

التسويق الاتصالي للموروث الثقافي المادي واللامادي بشمال سطيف
Communication of marketing of the tangible and intangible cultural heritage
in North Setif-Algeria

¹أ.د./ يامين بودهان 2 د/ رغييس إيناس

¹ - كلية الآداب و العلوم - قسم الإعلام جامعة قطر

² - جامعة محمد مين دباغين، سطيف 2 (الجزائر)

تاريخ القبول: 2021/12/28

تاريخ المراجعة: 2021/12/25؛

تاريخ الاستلام: 2021/12/21؛

ملخص:

رغم عدم وجود سياسات ثقافية واضحة تستهدف التسويق الاتصالي للموروث الثقافي للأقاليم و المناطق الداخلية للجزائر ، و رغم غياب إعلام ثقافي و سياحي يروج للمقومات الثقافية لهذه المناطق ، إلا أن الإعلام الاجتماعي بدأ يعوض هذا النقص ، ويكون أداة فاعلة لإظهار الإمكانيات الثقافية المادية واللامادية لهذه الأقاليم ، ومنطقة شمال سطيف التي تزخر بموروث ثقافي متميز عانت من نفس الاقصاء والتمهيش من قبل المؤسسات الثقافية الرسمية ووسائل الإعلام ، إلا أن بعض الشباب الفاعل في الإعلام الاجتماعي استطاع أن يسوق اتصاليا للكثير من المنتجات الثقافية للمنطقة ، عبر الصفحات و المجموعات التي أنشأت لهذا الغرض ، و عبر كذلك عدد من المهرجانات و التظاهرات الثقافية التي نظمت في السنوات الأخيرة.

تستعرض هذه الدراسة التحليلية عينة عشوائية من صفحات الترويج الثقافي للموروث المحلي على شبكة الفيسبوك، و تحاول دراسة أهم آليات التسويق الاتصالي لهذا الموروث في منطقة شمال سطيف.

الكلمات المفتاح: التسويق الاتصالي، الموروث الثقافي، المادي، اللامادي

Abstract:

In the absence of specific cultural policies contributing to the enhancement and promotion of the cultural and tourist heritage of the territories in Algeria, Despite the lack of cultural and tourist information promoting the cultural components of these regions, social media have started to compensate this shortage and to be an effective tool to enhance the physical and intangible cultural potential of these regions. The northern region of Sétif, which has a distinct cultural heritage, has suffered the same exclusion and marginalization from official cultural institutions and the media.

However, some of the young people active in social media have been able to promote the communication of much of the cultural and tourist heritage of the region, through the pages and groups established for this purpose, as well as through a number festivals and cultural events organized in recent years.

The appearance of these social groups, gave a whole new dimension to the concept of marketing and territorial communication in Algeria in recent years, by allowing, like what web 2.0 is, the various audiences concerned to near or far through the territory, to be real players in communication and even in the development of the territory.

Keywords: Marketing of Communication, Cultural heritage, Tangible, Intangible

1. مقدمة:

ارتأينا في هذه الدراسة أن نعالج بالتحليل و التفسير مسألة التسويق الاتصالي للمنتجات الثقافية : من تراث ثقافي شفوي ، حكي ، أمثال ، قصص شعبية ، شعر ، أو تراث مادي من لباس تقليدي، أدوات شعبية، أدوات تقليدية فلاحية تمتاز بها مناطق شمال سطيف ، التي تمتد ثقافيا و هوياتيا ضمن فضاء قبائلي ، يميزها بنيويا عن باقي مناطق ولاية سطيف، إذ سترمي الدراسة لاستعراض الآليات التي يوظفها بعض الناشطين في مجموعات الإعلام الاجتماعي للترويج الاتصالي لهذا الموروث الثقافي المتنوع ، و سعيهم لتصنيع علامة هوياتية تميز هذه المنطقة تحديدا، و تجعلها منطقة تظهر حقيقة الموروث الثقافي الذي تحويه، وتزيل بعض مظاهر الاستبعاد والتهميش الذي كانت تعانيه المنطقة ثقافيا، من خلال تغييرها عن الفضاءات التظاهرات الثقافية التي كانت تعقد، وتغييرها أيضا على مستوى المشهد الإعلامي الثقافي في الجزائر .

