكويت, 1980, ص 416
⁶⁶ عبد القادر بن دماش, المرجع السابق ص 12 .

24 ماي 1958 في المسرح البلدي بتونس⁶⁷، وقد كان الهدف هو نقل صورة عن الحرب الهمجية التي تقودها فرنسا على الجزائر، ومن جهة أخرى المأساة والنضال والكفاح الجزائري لإثبات خصوصية عكس ما تروج له الدعاية الفرنسية.

بعد الاستقلال تم تنظيم المسرح الجزائري في شكل مؤسسة عمومية، فقد أنشئ المسرح الوطني الجزائري بموجب المرسوم رقم 12-63 المؤرخ في 08 / 01 / 1963 المتعلق بتنظيم المسرح الجزائري، ثم جاء الأمر رقم 38-70 المؤرخ في 12 / 06 / 1970 الخاص بإعادة تنظيم المسرح الوطني الجزائري والذي يؤكد على عمومية المسرح وطابعه الصناعي والتجاري، ونفس الشيء بالنسبة للمسارح الجهوية وفقا للأمر 39-70 المؤرخ في 12 / 06 / 1970 المتضمن القانون الأساسي للمسارح الجهوية⁶⁸، وعلى الرغم من التطور التشريعي الذي عرفته مسيرة المسرح الجزائري إلا أنه يمكن حصر الأدوار المنوطة به في :

- إنتاج عرض وتظاهرات فنية وثقافية، وتعريف المواطن بتراث الثقافي.
- المساهمة في ترقية الفنون المسرحية الموجهة للطفل.
- منح الفرصة وتشجيع المواهب لإبراز قدراتهم وإبداعاتهم في مجال الفنون المسرحية.
- تقديم عروض مسرحية أجنبية للاحتكاك والاطلاع على التجارب العالمية في هذا الميدان.
- المشاركة في التظاهرات الدولية التي تشرف عليها الوصاية للتعريف بالتراث الوطني.
- إشراك الجامعة والتكوين المهني والتربية الوطنية في تنظيم لقاءات ومحاضرات لنشر ثقافة المسرح وسط الشباب.⁶⁹

هذا طبعا لبعض المهام الأخرى التي يتكفل بها المسرح خاصة في مجال مسرح الأطفال الذي يلقي إقبالا متزايدا في ظل نقص أماكن الترفيه الخاصة بهذه الفئة في الفضاءات العمومية، وهو ما يكشف عن أهمية البعد التربوي للثقافة والعمل المسرحي بالخصوص إذا تم تخصيص برامج تربوية للأطفال بالتنسيق بين قطاع التربية والثقافة وقطاعات أخرى لها علاقة بتربية النشأ، من خلال استغلال توجه فئة الأطفال إلى المسرح، غير أن نشاطات هذه المسارح يبقى محدودة جغرافيا بمقر التواجد الذي غالبا ما يكون الولاية، وهو ما يحرم فئات مجتمعية كثيرة من الاستفادة من هذه النشاطات .

⁶⁷ نفس المرجع، ص13.

⁶⁸ مخلوف بوكروج، المرجع السابق ص 68 69 بتصرف

⁶⁹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرسوم تنفيذي رقم 94-414 مؤرخ في 19 جمادي الثانية عام 1415 الموافق لـ 23 نوفمبر 1994 يتضمن أحداث مديريات الثقافة في الولايات وتنظيمها، العدد 79، ص 70 69 بتصرف .

➤ السينما :

رغم التأخر الزمني في الظهور للسينما الجزائرية إلا أنها قدمت تجربة رائدة وفازت بمكانة لا بأس بها على الأقل مقارنة بالدول العربية⁷⁰ قبل حرب التحرير وحتى عام 1946 لم يكن في الجزائر سوى مصلحة فوتوغرافية واحدة، وفي عام 1947 أنشأ الفرنسيون مصلحة سينمائية أنتجت عددا من الأشرطة القصيرة عرضت وترجمت في أغلبيتها إلى لغتين وهذه الأفلام تنقسم إلى الأنواع التالية :

- أفلام تتعلق بالآداب، والعادات الجزائرية.
- أفلام ثقافية ووثائقية.
- أفلام حول التربية الصحيحة والزراعة.
- أفلام عن الدعاية السياسية.

وقد شكلت السينما أداة مميزة أثناء حرب التحرير، وإيماننا من القيادة الثورية بدور الإعلام والثقافة في إبراز الخصوصية الثقافية للأمة الجزائرية والنشاط السياسي والعسكري للثورة فقد كان لزاما الاستعانة بالدور الثقافي للإعلام الذي لم يتخلف عن القيام بدوره، وقدم العديد من الشهداء على غرار : "فاضل معمر زيتوني، عثمان مرابط، مراد بن رايس، صلاح الدين سنوسي، فردلي الغوتي مختار، عبد القادر حسينة سليمان بن اسمعان، لي جنادي"^{70 1}

وتلعب السينما كأحد أهم التنظيمات الثقافية دورا مهما في تعزيز وترسيخ، والمحافظة على مقومات الهوية الجزائرية، وهو الدور الذي أخذ بعين الاعتبار في السياسة الثقافية في شقها التشريعي من خلال القانون الخاص بفن السينما، أين أكد على أن أحد أهم أهداف النشاط السينمائي هو :

- تشجيع ثقافة متجذرة في القيم الوطنية، الإسلامية، العربية والأمازيغية ومنفتحة على العالم.
- تشجيع روح التضامن، والعدل، والتسامح والسلام الوطنية.
- إبراز تراثنا التاريخي وكذلك إظهار بطولات المقاومة الوطنية عبر التاريخ.⁷¹²

والمراجع لحيثيات هذه المادة يلمس أهمية الدور المنتظر من النشاط السينمائي في المحافظة على أبعاد الثقافة الجزائرية، كما يتضح أن السياسة الثقافية في شقها السينمائي منفتحة على الثقافات الأخرى من خلال تأكيد التشريعات المختلفة على أن هدف النشاط السينمائي هو تشجيع ثقافة منفتحة على العالم أي

⁷⁰ نفس المرجع ص 23 .

⁷¹ الكسان جان، السينما في الوطن العربي، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني والفنون والآداب، الكويت، 1982، ص216

أن السينما تتضمن بعدي الأصالة والمعاصرة فهي تحافظ على مقومات الهوية مع الأخذ بعين الاعتبار الانفتاح على الثقافات العالمية.

إلا أن النشاط السينمائي في الجزائر لا يزال ضعيفا ومتخلفا إن لم نقل غائبا مقارنة مع الدينامية التي تشهدها حتى دول إفريقيا كنيجيريا، وهو ما تفسره وضعية قاعات السينما المتواجدة عبر أنحاء الوطن حيث يوجد أغلبها في حالة مزرية بين الإغلاق والإهمال، ما يؤشر على فشل السياسة الثقافية في المجال السينمائي رغم ما تزخر به الجزائر تاريخيا وثقافيا وسياسيا والذي يمكن أن يشكل رصيда تنطلق منه الأعمال السينمائية للقيام بوظيفتها الاجتماعية والثقافية، بل إن الوظيفة الاقتصادية للسينما باتت تحتل مكانة رائدة في اهتمامات الفاعلين السياسيين والثقافيين.

➤ المتحف :

تعود لفظة متحف *muséum-musée* إلى كلمة لاتينية هي *mouseion* التي أطلقها الإغريق على مبدع مشيد على تل هيليكون قرب اكربولأثينا، وكان هذا المبدع مخصصا لربات الفنون اللاتي يدعون موزيس *muses*، وكانت كل واحدة من هذه الربات ترعى نوعا من أنواع الفنون، وكان هذا المبدع يضم كنوزا فنية هامة مقدمة للآلهة.⁷²¹

أما في اللغة العربية فان لفظة متحف مشقة من (أتحفه به) أي أهده إله، ولفظه (تحفة) تعني الهدية والشيء الفاخر الثمين، كما تدل كلمة المتحف على معنى المكان الذي تجمع فيه الهدايا والأشياء الفاخرة والثمينة والآثار الفنية والممتلكات الثقافية والنفائس والقطع النادرة التي تهفو النفوس إلى رؤيتها، وتتطلع إلى التأمل فيها والإعجاب بها وغيرها من المواد الأخرى.

و للمتاحف أهمية عظيمة ومتنوعة وهذه الأهمية تكمن في النقاط التالية :

- أنها معاهد ومراكز علمية وثقافية ومصدر معرفي متنوع.
- بسيط تساعد في نقل الحقائق إلى الزائرين سواء كانوا كبار أم صغار في أقل وقت وبأسلوب ومؤثر.
- توفر فرص مفيدة للتعاون الفعال في عملية الدراسة .
- تنمي في النشء اتجاهات خاصة مثل الملاحظة الدقيقة والتفكير المنطقي السليم.

⁷² مالكي زهير، مكتبات المتاحف الوطنية الجزائرية "شروط وإمكانيات الربط على شبكة انترنت"، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة وهران، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، تخصص التكنولوجيات الحديثة للتوثيق والأرشيف، ص، 24-25، السنة الجامعية 2009-2010.

- تساعد في رفع قدرة الزائر على تفهم مركزه في بيئته المحلية، ومدى عظمة التطور الفني والتاريخي والحضاري لباده بين العالم.
 - عبارة عن وسيلة فعالة لتوصيل الأفكار الخاصة بالانجازات الثقافية للشعوب الأخرى، للتقاليد الخاصة بكل شعب .
 - أماكن مريحة ليس بها أي ضغوط مما يسمح للمرء أن يتعرف على العلوم المتنوعة بالسرعة التي تناسبه.
 - تلعب دورا هاما في نشر التعليم في وقت أقل وبأسلوب بسيط ومؤثر .
 - إن أسلوب الرؤية في المتحف صالح لعرض مجموعة من الحقائق في وقت واحد في موضوع متشعب.
 - تمد المتاحف الزائر بتعريف المعروضات وشرح لها كخطوة أولى نحو تفهمها.
 - يعرض المتحف معروضاته بشكل يؤدي إلى التمتع والدراسة ومصدر من مصادر المعرفة والفنون...
 - تساعد العلماء و الباحثين في مجال البحث والاستقصاء وتزودهم بما يحتاجون إليه من مواد ومعلومات لا يستغني عنها في البحث العلمي.
 - من الناحية الإعلامية والسياحية تعتبر المتاحف واجهة مهمة من واجهات أي دولة حيث تعطي للزائر فكرة واضحة وصورة جلية لمعالم تلك الدولة مما يترتب عليها نمو في الحركة السياحية وازدهار الاقتصاد الوطني.⁷³¹
 - أن المتاحف تعد من إحدى وسائل الترفيه للكبار والصغار من الجمهور لقضاء بعض الوقت للاستمتاع بمشاهدة المعروضات الأثرية والفنية.
 - تساعد على التواصل الحضاري عبر الأجيال للمحافظة على الذاكرة العامة للوطن من الماضي إلى المستقبل عبر الحاضر.
- وللمتاحف أهمية ثقافية لا تقتصر على المتعلمين أو المتخصصين فقط، بل تمتد إلى كل من يدخل المتحف، لما في تلك المتاحف من معروضات وأحداث تساهم في تنوع الخبرات وتعزز من الارتقاء بالذوق العام لدى الجمهور.

⁷³ عوض عمر قندوس، متاحف مكة المكرمة وأساليب تطورها "دراسة تحليلية"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم التربية الفنية ص، 40-41، السنة الجامعية 2008-2009.

➤ المراكز الثقافية :

تعتبر المراكز الثقافية أيضا من الآليات التي سعت الدولة من خلالها لإحداث لا مركزية ثقافية من خلال النشاطات الثقافية التي تقوم بها، فإذا كانت المديريات تمثل السلطة التنفيذية على المستوى الولائي، فإن المراكز الثقافية تمثل هيكلا على المستوى المحلي للقيام بالتنشيط الثقافي على المستوى البلدي، و رغم أهمية هذا الدور المنوط بالمراكز الثقافية إلا ما يجذب الانتباه هو الوضعية القانونية و التنظيمية لهذه المؤسسات التي تعرف وضعاً قانونياً يعوق نشاطها، حيث تقتقد لقانون أساسي يسيّر الوضعية المهنية لموظفي هذه المؤسسات، بالإضافة إلى أن المراكز الثقافية تخضع لعدة جهات كبلدية و مديرية الثقافة و مديرية الشباب و الرياضة، و هي الوضعية القانونية و التنظيمية التي لا تسمح بتفعيل دور المراكز رغم الأهمية و الدور الذي يمكن أن تلعبه في المجال التربوي و الاجتماعي خاصة في المناطق التي تفتقر للمرافق الثقافية، و هو ما يستدعي إعادة النظر في وضعية هذه المؤسسات.⁷⁴

➤ دار الثقافة :

يعتبر دار الثقافة من المؤسسات الثقافية المهمة من خلال ما توفره من مساحة للنشاطات الثقافية المختلفة بالشراكة مع الجمعيات الثقافية أو مع غيرها من الفاعلين الثقافيين كما تعتبر هذه الدور فضاءات للمطالعة و معارض للكتاب فهي تمثل عبر نشاطها المختلفة حلقة مهمة في النشاط الثقافي على المستوى المحلي من خلال وظيفتها التثقيفية التي تكمل وظائف التنظيمات الأخرى، و من المهام المنوطة بدار الثقافة هي :

- بعث الإبداع و نشر الأعمال الفنية و الأدبية و تشجيعها.
- المساعدة في كشف التراث الثقافي، و التاريخي الوطني و التعريف به.
- تلقين مختلف ألوان الفنون و الثقافة.
- تشجيع المطالعة العمومية و تطويرها.
- تثمين التقاليد و الفنون الشعبية.
- تنظيم معارض و ملتقيات و زيارات ثقافية.
- نشر الوثائق و المجالات و التشجيع على نشرها.
- تنظيم مبادلات ثقافية و فنية مع المؤسسات المماثلة.

