جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تصميم حملة إعلامية لحماية التراث والآثار بقلعة بني حماد

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر / علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطلبة:

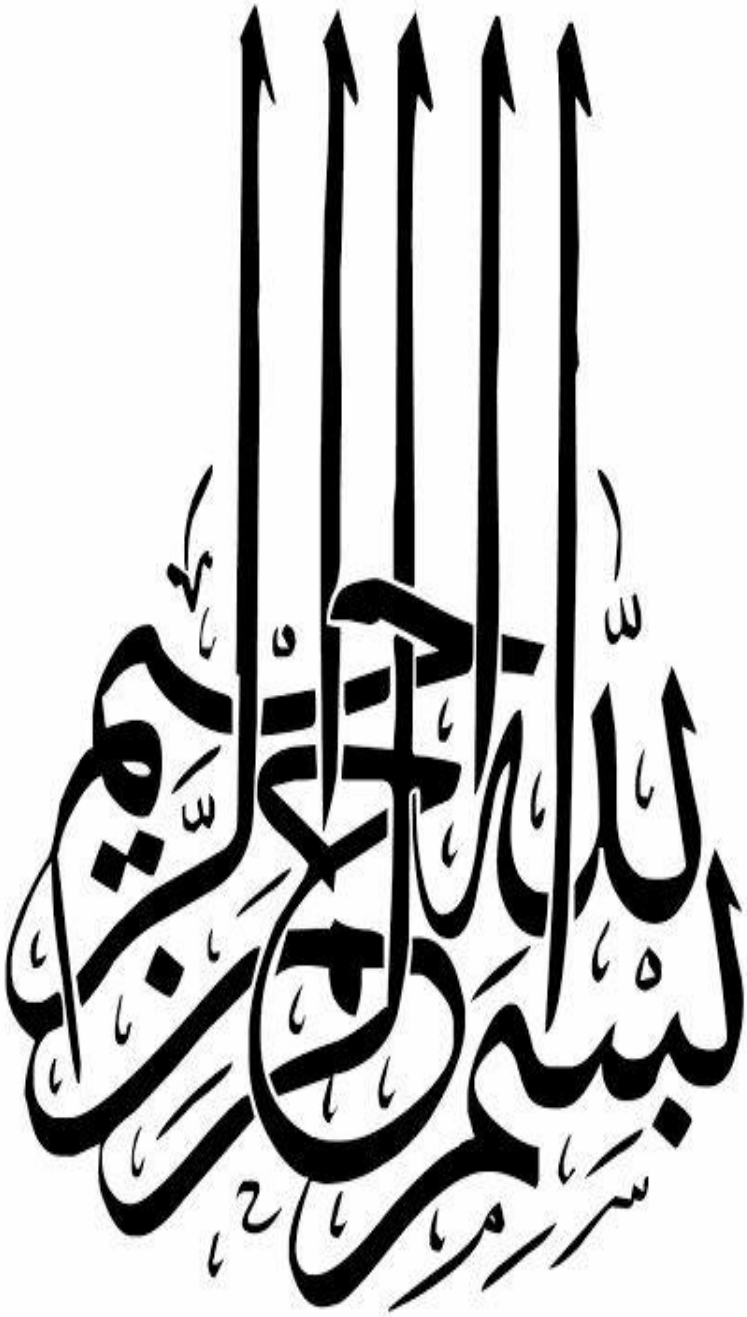
* ضيف سميحة

* جلود الياقوت

إشراف الأستاذ:

أ.د سعاد ولد جاب الله

السنة الجامعية: 2024/2023



شكر وعرفان

قال تعالى: ﴿لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ۖ﴾

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

نتقدم بالشكر الجزيل والعرفان إلى الأستاذة المشرفة " سعاد ولد جاب الله " على تفضلها بالإشراف على هذه المذكرة وكل المجهودات التي بذلتها.

كما لا ننسى في هذا المقام تقديم الشكر للأستاذة "صورية دحمون" التي ساهمت أيضا في بناء جزء هام في هذا العمل ولم تبخل علينا بتوجيهاتها ونصائحها لأخر لحظة

كما نتقدم بالشكر لكل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال والى كل من قدم لنا يد العون لإتمام هذا العمل.

الياقوت سميحة

إهداء

اشكر الله العلي القدير الذي أنعم علي بنعمة العقل و الدين. القائل في محكم التنزيل "وفوق كل ذي علم عليم"

أهدي هذا التخرج لمن علمني أن أعطي ولمن احمل اسمه بفخر وأتمنى أن يطيل الله حياته حتى يرى ثماراً حان وقت حصادها "والدي العزيز –علي"

وإلى ملاكي في الحياة إلى الإحسان والحنان والإخلاص وإلى ابتسامة الحياة وسر الوجود "أمي الحبيبة– زينب"

الى إخوتي وأخواتي الأعزاء وكل أفراد عائلاتهم

صالح* نجود*زهية * الحسين *سمير*نسيمة*سمية*

إلى عائلتي الصغيرة وعلى رأسها رفيق دربي زوجي *دراجي فراحتية*

إلى أغلى هدية انعم الله بها عليا فلذات كبدي

يوسف* سعيد* رحيل

إلى جميع زميلاتي وصديقاتي وكل الأحباب والأصحاب دون استثناء

فريدة *فلة* شريفة*فطيمة*نجاة* فضيلة*زهوة*زوليخة

إلى صديقتي الصدوقة سميحة

إلى كل من كان له الفضل في مساعدتي ومد يد العون لإنجاز هذا العمل

الياقوت

إهداء

﴿ وَآخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾

لم يكن الحلم قريبا والطريق محفوفا بالتسهيلات لكن فضل الله كان عظيما

أهدي ثمرة تخرجي

إلى ركني العظيم في الحياة إلى من كلله الله بالهيبة والوقار

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها واحتضنني قلبها قبل يدها وسهلت لي الشدائد بالدعاء

إلى روحهما الطاهرة* أمي وأبي *رحمهما الله

إلى ضلعي الثابت وأماني أيامي إلى من كانوا لي ينابيع أرتوي بها إلى خيرة أيامي وصفوتها

*نسيمة * فطيمة *

أخواتي وإخوتي وأبنائهم

اليك حورية ..... إخلاصا ودعما

اليك نوال..... رفيقة دربي

اليك الياقوت..... صديقة المواقف

لـ "أنا "التي تبتسم بداخلي وتتمسك بأمل الله في غد أجمل لشخصي الذي نسيت نصيبه

من الدعم ..... نعم أستحق

الى من كان عونا وسندا اليكم جميعا جزيل شكري

سميحة

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
شكر	**–**
إهداء	**–**
فهرس المحتويات	**–**
فهرس الأشكال	**–**
مقدمة	**أ –ب**
الفصل الأول الجانب النظري	
المبحث الأول: ماهية الحملات الإعلامية	**4**
تمهيد	**4**
1 – 1 مفهوم الحملات الإعلامية	**5**
1 – 2 أنواع الحملات الإعلامية	**6**
1 – 3 أهمية الحملات الإعلامية	**7**
1 – 4 أهداف الحملات الإعلامية	**8**
1 – 5 خصائص الحملات الإعلامية	**9**
1 – 6 عوامل نجاح الحملات الإعلامية	**12**
1 – 7 سلبيات وإيجابيات الحملات الإعلامية	**13**
1 – 8 مراحل إعداد الحملات الإعلامية	**14**
المبحث الثاني: حماية التراث الثقافي	**17**
تمهيد	**17**
1- ماهية حماية التراث الثقافي	**18**
2- أسس حماية التراث الثقافي	**19**

3- أهمية حماية التراث الثقافي	**20**
4- الجانب القانوني لحماية التراث الثقافي	**23**
المبحث الثالث: قلعة بني حماد الأثرية	**25**
تمهيد	**25**
1- نبذة تاريخية عن الدولة الحمادية (السكان - التسمية)	**26**
2- التعريف بقلعة بني حماد وموقعها الجغرافي	**27**
3- السياحة الريفية لقلعة بني حماد	**31**
3-1 التعريف بالسياحة الريفية لقلعة بني حماد	**31**
3-2 معالم السياحة الريفية لقلعة بني حماد	**31**
3-3 المقومات السياحية لقلعة بني حماد	**35**
الفصل الثاني: الجانب التطبيقي	
1- مرحلة ما قبل تصميم الحملة	**41**
1 – 1 التعريف بموضوع الحملة	**41**
1 – 2 تحديد نوع الحملة	**41**
1 – 3 تحديد أهمية الحملة	**41**
1 – 4 التعريف بأهداف الحملة	**42**
1 – 5 تحديد الجمهور المستهدف من الحملة	**42**
1 – 6 انتقاء الوسيلة	**42**
2- مرحلة تصميم الحملة	**44**
2 -1 طابع الرسالة	**44**
2-2 نبرة الرسالة	**44**
2-3 محتوى الرسالة	**44**
2-3-1 الملصق (مضمون الملصق)	**44**

2-3-2 المطوية (مضمون المطوية)	**45**
2-3-3 توقيع الرسالة	**48**
3-مرحلة ما بعد تصميم الحملة	**48**
3-1 مدة الحملة	**48**
3-2 تسلسل الوقائع	**48**
3-3 أماكن تعليق الملصق	**49**
3-4 أماكن توزيع المطوية	**49**
3-5 الميزانية	**49**
خاتمة	**51**
قائمة المصادر والمراجع	**53**
قائمة الملاحق	**58**
الملخص باللغة العربية والإنجليزية	**59**

فهرس الأشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	أنواع التراث الثقافي	19
02	موقع قلعة بني حماد	29
03	موقع قلعة بني حماد بالنسبة لمدن المغرب الإسلامي	30

مقدمة

مقدمة:

نعيش في وقتنا الحالي عصر الاتصال بامتياز، فهو يشهد استخدام واسع لطرائق واليات انتشار المعلومة، وعن اتجاه مكثف في توظيف الحملات الإعلامية المختلفة، سواء تعلق الأمر بنشر الأفكار أو المعلومات أو تعديل السلوكيات والمواقف والتأثير في اتجاهات وأراء الأفراد والجماعات.

وتلعب الحملات الإعلامية دور حيوي في تشكيل الرأي العام وتوجيه المجتمع، كما تساعد في خلق وعي جماهيري حول مختلف القضايا الراهنة، وهي تحث على ضرورة التمسك بالعادات والقيم المجتمعية والمحافظة على الهوية، من خلال توجيه الأفراد بكافة فئاتهم، إلى الحاجة للتصدي لمختلف المخاطر التي تمس بتراثه الثقافي، باعتباره ذاكرة الشعوب وأحد اهم مقوماته.

حيث يمثل التراث الثقافي عنصرا هاما من عناصر البيئة، الواجب حمايتها وحفظه وترميمه من الناحية التقنية والفنية، وقد اهتم به الباحثين ورجال القانون من ناحية تعريفه وبيان خصائصه، وتمييزه عن باقي المصطلحات والمفاهيم المشابهة ،له ونظرا لأهميته من الناحية القانونية اهتمت به القوانين الوطنية والدولية، وعملت على تأطيره وتنظيمه، وكذا حمايته والحفاظ عليه، ومنها الاتفاقيات الدولية كاتفاقية لاهاي الشهيرة، والمؤتمرات الدولية والإقليمية وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية، أين عرف التراث الثقافي تخريب وتهريب ودمار رهيب، ولم يعرف هذا الأخير الحماية الجادة إلا بعد هذه الفترة.

ومن هنا انطلقت القواعد الصارمة لحمايته، من كل أشكال العبث والاتجار غير المشروع والسرقة والإهمال، سواء على المستوى المحلي أو الوطني، كما هو الحال بالنسبة لقلعة بني حماد بالمعاضيد، التي تعتبر من الشواهد الأثرية المهمة في المعرب العربي الماثلة إلى يومنا هذا، ومن أبرز المدن التي عرفت نشاط عمراني واقتصادي، والتي عبرت عن ازدهار تلك الحقبة الزمنية، وتم تصنيفها من قبل منظمة اليونيسكو ضمن نفائس التراث الإسلامي، وتقدم صورة حقيقية للمدينة الإسلامية المحصنة، حيث استطاع بنو حماد بفضل حنكتهم جعل مدينتهم مركز حضاري وثقافي ،استقطب العلماء والمفكرين الذين أرسو معالم التراث الإسلامي، ومع ذلك فهي تواجه العديد من التحديات والمخاطر التي تهدد سلامتها وبقائها للأجيال القادمة، لذلك عمدت الدولة الجزائرية على القيام بحملات إعلامية لنشر الوعي لدى مختلف شرائح المجتمع، عبر كامل مؤسساتها للمساهمة في الحفاظ على قلعة بني حماد كرمز حضاري عريق.

وعليه فقد اقتضت منهجية البحث تقسيم العمل إلى فصلين على النحو التالي:

الفصل الأول يمثل **الجانب النظري** وقد تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث، الأول منهم ماهية الحملات الإعلامية، أما الثاني فكان تحت عنوان حماية التراث الثقافي، والمبحث الثالث تناولنا فيه قلعة بني حماد الأثرية.

وفي **الفصل الثاني** الذي يمثل **جانبا تطبيقيا** للعمل، تطرقنا فيه إلى مراحل تصميم الحملة الإعلامية، بدء بمرحلة ما قبل التصميم ثم مرحلة التصميم، وفي الأخير مرحلة ما بعد التصميم.

الفصل الأول

الجانب النظري

المبحث الأول: ماهية الحملات الإعلامية

تمهيد: تعتبر الحملات الإعلامية من الوسائل المستخدمة في إيصال الأفكار وتغيير أو تعديل السلوكيات لفئة معينة، معتمدة على أساليب واستراتيجيات محددة مسبقا لتحقيق الهدف المطلوب، من خلال التأثير على متلقي الرسالة بالاعتماد على الوسيلة الأنسب، والتي تستطيع الوصول من خلالها لشريحة أكبر من المتلقين.

لذلك كان لابد من أن نسلط الضوء على تعريف الحملات الإعلامية، وأنواعها، خصائصها، أهدافها وأهميتها إضافة الى أهم عوامل نجاحها من اجل خلق نوع من الاهتمام ولو بالقليل فيما يخص عمليات التحسيس والتوعية في المجتمع.

1-1- مفهوم الحملات الإعلامية

تعتبر الحملة الإعلامية (MEDIA CAMPAIGN) من النشاطات الاتصالية المهمة، مما دفع العديد من الباحثين والمهتمين بشؤون الاتصال إلى تقديم تعريفات وتحديد مفاهيم مختلفة لها، منطلقين من اهتماماتهم وطبيعة اختصاصاتهم والوظائف التي تؤديها الحملة، والأهداف المراد تحقيقها من جراء تنظيمها،

- فتُعرف الحملات الإعلامية على أنها: "جهود اتصالية مخططة على أسس علمية، ومصممة وفقاً لمعايير وتقنيات معينة، بما يتماشى مع أهداف وموضوع الحملة، وخصائص الجمهور المستهدف والوسائل الإعلامية المستخدمة، وتوظيف كافة الوسائط الإعلامية المتعددة، التي تتيح للمتلقي أكبر قدر من التفاعلية والمشاركة حول موضوع الحملة، وذلك بهدف الوصول بالحملة إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف بهدف تحقيق تأثيرات معينة، خلال فترة زمنية محددة. (**حنان أحمد سليم، 2018، ص303-304.**)
- وهي نشاط اتصالي مخطط ومنظم، وخاضع للمتابعة والتقويم، تقوم به المؤسسات الإعلامية أو مجموعات أو أفراد من خلال برنامج موجه إلى المستهلكين المرتقبين ويمتد لفترة زمنية محددة بهدف تحقيق أهداف معينة، وباستخدام وسائل الاتصال المختلفة وسلسلة من الرسائل، وباعتماد أساليب استمالة مؤثرة بشأن ترويج منتج أو سلعة محددة أو تدعيم صورة الشركة والمنتج في أذهان الجمهور المستهدف وكذلك استهداف جمهور كبير نسبيا. (**سلوى محمود علي حسن، 2018، ص247**)

كما عرفها الكثير من الباحثين ومن أبرز هذه التعريفات ما يلي:

- يعرف دينس ماكويل (Denis McQuail) الحملة الإعلامية بأنها جهود اتصالية وقتية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي، يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا، مثل التصويت وشراء السلع والتبرعات وتحقيق أمن أكبر وصحة أفضل.
- في حين عرف غوران هدبرو (HIDBROW) الحملة الإعلامية بأنها النشاط المكثف الذي يمتد لفترة زمنية محددة ويتعامل مع موضوع محدد ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل.
- وسامية محمد جابر فقد عرفت الحملة الإعلامية بأنها: هي التي تشتمل على مجموعة تدابير واستعدادات مثل الحملات السياسية والانتخابية والمعلومات العامة والإعلامية وبعض أشكال التعليم، واستخدام وسائل الاتصال الجماهيري في البلدان النامية أو في مجال نشر التجديدات، ويكون لها أهداف محددة تخطط من أجل إنجازها، وتقوم بنشاطها في فترة زمنية محددة غالبا ما تكون وجيزة ومكثفة وتستهدف جمهورا كبيرا نسبيا، وغالبا ما تعتمد على إطار عام من القيم المشتركة.

- كما يعرف بسيلي (PAISLEY) الحملة الإعلامية بأنها: نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الآخرين، عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية تؤثر في الجمهور، وأن مفهوم إعادة التشكيل يعد من أهم السمات التي تميزها كنشاط اتصالي سواء كان ذلك على مستوى البناء الاجتماعي أو على مستوى أنماط الحياة الفردية. (**زكرياء بن صغير، 2018، ص03**)
- أما أكرم شلبي فيعرف الحملة الإعلامية بأنها: الجهود المكثفة والمستمرة لفترة من الوقت للنشر المستمر، وبكافة الأساليب والوسائل لطرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين، أو الجهود المستمرة لتحقيق هدف ما، ويمكن أن تكون الحملة مع شيء أو ضد شيء معين. (**أكرم شلبي،1989، ص8**)
- في حين يعرف إبراهيم أبو عرقوب الحملة الإعلامية بقوله هي عبارة عن خطة مكتوبة شاملة وقصيرة الأمد، تحتوي على سلسلة من الرسائل الاتصالية المتصلة والمترابطة التي تظهر في وسائل الاتصال أو الإعلام في فترة زمنية محددة قد تمتد إلى سنة أو أقل من ذلك. (**أبو عرقوب إبراهيم، 1993، ص21**.)
- وعليه فالحملات الإعلامية : Advertising campaigns هي سلسلة من الإعلانات المختلفة أو إعلان واحد في واحدة أو أكثر من وسائل الإعلام يجمعها هدف واحد وتستهدف جمهوراً محدداً (الشباب المنحرف مثلاً)، وتقوم على امتداد فترة زمنية قد تطول أو تقصر على حسب هدف الشركة من هذه الحملة وغالباً تستخدم التكرار والخطاب الإعلاني الإعلامي المكثف لتحقيق هدف الشركة من هذه الحملة، والذي قد يكون طرح منتج جديد أو تعزيز صورة أو مبيعات منتج قديم أو للعمل على تغيير أو تدعيم صورة الشركة والمنتج أو المؤسسة المعلنة أو الجمعية المعلمة في أذهان الجمهور المستهدف من إعلامها.(**ليلى فقيري، 2017، ص10**.)

