جـامـعـة يـحـي فـارس –المدية–

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

توظيف الاتصال الحدثي في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية الجزائرية

دراسة حالة تنظيم مديرية الثقافة والفنون لحدث افتتاح شهر التراث الثقافي بولاية المدية خلال الفترة الممتدة من 18 أفريل الى 10 جوان 2025

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة.

من اعداد:

- مفيدة رفاعي.
- فطيمة ربيح.

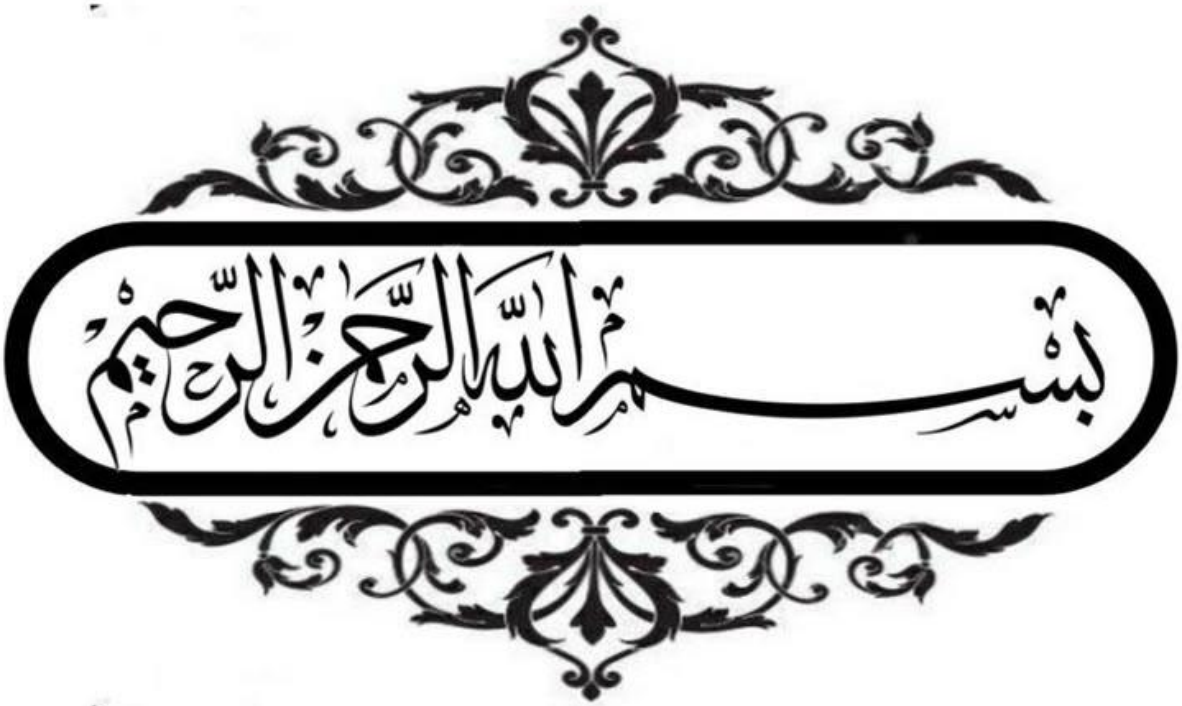
تحت اشراف:

- د. موسى العيدي.

لجنة المناقشة: بتاريخ: 30 جوان 2025.

اسم ولقب الأستاذ	صفة الأستاذ في المناقشة	العلامة
إيدير معياش	رئيس اللجنة	
كمال فار	مناقش	
موسى العيدي	مشرف	

السنة الجامعية: 2025/2024


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

قال تعالى: " ولئن شكرتم لأزيدنكم"

نشكر الله ونحمده حمدا كثيرا مباركا على هذه النعمة الطيبة والنافعة نعمة العلم والبصيرة.

– أما بعد –

يشرفنا أن نتقدم بالشكر الجزيل والعرفان إلى الأستاذ المشرف

"العيدي موسى"

على تفضله بالإشراف على هذه المذكرة وكل المجهودات التي بذلها.

كما لا ننسى في هذا المقام تقديم الشكر للأستاذ

" معياش إيدير"

الذي ساهم أيضا في بناء جزء هام من هذا العمل وأشرف على خطواته الأولى، ولم يبخل علينا بتوجهاته ونصائحه إلى آخر لحظة.

كما نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، وإلى كل من قدم لنا يد العون لإتمام هذا العمل.

مفيدة فطيمة

إهداء

-الحمد لله-

"**وما توفيقي إلا باله**"

إلى أبي.....سندي الأول

إلى أمي.....مسندي الثاني

إلى أختي..... أنتن ضلعي واتكائي الثالث

كنتم لي خير عون في كل خطوة..... حفظكم الله ودام فخركم لي.

واصلت المسير رغم صعوبة الطريق

وصبرت من أجلكم حتى جاء التوفيق

أنا صغيرتكم المدللة التي كانت تحلم دوما بلحظة ترد فيها شيئا من جميلكم، وها أنا اليوم أهديكم ثمرة

تعبكم قبل أن يكون ثمرة جهدي.

"ممتنة لكم"

بين الحلم والنجاح

قصة كفاح

مفيدة

إهداء

الحمد لله رب العالمين والصّلاة والسّلام على خاتم الأنبياء والمرسلين.

إلى من عمل بكد في سبيلي وعلمني معنى الكفاح وأوصلني إلى ما أنا عليه.

أبي الكريم..... أدامك الله لي.

إلى من ربتني وأنارت دربي وأعانتني بالصلوات والدعوات

أمي الحبيبة..... رعاك الله وحفظك.

إلى جميع الأصدقاء والأقارب.

إلى كل من نَسَاهُم قلمي ولم ينساهم قلبي.

فطيمة

الفهارس

قائمة المحتويات:

شكر وعرفان.....أ
إهداء.....ب
إهداء..... ج
الفهارس..... د
قائمة المحتويات:.....ه
قائمة الجداول:.....ز
قائمة الأشكال:..... ح
ملخص الدراسة..... ط
مقدمة .....- 1 -
الإطار المنهجي للدراسة .....- 5 -
الفصل الأول: إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي.....- 6 -
المبحث الأول: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.....- 8 -
المطلب الأول: تحديد المشكلة. .....- 8 -
المطلب الثاني: أهمية الدراسة. .....- 12 -
المطلب الثالث: مبررات اختيار الموضوع.....- 13 -
المطلب الرابع: أهداف الدراسة.....- 14 -
المطلب الخامس: صعوبات الدراسة.....- 14 -
المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة.....- 15 -
المطلب الأول: تحديد المفاهيم والمصطلحات.....- 15 -
المطلب الثاني: الدراسات السابقة.....- 18 -
المطلب الثالث: منهج الدراسة وأدواته .....- 30 -
المطلب الرابع: مجتمع البحث وعينته.....- 33 -
المطلب الخامس: حدود الدراسة:.....- 34 -
الفصل الثاني: مدخل مفاهيمي لاتصال الحدثي 35
المبحث الأول: ماهية الاتصال الحدثي.....37
المطلب الأول: مفهوم الاتصال الحدثي 37
المطلب الثاني: نشأة وتطور الاتصال الحدثي.....38
المطلب الثالث: خصائص الاتصال الحدثي 39
المطلب الرابع: أهمية الاتصال الحدثي.....40
المطلب الخامس: أهداف الاتصال الحدثي.....41
المبحث الثاني: الاتصال الحدثي (مجالاته، أشكاله، الآليات والوسائل) 42
المطلب الأول: مجالات الاتصال الحدثي.....42
المطلب الثاني: أشكال الاتصال الحدثي.....43
المطلب الثالث: آليات الاتصال عن طريق الحدث 45
المطلب الرابع: وسائل الاتصال الحدثي 46
المطلب الخامس: مزايا وعيوب الاتصال الحدثي.....48
المبحث الثالث: استراتيجيات التخطيط للحدث الاتصالي.....50
المطلب الأول: مفهوم الحدث.....50
المطلب الثاني: أنواع وخصائص الحدث 50

المطلب الثالث: خطوات تنظيم الحدث الاتصالي.....52
المطلب الرابع: أسلوب إعداد الحدث الاتصالي.....53
خلاصة الفصل: 58
الفصل الثالث: الاتصال الحدثي ودوره في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية الجزائرية.....59
المبحث الأول: ماهية المؤسسة الثقافية.....61
المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الثقافية 61
المطلب الثاني: أنواع المؤسسات الثقافية.....62
المطلب الثالث: وظائف المؤسسات الثقافية.....62
المطلب الرابع: مهام المؤسسات الثقافية 63
المطلب الخامس: أهداف المؤسسة الثقافية.....64
المبحث الثاني: الصورة الذهنية في المؤسسة الثقافية الجزائرية 66
المطلب الأول: مفهوم الصورة الذهنية وأنواعها 66
المطلب الثاني: أهمية الصورة الذهنية.....67
المطلب الثالث: مراحل تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي.....68
المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية 69
المطلب الخامس: أهمية الاتصال الحدثي في تعزيز صورة المؤسسة لدى جمهورها 71
خلاصة الفصل: 72
الفصل الرابع: توظيف الاتصال الحدثي في تشكيل الصورة الذهنية للمديرية الثقافة والفنون بالمدية، من خلال تنظيمها لحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي"، لسنة 2025م.....73
المبحث الأول: مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية.....75
المطلب الأول: التعريف بمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية.....75
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية 75
المطلب الثالث: مهام المديرية.....78
المطلب الرابع: أنشطة المديرية 79
المطلب الخامس: أهداف المديرية.....80
المبحث الثاني: حدث "افتتاح شهر التراث الثقافي"، في ولاية المدية لسنة 2025م. 81
المطلب الأول: التعريف بشهر التراث الثقافي 81
المطلب الثاني: الخصوصيات التاريخية والتراثية والثقافية لولاية المدية 82
المطلب الثالث: البرنامج الثقافي الخاص "بافتتاح شهر التراث الثقافي" في ولاية المدية 87
المطلب الرابع: دور مديرية الثقافة والفنون في الاعداد والتنفيذ لحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي" 91
المبحث الثالث: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية: 95
عرض وتحليل النتائج الخاصة بالاستبيان: 95
عرض نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات: 126
النتائج العامة للدراسة: 128
التوصيات والاقتراحات 128
خلاصة الفصل: 131
خاتمة 132
قائمة المصادر والمراجع.....134
الملاحق 142

قائمة الجداول:

الجدول رقم (1): يمثل برنامج شهر التراث الثقافي لسنة 2025.....88
الجدول رقم (2): اختبار (كا²) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول كيفية العلم بحدث شهر التراث.....95
الجدول رقم (3): اختبار (كا²) للاستقلالية لتحديد الفروق في الدافع للمشاركة في الحدث تبعا لجنس المشارك ومهنته .97
الجدول رقم (4): اختبار (كا²) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول توفير حدث شهر التراث فرصة للمشاركين للتعبير عن آرائهم 100
الجدول رقم (5): اختبار (كا2) للاستقلالية لتحديد الفروق في مساهمة حدث افتتاح شهر التراث في تعزيز الشعور بالانتماء للثقافة تبعا لجنس المشارك ومهنته.....101
الجدول رقم (6): اختبار (كا²) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول التأثير الإيجابي للحدث في حضور فعاليات أخرى 104
الجدول رقم 7): اختبار (كا²) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول غياب مواضيع عن الحدث كان أفراد العينة يودون أن يتم التركيز عليها.....105
الجدول رقم (8): اختبار (كا²) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول سهولة ووضوح مضمون الحدث 107
الجدول رقم (9): اختبار (كا²) للاستقلالية لتحديد الفروق في تفاعلية موضوع الحدث وتشجيعه على المشاركة تبعا لجنس المشارك ومهنته 108
الجدول رقم (10): اختبار (كا²) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول الاستفادة من الحضور للحدث 111
الجدول رقم (11): اختبار (كا²) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول مكان تنظيم الحدث ومدته الزمنية وهل كانا كافيين ومناسبين بالنسبة للمشاركين.....112
الجدول رقم (12): اختبار (كا²) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول رأيهم في الأنشطة التفاعلية المصاحبة للحدث 114
الجدول رقم (13): اختبار (كا²) للاستقلالية لتحديد الفروق في تقييم مستوى التنظيم في افتتاح الحدث تبعا لجنس المشارك ومهنته.....115
الجدول رقم (14): اختبار (كا²) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول انطباعهم عن المؤسسة المنظمة للحدث.....118
الجدول رقم (15): اختبار (كا²) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول الأهمية التي توليها مديرية الثقافة للجمهور. 119
الجدول رقم (16): اختبار (كا²) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول ان كان الانفتاح يعكس من قيم المؤسسة وأهدافها أم لا 121
الجدول رقم (17): اختبار (كا²) للاستقلالية لتحديد الفروق في آراء أفراد العينة حول التزام مديرية الثقافة والفنون بالحفاظ على التراث المحلي والوطني تبعا لجنس المشارك ومهنته.....123

قائمة الأشكال:

الشكل رقم (1): الهيكل التنظيمي لمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية 77
الشكل رقم (2): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول كيفية العلم بحدث شهر التراث.....96
الشكل رقم (3): أعمدة بيانية للفروق في الدافع للمشاركة في الحدث تبعا لجنس المشارك ومهنته.....99
الشكل رقم (4): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول توفير حدث شهر التراث فرصة للمشاركين للتعبير عن آرائهم 101
الشكل رقم (6): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول التأثير الإيجابي للحدث في حضور فعاليات أخرى 105
الشكل رقم (7): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول غياب مواضيع عن الحدث كان أفراد العينة يودون أن يتم التركيز عليها 106
الشكل رقم (8): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول سهولة ووضوح مضمون الحدث.....108
الشكل رقم (9): أعمدة بيانية للفروق في الدافع للمشاركة في تفاعلية موضوع الحدث وتشجيعه على المشاركة تبعا لجنس المشارك ومهنته 110
الشكل رقم (10): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول الاستفادة من الحضور للحدث 112
الشكل رقم (11): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول مكان تنظيم الحدث ومدته الزمنية وهل كانا كافيين ومناسبين بالنسبة للمشاركين.....113
الشكل رقم (12): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول رأيهم في الأنشطة التفاعلية المصاحبة للحدث.115
الشكل رقم (13): أعمدة بيانية للفروق في تقييم مستوى التنظيم في افتتاح الحدث تبعا لجنس المشارك ومهنته.....117
الشكل رقم (14): أعمدة بيانية للفروق في الانطباع العام لأفراد العينة عن المؤسسة المنظمة للحدث 119
الشكل رقم (15): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول الأهمية التي توليها مديرية الثقافة للجمهور. ...121
الشكل رقم (16): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول ان كان الانفتاح يعكس من قيم المؤسسة وأهدافها أم لا 122
16. الآراء حول التزام مديرية الثقافة والفنون بالحفاظ على التراث المحلي والوطني حسب كل من الجنس والمهنة للمشارك.....123
الشكل رقم (17): أعمدة بيانية للفروق في آراء أفراد العينة حول التزام مديرية الثقافة والفنون بالحفاظ على التراث المحلي والوطني تبعا لجنس المشارك ومهنته.....125

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة توظيف الاتصال الحدثي في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية الجزائرية _دراسة حالة تنظيم مديرية الثقافة والفنون لحدث افتتاح شهر التراث الثقافي بولاية المدية وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة الجمهور بحدث افتتاح شهر التراث الثقافي، واستكشاف أهم المضامين والرسائل الاتصالية التي تضمنها الحدث مع تقييم تأثيرها في تشكيل صورة إيجابية عن المديرية

تمت معالجة اشكالية البحث بطرح التساؤل التالي:

كيف وظفت مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية تنظيمها لحدث افتتاح شهر تراث ثقافي من أجل تشكيل صورتها الذهنية لدى جمهورها الخارجي؟

وعليه تتساءل الدراسة عن:

ماطبيعة العلاقة التي تربط الجمهور الخارجي بالحدث الذي نظمته مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية وهو افتتاح شهر تراث ثقافي

فيما تتمثل المضامين والرسائل الاتصالية التي تضمنها الحدث؟ وكيف يتم تقييم تأثيرها في تشكيل اتجاهات واهتمامات الجمهور الخارجي للمؤسسة؟

كيف يساهم حدث افتتاح في تشكيل صورة مؤسسية متميزة عن المديرية لدى الجمهور الخارجي؟

لإنجاز هذه الدراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي وتمثل مجمتع الدراسة في جميع أفراد متواجدين في حدث الافتتاح البالغ عددهم حوالي 120فرد أما العينة شملت الأفراد الذين تم اختيارهم عشوائيا بالصدفة تراوح عددهم 61 فرد كما اعتمدنا على أداة الملاحظة بالمشاركة والاستبيان

وتلخصت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:

استطاعت المديرية من خلال تنظيمها لحدث افتتاح ان تنقل صورة إيجابية عن المؤسسة

تفاعل الجمهور كان كبيرا مما يعكس فعالية الاتصال الحدثي في خلق ارتباط ثقافي عاطفي بالمؤسسة

أوصت الدراسة بتطوير استراتيجيات الاتصال وتعزيز مشاركة المجتمع في التخطيط للفعاليات.

الكلمات المفتاحية:

الاتصال الحدثي_الصورة الذهنية _المؤسسة الثقافية _شهر التراث الثقافي

Abstract

The study addressed the use of event communication in shaping the public image of the Algerian cultural institution, focusing on the organization of the opening event for the Cultural Heritage Month by the Directorate of Culture and Arts in the Médéa Province. This study aims to explore the relationship between the audience and the opening event of the Cultural Heritage Month, investigate the main contents and communicative messages included in the event, and evaluate their impact on forming a positive image of the Directorate.

The research problem was addressed by posing the following question: **How did the Directorate of Culture and Arts in Médéa utilize the organization of the opening event for the Cultural Heritage Month to shape its public image among its external audience?**

Accordingly, the study questions include:

- What is the nature of the relationship between the external audience and the event organized by the Directorate of Culture and Arts in Médéa, specifically the opening of the Cultural Heritage Month?
- What are the contents and communicative messages included in the event? How are these evaluated in shaping the attitudes and interests of the external audience towards the institution?
- How does the opening event contribute to forming a distinctive institutional image of the Directorate among the external audience?

To achieve this study, we relied on a descriptive approach. The study population consisted of all individuals present at the opening event, totaling approximately 120 individuals. The sample included individuals randomly selected, totaling 61 participants. We utilized participant observation and a questionnaire as research tools.

The main findings of the study can be summarized as follows:

- The Directorate was able to convey a positive image of the institution through the organization of the opening event.
- Audience engagement was significant, reflecting the effectiveness of event communication in creating an emotional cultural connection with the institution.
- The study recommended developing communication strategies and enhancing community participation in planning events.

Keywords:
Event Communication, Public Image, Cultural Institution, Cultural Heritage Month.

Résumé

L'étude a porté sur l'utilisation de la communication événementielle dans la formation de l'image publique de l'institution culturelle algérienne, en se concentrant sur l'organisation de l'événement d'ouverture du Mois du Patrimoine Culturel par la Direction de la Culture et des Arts de la Wilaya de Médéa. Cette étude vise à explorer la relation entre le public et l'événement d'ouverture du Mois du Patrimoine Culturel, à enquêter sur les principaux contenus et messages communicatifs inclus dans l'événement, et à évaluer leur impact sur la formation d'une image positive de la Direction.

Le problème de recherche a été abordé en posant la question suivante : **Comment la Direction de la Culture et des Arts de Médéa a-t-elle utilisé l'organisation de l'événement d'ouverture du Mois du Patrimoine Culturel pour façonner son image publique auprès de son public externe ?**

En conséquence, les questions de l'étude incluent :

- Quelle est la nature de la relation entre le public externe et l'événement organisé par la Direction de la Culture et des Arts de Médéa, en particulier l'ouverture du Mois du Patrimoine Culturel ?
- Quels sont les contenus et les messages communicatifs inclus dans l'événement ? Comment sont-ils évalués pour façonner les attitudes et les intérêts du public externe envers l'institution ?
- Comment l'événement d'ouverture contribue-t-il à former une image institutionnelle distinctive de la Direction auprès du public externe ?

Pour réaliser cette étude, nous nous sommes fondés sur une approche descriptive. La population de l'étude était composée de tous les individus présents à l'événement d'ouverture, totalisant environ 120 personnes. L'échantillon comprenait des individus sélectionnés au hasard, totalisant 61 participants. Nous avons utilisé l'observation participante et un questionnaire comme outils de recherche.

Les principales conclusions de l'étude peuvent être résumées comme suit :

- La Direction a pu transmettre une image positive de l'institution grâce à l'organisation de l'événement d'ouverture.
- L'engagement du public a été significatif, reflétant l'efficacité de la communication événementielle dans la création d'une connexion culturelle émotionnelle avec l'institution.
- L'étude a recommandé de développer des stratégies de communication et d'améliorer la participation de la communauté dans la planification des événements.

Mots-clés : Communication Événementielle, Image Publique, Institution Culturelle, Mois du Patrimoine Culturel.

مقدمة

مقدمة

تعد المؤسسات الثقافية في الجزائر ركيزة أساسية في الحفاظ على الهوية الوطنية وتعزيز التنوع الثقافي الذي يميز البلاد، فهي تشكل منصات لنشر الفنون، والآداب، والتراث، والتقاليد الشعبية، وتسهم في بناء جيل واع، متصالح مع ماضيه ومستعد لمستقبله.

تضم الجزائر منظومة ثقافية متنوعة تتمثل في عدد كبير من المؤسسات التي تلعب أدوارا مكملة في حفظ، ترويج، وتطوير الموروث الثقافي الوطني، من أبرز هذه المؤسسات المديريات الولائية للثقافة وهي هيئات تمثل الوزارة في جميع ولايات الوطن وتشرف على تنفيذ السياسات الثقافية محليا، وتعمل على إدارة الفضاءات الثقافية مثل: دور الثقافة، المسارح الجهوية، المكتبات العمومية، إلى جانبها توجد مؤسسات أخرى مثل: المراكز الثقافية، المتاحف الوطنية والمتخصصة، والمعاهد الفنية والموسيقية.

تلعب هذه المؤسسات دورا محوريا في تنشيط الحياة الثقافية من خلال تنظيمها لمختلف الأحداث والفعاليات، والتي تشمل المعارض، الندوات، المهرجانات، الافتتاحات والفعاليات الرسمية، وورشات العمل، وغيرها من الأنشطة الاتصالية التي تساهم في نشر الرسالة الثقافية وفي ترسيخ القيم الوطنية.

المؤسسات الثقافية لا تكتفي باحتضان الحدث، بل تسهم في بلورة مضمونه بما يتماشى مع رؤيتها ورهاناتها الثقافية، ويكون ذلك عن طريق الاتصال بغية تحقيق نجاح للفعاليات ولضمان تأثيرها على الجمهور.

فالحدث الثقافي بغض النظر عن نوعه، يحتاج إلى استراتيجية اتصال قوية وفعالة تمكنه من الوصول إلى الجمهور المستهدف وهذا ما يعرف بالاتصال عن طريق الحدث، والذي يعتبر تقنية مهمة تدعم نجاح الأحداث الثقافية وتضمن تفاعلا مستمرا بين المؤسسة والجمهور، من خلال هذه العلاقة تصبح الفعاليات الثقافية ليست مجرد أحداث عرضية، بل فرصا استراتيجية لبناء علاقة دائمة مع المجتمع، بهدف تعزيز دور المؤسسات الجزائرية في الحياة الثقافية المحلية والدولية.

يعتمد نجاح الحدث الثقافي على تنظيم الأنشطة الاتصالية بشكل متكامل، بداية من التحضير والإعلان عن الحدث، مرورا بالتفاعل الحي أثناء الحدث، وصولا إلى التقييم بعد الحدث. ليصبح التنظيم الناجح للحدث في المؤسسات الثقافية خطوة رئيسية في تشكيل وتعزيز الصورة الذهنية الخاصة بالمؤسسة، من أجل بناء علاقات قوية ومستدامة مع الجمهور الخارجي، ليبرز الاتصال الحدثي كأداة فعالة في ترسيخ صورة إيجابية تعكس قيم الابتكار والانفتاح التي تتميز بها المؤسسة.

كان للجزائر دور مهم في "**افتتاح شهر التراث الثقافي" لسنة 2025م**، حيث جسدت وزارة الثقافة والفنون رؤية استراتيجية متكاملة تمزج بين الحداثة وصون الهوية، من خلال إطلاق فعاليات وطنية كبرى تحت شعار "**التراث الثقافي والذكاء الاصطناعي**" ولم يقتصر هذا الدور على الجانب الرمزي فحسب، بل شمل دعما ملموسا للمؤسسات الثقافية خاصة مديريات الثقافة عبر مختلف ولايات الوطن، والتي حظيت بمرافقة تقنية، تنظيمية ومادية مكنتها من إبراز الموروث المحلي بطرق مبتكرة، فقد وفرت الوزارة الموارد اللازمة لتنظيم مئات الفعاليات والمعارض، ونسقت مع السلطات المحلية والجمعيات الثقافية، كما شجعت استخدام الوسائط الرقمية والتطبيقات التفاعلية في عرض التراث، هذا التمكين ساهم في تفعيل الدور الجهوي للمؤسسات الثقافية وتحويلها إلى فضاءات ديناميكية تنبض بالحياة والابتكار، ضمن مشروع وطني يربط بين الماضي والمستقبل، ويعزز مكانة التراث في وجدان المواطن ومسار التنمية المستدامة.

وظفت مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية آليات الاتصال الحدثي بشكل فعال من خلال تنظيمها لحدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي لسنة 2025م**". أقيمت هذه الفعالية انسجاما مع التوجه الوطني الذي أقرته وزارة الثقافة.

قامت المديرية ببرمجة هذه الفعالية بالفضاء الخارجي للمتحف الجهوي للمجاهد ببلدية المدية يوم الثلاثاء 22 أفريل 2025م، بإشراك جمعيات ثقافية، فرق فنية، شعراء محليون، وحرفيون في الأنشطة المبرمجة، حيث شملت الفعالية العديد من النشاطات الفولكلورية والتراثية، تهدف للتعريف بخصوصية الموروث

الثقافي المحلي الوطني بالولاية، ولتعزيز الوعي الجماهيري بأهمية الحفاظ على التراث الثقافي كمكون أساسي للهوية الوطنية، ما ينعكس بالإيجاب على صورتها كمؤسسة منفتحة، مبدعة ومرتبطة بعمقها المجتمعي والثقافي.

- جاءت هذه الدراسة للتعرف على طبيعة العلاقة التي تربط الجمهور الخارجي بالحدث الذي نظمته "**مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية**"، وهو: "**افتتاح شهر التراث الثقافي**" إلى جانب استكشاف أهم المضامين والرسائل الاتصالية التي تضمنها الحدث الثقافي وتقييم تأثيره في تشكيل اتجاهات واهتمامات الجمهور الخارجي، وأيضا تقييم مساهمة حدث الافتتاح في تشكيل صورة مؤسسية متميزة عن المديرية لدى الجمهور الخارجي.
- اعتمدنا في هذه الدراسة على الخطة الآتية:
  - **مقدمة.**
  - **أربعة فصول.**
  - **خاتمة.**

تم تنظيم محتوى الدراسة ومختلف عناصر البحث في الفصول التالية:

- **الفصل الأول:** إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي.
- **الفصل الثاني:** مدخل مفاهيمي للاتصال الحدثي.
- **الفصل الثالث:** الاتصال الحدثي ودوره في تشكيل الصورة الذهنية عن المؤسسة الثقافية الجزائرية.
- **الفصل الرابع:** توظيف الاتصال الحدثي في تشكيل صورة ذهنية عن مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية، من خلال تنظيمها لـ"**افتتاح شهر التراث الثقافي لسنة 2025م**".

الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول: إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي.

تمهيد:

المبحث الأول: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

المطلب الأول: تحديد المشكلة.

المطلب الثاني: أهمية الدراسة.

المطلب الثالث: مبررات اختيار الموضوع.

المطلب الرابع: أهداف الدراسة.

المطلب الخامس: صعوبات الدراسة.

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة.

المطلب الأول: تحديد المفاهيم والمصطلحات.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة.

المطلب الثالث: منهج الدراسة وأدواته.

المطلب الرابع: مجتمع البحث وعينة الدراسة.

المطلب الخامس: حدود الدراسة.

تمهيد:

سنتحدث في هذا الفصل الذي جاء بعنوان: "**إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي**"، عن مشكلة الدراسة مع طرح تساؤلاتها والتي تشمل التساؤل الرئيسي إضافة إلى التساؤلات الفرعية.

بعد ذلك، تطرقنا إلى الأهمية العلمية والعملية من هذه الدراسة، مع تحديد المبررات الذاتية والموضوعية التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع، ناهيك عن الأهداف الرئيسية التي نسعى لتحقيقها وراء هذا البحث، بما في ذلك الصعوبات التي واجهتنا في هذه الدراسة.

تمثلت الإجراءات المنهجية في تحديد مفاهيم ومصطلحات متغيرات الدراسة، مع الاعتماد على الدراسات السابقة التي عالجت نفس الموضوع، باختيار المنهج البحثي وأداته المناسبة إلى جانب ضبط مجتمع البحث وعينة الدراسة.

وأخيرا توضيح الحدود الزمانية والمكانية والبشرية التي أجريت فيها الدراسة.

المبحث الأول: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

المطلب الأول: تحديد المشكلة.

يمثل الاتصال الركيزة الحيوية لنجاح المؤسسات الجزائرية حيث يلعب دورا محوريا على مستويين: الداخلي والخارجي، فكل الأنشطة التي تقوم بها المؤسسات لا تتحقق إلا عن طريق تفعيل العملية الاتصالية.

فغياب عنصر الاتصال في المؤسسة قد ينعكس بالسلب على نجاحها مما يزيد من مخاطر تراجعها وحتى فشلها، وعليه ظهرت الحاجة لاتصال داخل المؤسسات الثقافية وخارجها باعتباره أداة أساسية وضرورية بين الإدارات ومختلف أقسام المؤسسة، وبين الجمهور الخارجي، الشركاء، ووسائل الإعلام.

تعد المؤسسات الثقافية من أهم المؤسسات في المجتمع التي تقوم بوظيفة نقل التراث والحفاظ على الهوية الوطنية، وذلك عن طريق التنمية الثقافية، وقد اهتمت المجتمعات بإنشاء المؤسسات الثقافية لتنظيم النشاط الثقافي باعتبار الثقافة هي السمة التي تميز المجتمعات عن بعضها البعض، ولما كانت الثقافة هي أحد أهم المكونات التي تحدد الشخصية الوطنية فقد كان لزاما الاهتمام بتنميتها وتطويرها والمحافظة عليها، وهذا لا يتم إلا من خلال تفعيل قنوات تواصل فعالة داخل المؤسسات حيث يضمن الاتصال تدفق المعلومات بدقة ووضوح بين جميع المستويات الإدارية والفنية، وبفضله يتم توحيد الرؤى حول الأهداف والمشاريع الثقافية، مما يخلق انسجاما في الأداء ويقلل من سوء الفهم أو التداخل في المهام، كما يساعد الاتصال الفعال على تحفيز الموظفين عبر إشراكهم في اتخاذ القرارات وتقدير جهودهم مما يعزز انتماءهم للمؤسسة ويزيد من إنتاجيتهم.

أما بالنسبة للاتصال خارج المؤسسة الثقافية فهو عنصر مهم يسمح ببناء صورة إيجابية عن المؤسسة وتعزيز حضورها في المجتمع، فمن خلاله تتواصل المؤسسة مع جماهيرها المستهدفة، شركائها، ووسائل

الإعلام، ما يساعد على إيصال رسائلها الثقافية والترويج لأنشطتها وبرامجها، وأيضا إقامة شراكات استراتيجية مع مؤسسات أخرى، سواء محلية أو دولية وهذا لزيادة تأثيرها على المستوى الوطني والعالمي.

تلعب الأحداث التي تنظمها المؤسسات الثقافية دورا مهما في تفعيل الحياة الثقافية داخل المجتمع، عبر تنظيم مجموعة متنوعة من الفعاليات والأنشطة الاتصالية على مدار العام، فهي تشرف على إقامة معارض فنية، عروض مسرحية، ندوات فكرية، ومهرجانات موسيقية تعكس ثراء التراث الجزائري وتنوعه.

يشكل الحدث نقطة محورية للفعل الثقافي، بينما يعد الاتصال الوسيلة الأساسية لضمان نجاح الحدث وتحقيق أهدافه. فكل فعالية ثقافية تحتاج إلى خطة اتصال محكمة تعرف الجمهور بالحدث، وتعده المؤسسة ضمن مجموعة من السياسات والإجراءات تفعل عن طريق الاتصال، من خلال تنسيق الجهود بين مختلف الأقسام لضمان التخطيط والتنفيذ السلس لحدث، ولتوفير المعلومات اللازمة لجميع المشاركين في فعاليات المؤسسة، وهذا ما يعرف بالاتصال عن طريق الحدث أو الاتصال الحدثي، والذي يعتبر وسيلة اتصالية تقوم على استخدام حدث أو فعالية معينة كأداة للتواصل مع الجمهور المستهدف، بهدف نقل رسالة محددة أو تعزيز صورة المؤسسة أو الترويج لمنتج أو فكرة معينة.

يعتبر هذا النوع من الاتصال جزءا مهما من استراتيجيات الاتصال الحديثة المعتمدة في المؤسسات الثقافية الجزائرية، لأنه يستند إلى أساليب تواصل مبتكرة تدمج بين التفاعل المباشر والتكنولوجيا الرقمية ليمنحه قدرة مضاعفة على التأثير ونشر الرسائل الاتصالية بفعالية أكبر.

كما تسعى المؤسسة إلى بلوغ العديد من الأهداف من وراء تنظيم مختلف الأحداث، سواء التي تنظم دوريا أو التي تنظم خصيصا في إطار مناسبة معينة، لتتمحور أغلب تلك الأهداف حول السمعة، العلاقات، والترويج.

الهدف الرئيسي للاتصال الحدثي هو بناء وتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة، والتي تتمثل في الانطباع الذي يتكون لدى الأفراد والجماعات عن المؤسسة، فهي انعكاس لتقييم المجتمع والجمهور بنوعيه الداخلي

والخارجي عن أدائها العام. لذلك تحرص المؤسسات الثقافية على تحسين صورتها والحفاظ عليها بشكل إيجابي، فهي تعمل على تنظيم فعاليات متنوعة ومبتكرة تبرز التراث الثقافي والتنوع المحلي، بتسليط الضوء على الإبداع الثقافي لإحياء التراث بطريقة معاصرة.

وللاتصال الحدثي دور جوهري في تشكيل هوية المؤسسة بصورة متميزة من خلال إشراك الجمهور في فعالياتها لكسب ولائه لها، حيث تعمل المؤسسة على دمج الحدث في استراتيجيتها الاتصالية لتحقيق أقصى استفادة من الحدث في أهدافها العامة والخاصة.

علاوة على ذلك، يعتبر استغلال المؤسسة للأحداث فرصة مهمة ومثالية لكسر الروتين اليومي والخروج عن نمط السير العادي للعمل، فهي لا تنظر للحدث كمجرد مناسبة عابرة بل كأداة استراتيجية حيوية متجددة تخلق لحظات إيجابية لتترك أثرا مزدوجا داخليا وخارجيا، والذي يتمثل في تحقيق التوازن بين تعزيز الثقافة الداخلية وتطوير الصورة الخارجية.

تعتبر مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية من بين المؤسسات الثقافية التي تعنى بتنظيم الأحداث والفعاليات الثقافية وهي مؤسسة تابعة لوزارة الثقافة والفنون، تعمل على تطوير الثقافة المحلية والحفاظ على التراث (المادي واللامادي) للولاية، بالإضافة إلى دعم الإبداع الفني والأدبي، كما تسعى إلى تعزيز الوعي الثقافي لدى المجتمع من خلال برامج وأنشطة موجهة لمختلف الفئات العمرية، مساهمة بذلك في تنشيط الحياة الثقافية بولاية المدية.

يمثل "**شهر التراث الثقافي**" بولاية المدية مناسبة سنوية مهمة للاحتفاء بالتراث الذي تزخر به المنظمة وإبراز تنوعه وغناه مختلف العصور.

جاءت الانطلاقة الرسمية من خلال التظاهرة الكبرى "**موزاييك تراثية**"، والتي نظمتها مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية. حيث حملت هذه السنة شعار "**التراث الثقافي والذكاء الاصطناعي**"، انسجاما مع التحولات الرقمية والرهانات الجديدة في مجالات حماية وتثمين التراث الوطني، كما تعمل المؤسسة على

تعزيز حضورها في الساحة الثقافية بتنظيمها لحدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**"، والذي يسهم في تشكيل صورتها الذهنية لدى الجمهور الخارجي. وترسيخ مكانتها كمؤسسة حيوية ملتزمة بأهدافها الثقافية والاجتماعية، لجعل الثقافة جزءا أساسيا من الحياة اليومية للأفراد.

ومن هذا المنطلق نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- كيف وظفت مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية تنظيمها لحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي"" من أجل تشكيل صورتها الذهنية لدى جمهورها الخارجي؟

ولقد تفرعت عن التساؤل الرئيسي التساؤلات التالية:

1. ما طبيعة العلاقة التي تربط الجمهور الخارجي بالحدث الذي نظمته مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية، وهو: "**افتتاح شهر التراث الثقافي**"؟
2. فيما تتمثل المضامين والرسائل الاتصالية التي تضمنها الحدث؟
3. كيف يتم تقييم تأثيرها في تشكيل اتجاهات واهتمامات الجمهور الخارجي للمديرية؟ وكيف يساهم حدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**" في تشكيل صورة مؤسسية متميزة عن المديرية لدى الجمهور الخارجي؟

المطلب الثاني: أهمية الدراسة.

أولا: الأهمية العلمية.

تعد هذه الدراسة مساهمة علمية في إثراء البحوث المتخصصة في مجال الاتصال الحدثي، والذي لا يزال حديث النشأة في البيئة الأكاديمية الجزائرية، كما تسلط الضوء على كيفية توظيف هذا النوع من الاتصال في الجانب الثقافي مما يعزز الوعي الجماعي حول الهوية الثقافية، ويسهم أيضا في تحليل استراتيجيات الاتصال الحديثة المعتمدة بمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية، من خلال تنظيمها لحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي""، إضافة إلى ذلك يوفر إطارا نظريا لفهم العلاقة بين الاتصال الحدثي وتشكيل الصورة الذهنية عن المؤسسة الثقافية الجزائرية، مما يفتح آفاقا أمام الباحثين لتطوير أساليب أفضل في مجال الاتصال الحدثي، لا سيما فعاليات التراث الثقافي.

ثانيا: الأهمية العملية.

تقدم هذه الدراسة تحليلا واقعيا حول الكيفية التي تعتمد عليها المديرية في تنفيذ أنشطتها الثقافية، خاصة في تنظيمها لحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي""، من خلال تحليل آليات التخطيط والتنفيذ والترويج للحدث وانعكاسه على صورتها لدى الجمهور الخارجي.

