

أثر الاتصال الحديث على تفعيل العلاقات الحوارية
دراسة ميدانية بالمؤسسة المتحفية أحمد باي قسنطينة
د.أيوب رفاي*

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3 / الجزائر

تاريخ النشر: 2018/07/01

تاريخ القبول: 2018/06/21

تاريخ الإرسال: 2018/06/20

ملخص

شهد العالم مؤخرا اهتماما بالغاً بموضوع الاتصال الحديث، كونه يؤدي دوراً كبيراً في تفعيل الاتصال بين المؤسسات وبيئتها المحلية، حيث يكون هذا الدور مبنياً على خلق علاقات حوارية باعتبار أن مفهوم الحدث العملي يركز على التقرب من الجمهور، وخلق التفاعل معه. وتعتبر المؤسسة المتحفية بوصفها تنظيم يعمل في محيط يتميز بالديناميكية والتفاعل من أكثر المؤسسات حاجة لبناء علاقات حوارية تقتضي من القائمين عليها إيجاد السبل المثلى التي تربط المؤسسة بمحيطها الخارجي والتي تكفل لها في الأخير تحقيق أهدافها الداخلية الخارجية.

الكلمات المفتاحية: الاتصال الحديث؛ المؤسسة؛ البيئة المحلية؛ العلاقات الحوارية.

Résumé

le monde a récemment connu un important sujet qui est la communication événementielle, vu qu'elle joue un rôle important dans l'actionnement de la communication entre les sociétés et leur environnement intérieur, ce rôle est construit sur les relations de proximité, vu que son concept même est l'approcher et l'interaction avec l'audience. Le musée et son dynamisme se considère comme l'organisation qui a le plus besoin d'ériger des relations de proximité et qui impose a ses dirigeants de trouver les voies pratiques qui la relie a son environnement extérieur, qui en terminant lui garantiront de réussir dans ses buts intérieur et extérieur.

Les mots clé: la communication événementielle; organisation; environnement intérieur; les relations de proximité.

Abstract

The world has recently known an important subject which is event communication, and the important role of activating the communication between the organisations and their inside environment, this role is based on the proximity relationships which has the same concept of approaching and interacting with the audience. The museum and its dynamic and interaction is the organization that mostly needs to build a proximity relationships and also that imposes the

managers to find the suitable ways that matches with its outside environment, that finally will guaranty the success of its inside and outside goals.

Key words: event communication; organization; inside environment; proximity relationships.

*المؤلف المراسل.

مقدمة:

أتاحت وسائل الاتصال الحديثة فرصة التفاعل الجماهيري في فترة الأحداث والنشاطات مما زاد من أهمية ودور هذه النشاطات في تفعيل العلاقات الجوارية مع أفراد محيطها المحلي والخارجي، وتعتبر الأنشطة الحديثة حلقة وصل بين المؤسسات المنظمة لها والمجتمع الجوارى الواحد ويبرز ذلك من خلال العمل الجاد على تكوين علاقات متبادلة بين الأفراد داخل المحيط الجوارى، وانطلاقاً من أهمية هذه لأحداث وقوة تأثيرها على الجماهير المحلية جاءت هذه الإشكالية لتبين أثر الأحداث والأنشطة الاتصالية في بناء وتكوين جوانب علائقية جوارية تسمح للمؤسسات بتحقيق أهدافها الداخلية والخارجية، وتكسيبها الصورة الحسنة والسمعة الطيبة.

وانطلاقاً من هذا نتساءل عن ما هو أثر الاتصال الحديثي على تفعيل العلاقات الجوارية؟ وسنحاول الإجابة في هذه الورقة البحثية على بعض الأسئلة الفرعية الخادمة للموضوع في محور الوسائل والعلاقات نبينها فيما يلي:

- ما هي الوسائل المستخدمة من طرف المؤسسة في بناء العلاقات الجوارية؟
- ما هي مختلف العلاقات الجوارية المكونة أثناء تنظيم الاتصال الحديثي؟

I. حقل المفاهيم:**1. الحدث:**

الحدث فعل اتصالي داخلي يجذب الاتصال القريب بجمهور، مهما كانت أهميته في مكان أو زمان محددين. وهو إجراء اتصالي دقيق ومضبوط لإعطاء انطباع لغرض محدد" (Morel, 2012, p 120)، في مرحلة ما تتميز بالانتقال وكسر مجريات الأمور، له طريقة مفاجأة نسبياً أو عابرة، ما يعني أن له طابع استثنائي" (Bouquet, 2011, p 8).

وسيلة اتصال تستخدمها المؤسسات والجمعيات بشكل واسع، كونها في الواقع قادرة على تغطية إحدى خدمات الجمعية وهي تنظيم الأحداث، إذ يمكن أن تكون على سبيل المثال جمعيات ترفيهية وثقافية تنظم عروضاً ودورات رياضية، وزيارات إرشادية بالمتاحف، كما يمكن أن تكون جمعيات عائلية تنظم حفلاً خيرياً أو لقاء مع أسر أخرى، والذي يكون في شكل أيام الأبواب المفتوحة، يوم للتبرعات، ندوة، مسابقة، معرض، سهرة موضوعاتية، معرض، تظاهرة... بغرض مقابلة أشخاص أو جمعهم لنشر المعرفة، أو حثهم على تقاسم فكرة ما تتوافق مع تنفيذ حدث أو عدة أحداث (Arbogast & Mons, 2006, p 93).

من هذا يمكننا اعتبار الحدث في المقام الأول وسيلة اتصال خارج وسائل الإعلام مستخدم من قبل شركة، مؤسسة أو جمعية بشكل داخلي أو خارجي ذو بعد زمني ومكاني معين، للاتصال القريب والمباشر بالجمهور المحدد مسبقاً، بغرض نقل رسالة بطريقة أصلية ومهمة هدفها نشر فكرة، ترك انطباع، منح إثارة، خلق تحفيز أو نقل صورة. وكل هذا يتم عن طريق التنظيم العقلاني للموارد الضرورية لتحقيق الأهداف المرجوة من ورائه.

2. الاتصال الحديثي:

متحفية... إلخ. والذي قد يستغرق من ساعات معدودة إلى بضعة أيام، يتطلب فيما مشاركة احترافيين في هذا المجال، يجذب جمهور محدد تستهدفه المؤسسة باتصالها قد يكون هذا الأخير مواطنين، باحثين، طلبة، وسائل إعلام،... إضافة إلى استعمال تقنيات الرعاية والأعمال الخيرية (التبني والمشاركة) بغرض التواصل والتأثير في الجمهور بغرض تحقيق العديد من الأهداف الاتصالية المسطرة.