⁷⁴ بايع راسو خلدون، المعوقات السوسيو تنظيمية لفعالية المنظمات الثقافية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه العلوم الثالث في علم الاجتماع، تخصص تنظيم و إدارة المجتمع الحضري، جامعة باتنة 1، ص 234، السنة الجامعية : 2020-2021.

- تقديم مساعدات تقنية للمراكز و النوادي الثقافية و الجمعيات الثقافية الموجودة في الولاية.⁷⁵
- و تعتبر هذه المهام التي تتكفل به دور الثقافة عن أهمية حيوية لأنها تشمل العديد من النشاطات التي لها علاقة مباشرة بالحياة اليومية للمواطنين خاصة في ما يتعلق بالمعارض الثقافية للكتب و المطالعة، بالإضافة إلى العلاقة الوظيفية الهامة مع الجمعيات الثقافية التي تحتاج إلى مثل هذه الفضاءات لتقديم برامجها خاصة مع إشكالية المقرات التي تعاني منها الجمعيات.
- و يمكن الإشارة أيضا إلى أن مفهوم الثقافة المتعدد الأبعاد جعل منها تحظى باهتمامات من قطاعات أخرى، كما أن سعي الدولة لإضفاء و تعزيز اللامركزية على العمل الثقافي و إشباع الحاجيات المتزايدة لأفراد المجتمع في هذا الشق، دفعها إلى إعطاء صلاحيات في المجال الثقافي للجماعات المحلية من أجل تسيير الهياكل الثقافية المحلية و تمويل النشاطات الثقافية و مرافقة الجمعيات الثقافية، فنجد على مستوى الولاية، لجنة خاصة بالشؤون الثقافية تهتم بالجانب الثقافي من خلال التمويل و السهر على متابعة النشاط الثقافي على المستوى الولائي.
- و يدار الملف الثقافي لبلدية ما من خلال دائرة ثقافية ينشئها المجلس الشعبي البلدي، و تتركز السياسة الثقافية للمجلس الشعبي البلدي حصريا تقريبا على إقليمه، و هو يشجع الفنانين المحليين و يوظف الإجراءات الخاصة به لاستيراد الهياكل الثقافية أو لتشييدها، و يكشف الدور الذي تقوم به البلدية من خلال اللجنة المكلفة بالشؤون الثقافية عن أهمية فعالية العلاقة البنائية و الوظيفية بين البلدية كجماعة محلية تنتمي لوزارة الداخلية و التنظيمات الثقافية الأخرى التابعة لوزارة الثقافة، فترك الأجزاء تتصرف بطرق شخصية أو غير مهيكلة وظيفيا و تشريعيا و بعيدا عن توجيه النسق الكلي يضيف نوع من الفوضى على العمل الثقافي ينعكس في البرمجة غير المتوازنة و إغلاق الهياكل الثقافية المحلية و عدم الاستفادة من خدماتها، و الملاحظ أيضا " أن الروابط بين وزارة الثقافة و السلطات الثقافية معقدة و تختلف من ولاية إلى أخرى، في الواقع تعتمد هذه الروابط الشخصية بشكل خاص على الألفة و أوجه التجانس بين مسؤولي الجانبين و رغبتهما في التعاون و بالتالي يمكن أن نجد ولايات تعمل فيها إدارة الثقافة و لجنة الشؤون الثقافية في تعاون وثيق بينما لا يوجد في ولايات أخرى أي اتصال بينهما"⁷⁶، وهي العلاقات التي تؤثر على فعالية العديد من العمليات التنظيمية كالاتصال و التمويل و النشاط الثقافي، و تشجع على ظهور السلوكيات السلبية المرافقة للبيروقراطية، كجماعات الضغط و تعزيز مناطق الشك للتنافس

⁷⁵ مرسوم تنفيذي رقم 236-98 مؤرخ في 28 يوليو 1998 يتضمن القانون الأساسي لدور الثقافة، الجريدة الرسمية العدد 55، المادة 04، ص.5.

⁷⁶ كساب عمار بن سليمان دنيا، دراسة مقارنة عن بعض جوانب السياسات الثقافية في الجزائر و تونس و المغرب و مصر ميزانية الثقافة اللامركزية التبادل الثقافي، المورد الثقافي، القاهرة، 2013، ص.12.

على مصادر التمويل في إطار الصراع الذي يزداد في ظل غياب علاقات تنظيمية واضحة يرسمها هيكل تنظيمي و تشريعي، أو من خلال النشاطات المناسباتية و العلاقات الزبونية بعيدا عن الحاجيات الثقافية الحقيقية للمجتمع، و هي نتيجة لترك العلاقات التنظيمية تحكمها علاقات غير رسمية بين مسؤولي التنظيمات المختلفة بسبب غياب سياسة تتضمن تشريع هذه العلاقات ووضعها في إطار القانوني الذي تحتكم له هذه الأطراف و ينسق علاقاتها، و هو ما يقود في الأخير إلى تقديم المصلحة الشخصية و سيادة العلاقات غير الرسمية بين المنظمات في غياب تشريعا واضحة ترسمها السياسة الثقافية، و هو ما يشكل تهديدا لمصالح النسق الكلي لمصالح ضيقة.⁷⁷

الفرع الثالث: أدوار ووظائف المؤسسات الثقافية

لقد كان دور المنظمات الثقافية دورا متقدما و محوريا في استقلال الجزائر و شاركت جنبا إلى جنب مع الفاعلين الآخرين في جبهة التحرير الوطني، واضطلعت بدورها كاملا في إيصال رسالة أول نوفمبر داخلها و خارجيا، و كشفت الغطاء عن المناورات الفرنسية التي حاولت إيهام المجتمع الدولي أن ثورة الجزائر مجرد عصابات إجرامية، و هو الدور الذي عملت التنظيمات الثقافية على القيام به انطلاقا من البعد الثقافي للمقاومة، حيث شارك المسرح في فعاليات في الداخل و الخارج(تونس، المغرب، العراق، روسيا، الصين...الخ) للتعريف بالقضية الوطنية، فقد كان دور المسرح كتنظيم ثقافي كما جاء في "جريدة المجاهد" سنة 1960 هو التعبير عما يحدث و الوضع الراهن هو الكفاح و الثورة، وعندما نعبر في المسرح عن الواقع الجزائري الحالي، فإننا نتحمل مسؤولية ثقيلة تجاه الجماهير الأجنبية حتى نكون على معرفة جيدة و إدراك أفضل لعمل الجزائر و هذا من خلا أنشطتنا⁷⁸.

إذن فالتنظيمات الثقافية تلعب دورا مهما في التعريف بواقع البلاد و نقل صورة حقيقية لهذا الواقع في فترات السلم كما في فترات الحرب و هي في نفس الوقت نفي لواقع سياسي و ثقافي أرادت فرنسا فرضه و تسويقه للخارج.

- لا يخفى اليوم أن دور الصورة في الإعلام و التأثير و التوجيه و التحكم في الجماهير باتت تتزايد بسبب التطور التكنولوجي و الديناميكية في استعمال وسائل الاتصال، و مع بروز مفهوم العولمة وانتقاله من المجال الاقتصادي إلى المجالات الأخرى و ظهور العولمة الثقافية من خلال محاولة اعتماد ثقافة عالمية أصبح دور المنظمات الثقافية، "أكثر أهمية للإسهام في ترسيخ الثقافات المحلية و

⁷⁷ بايع راسو خلدون، المعوقات السوسيو تنظيمية لفعالية المنظمات الثقافية، مرجع سابق، ص. 236-237.

⁷⁸ بن دماش عبد القادر، الفرقة الفنية لجبهة التحرير الوطني 1958-1962، منشورات انترسيني، الجزائر، 2007، ص. 15.

المحافظة عليها من الذوبان في إطار عولمة الثقافة، و ما يؤكد هذه العولمة الثقافية في شكلها الأدبي أو الثقافي الشعبي، فتأثير هذا الانتشار لا يتوقف عند متابعة الجماهير لما ينشر أو يعرض سينمائيا أو تلفازيا و إنما في هيمنة اللغة و أنماط الكتابة و الأساليب على الآداب و الثقافات الأخرى⁷⁹، وقد تلعب السينما هنا كمنظمة ثقافية دورا مميزا ثقافيا و تربويا للحد من التأثير المتزايد للعولمة الثقافية، و نفس الشيء بالنسبة للمسرح الذي بإمكانه القيام بوظيفة اجتماعية و تربوية و تثقيفية تسمح للناشئة بالتمسك بثقافتها بدل الذوبان أو الانبهار بما تقدمه وسائل الإعلام و التواصل الاجتماعي، كما لا يقل دور الجمعيات الثقافية كمكون مهم للمجتمع المدني في مجابهة التحديات التي تفرضها العولمة بوسائلها و إمكانيتها المختلفة من خلال نشاطاتها، خاصة و أنها تعبر عن التنوع الثقافي للمجتمع.

- تهتم المؤسسات الثقافية بالموروث الثقافي المادي و اللامادي (أثار، كتب، مسرح...الخ) و هو ما يسهم في الحفاظ على هذا الموروث من الضياع المباشر أو المتعمد خاصة سرقة الآثار أو عن طريق الضياع غير المباشر كالإهمال الذي تتعرض له المواقع الأثرية كموروث مادي أو بعض العادات و التقاليد التي باتت في محل النسيان و في طريقها للاندثار، و هو الدور الحيوي المنتظر أن تؤديه الجمعيات و المؤسسات الثقافية في المحافظة على هذا الموروث و تثمينه و التعريف به كأداة أساسية لتعميق و تعزيز الشعور بالانتماء لثقافة هذا الوطن و هو ما يسهم في ترسيخ المواطنة لدى الأجيال الصاعدة و ربطها بتاريخها من خلال إبراز دور الأجداد الحضاري و الثقافي عبر العصور.

- تلعب المؤسسات الثقافية بتنوعها دورا هاما في العمليات التحسيسية، "و لا شك أن الانتشار الواسع للتوعية عن طريق ما تحققة أجهزة التثقيف العامة على المستوى البصري كالطباعة و النشر و الصحافة و الكتابة أو على المستوى السمعي البصري كالسينما و التلفزة، كل ذلك و ما شبهه قد تجاوزه حواجز العزلة الثقافية و قضى على القواعد التي حرمت فئات الشعب من كل ماله صلة بترائه و مقوماته الوطنية"⁸⁰، نتيجة السياسة الثقافية التي انتهجها الاستعمار الفرنسي، و من هنا فإن إعادة ربط الشعب بأصوله و جذوره و توعيته و تثقيفه و مختلف الجهود التي تقوم بها المنظمات الثقافية هو دور حيوي في تحقيق المواطنة التي تنعكس في ارتباط الفرد و المجتمع بأصوله بطريقة أو بأخرى.

⁷⁹ الخليل سمير، دليل مصطلحات الدراسات الثقافية و النقد الثقافي إضاءة توثيقية للمفاهيم الثقافية المتداولة، دار الكتب العلمية، بيروت، د ت، ص230.

⁸⁰ السويدي محمد، دراسة المجتمع الجزائري تحليل سوسيولوجي لأهم مظاهر التغيير في المجتمع الجزائري المعاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص42.

- الثقافة هي أحد الحقوق المدنية و هي الحاجيات و الحقوق التي تسعى أي دولة لتوفيرها لمواطنيها على غرار الحقوق السوسيو سياسية و الاقتصادية، و يكمن دور المؤسسات الثقافية هنا في توفير و إشباع هذه الحاجيات عن طريق مخرجاتها المختلفة (عروض مسرحية، كتب، نشاطات ثقافية مختلفة...).
- في عصر العولمة فإن الاحتكاك و الاندماج بين الثقافات أصبح أمراً مألوفاً و له انعكاسات ايجابية و قد تكون سلبية أيضاً، و هنا دور المؤسسات الثقافية هو المحافظة على أي تأثير سلبي قد يمس بهوية الأمة عن طريق التنشئة الثقافية، "فلكي يصبح الفرد عضواً كامل العضوية في أي ثقافة أو ثقافة فرعية فعليه أن يتعلم و أن يستخدم أنماط و نماذج السلوك الثقافي سواء الرسمية أو غير رسمية التي تفرضها تلك الثقافة"⁸¹، و هو ما يسهم في اندماج الفرد في بيئته الثقافية، و هذا الدور منوط في جزء منه بالمؤسسات الثقافية من خلال نشاطاتها المختلفة المستمدة من تراث و عادات و تقاليد المجتمع و هي النشاطات التي تسمح مع عوامل أخرى للمواطن بالشعور بانتمائه الثقافي للمجتمع و هو ما يعزز الشعور لديه بالمسؤولية الاجتماعية تجاه مجتمعه و ثقافته للقيام بمختلف الأدوار المنتظرة منه.
- رغم النقاش و الاختلاف القائم حول العلاقة بين الثقافة و الاقتصاد، و المكانة التي تحتلها التنظيمات الثقافية في المجال الاقتصادي إلا انه يتأكد كل يوم الدور الريادي الذي يمكن أن تلعبه المؤسسات الثقافية في دفع عجلة الاقتصاد بأشكال مختلفة من خلال مداخيل السينما أو السياحة الثقافية أو المنتجات ذات الطابع الثقافي، و التي أصبحت تستقطب رؤوس الأموال لما تتيحه من فرص حقيقية للاستثمار، كما أن القطاع الثقافي سواء في شقة الاقتصادية أو الإداري أو الجمعوي بات يشكل وجهة لليد العاملة أي انه يسهم في الحد من البطالة كظاهرة سوسيو اقتصادية و بالتالي المشاركة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية للبلاد.

⁸¹ مارشال جوردن، موسوعة علم الاجتماع، ترجمة محمد محمود الجوهري و آخرون، المجلد 01، المجلس الأعلى للثقافة، مصر، ص. 484.