من خلال ما سبق يمكن القول بأن الحملات الإعلامية: هي عبارة عن مجموعة من الأنشطة والبرامج المخططة والمنظمة وفقا لمعايير محددة مسبقا، والتي يجب أن تكون ملائمة لموضوع وأهداف الحملة، التي وجدت من أجلها للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور خلال مدة زمنية معينة.

1-2- أنواع الحملات الإعلامية

تعتبر الحملات الإعلامية وسيلة فعالة لنشر رسائل وأفكار معينة لجذب انتباه الجمهور، حيث حدد خبراء الإعلام والحملات أنواعاً عدة للحملات، وذلك على النحو الآتي:

- **حملات التوعية:** تصمم لجعل الجمهور على معرفة بشيء ما.
- **الحملات المعلوماتية:** هي حملة معلومات عامة تسعى وراء معرفة الجمهور، وإدراكه لحدث ما، وتزويده ببعض المعلومات العامة الحيوية.
- **الحملات التربوية:** هي حملة للتعلم، تذهب بخطوة إضافية خلف الوعي والمعلومات إلى التفسير ومقدرة الجمهور على تطبيق المعلومات وتحويلها إلى سلوك يومي.
- **حملات تعديل السلوك:** هي نوع من الحملات التي تحاول تغيير وتعديل الاتجاهات والسلوكيات الموجودة لدى بعض أفراد الجمهور، وهي من أكثر الحملات صعوبة وتعقيداً؛ لأنها تستهدف تغيير السلوك أو الاتجاه لدى الفرد، ومن أمثلتها الحملات المعاصرة حول تعاطي التدخين.
- **الحملات الأمنية:** نوع من الحملات التي تستهدف خلق وعي أمني من المخاطر والتهديدات المختلفة لدى الجمهور، والتركيز على متابعة النشاطات المشبوهة المتعلقة بالإرهاب والجريمة المنظمة.
- **الحملات الانتخابية:** هذا النوع من الحملات دوري ويتركز قبل الانتخابات في الدول، ويعمل على إيصال الرسالة السياسية للمرشح، ومنهجيته القادمة بغية انتخابه.
- **حملات الحرب الدعائية:** تستخدم هذه الحملات في الحروب والنزاعات، وتستهدف المجتمعات بغية التأثير على معنوياتهم، والاستسلام للطرف الآخر.
- **حملات الدعاية المضادة:** هذا النوع ينفذ لمعالجة حملات الدعاية المضادة التي تستهدف المجتمع، وخلق حالة توازن فكري ومعلوماتي ونفسي؛ للوقاية من الدعاية المضادة.
- **الحملات الإعلامية العسكرية:** وهذا النوع يستخدم للردع الخارجي، وزرع الثقة في الجمهور بمقدرة القوات المسلحة الوطنية من جهة، وحملات التغطية الحربية من جهة أخرى.
- **الحملات الإعلامية الخاصة:** وتقوم بها جماعات وأفراد لأهداف مختلفة. **(محمود أحمد حسين،2016/2015، ص 26.)**.

1-3- أهمية الحملات الإعلامية

تتحدد أهمية الحملات الإعلامية بالنظر إلى الأهداف المرجوة منها:

- يمكن للحملة الإعلامية أن تؤدي إلى تكوين صورة قوية للمؤسسة، وإلى زيادة في حجم المبيعات وتحسين الأرباح.
- يمكن أن تقوم الحملة لغرض تحسين صورة مهنة معينة لدفع المواطنين للإقبال عليها.
- تغيير السلوك الذي لا يتناسب مع المحيط الاجتماعي، عن طريق إقناع الفرد بعدم صحة ما يقوم به، أو بيان مخاطر الناجمة عن ذلك السلوك، وتعداد الخصائص السيئة له، وذلك يحمل الفرد على تغيير سلوكه إزاءه.
- توضيح الحقائق وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع، كالحملات المستهدفة لتوعية المواطنين بقوانين المرور.
- تحسيس الرأي العام بقضية معينة في المجتمع لئلا تتعرض للنسيان، كالقيام بحملة للتحسيس بفئة المعوقين وذوي الاحتياجات الخاصة، أو ضحايا الكوارث وفئة المحرومين اجتماعيا..، حيث تنبه هذه الحملات المجتمع بهدف الزيادة من درجة التضامن والتكافل والتعاون. **(عيسى بوكرموش، 2013/2012، ص64.)**

1-4- أهداف الحملات الإعلامية

تُعَد الحملات الإعلامية من النشاطات الاتصالية الهامة التي تعددت واختلفت بشأنها وجهات النظر حول وضع مفهوم أو تعريف محدد لها، وذلك من منطلق اختلاف الوظائف التي تؤديها الحملات الإعلامية وتعدد أهدافها، هذه الأخيرة التي يمكن أن نوجزها ما يلي:

- تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات والبيانات المتوفرة حول الموضوعات والقضايا ذات الصلة والمطلوب إحداث التعديلات فيها.
- التأثير على مواقف واتجاهات الجماهير المستهدفة نحو قضايا محددة أو عامة.
- إقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم تجاه أهداف سياسة أو اقتصادية أو اجتماعية، وحول قضايا عامة كقضايا البيئة والتسول وغيرها كاستخدام إستراتيجيات وتكتيكات مقبولة من قبلهم.

- تعديل الأنماط السلوكية للجماهير المستهدفة كما يحقق وفورات مادية أو بها يقلل من حجم الخسائر في أنماط سلوكية شرائية واستهلاكية محددة وخاصة أوقات الأزمات أو الكساد الاقتصادي.

بالإضافة إلى:

- تعديل الرأي العام لقضية معينة في المجتمع لكي لا تتعرض للنسيان كالقيام بحملات للتحسيس بقضية المعوقين أو فئة المحرومين اجتماعيا والغرض من هذه الحملات هو تنبيه المجتمع لمثل هذه القضايا بهدف الزيادة في درجة التضامن والتكافل.
- تحسين صورة المهن وذلك لغرض التنمية الحيوية والدفاعية لإتقان تلك المهنة ودفع المواطنين للإقبال عليها.
- توضيح الحقائق الاجتماعية وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع، كالحملات التي تستهدف توعية المواطنين بقوانين المرور واحترام الإشارات والتقليل من السرعة ...الخ. (**بوشارب عايدة، 2019/2018، ص37.**)

1-5- خصائص الحملات الإعلامية

يعد مفهوم إعادة التشكيل أو الإصلاح من أهم سمات الحملات الإعلامية كنشاط اتصال، سواء على مستوى الفرد أو على مستوى البناء الاجتماعي، فأينما وجد مفهوم الحملة وجد بالضرورة مفهوم إعادة التشكيل، فعادة يقصد بإعادة التشكيل قيادة أفراد المجتمع إلى الحالة الأفضل، لذلك فهناك من يقرر منهجين رئيسيين كسمات محددة للحملات الإعلامية هما منهج الضبط الاجتماعي والمنهج الآخر هو منهج العملية.

1-5-1-منهج الضبط: وهناك ثلاث محاور يرتكز عليها منهج الضبط الاجتماعي وهي:

- **التعليم**: ويهدف إلى تقديم كافة المعلومات والعناصر المرتبطة بالمشكلة أو القضية موضوع الحملة.
- **التدبير**: ويركز على اتخاذ كافة الإجراءات الإرشادية والتوجيهية التي تساعد الناس على التعامل مع القضية أو المشكلة (موضوع الحملة) بالشكل المطلوب.
- **التعزيز أو التدعيم**: ويقوم على إصدار القوانين والمعلومات التي تلزم الجمهور بالتعامل الإيجابي مع القضية المطروحة.

1-5-2-منهج العملية: ويشمل عمليات التخطيط للرسائل والوسائل الإعلامية المناسبة في ضوء خصائص الجمهور المستهدف، إضافة إلى وضع خطط لإدارة الحملة وتقييم نتائجها.

وتتسم الحملات الإعلامية بأنها تتعامل مع سلوك مؤسسي جمعي يكون موافق مع المعايير السائدة والقيم ويكون اهتمامه منصبا على توجيه ودعم وتنشيط ميول الجمهور المتلقي نحو أهداف اجتماعية مقبولة.

كما تتميز الحملات الإعلامية بجملة من الخصائص كنشاط اتصالي على أساس أنها تختلف عن غيرها من الأنشطة الاتصالية الأخرى، وهذا التميز هو الذي جعلها تكتسب الكثير من المصداقية لدى جماهيرها لارتباطها الوثيق بقضاياهم الاجتماعية وعلاجها للعديد من الظواهر.

- **التكرار** :تعمل الحملة الإعلامية إلى تحقيق أهداف ثلاثة من خلال عملية تكرار الرسائل:
  - **الهدف الأول** :أن يعمل القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية على تثبيت الرسائل في ذهن الجمهور المستهدف فيخزن المعلومات التي تلقاها في ذاكرته، فإذا جاء الوقت أو الظرف المناسب لاستخدامها فإن يتم استرجاعها تلقائيا
  - **الهدف الثاني** :من التكرار فهو الإلحاح لدفع الجمهور إلى تقبل الرسائل التي بتم بثها أو نشرها
  - **الهدف الثالث** :هو إتاحة الفرصة لعدد من الجماهير الأخرى أن تعرفوا على مضمون الرسائل.

- **الاستمرارية:**

يعني الاستمرار وعدم التوقف المؤقت أو النهائي عن بث الرسائل ضمن المدة الزمنية المحددة للحملة، لمجرد نشر الرسائل أو بثها في أحد الوسائل حتى لا تنقطع الصلة بأن القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية والجمهور المستهدف، لأن الاستمرار في تنفيذ ومتابعة الأنشطة والبرامج دون انقطاع من شأنه أن يؤدي إلى تحقيق الهدف المنشود. (**أم لرقاب سمية، 2021/2020، ص 77**.)

- **استخدام كافة وسائل الاتصال:**

إنه من المنطقي وحسب تعريف الحملة الإعلامية أن تستخدم كافة وسائل الاتصال المتاحة، وفق ما بتوفر لدى القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية من إمكانيات مادية وبشرية، وبما يتوافق والجمهور المستهدف من أجل الوصول بالرسالة الإعلامية إلى أكبر شريحة من الجمهور، وهذه خاصية يتميز بها هذا النوع من النشاط الاتصالي دون غيره، لأن استخدام كافة وسائل الاتصال المتاحة لا يدع مجالات للشك بأن أحدا من عناصر الجمهور المستهدف لم تصله الرسالة.

- **كثافة التغطية:**

وهي عبارة عن الجهود المكثفة التي يتم خلالها إغراق الجمهور المستهدف بوابل من الرسائل أي بآراء وأفكار ومعتقدات القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية، ويمكن التميز بين نوعين من الحملات في هذا المجال (**أم لرقاب سمية، 2021/2020، ص 77.**)

- **ذات إدارة منظمة:**

هذا يعني حضور التخطيط في العمل كي يرسم الطريق المؤدي للهدف المنشود، ويلزم التخطيط جمع المعلومات والبيانات لمضمون نشاط الحملة الإعلامية، لهذا نجد أن الحملة الإعلامية ذات إدارة محكمة وجهود منظمة، يسلكها القائم بالاتصال أقرب الطرق ويختصر في هذا الزمن للوصول إلى الهدف.

- **ذات مدة زمنية محددة:**

وهي أن تكون الفترة الزمنية محددة البداية والنهاية على ألا تكون طويلة المدى، وهذا ما يجعل الحملة الإعلامية تكثف جهدها للوصول إلى الهدف المنشود في أسرع وقت ممكن وبأقل التكاليف، لتجنب الملل الذي قد يحدث للجمهور جراء الرسائل المستمرة والمتكررة، مما قد يحبط جهود القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية ويحول دون تحقيق الهدف.

كما يجب ألا تزيد على الحد المعقول نظرا لانشغال الجمهور عن أعمالهم، وفي الوقت نفسه ألا تقل عن المدة المعقولة حتى يتمكن القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية من القيام بنشاطات الحملة. (**مقبل نسيمة، 2014، ص12.**)

ويمكن تلخيص هذه الخصائص فيما يلي:

- الاتساع والانتشار بحيث تستخدم أكثر من وسيلة إعلانية مستخدمة للجميع.
- التركيز على عدد معين وقد يكون مختلف في الرسائل الإعلانية.
- التوجه إلى الجماهير المنتشرة في جميع المناطق التي بها مراكز الاستهلاك.
- الفترة الزمنية الطويلة التي تستغرقها الحملة سنة أو أكثر. (**إسماعيل حمدي محمد، 2018، ص245**)

1-6- عوامل نجاح الحملات الإعلامية

ولكي تنجح الحملة الإعلامية وتحقق أهدافها لابد من توفير عدة عوامل وهي:

- الإعداد المسبق والتخطيط المحكم للحملة عن طريق جمع أكبر كمية من المعلومات والبيانات والتفاصيل والأدلة الكافية لإقناع الرأي العام.
- المتابعة المستمرة للموضوع وعرض جوانبه المتعددة وتحليل جزئياته.
- أن تفسح الصحيفة صدرها للرأي العام الآخر ومنحه فرصة الرد على الانتقادات الموجهة إليها لأن ذلك سوف يكسبنا احترام القراء ويزيد من تقيم في صحة موقف الصحيفة وشجاعتها الأدبية.

وهناك عوامل أخرى تأثر على فاعلية الحملة الإعلامية لدى القائم بالاتصال وهي كالتالي:

- عوامل متصلة بالمصدر (المرسل):

يمثل المصدر عنصر أساسيا من عناصر الحملة (المرسل) وينبغي أن تتوفر لديه الصفات التالية:

- أن يمتلك مهارات اتصالية أي أن تتوفر فيه القدرة والمهارة في استخدام اللغة اللفظية وصياغة الرسائل التي تعبر عن أهداف الحملة ونواياها، إلى جانب تميزه بمستويات معرفية مناسبة، وأن يكون موضع ثقة للمتلقي لأن هذه الثقة هي الأساس الذي يبني عليه المتلقي تصديقه لرسالة.

-عوامل متصلة بالرسالة (مضمون الحملة):

وتحتل العوامل المتصلة بالرسالة أو المضمون أهمية خاصة في التأثير على المتلقي في الحملات الإعلامية، ويقتضي هذا الجانب من العملية توفر العوامل الآتية:

- ضرورة وضوح الرسالة وملامستها لجمهورها، والعامل الثاني يتعلق بهدف الحملة التي تستهدف توصيل المعلومات وتكشف عن نجاح أكبر من الحملة التي يكون هدفها تغيير الاتجاهات والآراء.
- كلما كان موضوع الحملة جيدا ولم يتعرض لتعريفات مسبقة تيسرت معالجتها بواسطة الحملة، يجب أن يضع القائم بالحملة لرسالته صياغة تناسب الملتقى فلا يستعمل في مضمونها إلا الرموز أو اللغة التي يفهمها هذا المتلقي. **(دهيليس سامي، طرشي محمد، 2021/2020، ص17-18)**

-عوامل متصلة بوسائل الحملة:

يستخدم القائمون على الحملة الإعلامية وسائل الاتصال عديدة لغرض إنجاز الأهداف المخطط لها في الحملة، يبدأ اختيار الوسائل بسؤال يطرحه القائم بالحملة عن القنوات أو الوسائل سوف يساعد على تحقيق أهداف الحملة، ففي مرحلة مبكرة كحملة من الحملات قد تكون إذاعية أو تلفزيونية وغيرها مفيدة جدا لإحاطة

الجمهور علما بالاحتياجات أو الفرص، وفي مرحلة قد يكون التركيز منصبا على الإيضاح والمناقشة وجها لوجه لمساعدة الناس على اتخاذ القرار بشأن تغيير مفتوح. (**دهيليس سامي، طرشي محمد، 2021/2020، ص18**)

1-7- سلبيات وإيجابيات الحملات الإعلامية

1-7-1- السلبيات: من بين المعوقات التي قد تؤدي إلى فشل في الحملة الإعلامية هي:

- الإخفاق في تحديد طبيعة الجمهور المستهدف بالإقناع بصورة دقيقة.

- غياب خطة دقيقة بين الأهداف المطلوب تحقيقها من الحملة الإعلامية.

- فشل العمليات المتعلقة بإعداد الرسالة الإعلامية وتصميمها وتوصيلها إلى الجمهور المستهدف بالمكان والزمان المناسبين.

- تدني كفاءة إدارة الحملة في تحديد وتنفيذ الأعمال المطلوبة لتحقيق أهداف الحملة بكفاءة عالية.

- التهاون في اتخاذ الإجراءات اللازمة لتجاوز الإخفاقات حال وقوعها.

- غياب المرونة التي تسمح بإجراءات التغيرات الضرورية انسجاما مع التطورات الفجائية التي تحدث.

- نقص الإمكانيات البشرية والمادية المطلوبة لتنفيذ الحملة الإعلامية بكفاءة (**بشكات نادية، بوعبد الله سعدية، 2019/2018، ص62-63**.)

1-7-2- الإيجابيات: ويمكن توضيح إيجابيات الحملات الإعلامية في بيان ما يمكن أن تحققه للأفراد والمجتمعات والمؤسسات في النواحي التالية:

- توضح البحوث المصاحبة للحملات الإعلامية أثناء عملية تحليل الموقف الاتجاهات الحقيقة للجمهور المستهدف، وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم بما يساعد القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية على إعداد الرسالة واختيار الوسائل المناسبة.
- التقدم التكنولوجي في المجالات التي تؤثر على حياة الأفراد أو الأسر يفرض تخطيط وتوجبه حملات إعلامية لتوعية الجمهور.