3. الاتصال الجوّاري:

عملية تقنية تنظم المصلحة العامة وتقرب الفهم أمام المواطنين والإدارة، فالعمل الجوّاري يقصد به كل نشاط فكري أو مادي ملموس يستخدم وجهه من أوجه التقرب من انشغالات المواطنين باستعمال وسائل الإعلام والاتصال المباشرة وغير المباشرة لحماية المجتمع (شيبوط، 2002، ص 117).

الاتصال بالقرب وسيلة تقوم على تتبع الأحداث وإذاعتها، وترتبط بشكل مباشر بمواطني المنطقة الجغرافية التي توجد فيها المؤسسة أو الإدارة حيث يمكن لها أن تلتقي بهم بسهولة كبيرة في الشارع أو المحيط الخاص بها، وفي هذه الحالة يتطلب الاتصال الجوّاري عموماً القيام بنشاطات وأحداث اتصالية من أجل خلق تواصل دائم بين المؤسسة وجمهورها داخل محيطهما المشترك (Mucchieli, /, p 57).

إن كل من الاتصال الجوّاري والاتصال الحديث يستخدمان نفس وسائل الاتصال خارج وسائل الإعلام من أبواب مفتوحة، ندوات، ملتقيات، حفلات... وذلك للتقرب من الجمهور المحيط والقريب من المؤسسة والتواصل معه، أي محاولة خلق علاقات جوارية في محيط المؤسسة مما يسمح بالتعريف بنشاطاتها وجذب الانتباه نحو المؤسسة عبر قيامها بأحداث خارجة عن المألوف لضمان استمرارها ومواجهة المنافسة.

4. المؤسسة المتحفية "قصر أحمد باي":

يعد قصر الباي تحفة معمارية ومتحف للهندسة العربية الإسلامية يزيد عمره عن 200 سنة، تم إنشائه بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 262.10 المؤرخ في 13 ذي القعدة 1431هـ الموافق لـ 21 أكتوبر 2010م والمسمى بالمتحف العمومي الوطني للفنون والتعبير الثقافية التقليدية، حيث يعتبر الحاج أحمد باي مؤسس القصر وهو "أحمد بن محمد الشريف بن أحمد باي القلي التركي الكرغلي" (*) (فركوس، 1993، ص 18) ولد سنة 1201هـ 1784م تولى مناصب إدارية هامة في بايلك الشرق توفي يوم 30 أوت 1850م، دفن بمقبرة سيدي عبد الرحمان بقصبة الجزائر. وهو كذلك آخر بايات

قسنطينة أثناء الحكم العثماني، من أهم إنجازاته الحضارية قصره الذي شيده - بعد اعتلائه منصب الباي - على فترتين (1826-1830م). (1830-1835م) والذي يعتبر معلم أثريا معماريا يعكس روائع الفن الجزائري في الفترة العثمانية.

* الكرغلي هو لقب يطلق الشخص المولود من أب تركي وأم جزائرية. ويعد أحمد باي كرغلي لأن أمه جزائرية (بسكرة) وأبوه تركي. أنظر بالتفصيل عن الكراغلة في كتاب وراقات جزائرية "دراسات وأبحاث في تاريخ الجزائر في العهد العثماني" للباحث نصر الدين سعيدوني، دار الغرب الإسلامي.

وتعود فكرة الإنشاء إلى تأثير الباي أثناء زيارته للبقاع المقدسة بفن العمارة الإسلامية وأراد أن يترجم افتتانه بهذا المعمار ببناء القصر، حيث شرع الحاج أحمد بن محمد الشريف (1784-1848) في بناء هذا القصر عام 1825 ليستكملة بعد عشر سنوات بالتحديد في 1835 أي سنتين قبل سقوط مدينة قسنطينة في يد المحتل الفرنسي. (www.adnsolution.net/constantine)

وتُعد المؤسسة المتحفية أحمد باي فضاء عمومي واسع تابع للدولة يعمل على احتواء الأفراد بغرض نقل وتبادل وإرسال مختلف الرموز، فعند قيامها بنشاطات حديثة على مدار السنة تجمع داخل هذا الفضاء العديد من الشرائح المجتمعية المختلفة في سماتها الديمغرافية وهذا بالتأكيد يختلف من حدث إلى آخر، ففي حالة الملتقيات مثلا تجمع بين الجمهور المتعرض، الأساتذة، الباحثين، المتدخلين المتخصصين (خبراء في مجالات متنوعة)... إلخ، أما في حالة المعارض يكون هناك انسجام وذوبان بين كل من الجمهور (عوام، فنانيين، مثقفين... وما عدا ذلك)، الجمعيات، المعارضين... وغيرهم.

وقد حاولنا من خلال هذا التعرف على كيفية إسهام الحدث الاتصالي المقام من طرف المؤسسة المتحفية أحمد باي في خلق علاقات جوارية مع محيطها القريب من مؤسسات عامة أو متخصصة، عمومية أو خاصة، جماهير نوعية أو عادية... وهذا عبر مجموعة من الوسائل البحثية المنهجية:

- **الملاحظة:** وقد استخدمناها في ملاحظة مختلف الجهات التي تتردد على المؤسسة خلال فترات الأحداث الاتصالية داخل المؤسسة المتحفية عبر الزيارات المتكررة والدائمة أثناء تنظيم الأحداث.

هذا من جهة أما من جهة أخرى فقد استخدمنا هذه الأداة في ملاحظة الأحداث وأجندتها من خلال الموقع الرسمي للمؤسسة المتاح على الرابط: www.adnsolution.net/constantine وكذا الصفحة الرسمية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك "facebook" المدرجة تحت عنوان: "Musée arts expressions "HADJ AHMED BEY"، واللدان سمحا لنا بالتعرف على توقيت الأحداث الاتصالية والتعرف على المتوافدين على المؤسسة طوال السنة من خلال الإعلانات والصور والتعليقات المختلفة.

- **المقابلة:** واستخدمناها من القائمين على الحدث الاتصالي من المسؤول الأول (المديرة)، المستشار الثقافي، المترجم على مستوى المؤسسة... وغيرهم، وهذا من أجل التعمق أكثر في معرفة طبيعة العلاقة التي تجمع المؤسسة المتحفية أحمد باي وحتى في الكشف عن بعض العلاقات الجوارية مع بعض الجهات التي لا تظهر جليا أو علنيا لنا كوزارة الثقافة، أو دور النشر.