كما تتيح هذه الدراسة فرصة لتشخيص نقاط القوة والضعف في الأداء الاتصالي للمديرية أثناء الحدث، حيث يسهم في تحسين مستقبل تنظيم الفعاليات الثقافية وتعزيز مساهمة الاتصال الحدثي في تحقيق التنمية الثقافية المستدامة.

إضافة إلى ذلك، تعكس هذه الدراسة أهمية الأحداث الثقافية كفضاء حيوي لإحياء التراث، وتؤكد الدور المحوري الذي يلعبه الاتصال عن طريق الحدث في توسيع تلك الفعاليات وجعلها أكثر تأثيرا في المجتمع.

المطلب الثالث: مبررات اختيار الموضوع.

اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن عشوائيا، بل كان نتيجة عدة مبررات نوجزها في النقاط الآتية:

أ. ذاتية:

1. الميول والاهتمام بكيفية تنظيم الأحداث والفعاليات داخل المؤسسات، لا سيما المؤسسات الثقافية الجزائرية.
2. الرغبة في توسيع الفهم الشخصي لتطبيقات الاتصال الحدثي بمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية، من خلال تنظيمها لحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي"" لسنة 2025م.
3. يمثل "**افتتاح شهر التراث الثقافي**" في ولاية المدية فرصة مثالية لاكتشاف كيف يمكن للفعاليات الثقافية مثل هذه أن تحفز الجمهور على التفاعل والمشاركة، وهو ما يثير فضولنا الشخصي للبحث أكثر في هذا الجانب.
4. السعي لإثراء المكتبة الجامعية بالبحوث العلمية في مجال الاتصال الحدثي، كون أن الدراسات في هذا الصدد لا تزال قليلة.

ب.موضوعية:

1. حداثة الموضوع وقلة الدراسات فيه، خاصة تلك المتعلقة بفعاليات شهر التراث الثقافي.
2. موضوع الاتصال الحدثي يتوافق بشكل مباشر مع متطلبات مجال تخصصنا، وهو تخصص **اتصال وعلاقات عامة.**
3. إمكانية تطبيق الدراسة على مستويين: النظري من خلال تحليل المفاهيم والأطر النظرية المرتبطة بموضوع الاتصال الحدثي، والتطبيقي عن طريق تحليل البيانات الكمية والكيفية الناتجة عن دراسة حالة مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية، بتنظيمها لحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي"".

4. أهمية الموضوع وارتباطه بالأحداث الجارية، مما يجعله ذا صلة كبيرة بالواقع الحالي الذي أصبح يشهد تحولات سريعة في مختلف المجالات، منها المجال الثقافي.

المطلب الرابع: أهداف الدراسة.

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

1. التعرف على طبيعة العلاقة التي تربط الجمهور الخارجي بالحدث الذي نظمته مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية، وهو "**افتتاح شهر التراث الثقافي**".
2. استكشاف أهم المضامين والرسائل الاتصالية التي تضمنها الحدث الثقافي، وتقييم تأثيره في تشكيل اتجاهات واهتمامات الجمهور الخارجي.
3. تقييم مساهمة حدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**"، في تشكيل صورة مؤسسية متميزة عن المديرية لدى الجمهور الخارجي.

المطلب الخامس: صعوبات الدراسة.

1. قلة المراجع والدراسات المتخصصة في مجال الاتصال الحدثي وممارساته في المؤسسات الثقافية الجزائرية.
2. تأخرنا في تطبيق الدراسة الميدانية إلى غاية شهر أفريل نظرا لأهمية كشهر ثقافة، فجميع الأنشطة الاتصالية والفعاليات الثقافية المكثفة والمميزة تكون في ذلك الشهر، وعلى هذا الأساس اخترنا حدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**". لما يحمله من دلالات استراتيجية في مجال دراستنا.

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة.

المطلب الأول: تحديد المفاهيم والمصطلحات.

أ. تعريف الحدث:

لغة: أحدث يحدث حدثا، وأحدث الشيء ابتدعه أو وجده.

حدث: نقيض القديم الحدوث، نقيض القدمة، حدث الشيء يحدث حديثا وحداثة، وأحدثه فهو محدث وحديث، وكذلك استحدثه.[1]

اصطلاحا: يصفه "Desbordes" و"Falgoux" بأنه: "مكان يتجمع فيه الرجال والنساء في نوع من الاحتفال الجماعي لحضور حدث رياضي أو ثقافي، يجب أن تعزز التبادلات والعلاقات والتواصل وتسمح لك بالخروج عن المألوف".[2]

التعريف الإجرائي: تعتبر فعالية "**افتتاح شهر التراث**" حدثا ثقافيا نظم من قبل مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية بتاريخ 22 أفريل 2025م، على مستوى المتحف الجهوي للمجاهد ببلدية المدية، ويهدف هذا الحدث إلى إبراز الموروث الثقافي المحلي والوطني والتعريف به، من خلال مجموعة من الأنشطة الثقافية والفنية. يعد هذا الحدث من بين البرامج الرسمية المدرجة ضمن رزنامة شهر التراث، ويمثل انطلاقة رمزية وتوعوية لترسيخ قيم الهوية الثقافية ولتعزيز صلة المجتمع بتراثه.

ب.الاتصال الحدثي.

لغة: أطلق على هذا النوع من الاتصال مسميات جديدة ومنه من سماه " الاتصال الحدثي"،

---

[1] سفيان فاسي وعبيدة صبطي، دور الاتصال الحدثي في تفعيل العمل التطوعي جمعية الخنساء أم الأيتام بولاية سطيف- أنموذجا-، **مجلة الروافد**، م 07، 2023، ص. ص 763، 764.

[2] بدر الدين زمور وهيبة عيشاوي، الاتصال الحدثي كأداة استراتيجية لتعزيز صورة المؤسسة لدى جماهيرها، **المجلة الدولية للاتصال الإجتماعي**، م 09، ع 02، 2022، ص 519.

"**La Comunication Eventil**" أو الحدثي "**L'événementiel Dangland Mathes**" وأخرون الاتصال عبر/ من خلال/ أو عن طريق الحدث "**La Communication par Lévenement**" "**hirrtrich** أو الاتصال خارج الإعلام" **La Communicationt hors média**" .[1]

اصطلاحا: يعرف على أنه موعد تحدده المؤسسة أو أحد الشركاء مع جماهير محددة بغرض تمرير رسائل أو تقديم معلومات أو بغرض الاحتفال أو الشكر أو التعاون أو الاتحاد يشير أيضا إلى خلق أو استغلال المؤسسة لظاهرة أو حدث ما، وذلك بغرض بلوغ أهدافها.[2]

الاتصال الحدثي حسب "**الموسوعة المصورة للتسويق**" هو: "تقنية اتصالية ترتكز على استحداث أحداث مؤسساتية تقليدية أو خارجة عن المألوف لجمهور مستهدف مع إمكانية استهداف أنواع أخرى من الجماهير، الزبائن، مستهلكين، وسائل إعلام، ومواطنين أو شركات متعاقدين".[3]

التعريف الإجرائي للاتصال الحدثي:

هو تقنية اتصالية تستغلها المؤسسة الثقافية "مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية" من خلال تنظيمها لحدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**" لضمان التنسيق الفوري والمنظم بين جميع الأطراف المشاركة لتسهيل الحدث بسلاسة وضمان نجاحه.

ج. تعريف الصورة الذهنية

[1] أيوب رقاني، أثر الاتصال الحدثي على تفعيل العلاقات الجوارية، دراسة ميدانية بمؤسسة أحمد باي –بقسنطينة، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، ع49، 2018، ص158.

[2] سفيان فاسي، وعبيدة صبطي، مرجع سابق، ص 764.

[3] صليحة فرج الله وآخرون، **واقع الاتصال الحدثي في المؤسسات الاقتصادية الخاصة**، دراسة ميدانية بمطاحن عمر بن عمر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، 2018–2019، ص 16.

تعني التخزين المتراكم من الأفكار والانطباعات والأحكام الموجودة في ذهن الإنسان، والتي تكون بفعل قدرات حسية مباشرة أو غير مباشرة اتجاه فرد أو جماعة أو منظمة أو ظاهرة، ويشكل هذا التخزين مصدرا من مصادر العملية العقلية (التفكير)، والتي تقود إلى اتخاذ القرارات والأحكام اتجاه الأشياء وعادة ما يكون ذلك التخزين المتراكم من الصور الذهنية مشحونا بالعاطفة بحيث تكون تلك الانطباعات والأحكام إما سلبية أو إيجابية.[1]

عرف الدكتور "**علي عجوة**" الصورة الذهنية بأنها: "الناتج النهائي للانطباعات الذاتية للأفراد أو الجماعات إزاء منظمات. وتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة أو غير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم.[2]

التعريف الإجرائي للصورة الذهنية:

هي الانطباعات والتصورات التي تتكون لدى الجمهور الخارجي نتيجة حضوره ومتابعته لحدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**"، الذي نظمته مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية. وتشمل تقييمه لتنظيم المحتوى الثقافي، الأجواء العامة، وجودة التفاعل، وتنعكس هذه الصورة في مدى إدراكه لاحترافية المديرية واهتمامها بالتراث المحلي.

د. مفهوم المؤسسة الثقافية:

مجموعة مترابطة من التقاليد الاجتماعية على جانب كبير من الثبات، وهي عبارة عن نمو سلوكي متكامل ومستقر ويمكن عن طريقه اشباع الرغبات أو الحاجات الاجتماعية الإنسانية ويقول عنها **هيرسكوفيتز** " أن كل الثقافات تتكون من مؤسسات تمثل استجابات منمّطة يرضى عنها المجتمع

[1] موسى باقر، **الصورة الذهنية في العلاقات العامة**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص ص 56-57.

[2] حسين محمود هتيمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 44.

لمتطلبات المعيشة ويصف مفهوم المؤسسة بنوع من الصرامة التي تفصل بينهما وبين العادة الاجتماعية والتقليد بصفة عامة، وهي تتمتع بقبول جماعي كجزء ثابت من التنظيم الاجتماعي للمجموعة السلالية ومن ثمة تملك أهمية في الحياة الاجتماعية.[1]

التعريف الإجرائي للمؤسسة الثقافية:

تمثل مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية مؤسسة ثقافية رسمية التي تنسق وتنظم الفعاليات الثقافية والفنية بالولاية، وتسهر على تعزيز التراث المحلي ونشر الوعي الثقافي بين السكان.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة

الرجوع إلى الدراسات السابقة لا يقتصر على استعراض ما كتب فحسب، بل يتطلب تحليلا ونقدا لما أنجزه الباحثون من قبل بغية توظيف تلك الجهود في توجيه البحث الحالي، نحو إسهام معرفي جديد.

ودراستنا هذه شأن الدراسات السابقة فقد اعتمدت على دراسات سابقة تتقاطع أو تتشارك معها في أحد المتغيرات وهي كالآتي:

دراسات جزائرية:

- ✓ **الدراسة الأولى:** جاءت بعنوان "**استراتيجية الاتصال الحدثي في المؤسسة الثقافية الجزائرية، دراسة ميدانية في مديريتي الثقافة لولايتي الجزائر وقسنطينة**"، من إعداد الطالب حمزة حاجي.[2]
- التساؤل الرئيسي للدراسة جاء الآتي:

---

[1] صبرينة حاج رابح وفتيحة حداد، **الاتصال الحدثي في المؤسسات الثقافية**، دراسة ميدانية في مديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2022/2021، ص 16.

2 حمزة حاجي، استراتيجية الاتصال الحدثي في المؤسسة الثقافية الجزائرية، دراسة ميدانية في مديريتي الثقافة لولايتي الجزائر وقسنطينة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص: اتصال تنظيمي، جامعة قسنطينة 3 صالح بوبندير، كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري، قسم الاتصال والعلاقات العامة، 2019/2018.

- كيف يتم تطبيق استراتيجية الاتصال الحدثي المنتهجة من طرف المؤسسة الثقافية الجزائرية؟

- تمثلت التساؤلات الفرعية للدراسة في:

1. ماهي المكانة التي يشغلها الاتصال الحدثي في المؤسسة الثقافية الجزائرية؟
2. ماهي الأهداف التي تطمح إليها المؤسسة الثقافية الجزائرية من خلال توظيفها للأحداث الخاصة باستراتيجية الاتصال الحدثي؟
3. ماهي الموارد المتاحة لدى المؤسسة الثقافية الجزائرية لتحقيقها استراتيجية الاتصال الحدثي؟
4. ماهي الخطوات العلمية والعملية التي تعتمدها المؤسسة الثقافية الجزائرية من أجل تنفيذ استراتيجيتها الاتصالية الحديثة؟

الفرضية الأولى:

- يحتل الاتصال الحدثي مكانة مرموقة في المؤسسة الثقافية الجزائرية.

- **مؤشرات الفرضية الأولى:**

1. وجود خلية مختصة في الاتصال.
2. وجود مكلف بالإعلام والاتصال بالأحداث.
3. موقع الاتصال الحدثي في المخطط الاتصالي العام.
4. مدى توافر الإمكانيات المادية والبشرية الكافية (من حيث الكم والكيف).
5. الاستغلال الدوري والدائم للأحداث بمختلف أنواعها (التنظيم، الرعاية، المرافقة، المشاركة، ....).
6. مدى استعمال برامج الاتصال الحدثي وتقنياته لتطوير الثقافة.
7. تنوع المشاريع الحديثة في استعمال برامج الاتصال الحدثي لتطوير الثقافة.
8. وجود مخططات اتصال ومخططات العمل الحديثة.

الفرضية الثانية:

- تطمح المؤسسات الثقافية الجزائرية من خلال توظيفها للأحداث الخاصة باستراتيجية الاتصال الحدثي إلى تحقيق أهدافها الصورية والرمزية.

- **مؤشرات الفرضية الثانية:**

1. رعاية النشاطات الثقافية بمختلف أنواعها.
2. دعم الصناعات التقليدية والحرف، والمؤسسات المساهمة في ترقية الثقافة والتراث.
3. الاستثمار في مختلف الأحداث الخاصة.
4. تنظيم دورات وورشات تكوينية للفنانين والحرفيين.
5. عقد اتفاقيات مع المؤسسات الجامعية ومؤسسات البحث الخاصة.
6. إقامة شراكة عمل مع مختلف مؤسسات البحث الخاصة.
7. تحسين صورة المؤسسة.
8. صناعة الصورة الرمزية للمدينة.
9. تسويق صورة المدينة وتراثها المحلي.
10. تحسين الصورة السياحية للمدينة.
11. إحياء الرموز التاريخية.
12. التذكير برمزية الصناعات التقليدية والحرف.
13. صناعة الرمز الثقافي.
14. تسويق رمزية الأماكن والمهن.
15. بناء هوية محلية.

الفرضية الثالثة:

- توفر المؤسسات الثقافية موارد مادية، بشرية، لوجيستيكية، في تحقيقها الاستراتيجية الاتصال الحدثي الثقافي.

- **مؤشرات الفرضية الثالثة:**

1. تسخير أدوات مكتبية ووسائل حديثة.
2. توفير تجهيزات خاصة بتنظيم الأحداث.
3. العمل مع مؤسسات الاتصال والإشهار مع توفير الدعائم الإشهارية الحديثة.
4. اختيار موظفين مؤهلين في التخطيط والتنفيذ، وأعوان لهم خبرة في الاستقبال والتوجيه.
5. استشارة أصحاب الخبرة ومستشاري الثقافة.
6. التكفل بمختلف المدعوين وحجز أماكن مخصصة للعرض.
7. الاستفادة من سياسة التسهيلات والتدعيم المادي من طرف الدولة.

الفرضية الرابعة:

- توظف المؤسسة الثقافية مخططات الاتصال ومخططات العمل لتنفيذ استراتيجيتها الاتصالية الحديثة.

- **مؤشرات الفرضية الرابعة:**

1. القيام بتشخيص وتقييم لمختلف النشاطات المنفذة (تقييم جزئي في كل مرحلة).
2. التحديد الدقيق لأهداف النشاطات الثقافية.
3. تعيين هيئات وأفراد مكلفين بالتنظيم والمرافقة والمتابعة الميدانية.
4. الاعتماد على استراتيجيات ميدانية ومخططات بديلة لتنفيذ الأحداث الثقافية (مع توضيح التفاصيل المتعلقة بطريقة التنفيذ).
5. البناء الجيد للمواضيع وشعارات النشاطات الثقافية.

6. تقسيم المهام والتنسيق بين المنظمين.
7. الاعتماد على رزنامة تأخذ بعين الاعتبار الأماكن والتوقيت.
8. الاختيار الدقيق للشركاء والأحداث.

من حيث الإجراءات المنهجية تم الاعتماد على منهج المسح الوصفي، وتمثل مجتمع البحث في كل الإطارات الموجودة في المؤسستين الثقافيتين. "مديرية الثقافة لولايتي الجزائر وقسنطينة"، وزع المجتمع لفئتين رؤساء مصالح وإطارات إدارية، مجموع أفراده 46 إطارا باتباع أسلوب المسح الشامل، 23 إطار في قصر الثقافة لولاية الجزائر العاصمة "مفدي زكرياء" بالإضافة إلى 23 إطار في مديرية الثقافة لولاية قسنطينة "محمد العيد أل خليفة"، مستثنين 04 أفراد من إطارات المؤسستين.

ومن أجل الحصول على بيانات دقيقة ومعلومات واضحة استندت الدراسة على أداة

الملاحظة العلمية، الاستمارة والمقابلة.

النتائج العامة للدراسة:

أظهرت نتائج الدراسة أن مؤسستي "قصر الثقافة مفدي زكرياء" و"مديرية الثقافة محمد العيد أل الخليفة"، تعتمدان استراتيجية اتصال حدثي واضحة المعالم تنفذ وفق مخططات سنوية ومناسباتية تنسجم مع توجهات الوزارة الوصية، تهدف هذه الاستراتيجية إلى الترويج للنشاطات الثقافية وتعزيز التواصل مع الجمهور، إلى جانب إبراز صورة المؤسسة والمساهمة في الحفاظ على التراث الثقافي.
كما بينت النتائج توفر هيئات مختصة بالاتصال داخل المؤسستين، رغم محدودية الموارد البشرية، مما يشكل ضغطا على الموظفين وتعتمد المؤسستان على وسائل اتصال متنوعة تشمل الموارد المادية والتقنية كالنشر والطباعة والتصوير والإشهار.

✓ **الدراسة الثانية:** جاءت بعنوان: "**الاتصال الحدثي ودوره في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية، دراسة ميدانية بدار الثقافة نوار بوبكر لولاية أم البواقي أنموذجا**"، من إعداد الطالبة حفيظة حسيني[1].

- التساؤل الرئيسي للدراسة جاء كالتالي:

– ما هو دور الاتصال الحدثي في تعزيز الصورة الذهنية لدار الثقافة بولاية أم البواقي؟

- تطرقت الدراسة إلى التساؤلات الفرعية التالية:

1. كيف يمكن للاتصال الحدثي أن يساهم في تحسين الصورة الذهنية لدار الثقافة؟
2. ماهي الأنشطة الحدثية المنظمة من طرف دار الثقافة لتكوين صورتها الذهنية؟
3. هل توجد علاقة بين الاتصال الحدثي والصورة الذهنية لدار الثقافة؟

تمثلت الإجراءات المنهجية في الاعتماد على المنهج الوصفي، باتباع أسلوب المسح الشامل لموظفي دار الثقافة، البالغ عددهم 57 موظف باستخدام أداة الملاحظة والاستبيان، لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بموضوع الدراسة.

النتائج العامة للدراسة:

خلصت الدراسة إلى أن الاتصال الحدثي يساهم بشكل إيجابي في تحسين الصورة الذهنية لدار الثقافة لدى جمهورها الداخلي حيث تعمل المؤسسة على نشر التراث الثقافي، من خلال تنظيم فعاليات متنوعة مع الاعتماد بشكل كبير على الملصقات كوسيلة اتصال.

✓ [1] حفيظة حسيني، **الاتصال الحدثي ودوره في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية، دراسة ميدانية بدار الثقافة نوار بوبكر لولاية أم البواقي أنموذجا**"، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: علاقات عامة، جامعة العربي بين المهيدي –أم البواقي–، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ، قسم العلوم الإنسانية، 2018–2019م.

وبالرغم من تنظيمها لأنشطة بشكل مستمر وحصولها على تغطية إعلامية خارجية إيجابية، إلا أن دار الثقافة تفضل استخدام مصطلح "الأنشطة الثقافية" بدلا من الاتصال الحدثي، مع إعطاء أهمية كبيرة لسبر آراء الموظفين حول هذه الفعاليات، مما يخلق انطباعا جيدا عن المؤسسة.

كما تعتمد دار الثقافة على مصلحة التشيط الثقافي الفني لتنظيم أنشطتها التي تهدف إلى تحسين صورتها الذهنية وتعزيز علاقاتها مع المجتمع والمؤسسات الأخرى، مع التركيز على أهمية الموظفين في نقل هذه الصورة الإيجابية، والحرص على تقديرهم واستمرار التواصل معهم، بهدف تحسين الأداء العام ولتعزيز كفاءة المؤسسة التشغيلية لتحقيق نجاح المؤسسة على المدى الطويل.

✓ **الدراسة الثالثة:** بعنوان "**الاتصال الحدثي في المؤسسات الثقافية، دراسة ميدانية في مديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة**"، من إعداد الطالبتين حاج رابح صبرينة وحداد فتيحة[1].

- التساؤل الرئيسي للدراسة جاء كالتالي:

– ما هو واقع الاتصال الحدثي في مديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة؟

- تساؤلات الدراسة جاءت كالآتي:

1. كيف توظف مديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة الاتصال الحدثي على مستواها؟
2. ماهي أنواع الاتصال الحدثي المستخدمة من طرف مديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة؟ وما هو النوع المعتمد أكثر في المديرية؟
3. ماهي الوسائل الاتصالية الحدثية المستخدمة في مديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة؟
4. ماهي مزايا وعيوب الاتصال الحدثي في مديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة؟

✓ [1] حاج رابح صبرينة وحداد فتيحة، **الاتصال الحدثي في المؤسسات الثقافية، دراسة ميدانية في مديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة**"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2021–2022م.

من الناحية المنهجية ارتكزت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام عدة أدوات لجمع البيانات والمعلومات والتي تمثلت في أداة الملاحظة وبالتحديد الملاحظة بالمشاركة، بالإضافة لأداة المقابلة والاستبيان.

كما شملت الدراسة العينة القصدية باختيار جميع موظفي مديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة البالغ عددهم 36 موظفا.

النتائج العامة للدراسة:

خلصت الدراسة التي أجريت بمديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة إلى أن الاتصال الحدثي يعتمد عليه بشكل كبير في تنظيم التظاهرات والمناسبات المختلفة، مما يسهم في إيصال المعلومات بوضوح إلى مختلف فئات الجمهور، كما يعتبر وسيلة أساسية لتمرير الرسائل بين الموظفين والمواطنين من خلال الاجتماعات واللقاءات الدورية.

وأظهرت النتائج أيضا أن المديرية تستخدم الاتصال الحدثي كأداة استراتيجية لخدمة التراث الثقافي، والتواصل مع السكان والجمعيات المحلية، بالإضافة إلى تعزيز المناسبات الوطنية والدينية، كما يلعب الإعلام المحلي دورا مهما في دعم هذه الجهود عبر مرافقة النشاطات الثقافية ونشرها.

يعد الاتصال الحدثي أداة أساسية في مديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة حيث يساعد في تعزيز التواصل مع المؤسسات والجمهور وتطوير قطاع الثقافة، من جانب آخر تعتبر الأنشطة الثقافية والمعارض هي الأكثر جذبا للجمهور، فضلا عن الوسائل المكتوبة وهي الأكثر استخداما نظرا لفعاليتها وتكلفتها المنخفضة، كما يسهم الاتصال الحدثي في الترويج للتراث الثقافي وتحسين صورة المديرية.

الدراسة الرابعة: بعنوان: "**تأثير الفعاليات الثقافية على الصورة المؤسسية للمؤسسات**"، من إعداد العسيري م.[1]

التساؤل الرئيسي

ما هو تأثير الفعاليات الثقافية على الصورة المؤسسية للمؤسسات الثقافية الجزائرية؟

التساؤلات الفرعية

- كيف تؤثر الفعاليات الثقافية على انطباعات الجمهور تجاه المؤسسات الثقافية؟
- ما هي الرسائل الاتصالية التي يتم نقلها من خلال الفعاليات الثقافية؟
- كيف تختلف آراء الفئات المختلفة (مثل الطلاب، الموظفين، والفنانين) حول تأثير الفعاليات على الصورة المؤسسية؟
- ما هي العوامل التي تعزز أو تعيق تأثير الفعاليات الثقافية على الصورة المؤسسية؟

الفرضيات

- هناك علاقة إيجابية بين تنظيم الفعاليات الثقافية والصورة الذهنية للمؤسسات.
- الفعاليات الثقافية التي تركز على التراث المحلي تعزز من انطباعات الجمهور الإيجابية.
- تختلف آراء الجمهور حسب الفئة الاجتماعية والمهنية حول تأثير الفعاليات الثقافية.

اعتمدت الدراسة منهج دراسة الحالة، حيث تم التركيز على تحليل حالة محددة لمؤسسة ثقافية جزائرية.

تكون مجتمع البحث من الجمهور الحاضر في الفعاليات الثقافية التي تنظمها المؤسسات الثقافية الجزائرية، مع التركيز على الفعاليات الخاصة بمديرية الثقافة والفنون. وتم اختيار عينة عشوائية من

[1] العسيري م، تأثير الفعاليات الثقافية على الصورة المؤسسية للمؤسسات، **مجلة الثقافة والفنون**، م10، ع3، 2021، ص ص 45-65.

المشاركين في الفعاليات، بحيث تضم فئات متنوعة تشمل الطلاب، الموظفين، والفنانين. كما استخدمت الباحثة أدوات متعددة، منها:

- الاستبيان الميداني: لجمع البيانات حول انطباعات الجمهور ووجهات نظرهم.
- الملاحظة بالمشاركة: لمراقبة تفاعلات الجمهور خلال الفعالية.
- تحليل الوثائق والنصوص: لفهم الرسائل الاتصالية التي تم نقلها من خلال الفعالية.

النتائج العامة للدراسة

تأثير إيجابي: أظهرت النتائج أن الفعاليات الثقافية تعزز من الصورة المؤسساتية، حيث أبدى 78% من المشاركين انطباعات إيجابية.

ارتباط ثقافي: تفاعل الجمهور بشكل كبير، مما يدل على فعالية الاتصال الحدثي في خلق ارتباط عاطفي بالمؤسسة.

اختلاف الآراء: كشفت النتائج عن فروق في آراء الفئات المختلفة حول تأثير الفعاليات، مما يشير إلى أهمية تخصيص الرسائل الاتصالية وفقًا لاحتياجات كل فئة.

الدراسة الخامسة: بعنوان: " **ثير الفعاليات الثقافية على الانتماء الاجتماعي: دراسة حالة في المجتمع المحلي**"، من إعداد الحميدي م.[1]

التساؤل الرئيسي

ما هو تأثير الفعاليات الثقافية على الانتماء الاجتماعي في المجتمع المحلي؟

التساؤلات الفرعية

- كيف تسهم الفعاليات الثقافية في تعزيز الهوية الاجتماعية لدى الأفراد؟

[1] الحميدي م، تأثير الفعاليات الثقافية على الانتماء الاجتماعي: دراسة حالة في المجتمع المحلي، مجلة الدراسات الثقافية، م15، ع2، 2020، ص ص 55-72.

- ما هي الأنشطة الثقافية الأكثر تأثيرًا في تعزيز الانتماء الاجتماعي؟
- كيف تختلف تأثيرات الفعاليات الثقافية على الانتماء الاجتماعي حسب الفئة العمرية؟
- ما هي العوامل التي تعزز أو تعيق تأثير الفعاليات الثقافية على الانتماء الاجتماعي؟

الفرضيات

- هناك علاقة إيجابية بين تنظيم الفعاليات الثقافية وزيادة الانتماء الاجتماعي.
- الفعاليات التي تشمل مشاركة المجتمع المحلي تعزز من الإحساس بالانتماء.
- تختلف تأثيرات الفعاليات الثقافية على الانتماء الاجتماعي حسب الفئات العمرية المختلفة.

اعتمدت الدراسة منهج دراسة الحالة، حيث تم تحليل تأثير الفعاليات الثقافية في مجتمع محلي محدد. وتكون مجتمع البحث من الأفراد الذين يعيشون في المجتمع المحلي الذي تمت فيه دراسة الفعاليات الثقافية. وتم اختيار عينة عشوائية من المشاركين في الفعاليات الثقافية، وتكونت من 150 فردًا يمثلون فئات عمرية واجتماعية متنوعة. كما استخدمت الباحثة أدوات متعددة، منها:

- الاستبيان الميداني: لجمع البيانات حول انطباعات الأفراد وتجاربهم مع الفعاليات الثقافية.
- الملاحظة بالمشاركة: لمراقبة تفاعلات الأفراد خلال الفعاليات.
- المقابلات الشخصية: لجمع معلومات نوعية حول تأثير الفعاليات على الانتماء الاجتماعي.

النتائج العامة للدراسة

- تأثير إيجابي: أظهرت النتائج أن الفعاليات الثقافية تعزز من الانتماء الاجتماعي، حيث أفاد 70% من المشاركين بأنهم يشعرون بزيادة في انتمائهم للمجتمع.
- أنشطة مؤثرة: كانت الأنشطة التي تشمل المشاركة المجتمعية الأكثر تأثيرًا في تعزيز الانتماء.
- اختلافات عمرية: كشفت النتائج عن اختلاف في تأثير الفعاليات الثقافية حسب الفئات العمرية، حيث كان الشباب أكثر تأثرًا.

التعقيب على الدراسات:

جميع الدراسات تناولت موضوع الاتصال الحدثي في المؤسسات الثقافية الجزائرية، وما يعكس اهتماما مشتركا بكيفية تأثير هذا النوع من الاتصال في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات، تم التركيز في جميع الدراسات على دور الاتصال الحدثي في تحسين الوعي المجتمعي وتفاعل الجمهور مع المؤسسات الثقافية.

تندرج هذه الدراسات ضمن البحوث الوصفية بهدف تقديم تحليل شامل ودقيق للواقع الراهن للمؤسسات الثقافية في الجزائر.

ومن أجل الحصول على بيانات دقيقة ومعلومات واضحة استندت الدراسات على أداة الملاحظة بالمشاركة كأداة رئيسية في جمع البيانات والمعلومات والمقابلة والاستبيان كأداة ثانوية مساعدة. اضافت الدراسة الرابعة أداة تحليل الوثائق والنصوص، أما الدراسة الخامسة اضافت المقابلات الشخصية. أما دراستنا استندت على أداتين (الاستبيان والملاحظة بالمشاركة) فقط.

اشتركت الدراسة الأولى والثانية في اعتمادهم أسلوب المسح الشامل في جمع البيانات من عينات كبيرة ومتنوعة من المؤسسات والمشاركين وهو ما يعكس اختلافا في حجم العينة وأساليب التعميم، وتشابهت دراستنا مع الدراسة الرابعة والخامسة في نوع المنهج وهو منهج دراسة حالة، أما الدراسة الثالثة فاعتمدت على العينة القصدية واتفقت الدراسة الرابعة والخامسة مع دراستنا في نوع العينة وهي العينة العشوائية.

تتشابه الدراسة الأولى والثالثة في نوع المؤسسة وهي (مديرية الثقافة) في حين أن الدراسة الأولى قامت بدراسة مديريتين: (مديريتي الثقافة لولايتي الجزائر وقسنطينة). اما الدراسة الرابعة والخامسة فتشابهت في دراسة تأثير الفعاليات في المؤسسات الثقافية والمجتمع المحلي، لهم نفس الغاية والاهداف.

دراستنا توفر رؤية محلية بحتة حول كيفية تعزيز صورة المؤسسة الثقافية الجزائرية (مديرية الثقافة والفنون بالمدية) من خلال الاتصال الحدثي، وهذا يعطي تخصيصا من حيث فهم الجمهور للمؤسسة في سياقهم الجغرافي والثقافي.

كما تدرس التأثيرات الثقافية والاجتماعية على المجتمع المحلي في سياق الأنشطة الحدثية، وهو ما قد يكون غائبا أو محدودا في الدراسات الأخرى والتي لم تركز بشكل كاف على التفاعل المباشر بين الجمهور والمؤسسات الثقافية، لذا كان من المهم لدينا استكشاف كيف تؤثر هذه الأنشطة في تعزيز الصورة الذهنية عن المؤسسة، ومن هنا جاءت دراستنا لفهم العلاقة بين الاتصال الحدثي وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات الثقافية الجزائرية وخاصة مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية.

حيث نسلط الضوء على الأساليب المناسبة لتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات الثقافية بناء على احتياجات أو توقعات المجتمع المحلي بمثابتها ترمز للخصوصيات الثقافية في الجزائر.

المطلب الثالث: منهج الدراسة وأدواته

تتطلب كل دراسة اعتماد منهج يلائم طبيعتها، ويختلف باختلاف موضوعها وأهدافها. ويقصد بالمنهج الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة موضوع ما.[1]

اعتمدنا في دراستنا على اختبار منهج دراسة حالة الذي يندرج ضمن الدراسات الوصفية والذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها كميا وكيفيا.

يعرف منهج دراسة حالة على أنه: "بحث متعمق لحالة محددة بهدف الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها على حالات متشابهة".[1]

[1] محمد سرحان علي المحمودي، **مناهج البحث العلمي**، ط3، دار الكتب صنعاء، 2019، ص 35.

نظرا لما تقتضيه طبيعة دراستنا يعد هذا المنهج خيارا مناسبا للتركيز على حالة محددة وهي دراسة حالة مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية، عن طريق تنفيذها لمختلف الأحداث والأنشطة الثقافية، خاصة في تنظيمها لحدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**".

يتيح هذا المنهج فهما معمقا وشاملا لكيفية توظيف المؤسسة للاتصال الحدثي كأداة استراتيجية ومهمة لتشكيل صورتها الذهنية لدى جمهورها الخارجي من خلال تنظيمها لحدث الافتتاح، كما يمكّننا من معرفة طبيعة الحدث وتأثيره على الجمهور وكذلك الصورة الذهنية التي تشكلت عن المؤسسة انطلاقا من الفعالية المنظمة.

تبعا لاختيارنا لمنهج دراسة حالة، استندنا إلى مجموعة من أدوات جمع البيانات بهدف الحصول معلومات دقيقة وواضحة في تحليل الظاهرة المدروسة بشكل علمي ومنهجي.

اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان كأداة رئيسية في جمع البيانات والمعلومات والذي يعرف على أنه: " عبارة عن مجموع من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على المعلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، وتعد الاستبانة من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على المعلومات أو المعتقدات أو التصورات أو آراء الأفراد.[2]

جاء تطبيق هذه الأداة على الجمهور الخارجي لمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية، والذين اختيروا عشوائيا في "**حدث افتتاح شهر التراث الثقافي**"، ووزعت الاستمارات على عينة منهم بشكل عفوي وتمحورت الأسئلة ما بين المغلقة والمفتوحة وشبه المغلقة.

---

[1] محمد عبيدات وآخرون، **منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات**، ط2، دار وائل للطباعة، عمان، 1999، ص 44.

[2] محمد در، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، **مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية** م9، دار المنظومة، الجزائر، 2016، ص320.

كما اعتمدنا على أداة الملاحظة من خلال الزيارات المتعددة للمؤسسة قبل وبعد حدث الافتتاح من أجل الحصول على معلومات تتعلق بالمؤسسة، وبالتحديد الملاحظة بالمشاركة كأداة ثانوية لدعم الأداة الرئيسية وتعرف بأنها: "تلك الملاحظة التي يتمكن فيها الباحث أو من يمثله دور أحد الأشخاص الذين تتم ملاحظتهم فهو في هذه الحالة يقوم بدورين، دور الباحث ودور الشخص الذي يتم ملاحظته وبذلك فإنه يقوم بكافة النشاطات التي يقوم بها الملاحظ."[1]

حيث كنا متواجدين في الافتتاح الذي نظمته المديرية وتفاعلنا مع مختلف الأنشطة التي كانت في تلك الفعالية، ولاحظنا تفاعل الجمهور مع مختلف العروض الفنية وشاركنا معهم، وأجرينا محادثات عفوية مع الجمهور حول آرائهم عن الفعالية، كما عرف حدث الافتتاح، استضافة وفد تراثي من ولاية الجلفة والمناطق المجاورة لها، وشهد الحدث توافد كل من المثقفين والفنانين والمهتمين بالتراث الثقافي المحلي والوطني، والجمعيات الثقافية، وأطياف المجتمع المدني، لحضور الانطلاقة الرسمية لفعاليات شهر التراث الثقافي من بوابة تظاهرة " موزاييك تراثية"، والتي نظمت بالفضاء الخارجي للمتحف الجهوي للمجاهد بالقطب الجامعي الحضري ببلدية المدية، هذه التظاهرة عرفت تجسيدا ثقافيا وفنيا متنوعا يشمل على عديد النشاطات والفعاليات تعرف في مجملها بخصوصية الموروث الثقافي المحلي والتي لاقت تفاعلا كبيرا من طرف الجمهور الخارجي.

[1] محمد سرحان على المحمودي، مرجع سابق، ص 152.

المطلب الرابع: مجتمع البحث وعينته.

تعد عملية تحديد مجتمع وعينة الدراسة من أهم المراحل في إعداد أي دراسة علمية ويعرف أنه "هو جميع الوحدات" المستهدفة من البحث مباشرة أو من خلال تعميم أو توسيع النتائج، أي هو كل الوحدات البشرية أو غير البشرية، الفردية (في دراسة حالة مثلا) أو الجماعية المستهدفة من جمع البيانات في البحث.[1]

تمثل مجتمع بحثنا في جميع الأفراد المتواجدين في حدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**" البالغ عددهم 120 فردا، والذي نظمته مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية بالمتحف الجهوي للمجاهد (العقيد الشهيد سيد أحمد بوقارة).

أما عينة الدراسة فتعرف على أنها: " اختيار الباحث للعينة من الخطوات والمراحل المهمة للبحث ولا شك أن الباحث يفكر في عينة البحث منذ أن يبدأ في تحديد مشكلة البحث وأهدافه لأن طبيعته وخطته تتحكم في خطوات تنفيذه واختيار أدواته".[2]

اعتمدنا في دراستنا على عينة الصدفة هذا النوع من العينات يتم اختياره بالصدفة مثلما تستطلع صحيفة معينة الرأي العام حول قضية معينة أو مرشح ما وغالبا ما يكون هذا النوع غير ممثل لمجتمع الدراسة، وتستخدم هذه العينة في الدراسات الاستطلاعية المسحية المبدئية.[3]

حيث قمنا باختيار الأفراد المتواجدين في حدث **(افتتاح شهر التراث الثقافي)** بشكل عفوي، هذا النوع من العينة يتناسب مع طبيعة الفعالية التي تضم أفراد من مختلف الأعمار كما تتيح لكل فرد من الجمهور فرصة للمشاركة والتعبير عن رأيه في ذلك الحدث.