- تعمل الحملات الإعلامية على معالجة المشكلات التي يعيشها المجتمع ومحاولة إيجاد الحلول لها بالطرق العلمية، وفق تصميم محكم لمراحل الحملة الإعلامية بما بتوافق ومعطيات موضوع الحملة، وما بتوفر من معطيات وبيانات تساهم في تحليل الموقف وايجاد الحلول لهذه المشكلات.
- تحقق الحملات الإعلامية لجمهورها المستهدف كماً معلوماتياً حول المشكلات التي يعيشها، وخدمات إنسانية متنوعة بما يعود علبهم بالنفع وبما يكفل لهم تحقيق التوازن الاجتماعي داخل المجتمع.
- تحسيس الرأي العام بقضية معينة في المجتمع، كالقيام بحملة التحسيس بفئة ذوي الاحتياجات الخاصة، أو ضحايا الكوارث وذوي الحقوق، وهذا بغرض زيادة درجة التضامن والتكافل الاجتماعي. **(د. كرياء بن صغير، 2024/2023، ص03-04.)**
- التأثير في المعرفة والاتجاهات والسلوك بما يخدم الصالح العام، من خلال الرسائل المتتالية والكثافة في التغطية وعملية التكرار لتحقيق الهدف المنشود من الحملة الإعلامية وذلك من خلال:

- إقناع الناس المحايدين بوجهة نظرك وعدالة قضيتك.
- حشد وتعبئة الأنصار ودفعهم للعمل والتحرك والرفع من معنوياتهم.
- تثبيط وكسر معنويات العدو أو شق صفوفه أو استمالة المؤبدون له.
- خلق رأي عام داعم يحث المجتمع على المشاركة الإيجابية لحل قضبة ما أو مشكلة ما يتعرض لها المجتمع، كذلك يحث المجتمع على البعد عن السلبية واللامبالاة ويشجع كل فرد على أن يكون له دور في التغيير والتطوير.

- تغيير السلوك الذي لا يتناسب مع المحبط الاجتماعي، عن طريق إقناع الفرد بعدم صحة ما بقوم به، أو ببيان المخاطر الناجمة عن ذلك السلوك **(د. كرياء بن صغير، 2024/2023، ص04)**.

1-8- مراحل إعداد الحملات الإعلامية

يختلف الباحثون في وضع خطوات مرحلية أو نموذجية لبناء الحملات الإعلامية، إلا أن المتفق عليه هو أنها تشمل بعض العناصر التي لا يمكن إغفالها، وحتى إن اختلف ترتيبها، ولإعداد حملة إعلامية يجب على القائمين بها إتباع المراحل التالية:

- **تحديد المشكل:** ويتم فيه التعريف بالمشكل: ماهي مظاهره، تاريخه، تطوره، أسبابه، آثاره طبيعته، علاقته بالمشاكل الأخرى.

- **تحديد الجمهور المستهدف:** يجب فهم خصوصيات الجمهور المقصود من هذه الحملة احتياجاته، رغباته، عاداته، قيمه، تعرضه لوسائل الإعلام، فهذا يعد ضروريا في أية حملة ويتم ذلك عبرة خطوتين:

أ– دراسة الجمهور: وتقوم على معرفة الفئات الاجتماعية التي يمسها المشكل من حيث معرفة احتياجاتهم، رغباتهم أراءهم، معتقداتهم اتجاهاتهم، مشاكلهم، مستوياتهم التعليمية والثقافية.

ب – تصنيف الجمهور: تعد دراسة التمثيل حجر الزاوية في دراسة الجمهور، إذ يجب انتقاء أو اختيار عينة تمثيلية للجمهور للتوصل إلى نتائج ملموسة تعكس مميزات وخصائص الجمهور المستهدف.

- **تحديد الأهداف:** يكون بتحديد ما الذي يراد الوصول إليه؟ هل يراد إحداث الإبقاء، أو تعديل أو تعديم، أو تغيير سلوكيات أو مواقف؟ هل يراد الوصول إلى أهداف قصيرة المدى؟ هل المشكل مستمر ودائم يحتاج إلى حملة إعلامية مستمرة تتطلب متابعة. (**تريكي صبيرة، 2021/2020، ص33–34.**)
- **دراسة الميزانية:** دراسة الميزانية عملية مهمة جدا لأنه من دون موارد يستحيل وضع مخطط للاتصال الاجتماعي فعملية البحث تتطلب إمكانيات مادية وبشرية كذلك الإنتاج التقني للوسائل حسب، نوع الوسيلة الإعلامية، أخذ المناظر، تركيب الصور للتوضيح، الرسم، الفكاهة، الموسيقى، النص ... الخ).
- **اختيار وانتقاء الوسيلة الإعلامية:** يتوقف اختيار الوسيلة أو الإستراتيجية الإعلامية على خصائص الرسالة، الجمهور المستهدف المشكل المراد حله، بمعنى أخر وفقا لأهداف المخطط الاتصالي، وهناك تنوع في الوسائل الإعلامية التي يمكن استخدامها في الحملات الإعلامية لنقل الرسائل مثلا: الصحافة المتخصصة، الإذاعة التلفزيون السينما، الملصقات، وبالتالي فان اختيار الوسيلة الإعلامية هي قرار استراتيجي يتضمن انتقاء الوسيلة أو الوسائل الإعلامية التي تستخدم تقسيم الميزانية بين مختلف الوسائل المنتقاة.
- **إعداد وتصميم وإنتاج الرسالة:** تتوقف خطوات هذه المرحلة على أن تكون الرسالة محددة قصيرة معبرة وبصيغة مقبولة لدى المواطنين والمستعملين وتعتمد على: التخويف، الفكاهة، التغزل.
- **الحملة الإعلامية في الزمن:** يجب على المرسل أن يعلم في أي وقت يكون المتلقي أكثر تلقائيا وتقبلا لرسالة دون أخرى فالسنة متكونة من أربعة فصول لكل منها مواضيع تناسبه (الربيع، الصيف، الخريف، الشتاء). إضافة إلى مدة حياة الرسالة التعرض المتواصل، التعرض المتقطع التذكر والمقارنة بين الوسائل الإعلامي). (**تريكي صبيرة، 2021/2020، ص34–35.**)

- **الاختبار الأولي:**

ويتمثل الهدف الجوهري للاختبار الأولي في تحديد قالب الاتصال الأكثر فعالية والأكثر عقلانية من بين العديد من قوالب الاتصال التي يمكن استخدامها في الحملة الإعلامية، من خلال الجذب الفهم القبول الاشتراك الذاتي الإقناع.

- **التقييم:**

إن الحملات الإعلامية لا تتوقف أبدا، بل بالعكس تتابع وتستمر وبفضل تقييم الحملة الإعلامية، يمكن تحديد مواطن الضعف والأخطاء والغلطات في البرنامج المتبع، إذن فإن التقييم هو الدرس المستخلص من الحملة السابقة وهو قاعدة انطلاق لحملة لاحقة أحسن إعداد وأكثر فاعلية. (**تريكي صبيرة، 2021/2020، ص35.**)

المبحث الثاني: حماية التراث الثقافي

تمهيد:

يشكل التراث الثقافي ما خلفه الإنسان من إرث مادي ومعرفي تراكم عبر الزمن وقادر على البقاء متى تم الحفاظ عليه، وإدراك قيمته وأهميته جيلا بعد جيل، فهو الركيزة التي ترتكز عليها الأمة في بناء نهضتها، والجذور التاريخية التي تشكل استمرار وجودها وتفردها وأصالتها.

وإدراكا لأهمية هذا التراث وقيمته، كان لزاما الحفاظ عليه، وهذا ما يعكسه الاهتمام الدولي والإقليمي من سن ترسانة من النصوص القانونية لتصنيف وتسيير حماية الممتلكات الأثرية.

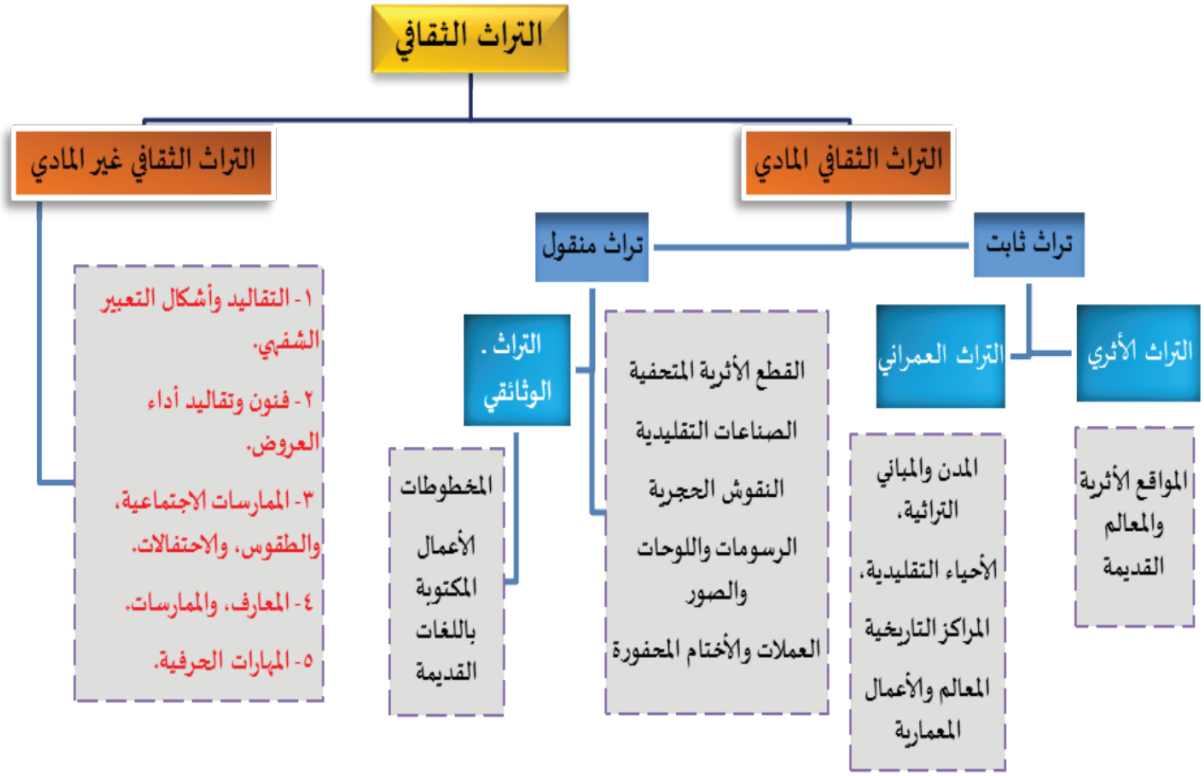
1- ماهية حماية التراث الثقافي

إن الحماية حسب النظم والتشريعات الثقافية السائدة في منظمة اليونسكو، تعني العمل اللازم لتوفير الظروف الملائمة التي تساعد على بقاء المعلم التاريخي، أو الموقع الأثري، أو المنطقة التاريخية. ويستخدم هذا المفهوم عادة فيما يتعلق بالحماية المادية للمواقع التاريخية، والأثرية؛ لضمان تأمينها من السرقة، أو النهب. أما الحماية القانونية التي تستند إلى التشريعات والمعايير التخطيطية هي تلك التي تهدف إلى ضمان الدفاع ضد أي معالجة قد تضرب المواقع التَّراثية. (**ياسر هاشم عماد الهياجي، 2017، ص91**)

والتراث الثقافي قد يكون مادًيا، وقد يكون معنوًيا (غير مادي). والمقصود بالتراث إرث المادي: ما خلفه الأجداد من آثار ظلت باقية من منشآت دينية وجنائزية كالمعابد والمقابر والمساجد، ومباني حربية ومدنية .... وغيرها من الموروثات المادية والتي تُعرف في لغة الأثريين بالآثار الثابتة، إلى جانب الأدوات التي استخدمها الأسلاف في حياتهم والتي يُطلق عليها الأثريون الآثار المنقولة كالوسائط المعلوماتية من مخطوطات، خرائط... الخ.

أما التراث غير المادي (المعنوي)، فهو ذلك التراث الذي يشمل: الأدب الشفوي كالحواديت والأغاني والسير والأمثال والأساطير والخرافات، الثقافة المادية كالفنون والحرف والعمارة والأزياء وأساليب التزيين، وطرق الطهي، العادات والمعتقدات كالأعياد والاحتفالات والألعاب، وأساليب التداوي، والمعتقدات الدينية والشعبية، فنون الأداء، كالموسيقى والدراما. (**أحمد حنفي محمد أمين داود، 2023، ص46**.)

الشكل رقم 01: أنواع التراث الثقافي



المصدر: ياسر هاشم عماد الهياجي، دور المنظمات الدولية والإقليمية في حماية التراث الثقافي وإدارته وتعزيزه، مجلة أدوماتو، العدد 34، 2017، ص89.

2- أسس حماية التراث الثقافي

أولا: الأساس الثقافي

يعتبر عامل و أساس الثقافة من أهم الأسس التي تستند عليها حماية التراث الثقافي باعتبارها عامل يوحد البشرية رغم اختلافهم، كذلك مساهمة الثقافة في تقرير وسائل الدفاع عن السلم ، إلا أن مرور البشرية بعدة حروب جعل هذه الثقافة تكاد تدمر وتندثر لذلك وجب علينا حمايتها ، خاصة بعد التخريب الذي طال دور العبادة الأعمال الفنية، والأثار التي تعد من أكبر إبداعات الفعل الإنساني التي تدعوا للتوحد والسلم والإبداع، و تغيير هذه الرموز الثقافية من حق الأجيال القادمة التمتع واستغلال مختلف التراث الثقافي: "كالأهرامات، و آثار روما، و التراث اليوناني ... " و عليه فالثقافة تمثل همزة التواصل بين الماضي و الحاضر ومؤشر استمرار الأمم.

ثانيا: الأساس الإنساني

التراث الثقافي هو أعيان مدنية، لا يجوز مهاجمتها أو سلبها أو الاستيلاء عليها باعتبارها تراث مشترك للإنسانية وتراث عالمي مشمول بالحماية الوطنية والدولية من خلال اتفاقيات دولية، فهذه الممتلكات الثقافية لا يجوز الاعتداء عليها بأي شكل من الأشكال سواء في زمن السلم أو الحرب إذا فالتراث الثقافي هو ملك للإنسانية، وهذا ما أكدته نصوص الاتفاقية لاهاي 1954بإحترام التراث الثقافي سواء كانت في أراضيها أو أراضي أطراف أخرى، وهذا طبقا لنص المادة 4 من اتفاقية لاهاي 1954. (**حسن حميدة، 2022/2021، ص54-55.**)

ثالثا: الأساس المدني

بالنظر إلى الأسس السابقة فإن الأساس المدني أهم الأسس التي يرتكز عليها القانون الدولي في حماية التراث الثقافي، وهو يعتبر من الأسس المكملة لأسس الأخرى فالتراث الثقافي هو تراث مدني كالآثار التاريخية والأعمال الفنية وأماكن العبادة، فهي أماكن وأعيان مدنية لا يجوز الاعتداء عليها ، و لا يجوز أن تكون نقاط حرب و عدوان، باعتبارها لا تستخدم في أي مجهود حربي و لا تشكل منشآت حربية بطبيعتها والاعتراف بهذا الأساس بجملة نص المادة 04من اتفاقية لاهاي لعام 1954نصها " تتعهد الأطراف السامية باحترام الممتلكات الثقافية سواء في أراضيها أو أراضي الأطراف السابقة المتعاقدة الأخرى، و تطالب بالامتناع عن استعمال هذه الممتلكات أو الوسائل المخصصة لحمايتها، أو الأماكن المجاورة لها مباشرة لأغراض قد تعرضها للتدمير والتلف في حال النزاع المسلح وبامتناعها عن أي عمل عدائي إزائها ". (**حسن حميدة، 2022/2021، ص55-56**)

3- أهمية حماية التراث الثقافي

يحظى التراث الثقافي بأهمية كبيرة ومن عديد الزوايا، فله أهميته الدينية، حيث كان الدين الباعث المهم في بداية الاهتمام بالتراث، كما أن التراث مادة النظر والتدبر والاعتبار، كذاك للتراث أهميته الحضارية الثقافية فهو مكوّن أصيل في شخصي الأمم وهو ذاكرتها وهويتها،

وللتراث كذلك أهمية من الناحية المادية – الاقتصادية باعتباره من أهم عوامل الجذب السياحي، إضافةً إلى الأهمية الخاصة التي يحظى بها لأنه فريد من نوعه ولا يمكن تعويضه.

3-1 الأهمية الدينية

«لقد كانت المجتمعات في العصور القديمة تكن للممتلكات الثقافية احتراما كبيرا، ويرون في ذلك التعبير عن المطامح الروحية، يربطون ببينها وبين المؤسسات الدينية القيادية، إذ كانت الإنتاجات الفنية مقدسة لاتصالها الوثيق بالمعتنقات الدينية، وهذا ما عزّز مسألة حمايتها والمحافظة عليها. وفضلا عن ذلك، فالفكرة السائدة في ذلك العصر كانت تتجسد في توق الإنسان لتخليد منجزاته وإبقاء روحه للأجيال اللاحقة، فقد ابتدع إنسان ذلك العصر إنتاجاته من الحجر والمعدن وأقام النّصب الشامخة والمدافن الكبيرة، واستخدم شتى الوسائل لتخليدها والحفاظ عليها، كل ذلك رغبة منه في إبقاء النشاط الروحي». (**سعيدي كريم، 2016/2015، ص35.**)

3-2 الأهمية الثقافية _ الحضارية

يكتسي تراث الثقافي أهمية ثقافية حضارية قصوى وهي القيمة التي تفوق في أهميتها القيمة المادية والاقتصادية لأنها تمثل ذاكرة الشعوب والأمم وهي تراث الإنسانية وحلقة من حلقات التطور الثقافي والحضاري للإنسان وهذا الذي سنفصله في مجموعة النقاط:

- يعتبر التراث مكوناً أصيلاً يتصل بشخصية الأمة، ويعطيها الطابع المميز لها ويعبر عما تتمتع به من حيوية وقدرة على حل المشاكل الخاصة بالحياة، كما يحدد مستواها في الذوق والحس الإبداعي، ودرجة تقدمها في العلوم والفنون، وقد دفع ذلك الأمم كافة للاهتمام بهذا التراث وحمايته، وقد أصبح هذا التراث في حاليا ونظراً لقيمته الثقافية والحضارية العالية تراثاً مشتركا للإنسانية جمعاء.

