

الاتصال عن طريق الحدث واستعمالاته في قطاعي الثقافة والسياحة في قسنطينة

إعداد

الدكتورة ليلي بن لطرش
أستاذة محاضرة صنف (أ)
قسم الاتصال والعلاقات العامة
كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
جامعة قسنطينة ٣ - الجزائر

الدكتور حجاج حسان
الأستاذ المساعد بقسم الاتصال والعلاقات العامة
كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
جامعة قسنطينة ٣ - الجزائر

الدكتور فانسون ماير
أستاذ التعليم العالي (بروفيسور)
قسم علوم الاتصال
كلية الآداب والفنون والعلوم الإنسانية
جامعة نيس صوفيا أنتي بوليس - فرنسا

الملخص:

كان لشيوع ثقافة استعمال الاتصال الحديث ومختلف تقنياته - والتي تأخذ في غالبيتها شكل الحدث أو تدور حوله، كالرعاية والدعم الخيري - تأثير كبير في تبني العديد من المؤسسات الثقافية والسياحية في قسنطينة لثقافة اتصالية جديدة، تعتمد على تنظيم الأحداث والمشاركة فيها من أجل التعريف والتحسيس بقيمة التراث الثقافي والسياحي المحلي. تمحورت إشكالية الدراسة حول طريقة استعمال الحدث وتقنياته من طرف المؤسسات الثقافية والسياحية الناشطة في قسنطينة من أجل ترقية قطاعي السياحة والثقافة، كما اعتمدنا على المنهج الوصفي لدراسة هذا الموضوع، إضافة إلى لجؤنا إلى توظيف المقابلات النصف موجهة، الملاحظة وتحليل وثائق المؤسسة كأدوات لجمع البيانات والمعلومات، وبعد تحليل ومعالجة النتائج توصلنا إلى أن الاتصال عن طريق الحدث ليس معروفاً على أنه تقنية في الاتصال ويجمع الرعاية والعمل الخيري، وأنه يستعمل على سبيل العادة وفي المناسبات والتظاهرات الرسمية كوسيلة للعرض وليس كتقنية اتصالية.

الكلمات الدلالية: تراث، سياحة، ثقافة، رعاية، إعلام.

Abstract

This study displays the uses of the event communication on cultural and touristic sectors. The culture propagation of the use of the events communication techniques such as care and charity, a significant impact in the adoption of a new communication culture by many cultural and tourism institutions in Constantine that is based on the events management and participation, in order to present and raise awareness about the value of the local heritage. As for the problem it is about the way the cultural and tourism institutions in Qusantinah use and employ the techniques of the events communication, in order to promote the sectors of tourism and culture. The descriptive methodology was adopted, so the tools used in gathering the data were the semi-directed interview, observation, and the analysis of the institution's documents. After the study and analysis of data, the researcher concluded that the event communication is still unknown as a communication technique, and that its uses are still an institutional habit, and only used for celebration and official manifestations in the form of fairs and exhibitions but not us communication techniques.

Key Words : Patrimony, tourism, culture, sponsoring, media.

المقدمة:

أثرت التطورات والتحويلات التي شهدتها القرن العشرين - خاصة مع توسع نطاق الثورة الصناعية، وظهور الأسواق العالمية، واشتداد المنافسة - دوراً كبيراً في ظهور مدارس وتيارات فكرية عديدة؛ مما دفع بالمؤسسات، المختصين المهنيين والباحثين الأكاديميين إلى التوجه نحو دراسة آليات وطرق جديدة تتماشى مع المتغيرات الجديدة التي ميزت العالم في تلك الفترات، ومحاولة البحث عن أحسن وأنجع الطرق والأساليب الاتصالية والتسويقية، التي يمكن استعمالها للتمييز عن الآخرين، ومن بين تحولات تلك الفترة: ظهور ما يسمى وسائل اتصال العلاقات العامة، التي تأخذ غالبيتها شكل الأحداث، تلك الوسائل في الحقيقة هي أولى بدايات شكل الاتصال عن طريق الحدث أو الاتصال الحديث، الذي دمج في أساليبه بين المؤسسات والحدث والإعلام؛ حيث يعتبر في العديد المؤسسات العلمية والاقتصادية؛ كتخصص قائم بذاته، يجمع بين الحدث، الرعاية (sponsoring) والعمل الخيري (charity) كتقنيات للاتصال والتواصل، لما له من قدرة على استغلال مكان الحدث إعلامياً، إلا أنه يبقى غير واضح المعالم اتصالياً لدى العديد من المؤسسات الجزائرية، ولقد أُسْتُعْمِلَ في بادئ الأمر من طرف المؤسسات الأمريكية والأوروبية من أجل الترويج للمنتجات والخدمات في شكل معارض وصالونات (منتجات فورد في أمريكا وبيري في فرنسا)، من خلال توظيف مختلف العمليات والنشاطات الاتصالية والتسويقية في شكل أحداث جماهيرية بمرافقة وسائل الإعلام؛ حيث برز بشكل كبير في الثمانينات بسبب بروز النزعة الإنتاجية والتسويقية وانتشار الثقافة الجماهيرية.¹

وسنحاول من خلال هذا العرض المتواضع تناول موضوع يجمع بين عدة ميادين بحثية؛ كعلم الثقافة، الاجتماع، الأنثروبولوجيا، التاريخ، الآثار وعلوم الاتصال، في شكل مقارنة متداخلة التخصصات، تُعنى بكيفية توظيف تقنيات واستراتيجيات الاتصال الحديثي من طرف المؤسسات الناشطة في قطاعي الثقافة والسياحة في قسنطينة، خاصة وأن البحوث التي

(1) Riom، Aude، Libaert، Thierry، Adary، Assail، Toute la fonction communication، (paris : dunod، 1 édition، 2010)، p 20⁹.

تناولت موضوع الاتصال عن طريق الحدث، ورعاية الأحداث الثقافية أشارت إلى الدور الذي أضحى يقدمه توظيف الاتصال بالشكل السليم في تحقيق أهداف داخلية وأخرى خارجية.

مشكلة الدراسة:

عانى التراث السياحي والثقافي القسنطيني في العشريات السابقة من الاندثار والنسيان، ويعود ذلك لعدة أسباب، منها الطبيعية والبشرية، فقد تعرضت العديد من المناطق والمدن التاريخية والسياحية التي تحتوي على الكثير من الكنوز، المادية والرمزية إلى الإهمال أو التخريب، والتي تحمل في طياتها الكثير من القيم والرموز التي كانت سائدة وشاهدة على مجتمعات وثقافات مرت أو عاشت في تلك المناطق، لكن -ولحسن الحظ- لا زالت بعض المدن والمناطق الجزائرية تحتفظ بالكثير من الموروثات الثقافية، التاريخية والسياحية (عادات، طقوس احتفالية، غناء، لباس، طبخ، مهن، مواقع سياحية وتاريخية، قلاع، قصور، جسور، مدن... الخ)، إلا أنها في أمس الحاجة إلى توظيف أساليب تسييرية، اتصالية وتسويقية للتعريف بها بالشكل الصحيح؛ حتى تتمكن من عرضها وإستغلالها كأحد مقومات الجذب السياحي وخلق الثروة المحلية.

ومن أجل إمادة اللثام عن هذه التقنيات؛ ارتأينا أن نتطرق إلى موضوع قديم في جذوره، جديد في تطبيقاته وتقنياته؛ ألا وهو الاتصال عن طريق الحدث، من خلال البحث والتقصي عن واقع استعمالات الحدث، الرعاية والدعم الخيري، وكيف يمكن أن يساهموا في تحسين سمعة وصورة تراثنا الثقافي والسياحي، ومن أجل تحديد المسار العام للدراسة قمنا بطرح التساؤل التالي:

- كيف تستعمل المؤسسات السياحية والثقافية الاتصال الحديثي من أجل تحسين واقع التراث الثقافي والسياحي في قسنطينة؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مجالات استعمال التقنيات الحديثة من طرف المؤسسات الثقافية والسياحية؟
- كيف يتم استعمال التقنيات الحديثة لخدمة قطاعي الثقافة والسياحة في قسنطينة؟

- ما الوسائل والتقنيات الحديثة التي تستعمل لتحسين صورة التراث الثقافي والسياحي لقسنطينة؟

- ما الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها الاتصال الحديث للنهوض بقطاعي الثقافة والسياحة؟

- كيف يتم استغلال المحتويات الإعلامية كإستراتيجية تكمل عمل التقنيات الحديثة؟
أهداف الدراسة:

نسعى من خلال إنجاز هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على المجالات الأكثر استعمالاً للتقنيات الاتصالية الحديثة بما فيها تقنيات الرعاية والعمل الخيري التي تستعملها المؤسسات السياحية والثقافية لخدمة تراث قسنطينة.

- الكشف عن أهداف ودور الاتصال الحديث في قطاعي السياحة والثقافة.

- الوقوف على كيفية وطرق توظيف الاتصال عن طريق الحدث من أجل خدمة التراث الثقافي والسياحي المحلي لقسنطينة بصفة خاصة والجزائر بصفة عامة.

- الوقوف على واقع توظيف العلاقة التكاملية للإعلام والحدث من أجل خدمة تراث المنطقة.

أهمية الدراسة: انتشرت ثقافة استعمال الحدث والدعم الخيري والرعاية؛ كإحدى أهم الإستراتيجيات التي تُعتمد في تنفيذ السياسات العامة والاتصالية والتسويقية للمؤسسات، خاصة في بعض الدول العربية والآسيوية التي استثمرت ولازالت تستثمر في الثقافة الحديثة، على غرار الإمارات العربية المتحدة، ماليزيا، وقطر، التي رأت في تنظيمها للأحداث والتظاهرات، ورعايتها لمختلف النشاطات الثقافية، العلمية والرياضية أحسن وسيلة للتعريف بمناخ الاستثمار ومؤهلات مناطقها، ويمكن توضيح تلك الأهمية في النقاط التالية:

أهمية نظرية:

- يتداخل الاتصال الحديث مع العديد من التخصصات البحثية الأخرى كعلم الاجتماع، الاقتصاد والتسويق.
- يساهم الاتصال عن طريق الحدث والرعاية في توجيه البحوث الاتصالية والتسويقي نحو الآليات التي تخدم الصورة والسمعة.
- يسلط الضوء على عنصر الجمهور وعلاقته بالمؤسسة والصورة.
- اعتبار الاتصال عن طريق الحدث شكلاً من أشكال الاستثمار في تحسين السمعة والصورة.
- ارتباط الاتصال الحديث بالتغطيات الإعلامية سواء كانت مكتوبة، مسموعة أو مرئية.

أهمية تطبيقية:

- تساهم الأحداث في عرض قدرات البلدان والمدن التي لها رصيد ثقافي وسياحي متنوع.
- أضحت الاتصال الحديث أحد أهم تخصصات الاتصال والتسويق في الجامعات الغربية، ومهنة تلقى طلباً كبيراً في سوق العمل.
- انتشار ثقافة لجوء المؤسسات الجزائرية إلى طلب خدمات المؤسسات الخاصة بتنظيم الأحداث.
- يمكن أن يساعد الاتصال الحديث في تطوير مجالات التسويق، السياحة، الثقافة وتنشيط المدن.

منهج الدراسة:

نظراً لطبيعة وخصوصية الموضوع ارتأينا أن تكون في شكل دراسة كيفية، اعتمدنا فيها على المنهج الوصفي، الأنسب لهذا النوع من الدراسات، ويعتبر من أنجع المناهج وأكبر ملائمة لدراسة الظواهر الاجتماعية المختلفة؛ لأن الباحث عندما يجد صعوبة في إجراء

التجارب على بعض الظواهر الاجتماعية؛ فإنه يلجأ إلى الوصف والتحليل.

تم تحديد طريقة إجراء البحث وأدوات جمع البيانات انطلاقاً من أولى الزيارات الاستطلاعية، تم التوصل إلى تصور عام فيما يخص موضوع بحثنا؛ حيث وقفنا على عدم معرفة هذا النوع من الاتصال الذي يعتمد على الأحداث على أنه تقنيات اتصالية وتسويقية، ومن أجل الحصول على معلومات وبيانات سليمة ودقيقة عمدنا إلى اختيار المقابلة؛ لأنها تعبر عن تقنية مباشرة، تستعمل من أجل مساءلة الأفراد بكيفية منعزلة وفي بعض الحالات مساءلة جماعية بطريقة نصف موجهة، والقيام بسحب عينة كيفية بهدف التعرف بعمق على المستجوبين، كما تعتبر من أفضل التقنيات لمن يريد استكشاف الحوافز العميقة للأفراد واكتشاف الأسباب المشتركة لسلوكهم من خلال خصوصية كل حالة.¹

أما مجالات البحث؛ فقمنا باختيار ثلاث مؤسسات سياحية ومثلها ثقافية؛ مؤسسة التسيير السياحي للشرق، الديوان الوطني للسياحة، مديرية السياحة لقسنطينة، المتحف الوطني العمومي سيرتا، مديرية الثقافة لقسنطينة، المتحف العمومي للفنون والتعابير الشعبية قصر الحاج أحمد باي.