---

[1] فضيل دليو، **مدخل إلى منهجية البحث العلمي**، د ط، د د، الجزائر، 2024، ص178.

[2] ذوقان عبيدات، **البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه**، ط17، دار الفكر، عمان، 2015، ص96.

[3] سعد سلمان المشهداني، **منهجية البحث العلمي**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص 96.

المطلب الخامس: حدود الدراسة:

أ. **المجال الزماني:** أجريت الدراسة الحالية في الموسم الجامعي 2025/2024، حيث كانت الزيارة الميدانية الأولى بتاريخ 2025/03/14، والتي كانت عبارة عن دراسة استطلاعية، تعرفنا من خلالها على المؤسسة وهيكلها التنظيمي وعدد موظفيها (البالغ عددهم 56 موظفا)، على الساعة 10:20 صباحا.

المرحلة الثانية تعلقت بالانطلاقة الرسمية في إنجاز البحث الميداني كانت بتاريخ 02 أفريل 2025م، حيث قمنا بتحضير أسئلة استمارة الاستبيان بهدف الحصول على جل المعلومات التي تخص موضوعنا، والتي دامت حوالي 20 يوما، وذلك من أجل الأهداف المرجو الوصول إليها.

أما المرحلة الثالثة، كانت بتاريخ 22 أفريل 2025م، قمنا بتوزيع الاستمارة على الجمهور الخارجي المتواجد في حدث "افتتاح شهر التراث الثقافي""، بالمتحف الجهوي للمجاهد ببلدية المدية، وفور استلامنا للاستمارات شرعنا مباشرة في توزيع البيانات وتحليلها.

ب. **المجال المكاني:** أجريت هذه الدراسة بمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية، حيث تتواجد في موقع مركزي بمدينة المدية، مما يسهل الوصول إليها من مختلف أنحاء المدينة، كما أنها قريبة من معالم ثقافية وتاريخية بارزة مثل: المدينة العتيقة، المتحف العمومي الوطني للفنون والتقاليد الشعبية، دار الثقافة حسني الحسني. تقع المديرية في حي 100 مكتب إداري وتحديدا فب الطابق الثاني من مبنى إداري مملوك للولاية، يضم هذا الطابق مكتب المديرة و13 مكتبا إداريا.

ج. **المجال البشري:** هو الجمهور الخارجي للمديرية، والمتمثل في عدد الأفراد الحاضرين في حدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**"، بالمتحف الجهوي للمجاهد بالمدية، البالغ عددهم 120 فردا. وحدد منهم 61 فردا كعينة للدراسة.

الفصل الثاني: مدخل مفاهيمي لاتصال الحدثي

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الاتصال الحدثي

- المطلب الأول: مفهوم الاتصال الحدثي
- المطلب الثاني: نشأة وتطور الاتصال الحدثي
- المطلب الثالث: خصائص الاتصال الحدثي
- المطلب الرابع: أهمية الاتصال الحدثي
- المطلب الخامس: أهداف الاتصال الحدثي

المبحث الثاني: الاتصال الحدثي (مجالاته، أشكاله، الآليات والوسائل).

- المطلب الأول: مجالات الاتصال الحدثي
- المطلب الثاني: أشكال الاتصال الحدثي
- المطلب الثالث: آليات الاتصال الحدثي
- المطلب الرابع: وسائل الاتصال الحدثي
- المطلب الخامس: مزايا وعيوب الاتصال الحدثي

المبحث الثالث: استراتيجيات التخطيط للحدث الاتصالي

- المطلب الأول: مفهوم الحدث
- المطلب الثاني: أنواع وخصائص الحدث
- المطلب الثالث: خطوات التنظيم للحدث الاتصالي
- المطلب الرابع: أسلوب إعداد الحدث الاتصالي
- المطلب الخامس: جمهور الاتصال الحدثي

خلاصة الفصل

تمهيد:

سنتطرق في هذا الفصل الذي جاء بعنوان "مدخل مفاهيمي للاتصال الحدثي"، إلى مجموعة من العناصر أهمها تقديم مفهوم واضح عن الاتصال الحدثي، نشأته وتطوره، أهميته، والخصائص التي تميزه عن باقي الوسائل الاتصالية الأخرى، إضافة إلى الأهداف التي يسعى لتحقيقها.

وسنعرض كذلك أهم المجالات الثلاث الأساسية التي يركز عليها الاتصال الحدثي، وأشكاله الأربعة مع إعطاء شرح لكل شكل، ثم نتقدم أبرز الآليات والوسائل الاتصالية الأكثر استخداما في المؤسسات، وبالرغم من المزايا التي يتميز بها الاتصال الحدثي، إلا أننا أشرنا لبعض من عيوبه.

إن عملية نجاح الاتصال الحدثي مرتبطة بوضع استراتيجيات تخطيطية دقيقة وواضحة وهذا ما تناولناه في هذا الفصل، من خلال الإشارة لمفهوم الحدث وخطوات تنظيمه، بالإضافة إلى أسلوب إعداده، مع توضيح جمهور الاتصال الحدثي.

المبحث الأول: ماهية الاتصال الحدثي

المطلب الأول: مفهوم الاتصال الحدثي

الاتصال الحدثي قبل كل شيء هو وسيلة اتصال خارج وسائل الإعلام داخلية أو خارجية تستخدمها مؤسسة، منظمة، أو جمعية من أجل نقل رسالة دقيقة بطريقة أصلية ومؤثرة، يتعلق الأمر بإعلام وجمع وتوحيد الجمهور حول عنصر أو موضوع من خلال حدث ما، بشكل عام يعتبر الاتصال الحدثي جزءا من عالم الاتصال وتقنياته المختلفة، يسمح بالالتقاء بطريقة إنسانية ويهدف إلى ترك انطباع عن المؤسسة لدى جمهورها المستهدف، كما تتميز عن أشكال الاتصال الأخرى بفعل قدرته على جمع الناس في مكان واحد وخلق فضاء حقيقي للتواصل.[1]

يعرفه Mathis la cienhapeard هو: "دعوة مؤسسة، منظمة أو منشأة إلى حدث بهدف تعزيز علامة أو منتوج أو فكرة من أجل خلق انطباعات ومحاولة تمرير رسائل محددة لجمهور مستهدف بدقة، خصوصية هذا الحدث متعلقة بمدى سرعة انقضائه وهذا للتحكم في الوقت، بالإضافة إلى الحيوية والكثافة وهي إذن من الأمور الضرورية أخير حداثته تكمن في مشاركة المدعويين للحدث إلى التركيز على اهتماماتهم.[2]

---

[1] نادية بوالكره، **الاتصال الحدثي وصناعة صورة المؤسسة الاقتصادية في الجزائر:** دراسة وصفية تحليلية لعينة من المؤسسات القطاع الخاص في الصناعة الالكترونية، أطروحة دكتوراه LMD، تخصص: علوم الإعلام والاتصال «جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال 2024/2023، ص 92.

[2] محمد كريم عرايبية، **الاتصال الحدثي في المؤسسات الجزائرية التقنيات والآليات**، مؤسسة موبيليس نموذجا، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال مؤسساتي، جامعة محمد الشريف مخبر الدراسات وأبحاث في الاتصال، مساعدية، سوق أهراس، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية 2019-2020، ص12.

حسب فينسنت ديكراي Vincent Decry مستشار في الاتصال واستاذ في جامعة HEC الكندية: يجب أن يكون الاتصال الحدثي مضبوطا على ثلاثة مراحل مرحلة قبلية تتضمن ضجة إيجابية عبر الانترنت للترويج عن الحدث الذي سيقام مستقبلا ومرحلة أثناء الحدث وتقتضي التفاعل مع المشاركين عبر الويب ووسائل " التواصل الاجتماعي عن الحدث ومرحلة بعدية لديمومة الحدث على المدى البعيد وبالتالي فالاتصال عن طريق الويب هو تضخيم تأثير الحدث.[1]

المطلب الثاني: نشأة وتطور الاتصال الحدثي

تواجدت الأحداث منذ الازل وتخللت التاريخ والحضارات، كانت الحاجة إلى كسر الروتين اليومي والاحتفال والعيش بحيوية في مجتمع ظاهري مهمة ولاتزال كذلك وعلى نحو متزايد.

من الصعب تحديد نشأته الحديثة بدقة، ففي مصر القديمة كان يعتبر التتويج بفرعون جديد بمثابة حفل افتتاحي حقيقي ومبالغ فيه لترك علامة وإنشاء سلطة الفرعون، وهذا يعتبر من بدايات تنظيم الأحداث إن كل مكوناتهما تلتقي: مكانة التتويج، الجمهور (الخدم والتلاميذ) الوقت، الرسالة، ومرسلها (تحريض علامة السلعة)، لهذا يمكن للمرء أن يتصور بسهولة أن هذا لم يحدث من دون مساعدة مقاول، وهناك في المقابل أحداث كبرى اجتاحت عالم الحديثة من خلال المعارض العالمية مع الطبعة الأولى التي شهدت على بناء قصر الكريستال، حديقة هايد بارك بلندن في عام 1851، بعد ذلك أتت الأحداث الرياضية والألعاب الأولمبية التي أنشأها بيار كوبر عام 1892 (مستوحاة من ألعاب أثينا اليونان القديمة) ثم كأس العالم لكرة القدم 1970، وظهور الشركات الكبرى أصبحت الحدثية تعتبر عنصرا من عناصر الاتصال.

ومع تطور المرحلة الصناعية ولدت احتياجات أخرى منها: الشهرة، حاجات الاستهلاك وغيرها ...

[1] عبد الرؤوف فهدي وادريس بوالعكيبات، **الاتصال الحدثي في المؤسسة الجزائرية والتوجه نحو رقمنته**، مقترح للاعتماد على الويب في خلق وتفعيل أحداث المؤسسة الجزائرية على مختلف مراحلها، **مجلة البدر**، جامعة صالح بوبندير قسنطينة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، قسم الاتصال والعلاقات العامة، م9، ع11، 2017، ص458.

لذلك ظهرت عملية تنظيم وخلق الأحداث التي تجعل المؤسسة قادرة على عرض منتجاتها والتعريف بنفسها بشكل أفضل، ولعرض منتجاتها، فكانت البداية بتنظيم تظاهرات احتفالية خاصة بها عبر استخدامها لطرق مختلفة لجدب الزبائن. [1]

وفي الثلاثينيات بالتحديد عام 1932م، أخذت الصالونات حيزا، خصوصا صالون السيارات من أجل تقوية فعالية البيع، فمع ظهور المجموعات الأمريكية الكبيرة، وتطور التكنولوجيات الجديدة، نشأت وكالات أولى متخصصة في مجال تنظيم الأحداث في منتصف الثمانينات، لكن سوق الاتصال عن طريق الحدث لم يتضمن حقا إلا خلال التسعينات، لأن في ذلك الوقت بدأت الشركات الاعتماد على الوكالات من أجل التجديد ونيل اعجاب وجذب الزبائن.

كما نرى أن الأحداث كانت موجودة دائما وفي الأشكال الممكنة التي يمكن تخيلها ولفهم الوعي بأهميتها وفائدتها واستخداماتها ظهر مؤخرا، واليوم صارت معروفة كعمليات خاصة تشكل جزءا هاما في الاستراتيجية. [2]

المطلب الثالث: خصائص الاتصال الحدثي

يتميز الاتصال الحدثي بالخصائص التالية:

- **المناسباتية:** أي أنه لا يتم بصفة دائمة داخل المؤسسة وإنما وفقا لمناسبات معينة، إما تكون موافقة لمناسبة وطنية أو دولية نتيجة لحدث تبتكره أو تنظمه المؤسسة على غرار أطلاق منتج جديد في السوق، عقد اتفاقيات شراكة الاحتفال بمئوية المؤسسة.... الخ.

[1] حكيمة محبوب، **واقع الاتصال الحدثي في المؤسسة الصناعية والتجارية والحرفية، غرفة الصناعة التقليدية والحرف مستغانم نموذجا**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس كلية العلوم الاجتماعية، شعبة الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، 2020/2019، ص 58.

[2] صبرينة حاج رابح وفتيحة حداد، مرجع سبق ذكره، ص 24.

- نوعية الجماهير المدعوة لحضور التظاهرة أو الحدث يكون بدقة وعناية، وذلك تبعا لطبيعة الأهداف المسطرة مسبقا.
- يتم الاتصال الحدثي في مكان وزمان محددين ومعلومين مسبقا سواء كان داخل المؤسسة أو خارجها.
- يتم الاتصال الحدثي خارج إطار وسائل الإعلام، أي أنه يقوم على الاتصال الحدثي يتم تحديد العلاقات ما بين المؤسسة وشركائها. كما أنه يتيح الفرصة للترويح عن النفس وبناء علاقات جديدة.
- إحداث ضجة إعلامية أي أن تنظيم حدث ما من قبل المؤسسة كإتلاف منتج جديد وإبرام اتفاقيات جديدة أو تدشين أو احتفالية ما، بحاجة إلى تغطية إعلامية معتبرة من قبل الوسائل الإعلامية وهو ما يمكن أن يعتبر إشهارا مجانيا للمؤسسة، ولمنتجاتها وتعريفا بهويتها.[1]
- تكلفة تنظيمية مرتفعة.
- بعض نتائجه يكون لها أثر سريع وفوري.
- يساعد المؤسسة على القيام بدورها اتجاه المجتمع.[2]

المطلب الرابع: أهمية الاتصال الحدثي

تكمن أهميته الرئيسية والأساسية في:

- يتمتع الاتصال المناسباتي (الحدثي) بمزايا لا توجد في وسائل الاتصال التقليدية.
- تحديد أهداف المؤسسة من الاتصال الحدثي في إطار استراتيجياتها.

[1] يوسف بومشعل، فعالية استراتيجيات الاتصال الحدثي في تعزيز سمعة المؤسسة، **مجلة المعيار**، م25، ع59، 2021، ص 695.

[2] صليحة فرج الله وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 54.

- تحديد الجماهير المستهدفة وتحديد الدعم المالي.
- حسن اختيار الحدث وطريقة الدعم (تصميم حدث مبتكر) وتقييم المخاطر المدركة.
- تحديد المعلومات (مضمون الرسالة) المراد ايصالها للجمهور من خلال الحدث.
- تحديد وسائل الاتصال المؤسسي أو التسويقي المراد ايصالها للجمهور.
- تحديد المعايير المناسبة لتقييم نتائج الاتصال الحدثي.
- برمجة وتطبيق الأحداث الرياضية والثقافية والعلمية.[1]

المطلب الخامس: أهداف الاتصال الحدثي

تهدف المؤسسة من خلال قيامها بالاتصال الحدثي إلى تحقيق ما يلي:

- زيادة شهرة العلامة أو المؤسسة أو المنظمة.
- إعطاء صورة أصلية ومميزة وإيجابية عن المؤسسة.
- تطوير وتدعيم أو تغيير صورة المؤسسة أو صورة علامتها التجارية.
- زيادة حجم المبيعات.
- ابراز مميزات المنتج أو الخدمة.
- تقوية التحام وتماسك الموظفين الداخليين وزيادة ارتباطهم بمشروع المؤسسة.
- خلق الأفضلية والأولوية للالتحاق والانضمام للمؤسسة بالنسبة للموظفين الجدد.

ولنجاح الاتصال الحدثي في تحقيق أهدافه فهناك جملة من الاعتبارات يجب مراعاتها لبلوغ الأهداف المرجوة وتتمثل هذه الاعتبارات في:

[1] لبنى تالي، **الاتصال المناسباتي في المؤسسة الجزائرية:** دراسة ميدانية في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة ODEJ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الاتصال، 2022/2021، ص 48.

- تحديد مستوى شهرة المؤسسة وحالة صورتها الراهنة في بيئتها.
- تقييم أثار العمليات الاتصالية السابقة أو الحالية.
- تحديد الجماهير المستهدفة بعناية.
- حسن اختيار الحدث وطريقة الدعم.
- تقييم المخاطر المدركة من تنظيم الحدث أو المشاركة فيه.
- تحديد المعلومات (مضمون الرسالة) المراد ايصالها إلى الجمهور من خلال الحدث.
- تحديد توقيت انطلاقة العملية الاتصالية ونهايتها.
- تحديد المعايير المناسبة لتقييم نتائج الاتصال الحدثي المنتظر.
- انتقاء العناصر المهنية لإدارة وإنجاز ومتابعة العملية الاتصالية من داخل المؤسسة وخارجها.
- استثمار الحدث من خلال تنفيذ خطة إعلامية ناجحة للعلاقات العامة ترتكز على العلاقات مع الصحافة.[1]

المبحث الثاني: الاتصال الحدثي (مجالاته، أشكاله، الآليات والوسائل)

المطلب الأول: مجالات الاتصال الحدثي

يرتكز الاتصال الحدثي على ثلاثة مجالات أساسية هي:

1. **المجال التجاري:** يعتبر المجال التجاري من المجالات الأساسية التي تعتمد عليها الكثير من المؤسسات من خلال الاتصال الحدثي، ويكون ذلك عندما تكون المؤسسة بصدد إصدار أو إطلاق منتج جديد، تخفيض منتج موجود، اتصال حول قيم المؤسسة أو التقديم بخدمات المؤسسة، زيادة الوعي بالعلامة التجارية وتعبئة شبكة من الموزعين.

[1] يوسف بومشعل، مرجع سابق، ص ص 695-996.

مثال: أمسية خاصة لإطلاق فيلم، أو اتفاقية لإطلاق منتج.

2. **مجال الاتصال الداخلي:** ويعد من الأهداف الأساسية والتنظيمية التي يساهم فيها الحدث الداخلي لأي مؤسسة، عن طريق المؤتمرات، الملتقيات والمحاضرات، والتي يراد من ورائها تعزيز تماسك وتلاحم الموظفين.

مثال: الاحتفال بعيد ميلاد المؤسسة، علامة أو منتج أو حفلة لاندماج شركتين.

3. **مجال العلاقات العامة:** هدف الاتصال الحدثي يرتكز حول الاتصالات الشخصية مع الجماهير الرئيسية للمؤسسة، وذلك من خلال معرفة آرائهم وتوجهاتهم، والفوز بتعاطفهم وودهم، وتشجيع هذا الجمهور الواسع من أجل الانتشار حول المؤسسة من خلال تزويده بكافة المعلومات ونشاطاتها ومنتجاتها، مما يعزز التغطية الإعلامية للمعلن أو الوعي من أجل قضية ما.

مثال: تيليتون متمثل في مراتون أو دورة جري للقلب معدة من طرف المنظمة الفرنسية لطب القلب.[1]

المطلب الثاني: أشكال الاتصال الحدثي

يتخذ الاتصال الحدثي عدة أشكال نذكر منها:

أ. **الاتصال الموجه للجمهور الداخلي:** ويتمثل في:

- **اتفاقيات داخلية للمؤسسة:** تكون بين الإدارة العليا والدنيا، التي تتناول التنظيم والتسيير بهدف تحسين بيئة العمل. تعزيز الحوار الاجتماعي، ودعم الإنتاجية وصحة وسلامة الموظفين.
- **الندوات:** وسيلة مباشرة للنقاش حول موضوع معين، تتطلب تخطيطا مسبقا وتهدف إلى التواصل الفعال.

[1] أيوب رقاني وإدريس بولكعيبات، **الاتصال عبر الحدث: المفهوم والاستخدام**، مجلة البحوث، ع11، ج1، 2017، ص ص 321-322.

- **المحاضرات:** وسيلة تعليمية تستخدم لنقل المعرفة لجمهور معين، وغالبا ما يكون الطلاب أو المتخصصين في موضوع المحاضرة.
- **الاجتماعات السنوية:** تعقد لمراجعة الأداء، عرض النجاحات والمشكلات، وتلقي اقتراحات العاملين.
- **ملتقيات متخصصة:** تضمن المساواة في التصويت، وتعزز الشفافية باطلاع الجميع على أنشطة المؤسسة دون تأثير من السلطة أو المصالح الشخصية.
- **الصالونات:** تجمعات فكرية وثقافية للمتعة وتبادل المعارف، نشأت مع حركة النهضة في إيطاليا.[1]

ب. الاتصال الموجه لجمهور مستهدف (محدد):

- **تجمع عام:** يشجع تبادل الأفكار بين الموظفين والجماهير الخارجية، ويساهم في تعزيز التفاهم وتحقيق أهداف العلاقات العامة من خلال تنظيم برامج مرافقة ودعم المشاركين.
- **ملتقى أو مؤتمر:** يجمع مختصين لمناقشة موضوع معين، ويتنوع بين نوعية دورية، مؤقتة، محلية أو دولية، إلى جانب أشكال أخرى مثل: الصالونات والعروض والاتفاقيات.[2]

ج. **الاتصال الموجه إلى جميع الجماهير:**

- **التدشين:** وهو إما لوضع حجر الأساس لمشروع معين أو الانتهاء منه ليصبح صالحا للخدمة.
- **زيارة المؤسسة أو أيام الأبواب المفتوحة:**

[1] محمد كريم عرايبية وأمال نواري، لمحات حول الاتصال الحدثي: دراسة في الاشكال والتقنيات، **مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية**، م11، ع 01، 2021، ص ص 32-63.

[2] نفس المرجع، ص 63.

هي فعاليات منظمة تسمح للعاملين وعائلاتهم وزوار آخرين بالتعرف على المنشأة مع توفير بيئة مريحة وأمنة تعزز رضاهم، وتستخدم كوسيلة فعالة لتحسين صورة المؤسسة والتواصل مع الجمهور والصحفيين.

يوجد 3 أنواع من الزيارات:

1. **زيارات المناسبات:** تنظم لصالح حدث يمس حياة المؤسسة مثل: مصنع جديد أو دفع منتوج جديد.
2. **الزيارات المؤسساتية:** تمثل جزء من البرنامج الدائم للعلاقات العامة، مثل: استقبال التلاميذ.
3. **زيارات الأبواب المفتوحة:** الكل مدعو لها.

د. **الاتصال الموجه للجماهير العريضة:**

- **حدث تاريخي، ثقافي، رياضي:** يهدف إلى تعزيز الثقة والسمعة من خلال أحداث اجتماعية تجذب الجمهور وتعرفهم بأنشطة المنظمة.
- **جولة لعرض ترويجي:** عرض ترويجي للمنتجات في ممرات خاصة بهدف جذب انتباه المشترين وتعريفهم بها.[1]

المطلب الثالث: آليات الاتصال عن طريق الحدث

إن الاتصال عن طريق الحدث يمكن أن يستعمل ويوظف الحدث في حد ذاته من أجل تحقيق أهداف معينة أو الاعتماد على ربط المؤسسة بنشاطات يمكن أن تخدم المؤسسة بشكل مباشر أو غير مباشر كتقديم دعم ومساعدة لأشخاص وهيئات ذات طابع نفعي، إنساني، ثقافي، رياضي واجتماعي، حيث تعتمد المؤسسة في هذه الحالات على آليات وتقنيات تدور حول الحدث يمكن أن تأخذ الأشكال التالية:

[1] محمد كريم عرابيية، وأمال نواري، الاتصال الحدثي بين التأسيس والتأصيل، **المجلة الدولية لاتصال الاجتماعي**، م3، ع1، 2016، ص ص 113-114.

أ. **الكفيل:** ترتبط جذورها بمختلف عمليات المساعدة التي تقوم بما الأسر الملكية والمؤسسات الدينية، بعض الفنون والفنانين مثل حالات التبني التي كان يقوم بها بعض الملوك، المعماريين والفنانين والشعراء، حيث حفي الرسام "مايكل أنجلو" برعاية بابا الكنيسة من أجل رسم سقف كنيسة "سيستين" في روما.

ب. **الراعي:** تعتمد عملية الرعاية علة تقديم موارد مادية أو عينية لأحد الأنشطة المستقلة في مقابل بعض التزايد المتوقع الحصول عليها من جراء هذا الدعم، سواء كان لنشاطات ثقافية أو رياضية، كما لا تقتصر الرعاية على الأعمال الخيرية بل تتعداها إلى الأسباب التجارية.

ج. **المانح:** تتميز بعض الدول الأنجلوسكسونية بالزيادة في مجال انتشار المؤسسات ذات الطابع الخيري كالمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية، على الرغم من تراجع عددها في السنوات الأخيرة لأسباب متعددة، عدا بعض المساعدات التي تقدم إلى أفراد معنيين في شكل منح.[1]

المطلب الرابع: وسائل الاتصال الحدثي

يتسم الاتصال المناسباتي باستخدامه لوسائل اتصالية متنوعة تستخدم أيضا في مجالات اتصال أخرى، إلا أنه يبرز بشكل أوضح في سياق المناسبات، نظرا لتوافق هذه الوسائل مع طبيعة الحدث، لاسيما في المرحلة التحضيرية التي تسبق المناسبة.

تتمثل هذه الوسائل فيما يلي:

1. الاتصال الشخصي والمقابلات الشخصية الفردية والجماعية لغرض التوطئة لإنجاح المناسبة.
2. الاتصال الالكتروني عن طريق البريد ووسائل الإعلام المختلفة وإدامة التواصل.

[1] حسان حجاج، **الاتصال الحدثي في المؤسسة التجارية والخدمية في الجزائر، دراسة حالة المؤسسات السياحية والثقافية**، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة قسنطينة، قسم الاتصال والعلاقات العامة، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، 2015-2016، ص 110.

3. إرسال الخطابات الشخصية والمعايدات والبطاقات في المناسبات المختلفة.
4. القيام بزيارات لبعض الشخصيات والمستهدفين بالاتصال المناسباتي لكسب ثقتهم والتفاهم معهم، ودعوتهم لزيارة المؤسسة للوقوف على مدى التقدم فيها والترحيب بهم.
5. إقامة بعض الولائم على شرف عدد من الشخصيات التي يستهدفها الاتصال المناسباتي للتمهيد لحضورهم في المناسبة الكبيرة.
6. إقامة الحفلات الخاصة بالمؤسسات وبرامج الترفيه في المناسبات ودعوة بعض أفراد الجمهور لحضورها.
7. تقديم الهدايا التذكارية ومنح الجوائز التشجيعية أو التقديرية.
8. تقديم بعض الامتيازات لبعض المستهدفين أو جميعهم حسب مقتضى الحال.[1]
9. نشر المطبوعات الخاصة بالمؤسسة أو الجهة صاحبة المناسبة (من كتيبات ومجلات ونشرات وبروشورات وغيرها) لغرض التعريف بها أو ترسيخ قناعات الجمهور بمضمونها، وإطلاعهم على أهداف وأنشطة المؤسسة وتزويدهم بمختلف أنواع المعرفة التي يرغب في الاستفادة منها بغرض التنوير أو التثقيف أو تحسين الصورة الذهنية.
10. إعداد التقارير الدورية عن نشاطات المؤسسة أو برامجها أو عن المناسبات الهامة السابقة، وكذلك إعداد التقارير التي تعرض الحقائق الخاصة بموضوع أو موقف أو حدث معين عرضا تحليليا بطريقة مبسطة وإخراج جذاب.
11. الإعلانات عبر وسائل الإعلام والترويج للبرنامج أو المشروع أو المناسبة لضمان حشد الجمهور المناسب للحضور، ويتم تحديد جمهور الإعلان من خلال تفاصيله ومحدداته.

---

[1] نجم العيساوي، الاتصال المناسباتي أو الحدثي، **مدونة الإعلام والعلاقات العامة**، Https ://hajmaLeesswi.blogspot.Com، 2019، ص04.

12. الدردشة الجماعية عن طريق منصات التواصل الاجتماعي وإجراء مناقشات ومزامنة داخلية قبل وأثناء المناسبة، وإمكانية توفير خدمة التواصل مع الجمهور بعضهم بعضا لترتيب موضوع معين أو مناقشته أو مشاركته.
13. لوحة الإعلانات العامة سواء على حائط المؤسسة أو في المناطق ذات الكثافة السكانية أو المرور الكثيف.
14. تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع والبريد الالكتروني كأحوال تفاعلية لتسهيل التواصل وتنظيم المناسبات بشكل أفضل.[1]

المطلب الخامس: مزايا وعيوب الاتصال الحدثي

أ. مزايا الاتصال الحدثي

يتمتع الاتصال الحدثي بمزايا لا تمتلكها أي وسائط تقليدية أخرى وتتمثل في: فعاليته في الترويج السريع للعلامة التجارية، حيث يساعد على جذب عدد كبير من الأشخاص في وقت قصير، وإثارة اهتمام وسائل الإعلام من خلال خلق مفاجآت تخرج عن المألوف، كما يساهم في نقل القيم الإيجابية المرتبطة بالحدث إلى صورة الشركة، سواء كانت قيما رياضية أو اجتماعية أو بيئية مما يعزز من صورتها العامة.

إضافة إلى ذلك، يسهم في بناء علاقات إنسانية مع مختلف الجهات المعينة مثل: الجمهور الشركاء ووسائل الإعلام، وله تأثير مباشر على المبيعات، ويساعد في كسب تعاطف وولاء الجمهور من خلال التفاعل المباشر.[2]

---

[1] خديجة ياسية وبثينة محمدي، **واقع الاتصال الحدثي في الجامعة الجزائرية: دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي اتصال وعلاقات عامة، 2019-2020، ص ص 32-33.

[2] حكيمة محبوب، مرجع سابق، ص 70.

ب.عيوب الاتصال الحدثي

يواجه الاتصال الحدثي مجموعة من التحويلات التي لا تهدف دراستها إلى التشكيك في جدواه، بل إلى فهمها وتجاوزها، وتصنف هذه العراقيل إلى خمسة أصناف رئيسية:

1. **صعوبات استراتيجية:** تتيح عن نقص التخطيط والتوجه الواضح، مما يعيق تعزيز سمعة المؤسسة وبناء علاقات فعالة مع الجمهور، إضافة إلى ضعف في نشر الوسائل الإعلامية وانتشارها، مما يقلل من تأثير الأحداث في تحقيق أهداف المؤسسة.
2. **صعوبات نفسية واجتماعية:** تنشأ نتيجة الحواجز بين الموظفين في المستويات المختلفة، مما يستلزم تعزيز العلاقات الاجتماعية لتحسين التواصل وضمان نجاح الحدث.
3. **صعوبات بيئية:** تشمل عوامل مثل: اختلاف اللغة والثقافة، ضعف أدوات الاتصال، وسوء ظروف المكان كالضوضاء والإضاءة، مما يؤثر سلبا على فعالية التواصل ويعرقل نجاح الحدث.
4. **صعوبات تنظيمية:** تنشأ من غياب هيكل واضح واختلاف التخصصات وكثرة المستويات الإدارية، مما يضعف التواصل داخل المؤسسة.
5. **صعوبات شخصية:** تنجم عن فروقات فردية في الإدراك والتعبير والثقة، مما يعيق فهم الحدث والتفاعل معه بشكل فعال، خاصة عند وجود بعد مكاني أو استخدام لغة غير واضحة.[1]

[1] لبنى تالي، مرجع سابق، ص ص 51-52.

المبحث الثالث: استراتيجيات التخطيط للحدث الاتصالي

المطلب الأول: مفهوم الحدث

التعريف الأول: الحدث (الفعالية) يعني تنظيم مناسبة تجمع أفرادا مستهدفين في مكان واحد، ولغرض معين، وفي وقت محدد.[1]

التعريف الثاني: يرى "**Willam Perkins**" أن الحدث هو: " تجميع لجميع الأنشطة المرتبطة بما لا يحدث سوى مرة واحدة فقط".

التعريف الثالث: "**Mathias Lucien Rapeau**" عرف الحدث على أنه: "أداة اتصال خارج الوسائط الإعلامية التقليدية، سواء داخلية أو خارجية، تستخدمها شركة أو منظمة أو مؤسسة بهدف الترويج لعلامة تجارية أو منتج أو فكرة، من خلال التأثير على العقول وايصال رسالة محددة إلى جمهور مستهدف".[2]

المطلب الثاني: أنواع وخصائص الحدث

أ. **أنواع الحدث:** توجد أنواع عديدة من الفعاليات، ويمكن لكل شركة اختيار الشكل الذي يناسب نشاطها وأهدافها وجمهورها.

1. **المؤتمر:** لتبادل الأفكار حول هدف أو موضوع محدد، ونقل المعلومات، بل وحتى النقاش.

---

[1] Anthony Babkine et Adrien Rosier, **Réussir l'organisation d'un événement**, Eyrolles édition d'organisation, 2011, p02.

[2] Ghalem Douar, **l'impact de la communication événemantielle sur l'image de l'entreprise** "**cas de CDES d'oran**"**,** Mémoire de Magestere, universieté abdelhamid Ibn badis-Mostaganem, Faculté des sciences économique, sciences de gestion et des sciences commerciales, Département de sciences de gestion, spécialité : Marketing Management des entreprises, 2014-2015, p55.

2. **المؤتمر العالمي (الكونغرس):** غالبا ما يجمع خبراء من مختلف أنحاء العالم، لأنه يحمل طابعا دوليا.
3. **الندوة (السينمار):** يغلب عليها الطابع التعليمي والتدريبي، وتستخدم لنقل المعارف.
4. **الصالون المهني:** تنظيمه مكلف، لكنه يكون مخصصا عادة لمهنة أو قطاع معين، ولذلك فإن المشاركة فيه تكون دائما ذات فائدة.
5. **بناء الفريق/ التحديات الرياضية:** ينظم لتعزيز تماسك الفريق وهو حدث يعنى أكثر بالمجموعات الصغيرة، رغم إمكانية تنظيمه على نطاق واسع.
6. **إطلاق منتج:** الهدف منه جذب انتباه السوق إلى منتج جديد.
7. **المعرض:** يتميز بإمكانية عرض منتجات الشركة، سواء كانت أعمالا فنية أو آلات صناعية مثلا.
8. **الجولة الترويجية (Rod Show):** حملة ترويجية متنقلة تساهم في نشر الاهتمام بالسوق في أماكن مختلفة، وليس فقط في نقطة مركزية.
9. **السهرة:** غالبا ما تفكر فيها الشركات بشكل تلقائي، لكنها تتطلب استثمارا أكبر لتبرز الشركة فعلا، ويمكن أن تأخذ أشكالا متعددة (حفل خيري، أمسية فنية).
10. **الندوة العلمية (Symposium):** اجتماع للخبراء، مثالي لترسيخ شرعية فكرية أو علمية.
11. **الافتتاح/ الأبواب المفتوحة:** سواء كان الافتتاح مقرا جديدا أو معرضا، فهي فرصة لتقديم عرض توضيحي مباشر.[1]

ب. خصائص الحدث

1. يكون مخصصا وفريدا من نوعه (يتكيف مع أهداف ومهام المؤسسة، مع الجمهور والميزانية).
2. يتمتع بقيمة عاطفية عالية، فهو يخلق شعورا وتأثيرا عاطفيا.

[1] Le Guide Communication : n^0 03, "la communication évènementielle, 2020, p p 05-06.

3. يتيح التعرف على المؤسسة، واكتشاف عالمها أو منتجها.

4. يساعد على الوصول إلى الجمهور المستهدف وبناء علاقة فريبة منه.

5. يحدث قطيعة أو فاصلا في سير عملية ما، أو في عادة أو في مسار تطوري، لذا فهو أنيّ وقد يدوم ساعة أو حتى أسبوعا.[1]

المطلب الثالث: خطوات تنظيم الحدث الاتصالي

لكي يكون الحدث ناجحا كما هو متوقع، لابد من احترام بعض القواعد وهي كما يلي:

- التأكد من استهداف الجمهور المدعو جيدا حتى يكون منسقا.
- تحديد موضوع مقنع يجذب الفضول وإعطائه عنوانا جذابا.
- اختيار متحدث يثير الاهتمام، فقد يكون معروفا أو معترفا به في قطاع النشاط المهني.
- احتيار المنظمين والمتدخلين، عندما يتعلق الأمر بجذب داخلي يستحسن الاستعانة بخبير ذو سمعة حسنة وأجنبي عن المؤسسة، أما إذا كان الحدث موجها إلى جماهير خارجية فيمكن لأعضاء المؤسسة المشاركة.
- اختيار المكان المناسب جغرافيا ومن حيث توفره على الإمكانيات اللازمة وقدرة استيعابه للجماهير الزائرة.
- اختيار دقيق ومدروس للتوقيت والتواريخ المناسبة، مع الأخذ بعين الاعتبار مختلف العطل وعدم توافقها مع أحداث أخرى يمكن أن تؤثر على الحدث (حدث يقتل حدث).

[1] Si youcef Thiziri, **La Communication évènementielle : l'organisation d'un Salon**, Mémoire En Vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales, université Mouloud Mammeri de Tizi –ouzou, Faculté des Sciences Comerciales, option : Management Marketing, 2017-2018, p55.

- إرسال الدعوات في التوقيت المناسب، ليست بقريبة، أو بعيدة بالنسبة للأحداث الخارجية يستحسن قبل شهر (30 يوما) من يوم تنظيم الحدث، أما الأحداث الداخلية فيستحسن قبل خمس عشر (15) يوما، من خلال البريد العادي، الفاكس ويستحسن البريد الإلكتروني.
- التأكد من إعلام الجميع بمن فيهم وسائل الإعلام، إضافة التي تجريب الوسائل التقنية والسمعية البصرية المخصصة لتنظيم الأحداث.[1]

كما أن عملية تنظيم الحدث تمر عبر ثلاث مراحل:

1/ **المرحلة الاستراتيجية:** من خلال التحليل والتصور الاستراتيجي للمؤسسة فيما يخص موقعها، أهدافها، جماهيرها، نوع الأحداث والوسائل المستعملة.

2/ **المرحلة الإبداعية:** من خلال موضوع الحملة، الاسم، والهوية البصرية، الخاصة بالحدث.

3/ **المرحلة الميدانية:** من خلال التحضيرات المادية واللوجستية للأحداث والبرامج، والاتصال بمقدمي الخدمات والوكالات الاتصالية والإشهارية.[2]

المطلب الرابع: أسلوب إعداد الحدث الاتصالي

ماذا؟ what؟ (أو بصيغة أخرى ما هو نشاط المؤسسة؟): ويتم ذلك بمعرفة الحاجات التي تريد المؤسسة إشباعها من خلال الحدث. فلا يعد مجال النشاط على أساس السلع والخدمات المقدمة وإنما يكون على أساس الحاجات الواجب اشباعها ومختلف الأفكار التي تود تمريرها.

---

[1] Sarah Zebali et autres : "**Comment réaliser une bonne Communication événementiell**" ? Université lille1, 2011, p69.

[2] حسان حجاج، مرجع سابق، ص ص 95-96.

من؟ Who؟ (أو بعبارة أخرى: لمن يُعَد هذا الحدث؟) ويكون ذلك بالوقوف على الجمهور المستهدف، فأسلوب إعداد الحدث يجب أن يحدد بدقة الجمهور الذي توجه إليه سلع وخدمات المؤسسة أو الذي يتعامل مع المؤسسة من داخلها أو خارجها.

كيف؟ How؟ (أو بعبارة أخرى كيف تؤدي المؤسسة هذا الحدث؟): إذ يتم بتحديد الأسلوب الذي تنتهجه المؤسسة لتحقيق أهدافها المسطرة، أو معرفة الطرق المختلفة لإيصال معلوماتها إلى جمهورها.

