الإعلام المتحفي ودوره في التعريف بالتراث الأثري

د/ وليدة حدادي/جامعة محمد لمين دباغين /سطيف-2
haddadiwalida@yahoo.fr

ملخص:

تعتبر الوسائل الاتصالية والإعلامية المستخدمة في الإعلام المتحفي من أهم الآليات التي تعتمدها المؤسسة المتحفية لتسهيل وصول جمهور الزائرين إلى المجموعات التراثية الأثرية المعروضة في المتاحف، لتصبح مفهومة ومؤثرة في جمهور الزائرين على اختلاف خصائصهم ومستوياتهم التعليمية ورغباتهم، مثل الأفلام والشاشات والتسجيلات والمشاهد والمحاضرات والمواقع الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، والعروض المتحفية على شبكة الإنترنت، وغيرها، وتعتمد في ذلك على تقنيات متعددة تعرض البيانات والمعلومات بالصوت والنص والصورة والفيديو، فتتيح إمكانية مشاهدتها بطرائق وأشكال متنوعة، تسمح بالتعليم والتثقيف والتمتع لزائري المتحف من جميع أنحاء العالم. ومن هذا المنطلق تسعى هذه الورقة البحثية لتسليط الضوء على أهمية الإعلام المتحفي في تفعيل دور المتاحف في التعريف بالتراث الأثري.

الكلمات المفتاحية: المتحف الأثري، الإعلام المتحفي، التراث الأثري، الوعي الأثري.

Abstract:

Archaeological Museum play in contemporary societies effective roles, in order to preserve cultural and archaeological heritage,Through the availability and interpretation of this heritage by Using multiple media and communication mechanisms, because gaining public confidence is important

to attract a large number of the local community, especially in light of the technological development witnessed by contemporary societies, where museums are cultural and educational institutions open to all, they have a responsibility of linking the future of man to the past, through Using means and mechanisms, the most important of which are the communication and media means used in the museum, to facilitate the access of visitors to the archaeological heritage collections exhibited in museums, such as movies, screens, recordings, scenes, lectures, websites, social networking sites, museum presentations on the Internet. Therefore, this research paper seeks to identify the importance of museum media in the definition of archaeological heritage.

Keywords: Archaeological Museum, Museum Media, Archaeological Heritage, Archaeological Awareness.

مقدمة:

يعتبر الحفاظ على التراث الأثري للأمم ضرورة وطنية، لأنه جزء من ذاكرتها، ومصدرا لقيمها الثقافية، "حيث أن التراث لا يذكر ولا يكتمل دون أن يقترن بمفهوم الحفاظ والإحياء، وهو لا يكون تراثا إلا إذا أحس وارثوه بضرورة التعرف عليه والكشف عنه وحمايته وإحيائه، والإفادة من قوته، التي لن تبرز إلا على قدر وعيهم به، والاهتمام بالتراث ليس مجرد عودة خيالية إلى الماضي، وإنما هو اهتمام بالأمر الواقع والطبيعي، وهو نقل واستمرارية لما كان قائما"[1]. وذلك من خلال وجود سياسات

وخطط وبرامج تعدها وتعمل بها المؤسسات الثقافية والتعليمية والإعلامية ومختلف مؤسسات المجتمع.

حيث تقوم متاحف التراث الأثري في المجتمعات المعاصرة بأدوار فعالة ومتعددة الجوانب، من أجل الحفاظ على التراث الثقافي والأثري والذاكرة الجماعية للمجتمعات بأشكالها المادية والمعنوية، وذلك من خلال إتاحة هذا التراث وتفسيره، باستخدام آليات ووسائل إعلامية واتصالية متعددة، حيث ترتبط فعالية الدور التثقيفي الذي تمارسه المتاحف الأثرية بكسب ثقة الجمهور، واجتذاب قاعدة جماهيرية أوسع من المجتمع المحلي، خاصة في ظل التطور التكنولوجي الذي تشهده المجتمعات المعاصرة، إذ يعد التفاعل مع المجتمع من خلال وسائل الإعلام المتحفي الهدف المنشود من الدور التربوي الذي يؤديه المتحف، حيث تعد المتاحف مؤسسات ثقافية وتعليمية لها طابعها العام ومفتوحة للجميع، وتمتاز بأنها تتبنى التعليم الدائم طوال العام وتقع عليها مسؤولية الوصاية على التراث الإبداعي الإنساني وربط مستقبل الإنسان بالماضي، باستخدام وسائل وآليات تساعدها على مد جسور الصلة بين الحاضر والماضي، فتكون همزة وصل بين حضارة صارت إرثا حضاريا قديما وبين أخرى عصرية تعتمد على تكنولوجيا حديثة.

ذلك أن الاهتمام بالمخلفات الأثرية وحفظها يعتبر أساس نشاط المتاحف، التي أصبحت تعرف في الوقت الحالي تطورا هاما في عددها وفي طرائق العرض لتلبية احتياجات الجمهور وإرضاء متطلباته، فالاهتمام بجمهور المتاحف يعتبر من الأمور الأساسية لنجاحه من خلال اختيار الوسائل الاتصالية والإعلامية المناسبة لإحداث التفاعل والتواصل الوجداني بينه وبين المتحف ومحتوياته الأثرية في فضاء يجمع بين المتعة والمعرفة، "فنجاح المتحف لا يقاس بعدد الزوار الذين يستقبلهم ولكن بعدد الزوار الذين

علمهم وثقفهم، ولا يقاس بعدد القطع التي يعرضها ولكن بعدد القطع التي يمكن أن تكون مرئية من قبل الزائرين في بيئتهم الإنسانية، ولا يقاس باتساعه ولكن بنوعية المساحة التي يستطيع الجمهور زيارتها من أجل جذب فائدة حقيقية، هذا هو المتحف وإلا فإنه سيكون عبارة عن مساحة لتجمع ثقافي"[2].