أما عينة الدراسة: فكانت قصدية؛ حيث قمنا باختيار أغلب الإطارات المكلفة بمتابعة وتنفيذ العمليات الحديثة، من التخطيط حتى التنفيذ، وكذلك رؤساء المصالح التي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة، تم تحديد ٤٢ مفردة من المؤسسات السياحية والثقافية المختارة للبحث.

من أجل الإجابة عن التساؤلات السابقة يمكننا أن نضع الفرضيات التالية:

- يوظف الاتصال الحديث من أجل خدمة المدن السياحية والتراثية ولكن بشكل تقليدي.

- تستعمل التقنيات الحديثة في شكل وسائل إتصال العلاقات العامة وعمليات رعاية من أجل خدمة قطاعي السياحة والثقافة.

(١) أنجس، مورييس، ترجمة صحراوي، بوزيد، بوشرف، كمال، سبعون، سعيد، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، (الجزائر: دار القصة للنشر، الطبعة الأولى، ٢٠٠٤)، ص ١٨٤.

- تستعمل المؤسسات الثقافية والسياحية رعاية النشاطات التراثية والتراثية لتحسين صورة التراث المحلي.
- يهدف الاتصال الحديث إلى التعريف بالتراث السياحي والثقافي القسنطيني.
- تستعمل المحتويات الإعلامية كآلية مكملة للاتصال الحديث.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: دراسة استعمالات الحدث كتقنية اتصالية وآليات الرعاية والمساعدة التي ترافقه في مختلف النشاطات الثقافية التي تهدف إلى خدمة قطاعي السياحة والثقافة في قسنطينة.

الحدود المكانية: ارتأينا أن ننجز هذه الدراسة في المؤسسات الثقافية والسياحية الناشطة في مدينة قسنطينة، عاصمة الشرق الجزائري.

الحدود الزمانية: أنجزت هذه الدراسة الميداني في الفترة الممتدة من شهر مارس ٢٠١٣ إلى شهر ديسمبر ٢٠١٥.

مصطلحات الدراسة:

الاتصال:

لغة: "الاتصال هو فعل إرسال شيء؛ رأي، رسالة، معلومة"^١.

اصطلاحًا: "إقامة علاقة بين أشخاص أو بين تنظيمات، لها الرغبة في التعاون، لا ينتمون إلى نفس التنظيم، ولكنهم يصبحون شركاء داخله"^٢.

إجراءيًا: هو عملية تسيير المعلومات والأحداث من أجل إقامة علاقات ناجحة وتحقيق هدف مشترك.

(1) Janine BEAUDICHON Armand، LA COMMUNICATION processus، formes et application، (Paris : Colin/HER، 1ere édition، 1999) ، p 24.

(2) Henriet Bruno، Boneuz François، Audit de la communication interne، (Paris : les éditions d'organisation، 2eme édition، 1995) ، P 31.

الحدث:

لغة: "معنى حدث في تاج العروس حَدَثَ "الشيءُ يُحْدِثُ" حُدُوْتًا -بالضَّم- وَحَدَاثَةً -بالْفَتْح- نَقِيضُ قُدَمٍ، والحديثُ: نَقِيضُ الْقَدِيمِ، والحُدُوْتُ: نَقِيضُ الْقُدَمَةِ، وَتُضَمُّ دَالُهُ إِذَا دُكِرَ مَعَ قُدَمٍ؛ كَأَنَّهُ إِتْبَاعٌ وَمِثْلُهُ كَثِيرٌ"^١.

اصطلاحًا: "يأتي في سياق مناسبة معينة، حتى تستفيد المؤسسة من النتائج الإيجابية، على أن تتحكم في المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها في حالات معينة، خاصة في الرعاية الرياضية"^٢.

إجرائيًا: "هو عبارة عن نشاط ينظم أو ترعاه مؤسسة أو تنظيم ثقافي من أجل تحقيق أهداف عامة وخاصة".

الاتصال عن طريق الحدث أو الحديثي: "يسعى الاتصال الحديثي إلى خلق أجواء مميزة وقوية في حياة المؤسسة مع مختلف جماهيرها، تبقى في الذاكرة المؤسساتية، وأن الهدف يتعدى تقاسم هذه الأجواء، إلى الاستفادة من مختلف النتائج الإيجابية التي تكون في شكل تغطيات إعلامية"^٣.

العمل الخيري charity:**العمل:**

لغة: معنى عمل في معجم اللغة العربية المعاصرة: "عمل، عمل به، عمل على، عمل في، عمل ل يعمل؛ عملاً؛ فهو عامل، والمفعول معمول (للمتعدى)، عمل الرجل، مهن، عمل نجازًا، طبيبًا، مهندسًا، مارس نشاطًا وقام بجهد للوصول إلى نتيجة نافعة عمل بنظام، عمل على إرضاء والده، عمل للصالح العام"^٤.

(1) www.maajim.com/dictionary

(2) Riom ، Libaert ، Adary ، Toute la fonction communication ، p 20.

(3) Chevalier ، Claude ، Sehli ، Lilia ، Communication et publicité ، (Québec : Ga tan Morin  diteur ، 1er édition ، 2006) ، p 4.

(4) www.maajim.com/dictionary

اصطلاحًا: "إنه كل ما يزاوله الإنسان من أنشطة صناعية، أو مهنية، أو زراعية، أو تجارية، أو غيرها بغية أي هدف"^١.

خَيْرِي:

لغة: زهر المنثور الأصفر، اسم منسوب إلى خَيْر، مشروع خَيْرِي^٢.

اصطلاحًا: "هي تقنية في الاتصال تقوم من خلالها المؤسسة بتقديم إعانة في شكل هبة إلى شخص أو مؤسسة دون انتظار المنفعة الترقية"^٣.

التعريف الإجرائي للعمل الخيري : يعبر عن مجموعة من المساعدات و الهبات التي تأخذ أشكال متعددة إلى تنظيمات ثقافية معينة من أجل الصالح العام".

الرعاية sponsoring:

لغة: "من رعى، يرمى ويأمن"^٤.

اصطلاحًا: "هي عبارة عن تقنية في الاتصال من خلالها تقوم المؤسسة بتقديم إعانة إلى شخص أو مؤسسة من أجل إنجاز مشروع في شكل دعم إلى فريق، نادي، تنظيم تظاهرة رياضية، ثقافية، إنسانية أو اجتماعية، من أجل تحقيق غايات إسهارية في إطار اتفاقية تفصيلية بين الطرفين"^٥.

إجرائيًا: "هو عبارة عن مساعدات مادية ومالية تقدم إلى نشاطات أفراد أو تنظيمات ثقافية من أجل استغلالها لأغراض إسهارية وترقية".

الرعاية لها بعد اقتصادي بالنسبة للمؤسسة، وتأثير ذو بعد قصير المدى وإستراتيجيتها

(1) <http://www.alifta.net/Fatawa/fatawaDetails.aspx?Book>

(2) www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/خيرِي

(3) DEMONT-LUGOL, Liliane, KEMPF, Alain, RAPIDEL, Martine, SCIBETTA, Charles, communication des entreprises, stratégies et

Pratiques (Paris : Armand Colin, 2ème édition, 2006), p 227.

(4) <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/sponsoring/74305>

(5) Ibi. Op.cit.

اقتصادية، أما الدعم الخيري فهو ذو بعد طويل المدى وإستراتيجيته مؤسسية¹.

الدراسات السابقة:

المحور الأول:

دراستين تناولتا الحديث عن توظيف الحدث في الفضاء العمومي الفرنسي من طرف الفاعلين المحليين؛ من أجل استغلال الأماكن العامة، لتحقيق أهداف متنوعة، يمكن أن تساهم في تنمية الأقاليم، وخلق الثروة المحلية.

١- الدراسة الأولى: الحدث الاحتفالي الحظري؛ نحو تسيير مواقع الاستغلال في الفضاء العمومي فيما يخص الدراسات السابقة، أو بالأحرى المشاهدة؛ فلم أجد أي دراسة باللغة العربية التي تناولت الاتصال الحدثي أو الاتصال عن طريق الحدث، لذلك حاولت قدر الإمكان الإطلاع على بعض الدراسات الأكاديمية والمهنية الفرنسية، تناولت دراسة أنجزت من طرف الباحثة مونيكا ميرندا (Monica-Miranda) والموسومة "الحدث الاحتفالي الحظري نحو تسيير مواقع الاستغلال في الفضاء العمومي، - حالة مدينتي نانت وبوردو؛ حيث حاولت الباحثة دراسة إشكالية استغلال الفضاءات والمواقع العمومية التي تتميز بتوظيف المهرجانات والأحداث الكبرى من أجل تحقيق أهداف معينة في محيطها، خاصة ما تعلق بتسيير الفضاءات العمومية من خلال تبني طريقة تسيير الحدث الحظري الاحتفالي، وأخذت نموذجين للدراسة، مدينة نانت وبوردو، الأول عيد المشروبات (bordeaux-fête-le-vin) والثاني (rendez-vous-de-l'Erdre) الخاص بموسيقى الجاز.

أ- هدف الدراسة:

سعت الباحثة إلى الوقوف على تحليل كيفية استغلال المواقع العمومية للاتصال عن طريق الحدث، الدوري والجواري في الأماكن الحظرية المعروفة، والذي يستهدف الجمهور العام (اتصال وتسويق حدثي)، خاصة وأنها تطرقت إلى توجه السلطات العمومية، السياسات العمومية والفاعلين المحليين في فرنسا بعد سنوات الثمانينات إلى تبني هذا النوع من الاتصال

(1) Westphalen، Marie Hélène، Communicator، (Paris : Dunod، 4ème édition، 2004) p 387.

من أجل تحسين تسيير المؤهلات المحلية في الأقاليم وتحسين الصورة محلياً وخارجياً.

ب- منهج الدراسة وأدوات البحث:

عمدت الباحثة إلى القيام بدراسة تحليلية لطريقة عمل الحدث الحضري الاحتفالي انطلاقاً من تحليل طريقة التسيير؛ حيث تناولت مفاهيم وأبجديات التسيير خاصة في بدايات القرن الواحد والعشرين، من خلال طرح إشكالية تطور طرق تسيير المؤسسات في تلك الفترة كأسلوب وفلسفة لإدارة الثروة الاجتماعية والاقتصادية، كما تطرقت إلى مختلف المراحل التي مر بها التسيير، والطرق والآليات التي أضافها الحدث إلى عالم المؤسسات وطرق توظيف العناصر التي يمكن أن تساهم في نمو المؤسسة وخلق الثروة.

كما استعانت الباحثة -فيما يخض جمع المعلومات والبيانات الخاصة بموضوع دراستها- على المقابلات والملاحظة، إضافة إلى لجوئها إلى التحقيق الميداني في المرحلة الإستكشافية وتوزيع استمارة على عينة تتكون من ٣٤٩ زائر من أجل التأكد من بعض المعطيات الخاصة بالسياق العام للتسيير.

أما سبب اختيار المدينتين؛ فيعود إلى كون هاتين المدينتين متشابهتين؛ من حيث الطبيعة الجغرافية والديمغرافية، إضافة إلى كونهما مدينتين مينائيتين (خصوصية تواجد الأنهار، نهر محلي في نانت وأوروي في بوردو)، وهذا هو الدافع الأكبر لسبب الاختيار في كون المدينتين يشهدان خصوصيات معقدة، اجتماعية، اقتصادية ومهنية، كما يعتبران كمدينتين خارجتان عن نطاق المدن الكبرى الأوروبية، كما أن الجمهور المستهدف في نانت هو محلي في حين في مدينة بوردو هو عالمي، أما المواقع الحديثة؛ ففي نانت متعددة وخارج الإقليم الحضري، أما في بوردو فتقع في وسطها.

ج- نتائج الدراسة:

توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- العمل على توظيف طرق وآليات نموذج تسيير المواقع في تسيير الأحداث الحضرية الاحتفالية، من خلال العمل على تهيئة الظروف المناسبة للاستهلاك، الترفيه، نوعية الخدمات والأمن، إضافة إلى أن المنطق المتبع في الأحداث ينطلق من مبادئ التسيير الحضري الذي

يرتكز على الدعم، والبعد الاقتصادي والتسويقي للمناطق.

- أن الحدث الاحتفالي يساعد في خلق الحيوية وتهيئة المناخ الإبداعي، النفسي والجمالي.

- خصوصية التسيير في الحدث الحضري الاحتفالي الدوري والموقت يتميز عن نموذج تسيير المواقع وطرقه (المشاريع الدورية)، الذي يساعد في اكتساب معارف ومهارات جديدة.

- كل حدث له مميزاته الخاصة في الأهداف المسطرة من طرف المنظمين، أما على مستوى تسيير الأحداث يتقاسمان العديد من نقاط التشابه.

- مواقع الأحداث في كلا النموذجين متشابهة.