أهمية الموضوع أيضا تكمن في أن موضوع التسويق الاتصالي للمنتجات الثقافية أصبح من أكبر الرهانات المرتبطة بتطوير الاتصال العمومي الجوّاري في المحيط الإقليمي و الجزائري ، لذا فالانخراط في فهم استراتيجيات تسويق هذه المنتجات عبر وسائل الإعلام عموما و عبر منصات الإعلام الاجتماعي خصوصا هو ضرورة أساسية لتطوير وتنمية الأقاليم وخلق تنمية ثقافية محلية ترافق باقي أشكال التنمية ، اقتصاديا، سياسيا، اجتماعيا... إلخ.

تسعى الدراسة لطرح تساؤل رئيسي مهم ، حول كيف يتم التسويق الاتصالي للموروث الثقافي المادي و غير المادي لمنطقة شمال سطيف بتوظيف صفحات شبكة الفيسبوك ؟

كما تستعرض الدراسة بعض التساؤلات الفرعية ، التي تحاول أن تجيب عنها ، وهي :

-كيف يتمثل الشباب مسألة التسويق الاتصالي للموروث الثقافي لمنطقة شمال سطيف في منشوراتهم في الإعلام الاجتماعي ؟

-هل استطاعت هذه المضامين الثقافية الترويج فعلا للموروث الثقافي بشمال سطيف ؟

-ماهي الآليات الترويجية التي تم استخدامها للتسويق الاتصالي لهذا الموروث ؟

2. الاتصال العمومي الإقليمي كدعامة لصناعة صورة الإقليم:

1.2- التأصيل العلمي والممارساتي للاتصال الإقليمي:

تداولت مختلف الأدبيات موضوع الاتصال الإقليمي بشكل موسع خاصة في البحوث الفرنكوفونية، بالمقارنة مع حقول البحث في الدراسات الأنجلو سكسونية، حيث اتخذ مفهوم الاتصال الإقليمي صفة التناقض (Paradox) ، وذلك رغم النجاحات التي حققها في مختلف الأدبيات في إطار الوفرة الكمية، إلا أنه بقي يسجل ضعف وعدم الاستقرار في البنية النظرية للمفهوم نظرا للتجاذبات الكثيرة التي عرفها مختلف العلوم كعلوم الاعلام والاتصال والعلوم

السياسية، بالإضافة إلى بعض الرهانات التي طرأت على الفضاءات المحلية على غرار المواطنة، الشبكات الرقمية، وأزمات الهوية (Crises identitaires) والثقافة (Awono,2015,p.85-86)

2.2- توصيف الاتصال الإقليمي(الجواري):

تعتبر قضية تصنيف هذا الشكل من الاتصال جدلا قائما من حيث المنظور الممارساتي والنظري، حيث يتذبذب بين جانبيين أساسيين أحدهما عمومي والآخر سياسي، وفقا لهذا الأساس ، سنتطرق لمجموعة من التعاريف :

عرف الباحث "أوليف ناي (Olivier Nay)" هذا الشكل من الاتصال بأنه سلسلة من الطرق والتقنيات التي تهدف بواسطة استخدام أشكال رمزية مثل الصور، الكلمات والمواقف التي تعكس وتمثل طبيعة النظام السياسي الذي يسعى إلى فرضها في الفضاء العام على المستوى المحلي (Nay,1994,p51-69) ، حيث ركز هذا التعريف على البعد السياسي للعملية الاتصالية المحلية.

يعتبر هذا التعريف الاتصال الاقليمي اتصالا عموميا، فهو مجموعة المعلومات ذات الطابع المؤسساتي والتي ترتبط بالمصلحة العامة والمنشورة كمبادرة من الجماعات والهئات العمومية الإقليمية .

ويعتبر الاتصال المحلي مفهوم هجين حسب دومينيك باسيير (Dominique Bessières) حيث يتم التركيز على مدى استخدامه في الإطار المؤسساتي من أجل تحقيق عدة أهداف تتعلق بترقية والتعريف بالهيكل المحلية المؤسساتية المحلية وكذا ترقية جاذبية الأقاليم المحلية لاستقطاب المستثمرين والسياح وتنشيط الممارسة الديمقراطية من خلال إشراك المواطنين في سيرورة اتخاذ القرارات والاختيارات التي تمم الشأن العام ومرافقة المشاريع والتعريف بما لدى مجموع المواطنين) (Bessière ,p14-28)، حيث زواج الباحث بين البعد السياسي والعمومي للمفهوم .