ومن هذا المنطلق تسعى هذه الورقة البحثية لتسليط الضوء على أهمية الإعلام المتحفي في تفعيل دور المتاحف في التعريف بالتراث الأثري. من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما هي المتاحف الأثرية؟ وفيما تكمن أهميتها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والتربوية؟
- ما هي أنواع المتاحف الأثرية وسبل تفعيل دورها في المجتمع؟
- ما دور الإعلام المتحفي في تفعيل وظائف المتاحف الأثرية؟

أولا– أهمية البحث:

تنبع أهمية البحث من أهمية التراث الأثري في الحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمع، وترسيخ قيم الانتماء والحدة الوطنية، فأبلغ ما ورد عن أهمية التراث هو ما قاله الكاتب الداغستاني حمزة بأن من يطلق عيارا على الماضي فكأنه يطلق مدفعا على المستقبل، وأن تقدير أهمية التراث عملية يحكمها بالدرجة الأولى الوعي، الذي تساهم في تشكيله كل المؤسسات الاجتماعية والتعليمية والإعلامية والثقافية، خاصة المتاحف الأثرية التي تعد في الوقت الحالي معهدا للعلوم ومركزا للثقافة ومدرسة للفنون المختلفة، فضلا عن كونها وسيلة للترفيه والمتعة والمعرفة معا، فمتاحف اليوم ليست مخازن لحفظ الأشياء الثمينة بل هي مؤسسات علمية وثقافية تقدم المعلومات التي قد لا تتوافر في

مكان آخر، في شكل جذاب وممتع، وهو ما يدعو إلى إعادة النظر في السياسة المتحفية الجزائرية، خاصة وأن علاقة المتحف بالجمهور الجزائري علاقة ضعيفة وغير إيجابية، بسبب عدة عوامل، أهمها غياب الاهتمام الكافي بالتربية المتحفية في المدارس، وضعف اهتمام وسائل الإعلام بالمتاحف وإبراز أهميتها التربوية والثقافية للمجتمع، وعدم الاهتمام كفاية بالإعلام المتحفي لتطوير المتاحف الأثرية، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية الهامة في مجال الإعلام والاتصال، وظهور المتاحف الافتراضية التي تصل إلى الجمهور في كل أنحاء العالم.

ثانيا– تحديد المفاهيم الأساسية في البحث:

1– مفهوم المتحف:

توصلت منظمة المتاحف العالمية "ICOM " إلى أن" المتحف هو مؤسسة تعليمية تربوية غير ربحية، يعمل على خدمة المجتمع وتطويره، ويتابع ويعرف جميع ما يتعلق بالإنسان وبيئته لغرض الدراسة والثقافة والمتعة والترفيه، ويفتح أبوابه لعامة الناس من مختلف المستويات"، ومنه فالمتحف هو الرابط ما بين المتحف والمجتمع، والذي يقف من خلاله الزائر على معارف ومهارات جديدة قد لا تتوفر في أماكن أخرى.[3]

ويعرف المتحف بأنه عبارة عن مبنى يحوي مجموعات من الأشياء يفتح للمشاهدة والدراسة والتسلية، كما يعرف بأنه مبنى تحفظ به وتعرض الأعمال الفنية والآثار القديمة، وهو بأبسط أشكاله عبارة عن مبنى لإيواء مجموعات من المعروضات بقصد الفحص والدراسة والتمتع، وقد تكون المعروضات منقولة من أطراف الأرض حيث يجمع المتحف تحت سقفه مادة كانت أصلا متفرقة تفريقا كبيرا من حيث الزمان والمكان ليسير على رواده رؤيتها، والمتحف كذلك هو المكان الذي يجمع فيه روائع المنتجات الإنسانية منذ فجر تاريخه وحتى الآن، سواء كانت هذه المنتجات فنية أو

حربية أو حتى ما أنتجه الإنسان لاستعماله الشخصي على مدار حياته اليومية، ويكون هذا المكان مقصودا بهدف المتعة والدراسة والبحث واكتشاف القيم الإنسانية المتمثلة في إبداعات الإنسان في مختلف العصور.[4]

2- مفهوم المتاحف الأثرية "Musée Archéologique":

يضمن هذا النوع من المتاحف استمرارية الذاكرة وتروي حكايات وتاريخ لحضارات وشعوب، ومن خلال توفير تجربة تفاعلية مع القطع الأثرية والمعروضات التي تعود إلى حضارات سابقة لا نراها غالبا سوى على صفحات الكتب التاريخية والصحف أو على شاشات التليفزيون يبعث التاريخ إلى الحياة من جديد ليتمكن زوار المتحف من بناء علاقة شخصية خاصة تربطهم بقطع ملموسة تعود إلى ذكريات من زمن بعيد، وهذا ما يساعد على تمتين العلاقة بالتاريخ والهوية، لذا فالمتحف عنصر حي من مقومات الهوية الوطنية والثقافية.[5]

وقد سمحت عملية الربط بين علم الآثار "Archéologie" وعلم المتاحف "Muséologie" بظهور علم جديد وهو علم المتاحف الأثرية "Archéomuséologie"، وهذا ما ساعد على تطوير متاحف الآثار "musées d'archéologie"وظهور أنواع جديدة منها في أنحاء العالم كّله مثل المتاحف الأثرية العامة والمتخصصة ومتاحف المواقع الأثرية والحدائق الأثرية، ويشكل علم المتاحف الأثرية الطريقة المثلى لتفعيل العلاقة بين البحث العلمي والحفظ والعرض والنشر، بين الجمهور والبحوث الأثرية، بين اقتناء المجموعات الأثرية ونشر المعارف، بين الماضي والحاضر والمستقبل.[6]

ويعرف المتحف الأثري بأنه مكان مفتوح أمام الجمهور يكشف تاريخ الإنسان من خلال البقايا المادية التي يتشكل منها التراث الأثري في منطقة ما، وهنا يتجاوز

المتحف طريقة الوصف للقطعة الأثرية فقط إلى تقديم كيفية إنجاز البحوث باستخدام اللقى الأثرية التي ترفق ببطاقات التعريف والنصوص الإيضاحية وتكنولوجيا وسائل الاتصال والمعلومات Nouvelles Technologies " NTIC d'Information et de Communication"، مثل تقنيات إعادة البناء الافتراضي للمواقع الأثرية وأسلوب حياة مجتمعات الحضارات القديمة أو بناء مجسمات توضيحية وماكيتات.[7]

ويمكن تصنيف المتاحف الأثرية بطرائق متعددة وأساليب مختلفة، نذكر منها التصنيف المتبع في فرنسا، وهو كالآتي[8]:

التصنيف الأول: بحسب النسبة المئوية التي تحويها المتاحف من معروضات أثرية تصنف إلى:

- متاحف متنوعة العروض، وتحتوي على أقل من نسبة % 50 من معروضاتها مجموعات أثرية.
- متاحف متخصصة إذا احتوت على 100%من معروضاتها مجموعات أثرية.
- متاحف ذات غالبية أثرية إذا احتوى على أكثر من 50% من معروضاتها مجموعات أثرية.