٢- الدراسة الثانية: الاتصال الحديثي للمدن الوسطى واقع، إستراتيجيات ورهانات:

هي عبارة عن دراسة أكاديمية أنجزت سنة ٢٠٠٥م من طرف مجموعة من الباحثين الفرنسيين من جامعة ران (Laure Brulais)، (Lynda ، Vincent Diard Sandra André، Agram de Saint Jores) الموسومة "الاتصال الحديثي للمدن الوسطى واقع، إستراتيجيات ورهانات" (La communication événementielle des villes moyennes en Bretagne Etat des lieux stratégies et enjeux) في سنوات الثمانينيات تفرعت نشاطات الاتصال لتشمل جميع الهيئات الممثلة للمدينة و الفروع البلدية واستعمال مختلف الوسائل والدعائم الإشهارية في الانتخابات المحلية، واستغلال التجمعات الجماهيرية كأحداث اتصالية في خدمة التنمية المحلية، ودخول الوكالات الخاصة للاتصال بمختلف نشاطاتها اتصالية في ساحة الاتصال المحلي للسلطات، أما فترة التسعينات؛ فقد تميزت بانتشار مفاهيم المسؤولية الاجتماعية، المؤسسة المواطنة، التسويق السياسي، الاتصال المؤسسي والالاتصال الجوي، أما في بداية الألفينات عمدت السلطات الفرنسية إلى تنمية الأقاليم المجاورة للمدن من خلال ترقية الاتصال الجوي واستعمال مختلف الطرق والوسائل الاتصالية الحديثة في تقريب الإدارة من المواطنين، وإشراك المجتمع المحلي والجمعيات الثقافية في تنمية وتطوير الأقاليم الفرنسية.

تطرقت مجموعة البحث إلى موضوع الاتصال الحديثي في المدن المتوسطة في فرنسا؛

حيث تطرقوا إلى إشكالية الاتصال الحداثي كأحد الوسائل الإستراتيجية التي تساعد المدينة في تحقيق التنمية المنتظرة، وكيفية توظيف هذا النوع من الاتصال من أجل خلق العناصر الأساسية التي يجب توفرها في مدينة عصرية؛ حيث طرح الباحثون مشكلة الاتصال من حيث طريقة التنظيم، ووضع الحدث في خدمة أهداف الهيئات المحلية الممثلة للمدن، وهل الاتصال عن طريق الحدث يندرج ضمن الإستراتيجية الشاملة لاتصال المدينة في فرنسا؟، وللإجابة على تساؤلات الدراسة وضع الباحثون الفرضية التالية:

يوظف مسؤولو المدن الأحداث المحلية كاستراتيجية اتصالية لتنفيذ البرامج المحلية.

أ- هدف الدراسة:

سعى الباحثون إلى محاولة الوقوف على طريقة تنفيذ السياسات الاتصالية للمدن الإقليمية الفرنسية من خلال حصر مختلف الأحداث الاستراتيجية المنظمة في المدن البروتونية، إضافة إلى الكشف عن البعد البصري لاتصال الأحداث في الفضاء العمومي من أجل خدمة المدينة.

ب- منهج وأدوات الدراسة:

استعمل الباحثون لدراسة هذا الموضوع على منهج دراسة الحالة من خلال دراسة حالات المدن المتوسطة الفرنسية، أما أدوات البحث التي استعملوها تمثلت في المقابلة كأداة رئيسية للدراسة؛ حيث تمت تلك المقابلات مع المكلفين بالاتصال لبعض الجمعيات المسؤولة على تنظيم المهرجانات وبعض المسؤولين المحليين ورؤساء البلديات.

ج- نتائج الدراسة:

عبرت النتائج التي توصل إليها فريق البحث عما يلي:

- يلعب الحدث دور مهم في ترقية صورة المدينة ونشر ثقافتها وهويتها وتكوين روح الانتماء والفخر بالمدينة والإقليم.
- يساعد الحدث المدينة على إبرازها في محيطها وعلى المستوى الوطني.
- يساعد الاتصال الحداثي المدينة في تحقيق رهاناتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية

وترقية صورة مسؤوليها وبالتالي صورتها.

- الاستفادة المادية والاقتصادية من المهرجانات والأحداث.
- يعمل الاتصال الحديث على دفع المدن إلى تطوير المنشآت والمعدات التي تستعمل لتنشيط التظاهرات والأحداث.
- المواطن هو سفير عن المدينة في مختلف الأحداث.
- أن وسائل الاتصال والإعلام تلعب دورًا في التنمية الشاملة للمدينة.
- على الرغم من عدم تنظيم المدن المتوسطة للأحداث إلا أنها تدعمها بطرق متعددة من أجل الاستفادة من العلاقة التي تنشأ بين الحدث والمدينة على المدى الطويل.
- كثرة الأحداث وتعاقبها الكبير يقلل من القيمة الحقيقية للحدث.

المحور الثاني:

دراسات تناولت الحديث عن طرق استغلال مختلف أنواع الأحداث العامة والأحداث الثقافية من طرف المؤسسات الفرنسية وكيفية استعمالها في إدارة قطاعات معينة في بعض المدن الفرنسية التي تمتلك قدرات وخصوصيات يمكن أن تستثمرها عن طريق صناعة الأحداث الكبرى.

٣- الدراسة الثالثة: مكانة الاتصال الحديث في الإستراتيجية الاتصالية:

هي عبارة عن بحث أكاديمي للباحث والأستاذ المحاضر بجامعة روان الفرنسية (Rouen) فيليب بواستال (Philippe BOISTEL) والتي جاءت تحت عنوان: "مكانة الاتصال الحديث في الإستراتيجية الاتصالية"، أراد الباحث من خلال هذه الدراسة التطرق إلى إشكالية الاتصال الحديث في المؤسسات؛ إذ أنه وعلى الرغم من عدم وضوح آليات الوسائل الحديثة وعدم وجود تعريف جامع لهذا النشاط إلا أن طريقة استعمال الحدث والأهداف المنتظرة من القيام بالعمليات والنشاطات الحديثة في المؤسسات تبقى من الوسائل الهامة وذات فعالية لتحقيق السياسة الاتصالية للمؤسسات؛ حيث طرح الباحث التساؤل الرئيسي:

هل يندرج الاتصال الحديث في الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسات؟، كما أجاب على

إشكالية البحث من خلال فرضية مفادها: أن الاتصال الحداثي وسيلة إستراتيجية من أجل التميز وتحسين صورة المؤسسة.

أ- هدف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف موقع الاتصال الحداثي ومكانته في الإستراتيجية الاتصالية في المؤسسة إضافة إلى الكشف عن دور الاتصال الحداثي في تمييز المؤسسة عن باقي المؤسسات.

ب- منهج الدراسة وأدوات البحث:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الاستطلاعية التي يوظف فيها المنهج الوصفي الأنسب لمثل هذه الأنواع من البحوث، كما استعان الباحث في جمع المعلومات والبيانات بالاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات، إضافة إلى تحليل الوثائق الداخلية للمؤسسات موضوع الدراسة وبعض المواقع الإلكترونية لوكالات الاتصال والإشهار الخاصة.

ج- نتائج الدراسة:

- يستعمل الاتصال الحداثي في المؤسسات كتقنية وإستراتيجية في بعض المؤسسات التي شملتها الدراسة من أجل تحقيق الأهداف التجارية والنفعية للمؤسسة والمعنوية التي تخص إنسانية المؤسسة، وأن تلك الوسائل تتمثل في وسائل إتصال العلاقات العامة، من معارض وأجنحة إلى رعاية الأحداث وعمليات المساعدات الخيرية.

- حتى وإن لم يكن الاتصال الحداثي أداة إستراتيجية لبعض المؤسسات إلا أنها تشارك في الكثير من الأحداث لتحقيق أغراض تجارية واجتماعية.

- اتخاذ قرار المشاركة في حدث تقرره لجنة تقييم تضم مديري المصالح والفروع.

- استعمال الاتصال الحداثي من أجل الإنفتاح على المحيط والتقرب من الجماهير.

- يواجه الحدث العديد من الصعوبات التي يجب أخذها بعين الإعتبار عند تنظيمه.

٤- الدراسة الرابعة: الأحداث الثقافية، تجربة الأنواع:

هي عبارة عن دراسة مونوغرافية منجزة من قبل وزارة الثقافة والاتصال الفرنسية، محافظة

الدراسات والاستشراف والإحصائيات، تحت عنوان "الأحداث الثقافية، تجربة الأنواع"، أُجرت من طرف كلود فوكليير (Vauclaire Claude) تهدف إلى دراسة مجموعة من الأحداث في إطار تنفيذ البرامج الثقافية، والوقوف على مكانة هذه الوسائل في السياسة الثقافية للجماعات الإقليمية، تتمحور إشكالية الدراسة في المكانة التي أصبح يحتلها الحدث في الحياة الثقافية كأحد رموز هذا النوع من الثقافة الاقتصادية، على الرغم من أن تناول هذه البحوث والدراسات كثيراً ما ارتبط بدراسة حالات خاصة.

تناولت إشكالية البحث دراسة خصوصيات الأحداث في المجالات الثقافية والوقوف على أنواعها وكيفية انتشارها وإنتاجها، كما توضح هذه الدراسة التحليلية استعمالات هذا النوع من الأحداث والتساؤلات التي تدور حولها، إضافة إلى التحقق من أهدافها والشروط التي تميزها عند تنفيذها في سياق العلاقة بين الجمهور والإقليم.

تمحورت تساؤلات البحث حول المكانة التي أصبح يحتلها الحدث في الحياة الثقافية كأحد رموز هذا النوع من الثقافة الاقتصادية، على الرغم من أن طريقة تناول هذه البحوث والدراسات كثيراً ما ارتبط بدراسة حالات معينة لبعض الأحداث خاصة التي تأخذ شكل المهرجانات والفنون التي تعرض في الشوارع، لذلك حاولت هذه الدراسة تحليل بعض الأحداث، من أجل حصر وتقييم المجالات الحديثة الثقافية وكيفية إنتاج الأحداث ونشرها.

أ- منهج الدراسة وأدوات البحث:

المنهج الذي اعتمدت عليه هذه الدراسة المونوغرافية؛ فكان المنهج التحليلي؛ حيث أخذت عشرة أحداث ثقافية كعينة، كما استعان الباحث في جمع البيانات والمادة العلمية على تحليل وثائق المؤسسات والجماعات المحلية، إضافة إلى الملاحظة والمقابلات.

ب- نتائج الدراسة:

جاءت النتائج لتبرز أن العمل الحديث يحتاج إلى مؤسسات وهيئات تقوم بتسيير المشاريع والبرامج الثقافية مع الأخذ في الحسبان السياق الذي تتم فيه هذه العمليات وآليات الدعم والتمويل المالي في إطار العلاقة التي تنشأ بين طرفي الاتفاق، كما أن مسيري الأقاليم يسعون إلى تحقيق وتعميم الفوائد التي يمنحها الاتصال عن طريق الأحداث على مستوى

السمعة والصورة الثقافية والسياحية للمدن، وأنه يعتبر أنسب وسيلة لتنمية الأقاليم، سواء الجوانب التجارية أو الرمزية، كما قدم لنا هذا البحث تصوراً جديداً لدى المنتخب المحلي، في كون الحدث الثقافي يساعد على تقديم قيمة للهوية المحلية وصورة المدن، وأن الاقتصاد الحديث هو اقتصاد في مشاريع ثقافية يمكن من خلالها تحقيق أهداف متعددة وتحمل أبعاداً متنوعة.

٥- الدراسة الخامسة: طرق التقييم والقياس في الاتصال الحديث:

هي عبارة عن دراسة لإحدى الوكالات الخاصة بالاتصال الحديث انجزت من طرف الباحث سالون جيوم

(Sallon Guillaume) والموسومة "الاتصال الحديث"، حيث تطرق فيها إلى إشكالية القياس والطرق الممكنة التي يمكن من خلالها تقييم الفعالية والأثر الذي يتركه الحدث في متلقيه، وأنه من الأجدر البحث والكشف عن السبل والطرق الممكنة لمعرفة درجة تأثير الحدث في الجماهير.

على الرغم من وجود بعض المقاييس العامة مثل ردود أفعال والآراء التي تنجم عن بعض التقييمات الشخصية، سواء من المسؤولين أو الجماهير، لكنها تبقى وسائل قياس غير مادية وغير مقننة بالقدر الكافي، ويمكن أن لا تعبر عن الاتجاه الصحيح، لذلك عمد إلى طرح التساؤل الرئيسي التالي:

هل من الممكن الحصول على وسائل لقياس فعالية الحدث بطريقة موضوعية؟، وللإجابة على هذه التساؤل رأى الباحث أن الحدث هو حل لمشكل معين في حياة المؤسسة وأنه لا توجد وسيلة محددة للقياس الموضوعي لفعالية الحدث.

أ- هدف الدراسة:

معرفة درجة التأثير تساعد القائمين على تنظيم الحدث بالوقوف على نقاط القوة و الضعف التي تعاني منها المؤسسة من الناحية الاتصالية.