II. وسائل الاتصال المكونة للعلاقات الجوارية:

عبر المقابلات المنجزة والملاحظة الميدانية لمختلف النشاطات والأنواع الحديثة المنظمة داخل المؤسسة المتحفية، وجدنا أن هذه الروابط تقام بشكل كبير مع المحيط الجوّاري للمؤسسة والفاعلين في مجال الاتصال الحدّثي الجمعي على مستوى ولاية قسنطينة، وهي من بين الأهداف التي يسعى الاتصال عبر الحدث إلى تحقيقها، والذي كما ذهب إليه الباحثة " ليليان

ديمونت ليغول" (Lugol et. al, 2008, p 224) تنمية علاقات جوارية عبر مختلف اللقاءات وربط الاتصالات المباشرة، كما أنه يعمل على مشاركة الجماهير بمختلف أعمارهم وصفاتهم وأجناسهم في فضاء اتصالي عمومي حداثي وجعلهم يعيشون معا لحظات ممتعة، مع تقاسم نفس المشاعر والعواطف والذكريات.

من خلال تشخي [] الوضعية الراهنة لحالة الأحداث والنشاطات الحداثية التي تنظمها المؤسسة المتحفية أحمد باي، تبين لنا أن للحدث دورا بالغ الأهمية في بناء علاقات ترابطية، تشاركية وجوارية بين المؤسسة والجمهور، وكذا خلق علاقات بين مختلف المؤسسات الثقافية والمتحفية ما يعطيها صورة حسنة ومصداقية.

إذ أن تلبية وإشباع رغبات الجمهور من الناحية الثقافية والترفيهية يجب أن تنطلق من مراعاة الجانب الجوّاري في علاقتها مع المواطن وذلك من خلال تحسين نوعية الحدث الذي تقدمه المؤسسة، باعتبارها ثمرة مجهود تنظيم مشترك بين مختلف الأجهزة والمصالح المسؤولة عن إعداد الحدث وإنتاجه. إذ لنجاحه لا بد من أن يحظى باهتمام المسؤولين عن تنظيمه. ونظرا لضرورة الحاجة إلى تنظيم الأحداث أصبح من باب الأهمية التفكير في تبسيط الرسالة الحداثية بما يتماشى ومستويات الجمهور الموجهة إليه وهي حقيقة عملية معقدة خاصة إذ ارتبط الحدث بالبيئة الجوّارية التي تختلف من مكان إلى آخر.

أما عن الوسائل التي تستخدمها المؤسسة المتحفية أحمد باي لإنشاء هاته العلاقات، فهي عديدة ومتنوعة شكلا ومضمونا، وهي كالآتي:

❖ وسائل شفوية:

(1) الاجتماعات: يتم على مستوى المؤسسة عقد اجتماعات تنسيقية الغرض منها إعداد وتنظيم الأحداث، تمس كل من المؤسسة والجمعيات والشركاء الفاعلين وذلك بحضور مدير المؤسسة ومختلف المسؤولين عن الجمعيات والمؤسسات الثقافية، تقدم من خلالها كل مؤسسة أو مصلحة أو قسم مقترحات العمل الحداثي التي يُراعى فيها الجانب الجوّاري (البيئة) بالإضافة إلى دراسة الوضعية الجوّارية التي يجب تنظيم الحدث فيها، حيث تُقدم في هذه الاجتماعات تقارير مكتوبة أو شفوية. مثلا في اجتماع تحضير لحدث علمي حول عقد ملتقى وطني بخصوص اليوم العالمي للمتاحف الموافق لـ 18 ماي من كل سنة تم عقد اجتماع تنسيقي برئاسة مدير الثقافة ومدراء المؤسسات الثقافية على مستوى الولاية تم فيه تقديم ورقة تقنية للنشاطات والأحداث المزمع تنظيمها بهذه المناسبة العالمية، ثم بعد ذلك مناقشة هذه الورقة من خلال التطرق إلى نوعية النشاطات، التوقيت، مكان التنظيم الإمكانيات المادية والبشرية لتنفيذ الحدث، تحديد الأهداف المتوخاة من الحدث وفق سياسة ومخطط عمل ناجح وأخيرا تكييف الحدث مع المحيط الجوّاري المشارك فيه، ويكمن الهدف من عقد هذا النوع من الاجتماعات في كيفية إشراك المحيط في الأحداث المجرى والنظر في مدى قابليته للحضور والمشاركة (حسب تصريح المديرية السابقة لمتحف الباي).

(2) المحاضرات والملتقيات: وسيلة من وسائل الاتصال الشفوي التي عادة ما يعتمد عليها منظمو الأحداث من أجل وضع برنامج لتظاهرة معينة، وتحتوي مؤسسة أحمد باي على قاعة تاريخية للمحاضرات كانت وقت تأسيس المتحف محكمة عتيقة بأعمدة رخامية مطرزة ورسوماتها الجدارية التي تعبق بالتاريخ والتي حولت إلى قاعة للمحاضرات يتم فيها اليوم عقد محاضرات عديدة ذات أبعاد حديثة تفاعلية علمية وفنية، تعمل فيها المؤسسة على إشراك بعض الفاعلين في محيطها

الجواري (جمعيات، حرفيين، نوادي ثقافية، مؤسسات التعليم العالي، أسلاك الأمن، طلبة...) وهذه الأحداث بالنسبة للمؤسسة مجال الدراسة عبارة عن لقاءات دورية دأبت على تنظيمها مع الفاعلين الاجتماعيين وشركاء القطاع لتنسيق السياسات الحديثة وتوحيد وتكثيف الجهود من أجل إشراك أمثل للمحيط الجوّاري للمؤسسة. ففي فترة 2014 عقدت المؤسسة عددا من المحاضرات العلمية التاريخية بمناسبة حدث أول نوفمبر و5 جويلية تم التطرق فيه إلى الأبعاد الحضارية والتاريخية والإنسانية لهذه الأحداث وأهمية تحسيس أفراد المجتمع المحلي (الجوّاري) بضرورة إحيائها والمشاركة فيها من خلال تسجيل الحضور من طرف الزوار والإطلاع على المعارض واللوحات التي تخلد ذكرى أول نوفمبر وعيد الاستقلال والشباب (حسب تصريح المستشار الثاني بمتحف الباي).

(3) المقابلات الشخصية: وسيلة من وسائل الاتصال الشفوي داخل المؤسسة تقوم أساسا على اتصال وتفاعل واحتكاك القائمين على تنظيم الأحداث والعارضين (مشاركين) والجمهور فيما بينهم، وتعتبر هذه الوسيلة من أكثر الوسائل استخداما وشيوعا في المؤسسة، وما لمسناه ميدانيا أثناء تواجدها وفي إطار المقابلات مع الفاعلين في المجال الحديث من أجل إنجاز دراستنا، هو توظيف هذه الوسيلة في حد ذاتها كوعاء للحصول على المعلومات في جميع الاتصالات الشخصية المباشرة (إدارة، منظميها، جمهور...).

