

تنظيم التظاهرات: الاتصال الثقافي وحماية الخصوصيات المحلية

دراسة بالمؤسسة الثقافية مالك حداد قسنطينة

أ/ حورية زروق - كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة قسنطينة 3
د/ نصر الدين بوزيان - كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة قسنطينة 3

تاريخ الاستقبال: 2018/02/24

تاريخ القبول: 2018/07/01

الملخص:

يحاول هذا المقال تسليط الضوء على الدور الذي يمكن أن تقوم به المؤسسات الثقافية المحلية في مجال حماية الخصوصيات المحلية في ظل المد "الجارف" للعولمة، وذلك من خلال التظاهرات التي تنظمها والاتصال الثقافي الذي تقوم به.

وسيتيم التركيز على المؤسسة الثقافية مالك حداد بقسنطينة كنموذج نحاول من خلاله استجلاء بعض النقاط والممارسات ذات الصلة.

Résumé :

Cet article se présente comme une tentative dédiée à mettre en lumière le rôle qui peut être joué par les institutions culturelles en matière de préservation des spécificités locales devant un courant tenace de globalisation. Un rôle qui peut être assuré notamment par l'organisation des manifestations et la communication culturelle faite par ces institutions.

L'article se focalise sur le cas de l'institution culturelle Malek Haddad de Constantine comme exemple en tentant de mettre en relief des idées et des pratiques en la matière.

مقدمة :

في ظل التحولات والتطورات السريعة التي شهدتها العالم في أواخر القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين خصوصا، وجدت الكثير من الدول نفسها مجبرة على مواجهة ظاهرة العولمة التي تقوم على السيطرة والهيمنة الغربية اجمالا والأمريكية على وجه الخصوص.

وقد أدركت مختلف الدول والمجتمعات -على ما يبدو- أن العولمة لا تؤمن بالحدود الجغرافية ولا تقييم وزنا للثقافات المحلية، فهي تفرض نموذجا موحدا للعالم وثقافة واحدة تعبر عن ثقافة "المركز" والأقوى. وفي هذا الشأن قال "فيدير ستون" أن العولمة تتضمن الامتداد الخارجي للثقافة المحلية المعنية إلى أقصى حدودها أي العالم أجمع، فتصبح الثقافات المختلفة منخرطة في الثقافة الغالبة التي سوف تغطي بعد حين جميع العالم¹.

ومن هذا المنطلق يبرز في تقديرنا أهمية بلورة أفعال وردود أفعال لحماية الثقافة المحلية والمحافظة عليها بل وترقيتها، وهو ما يستوجب انخراطا قويا للمؤسسات الثقافية وعملا جاد من قبلها للاستفادة سيما من الاتصال ووسائله التكنولوجية المعاصرة وما تمثله من فرص، فعولمة العالم أو السيطرة الثقافية الغربية على سائر الثقافات هي في نهاية المطاف عبارة عن عملية اتصالية أجادت توظيف جملة من الوسائل الإعلامية والاتصالية.

وعليه نقدر أن الاتصال عنصر حيوي وحساس وعامل محوري واستراتيجي لا يمكن الاستغناء عنه في تفعيل دور المؤسسات الثقافية وخدمة أهدافها وتحقيق النتائج المرجوة سيما في مجال حماية الخصوصية وتعزيز الهوية الثقافية... في وقت يبدو فيه أن العولمة باتت واقعا يتمحور النقاش حول مسار اندماج الثقافات فيها².

وقد عرف الاتصال في المؤسسات الثقافية أشكالا عديدة ومتفاوتة الأهمية حيث ارتبط في كل مرة بوضع المؤسسة في المحيط الذي تنشط فيه وتأثر بانتقالها من نظام مغلق إلى آخر مفتوح تحاول فيه المؤسسة التأثير على المحيط من كونه ميدانا للاستهلاك واتباع الشروط السائدة مجتمعيا إلى منطقة ثقافية بأسرها وميدانا لإنتاج الثقافة المبدعة.

بمعنى آخر، لم يعد كاف أن تهتم المؤسسات الثقافية بجمهورها الداخلي لضمان وصول المعلومة وسهولة إنتقالها بين الأجزاء المختلفة للتنظيم، بل وجب عليها إعداد خطة استراتيجية للاتصال بجمهورها الخارجي الواسع، وهو ما يجعل من وسائل الاتصال والعلاقات العامة للمؤسسة عموما والمؤسسة الثقافية خصوصا من أهم الوسائل والآليات التي تساعد في نشر الثقافات.