ب- منهج الدراسة وأدوات البحث:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى تحليل وتفسير الظواهر عن

طريق المعالجة الكيفية والكمية للبيانات؛ حيث جاءت الدراسة في شكل دراسة حالة لنشاطات الوكالة الفرنسية المختصة في الاتصال الحديث والتسويق، كما استعمل لجمع البيانات المقابلة، من خلال استجواب المختصين وأصحاب الوكالات الخاصة في الاتصال والإشهار، إضافة إلى تحليل الوثائق المؤسسية والجرائد، تمثلت هذه الوثائق في الإحصائيات والدراسات التي قامت بها الوكالة المختصة في الاتصال الحديث.

ج- نتائج الدراسة:

- لا توجد وسيلة اتصالية فعالة على حدة، بل من الأحسن مزج العديد من الوسائل التي تحقق إستراتيجية منسجمة مع خاصية كل وسيلة.
- أن الاتصال الحديث يساعد في تحسين صورة المؤسسة وزيادة المبيعات وأنه يستجيب لمهمة إستراتيجية في المؤسسة سواء تجارية أو تسويقية أو اجتماعية.
- يستعمل الاتصال الحديث وسائل متعددة حسب طبيعة ونوع الحدث.
- الاتصال الحديث يعاني من نقص في طرق القياس.
- إجماع المختصين على وجوب البحث وتطوير وسائل القياس في الاتصال الحديث.

التعليق العام على الدراسات السابقة:

تطرقت الباحثة في الدراسة الأولى إلى نظرة وتصور المسيرين الفرنسيين إلى الأحداث كأدوات تسييرية إستراتيجية؛ من أجل خلق الثروة والحيوية في المدن التي تحتوي على إمكانيات متنوعة وفضاءات يمكن استغلالها في ترقية مختلف قدرات ومؤهلات تلك المناطق، كما سلطت الباحثة الضوء على البعد الوظيفي للحدث في الإدارة، وكيف يلعب دوراً في ربط مختلف التنظيمات التي تسعى لتحقيق أهداف مشتركة، بالرغم من أنها تناولت الدراسة من منظور حضري محض، إلا أن البعد التفاعلي مع المحيط في الدراسة كان واضحاً، في حين أن دراستنا تناولت البعد الإتصالي للحدث وتقنياته في مختلف السياقات والفضاءات، سواء المغلقة أو العامة المفتوحة، أما فيما يخص مقاربات الدراسة؛ فقد ركزت على الوظيفية، في حين وظفت دراستنا النسقية والتفاعلية لفهم السياقات الحديثة المختلفة حسب أهداف وتساؤلات الدراسة، في حين أنه بالنسبة لعينة الدراسة كان بالإمكان دعم طرحها للإشكالية

والتعمق أكثر في البحث عن أساليب التخطيط بدلاً عن قياس الأثر من خلال تقديم عينة أكبر للمسافرين المحليين في المدينتين، كما أن كان لتركيزها على الجانب الحضري في دراستها دور في لفت انتباهي نحو استغلال تموقع الأحداث التي كانت تنظم في وسط مدينة قسنطينة كأماكن مفتوحة يمكن أن تستغل في خدمة السياحة والثقافة المحلية والوطنية.

في الدراسة الثانية: موضوع الدراسة شبيه -نوعاً ما- بموضوع دراستنا، إلا أن وجه الاختلاف يكمن في مجال الدراسة، فملتصيح لمحتوى البحث يلاحظ أن الاتصال الحدتي في المدن التي كانت موضوع الدراسة يستعمل في الإدارة، كإحدى الطرق الأساسية لتحقيق التنمية الشاملة، وأنه أداة فعالة وإستراتيجية يستعملها المكلفون بتنظيم الأحداث المحلية والتي تهدف إلى تحقيق أهداف اقتصادية، تجارية، إنسانية واجتماعية نحو الجماهير المستهدفة، سواء بالنسبة للمجتمع المحلي أو الوطني، عدا أنها لم تقدم بالشكل الكافي طريقة التخطيط ودور الإعلام كعنصر محوري في العملية الحدثية، في حين أنه كان بالإمكان دعم طرحها للإشكالية والتعمق أكثر في البحث عن أساليب التخطيط بدلاً عن قياس الأثر من خلال تقديم عينة أكبر للمسافرين المحليين في المدينتين، كما التقينا في محاولة كلينا إبراز الدور المحوري للأحداث كوسيلة يمكن الاستثمار فيها للعمل الجماعي وإدارة المشاريع الحدثية التي تسعى إلى تحقيق أهداف تخص المدينة، وهذا ما سعينا الوصول إليه ومعرفته من خلال دراستنا لموضوع الاتصال الحدتي واستعمالات في المؤسسات المحلية القسنطينية، كما كان لمحتوى الدراسة والبحث دور في إثراء دراستنا في طريقة معالجة الموضوع والاطلاع على بعض المعلومات التي تخص استعمال أنواع الاتصال الحدتي الثقافي لتحقيق بعض الأهداف المعنوية والرمزية، أما الطريقة التي عُولج بها الموضوع فكانت دراسة الحالة، وأن الأداة الأساسية لجمع البيانات تمثلت في المقابلة نفس الأداة المحورية التي استعملناها في بحثنا لجمع البيانات وهذا يعود لخصوصية موضوع الاتصال الحدتي والمعلومات النوعية والدقيقة التي يمكن الحصول عليها من خلال المحادثة المباشرة، كما أنها تعتبر الأنسب عندما يتعلق الأمر بالبحوث المعمقة وعندما يكون أفراد العينة ليس كبيراً جداً.

تناولت الدراسة الثالثة الاتصال عن طريق الحدث -أو الحدتي- في بُعد المفاهيمي الوظيفي والمؤسسي من خلال الوقوف على: وسائله، جماهيره، وأهدافه الداخلية، والخارجية

-المؤسسية بشكل عام- ودون التطرق إلى تفاصيل تنظيم الأحداث وطرق تسييرها وأبعادها لا في المؤسسات السياحية ولا الثقافية، قريبة من الناحية الموضوعاتية لبحثنا؛ فقد عاجلت موضوع مكانة الاتصال الحديثي في الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسات، وهذا ما نحن بصدد دراسته من خلال محاولتنا الوقوف على دور الأحداث وتقنيات الرعاية والعمل الخيري في التصور التسييري على مستوى المؤسسات السياحية والثقافية المحلية؛ حيث أفادتنا في معرفة نوع الصعوبات أو العراقيل التي يمكن أن تواجه الاتصال الحديثي، والدور الذي تلعبه الوسائل المرافقة للأحداث في إنجاح عمليات التنظيم، كما أشارت الدراسة بالتفصيل إلى مختلف أنواع الجماهير؛ باعتبارهم عناصر مهمة في مكونات الاتصال الحديثي وروح العملية الحديثة، أما المنهج الذي استخدم في الدراسة: فهو المنهج الوصفي، وأن الأداة الأساسية لجمع البيانات هي الاستمارة، والمنهج الوصفي هو نفس المنهج المستخدم في دراستنا في حين كانت المقابلة هي المصدر الأساسي في الحصول على المعلومات.

على العموم التقينا مع الدراسات السالفة الذكر في: مبدأ اعتبار الحدث وسيلة مهمة في إدارة المشاريع الاتصالية والتسويقية التي تتلاءم مع خصوصيات المجتمعات العربية الإسلامية، خاصة بالنسبة للمدن التي تزخر بقدرات متنوعة في شكل ثروات سياحية وثقافية يمكن أن تستغل بعض الفضاءات العامة والمناسبات الوطنية والدينية في تحقيق بعض الأهداف التجارية والمعنوية، ويمكن أن تساهم في إعادة خلق الثروة المحلية، وتكوين صور جديدة عن بعض المدن والحرف والثقافات التي تميزها، على الرغم من شمولية دراستنا لمجموعة متنوعة من المؤسسات الناشطة في منطقة قسنطينة، كما أن خصائص المدن الجزائرية وطبيعة السكان المحليين التي تتميز بالمحافظة على القيم التاريخية والدينية يمكن أن تستثمر مع الأحداث النوعية في نفض الغبار عن أحد أهم أنواع السياحة وهي السياحة الثقافية، ومن جهة أخرى لها علاقة، التقينا في الجوانب المنهجية والنظرية؛ حيث إن هذا النوع من المواضيع البحثية يتطلب بشكل عام استعمال الدراسات الكيفية من أجل الوصف والتحليل الدقيق وتوظيف بعض الأدوات لجمع البيانات خاصة المقابلات والملاحظات وتحليل وثائق المؤسسات موضوع الدراسة، إضافة إلى أن المدارس الفرنكفونية عند دراستها للاتصال الحديثي غالبًا ما توظف -إما الوظيفية والنسقية والتفاعلية الرمزية- كنماذج إرشادية في معالجة

وتحليل عناصر ومبادئ العمليات الحديثة.

تتمثل أوجه الاختلاف الأساسية بين الدراسات السالفة ودراستنا هذه في: كون تلك الدراسات لم تشر أو تبحث عن آليات الاتصال عن طريق الحدث التي تجمع الرعاية والعمل الخيري اللذان يتدخلان في عملية بناء الأحداث، كما أنها لم تركز على الأبعاد الصورية البصرية للأحداث، على الرغم من أن أغلب تعاريف الاتصال الحديثي تشير إلى الأهداف المحورية لهذا النوع من الاتصال في كونه يستهدف السمعة والصورة، إضافة إلى أن أغلبها لم تتناول بعمق متغيري الاتصال والحدث على أنهما إستراتيجيتان اتصاليتان قائمتان بذاتهما، بل ركزتاً ضمناً على أن كليهما يعبران على أنهما إستراتيجية مكملة في إدارة المؤسسات والإدارات الفرنسية، كما لم تشر تلك الدراسات بالشكل الكافي لدور الإعلام المحلي، ودور الاتصال الشخصي كأحد مقومات بناء وتنظيم الأحداث التي تستهدف التواصل مع الجماهير بغية تحقيق أهداف معينة، أما من ناحية الأطر النظرية: فلم تتعمق الدراسات السابقة إلى إبراز دور التيار التفاعلي وخاصة (إرفين جوفمان) واضع مبادئ توظيف الأحداث في كيفية تحقيق واستغلال الأبعاد الرمزية في المحفل والنشاطات التي تقام في الأماكن العامة وخاصة المناطق السياحية، وكما أشرنا سابقاً أن أغلب الدراسات التي تناولت الاتصال الحديثي جاءت في شكل دراسة حالات، سواء لمؤسسات أو لمدن معينة، إلا أن دراستنا الميدانية حاولت اختيار أغلب المؤسسات السياحية والثقافية الفاعلة ذات الطابع التجاري والخدمي الموجودة في منطقة واحدة وتشارك في نفس البيئة وتعمل تحت نفس القوانين.

خدمتنا الدراسات السالفة الذكر في: حصر موضوع الدراسة في دراسة الاتصال الحديثي من خلال حصر وتقيئة وسائل العلاقات العامة التي تأخذ شكل الأحداث التي تستهدف الجماهير الداخلية والخارجية للمؤسسة، وفي اعتبار الرعاية والأعمال الخيرية إحدى النشاطات الاتصالية التي تستعمل الحدث أو تدور حوله.

ففي الدراسة الرابعة -المنجزة من طرف وزارة الثقافة الفرنسية- تناولت استعمالات بعض أنواع الأحداث الثقافية في إطار تنفيذ السياسات المحلية للإدارة الفرنسية؛ حيث ساهمت في إعطائنا نظرة عن دور الاتصال الحديثي في خدمة المدن والأقاليم، علمًا بأن

الدراسة رعتها وزارة الثقافة الفرنسية، وهي عبارة عن بحث مونوغرافي تحليلي لمجموعة من الأحداث الثقافية والفنية؛ حيث ساعدتنا هذه الدراسة في معرفة نوع وتسميات بعض الأشكال الحديثة التي تستعمل في المجال الثقافي، من أجل خدمة، الصورة الهوية والقيم المحلية، كما أكدت لنا توجهنا في طرح بعض العناصر التي تصب في دور الاتصال الحديث كأحد أدوات التسيير، الاتصال والتسويق التي تساهم وبشكل كبير في خلق الثروة المحلية.