لماذا؟ Why؟ (أو بصياغة أخرى: ما الغرض من إيصال المؤسسة عن طريق الحدث؟): ويكون ذلك بالوقوف على الغرض الأساسي من الحدث، ففي أسلوب إعداد الحدث لابد من الإشارة إلى سبب وجود الحدث.[1]

نموذج عايدة " AIDA" في التنظيم الحدثي

التصميم الجيد للحدث يخلق هوية خاصة به مما يسمح بمرور المعلومات الهامة ويجسد الموضوع ويحدث لقاء فعلي أو افتراضي بين الحدث والجمهور وفقا لطريقة " عايدة". التواصل الجيد يجب ان يجدب الانتباه ويثير الاهتمام ويخلق الرغبة ليصل في النهاية إلى الدفع للقيام بفعل يحقق المساهمة في الحدث، وهذه الطريقة تجعل التواصل فعالا مما يضمن نجاح هذا الحدث المنجز وتتمثل هذه الطريقة في:

- ✓ **الانتباه:** لا يمر الحدث دون أن تتعرف وتتحرى عليه أو تتصل به وتحاول اخذ توضيحات عنه.
- ✓ **الاهتمام:** إثارة الاهتمام في تسليط الضوء على الفائدة والاستفادة من هذا الحدث الخاص به.
- ✓ **الرغبة:** خلق الرغبة والدافع للذهاب للحدث وأن يكون حاضرا له.
- ✓ **القيام بالفعل:** الانتقال إلى المساهمة في التنفيذ أو من خلال المشاركة عبر حجز وشراء المكان.[2]

المطلب الخامس: جمهور الاتصال الحدثي

[1] محمد كريم عرابية، أمال نواري، الاتصال الحدثي بين التأسيس والتأصيل، مرجع سابق، ص 115.

[2] أيوب رقاني، الاتصال الحدثي في المؤسسات الجزائرية المتحفية، مرجع سابق، ص 107.

يعتبر الاتصال الحدثي احدى تخصصات التي تعمل على استهداف جماهير مختلفة، سواء في نفس الوقت أو الاتصال بكل الجمهور على حدى ونجد جماهير الاتصال الحدثي كالآتي:

- **مفهوم الجمهور**: إن الجمهور كلمة تطلق على مجموعة من الأفراد تربطهم مصالح خاصة أو يشتركون في خصائص معينة أو لهم رغبات خاصة وقد تكون هذه المجموعة كبيرة أو صغيرة وقد تكون أغلبية أو قليلة ويعرف الجمهور بأنه أي مجموعة تتكون من شخصين أو أكثر لهم بعض الصفات المشتركة.
- **الجمهور الداخلي:** يعتبر كافة العاملين الذين تضمهم المؤسسة في أقسامها ومستوياتها الإدارية المختلفة لأن العلاقات العامة مثلا ستهدف الجماهير الداخلية للمؤسسة من أجل تحقيق استقرارها وتنمية الإحساس الولاء والانتماء لديهم، الأمر الذي يترتب عليه تبني هذه الجماهير لسياسات المؤسسة وأهدافها والدفاع عنها والتحمس لها وتتكون هذه المشاعر والأحاسيس نتيجة المعاملة الإنسانية وإشباع الحاجات النفسية والمادية لتلك الجماهير، فالعمال هم سفراء المؤسسة من خلال سلوكهم وتصرفاتهم في المجتمع الخارجي، من خلال أحاديثهم مع الأصدقاء والجماهير الخارجية وهنا تبدو أهمية كسب ثقة وولاء هؤلاء العاملين فضلا عن تقدير الإدارة لأهمية وقيمة الاتصالات مع العاملين حتى يتمكنوا من معرفة أدوارهم والتحكم في الوسائل المتاحة من أجل بلوغ الأهداف المنتظرة.[1]
- **الجمهور الخارجي:** وينقسم بذاته إلى:

[1] ماجدة فوايزية ونعيمة حمدي، **واقع الاتصال في المؤسسة العمومية الاقتصادية الجزائرية، دراسة حالة للمؤسسة الجزائرية للمياه، وحدة التوزيع ام البواقي**، مذكرة لنيل درجة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، 2024/2023، ص ص 72-74.

1. **الجمهور العام:** مفهوم يشمل جميع الجماهير النوعية في منطقة معينة وتربطهم روابط مختلفة كاللغة والمصالح والآمال المشتركة.
2. **الجمهور النوعي:** يتكون من الفئات المختلفة في الدولة مثل جمهور العمال والفلاحين والعاملين في الحكومة والقطاعين العام والخاص ومن الممكن أن ينقسم إلى اقسام نوعية.
3. **المستهلكون والزبائن:** أن نجاح المنظمة يتوقف على الثقة المتبادلة بينها والمستهلكين وزبائنها، فتسويق المنتج هو الهدف النهائي ولا قيمة لمنتج لا يتم تعريفه، لأن ثقة المستهلك في المنظمة له أكبر الأثر على نجاح المؤسسة، أما الزبائن فهم الذين يتأثرن بمصدر الرسائل التي توجه إليهم إضافة إلى كون هذه الفئة مستهدفة من قبل الاستراتيجية التوزيعية للمؤسسة.
4. **الموردين:** يعد الاهتمام بفئة الموردين والمجهزين من الأولويات التي تهتم بها المنشآت الصناعية من أجل الحصول على المعدات الإنتاجية ومواد أولية وكذلك من أجل توطيد العلاقات الطيبة بينهما.
5. **المسأهمين:** إن علاقة الشركات بمسأهميها تحظى بجانب كبير من الأهمية بين زيادة عدد المسأهمين، إذ يعتبرون أصحاب رأس مال وهم الذين ينتخبون مجلس الإدارة وهذا وحده يستلزم من الشركة إقامة علاقات أساسها التفاهم.
6. **المجتمع المحلي:** تحتاج المؤسسة إلى المجتمع المحلي في مجالات عديدة، حيث تستفيد من التسهيلات التي يوفرها لها وعليه فإنه يترتب عليها مقابل ذلك العديد من الالتزامات اتجاهه كتقديم المساعدات لبعض الهيئات الخاصة كالمدارس والجامعات والنوادي الرياضية وإقامة بعض الاحداث الخاصة بهم.
7. **وسائل الإعلام:** يستهدف الاتصال الحدثي الإعلام لما له قدرة في توصيل المعلومات واستهداف الفئات المقصودة للاتصال، لذلك يجب أن تتسم العلاقة بين المؤسسات ووسائل الإعلام بالثقة

والمهنية سواء مع الصحافة المحلية الوطنية، وحتى الدولية من أجل الاستفادة من تلك التغطيات بغية تحقيق الأهداف الاتصالية للمؤسسة.[1]

[1] المرجع نفسه، ص ص 74-75.

خلاصة الفصل:

الاتصال الحدثي هو وسيلة تواصل تعتمد على تنظيم أنشطة وفعاليات لنقل رسائل موجهة إلى جمهور معين، ظهر مع تطور الاتصال الجماهيري وتطور عبر الزمن ليواكب التقنيات الحديثة، ويهدف إلى التأثير المباشر، بناء العلاقات، وتعزيز الصورة الذهنية، حيث يستخدم في مجالات متعددة مثل: مجال تجاري، اتصال داخلي، علاقات عامة، ويتخذ أشكالا متنوعة تكون موجهة للجمهور الداخلي، جماهير مستهدفة، جميع الجماهير، وجماهير عريضة.

يتميز بتفاعله وفعاليته، أما عيوبه فتشمل الكلفة وصعوبة التحكم بالمخرجات. ويتطلب نجاح الاتصال الحدثي تخطيطا استراتيجيا يتضمن تحديد الأهداف، إعداد الحدث، حسن تنظيمه واختيار الجمهور المناسب.

الفصل الثالث: الاتصال الحدثي ودوره في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية الجزائرية.

تمهيد

المبحث الأول: ماهية المؤسسة الثقافية

المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الثقافية

المطلب الثاني: أنواع المؤسسة الثقافية

المطلب الثالث: وظائف المؤسسة الثقافية

المطلب الرابع: مهام المؤسسة الثقافية

المطلب الخامس: اهداف المؤسسة الثقافية

المبحث الثاني: الصورة الذهنية في المؤسسة الثقافية الجزائرية

المطلب الأّول: مفهوم الصورة الذهبية وأنواعها

المطلب الثاني: أهمية الصورة الذهنية

المطلب الثالث: مراحل تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي

المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية

المطلب الخامس: أهمية الاتصال الحدثي في تعزيز صورة المؤسسة لدى جمهورها

خلاصة الفصل

تمهيد:

جاء هذا الفصل بعنوان "**الاتصال الحدثي ودوره في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية الجزائرية**"، سنتحدث فيه عن المؤسسة الثقافية وأنواعها. بالإضافة لوظائفها وأهم المهام التي تقوم بها هذه المؤسسات، ناهيك عن الأهداف التي تسعى لتحقيقها.

كما سنعرض مفهوما واضحا للصورة الذهنية وأنواعها وأهميتها في المؤسسات ومراحل تشكيل هذه الصورة لدى الجمهور الخارجي، إضافة إلى لعوامل المؤثرة في تعزيزها للمؤسسات الثقافية.

أخيرا توضيح أهمية الاتصال الحدثي في تعزيز صورة المؤسسة لدى جمهورها.

المبحث الأول: ماهية المؤسسة الثقافية

المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الثقافية

- يعرفها "**وينيك**" بأنها "مجموعة مترابطة من التقاليد الاجتماعية على قدر كبير من الثبات، وهي تمط سلوكي متكامل ومركب ومستتر يمكن عن طريقه إشباع الرغبات أو الحاجات الاجتماعية الأساسية".[1]
- يشير "**حمزة حاجي**" بأن "المؤسسة الثقافية هي عبارة عن تنظيم اجتماعي يعمل على تنشيط الحياة الثقافية من خلال التأثير الإيجابي على عادات، تقاليد، أعراف، وسلوكيات المجتمع، كما يعمل على تسخير مختلف إمكانياته المادية والبشرية في سبيل تحقيق أهدافه التي تخدم المنفعة العامة".[2]
- كما عرفت على أنها: "مؤسسة عامة غير ربحية تعمل على تخصيب المجالات الثقافية والفكرية والعلمية، والبيئية، والتربوية، والفنية للمجتمع وتشمل المكتبات، المتاحف الفنون المسرحية، منظمات الحفاظ على البيئة البرية الجمعيات العلمية...الخ، وهي لا تعنى بأي مؤسسة بعينها بل تشارك في الأنظمة الدينية والثقافية".[3]

---

[1] شكري بلعلوي، **واقع إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الثقافية الجزائرية: دراسة ميدانية للمؤسسات الثقافية بمدينة قسنطينة**، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، فرع: تنمية وتسيير الموارد البشرية، 2007-2008، ص33.

[2] حمزة حاجي، **مكانة الاتصال الحدثي في المؤسسة الثقافية الجزائرية: دراسة ميدانية في مديرية الثقافة لولاية قسنطينة**، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، م33، ع03، 2019، ص 492.

[3] زينب زموري، **المؤسسات الثقافية في التنمية الثقافية: دراسة ميدانية للمؤسسات الثقافية لمدينة بسكرة**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع تخصص: علم اجتماع التنمية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، 2014-2015، ص 104.

المطلب الثاني: أنواع المؤسسات الثقافية

تصنف المؤسسات الثقافية إلى أربعة أقسام رئيسية، ويعتمد هذا التصنيف على نوعية الوظائف التي تؤيدها والمهام التي تنسب إليها ضمن المنظومة الثقافية.

1. **مؤسسات عمومية تعنى بالطابع الإداري:** تتمثل هذه المؤسسات في مديريات الثقافة، ودور الثقافة والمكتبات ...، حيث تتولى مسؤولية التسيير والتخطيط الإداري للنشاطات الثقافية، وتعد مؤسسات ذات طابع غير ربحي، وتتمتع بميزانيات مستقلة خاصة بها.
2. **مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي تجاري:** تتجسد في المسارح ودور السينما، حيث تعني بإنتاج الأعمال السينمائية المسرحية، ورغم أن هدفها الأساسي ليس تجاريا بحثا، إلا أن نشاطها ساهم بشكل إيجابي في تحقيق عائدات مالية وأرباح معتبرة.
3. **مؤسسات عمومية ذات طابع اقتصادي:** تتمثل في المؤسسة العمومية للفنون المطبعية، وهي مؤسسة ذات طابع اقتصادي بحث، تهدف إلى تحقيق أرباح وعائدات مالية من خلال تسويق واستغلال الإنتاج الفكري، على غرار ما تقوم به دور النشر.
4. **مؤسسات ثقافية مستقلة:** تنشط في إطار قانون الجمعيات الثقافية المختلفة، مثل الجمعيات الأدبية والفنية والجمعيات المهتمة بالتراث وغيرها.[1]

المطلب الثالث: وظائف المؤسسات الثقافية

نوجز أهم الوظائف التي توديها هذه المؤسسات فيما يلي:

[1] سعاد بوطالب، **المؤسسات الثقافية ودورها في الترويج للتراث الثقافي اللامادي بالجزائر**، مكتبات المطالعة العمومية – نموذجا–، **مجلة رفوف**، م12، ع01، 2024، ص 477.

1. تقوم المؤسسات الثقافية بخلق أرضية صلبة للمشروع الهوياتي الوطني، بحيث أفراد الوطن الواحد بوطنهم بواسطة الانتماء إلى نفس المنظومة الثقافية، وهذا ما تقوم به هذه المؤسسات عن طريق التعريف بالخصائص والسمات الثقافية للمجتمع.
2. تشميع الابداع الفكري والفني، وخلق فرص النجاح لكل مبادرة تساهم في تنمية المجالات الثقافية.
3. العمل على تشميع التواصل الثقافي بين المجتمعات الإنسانية، وذلك عن طريق التعريف بالموروث الحضاري للمجتمع.
4. ربط أفراد المجتمع الواحد بماضيهم، وذلك عن طريق استحضار التراث وتقريبه منهم.
5. تساهم المؤسسات الثقافية في النمو الاقتصادي، عن طريق تطوير النشاطات الثقافية وتحويلها إلى صناعات ربحية تحقق مداخيل مادية.[1]

المطلب الرابع: مهام المؤسسات الثقافية

تتمثل مهام المؤسسات الثقافية فيما يلي:

- توسيع أرضية الحوار الثلاثي طاقات الوطن الثقافية والفكرية والعمل على بلورة المشروع الثقافي الوطني الذي يستوعب ثمرات الجهود المختلفة التي يبذلها أهل الاختصاص كما يجب أن تلبي متطلبات المواطنين الثقافية وتبلور حاجاتهم وتطلعاتهم.
- الإسهام في تطوير الثقافة الوطنية، وهو دورها الأساسي الذي توظف له كل الإمكانيات لأنها تلامس مناطق الابداع في ذوات مديريها.
- التواصل المعرفي والفكري مع المنجزات الثقافية والحضارية والإنسانية، بحيث تهتم المؤسسات الثقافية بالمهمة وتؤسس لأنشطة مديرية أو غيرها بهدف تعريف الفضاء الاجتماعي بأهم المنجزات

[1] سعاد بوطالب، المرجع نفسه، ص 478.

والإبداعات وتوفير الفرص الدائمة لأبناء المجتمع والوطن للتعرف على منجزات ثقافات المجتمعات بالأخرى.

- فالمؤسسات الثقافية المبدعة والحيوية هي التي تؤسس العلاقة الإيجابية تبين هذه الدوائر والمهام الثلاث، بحيث لا تتخلى عن أية مهمة وتعمل وفق خطط مرسومة ودقيقة، أو المساهمة في خلق حياة ثقافية ومعرفية جادة وحيوية وقادرة على استقطاب شرائح المجتمع وبهذا الالتزام وفاعليه تتمكن هذه المؤسسات من صياغة واقع ثقافي تقربا لمجتمع من أفاقه وتطلعاته على المستوى الثقافي والأدبي.
- إن المؤسسات الثقافية تتجاوز حدود المكان المحسوس وتكون مصدر اتساع ثقافي وأدبي وفضاء متسع لكل الأفكار والتعبيرات وملتقى يضم كل القاعات والسياقات الثقافية الأدبية وساحة لإنتاج المعنى والأفكار.[1]

المطلب الخامس: أهداف المؤسسة الثقافية

تسعى المؤسسة الثقافية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الاستراتيجية، والتي تتمثل في:

- ✓ **أهداف جمالية ورمزية:** حماية المناطق الأثرية من مختلف عوامل التلف والتدهور، والحفاظ على النسيج العمراني للمدينة بمناطقها ومبانيها القديمة مع إيجاد الحلول المناسبة للعلاقات بين المباني القديمة والحديثة.
- ✓ **أهداف تاريخية وثقافية:** الحفاظ على الاستمرارية الحضارية بنقل المعاني الثقافية والحضارية عبر الأجيال، ودعم استمرارية المناطق التراثية كشخصية متطورة والحفاظ على التسلسل التاريخي لها ونسيجها العمراني المتميز الذي يمثل تراكمات الإبداع الإنساني عبر العصور.

[1] زينب زموري، مرجع سابق، ص ص 105-106.

- ✓ **أهداف اقتصادية:** تنمية الموارد البشرية السياحية ودفع بالوتيرة الاقتصادية للبلاد، توفير جزء من الموارد المالية اللازمة لتمويل عمليات الصيانة والترميم، وتوفير مناصب عمل في المناطق الأثرية وتعزيز المشاركة لأفراد المجتمع في الحفاظ على الموروث الثقافي.
- ✓ **أهداف اجتماعية:** تنمية الوعي بالأهمية التاريخية والأثرية والثقافية والفنية للمناطق الأثرية وضرورة المحافظة عليها.[1]

[1] فوزية سعاد بوجلابة، دور المؤسسة الثقافية المستدامة في تعزيز السباحة البيئية بالمناطق الأثرية، **مجلة معارف**، م16، ع2، 2021، ص ص 1173-1174.

المبحث الثاني: الصورة الذهنية في المؤسسة الثقافية الجزائرية

المطلب الأول: مفهوم الصورة الذهنية وأنواعها

أ. مفهوم الصورة الذهنية:

- **يشير "علي عجوة"** إلى أن الصورة الذهنية هي "الناتج النهائي لانطباعات الذاتية لأفراد أو الجماعات إزاء منظمة ما، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة أو غير المباشرة، وترتبط بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم".[1]
- "**جيمز جراي**" يعرف الصورة الذهنية بأنها: "الانطباعات والمدركات الكلية للجماهير المتعددة للمنظمة تجاه أعمالها، وتشكل هذه الانطباعات مواقف جماهير المنظمة الداخلية والخارجية تجاهها".
- "**فيراند وبيجز**" يرى أن الصورة الذهنية قادرة على إيجاد قيمة، وأن لها تأثيرا على سلوك المستهلك أو العميل، حيث تتضمن إدراكا معينا لديهم، وقد لا يعكس هذا الإدراك الحقيقية الموضوعية.[2]

ب.أنواع الصورة الذهنية

يعد "**جفكينز**" أنواع الصورة الذهنية فيما يلي:

1. **الصورة المرآة:** وهي الصورة التي ترى المنشأة نفسها من خلالها.
2. **الصورة الحالية:** وهي التي يرى بها الأخرون المؤسسة.
3. **الصورة المرغوبة:** وهي التي تود المنشأة أن تكونها لنفسها في أذهان الجماهير.

---

[1] علي عجوة، **العلاقات العامة والصورة الذهنية**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1983، ص 04.

[2] بسام بشير خلف، **بناء الصورة الذهنية وإدارة السمعة في المنظمات غير الربحية**، ط1، مؤسسة سالم بن محفوظ الأهلية، 2021، ص ص 76-77.

4. **الصورة المثلى:** وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير، ولذلك يمكن أن تسمى بالصورة المتوقعة.

5. **الصورة المتعددة:** وتحدث عندما يتعرض الافراد لممثلين مختلفين للمنشأة. يعطي كل منهم انطباعا مختلف عنها.[1]

المطلب الثاني: أهمية الصورة الذهنية

إن من المهم لكل منظمة أن تسعى لبناء الصورة الذهنية المرغوبة لجمهورها الداخلي والخارجي بما في ذلك من مزايا عديدة، فالصورة الذهنية أحد العوامل المهمة التي تحقق الهدف الرئيسي للمنظمات الربحية وهو در المال والأرباح، وذلك من خلال كسب الثقة والولاء لعملائها الحاليين والمتوقعين. وبالتالي تنمية الرغبة لديهم على مدى طويل في اقتناء واختيار خدمات هذه المنظمة أو منتجاتها دون غيرها. وينطبق الأمر على كل من الجهات والأفراد الذين تتعامل معهم المنظمة سواء كانوا مستثمرين أو موزعين أو موردين أو غير ذلك. تعلب الصورة الذهنية دورا هاما في خلق علاقة طويلة المدى مع هؤلاء الأفراد والجهات. الذي ستنتج عنها المزيد من الأرباح والأموال.

ومن البديهي كنتيجة طبيعية لكسب ولاء العملاء، أو تكون خدمات أو منتجات تلك المنظمة خيارهم الأول. وإن ظهر منافسون جدد يقومون بتقديم الميزات الإضافية والعروض. فمن الصعب كسر الصورة الذهنية المشكلة من منظمة ما لدى الجماهير ومن المعروف أيضا أن الصورة الذهنية لها أهمية كبيرة في رصد التنبؤات المستقبلية لدى عملائها وجمهورها وبالتالي توجيه سلوكهم بما يعود بالفائدة على المنظمة وعملائها في آن واحد.

[1] علي عجوة، مرجع سابق، ص ص 08-09.

كذلك تبرز أهمية الصورة الذهنية في تعزيز الشعور بالانتماء إلى المؤسسة التي يعملون بها. واستقطاب المهارات البشرية بالمؤسسة مع سهولة التعامل مع الهيئات المختلفة في محيط العمل، إضافة إلى ذلك التأثير على سلوك المستهلك من خلال ترسيخ إدراك معين لديه يتسم بالإيجابية وكذلك تأدية وظائف ومهام نفسية واجتماعية تؤثر على الرأي العام وتؤدي دورا مهما في تشكيله وتوجيهه. [1]

المطلب الثالث: مراحل تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي

بعد أن تهيئ المؤسسة بيئة داخلية ملائمة لإظهار الصورة الحقيقية للزبائن وغيرهم من الجمهور الخارجي تكون قد عملت بالمبدأ القائل أبدأ من الداخل إلى الخارج، وبالتالي تكون المؤسسة مهيأة لتقديم ذاتها إلى الجمهور الخارجي كشركة أهلية نزيهة وفريدة وأهل للثقة ويمكن الاعتماد عليها ولكن يجب الأخذ بعين الاعتبار عددا من العوامل ويمكن ايجاز القول بأن الاشياء التي يفكر بها الناس وطريقة شعورهم نحو مؤسسة ما يتأثرون بكل قيمها، ولذلك فإننا نؤكد مرة أخرى على ضرورة تكامل جميع الجهود والنشاطات المختصة بالصورة، لأن جودة الخدمات وصورتها لدى الجمهور الخارجي ينتج عنها رضا الزبائن، والزبائن الذين شعروا بالرضا يحسنون الظن بالمؤسسة ويشكلون انطباعا إيجابيا عنها.

مراحل تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة: تتكون الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال ثلاث مراحل أساسية:

- **المرحلة الأولى:** هي مرحلة تشكيل شخصية المؤسسة وهي تقدم فرصة للإدارة لتنمية فلسفة المؤسسة والتي تدمج القيم الأساسية للمؤسسة والتي تشكل بدورها ثقافة المؤسسة، والجزء الأساسي الثاني من عملية إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة ويتضمن تلك الأنشطة المصممة للتأثير في الإدارة الاستراتيجية للمؤسسة طالما أن رسالة المؤسسة واضحة فإن الإدارة تضع الأهداف النهائية للعمل.

[1] بسام بشير خلف، مرجع سابق، ص 79.

❖ **المرحلة الثانية:** هي مرحلة هوية المؤسسة، وهي تحديد الأهداف الاتصالية للمؤسسة، والتي تتحدد بناء على الأهداف الكلية للمؤسسة، وهنا تبرز فلسفة الاتصالات مثلما تنشأ القضايا والموضوعات التي يجب على المؤسسة ان تهتم بالحديث حولها، أي ماذا تقول؟، ما كمية المعلومات التي يجب نقلها؟ كيف يتم التعامل معها؟ من خلال بعض الوظائف مثل البحوث، الصور، المسح البيئي، مراقبة القضايا الاجتماعية والسياسية، والعلاقات مع وسائل الاعلام ويجب أيضا تقديم تقرير سنوي حول النشاط الإعلاني للمؤسسة.

❖ **المرحلة الثالثة:** هي مرحلة صورة المؤسسة وتغيير المؤسسة، نقطة الالتقاء والتداخل بين الجماهير المتعددة وبين المؤسسة، حيث تشكل خبرات جماهير المؤسسة بواسطة مخرجات النظم الإدارية والمتعددة.[1]

المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية

ويمكن إجمال العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية في النقاط التالية:

- **عوامل شخصية:**
  - السمات الذاتية الشخصية المستقبلة للمعلومات (القيم، الثقافة، التعليم).
  - قدرة الفرد على تفسير المعلومات الخاصة بالمؤسسة ودرجة دافعيته واهتمامه بالمعلومات المقدمة عن المؤسسة.
  - الاتصالات الذاتية للفرد وقدرته على امتصاص وتفسير المعلومات الخاصة بالمؤسسة.

[1] نوال علاوي، حمزة قويسمي، **دور الثقافة الاتصالية في تحسين الصورة للمؤسسة الجامعية**، دراسة ميدانية بمكتبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة بحي فارس بالمدية، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة يحي فارس بالمدية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، 2021-2022م، ص ص 58-59.

- **عوامل اجتماعية:**

- تأثير الجماعات الأولية (الأسرة والأصدقاء) على الفرد المستقبل للمعلومات أثناء تبادلها في اتصالاتهم.
- تأثير قادة الرأي على اتجاهات العملاء.
- تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد والقيم السائدة فيه.

- **عوامل تنظيمية:**

- استراتيجية إدارة المنظمة التي تعكس فلسفة وثقافة المنظمة.
- الأعمال الحقيقية للمؤسسة، سياستها ومنتجاتها.
- الوسائل الاتصالية الداخلية والخارجية بين المؤسسة والعملاء والمنقولة عبر وسائل الاتصال المختلفة.
- نوعية الوسائل الاتصالية المستخدمة لنقل الرسائل.
- الاتصالات الشخصية المباشرة بين العاملين بالمؤسسة والعملاء.
- الأعمال الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة لخدمة المجتمع.

- **عوامل إعلامية:**

- الجهود الإعلامية للشركات المنافسة، وتأثيرها على صورة المؤسسة.
- التغطية الإعلامية للأحداث الخاصة بالمنظمة في وسائل الإعلام ومدى سلبيتها أو إيجابيتها.

- حجم الاهتمام الذي توليه وسائل الإعلام حول اخبار المنظمة. كما تلعب المؤثرات التسويقية دورا هاما في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة، وتتجسد هذه المؤثرات في واجهات المحلات، الملصقات الإشهارية، السعر، خدمات ما بعد البيع.[1]

المطلب الخامس: أهمية الاتصال الحدثي في تعزيز صورة المؤسسة لدى جمهورها

الاتصال الحدثي يعد أداة استراتيجية فعالة تستخدمها المؤسسات لتعزيز صورتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي، حيث يتميز بقدرته على تقديم تجربة فريدة مخصصة بالكامل تعكس هوية المؤسسة وقيمها، عبر تنظيم فعاليات تدمج بين الشكل والمكان والجمهور والديكور في تناغم متكامل.

يتيح الحدث للمؤسسة خلق روابط قوية مع العملاء والموظفين من خلال المشاركة في لحظات حية وتفاعلية، مما يعزز من الشعور بالانتماء ويسهم في نقل الرسائل بطريقة مؤثرة وعاطفية تبقى راسخة في الذاكرة، كما يعتبر وسيلة فعالة لنشر الرسائل المؤسسية وتعزيز الفخر والولاء لدى الموظفين، خاصة عندما يتم اشراكهم في التخطيط والتنفيذ.

فضلا عن ذلك، فإن له تأثيرا فوريا في الإعلان والتسويق من خلال إطلاق منتجات أو خدمات جديدة، مما يخلق ضجة إعلامية ويستهدف جماهير محددة، ليصبح بذلك أداة متكاملة لبناء صورة إيجابية ومتميزة للمؤسسة.[2]

---

[1] حفيظة حسيني، **الاتصال الحدثي ودوره في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية، دراسة ميدانية: دار الثقافة نوار بوبكر لولاية أم البواقي، نموذجا**، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: علاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، د س، ص ص 44-46.

[2] بدر الدين زمور ووهيبة عيشاوي، مرجع سبق ذكره، ص ص 524-526.

خلاصة الفصل:

المؤسسة الثقافية هي كيان يهدف إلى نشر الوعي والمعرفة، وتتنوع أنواعها ووظائفها حسب نشاطها وتسعى لتحقيق أهداف ثقافية وتربوية واجتماعية.

كما تلعب الصورة الذهنية دورا مهما في تشكيل انطباع الجمهور، وتتكون عبر مراحل متدرجة وتتأثر بعوامل متعددة، ويعد الاتصال الحدثي وسيلة فعالة لتعزيز هذه الصورة لدى الجمهور من خلال الفعاليات التي تقوي العلاقة بين المؤسسة والمجتمع.

الفصل الرابع: توظيف الاتصال الحدثي في تشكيل الصورة الذهنية للمديرية الثقافة والفنون بالمدية، من خلال تنظيمها لحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي"، لسنة 2025م

تمهيد:

المبحث الأول: مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية

- المطلب الأول: التعريف بمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية
- المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية
- المطلب الثالث: مهام المديرية
- المطلب الرابع: أنشطة المديرية
- المطلب الخامس: أهداف المديرية

المبحث الثاني: حدث "افتتاح شهر التراث الثقافي" في ولاية المدية لسنة 2025م

- المطلب الأول: التعريف بشهر التراث الثقافي
- المطلب الثاني: الخصوصيات التاريخية والتراثية والثقافية لولاية المدية.
- المطلب الثالث: البرنامج الثقافي الخاص "**افتتاح شهر التراث الثقافي** في ولاية المدية.
- المطلب الرابع: دورة مديرية الثقافة والفنون في الاعداد والتنفيذ لحدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**".

المبحث الثالث: عرض وتحليل بيانات الدراسة التطبيقية

- عرض وتحليل النتائج الخاصة بالاستبيان.
- عرض ونتائج الدراسة في ضوء التساؤلات.
- النتائج العامة.
- اقتراحات وتوصيات.
- خلاصة الفصل.
- خاتمة.
- قائمة المصادر والمراجع.
- قائمة الملاحق.

- **تمهيد:**

جاء هذا الفصل تحت عنوان "**توظيف الاتصال الحدثي في تشكيل الصورة الذهنية عن مديرية الثقافة والفنون بالمدية، من خلال تنظيمها لحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي، لسنة 2025م.**

تعد مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية هيئة محلية تعنى بتنفيذ السياسة الثقافية، تشمل مهامها حماية التراث وتنشيط الساحة الثقافية والفنية، يتضمن هيكلها مصالح متخصصة في التراث، الفنون، والأنشطة الثقافية.

من أبرز أنشطتها تنظيم الفعاليات، ومنها "**افتتاح شهر التراث الثقافي**"، الذي يسلط الضوء على الموروث التاريخي للولاية من خلال برنامج متنوع، وقد تولت المديرية تنظيم الحدث والتنسيق لضمان إبراز خصوصيات المدية الثقافية.

المبحث الأول: مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية

المطلب الأول: التعريف بمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية

هي هيئة تابعة لوزارة الثقافة والفنون الجزائرية، تعنى بتنفيذ السياسات الثقافية على المستوى المحلي للولاية، نشأتها تعود إلى فترة إعادة هيكلة القطاعات الحكومية في الجزائر، خاصة بعد الاستقلال 1962م.

حيث تم انشاء مديريات ولائية للثقافة في إطار اللامركزية الإدارية بهدف تعزيز الحياة الثقافية في مختلف ولايات الوطن.

تقع المديرية في حي 100 مكتب، وتضم 13 مكتبا إداريا بالإضافة إلى مكتب المديرة ومرافق أخرى.[1]

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية

يتكون الهيكل التنظيمي من مستويين رئيسيين:

- **المديرة:** تتولى المسؤولية الإدارية والاشراف العام على جميع المهام والأنشطة، تمثل الجهة الرسمية في اتخاذ القرار والتواصل مع الهيئات الأخرى.
- **الكاتبة:** تعمل تحت إشراف المديرة، وتتكفل بمهام السكرتارية، إعداد الوثائق، أرشفة المراسلات، وضمان التنظيم الإداري اليومي.

كما تضم المديرية أربعة مصالح تتمثل في:

- مصلحة الإدارة والتكوين والتخطيط.

[1] معلومات مقدمة من طرف مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية.

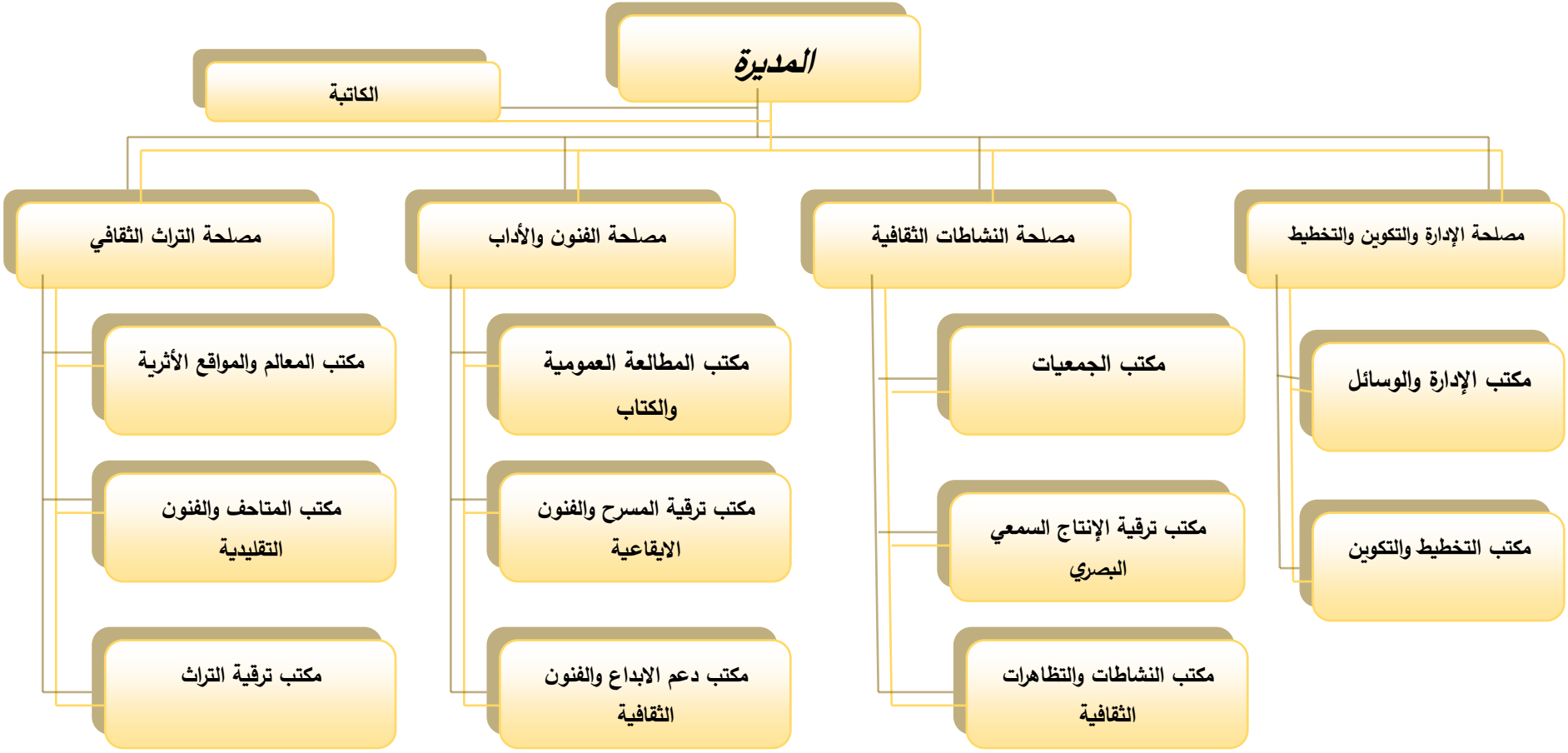
- مصلحة النشاطات الثقافية.
- مصلحة الفنون والآداب.
- مصلحة التراث الثقافي.

وتنقسم كل مصلحة إلى مكاتب تابعة لها.

- **مصلحة الإدارة والتكوين والتخطيط:** تضم مكتبين هما:
  - مكتب الإدارة والوسائل.
  - مكتب التخطيط والتكوين.
- **مصلحة النشاطات الثقافية:** تضم 3 مكاتب تابعة لها:
  - مكتب الجمعيات.
  - مكتب ترقية الإنتاج السمعي والبصري.
  - مكتب النشاطات والتظاهرات الثقافية.
- **مصلحة الفنون والآداب:** تنقسم إلى 3 مكاتب هي:
  - مكتب المطالعة العمومية والكتاب.
  - مكتب ترقية المسرح والفنون الايقاعية.
  - مكتب دعم الابداع والفنون الثقافية.
- **مصلحة التراث الثقافي:** تضم 3 مكاتب هي:
  - مكتب المعالم والمواقع الأثرية.
  - مكتب المتاحف والفنون التقليدية.
  - مكتب ترقية التراث.[1]

[1] حسب مقابلة مع السيد: علي بورويسي، رئيس مصلحة الإدارة و التكوين و التخطيط، مقابلة أجريت يوم 02 أفريل 2025م، بمقر مديرية الثقافة بالمدية، على الساعة: 14:00.

الشكل رقم (1): الهيكل التنظيمي لمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية



المصدر: معلومات مقدمة من طرف مديرية الثقافة لولاية المدية.

المطلب الثالث: مهام المديرية

أ. في مجال الثقافة:

- تشجيع العمل المحلي في مجال الابداع والترقية الثقافية والفنية.
- تنشيط أعمال الجمعيات.
- تتولى متابعة النشاطات والمؤسسات المحلية والجهوية للتكوين والبحث المتصلة بالثقافة وتدعيمها.
- تعد برامج عمل ثقافية سنوية ومتعددة السنوات وتقترحها بالتشاور مع المؤسسات والجمعيات الثقافية والشخصيات التي تمثل عالم الثقافة.
- تسهر على حماية المعالم والأماكن التاريخية والطبيعية وصيانتها والحفاظ عليها.
- تجري تقويما دوريا للنشاطات الثقافية المنتشرة في الولاية.