- ينقل التراث معان وقيم ورسائل مختلفة ،تاريخية فنية، جمالية، سياسية، دينية، اجتماعية، روحانية علمية طبيعية)، تساهم في إعطاء معان لحياة الشعوب، فمثلا تعطي المواقع الأثرية والمتاحف فكرة عن كيف عاش الإنسان حياته في الماضي ولذا فإنها تحمل معاني تاريخية، فقبة (جينباكو) في هيروشيما في اليابان تشهد على الآثار المأسوية التي خلفتها القنبلة النووية، وهي تعطي تحذيرا ضد الحروب كما أن المساجد والكنائس والمعابد لا تعتبر فقط لأهميتها الدينية، بل باعتبارها مظهرا لأعمال الإنسان الفنية، فالبتراء في الأردن اشتهرت ليس فقط بمقابرها وهندسة المياه فيها، بل بجمال بيئتها أيضا. (**سعيدي كريم، 2016/2015، ص35.**)

- الحفاظ على التراث الثقافي وبعده الحضاري حفاظا لذاكرة وهوية الإنسان والمجتمع الإنسان بطبيعته مكون من مادة وروح وهو محتاج دائما، وباستمرارية لإشباع حاجات هذين العنصرين حتى تكون حياته طبيعية

ومتزنة وهذا الذي ينطبق على الشعوب والأمم كذلك أن هناك اتفاق بين مختلف الثقافات بان عنصري الروح والمادة هما المكونان الأساسيان لحياة الإنسان والمجتمع، فهناك الجانب المادي الاقتصادي وهناك الجانب الروحي والثقافي بما يحتويه من تراث ثقافي وديني وما يجب الحفاظ عليه وحمايته لان في ذلك حماية وحفاظ على الجانب الروحي للمجتمع.

3-3 الأهمية المادية – الاقتصادية

يعد إدراك القيمة المادية للأعيان وبشكل خاص الآثار مسألة قديمة، تماثيل وتحفا ولعل أول في تنبه لتلك القيمة هو الملك البابلي (نبوخذ نصر) الذي جمع تاريخية استجل بها من المدن التي استولى عليها ووضعها في قصر شيده خصيصا لهذه المجموعة الأثرية وسماه بمخلفات شعوب العالم.

كذلك كشفت التنقيبات الأثرية أن التحف والحلي كانت الوسيلة الأساسية للتهادي بين الملوك في العصور القديمة، بل وكان يتهافت عليها أصحاب الجاه والسطوة والسلطان مما دفعهم إلى اقتناء أكبر قدر من التحف وذلك نظرا لقيمتها المادية باعتبار أن امتلاكها يعطي صاحبها مكانة اجتماعية رفيعة، ولكونها وسيلة للعظمة والتفاخر بقيمتها المادية الرفيعة.

وتكتسب الأعيان الثقافية في الوقت الحالي أهمية اقتصادية متعاظمة، حيث كان ومازال التراث الثقافي من أهم عوامل الجذب السياحي، فمنذ القرن التاسع عشر (19) تزداد السياحة الثقافية بشكل كبير يوما بعد يوم حتى أصبحت مصدرا اقتصاديا هاما للعديد من الدول، من حيث أنها مصدر لخلق فرص العمل وجذب العملات الصعبة وتطوير البنية التحتية المهنية. هذا ويمكن القول في الأخير أن القيمة الاقتصادية للمصادر التراثية أصبح علما قائما بحد ذاته له مختصون وتمنح فيه الدرجات العلمية، ويعتمد في أساسه عن دراسة الجدوى الاقتصادية للقيام بأفضل توظيف للمعلم الثقافي وبأفضل مردود مالي مع الحفاظ على قيمه الثقافية. (**سعيدي كريم، 2016/2015، ص36-37.**).

4-3 الأهمية الخاصة

إن الشعوب والدول رغم تطور وتقدم بعضها التي تفتقر إلى الرصيد التراثي تسعى دوماً وباستمرار إلى زيارة المتاحف والأماكن الأثرية والمعالم والنصب التذكارية ونحوها من أمور التراث رغم بعد المسافات والمتاعب، وكل هذا يعكس الرغبة الشديدة والملحة لديها في تعويض نقص كبير وفادح تشعر به وهو افتقارها إلى التراث الثقافي الذي يشعرها بالانتماء والامتداد والفخر كما أن التراث فريد في نوعه وغير قابل للتجديد، حيث أنه إذا ما

أتلف وأزيل من الوجود فسيكون ذلك خسارة لا تعوض ، فالأعمال التراثية البارزة للإنسان لا يمكن إعادتها إلى أصالتها بعد تدميرها.

4- الجانب القانوني الحماية التراث الثقافي.

بالنظر للمكانة التي يكتسيها التراث الثقافي وأهميته في ربط الشعوب بماضيها وحاضرها، وفي سبيل حماية التراث الثقافي والحفاظ عليه وتثمينه، خاصة بعد تنامي الأخطار التي يتعرض لها، بذلت الجماعة الدولية مجموعة من الجهود الدولية والإقليمية وكللت بعقد مؤتمرات وصدور توصيات وصكوك، وتطبيقا لما ورد من التزامات في هذه الصكوك قامت الدول بسن قواعد قانونية وطنية لحماية التراث الثقافي، ومن أهم المجهودات ما يلي:

تتمثل الجهود الدولية المبذولة لحماية التراث الثقافي من المخاطر الاندثار التي تهدده بالزوال والمحافظة عليه بما يساهم في بقاءه وديمومته للأجيال الحالية والمستقبلية، في مجموع المؤتمرات الدولية وما تمخض عنها من صكوك ومواثيق واتفاقيات دولية وما تضمنته من قواعد ومبادئ وتوجيهات، من أبرزها:

أ / على المستوى العالمي: تنوعت الأسس العالمية لحماية التراث الثقافي منها:

الاتفاقيات: من بينها:

- اتفاقية لحماية التراث العالمي الثقافي والطبيعي: أبرمت برعاية (اليونسكو) يوم 16 نوفمبر 1972 وجاء في الاتفاقية بيان طرق الحماية على الصعيدين الوطني والدولي للتراث الثقافي.
- اتفاقية بشأن صون التراث الثقافي غير المادي: تهدف الاتفاقية إلى حماية التراث الثقافي غير المادي المتمثل في التقاليد وأشكال التعبير الشفهي والممارسات الاجتماعية والطقوس والمهارات.
- صكوك دولية أخرى: لعل أهمها خطة التنمية المستدامة 2030 وأشار الهدف 11 / 4 إلى تعزيز الجهود الرامية إلى حماية وصون التراث العالمي الثقافي والطبيعي بهدف تحقيق الاستدامة. (**دبش عبد النور، 2023، ص87.**)

ب / على المستوى الإقليمي: لعل أهمها الجهود الإقليمية الأوربية حيث لعب الاتحاد الأوربي دورا هاما في تعزيز العلاقات الثقافية المشتركة بين الدول الأوربية بإبرام الاتفاقية الأوربية الثقافية لسنة 1954، والاتفاقية الأوربية لحماية التراث الثقافي في ماي 1969 بلندن.

ج / على المستوى الوطني: من أهم القواعد القانونية والتنظيمية الخاصة بحماية التراث الثقافي نذكر منها:

1) التكريس الدستوري لحماية التراث الثقافي: ذهب التعديل الدستوري لسنة 2016 إلى الاعتراف الصريح بحماية التراث الثقافي في المادة 45 فقرة 02 الجديدة من القانون رقم: 16 – 01 المتضمن التعديل الدستوري. (تحمي الدولة التراث الثقافي الوطني المادي وغير المادي وتعمل على الحفاظ عليه)، حيث أدرج التراث الثقافي ضمن الحقوق الاقتصادية.
2) القانون رقم 98 – 04 المؤرخ في 15 جوان 1998 المتعلق بحماية التراث الثقافي الذي ألغى أحكام الأمر 67 – 281، ظهر هذا القانون في ظل تنامي المطالب الوطنية حول مسائل الهوية والذاكرة والتاريخ ونوعية الإطار المعيشي وتزامنا مع ظهور تطورات دولية في مفاهيم التراث الثقافي وحمايته.
3) القانون رقم 03 – 01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة: جاء في المادة 02 منه على أن:(تخضع تنمية الأنشطة السياحية لقواعد ومبادئ حماية الموارد الطبيعية والمساحات الثقافية والتاريخية وهذا بغرض حماية أصالتها وضمان القدرة على التنافسية للعرض السياحي وديمومته). (**دبش عبد النور، 2023، ص87–88**.)
4) القانون رقم 03 – 01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة: جاء في المادة 02 منه على أن:(تخضع تنمية الأنشطة السياحية لقواعد ومبادئ حماية الموارد الطبيعية والمساحات الثقافية والتاريخية وهذا بغرض حماية أصالتها وضمان القدرة على التنافسية للعرض السياحي وديمومته). (**دبش عبد النور، 2023، ص87–88**.)

المبحث الثالث: قلعة بني حماد الأثرية

تمهيد:

تزخر الجزائر بمعالم تاريخية ضلت لعقود من الزمن شواهد أثرية في بلاد المغرب العربي، وتعد قلعة بني حماد من أبرز رموز الدولة بالجزائر وهي امتداد لدولة حماد بن بلكين الذي حاول صقل وتثبيت الهوية الإسلامية، فلم تكن حصنا عسكريا فحسب بل كانت مدينة عامرة بالحياة ضمت قصور فخمة ومساجد وأسوار مزدهرة لكونها مركزا ثقافيا وعلميا هاما توافد إليها العلماء والباحثون من أنحاء العالم الإسلامي، وضلت قلعة بني حماد صامدة لقرون طويلة شاهدة على عظمة الحضارة الحمادية وازدهارها.

1- نبذة تاريخية عن الدولة الحمادية (السكان – التسمية)

1-1- التسمية:

ارتبط اسم الدولة الحمادية باسم مؤسسها حماد بن بلكين الذي قام بالحركة الانفصالية الناجحة عن الدولة الزيرية، وذلك بعد المكاسب التي حققها كرجل حرب، حيث استطاع بتكليف من ابن أخيه باديس بن المنصور سنة387هـ/997م من قهر بطون قبائل زناتة المتمردة، وقد كان مؤتمر الصلح الذي عقد بينهما بمثابة تاريخ لميلاد الدولة الحمادية واستقلالها في بلاد المغرب الأوسط. (**نفطي عبد الحليم، 2018/2017، ص23**.)

يعتبر تأسيس بني حماد القلعة كعاصمة أولى (398/460هـ) (1007/1067م)، من المراحل المهمة في تاريخ الدولة الحمادية، ومؤسسها هو حماد بن بلكين بن زيري بن مناد الصنهاجي، (419هـ / 1067م). وذلك بعد انفصاله عن الدولة الزيرية واتخاذها عاصمة له. بدأت تظهر بوادر الانفصال سنة 387هـ / 997م، بعد إعلانه عن إتباعه للمذهب السني، والولاء لبني العباس، وخلع طاعته للفاطميين، والانفصال عن الدولة الصنهاجية، التي كان يتولاها ابن أخيه باديس آنذاك، فقد حصنها خلال عامين، ومكث فيها طيلة فترة حكمه منازعا لباديس في حكمه على المغرب الأوسط . وجعلها أمراء بني حماد ملجأ لهم أوقات الخطر كما هو الحال للمهدية بالنسبة للفاطميين وبني زيري، والقصر القديم بالنسبة للغالبية أما بالنسبة للفاطميين في أخر أيامهم بإفريقية اتخذوا المنصورة ملجأ لهم. فقلعة بني حماد من أعظم القلاع التي شيدها المسلمين فهي تشبه في تحصينها الأكراد في الشام، وبقلعة صلاح الدين في القاهرة. (**زهير صغيورة، 2020/2019، ص 13-14**.)

1-2- السكان:

ينحدر سكان الدولة الحمادية من القبائل البربرية التي استوطنت المغرب منذ أقدم العصور، فقد سكنوا مدنه وسهوله فهو يرى ابن خلدون أن البربر ينقسمون إلى بتر وبرانس، وهم من أولاد مازيغ بن كنعان الذي يرتفع نسبه إلى حام بن نوح عليه السلام، وينقسم بربر البرانس إلى عدة قبائل وهي كالآتي:

كتامة، صنهاجة، عجيسة، أوربة، أريغ، لمطية، هسكورة، جزولة، وأما بربر البتر فينقسمون إلى ضريسة، نفوسة، أداسه، بنو لواي (لواتة)، وعموما يمكن التعرف على سكان الدولة الحمادية من خلال مناطق نفوذها، ومنه فإن سكان هذه الدولة تشكله كل من قبائل زناتة، مطماطة، عجيسة، صنهاجة، وكتامة، التي تمثل انتشارها

الواسع في مختلف مناطق الدولة الحمادية، إلى جانب قبائل زواوة التي تنتشر بشكل كبير في المناطق الموالية لبجاية وضواحيه. (**نفطي عبد الحليم، 2018/2017، ص23–24**..)

من خلال المصادر الجغرافية والتاريخية نستنتج إن المؤشرات السكانية لقلعة بني حماد، أنها كانت مدينة كبيرة أوسع من المدن، انتقل اليها اكثر أهل إفريقية و أهل القيروان بعد خرابيا، كما نقل الناس من سائر البلاد المجاورة من أهل المسيلة حمزة زجراوة من المغرب الأوسط، إلا أنها احتضنت العديد من التجار وأصحاب الصنائع والحرف المختلفة وهكذا فان المدينة صارت تحتضن شرائح مختلفة من السكان من مختلف الأديان والمذاهب و الأعراق من عرب وبربر ويهود ونصارى. (**صبرينة بوعزيز، 2018/2017، ص18**)

2– التعريف بقلعة بني حماد وموقعها الجغرافي.

كانت مدينة القلعة في العهد الحمادي عاصمة الدولة، بنيت قلعة بني حماد عام 1007م، أي قبل إعلان استقلال الدولة الحمادية، وتقع على حافة مرتفعات (التل) مشرفة على "ستبس الهدنا".

تقع على جبل عجيسة البرنسية، وهو جبل عظيم من جبال كياتة يمتاز بمناعته و بإطلالته على بحيرة الحضنة واتصاله بسهول فسيحة، وسمو علوه وصعوبة ارتقائه، ويقع بقمته حصن يسمى تاقربست حيث يطل هذا الحصن على بحيرة الحضنة المذكورة وحيث يتصل الجبل من أعلاه ببسط الجبل منا لأرضي تعتبر المنفذ الذي يمكن منه أن يملك القلعة، وتقع بين أكم وأفواز، وقد استدار سورها فحوى جميع جبل عجيسة المعروف الآن بالمعاضيد طولاً وعرضا، وأمامها من جهة الجنوب أرض سهلة متصلة الانفراج لا يرى الناظر فيها جبلاً عالياً ولا شرفا مطلة إلا على بعد منها، وعلى ميسرة ثلاث مراحل يمكن أن يرى جبالا لا تكاد تبين يسير مستقيما .

إن الطريق التي تنعطف من مدينة برج بوعريريج – من عمالة سطيف – جنوبًا صوب مدينة المسيلة ثم بريكة، هي الطريق الجيدة الصالحة للوصول إلى القلعة لكن موقع القلعة لا مع هذه الطريق، إنه ينحدر يساراً عند نقطة ثلاثين كيلومترا جنوب المسيلة. (**عزيزي ليلى، 2022/2021، ص51**.)

بنيت قلعة بني حماد أو قلعة أبي الطويل كما يسميها البكري في سنة 398هـ/1007م على منحدر وعر، على الحدود الشمالية لسهول الحضنة على مسافة 36كلم من المسيلة– حاليا تقع قلعة بني حماد شمال شرق مدينة المسيلة

وهي مدينة اختطها حماد بن بلكين (ت419هـ/1028م)، لقول النويري (ت 732 هـ/1331م):" وهي على جبل عجيسة البرنسية " وهو جبل عظيم من جبال كيانة.

في حين أطلق عبد الرحمن بن خلدون (ت808هـ/1405م) على الجبل الذي اختطت فيه مدينة القلعة (398هـ/1007م) اسم كتامة. غير أن هذا الاسم هو اسم لقبيلة والأصح هو كيانة وهذا ما تؤكده فيما بعد المصادر الجغرافية والتاريخية الأخرى. (**عبد الغني حروز، 2016، ص 02.**)

ويحيط بقلعة بني حماد من ناحية الشمال قمة تاقربوست الحصينة، التي ذكرها ياقوت الحموي (ت 626هـ/1228م) في وصفه لموقع القلعة: " قلعة حماد مدينة متوسطة بين أكم وأقران، ولها قلعة عظيمة على قمة جبل تسمى تاقربوست..."

أما من ناحية الشرق فهي تشرف على وادي فرج، ويحضنها من الناحية الغربية جبل الغورين. وتطل من ناحية الجنوب على شط الحضنة وسهوله الفسيحة لقول أبو عبد الله الشريف الإدريسي 587هـ/1152م: " ...وأمامها في جهة الجنوب أرض سهلة متصلة بالانفراج، لا يرى الناظر فيها جبلا عاليا ولا شرفا مطلا، إلا على بعد منها، وعلى مسيرة أربع مراحل يرى جبالا لا تبين ".

فضلا على اتصالها الجغرافي بسهول الحضنة لقول النويري 732هـ/1033م: ".. وأطلاله – أي جبل عجيسة الذي بنيت عليه– على بحيرة الحفنة – الحضنة – واتصالها بسهول فسيحة، وسمو علوه ولصعوبة ارتقائه."

وبذلك يتضح طبيعة الموقع الحصين الذي شيدت عليه مدينة القلعة، وهذا ما تحدثت عنه مصادر التاريخ وكتب الرحالة والجغرافيين، مثل أبي عبد الله البكري 487هـ/1094م الذي عاصر تأسيسها وسجل ملاحظته بقوله: ".. وهي قلعة كبيرة ذات منفعة وحصانة.." (**أبو عبيد الله البكري: 1992، ص710**؛)

تميزت القلعة بمزايا إستراتيجية كبيرة أكثر من عاصمة الزيرين لأن حماد سارع لتحصينها وعمرها بسكان المسيلة وأولاد حمزة، إضافة إلى أنها ازدهرت ازدهارا كبيرا جعل منها قبلة لطلبة العلم وبعد زحف عرب بني هلال على إفريقية أصبحت محط سكان القيروان فاضطر أهلها للتوجه إلى القلعة هروبا من بطش بنو هلال، فكان لهم الفضل في تطويرها.