وجه الاختلاف بيننا وبين الدراسة الخامسة: يتمحور في متغير القياس؛ حيث تناول البحث تأثيرات الأحداث على بعض الجماهير والآليات الخاصة بالقياس والتقييم، وكانت في شكل دراسة حالة لبعض الأحداث، كما وظفت الأسلوب الكيفي والكمي في معالجة وتحليل البيانات، كما أن أدوات التقييم غير معتمدة؛ لأنها عبارة عن اجتهادات شخصية لباحثين وضعوا آراء الجماهير في شكل عينات، وتقدم فيها أسئلة اختبارية لتصنيف درجة ونوع الحدث، كما التقينا معها في التصنيفات العامة للأحداث وأنواع الجماهير التي يستهدفها الحدث، خدمتنا هذه الدراسة في كونها قدمت لنا بعض المفاهيم التي تخدم موضوع دراستنا كالمفاهيم التقييمية للأحداث، وبعض تسميات تقنيات القياس التي تستعمل من طرف بعض الوكالات الاتصالية الخاصة، إضافة إلى إشارتها إلى الجماهير الداخلية التي يستهدفها الاتصال الحديث والأهداف التي يصبو إلى تحقيقها؛ باعتباره أداة إستراتيجية لتحقيق ذلك، وعنصر تنفيذي هام في سياسة اتصال المؤسسة، كما تم الاستعانة بالمنهج الوصفي لدراسة وتحليل أدوات القياس، أما أدوات جمع بيانات؛ فتمثلت في المقابلة وتحليل وثائق المؤسسات، وهذا ما قمنا به نحن في دراستنا للاتصال الحديث في المؤسسات السياحية والثقافية، من خلال استعمالنا المنهج الوصفي والمقابلة النصف موجهة كأحد أدوات جمع البيانات.

وفيما يخص نتائج الدراسات السابقة ودراسنا هذه فقد التقينا معها في كون الاتصال الحديث يخدم المدن، ويساهم بشكل كبير في زيادة نشاطها من خلال تقديم مؤهلاتها في شكل تفاعلي، كما احتضان المدن للتظاهرات النوعية يزيد من فرص شهرتها أكثر، كذلك بالنسبة للمؤسسات التي يمكن أن تستغل تلك مختلف الأحداث والنشاطات الثقافية في تحسين سمعتها والتعريف بعروضها.

كما أن من بين أحسن وسائل وإستراتيجيات الاتصال التي يمكن أن توظف أغلب وسائل الاتصال الأخرى هو الحدث؛ لأنه الأنسب لتكوين القيم الرمزية والثروة في المناطق السياحية. أما نقطة الاختلاف الأساسية فتكمن في كون الاتصال الحدتي في المؤسسات القسنطينية على الرغم من تحسن طريقة تنظيمه فنيًا واعتباره وسيلة إستراتيجية للتواصل، إلا أنه لا زال ينظر إليه على أنه نشاط مناسباتي، في حين في الدراسات السابقة جاءت نتائجه لتبرز القيمة الكبيرة التي تحظى بها الأحداث في الإدارة، الاتصال والتسويق في الفلسفة التسييرية والمؤسسات الفرنسية، إضافة خلق أحداث خاصة بكل منطقة ومدينة لتصبح أحد أهم وسائل الجذب السياحي.

الملفت في جل الدراسات السابقة هو التوجه الفرنسي نحو تشجيع ثقافة الاستثمارات في تنظيم الأحداث التي تخدم المدن، وتوفير الأطر القانونية والإدارية التي تسهل من عمل المؤسسات والإدارات المحلية التي توظف عمليات الدعم والرعاية لخدمة الصالح العام، كما ساهمت الدراسات المشابهة في توجيهنا نحو تبني البعد الإستراتيجي للاتصال الحدتي في عمليات تقييم وترقية التراث القسنطيني المحلي، بما أنه عامل مفتاحي مساعد في استثمار القدرات والثروات التراثية المتوفرة محليًا، خاصة وأن قسنطينة تزخر بكل أنواع المؤهلات، تاريخية، ثقافية وسياحية، مثلما أشارت وأكدت عليه الدراساتين الأولى والرابعة حول البعد التسييري للاتصال الحدتي ودوره في خدمة الأقاليم، وكيف يمكن للفاعلين المحليين من استغلاله في الأماكن والمرافق العامة لتنشيط المدن.

إلا أن الملاحظ هو تركيز الباحثين على الأبعاد التجارية والتسويقية للأحداث وأهملا نسبيًا التطرق إلى الأبعاد الرمزية للمناطق والمدن التاريخية، والعراويل والمخاطر التي يمكن أن تواجه تلك الأحداث في بعض الفترات الزمنية التي ترتبط بسياقات سياسية وأخرى أمنية، كما أن تشجيع الاستثمار في رعاية الأحداث الثقافية دون حسيب وريقيب يمكن أن يؤدي بعض الأطراف إلى استغلال تلك الفرص لغسل الأموال يجهل مصدرها.

وتحقيق أهداف خفية صورية ورمزية أمام العامة وفي المحيط، ومن جهة أخرى -وعلى الرغم من الاستعمالات الدائمة للثقافة الاحتفالية في بعض المناطق التي تعتمد على ثقافة صناعة الأحداث والمهرجانات إلا أن - الدافع الحقيقي يبقى العمل على نشر قيم لا تخدم

الأقليات المتواجدة في فرنسا، بل تسعى لصهر ثقافات تلك المجتمعات العربية الإسلامية في ثقافة غربية عالمية، إضافة إلى أن العديد من المناطق والمدن العالمية استطاعت أن تصنع ثروات محلية وتتبوأ مكانة مرموقة في عالم الاقتصاد والسياحة من خلال الترويج والتسويق اللذان يعتمدان على وسائل الاتصال الجماهيرية.

كما أن الاتصال الحديث لم يعد مجرد تقنيات اتصالية وتسويقية؛ فحسب، بل يتعداه إلى وسيلة من وسائل الاستثمار في الاقتصاد المعاصر للأقاليم، خاصة التي تتمتع برصيد ثقافي، سياحي، وطبيعي يؤهلها للاستثمار في الحدث وثرواتها المحلية؛ حيث كان للدراسة الأولى دور كبير اثناء معارفنا فيما يخص البعد التسييري لأحد أشكال الاتصال الحديث، ألا وهو الحدث الاحتفالي واستعمالاته في المدن من أجل تحقيق أهداف محلية، خاصة وأن أحد أهم أشكال الاتصال الحديث التي تستعمل من طرف المؤسسات المحلية في قطاعي الثقافة والسياحة في قسنطينة، تأخذ شكل الأحداث الاحتفالية، كرنفالات وحفلات، حتى المعارض والصالونات والأبواب المفتوحة لا تخلو من هذه الميزة.

قسنطينة، مدينة التنوع الحضاري والثقافي:

يرجع أصل تسمية مدينة قسنطينة في بادئ الأمر إلى الاسم الفينيقي (Cirta) ومعناه المدينة، ظهر في بعض النقود النوميديّة القديمة، تحت سلطان العديد من الملوك سيفاكس (Syphax)، ماسينيسا (Massinissa)، يوغورتا (Jugurta)، يوبا الأول (Juba 1^{ER})، ميسيسا (Micipsa)؛ حيث كان لموقعها الإستراتيجي فوق الصخرة وأسوارها سبباً في اختيارها من طرف الملوك، وجعل منها وكأنها قلعة، حسب وصف البكري: أنها كانت أقدم وأكبر مدينة مأهولة، بمدخل صعبة الاختراق مما جعلها حصناً فريداً من نوعه في العالم، كما أشار إلى موقعها ماسكراي (E Masqueray) ووصف الإقليم بأنه صعب المنال والحصار تخترقه المياه، مما مكن سكانها من المقاومة ولو مؤقتاً، كما أنها معبر إجباري بين الشرق والغرب وعاصمة إدارية، سياسية، ثقافية وتجارية، وحتى حامية عسكرية، وأُعتبرت لفترة طويلة مكاناً ملتقى ثقافات الأقاليم المجاورة وأحسن مكان آمن في الجزائر¹.

(1) F.Z. Guechi 'Constantine' une ville des héritages' (Constantine : medias plus' 1er édition' 2004) p p 16-17.

١ - الاتصال عن طريق الحدث ودوره التقليدي في خدمة المدن والأقاليم:

إن الأسلوب الاقتصادي الموجه الذي ميز النظام الاقتصادي الجزائري لمدة فاقت الأربعين سنة والاعتماد الشبه كلي على المواد الطاقوية وعلى رأسها البترول، أثر وبشكل كبير على الاستراتيجيات المتبعة من طرف الدوائر الاقتصادية الأخرى، كالسياحة والخدمات والتراث؛ حيث لم يتم استغلال القدرات الكبيرة التي تزخر بها الجزائر بالشكل السليم الذي يراعى فيه الاستثمار على المدى البعيد من خلال توظيف مختلف الوسائل والآليات الاتصالية والتسويقية لنفض الغبار عن تلك القدرات والترويج لصورة جديدة لمدن ومناطق الجزائر.

فعدم وضوح الرؤية الاتصالية والتسويقية في الجزائر فيما يخص آليات استعمال وسائل وتقنيات الاتصال التي ترتبط عادة بدعم حدث معين سواء ثقافي، رياضي، اجتماعي وإنساني^١ راجعة لكون استعمال الحدث لازال مجرد تقليد مؤسسي، على الرغم من أن التقنيات الحديثة في شكلها البسيط ذات جذور قديمة، فإذا لاحظنا مثلاً الوسائل التي كانت تأخذ شكل أحداث في المجتمعات البسيطة؛ كالحفلات، أو المسابقات التي تقام في الأسواق أو في بعض المناسبات الخاصة كحفلات النصر، تتويج الملوك وتوزيع الأوسمة، كرسومات مدينة بومباي القديمة (Pompéi)، كانت تستعمل وتستغل كوسيلة لإعلام الناس عن أحداث مختلفة^٢.

كما أن مختلف العلاقات التي كانت موجودة في تلك الفترات الزمنية والأقاليم ما هي إلا وسائل بسيطة للاتصال بين الثقافات والشعوب، كانت تقوم بوظيفتها الترويجية والإعلامية، من بيع وشراء، نقل الأخبار والمعارف... إلخ، وهذا ما أشار إليه أحد الباحثين في تعريفه للاتصال والذي أبرز فيه الدور التفاعلي لعمليات التواصل التي تتم بين الأفراد في هذا السياق: "الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة في الرسائل والتي من خلالها يتفاعل الأفراد من ذوي الثقافات المختلفة وذلك من أجل إتاحة الفرصة لتوصيل المعني وفهم

(1) Ibid.

(2) Chevalier، Claude، Sehli، Lilia. op. cit.

الرسالة^١.

أما استعمال الحدث كأداة للتواصل والعرض فجزوره قديمة قدم التجمعات البشرية، فقد عرفت الحضارتين اليونانية والرومانية ظهور العديد من الأشكال البسيطة للاتصال الحديث، والتي أخذت شكل أحداث - حفلات ومسابقا- تُقام في بعض الأماكن العامة؛ حيث كانت الألعاب الأولمبية (776 ق م) تجلب إليها جماهير من مختلف الأعراق والمناطق، وظهرت الكثير من الأنشطة السياحية والأعمال التي يحتاج إليها المسافرون، والمترددون على المناطق التي تحتضن تلك الأنشطة من أجل كسر الروتين والترفيه^٢.

كما أن النشاطات السالفة الذكر تعتبر أحد أهم الاستراتيجيات المعتمدة في التسويق والترويج السياحي، خدمةً لترقية الأقاليم والتنمية وخلق الثروة المحلية، كما هو الحال بالنسبة لمنطقة فلورونسيا في إيطاليا والتي كان لعائلة (Médicis) في القرن الخامس عشر دور في تطور ونهضة المدينة، من خلال تدعيمها لمختلف الفنون والعلوم، ورعايتها للأدباء والمعماريين، مما أهلها لأن تحتل مكانة هامة ضمن الإقليم الأوروبي^٣، بفضل عمليات الترويج التي كانت نتيجة لشيوع كرم حكامها، مما فتح المجال أمامها للتجارة و التوسع أكثر.

كما شهدت المنطقة العربية ظهور بعض الأشكال الحديثة التي ارتبطت بطبيعة الشعوب والمنطقة، كمسابقات الشعر التي كانت تقام هنا، كسوق عكاظ ملتقى الشعراء، تزامناً مع بعض الأحداث؛ والذي خصصت له المملكة العربية السعودية حدثاً ومسابقة سنوية سميت باسمه يتنافس فيها المثقفون والشعراء العرب حتى الآن، وبتنظيم ورعاية مؤسسات وهيئات هامة، أما في العصر الحديث وفي بدايات القرن العشرين واشتداد المنافسة التجارية وتوسع نطاق الثورة الصناعية، عمدت بعض المؤسسات في الترويج لمنتجاتها من خلال استعمال المعارض

(١) حجاب، محمد منير، وهي، سحر محمد، المداخل الأساسية في العلاقات العامة، (مصر: دار الفجر، الطبعة الأولى، ١٩٩٥)، ص ٩٨.

(٢) الحربي، هباس رجا، السهلي، سعود سيف، الإعلام السياحي، مفاهيمه وتطبيقاته، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠١٢)، ص ١٦.

(3) www.wikipedia.org/charity. Consulté le 15 /03/2014.

والصالونات كأدوات ووسائل جديدة لعرض منتجاتها وخدماتها، أي استعمال العمليات الترفوية والتسويقية التي تأخذ شكل الحدث لإبراز قدراتها، والتعريف بسلعها وعروضها.