الفرع الرابع: الحدث في المؤسسة الثقافية

يعتمد أبسط تعريف للحدث الثقافي على أنه "لقاء جمهور و الثقافة حول إبداع فني في مكان و زمان معينين"، بحيث يكون هذا الإبداع ضمن قالب ثقافي يحوي عددا من الرسائل و القيم و المؤثرات الثقافية و الاجتماعية و الحضارية...، بما يتوافق مع أهداف و أسباب وجود الجهة أو المؤسسة المنظمة.⁸²

➤ خطوات إعداد الحدث الثقافي :

إن تنظيم حدث ثقافي ليس مهمة سهلة أبدا، إذ يجب رعاية المشروع و معرفة ما يتطلبه من حيث التمويل و الموارد الأخرى المفيدة لنجاحه.

و فيما يلي بعض الخطوات التي يجب إتباعها لتنظيم حدث ثقافي :

1- الغرض من المشروع : و يكون بتحديد الأهداف و الغايات بوضوح من خلال تنظيم

حدث (مهرجان، حفلة، موسيقية، معرض...الخ)، إضافة إلى طرح السؤال : لماذا يتم تنظيم هذا الحدث ؟

2- بناء فريق : على القائم بالحدث الثقافي أن يجمع حوله المهارات (الإدارة، و البرمجة الفنية و الاتصالات، و ما إلى ذلك) التي ستساعده على تنظيم الحدث و تقديمه في أحسن صورة مما يمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها المسطرة مسبقا.

3- خطة المشروع : ينبغي أن تكون بين المشرف على الحدث و الطاقم التابع له، لقاءات و اجتماعات يتم من خلالها تحديد و اختيار مكان الحدث و تاريخه بشكل مدروس كأن يرتبط مثلا بتاريخ أو مناسبة مما قد يزيد من قيمة هذا الحدث أو التظاهرة، مع السهر على التخطيط المحكم للحدث من خلال توزيع المهام و تحديد المسؤوليات إلى غاية نهاية المهمة.

4- البحث عن التمويل : بعد تحديد الميزانيات التي سيتم تخصيصها للحدث بوضوح، ستكون الخطوة الأخرى هي إيجاد التمويل، بحيث يجب القيام بإعداد ملف و العثور على شركاء محتملين، مع تحديد مهام كل شريك في هذا الحدث.

5- الإجراءات الإدارية : ينبغي التنسيق مع المصالح الإدارية المختصة إقليميا (بلدية- دائرة- ولاية) قبل الحدث، من أجل استكمال الإجراءات الإدارية (التراخيص)، و دفع الضرائب المستحقة لتنظيم مهرجان أو حفلة موسيقية أو عرض آخر.

⁸² Guiaum daouls, comment créer un projet culturel qui détonne, master mini mémoire, année de publication : 2010, recherche insec, paris.

- 6- برمجة المشاركين في الحدث : البرمجة الفنية هي واحدة من قواعد الحدث الخاص بالمؤسسة المنظمة، إذ يجب تحديد الفنانين المشاركين الذين سيؤدون في الحدث الخاص (فنانين، حرفيين، أدباء...الخ)، بحسب نوعية الحدث مع مراجعة حقوق النشر و قواعد المشاركة قبل تقديم الدعوة لهم بالإضافة إلى تقييم تجارب الأداء أو الاختبار المسبق لعروضهم.
- 7- وسائل الإعلام : من الضروري جدا الترويج لأي نشاط أو حدث ثقافي، بهدف تحقيق النتائج المرجوة، كما أنه من المستحسن إرسال بيان صحفي إلى جميع جهات الاتصال الخاصة و المشاركة، بحيث يشمل البيان على جميع المعلومات الأساسية عن المشروع و كذلك المعلومات العملية، كما أنه من الأفضل إذا كان البيان الصحفي لا يذهب لأكثر من جهة واحدة، عن طريق إرسال ملف عبر البريد، كما ينصح دائما بتوزيعه في نسخة إلكترونية.
- 8- وسائط أخرى : من حيث الدعم المرئي، يعد الإعلان أداة فعالة جدا للترويج للحدث و تعزيزه، لذلك توجب الاختيار الجيد لنموذج حدث مميز و مروج للحدث.
- 9- مبيعات التذاكر : بالنسبة للتذاكر يمكن بيعها عبر الانترنت في وقت ما قبل ثلاث أيام على الأقل من بدء الحدث، و في الموقع للأشخاص المتأخرين، ستتاح تصفية التذكرة عبر الانترنت، معرفة حالة المبيعات في الوقت الفعلي مع الحد من قوائم الانتظار.
- 10- يوم الحدث : يتم الترحيب بالجمهور، و الاعتناء بالضيوف الخاصين (شخصيات مهمة)، و التأكد من سلامة الأشخاص و تأمين موقع الحدث (من المهم الاتصال بخدمة الأمن أو الشرطة المحلية)، كما يجب احترام الالتزامات من حيث الوقت البرمجة الفنية (احترام للجمهور).
- 11- بعد انتهاء الحدث : عندما ينتهي الحدث، يجب جمع كل الخدمات اللوجستية، و التحقق من الضرر إذا كان في موقع الحدث و إيجاد ترتيبات مع الموقع، ثم جمع الفريق بأكمله و تقديم تقرير عن العمل المنجز، ثم إجراء تقييم نوعي و كمي، و يتم التحقق أيضا لمعرفة من مدى بلوغ الأهداف و تحديد التحسينات التي يجب إجراؤها للحدث التالي.⁸³

⁸³ حاجي حمزة، إستراتيجية الاتصال الحداثي في المؤسسة الثقافية الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة قسنطينة3، ص.57-58، السنة الجامعية : 2018-2019.

خلاصة :

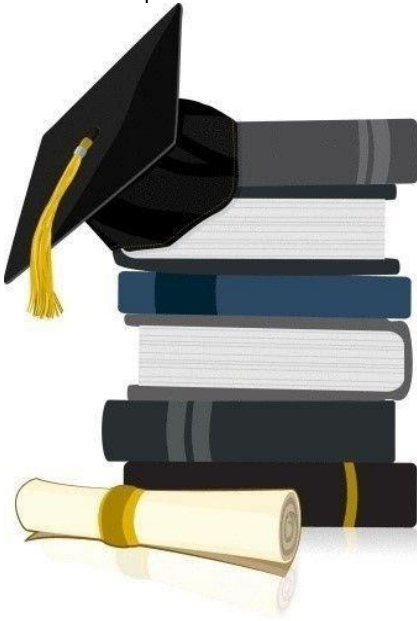
من خلال ما تم التطرق إليه في هذا الفصل فيما يخص الاتصال الحثي و مختلف تقنياته نستنتج مدى الدور الكبير و الأهمية التي يمكن أن يساهم بها الحدث إن نظم بطريقة سليمة في المؤسسة, فهذه الطريقة تتطلب توفر بعض الشروط التنظيمية, التقنية و المادية, فاستعمال الاتصال الحثي بمختلف تقنياته يتطلب المعرفة الجيدة بكيفية استغلال الحدث من أجل تحقيق أهداف المؤسسة, خاصة عندما يتعلق الأمر بمجال يعتبر مناسب لهذا النوع من الاتصال, لأن الثقافة تعتمد في كثير من مجالات تطبيقاتها على نشاطات و مشاريع و برامج هي في حد ذاتها تأخذ شكل الحدث.

إضافة إلى أن نجاح العمليات الحديثة يعتمد على توفر العديد من المتطلبات العلمية و العملية, بدأ بتحديد الأهداف و الأهمية, توفير الإمكانيات و الوسائل الأنسب للأهداف التي يصبو إلى تحقيقها الفاعلين في المجال الثقافي.

و تطرقنا أيضا إلى مفهوم الثقافة, إضافة إلى مكونات و أنواع تظاهرات هذه الأخيرة, كما تعرفنا على المؤسسات الثقافية وأدوار ووظائف هذه الأخيرة, كما حاولنا التطرق إلى أنواع المؤسسات الثقافية, و كما ختمنا هذا الفصل بالتعرف على الحدث الثقافي و أهم خطوات إعداده.

الفصل الثالث

الدراسة الميدانية



الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

تمهيد

المبحث الأول: البطاقة التقنية لدار الثقافة "مولود معمري" تيزي وزو

المطلب الأول: التعريف بدار الثقافة مولود معمري بتيزي وزو

المطلب الثاني: أهداف ومهام دار الثقافة "مولود معمري"

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لدار الثقافة "مولود معمري"

المبحث الثاني: عرض و مناقشة بيانات الدراسة الميدانية

المطلب الأول: التخطيط للاتصال الحدثي على مستوى دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو

المطلب الثاني: الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها دار الثقافة مولود معمري في ممارستها للاتصال الحدثي

المطلب الثالث: الأهداف التي تسعى دار الثقافة مولود معمري لتحقيقها من خلال الاتصال الحدثي

المطلب الرابع: علاقات دار الثقافة مولود معمري مع جمهورها الداخلي و الخارجي من خلال الاتصال

الحدثي

المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة

خاتمة

تمهيد :

يتناول هذا الفصل عرض و تحليل البيانات التي تم جمعها بعد إجراء دراسة ميدانية بدار الثقافة مولود معمري تيزي وزو، من خلال إجراء مقابلات مع عينة من الموظفين المسؤولين عن الاتصال الحثي على مستوى المؤسسة.

فبعد التطرق في الفصل السابق إلى الإطار النظري للدراسة، سنحاول في هذا الفصل استعراض البيانات التي تم جمعها من خلال المقابلة ثم تحليلها و تفسيرها ، وذلك في المبحث الأول و الثاني و اللذان سيشتملان على البطاقة التقنية الخاصة بالمؤسسة، ثم أهم أنواع الاتصال الحثي التي تقوم بها، إضافة إلى أهم الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها المؤسسة، أيضا الأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها وفي الأخير سنتعرف على العلاقات التي تبنيها المؤسسة الثقافية مع جمهورها الداخلي و الخارجي من خلال الاتصال الحثي، في حين سنتوصل في المبحث الثالث و الأخير من هذا الفصل إلى النتائج العامة التي ستكون بمثابة إجابة عن إشكالية الدراسة و تساؤلاتها.

المبحث الأول : البطاقة التقنية لدار الثقافة مولود معمري تيزي وزو :

المطلب الأول : التعريف بدار الثقافة مولود معمري بتيزي وزو :

هي إحدى المؤسسات الثقافية التابعة لولاية تيزي وزو، يرأسها حاليا السيدة "خابيل صافية" و المهمة الرئيسية لها هي ترقية الثقافات الوطنية والشعبية من خلال برامج النشاط الثقافي تشجيعا للتربية والتعبير الفني لدى المواطنين. ويبلغ عدد موظفيها مائة عامل حسب إحصائية 2023.

تم افتتاح دار الثقافة "مولود معمري" تيزي وزو، في 10 أكتوبر 1975، من قبل وزير الإعلام ذلك الوقت، وتعتبر من بين أوائل دور الثقافة التي أطلقت على المستوى الوطني وفقا للمرسوم رقم 244_74 المؤرخ في 6 كانون الأول 1974 بشأن إنشاء دار الثقافة في المدن الرئيسية للولاية، في عام 1989 تم إطلاق تسمية مولود معمري على الدار ، والذي تم في مناسبة الذكرى الأولى لوفاته في 29 فيفري 1990، بحضور كل الفنانين والشخصيات من عالم الثقافة للمنطقة.

و من بين المدراء الذين ترأسوا هذه المؤسسة :

- السيد "حانشي" HANCHI : (افتتاح) سنة 1975.
- السيد "أمين" AMINE: منذ 1975 إلى 1976.
- السيد "أقومي" OUFELLA: من 1987 إلى 1991.
- السيد "ديواني" DIOUANI: من 1991 إلى 1992.
- السيد "يامي" YAMI: من 1993 إلى 1995 .
- السيد "حماني" HAMANI: سنة 1995.
- السيد "الحاج حسن" HACENE LHADJ: من سنة 1995 إلى 2003.
- السيد "ولد علي الهادي" OULD ALI EJ HADI: من سنة 2003 إلى 2015.

- السيدة "نبيلة قومزيان" NABILA GHOUMEZIANE : من 2015 إلى 2022.
- السيدة "خابيل صافية" safia KHABIL : من سنة 2023 إلى يومنا هذا.



المطلب الثاني :أهداف ومهام دار الثقافة "مولود معمري"

تتمثل المهمة الرئيسية لدار الثقافة "مولود معمري" في نشر وتعزيز المنتجات الثقافية التي تشمل التخصصات الفنية مثل المسرح والرقص والفنون البصرية فضلا عن العلوم والتكنولوجيا وبصفة عامة مشاكل المجتمع.

ويدعم الأنشطة الثقافية لدار الثقافة " مولود معمري" المسيرين المدربين بما في ذلك الموسيقى والرقص والدراما والسينما والفنون التشكيلية ...الخ

كما أن المؤسسة الثقافية يرأسها مدير، معين بقرار من طرف وزير الثقافة يساعد في وظائفها رئيس المصلحة الإدارية، رئيس مصلحة الأنشطة الثقافية وكذلك رؤساء الأقسام.

ومن حيث البنية التحتية لدار الثقافة مولود معمري - تيزي وزو - فلها قاعة عرض ومكتبة ومسرح صغير، وقاعتين للمعارض و"48" قاعة لتناوب تلقين التخصصات الفنية، مثل الرقص والمسرح.

و بهدف الحفاظ على العادات والتقاليد والتراث الوطني تقوم هذه الأخيرة مع الحركة الجمعوية والذي هو امتداد طبيعي، وفي إسهامات في التنمية الثقافية في العديد من المناطق.

و بهدف الحفاظ على العادات والتقاليد والتراث الوطني تقوم دار الثقافة مولود معمري - تيزي وزو - بعدة نشاطات من بينها، تبادل الأسابيع الثقافية بين الولايات الوطنية وغيرها من النشاطات. وتقوم كذلك بتلقين مختلف ألوان الفنون والثقافة.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لدار الثقافة "مولود معمري" :

يشمل التنظيم الداخلي لدار الثقافة مولود معمري تيزي وزو تحت سلطة المدير، على ما يأتي :

(أ) مصلحة الإدارة و المالية : وتتكون المصلحة الإدارية والمالية من الفروع التالية :

- فرع المستخدمين والمالية.

- فرع الوسائل التقنية.