بسمه فنور. الرسالة الإشهارية في ظل العولمة. مذكرة مكملة غير منشورة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال. جامعة منتوري قسنطينة. 2008. ص13.

² - ESMAEILI Reza and others. Cultural integration in globalization processes and strengthening national-ethnic culture of societies. In: *Journal of culture-communication studies*. Vol 15. N: 25. Spring 2014. P149.

وتلعب الأنشطة الثقافية والاتصالية -التي تأتي عادة في شكل مخططات تعبر عن استراتيجية المؤسسات الثقافية وتنظم في إطار الدور والمسؤولية الاجتماعية لها- دورا محوريا خصوصا اذا ما تعلق الأمر بالأنشطة المنظمة على نطاق واسع وخارج الروتين المؤسساتي المتعارف عليه، بحيث يشارك فيها عدد كبير نسبيا من الجماهير، وتصب في خدمة أهداف اقتصادية واجتماعية ومهنية، وتساهم في تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة والأهداف الخاصة للعلاقات العامة.

ومن بين أبرز أوجه تظاهر وتجلي الأنشطة الثقافية والاتصالية تنظيم التظاهرات الثقافية المختلفة على غرار المؤتمرات، الحفلات، اللقاءات، المسابقات والندوات والمعارض، وهي تظاهرات تقوم بها المؤسسات الثقافية ومن شأنها أن تتحول لأحداث تحظى بمتابعة كبيرة من طرف وسائل الإعلام، هذه الأخيرة التي من شأنها المساعدة في مواكبة التطورات الثقافية المختلفة، إبراز الأنشطة الثقافية وتحقيق جملة من الأهداف التي تتعدى مجرد الإخبار إلى تناقل قيم وتراث ثقافي بين الأجيال كما يشير إلى ذلك "لاسويل"³.

وعلى هذا الأساس يأتي هذا المقال ليحاول تسليط الضوء على ما تقوم به المؤسسة الثقافية مالك حداد وهي إحدى المؤسسات الثقافية الجزائرية التي تنشط على المستوى المحلي بولاية قسنطينة التي سبق لها وأن احتضنت تظاهرة ثقافية مهمة "قسنطينة عاصمة الثقافة العربية" والتي تصب في مغزاها في هذا الاتجاه أي حماية الخصوصيات الثقافية في ظل المد "الجارف" للعولمة وتبعاتها.

يضاف إلى ذلك جهود السلطات العمومية، فقد شرعت الجزائر في إعادة بعث تنمية ثقافية بعد الأزمة الأمنية التي عاشتها في التسعينيات وعملت على الإرتقاء كما ونوعا بالأنشطة والتظاهرات الثقافية وكذا الانتاج الثقافي والفني وصناعة جمهور مرتبط بالثقافة، وهو ما تطلب منها تخطيطا ثقافيا وبعث العديد من الأنشطة. وبالنظر للدور الكبير الذي تحتله التظاهرات الثقافية في عمل السلطات العمومية، ارتأينا التركيز عليها.

1- تنظيم التظاهرات الثقافية: الوجه الآخر لصناعة الحدث

بشكل بسيط وإجرائي، تعد التظاهرة الثقافية عبارة عن حدث ثقافي تنتجه وتنظمه وتقوم به المؤسسات الثقافية المختلفة. وتجدد الإشارة إلى وجود فرق جوهري بين تنظيم التظاهرات الثقافية والحدث الثقافي، فليست كل تظاهرة حدثا بالضرورة. لكن هذا التبسيط والتقديم الاجرائي يأخذ بالغايات والمآلات ويتفادى الخوض في جدل نظري واسع. بمعنى آخر تهدف المؤسسات الثقافية من خلال تنظيم التظاهرات الثقافية إلى خلق حدث ثقافي يلقي الاقبال والاهتمام، فالتظاهرة هي في غايتها اتصال عبر الحدث وبه.

- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط3. الدار المعرفية اللبنانية. القاهرة. مصر. 2002. ص71. ³

وعلى هذا الأساس، يتقاطع تنظيم التظاهرات والأحداث فكأنه تنظيم للثتين معا والأول يؤدي للثاني إن تحكمت المؤسسات الثقافية في العملية، فتنظيم التظاهرات مثلها مثل أي عملية صناعة حدث تمر بمراحل محورية⁴؛ الأولى تصورية تشمل تحديد الأهداف، اختيار نوع التظاهرة الأنسب واستخلاص صفات الجمهور المستهدف، ومحاولة ربط كل ذلك بموقع المؤسسة الثقافية، أهدافها، جماهيرها. والمرحلة الثانية اجرائية تعنى بتحديد محتوى التظاهرة، مدتها، الاحتياجات الضرورية، اختيار الفترة، تحديد الفضاءات، اختيار الموارد البشرية. أما المرحلة الثالثة فهي تنفيذية تقوم على تطبيق ما تم التخطيط والاعداد له.

فواضح بالتالي أن تنظيم التظاهرات والإعداد الحدثي لها يعتمد على توفير مجموعة من الشروط والظروف المناسبة وإتباع عدد من الخطوات التي يجب أن يراعى فيها بشكل كبير العمل الجماعي، التنسيق والتنظيم كون الدقة واحترام الخطة المتفق عليها من أصعب تحديات تنظيم العمليات الاتصالية سواء تلك المعتمدة على الحدث أو التظاهرة أو بالأحرى التظاهرة الحدث، فعملية تنظيم الحدث ليست عملية سهلة إنها "مهنة ككل"⁵، وكل خطواتها تعد مهمة وحاسمة؛ فاختيار طبيعة التظاهرة وموضوعها بما يتناسب مع نشاط وأهداف المؤسسة الثقافية يتطلب التفكير والتنسيق، وتحديد الجماهير المستهدفة يستوجب هو الآخر جملة من العمليات الفرعية. كما أن اختيار المكان المناسب له العديد من المتطلبات على غرار تهيئته فزيائيا ليساهم في إضفاء الجو الاجتماعي على السياق العام للتظاهرة إعطائه شكل ذو دلالة فعالة وجدية تمكن من تحقيق الأهداف...⁶، مع الحرص على اختيار التاريخ والتوقيت الملائم وغيرها من العمليات التي قد تبدو سهلة وبسيطة لكن لها تأثير كبير في انجاح التظاهرة والحدث الثقافي.

2- التظاهرات الثقافية، الاتصال الثقافي وحماية الخصوصيات:

تعتبر التظاهرات الثقافية في جوهرها عن عملية اتصالية بامتياز، فهي تصب لا محالة في خدمة جملة من الأهداف الاتصالية للمؤسسات الثقافية والتي قد تأخذ بعدا داخليا (تتعلق بالمؤسسة الثقافية ومستخدميها) أو خارجيا (تتعداها إلى جمهور أوسع) على غرار تدعيم صورة وسمعة المؤسسة وتحقيق الانتشار الإعلامي، المساهمة في بناء هوية وثقافة المجتمع، تقديم خدمة ثقافية عمومية، زيادة التكيف بين المؤسسة وجماهيرها وتحقيق مشاركة وتأييد أوسع لجماهيرها، إعلام الجماهير بنشاطاتها وإنجازاتها، إقامة علاقات مع مؤسسات أخرى والمساهمة في تحقيق انطباع طيب عن المؤسسة إضافة إلى توطيد الصلة بين المؤسسة الثقافية وجماهيرها...⁷

⁴ - Lyne Branchaud. L'organisation d'un événement : Guide pratique. Presses de l'Université du Québec. 2009.

⁵ - Anthony Babkine, Adrien Rosier. Réussir l'organisation d'un événement. Groupe Eyrolles, 2011.

⁶ حسان حجاج. الاتصال الحدثي في المؤسسة التجارية والخدمية في الجزائر. مذكرة مكملة غير منشورة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال. جامعة صالح بونيدر قسنطينة -3-. الجزائر. 2016. ص107.

- محمد منير حجاب. الاتصال الفعال للعلاقات العامة. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة. 2007، ص414. ⁷

وعلى هذا الأساس يعتبر الاتصال عن طريق بل وبالحدث محوريا، بمعنى آخر فإن تنظيم التظاهرات الثقافية المختلفة تسمح بإيجاد فرص وسياقات اتصالية لإيصال العديد من الأفكار والمعلومات بل بإمكانها في بعض الحالات أن تعزز قيما وممارسات ثقافية خصوصا اذا ما وفقت المؤسسات الثقافية في عملية التنظيم واستطاعت استقطاب الجماهير والترويج للأفكار والمعلومات.