٢- التراث القسنطيني بين ثقافة الاتصال عن طريق الحدث و التشريع:

لطالما ارتبطت الثقافة بمختلف الممارسات والنشاطات التي يقوم بها الإنسان في إقليم ومجتمع معين، من طقوس، شعائر، عادات، فنون وحرف؛ بل إنها تعتبر من أهم المعالم التي يعتمد عليها الباحثون لمعرفة خصائص ومميزات الشعوب، وأن الثقافات الفرعية السائدة في منطقة معينة، سواء كانت مادية أو غير مادية، ما هي إلا نتاج احتكاك وتفاعل الأفراد فيما بينهم. فقدم لنا أحد الباحثين مفهوماً يحمل في طياته أبعاداً حديثة للثقافة بقوله إن الثقافة: "مجموعة من تعابير العمل البشري سواء كانت إنجازات يدوية، عقلية وبالأخص الفنية"^١.

كما أشرنا سابقاً أن مدينة قسنطينة تعتبر من أعرق وأقدم المدن في حوض المتوسط، بل في العالم، وأن تعاقب الحضارات عليها جعل منها إقليماً غنياً ومتنوعاً بثقافته، التي امتزجت فيما بينها، وجعلت من تنوعها إحدى أثري الهويات المحلية التي تتميز بالخصوصية والأصالة، من آثار الرومان والبيزنطيين وثقافات النوميديين، المسلمين والعثمانيين تبلورت ونشأت هوية متوسطة، جمعت في أصلاتها وراثتها جمال المدن والهندسة الرومانية إلى الفن الإسلامي والثقافة العثمانية، ومن الفن الغنائي، العادات الغذائية، طريقة العيش والتعايش؛ حيث تعتبر الثقافة مجموع نشاطات حضارة، فنون، معارف، تقاليد معتقدات، قوانين، أخلاق وتقنيات ... إلخ، والتي من خلالها يمكن لمجتمع عام أو جماعة خاصة من تسيير شؤونها ولا تأخذ شكل التعابير الثقافية فقط، بل حتى الديانات، البنية السياسية، التنظيم العائلي، التربية، وحتى التطور المادي و التقني^٢.

كما أن الشكل التي تأخذه العادات والذي يعبر عن ثقافة معينة ما هو إلا خزان من

(1) Viot، L'essentiel sur le Marketing، p 201.

(2) H، Reichert، J ،D ،Remond، Analyse sociale de la ville، (Paris : édition Masson، 1980)، p 116.

(3) Pirrou، Jean-Paul، lexique de sciences économiques et sociales، dictionnaires Approches، (Alger : casbah éditions، 1er édition، 1999)، p 34.

الموروثات يمكن أن يساهم في إعادة بناء المجتمع^١، كما هو الحال بالنسبة للصناعات التقليدية والحرف في المنطقة التي تعتبر من بين أهم النشاطات المرتبطة بهوية قسنطينة، خاصة بعض الحرف الآيلة للزوال كالصناعات النحاسية، الصناعات الصوفية، اللباس التقليدي القسنطيني وتقطير الورد مثلاً، هذه النشاطات تعبر عن ممارسات وطقوس موسمية ألفها سكان قسنطينة منذ القديم ولا زالت موجودة ويمكن إحيائها من خلال صناعة الحدث لعرضها وتوظيفها لغرض تنشيط السياحة والسياحة الثقافية على وجه الخصوص، أشهر حرفيو المنطقة بالصناعة والعرض في آن واحد منذ زمن بعيد؛ حيث كان تجمعهم في ميدان نشاط معين، مكان معين ينظمهم وشخص يشرف على تنظيم النشاط يعين من طرفهم ويسمى الأمين، وتميزت بهذه التنظيمات والنشاطات مدينتين في الجزائر، قسنطينة وتلمسان^٢.

تزخر منطقة قسنطينة بالكثير من الموروثات والكنوز الثقافية والسياحية الآيلة للزوال والنسيان، والتي تمثل تراث المنطقة، المادي والرمزي، بأبعاده التاريخية، الدينية، الثقافية والسياحية، ولأجل حمايته والمحافظة عليه عمدت الجزائر ومن خلال مختلف القوانين الصادرة بين ١٩٦٧ و ١٩٩٨ إلى إعادة تأهيل الأماكن التاريخية في العديد من المدن التاريخية؛ كجاية، عنابة، الجزائر العاصمة، وقسنطينة - قانون رقم ٩٨ - ٠٤ المؤرخ في ١٥ جوان ١٩٩٨ المتضمن حماية التراث الثقافي-، دون المساس بأصالة الأماكن التاريخية وتوعية وتجند روح التضامن لدى المواطنين من أجل المحافظة على التراث الثقافي^٣، فقد أقر التصريح العالمي لمنظمة اليونسكو في ٢٠٠١ بأن التنوع الثقافي هو إرث مشترك للإنسانية وغاية في الأهمية بالنسبة للجنس البشري، بل تبلور في الاتفاقية الدولية لسنة ٢٠٠٣ التي تنص على حماية

(1) Dorin Stéphane، Culture، globalisation et communication، perspectives théoriques contemporaines، (Université Paris 13، EHESS-CNRS، France، Colloque international - mutations des industries de la culture، de l'information et de la communication-septembre، 2006)، p 106.

(2) Chentouf، Tayeb، le Maghreb au présent، (Alger : office des publications universitaires، 1er édition، 2003)، p 87.

3 Yahi، Zéhira، Allocution d'ouverture، Atelier euro - maghrébin، patrimoine et aménagement du territoire، l'archéologie préventive، 26-30 novembre 2004، Alger، Algérie، Publié en 2005 par l'ONU.

التراث الثقافي غير المادي وترقية التنوع الثقافي في إطار مواجهة التهديدات الحالية، خاصة ظاهرة العولمة و التغيرات الاجتماعية في العديد من المناطق، على اعتبار التراث الثقافي غير المادي يشمل مختلف التعبيرات الثقافية القديمة والعصرية، ريفية وحضرية، التصورات، التعبيرات، الممارسات، المعارف، الخبرات والأدوات، الذي ينتقل من جيل إلى جيل من خلال إحتكاك الأفراد مع الطبيعة والتاريخ، لذلك وجبت حمايته؛ لأنه يعبر عن الهوية و الاستمرارية^١.

عُقدت الدورة العادية الأولى ما بين الحكومات في الجزائر سنة ٢٠٠٦، خاصة بعد تبني الجزائر لنظرة إستراتيجية تهدف من خلالها إلى توظيف مختلف الوسائل التي يمكن أن تساهم في استثمار القدرات الثقافية والسياحية لصالح تنشيط المدن؛ حيث يمكن لصناعة الحدث الترفيهي الفني مثلاً أن يكون أداة فعالة لذلك، فقد كان لبرمجة قسنطينة لاحتضان تظاهرة عاصمة الثقافة العربية ٢٠١٥ دفعا قويا للعمل بكل جدية من طرف جميع الفاعلين من أجل إنجاح الحدث، بالاعتماد على وسائل وآليات مناسبة، خاصة ما تعلق بالاستراتيجيات والتقنيات الاتصالية والتسويقية التي يمكن أن تستعمل للتعريف، التحسيس، الترويج لتراثنا الثقافي المادي واللامادي، ولتحقيق هذه الغاية يمكن الاستعانة بالاتصال الحديثي ودعم نشاطات معينة؛ لتقييم وترقية التراث الثقافي السياحي القسنطيني خاصة وأن الوقت مناسب لاستغلال جميع المؤهلات التي تسمح بخلق الثروة وتنمية الأقاليم.

٣- دور التقنيات الاتصالية التي تستعين بالحدث في تعميم السياحة الثقافية:

تعتبر السياحة الثقافية أحد أنواع السياحة التي تعتمد في ثقافتها وأسلوبها على تمضية مدة معينة من الزمن في منطقة معينة من أجل اكتشاف الممارسات الثقافية لتلك المنطقة، من فنون، عادات، طقوس، الحرف، أسلوب العيش وكل ما يرتبط بحياة قاطن تلك المنطقة، وأنها تهتم بإشباع الرغبة المعرفية والمعلوماتية لدى السائح؛ حيث أن مجموعة من السياح تهتم بالتعرف على الحضارات القديمة وزيارة المناطق الأثرية التي تحتوي على شواهد تاريخية مهمة، وترتكز على الطبيعة الذهنية للإنسان، كما أن المواقع التي يزورها السائح يأتيها مرة ثم لا

1 Textes fondamentaux de la convention de 2003 pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel^٦ édition

UNESCO 2010^٦ Conception et production par Baseline Arts Ltd^٦ Oxford^٦ Royaume-Uni CLT-2010/WS/17.

يعاود الرجوع إليها مرة أخرى، إلا أن يكون برفقة آخرين لتعريفهم بها، وتشمل السياحة الثقافية مقومات؛ مثل: المتاحف، المواقع الأثرية والتمتع بالفنون الجميلة ومواقع الأوبرا والتعرف على حياة الناس وتقاليدهم والمهرجانات الثقافية والموسيقية^١.

من أجل لتحقيق غاية نشر الوعي بقيمة تراثنا السياحي والثقافي يجب الانطلاق من تربية جماعية وثقافة وعي كبيرة لصالح مختلف الفئات في المجتمع، من أجل المشاركة في تحسين صورة التراث ومنطقة قسنطينة، كما يجب إشراك المؤسسات التعليمية والثقافية في هذه المهمة حتى تتمكن من تحضير أجيال تتمتع بالحس المدني اتجاه تاريخها وتراثها.

كما أن المحافظة على المحيط ونظافته المادية والمعنوية يساعد في تحقيق نشر الثقافة السياحية، من خلال توظيف الوسائل الاتصالية، خاصة التي تأخذ شكل الحدث أو تدور حوله، في شكل حملات إعلامية وإعلانية تبرز دور وأهمية المقومات الثقافية في تنمية الإقليم وتنشيط السياحة، وبالتالي جعل السياحة الثقافية محركاً ودافعاً للتنمية السياحية، وخلق مصادر أخرى للثروة الإقليمية، لكن وفق الأساليب والمناهج العلمية المناسبة، فلا يمكن تصور أن تبدأ عملية التنمية السياحية من فراغ ودون دراسة تخطيطية وفق قواعد علمية سليمة وإلا كانت تنمية عشوائية هشة^٢.

المتعارف عليه في الميدان السياحي أن الكثير من الدول تعتمد على المواقع الأثرية وهذا حال أغلب الدول العربية، بل إن جزءاً كبيراً من السياحة يعتمد على العناصر الثقافية على اعتبار أن صناعة السياحة يتطلب تخطيط إستراتيجي، كما يمكن أيضاً استغلال عمليات المرافقة والرعاية التي تقوم بها بعض المؤسسات السياحية والهيئات الثقافية لبعض الجمعيات المحلية التي تهتم بتراث، وتقاليد، وفنون وحرف قسنطينة التقليدية في عمليات التعريف بالتراث الثقافي والترويج للعروض السياحية والمناطق التاريخية والأثرية؛ حتى تتمكن من إعادة صنع القيمة والمساهمة في المحافظة وحماية تراثنا المحلي بأسلوب راقى وحضاري، ينبع من استعمال

١ الحربي، هباس رجاء، الإعلام السياحي مفاهيمه و تطبيقاته، ص ٣٠.

٢ فؤاد عطاالله، نشوى، التنمية السياحية، (الإسكندرية : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨)، ص

عقلاني ومدروس للثقافة الحديثة لتحسيس جميع الفاعلين والمؤثرين بأهمية الثروة المحلية.

٥ - مؤسسات قسنطينة بين واقع السياحة و رهان تأهيل الصورة التراثية:

تسعى الجزائر جاهدة لإعادة الاعتبار للقطاع السياحي والثقافي، خاصة مع طرح تصور إستراتيجي بعيد المدى، من خلال إعادة تأهيل المرافق السياحية والفندقية، إضافة إلى استعمال مختلف الآليات والإستراتيجيات التسويقية والاتصالية من أجل ترقية مختلف أنواع السياحة، ولكي تتحقق هذه الغاية لا بد من إعادة الاعتبار للثقافات المحلية المتواجدة في إقليم قسنطينة، كمناطق: زيغود يوسف، ابن زياد، الخروب، عين الباي ووسط وحواف المدينة، كلها مناطق شاهدة على عبور واستقرار العديد من الشعوب والحضارات، من الرومان، النوميديين، الوندال، الفتح الإسلامي والعثمانيين، وكلها تركت بصماتها في شكل إرث مادي وغير مادي، حال العديد من مدن الجزائر مع الإرث الأندلسي (قسنطينة، تلمسان، البليدة، دلس، بجاية وعنابة)¹.