وتتكلف بما يأتي :

- التكفل بتوظيف مستخدمي المؤسسات وتسيير حياتهم المهنية

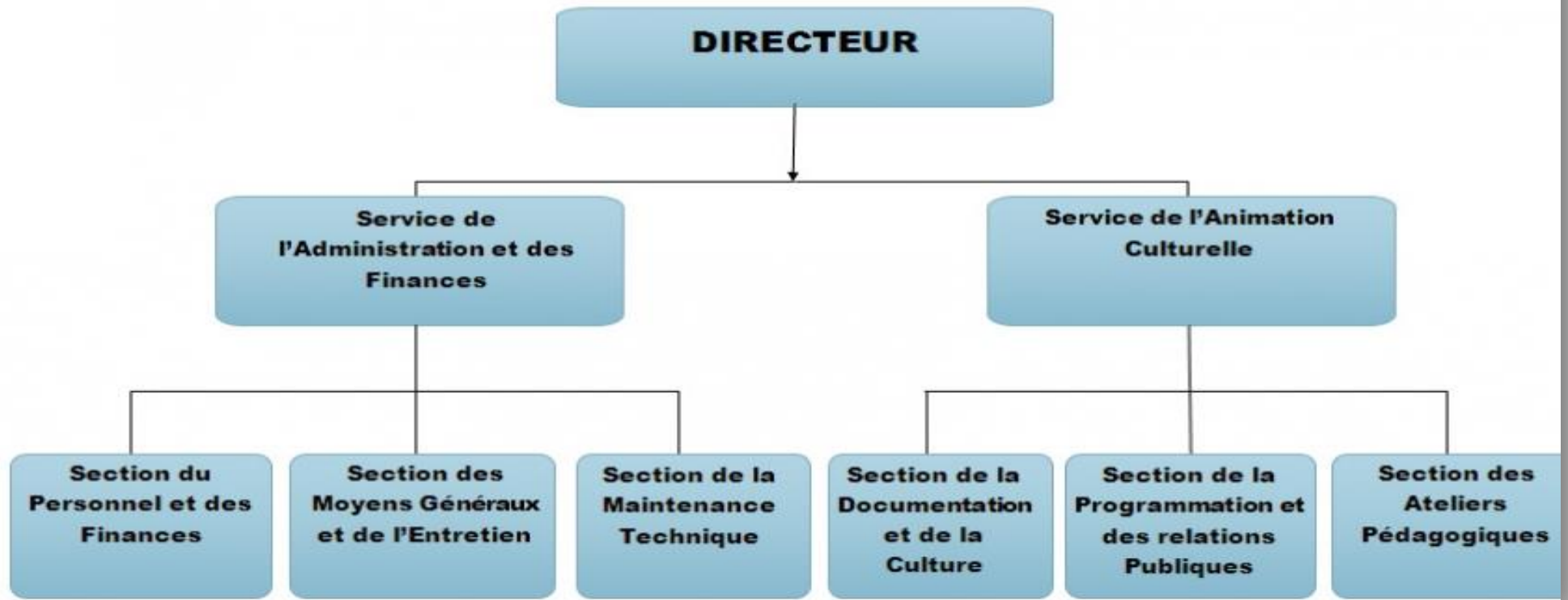
- إعداد مشروع ميزانية المؤسسة

- التسيير الإداري والمالي للمؤسسة

- ضمان الدعم اللوجستي لمصلحة التنشيط

- ضمان صيانة منشآت المؤسسة وتجهيزاتها.
- (ب) مصلحة التنشيط الثقافي : وتتكون من الفروع الآتية :
 - فرع الوثائق والمطالعة.
 - فرع البرمجة والعلاقات العامة.
 - فرع الورشات البيداغوجية.
- وتتكلف بما يأتي :
- تشجيع إبداع الأعمال الفنية.
- تسهيل الأنشطة الثقافية وتشجيعها في وسط الجمهور العريض.
- ضمان الشروط الضرورية للسير الجيد لمختلف الورشات البيداغوجية .
- تشجيع وتسهيل اللقاءات والحوار بين الجمهور والفنانين بتنظيم تظاهرات وعروض وتمثيل بصفة دائمة.
- تشجيع المطالعة اليومية وتطويرها.
- نشر و تشجيع نشر الوثائق والمجلات الثقافية.

ORGANIGRAMME DE LA MAISON DE LA CULTURE
« MOULOUD MAMMERI » DE TIZI-OUZOU



الهيكل التنظيمي لدار الثقافة مولود معمري تيزي وزو، مصدر مقابلة مع المكلفة بالاتصال بدار الثقافة مولود معمري تيزي وزو.

المبحث الثاني: عرض و مناقشة بيانات الدراسة الميدانية

بعد إجراء المقابلات مع المبحوثين أفراد العينة بدار الثقافة مولود معمري تيزي وزو ، قمنا بتفريغ البيانات المتحصل عليها في شكل محاور موضحة كالآتي:

المطلب الأول: التخطيط للاتصال الحداثي على مستوى دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو

الفرع الأول: الجهة المسؤولة عن وضع برنامج لتنظيم الأحداث على مستوى دار الثقافة:

من خلال البيانات المقدمة إلينا، اتضح بالوزارة الثقافة و الفنون يمكن أن تحدد برنامج تنظيم الأحداث والتظاهرات، و تحديد التواريخ مثلا الاحتفال بشهر التراث الثقافي و امتداداته الإفريقية، فهنا تقوم الوزارة بإعطاء أمر للمؤسسات الثقافية لكل الولايات على المستوى الوطني فعلى هذه المؤسسات التقيد بالبرنامج و التواريخ و التوقيت التي أصدرت من طرف الوزارة.

في حين يمكن لمديرية الثقافة لولاية تيزي وزو تحديد البرنامج السنوي للأحداث و التظاهرات الثقافية ، ففي بداية السنة تقوم بتحضير البرنامج بتحديد كل التواريخ التي تحتفل بها في كل سنة على سبيل المثال: الاحتفال برأس السنة الأمازيغية، الاحتفال بعيد المرأة، الاحتفال بعيد الطفولة، إحياء عيد الاستقلال،...

و فيما يلي عن نموذج عن البرنامج الثقافي المسطر لشهر ماي 2023 من طرف وزارة الثقافة والفنون الجزائرية.

15- مديرية الثقافة لولاية تيزي وزو

الرقم	نوع النشاط	تاريخ و توقيت	مكان النشاط	الهدف من النشاط	المشاركين
01	اليوم العالي للصحافة	03 ماي	دار الثقافة مولود معمري *ملحقة دار الثقافة	/	*أسرة الصحافة *جمعية الصحفيين
02	إحياء ذكرى مجازر 08 ماي 1945	08 ماي 2023	دار الثقافة مولود معمري *ملحقة دار الثقافة المسرح الجهوي كاتب ياسين المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية المكتبات الجوارية	*تحليل واستدكار بنضال رجال *هو قرة حماد مقدس خاضه الشعب الجزائري لاسترجاع سيادته على أرض الأجداد. *مناسبة لوقف ترحم على أرواح الشهداء الذين ضحوا من أجل الجزائر	مشاركة دور النشر، كتاب، شعراء ، رسامين والفنانين والأسرة الثورية ...
03	إحياء شهر التراث تحت شعار "التراث الثقافي الجزائري و امتداداته الإفريقية"	من 02 إلى 18 ماي 2023	دار الثقافة مولود معمري *بلديات الولاية	*الحفاظ على الموروث الثقافي الوطني	*الروايات *الجمعيات الثقافية *الخرفيين

البرنامج الثقافي و الفني
المستمر لشهر ماي

81

كما يمكن أن يعد البرنامج بصفة شهرية للأحداث التي لا تأتي كل سنة و يتم الاحتفال بها مثل الأسابيع الثقافية. و فيما يلي نموذج عن برنامج أسبوعي لمجموعة من الأحداث الثقافية المبرمجة على مستوى دار الثقافة مولود معمري.

Programme du Mardi 05 Avril 2022 au Lundi 11 Avril 2022

Programme des soirées Ramadanesques
Du 05 au 11 avril 2022

Jeudi 07 Avril 2022

⌚ 21 H : 30

Petit théâtre

Animation et jeux (FORT BOYARD) avec l'association scientifique Ithrene. - Clown avec Kouki et Kimous

Vendredi 08 Avril 2022

⌚ 21 H : 30

Petit théâtre

Animation en astronomie avec l'association scientifique Ithrene. - Magie avec HACHEMI Omar.

Samedi 09 Avril 2022

سبق و أن اشرنا في عنصر الهيكل التنظيمي لدار الثقافة لولاية تيزي وزو ، لأن الدار تتكون من عدة أقسام و مكاتب يختص كل قسم منها بمجموعة من الوظائف و المهام، أما بالنسبة لتنظيم الأحداث الثقافية فقد تأكد لنا من خلال المقابلة بأن العديد من الأقسام تشارك و تتعاون من أجل التحضير للحدث، وتتمثل تلك الأقسام في :

ـ مصلحة التنشيط الثقافي: و تضم المكاتب التالية :

- مكتب الجمعيات و المؤسسات الثقافية.
- مكتب ترقية الإنتاج السمعي البصري.
- مكتب النشاطات و التظاهرات الثقافية.

وتتكون من الفروع الآتية :

- فرع الوثائق والمطالعة.
- فرع البرمجة والعلاقات العامة.
- فرع الورشات البيداغوجية.

وتتكلف بما يأتي :

- تشجيع إبداع الأعمال الفنية.
- تسهيل الأنشطة الثقافية وتشجيعها في وسط الجمهور العريض.
- ضمان الشروط الضرورية للسير الجيد لمختلف الورشات البيداغوجية .
- تشجيع وتسهيل اللقاءات والحوار بين الجمهور والفنانين بتنظيم تظاهرات وعروض وتمثيل بصفة دائمة.

- تشجيع المطالعة اليومية وتطويرها.

- نشر و تشجيع نشر الوثائق والمجلات الثقافية.

_ مصلحة الفنون و الآداب :و يضم المكاتب التالية :

- مكتب المطالعة العمومية و الكتاب.

- مكتب ترقية المسرح و الفنون الإيقاعية.

- مكتب دعم الإبداع و الفنون الثقافية.

تتمثل وظيفة هذا القسم في تشجيع إبداع الأعمال الفني, وتسهيل الأنشطة الثقافية وتشجيعها في وسط الجمهور العريض, ضمان الشروط الضرورية للسير الجيد لمختلف الورشات البيداغوجية. تشجيع نشر الوثائق والمجلات الثقافية.

_ مصلحة التراث الثقافي : و يضم المكاتب التالية :

- مكتب المعالم و المواقع التاريخية.

- مكتب المتاحف و الفنون التقليدية.

- مكتب ترقية التراث.

وظائفه التكفل بكل ما يخص التراث إذ ينمي لدى الجماعات و الأفراد الإحساس بالهوية والشعور بالاستمرارية, و هذا إلى دوره في تعزيز التماسك الاجتماعي و احترام التنوع الثقافي و الإبداع البشري, و كذلك تعزيز قدرة الجماعات على بناء مجتمعات مرنة و سلمية و شاملة للجميع.

الفرع الثالث: أنواع الاتصال الحداثي الذي تقوم به دار الثقافة بولاية تيزي وزو

تعتمد مؤسسة دار الثقافة "مولود معمري" عدة أنواع من الاتصال الحداثي، و من بين هذه الأنواع نذكر :

الاحتفالات :

تقوم المؤسسة بعدة احتفالات بالتنسيق مع مجموعة من المؤسسات الأخرى، من أجل الاحتفاء بحدث أو مناسبة ما، أو بعد تحقيق نجاح في برنامج أو مشروع أو بالاحتفال بذكرى محببة، حيث تكون هناك نشاطات مختلفة و تظاهرات متنوعة، مثلا الاحتفالات الخاصة بإحياء رأس السنة الأمازيغية الذي يتكرر كل سنة في 12 يناير، حيث يتضمن برامج متنوعة و ثرية، فإن هذه المناسبة تهدف إلى الحفاظ على تقاليد الأجداد و تلقين الجيل الجديد مختلف العادات التي تقام في رأس السنة الأمازيغية لحمايتها من الزوال، كما تهدف أيضا إلى لم شمل جميع أفراد الولاية.

فمثلا احتفالية هذا العام من 12 إلى 14 يناير بدار الثقافة مولود معمري بتيزي وزو، اشتملت على برنامج ثقافي و اجتماعي و أكاديمي ثري و متنوع. حيث تم فيه عرض العديد من النشاطات الثقافية المتنوعة على غرار رقصات على نغمات الموسيقى القبائلية و عرض الأزياء.

المعارض :

إن المشاركة في المعارض وسيلة لتحسين صورة المؤسسة على المدى المتوسط و الطويل، كما أنها فرصة التعرف عن كثب على عادات و تقاليد كل ولاية، وتعد كذلك هذه المعارض فرصته للتبادلات بين الولايات، و تأكيد الترابط، و تبادل وجهات النظر. و تساعد على تشويق و إثارة رغبة الجمهور.

فمثلا تقوم مؤسسة دار الثقافة مولود معمري بعدة معارض تتمثل في معرض يضم مختلف المنتجات التقليدية من نسيج و طرز تقليدي و خزف فني و سلال و فخار تقليدية و النحاس و الزرابي و كل هذا لإبراز ثقافة ولاية تيزي وزو، كما يتم تنظيم معارض لمختلف الأطباق التقليدية التي ترمز إلى عادات و تقاليد المجتمع الجزائري عامة و القبائلي خاصة.

المؤتمرات :

تستعمل المؤسسة هذا النوع من الاتصال الحديث كوسائل مساعدة في جذب الجمهور لموضوع معين أو حدث أو إقناع المسؤولين الحكوميين بما تصل إليه المؤتمرات من توصيات.