وتعد المؤتمرات والحفلات والاجتماعات واللقاءات والمسابقات والندوات من أبرز الأحداث التي تقوم بها المؤسسة ومن أكثر وسائل الإعلام التي تساهم في تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة، والأهداف الخاصة للعلاقات العامة، وتأتي عادة في شكل مخططات تعبر عن الدور والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ممكنة من خدمة جملة من الأهداف سيما سمعة وصورة المؤسسة.

وعليه، فإن تنظيم التظاهرات الثقافية تعد لبنة مهمة في عملية الاتصال الثقافي الذي يصب في معنى الاستمرار والامتداد في مسار قوامه انتقال السمات الثقافية من جيل إلى آخر، فهو عملية شاملة قوامها تماسك المجتمع والتنام أجزائه ووحدته أهدافه وتشابه عناصره الثقافية، الأمر الذي يساهم في حماية الخصوصيات الثقافية لجماعة ما أو مجتمع ما أو دولة ما.

فعملية التواصل الثقافي وبالإضافة عن كونها ضرورة إنسانية وحضارية تقود إلى تحقيق إنسانية الإنسان وإبراز قوة الخير (التكافل، التضامن، الحب، التقدير،...) من خلال تمكينه من استيعاب المنجزات الثقافية لجماعته وأتمته والتعرف على ثرواتهم المعرفية وإمكانيتهم الثقافية...

ولابد أن ندرك في هذا الصدد أن التواصل الثقافي لا يستهدف الوصول إلى حالة من المطابقة بين ثقافة المجتمع الحالية ومكتسباته الحضارية السابقة، وإنما يستهدف الحوار والاستيعاب وإبراز المضامين الإنسانية والثقافية المحلية لجماعة أو مجتمع أو دولة ما، فالثقافة في نهاية الأمر تعبر عن مجموع النظم الاجتماعية والمظاهر الدينية والفنية والفكرية التي تتميز بها جماعة أو مجتمع بالنسبة للآخر وهو ما عبر عنه "تايلور" في كتابه "الثقافة البدائية" (1871) حين اعتبر أن الثقافة عبارة عن كل معقد (أو المركب) يتضمن المعرفة والعقيدة، والفن، والأخلاق، والقانون، والعادة، وكل المقومات الأخرى التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع.⁸

وبالنظر إلى تبعات العولمة، أصبحت المجتمعات المحلية مهددة بفقدان واندثار ثقافتها تدريجيا سيما في ظل القوة الاتصالية التي تتسم بها المجتمعات الغربية، والأشكال الجوهرية لا يكمن في رفض ثقافة الآخر جملة وتفصيلا بقدر ما

⁸ - محمد أبو الحمام عزام. الإعلام الثقافي. دار أسامة للنشر والتوزيع. ط1. الأردن. 2009. ص74.

يرتبط بالزامية الحفاظ على تراث ثقافي صحيح محلي لكنه ثراء لكل العالم في الأصل وتعبير عن مسار حضاري وثقافي يمكن أن يستفيد منه الإنسان.

وعلى هذا الأساس، يبدو لنا أن المؤسسات الثقافية المحلية - كحال المؤسسة الثقافية التي يتخذها المقال الحالي كعينة - مطالبة بأن تضطلع بدور محوري في إيصال الثقافات المحلية وهذا الثراء على الأقل محليا كخطوة أولى، وذلك لن يتأت دون تطوير منظومة اتصالية تواكب التطورات والتغيرات الحديثة ومن شأنها إبراز الذات الثقافية والهوية الحضارية والدفاع عنهما في إطار التفاعل مع الثقافات والحضارات الأخرى والابتعاد عن الصور النمطية للشعوب وثقافتها وحضاراتها من منطلق أن الحوار المتكافئ بين الأمم والشعوب يتطلب الجرأة لمراجعة النفس دون التكرار للهوية الوطنية والدينية والثقافية، وأنه من دون الثبات على القيم الذاتية والمشاركة لن يتأت فهم قيم الآخر وثقافته بشكل صحيح⁹.

وبطبيعة الحال، من شأن التظاهرات الثقافية المتواصلة أن تيسر عملية إيصال المعرفة وتعزيز القيم الثقافية وبعث تنمية ثقافية تستند على اتصال ذو بعد تنموي يعرف عادة على أنه الاستخدام المخطط لاستراتيجيات وعمليات الاتصال التي تهدف إلى تحقيق التنمية¹⁰، فالاتصال الثقافي الكفيل بتحقيق تنمية ثقافية لا يمكن أن يتم بطريقة عفوية بل يستوجب اتباع استراتيجية اتصالية تنتهجها المؤسسة الثقافية.