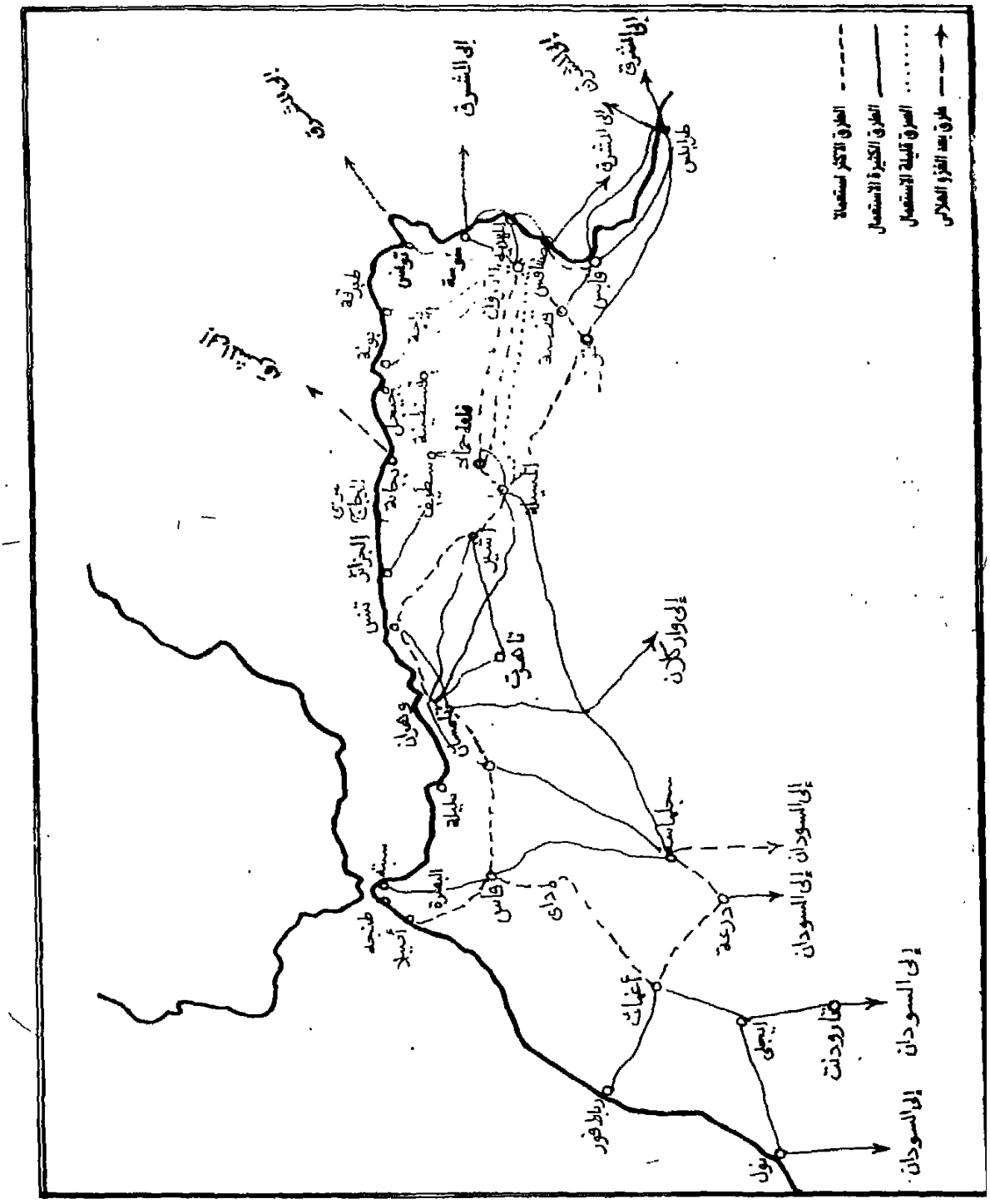
ويذكر الإدريسي أن: «.... مدينة القلعة من أكبر البلاد قطرا وأكثرها خلقا وأغزرها خيراً وأوسعها أموالا وأحسنها قصوراً ومساكن.... وهي في سند جبل سامي العلو صعب الارتفاع وقد استدار صورها بجميع الجبل ويسمى تقربوست وأعلى هذا الجبل متصل ببسيط من الأرض.»

" وكانت مدينة القلعة مثلثة الشكل، تزينها عدة أبواب محصنة وتشتمل على قصور عظيمة، رشيقة البنيان من بينها " قصر البحر" برسمه المائي البديع، غير أنه لم يبق من كل ذلك إلا الأطلال، والصومعة التي لا تزال قائمة، وقصر المنار بواجهته التي تشقها خطوط كبيرة على غرار قصور بلاد ما بين النهرين."

الشكل رقم:02: موقع قلعة بني حماد

المصدر: عبد الغني حروز، قلعة بني حماد من خلال المصادر والمراجع التاريخية "– الموقع والتأسيس–، جامعة المسيلة، 2016، ص 10.

الشكل رقم 03: موقع قلعة بني حماد بالنسبة لمدن المغرب الإسلامي



المصدر: عبد الغني حروز، قلعة بني حماد من خلال المصادر والمراجع التاريخية "– الموقع والتأسيس–، جامعة المسيلة، 2016، ص 11.

3- السياحة الريفية لقلعة بني حماد

3-1- تعريفها

تعددت تعريفات السياحة ذلك بتعدد مجالاتها وانعكاساتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، مما لفت اهتمام الباحثين ورجال الفكر والاقتصاد والسياسة والمهتمين والباحثين في السياحة، فالسياحة في نظر البعض عمل إنساني يقوم به الفرد من أجل التنقل وزيارة مناطق وبلدان أخرى من أجل الراحة والثقافة والمغامرة وهي عمل يعود بالمنفعة على البلدان السياحية وقد عرف الأستاذ مصطفى يوسف كامل السياحة على أنها مجموعة الأنشطة الحضارية والاقتصادية والتنظيمية الخاصة بانتقال الأفراد إلى بلاد غيرهم وإقامتهم لمدة لا تقل عن أربعة وعشرين ساعة لأي غرض ما عدا العمل بأجرة ، على هذه البلدان التي يقصدونها (**محمد ساقني، 2019،ص408.**)

مفهوم السياحة الريفية يرتبط، بالوسط الطبيعي والاجتماعي، الذي يجري فيه هذا النشاط، ولتعريفها يمكننا القول ببساطة، أنها تلك السياحة التي تتم في القرية أو الريف في منطقة معزولة، لكن في ظل المحيط الطبيعي والثقافي والتراثي له، وتأتي بعده بقية المفاهيم، كالاستدامة، وحماية المحيط، ومشاركة السياح في التنمية المحلية (**النذير قوادرية، 2017، ص261**)

3-2- معالمها (معالم طبيعية، معالم تاريخية، الموقع الأثري لقلعة بني الحماد)

- **الأسوار والأبراج**

اعتنى الأمراء الحماديون بتسوير مدينة القلعة التي كانت قاعدة لحكمهم لبلاد المغرب الأوسط لتكون قلعة منيعة صعبة المنال وحصنا قويا يسهل الدفاع عنها ، كانت قلعة بني حماد محاطة بسور مازالت آثاره باقية إلى يومنا هذا ، يبلغ طوله سبع كيلومترات ، يبدأ من الشط الغربي لوادي فرج من جهة الشرق ثم يتجه نحو الشمال إلى أن يصل إلى جبل تاكر بوست ثم ينحدر نحو جبل قرين ليعبر وادا باتجاه الشط الشرقي ، ويذكر ابن حماد بأن الذي بنى قلعة بن حماد وسورها هو مملوك رومي يقال له بونياش، واهتم أمراء بنو حماد كذلك ببناء الأبراج القوية والعالية للمراقبة ، ومن بين أبراج المراقبة بالقلعة التي يشير إليها الباحثون برج المنار الذي كان يمتاز بعلوه ، يراقب مدينة القلعة من جميع الجهات المختلفة ، وكان عاملا مهما في تسهيل مهمة المراقبة والدفاع عن السكان

لهذا البرج قاعدة مربعة الشكل يبلغ ضلعها 20م ، كما يشتمل على قاعتين ، وكان ممر الحراس يحيط بهما. (**خالد بلعربي، 2009، ص29.**)

- **أبواب مدينة القلعة:**

تشتمل مدينة قلعة بني حماد على ثلاثة أبواب رئيسية واسعة ، شيدت على جانبي كل واحدة منها مراكز حراسة بمثابة أبراج صغيرة مربعة الشكل لمراقبة الضواحي والأماكن المجاورة والداخلين والخارجين منها باستمرار، وهذه الأبواب الثلاثة هي باب الأقواس ، وباب الجنان وباب جراوة ، ولم يبق منها إلا الباب الأول ولعل مدينة القلعة كانت تشتمل على أبواب أخرى لم يتم اكتشافها بعد ، والجدير بالملاحظة أنه ليست لدينا معلومات خاصة بهذه الأبواب من حيث المكان المحدد لوجودها، فكل ما تشير إليه الدراسات هو فقط إثبات لوجودها، وكانت هذه الأبواب تغلق ليلا.

- **القصور:**

اعتنى الحماديون ببناء القصور ، فقد عثر الأثريون في مدينة القلعة على ثلاثة قصور منها ، قصر المنار وقصر البحر ، وقصر السلام ، ويبدو أن أمراء الدولة الحمادية كانوا مولعين بالبناء والتشييد ، لأن العمارة رمز القوة والازدهار وهي واجبات ومهام الأمراء الأقوياء ، وفي هذا الصدد يقول ابن خلدون "تكثر العلوم حيث يكثر العمران وتعظم الحضارة يتألف قصر المنار من عدة مباني بعضها بجانب بعض ، توجد به قاعات مختلفة الشكل من بينها القاعة الشرفية للقصر وكذلك المسجد الصغير الذي سبق ذكره ، لقد بني هذا القصر بأسلوب فني معماري بديع والدليل على ذلك أن الجدار الشمالي للقصر كان يحتوي على ألواح مستطيلة من الرخام فوقها شريط مزين بعناصر هندسية منقوشة في الحجر ، وكانت القاعة الشرفية للقصر مفروشة بقطع من الخزف بيضاء وخضراء ، وتتخلل القصر أحواض من الزهور والأشجار المثمرة ، ونافورات المياه، فهو معلم من معالم العمرانية المادية الرائعة (**خالد بلعربي، 2009، ص29.**)

أما قصر البحر فقد تم اكتشافه خلال الحفريات التي أجراها "دي بيلي " سنة 1908، من مميزات هذا القصر أن مدخله الشرفي يشكل قاعة صليبية الشكل وصفين من القاعات المستطيلة متجهة من الجنوب إلى الشمال ورواق مفروش بالأجر الأحمر يحيط بالحوض الكبير الذي تلعب فيه الزوارق حسبما ذكره صاحب كتاب الاستبصار

ويتكون قصر السلام من أربع غرف وحجر صغيرة، يؤدي مدخله إلى قاعة مستطيلة يبلغ طولها 17.75م وعرضها 2.75م، وبهذا القصر كذلك قاعات مختلفة الشكل والمقاسات، هذا ويشير بعض الأثريين إلى وجود قصر رابع بالقلعة وهو قصر الكوكب الذي لا زلنا لا تعرف عنه أي شيء

- **المساكن:**

إن الحديث عن السكن والمساكن بمدينة قلعة بني حماد ، يتطلب نصوصا تاريخية ووثائق عن الخطط ، ويتطلب حفريات وتقنيات ميدانية ولكنها مع الأسف غير متوفرة ، فالباحثون يعانون من هذا الجانب، إلا أن بعض النتف والإشارات الواردة في بعض المصادر تسمح لنا بتكوين فكرة عامة عن المسكن وأنواعه في مدينة قلعة بني حماد ، لأن العمارة الإسلامية تحكمها ضوابط مشتركة تجعلها ذات سمات تكاد تكون واحدة ، إن منازل قلعة بني حماد لا تختلف من حيث الشكل ونمط البناء عن منازل المدن المغربية فقد كانت مربعة الشكل في غالب الأحيان ، لا تكتسي أي مظهر جمالي من الخارج ليس بها نوافذ مفتوحة على الشارع ، وإن وجدت فهي نوافذ صغيرة لا تعرض الحريم للرؤية من الخارج .

كانت أبواب المنازل مصنوعة من الخشب كان يتوسط منازل القلعة الفناء ليدخل إليها الضوء، وتوجد بهذه المنازل ممرات تصل الغرف ببعضها البعض، وكانت هذه المنازل تحتوي على قنوات الصرف المياه إلى خارج المدينة، كما كانت تقترب من بعضها البعض خاصة في الأحياء الشعبية الأهلة بالسكان، وقد كان بناء جدران هذه المنازل يتم بالحجارة في الغالب الأعم.

- **أحياء المدينة:**

لا شك أن مدينة قلعة بني حماد كانت تشتمل على عدة أحياء كغيرها من مدن الدولة الحمادية، تقطنها طبقات اجتماعية مختلفة، والحقيقة أنه من الصعوبة بمكان أن نلم بجميع أحياء المدينة لأن الزمن قد أتى عليها، ويد الإنسان لم تبق منها شيئا، والنصوص قد أهملتها اللهم إلا تلك البقايا والنتف التي لا تشفى غليل الباحث، ومن بين أحياء المدينة نعرف فقط أسم حي واحد وهو حي جراوة الذي يقع قرب باب جراوة. (**خالد بلعربي، 2009، ص30.**)

- **الأحواض والجسور:**

احتفظت مدينة القلعة بآثار أحواض وجسرين، كان عدد الأحواض ثلاثة يقع الإثنين الأولين من قصور المنار والثالث في القسم الجنوبي للمدينة، الحوض العلوي لقصر المنار مستطيل الشكل يبلغ طوله 4.90م وعرضه

1.30م وعمقه 4.90 م، تصل إليه قناة محفورة في الأرض إلى زاويته الشمالية الشرقية، ويقع الحوض السفلي جنوبي غربي الحوض العلوي، مستواه أقل من المستوى الأول بمترين، أما الحوض الثالث الموجود جنوبي المدينة فهو على شكل مستطيل يبلغ طوله الداخلي ١٢م وعرضه ٦م. وعمقه متراً، وجدرانه محصنة تحصينا جيدا بدعائم أسطوانية الشكل

أما عن الجسور فقد كان بمدينة القلعة عدة جسور بقي منها اثنين أحدهما في القسم الغربي للمدينة على النهر الموجود بين قصر السلام وجبل قرين والثاني يحمل اسم جسر سيدي عيسى موجود جنوبي المدينة وخارجها.

الجامع الكبير : بني الجامع الكبير على مخطط مستطيل ، المعالم الأساسية له تتمثل في قاعة الصلاة والمنارة والساحة المحاطة بسور من الحجر، يبلغ طول السور 63.30 م وعرضه 53.20 ويعتبر ثاني أكبر مسجد أثري بالجزائر بعد جامع المنصورة ، وقد اكتشف به الجنرال دوبيلي مقصورة نرى أنها قاعة صلاة عوضت القاعة الكبرى حينما عرفت القلعة هجرة لأعداد كبيرة منها، ولم يحتفظ المسجد إلا بقواعد جدرانه ودعائمه وبمئذنته ، هذه الأخيرة التي تعتبر أقدم المآذن الجزائرية وهي مبنية من الحجر تتألف من برج واحد فقد قمته ويبلغ ارتفاعها 24.70م لها قاعدة مربعة طول ضلعها 6.50م ند خلها من باب عرضه 240م يؤدي إلى سلم يدور حول نواة مركزية مربعة ضلعها 1.50م وعدد أدراج السلم 127 درجة وعرضها 1.10م وهي مسقفة بعقد نصف دائري في طرفيه قبة ذات أربعة أجزاء ، وتمتاز مئذنة القلعة بالزخارف التي تزين واجهتها الجنوبية . (**خالد بلعربي، 2009، ص30–31**..)

مسجد قصر المنار:

بالإضافة إلى الجامع الكبير استطاع الأستاذ بورويبة سنة 1968 أن يكتشف مصلى صغير أثناء الحفريات التي قام بها في قصر المنار، هذا المصلى الذي أكتشف في الجهة الجنوبية يبلغ طوله 1.80م وعرضه 1.20م وارتفاعه 2.20م فيه محراب ذا مشكاة نصف دائرية الشكل، وفي وسط مشكاة المحراب توجد كتابتين تحتويان على آيات من القرآن الكريم.

إن زخارف محراب هذا المسجد لا مثيل لها في الفن الإسلامي، وعقد محرابه النصف الدائري، وأخدود المشكاة وظفرتيها لم توجدا في أي مسجد آخر، إلا في محراب مسجد قبة الصخرة بالقدس الذي يرجع تاريخه إلى عبد الملك بن مروان.

بالإضافة إلى كل هذه المنشآت، فقد ترك لنا الحماديين غيرها من الجباب والصهاريج والأحواض ومجموعة كبيرة من المنتجات الخزفية والحجرية والمعدنية، وفوق كل هذا فهناك من يقول أنه توجد كنيسة بين منشآت القلعة، وهذا ما يؤكده مبارك بن محمد الميلي الذي يقول: .... ولما أسسوا القلعة تقبلوا بها المسيحيين بصدور رحبة، وأحسنوا إليهم مدة دولتهم وضمنوا لهم حرية دينهم [...] وأسسوا بالقلعة كنيسة مريم العذراء، وقسيسهم يومئذ عزون، وتسميه العامة الخليفة وابتنى لنفسه دارا حذاء الكنيسة >> (**بوعويرة نبيل، 2008/2007، ص23-24**.)