فقد قامت المؤسسة بتنظيم عدة مؤتمرا توفقا لمجموعة من الأحداث و المواضيع التي ناقشتها، من بينها "مؤتمر حول ترميم المخطوطات و حفظها" الذي قدم من طرف السيدة حلوة، كذلك مؤتمر حول "تجربة مركز الأرشيف الوطني في حفظ المخطوطات" الذي قدم من طرف السيد بورابية، كذلك مؤتمر حول "شهر التراث الثقافي الجزائري و امتداداته الإفريقية" الذي قدم من طرف السيد إخران، و السيدة سلام.

الأبواب المفتوحة :

تخصص المؤسسة أبواب مفتوحة لجمهورها للتعرف على المؤسسة و ماذا يوجد داخلها، و من أبرز الورشات البيداغوجية الموجودة داخل المؤسسة نجد الفنون التشكيلية، المسرح، السينما، موسيقى، الغناء، الرقص، الإعلام الآلي، لغات. تبدأ التسجيلات في المؤسسة ابتداءا من شهر سبتمبر و أكتوبر حتى جويلية لكل الجمهور بهدف التعرف على الورشات.

المهرجانات :

تقوم المؤسسة بتنظيم عدة مهرجانات للاحتفال بذكرى أو حدث معين و يمكن أن نذكر البعض منها :
المهرجان الثقافي العربي الإفريقي للرقص الفلكلوري : هو تظاهرة ذات طابع ثقافي و صبغة دولية، تم إنشاؤه وفق قرار 13 جويلية 2005 للسيدة وزيرة الثقافة، تطبيقا للمرسوم التنفيذي رقم 297-03 المؤرخ في 10 سبتمبر 2003 المحدد لشروط و آليات تنظيم المهرجانات الثقافية.
 فهو نوع من الرقص متعدد الأوجه، فهو شاهد على ثقافة مجتمع و عاداته، شكل من أشكال التعبير النابع من هوية المجتمع و يتحول تدريجيا إلى موجه للشعور بالوطنية و الانتماء.

حيث تتأسس المحافظة المكلفة بتنظيم و متابعة الحدث السيدة غومزيان مديرة مديرية الثقافة و دار الثقافة مولود معمري لولاية تيزي وزو.

يهدف المهرجان من خلال هذه المبادرة إلى إحياء المشهد الثقافي لولاية تيزي وزو جعلها تعيش على وقع و ألوان الثقافات العربية و الإفريقية، و كذا تأسيس علاقات بين الشعوب الإفريقية و العربية وإعطاءها فضاء للتبادل و الحوار الثقافي و من أهدافه :

- العمل على تمتين العلاقات و الحوار الثقافي في قارة إفريقيا و العالم العربي.
 - إبراز الثراء الثقافي للدول و التشهير به على المستوى القاري و العالمي.
 - تأسيس ديناميكية التبادل الثقافي و منح الجزائر وجهها ثقافيا مميزا.
 - العمل على تأسيس ثقافة التفاهم و تقبل الآخر و التضامن بين الشعوب العربية و الإفريقية.
 - تطوير فن الرقص الفلكلوري و جعله آلية للسلم و السلام.
 - تأسيس إطار للمحافظة على التراث اللامادي في إفريقيا و العالم العربي.
- لدى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري لولاية تيزي وزو فرقة تابعة لها تحت اسم "إثران ندا الملوز" هي لوحات فنية في غاية الجمال تؤديها مواهب شابة بألحانها و أنغامها القديمة ترحل بالجمهور في عالم الجمال و السعادة، و برقصاتها تتحدى الرقصات و الثقافات الأخرى.
- و لا ننسى أن نذكر ضيوف الشرف الذين يأتون من كل أنحاء العالم لدار الثقافة مولود معمري لولاية تيزي وزو المدينة المضيفة مثلا :

- فرقة الرقص التقليدي من التيرولديكوآزار من كوفشطاين (النمسا) : هي عبارة عن حركات للأرجل تطرق في الأرض و تخرج أصوات منسجمة مع الإيقاع الموسيقي. و من خلال هذه الرقصة الفلكلورية التي شاعت في أوروبا في القرن التاسع عشر تجاوزت سمعت منطقة كوفشطاين الحدود النمساوية.

- فرقة أصايل للفنون الشعبية (فلسطين) :هي من أحسن الفرق على مستوى الشرق الأوسط, أنجزت لوحات فنية ذات جمال فني نادر من حيث الإتقان الكوريغرافي و من حيث عروضها في غاية الجمال و الرقة.

- فرقة فرسان المقابيل (الإمارات العربية المتحدة) : هي فرقة فنون شعبية إماراتية متخصصة في جميع أنواع الفنون الإماراتية من حربية و بحرية و قبيلية, شاركت في عدة تظاهرات وطنية على صعيد دولة الإمارات و على الصعيد العالمي.

- البالي البربري واترلو (فرنسا) :ثمان جنيات البحر تكون فرقة واترلو التي تؤدي مشاهد في غاية الرقة و الجمال. واترلو دليل لإمكانية المزج بين الأصالة و المعاصرة.

- فرقة فنون و تراث لرقص الشعبي (مستغانم) : جمعية فنون و تراث للرقص الشعبي استثمرت منذ نشأتها في ترقية الفنون و التقاليد الشعبية في منطقة مستغانم عن طريق الرقص و الموسيقى. بزي تقليدي أصيل هذه الجمعية تساهم في الحفاظ على الموروث الثقافي لهذه المنطقة.

المهرجان الثقافي الوطني للفيلم الأمازيغي: الطبعة ال17 للمهرجان الوطني للفيلم الأمازيغي : 23 فيلما تنافس على الزيتونة الذهبية في 24-02-2019, فهي آخر سنة أقيم فيه المهرجان بسبب فيروس كوفيد19, لكن سيستأنفون العمل هذا العام لإقامة هذا المهرجان في ولاية تيزي وزو, إن الأمر تعلق بأربعة أفلام روائية و 10 أفلام قصيرة و 6 أفلام وثائقية و ثلاث رسوم متحركة في شتى الطبوع الشاوي و المزابي و القبائلي تم اختيارها لهذه الطبعة الجديدة و هذا من أصل 40 فيلم مودعا.

و خصصت تلك الطبعة من المهرجان الثقافي الوطني للفيلم الأمازيغي لذكرى الفنانين المتوفين جمال علام و يوسف قوسم كما أنها ستتزامن مع الاحتفال بالذكرى السنوية ال30 لرحيل الكاتب و الأنتروبولوجي, مولود معمري.

و تضمنت تنظيم العديد من الأنشطة الثقافية منها معرض و ندوة حول السينما و ورشة عمل تدريبية في كتابة السيناريو، وفقا للبرنامج المقدم للصحافة.

و عرض في هذه المسابقة التي احتضنها رسميا المسرح الجهوي "كاتب ياسين" الفيلم القصير "مقعد عمومي" لجمال علام الذي أنتجه عام 2012 و الذي افتك به جائزة الزيتونة الذهبية للمهرجان الثقافي الوطني للفيلم الأمازيغي في طبعته 13.

تم عرض الأفلام في قاعة العروض لدار الثقافة مولود معمري بمعدل ثلاث جلسات يومية (واحدة في الصباح و اثنان بعد الظهر).و أضافت المنتجة و دكتورة السينما مليكة ليشور، المعروفة بصرامتها في مسألة الجودة أن لجنة التحكيم تفجأت بالنوعية الجيدة و شعر الأفلام المختارة.

مهرجان القراءة في الاحتفال: يقام على مستوى وطني، كانت ولاية تيزي وزو من بين الولايات التي شاركت فيها عند إقامته لأول مرة، يقام للأطفال أقل من 15 سنة لتشجيعهم على القراءة، و هو يتضمن معرض للكتب و تقديم ورشات تكوينية علمية و بيداغوجية ، إلى جانب ورشات تربوية و توعية و ترفيهية موجهة للأطفال، و غيرها من النشاطات التي تنتظر البراعم الصغار، و تتواصل طيلة عمر التظاهرة الثقافية. كما يتضمن تقديم عروضاً بهلوانية و عروض فكاكية.

المهرجان الثقافي المحلي للفنون و الثقافات الشعبية(الأسابيع الثقافية): تعيش مختلف مناطق الوطن على وقع عدد من الأسابيع الثقافية المحلية و توأمان ثقافية بين ولايات من الشرق و الغرب، الشمال والجنوب و ذلك ضمن المهرجانات المحلية للثقافة و الفنون الشعبية، و لذلك كل ولاية تستضيف كل باقي ولايات الوطن في أسابيع ثقافية لإبراز ما تتركز به من تراث و مورثوها الحضاري و الثقافي.

الصالونات :

تستخدم المؤسسة عدة صالونات نذكر من بينها :

صالون "جرجرة" الرابع للفنون التشكيلية : من 21 إلى 25 فيفري 2010, في دار الثقافة مولود معمري,

تكريما للسيد أحمد عزوز, بايا محي الدين.

صالون "جرجرة" الخامس للكتاب : من 19 إلى 24 ديسمبر 2012, في دار الثقافة مولود معمري تيزي

وزو, تحت شعار كتابي حريتي, تكريما للكاتبين : مالك حداد 1927-1978, و محفود قاداش 1921-

2006.

الصالون الوطني الخامس جرجرة للكسكس : من 04 إلى 06 أفريل 2012, تحت شعار استقبال الربيع,

في دار الثقافة مولود معمري.

صالون "جرجرة" الثامن للكتاب : من 05 إلى 09 ديسمبر 2015, تحت شعار المؤلفات الأدبية

بالأمازيغية و البراي, تكريما للكاتبين : بلعيد أث علي 1909-1950, عبد الله محيا 1950-2004.

صالون "جرجرة" الثامن للفنون التشكيلية : من 11 إلى 14 أفريل 2016, في دار الثقافة مولود معمري,

تكريما للسيد بوزيد محمد و السيد لعروسي عبد الحميد.

المطلب الثاني: الوسائل الاتصالية التي تعتمدها المؤسسات الثقافية بولاية تيزي وزو في ممارستها

للاتصال الحديث

تعتمد المؤسسة على العديد من الوسائل الاتصالية من أجل تنفيذ الاتصال الحديث و الترويج له، و التي

تنوعت ما بين الوسائل المكتوبة ، السمعية البصرية و التكنولوجية الحديثة " الانترنت"، و فيما يلي شرح

مفصل لكل منها:

الفرع الأول: الوسائل المكتوبة المعتمدة في الاتصال الحدثي

وسائل مكتوبة : تستعمل المؤسسة كل الوسائل المكتوبة من أجل إيصال برنامج الأحداث التي تقوم بتنظيمها، و من بين هذه الوسائل نذكر :

المطويات و المنشورات : هي ورقة تقنية مرجعية متخصصة مكتوبة، تعدها المؤسسة بطريقة فنية يفهمها جمهورها، تكتب على وجهي الورقة لتوزع على الجمهور المستهدف (المتفاعلون مع الحدث)، تحتوي معلومات على الحدث، المنتج أو المؤسسة ، و هي تتميز بقصر عمر استخدامها، أي أنها تصلح لفترة معينة دون فترة أخرى، و تتعدد أنواع المطويات و المنشورات من خلال القياس، و نوعية الورق المستخدم و المضمون، علما أن نوعية المطويات و مدى جودتها بعكس جودة المنتج الثقافي المعروض، (توحي لقراءتها بجودة المنتج الثقافي).

مثال عن مطوية:



الملصقات: عبارة عن أوراق مطبوعة أو مكتوبة تنشر في مكان عام و تحمل إعلانا رسميا، اشهاريا، تخرج في اغلب الأحيان بطريقة فنية لجلب انتباه المارين، تتطلب الاهتمام أكثر بالجانب الجمالي لها، من خلال استخدام الأشكال، الصور و الألوان الجذابة، أما الجانب الإعلامي فنجعله ثانويا.

مثال عن ملصقة:



الصحافة المكتوبة: الصحف عامة دورها هام في الإعلان عن الأحداث و النشاطات الثقافية، حيث تعتبر وسيلة لنقل الأخبار اليومية لمختلف القطاعات، و هي لذلك جليلة الفائدة بالنسبة لخبير أو مسؤول الاتصال داخل المؤسسات الثقافية، و تؤثر على قارئها و المهتم بتتبع أخبارها بحكم اتصالها اليومي والمباشر بجماهير القراء لذا ما يعطي فرصة للمؤسسة أن تغطي أحداثها بعد الانتهاء من الحث، فهذا

يجذب الجمهور و تصبح المؤسسة معروفة على نطاق واسع، فالجمهور إذ كانوا لا يمكنهم القدوم لحضور الحدث داخل المؤسسة فبفضل الصحف المكتوبة تتيح له قراءة الأخبار و تتبع الأحداث التي نظمتها المؤسسة في أي زمان و مكان، و بفضل المعلومات التي تخصصها للمجال الثقافي.

أمثلة عن الصحف التي تتعامل معها دار الثقافة : و التي تقوم بتغطية الأحداث الثقافية :يمكن القول أنها تتعامل كل الصحف الجزائرية لكن بشرط يجب أن يكون لديهم اعتماد من طرف وزارة الثقافة والفنون، و نذكر من الصحف el watan, le soir d'algerie, el haddef, enahhar, liberté, dk news, le courried'algerie, echourouk tv, horizon.

الصور الفوتوغرافية : تعتبر من أكثر الوسائل دلالة ووضوح بالنسبة للأشياء التي يصعب التعبير عنها بالكلام أو الكتابة، كما تعتبر أفضل أداة للتعبير عن الفكرة، فضلا عن بقائها في الذاكرة لفترة أطول، لذا مؤسسة دار الثقافة لم تستغني عن هذه الوسيلة في كل الأحداث التي برمجتها لأنها تقوم بتغطية الأحداث بشكل جيد فهي توضح الأحداث التي تقوم بها المؤسسة بالصور التي تأخذها في وقت الحدث فتقوم المؤسسة بنشرها على المواقع التواصل الاجتماعي الخاص بها مثلا تصوير الجمهور، تصوير الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة في كل حدث، فكل هذا يجذب الجمهور لأنها وسيلة لا تحتاج لمجهودات كالقراءة أو الفهم.