التصنيف الثاني: بحسب المنطقة أو العصر أو غيرها من التصنيفات الأخرى، وهي:

- بحسب المنطقة، وتشمل: متاحف أثرية (100% مجموعات أثرية)، ومتاحف المواقع (مجموعات مرتبطة بتنقيبات أو موقع أثري محدد).

- بحسب العصر، وتشمل: متاحف متنوعة (نسبة المجموعات الأثرية أقل من 50%)، ومتاحف ذات صبغة أثرية (نسبة المجموعات الأثرية أكثر من 50%).

3- مفهوم الإعلام المتحفي:

هو مجموع الوسائل الإعلامية والاتصالية الشفوية والمطبوعة والمسموعة والمرئية والإلكترونية مثل المحاضرات والندوات والمطويات والملصقات والأفلام والمواقع الإلكترونية الرسمية ومواقع التواصل الاجتماعي، التي تستخدمها المؤسسة المتحفية من أجل التعريف بالمجموعات التراثية الأثرية المعروضة بها أو المواقع الأثرية، ومد جمهور الزائرين عبر البيئة الواقعية أو الافتراضية بالمعلومات التي يرغبون فيها، وتحقيق التواصل والتفاعل بين المتحف والجمهور والمجتمع.

4- مفهوم التراث الأثري:

يعرف التراث بأنه جميع الممتلكات الثقافية الثابتة منها والمنقولة التي ورثها الجيل الحالي عن الأسلاف، ولها قيمة ثقافية حضارية غير عادية، ولا يمكن تعويضها إن فقدت أو أتلفت.[9]

ويشمل التراث الأثري الممتلكات المنقولة أو الثابتة ذات الأهمية الكبرى لتراث الشعوب الثقافي، كالمباني المعمارية أو الفنية أو التاريخية بمختلف أنواعها وكذلك الأماكن الأثرية والتحف الفنية والمخطوطات والكتب، كما تشمل أيضا المتاحف ودور الكتب الكبرى ومخازن المحفوظات وحتى المخابئ المعدة لوقاية الممتلكات الثقافية المنقولة.[10]

وتنبع أهمية التراث الأثري بصورة رئيسة من القيم والمعاني والدلالات الثقافية والتاريخية والفنية والاجتماعية والاقتصادية التي تجسد تاريخ الأمم والشعوب، فمن المنظور الثقافي الحضاري تعد المواقع الأثرية كنز حضاري ثمين، فهي تشكل شاهدا ورمزا صادقا على الإبداع الإنساني ورؤاه الفنية عبر مسيرة التاريخ الحضاري الإنساني،

فهي تعمل على إبراز عناصر الفن والجمال والتميز والإبداع والأصالة، ولهذا فهي تشكل خير لبنة لبناء صرح وحدة الأمم وتماسكها، أما من حيث المنظور الاجتماعي الاقتصادي فالمواقع الأثرية تعود بالفوائد والمنافع الاقتصادية والاجتماعية المتعددة والمتنوعة، كما أنها تغذي وتنمي روح الانتماء والهوية للشعوب بتمسكها بحضارتها وتراثها الذي لا تود أن تنفصل أو تنفك عنه، كما أنها تمثل موردا اقتصاديا سياحيا مهما، فالمناطق السياحية الثقافية الجاذبة أصبحت في عالم اليوم موردا رئيسا للاطلاع والترفيه والتنزه والاستجمام ما يؤسس لتنمية مستدامة ذات منافع اقتصادية واجتماعية للمجتمعات المحلية.[11]

5- مفهوم الوعي الأثري:

هو إدراك الإنسان لمعنى التراث وأهميته، ويتيح هذا الإدراك كل السبل أمام العناية والمحافظة على هذا التراث، الذي يعد المصدر الأساسي لكتابة تاريخ أي أمة.[12]

ثالثا- أهمية المتاحف الأثرية:

ظهرت فكرة المتاحف منذ فجر التاريخ وتطورت حتى أضحت في العصر الحديث عبارة عن مؤسسات ضخمة لها أساليبها ونظرياتها الخاصة، وتبلور هذا في ظهور علم المتاحف "Museology " منذ مطلع القرن الثامن عشر عندما ألف نايكل كاسبر "Nickel Caspar " مؤلفا مهما في هذا الميدان بعنوان "ميوزيوغرافيا" (Museographia) عام 1827 احتوى على نصائح علمية للهواة في كل ما يتعلق بالمجموعات وأهميتها وطرق المحافظة عليها، وذلك من خلال التجربة والممارسة العلمية وتبادل وجهات النظر لأولئك المتحفيين المهتمين، وقد وجدت الحركة المتحفية في الآونة الأخيرة عناية قصوى في العالم بصورة عامة، وفي الوطن العربي بصورة

خاصة، حيث أن تراث الأمم أصبح يلقى عناية عظيمة من قبل الشعوب والقائمين على الأمر.[13]

وقد جرت العادة على إقامة المتاحف في بعض المباني القديمة التي تعطيها مميزاتها المعمارية والتاريخية قيمة كبيرة، حيث نجد أن إقامة المتاحف في المباني القديمة من الأمور المفضلة في معظم أنحاء العالم، وفي أحوال كثيرة يحدد الاختيار بناء على اعتبارات اقتصادية ونفعية، إذ أنه من الأفضل استعمال أحد المباني القائمة فعلا بدلا من إنشاء متحف جديد.[14]

وتكمن أهمية المتحف في دورها الهام على المستوى المجتمعي في زيادة الوعي لدى المواطن بأهمية الحفاظ على تراثه كشاهد تاريخي على أصالة الشعب، كما يمكن الأجيال القادمة من الإطلاع على تاريخها وتاريخ أجدادها وعلى تراث شعبها الثقافي.[15]

المتحف يعمل على حفظ الشواهد المادية ويسمح بالتعبير عن ثقافته، ومتاحف المجموعات التراثية تتجه نحو الجمهور وتطورها الاجتماعي والثقافي، وتسمح بتقديم هويتها وتنوعها في العالم بشكل دائم، وتقوم المتاحف بخدمة تطور المجتمعات، فهي تحفظ الشواهد الأثرية والتاريخية، ومنه يجري التعبير عن الإيحاءات الثقافية التي تؤدي إلى التطور الاجتماعي والثقافي، كما أنها تقوم بتقديم هوية الأمة وتنوعها الاجتماعي والثقافي في عالم يتغير تغيرا دائما، فالمتحف يوافق بين عدة أنماط من المهام النموذجية التي تتمثل بالتغيير الاجتماعي المتطور، وهذا ما يقود إلى عدة فوائد منطقية ضمن نطاق المتاحف، رمزية وتذكارية وتربوية واقتصادية وإنتاجية ومعرفية وثقافية.[16]

حيث ينظم المجلس الدولي للمتاحف الإيكوم "ICOM " الذي أنشأ في عام 1946

احتفالا عالميا بمناسبة اليوم العالمي للمتاحف بهدف تعزيز العلاقة بين المتحف والمجتمع؛ علما أن المتحف في العلم الحديث لم يعد فقط مجرد مكان لحفظ الكنوز التاريخية والتراثية والثقافية، بل أصبح مركزا علميا مهما يسهم في نشر المعرفة والعلوم، وإبرازها والتعريف بالتراث الإنساني في المجالات جميعها[17].