(4) الأيام الدراسية: تتم الأيام الدراسية في المؤسسة المتحفية من خلال تنظيم أحادي الطرف أي عن طريق دراسة موضوع الحدث باقتراح من الإدارة ومصلحة التنشيط الثقافي، يتم فيها تناول النشاط أو الحدث موضوع الدراسة بالتحليل والمناقشة أو الجدولة (أجندة) قصد الخروج ببرنامج يتم المصادقة عليه في الأخير من طرف الوزارة. (حسب تصريح الملحق بالترميم بمتحف الباي)

وفي هذا السياق نظم المتحف سنة 2016 يوم دراسي حول سبل إحياء الجانب التراثي اللامادي لمدينة قسنطينة، تم التطرق فيه لأبرز طرق وآليات تفعيل وإعادة بعث الجانب التراثي المعنوي وهذا من خلال إشراك وتوجيه الدعوة لبعض الفاعلين في مجال التراث اللامادي ممن ينحدرون من المحيط الجوّاري التابع للمؤسسة (العائلات القسنطينية العريقة المحافظة على التراث اللامادي) حيث أعطيت الكلمة لهؤلاء الفاعلين من خلال تخصيص □ حيز زمني لمداخلاتهم الشارحة لسبل إحياء كل ماله علاقة بالتراث اللامادي القسنطيني والمحافظة عليه من الزوال وقد شهد اليوم الدراسي حضورا مكثفا للجمهور القسنطيني الراغب في التعرف على ثقافة محيطه.

(5) وجبة إعلام: وهي تعتبر وسيلة من وسائل شرح وتبسيط المفاهيم لدى الأسرة الإعلامية الجوّارية، غير أنها تقدم في بعض المناسبات والأعياد الوطنية دون غيرها، وعلى غرار بعض المؤسسات الجزائرية فإن مؤسسة أحمد باي تعودت في كثير من المرات على تنظيم وجبة غداء على شرف إطارات وموظفي قطاع الإعلام الجوّاري احتفالا بيوم المرأة (موجهة للنساء الإعلاميات) تم من خلالها إلقاء كلمة من طرف مديرة المتحف تبرز فيه دور المرأة الإعلامية الريادي في المجتمع في جميع النواحي وعلى كل الأصعدة الحياتية (سياسية، ثقافية...) وحثهم على المتابعة والعمل الدؤوب وبذل الجهود لإبراز القيمة والمكانة الحقيقية التي يتبوؤها أجل تطور وازدهار البلد (مع تقديم هدايا ولوحات أو شهادات شكر وعرفان) (حسب تصريح المترجم وخبير الاتصال بمتحف الباي)

❖ الوسائل المكتوبة:

1. مجلة المؤسسة: وهي عبارة عن مجلة سنوية مُلَخَّصة لأهم الأحداث والنشاطات الثقافية المحلية (ذات البعد الجوّاري) والوطنية، غير أنه يتم التركيز فيها حول الأحداث والتظاهرات التي تحتضن أو تنظم من طرف المؤسسة. وهي مقسمة إلى محاور أساسية: أولاً: افتتاحية إلى إطرارات ومسؤولين على غرار وزيرة الثقافة، والى ولاية قسنطينة، مدير الثقافة والمسؤول الأول للمؤسسة المتحفية أحمد باي. المحور الثاني الحقل الثقافي، المحور الثالث الحقل التراثي (حفظ التراث والآركيولوجيا)، وأخيراً الحقل السياحي والفني.

2. الإعلانات: تتوفر المؤسسة المتحفية مكان الدراسة على لوحات إعلانية أمام المدخل الرئيس لها، ليتم فيها إعلام الزوار قبل دخولهم إلى المتحف بأبرز محاور للأحداث والنشاطات التي تنظمها المؤسسة أو تحتضنها، والتي قد تكون غير معروفة أو غير مسموع بها من طرفهم. إضافة إلى تسعيرات الدخول، وأيضاً احتوائها داخلياً على لافتات إعلانية توجيهية أو إرشادية لمختلف أجنحة القصر. ويعتبر المحيط الجوّاري للمؤسسة أكثر العناصر قرباً في الاطلاع على الإعلانات، بحكم جواريته من المؤسسة المتحفية مقارنة بمن يقطنون في أماكن بعيدة أو خارجة عن النطاق الجوّاري للمؤسسة.

3. المطويات والملصقات: وعياً بأهمية هذه الدعائم لوصفها أوعية حديثة فإن ما تم تسجيله وملاحظته من خلال تجربتنا الميدانية، أن المؤسسة المتحفية توفر لأفراد محيطها الجوّاري ملصقات وكتيبات ومطويات تحتوي على مجموعة من أحداث ببرامجها وتعبّر عن مواضيع مختلفة. حيث أنه أثناء الزيارات السياحية للجمهور تقدم المؤسسة مطويات تتضمن مجموعة من المعلومات حول المؤسسة المتحفية المرفقة بالصور والمتوفرة باللغات الثلاث، وكذا في أشهر التراث توفير مطويات مرتبطة بهذا الشهر المتضمنة لبرنامج هذا الحدث الاتصالي ومختلف النشاطات المدرجة فيه، إضافة أنه في عام 2013 ضمن شهر التراث من نفس السنة قامت المؤسسة المتحفية أحمد باي بإعداد شهريات (رزنامة) تحمل شعار الحدث الاتصالي " شهر التراث " والذي جاء " التراث الثقافي والمقاومة"، وهذا راجع للدور الذي تلعبه هذه الوسائل في تذكير المجتمع الجوّاري بالتظاهرات الاتصالية الثقافية والفنية التي تحتضنها أو تنظمها أو تشارك فيها المؤسسة أحمد باي. والتي كانت تعلق في المنازل والمحلات كوسيلة من وسائل الإعلان المكانية وهو ما يعرف عند المختصين بالإعلان داخل نطاق أو نقاط البيع.

❖ وسائل مواجهة:

1. المعارض: وسيلة من وسائل التواصل الحداثي ذات البعد الجوّاري بالنسبة للمؤسسة المتحفية أحمد باي، حيث دأبت المؤسسة من استخدام هذا النوع مع الجمهور من أجل إنشاء علاقة تقاربية ورابطة اجتماعية تكفل للمؤسسة كسب الجمهور وخلق نوع من التردد على المعلم من طرف الزوار، وهو ما يسمح في الأخير من ترسيخ صورة حسنة في أذهانهم. وهي إما أن تكون جوارية بمشاركة جمعيات محلية أو وطنية تساهم فيها مؤسسات ومراكز ثقافية خارج نطاق الولاية. يتم في هذه المعارض تقديم منتج حداثي للمشاهدة والتفاعل عبر طرح الأسئلة وتبادل المعلومات والتي تدخل في سياق الحدث، وتعتبر المعارض على وجه العموم شكلاً شائعاً من أشكال الاتصال الحداثي المباشر في المؤسسة المتحفية أحمد باي، بحيث تأخذ طابعاً ودياً (حميمياً) جوارياً في تنظيمها.