الدعوات :تعد الدعوات بوجه عام من الوسائل الاتصالية المهمة ، و أهم مميزاتها أنها تخلق شعورا بالاهتمام و التقدير لدى المرسل إليه، و هي وسيلة فعالة للوصول إلى اكبر عدد من الأفراد، و تستخدم المؤسسات الثقافية هذه الوسيلة لجذب الجماهير و خاصة الخارجي منه. باعتبار تحمل مشاعر الطيبة و الود، و تكون اقدر على خلق الاستجابة الحسنة لدى بعض الفئات، و ذلك يشعر الجمهور المستهدف بالقيمة التي أعطتها المؤسسة له.

ومن خلال عرضنا لمختلف الوسائل المكتوبة المستخدمة في الاتصال الحداثي بدار الثقافة، يمكننا القول بأن المؤسسة تعتمد على العديد من الوسائل المكتوبة وذلك حسب خصوصية كل حدث، و مع ذلك فهي تركز أكثر على الصور الفوتوغرافية لأنها تستعملها بعد انتهاء الحدث الثقافي من أجل القيام بتغطية المجريات و نشرها عبر صفحتها الرسمية في مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى الدعوات التي تعتبر من أهم الوسائل المكتوبة التي تتواصل من خلالها مع المشاركين في الحدث أو الضيوف المدعوين دون أن ننسى الملصقات التي تلفت انتباه الجمهور.

الفرع الثاني : الوسائل السمعية البصرية المعتمدة في الاتصال الحداثي :

تعتمد دار الثقافة أيضا على الوسائل السمعية والبصرية في الاتصال الحداثي، فنجد:

البرامج الإذاعية: تستخدم الإذاعة كوسيلة للتأثير في جمهورها ، و تحفيزهم للتعامل مع العرض الثقافي؛ إذ تعتمد في تبليغ رسالتها الإعلامية والاتصالية على الصوت واللغة، و بالتالي لا تشترط على المتلقي معرفة القراءة، كما هو الحال بالنسبة للوسائل المكتوبة، فجمهورها هو الجمهور العام بجميع مستوياته تستطيع الوصول إليه مخترة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية.

ومن خلال عرضنا للوسائل السمعية المستخدمة في الاتصال الحداثي بدار الثقافة، يمكننا القول بأن المؤسسة تعتمد كثيرا على الإذاعة المحلية تيزي وزو كشريك فعال في انجاح مختلف الأحداث و التظاهرات التي تقوم بها، و ذلك من خلال الحضور المميز للصحفيين العاملين بالإذاعة من أجل تغطية و نقل مجريات الأحداث لجمهور واسع من المستمعين، و يتخذ هذا الشكل من الاتصال للوصول إلى جمهور المؤسسة أشكالا اتصالية مختلفة عبر الإذاعة، فالمؤسسة أحيانا هي التي تختار الشكل الذي تتخذه الإذاعة للترويج لأحداثها، مثل: الريبورتاج الإذاعي، و الإعلان، و الأغنية، و باستعمال الموسيقى.

الفرع الثالث : الوسائل التكنولوجية الحديثة المعتمدة في الاتصال الحديث

تعتمد مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو على شبكة الانترنت من أجل الترويج لمختلف الأحداث و التظاهرات التي ترعاها، حيث تعد تلك الأخيرة جزء من استراتيجياتها الاتصالية المتبعة،و التي تسمح لها ببلوغ جمهورها المستهدف و لتحقيق أهدافها، مع الأخذ بعين الاعتبار التوجه المتزايد للزوار المحتملين نحو استخدام الانترنت، و الذي يعتبر بمختلف آلياته و تقنياته وسيلة انسب للتفاعل مع فئات مختلفة من الجمهور .

ولذلك تعتمد المؤسسة في هذا الصدد على شبكة الانترنت من أجل إيصال المعلومات حول النشاطات والأحداث التي تقيمها إلى نطاق واسع من الجمهور، فما تقدمه الشبكة من خدمات اتصالية تجمع ما بين مجمل الدعائم الاتصالية،(مكتوبة، مصورة، فيديو...) مع إمكانية تحميلها على الدعائم الالكترونية (شريط صوتي أو فيديو، قرص مضغوط...الخ)، يجعل منها الوسيلة الاتصالية الأهم والمصدر الرئيسي للحصول على المعلومات.

ذلك ما أكدته لنا الموظفة المكلفة بتسيير المواقع الرسمية لدار الثقافة مولود معمري على شبكة الانترنت، حيث أقرت بأن الدار تعتمد على موقعين اثنين هما:

- الموقع الإلكتروني الرسمي لدار الثقافة مولود معمري تيزي وزو

متاح على الرابط <http://www.mcmmtto.dz/index.php>

يحتوي الموقع الإلكتروني لمؤسسة دار الثقافة "مولود معمري" على البطاقة التقنية للمؤسسة و التعريف بها، كذلك الهيكل التنظيمي لها، كما يتواجد فيه مهام هذه المؤسسة و أهم الأهداف التي تسعى لتحقيقها، كذلك من خلال هذا الموقع نتعرف على كل مكاتب الموجودة في هذه المؤسسة و أهم الفروع التي يحتويها كل مكتب و أهم مهام التي يقوم بها.



واجهة الموقع الالكتروني لدار الثقافة مولود معمري تيزي وزو

- الصفحة الرسمية لدار الثقافة مولود معمري على موقع الفايسبوك

متاح على الرابط https://www.facebook.com/mcmmto/?locale=fr_FR

تشمل صفحة الفايسبوك لهذه المؤسسة على كل البرامج التي تنظمها المؤسسة و ذلك لإبلاغ جمهورها الخارجي عن التوقيت و المكان لهذه الأحداث, كذلك فيه تنشر كل الأحداث و النشاطات التي تقوم بها و ذلك مثلا بنشر الصور المأخوذة أثناء الحدث, كما تقوم بتقديم الشكر و التعازي عندما يتعلق الأمر بجمهورها الداخلي.



واجهة الصفحة الرسمية لصفحة دار الثقافة على موقع الفيسبوك

الفرع الرابع: فاعلية الوسائل التكنولوجية الحديثة المعتمدة من طرف دار الثقافة في الترويج للاتصال
الحدثي

بعدما اتجهت مؤسسة دار الثقافة مولود معمري بإستراتيجيتها الاتصالية نحو وسيلة الانترنت تلقت تفاعلا كبيرا من طرف جمهورها، إذ زاد تفاعل الجمهور مع المضامين التي تقوم بمشاركتها معهم ، هذا ما ظهر على صفحة مؤسسة دار الثقافة عبر موقع الفيس بوك بعد الاطلاع عليها لاحظنا أنها تقوم باستغلالها في مجال عرض الإعلانات و كل المعلومات الخاصة بالأحداث الثقافية، ما جعلنا نقول بأن دار الثقافة كغيرها من المؤسسات فرضت وجودها و أسست حضورها عبر تواصلها الدائم مع جمهورها توفير أهم المعلومات و التغطيات للأحداث الثقافية التي تشرف عليها و تنظمها.

ومن خلال عرضنا للوسائل التكنولوجية التي تستخدمها دار الثقافة في الاتصال الحدثي و تحديدا موقعها الرسمي و صفحتها على موقع الفيسبوك ، يمكننا القول بأن الاعتماد على ما توفره تلك المواقع من ميزات و خاصة إمكانية التواصل مع الجمهور الخارجي دون الأخذ بعين الاعتبار عوائق المكان و

الزمن، قد سهل الترويج للأحداث الثقافية بصورة أكبر من خلال نقل كل المعلومات بالصوت و الصورة ما يقرب أكثر بين جمهور المؤسسة سواء المهتم بالقطاع الثقافي داخل الولاية و حتى خارجها، أو الأطراف المشاركة في صناعة مختلف الأحداث و التظاهرات الثقافية مما يخلق فضاءات افتراضية جديدة للتفاعل و التبادل الثقافي.

المطلب الثالث: الأهداف التي تسعى المؤسسات الثقافية بولاية تيزي وزو لتحقيقها من خلال الاتصال الحثي

الفرع الأول: الأهداف التي تسعى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو لتحقيقها من خلال الاتصال الحثي

لدى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري مجموعة من الأهداف التي تسعى لتحقيقها، ويمكن للأحداث التي تقوم بتنظيمها أن تكون عاملا مساعدا و داعما لتحقيق تلك الأهداف، التي نعرضها كالآتي:

- **إعطاء صورة ايجابية للمؤسسة لدى جمهورها وتعزيز سمعتها:** حيث تحاول المؤسسة إعطاء صورة أصلية وذهنية و إيجابية، و تقوم المؤسسة بمختلف الأنشطة التي تجذب الجمهور، و كل فئات الجمهور من الأطفال إلى البالغين، كل فئة لديها أنشطة التي يحبها، يقومون بأنشطة تربوية، المؤسسة تحرص على تقديم البرنامج، ثقافي، تربوي، علمي، برامج مدروسة بعناية لكي تقدم صورة جيدة للمؤسسة، و كل هذا من أجل تحقيق إرضاء جمهورها.
- **اطلاع الجمهور و العالم على الخدمات التي تقدمها المؤسسة أو برامجها المزمع تنفيذها.**
- **تعزيز التفاهم و التواصل بين المؤسسة و الجمهور :** من خلال إشراكهم بفعاليات المؤسسة وبرامجها، وذلك باستعمال مختلف الوسائل و الأشكال الاتصالية لتوصيل الفكرة للجمهور.
- **ترك انطباع جيد لدى جمهورها الخارجي:** بما فيه الضيوف المشاركين في صناعة الحدث الثقافي، المؤسسات الثقافية المشاركة في الحدث الثقافي ، مؤسسات الإعلام، الجمهور العام الذي

يحضر الحدث، فالاتصال الحدثي من الأنواع الاتصالية المهمة التي تؤثر في الجماهير المستهدفة بشقيها الداخلي و الخارجي، وبما يتماشى، مع أهداف وسياسات المنظمة، إذ يقوم بتحسين و إبراز صورة إيجابية عنها أمام جمهورها.

- **استمالة الجمهور و إثارة اهتمامه من خلال التعريف بمختلف الأحداث و المناسبات مثلا :** تعد المؤتمرات و المهرجانات و اللقاءات الجماهيرية من أهم المناسبات التي تقع ضمن دائرة الاتصال الحدثي، حتى أصبحت إدارة الاتصال الحدثي صناعة قائمة بحد ذاتها، بصفتها مجالا اتصاليا وإداريا يحتاج إلى المزيد من الخبرة و الكفاءة و المهارة، وهو ما يساهم في إثارة اهتمام الجمهور الخارجي على تعدد فئاته و شرائحه، ما يخلق لديها نوع من الاهتمام بكل ما يتعلق بالجانب الثقافي على مستوى الولاية.

- **الدفع بحركية الفعل الثقافي في ولاية تيزي وزو:** من خلال التقريب بين الفاعلين الثقافيين في الولاية وغيرهم من الناشطين في ولايات أخرى مما يحول الحدث إلى فضاء تواصلية.

الفرع الثاني: قياس مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو مدى تحقيق أهدافها من خلال الاتصال الحدثي :

قبل أن تتطلق دار الثقافة في تنظيم أي حدث فهي تضع مسبقا ضمن مرحلة التخطيط للحدث مجموعة من الأهداف التي يجب عليها تحقيقها فور انتهاء الحدث، فيمكننا القول أن المؤسسة توفر كل الجهود و الإمكانيات من أجل تحقيق هذا الأخير كما تعمل على قياس نجاح الحدث من خلال:

مشاركة كبيرة لمختلف المؤسسات الثقافية: يعد حضور مختلف المؤسسات الفاعلة في القطاع الثقافي من جمعيات و نوادي و فرق مختصة في عدة مجالات: الفن، الرسم، الغناء، المسرح، الأدب.... الخ، و مشاركتها في صناعة الأحداث و التظاهرات التي تنظم على مستوى دار الثقافة مولود معمري، و كذلك

ردود أفعالهم بعد انتهاء الحدث و مدى رضاهم عاملا مهما لقياس نجاح الأهداف المسطرة من إقامة تلك الأحداث.

الحضور الجماهيري القوي و الأماكن المحجوزة: فهذا يعني أن الجمهور مهتم بتلك الأحداث التي تقوم بها المؤسسة و يتفاعل معها و هو مؤشر على نجاح المؤسسة في تحقيق أحد أهدافها.

الأصداء الخارجية: سواء ما يعرض في وسائل الإعلام المحلية و الوطنية التي تقوم بالحضور من أجل تغطية الحدث ، أو تفاعل الجمهور عبر صفحة الفيسبوك مثلا عند انتهاء الحدث تلك الصور أو الفيديوهات التي تخص الحدث تنشرها عبر المواقع الاجتماعية كي ترى إن كان هناك تفاعل فهذا يعني أنها حققت هدف من الأهداف التي رسمتها.

المطلب الرابع : علاقات مؤسسة دار الثقافة مولود معمري مع جمهورها الداخلي و الخارجي من خلال الاتصال الحديث

الفرع الأول: الأحداث الخاصة بالجمهور الداخلي "العمال و الموظفين" على مستوى دار الثقافة مولود معمري

المؤسسة الثقافية لدار الثقافة مولود معمري لا تقوم بتنظيم أحداث خاصة لجمهورها الداخلي , فكل حدث تنظمه يكون موجه للجمهور الداخلي والخارجي معا ، لكن مثلما قالت لنا منظمة الأحداث فأحيانا يقومون باستغلال مناسبة معينة من أجل تنظيم حدث مميز لجمهورها الداخلي مثلا :

8 مارس من كل عام و الذي يصادف الاحتفال بعيد المرأة، يقومون بإعداد غداء خاص للنساء التي تعملن في المؤسسة و ذلك بمناسبة اليوم العالمي للمرأة.