3-3- المقومات السياحية لقلعة بني حماد (اللباس، الطبخ، الأثار السياحة الجبلية، العمران، الفنون)

أ- الطبخ: ليست لدينا معلومات كافية عن المأكولات الحمادية، وما نستطيع أن نذكره أن سكان المغرب الأوسط كانوا يأكلون الحنطة والشعير والبقول والتمور والفواكه والزيت، إضافة إلى بعض المنتوجات الحيوانية مثل العسل والسمن واللحم واللبن والزبدة ويذكر الهادي روجي إدريس أنه في البادية كان معدل حصة الفرد من الطعام يتمثل في مد قمح في يوم واحد، ويأكل اللحم يومين أو ثلاثة أيام في كل أسبوع، كما اعتاد سكان المغرب الأوسط على شرب الخمر الذي كان يباع في قصر البحر في عهد عبد العزيز بن المنصور. وفيما يتعلق بالغذاء فربما كانت تختلف من منطقة إلى أخرى لأن المجتمع الحمادي تشكل من عناصر متعددة وعلى الرغم من محاولة بعض الباحثين في تسليط الضوء على هذا الموضوع وذلك بالاعتماد على بعض مصادر السير والطبقات والنوازل، إلا أنها غير كافية لرسم صورة شاملة عن المأكولات التي مثلت الدولة الحمادية وخاصة مدينة القلعة، ولقد أفادنا رشيد بورويبة بذكر جوانب من الأطعمة الحمادية وهي:

- ✓ المركاز: وتعني هذه الكلمة بلغة أهل المغرب على أنها الضفادع أو الغزلان وتحشى باللحم المقدود وتغلى
- ✓ الخبز: وهو أكثر الأطعمة انتشارا وهو قوام الحياة وكان يعجن في المنزل وهو يتكون أساسا من الدقيق أو دقيق الذرة بعد خلطه من الماء والحليب ثم يحمل إلى فرن المدينة وإن شعير والحنطة والحمص كانت تحمص في أغلب الأحيان.
- ✓ البسيسة: وهو دقيق الشعير الممزوج بقليل من الماء الخاثر ويضاف إليه الزيت أو عصير البرتقال أو الليمون، ثم يؤكل هذا العجيب نيئ دون مضغ.
- ✓ العصيدة: وهي تصنع من دقيق الحنطة والزبدة والعسل والتي تقدم عادة للنساء النفساء

- ✓ البيسار: وهو الفول المطبوخ في اللبن والسمن.
- ✓ الدشيش: أو الفريك وهي شربة مصنوعة بالشعير المدشش وغالبا ما تطهى باللح موهي أكلة مازالت منتشرة في المغرب.
- ✓ الثريد: وهو الخبز المفتت في قطع صغيرة في حساء مطهي باللحم.
- ✓ الهريسة: والتي كانت تصنع بالقمح واللحم المرحيين ولحم الدجاج بزيت الزيتون

ويضاف إلى هذه الأطعمة عرفت الدولة الحمادية وجود بعض الحلويات المعروفة مثل الكعك والسفنج بالعسل والقطائف والقرص بالسميد والعسل والقباط الذي كان يحشى فيبعض الأحيان باللوز وقصب السكر ويقطع قطع صغيرة ويمضغ (**مخطاري أسماء، دلباز محمد،)2015/2014، ص89.**)

ب– اللباس:

بعض الملابس المصنوعة بقلعة بني حماد وهي: الأكسية الفاخرة والجميلة بحكم تراثها لاسيما الصوفية منها وذلك للوقاية من برد الشتاء واعتنوا بعمائم كتانية أو قطنية وكانت هذه العمائم ملفوفة ومشدودة شدا حتى يخيل للناظر أنها تيجان، وينتعلون أقراق لعلها مصنوعة من الفلين مشدودة بسيور مذهبة ولقد انتشرت في الدولة الحمادية بعض العادات الغريبة في اللباس مثل التعمم بعمائم الجاهلية، وارتداء جلاليب تشبه لباس النساء تعرف بالفتوحات كما كان الفقهاء المالكية يحرمون لباس العمامة بلا رداء، ويذكر رشيد بورويبة أن سكان المغرب الأوسط الحمادي كانوا يلبسون مثل جيرانهم الزيريين الجبة الطويلة والقميص والسروال والغرو وتجدر الإشارة أن زعماء القلعة وكبار قادتها كانوا يحظون بألبسة فاخرة مثل المناديل والعباءات المذهبية والجيب القطنية والألبسة المبطنة ،1أما لباس المرأة الحمادية فالملاحظ أنها كانت ترتدي ألبسة جميلة ومتنوعة تشبه كثيرا في أسمائها الألبسة الرجالية مثل القميص والجبة، ونستشف من خلال كتب النوازل الفقهية ببعض الملابس التي ارتدتها المرأة الحمادية بالمغرب الأوسط بحكم الاحتكاك بين القبائل البربرية فقد كانت النسوة تفضلن ارتداء الغفارة والعمامة.

وكانت المرأة تتزين بشتى أنواع الحلي من الذهب والفضة لا سيما في الأفراح والمناسبات والتي شملت العقود والأقراط والأساور والخواتم والخلاخل، وقد عثر بقلعة بني حماد خلال عملية التنقيبات على عدد كبير منها وبأشكال مختلفة مثلثة ومستديرة (**مخطاري أسماء، دلباز محمد،)2015/2014، ص90.**)

ج–المسكن:

هو نوع من المباني التي توفر المأوى للناس وبمعنى أوسع، إنه العمل المخطط لتهيئة السكن المناسب، ولقد كان سكان المغرب الأوسط يسكنون في منازل مختلفة وكانت مساكنها بسيطة مبنية بالطين أو الحجارة ،فأهل القلعة كانوا يسكنون في دور مبنية بالحجر والطوب، أما القبائل الأعرابية فكانوا يسكنون داخل الخيام التي كانت تصنع بالوبر وشعر الماعز المعروفة بقوة خيوطها وخفة وزنها ولقد ذكر البكري أن استعمال الخيمة في المغرب الأوسط كان قبل القرن الخامس الهجري، وهذا يوحي أن ذيوعها كان قبل تأسيس الدولة الحمادية ، ونستخلص من المعطيات السابقة أن أصل الخيمة في بلاد المغرب هلالية النشأة، أما بالنسبة للطبقة الحاكمة فالجدير بالذكر أنها كانت تسكن القصور التي شيدها أمراء قلعة بني حماد مثل قصر البحر وقصر السلام وغيرها

د– الفنون:

كان المجتمع الحمادي مفتوحاً يتلقى كل الباحثين عن مرفأ آمن، فقد استطاعت الفنون الحمادية أن تأخذ وتعطي، وأن تبادل التأثير والتأثر مع الأندلس ومع المشرق العربي، محتفظة لنفسها بخصائص مستقلة، وبحق التصدير في كثير من نواحي الإبداع الفني وبخاصة فن الهندسة المعمارية والزخرفة.

إلى جانب أن ثمة طرائق من التعبير من الزخرفي قد ظهرت في القلعة قبل ظهورها في حوض البحر الأبيض المتوسط بزمن طويل، ولقد سارت الموسيقى والغناء شوطاً بعيداً في ظلال الحماديين ولقد أصبح الملوك والأمراء الحماديون يعنون بالمغنين وأرباب الفن، فيستخدمونهم بقصورهم ويجلسون إليهم، وأغلب الظن أن هذه الموسيقى متأثرة إلى حد كبير بالموسيقى الأندلسية. **(عبد الحليم عويس، 2002، ص 283–284.)**

وكان الخط والحفر والرسم والنقش والنحت والزخرفة من الفنون التي عني بها الحماديون، وقد تطورت هذه الفنون الحمادية مع تطور الدولة، وارتبطت كذلك بالظروف الاجتماعية والاقتصادية والحضارية للمجتمع الحمادي، فثمة خلاف بين فن القلعة وفن بجاية، فنحن لا تستطيع أن تجد في بجاية. فناً متجانساً ، كذلك الذي وجد في القلعة ، فالخزف والصيني الذي وجد في القلعة للأمراء الصنهاجيين ، كان متجانساً بطريقة جلية ، ومرد ذلك التجانس إلى أن المدينة قد نشأت وتمت وفقدت كل أهميتها السياسية ،وتقريباً كل نموها وكل نشاطها العسكري ، في أقل من قرن ، ولم تنهض بعد ذلك أبداً ، أما بجاية فعلى العكس من ذلك ، كانت موجودة من قبل أن يستوطنها الأمراء الحماديون ، وتواتر عليها من بعدهم حكام كثيرون وأجناس عديدة ، وقد

كانت بحكم موقعها كميناء بحري على اتصالات مستمرة بعالم البحر الأبيض ، فليس غريباً إذن أن تكون قطع الخزف والصيني التي عثر عليها في بجاية تنتمي إلى أصول عديدة .

لقد خلف الحماديون نماذج متعددة متنوعة من فنونهم الصناعية، كالرخام والخشب المنحوت الرائع، والرسوم الزخرفية، والبرونز والزجاج والحرف والصيني، والمخطوطات الزخرفية.

وثمة خطوط أخرى اكتشفت في حفريات القلعة ، سواء التي اكتشفت على حجارات المقبور أو على أقواس الأبواب، وكلها خطوط كوفية ، وبالمقارنة بين هذه الخطوط يتبين لنا أن ثمة تطوراً هائلاً بين كتابات القلعة ذات المظهر البسيط ، ففي السقوف المجصصة على هيئة مربعات ، وفي البلاط ذي الأشكال المختلفة ، وفي التحف المذهبة أو المفضضة أو الدنان والأكواز والصحاف والأواني والأوعية والمحابر والمصابيح وزجاجات العطور ، وفي القصور على وجه الخصوص في كل ذلك برز فن الزخرفة الحمادي ، كفن متقدم ذي ملامح إسلامية عربية وبربرية ، يدل على تقدم كبير في هذا الفن ، وفي غيره من الفنون المتعلقة به كالرسم والنحت والحفر والنقش. **(عبد الحليم عويس، 2002، ص 285.)**

برز في القلعة عدة علماء في الرياضيات خاصة في علم الحساب الذي يدرس في مساجدها ومعاهدها، ومن أعلام الحساب علي بن معصوم بن أبي ذر القلعي ولد (489هـ/994م)، نشأ وتعلم بقلعة بني حماد ثم رحل إلى المشرق حيث استوطن العراق واخذ من فقهائها ثم انتقل إلى خراسان كان بحرا في الحساب توفي بمدينة قرين وهي مشهورة بكثرة العلماء المنسوبين إليها عام (551هـ/1056م)

واتسم الشعر في العصر الحمادي وخاصة في القلعة بالوزن والقافية واستخدام البحور الشعرية التقليدية وبالاحتشام والوقار والحياء وتعددت أغراضه من توسلات وابتهالات ومدح ورثاء

أما العلوم اللسانية فهي أربع علوم النحو واللغة والبيان والأدب، حيث اتخذ بنو حماد العربية لسان الدولة الرسمي ذلك لأنهم استفادوا من أنظمة الحكم العربي الإسلامي الذي ساد شمال إفريقية في ذلك الوقت، حيث نجد أن حماد مؤسس الدولة قد نشأ بالقيروان نشأة عربية إسلامية ودرس الفقه وعلوم العربية ولما استقل عن باديس ابن أخيه (405هـ/1014م) أنشأ ديوان للكتاب وقد ازدهرت العلوم اللسانية بكامل حواضر بلاد المغرب الإسلامي لا سيما في قلعة بني حماد **(سعودي أحمد، 2021، ص20-21.)**

تمثل القلعة في هذا السياق قيمة تاريخية أثرية وفنية كبرى وعامل استقطاب للسياح الراغبين في التعرف على التراث الأثري للمدينة والمنطقة ككل، باعتبارها أول موقع أثري مصنف ضمن قائمة التراث العالمي ابتداءًا من سنة 05/09/1980 تحت رقم (7) 23/01/1968م. يعود تأسيسها إلى سنة 398هـ /1007 م، على يد مؤسس الدولة الحمادية حماد بن بلكين بن زيري بن مناد الصنهاجي ، والتي عرفت أزهى عصورها وازدهارها الحضاري في عهد الأمير المنصور بن الناصر الذي تأنق في اختطاط المباني وتشييد المصانع و القصور، وإجراء المياه والرياض والبساتين، فبنى في القلعة قصر الملك ، قصر المنار ، الكوكب وقصر السلام، حتى أضحت من أكبر البلاد قطرا وأكثرها خلقا ... وأحسنها قصورا ومساكن وخصبا وحنطتها رخيصة ولحومها سمينة... و بها من الفواكه المأكولة والنعم المنتجة ما يلحقه الإنسان بالثمن اليسير ". وكانت تخرج منها ثلاثة طرق، بالإضافة إلى الطريق التي تؤدي إلى بجاية، اثنان تتجهان نحو القيروان والثالثة نحو تنس ضاهت بذلك الكثير من المدن الإسلامية الكبرى كبغداد، قرطبة وفاس (**طويل العيدي، 2018، ص208–209**.)

الفصل الثاني

الجانب التطبيقي

1- مرحلة ما قبل تصميم الحملة

1-1 التعريف بموضوع الحملة:

تمحور موضوع حملتنا حول حماية التراث والأثار بقلعة بني حماد باعتبارها من المعالم التاريخية والمواقع الثقافية الهامة والتي تمثل أحد الأثار الإسلامية، التي عبرت على رسوخ الأمة الجزائرية وسمو حضارتها بسبب نمطها العمراني، الذي حجز لها مكانا في قائمة التراث الإنساني، وتعتبر نموذجا مهما يعكس فن العمارة القديم والتصميم الهندسي الذي يمثل تلك الحقبة الزمنية.

ومن خلال حملتنا الإعلامية نتطلع الى توعية المجتمع المحلي بأهمية الحفاظ على هذا الموروث الثقافي بالتركيز على القيمة الثقافية والتاريخية لهذا المعلم وتعزيز الوعي ونشر المعرفة حول تاريخ القلعة، وإبراز أهمية الحفاظ على الهوية الثقافية للمنطقة.

1-2 تحديد نوع الحملة:

على اعتبار أن موضوع حملتنا يتمحور حول حماية التراث والآثار بقلعة بني حماد، اخترنا الحملة التوعوية كنوع يتناسب مع موضوعنا، من أجل رفع مستوى الوعي بأهمية قلعة بني حماد كمعلم تراثي وثقافي فريد من نوعه وتعزيز السلوكيات الإيجابية لدى الجمهور لحمايتها والحفاظ عليها.

1-3 تحديد أهمية الحملة:

تتلخص أهمية حملتنا في عدة نقاط يمكن إيجازها فيما يلي:

1- التوعية: تساهم الحملة الإعلامية في زيادة الوعي لدى الجمهور بأهمية الحفاظ على التراث والآثار بقلعة بني حماد فمن خلالها يتعرف الجمهور ولاسيما السكان المحليين على قيمة التراث الثقافي والتاريخي للقلعة وأهميتها كجزء من التراث الوطني والعالمي.

2- الحفاظ على الهوية الثقافية: تلعب حملتنا دورا في تسليط الضوء على هذه الهوية الثقافية وتعزيز الانتماء للتراث المحلي.

3- جذب ودعم الموارد: يمكن أن تساعد حملتنا الإعلامية في جذب الاهتمام والدعم من الجمهور والمؤسسات المعنية بحفظ التراث والآثار، مما يؤدي الى توفير الموارد المالية والبشرية اللازمة للحفاظ على القلعة وتطويرها وصيانتها.

4- تعزيز السياحة الريفية عن طريق الترويج للقلعة: باعتبارها وجهة سياحية مهمة تساهم في زيادة عدد الزوار والسياح الذين يهتمون بالتراث والثقافة وهذا بدوره يسهم في تنمية المنطقة وتعزيز الاقتصاد المحلي والسياحة والنشاطات المرتبطة بها.

5- الحفاظ على التراث للأجيال القادمة: تلعب حملتنا دورا هاما في تحقيق الحفاظ على قلعة بني حماد للأجيال القادمة من خلال توعية السكان بأهمية الحفاظ على التراث والآثار، حيث يتم تعزيز الروح الوطنية والمسؤولية الاجتماعية لضمان استمرارية هذا الموروث للأجيال القادمة.

1-4 تحديد أهداف الحملة:

- تعريف الجمهور بتاريخ قلعة بني حماد وموقعها الجغرافي وخصائها المعمارية.
- إبراز القيمة الثقافية والرمزية للقلعة كرمز حضاري للجزائر.
- تعزيز التواصل والتفاعل بين المجتمع المحلي وقلعة بني حماد من خلال تنظيم فعاليات مجتمعية مثل المعارض وورش العمل مما يعزز الانتماء المجتمعي ويشجع المشاركة الفعالة في الحفاظ على القلعة.
- تشجيع السياحة الثقافية لاستقطاب السياح والزوار إلى قلعة بني حماد وتنمية الاقتصاد المحلي.
- تسليط الضوء على التحديات التي تواجهها القلعة مثل الإهمال والتخريب والظروف البيئية.

1-5 تحديد الجمهور المستهدف من الحملة:

عند القيام بأي حملة يتوجب علينا تحديد الجمهور المستهدف الذي يستقبل الرسالة الإعلامية حيث يمكن اعتبار الفئة التالية هي الجمهور المستهدف لحملتنا.

✓ **المجتمع المحلي:** ويشمل السكان المحليين والمقيمين في المنطقة المحيطة بقلعة بني حماد بهدف تعزيز الوعي والفهم لديهم بأهمية الحفاظ على هذه المعالم الأثرية، وضرورة مشاركتهم في حمايتها وتشجيع العائلات على زيارة قلعة بني حماد والاستمتاع بجمالها وتاريخها العريق.

1-6 انتقاء الوسيلة:

❖ **الملصق:** يعتبر وسيلة فعالة للتواصل والتعبير عن الأفكار والرسائل بطريقة بصرية ويمكن من خلاله التعبير عن فكرة أو موضوع معين بالصور والرسوم وكتابة الكلمات والجمل المناسبة، وهو من الوسائل الفعالة للاتصال بالجماهير والتأثير فيها.

فالملصق لفظ يقابله في اللغة الإنجليزية (poster) وفي اللغة الفرنسية (Affiche) وتختلف الملصقات من حيث الحجم بين كبيرة وصغيرة، كما يطلق أيضا لفظ الملصق على الإعلان الكبير الذي يوضع أو يعلق أو يلصق على الحائط في الطرقات العامة والأماكن المختلفة.

إن الملصقات بمفهومها الحالي "صورة توضيحية" كبيرة نعرض من خلالها فكرة أو رسالة إعلامية يتم توضيحها بالكتابة عليها.

وهو الوسيلة المعتمدة في حملتنا وأكثر تناسبا لمعالجة موضوعنا بهدف الإقناع والتأثير.

❖ **المطوية:** تعرف على أنها ورقة تقنية تحمل رسالة إعلامية مختصرة لتحسيس المخاطبين بقضية ما، حيث تمتاز بأنها سهلة ومختصرة وتعتبر شكلا من أشكال الإشهار وأداة من الأدوات المستخدمة من طرف المعلنين للتواصل مع عملائهم.

وهي مطبوع غير دوري مكون من ورقة واحدة كبيرة نسبيا يتم طيها عدة طيات لتسهيل الاحتفاظ بها وحملها والرجوع إليها، وتعتمد المطويات عموما على الصورة والعنوان بدرجة كبيرة والنصوص المحدودة في حالة استخدامها كما أنها أداة تسويقية فعالة ذات تكلفة منخفضة، تمتاز بتصميم جذاب وفعال يمكن من خلالها جذب انتباه الجمهور المستهدف وتوصيل الرسالة بوضوح، حيث يمكننا اعتبار المطوية وسيلة قيمة والأكثر تناسبا مع موضوعنا.

2- مرحلة تصميم الحملة:

2-1- طابع الرسالة:

على اعتبار أن موضوع حملتنا يدور حول حماية التراث والآثار بقلعة بني حماد، فإن الأسلوب الأنسب لها هو أسلوب الإرشاد والتوجيه لأنه يحمل الكثير من الجدية، من اجل تحقيق الأهداف المراد الوصول الهيا ولكون الحملة موجهة الى فئات عديدة من المجتمع بدون استثناء لاسيما السكان المحليين، فمن غير الممكن اعتماد الطابع الفكاهي أو الهزلي لأن ذلك يفقد الحملة قيمتها وحسب العمل الذي قمنا تبين لنا بان طابع النصح والإرشاد هو الأصلح لإيصال المعنى للجمهور لأننا بصدد توعية جميع فئات المجتمع و بالتحديد السكان المحليين بضرورة الحفاظ على هذا الموروث الثقافي.