وفي هذا الإطار تجدر الإشارة إلى أن استراتيجية الاتصال تقوم على خطوات علمية مدروسة ومنظمة ذات طبيعة خاصة تتكامل مع خطوات التخطيط الاستراتيجي الإداري لكل قطاعات المجتمع لتحقيق غايات متكاملة تخدم الاتجاه المستقبلي لكل من المؤسسة وجمهورها معا وليكون التطور أو التقدم آمنا ومستقرا ومتوازنا¹¹، وهو ما يجب أن تنقيد به استراتيجية الاتصال في المؤسسات الثقافية. ولتكون هذه الاستراتيجية جيدة وفعالية، ينبغي أن تجيب عن الأسئلة الآتية¹²:

- ما هو الغرض من الاتصال؟ ما هي أهدافه؟ هل هي محكمة ومحددة بحيث توضح العمل المرجو القيام به أو السلوك المرجو تغييره؟

- من هو الجمهور الأساسي المستهدف؟ وكيف يتم الوصول إليه؟ وهل تأخذ الجمهور الثانوي بعين الاعتبار؟

- ما هي الفائدة الأساسية المرتقبة؟

- حمزة حاجي. إستراتيجيات الاتصال في المؤسسة الثقافية الجزائرية. مذكرة مكملة غير منشورة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في

5. علوم الاعلام والاتصال. جامعة صالح بونيندر قسنطينة 3- الجزائر. ص

- عبد الرزاق محمد الدليمي. الاعلام والتنمية. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. ط1. عمان. الأردن. 2012. ص236. ¹⁰

- محمد البادي. التخطيط الاستراتيجي للاتصال. دار المهندس للطباعة. ط1. عمان. الأردن. 2005. ص105. ¹¹

- حياة قبائلي. استراتيجية الاتصال الداخلي في المنظمة: حالة الشركة الوطنية لإنجاز القنوات. مذكرة مكملة غير منشورة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال استراتيجي. جامعة بومرداس. 2007. ص37. ¹²

- ما هي العناصر الداعمة؟

- ما هي الاستجابة المرغوبة؟ أو ماذا تريد من الجمهور المستهدف؟

ولتفعيل هذه الاستراتيجيات، يتم اللجوء إلى تنظيم أنشطة وتظاهرات ثقافية مختلفة على غرار الحفلات مثلا التي تعد في المناسبات العامة والخاصة من أقوى الوسائل الاتصالية التي من شأنها إنشاء صلات طيبة وكسب ود الجماهير¹³ أو المعارض -التي تعتمد عليها كثيرا المؤسسة الثقافية مالك حداد بقسنطينة- وهي عبارة عن طريقة أو وسيلة لعرض فكرة أو التعبير عنها وذلك بترتيب المواد والمنتجات ترتيبا مقصودا وفق خطة معينة¹⁴ بغرض التعريف بأنشطة المؤسسة أو القطاع الثقافي وإعلام الجماهير بدور المؤسسة والهيئات التابعة لها وما تقوم به.

3- التظاهرات الثقافية بمؤسسة مالك حداد والمساهمة في حماية الخصوصيات المحلية:

تقوم مصلحة النشاطات الثقافية لمؤسسة -مالك حداد- بتنظيم أحداث وتظاهرات ثقافية على شكل أنشطة مختلف أنواعها سواء كانت معارض أو صالونات أو غيرها¹⁵ يتم من خلالها تبادل الأفكار والتعرف على العادات والتقاليد المختلفة وتسعى -حسب اطرار المؤسسة- لتمرير رسائل انسانية وطنية أو تنموية أو غيرها وايصالها إلى الجمهور المستهدف.

وانطلاقا من البيانات المجمعة، يتجلى مرة أخرى دور وأهمية الاتصال في المسارين سواء ذلك المتعلق بالتنظيم والتخطيط ومتابعة التظاهرة والحدث أو المسار الثاني المرتبط بسير التظاهرة من احتكاك بين المشاركين والمنظمين والجماهير الواسعة.