إن اختيار مدينة قسنطينة لاحتضان عاصمة الثقافة العربية كان له دفع قوي في زيادة وتيرة الجهود التي تبذل لإنجاح مختلف التظاهرات والنشاطات الثقافية التي ستقام على مدار سنة ٢٠١٥، من خلال تنشيط الساحة الثقافية والتعريف بمختلف مقومات قسنطينة، وإعادة إحياء بعض ثقافات المدينة الآيلة للزوال، كلباس الملاية القسنطينية، تقطير الورد، صناعة الأواني النحاسية، الصناعات الصوفية ولباس الأفراح التقليدي، من خلال المشاركة في الأحداث التي تهدف إلى ترقية التراث المادي القسنطيني، تحت إطار النظام العالمي لأنظمة الإنتاج المحلي، هذا البرامج المسطر من طرف غرفة الصناعات التقليدية لقسنطينة يهدف إلى إعادة الاعتبار لحرفة صناعة النحاس، والتي يسعى القائمون على هذا القطاع إلى تقييم هذا النشاط، وفق المعايير العالمية، ليصبح منتج محلي تقليدي ذو بعد عالمي وأصلي.

كما كان للأحداث التي نظمت في بعض المناطق العمومية المعروفة بكثافة الحركة في قسنطينة، دور في التعريف ببعض الثقافات وطقوس الحياة في قسنطينة لزوار المدينة، وحتى لبعض الفئات من سكانها الذين يجهلون الكثير من عاداتها، وأن فتح قسنطينة كواجهة عرض

1Guerfi ' Abdelhamid' diversité et inter culturalité en Algérie' (UNESCO' CL/RA/MA/2009/PI/H/6') p 06.

لمختلف ممارساتها الثقافية في شكل تظاهرات وأحداث يساعد في تنفيذ الاستراتيجيات الاتصالية والتسويقية الخاصة بالسياحة التي تهدف إلى إعادة تقييم بعض النشاطات، مثلاً على مستوى الصناعات التقليدية والحرف، تسعى مديرية السياحة إلى المحافظة على هذا النوع من النشاط الذي عانى -ولازال يعاني- من بعض المشاكل التي كادت أن تعصف به لولا تضافر مجهودات الجميع لإعادة تأهيل الحرف التقليدية من جهة، ولإبرازها كأحد أهم الممارسات الحياتية التي أثرت تاريخ وثقافة وهوية المنطقة، فمثلاً منذ سنة ٢٠١٢ في شهر التراث الذي يقام كل سنة بين ١٨ أبريل و١٨ ماي، يتم إستغلال الفضاءات السياحية كأماكن لعرض عشرات النشاطين الحرفيين لتراث المدينة بمشاركة جميع الفاعلين في قطاعي الثقافة والسياحة وبعض الجمعيات الناشطة في المجال الفني، التقليدي والثقافي المحلي، حتى يتمكن الزوار من اكتشاف المواقع السياحية والتراث الثقافي المادي وغير المادي في آن واحد.

أما في المتحف الوطني للفنون والتعابير الثقافية التقليدية (قصر الحاج أحمد باي) تم تقديم عروض فلكلورية تبرز التراث الثقافي لولاية قسنطينة من طرف جمعية جسور للفنون والتراث الشعبي وجمعية نجوم الأندلس، إضافة إلى عرض أزياء للباس التقليدي القسنطيني وحلي تقليدية، قعدة قسنطينية، معرض للآلات الموسيقية، معرض للسلال، معرض للأحذية التقليدية القسنطينية، معرض للفنانين التشكيليين، معرض للنحاس والملاية من طرف جمعية البهاء للفنون والصناعات التقليدية، كما تم عرض العديد من المجسمات لجسور قسنطينة، البيت التقليدي القسنطيني، المناطق السياحية والتظاهرة الثقافية الخاصة بعيد تقطير الزهر والورد مع جمعية البهاء للفنون والصناعات التقليدية.

فمن بين مميزات ونقاط قوة الاتصال الحدثي الذي يستعمل الاتصال الشخصي المباشر كدعامة للتواصل، لما له من مميزات وقدرة على التأثير والإقناع، لذا تسعى المؤسسات الوصية والناشطة في قطاع السياحة والثقافة من خلال توظيف التفاعلات الإنسانية لخدمة صورة قسنطينة؛ حيث تلعب العلاقات التفاعلية والمعاني والرموز دوراً في تنظيم علاقات المؤسسة على المستوى الداخلي والخارجي^١، وأن الحركية والنشاط الذي يميز فضاء الحدث يساعد في

١ علي شيبية، شدوان، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، (الأسكندرية: دار المعرفة الجامعية، الطبعة الأولى،

الترويج ونقل الافكار في شكل وأسلوب يساعد في ترقية العروض؛ حيث أشار بلومر إلى حالة البائع في معرض أو أبواب مفتوحة عندما يستعمل كل الطرق المتاحة والرموز التي يعرفها للزبائن عند تجريبه لعرض معين أو التعريف بمنتج ما بطريقة تفاعلية ومباشرة، من خلال توظيفه لعنصر التجمهر من أجل تحقيق الأهداف التجارية والرمزية للحدث^١.

كما تتميز تقنيات الاتصال الحديثي بعدة خصائص وربما أهمها العلاقة المميزة التي يمكن أن تنشأ بين المؤسسات الراعية لأحداث معينة والجمهور المستهدفة من وراء القيام بتلك العمليات الحديثة؛ حيث تتبلور تلك العلاقة في روابط عاطفية تجعل من المتلقي للرسائل ومهما كان نوع التلقي، شفهي، مكتوب وبصري يتقبل بسهولة الأفكار والمعاني المرسله في الدعائم المرافقة للحدث، وأن أفعال المؤسسة وسلوكات الأفراد يعتبران من العناصر الأساسية في تكوين صورة المؤسسة، إضافة إلى خدمة البعد الإنساني والعاطفي على نشاطاتها والتي تستهدف جماهير معينة وخاصة^٢.

٦- الاتصال عن طريق الحدث و آلية الإعلام:

من خلال تحليلنا لمحتوى وسائل الإعلام على مدار سنتي ٢٠١٢ و ٢٠١٣، خاصة المكتوبة، حول المواضيع التي تناولت نشاطات قطاعي الثقافة والسياحة في قسنطينة، توصلنا إلى أن مقالات بعض الإعلاميين يطغى عليها الأسلوب الوصفي النقدي للمشاريع والبرامج الثقافية، إضافة إلى بعض اللقاءات مع القائمين أو المشاركين في تلك الأحداث، دون إبراز -مثلاً- الخصوصيات الثقافية والسياحية، سواء للمنطقة أو لبعض الفنون والعادات والحرف التقليدية والمنتجات التي تعتبر موروثات ثقافية، أي خلو أغلبية تلك المقالات من الإشارة إلى القيمة السياحية والثقافية للمدينة، إضافة إلى عدم الإشارة إلى الأبعاد التسويقية والترقوية للتراث الثقافي والسياحي القسنطيني في محتوى كتاباتهم، وأن أغلب المقالات تتكلم عن:

٢٠٠٥)، ص ٧٤.

1 Le Velly 'Ronan' Les démonstrateurs de foires des professionnels de l'interaction symbolique' (Centre Nantais de Sociologie Ethnologie française' 2007) p 04.

٢ أبو عرجة، تيسير، قضايا ودراسات إعلامية، (الأردن : دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦)، ص ١٤٧.

محتوى البرامج ومكان العروض والجهات المنظمة والمدعوين فقط.

في سياق آخر: وتحت إطار الاحتفالات بالمهرجان الدولي "ديماجاز"، وهو اسم جمعية، تقوم بالنشاطات والورشات التكوينية لفائدة الموسيقيين المبتدئين وبعض الفرق المحلية ومن الشرق الجزائري، إلى أن تم ترسيّمه سنة ٢٠٠٠ من طرف وزارة الثقافة، ليصبح مهرجاناً رسمياً يُقام كل سنة تحت رعاية الوزارة و الجماعات المحلية ورعاية بعض وسائل الإعلام، على حد قول محافظ المهرجان: "إن الهدف من إقامته كل سنة هو ترقية الفن الجزائري والاحتكاك مع فنّانين وثقافات أخرى"، على الرغم من أن الوسيلة سمعية بصرية، إلا أنه أثناء الحوار لم يتم التطرق إلى الأبعاد السياحية والثقافية للمدينة، أو مثلاً لكيفية توظيف الجانب الزمني والمكاني لإقامة الاحتفالات في نشر مثلاً ثقافتنا الفرعية، أو استعمال دعائم اتصالية للتعريف بالمنطقة وتراثها، أما جريدة (quotidien d'Oran) على سبيل المثال، جاء في المحتوى أن الجو كان سلبياً و كئيباً بالنسبة لمصير الحرفيين والمهن في ظل الصعوبات التي يواجهها القطاع، وأن هذا الحدث المنظم من طرف غرفة الحرف والمهن ما هو إلا عادة مؤسسية تُبرمج للاحتفال بتخرج دفعة جديدة للحرفيين.

أما المقالات التي خصت قطاع السياحة؛ فكانت في أغلبها تتكلم عن الفنادق والفنادق وإعادة الاعتبار للمنشآت السياحية، كما جاء في مقال في الصفحة الأولى في جريدة المؤشر المحلية تحت عنوان: (السياحة بقسنطينة... في سياحة؟؟؟)؛ حيث أشار كاتب المقال إلى الإرادة والنية الواضحة للنهوض بالقطاع على الرغم من احتواء المدينة على آثار وموروثات اجتماعية وثقافية وصناعات تقليدية لا توجد سوى بقسنطينة، وفي محتوى آخر لجريدة الخبر، صرح وزير السياحة أن الإهتمام بالسياحة مهمة الجميع وأن الإعلام شريك فعال في الترويج، جاء هذا التصريح على هامش الطبعة الثانية للسياحة تحت شعار "وسائل الإعلام مرآة السياحة الجزائرية"؛ حيث كانت جميع محاوره تنصب حول أهمية الإعلام في ترسيخ الثقافة السياحية والتعريف بالمقومات السياحية التي تزخر بها الجزائر.

تلك المحتويات تعكس نظرة وسائل الإعلام حول طرق وآليات النهوض بهذين القطاعين الحساسين والواعدين بطريقة يشوبها الكثير من التقصير من طرف السلطات العمومية، وأن

تصور الإعلاميين لأدوات النهوض بالقطاع باعتبارهم فاعلين محوريين في نقل الأفكار والانطباعات والصورة المقبولة عن المدينة، تنحصر إلا في مجرد وصف وسرد لبرامج ونشاطات وتصريحات عوضاً عن نشر الثقافة السياحية والتحسيس بقيمة التراث المحلي للإقليم.

يعتبر الإعلام شريك مهم في العمليات الاتصالية التي تعتمد على الحدث أو تدور حوله، خاصة مساهمة الإعلام المحلي في تنفيذ السياسات والإستراتيجيات الاتصالية الحديثة للمؤسسات السياحية والثقافية من أجل الترويج وترقية التراث المادي وغير المادي للمنطقة حتى تتمكن من إخراج الكنز من قوقعته، كما أن الملاحظ في محتويات وسائل الإعلام الوطنية - خاصة منها السمعية البصرية - هو النقص الكبير في تناول المواضيع التي تخص السياحة والثقافة في الجزائر، عدا نقل بعض المهرجانات الفنية بين الحين والآخر، إضافة إلى بعض الومضات الإشهارية التي تسبق نشرات الأخبار بين الحين والآخر، مع العلم أن الإعلام السمعي البصري يمكن أن يلعب دوراً هاماً إذا تم استعماله بطريقة منهجية ومدروسة، خاصة مع القدرة التأثيرية الكبيرة للصوت والصورة، إذا تم توظيفها مع الأنظمة الحديثة للإعلام والاتصال.

إن الإعلام الجيد المرافق للحدث يمكن أن يساهم بشكل كبير في لفت الانتباه وتوجيه الرأي العام نحو تبني سلوكيات أكثر حضارية وتشجيع المؤسسات والجمعيات المحلية على المساهمة الجماعية في ترقية صورة التراث والمدينة؛ فالنتائج الإعلامية الإيجابية التي تنتج عن الحدث هي من صنع الإعلام المرافق للأحداث، وهذه إحدى أهم أهداف الاتصال الحديث.

نتائج الدراسة:

إن استعمال الاتصال الحديثي وتقنياته في الجزائر عبارة عن عادة في المؤسسات السياحية والثقافية، على الرغم من توظيفه كوسائل محورية لعرض وتقييم وترقية التراث السياحي والثقافي لمنطقة قسنطينة لكن بأسلوب قديم وبسيط، كما أن أغلب الوسائل الاتصالية التي تأخذ شكل الحدث أو تدور حوله في المؤسسات السياحية والثقافية التي تستهدف ترقية التراث المادي وغير المادي، والتراث السياحي لقسنطينة تكون في شكل: معارض، صالونات أبواب وأيام مفتوحة، أيام دراسية، مؤتمرات وملتقيات، زيارات ميدانية، مهرجانات، رعاية ومساعدة

الجمعيات، أحداث خاصة سواء تنظمها بنفسها أو تشارك في محافل لمؤسسات أخرى تنشط في نفس الميادين أو المجالات المشابهة لنشاطاتهم.