2. المسابقات: يعتقد كثير من الباحثين أن العلاقة بين تنظيم الأحداث وتضمينها للمسابقات والحفلات إنما يعود إلى بعض الأهداف التي تندرج في سياقات اجتماعية توعوية وتحسيسية ثقافية (تثقيف، ترفيه وتسلية) كإحدى العناصر الهامة التي يستخدمها اليوم القائمون على تنظيم وإعداد الأحداث.

وفي المؤسسة موضوع الدراسة لا يخلو الأمر من هذه المحركات الحديثة التي تساهم بشكل فعّال في خلق علاقات جوارية مع محيط المؤسسة المتحفية وبيئتها الخارجية، حيث وقفنا من خلال زيارتنا الميدانية المتكررة إلى المؤسسة سعي هذه الأخيرة إلى الانخراط والاندماج في المحيط الاجتماعي التابعة له من خلال تنظيمها لعدّة مسابقات وحفلات حديثة على غرار تنظيم المؤسسة المتحفية أحمد باي وبمناسبة إحياء اليوم الوطني للشهيد الذي يصادف 18 أفريل من كل سنة وبالتنسيق مع المكتبة العمومية لمسابقة إلكترونية بعنوان " إكتشف الشخصية التي في الصورة " وذلك من خلال إعطاء نبذة تاريخية عن شهيد وضعت صورته من طرف المؤسسة المتحفية ووضع تقريريبة لهذا الأخير، وقد فتحت إدارة المؤسسة المتحفية باب المشاركة في المسابقة عن طريق الصفحة الرسمية ضمن موقع التواصل الاجتماعي الاتصالي فيس بوك facebook، من خلال إرسال الإجابة على الخاص (الاسم الكامل للشهيد، ألقابه الثورية، المنطقة التي ينحدر منها...إلخ).

3. الحفلات: تعودت المؤسسة المتحفية على احتضان العديد من الحفلات الغنائية والفنية في فضاءاتها المختلفة، ففي سنة 2015 احتضن المتحف فعاليات المهرجان الثقافي الوطني للموسيقى الأندلسية في طبعته الثامنة، والذي نظم من طرف ولاية قسنطينة برعاية من وزارة الثقافة.

وفي سنة 2016 وضمن فعاليات الحدث الاتصالي شهر التراث تم القيام بحفلات لعدة طبوع غنائية قسنطينية من عيساوة، مآلوف، فقيرات، وصفان والموضحة أعلاه في وصف الحدث الاتصالي موضوع الدراسة، وهذا من طرف عدّة جمعيات على رأسها جمعية خواطر الثقافية السياحية.

4. الحقيبة المتحفية: من بين النشاطات الثقافية للمؤسسة المتحفية أحمد باي تنظيم مصلحة التنشيط والبيداغوجيا نشاط الحقيبة المتحفية، هذه العملية عبارة عن زيارات مبرمجة يقوم بها الفريق التقني بتقديم عرض قصير حول المتحف العمومي الوطني للفنون والتعابير الثقافية التقليدية وأهميته، مع التعريف بالمتحف كمعلم اثري يعود إلى الفترة العثمانية (قصر الحاج احمد باي)، وعلى سبيل المثال تنقل بعض أفراد الفريق البيداغوجي إلى ابتدائية "علي صيون" بديدوش مراد تم فيها جمع حوالي 120 تلميذ، وهذا قصد التعريف بتاريخ مختصر للمدينة والمؤسسة المتحفية وتاريخها وذلك عن طريق عرض فيلم مصور عبر جهاز عرض البيانات data show للتعريف بالنشاطات البيداغوجية من خلال الورشات المقامة في المؤسسة، مع تقديم مطويات عن المؤسسة المتحفية وبعض الكتيبات التوضيحية والشارحة لتاريخ هذا المعلم الهام، وفي الأخير تُسرد حكاية من التراث الشعبي عن مؤسسة أو قصر الحاج أحمد باي على التلاميذ، وتنتهي الزيارة بتقديم بعض الكتب المدرسية وقصص الأطفال المجددة لتاريخ الجزائر وأعلام الثورة، وهو أمر يستحسنه التلاميذ كثيرا، إضافة إلى إظهار تشوقهم ولهفتهم لزيارة المؤسسة المتحفية قصر الباي وكذا والقيام بطرح أسئلة واستفسارات عديدة تلقوا عليها إجابات وافية (حسب تصريح المستشار الثقافي بمتحف الباي)

5. الزيارات الموجهة: وتسمح هذه الزيارات المنظمة في إطار إحياء شهر التراث خصوصا، بالتعرف عن قرب على المواقع الأثرية والسياحية الواقعة بهذا بمواقع الطبيعية المفتوحة، والتي تعتبر من الأحداث الترفيهية الثقافية موجه للجمهور

الداخلي للمؤسسة (العاملين) والجمعيات الثقافية الناشطة على مستوى الولاية والتي عادةً ما تكون بالتنسيق مع الديوان الوطني لتسيير وحماية الممتلكات الثقافية.

❖ وسائل الاتصال الرقمية:

سخرت المؤسسة مجال الدراسة أجهزة وسائل الإعلام الحديثة كالانترنت (الموقع الرسمي) وصفحة رسمية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك facebook، حتى تكون في المتناول والاطلاع عليها من قبل الجمهور المحلي الجوّاري، وبالتالي خلق نوع من التفاعلية والتشاركية من خلال تبادل المعلومات والآراء والتعليقات عن طبيعة الحدث وطريقة تنظيمه ومدى نجاحه.

فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الواب آليات وتقنيات حديثة كما تعدّ انصب وسيلة لتفاعل مع فئات مختلفة حول الحدث ونشاطاته وكسائر المتاحف صارت اليوم المؤسسة المتحفية احمد باي تستغل هذه الوسائل والشبكات في الإعلان والترويج لأحداث التي ينظمها ويحتضنها داخل قاعاته وأجنحته. فالمتمتع في هاته الوسائل يلاحظ أن المؤسسة موضوع الدراسة تعمل على تحيّن المعلومات وتجريدها من اجل مواكبة العدد المعترف من النشاطات التي ينظمها وقد وقفنا على ذلك من خلال التصفح على صفحة المتحف في موقع التواصل الاجتماعي، إذ أنه على سبيل المثال في إطار شهر التراث 2016 لاحظنا هناك تواجد أحداث ونشاطات في أجنحة وقاعات العرض والتي تم الإعلان عنها خصوصا من قبل الموقع الرسمي، القائمين على مجال الاتصال يعملون في صورة مستمرة على تحسين المعلومات ونشرها والإعلان عن أي أحداث أو نشاطات يقوم المتحف بتنظيمها في المجال القريب، وهنا صار الحكم على هاته الشبكات التابعة للمؤسسة حكما ديناميكيا وفعالا لأنها تمكن الزوار والمتصفح للمواقع من أخذ ما يحتاجونه من معلومات وبالتالي مساندة النشاطات والتظاهرات المنظمة داخله.