غير أن أهم إشكال واجهه تأسيس الشرعية للاتصال المحلي كأداة للفعل العمومي في مرحله الأولى هو تداخله على المستوى النظري والممارساتي مع الحقل السياسي، وطغيان الطابع السياسي على تطلاته وغاياته النبيلة المتمثلة في تجسيد الديمقراطية المحلية وتحقيق التنمية ليرتبط بغايات مشبوهة وضبابية ترتبط بالتمثلات والتوجهات التي يفرضها الطابع السياسي.

مع نهاية الثمانينات حتى بداية التسعينات، بدأ الإهتمام الفعلي بالاتصال المحلي(الإقليمي)، حيث أفاد من اللامركزية كأسلوب الجديد للتنمية، هذا الذي يشتغل في إطاره الاتصال الإقليمي من خلال فكرة كسر سلطة هذا المركز، وتجاوز التصور الذي يتخذ من التنمية عملية خطية تتخذ شكل إملاءات تأتي من مركز المجتمع المتمثل في السلطة السياسية.

فبروز اللامركزية كأسلوب تنفتت من خلاله السلطة من المركز إلى الأطراف، أصبح بالإمكان الاستجابة على نحو أفضل لحاجيات التنمية الخاصة بكل منطقة، بالإضافة إلى بروز فاعلين جدد أصبحت لهم السلطة والقدرة على التدخل بقوة في الفضاءات المحلية والتأثير على الاتصال الخاص بالمصلحة العامة، وهو ما استدعى من "هوليبي غيبير "

(Houllier-Guiber) أن يقول في هذا الصدد: " منذ الثمانينات عملت السلطات المحلية لمدينة رين الفرنسية على توطيد ممارسة نوع من الاتصال يستجيب للمجتمع المحلي على حساب المخططات والأفعال الكبرى (Houllier-Guiber, 2009, p46)، أين أصبح الاتصال يعيش حالة صراع مع الاتصال المركزي التقليدي (البيروقراطي) الذي يسعى لفرض نماذج تنمية موحدة بين الأقاليم، وهو ما شكل طفرة نوعية (نظريا وعمليا) بالمقارنة مع براديجم التحديث الذي اعترته عيوب نتيجة رهانه على التربية ببعده السياسي والإيديولوجي والوثوق المطلق في القرارات المركزية.

على هذا الأساس، أصبح الاتصال الإقليمي (المحلي) أداة الاتصال التي تتناسب أكثر ونمط التنمية المحلية التي أضحت النموذج الجديد لتحقيق الفعل العمومي، حيث تحولت الوثوقية من المركز إلى الأطراف، ووجد كل إقليم ملزم بالتخطيط لتنميته الخاصة بشكل مستقل، خاصة وأن كل منطقة إمكاناتها التنموية الخاصة كما يطلق عليها "فليب غارو" "السجل الإقليمي (Fourdin et Poinclou, 2000, p285) (Registre territorial)"، هذه الإمكانيات التي تتميز بالتباين والاختلاف بحسب المناطق والأقاليم، ما يفترض تباينا موازيا في طبيعة الاستجابة لحاجيات الإقليم التنموية، وفي نفس الإطار دائما ترى منى القايد و فنسون ماير: بأن المثال الأكثر وضوحا للتدليل على هذا هو التنمية السياحية، حيث يعتمد الإقليم على خصوصياته وتراثه الخاص لتحقيق أهدافه التنموية وهو ما ينطبق على الإمكانيات الفلاحية والصناعية وطبيعة الصناعات التقليدية (EL Gaide et Meyer, 2014). على هذا الأساس، ستكتسب دراسة صورة الإقليم أهمية بالغة، وذلك بعد الانتقال من دراسة صورة المنتوجات والمؤسسات التجارية إلى العناية بصورة الإقليم الذي يعتبر بدوره أحد محددات خاق بيئة ديناميكية في إنشاء مؤسسات وتشجيع استقطاب الزوار، سنحول في هذا الجزء الوقوف عند الدور الذي يقوم به الاتصال المحلي في صناعة صورة وهوية الإقليم باعتبارها مؤشرا أساسيا لتحقيق سيرورة التنمية الشاملة.