الفرع الثاني: مساهمة الاتصال الحديث في بناء علاقات و تعزيزها بين أفراد الجمهور الداخلي لدار

الثقافة مولود معمري

من خلال اللقاءات التي تجرى قبل الحدث و أثناء الحدث وبعده ,فهذا الحدث يساعد في تحفيز العمال وفي تلاحمهم مع مشروع المؤسسة الأمر الذي يسمح ببعث نفس جديد لديهم, بالإضافة إلى زيادة عامل الرضا الوظيفي للعمال, مثلا :الاتصالات و التفاعلات و العلاقات التي تنشأ بين العمال أثناء الحدث , تزيد من الثقة المتبادلة بين إدارة المؤسسة و الموظفين لديها و كذلك بين الموظفين فيما بينهم , ما يؤدي إلى الحفاظ على العلاقات الطيبة و يدعمها أكثر.

الفرع الثالث: تربط المؤسسة الثقافية علاقات مع مؤسسات و منظمات أخرى يمكن أن نطلق عليهم

جمهور خارجي

تتعامل مؤسسة دار الثقافة مولود معمري مع العديد من المؤسسات و الجمعيات التي تمثل جمهورها الخارجي، يمكن أن نذكر منها :

✓ الديوان الوطني للثقافة و الإعلام

تعتمد مؤسسة دار الثقافة على الخدمات التي يقدمها الديوان الوطني للثقافة و الإعلام عندما يتعلق الأمر بتنظيم التظاهرات الثقافية الكبرى, فهو مصدر للأفكار الأصيلة و الخدمات ذات الجودة العالية بفضل فريقه المتكامل و المتخصص.

✓ الجمعيات الثقافية و الفنية المحلية

كما تتعامل المؤسسة الثقافية "مولود معمري" مع جمعيات عديدة مقسمة حسب الانتماء إلى أحد دوائر ولاية تيزي وزو ، و يمكن أن نذكر البعض منها على سبيل المثال :

• جمعية ثقافية « irathen »

• جمعية ثقافية للفنون المسرحية « Tala »

- جمعية ثقافية « youcef OUKACI »
- جمعية ثقافية « AZ'ART »
- جمعية ثقافية « skamla »
- جمعية ثقافية « perle de littoral »
- جمعية علمية « Ayen »
- جمعية ثقافية « eskamla »
- جمعية ثقافية « El moudja »
- جمعية ثقافية « Isegmi »
- جمعية اجتماعية نسائية « IGHIL Takdivine »
- جمعية ثقافية « Ameqias ».

✓ مديريات مختلفة :

كما تتعامل دار الثقافة أيضا مع العديد من المؤسسات أو الإدارات العمومية التابعة للدولة، وذلك حسب

خصوصية كل حدث ثقافي و ما يتطلبه، و من بين تلك الإدارات نذكر على سبيل المثال:

- مديرية المجاهدين : عند القيام بإحياء الاحتفالات الوطنية، مثلا إحياء عيد الاستقلال في 5 جويلية، أيضا إحياء عيد ثورة في 1 نوفمبر.
- مديرية التربية : مثلا الاحتفال بيوم عيد الطفولة، و ذلك بإعداد المحاضرات التي تخص التلاميذ، و يعملون على تحضير أحداث تخص بهم مثلا ورشات، أيضا ألعاب... الخ.
- مديرية الشؤون الدينية و الأوقاف : مثلا الاحتفالات الدينية، كاحتفال بالمولد النبوي الشريف، السهرات الرمضانية.

الفرع الرابع: مساهمة الاتصال الحداثي في بناء علاقات و تعزيزها بين أفراد الجمهور الخارجي لدار

الثقافة مولود معمري

تركز المؤسسة على بناء علاقة وطيدة مع جمهورها الخارجي فذلك بتقديم برامج ثقافية لهم فتكون متنوعة و في متناول كل فئات الجمهور مثلا الصغار تنظم لهم نشاطات خاصة بهم كمهرجانات ومعارض، كذلك للفئات الكبار من خلال تنظيم حفلات غنائية، و ذلك من خلال إرسال البرامج مختلف التظاهرات الثقافية لكي تصل إلى جمهورها الخارجي، إرسال البرامج عبر الصحافة، عبر صفحة الفيسبوك، عبر الموقع الإلكتروني، أي عبر كل الوسائل الاتصالية.

الفرع الخامس: علاقة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو مع الصحافة المحلية و الوطنية من خلال الاتصال الحداثي.

تتعامل دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو مع وسائل الإعلام المحلية أو الوطنية بنفس الطريقة وذلك بإرسال البرامج لكل الصحفيين في نفس الوقت، و أيضا تتعامل مع كل مراسلي الولاية والصحافة المحلية و الوطنية، و يمكن القول أن علاقة المؤسسة بالصحافة هي علاقة تبادل و احترام بكل احترافية.

المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة

أسفر عرض ومناقشة بيانات الدراسة عن جملة من النتائج التي تشكل مجتمعة معا إجابة عن تساؤلها الرئيسي، والتي تعكس من جهة أخرى مدى تحقق أهدافها المسطرة منذ بدايتها، وعليه فقد جاءت نتائج الدراسة مقسمة حسب التساؤلات الفرعية بالشكل الآتي:

النتائج الخاصة بالتساؤل الأول: كيف يتم التخطيط للاتصال الحداثي على مستوى دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو ؟

1- تشترك عدة جهات في التخطيط للاتصال الحداثي بدء بوزارة الثقافة و الفنون التي تضع برنامجا ثقافيا موحدا أو خاصة بكل ولاية ، كما يمكن أيضا و في العديد من الحالات أن تتولى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تحديد برنامج الأحداث على مستواها من خلال العديد من الأقسام مثل قسم البرمجة ، أين تمر صناعة الحدث بعدة مراحل هي: مرحلة ما قبل الحدث ، مرحلة أثناء الحدث ، مرحلة ما بعد الحدث.

2_ تعتمد مؤسسة دار الثقافة على عدة أنواع من الاتصال الحداثي حسب خصوصية الحدث مثل الصالونات، المعارض، المهرجانات ..الخ.

النتائج الخاصة بالتساؤل الثاني: ما هي الوسائل الاتصالية التي تعتمدها دار الثقافة مولود معمري في ممارستها للاتصال الحداثي ؟

1- تستعين المؤسسة بمختلف الوسائل الاتصالية في ممارستها للاتصال الحداثي، من وسائل مكتوبة وسمعية إلى الوسائل التكنولوجية الحديثة.

2_ تعتمد المؤسسة على الوسائل المكتوبة من أجل تنفيذ الاتصال الحداثي و الترويج له، كالمطويات، الملصقات، الصحف المكتوبة...الخ.

3_ تعتمد المؤسسة على البرامج الإذاعية كوسيلة للتأثير على عدد كبير من جمهورها، و تغطية أحداثها لإيصال المعلومات له.

4_ تعتمد المؤسسة على الانترنت كوسيلة لإيصال المعلومات لجمهورها حول كل الأحداث التي تقوم بتنظيمها، فهذه الوسيلة المصدر الرئيسي للحصول على المعلومات و من خلالها تصل المؤسسة لعدد كبير من جمهورها الداخلي و الخارجي، وذلك عن طريق الموقع الرسمي للمؤسسة و صفحتها الرسمية على موقع الفيس بوك.

5_ الاعتماد على ما توفره المواقع الالكترونية من ميزات و خاصة إمكانية التواصل مع الجمهور الخارجي ، قد سهل الترويج للأحداث الثقافية بصورة أكبر من خلال نقل كل المعلومات بالصوت والصورة ما يقرب أكثر بين جمهور المؤسسة سواء المهتم بالقطاع الثقافي داخل ولاية تيزي وزو و حتى خارجها، أو الأطراف المشاركة في صناعة مختلف الأحداث و التظاهرات الثقافية مما يخلق فضاءات افتراضية جديدة للتفاعل و التبادل الثقافي.

النتائج الخاصة بالتساؤل الثالث : ما هي الأهداف التي تسعى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزولتحقيقها من خلال الاتصال الحداثي؟

1_ تسعى المؤسسة الثقافية "مولود معمري" لتحقيق مجموعة من الأهداف من خلال الاتصال الحداثي، من بينها :

- إعطاء صورة ايجابية للمؤسسة لدى جمهورها وتعزيز سمعتها
- تعزيز التفاهم و التواصل بين المؤسسة و الجمهور
- ترك انطباع جيد لدى جمهورها الخارجي
- استمالة الجمهور و إثارة اهتمامه من خلال التعريف بمختلف الأحداث و المناسبات

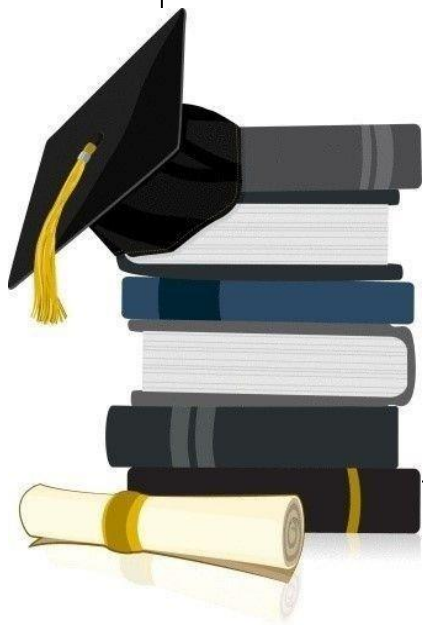
بما يضمن في الأخير الدفع بحركية الفعل الثقافي في ولاية تيزي وزو.

2_ توفر المؤسسة كل الجهود و الإمكانيات من أجل تحقيق كل الأهداف التي عليها تحقيقها فور انتهاء الحدث، و في الأخير تقوم بقياس نجاح الحدث و ذلك من خلال:

مشاركة كبيرة لمختلف المؤسسات الثقافية، الحضور الجماهيري القوي و الأماكن المحجوزة، الأصدقاء الخارجية.

النتائج الخاصة بالتساؤل الرابع: كيف تبني المؤسسات الثقافية بولاية تيزي وزو العلاقات مع جمهورها الداخلي والخارجي من خلال الاتصال الحثي؟

- 1_ تقوم المؤسسة بتنظيم أحداث موجهة لجمهورها الداخلي و الخارجي معا.
- 2_ تساعد فترة تنظيم الحدث في بناء و تعزيز العلاقة بين أفراد جمهورها الداخلي مما يؤدي إلى الحفاظ على العلاقات الطيبة بينهم، و تحفيز الموظفين على العمل كفريق واحد من أجل المؤسسة.
- 3_ تربط مؤسسة دار الثقافة "مولود معمري" علاقات جيدة مع عدة مؤسسات و جمعيات أخرى لتنظيم الأحداث داخل المؤسسة.
- 4_ تعمل المؤسسة على بناء علاقات مع جمهورها الداخلي و الخارجي و تدعيمها من خلال الاتصال الحثي، بما يضمن دعم حركية الفعل الثقافي على مستوى ولاية تيزي وزو.
- 5_ لدى مؤسسة دار الثقافة علاقة جيدة مع الصحافة المحلية و الوطنية و ذلك من أجل تغطية الصحافة لكل أحداث و نشاطات التي تقوم بها المؤسسة.



خاتمة

خاتمة

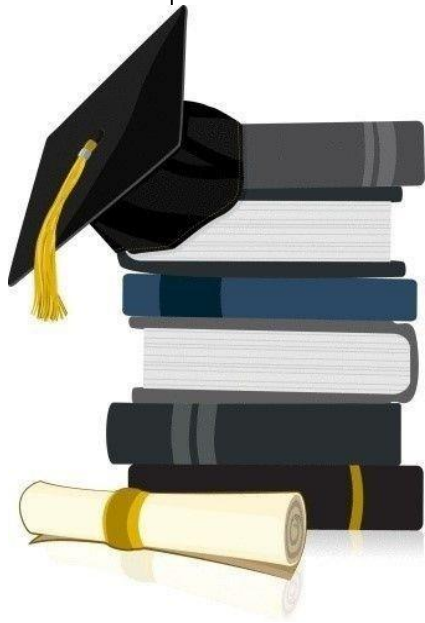
يعد الاتصال الحداثي كنوع من أنواع الاتصال حديث الطرح الأكاديمي، قديم الممارسة وهذا لحضوره القوي داخل المجتمع الجزائري، بمختلف فئاته وفي كل المناسبات وأبرزها الأحداث المؤسسية.

وتعتبر المؤسسة دار الثقافة "مولود معمري" لولاية تيزي وزو من بين المؤسسات الثقافية التي لجأت إلى تبني سياسة الاتصال الحداثي و حاولتها الوصول إلى تحقيق أهداف المؤسسة كتنقية سمعتها لدى جمهورها، فقد توصلنا بعد دراستنا الميدانية و تحليل البيانات و المعطيات المتحصل عليها بأن دار الثقافة "مولود معمري" لولاية تيزي وزو تستعمل الاتصال الحداثي وتهتم به، يتضح ذلك من خلال توظيفها لتقنياته و مختلف أنواعه إضافة إلى وسائله المتعددة، وكذا تنظيمها للكثير من الأحداث على مدار هذه السنوات، كما أنها أنشأت على مستوى المديرية خلية تختص بالأحداث، وهذا ما يؤكد بأن دار الثقافة "مولود معمري" لولاية "تيزي وزو" أكثر اهتمام بهذا النوع من الاتصال.

بعد تناولنا لموضوع " دور الاتصال الحداثي في تدعيم حركية الفعل الثقافي لولاية تيزي وزو" و استخلاص النتائج يمكننا اقتراح جملة من التوصيات المتمثلة في :

- _ العمل على توضيح مفهوم الاتصال الحداثي لدى جميع عمال دار الثقافة "مولود معمري".
- _ ضرورة إشراك العمال في مختلف الأحداث التي تنظمها المؤسسة.
- _ ضرورة توجيه المزيد من الاهتمام لمديرية الاتصال و خاصة خلية الأحداث وتنمية قدرات موظفيها من خلال التدريب والتكوين المستمرين .