كما تكمن أهمية المتحف الأثرية في وظيفته التعليمية والثقافية والترفيهية، من خلال المساهمة في:[18]

– إثراء وتنشيط حركة البحوث والدراسات، وذلك من خلال توفير المادة للباحثين، حيث يغطي بذلك جانبا مهما من جوانب الثقافة واستمراريتها عبر الزمن.

– توعية الطلبة من خلال زيارة المتاحف وهي اتجاه تعليمي عصري لأنها تقدم لهم الحقائق كما هي عليه في ظل قلة الزيارات الميدانية للمواقع الحضارية للوقوف على حقيقتها.

– العمل على نقل الواقع الحضاري والثقافي للأمم، والتعريف بثقافتها وتاريخها، إضافة إلى تعميق القيم المجتمعية ورفع درجة الوعي الثقافي للأفراد، بصفته مؤسسة تعليمية تثقيفية ترفيهية.

– تنشيط العمل السياحي، أو ما يسمى بالسياحة الثقافية، التي تقصد مظاهر الثقافة المختلفة من تراث ومناطق آثار ومتاحف وغيرها، حيث يمكن جعل المتحف عاملا من عوامل الجذب السياحي تماشيا مع اتجاهات حركة السياحة العالمية، إذا أحسن تنظيمه وتأسيسه بحيث يتناسب مع الذوق العام، وهو ما يجعل للمتحف دورا مهما في تثقيف الزوار وتزويدهم بالمعرفة والمتعة من خلال بعدها الجمالي.

رابعا– أنواع المتاحف الأثرية:

تتمثل أنواع المتاحف الأثرية فيما يأتي:[19]

1- متاحف المواقع الأثرية:

تعد التنقيبات الأثرية وسيلة متصلة لمعرفة أساليب حياة الحضارات السالفة، فالعروض الأثرية هي عامل مساعد للباحثين والأثريين من أجل إعادة بناء الحضارات القديمة، ويوجد في المواقع الأثرية نوعان من العروض، الأول: عرض عمارة الأوابد الأثرية، ويطلق عليها الآثار غير المنقولة التي تطلعنا على صورة الحضارات التي بنتها، والثاني: عرض اللقى الأثرية ويطلق عليها الآثار المنقولة التي تبرز لنا تراث الشعوب التي صنعتها، وهي الأماكن التي يعرض بجانبها كهف، إكربول، بناء أو صرح، حي أو مدينة أثرية، ويهدف إنشاء متحف الموقع إلى:

- تقديم الموقع الأثري وعرضه واللقى المكتشفة فيه.
- نشر التراث الأثري والتاريخي والبحوث التي تدرس هذا التراث.
- حفظ المجموعات والأوابد الأثرية في مكانها الأصلي.
- تطوير منطقة متحف الموقع الأثري اقتصادياً وسياحيا وثقافيا.

وقد ازدادت أهمية عرض المواقع الأثرية باستمرار وبالنتيجة أنشِئَتْ طرائق عرض أثرية أخرى، وتطورت انطلاقا من متاحف المواقع كالحدائق الأثرية أو القرى الأثرية.

2- الحدائق الأثرية "Parcs Aarchéologiques ":

ترتبط الحدائق الأثرية بمنطقة أو بوسط طبيعي تسمح الباحثين يرون أن هذه الأماكن الجديدة للعرض تقترب أكثر إلى السياحة الترفيهية والحاجة للتعلم؛ ولذلك تلقى رواجا كبيرا لدى الجمهور، ومن أهم الأمثلة على الحدائق الأثرية في فرنسا حديقة الغولوا "Parc Gaulois "، وقد ظهر هذا النمط من المتاحف لنشر التراث الأثري منذ عام1978، حيث أُعيِد بناء قرية الغولوا في سانت جوليان "Saint Julien " وقد شكلت نموذجا لإعادة البناء العلمية تكون ملائمة للعروض المتقدمة عن طريق

عرض الحياة اليومية للإنسان القديم. وفي حالة الحديقة الأثرية في " Archéodrome de Beanne" استُعين فضلا عن إعادة البناء بالحجم الحقيقي، بالعرض الافتراضي "Expositions Virtuelles" باستخدام صور افتراضية بالتقنيات الحديثة لعرض مقتنيات الموقع الأثري وأطلاله، وإعادة بناء حياة الإنسان القديم. وقد شكل متحف حضارة السلت في بيبركت "Bibraete" بفرنسا مع الحديقة الأثرية نموذجا رائعا لحفظ التراث الأثري وعرضه، إذ قدم أمثلة متنوعة لإعادة البناء الأثرية المنجزة بحسب الوثائق والبحوث العلمية كأجزاء من الأبنية ونسخ القطع الأثرية، وعرض مجسمات افتراضية (لقى أثرية، مباني معمارية، جسم إنساني وحيوان)، كما عرض نماذج حقيقية من مربعات التنقيبات في الموقع فضلا عن نماذج من الأدوات والمواد المستخدمة في البناء وغيرها من وسائل العرض.