III. علاقة الحدث بنتمين وتدعيم العلاقات الجوارية للمؤسسة المتحفية:

إن ممارسة أي مؤسسة لنشاطها وتوطيد علاقاتها مع جماهيرها، لا يكفي في أكثر الأحيان لنجاحها في تأدية رسالتها وخاصة إذا أغفلت تعاونها - التعاون المتبادل - مع المؤسسات الأخرى، لأن هذا التعاون هو الذي يفيد في نجاحها وتواصلها مع جماهيرها (الدليمي، 2011، ص 327).

وتختلف العلاقات التي تربطها المؤسسات المتحفية من مؤسسة إلى أخرى وذلك حسب طبيعة هذه الأخيرة فمتاحف الآثار لها علاقة بالسلطات المسؤولة عن التنقيبات الأثرية وصيانة الآثار، والمتاحف الجيولوجية لها صلات بالجامعات ووزارة الصناعة ووزارة النفط ووزارة الري وشركات التعدين... وهكذا فلكل مؤسسة علاقة بهيئات أو جهات تستفيد منها وتخدم مصالحها وتسيير أمورها المتنوعة وخصوصا المتعلقة بجذب الزوار والمواطنين بأشكالهم المختلفة المحليين والأجانب (الدباغ، 1979، ص 108).

إذ أن العلاقات الجوارية التي تقيمها وتبنيها المؤسسة المتحفية أحمد باي بالمؤسسات الأخرى - ومن خلال الملاحظة والزيارات المتكررة وعبر موقعها الإلكتروني والمقابلات مع مختلف العاملين داخلها - وجدناها متنوعة ومرتبطة مع شرائح عديدة داخل المجتمع كل حسب تخصصه وإسهامه بجانب معين في تأدية وظائف المؤسسة المتحفية. وندرج هذه العلاقات فيما يأتي:

(1) الجمعيات الثقافية والخيرية والحرفيين: أصبحت هذه الجمعيات وعمل أفرادها المتطوعين تميز المجتمعات الأوروبية ضمن النطاق الثقافي، وتكامل عمل المختصين بالعمل المتحف، فأعضائها أثر حساس في تطوير التراث الأثري المادي واللامادي، فهم يساعدون المتاحف في جذب الزوار إليها واستقبال مجموعات جديدة من الجمهور، فهم بنشاطاتهم التي يقومون بها يبنون العلاقات والروابط مع الجمهور، ويشاركون في الأعمال الخاصة التي ترفع من قيمة المتحف في المجتمع (الحجي، ديوب، 2014، ص 222)

أما العلاقة مع الجمعيات تكمن في أن هاته تظم مجموعة من الحرفيين في مجالات متعددة كالألبيسة التقليدية، الأكلات التقليدية الخاصة بمدينة قسنطينة، الفنون المختلفة كالغناء بطبوعه المختلفة المألوف، الفقرات، العيساوة... تعمل الجمعيات الثقافية مع الجمعيات الجمعيات ذات طابع خيري على القيام بمجموعة من الأحداث والنشاطات والتظاهرات الثقافية لصالح العديد من الجهات: مؤسسات ثقافية، تربوية، منظمات المجتمع المدني، معوزين ومعاقين... فالنشاطات التي تقوم بها تشكل اليوم المحور الرئيس لرفع المستوى الثقافي لجمهور المتاحف، حيث تسعى الجمعيات إلى تكوين جمهور من الزائرين الأوفياء والمهتمين بالمتاحف، ويزورون العروض بشكل دوري، ويشاركون في نشاطاتها الثقافية. مع المساهمة كذلك في نشر الوعي الثقافي والإنساني داخل المدينة.

أما الجانب الخيري يتجلى في (الطفولة المسعفة وأطفال الروضة): إذ تعمل المؤسسة المتحفية أحمد باي على تنظيم زيارات متبادلة للملحقة أو لمقر هذه المؤسسات بغية الاطلاع على مختلف الأشياء المتحفية والأحداث الثقافية المنظمة، إضافة إلى مشاركة الأطفال في بعض العروض المسرحية وورشات الرسم التي تنمي فيهم حب المعرفة والاستطلاع.

(2) علاقة المتحف مع المؤسسات التعليمية: ففي حال الحقيبة المتحفية مثلا مديرية التربية تقدم تسهيلات عديدة من أجل تنظيم خرجات إلى المؤسسات التربوية، ويتعامل المتحف مع المؤسسة التربوية من أجل تأطير زيارات إلى المتحف أو إنشاء معارض أو الحقيبة المتحفية. كما تعمل على استقبال الوفود الطلابية من الجامعات والتلاميذ من المدارس وتلاميذ مؤسسات التكوين المهني لزيارة المتحف وكذلك من خلال القيام بتربصات وتكوينات داخل المؤسسة... إلخ (حسب تصريح المستشار الثقافي بمتحف الباي)

- المدارس: تكون العلاقة عبر زيارات عدد من طلبة المدارس للأطوار الثلاث: الابتدائية والإكمالية الثانوية بصحبة معلميه ومدرسيهم للمؤسسة المتحفية، والتي قد تكون بعض الآثار والأشكال الثقافية المتواجدة على مستوى المؤسسة متوافقة مع المقررات الواردة في مناهجهم الدراسية، مما يعمل هذا على توسيع آفاق تفكيرهم وتشتد رغبتهم لمعرفة المزيد عنها.

- الجامعات: تشترك الجامعات والمؤسسات المتحفية في التعليم والبحث العلمي للتعرف على تراثنا الحضاري ودوره البارز في مسيرة الحضارة البشرية وعلى مميزاته القومية التي تبرز وحدتها وكلاهما يعتمد على الكتب والبحوث والمقالات غير أن المتاحف تضيف مصدرا آخر يتمثل في معارضها ذات الأبعاد الثلاثية التي تساهم في الجانب العلمي والتطبيقي من الدراسة والبحث، حيث يرافق الأساتذة الجامعيون طلابهم على معارض المتاحف وعلى المباني التاريخية المشهورة لإلقاء محاضراتهم أمام مجموعات المتنوعة من الجماهير وخصوصا المتخصصة (الدباغ، مرجع سابق، ص 109). مثال ذلك نظم المتحف العمومي الوطني للفنون والتعبير الثقافية التقليدية قصر الحاج أحمد باي يوم دراسي حول "التراث الثقافي ودوره في تنمية الاقتصاد الوطني" وذلك يوم 17 ماي 2016 بمشاركة مجموعة من الأساتذة والدكاترة من قسنطينة، سطيف، الجزائر، مسيلة.