في البداية، يشير مصطلح الإقليم إلى التمثلات الذهنية التي يربط من خلالها الأفراد علاقة وطيدة، ومتلازمة، وتعتبر هذه الصورة مؤشر يضمن تميز للإقليم في أذهان الساكنة مختلفا عن بقية الأقاليم الأخرى، حيث يقتضي لدراسة صورة الإقليم من الضروري التمييز بين عدة مستويات يحتاجها الساكنة المحليون، السياح، مستثمرين، جمعيات، يتمثل المستوى الأول في ديناميكية المنطقة من الناحية الاقتصادية، الثقافية، ويتمثل المستوى الثاني في نوعية ونمط العيش بالإقليم من خلال طبيعة العلاقات، المناخ، البعد الجمالي للمنطقة، منطقة ريفية، أو جمالية، ساحلية، الموروث الثقافي، أما المستوى الثالث فهو متعلق أساسا في الآراء والرؤى التي يحملها الساكنة، حيث يشترط في فعالية الصورة واستغلالها في تنمية الإقليم هو قدرة الأفراد في خلق رابط بين الإقليم وخصوصياته الجغرافية، الاقتصادية والثقافية وتزداد فعالية صورة الإقليم كلما تعددت الروابط وكانت أكثر وضوحا (بوشاقور، 2018، ص 108).

في هذا الإطار، يرى بعض الباحثين في التسويق الإقليمي والاتصال المحلي أنه وباستثناء بعض العواصم والمدن الكبرى الواقعة على الساحل، فإن أغلب المناطق (المدن) المتوسطة والصغيرة والتي لا يمكن تعميمها على المناطق الجبلية والداخلية التي تعرف عجزا في صورتها، حيث تكاد تكون الأدبيات المتوفرة لها شبه منعدمة.

على هذا الأساس، يبدو أن من الضروري على الأطراف الفاعلة في المناطق الداخلية والبلديات النائية بالجزائر التي تعرف ركودا وعجزا في إيجاد مداخيل وتنوع مصادرها على الاتصال المحلي وتقنيات التسويق الإقليمي من أجل استغلال للموارد الثقافية وتأمينها لصالح جاذبية الإقليم ومنه خلق صورة قوية حوله. (بوشافور، ص 108).

3. المنهج البحثي، والمداخل المقترحة:

تندرج هذه الدراسة والتي تعنى بمسألة التسويق الاتصالي للمنتجات الثقافية ضمن إطار المنهج الوصفي التحليلي، حيث سوف نعتمد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتبر أحد المناهج في البحوث الوصفية لأنه الأنسب لدراستنا حيث سيمكننا من :

وصف العلاقة بين متغيرات الدراسة، والكشف عن أبعاد هذه العلاقة من خلال الوقوف على مختلف العناصر المكونة للموضوع وبالتالي استخلاص مختلف نتائج دراسة الظاهرة.

سنقوم بدراسة تحليلية على مستوى عدد من صفحات مجموعات تناقش موضوع التسويق للمنتجات الثقافية المادية والمادية لمناطق شمال سطيف في شبكات الإعلام الاجتماعي، يتم اختيار عينة عشوائية من صفحات شبكة الفيسبوك، و من خلال إجراء عملية بحث محددة لأغلب الصفحات المعنية بالترويج الثقافي لمنطقة شمال سطيف تحديداً ، تبين أن عددها قليل جدا ، وتم اختيار 6 مجموعات نشطة في هذا المجال ، وربما تتواجد مجموعات أخرى لكن لم تشملها الدراسة ، لأننا لم نعثر عليها أو لم تظهر خلال عملية البحث ، لذلك سنكتفي بهذه العينة العرضية المنتقاة ، و ستكون محل الدراسة الميدانية ، و سنتوجه بتساؤلاتنا لمسؤولي بعض المجموعات " لتتعرف على اتجاهات الشباب نحو هذه المسألة و كيف يتمثلونها من خلال منشوراتهم و تعليقاتهم، و من خلال الصور و الفيديوهات التي يتقاسمونها ، و سنحاول تطبيق آلية تحليل المضمون للتعرف على فئات الشكل و المضمون فيما تعلق بالمسائل المتعلقة بالموروث الثقافي الذي يروجه له عبر هذه الصفحات .