3- المتحف الافتراضي"Musée Virtuel ":

أوجد المتحف الافتراضي نتيجة لتطور شبكة الإنترنت في نطاق العمل المتحفي، فهو مساحة افتراضية مهمتها المساعدة على إدارة التراث الأثري الرقمي كالعرض والحفظ وغيرها، وهو يضم مجموعة من القطع الأثرية الرقمية ومصنفة بشكل منطقي، وتتألف من عدة روابط متنوعة للاتصال بها وتتفوق على الطرائق التقليدية جميعها للاتصال والتفاعل مع الجمهور، ولا يملك المتحف الافتراضي مكانا أو مساحة حقيقية، فالقطعة المعروضة والمعلومات المرفقة بها يمكن مشاهدتها في الجهات الأربع من العالم في الوقت نفسه ومن قبل مختلف شرائح الجمهور، كما تسمح لشريحة ذوي الاحتياجات الخاصة من زيارة المتحف من دون أية مصاعب وعلى مدار الساعة، ولكن هذا النموذج الجديد من المتاحف خلق تخوفا كبيرا لدى أمناء المتاحف إذ يرون

أن الزائرين إذا استطاعوا رؤية المجموعات الأثرية على شبكة الإنترنت لا يأتون إلى المتحف، ويقل من ثم أعداد زوار المتحف.

لذلك شبكة الإنترنت ووسائل الأعلام الحديثة تخدم الاهتمام المتعاظم للفنون، كما يعطي فهما أفضل للتاريخ وتقدم إمكانيات واسعة غير متوافرة في وسائل الإعلام الأخرى، ونتيجة لذلك فقد تزايد انتشار المتاحف الافتراضية في عالم المتاحف المعاصر، واتبعت المتاحف العالمية اليوم هذا الطريق لتأمين دخول الزائرين إلى عروضها على أوسع نطاق ومن أنحاء العالم كله.

خامسا– سبل تفعيل دور المتاحف الأثرية:

لابد أن يتم التعامل مع الآثار والتراث والمتاحف، كمعلومات معرفية وكماده علمية يتم إعدادها وتنظيمها لتناسب احتياجات وتوقعات مجموعات علمية وثقافية ببرامج معينة وخطط محددة تساهم في جذب المزيد من هذه الفئات، وذلك من خلال التركيز على:

– **تصميم وبناء المتحف:** يعتبر تصميم وبناء المتحف في غاية الأهمية لجعل المتحف جاذبا للزوار ومناسبا لحفظ وعرض المقتنيات المتحفية بمختلف أنواعها وأحجامها وأشكالها، وقد كان الاتجاه السائد هو استخدام المباني التاريخية القائمة كمتاحف مثل القلاع القديمة والقصور، وذلك لأهمية هذه المباني نفسها كقيمة تاريخية وتراثية، ولكن عند تحويل هذه المباني التاريخية إلى متاحف لا بد من توافر المقومات المتحفية فيها وضرورة ملاءمتها للقطع المتحفية التي سوف تعرض فيها.

– **صالات العرض والدواليب:** من خلال تقسيمات الصالات المتباينة وكيفية توزيع المساحات في الصالة الواحدة وتتيح هذه الطرق المختلفة للزائرين التحرك داخل العرض

من غير رتابة، بحيث تكون هنالك إثارة وتشويق لكل ما هو موجود داخل صالات العرض.

– **الإضاءة:** لإبراز القطع المعروضة داخل الخزن والدواليب أو لإبراز وإضاءة صالات المتحف وممراته ككل، وهنالك مصدرين أساسين للإضاءة مصدر طبيعي وهو الشمس ومصدر صناعي وهو الكهرباء.

– **خدمات الجمهور:** وهي التسهيلات ووسائل الراحة التي تقدمها المتاحف للجمهور الزائر، وتعتبر من الوسائل الجاذبة للجمهور من بينها وجود حديقة ومساحات خضراء تشكل متنفسا للاسترخاء والاستمتاع أثناء وبعد زيارة المتحف.

– **المهرجانات والمعارض المؤقتة:** إقامة مواسم ومهرجانات للسياحة تهتم باستقطاب السياحة الداخلية، وأن تكون المتاحف كمرتكز ومحور رئيسي لها، وإنشاء وإقامة المعارض المؤقتة دوريا عن مواضيع متحفية مختلفة من شأنها جذب جمهور إضافي ومختلف للمتاحف، كما يمكن إقامة بعض الفعاليات المجتمعية الأخرى، مثل معارض الفنون واحتفالات المؤسسات الخاصة وإقامة المؤتمرات مما يلفت الانتباه للمتاحف.

– **الإرشاد السياحي:** يعتبر الإرشاد السياحي داخل المتاحف من الأنشطة الهامة لتعريف وتثقيف الجمهور الزائر بمحتويات المتحف وكل ما يتعلق به، والإرشاد السياحي داخل المتحف ليس بالشيء السهل، حيث يتطلب كفاءة ومهارة علمية ومعرفة بعلوم مختلفة في التاريخ والجغرافيا والحضارات واللغات.

– **الإدارة:** حيث تتحمل مسؤولية إدارة وتنفيذ خطط المتحف وبرامجه، ولهذا يجب أن تضم مختصي المتاحف.

- **الاستثمار**: من خلال إنشاء إدارات متخصصة في جانب الاستثمار في المتاحف من شأنها أن تعد وتنفذ برامج خاصة في مجال التسويق واستغلال مساحات المتحف المختلفة لإيجاد التمويل الكافي من أجل تطوير وترقية المتاحف. [20]

- **التنشئة المتحفية**: من خلال مساهمة المؤسسات التعليمية والثقافية على انتقال الثقافة من جيل إلى جيل وإعداد الطفل اجتماعيا وثقافيا في المجتمع، فهي بمثابة الخيار الإستراتيجي للحفاظ على الموروث الثقافي، التاريخي والثقافي والهوية الوطنية، والمساهمة في التنمية البشرية والتنمية المستديمة، فالمتحف ليس مجرد مخزن لحفظ التراث بل بيئة ثقافية وقيمية ذات أدوار ووظائف مختلفة، تعمل على تحقيق التواصل الفكري والمعرفي. [21]

- **دراسة جمهور المتاحف**: لابد للمتاحف من الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وبناء الأمة والهوية الثقافية، ويتحقق ذلك بالعمل على زيادة عدد الزوار، الذي يعتبر مؤشرا على نجاحها في أداء مهمتها تجاه المجتمع، خاصة أن المتاحف والمواقع الأثرية تحتلان مكانة رئيسة في البرامج السياحية؛ ولذلك يجب أن تقدم هذه الأماكن للزوار المعلومات الجيدة والخدمات المناسبة، وقد بدأ الاهتمام بجمهور المتاحف منذ بداية القرن العشرين بنشر مجلات خاصة بالعروض والنشاطات المتحفية، وأصبحت العلاقة مع الجمهور تأخذ شكلا أكثر فاعلية وخاصة في أوروبا والولايات المتحدة وتتناول الناحية الجمالية والتربوية والاجتماعية، ويمكن الاعتماد على استمارة الأسئلة والمقابلة المباشرة مع الزائر والملاحظة المباشرة أو من خلال أجهزة المراقبة في التجهيزات السمعية والبصرية الموجودة في المتحف. [22]

– **الترويج والإعلام:** يعتبر الترويج والإعلام من أهم الوسائل التي تربط الزائر بالمتحف، وتجذبه تجاهه، وهي عملية مهمة للتعريف بالمتاحف ومعرفة برامجها وأهدافها، ويمكن أن تقوم بعملية الترويج والإعلام المتاحف نفسها من خلال أقسام العلاقات العامة والإعلام أو الجهات الحكومية الأخرى ذات الصلة[23].