وحضور جماهير من الطلبة، الأساتذة، ضباط الشرطة والجماهير المهتمة بهذا المجال
(www.adnsolution.net/constantine-ar/index.php?page=rencontres-scientifiques)

(3) علاقة المتحف مع المؤسسات الثقافية والمتحفية في الولاية وخارجها: يكون تعامل المتحف مع

المؤسسات الثقافية في الولاية (كل من متحف سيرتا ومتحف المجاهد)، وخارجها من خلال التعاون في إنشاء معارض أو ملتقيات تصادف مناسبة ما، أو تكون في شكل مراسلات رسمية حيث يقوم المتحف بتوجيه دعوة للمؤسسات الثقافية الأخرى للحضور إلى القصر وبإمكانهم عرض مستلزمات الأثرية داخل المتحف. (حسب ما صرح به المستشار الثقافي بمتحف الباي)

(4) علاقة المتحف مع الصحافة: التعامل مع الصحافة واقع باعتبارها شريك وهو ما نسميه في مجال

التخصص □ بالعلاقات مع الصحافة أو وسائل الإعلام التي تعد تقنية تقوم على وضع المعلومة من قبل المؤسسة تحت تصرف الصحفيين الذين يعكسونها بدورهم إلى الرأي العام (Bordeau, 2009, p 38)، والتي تهدف المؤسسة من ورائها إلى تكوين أو تطوير أو تدعيم الصورة العمومية للمؤسسة ولسلعتها وخدماتها، مع الاستفادة إعلاميا من قيمة وسمعة المؤسسة الإعلامية والإعلامي معا (حسب ما صرح به المستشار الثقافي بمتحف الباي). ومن كل هذا وجدنا أن المؤسسة المتحفية أحمد باي تسوق للمنتج الثقافي المتحف من خلال مختلف الأنشطة والأحداث الثقافية المتنوعة والتي تعمل وسائل الإعلام بنشر كل هاته الأخيرة عبر مختلف دعائمها المقروءة، المسموعة وحتى السمعية البصرية. مما يسمح بالمعلومات بالوصول إلى الجمهور المستهدف والمستقبلي ليتعرف على الأعمال التي تقوم بها المؤسسة وفي نفس الوقت دفعه إلى محاولة الوصول إلى موقع المؤسسة من أجل التعرف أكثر عليها.

(5) علاقة المتحف مع أسلاك الأمن: وهم كل من: الشرطة / الجيش / الدرك / والحماية المدنية. فالبعض قد

يراهم بعيدين عن المؤسسة وطبيعة نشاطها، ولهذا أقول -حسب المستشار الثقافي- هم ليسوا بعيدين لكي نقرهم، لان هناك خلايا في كل من هؤلاء تابعون للمؤسسة من حيث التخصص □. لذلك نطلب منهم الحضور دائما وأبدا لأن نظرهم الأمنية لمثل هذه الأمور مهمة جدا، ليعلمها العامل والجمهور مثلا المشاركة لحرس الحدود أو للجمارك أو الدرك... في ملتقيات، ندوات أو أيام دراسية حتى يستطيع الجمهور المتلقي أن يعرف القوانين التي يتخذها العامل في سلك الأمن في حالة تهريب الآثار والسرقة لمتحف مثلا وغيرها، كل هذا سيقرب المواطن بأسلوب ثقافي ولا يخاف من هؤلاء ويخلق علاقة جوارية معهم ويرى أن المعلومات المقدمة مفيدة وأن الدركي ليس شخص □ يمثل الدولة وشخصية متغطرة، بل هو يحاول أن يحمي الدولة بطريقته الخاصة.

ومن أمثلة ذلك مثال تنظيم ملتقى احتفالا بشهر التراث لسنة 2016، بالتحديد مشاركة في محاضرة تحت عنوان "المسكوكات العثمانية في المتاحف الوطنية موروث ثقافي وقيمة حضارية"... يوم الخميس 28 أبريل 2016، وهذا بمداخلات من طرف كل من الجمارك وشرطة المطارات (حسب ما صرح به المستشار الثقافي بمتحف الباي).

(6) علاقة المؤسسة مع الهيئات الثقافية:

➤ علاقة المؤسسة بمديرية الثقافة: شارك المتحف العمومي الوطني للفنون والتعبير الثقافية التقليدية في الصالون الدولي للأسفار والسياحة والصناعات التقليدية بدعوة من مديرية السياحة لولاية قسنطينة وكذا مديرية الثقافة للولاية بقصر الثقافة مُجد العيد آل الخليفة بولاية قسنطينة، بمشاركة 90 عارضا على مدار ثلاثة أيام وفي مختلف المجالات الفندقية، وكالات سياحية، صناعات تقليدية، متعاملين اقتصاديين ومن مختلف الجنسيات، حيث سجل الصالون الدولي مشاركة عدد من الدول على غرار مصر، تونس، فرنسا والإمارات العربية المتحدة. مع مشاركة فريدة من نوعها لغرفة الحرف والصناعات التقليدية بالولاية ب 16 حرفيا مشاركا بفعاليات الصالون الدولي للسياحة من خلال صناعة النحاس، الجوزية وغيرها... (حسب ما صرح به رئيس قسم النشاط والنشر بمتحف الباي). أما المؤسسة المتحفية أحمد باي شاركت بمعرض لمجموعة من المطبوعات الخاصة بالمتحف " مجلة بوليكرومي العدد 01 و 02 والكتاب الخاص بالحاج احمد باي مع مجموعة من البطاقات البريدية المصورة... وماعدا ذلك " وذلك خلال الفترة الممتدة من 27 إلى غاية 29 سبتمبر 2016.

➤ علاقة المتحف مع دور النشر: تكمن علاقة المتحف مع دور النشر في حال إنشاء معارض أو تنظيم ملتقيات أو في حال إخراج كتب أكاديمية، يتعاقد المتحف مع دار النشر التي تقدم أفضل عرض من أجل صنع المطويات، المنشورات، المجلات، الكتب والكتيبات الصغيرة. ومن ضمن دور النشر والطباعة التي يتعامل معها المتحف هي مؤسسة مطبعة الديوان التي مقرها الجزائر العاصمة التي عملت على نشر مجلة تصدرها المؤسسة المتحفية أحمد باي بعنوان "بوليكرومي" في عدديها الأول والثاني، وكذا كتاب بعنوان " الحاج أحمد باي بن الشريف القلي" (حسب ما صرح به المكلف بالاتصال بمتحف الباي).

➤ علاقة المتحف مع الوكالات السياحية: تتمثل هذه العلاقات في مراسلة وزارة السياحة أو الوكالة السياحية للمتحف حتى يوفر الإمكانيات اللازمة والتهيؤ لاستقبال الوفود الرسمية وتأطير الزيارات المتحفية ومن بين هاته الوكالات Touring club والوكالة السياحية التابعة للديوان ONAT.