قائمة المراجع



قائمة المراجع باللغة العربية :

✓ الكتب :

- 1- التركي إبراهيم محمد، دراسات في مناهج البحث العلمي، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، 2003.
- 2- بالقاسم سلطانية، الجيلان حسان، منهجية العلوم الاجتماعية دار الهدى الجزائر، 2006.
- 3- بن مرسل أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 3، الجزائر، 2003.
- 4- بن نوار صالح، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة 2009.
- 5- جمعة صالح النجار فايزة و آخرون، أساليب البحث العلمي، منظور تطبيقي دار الجامد للنشر و التوزيع، عمان، 2008.
- 6- حسن محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطبعة بيروت، 2009.
- 7- حجاب محمد منير، أساسيات البحوث الإعلامية و الاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- 8- كماش لزم يوسف، البحث العلمي "مناهجه، أقسامه، أساليبه الإحصائية"، دار الدجلة عمان، 2005.
- 9- كوبر آدم، الكسندر سرالز وآخرون، الثقافة بين الكوني والخصوصي تر، أيان حسن، سوريا، دمشق، دار الفرقد، للطباعة النشر و التوزيع، طبعة ، 2008.
- 10- مي عبد الله، البحث في علوم الإعلام و الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، الطبعة 1 ، 2011.
- 11- موريس أبكرس، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبة للنشر الجزائر، 2004.
- 12- علي القيم، وتبقى الثقافة رحلة في محارب المعرفة سوريا، مطابع الهيئة العامة السورية للكتاب، 2010.
- 13- سعد عمر سيف الإسلام، الموجز في منهجية البحث العلمي في التربية و العلوم الإنسانية، دار الفكر، دمشق، 2009.

قائمة المراجع

- 14- عبيدات محمد و آخرون, منهجية البحث العلمي, القواعد المراحل و التطبيقات, الطبعة الثانية, عمان, دار وائل للطباعة والنشر, 1999.
- 15- فوزي عبد الله العكش, البحث العلمي والمناهج و الإجراءات, مطبعة العين الحديثة الإمارات, 2006.
- 16- فيسروز رزاق و آخرون, منهجية البحث الاجتماعي, منشورات مكتب إقرأ, الطبعة 1, قسنطينة 2007.
- 17- خلفان أحمد خالد, طلالة معرفية على شبكات التواصل الاجتماعي, أكاديمية شرطة دبي, مركز البحوث والدراسات العربية المتحدة, 2013.

✓ المقالات :

- 1- ابن سيرود فاطمة الزهراء, صديق ليندة, العواصم الثقافية, العربية بين الثقافة والسياحة الثقافية, جامعة عبد الحميد مهري, قسنطينة 2, مجلد دراسات اقتصادية المجلد 5, العدد 01 سنة 2017.
- 2- - زمور بدر الدين, وهيبة عيشاوي, الاتصال الحداثي كأداة إستراتيجية لتعزيز صورة المؤسسة لدى جماهيرها جامعة البليدة 2 مجلد 09, عدد 2, المجلة الدولية الاتصال الاجتماعي, ص 317- 530, سنة 2022.
- 3- زرقوط موسى, الاتصال الحداثي ودوره في بناء صورة المؤسسة الاقتصادية الخاصة, مجلة البحوث والدراسات الإنسانية, جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة مجلد 15 العدد 02 صفحة 209-226 سنة 2021.
- 4- حاجي حمزة, الوسائل الاتصالية الحديثة في المؤسسة الثقافية الجزائرية, مجلة العلوم الإنسانية جامعة قسنطينة مجلد 24, عدد 51, سنة 2020.
- 5- حاجي حمزة, مكانة الاتصال الحداثي في المؤسسة الثقافية الجزائرية مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية, جامعة بوينيدر قسنطينة 3, المجلد 33, العدد 03, الصفحة 487,512 سنة 2019.
- 6- عراييبة كريم محمد, لمحات حول الاتصال الحداثي, دراسة في الأشكال والتقنيات جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية المجلد 11 العدد 01 ص 76-86, 2021.
- 7- رقاني أيوب, أثر الاتصال الحداثي على تفعيل العلاقات الجوارية, مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة قسنطينة 3 العدد 49 صفحة 196-170 سنة 2018.

قائمة المراجع

8- رقاني أيوب، الاتصال عبر الحدث في المؤسسة الثقافية مجلة العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة 3، مجلد ب، ص، العدد 47، صفحة 113، 119 جوان 2017.

✓ مذكرات الماجستير و أطروحات الدكتوراه

1- بن عدة حاج محمد، أفاق المؤسسة الثقافية في نظام السوق، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الآداب، كلية الأدب العربي، قسم الفنون البصرية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم السنة الجامعية 2018-2019.

2- بابع راسو جلدون، المعوقات السوسيو تنظيمية لفعالية المنظمات الثقافية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، الطور الثالث في علم الاجتماع تخصص تنظيم إدارة المجتمع الحضري، جامعة باتنة، السنة الجامعية 2020-2021.

3- زموري زينب، دور المؤسسات الثقافية في التنمية الثقافية أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، من قسم العلوم الاجتماعية، جامعة بسكرة ص 104، السنة الجامعية 2015-2016.

4- حجاج حسان، الاتصال الحداثي في المؤسسة التجارية والتنمية في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة قسنطينة 3، السنة الجامعية 2015-2016.

5- حاجي حمزة، إستراتيجية الاتصال الحداثي في المؤسسة الثقافية الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال جامعة قسنطينة 3، ص 57-58 السنة الجامعية 2018-2019.

6- مالكي زهير، مكاتب المتاحف الجزائرية، شروط وإمكانيات الربط على شبكة الانترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة وهران، كلية العلوم الإنسانية تخصص التكنولوجيا الحديثة للأرشيف، ص 22-25 السنة الجامعية 2009-2010.

7- فندوس عوض عمر، متاحف مكة المكرمة و أساليب تطويرها، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة أم القرى، كلية التربية قسم التربية الفنية ص 41-42 السنة الجامعية 2008-2009.

8- عرابية محمد كريم، الاتصال الحداثي في المؤسسات الجزائرية التقنيات و الألياف أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص اتصال مؤسساتي ' جامعة محمد الشريف سوق أهراس، السنة الجامعية 2019-2020.

9- رقاني أيوب، الاتصال الحداثي في المؤسسات المتحفية الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 3، السنة الجامعية 2016-2017.

قائمة المراجع

- 10- شكري بلعوي, واقع إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الثقافية الجزائرية, مذكرة لنيل شهادة الماجستير, قسم علم اجتماع و الديمغرافيا, تخصص تنمية وتسيير الموارد البشرية, جامعة منتوري قسنطينة السنة الجامعية 2008-2009.
- 11- خلفاوي حكيم, ثقافة المؤسسة و أثارها على مستوى الانضباط و التسريب, مذكرة الماجستير في علم النفس العمل والتنظيم, تخصص التنمية البشرية وفعالية الأداء, جامعة وهران2, السنة الجامعية 2017-2018.

✓ قوانين و تشريعات

- 1- مرسوم تنفيذي رقم 94-414 المؤرخ في 19 جمادي الثانية عام 1415 الموافق ل 23 نوفمبر 1994, يتضمن أحداث مديريات الثقافة في الولايات و تنظيمها, العدد 79, صفحة 68-70.
- 2- مرسوم تنفيذي رقم 98-236 المؤرخ في 28 يوليو 1998, يتضمن القانون الأساسي لدور الثقافة, الجريدة الرسمية, العدد 55, المادة 04

قائمة المراجع باللغة الأجنبية

✓ Mémoire

- 1- ABBASSI wissal : efficacité du sponsoring sportif, thèse de doctorat, université Paul Cézanne, 2007, p 27.
- 2- Guiaumdaouls, comment créer un projet culturel qui détonne, master mini mémoire, année de publication 2010, recherche insee, paris.

✓ Article

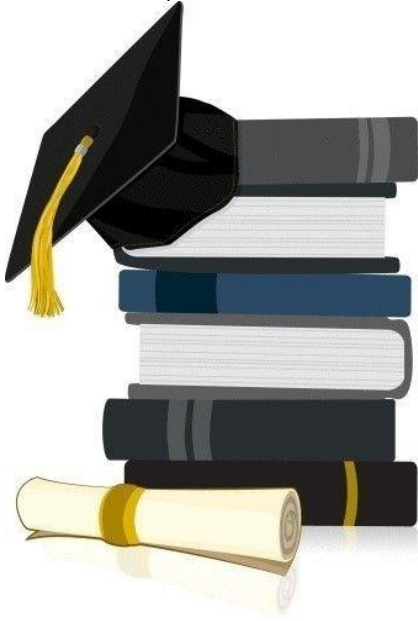
- 1- Pierre sahnoun : le sponsoring liaison, paris, 1998, p 18.
- 2- Sadoudi Tarik, essai d'évaluation des impacts de l'événementiel à travers le cas de la fête des bijoux, Ath yenni en Kabylie, Algérie.

المواقع الإلكترونية

تم الاسترجاع بتاريخ 1, pdf1, <http://www.irmasso.fr/IMG/pdf/rapport-dechartre-2.pdf>

23/04/2023 ، على الساعة 13: 45

الملاحق



الملاحق



جامعة مولود معمري تيزي وزو

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

فرع علوم الإعلام و الاتصال



استمارة مقابلة

هذه الاستمارة التي بين أيديكم تدخل ضمن إجراءات بحث لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال تنظيمي،
حول موضوع :

دور الاتصال الحديث في دعم حركية الفعل الثقافي بولاية تيزي وزو
-دراسة ميدانية بدار الثقافة مولود معمري -

إشراف الأستاذة :

د. مساعدي سلمى

إعداد الطالبة:

أرزقي كاتيا

بايكش لامية

ملاحظة : نرجو منكم التكرم بالإجابة عن أسئلة هذه المقابلة بكل صدق و جدية علما أنها لن تستخدم
سوى في هذا البحث العلمي.

أسئلة المقابلة :

المحور الأول :التخطيط للاتصال الحداثى على مستوى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو

1- ما هي الجهة المسؤولة عن وضع برنامج لتنظيم الأحداث و التظاهرات على مستوى المؤسسة الثقافية ؟

2- ما هي الأقسام التي تشارك في صناعة الحداثى الثقافى على مستوى مؤسستكم ؟و ما هي وظيفة كل قسم ؟ "

3- هل برنامج الحدث الثقافى يعد بصفة سنوية أم شهرية ؟ أم بطريقة أخرى ؟

4- ما هي مختلف أنواع الاتصال الحداثى التي تعتمدھا المؤسسة ؟

5- هل بإمكانك تقديم شرح مفصل لكل نوع ؟

المحور الثانى : الوسائل الاتصالية التي تعتمدھا على مستوى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزو

1- ما هي أهم الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها المؤسسات الثقافية في ولاية تيزي وزو من أجل تنفيذ الاتصال الحداثى و الترويج له ؟

وسائل مكتوبة ☐

وسائل سمعية بصرية " إذاعة و تلفزيون " ☐

وسائل تكنولوجياية حديثة " موقعها الرسمى على شبكة الانترنت، الصفحات الرسمية على مواقع ☐

التواصل الاجتماعى فیس بوك و غيره .

أخرى:

2- ما هي الوسائل المكتوبة التي تستعملها المؤسسة أكثر ؟

3- ما هي الوسائل السمعية البصرية التي تعتمد عليها المؤسسة أكثر ؟

4- ما مدى نجاح المؤسسة في التفاعل مع الجمهور من خلال استخدامها لوسيلة الانترنت ؟

5- هل تعتقد أن هناك فعالية كبيرة للوسائل الاتصالية - السابقة الذكر -في الترويج للحدث الثقافى؟

الملاحق

المحور الثالث: الأهداف التي تسعى مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي وزول لتحقيقها من خلال الاتصال الحداثي

1- فيما تتمثل أهداف الاتصال التي تسعى المؤسسة لتحقيقها من خلال تنظيم الأحداث الثقافية ؟

- ☐ إعطاء صورة ايجابية لدى جمهورها و تعزيز سمعتها
- ☐ ترك انطباع جيد لدى جمهورها الخارجي " بما فيه الضيوف المشاركين في صناعة الحدث الثقافي، المؤسسات الثقافية المشاركة في الحدث الثقافي، مؤسسات الإعلام، الجمهور العام الذي يحضر الحدث)
- ☐ استمالة الجمهور و إثارة اهتمامه من خلال التعريف بمختلف الأحداث و المناسبات الثقافية و العمل على تنظيمها و الترويج لها و تغطيتها.

☐ الدفع بحركية الفعل الثقافي في ولاية تيزي وزو من خلال التقريب بين الفاعلين الثقافيين في الولاية و غيرهم من الناشطين في ولايات أخرى مما يحول الحدث إلى فضاء تواصل

أهداف أخرى:

.....

.....

2- إلى أي مدى يمكن اعتبار أن المؤسسات الثقافية بولاية تيزي وزو قد حققت أهدافها من خلال الاتصال الحداثي؟

المحور الرابع: كيف تبني مؤسسة دار الثقافة مولود معمري تيزي العلاقات مع جمهورها الداخلي والخارجي من خلال الاتصال الحداثي

- 1- هل تقوم المؤسسات الثقافية بتنظيم أحداث خاصة بجمهورها الداخلي " العمال و الموظفين " ؟
- 2- إذا كانت الإجابة بنعم، ما هي هذه الأحداث التي تنظمها؟
- 3- كيف تساهم الأحداث التي تنظمها المؤسسة الثقافية في بناء علاقات و تعزيزها بين أفراد جمهورها الداخلي ؟
- 4- تربط المؤسسة الثقافية علاقات مع مؤسسات و منظمات أخرى يمكن أن نطلق عليهم جمهور خارجي، إذن ماذا يشمل الجمهور الخارجي الخاص بالمؤسسات الثقافية بولاية تيزي وزو؟

الملاحق

5- هل تركز المؤسسة من خلال الاتصال الحثي على بناء و تعزيز علاقات مع جمهورها الخارجي؟

6- كيف تتعامل المؤسسة الثقافية بولاية تيزي وزو مع الصحافة المحلية و الوطنية، و كيف تعمل على تحسين علاقتها بها من خلال الاتصال الحثي؟