خامسا– فعالية الإعلام المتحفي في التعريف بالتراث الأثري:

رغم أن الجزائر عبارة عن متحف مفتوح يشمل في زواياه مختلف الحقب التاريخية منذ مرحلة ما قبل التاريخ وموجات الحضارة الإنسانية يفتقد الجزائري لثقافة زيارة المتاحف، بسبب المشاكل اليومية المادية المنغصة لصفوه، وغياب ثقافة متحفية لدى الجيل الجديد، بسبب عدم تشجيعها في الوسط العائلي والتربوي الذي تخلى عن الدور التثقيفي للتلميذ، إضافة إلى عدم تجديد بنية وواجهات العرض المتحفي التي تجاوزت في الدول الأخرى أشواطا كبيرة من حيث تقنيات العرض وتحديثها ومراعاة الجانب الجمالي والفني وتوظيف الوسائط الإلكترونية ووسائل الإعلام لجذب الجمهور.[24]

حيث يستخدم المتحف في الوقت الحالي وسائل وآليات ليقوم بدوره في مد جسور الصلة بين الحاضر والماضي، فيكون همزة وصل بين حضارة صارت إرثا حضاريا قديما وبين أخرى عصرية تعتمد على تكنولوجيا حديثة، ومتاحف اليوم تمتلك الطرائق الفعالة التي تجعل من هذه الآليات أدوات تسهم في ترقية المجتمع وتطويره ووسيلة لإنعاش الثقافة، خاصة الوسائل الإعلامية ، التي تساعد على سهولة وصول جمهور الزائرين إلى المجموعات التراثية الأثرية المعروضة في المتاحف، وترضي مختلف رغبات الجمهور الذي يختار نمط المعلومات التي يرغب بالوصول إليها ومستواها، وتتناول

الوسائل الفنية والتقنية المستخدمة في الإعلام المتحفي موضوعات العرض بشكل فعال لتصبح مفهومة ومؤثرة في جمهور الزائرين، وتستخدم هذه الوسائل بطريقة تسمح للزائرين باختيار نمط المعلومات المفضلة لهم ومستواها، والوسائل والتقنيات التي تكون متوافرة في المتحف من أفلام وشاشات وتسجيلات ومشاهد ومحاضرات وغيرها يجب أن تكون مستخدمة من أجل عرض الموضوعات بطريقة فعالة حتى يستطيع الجمهور باختلاف مستوياته التعليمية ومراحله العمرية فهمها، ومن هذه الوسائل:[25]

– الزيارة الموجهة "Visite guidée " وخاصة لمجموعات الزوار والمجموعات المدرسية التي تزور المتحف بهدف الحصول على المعرفة والمتعة.

– الوسائل المسموعة والمرئية "Moyens audiovisuel "، التي تعد جزءا من السياسة الثقافية للمتاحف، وتعتبر الشاشات وأجهزة الإسقاط من وسائل الإعلام المستخدمة في العروض المتحفية بشكل واسع اليوم، تقدم رؤية سريعة للمعروضات والمعلومات المتعلقة بها من مواقع أثرية وأبنية وحفريات، وقد نالت هذه الوسائل السمعية والبصرية اهتمام الزوار، لأنها تطبق بتقنيات متعددة تعرض البيانات والمعلومات مختلفة الطبيعة من صوت ونصوص كتابية وصور ثابتة أو متحركة يمكن مشاهدتها بطرائق وأشكال متنوعة، منها ما يعمل حين يقترب منها الزائر من بعد، والآخر يعمل من قبل الزائر وبحسب المعلومات التي يرغب بمشاهدتها.

– الوسائل السمعية البصرية والأفلام والتوثيقات على شاشات العرض الفردية والجماعية بأشكال وأنواع مختلفة تناسب جميع شرائح الجمهور ومستواهم التعليمي، مع استخدام الموسيقى في صالات العرض مع الشروح الأخرى للتأثير في جمهور الزائرين.

– شبكة الإنترنت وظهور المتاحف الافتراضية "Musée Virtuel"، التي تعطي للزائر إحساس الاكتشاف وحب الاطلاع، ومن ثم الحث على زيارة المتاحف والمواقع

على أرض الواقع، كما أن إمكانية التفاعل تسمح بالتعليم والتثقيف والتمتع لزائري المتحف، ناهيك عن قيام إدارات المتاحف والتراث حديثا ببناء قواعد البيانات الرقمية التفاعلية "bases des données "، ويقدم المتحف المحددات التي منها الواجهات الفعالة التي ستكون أيضا نشطة وحيوية من أجل الجمهور، وتقدم له عدة خطوط زيارة ممكنة من خلال تفريعات واسعة يمتلك الزائر من خلالها إمكانية امتلاك إيقاعه الخاص وحقول اكتشاف خاصة، ورغم المخاوف بانخفاض عدد الزوار جراء زيارة المواقع الإلكترونية للمتاحف على شبكة الانترنت، إلا أن التجربة بينت أن وجود مواقع إلكترونية للمتاحف يرفع من مستوى وعي الجمهور المتحفي ويشجعهم على زيارتها بالفعل، كما أن هؤلاء الذين يخططون لزيارة المتحف يجدون في الموقع الإلكتروني وسيلة ممتازة للإعداد لزيارتهم مسبقا.

إضافة إلى ذلك تستعين المؤسسة المتحفية لممارسة نشاطها وتوطيد علاقاتها مع جماهيرها بمجموعة من الوسائل الاتصالية والإعلامية، هي:

1- المحاضرات والملتقيات: وسيلة من وسائل الاتصال الشفوي التي عادة ما يعتمد عليها المتحفيون من أجل وضع برنامج لتظاهرة معينة، ويتم إشراك بعض الفاعلين في محيط المتحف كالجمعيات والحرفيين والنوادي ثقافية ومؤسسات التعليم العالي وأسلاك الأمن والطلبة.