وإسقاطا لإستراتيجية الاتصال السابق الإشارة إليها، نجد أن المؤسسة الثقافية "مالك حداد" تعتمد على استراتيجيتين أساسيتين؟

استراتيجية إعلامية في المقام الأول تسعى إلى نشر الأفكار والثقافات المحلية الجزائرية والتعريف بالمؤسسة من خلال مختلف وسائل الإعلام والاتصال (إذاعة، صحافة، مجلة، انترنت) وضمان الوصول للجماهير المختلفة وإيصال النشاطات الثقافية والفنية لجمهور يتعدى الحاضرين الفعليين لموقع النشاط.

واستراتيجية علائقية تستند على العلاقات التي تقيمها المؤسسة الثقافية مالك حداد -قسنطينة مع المؤسسات المختلفة، الجمعيات وحتى المواطنين والجماهير، وهو ما مكّنها من خلق صلات وعلاقات تساهم في نشر التظاهرة وتبادل

محمد منير حجاب. مرجع سابق. ص 237.¹³

محمد منير حجاب. الإعلام والتنمية الشاملة. دار الفجر للنشر والتوزيع. ط8. القاهرة. 2013. ص 236.¹⁴

- رئيس مصلحة النشاط الثقافي. المؤسسة الثقافية مالك حداد- قسنطينة. مقر المصلحة يوم: 2017/04/10، الساعة: 10:30 سا.¹⁵

الأفكار والثقافات بين مختلف شرائح المجتمع. وتساعد هذه الاستراتيجية في اقتراح أفكار وتنفيذها على أرض الواقع للاستفادة من المبادرات الأخرى التي تخدم ذات الأهداف وأيضاً المساهمة في الترويج لهذه التظاهرات.

عملياً، تتم العملية عادة وفق اتصال صاعد، فبعدما يقدم كل منشط ثقافي ومستشار برنامجه الخاص لرئيس مصلحة النشاطات الثقافية داخل المؤسسة يتم تنظيم اجتماع مع مدير المؤسسة الثقافية، وفيه يتم تحديد الخطوط العريضة وفق المناسبات الوطنية والعالمية لاختيار الوقت المناسب لكل تظاهرة.

ومن بين النقاط الإيجابية في عملية التحضير تقديم كل برنامج على حدى، فالمسؤول عن برمجة الأيام الفكرية مثلاً والتي تهدف إلى تفعيل التنمية الثقافية يقوم بعرض البرنامج المقترح ثم يناقش من قبل الأعضاء الموجودين داخل الاجتماع سواء المنشطين أو المستشارين أو المستشارين رئيسيين وهكذا دواليك¹⁶، وهو أمر يمكن من التحسين والتطوير والاستفادة من مختلف الأفكار والتجارب السابقة لمختلف الحاضرين.

وتظهر نتائج الدراسة الميدانية الدور المهم للأحداث والتظاهرات في المؤسسة الثقافية "مالك حداد" وأثرها الإيجابي كونها تسعى لتلبية حاجيات الجمهور وتوجد أمامه فضاء ترفيه ثقافي مزودة إياه في نفس الوقت بجملة من المعلومات التثقيفية التي من شأنها أن تنمي وتعزز معارفه.

فالمؤسسة الثقافية تعتبر أن من مسؤوليتها نشر مثل هذه المعلومات الثقافية والتذكير بها وترسيخها داخل المجتمع وبالتالي البحث عن التأثير الإيجابي الذي يخدم الثقافة المحلية القسنطينية والجزائرية بشكل عام وفي نفس الوقت الاضطلاع بدور ترفيهي وتوعوي وتنموي يخدم الخصوصيات المحلية في ظل احترام مختلف الثقافات العالمية.

وبالرغم من أن المؤسسة حازت على عدة تكريمات وإشادات حسب رئيس مصلحة النشاط الثقافي إلا أن المسار يبدو طويلاً بالنظر لعدد من النقائص التي يمكن تسجيلها، فهناك العديد من التقنيات المرتبطة بالعلاقات العامة بصفة عامة والعلاقات مع الصحافة لا يتم استعمالها في المؤسسة، وهو أمر قد يتعدى المؤسسة الثقافية ما لك حداد حسب تقديرنا، بحيث ينبغي تكوين الاطارات والمشرفين على عملية تنظيم التظاهرات المختلفة لتوظيف جملة من التقنيات الاتصالية التي قد تبدو بسيطة في ظاهرها لكن لها أثر مهم في انجاح مختلف المبادرات الاتصالية.