2-2- نبرة الرسالة:

رسالة حملتنا اعتمدت نبرة جادة تقوم على توعية جميع السكان من خلال دعوتهم الى العمل المشترك والتعاون من أجل حماية تراثهم الثقافي والتاريخي.

2-3- محتوى الرسالة:

قمنا من خلال الحملة الإعلامية بمحاولة توعية الجمهور المستهدف بأهمية الحفاظ على الهوية الثقافية وتعزيز السياحة المحلية، على اعتبار أن قلعة بني حماد إرث يخصنا جميعا ومسؤولية حمايتها تقع على عاتق كل فرد منا، فهي شاهد من شواهد تاريخنا وحضارتنا ورمز لهويتنا الثقافية.

2-3-1 مضمون الملصق: جاء يحمل المضمون التالي:

خلفية الملصق كانت عبارة عن صورة للقلعة تم التقاطها في فصل الربيع بمثابة رسالة قوية لجذب انتباه الجمهور، خصوصا السكان المحليين وتحسيسهم بقيمة هذا الرمز الحضاري العريق الذي يملكونه، وكذا محاولة نشر الوعي والتحفير على ضرورة تكثيف الجهود لحمايتها.

ومن أجل التعريف بحملتنا قمنا بكتابة موضوعها في وسط الملصق باللون الأحمر، بهدف جذب انتباه المشاهدين على الفور وإثارة فضولهم، وكذلك توصيل رسالة حول أهمية حماية التراث، ولكونه يضفي شعور إيجابي على الحملة ويشجع الجمهور على المشاركة فيها،

كما قمنا بكتابة اسم قلعة بني حماد باللون الأخضر للتعبير عن الحداثة والتطور، وكإشارة منا كقائمين بالحملة للتأكيد على أهمية حماية التراث وإعادة إحيائه من جديد، ولأنه لا بد من شعار يعبر عن موضوع الحملة الإعلامية اخترنا شعارنا "**نحمي تراثنا ..... نخلد تاريخنا**" لأنه يلخص كل شي عن الحملة، ليكون في وسط الملصق باللون الأسود مما يضفي شعور بالقوة والجدية.

ولكون الحملة الإعلامية تحتاج فترة زمنية من اجل ترسيخها في أذهان المتلقين، حددنا مدة حملتنا بشهر ابتداء **من 18 افريل الى 18 ماي**، تزامنا مع شهر التراث هذا الأخير الذي يعتبر فرصة لرفع مستوى الوعي بأهمية حماية التراث الثقافي من الضياع والاندثار، لاسيما لدى السكان المحليين، وحثهم على المشاركة في الفعاليات والأنشطة التي تقام خلاله والمرتبطة بحماية قلعة بني حماد.

دون أن ننسى توقيع الجهة المسؤولة عن الحملة، الذي يضفي على الملصق طابع الرسمية. فكان كل من جامعة محمد بوضياف وقسم علوم الأعلام والاتصال بالشراكة مع مديرية الثقافة بالمسيلة هما الجهة المسؤولة عن ذلك.

بالإضافة الى ذلك اعتمدنا على عدة صور في الملصق بالجهة اليمنى له، منها صورة للزليج مأخوذة من متحف القلعة، وصورة لمسجد أبو فضل النحوي، متحف قلعة بني حماد، وصورة لبعض حصون القلعة كمعالم للمنطقة.

2-3-2 مضمون المطوية: إن قلعة بني حماد من أهم المواقع الأثرية بالجزائر فهي تمثل رمزا للحضارة الإسلامية، ولذلك كان من المهم للغاية حماية هذا الصرح الحضاري الشاهد عن عمق تاريخ المنطقة، ومن أجل توعية الجمهور خصوصا السكان المحليين، بأهمية الحفاظ عليها قمنا بتصميم حملة إعلامية لحماية التراث والأثار بقلعة بني حماد، وهو موضوع عملنا، وحتى يتسنى لنا تحقيق الهدف الرئيسي لحملتنا اخترنا **المطوية** كوسيلة لها فاعتمدنا في تصميمها على العناصر الواجب توفرها في أي حملة إعلامية والمتمثلة فيما يلي:

- **واجهة المطوية:** تضمنت صورة للمنارة تم التقاطها في فصل الربيع، لما تحمله من دلالات رمزية غنية، خاصة وأن فصل الربيع يجسد عودة الحياة بعد فترة الشتاء القاسية، واختيارنا لصورة المنارة في هذا الفصل لإعادة إحيائها كرمز للتراث العريق، كما يرمز اللون الأزرق إلى السماء التي تمثل الخلود والاتساع واللامحدودية.

- **توقيع الحملة:** يعد عنصرا هاما في أي حملة إعلامية وهو الذي يساهم في تعزيز الشفافية والمصداقية، كما يضفي عليها طابع الرسمية. حيث أن كل من جامعة محمد بوضياف وقسم علوم الإعلام والاتصال بالشراكة مع مديرية الثقافة والفنون بالمسيلة يمثلان الجهة المسؤولة والمشرفة عن حملتنا.

- **عنوان الحملة** : يشير وجود عنوان الحملة في وسط المطوية الى أهميتها، وجعلها محط أنظار القارئ، كما يساعد على ربط جميع عناصرها ببعضها البعض، حيث فضلنا كتابته باللون الأحمر لكونه يرمز للحضارة الإسلامية، فهو يساهم في تعزيز الشعور بالهوية العربية لدى الجمهور وذلك من اجل تشجيعهم على المشاركة في حمايتها، بالإضافة الى ذلك كتبنا عبارة قلعة بني حماد باللون الأخضر كإشارة منا إلى مكان توجدها الذي يعتبر غني بالغابات والأشجار اللذان يمثلان جزءا هاما من النظام البيئي، وكذا التعبير عن رغبتنا بصفتنا قائمين عن هذه الحملة الى ضرورة حمايتها خاصة لدى السكان المحليين، ليس فقط من الناحية التاريخية والثقافية ولكن أيضا من الناحية البيئية.

- **الشعار:** يلعب دورا هاما في الحملة الإعلامية، فيعد بمثابة هوية بصرية لها، والذي جاء تحت عنوان "**نحمي تراثنا .... نخلد تاريخنا**"، اخترنا اللون الأسود لكتابته قصد إيصال رسالة قوية للجمهور، نساهم من

خلالها في زيادة الوعي بأهمية حماية التراث والأثار، فهو لون قوي وجاد يساعد في رسم انطباع بأن موضوع يستحق الاهتمام.

- **وقت الحملة:** إن تحديد الإطار الزماني للحملة من الركائز الأساسية، فكلما طالت مدتها كلما توصلنا الى نتائج أكثر إيجابية، فالنسبة للمدة الزمنية التي استغرقتها حملتنا قدرت **بشهر** ابتداء من **18 افريل** إلى غاية **18 ماي** تزامنا مع شهر التراث هذا الأخير الذي يمثل فرصة لزيادة الوعي بأهمية التراث وتكريس مبدا الحفاظ عليه لاسيما لدى السكان المحليين، حيث يتم فيه تنظيم الفعاليات والأنشطة المتعلقة بموضوعنا.

- **محتوى المطوية:** من أجل عرضه بشكل ملفت للانتباه، اخترنا خلفية كتابة المعلومات والنصوص المراد إيصالها للمتلقي باللون البني الفاتح، لارتباطه بالتاريخ والتراث، فهو يرمز للأرض والحجر اللذان يشكلان عنصران أساسيان في تكوين المباني التاريخية ،كما قمنا بمزجه بزخرفة هندسية، استمدت الهماها من الزخارف الإسلامية التي كانت شائعة في ذلك العصر، فهي تجسد إبداع بنائيها وتعكس براعة وتقدم تلك الحقبة، مما جعل من القلعة حصنا منيعا بتصميم مدروس أعطاها طابعا فريدا لامثيل له ولعرض أهم معالم القلعة وأماكن الزيارة، سلطنا الضوء على ابرز المحطات التاريخية بها والمتمثلة فيما يلي :

- **جسر سيدي عيسى:** يمتد على نهر فرج على بعد 07 أمتار من الباب، ثم الى الطريق المؤدي إلى برج الغدير ويعتبر أثرا هاما، يدل على مدى ما بلغته هندسة الطرق في العصر الحمادي من التقدم، بالإضافة إلى صورة للجسر من أجل تقريب المعلومة للجمهور.

- **مركز برحال الثوري بالغيل:** من أهم المراكز الثورية بالمنطقة، بالإضافة الى كل من الزيتون، الجفين، الزرايف، السماير، اعريف، الزياتنة، بشارة، أولاد منصور، مع صورة للسجن أخذت له من الداخل والخارج.

- **غار الشط:** كان مستشفى أثناء الثورة، يقع في قرية الزرايف، حيث كان يستخدمه المجاهدون إبان الثورة التحريرية كمستشفى، وهذا سنة 1956، وكان يشرف عليه الحاج بليلي المنحدر من ناحية بريكة، وقد كشفه العدو سنة 1959.

- **مصلى قصر المنار:** يمثل أصغر مصلى في العالم، يبلغ طوله 180 م، وعرضه 170 م، وندخل له عن طريق باب عرضه 74 سم، مزين بكتابات قرائية منقوشة على الجص، موجود بقصر المنار بقلعة بني حماد.

- **المسجد الجامع في عاصمة بني حماد:** هو المسجد الرئيسي الكبير، وأول مسجد حمادي أقيم في المغرب الأوسط، يبلغ طوله 64 م، وعرضه56 م، وعلو منارته مربعة الشكل 23 م، يحتوي على 84 سارية، ويضم

أقسام منها: الحصن، قاعة الصلاة والأعمدة والدعامات، المحراب، بالإضافة الى صورة للمسجد تقرب المعلومة للمتلقي.

- **الحوض الأسود:** يعتبر من الشواهد الأساسية لعمق الدولة الحمادية وتاريخها، حيث عثر على هذا الحوض المنحوت خلال القرنان 11-12 م، بوسط المجموعة الفاخرة التي تقع غرب قصر المنار، قاعدته ذات شكل هرمي مربع بأربعة فصوص.

- **الزليج:** يعتبر فن عريق من بلاط فسيفسائي، بأشكال فخارية مدقوقة قطعة بقطعة، فكلمة زليج صفة تدل على الثبوت، من زلج أي مرتبطة بالزلق ومنها تشتق كلمة اوزليجو في اللغتين البرتغالية والإسبانية، ولقد تطور فن الزليج في بلاد الأندلس وشمال إفريقيا، واستنسخت منه الدول الإسلامية بعدها التراث المعماري للدولة الزيرية والحمادية، حيث أن أول قطعة خزفية وجدت بمئذنة قلعة بني حماد، يعود تاريخها الى سنة 1007 ميلادي، مدعمين ذلك بصورة لأقدم خزفية وبعض أنواع الزليج الموجودة بالمتحف.

وكانت لنا إشارة الى أهم الفترات التاريخية التي مرت بها بني حماد من القلعة الى بجاية:

1/ الفترة الأولى 398 -441 هـ هي فترة التأسيس ومولد قوة بني حماد في المغرب الأوسط، ومن أهم الأمراء، حماد بن بلكين

2/ الفترة الثانية 441-481 هـ بلغت الدولة أوجها، وفيها تدفق سيل اللاجئين من ذوي الأموال والعلماء، إلى القلعة بسبب قدوم قبائل بني هلال الإفريقية.

3/ الفترة الثالثة: 481-558 هـ أخذ نفوذ القلعة يتقلص بالقلعة، وازدهار بجاية كعاصمة ثانية للدولة الحمادية على يد، الناصر بن علناس.

وللتعريف أكثر بالمنطقة أضفنا تقديم بسيط لبلدية المعاضيد في سطور، لكونها منطقة تواجد القلعة كما يلي:

1- **الموقع:** تقع شرق مدينة المسيلة وتبعد عنها بحوالي 36 كلم.
2- **المساحة:** قدرت بـــ: 25400 هكتار.
3- **المناخ:** متوسطي شبه جاف بارد شتاء وجاف صيفا.
4- **التساقط:** حوالي 360ملم بالإضافة الى الثلوج.
5- **الحرارة:** يقدر المتوسط السنوي من 13 الى 15 درجة.
6- **الرياح:** شمالية غربية باردة شتاءا وجنوبية غربية وحارة صيفا.

7- **النشاطات الاقتصادية:** الفلاحة، الخدمات، الصناعة التقليدية هذه الأخيرة التي حاولنا عرضها من خلال التعريف بأهم المنتوجات، كالأواني الفخارية والخشبية والزرابي والبرنوس وصناعة الحلي وغيرها ومن أجل التشجيع على زيارة هذا الصرح الحضاري، حاولنا التعريج عن أهم الوجهات التي تمثل محطات مهمة يمكن للمهتمين بالتراث وكذا السواح والزائرين الوقوف عليها والتي تمثلت في كل من:

معالم أثار قلعة بني حماد، متحف قلعة بني حماد، مسجد أبو الفضل النحوي، الزاوية التيجانية، جبل تيقريست، جسر بني حماد، المراكز الثورية، قصور بني حماد، باب الأقواس، باب أولاد فرج، غابات الزيتون والجعونة.

2-3-1- توقيع الرسالة:

يعتبر من العناصر المهمة التي تضمن مصداقية الرسالة ويعني علامة الخدمة المقدمة كما يعكس واقع المؤسسة التي تدير الحملة بحيث يضفي شفافية على الرسالة ويبعد عنها الشك والاشتباه فيحرص المصمم في نهاية إنجازه لتصميم على وضع توقيعه حيث أن موضوع حملتنا قد حصل على **توقيع جامعة محمد بوضياف بالشراكة مع مديرية الثقافة والفنون بولاية المسيلة** باعتبارهما الجهة المشرفة عن حملتنا.

3- مرحلة ما بعد تصميم الحملة:

3-1- مدة الحملة:

إن اختيار وتحديد مدة الحملة أمر جد مهم في عملية تصميم الحملة فكلما طالت مدة الحملة كلما كان احتمال الحصول على نتائج إيجابية أكثر.

حيث قمنا بتحديد المدة التي تستغرقها حملتنا **بشهر** ابتداء من **18افريل إلى غاية 18 ماي** تزامنا مع شهر التراث لتعزيز الشعور بالانتماء الوطني.

3-2- تسلسل الوقائع:

عند تنفيذ حملتنا فضلنا أن تكون متواصلة لكي ترسخ الأفكار في ذهن الجمهور المستهدف بشكل أفضل، وحتى نعطي بعدا واسعا للموضوع خاصة ونحن في شهر التراث باعتباره تظاهرة ثقافية تقام سنويا في الجزائر، وفرصة هامة للتوعية بأهمية التراث الثقافي والحضاري للجزائر والترويج لقلعة بني حماد كوجهة سياحية مهمة.

3-3- أماكن تعليق الملصق:

بما أن الجمهور المستهدف من الحملة كان السكان المحليين للقلعة فقد اخترنا أماكن عدة تعليق الملصق وتوزيع المطوية والتي تمثلت فيما يلي:

- متحف قلعة بني حماد
- المؤسسات التربوية
- دار الشباب بالمعاضيد
- مقر بلدية المعاضيد
- الشارع الرئيسي ببلدية المعاضيد

3-4- أماكن توزيع المطوية:

قمنا باختيار الأماكن التالية:

- متحف قلعة بني حماد
- المؤسسات التربوية
- دار الشباب بالمعاضيد
- مقر بلدية المعاضيد
- الشارع الرئيسي ببلدية المعاضيد

3-5- الميزانية:

تمثلت تكلفة حملتنا إجمالا في المبلغ الذي تم تخصيصه لتصميم وطبع الملصق والمطوية.

- ثمن الملصق قدر بـ: 1000 دج - ثمن للمطوية قدر بـ: 2500 دج

خاتمة

خاتمة:

من خلال موضوعنا يتضح جليا أن الحملات الإعلامية عملية اتصالية ضرورية في المجتمع، قد يقوم بها الأفراد، الهيئات، المؤسسات بمختلف مجالاتها تربوية، صحية، اجتماعية وثقافية، بهدف نشر قيم أو الحفاظ عليها أو تعديل سلوكيات فئات معينة، بما يأتي بالنفع العام والخاص باستخدام أساليب واستراتيجيات محددة، لتحقيق الأهداف المطلوبة من خلال التأثير على الجمهور المستهدف.

وتلعب الحملات الإعلامية دور مهم في التوعية والتحسيس ومعالجة مختلف القضايا المتعلقة بالإنسان، والتأثير المباشر على القيم الثقافية والهوية الوطنية للشعوب، وأمام تلاشي الحدود بفعل الانفتاح العالمي نتيجة التطور التكنولوجي والمعلوماتي، أصبح التراث الثقافي من عوامل الحفاظ على الهوية الثقافية وخصوصية هذه الشعوب والأمم،

وعليه فان حماية التراث الثقافي من كافة أشكال التخريب والتدمير والتشويه، حظيت باهتمام خاص من طرف السلطات العمومية للدولة الجزائرية، ومن كافة المهتمين والباحثين في هذا الميدان.

وانطلاقا من هذا قمنا بمشروع تصميم حملة إعلامية للتوعية بضرورة حماية التراث و الأثار بقلعة بني حماد، و التي نهدف من خلالها الى توعية الجمهور،، ولاسيما السكان المحليين للمنطقة، بأهمية الحفاظ على هذا الموروث الثقافي، وتوجيه جهودنا نحو تعريفه بتاريخ القلعة، وإبراز اهم مقوماتها الثقافية و التاريخية، و بأهميتها وكذا لحمايتها من الإهمال و الاندثار، باعتبارها صرحا حضاريا ومعلما تاريخيا شاهدا على عمق الحضارة الجزائرية، وتاريخا الممتد عبر عصور غابرة، وتعزيز الشعور بالمسؤولية اتجاه هذه القيمة الحضارية، التي تشهد على إبداعات مؤسسيها الفنية و العلمية و الهندسية، الذي يروي قصة عريقة عن إبداع الإنسان في العصور الوسطى، كما يمكن اعتبارها قطبا هاما لتشجيع السياحة الثقافية في المنظفة، مما يساهم في تنمية الاقتصاد المحلي وبالتالي الاقتصاد الوطني

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

➢ الكتب:

1) البكري، أبو عبيد الله .(1992). **المسالك والممالك**، ج2,تحقيق فن لويفن وأندري فيري الدار العربية للكتاب تونس.

2) حمدي محمد، إسماعيل .(2018). **الحملات الإعلامية وفن مخاطبة الجمهور**، دار المعتز للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان.