2- المقابلات الشخصية: وسيلة من وسائل الاتصال الشفوي داخل المؤسسة المتحفية، تقوم أساسا على اتصال وتفاعل واحتكاك القائمين على تنظيم التظاهرات العلمية والثقافية والمشاركين والجمهور فيما بينهم.

3- الأيام الدراسية: تتم الأيام الدراسية في المؤسسة المتحفية من خلال تنظيم أحادي الطرف أي عن طريق دراسة موضوع النشاط أو الحدث باقتراح من الإدارة ومصلحة التنشيط الثقافي، حيث يتم فيها تناوله بالتحليل والمناقشة أو الجدولة قصد الخروج ببرنامج يتم المصادقة عليه في الأخير من طرف الوزارة، مثل يوم دراسي حول سبل إحياء الجانب التراثي المادي لمدينة سطيف، من خلال إشراك وتوجبه الدعوة لبعض الفاعلين في مجال التراث المادي من المحيط الجواري.

4- وجبة إعلام: وهي تعتبر وسيلة من وسائل شرح وتبسيط المفاهيم لدى الأسرة الإعلامية الجوارية، غير أنها تقدم في بعض المناسبات والأعياد الوطنية دون غيرها، كتنظيم وجبة غداء على شرف إطارات وموظفات قطاع الإعلام الجواري احتفالا بيوم المرأة.

5- مجلة المؤسسة: وهي عبارة عن مجلة سنوية مُلَخِصة لأهم الأحداث والنشاطات الثقافيات المحلية (ذات البعد الجواري) والوطنية، غير أنه يتم التركيز فيها حول الأحداث والتظاهرات التي تحتضن أو تنظم من طرف المؤسسة المتحفية.

6- الإعلانات: حيث توفر المؤسسة المتحفية 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، وأيضا احتوائها داخليا على لافتات إعلانية توجيهية أو إرشادية لمختلف أجنحة القصر.

7- المطويات والملصقات: من خلال توفير المؤسسة المتحفية للجمهور ملصقات وكتيبات ومطويات تحتوي على مجموعة من أحداث ببرامجها وتعبر عن مواضيع مختلفة،

حيث أنه أثناء الزيارات السياحية للجمهور تقدم المؤسسة مطويات تتضمن مجموعة من المعلومات حول المؤسسة المتحفية المرفقة بالصور.

8- المعارض: وسيلة من وسائل التواصل الذي تستخدمه المؤسسة المتحفية مع الجمهور من أجل إنشاء علاقة تقاربية ورابطة اجتماعية تكفل للمؤسسة كسب الجمهور وخلق نوع من التردد على المتحف من طرف الزوار، وهو ما يسمح في الأخير من ترسيخ صورة حسنة في أذهانهم.

9- المسابقات: يعتقد كثير من الباحثين أن العلاقة بين تنظيم التظاهرات المختلفة وتضمينها للمسابقات 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.

10- الحقيبة المتحفية: من بين النشاطات الثقافية للمؤسسة المتحفية تنظيم نشاط الحقيبة المتحفية، وهي عبارة عن زيارات مبرمجة يقوم بها الفريق التقني بتقديم عرض قصير حول المتحف العمومي الوطني للفنون والتعابير الثقافية التقليدية وأهميته، مع التعريف بالمتحف كمعلم أثري (نشأته التاريخية)، وعلى سبيل المثال ينتقل بعض المتحفيين إلى المدارس 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، وبعض الكتب المدرسية وقصص الأطفال الممجدة لتاريخ الجزائر وأعلام الثورة، مما يشوقهم لزيارة المؤسسة المتحفية.

11- **الزيارات الموجهة:** وتسمح هذه الزيارات المنظمة بالتعرف عن قرب على المواقع الأثرية والسياحية الواقعة بمحيط المتحف، والتي تعتبر من الأحداث الترفيهية التثقيفية الموجهة للجمهور الداخلي للمؤسسة (العاملين).

12- **وسائل الاتصال الرقمية:** تسخر المؤسسة المتحفية وسائل الإعلام الحديثة كالانترنت، من خلال إنشاء موقع إلكتروني لها وصفحة رسمية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك facebook، حتى تكون في المتناول والاطلاع عليها من قبل الجمهور على المستوى المحلي والعالمي، مما يساهم في خلق نوع من التفاعلية والتشاركية من خلال تبادل المعلومات والآراء والتعليقات، كما تستخدم هذه الوسائل في تسويق التراث والإعلان والترويج للتظاهرات والأنشطة التي ينظمها ويحتضنها المتحف، مما يمكن الزوار والمتصفحين للمواقع من أخذ ما يحتاجونه من معلومات وبالتالي مسايرة النشاطات والتظاهرات المنضمة داخله.

خاتمة:

ومما سبق نستنتج أن الحفاظ على التراث الأثري ونشر الوعي بأهميته له دور فعال في تقوية الشعور بالوحدة الوطنية والانتماء الوطني والحفاظ على الهوية الوطنية خاصة في ظل العولمة وتحدياتها الكبيرة التي فرضتها على الثقافات المحلية، وهو ما أدى إلى زيادة الاهتمام بالمتاحف الأثرية من حيث عددها وطرق عرضها للمخلفات الأثرية ووسائل التعريف بها، للربط بين الإنسان وتاريخه ومحيطه.

ونظرا لأهمية المتاحف الأثرية في حياة الأفراد والمجتمعات كمؤسسات ثقافية تمارس أدوارا اقتصادية واجتماعية وتربوية وتعليمية وتثقيفية في قالب مسل وممتع، أصبح من الضروري تطويرها، للارتقاء بأهدافها، وإرضاء متطلبات واحتياجات جمهورها، من

خلال الاعتماد على سياسات وبرامج اتصالية وإعلامية واضحة ومدروسة خاصة في ظل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وعلى هذا الأساس كان الاهتمام بالإعلام المتحفي الذي يتمتع بقدرته على جعل الزوار أكثر تفاعلا واستجابة مع الخبرات التعليمية في المتحف، حيث أدى التنوع في الوسائل الاتصالية والإعلامية إلى توفير فرص جديدة للمتاحف لتحقيق التواصل مع الزوار والمجتمع، وإطلاعهم على معارف وخبرات هامة بالنص والصوت والصورة والفيديو، ليس من أجل تثقيفهم وتعريفهم بالتراث الأثري، وإنما من أجل ترسيخ القيم والمفاهيم الوطنية والأخلاقية والفنية في نفوسهم، لذلك يعتبر توسيع استخدام وسائل الإعلام والاتصال الحديثة ضمن العروض المتحفية، خاصة الانترنت ضرورة في العصر الحالي لتوفير مساحة أكبر لعرض التراث الأثري والتعريف به، وتفعيل المتاحف الافتراضية للحفاظ على الهوية الثقافية للمجتمع على المستوى المحلي والعالمي.