ويمكن الإشارة في هذا الصدد إلى الزامية بعث موقع الكتروني وتطوير العلاقات مع الصحافة وطرق التواصل معهم والتي تظل تقليدية إلى حد كبير. وبالرغم من الجهود المبذولة إلا أن الاستفادة الأمثل من هذه التظاهرات تظل غير كافية.

¹⁶ - رئيس مصلحة النشاط الثقافي. مرجع سبق ذكره.

خاتمة:

مما سبق ذكره يمكننا القول بأن المؤسسة الثقافية مالك حداد - قسنطينة - تولى أهمية كبيرة للأحداث والتظاهرات الثقافية عند قيامها بمختلف النشاطات وذلك من خلال بذل مجهودات معتبرة من أجل الرقي بهذه الأحداث إلى مستوى يمكن المؤسسة من استعمالها في شكلها الصحيح والتي بدورها تساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها الداخلية والخارجية المتمثلة في تفعيل التنمية الثقافية لدى الجماهير. كما أن دار الثقافة " مالك حداد " تولى أهمية كبيرة للاتصال عن طريق هذه التظاهرات لأنها تمكن من نشر الثقافات هذا وتبادل مختلف المعلومات .

بالإضافة إلى ذلك فإن المؤسسة الثقافية " مالك حداد " تعتمد على مخططات واستراتيجيات في تنفيذ أحداثها وتظاهراتها، وهذا لكسب انطباعات إيجابية للمشاركين والمواطنين وبهذا تضمن تأييد وسائل الإعلام وهذا من أهم العوامل التي تساعد المؤسسة على نشر الثقافة التنموية لجمهور أوسع.

وعليه يمكننا أن نخلص في الأخير إلى أن المؤسسة الثقافية " مالك حداد " تولى أهمية معتبرة للتظاهرات الثقافية من خلال استعمال العديد من الوسائل والاستراتيجيات الاتصالية على اختلاف أنواعها من أجل استهداف جماهير مختلفة وكذا تحقيق أهداف تنموية داخلية وأخرى خارجية لكنها بحاجة إلى عصرنه وسائلها وأدواتها واضفاء مزيد من الفاعلية عليها.

قائمة المراجع:

1. بسمة فنور. الرسالة الإشهارية في ظل العولمة. مذكرة مكملة غير منشورة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال. جامعة منتوري قسنطينة. 2008.
2. حسان حجاج. الاتصال الحديث في المؤسسة التجارية والخدمية في الجزائر. مذكرة مكملة غير منشورة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال. جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة -3-. الجزائر. 2016.
3. حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط3. الدار المعرفية اللبنانية. القاهرة. مصر. 2002.
4. حمزة حاجي. إستراتيجيات الإتصال في المؤسسة الثقافية الجزائرية. مذكرة مكملة غير منشورة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال. جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة -3-. الجزائر.
5. حياة قبايلي. استراتيجية الاتصال الداخلي في المنظمة: حالة الشركة الوطنية لإنجاز القنوات. مذكرة مكملة غير منشورة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال استراتيجي. جامعة بومرداس. 2007.
6. عبد الرزاق محمد الدليمي. الاعلام والتنمية. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. ط1. عمان. الأردن. 2012.
7. محمد أبو الحمام عزام. الاعلام الثقافي. دار أسامة للنشر والتوزيع. ط1. الأردن. 2009.
8. محمد البادي. التخطيط الاستراتيجي للاتصال. دار المهندس للطباعة. ط1. عمان. الأردن. 2005.
9. محمد منير حجاب. الاتصال الفعال للعلاقات العامة. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة. 2007.
10. محمد منير حجاب. الاعلام والتنمية الشاملة. دار الفجر للنشر والتوزيع. ط8. القاهرة. 2013. ص236.
11. مدير مصلحة النشاطات الثقافية، المؤسسة الثقافية مالك حداد- قسنطينة، مقر المصلحة يوم: 2017/04/10، الساعة: 10:30 سا
12. Anthony Babkine, Adrien Rosier. Réussir l'organisation d'un événement. Groupe Eyrolles, 2011.
13. [ESMAEILI Reza](#) and others. Cultural integration in globalization processes and strengthening national-ethnic culture of societies. In: [Journal of culture-communication studies](#). Vol 15. N: 25. Spring 2014.
14. Lyne Branchaud. L'organisation d'un événement : Guide pratique. Presses de l'Université du Québec. 2009.