➢ الرسائل الجامعية:

3) أحمد حسين، محمود .(2016/2015). **إدارة الحملات الإعلامية ودورها في توجيه الرأي العام، (الحملة الوطنية لمكافحة التخابر) دراسة حالة**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في تخصص إدارة الدولة والحكم الرشيد، أكاديمية الغدارة والسياسة للدراسات العليا، جامعة غزة، فلسطين.

4) بوعزيز، صبرينة .(2018/2017). **العلاقات الثقافية لقلعة بني حماد 408-461/1017-1070 هـ**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في التاريخ، تخصص تاريخ وسيط، جامعة المسيلة.

5) بوكرموش، عيسى .(2013/2012). **استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجاً**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال – فرع اتصال استراتيجي، جامعة الجزائر 03، الجزائر.

6) دهيليس، سامي. طرشي، محمد .(2021/2020). **تصميم حملة إعلامية لتعزيز استخدام المنصات الإلكترونية في التعليم عن بعد لدى طلبة جامعة المسيلة**، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف -المسيلة-.

7) سعيدي، كريم. (2016/2015). **الحماية القانونية للتراث الثقافي في الجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام تخصص قانون البيئة، جامعة محمد دباغين سطيف 2، الجزائر.

8) سمية، أم لرقاب .(2020-2021). **فعالية الحملات الإعلامية في مجال التوعية المرورية بالجزائر " دراسة ميدانية بالمركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق"**، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه ل م د في شعبة علوم الإعلام والاتصال، تخصص إشهار وعلاقات عامة، جامعة محمد لمين دباغين-سطيف 2.

9) صبيرة، تريكي .(2020). **دور الحملات الإعلامية الإذاعية في نشر التوعية الّصحية بفيروس كورونا لدى جمهورها**، دراسة ميدانية على عينة من سائقي سّيارات الأجرة بمدينة تيسمسيلت، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول عمى شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة ابن خلدون تيارت.

10) صغيورة، زهير .(2020/2019). **جوانب من حضارة قلعة بني حماد (العمران والفنون نموذجاً)**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التاريخ، تخصص تاريخ الغرب الإسلامي في العصر الوسيط، جامعة محمد بوضياف – المسيلة.

11) عايدة، بوشارب .(2019/2018). **دور الحملات الإعلامية في التعريف بأطفال متلازمة داون تخصص اتصال وعلاقات عامة**، جامعة محمد بوضياف المسيلة، مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

12) عزيزي، ليلى .(2022/2021). **دور الفيسبوك في التحسيس بأهمية المعالم الأثرية والتاريخية في الجزائر قلعة بني حماد أنموذجاً**، دراسة ميدانية على طلبة قسم العلوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف المسيلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة.

13) مخطاري، أسماء. دلباز، محمد .(2015/2014). **قلعة بني حماد الوزن السياسي والدور الحضاري في العهد الحمادي 408–461 هـ /1007م–1068م**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في التاريخ، تخصص تاريخ وحضارة المغرب الإسلامي، قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مولاي الطاهر – سعيدة.

14) نادية، بشكات، سعدية، بوعبد الله .(2019/2018). **دور الحملات الإعلامية التوعوية للحد من حوادث المرور دراسة حالة لأمن ولاية غليزان**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم –.

15) نبيل، بوعويرة .(2008/2007). **طرق حماية المعالم التاريخية من خلال دراسة أثرية لقصر البحر بقلعة بني حماد**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الصيانة والترميم، معهد الآثار، جامعة الجزائر.

16) نفطي، عبد الحليم .(2018/2017). **دور الأسوار في الحفاظ على مدن المغرب الأوسط مدينة قلعة بني حماد ومدينة تلمسان أنموذجا**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في التاريخ، تخصص تاريخ القرون الوسطى، جامعة المسيلة.

المقالات:

17) أحمد حنفي، محمد أمين داود .(2023). **جهود إماراة الشارقة بالإمارات العربية المتحدة في صون وحماية التراث الثقافي وتنمية الوعي به: مؤسساتها الثقافية والمعلوماتية نموذجاً**، مجلة بنها للعلوم الإنسانية، العدد 02، الجزء 3، الإمارات العربية المتحدة.

18) بلعربي، خالد .(2009). **البنية العمرانية لمدينة قلعة بني حماد**، دورية كان التاريخية، السنة 02، العدد 05.

19) دبش، عبد النور .(2023). **الحماية القانونية للتراث الثقافي في إطار التنمية المستدامة في الجزائر**، مقال منشور في كتاب أعمال الملتقى الدولي حول حماية الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في الاتفاقيات والمواثيق الدولية والإقليمية. جامعة الجزائر1.

20) ساقني، محمد .(2019). **مساهمة الحظيرة الثقافية للأهقار في تنمية السياحة الثقافية بالجزائر**، مجلة آفاق علمية، المجلد11، العدد 04.

21) سعودي، أحمد. (2021). **الحياة الاقتصادية والثقافية لقلعة بني حماد**، مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد5، العدد2.

22) عماد الهياجي، ياسر هاشم .(2017). **دور المنظمات الدولية والإقليمية في حماية التراث الثقافي وإدارته وتعزيزه**، مجلة أدوماتو، العد د 34.

23) قوادرية، النذير .(2017). **السياحة الريفية بمنطقة المعاضيد مقومات مكملة لقلعة بني حماد**، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية، المجلد 5، العدد 10.

24) محمود علي حسن، سلوى .(2018). ت**صميم الحملات الإعلانية، تأثير الثقافة المعرفية للعلامة التجارية في نظم تصميم الحملات الإعلانية في ظل التحولات الإقليمية بالشرق الأوسط**، المجلة الأردنية للفنون، مجلد ،11عدد3.

المنشورات:

25) أحمد سليم، حنان .(2018). **الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد رؤية مستقبلية لنموذج تفاعلية**، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

26) بن صغير، زكرياء .(2024/2023). **تصميم الحملات الإعلامية**، محاضرات في مادة، إعلام واتصال سنة الثالثة اتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

27) حروز، عبد الغني .(2016). **قلعة بني حماد من خلال المصادر والمراجع التاريخية "– الموقع والتأسيس–**، جامعة المسيلة، الجزائر.

28) حميدة، حسن .(2022/2021). **حماية التراث الثقافي**، مطبوعة خاصة بمقياس التراث الثقافي قسم القانون الخاص، لطلبة الماستر 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة علي لونيسي البليدة 02، الجزائر.

29) طويل، العيدي .(2018). **قلعة بني حماد، عوامل جذب ورؤية للاستغلال السياحي لقلعة بني حماد**، جامعة سطيف 2، الجزائر.

30) عويس، عبد الحليم .(2002). **دولة بني حماد صفحة رائعة من التاريخ الجزائري**، شركة سوزلر للنشر، القاهرة، مصر.

31) فقيري، ليلى .(2017). **الحملات الإعلامية في مكافحة مظاهر انحراف الشباب: نحو تصميم حملات إعلامية تطبيقية**، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.

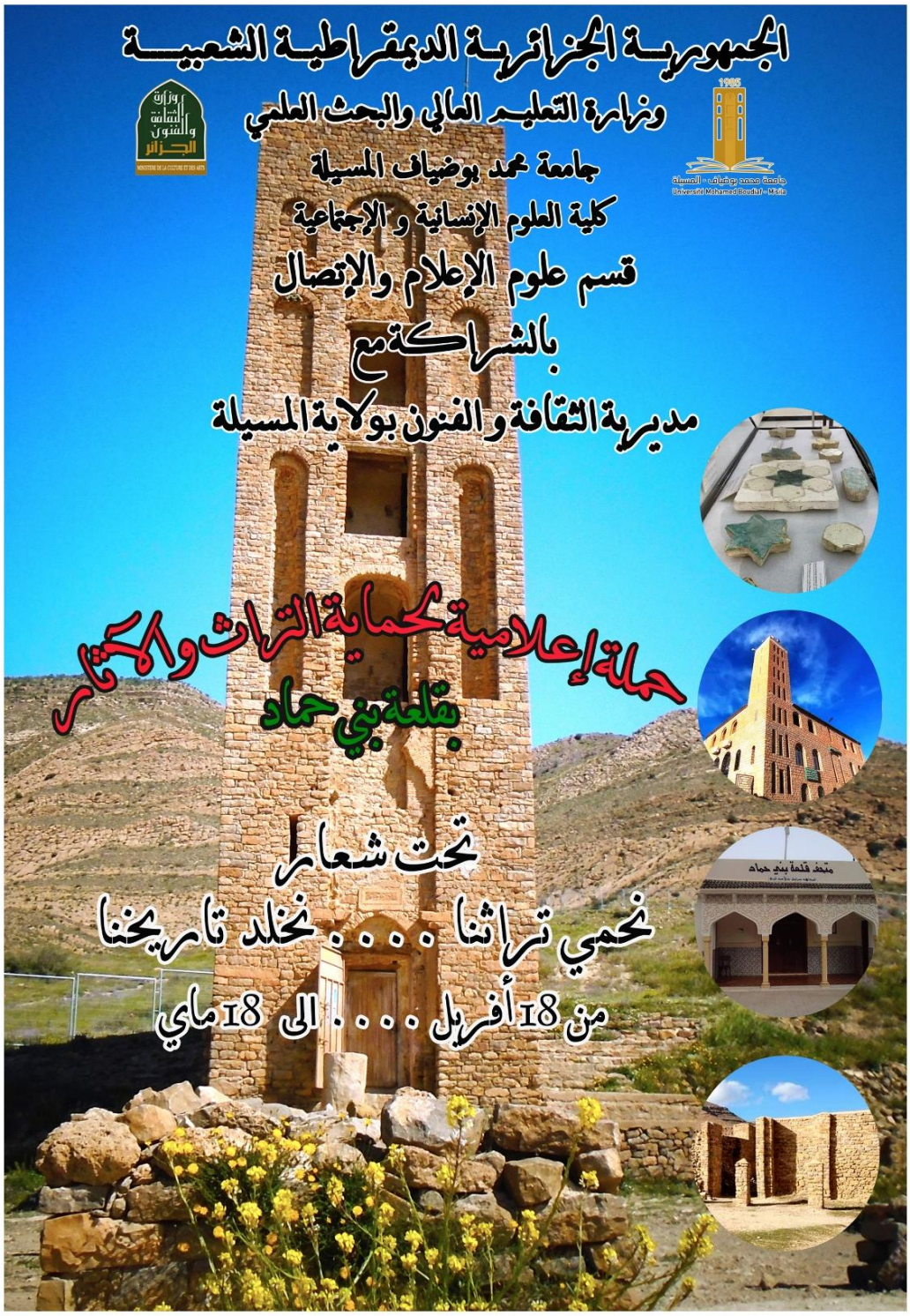
32) نسيمة، مقبل .(2020/2019). **محاضرات في مادة حملات الاتصال العمومي**، مطبوعة دروس موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، السداسي الثالث تخصص اتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر03، الجزائر.

الملاحق

ملحق رقم 01: نموذج المطوية (الجهة الأولى)

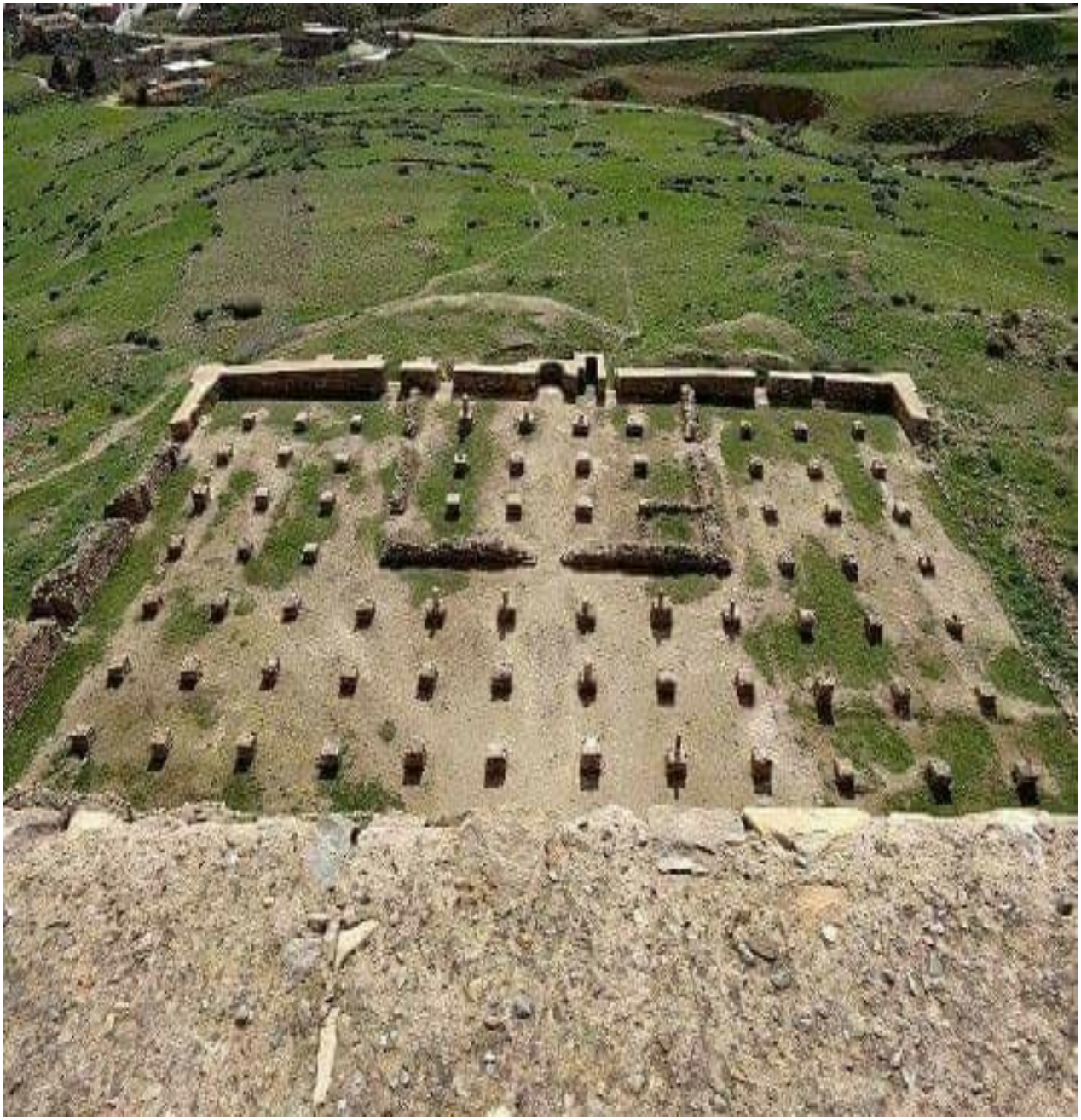
ملحق رقم 02: نموذج المطوية (الجهة الثانية)

ملحق رقم 02: الملصق



ملحق رقم 03: مصلى المنار بقلعة بني حماد

ملحق رقم 04: المسجد الجامع بقلعة بني حماد



ملحق رقم 05: سجن برحال بقلعة بني حماد

ملحق رقم 06: خزفية الزليج من مئذنة قلعة بني حماد (متحف بلدية المعاضيد)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People'sDemocraticRepublic of Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع: تصميم حملة إعلانية لحماية التراث والآثار بقلعة بني حماد

إعداد الطلبة:

1- حليمي إياد رقم التسجيل: 230541042257

2- ضيف سميحة رقم التسجيل: 230540998O3

القسم: الإعلام والاتصال **الشعبة:** علوم الإنسانية **التخصص:** اتصال وعلاقات عامة

إشراف: د. ولد حاب الله سعاد **الرتبة:** أستاذ

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2023-2024 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

موافقة وإمضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة): الدكتورة ولد حاب الله سعاد

رئيس فريق الاختصاص

رئيس القسم

رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
أ.د. عبد الرزاق

Scanné avec CamScanner
CamScanner

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People'sDemocraticRepublic of Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: /2024

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيد(ة): ضيف سميحة

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 207464798

الصادرة بتاريخ: 2022/02/10 عن دائرة: بلدية عين الخضراء

المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 23054099803

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: تصميم حملة إعلامية لحماية الآثار والمآثر بقلعة بني حماد

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2024/05/27

امضاء المعني (ة):

Dsamha

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People'sDemocraticRepublic of Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues
الرقم: /2024

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيد(ة): حلود لياقوت

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 207230052

الصادرة بتاريخ: 2021/12/12 عن دائرة: بلدية المعاضيد

المسجل(ة) بكلية: العلوم الانسانية والاجتماعية قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 230541042257

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: تصميم حملة إعلامية لحماية التراث والآثار بقلعة بني حماد

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2024/05/27

امضاء المعني (ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

ملخص الموضوع

تضمنت دراستنا تصميم حملة إعلامية، تهدف من خلالها الى نشر المعرفة والمعلومات حول حماية التراث وأهميته، لاسيما لدى السكان المحليين لقلعة بني حماد، وتوعيتهم للحفاظ على تراثهم الذي يشكل مسؤولية تتطلب جهدا متظافرا من مختلف الجهات المعنية، لكونها إرثا وطنيا هاما ذا قيمة استثنائية، على المستويات المحلية والإقليمية والدولية.

حيث تضمن العمل فصلين، الفصل الأول يشمل الإطار النظري الذي تضمن ثلاثة مباحث، تطرقنا في المبحث الأول إلى ماهية الحملات الإعلامية، ثم انتقلنا بعد ذلك الى المبحث الثاني الذي تناول حماية التراث الثقافي، ثم المبحث الثالث الذي عرضنا فيه قلعة بني حماد الأثرية، بينما خصصنا الفصل الثاني للجانب التطبيقي وفيه اتبعنا مراحل تصميم الحملة الإعلامية.

الكلمات المفتاحية

الحملات الإعلامية، حماية التراث الثقافي، قلعة بني حماد

Summary;

Our study included designing a media campaign, through which we aim to disseminate knowledge and information about the protection of heritage and its importance, especially among the local residents of Beni Hammad Castle, and to aware them about preserving their heritage, which constitutes a responsibility that requires a concerted effort from various concerned parties, as it is an important national heritage of exceptional value. Local, regional and international levels. The work included two chapters; the first chapter included a theoretical framework that included three sections. In the first section, we touched on the nature of media campaigns, then we moved to the second section, which dealt with the protection of cultural heritage, then the third section, in which we presented the archaeological castle of Beni Hammad, while we devoted the second chapter for the practical aspect, in which we follow the stages of designing the media campaign.

Key words: Media campaigns, cultural heritage protection, Beni Hammad Castle