إن التقنيات الحديثة التي تأخذ شكل عمليات تبني ورعاية (sponsoring)، (charity)، خاصة في مجال التراث الثقافي، المادي واللامادي، الموجه لفائدة الجمعيات الثقافية المحلية، التي تقوم بالعديد من النشاطات بصفة دورية وفي بعض المناسبات والتظاهرات المحلية والوطنية وحتى الدولية، تكون في شكل عمليات دعم ومرافقة تقوم بها غرفة الصناعة التقليدية والحرف ومصلحة التراث على مستوى مديرية الثقافة في شكل تخصيص أماكن للعرض، وبعض التجهيزات، وتقديم تسهيلات فيما يخص التنقلات.

تقوم بعض المؤسسات السياحية بالتنسيق مع بعضها وبعض وسائل الإعلام برعاية بعض التظاهرات التي تخدم قطاع الثقافة والسياحة في قسنطينة إلا أنها تبقى غير كافية.

عمليات الدعم والمساعدة غالباً ما تقتصر على الدعم اللوجستيكي، المرافقة، طبع الدعائم الاتصالية والإشهارية التي ترافق الأحداث؛ لأن الدعم المالي يكون من صلاحيات المديرية المركزية والوزارات.

المؤسسات الثقافية تستعمل جميع الوسائل الحديثة التي تستعمل للاتصال في العلاقات العامة بالتنسيق مع الجمعيات المحلية، المتاحف، المسارح، الحرفيين، دور الشباب، المؤسسات الإعلامية، الجامعات والمدارس.

المؤسسات السياحية كثيراً ما تلجأ استعمال المعارض، الصالونات، الأيام الدراسية، الملتقيات والزيارات الميدانية.

تنوع وكثافة النشاطات الثقافية خلال الثلاث سنوات السابقة بمعدل فاق ٢٠٠ نشاط ثقافي سنة ٢٠١١، ٢٠١٢، ٢٠١٣، في أغلبها تبرز قيمة التراث الفني والتاريخي لمنطقة قسنطينة.

توجيه الإستراتيجية الحديثة نحو فئات جماهيرية غاية في الأهمية، سكان المدينة وخاصة الأطفال، من خلال القيام بعمليات التعريف والتحسيس بقيمة الموروثات الثقافية والسياحية التي تزخر بها منطقة قسنطينة، كالزيارات الميدانية للمواقع السياحية، والحقيبة المتحفية التي

استهدفت تلاميذ المدارس، وقافلة الكتاب التي لقيت نجاحًا كبيرًا تحت شعار "القراءة في احتفال".

إكتساب مهارات ومعارف في تنظيم الأحداث لدى بعض المؤسسات الثقافية كمديرية الثقافة، المتحف الوطني العمومي للفنون والتعابير الشعبية الحاج أحمد باي، على الرغم من وجود بعض النقائص على المستوى التنظيمي وأماكن تنظيم التظاهرات.

تسجيل نقائص على مستوى استعمال الإعلام المحلي في إبراز التراث السياحي والثقافي لمنطقة قسنطينة من خلال المرافقة الدائمة للمؤسسات السياحية والثقافية، واعتبار الإعلام شريك هام ومكمل لتقنيات الاتصال الحديثي.

التحسن النوعي في استعمال الدعائم الإشهارية والاتصالية المرافقة للحدث، نتيجة لزيادة الوعي من طرف المؤسسات السياحية والثقافية بأهمية هذه الدعائم في التعريف والتحسيس بأهمية التراث الثقافي المحلي والترويج للمقومات والعروض السياحية التي تتوفر عليها المدينة.

كان لارتفاع عدد المنشآت الفندقية في المنطقة دور في التوجه نحو ثقافة الاتصال عن طريق الحدث، لما تلعبه من دور في تسهيل إقامة واستضافة الوفود المشاركة في مختلف التظاهرات التي تقام في منطقة قسنطينة.

ساهمت الوسائل الاتصالية الحديثة في التعريف ونشر القيم السلوكية للمحافظة على موروثة المنطقة سياحيًا وثقافيًا من خلال القدرة الاتصالية للحدث في المرح بين العديد من أنواع الاتصال في نفس الوقت والمكان، كالاتصال الجوّاري، العمومي، المؤسساتي والتسويقي.

ساهم الاتصال الحديثي في لفت الانتباه نحو إعادة التفكير في آليات المحافظة وتقييم الحرف والصناعات التقليدية، كصناعة الأدوات المنزلية النحاسية التي تعتبر جزءًا من التراث المادي الذي يعبر عن أسلوب عيش القسنطينيين، والتي تعكف الهيئات والمؤسسات المشرفة على الحرف والصناعات التقليدية محليًا ومركزيًا على محاولة إعادة الاعتبار لهذا النشاط تحت إطار برامج (SPL)، أنظمة الإنتاج المحلي الذي يهدف إلى إعطاء النحاس القسنطيني العلامة العالمية، حتى يتسنى عرضه وتسويقه بكل سهوله في جميع أنحاء العالم.

تزايد استعمال الاتصال الحديثي جاء نتيجة للاستعدادات التي تقوم بها المؤسسات السياحية والثقافية تحضيراً لسنة عاصمة الثقافة العربية ٢٠١٥.

نقص الثقافة الحديثة؛ من حيث آليات الاستعمال، طرق التحضير، التنظيم، الأطر القانونية و الضريبية التي تحدد الاستعمالات والحدود على الرغم من وجودها في مختلف التشريعات الجزائرية.

التوصيات

لطالما كانت -ولازالت- المؤسسات السياحية والثقافية بحاجة إلى استعمال مثل هذه التقنيات الاتصالية أو الثقافة الحديثة، أو ما اصطلح على تسميته الاقتصاد الحديثي، الذي أضحى من أهم المجالات الاتصالية جلباً للاستثمار؛ نظراً لميزاته التي تخدم السمعة والصورة وفي ما يلي بعض التوصيات التي يمكن أن تساهم في نشر استعمالات الثقافة الحديثة في هذين القطاعين:

- استعمال الحدث بالشكل الصحيح والمدرّوس يمكن أن يساهم في تسجيل قفزة نوعية في هذين القطاعين.

- الاستثمار في رعاية النشاطات النوعية للتعريف بالتراث المحلي الثقافي والسياحي لمنطقة قسنطينة

وتحسين صورة المنطقة والمدينة لتحقيق الأبعاد المعنوية والتسويقية لقدرات ومؤهلات الإقليم.

- توظيف القدرة الكبيرة للأحداث على استعمال مختلف وسائل ودعائم الاتصال الأخرى في آنٍ واحدٍ.

- الاستفادة من النتائج الإيجابية التي تحقّقها التغطيات والمحتويات الإعلامية التي تبرز جهود وعلامات واسم المؤسسة المرافقة للحدث.

- على الرغم من التكاليف المادية التي تُستثمر في هذين الشكلين إلا أن الفوائد والنتائج يمكن أن تكون أكبر، وتحمل أبعاداً معنوية وإنسانية، كما أن القوانين الضريبية والجبائية تقدم

تحفيزات وتخفيضات ضريبية في هذه الحالات.

- يساعد الحدث المؤسسات على تحقيق أهداف غاية في الأهمية، على المستويين الداخلي والخارجي، كروح المشاركة والانتماء، التجنيد والتعبئة في حالة إدارة المشاريع، التحفيز، الإعلام ونشر القيم المؤسساتية، أما على الصعيد الخارجي فيمكن أن يحقق الأهداف التسويقية، التجارية، العلائقية، وخاصة ما تعلق بالسمعة والصورة.
- يمكن أن تكون الفضاءات السياحية مكاناً ملائماً لتنظيم أو احتضان نشاطات تحمل أبعاداً ثقافية، إضافة إلى أن ميزة الحيوية والحركية التي تُميز الحدث أو رعاية نشاط معين يمكن توظيف إحدى أقوى أنواع الاتصال تأثيراً وتوصيلاً للمعلومات، وهو الاتصال الشخصي، الذي يمكن أن يكون من بين أهم الدعائم في تنفيذ الإستراتيجيات الحديثة التي تهدف إلى التعريف وتقييم و ترقية التراث الثقافي والسياحي لمنطقة قسنطينة.

المقترحات:

- إدراج تخصص الاتصال الحديث كتخصص بحثي في الجامعات ومراكز التكوين.
- الاهتمام أكثر بالتسويق الحديث وطرق استعماله في الميدانين السياحي والثقافي.
- العمل على تكوين فرق بحثية متعددة التخصصات لدراسة آليات التقنيات الحديثة من رعاية وعمل خيري.
- دعوة الباحثين في العلوم القانونية والمالية لدراسة علاقة التقنيات الحديثة بالمالية والجباية.
- البحث بعمق عن كيفية صناعة وبناء الأحداث النوعية.
- دراسة الجذور التاريخية للأحداث لدى الحضارات القديمة وكيفية استعمالها في تلك الفترات.

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية:

١. أبو عرجة، تيسير، (٢٠٠٦)، قضايا ودراسات إعلامية، (الطبعة الأولى)، الأردن، دار جرير للنشر والتوزيع.
٢. انجرس، موريس، ترجمة صحراوي، بوزيد، بوشرف، كمال، سبعون، سعيد، (٢٠٠٤)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، الطبعة الأولى، الجزائر، دار القصبية للنشر.
٣. حجاب، مُجّد منير، (١٩٧٢)، سحر مُجّد، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، الطبعة الأولى، مصر، دار الفجر.
٤. رجاء الحربي، هباس (٢٠١٢)، سعود السيف السهلي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، الأردن، عمان، دار أسامة للنشر و التوزيع.
٥. سلاطية، بلقاسم، الجيلاني حسان، (٢٠٠٦)، منهجية العلوم الإجتماعية، (الطبعة الأولى)، الجزائر، دار الهدى.
٦. علي شيبية، شدوان، (٢٠٠٥)، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
٧. فؤاد عطاالله، نشوى، (٢٠٠٨)، التنمية السياحية، الإسكندرية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

8. Chentouf, Tayeb, (2003), le Maghreb au présent, (1^{er} édition), Alger, office des publications universitaires.
9. Chevalier Claude, Sehli Lilia, (2006), Communication et publicité, (1^{er} édition), Québec canada, Gaétan Morin éditeur.
10. DEMONT-LUGO Liliane, KEMPF, L, Alain, RAPIDEL Martine, SCIBETTA Charles, (2006), communication des entreprises, stratégies et pratiques, (2^{ème} édition), Paris, Armand Colin.
11. Dorin, Stéphane, (2006), Culture, globalisation et communication, théoriques contemporaines, (Université Paris 13, EHESS-CNRS, France, mutations des industries de la culture, de l'information et de la communication-septembre.
12. F.SOLEILHAVOUP, (1978), Les œuvres rupestres sahariennes sont-elles menacées ?, publication de l'office du parc national du tassili, Alger, société nationale d'édition et diffusion.
13. F.Z, GUECHI, (2004), Constantine, une ville, des héritages, (1^{er} édition), Constantine, medias plus.
14. H. Reichert et J.D.Remond, (1980), Analyse sociale de la ville, (1^{er} édition), Paris, Masson.
15. Henriet Bruno, Boneuz François, (1995), Audit de la communication interne, (2eme édition), Paris, France éditions d'organisation.
16. <http://elmassar-ar.com/ara/permalink/30037.html>.
17. <http://www.alifta.net/Fatawa/fatawaDetails.aspx?Book>
18. <http://www.elahdath.net/index.php/culture/28470.html>
19. <http://www.elkhabar.com/ar/culture/350421.html#sthash.Qa54ISoQ.dpuf>
20. Janine BEAUDICHON, (1999), la communication processus, formes et application, Paris, (1ere édition), Armand colin.
21. Jean-Paul pirrou, (1999), lexique de sciences économiques et sociales, dictionnaires, APPROCHES, Alger, (1^{er} édition), casbah éditions.
22. Le Velly, Ronan, (2007), Les démonstrateurs de foires des professionnels de l'interaction symbolique, Centre Nantais de Sociologie Ethnologie française.

-
23. PDF Terminologies Sponsoring www.liris.cnrs.fr
 24. Riom Aude, Libaert Thierry, Adary Assail, (2010), toute la fonction communication, (1^{er} édition), paris, édition dunod.
 25. Viot, Catherine, (2006), L'essentiel sur le Marketing, (1^{er} édition), Paris, Berti édition.
 26. Westphalen, Marie-Hélène, (2004), Communicator, (4^{ème} édition), Paris, Dunod.
 27. www.definitionsmarketing.com/popup.php3?id_article=414
 28. www.maajim.com/dictionary
 29. www.maajim.com/dictionary
 30. Yahi, Zéhira, Allocution d'ouverture, Atelier euro-maghrébin, patrimoine et aménagement du territoire, l'archéologie préventive, 26-30 novembre 2004, Alger, Algérie, Publié en 2005 par l'Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture, 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France, ISBN 2-915816-03-4, p 09-10.