ب.في مجال الاتصال:

- تحث على احداث مشاريع وإنشاء وسائل إعلام جماهيرية جديدة ودعائم إعلامية في الولاية وتتابع ذلك.
- تقترح جميع التدابير الرامية إلى تحسين الإعلام المحلي وتطويره وتساهم في توسعه وترقيته.
- تسهر على احترام التنظيم المتعلق بميدان الاتصال.
- التحسيس بّأهمية المشاركة في الحياة الثقافية والفنية.
- الشراكة والتواصل مع الجمعيات الثقافية والفنانين المحليين والمراكز الثقافية.
- التنسيق مع وزارة الثقافة والفنون ومختلف المديريات الولائية.[1]

[1] حسب مقابلة مع السيد: فريد أحذي، رئيس مصلحة التنشيط الثقافي، مقابلة أجريت يوم 02 أفريل 2025م، بمقر مديرية الثقافة على الساعة 14:53.

المطلب الرابع: أنشطة المديرية

تعد المديرية مجموعة من الأنشطة تتمثل في:

- الأيام الوطنية الثالثة للمهرج.
- الملتقى الوطني الثالث لأدب الطفل.
- الصالون الولائي السابع لإبداعات المرأة.
- الأيام الوطنية لمسرح الطفل في دورتها العاشرة.
- المنتدى المحلي للحكم والأمثال وفنون الكلام.
- الاحتفال بيوم الطالب 19 ماي.
- اليوم التحسيسي حول التراث الثقافي ومنظومة التشريعات القانونية.
- الورشة الوطنية السابعة في فن الخط العربي.
- **البرنامج الثقافي والفني الجواري عبر البلديات:**

- الملتقى " الدكتور محمد بن أبي شنب" والثقافة الشعبية.
- اليوم الوطني للفنان.
- الاحتفالات المخلدة لعيد الاستقلال والشباب تظاهرة نصف شهر الطفولة من 01-16 جوان.
- النشاط الثقافي والفني خلال شهر رمضان الفضيل.
- المهرجان الوطني للمسرح الفكاهي.[1]

[1] حسب مقابلة مع السيدة: سليمة قاوة، **مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية**، مقابلة أجريت يوم 03 أفريل 2025م، بمقر مديرية الثقافة بالمدية، على الساعة 10:30.

المطلب الخامس: أهداف المديرية

تتمثل أهداف مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية فيما يلي:

- التعريف بولاية المدية ومختلف نشاطاتها الثقافية والفنية.
- المحافظة على التراث المادي واللامادي لولاية المدية وصيانته.
- تعزيز التنوع الثقافي والحوار بين الثقافات وابراز مظاهره.
- تربية الأجيال وغرس الروح الوطنية.
- دعم الفنانين والمبدعين المحليين من خلال تنظيم الفعاليات الثقافية والفنية.
- الانفتاح على المبادرات الثقافية الخاصة.
- تنشيط دور الثقافة، المكتبات، ودور الشباب في الولاية.
- حرص المديرية على توزيع أنشطتها الثقافية في مختلف أرجاء الولاية لتعميم الفائدة على أكبر عدد ممكن من المواطنين.[1]

[1] حسب مقابلة مع السيد: أحمد مربوش، رئيس مصلحة التراث الثقافي، مقابلة أجريت يوم 06 أفريل 2025م، بمقر مديرية الثقافة بالمدية، على الساعة 12:00.

المبحث الثاني: حدث "افتتاح شهر التراث الثقافي"، في ولاية المدية لسنة 2025م.

المطلب الأول: التعريف بشهر التراث الثقافي

يعد شهر التراث الثقافي تظاهرة سنوية تنظمها وزارة الثقافة والفنون تمتد من 18 أفريل إلى غاية 18 ماي، بالتزامن مع اليوم العالمي للمواقع الأثرية (18 أفريل) واليوم العالمي للمتاحف (18ماي)، يهدف هذا الشهر إلى إبراز أهمية التراث الثقافي ودوره في المجتمع، والتأكيد على ضرورة الحفاظ عليه وصونه لأجيال القادمة.

تتميز فعاليات شهر التراث بتنظيم معارض، ندوات علمية، محاضرات، وعروض فنية عبر مختلف ولايات الوطن، تسلط الضوء على التراث المادي واللامادي للجزائر، بما في ذلك المعالم التاريخية، الأزياء التقليدية، الأطباق الشعبية، الفنون والحرف اليدوية.

في نسخة 2025م، حمل الشهر شعار "**التراث الثقافي والذكاء الاصطناعي**"، مما يعكس التوجه نحو توظيف التقنيات الحديثة في صيانة وتثمين التراث الثقافي، وقد سطرت الوزارة برنامجا فكريا وعلميا شاملا تضمن تنظيم قرابة 1592 نشاط ثقافي، وأكثر من 400 معرض، بالإضافة إلى ملتقيات وندوات علمية حول استخدامات الذكاء الاصطناعي في مجالات الهندسة المعمارية وترميم التراث.

من خلال فعاليات شهر التراث تسعى الجزائر إلى تعزيز الوعي الجماعي بأهمية التراث الثقافي كجزء لا يتجزأ من الهوية الوطنية وتشجيع المشاركة المجتمعية في الحفاظ عليه، وتوريثه لأجيال القادمة.[1]

[1] حسب مقابلة مع السيدة: أحلام بوسرية، رئيسة مكتب السمعي البصري، مقابلة أجريت يوم 20 أفريل 2025م، بمقر مديرية الثقافة لولاية المدية على الساعة 11:11.

المطلب الثاني: الخصوصيات التاريخية والتراثية والثقافية لولاية المدية

أ. الخصوصيات التاريخية:

يعد تاريخ ولاية المدية من أغنى التواريخ في الجزائر، حيث تعاقبت عليها عدة حضارات وتركت بصماتها في عمرانها وثقافتها.

- **فترة العهد القديم (ما قبل الميلاد–القرن الثالث ميلادي):**

عرفت منطقة المدية وجود الانسان مند العصور القديمة، حيث تؤكد الحفريات أثارا تعود لما قبل التاريخ. في العهد الروماني، شيدت مدينة "رابيديوم" في منطقة "جواب"، سنة 122م، وكانت قلعة عسكرية ثم تحولت إلى مركز حضري وتجاري هام "موريطانيا القيصرية"، وكانت المدية موقعا لمقاومات محلية ضد الحكم الروماني، مثل: ثورة "فيرموس" (372م).

- **فترة العهد الإسلامي: (القرن السابع–القرن الخامس عشر):**

بعد الفتح الإسلامي لشمال إفريقيا، أصبحت المدية نقطة وصل بين المناطق الشمالية والجنوبية. تأسست بها مدينة "**أشير**" في القرن العاشر ميلادي على يد "**زيري بن مناد الصنهاجي.**" والتي كانت عاصمة لدولة بن زيري الصنهاجية.

- **فترة العهد العثماني (1518–1830):**

أصبحت المدية عاصمة لإقليم التيطري، وهو أحد الأقاليم الثلاثة الكبرى للبايلكات العثمانية. شيدت فيها عدة منشآت عثمانية مثل: المسجد الأحمر، الزوايا الدينية، وكانت مركزا إداريا هاما ومحطة للقوافل.

- **فترة الاستعمار الفرنسي (1830-1962):**

دخلت القوات الفرنسية المدية في عام 1837م بعد مقاومات شرسة قادها السكان المحليون، كما لعبت ولاية المدية دورا بارزا في الثورة التحريرية، حيث كانت إحدى مناطق الولاية الرابعة التاريخية، وعرفت عمليات فدائية ومعارك كبيرة ضد المستعمر.

- **فترة ما بعد الاستقلال (بعد 1962):**

أصبحت المدية ولاية رسمية في التقسيم الإداري لعام 1974، حيث شهدت تطورا عمرانيا واقتصاديا ملحوظا، مع الحفاظ على طابعها التاريخي التراثي.[1]

ب.الخصوصيات التراثية والثقافية:

1.التراث المادي:

- **المدن والمعالم التراثية:**

- مدينة أشير الإسلامية.
- معلم ربيدوم.
- حوش الباي.
- القبور الرومانية بالمفاتحة.
- المسجد العتيق.
- ضريح سيدي الصحراوي.
- بحيرة تمزقيدة (الضاية).
- منطقة الحمدانية.

[1] حسب مقابلة مع السيدة: سامية يونسي، مديرة المتحف الجهوي للمجاهد بولاية المدية، مقابلة أجريت يوم 21 أفريل 2025م، بالمتحف الجهوي لولاية المدية، على الساعة 15:30.

- قنوات المياه بباب الأقواس.
- الزاوية الشادولية.
- المتحف الجهوي للمجاهد بالمدية.

- **الألبسة التقليدية:**
  - القشابية.
  - البرنوس.
  - القندورة.
  - القفطان.
  - الحايك والملحفة.
  - الكاراكو.
- **الحرف التقليدية:**
  - الصناعات الجلدية.
  - صناعة الطين والفخار.
  - صناعة الحلفاء والسلالة.
  - الطرز التقليدي والفتلة والمجبود.
  - خياطة اللباس التقليدي.
  - صناعة الخزف الفني والزليج.
- **الأواني والأدوات التقليدية:**
  - الطاجين الفخاري.
  - القصعة/ خشبية أو فخارية.

- المهراس (المهراز).
- المنسج التقليدي.
- الغربال الخشبي.
- الخلالة (أداة الغزل اليدوي).[1]

2. التراث اللامادي: يتمثل في:

- **الفن والمسرح:**
  - حسن الحسني.
  - محبوب باتي.
  - محمد المحبوب اسطنبولي.
  - شريف قرطبي.
- **الثقافة والأدب:**
  - كمال يوسف التومي.
  - علي بومهدي.
  - مصطفى لشرف.
  - عبد القادر فراح.
- **المشايخ:**
  - أبو محمد عبد الله الأشيري.
  - الشيخ محمد ابن شنب.

[1] حسب مقابلة مع السيدة: سامية يونسي، مديرة المتحف الجهوي للمجاهد بولاية المدية، مقابلة أجريت يوم 21 أفريل 2025م، بالمتحف الجهوي لولاية المدية، على الساعة 16:02.

- الشيخ مصطفى فخار.
- الشيخ محمد الفوضيل إسكندر.

- **الثورة التحريرية:**
  - بن يوسف بن خدة.
  - الطيب الجغلالي.
  - بن عيسى شواي.
  - محمود باشن.
  - العقيد سي محمد بوقرة.
- **الموسيقى:**
  - الموسيقى الشعبية.
  - الموسيقى النايلية.
  - المدائح والانشاد الصوفي.
  - الموسيقى القروية (المحلية الجبلية).
  - العيطة البدوية/ البارودیات.
- **الأكلات التقليدية:**
  - الشخشوخة المدانية.
  - البركوكس/ الكسكسي.
  - الكسرة/ الرفيس.
- **الحلويات التقليدية:**
  - الغريبية.
  - المقروط.
  - القريوش.

- البقلاوة.[1]

المطلب الثالث: البرنامج الثقافي الخاص "بافتتاح شهر التراث الثقافي" في ولاية المدية

جاءت الانطلاقة الرسمية لحدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**"، من خلال التظاهرة الثقافية الكبرى "موزاييك تراثية"، التي نظمتها مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية والتي حملت هذه السنة شعار "**التراث الثقافي والذكاء الاصطناعي**" انسجاما مع التحولات الرقمية والرهانات الجديدة في مجالات حماية وتثمين التراث الوطني.

احتضن المتحف الجهوي للمجاهد (العقيد سي أمحمد بوقرة) ببلدية المدية حدث الافتتاح يوم 22 أفريل 2025م، تحت إشراف رئيس الديوان عز الدين لكحل، ممثلا عن السيد والي الولاية.

عرفت التظاهرة مشاركة فاعلة لمؤسسات وهيئات رسمية من بينها، مديرية المجاهدين، مديرية السياحة، مديرية التضامن الاجتماعي، المتحف الوطني العمومي للفنون والتقاليد الشعبية، دار البيئة، دار الثقافة حسن الحسني، إلى جانب حضور مكثف للجمعيات الثقافية والفنية: الإعلاميين، المثقفين، وعائلات حضرت للاستمتاع بعروض التراث والعادات والتقاليد المحلية.

وضم البرنامج الثقافي سلسلة من الفعاليات الغنية والمتنوعة التي أبرزت خصوصيات الموروث الثقافي المادي واللامادي للمنطقة من بينها:

- قعدات تراثية تحاكي الموروث الثقافي المحلي نشطها عدد من الجمعيات الثقافية على غرار كل من:
  - جمعية الحياة الجديدة للنشاطات الثقافية والترفيهية لبلدية البرواقية.
  - الجمعية الثقافية والعلمية لنشاطات وابداعات الفتاة بسمة لبلدية البرواقية.

[1] حسب مقابلة مع السيد: إبراهيم ربحاوي، مدير دار الثقافة لولاية المدية، مقابلة أجريت يوم: 23 أفريل 2025م، بدار الثقافة لولاية المدية، على الساعة 13:40.

- جمعية أمل المرأة العذراوية.
- عدد من الحرفيين والحرفيات من ربوع الولاية الذين أبدعوا في عرض منتجات حرفية تقليدية في شتى المجالات والصناعات.

- عروض فلكلورية شاركت فيها فرق محلية وولائية.
- معرض خاص بالكتب.
- إلقاءات شعرية خاصة بالمناسبة.
- تقديم عروض فلكلورية.
- ورشات طبخ حية لتحضير الأكلات التقليدية الخاصة بالمنطقة.
- تنظيم عروض تنشيطية خاصة بالأطفال.
- ورشة حية للفنون التشكيلية (فعلها مجموعة من الفنانين المحليين أبدعوا في رسم لوحات فنية تراثية).
- حضور جمعية الثقافة أشبال نايل للبارود والفنتازيا لولاية الجلفة من خلال عرضها لوصلات فلكلورية جسدت الثراء والتنوع الثقافي الذي تزخر به ولاية الجلفة عامة ومنطقة أولاد نايل خاصة وأبرزت قيمة وأثر التوأمة الثقافية بين الولايات في الاحتفال بموروث تراثي وطني مشترك له من الخصوصية والتباين الذي يميز كل منطقة من هذا الوطن القارة.[1]

الجدول رقم (1): يمثل برنامج شهر التراث الثقافي لسنة 2025

المحور	عنوان النشاط	المكان	التاريخ
المعارض	**1. موازييك ثقافية**	ساحة المتحف الجهوي	2025/04/22

[1] الصفحة الرسمية لمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية على فيسبوك، (موضوع: احتفالية الانطلاق الرسمي لفعاليات شهر التراث الثقافي لسنة 2025)، تم الاطلاع عليها بتاريخ 26 أفريل 2025، على الساعة: 09:30.
https://www.facebook.com/directionculturemedea

	✓ معارض ✓ قعدات تراثية ✓ فن تشكيلي ✓ فلكلور ✓ ورشات حية للحرف التقليدية التراثية. ✓ معرض للكتب التراثية	للمجاهد لولاية المدية	
	2. <u>شارك تراثك:</u> مساحة يقدم فيها المواطنين قطع قديمة من مقتنياتهم العائلية (لباس تقليدي، حلي، مقتنيات عائلية..) قصد دراستها وتوثيقها وإحصائها.	المكتبة الرئيسية	2025/04/23
	3.تظاهرة بعنوان "التراث العاصمي في ضيافة التراث المداني. ✓ معارض حول اللباس التقليدي، الطبخ والحلويات التقليدية.... ✓ قعدة تراثية تحاكي التراث المداني والعاصمي. ✓ مقاربة تمثيلية بين عرش مداني وعاصمي. ✓ حفل فني تراثي.	دار الثقافة حسن الحسني بالمدية	2025/04/26

الملتقيات والندوات	1. التراث الثقافي في عصر الذكاء الاصطناعي، الموقع الأثري أشير نموذجا، بالتنسيق مع جامعة يحي فارس بالمدية.	المكتبة الرئيسية الموقع الأثري أشير	2025/04/28 2025/04/29
	2. المسرح الشعبي...تراث أمة عرض تقديمي حول المسرح الشعبي (الراوي ومسرح الحلقة). ✓ معرص للحرف التقليدية. ✓ قعدات تراثية. ✓ عروض فلكلورية.	منطقة الضاية بلدية تمزقيدة	2025/05/01
	3. عرض المرحلة الثالثة من المخطط الدائم لحفظ وإعادة الاعتبار للقطاع المحفوظ للمدينة العتيقة.	مقر المجلس الشعبي الولائي لولاية المدية	2025/05/25
	4. المهرجان الدولي الثقافي للخط العربي.	دار الثقافة حسن الحسني بالمدية	من: 2025/05/12 إلى غاية: 2025/05/15
	5.خرجة تراثية لمتحف الشلف وقصبة تنس.	متحف شلف قصبة تنس	2025/05/16 2025/05/17
نشاطات	1. الصالون الوطني للكتاب.	المكتبة الرئيسية لولاية المدية	من: 2025/04/24

أخرى			إلى غاية: 2025/04/30
	2. أمسية الشعر الملحون والأدب	بلدية بوعيشون	2025/05/03
	3. حكاية تراثية، جلسات مسائية يحكي فيها كبار السن ذكرياتهم حول تراث وعادات وتقاليد منطقة دراق.	بلدية دراق	2025/05/08

المصدر: معلومات مقدمة من طرف مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية.

المطلب الرابع: دور مديرية الثقافة والفنون في الاعداد والتنفيذ لحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي"

لعبت مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية دورا مهما وفعالا في التخطيط والتنظيم والتنفيذ لحدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**" من خلال مشاركتها الفاعلة في جميع مراحله: قبل الحدث عبر الإعداد والتنبؤ، وأثناءه من خلال الإشراف والتنظيم، وبعده بمتابعة التقييم والتوثيق.

- **المرحلة الأولى:**

ما قبل حدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**"، قامت المديرية بعدة إجراءات تحضيرية لضمان نجاح هذه الفعالية وتشمل التنسيق مع فرق العمل الداخلية والطاقم الإداري والثقافي لتوزيع المهام والمسؤوليات المتعلقة بالتحفيز، التنظيم، والمتابعة والتقييم للحدث، إلى جانب التنسيق المبكر. مع الديوان الوطني للثقافة والإعلام من أجل الترتيبات التنظيمية والفنية لإعداد البرنامج الثقافي والفني المتنوع بالإضافة إلى التنسيق مع مديرية المجاهدين، دار الثقافة، مديرية السياحة، دار البيئة.

حددت المديرية يوم 22 أفريل 2025م كموعد رسمي لافتتاح فعاليات شهر التراث الثقافي والمرسوم بشهر "**التراث الثقافي والذكاء الاصطناعي**"، باختيار المتحف الجهوي للمجاهد (**سي**

أمحمد بوقرة) ببلدية المدية مكانا لإقامة الحدث الافتتاحي كما برمجت انطلاقة الحدث بتمام الساعة 13:00 بعد الظهيرة.

تقررت أنواع من الأنشطة التي ستقام في الحدث: تمثلت في:

قعدات تراثية، ورشات حية للفنون التشكيلية، ورشات طبخ، معرض خاص بالكتب، إلقاءات شعرية، وصلات فلكلورية، عروض تنشيطية لأطفال، معرض خاص بالألبسة التقليدية، معرض خاص بالتحف الفنية والأواني التقليدية.

وجهت المديرية دعوة خاصة لوالي ولاية المدية لحضور الافتتاح وتوزيع دعوات شخصية للجهات الثقافية والتربوية والجمعوية من بينهم: مديرية المجاهدين، مديرية السياحة، مديرية التضامن الاجتماعي، حرفيين محليين، دار البيئة، دار الثقافة، جمعية الثقافة أشبال نايل للبارود والفنتازيا لولاية الجلفة، المتحف الوطني العمومي للفنون والتقاليد الشعبية. تكفلت المديرية بالديكور الذي سيكون في الحدث وهو مستوحى من الطابع التراثي.[1]

قبل يوم من حدث الافتتاح 21 أفريل 2025م، نزلت المديرة سليمة قاوة ضيفة على حصة "**صباح الخير يا جزائر**" عبر القناة الأولى للتلفزيون العمومي الجزائري: حيث قدمت مداخلة تحدثت فيها عن أهمية شهر التراث الثقافي، كما استعرضت أبرز محاور البرنامج الثقافي المقررة خلال الافتتاح، وأشارت أن الحدث كان مبرمجا يوم 18 أفريل لكن لظروف طبيعية تم تأجيله إلى غاية 22 أفريل، تناولت المديرة خلال حديثها مختلف الاستعدادات والتحضيرات لإنجاح الفعالية، ثم بث البرنامج عبر الصفحة الرسمية للمديرة عبر موقع (فيسبوك)، بالإضافة إلى توجيه دعوة مفتوحة

[1] مقابلة مع السيد: علي بورويسي، رئيس مصلحة الإدارة والتكوين والتخطيط، مقابلة أجريت يوم: 27 أفريل 2025م، بمقر مديرية الثقافة بالمدية، على الساعة 09:40.

لجمهورها لحضور الحدث الافتتاحي من خلال منشور رسمي عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي.[1]

- **المرحلة الثانية: أثناء حدث الافتتاح**

تم تنفيذ مختلف الأنشطة التي خطط لها وإدارة سير البرنامج وفق الجدول الزمني المحدد، وحل الضيوف والزوار وسط أجواء ترحيبية مميزة، واستقبلت المديرة سليمة قاوة رئيس الديوان لولاية المدية، حضر نيابة عن والي الولاية في جو احتفالي تخللته مراسيم تقليدية، وتميز الاستقبال بطابعه التقليدي، من خلال تقديم التمر والحليب على الطريقة الأصيلة ووفق العادات المحلية مع باقة من الورود تلتها لحظة رمزية، تمثلت في تقطيع الشريط الأحمر إيذانا بالافتتاح لفعاليات شهر التراث الثقافي.

اطلع رئيس الديوان خلال زيارته على لمحة من التاريخ العريق لولاية المدية من خلال مجموعة من اللوحات التوثيقية والملصقات التاريخية التي استعرضت محطات بارزة من الذاكرة المحلية، كما تعرف على مختلف الموروثات المادية واللامادية للولاية من آثار ومعالم وأزياء تقليدية إلى الأكلات الشعبية التي تعكس غنى وتنوع الهوية الثقافية للمنطقة.

تميز حفل الافتتاح بطابعه التفاعلي، حيث استمتع الحضور بعروض فلكلورية متنوعة أضفت أجواء احتفالية مميزة للحدث كما شهد الحدث تغطية إعلامية من طرف وسائل إعلام محلية، بالتنسيق مع المديرية بحضور عدد من الصحفيين لتوثيق الفعالية ونقل مضمونها إلى الجمهور.[2]

- **المرحلة الثالثة: ما بعد الافتتاح**

---

[1] القناة الأولى لتلفزيون العمومي الجزائري: "حصة صباح خير يا جزائر" (موضوع الحلقة: حول افتتاح فعاليات شهر التراث بولاية المدية)، بتاريخ 28 أفريل 2025م، على الساعة 09:20.

[2] حسب مقابلة مع السيدة: سليمة قاوة، مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية، مقابلة أجريت 29 أفريل 2025م، بمقر مديرية الثقافة بالمدية، على الساعة 10:02.

عقب الافتتاح، قامت المديرية بالتنسيق مع الصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية لنشر تقارير مفصلة وأخبار متجددة حول حدث الافتتاح الفعاليات التي ستليه، مما يساهم في استمرار تسليط الضوء على شهر التراث كما تم تعزيز التنسيق مع الإذاعة المحلية "إذاعة المدية" التي اهتمت بحدث الافتتاح وتحدثت عن مجرياته، إلى جانب استضافة مسؤولي القطاع الثقافي وشهادات المشاركين.

ونشرت المديرية عبر صفحتها الرسمية على (فيسبوك) أجواء الاحتفال مرفقة بصور ومقاطع فيديو توثيقية للحدث.

وأثبت كل من جريدة "الفجر، "أخبار الصباح" و"المسار العربي" حدث الافتتاح بشكل شامل، حيث تم رصد مجرياته منذ اللحظة الأولى وحتى نهايته، عبر تقارير صحفية وتعليقات إعلامية.

تطرقت صفحة "Info Younga medea" على موقع فيسبوك إلى فعاليات شهر التراث من خلال نشر محتوى توثيقي، شمل مقطع فيديو يعرض جوانب من الحدث الثقافي وقامت قناة " Vision TV" بتوثيق لحظات "**افتتاح شهر التراث الثقافي**" بتسليط الضوء على أجواء الافتتاح، وتفاعل الجمهور، مما ساهم في إثراء التغطية الإعلامية وتعزيز انتشار الحدث عبر المنصات الرقمية. [1]

لم يتوقف الزخم الثقافي عند حدث الافتتاح بل واصلت المديرية تنفيذ كافة الفعاليات المستمرة، التي تتوزع عبر أيام الشهر إلى غاية 18 ماي حاملة معها لحظات تراثية متنوعة ترسخ الهوية المحلية والوطنية

[1] حسب مقابلة مع السيدة: أحلام بوسرية، رئيسة مكتب السمعي البصري، مقابلة أجريت يوم 05 ماي 2025م، بمقر مديرية الثقافة بالمدية، على الساعة 15:58.

المبحث الثالث: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية:

عرض وتحليل النتائج الخاصة بالاستبيان:

عرض نتائج المحور الثاني: طبيعة العلاقة التي تربط الجمهور الخارجي بحدث افتتاح شهر التراث الثقافي:

1. هل علمت بحدث افتتاح شهر التراث الثقافي عن طريق؟

وللتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ لجودة التوفيق (حسن التطابق) لتحديد ما إذا كان هناك تطابق بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة في استجابات أفراد العينة حول كيفية العلم بحدث شهر التراث. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2): اختبار (كا^2) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول كيفية العلم بحدث شهر التراث

كيفية العلم بحدث شهر التراث	التكرارات				قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	المشاهدة		المتوقعة				
	F	%	F	%			
دعوة شخصية	19	32	10	16.66	29.68	0.000	دال إحصائيا
تلفزيون	6	10	10	16.66			
إذاعة	0	0	10	16.66			
مواقع التواصل	30	50	10	16.66			
عبر الصحف	0	0	10	16.66			
رسائل نصية	5	8	10	16.66			
المجموع	60	100	60	100			

كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في استجابات افراد العينة حول مصدر العلم بحدث شهر التراث، حيث تصدرت **مواقع التواصل الاجتماعي** الترتيب بنسبة 50%، حيث نجد أن 30 فرد من افراد العينة علم بالحدث من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، تليها **الدعوات الشخصية** من مديرية الثقافة بنسبة 32%، حيث أن 19 فردا من افراد العينة وجهت لهم دعوات شخصية، ثم 10% من أفراد العينة والذين بلغ عددهم 6 أفراد كانت معرفتهم بالحدث عبر **التلفزيون**، وأخيرا 5 أفراد وبنسبة 8% تلقو **رسائل نصية** تعلمهم بالحدث، مع تسجيل غياب تام للإذاعة أو للصحف في الترويج للحدث حسب

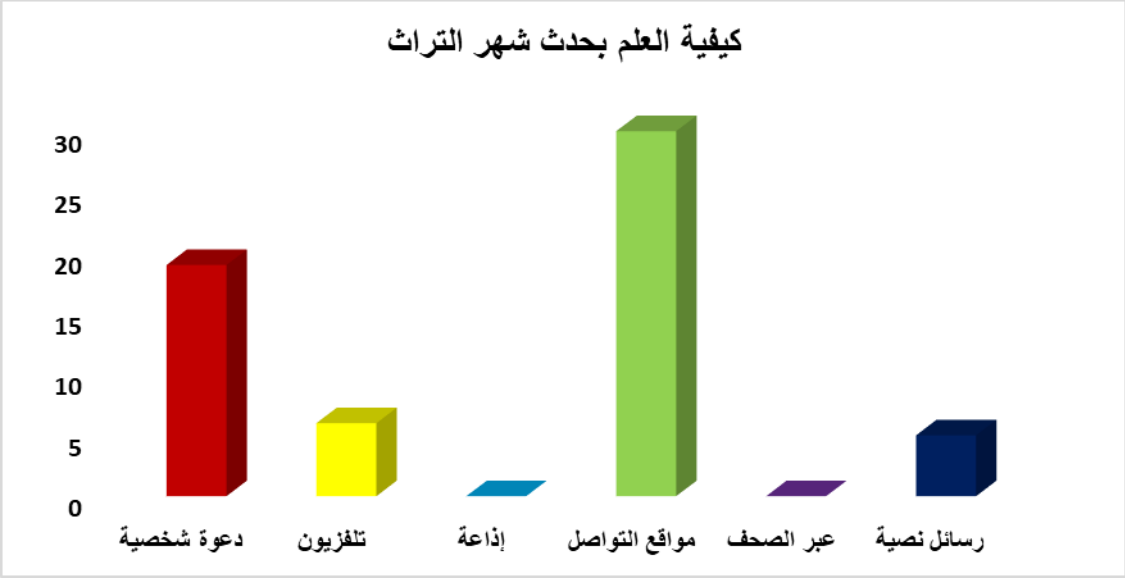
أفراد العينة، وبالعودة للعامل الإحصائي نجد أن قيمة اختبار χ المحسوبة قدرت بـ: **(29.68)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.01)** ودرجة حرية **(df= 3)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن **مواقع التواصل الاجتماعي** هي أكثر الوسائل ترويجا لشهر التراث.

تظهر النتائج أن الجمهور الخارجي يعتمد بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات، مما يشير إلى تحول في سلوكيات الاستهلاك الإعلامي. تمثل هذه الوسائل منصة تفاعلية تتيح للجمهور الانخراط والمشاركة في الأحداث، مما يسهم في تعزيز الوعي الثقافي.

عدم تسجيل أي علم من خلال وسائل الإعلام التقليدية مثل الإذاعة والصحف قد يعكس ضعف هذه الوسائل في جذب انتباه الجمهور الحديث، حيث يميل الأفراد إلى البحث عن المعلومات عبر الإنترنت.

يُظهر هذا التحليل الحاجة الملحة لتعزيز استخدام الحملات الرقمية في الترويج للأحداث الثقافية، مع التركيز على إنشاء محتوى جذاب ومؤثر على منصات التواصل الاجتماعي. كما يجب التفكير في كيفية دمج الوسائل التقليدية مع الرقمية لتحقيق تأثير أكبر واستقطاب جمهور أوسع. يعكس ذلك أهمية الابتكار في استراتيجيات التواصل الثقافي، لضمان الوصول الفعّال إلى جميع شرائح المجتمع.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.



الشكل رقم (2): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول كيفية العلم بحدث شهر التراث

2. توجد علاقة ارتباطية بين الدافع للمشاركة في حدث افتتاح شهر التراث وكل من الجنس والمهنة للمشارك.

وللتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ للاستقلالية، لتحديد ما إذا كان جنس المشارك أو مهنته لها علاقة بالدافع وراء مشاركته في الحدث أم لا. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (3): اختبار (كا^2) للاستقلالية لتحديد الفروق في الدافع للمشاركة في الحدث تبعا لجنس المشارك ومهنته

الدافع وراء المشاركة	الجنس				المجموع		قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	ذكر		أنثى						
	F	%	F	%	F	%			
الاهتمام بالتراث	13	22	16	27	29	49	2.96	56.0	غير دال إحصائيا
الفضول الشخصي	8	13	4	7	12	20			
الترفيه وقضاء وقت ممتع	3	5	1	2	4	7			
الحضور بدافع العمل	2	3	2	3	4	6			
تلبية دعوة رسمية	4	7	7	11	11	18			
المجموع	30	50	30	50	60	100			

الدافع وراء المشاركة	المهنة												المجموع		قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	طالب		موظف		إعلامي		ناشط		حرفي		فنان						
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
الاهتمام بالتراث	8	13	11	19	6	10	1	2	2	3	1	2	29	49	22.4	0.00	دال إحصائيا
الفضول الشخصي	8	13	2	3	1	2	0	0	1	2	0	0	12	20			
الترفيه وقضاء وقت ممتع	1	2	2	3	0	0	0	0	0	0	1	2	4	7			
الحضور	2	3	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	4	6			

بدافع العمل																	
تلبية دعوة رسمية	**2**	**3**	**3**	**5**	**3**	**5**	**1**	**2**	**2**	**3**	**0**	**0**	**11**	**18**			
المجموع	**21**	**34**	**20**	**33**	**10**	**17**	**2**	**4**	**5**	**8**	**4**	**2**	**60**	**100**			

كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه لا توجد فروق في الدافع وراء المشاركة في حدث شهر التراث لدى عينة الدراسة حسب **الجنس (ذكور / إناث)**، حيث قدرت قيمة اختبار χ المحسوبة بـ **(2.96)** وهي قيمة غير دالة إحصائيا، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن متغير الجنس لدى أفراد العينة لا يرتبط بالدافع وراء المشاركة في حدث شهر التراث، إذ نلحظ أن الدافع وراء المشاركة بين مجموعتي الذكور والإناث كانت جد متقاربة، حيث تصدر الدافع الأول (الاهتمام بالتراث والثقافة المحلية) لدى كلى المجموعتين حيث بلغ هذا الدافع نسبة 22% لدى الذكور و 27% لدى الإناث.

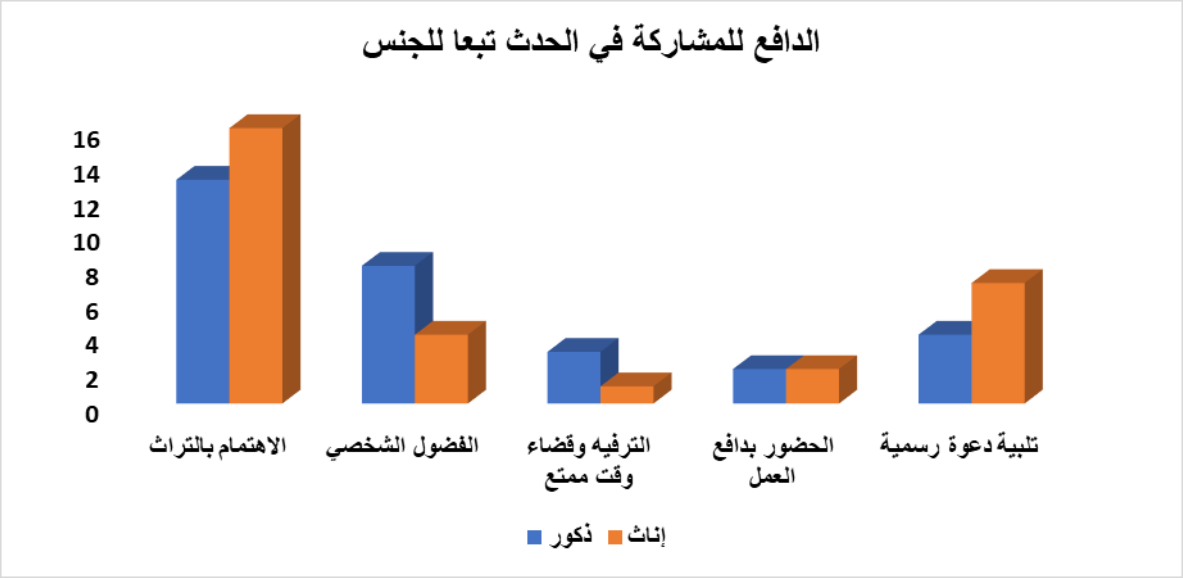
أما حسب المهنة فقد كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في الدافع وراء المشاركة في حدث شهر التراث لدى عينة الدراسة حسب **المهنة**، حيث قدرت قيمة اختبار χ المحسوبة بـ **(22.4)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.01)** ودرجة حرية **(df= 20)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن متغير المهنة لدى أفراد العينة يرتبط بالدافع وراء المشاركة في حدث شهر التراث، إذ نلحظ أن الدافع وراء المشاركة بين مجموعات المهن كانت متباعدة نوعا ما، حيث نجد لدى **الطلاب** أن النسبة الكبيرة منهم يشاركون في الحدث بداعي **الاهتمام بالتراث**، في حين نجد لدى **الإعلاميين** أن غالبيتهم يشاركون في الحدث تلبية **لدعوة رسمية**. بينما لدى الموظفين فالغالبية منهم يشاركون في الحدث بداعي العمل.

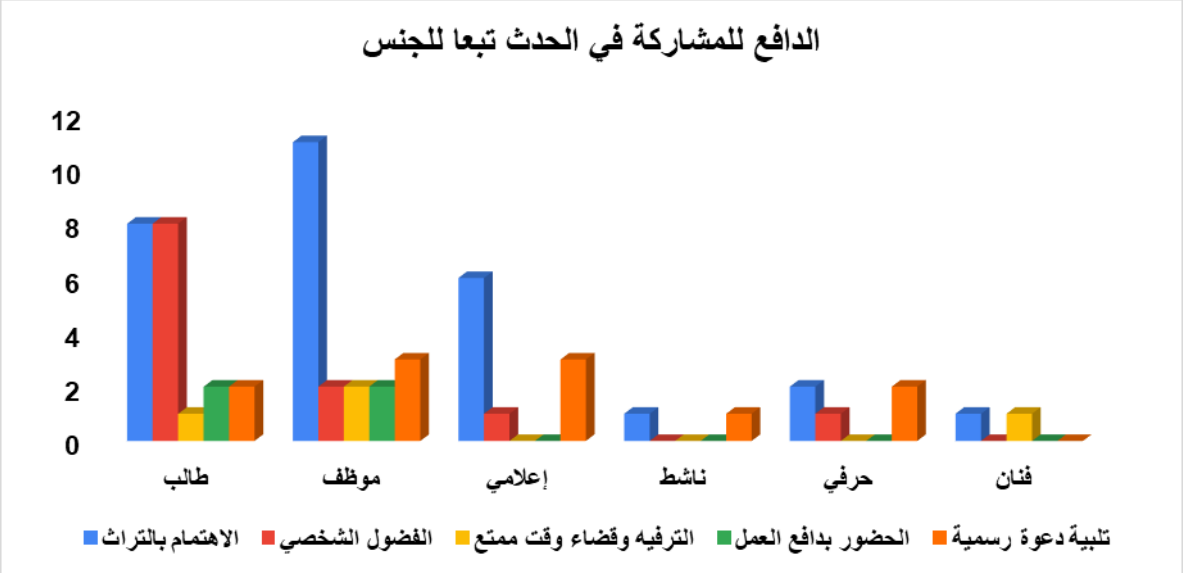
من خلال النتائج، يتضح أن الدافع الرئيسي وراء المشاركة في الفعالية هو **الاهتمام بالتراث**، مما يعكس وعيًا ثقافيًا متزايدًا لدى الجمهور. هذا الاهتمام قد ينشأ من رغبة الأفراد في الحفاظ على التراث الثقافي والتفاعل مع هويتهم الثقافية.

كما أن التنوع في الدوافع يعكس طبيعة الجمهور المشاركة، حيث يظهر أن هناك فئات متعددة، مثل الطلاب والموظفين، يرغبون في الانخراط في الفعاليات الثقافية لأسباب متنوعة.

التفاوت في الدوافع بين الجنسين والمهن يعكس أيضًا اختلافات ثقافية واجتماعية قد تؤثر على كيفية تفاعل الأفراد مع التراث الثقافي. لذا، يُعتبر من المهم توجيه الجهود الترويجية نحو تعزيز الوعي بالتراث، مع الأخذ في الاعتبار تنويع الدوافع لتلبية احتياجات فئات متعددة من الجمهور.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.