من كل هذا نفهم أن الحدث يعمل على خلق رابطة اتصالية بين مجموعة كبيرة من الجهات والمؤسسات والأفراد ذوات التخصص المشترك أو التخصص المتباين، مع وجود رابطة تعاونية بينهم من أجل تحقيق أهداف متنوعة من حفظ للتراث، مساعدات مادية ومعنوية لأصحاب وفئات الحاجات داخل المجتمع القسنطيني، أيضا يعمل الحدث على جمع شرائح مختلفة من الجمهور ضمن فضاء واحد (جمعيات وشخصيات عادية ونوعية) من أجل تبادل المعارف والخبرات في شتى المجالات الثقافية، الخبرة، المهنية... وكذا التعارف الذي يخلق فرص لانجاز أعمال مشتركة في المستقبل. وفي هذا السياق نستأنس بقول السيدة : خلف الله شادية (مديرة المتحف العمومي الوطني للفنون والتعبير الثقافية التقليدية) التي رأت في هذا الدور - بناء العلاقات - الحجر الأساس لنجاح المؤسسات مع اختلاف طابعها وخدماتها. إذ قالت " كوننا في المجال السياحي والثقافي، نتعامل بشكل كبير مع منتج معنوي ومحسوس، وهو بطبيعة الحال المعالم والمواقع الأثرية وكذا المزارات المختلفة المنتشرة في ربوع الولاية، لذلك فإن من المهم جدا خلق قنوات اتصال فعالة ودائمة بيننا نحن المؤسسات السياحية والثقافية، وبين الزوار والوافدين والسياح، وغيرهم من الهيئات والجهات المساهمة والفاعلة في تنشيط وإنشاء مختلف الأحداث والأنشطة الاتصالية الثقافية. فإن لم يكن هناك ربط بين مؤسساتنا عن طريق الاتصال حدث شرح وقصور في وظيفة هذه المؤسسات " (حسب ما صرحت به المديرية السابقة بمتحف الباي).

خاتمة:

إن النظرة الشاملة والعميقة لأثر الاتصال عبر الحدث في تفعيل العلاقات الجوارية المتحفية أحمد باي تساعد على تشخيص [] ومعرفة أثر الأحداث المنظمة من طرفها، كما تساعد في بناء توقعات سليمة لفحوى الأحداث وطريقة تنظيمها، والأكثر من ذلك تأثيرها على خلق علاقات تقاربية مع أفراد محيطها الجوّاري وترجمتها إلى ممارسات فعلية على أرض الواقع من خلال منح الفرصة للنشاطات الحداثية المبرزة لأهمية هذا التفاعل في تحقيق أهداف المؤسسة على الصعيدين الداخلي والخارجي وحتى في تحسين صورتها وتقوية سمعتها لدى مختلف جماهيرها.

قائمة المراجع:**مراجع بالعربية:**

1. الدباغ، تقي (1979)، علم المتاحف، مطبعة جامعة بغداد.
2. الحجي، سعيد و ديوب، ابتسام (2013-2014)، علم المتاحف، كلية الآداب والعلوم الإنسانية: منشورات جامعة دمشق.
3. فركوس، صالح (1993)، الحاج أحمد باي قسنطينة (1826-1850)، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
4. الدليمي، عبد الرزاق مُجَدِّد (2011)، المدخل إلى العلاقات العامة، ط1، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
5. شيبوط، فريد (2002)، الاتصال الجوّاري ودوره في التنمية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
6. مقابلة مع المديرية السابقة خلف الله شادية، تمت يوم 2016/11/06.
7. مقابلة مع المستشار الثقافي أسامة بوديسة على مستوى المؤسسة، تمت يوم 2016/11/07.
8. مقابلة مع المكلف بالاتصال داخل المؤسسة، تمت لمقابلة يوم 2017/11/6.
9. مقابلة مع رئيس قسم النشاط والنشر، تمت المقابلة يوم 2016/04/20.
10. مقابلة مع سكرتارية مديرة المتحف، تمت يوم 2016/04/20.
11. مقابلة مع عبد الرؤوف بن خليفات، الملحق بالترميم على مستوى المؤسسة، تمت يوم 2016/11/07.
12. مقابلة مع لطفي علي قشي، المترجم والخبير في مجال الإعلام والاتصال على مستوى المؤسسة، تمت يوم 2016/12/08.

المراجع بالفرنسية:

13. Arbogast, Mathieu & Mons, Olivia (2006), Animez la communication de votre association, France, Vuibert.
14. Babkine, Anthony & Rosier, Adrien (2011), Réussir l'organisation d'un événement, France, Eyrolles Editions d'Organisation.
15. Bordeau, Jeanne (2009), l'art des relations de presse, Paris, Eyrolles.

16. Bouquet, Romain (septembre 2011), La notion de rentabilité dans un évènementiel sportif local "Nature, influence, et impact auprès des partenaires", mémoire Master « Conduite de Projets & Développement des Territoires », Spécialité « Conduite de Projets en Sport, Santé et Insertion », Parcours « Management et Communication en Sport », Nancy –Université, université Henry Poincaré, France.
17. Hirtrich, Sylvie (septembre 2008), la contribution à la communication événementielle "une analyse sémio- contextuelle du mondiale de l'automobile, thèse de doctorat publier, spécialité science de gestion, université panthéon – Assas, paris 2, France.
18. Info Nice (26 mars 2014), l'événementiel, Nice, France, magazine publiée par Onisep.
19. Lugol, Liliane Demont et al (2008), communication des entreprises" stratégies et pratiques", Paris, Armand colin éditeur.
20. Maltese, Lionel & Danglande, jean Philippe (2014), Marketing du sport et événementiel sportif, France, dunod.
21. Morel, Philippe (2012), communication institutionnelle, Paris, Librairie Vuibert.
22. Mucchieli, Alex (2000), communication de proximité et public, paris, édition organisation, n: 78.
23. Rapeaud, Mathias Lucien (2016), La communication événementielle" de la stratégie à la pratique – inclus l'écocoception et le digital, France, vuibert.
24. Sarboni, Marie Christine (2012), Réussir ses action de communication "100 pratique entreprise", France, Dunod.

المواقع الإلكترونية:

1. الموقع الرسمي للمؤسسة المتحفية أحمد باي، متاح على الرابط:
www.adnsolution.net/constantine-ar/index.php?page=rencontres-scientifiques consulté le : 29/10/2016.
2. مفيدة طريقي، مقال بعنوان: قسنطينة تحتضن الصالون الدولي للسياحة، متاح على الرابط:
www.djazairss.com/echchaab/69667 consulté le : 02/11/2016.
3. www.heavent-expo.com/A+propos_756.html consulté le : 3/10/2015.