التوصيات:

– اهتمام وسائل الإعلام المختلفة بنشر الوعي في المجتمع بأهمية المتاحف كوسائط تثقيفية وتربوية في تنمية القيم الوطنية، والحفاظ على ثوابت الأمة وهويتها، ونقل ثقافة المجتمعات من جيل إلى جيل، وهذا عن طريق تحقيق التواصل المستمر بين الشعوب وبين الأجيال.

– إدراج التنشئة المتحفية ضمن الوظائف الأساسية للمدرسة ومختلف المؤسسات الثقافية والاجتماعية لتربية الناشئة وتثقيفهم بضرورة حفظ الآثار والمقتنيات التاريخية والفنية، وذلك من خلال تمتين العلاقة بين المتحف والمدرسة ومؤسسات المجتمع المختلفة بتنظيم برامج ثقافية وتعليمية للأطفال في المتاحف مثل برمجة الزيارات للمتاحف الأثرية وإعداد منشورات ومحاضرات خاصة للأطفال.

– نشر الثقافة المتحفية في المجتمع التي تعتبر عملية تعلم وتعليم وتربية تقوم على التفاعل مع المعروضات والمقتنيات المتحفية بجميع أصنافها، فإقامة وإنشاء المتاحف يعتبر غير كافي إذا لم يتم تفعيل دوره الذي أنشأ لأجله، والمتمثل في الحفاظ على التراث الشعبي وحماية وحفظ الموروث الثقافي والتعريف بمفرداته كثروة وطنية.

– تطوير طرائق العرض المتحفي بشكل مستمر لتتلاءم مع التقنيات الحديثة ومتطلبات المجتمعات المعاصرة.

– تجديد وسائل الاتصال المتحفية وتطويرها وتوفير النشاطات الضرورية بهدف جذب الزوار إلى المتحف، الذي لا فائدة ترجى منه إلا من خلال توسيع قنوات الاتصال بين معروضاته ونشاطاته وأوسع شريحة من جمهوره.

– الاهتمام بإنشاء الجمعيات المتحفية التي تسهم في معرفة المتحف ضمن المجتمع من خلال تنظيم النشاطات الثقافية كالمحاضرات والمؤتمرات التي تتناول المجموعات الأثرية في المتحف، كما تسهم وتسعى دوما إلى عرض المواقع الأثرية وحمايتها وتبنى علاقات قوية مع المتاحف، وتشارك أيضا في تحسين الخدمات المقدمة لجمهور المتحف وتطويرها وتحسين صورة المتحف في المجتمع ليؤثر أكثر في تطويره.

– إنشاء مواقع إلكترونية للمتاحف الأثرية تمكن الجمهور من التعرف على مقتنياته قبل وبعد الزيارة.

– التعريف بالمتاحف الأثرية وبرامجها وأنشطتها ومحتوياتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي كالفايسبوك.

المراجع والهوامش:

[1] . عبد الحكيم شايف: التراث الحضاري لمدينة عدن ووسائل المحافظة عليه، pdf. ص: 277.

[2] . سعيد الحجي: متاحف التراث الأثري (أهميتها ودورها في المجتمعات المعاصرة)، مجلة جامعة دمشق، المجلد 30، العدد 1+2، 2014، ص: 791.

[3] . أحمد حسين عبد الرحمن: مقترح إنشاء متحف جامعة الخرطوم للتراث والثقافة، مجلة آداب، كلية الآداب، جامعة الخرطوم، العدد 30، يونيو 2013، ص: 185.

[4] . خروف منير وفريحة ليندة: المتاحف في الجزائر ودورها في السياحة، pdf.

[5] . حميد حملاوي: السياق السوسيولوجي للتنشئة المتحفية، ص: 5، في: fsecg.univ-guelma.dz/sites/default/files/2.docx، بتاريخ:11-9-2017.

[6] . سعيد الحجي: متاحف الآثار هويتها تطورها وواقعها المعاصر، مجلة جامعة دمشق، المجلد 30، العدد 3+4، 2014، ص: 554.

[7] . المرجع نفسه، ص : 559.

[8] . المرجع نفسه، ص : 561.

[9] . محمد البشير شنيتي: التراث الحضاري و دور البحث في تثمينه، مجلة أثار يصدرها معهد الآثار،جامعة الجزائر، العدد 5، 1999، ص: 16.

[10] . عبد الكريم عزوق: التراث الأثري، مفهومه، أنواعه، أهميته، حمايته واستغلاله كثروة اقتصادية، pdf.

[11] . كباشي حسين قسيمة: التخطيط السياحي وأثره في مناطق ومواقع التراث الأثري، مجلة جامعة شندي، العدد 9، يوليو 2010، ص: 137.

[12] . عبد الحليم نور الدين: دور وسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية والثقافية في تنمية الوعي الأثري، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 1992، ص: 77.

[13] . أحمد حسين عبد الرحمن: المرجع السابق، ص: 184.

[14] . المرجع نفسه، ص ص: 185-186.

[15] . حميد حملاوي: المرجع السابق، ص: 7.

[16] . سعيد الحجي: متاحف الآثار هويتها تطورها وواقعها المعاصر، المرجع السابق، ص: 782.

[17] . سعيد الحجي: متاحف التراث الأثري (أهميتها ودورها في المجتمعات المعاصرة)، المرجع السابق، ص: 795.

[18] . أحمد حسين عبد الرحمن: المرجع السابق، ص ص:187-188.

[19] . المرجع نفسه، ص ص: 561- 574.

[20] . خروف مني وفريحة ليندة: المرجع السابق.

[21] . حميد حملاوي: المرجع السابق، ص: 9.

[22] . سعيد الحجي: متاحف التراث الأثري (أهميتها ودورها في المجتمعات المعاصرة)، المرجع السابق، ص: 790.

[23] . خروف مني وفريحة ليندة: المرجع السابق.

[24] . المرجع نفسه.

[25] . سعيد الحجي: متاحف التراث الأثري (أهميتها ودورها في المجتمعات المعاصرة)، المرجع السابق، ص ص: 785- 788.