الشكل رقم (3): أعمدة بيانية للفروق في الدافع للمشاركة في الحدث تبعا لجنس المشارك ومهنته

3. هل شعرت أن حدث شهر التراث الثقافي وفر لك فرصة للمشاركة والتعبير عن رأيك؟

وللتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ لجودة التوفيق (حسن التطابق) لتحديد ما إذا كان هناك تطابق بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة في استجابات أفراد العينة حول توفير

حدث شهر التراث فرصة للمشاركين للتعبير عن آرائهم. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (4): اختبار (كا^2) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول توفير حدث شهر التراث فرصة للمشاركين للتعبير عن آرائهم

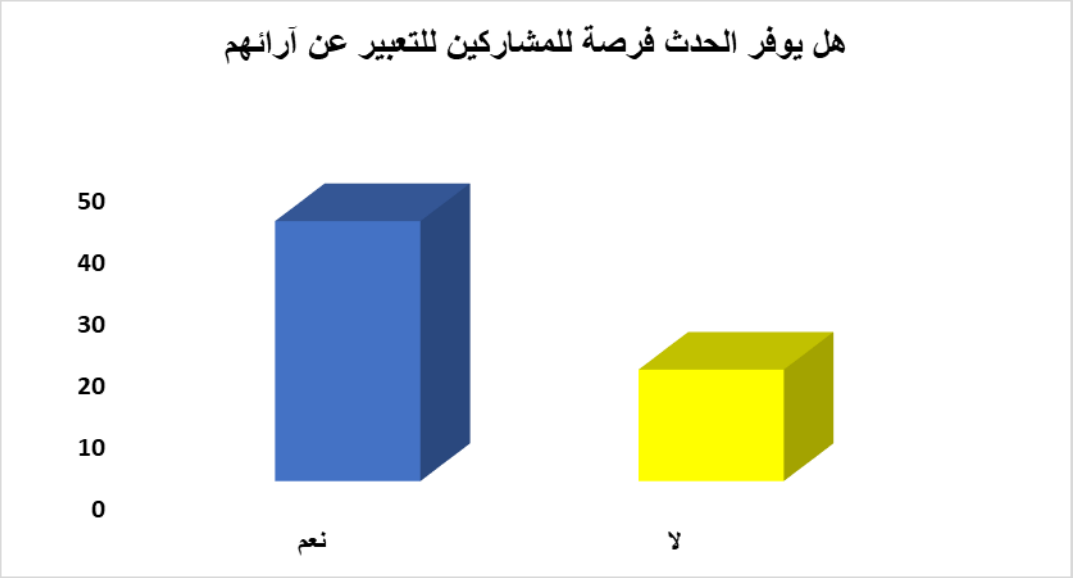
هل وفر لك الحدث فرصة للتعبير عن رأيك	التكرارات				قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	المشاهدة		المتوقعة				
	F	%	F	%			
نعم	42	70	30	50	9.60	0.002	دال إحصائيا
لا	18	30	30	50			
المجموع	60	100	60	100			

كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في استجابات أفراد العينة حول توفير حدث شهر التراث فرصة للمشاركين للتعبير عن آرائهم، حيث أن أغلب أفراد العينة أجابوا بـ: **نعم** بما نسبته 70%، حيث نجد أن 42 فرد منهم يجدون أن حدث شهر التراث منحهم الفرصة للتعبير عن آرائهم، بينما 18 فرد أجابوا بـ: **لا** بنسبة 30%، وبالعودة للعامل الإحصائي نجد أن قيمة اختبار χ المحسوبة قدرت بـ: **(9.60)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.01)** ودرجة حرية **(df= 1)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن حدث شهر التراث **منح الفرصة للمشاركين للتعبير عن آرائهم فيه.**

تُظهر النتائج أن الفعالية كانت فعّالة في تمكين الجمهور من التعبير عن آرائهم، مما يعكس رغبة الأفراد في المشاركة في النقاشات الثقافية والاجتماعية. القدرة على التعبير عن الرأي تعزز من الشعور بالانتماء وتقوي العلاقة بين الجمهور والحدث الثقافي.

تعتبر هذه النتائج إيجابية، حيث تساهم في بناء مجتمع متفاعل وواعٍ بأهمية التراث الثقافي. توفير منصة للتعبير عن الآراء يعكس أيضًا التزام المنظمين بتعزيز الحوار والمشاركة، مما قد يشجع المزيد من الأفراد على الانخراط في الفعاليات الثقافية المستقبلية. من المهم استثمار هذه الفرصة لتعزيز قنوات التواصل مع الجمهور وتحفيزهم على التعبير عن آرائهم بشكل أكبر في المناسبات القادمة.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.



الشكل رقم (4): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول توفير حدث شهر التراث فرصة للمشاركين للتعبير عن آرائهم

4. توجد علاقة ارتباطية بين مساهمة حدث افتتاح شهر التراث في تعزيز الشعور بالانتماء للثقافة وكل من الجنس والمهنة للمشارك.

وللتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ للاستقلالية، لتحديد ما إذا كان جنس المشارك أو مهنته لها علاقة بمساهمة شهر التراث في تعزيز الانتماء للثقافة أم لا. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (5): اختبار (كا2) للاستقلالية لتحديد الفروق في مساهمة حدث افتتاح شهر التراث في تعزيز الشعور بالانتماء للثقافة تبعا لجنس المشارك ومهنته.

الجنس	هل ساهم الحدث في تعزيز الشعور بالانتماء الثقافي				المجموع		قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	نعم		لا						
	F	%	F	%	F	%			
ذكر	28	47	02	3	30	50	0.00	0.100	غير دال إحصائيا
أنثى	28	47	02	3	30	50			
المجموع	56	88	04	6	60	100			
المهنة	هل ساهم الحدث في تعزيز الشعور بالانتماء الثقافي				المجموع		قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	نعم		لا						
	F	%	F	%	F	%			

طالب	21	35	0	0	21	35	20.62	0.001	دال إحصائيا
موظف	19	32	1	2	20	34			
إعلامي	10	16	0	0	10	16			
ناشط	2	3	0	0	2	3			
حرفي	3	5	3	5	6	10			
فنان	1	2	0	0	1	2			
المجموع	56	93	4	7	60	100			

كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه لا توجد فروق في مساهمة حدث افتتاح شهر التراث في تعزيز الشعور بالانتماء الثقافي لدى عينة الدراسة حسب **الجنس (ذكور / إناث)**، حيث قدرت قيمة اختبار χ المحسوبة بـ **(0.00)** وهي قيمة غير دالة إحصائيا، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن متغير الجنس لدى أفراد العينة لا يرتبط بمساهمة حدث افتتاح شهر التراث في تعزيز الشعور بالانتماء الثقافي، إذ نلحظ أن استجابات أفراد العينة من الجنسين الذكور والإناث كانت متماثلة، حيث جاءت الإجابة **(نعم)** لدى كلى المجموعتين بنسبة 47%.

أما حسب المهنة فقد كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في مساهمة حدث افتتاح شهر التراث في تعزيز الشعور بالانتماء الثقافي لدى عينة الدراسة حسب **المهنة**، حيث قدرت قيمة اختبار χ المحسوبة بـ **(20.62)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.01)** ودرجة حرية **(df= 5)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن متغير المهنة لدى أفراد العينة يرتبط بمساهمة حدث افتتاح شهر التراث في تعزيز الشعور بالانتماء الثقافي لدى عينة الدراسة، إذ نلحظ أن مساهمة حدث افتتاح شهر التراث في تعزيز الشعور بالانتماء الثقافي بين مجموعات المهن كانت متباعدة نوعا ما.

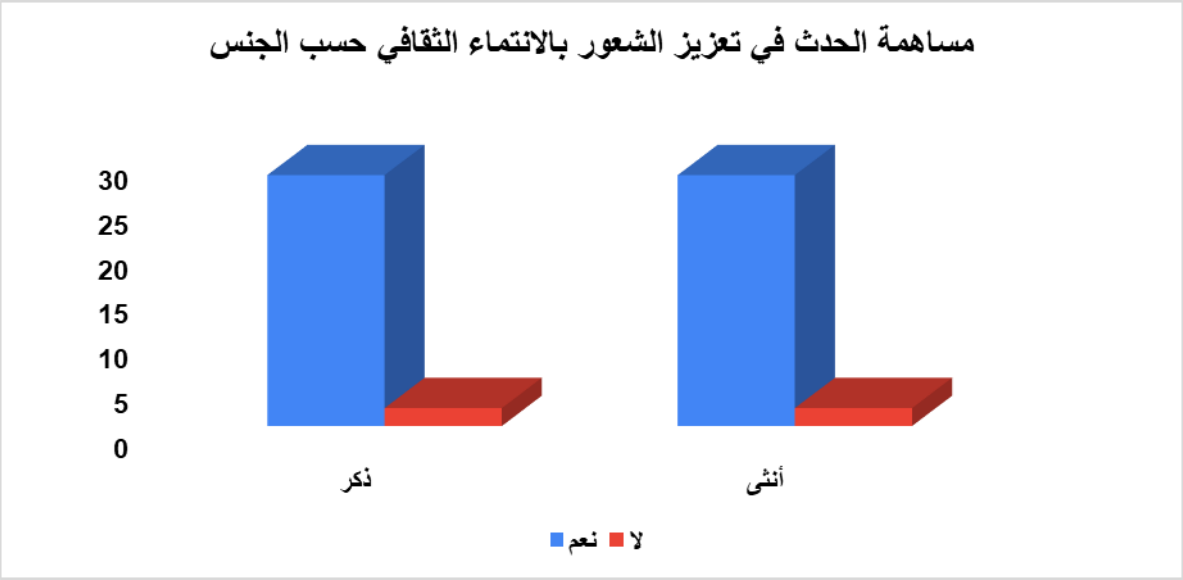
توضح النتائج أن الحدث كان له تأثير إيجابي على تعزيز الشعور بالانتماء الثقافي، خاصة بين فئة الطلاب. هذا يعكس أهمية الفعاليات الثقافية كمنصات لتعزيز الهوية والانتماء، حيث يشعر المشاركون بأنهم جزء من ثقافة مشتركة.

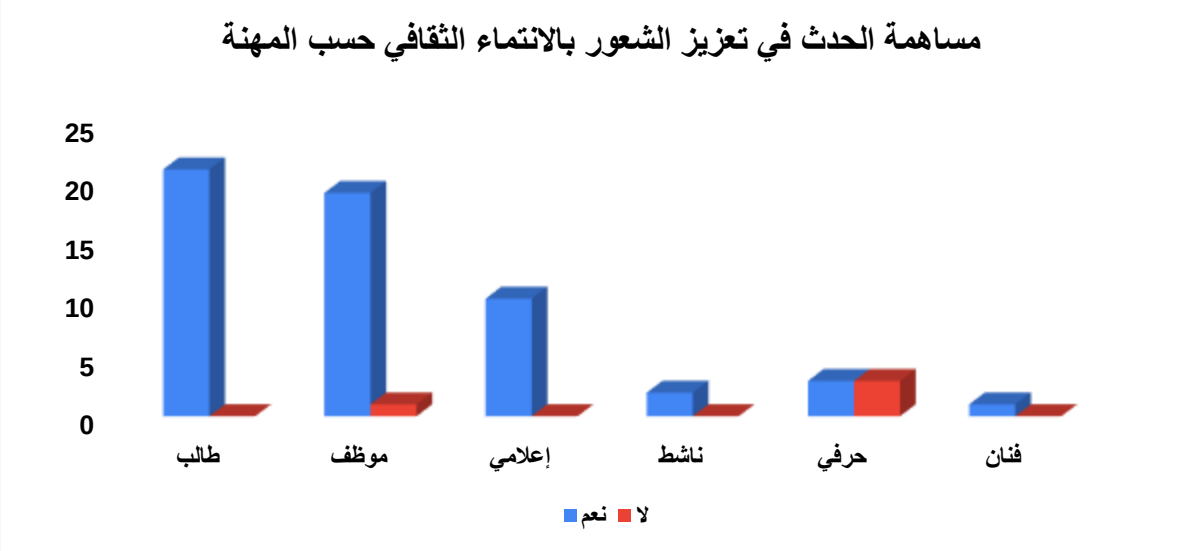
عدم وجود دلالة إحصائية للجنس قد يشير إلى أن الشعور بالانتماء الثقافي يتجاوز الفروق بين الجنسين، مما يعكس وحدة الجمهور في تقديرهم للتراث الثقافي.

يمكن اعتبار هذا الحدث فرصة لتعزيز التواصل بين الأجيال المختلفة، حيث يتمكن الأفراد من تبادل الأفكار والتجارب التي تسهم في تعزيز هويتهم الثقافية. لذلك، يُنصح بمواصلة تنظيم مثل هذه الفعاليات

مع التركيز على إشراك الطلاب والشباب بشكل أكبر، لضمان استدامة الشعور بالانتماء الثقافي وتعزيز الروابط الاجتماعية.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.





الشكل رقم (5): أعمدة بيانية للفروق في مساهمة حدث افتتاح شهر التراث في تعزيز الشعور بالانتماء للثقافة تبعا لجنس المشارك ومهنته.

5. هل أثر حضورك للحدث إيجابا على رغبتك في حضور فعاليات أخرى؟

وللتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (**كا^2**) χ لجودة التوفيق (حسن التطابق) لتحديد ما إذا كان هناك تطابق بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة في استجابات أفراد العينة حول التأثير الإيجابي للحدث في حضور فعاليات أخرى. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (6): اختبار (كا^2) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول التأثير الإيجابي للحدث في حضور فعاليات أخرى

هل أثر فيك الحدث إيجابا لحضور فعاليات	التكرارات				قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	المشاهدة		المتوقعة				
	F	%	F	%			
نعم	55	92	30	50	41.66	0.000	دال إحصائيا
لا	5	8	30	50			
المجموع	60	100	60	100			

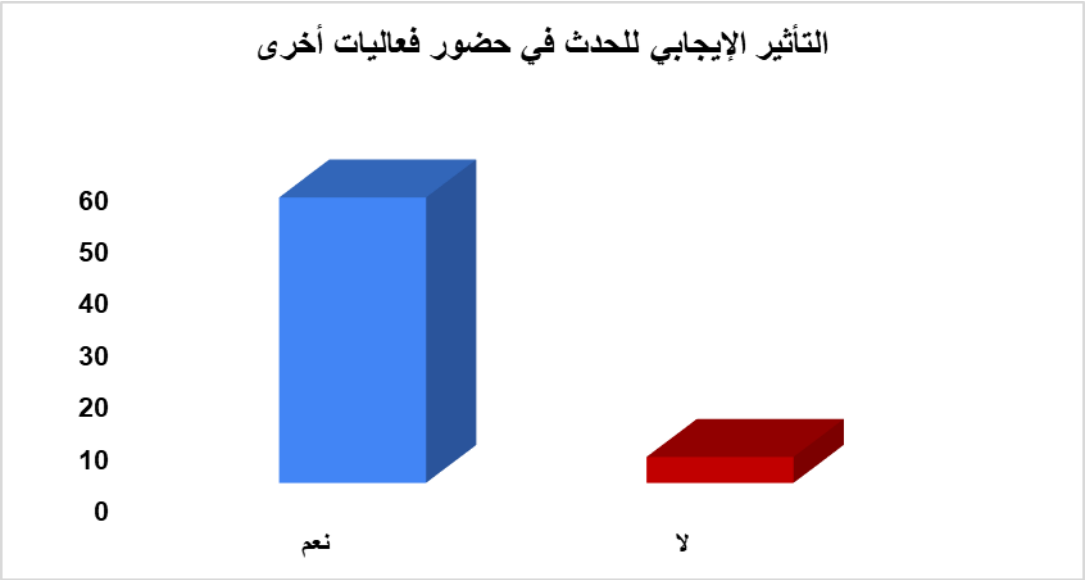
كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في استجابات أفراد العينة حول التأثير الإيجابي للحدث في حضور فعاليات أخرى، حيث أن أغلب أفراد العينة أجابوا بـ: **نعم** بما نسبته 92%، حيث نجد أن 55 فرد منهم يجدون أن حدث شهر التراث ترك فيهم انطباعا إيجابيا لحضور مزيد من الفعاليات، بينما 5 أفراد فقط أجابوا بـ: **لا** بنسبة 8%، وبالعودة للعامل الإحصائي نجد أن قيمة اختبار χ المحسوبة قدرت بـ: **(41.66)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.01)** ودرجة حرية **(df= 1)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن حدث شهر التراث **ترك في أفراد العينة المشاركين الأثر الإيجابي لحضور مزيد من الفعاليات.**

توضح النتائج أن الحدث كان له تأثير إيجابي ملحوظ على الحضور، مما يشير إلى نجاحه في تعزيز الاهتمام بالثقافة والتراث. هذه الاستجابة الإيجابية تدل على أن المشاركين يشعرون بأن الفعاليات الثقافية تُثري تجاربهم وتساهم في تعزيز معرفتهم.

إن التأثير الإيجابي على رغبة الحضور في المشاركة في فعاليات مستقبلية يمكن أن يُعتبر مؤشرًا على نجاح استراتيجية التنظيم والترويج. يمثل ذلك فرصة للمنظمين لاستثمار هذا الزخم وتعزيز الأنشطة الثقافية بشكل أكبر، مما يساعد على بناء مجتمع ثقافي نشط ومتفاعل.

من المهم استغلال هذه النتائج لتطوير برامج مستقبلية تلبي احتياجات الجمهور وتعزز من مشاركتهم، مما يسهم في استدامة الانتماء الثقافي ويزيد من الفعالية الثقافية في المستقبل.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.



الشكل رقم (6): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول التأثير الإيجابي للحدث في حضور فعاليات أخرى

6. غياب مواضيع عن الحدث كنت تود أن يتم التركيز عليها.

وللتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ لجودة التوفيق (حسن التطابق) لتحديد ما إذا كان هناك تطابق بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة في استجابات أفراد العينة حول غياب مواضيع عن الحدث كان أفراد العينة يودون أن يتم التركيز عليها. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم 7): اختبار (كا^2) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول غياب مواضيع عن الحدث كان أفراد العينة يودون أن يتم التركيز عليها

هل غابت مواضيع عن الحدث كنت تريدها	التكرارات				قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	المشاهدة		المتوقعة				
	F	%	F	%			
نعم	35	58	30	50	1.66	0.197	غير دال إحصائيا
لا	25	42	30	50			
المجموع	60	100	60	100			

كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه لا توجد فروق في استجابات أفراد العينة حول غياب مواضيع عن الحدث كانوا يودون أن يتم التركيز عليها، حيث أن هناك تقارب بين من أجابوا بـ: **نعم** بما نسبته 58%، حيث نجد أن 35 فرد منهم يجدون أن حدث شهر التراث غيب مواضيع كان من الضروري وجودها،

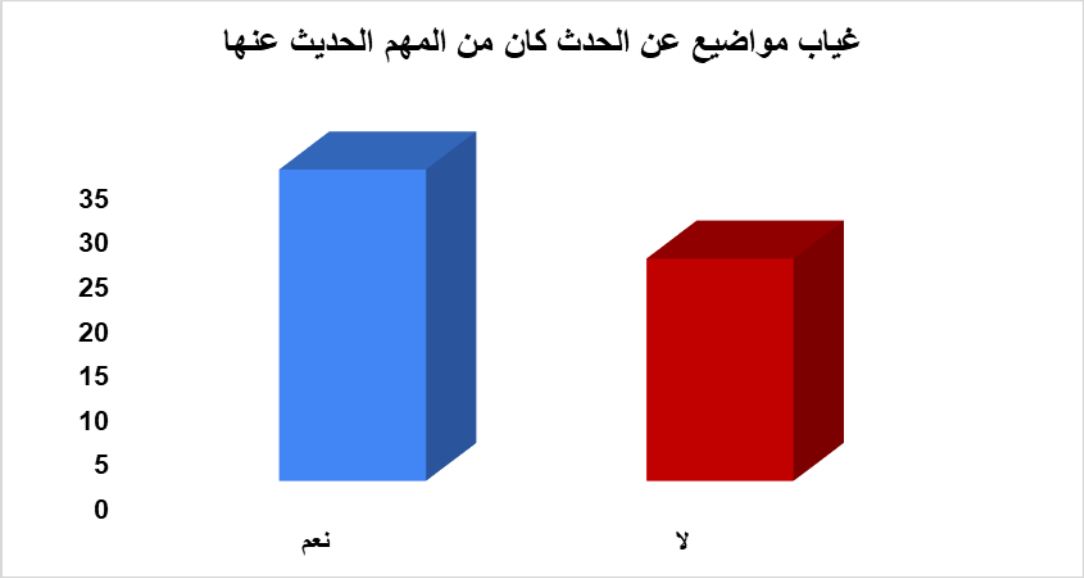
بينما 25 فردا أجابوا بـ: **لا** بنسبة 42% أي أنهم لا يرون غياب مواضيع مهمة عن الحدث، وبالعودة للعامل الإحصائي نجد أن قيمة اختبار χ المحسوبة قدرت بـ: **(1.66)** وهي قيمة غير دالة إحصائيا، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن هناك **توافق حول غياب مواضيع مهمة عن حدث شهر التراث من عدمها**.

توضح النتائج أن هناك اهتمامًا من بعض الحضور لتناول مواضيع إضافية، مما يشير إلى وجود فضول ورغبة في استكشاف جوانب أخرى من التراث والثقافة. قد تعكس هذه الرغبة حاجة الجمهور لمزيد من التنوع في الفعاليات الثقافية، مما يمكن أن يسهم في جذب فئات أكبر من الجمهور.

عدم وجود دلالة إحصائية قد يشير إلى أن تجربة الحضور بشكل عام كانت مرضية، لكن من المهم الاستماع إلى آراء المشاركين حول المواضيع التي يرغبون في استكشافها. يمكن أن يشكل ذلك فرصة للمنظمين لتوسيع نطاق الفعاليات المستقبلية، عبر تضمين مواضيع متنوعة تعكس اهتمامات الجمهور وتلبي احتياجاتهم.

بناءً على هذه النتائج، يُنصح بإجراء استبيانات أو مناقشات لاحقة مع الحضور لجمع المزيد من الأفكار حول المواضيع التي يرغبون في رؤيتها في الفعاليات القادمة، مما يسهم في تحسين التجربة الثقافية بشكل عام.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.



الشكل رقم (7): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول غياب مواضيع عن الحدث كان أفراد العينة يودون أن يتم التركيز عليها

عرض نتائج المحور الثالث: المضامين والرسائل الاتصالية التي تضمنها حدث افتتاح شهر التراث الثقافي وتقييم تأثيره في تشكيل اتجاهات واهتمامات الجمهور الخارجي للمؤسسة.

7. سهولة ووضوح مضمون الحدث.

للتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ لجودة التوفيق (حسن التطابق) لتحديد ما إذا كان هناك تطابق بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة في استجابات أفراد العينة حول ان كان مضمون الحدث واضحا وسهل الفهم. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (8): اختبار (كا^2) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول سهولة ووضوح مضمون الحدث

سهولة ووضوح مضمون الحدث	التكرارات				قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	المشاهدة		المتوقعة				
	F	%	F	%			
نعم	54	90	30	50	38.40	0.000	دال إحصائيا
لا	6	10	30	50			
المجموع	60	100	60	100			

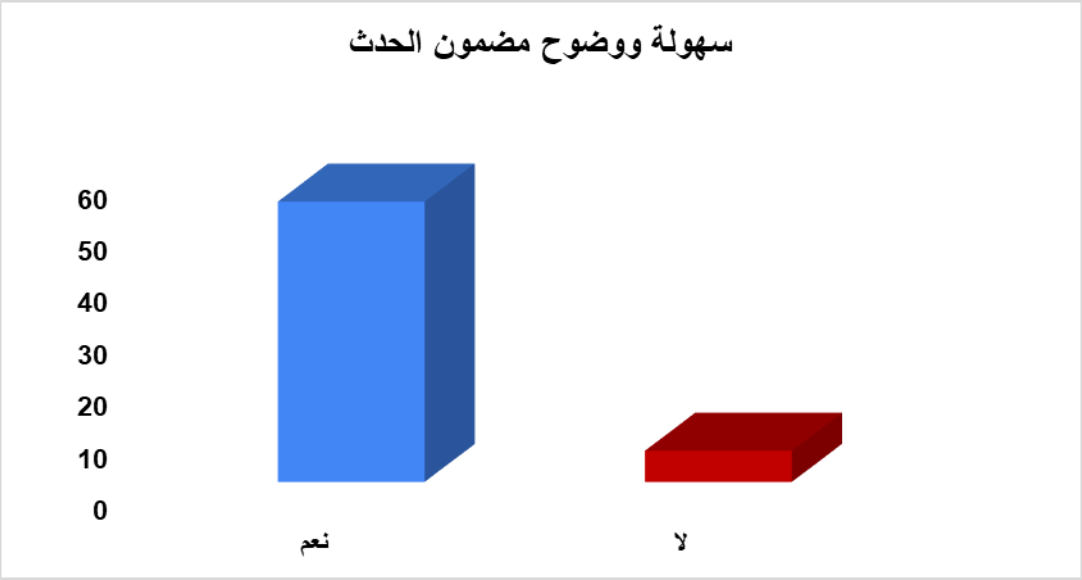
كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في استجابات أفراد العينة حول سهولة ووضوح مضمون الحدث، حيث أن أغلب أفراد العينة أجابوا بـ: **نعم** بما نسبته 90%، حيث نجد أن 54 فرد منهم يجدون أن مضمون الحدث واضح وسهل الفهم بالنسبة لهم، بينما 6 أفراد فقط أجابوا بـ: **لا** بنسبة 10%، وبالعودة للعامل الإحصائي نجد أن قيمة اختبار χ المحسوبة قدرت بـ: **(38.40)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.01)** ودرجة حرية **(df= 1)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن حدث شهر التراث **كان واضح المضمون وسهل الفهم كمن قبل المشاركين.**

توضح النتائج أن الجمهور يتقبل المحتوى المقدم ويجده مناسبًا، مما يسهم في تعزيز تجربتهم الثقافية في الفعالية. وضوح المضمون يعد عنصرًا أساسيًا في جذب الحضور، حيث أن فهم المحتوى يسهل من تفاعلهم ومشاركتهم.

يمكن اعتبار هذه النتائج دعوة للمنظمين للاستمرار في تقديم محتوى ثقافي واضح وسهل الفهم في الفعاليات المستقبلية، حيث أن ذلك يسهم في رفع مستوى المشاركة والانتماء الثقافي بين الجمهور.

إجمالًا، يمكن القول إن سهولة ووضوح مضمون الحدث كانت عوامل رئيسية في تعزيز العلاقة الإيجابية بين الجمهور والحدث.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.



الشكل رقم (8): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول سهولة ووضوح مضمون الحدث

8. توجد علاقة ارتباطية بين تفاعلية موضوع الحدث وكل من الجنس والمهنة للمشارك.

وللتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ للاستقلالية، لتحديد ما إذا كان جنس المشارك أو مهنته لها علاقة بآرائهم حول تفاعلية موضوع الحدث وتشجيعه على المشاركة أم لا. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (9): اختبار (كا^2) للاستقلالية لتحديد الفروق في تفاعلية موضوع الحدث وتشجيعه على المشاركة تبعا لجنس المشارك ومهنته

الجنس	الموضوع تفاعليا ويحث على المشاركة				المجموع		قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	نعم		لا						
	F	%	F	%	F	%			
ذكر	26	43	4	7	30	50	0.16	0.68	غير دال إحصائيا
أنثى	27	45	3	5	30	50			
المجموع	53	88	7	12	60	100			
المهنة	الموضوع تفاعليا ويحث على المشاركة				المجموع		قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	F	%	F	%	F	%	11.15	0.04	دال

طالب	**21**	**35**	**0**	**0**	**21**	**35**		**إحصائيا**
موظف	**16**	**27**	**4**	**7**	**20**	**34**		
إعلامي	**10**	**16**	**0**	**0**	**10**	**16**		
ناشط	**1**	**2**	**1**	**2**	**2**	**4**		
حرفي	**4**	**6**	**2**	**3**	**6**	**9**		
فنان	**1**	**2**	**0**	**0**	**1**	**2**		
المجموع	**53**	**88**	**7**	**12**	**60**	**100**		

كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه لا توجد فروق في تفاعلية موضوع الحدث وحثه على المشاركة لدى عينة الدراسة حسب **الجنس (ذكور / إناث)**، حيث قدرت قيمة اختبار χ المحسوبة بـ **(0.16)** وهي قيمة غير دالة إحصائيا، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن متغير الجنس لدى أفراد العينة لا يرتبط بالنظرة نحو تفاعلية موضوع الحدث وحثه على المشاركة، إذ نلحظ أن النظرة نحو موضوع الحدث بين مجموعتي الذكور والإناث كانت جد متقاربة، حيث تصدرت الإجابة بـ: **(نعم)** لدى كلى المجموعتين حيث بلغت نسبة 43% لدى الذكور و 45% لدى الإناث.

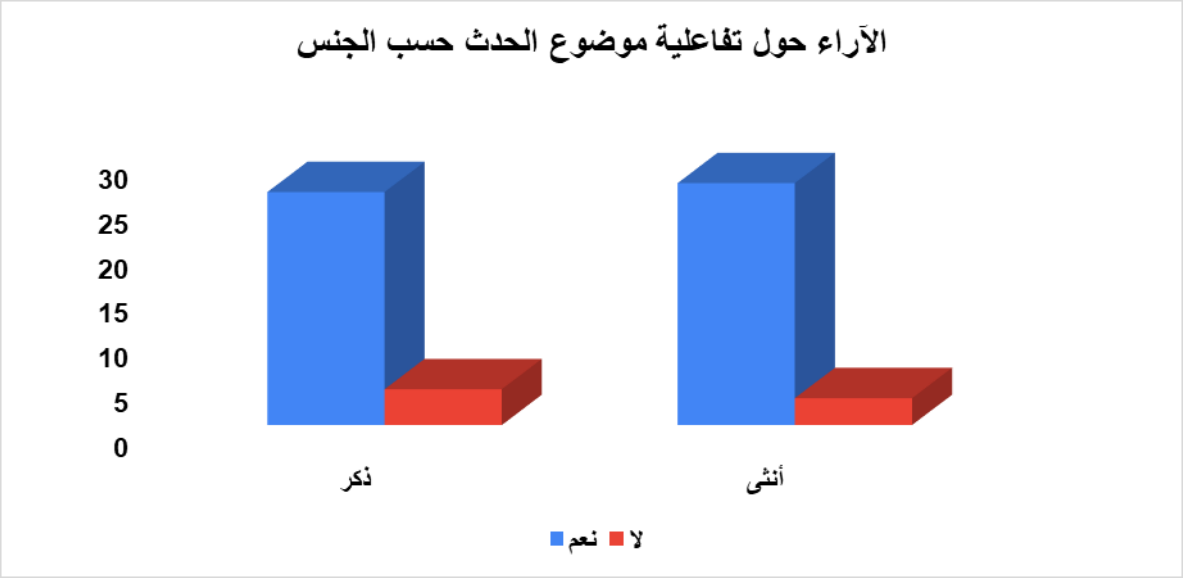
أما حسب المهنة فقد كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في تفاعلية موضوع الحدث وحثه على المشاركة لدى عينة الدراسة حسب **المهنة**، حيث قدرت قيمة اختبار χ المحسوبة بـ **(11.15)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.05)** ودرجة حرية **(df= 5)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن متغير المهنة لدى أفراد العينة يرتبط بآرائهم حول تفاعلية موضوع الحدث وحثه على المشاركة، إذ نلحظ أن الآراء نحو تفاعلية موضوع الحدث بين مجموعات المهن كانت متباعدة نوعا ما.

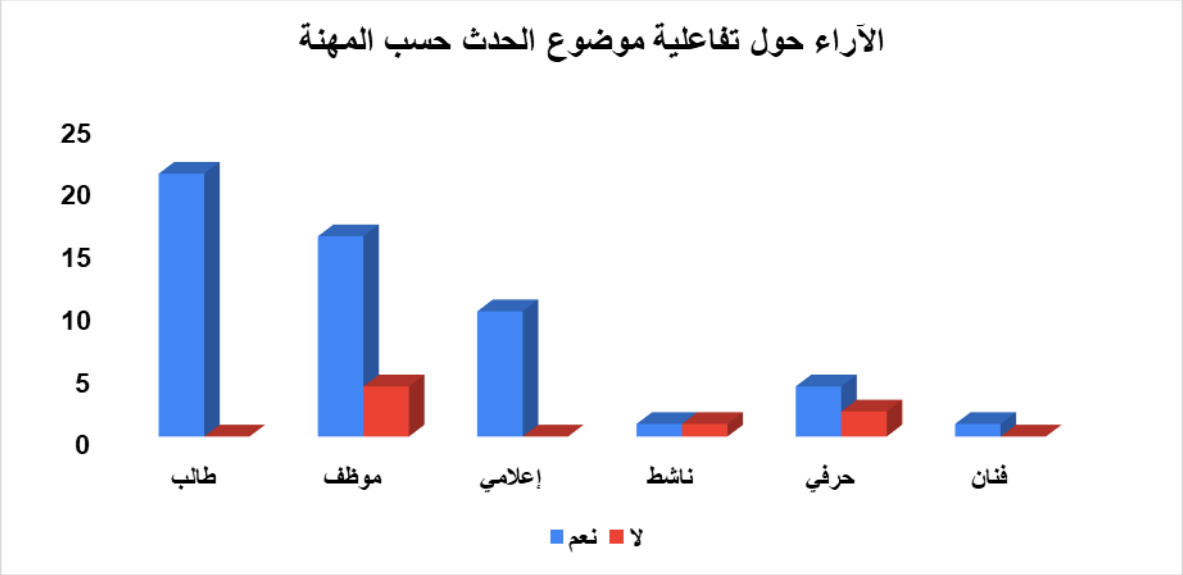
توضح النتائج أن الموضوع كان له تأثير إيجابي في تحفيز المشاركة بين الجمهور بشكل عام، لكن تأثيره كان أكثر وضوحًا بين الطلاب. هذا يشير إلى أن الفعاليات الثقافية يمكن أن تكون محفزة بشكل خاص للأجيال الشابة، مما يعكس أهمية جذب هذه الفئة من الجمهور.

عدم وجود دلالة إحصائية بين الجنسين قد يشير إلى أن التفاعل مع الموضوع لا يعتمد على الجنس، بل يعتمد أكثر على الفئة العمرية والمهنية.

يمكن اعتبار أن الفعالية كانت ناجحة في خلق بيئة تفاعلية تشجع على المشاركة، مما يعزز من العلاقة بين الجمهور والحدث. ويوصى بمزيد من التركيز على تطوير محتوى يتناسب مع اهتمامات الجمهور، خاصة الطلاب، لضمان استمرارية التفاعل والمشاركة في الفعاليات المستقبلية.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.





الشكل رقم (9): أعمدة بيانية للفروق في الدافع للمشاركة في تفاعلية موضوع الحدث وتشجيعه على المشاركة تبعا لجنس المشارك ومهنته

9. الاستفادة من الحضور للحدث.

للتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ لجودة التوفيق (حسن التطابق) لتحديد ما إذا كان هناك تطابق بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة في استجابات أفراد العينة حول الاستفادة من الحضور للحدث. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (10): اختبار (كا^2) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول الاستفادة من الحضور للحدث

هل استفدت من الحضور للحدث	التكرارات				قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	المشاهدة		المتوقعة				
	F	%	F	%			
نعم	55	92	30	50	41.66	0.000	دال إحصائيا
لا	5	8	30	50			
المجموع	60	100	60	100			

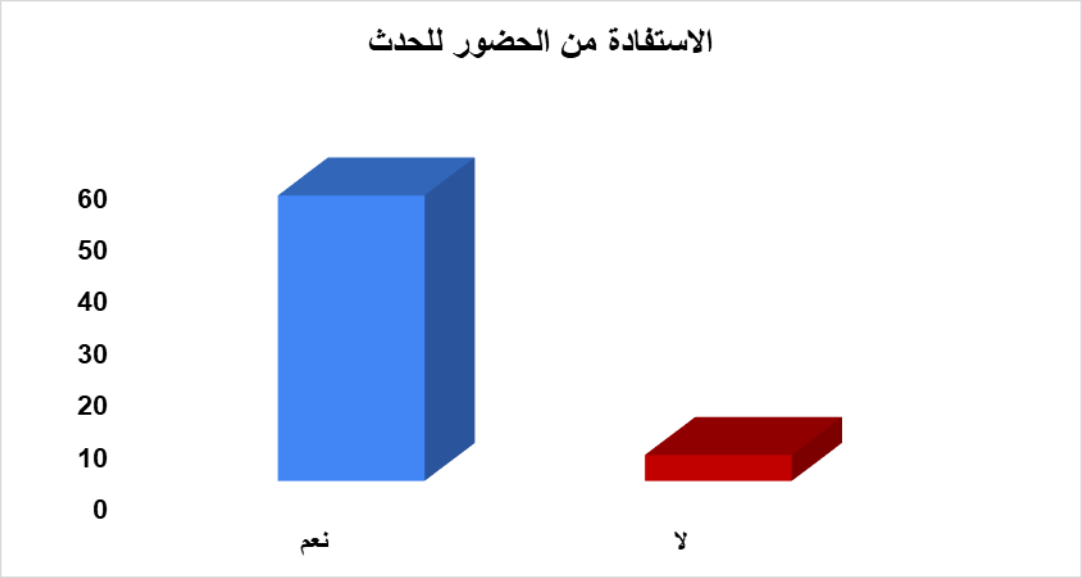
كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في استجابات أفراد العينة حول الاستفادة من الحضور للحدث، حيث أن أغلب أفراد العينة أجابوا بـ: **نعم** بما نسبته 92%، حيث نجد أن 55 فرد منهم يجدون أنهم استفادو فعلا من الحضور لفعاليات الحدث، بينما 5 أفراد فقط أجابوا بـ: **لا** بنسبة 8%، وبالعودة للعامل الإحصائي نجد أن قيمة اختبار χ المحسوبة قدرت بـ: **(41.66)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.01)** ودرجة حرية **(df= 1)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن حدث شهر التراث **له الأثر الإيجابي على الحاضرين والمشاركين فيه.**

توضح النتائج أن المشاركين وجدوا قيمة حقيقية في حضورهم، مما يشير إلى أن الفعالية كانت قادرة على تلبية توقعات الجمهور. الفائدة المكتسبة من الحضور تمثل عنصرًا أساسيًا في تعزيز الانتماء الثقافي وتحفيز المشاركة في الفعاليات المستقبلية.

يمكن اعتبار هذه النتائج دليلاً على أهمية تنظيم فعاليات ثقافية تقدم محتوى ذو قيمة ومفيد للجمهور، مما يعزز من رغبتهم في المشاركة في الأنشطة الثقافية مستقبلاً.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن الحدث كان له تأثير إيجابي كبير على الحضور، مما يعكس نجاح المنظمين في تقديم تجربة ثقافية غنية ومفيدة. يُنصح بالاستمرار في تنظيم مثل هذه الفعاليات والتركيز على تقديم محتوى يثري معرفة الجمهور ويعزز من مشاركتهم.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.



الشكل رقم (10): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول الاستفادة من الحضور للحدث 10. مكان تنظيم الحدث ومدته الزمنية كافيين ومناسبين بالنسبة لك أم لا.

للتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ لجودة التوفيق (حسن التطابق) لتحديد ما إذا كان هناك تطابق بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة في استجابات أفراد العينة حول مكان تنظيم الحدث ومدته الزمنية وهل كانا كافيين ومناسبين بالنسبة للمشاركين أم لا. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (11): اختبار (كا^2) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول مكان تنظيم الحدث ومدته الزمنية وهل كانا كافيين ومناسبين بالنسبة للمشاركين

هل مكان وزمان الحدث كانا مناسبين لك	التكرارات				قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	المشاهدة		المتوقعة				
	F	%	F	%			
نعم	44	73	30	50	13.06	0.000	دال إحصائيا
لا	16	27	30	50			
المجموع	60	100	60	100			

كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في استجابات أفراد العينة حول مدى مناسبة المكان والزمان المختارين لإقامة الحدث بالنسبة للمشاركين، حيث أن أغلب أفراد العينة أجابوا بـ: **نعم** بما نسبته 73%، حيث نجد أن 44 فرد منهم يجدون أن المكان المختار إقامة الحدث والزمان المقام فيه مناسبين لهم، بينما 16 فردا كانت إجابتهم بـ: **لا** بنسبة 27%، وبالعودة للعامل الإحصائي نجد أن قيمة اختبار χ المحسوبة قدرت بـ: **(13.06)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.01)** ودرجة

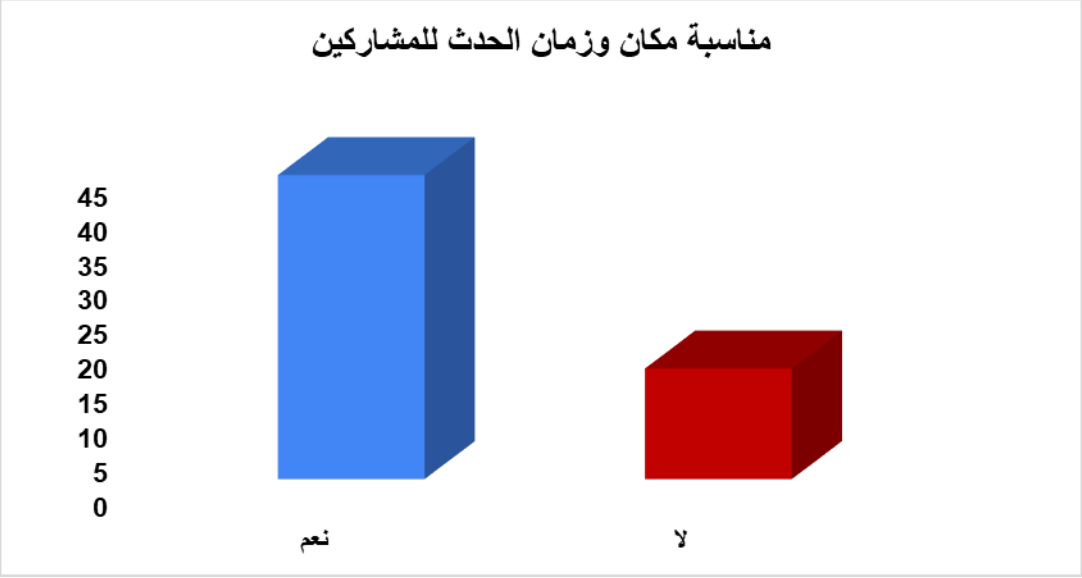
حرية **(df= 1)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن حدث شهر التراث **كان مناسب المكان والزمان بالنسبة للمشاركين فيه.**

توضح النتائج أن الغالبية العظمى من المشاركين كانوا راضين عن المكان والزمان، مما يساعد على تعزيز المشاركة والتفاعل. اختيار مكان مناسب يسهم في زيادة الحضور، وكذلك توقيت الفعالية يلعب دورًا مهمًا في جذب الجمهور.

يمكن اعتبار هذه النتائج مؤشرًا على أهمية التخطيط الجيد لمكان وزمان الفعاليات الثقافية، حيث يُعتبران من العوامل الرئيسية التي تؤثر في نجاح الفعالية ورضا الجمهور.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن المكان والزمان كانا عوامل رئيسية في نجاح الحدث. يُنصح بالاستمرار في اختيار مواقع وأوقات مناسبة لتعزيز المشاركة في الفعاليات الثقافية المستقبلية، مما يسهم في استدامة الاهتمام والانتماء الثقافي بين الجمهور.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.



الشكل رقم (11): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول مكان تنظيم الحدث ومدته الزمنية وهل كانا كافيين ومناسبين بالنسبة للمشاركين

11. رأي المشاركين في الأنشطة التفاعلية المصاحبة للحدث.

للتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار **(كا^2)** χ لجودة التوفيق (حسن التطابق) لتحديد ما إذا كان هناك تطابق بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة في استجابات أفراد العينة حول رأي

المشاركين في الأنشطة التفاعلية المصاحبة للحدث أم لا. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (12): اختبار (كا^2) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول رأيهم في الأنشطة التفاعلية المصاحبة للحدث

رأيك في الأنشطة التفاعلية المصاحبة للحدث	التكرارات				قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	المشاهدة		المتوقعة				
	F	%	F	%			
ممتعة	57	95	20	33	102.70	0.000	دال إحصائيا
غير ممتعة	2	3	20	33			
مملة	1	2	20	34			
المجموع	60	100	60	100			

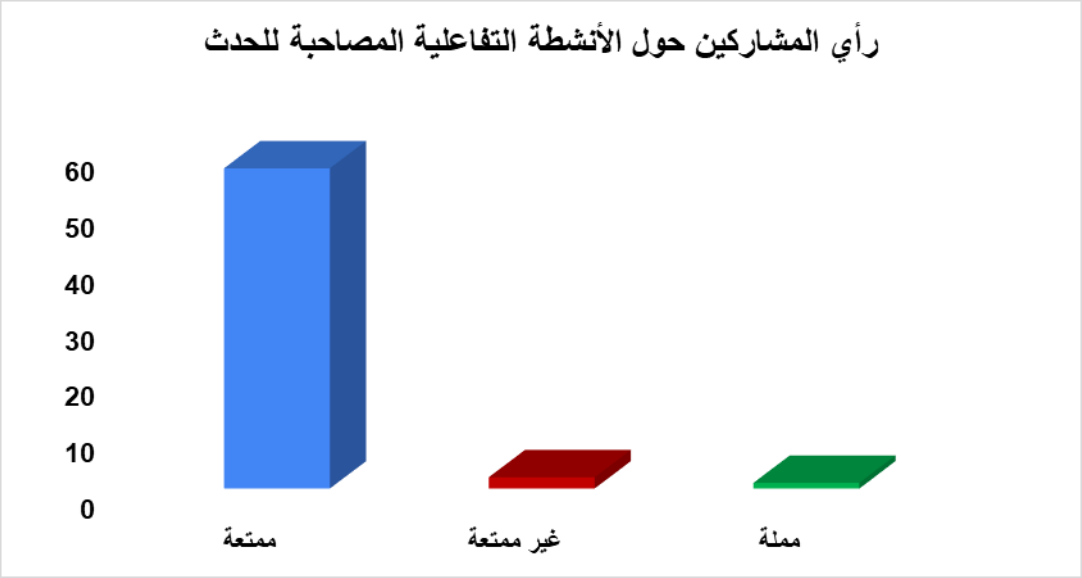
كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في استجابات أفراد العينة حول رأيهم في الأنشطة التفاعلية المصاحبة للحدث، حيث أن أغلب أفراد العينة يرون أن هذه الأنشطة كانت **ممتعة** بما نسبته 95%، حيث نجد أن 57 فرد منهم اختاروا هذا البديل، بينما 2 فردين فقط رأو أنها: **غير ممتعة** بنسبة 3%، فيما اختار 1 فرد واحد فقط البديل أنها **مملة** بنسبة 2%، وبالعودة للعامل الإحصائي نجد أن قيمة اختبار χ المحسوبة قدرت بـ: **(102.70)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.01)** ودرجة حرية **(df= 2)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن الأنشطة التفاعلية المصاحبة لحدث شهر التراث **كانت فعلا ممتعة وشيقة للمتابعين.**

توضح النتائج أن الأنشطة التفاعلية كانت فعّالة في تعزيز التجربة الثقافية، مما يشير إلى أن الجمهور يفضل المشاركة في أنشطة تفاعلية تعزز من فهمهم وتجربتهم للتراث الثقافي. الأنشطة الممتعة تساهم في جذب مزيد من الحضور وتعزز من التفاعل الاجتماعي بين المشاركين.

يمكن اعتبار هذه النتائج دعوة للمنظمين للاستمرار في تضمين أنشطة تفاعلية في الفعاليات المستقبلية، حيث تساهم في تعزيز الانتماء الثقافي وتحفيز المشاركة.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن الأنشطة التفاعلية كانت عنصرًا أساسيًا في نجاح الحدث، مما يعكس فعالية هذه الأنشطة في تحسين تجربة الجمهور. يُنصح بتطوير المزيد من الأنشطة التفاعلية في الفعاليات المستقبلية لضمان استمرارية الاهتمام والانخراط الثقافي.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.



الشكل رقم (12): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول رأيهم في الأنشطة التفاعلية المصاحبة للحدث

12. تقييم مستوى التنظيم العام لحدث افتتاح شهر التراث الثقافي حسب الجنس والمهنة للمشاركين.

وللتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ للاستقلالية، لتحديد ما إذا كان جنس المشارك أو مهنته لها علاقة بتقييمهم لمستوى التنظيم في افتتاح الحدث أم لا. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (13): اختبار (كا^2) للاستقلالية لتحديد الفروق في تقييم مستوى التنظيم في افتتاح الحدث تبعا لجنس المشارك ومهنته

الجنس	تقييم مستوى تنظيم افتتاح الحدث						المجموع		قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	ممتاز		مقبول		ضعيف						
	F	%	F	%	F	%	F	%			
ذكر	17	28	11	18	2	4	30	50	2.74	0.25	غير دال إحصائيا
أنثى	15	25	15	25	0	0	30	50			
المجموع	32	53	26	43	2	4	60	100			
المهنة	تقييم مستوى تنظيم افتتاح الحدث						المجموع		قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	F	%	F	%	F	%	F	%			
طالب	11	18	10	17	0	0	21	35	23.02	0.01	دال إحصائيا
موظف	9	15	11	18	0	0	20	33			

إعلامي	7	11	3	5	0	0	10	17		
ناشط	0	0	1	2	1	2	2	4		
حرفي	4	6	1	2	1	2	6	10		
فنان	1	2	0	0	0	0	1	2		
المجموع	32	52	26	44	2	4	60	100		

كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه لا توجد فروق في تقييم مستوى تنظيم افتتاح الحدث لدى عينة الدراسة حسب **الجنس (ذكور / إناث)**، حيث قدرت قيمة اختبار χ المحسوبة بـ **(2.74)** وهي قيمة غير دالة إحصائيا، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن متغير الجنس لدى أفراد العينة لا يرتبط بتقييمهم لمستوى تنظيم افتتاح الحدث، إذ نلحظ أن تقييم الحدث بين مجموعتي الذكور والإناث كانت جد متقاربة، حيث تصدر التقييم: **(ممتاز)** لدى كلى المجموعتين حيث بلغت نسبة 28% لدى الذكور و 25% لدى الإناث.

أما حسب المهنة فقد كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في تقييم مستوى تنظيم افتتاح الحدث لدى عينة الدراسة حسب **المهنة**، حيث قدرت قيمة اختبار χ المحسوبة بـ **(23.02)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.05)** ودرجة حرية **(df= 10)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن متغير المهنة لدى أفراد العينة يرتبط بتقييمهم لمستوى تنظيم افتتاح الحدث، إذ نلحظ أن تقييم مستوى تنظيم افتتاح الحدث بين مجموعات المهن كانت متباعدة نوعا ما.

تشير النتائج المتعلقة بتقييم مستوى تنظيم حدث "افتتاح شهر التراث الثقافي" إلى وجود تباين في الآراء بين الجنسين والمهن. فبينما كانت التقييمات العامة تشير إلى أن 53% من المشاركين قد قيموا التنظيم بأنه ممتاز، كانت هناك اختلافات ملحوظة حسب الجنس والمهنة.

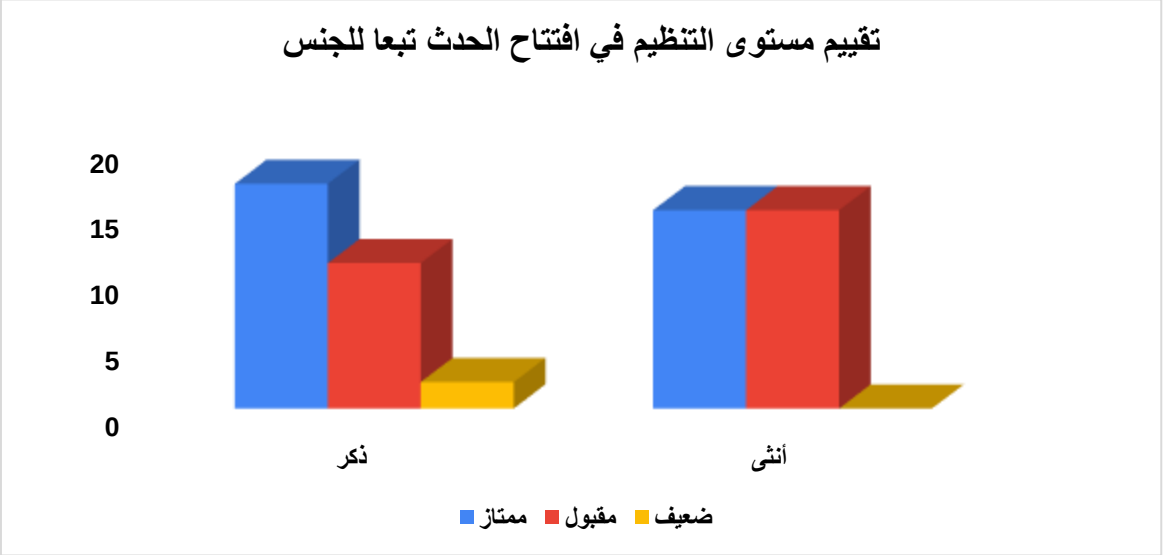
بالنسبة للجنس، لم تُظهر النتائج دلالة إحصائية(p−value = 0.25) ، مما يعني أن تقييم مستوى التنظيم لم يكن مرتبطًا بشكل قوي بالجنس. ومع ذلك، لوحظ أن الذكور يميلون أكثر إلى تصنيف التنظيم كـ "ممتاز" مقارنة بالإناث. هذا قد يعود إلى اختلافات في التجارب الفردية أو التوقعات فيما يتعلق بالفعاليات الثقافية. ربما يكون الذكور أكثر ميلًا للتفاعل مع الأنشطة، مما يؤثر على تقييمهم لتجربة التنظيم.

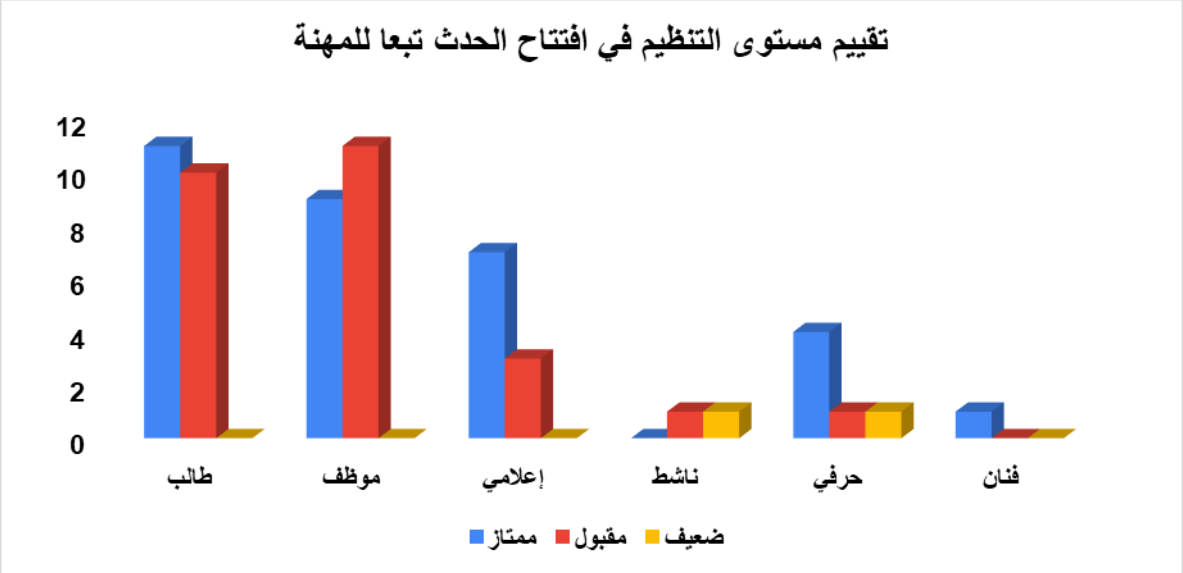
في المقابل، أظهرت النتائج دلالة إحصائية واضحة (p−value = 0.01) حسب المهنة، مما يشير إلى أن تقييم مستوى التنظيم مرتبط بشكل أكبر بالفئة المهنية. الطلاب كانوا الأكثر تقييمًا للتنظيم على أنه "ممتاز" (18%)، بينما كانت تقييمات الموظفين والإعلاميين أقل بكثير. هذا يمكن تفسيره بأن الطلاب قد

يكونون أكثر حماسًا للمشاركة في الفعاليات الثقافية، بينما قد يكون الموظفون والإعلاميون أكثر انتقادًا بسبب تجاربهم السابقة أو توقعاتهم العالية من الفعاليات.

يمكن القول إن الفروق في تقييم مستوى تنظيم الحدث تعكس تأثير التجارب الفردية والتوقعات، حيث أن الخلفيات المهنية والجنسية تلعب دورًا في كيفية إدراك المشاركين للفعالية. يُنصح بتحليل هذه الفروق بشكل أعمق لفهم احتياجات وتوقعات كل فئة، مما سيساعد في تحسين تنظيم الفعاليات المستقبلية.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.





الشكل رقم (13): أعمدة بيانية للفروق في تقييم مستوى التنظيم في افتتاح الحدث تبعا لجنس المشارك ومهنته.

عرض نتائج المحور الرابع: مساهمة حدث افتتاح شهر التراث الثقافي في تشكيل صورة مؤسسية قوية.

13. الانطباع العام عن المؤسسة المنظمة لحدث افتتاح شهر التراث الثقافي.

للتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ لجودة التوفيق (حسن التطابق) لتحديد ما إذا كان هناك تطابق بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة في استجابات أفراد العينة حول انطباعهم العام عن المؤسسة المنظمة للحدث، وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (14): اختبار (كا^2) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول انطباعهم عن المؤسسة المنظمة للحدث

ما انطباعك عن المؤسسة المنظمة للحدث	التكرارات				قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	المشاهدة		المتوقعة				
	F	%	F	%			
موفقة	51	85	20	33	72.10	0.000	دال إحصائيا
غير موفقة	4	7	20	33			
لا ادري	5	8	20	34			
المجموع	60	100	60	100			

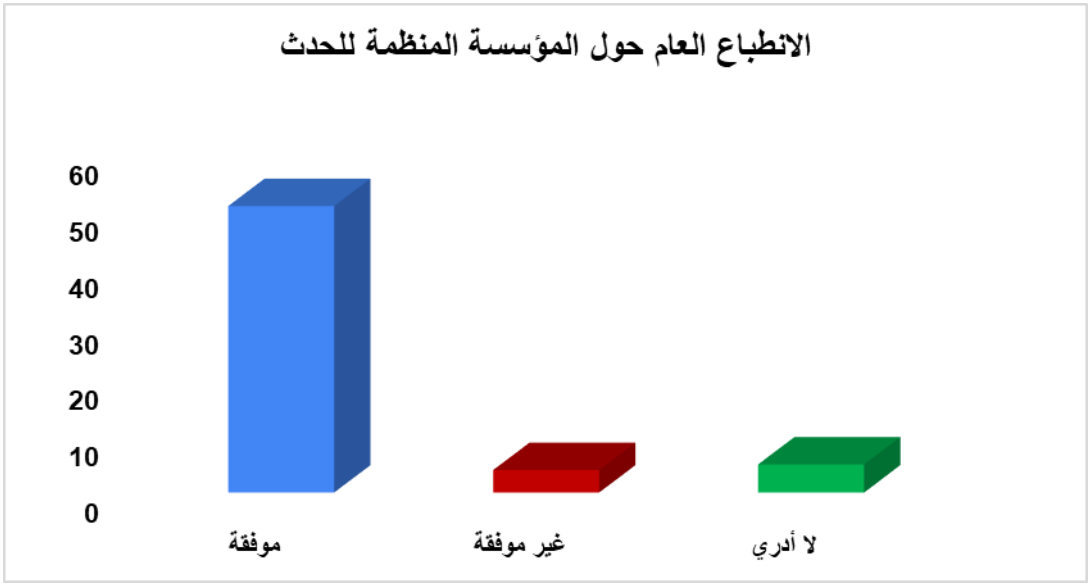
كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في استجابات أفراد العينة حول انطباعهم عن المؤسسة المنظمة للحدث، حيث أن أغلب أفراد العينة أجابوا بـ: **الموافقة** بما نسبته 85%، حيث نجد أن 51 فرد منهم يجدون أن المؤسسة المنظمة للحدث موفقة في ذلك، بينما 4 أفراد فقط أجابوا بـ: **غير موفقة** بنسبة 7%، في حين نجد أن 5 أفراد أجابوا بـ: **لا أدري** بنسبة 8%، وبالعودة للعامل الإحصائي نجد أن قيمة اختبار χ المحسوبة قدرت بـ: **(72.10)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.01)** ودرجة حرية **(df= 2)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن أفراد العينة كانوا **راضين عن المؤسسة المنظمة للحدث ويعتبرون أنها وفقت في عملية التنظيم.**

توضح النتائج أن الجمهور يشعر بالرضا عن أداء المؤسسة، مما يعكس نجاحها في تحقيق أهداف الفعالية وأثرها الإيجابي على صورة المؤسسة. انطباع الجمهور الإيجابي يمكن أن يعزز من مكانة المديرية كمؤسسة ثقافية رائدة، مما يسهم في جذب مزيد من المشاركين في الفعاليات المستقبلية.

كما أن هذه الصورة الإيجابية عن المؤسسة يمكن أن تعزز من ثقة المجتمع في تقديم المزيد من الأنشطة الثقافية، مما يسهم في تعزيز الانتماء الثقافي والاجتماعي.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن حدث "افتتاح شهر التراث الثقافي" ساهم بشكل كبير في تشكيل صورة مؤسسية متميزة عن مديرية الثقافة والفنون. يُنصح بالاستمرار في تنظيم فعاليات مشابهة لتعزيز هذه الصورة الإيجابية وزيادة التفاعل مع الجمهور.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.



الشكل رقم (14): أعمدة بيانية للفروق في الانطباع العام لأفراد العينة عن المؤسسة المنظمة للحدث

14. آراء أفراد العينة حول الأهمية التي توليها مديرية الثقافة للجمهور.

للتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ لجودة التوفيق (حسن التطابق) لتحديد ما إذا كان هناك تطابق بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة في استجابات أفراد العينة حول آرائهم ان كانت مديرية الثقافة لولاية المدية تولي الجمهور اهتماما وتوفر له تجارب ثقافية إيجابية. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (15): اختبار (كا^2) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول الأهمية التي توليها مديرية الثقافة للجمهور.

هل تولي المديرية اهتماما بالجمهور	التكرارات				قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	المشاهدة		المتوقعة				
	F	%	F	%			
نعم	55	92	30	50	41.66	0.000	دال

لا	**5**	**8**	**30**	**50**		**إحصائيا**
المجموع	**60**	**100**	**60**	**100**		

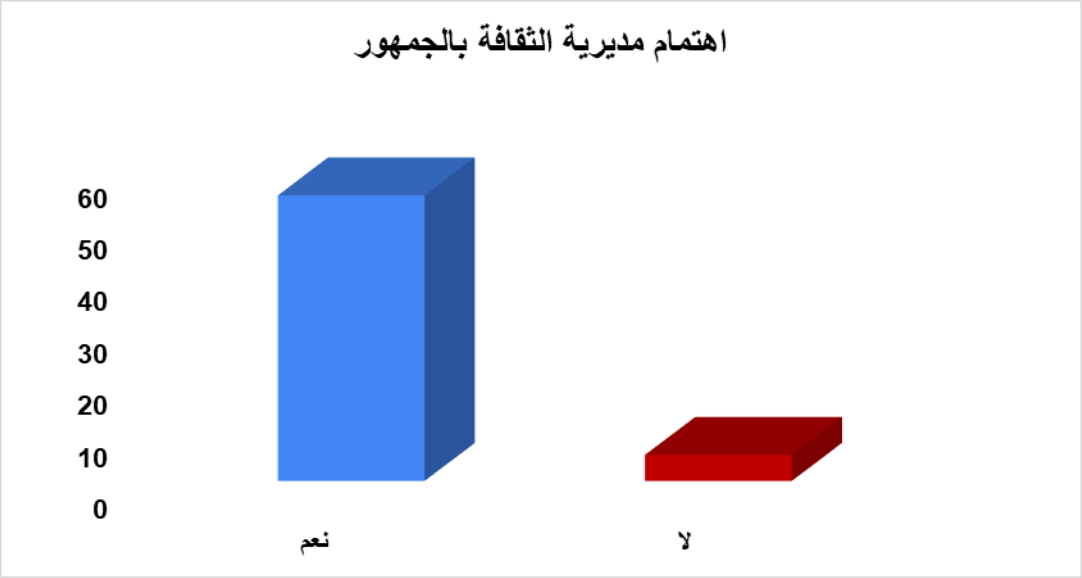
كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في استجابات أفراد العينة حول آرائهم بخصوص الاهتمام الذي توليه مديرية الثقافة لولاية المدية للجهمور، حيث أن أغلب أفراد العينة أجابوا بـ: **نعم** بما نسبته 92%، حيث نجد أن 55 فرد منهم يجدون أن مديرية الثقافة تولي اهتماما بالجمهور، بينما 5 أفراد فقط أجابوا بـ: **لا** بنسبة 8%، وبالعودة للعامل الإحصائي نجد أن قيمة اختبار χ المحسوبة قدرت بـ: **(41.66)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.01)** ودرجة حرية **(df= 1)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية تولي اهتماما بالجمهور وتوفر له تجارب ثقافية ايجابية.

توضح النتائج أن الجمهور يشعر بأن المديرية تهتم بتلبية احتياجاته وتفاعلاته، مما يعكس قدرة المديرية على التواصل الفعّال مع المجتمع. هذا الاهتمام يمكن أن يعزز من ثقة الجمهور في المؤسسة ويزيد من رغبتهم في المشاركة في الفعاليات المستقبلية.

يمكن اعتبار هذا الرضا عن اهتمام المديرية بالجمهور مؤشرًا على نجاح استراتيجيات التواصل والتنظيم المستخدمة، مما يسهم في بناء علاقة إيجابية بين المؤسسة والجمهور.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن المديرية نجحت في إظهار اهتمامها بالجمهور، مما يعزز من صورتها المؤسسية. يُنصح بالاستمرار في تطوير استراتيجيات التواصل مع الجمهور لضمان تلبية احتياجاتهم وتعزيز المشاركة في الفعاليات المستقبلية.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.



الشكل رقم (15): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول الأهمية التي توليها مديرية الثقافة للجمهور.

15. أراء أفراد العينة حول ان كان الانفتاح يعكس من قيم المؤسسة وأهدافها أم لا.

للتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ لجودة التوفيق (حسن التطابق) لتحديد ما إذا كان هناك تطابق بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة في استجابات أفراد العينة حول آرائهم ان كان الانفتاح يعكس من قيم المؤسسة وأهدافها أم لا. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (16): اختبار (كا^2) لحسن التطابق لتحديد الفروق في استجابات أفراد العينة حول ان كان الانفتاح يعكس من قيم المؤسسة وأهدافها أم لا

هل يعكس الانفتاح يعكس قيم المؤسسة	التكرارات				قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	المشاهدة		المتوقعة				
	F	%	F	%			
نعم	41	68	30	50	8.06	0.005	دال إحصائيا
لا	19	32	30	50			
المجموع	60	100	60	100			

كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في استجابات أفراد العينة حول ان كان الانفتاح يعكس من قيم المؤسسة وأهدافها أم لا، حيث أن أغلب أفراد العينة أجابوا بـ: **نعم** بما نسبته 68%، حيث نجد أن 41 فرد منهم يجدون أن انفتاح المؤسسة يعكس قيمها وأهدافها، بينما 19 فردا يرون العكس، حيث أجابوا بـ: **لا** بنسبة 32%، وبالعودة للعامل الإحصائي نجد أن قيمة اختبار χ المحسوبة قدرت بـ:

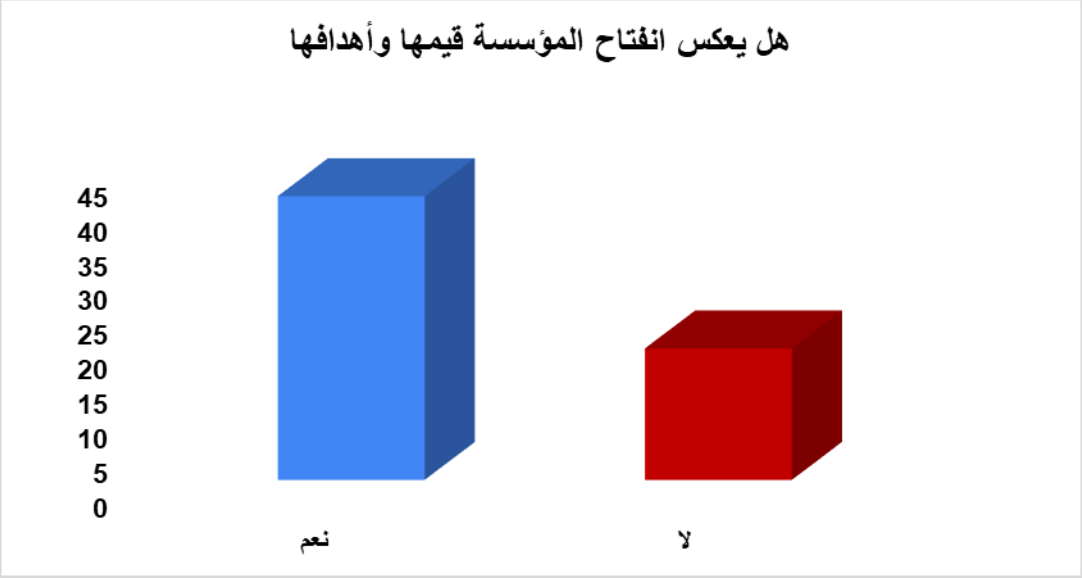
(8.06) وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.01)** ودرجة حرية **(df= 1)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن انفتاح المؤسسة يعكس قيمها وأهدافها.

توضح النتائج أن الانفتاح الذي تظهره المديرية يعزز من فهم الجمهور لقيمها، مثل الشفافية والتواصل الفعّال. هذا الانفتاح يمكن أن يعكس التزام المؤسسة بتعزيز الثقافة والفنون في المجتمع، مما يعزز من صورتها الإيجابية ويزيد من الثقة بين الجمهور والمؤسسة.

يمكن أن يؤدي هذا التوافق بين الانفتاح وقيم المؤسسة إلى تعزيز المشاركة المجتمعية وزيادة الانخراط في الفعاليات الثقافية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن انفتاح مديرية الثقافة والفنون يعكس قيمها الإيجابية، مما يسهم في تعزيز العلاقة بينها وبين الجمهور. يُنصح بالاستمرار في تبني استراتيجيات تواصل مفتوحة لتعزيز هذه الصورة وزيادة تفاعل الجمهور في الفعاليات المستقبلية.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.



الشكل رقم (16): أعمدة بيانية للفروق في استجابات أفراد العينة حول ان كان الانفتاح يعكس من قيم المؤسسة وأهدافها أم لا

16. الآراء حول التزام مديرية الثقافة والفنون بالحفاظ على التراث المحلي والوطني حسب كل من الجنس والمهنة للمشارك.

وللتحقق من صحة هذا الطرح تم اللجوء إلى اختبار (كا^2) χ للاستقلالية، لتحديد ما إذا كان جنس المشارك أو مهنته لها علاقة بآرائهم حول التزام مديرية الثقافة والفنون بالحفاظ على التراث المحلي والوطني أم لا. وتمثلت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (17): اختبار (كا^2) للاستقلالية لتحديد الفروق في آراء أفراد العينة حول التزام مديرية الثقافة والفنون بالحفاظ على التراث المحلي والوطني تبعا لجنس المشارك ومهنته.

الجنس	هل تنظيم المديرية للحدث يجعلها ملتزمة بالحفاظ على التراث المحلي				المجموع		قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	نعم		لا						
	F	%	F	%	F	%			
ذكر	23	38	7	12	30	50	8.15	0.006	دال إحصائيا
أنثى	30	50	0	0	30	50			
المجموع	53	88	7	6	60	100			
المهنة	هل تنظيم المديرية للحدث يجعلها ملتزمة بالحفاظ على التراث المحلي				المجموع		قيمة اختبار χ	مستوى الدلالة	القرار
	نعم		لا						
	F	%	F	%	F	%			
طالب	21	35	0	0	21	35	11.93	0.036	دال إحصائيا
موظف	19	32	1	1	20	34			
إعلامي	10	16	0	0	10	16			
ناشط	1	2	1	2	2	4			
حرفي	5	8	1	2	6	10			
فنان	1	2	0	0	1	2			
المجموع	57	95	3	5	60	100			

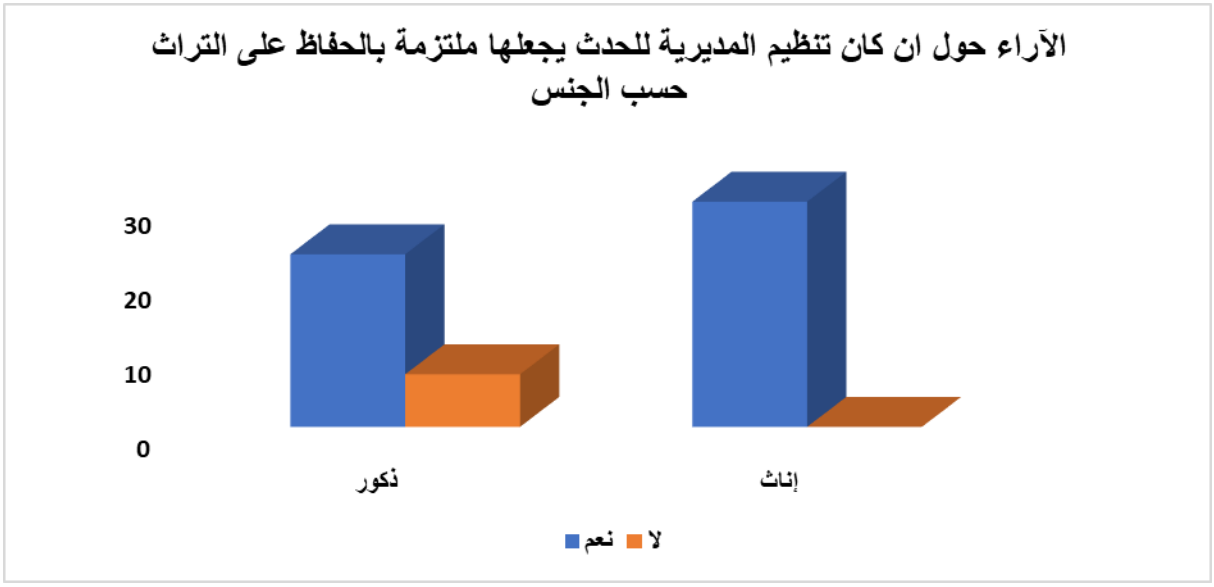
كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في الآراء حول التزام المديرية بالحفاظ على التراث المحلي والوطني بتنظيمها للحدث لدى عينة الدراسة حسب **الجنس (ذكور / إناث)**، حيث قدرت قيمة اختبار χ المحسوبة بـ **(8.15)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.01)** ودرجة حرية **(df= 1)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن متغير الجنس لدى أفراد العينة بآرائهم حول التزام المديرية بالحفاظ على التراث المحلي والوطني بتنظيمها للحدث، إذ نلحظ أن استجابات أفراد العينة من الجنسين

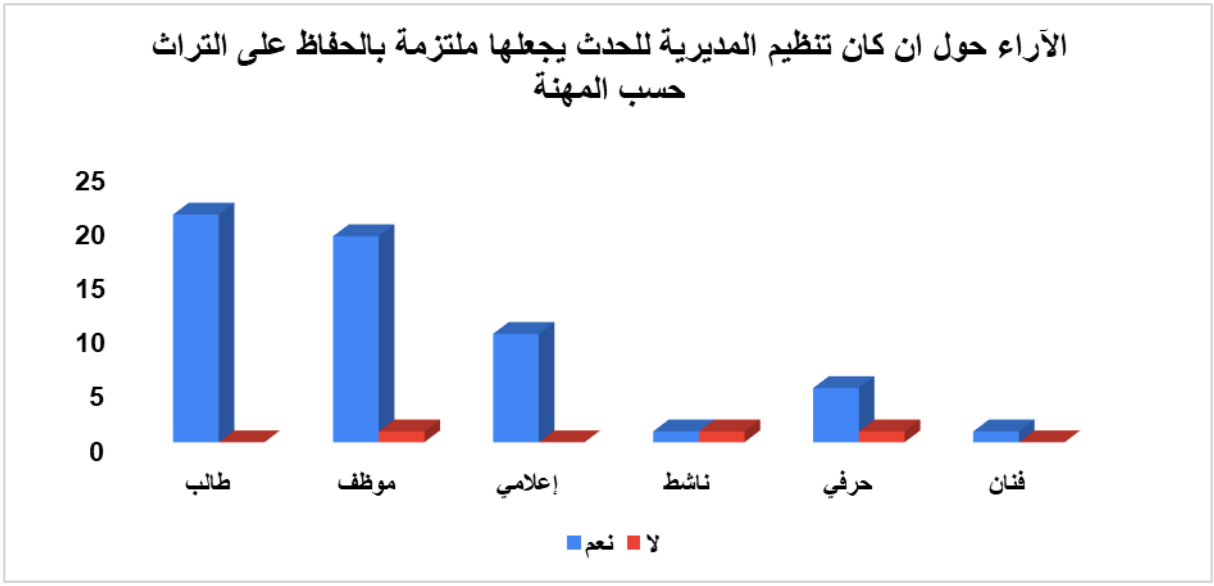
الذكور والإناث كانت متباينة، حيث جاءت الإجابة **(نعم)** لدى الذكور بنسبة 38% بينما لدى الإناث كانت بنسبة 50%.

أما حسب المهنة فقد كشف التحليل الإحصائي أعلاه أنه توجد فروق في الآراء حول التزام المديرية بالحفاظ على التراث المحلي والوطني بتنظيمها للحدث لدى عينة الدراسة حسب **المهنة،** حيث قدرت قيمة اختبار χ المحسوبة بـ **(11.93)** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة **(α= 0.05)** ودرجة حرية **(df= 5)**، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن متغير المهنة لدى أفراد العينة يرتبط بآرائهم حول التزام المديرية بالحفاظ على التراث المحلي والوطني بتنظيمها للحدث، إذ نلحظ أن آراء أفراد العينة حول التزام المديرية بالحفاظ على التراث المحلي والوطني بتنظيمها للحدث بين مجموعات المهن كانت متباعدة نوعا ما.

تشير النتائج إلى أن الجنس والمهنة يلعبان دورًا مهمًا في كيفية إدراك الأفراد لالتزام مديرية الثقافة والفنون بالحفاظ على التراث المحلي. بالنسبة للجنس، أبدى 38% من الذكور و50% من الإناث آراء إيجابية، مما يدل على توافق كبير في الرؤية بين الجنسين. الإناث، بشكل خاص، قد يكن أكثر ارتباطًا بالقيم الثقافية، مما يمكن أن يعكس حساسية أكبر تجاه التراث المحلي. أما بالنسبة للمهنة، فقد أظهر الطلاب أعلى نسبة من التأييد (35%)، مما يعكس حماسهم ورغبتهم في المشاركة في الفعاليات الثقافية، بينما أظهرت الفئات الأخرى مثل الموظفين والإعلاميين وعيًا أقل، ربما بسبب انشغالاتهم اليومية. على الرغم من ذلك، فإن جميع الفئات تعكس وعيًا بأهمية التراث، مما يشير إلى ضرورة الاستمرار في تنظيم الفعاليات التي تعزز هذا الالتزام وتدعم الهوية الثقافية للمجتمع.

والشكل الموالي يوضح الأمر أكثر.





الشكل رقم (17): أعمدة بيانية للفروق في آراء أفراد العينة حول التزام مديرية الثقافة والفنون بالحفاظ على التراث المحلي والوطني تبعا لجنس المشارك ومهنته.

عرض نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

1-نتائج المحور الثاني:

من خلال تحليل أسئلة المحور الثاني المتعلقة بتأثير حدث افتتاح شهر التراث الثقافي، يتضح أن الفعالية كانت ناجحة بشكل عام في تعزيز الوعي الثقافي والانتماء بين المشاركين. أظهرت النتائج أن غالبية الحضور (70%) قد وجدوا فرصة للتعبير عن آرائهم، مما يعكس بيئة تفاعلية تشجع على المشاركة. كما أشار 92% من المشاركين إلى أن الحدث أثر بشكل إيجابي على رغبتهم في حضور فعاليات مستقبلية، مما يدل على نجاح الحدث في جذب الانتباه وتحفيز الاهتمام بالثقافة والتراث.

ومع ذلك، كانت هناك رغبة ملحوظة في وجود مواضيع إضافية، حيث أشار 58% من المشاركين إلى أنهم كانوا يتمنون تناول مواضيع معينة غابت عن الحدث. هذه النتائج تشير إلى أهمية التنوع في المحتوى الثقافي لضمان تلبية احتياجات الجمهور.

لقد وافقت نتائج دراستنا مع دراسة "الحميدي" (2020)، حيث أظهرت كلا الدراستين أهمية الفعاليات الثقافية التي توفر بيئة تفاعلية وتعزز من شعور الانتماء الثقافي. في كلا الحالتين، كان هناك تأكيد على أهمية التنوع في المواضيع المقدمة، مما يعكس ضرورة تلبيتها لاحتياجات الجمهور.

2-نتائج المحور الثالث:

من خلال تحليل أسئلة المحور الثالث المتعلقة بطبيعة العلاقة التي تربط الجمهور الخارجي بحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي"، يتضح أن الحدث كان ناجحًا في تعزيز التجربة الثقافية للحضور. أظهرت النتائج أن غالبية المشاركين وجدوا المضمون واضحًا وسهل الفهم، كما كانت الأنشطة التفاعلية ممتعة وفعالة في جذب الجمهور.

على الرغم من أن الفروق في تقييم التنظيم لم تظهر دلالة إحصائية بين الجنسين، فإنها كانت ملحوظة حسب المهنة، حيث كان الطلاب الأكثر تقييمًا للإيجابية. هذا يشير إلى أن الفئة العمرية والمهنية تلعب دورًا مهمًا في كيفية إدراك المشاركين للفعاليات.

لقد وافقت نتائج دراستنا مع دراسة "الحميدي" (2020)، حيث أظهرت كلا الدراستين أهمية الفعاليات الثقافية في تعزيز التجربة الاجتماعية والثقافية للجمهور. كما اتفقت الدراستان على أن وضوح المضمون

والأنشطة التفاعلية هي عناصر رئيسية في نجاح الفعاليات، مما يعكس أهمية هذه العوامل في تعزيز الانتماء الثقافي والاجتماعي.

3-نتائج المحور الرابع:

تمثل نتائج المحور الرابع صورة إيجابية عن مديرية الثقافة والفنون، حيث أظهرت البيانات أن تنظيم حدث "افتتاح شهر التراث الثقافي" ساهم بشكل كبير في تعزيز صورة المؤسسة والتزامها بالحفاظ على التراث المحلي. أبدى معظم المشاركين انطباعات إيجابية حول اهتمام المديرية بالجمهور، واعتبروا أن انفتاحها يعكس قيمها المؤسسية. كما أظهرت النتائج توافقًا بين الجنسين والمهن المختلفة على أهمية الفعالية في تعزيز الوعي الثقافي.

تتوافق نتائج دراستنا مع دراسة "العسيري" (2021)، حيث تشير كلا الدراستين إلى أن تنظيم الفعاليات الثقافية يعزز من الصورة الإيجابية للمؤسسات ويزيد من التفاعل مع الجمهور. لذا، فإن استنتاجاتنا تدعم أهمية تنظيم مثل هذه الفعاليات كوسيلة لتعزيز الالتزام الثقافي والاجتماعي للمؤسسات.

النتائج العامة للدراسة:

تشير نتائج الدراسة إلى أن حدث "افتتاح شهر التراث الثقافي" حقق نجاحًا كبيرًا في تعزيز صورة مديرية الثقافة والفنون لدى الجمهور. فقد أظهر المشاركون انطباعات إيجابية حول تنظيم الفعالية، مما يعكس التزام المديرية بالحفاظ على التراث المحلي واهتمامها بالجمهور. البيانات الكمية والنوعية توضح أن الفعالية كانت فعالة في تعزيز الوعي الثقافي، حيث أبدى 85% من المشاركين تقديرهم لتنظيم الحدث.
علاوة على ذلك، أظهرت النتائج أن هناك توافقًا كبيرًا بين الجنسين والمهن المختلفة حول أهمية الفعالية في تعزيز الهوية الثقافية. الطلاب، على وجه الخصوص، كانوا الأكثر حماسًا، مما يدل على أهمية إشراك الشباب في الفعاليات الثقافية. كما أن الانفتاح الذي أظهرته المديرية يعكس قيمها المؤسسية، مما يعزز الثقة بين الجمهور والمؤسسة.

التوصيات والاقتراحات

1. زيادة الفعالية الثقافية

- **تنظيم فعاليات متعددة** :يُنصح بزيادة عدد الفعاليات الثقافية التي تركز على التراث المحلي. يمكن تنظيم مهرجانات، ورش عمل، وعروض فنية، مما يتيح للجمهور التفاعل بشكل أعمق مع ثقافتهم.
- **تنويع الأنشطة** :ينبغي أن تشمل الفعاليات أنشطة متنوعة تلبي اهتمامات مختلف الفئات العمرية والمهنية، مثل الفنون، الحرف التقليدية، والموسيقى الشعبية.

2. تحسين التواصل:

- **استراتيجيات تسويقية فعالة** :يجب تعزيز استراتيجيات التسويق والتواصل مع الجمهور عبر وسائل الإعلام الاجتماعية، النشرات الإخبارية، والملصقات. يمكن استخدام المنصات الرقمية لزيادة الوعي بالفعاليات.
- **تطوير موقع إلكتروني تفاعلي** :إنشاء موقع إلكتروني يحتوي على معلومات شاملة حول الفعاليات القادمة، بالإضافة إلى مدونة تسلط الضوء على التراث الثقافي والمبادرات المحلية.

3. تشجيع المشاركة المجتمعية

- **دعوة المجتمع للمشاركة** :ينبغي دعوة مختلف فئات المجتمع، بما في ذلك الطلاب والممارسين الثقافيين، للمشاركة في تنظيم الفعاليات وتقديم الأفكار. قد يسهم ذلك في تعزيز الشعور بالانتماء والانتماء للمؤسسة.
- **إنشاء لجان مجتمعية** :تشكيل لجان من أفراد المجتمع للمشاركة في التخطيط والتنفيذ، مما يعزز من تفاعلهم ويشجع على الابتكار في الفعاليات.

- تقييم مستمر:
- **إجراء استبيانات دورية** :يُنصح بإجراء تقييمات دورية للفعاليات من خلال استبيانات لجمع آراء الجمهور. يمكن استخدام هذه الملاحظات لتحسين التنظيم والتخطيط للفعاليات المستقبلية.
- **تحليل البيانات** :تحليل البيانات المستخلصة من الاستبيانات لفهم الاحتياجات والتوجهات الثقافية للجمهور بشكل أفضل.

4. تسليط الضوء على الفئات المهمشة

- **إشراك الحرفيين والفنانين المحليين** :ينبغي التركيز على إشراك الفئات المهمشة، مثل الحرفيين والفنانين المحليين، في الفعاليات لتعزيز التنوع الثقافي وإعطاء صوت لهم.
- **تنظيم معارض** :يمكن تنظيم معارض فنية تتضمن أعمال الحرفيين والفنانين المحليين، مما يعزز من تقدير المجتمع للفنون التقليدية.

5. تنمية الشراكات:

- **بناء شراكات استراتيجية** :يُنصح ببناء شراكات مع مؤسسات ثقافية أخرى ومنظمات غير حكومية لتعزيز الدعم والموارد المتاحة للفعاليات.
- **تعاون مع الجامعات والمدارس** :يمكن التعاون مع الجامعات والمدارس لنشر الوعي الثقافي بين الطلاب، مما يسهم في تعزيز الثقافة المحلية.

بتنفيذ هذه التوصيات، يمكن لمديرية الثقافة والفنون في ولاية المدية تعزيز دورها كمؤسسة رائدة في الحفاظ على التراث الثقافي وزيادة تفاعل المجتمع. إن تحسين التواصل، وزيادة الفعاليات، وتشجيع المشاركة المجتمعية، سيساهم في بناء هوية ثقافية قوية ومترابطة. من خلال الالتزام بهذه الاستراتيجيات، يمكن أن تُصبح المديرية مركزًا ثقافيًا نابضًا بالحياة يساهم بشكل فعال في تعزيز الثقافة المحلية وتعزيز الروابط الاجتماعية في المجتمع.

خلاصة الفصل:

تعد مديرية الثقافة والفنون بالمدية مؤسسة تعنى بالحفاظ على التراث وتعزيز النشاط الثقافي في الولاية، من خلال برامج وفعاليات متنوعة. وتتمثل مهامها في تنظيم التظاهرات الثقافية، ودعم الفنون، والتعريف بالموروث المحلي.

وفي إطار شهر التراث الثقافي ساهمت المديرية بدور أساسي في التحضير والإشراف على "**حدث افتتاح شهر التراث الثقافي**" على المستوى المحلي، مستعرضة خصوصيات ولاية المدية التاريخية والثقافية. بهدف ترسيخ الوعي بأهمية التراث لدى المواطنين وتعزيز ارتباطهم به.

خاتمة

خاتمة:

لقد سعت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور المحوري الذي يلعبه الاتصال الحدثي في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الثقافية الجزائرية، من خلال دراسة حالة مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية وتنظيمها لحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي" لسنة 2025. ومن خلال هذه المقاربة المنهجية الميدانية، تبيّن أن الاتصال عن طريق الحدث لا يمثل فقط أداة ترويجية بل هو استراتيجية متكاملة تهدف إلى ترسيخ قيم المؤسسة، والتفاعل المباشر مع الجمهور، وتعزيز حضورها الرمزي والاجتماعي في المحيط المحلي.

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن تنظيم الفعالية محل الدراسة ساهم بشكل واضح في تحسين الصورة الذهنية للمديرية لدى جمهورها الخارجي، من خلال حسن التنظيم، وتنوع الأنشطة الثقافية، والرسائل الاتصالية التي رافقت الحدث، مما أتاح فرصة لربط المؤسسة بالموروث الثقافي المحلي بطريقة تفاعلية وحيوية.

وقد تم التوصل إلى أن نجاح الاتصال الحدثي يرتبط بعدة عوامل منها: وضوح الأهداف الاتصالية، إشراك المجتمع المدني، توظيف الوسائط الحديثة، والاستثمار في العلاقات العامة. كما تبين أن الصورة الذهنية ليست مجرد انعكاس للحدث ذاته، بل هي نتيجة تراكمية للتجربة الاتصالية التي يعيشها الجمهور مع المؤسسة.

وفي ظل التغيرات التكنولوجية والاجتماعية التي يعرفها المشهد الثقافي، توصي الدراسة بضرورة تطوير استراتيجيات الاتصال الحدثي بما يتماشى مع متطلبات العصر، مع التركيز على إشراك الجمهور في صياغة مضمون الحدث، وتكثيف التكوين في هذا المجال داخل المؤسسات الثقافية، لضمان استدامة التأثير الإيجابي على الصورة الذهنية للمؤسسة وتعزيز حضورها الرمزي في الذاكرة الجماعية.

وهكذا، يمكن القول إن الاتصال الحدثي، إذا ما أُحسن استغلاله، يمثل رافعة أساسية في تعزيز الثقافة، وترسيخ الهوية، وبناء جسور الثقة بين المؤسسة والمجتمع.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية:

الكتب:

1. بسام بشير خلف، **بناء الصورة الذهنية وإدارة السمعة في المنظمات غير الربحية**، ط1، مؤسسة سالم بن محفوظ الأهلية، 2021.
2. حسين محمود هتيمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
3. ذوقان عبيدات، **البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه**، ط17، دار الفكر، عمان، 2015.
4. سعد سلمان المشهداني، **منهجية البحث العلمي**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019.
5. علي عجوة، **العلاقات العامة والصورة الذهنية**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1983.
6. فضيل دليو، **مدخل إلى منهجية البحث العلمي**، د ط، د د، الجزائر، 2024.
7. محمد سرحان علي المحمودي، **مناهج البحث العلمي**، ط3، دار الكتب صنعاء، 2019، ص 35.
8. محمد عبيدات وآخرون، **منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات**، ط2، دار وائل للطباعة، عمان، 1999.
9. موسى باقر، **الصورة الذهنية في العلاقات العامة**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.

المجلات:

1. أيوب رقاني وإدريس بولكعيبات، الاتصال عبر الحدث: المفهوم والاستخدام، **مجلة البحوث**، ع11، ج1، 2017.
2. أيوب رقاني، أثر الاتصال الحدثي على تفعيل العلاقات الجوارية، دراسة ميدانية بمؤسسة أحمد باي –بقسنطينة، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، ع49، 2018.
3. بدر الدين زمور وهيبة عيشاوي، الاتصال الحدثي كأداة استراتيجية لتعزيز صورة المؤسسة لدى جماهيرها، **المجلة الدولية للاتصال الإجتماعي**، م 09، ع 02، 2022.

4. سعاد بوطالب، **المؤسسات الثقافية ودورها في الترويج للتراث الثقافي اللامادي بالجزائر**، مكتبات المطالعة العمومية –نموذجا–، **مجلة رفوف**، م12، ع01، 2024.
5. سفيان فاسي وعبيدة صبطي، دور الاتصال الحدثي في تفعيل العمل التطوعي جمعية الخنساء أم الأيتام بولاية سطيف–أنموذجا–، **مجلة الروافد**، م 07، 2023.
6. عبد الرؤوف فهدي وادريس بوالعكيبات، **الاتصال الحدثي في المؤسسة الجزائرية والتوجه نحو رقمنته**، مقترح للاعتماد على الويب في خلق وتفعيل أحداث المؤسسة الجزائرية على مختلف مراحلها، **مجلة البدر**، جامعة صالح بوبندير قسنطينة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، قسم الاتصال والعلاقات العامة، م9، ع11، 2017.
7. فوزية سعاد بوجلابة، دور المؤسسة الثقافية المستدامة في تعزيز السباحة البيئية بالمناطق الأثرية، **مجلة معارف**، م16، ع2، 2021.
8. محمد در، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، **مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية** م9، دار المنظومة، الجزائر، 2016.
9. محمد كريم عرابيبة، وأمال نواري، الاتصال الحدثي بين التأسيس والتأصيل، **المجلة الدولية لاتصال الاجتماعي**، م3، ع1، 2016.
10. محمد كريم عرايبية وأمال نواري، لمحات حول الاتصال الحدثي: دراسة في الاشكال والتقنيات، **مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية**، م11، ع 01، 2021.
11. يوسف بومشعل، فعالية استراتيجيات الاتصال الحدثي في تعزيز سمعة المؤسسة، **مجلة المعيار**، م25، ع59، 2021.
12. الحميدي م، تأثير الفعاليات الثقافية على الانتماء الاجتماعي: دراسة حالة في المجتمع المحلي، مجلة الدراسات الثقافية، م15، ع2، 2020.
13. العسيري م، تأثير الفعاليات الثقافية على الصورة المؤسسية للمؤسسات، مجلة الثقافة والفنون، م10، ع3، 2021.

الرسائل والاطروحات:

1. حاج رابح صبرينة وحداد فتيحة، **الاتصال الحدثي في المؤسسات الثقافية، دراسة ميدانية في مديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة**"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص: اتصال

وعلاقات عامة، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2021-2022م.

2. حسان حجاج، **الاتصال الحدثي في المؤسسة التجارية والخدمية في الجزائر، دراسة حالة المؤسسات السياحية والثقافية**، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة قسنطينة، قسم الاتصال والعلاقات العامة، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، 2015-2016.
3. حفيظة حسيني، **الاتصال الحدثي ودوره في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية، دراسة ميدانية بدار الثقافة نوار بوبكر لولاية أم البواقي أنموذجا"**، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: علاقات عامة، جامعة العربي بين المهيدي –أم البواقي–، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ، قسم العلوم الإنسانية، 2018-2019م.
4. حفيظة حسيني، **الاتصال الحدثي ودوره في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية، دراسة ميدانية: دار الثقافة نوار بوبكر لولاية أم البواقي، نموذجا**، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: علاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، د س.
5. حكيمة محبوب، **واقع الاتصال الحدثي في المؤسسة الصناعية والتجارية والحرفية، غرفة الصناعة التقليدية والحرف مستغانم نموذجا**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس كلية العلوم الاجتماعية، شعبة الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، 2020/2019.
6. حمزة حاجي، استراتيجية الاتصال الحدثي في المؤسسة الثقافية الجزائرية، دراسة ميدانية في مديريتي الثقافة لولايتي الجزائر وقسنطينة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص: اتصال تنظيمي، جامعة قسنطينة 3 صالح بوبندير، كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري، قسم الاتصال والعلاقات العامة، 2019/2018.
7. حمزة حاجي، **مكانة الاتصال الحدثي في المؤسسة الثقافية الجزائرية: دراسة ميدانية في مديرية الثقافة لولاية قسنطينة**، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، م33، ع03، 2019.
8. خديجة ياسية وبثينة محمدي، واقع **الاتصال الحدثي في الجامعة الجزائرية: دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي اتصال وعلاقات عامة، 2019-2020.

9. زينب زموري، **المؤسسات الثقافية في التنمية الثقافية: دراسة ميدانية للمؤسسات الثقافية لمدينة بسكرة**، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع تخصص: علم اجتماع التنمية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، 2014-2015.

10. شكري بلعلوي، **واقع إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الثقافية الجزائرية: دراسة ميدانية للمؤسسات الثقافية بمدينة قسنطينة**، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، فرع: تنمية وتسيير الموارد البشرية، 2007-2008.

11. صبرينة حاج رابح وفتيحة حداد، **الاتصال الحدثي في المؤسسات الثقافية**، دراسة ميدانية في مديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2022/2021.

12. صليحة فرج الله وآخرون، **واقع الاتصال الحدثي في المؤسسات الاقتصادية الخاصة**، دراسة ميدانية بمطاحن عمر بن عمر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، 2018-2019.

13. لبنى تالي، **الاتصال المناسباتي في المؤسسة الجزائرية:** دراسة ميدانية في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة ODEJ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الاتصال، 2022/2021.

14. ماجدة فوايزية ونعيمة حمدي، **واقع الاتصال في المؤسسة العمومية الاقتصادية الجزائرية، دراسة حالة للمؤسسة الجزائرية للمياه، وحدة التوزيع ام البواقي**، مذكرة لنيل درجة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، 2024/2023.

15. محمد كريم عرايبية، **الاتصال الحدثي في المؤسسات الجزائرية التقنيات والآليات**، مؤسسة موبيليس نموذجا، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال،

تخصص: اتصال مؤسساتي، جامعة محمد الشريف مخبر الدراسات وأبحاث في الاتصال، مساعدية، سوق أهراس، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية 2019-2020.

16. نادية بوالكره، **الاتصال الحدثي وصناعة صورة المؤسسة الاقتصادية في الجزائر**: دراسة وصفية تحليلية لعينة من المؤسسات القطاع الخاص في الصناعة الالكترونية، أطروحة دكتوراه LMD، تخصص: علوم الإعلام والاتصال «جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال 2024/2023.

17. نوال علاوي، حمزة قويسمي، **دور الثقافة الاتصالية في تحسين الصورة للمؤسسة الجامعية**، دراسة ميدانية بمكتبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة بحي فارس بالمدية، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة يحي فارس بالمدية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، 2021-2022م.

المواقع الالكترونية:

1. الصفحة الرسمية لمديرية الثقافة والفنون لولاية المدية على فيسبوك، (موضوع: احتفالية الانطلاق الرسمي لفعاليات شهر التراث الثقافي لسنة 2025)، تم الاطلاع عليها بتاريخ 26 أفريل 2025، على الساعة: 09:30. https://www.facebook.com/directionculturemedea

2. نجم العيساوي، الاتصال المناسباتي أو الحدثي، مدونة الإعلام والعلاقات العامة، Https://hajmaLeesswi.blogspot.Com، 2019، ص04.

الوسائل السمعية البصرية:

1. القناة الأولى لتلفزيون العمومي الجزائري: "حصة صباح خير يا جزائر" (موضوع الحلقة: حول افتتاح فعاليات شهر التراث بولاية المدية)، بتاريخ 28 أفريل 2025م، على الساعة 09:20.

المقابلات:

1. حسب مقابلة مع السيد: إبراهيم ربحاوي، مدير دار الثقافة لولاية المدية، مقابلة أجريت يوم: 23 أفريل 2025م، بدار الثقافة لولاية المدية، على الساعة 13:40.

2. حسب مقابلة مع السيد: أحمد مربوش، رئيس مصلحة التراث الثقافي، مقابلة أجريت يوم 06 أفريل 2025م، بمقر مديرية الثقافة بالمدية، على الساعة 12:00.

3. حسب مقابلة مع السيد: علي بورويسي، رئيس مصلحة الإدارة و التكوين و التخطيط، مقابلة أجريت يوم 02 أفريل 202م، بمقر مديرية الثقافة بالمدية، على الساعة: 14:00.
4. حسب مقابلة مع السيد: فريد أحذي، رئيس مصلحة التنشيط الثقافي، مقابلة أجريت يوم 02 أفريل 2025م، بمقر مديرية الثقافة على الساعة 14:53.
5. حسب مقابلة مع السيدة: أحلام بوسرية، رئيسة مكتب السمعي البصري، مقابلة أجريت يوم 20 أفريل 2025م، بمقر مديرية الثقافة لولاية المدية على الساعة 11:11.
6. حسب مقابلة مع السيدة: أحلام بوسرية، رئيسة مكتب السمعي البصري، مقابلة أجريت يوم 05 ماي 2025م، بمقر مديرية الثقافة بالمدية، على الساعة 15:58.
7. حسب مقابلة مع السيدة: سامية يونسي، مديرة المتحف الجهوي للمجاهد بولاية المدية، مقابلة أجريت يوم 21 أفريل 2025م، بالمتحف الجهوي لولاية المدية، على الساعة 15:30.
8. حسب مقابلة مع السيدة: سامية يونسي، مديرة المتحف الجهوي للمجاهد بولاية المدية، مقابلة أجريت يوم 21 أفريل 2025م، بالمتحف الجهوي لولاية المدية، على الساعة 16:02.
9. حسب مقابلة مع السيدة: سليمة قاوة، **مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية**، مقابلة أجريت يوم 03 أفريل 2025م، بمقر مديرية الثقافة بالمدية، على الساعة 10:30.
10. حسب مقابلة مع السيدة: سليمة قاوة، مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية، مقابلة أجريت 29 أفريل 2025م، بمقر مديرية الثقافة بالمدية، على الساعة 10:02.
11. مقابلة مع السيد: علي بورويسي، رئيس مصلحة الإدارة والتكوين والتخطيط، مقابلة أجريت يوم: 27 أفريل 2025م، بمقر مديرية الثقافة بالمدية، على الساعة 09:40.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Anthony Babkine et Adrien Rosier, **Réussir l'organisation d'un événement**, Eyrolles édition d'organisation, 2011.
2. Ghalem Douar, **l'impact de la communication événemantielle sur l'image de l'entreprise** "**cas de CDES d'oran**"**,** Mémoire de Magestere, universieté abdelhamid Ibn badis-Mostaganem, Faculté des sciences économique, sciences de gestion et

des sciences commerciales, Département de sciences de gestion, spécialité : Marketing Management des entreprises, 2014-2015.

3. Le Guide Communication : n^0 03, "la communication évènementielle, 2020, p p 05-06.
4. Sarah Zebali et autres : "**Comment réaliser une bonne Communication événementiell**" ? Université lille1, 2011.
5. Si youcef Thiziri, **La Communication évènementielle : l'organisation d'un Salon**, Mémoire En Vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales, université Mouloud Mammeri de Tizi –ouzou, Faculté des Sciences Comerciales, option : Management Marketing, 2017-2018.

الملاحق

الملحق رقم 1 استمارة البحث.

جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

استبان حول:

توظيف الاتصال الحدثي في تشكيل الصورة الذهنية عن المؤسسة الثقافية الجزائرية، دراسة حالة تنظيم مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية لحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي".

في إطار إعداد مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة.

نتقدم إلى سيادتكم بهذا الاستبيان حول موضوع "توظيف الاتصال الحدثي في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الثقافية الجزائرية".

ملاحظة:

نرجو من سيادتكم التكرم بملأ الاستمارة بكل موضوعية، فمعلومات الاستمارة نستخدمها لأغراض علمية، يرجي وضع العلامة (x) في الخانة المناسبة وملأ الفراغات بالأجوبة، ولكم منا جزيل الشكر والتقدير على حسن الدعم والتعاون.

من اعداد:

- مفيدة رفاعي.
- فطيمة ربيح

تحت اشراف:

- د. موسى العيدي.

السنة الجامعية: 2024-2025

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. **الجنس:** ذكر { } – أنثى { } ☐

2. **السن:** 18–24 سنة { } 25–31 سنة ☐ } من 32 سنة ☐كثر{ } ☐

3. **المهنة:** طالب { } ناشط في جمع ☐ أو منظمة ثقافية { } موظف { } ☐ ☐

حرفي { } إعلامي { } ☐ { } ☐ ☐

إجابات أخرى: .....

المحور الثاني: طبيعة العلاقة التي تربط الجمهور الخارجي بحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي"، المنظم من قبل مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية.

4. هل علمت بحدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**" عن طريق:

دعوة شخصية ☐

تلفزيون ☐

إذاعة ☐

مواقع التواصل الاجتماعي ☐

إعلان عبر الصحف أو المجلات ☐

رسائل نصية ☐

5. ما الذي دفعك إلى المشاركة في حدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**"؟

الاهتمام بالتراث والثقافة المحلية ☐

الفضول الشخصي لمعرفة أنشطة المؤسسة ☐

الترفيه وقضاء وقت ممتع ☐

الحضور بدافع العمل ☐

تلبية الدعوة الرسمية من المؤسسة ☐

أسباب أخرى، أذكرها: .....

6. هل شعرت أن حدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**" وفر لك فرصة للمشاركة والتعبير عن رأيك؟

نعم ☐

لا ☐

إذا كانت الإجابة بـ"نعم"، ماهي هذه الفرصة؟

.....

7. هل ساهم حدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**"، في تعزيز شعورك بالانتماء إلى ثقافتك وتراثك؟

نعم ☐

لا ☐

علل في كلتا الحالتين: .....

8. هل أثر حضورك للحدث على رغبتك إيجابيا في حضور فعاليات أخرى؟

نعم ☐

لا ☐

9. هل كانت هناك مواضيع كنت تود أن يتم التركيز عليها خلال حضورك للحدث الثقافي، لكنها لم تبرز بشكل كاف؟

نعم ☐

لا ☐

إذا كانت الإجابة بـ "نعم"، ماهي هذه المواضيع؟

.....

المحور الثالث: المضامين والرسائل الاتصالية التي تضمنها حدث "افتتاح شهر التراث الثقافي"، وتقييم تأثيره في تشكيل اتجاهات واهتمامات الجمهور الخارجي للمؤسسة.

10. هل كان مضمون الحدث واضحا وسهل الفهم بالنسبة لك؟

نعم ☐

لا ☐

إذا كانت الإجابة بـ "لا"، ماهي النقاط التي لم تكن واضحة؟

.....

11. هل كان موضوع الحدث تفاعليا ويشجع على المشاركة؟

نعم ☐

لا ☐

إذا كانت الإجابة بـ "لا"، علل ذلك؟

.....

12. هل استفدت من حضورك للحدث؟

نعم ☐

لا ☐

إذا كانت الإجابة بـ "نعم"، فيما تتمثل هذه الاستفادة؟

.....

13. هل تعتقد أن مكان اختيار تنظيم الحدث مدته الزمنية كانا كافيين ومناسبين لك؟

نعم ☐

لا ☐

إذا كانت الإجابة بـ "لا"، ماذا تقترح؟

.....

14. ما رأيك في الأنشطة التفاعلية المصاحبة للحدث؟

ممتعة ☐

غير ممتعة ☐

مملة ☐

15. ما تقييمك لمستوى التنظيم العام لحدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**"؟

ممتاز ☐

مقبول ☐

ضعيف ☐

المحور الرابع: مساهمة حدث "افتتاح شهر التراث الثقافي" في تشكيل صورة مؤسسية متميزة عن مديرية الثقافة والفنون "لدى الجمهور الخارجي"

16. ما هو انطباعك العام عن المؤسسة المنظمة لحدث "**افتتاح شهر التراث الثقافي**"؟

موفقة ☐

غير موفقة ☐

لا أدري ☐

17. بناء على تجربتك في شهر التراث، هل تشعر أن "مديرية الثقافة والفنون لولاية المدية"، تولي اهتماما بالجمهور، وتوفر له تجارب ثقافية إيجابية؟

نعم ☐

لا ☐

18. هل تعتقد أن حدث الافتتاح عكس من قيم المؤسسة وأهدافها؟

نعم ☐

لا ☐

إذا كانت الإجابة بـ "لا"، علل ذلك؟

.....

19. هل تعتبر أن مديرية الثقافة والفنون، من خلال تنظيمها لحدث "افتتاح شهر التراث الثقافي". هي ملتزمة بالحفاظ على التراث المحلي والوطني؟

نعم ☐

لا ☐

علل في كلتا الحالتين: .....

20. هل ترغب بالمشاركة والحضور في مناسبات أخرى تنظمها المؤسسة مستقبلا؟

نعم ☐

لا ☐

21. في رأيك، ماهي الجوانب التي ينبغي على المؤسسة تطويرها أو ابرازها في فعالياتها المستقبلية؟

.....

الملحق رقم 02: صور افتتاح حدث شهر التراث الثقافي 2025 بولاية المدية.











الملحق رقم 03: صور الألبسة التقليدية.
































الملحق رقم 04: المأكولات التقليدية.















الملحق رقم 05: الأواني التقليدية والتحف الفنية

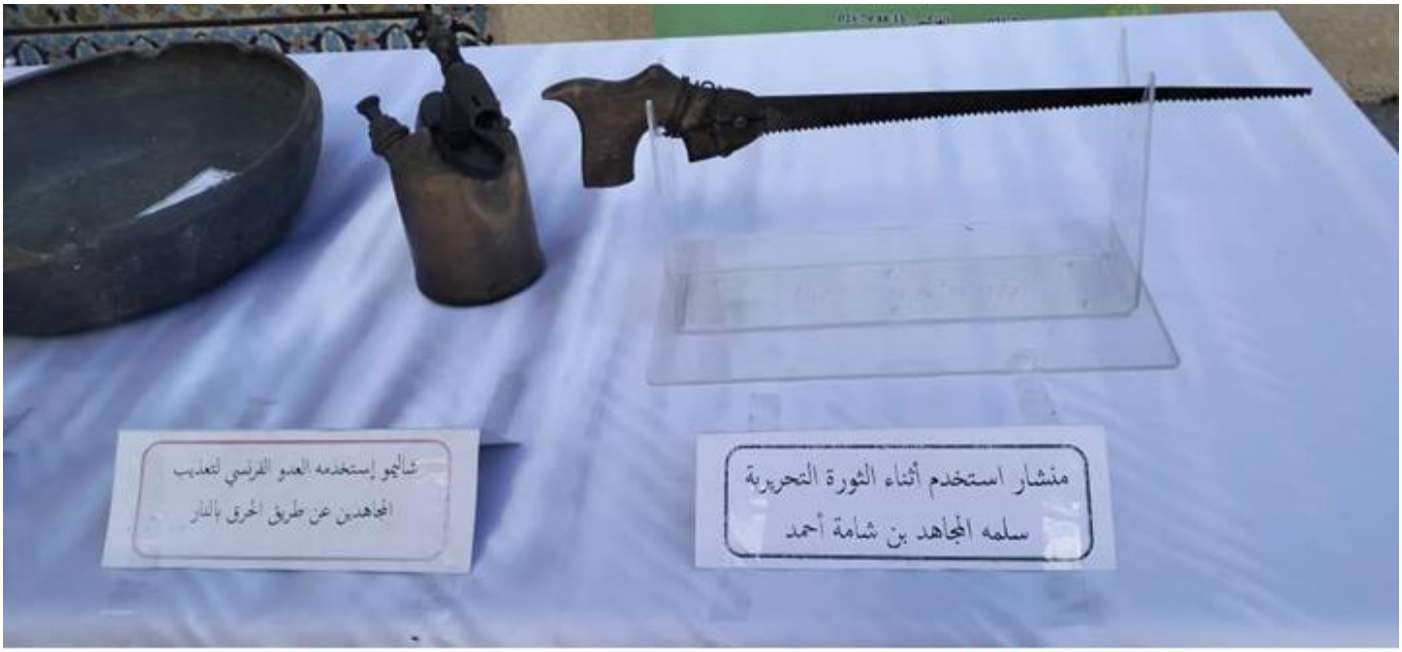











شاليمو إستخدمه العدو الفرنسي لتعذيب
المجاهدين عن طريق الحرق بالنار
منشار استخدم أثناء الثورة التحريرية
سلمه المجاهد بن شامة أحمد












غربال استخدم من طرف المرأة أثناء الثورة التحريرية
طاجين استعمل إبان الثورة التحريرية


72
مشط للنسيج
إناء استعمل لشرب الماء
قمر للطبخ استعمله المجاهدون بمنطقة أولاد سدان


هاتف استعمل أثناء الحقبة الإستعمارية للمجاهد سراج راح المدعو العيد
مطحنة يدوية خاصة بالقهوة
غربال للتسميد استعمل أثناء الثورة التحريرية

الملحق رقم 06: التراث اللامادي



















الملحق رقم 07: ثورة التحرير الوطني.







الملحق رقم 08: وثائق تاريخية عن ولاية المدية










مديرية الثقافة والفنون
ولاية المدية
مراحل التطور العمراني للمدينة العتيقة
LA VILLE TURQUE
L'ENCEINTE
LA CASERNE
LES MOSQUES
Epoque Ottomane


بطاقة تعريفية للمتحف الجهوي
للمجاهد بالمدية
العقيد سي لمحمد بوقارة


مديرية الثقافة والفنون
ولاية المدية
القطاع المحفوظ لمدينة المدية
تاريخ تليد وحاضر مجيد
لمحة تاريخية
النشأة والحدود

الملحق رقم 09: رسومات ولوحات فنية



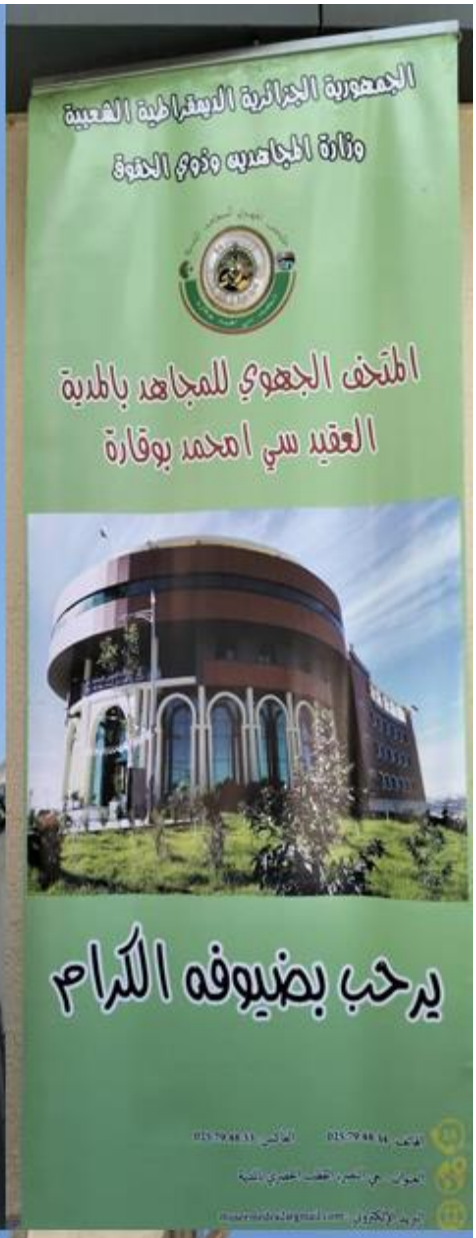









المتحف الجهوي للمجاهد
العقيد سي امحمد بوقارة


الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة المجاهدين وذوي الحقوق
المتحف الجهوي للمجاهد بالمدية
العقيد سي امحمد بوقارة
يرحب بضيوفه الكرام


المتحف
الجهوي للمجاهد العقيد