1.3 الموروث الثقافي المادي واللامادي منطقة شمال سطيف :

تعتبر منطقة سطيف مدن عريقة ومدينة حضارة ضاربة في التاريخ ، ومرت بها الكثير من الثقافات والحضارات كالوندال عام 430م، إثر قدومهم من طانجة ودخلها البيزنطيون عام 239م ، وكانت سطيف عاصمة إقليمية لهم حيث شيد بها القائد سالمون (القلعة البيزنطية التي لا يزال سورها الغربي والجنوبي قائما لحد الآن، كما سكنها البربر الأمازيغ الذين أقاموا إمبراطورية ضخمة بقيادة ماسينيسا ثم يوغرطة وكانت تسمى في اللغة البربرية "أزديف" ، كما سكنها الرومان وأقاموا بها الكثير من المسارح والأحياء والتماثيل حيث يسمونها "ستيفيس" بمعنى "التربة الخصبة" ، نظرا لما كانت تتميز المدينة من وفرة منتج القمح ، حيث اعتبرت من أهم المخازن الرومانية.

تأسس على ما سبق وبناء على المعطيات التاريخية التي أهلت سطيف لأن تكون نقطة التقاء ثقافات متباينة ومتنوعة ، وعليه تزخر منطقة شمال سطيف بإرث ثقافي لا يستهان به، هذه المنطقة التي كما أسلفنا سابقا تختلف بنيتها عن باقي مناطق الولاية بحكم تقاسمها الحدود مع منطقة القبائل الكبرى والصغرى، هاته الأخيرة التي لها امتدادات تاريخية عريقة وإرث ثقافي يتنوع بين الموروث المادي واللامادي رغم حالة التهميش والإقصاء التي عرفتها المنطقة التي

أدت إلى استبعادها عن المشهد الثقافي في الجزائر في السابق بسبب حركة الهجرة التي عرفتها المنطقة خلال العشرية السوداء، سنحاول خلال هذا الجزء من الورقة البحثية استعراض الموروث المادي واللامادي للمنطقة :

2.3- الموروث الثقافي اللامادي لمنطقة شمال سطيف:

أ- **ثجاعت "ثماجماعت"**: أو ما يصطلح عليها في أدبيات البحث "بالجماعة"، وهي عبارة عن تنظيم اجتماعي يحكم معظم قرى ومدشر منطقة القبائل بصفة عامة، ومنطقة شمال سطيف بصفة خاصة، وتعرف على أنها الفضاء الفيزيائي و المعنوي في نفس الوقت لالتقاء أعضاء القرية الواحدة ، وهي تشكل بذلك السلطة العليا للقرية، وهي تقوم بصياغة الخطاب العام للقرية" وتقوم بصياغة المعايير و القواعد التي تسيّر وفقها الجماعة الاجتماعية، فهي بذلك تمتلك شرعية الكلام باسم الكل، وهو فعل رجالي لا تشترك فيه المرأة لا من قريب و لا من بعيد. فحتى "ثجاعت" كمكان فيزيائي يحتضن اجتماعات هذه الهيئة ممنوع على المرأة عبوره، لأنه كفضاء له رمزية الرجولة و الجنس الآخر، فلا يجب أن تعبره المرأة، وغالبا ما يكون موقع "ثجاعت" في وسط القرية غير بعيد عن المسجد، وهذا الموقع له دلالة رمزية، في "ثجاعت" هي المركز النابض لتسيير شؤون القرية (بوجمعة، 2007، ص 135).

إذن "ثجاعت هي "هيئة جماعية، تسيّر الشؤون اليومية للقرية، تداول في قضايا القرية و تسهر على تطبيق قراراتها، وتعين من بين أعضائها رئيسا يقوم بمتابعة تنفيذ قراراتها "ثجاعت"-، ويسهر على السير العادي للقرية و على احترام القواعد و المعايير المتفق عليها في مداولات الهيئة، غير أن هذا الشخص ليس له حق اتخاذ أي قرار كان دون العودة إلى اجتماع "ثجاعت"، ويسمى هذا الشخص بتسميات مختلفة، أعضاء ثجاعات يتمتعون بمكانة مهمة ولهم سلطة القرار في تدارث(القرية) ويتمتعون باحترام كبير وتقدير من طرف أهل القرية باعتبارهم "شيوخ القرية"، حيث تحمل هذه الكلمة في السياق القبائلي تضمينات مرتبطة بالحكمة والتعقل ، ومن هنا أمقران تدارث " أو "كبير القرية" يمثل كمرجعية في القرية وعادة يتم اختياره بناء على إتقانه الكلام أو كما يسمى باللغة المحلية "أوزن أوال " بمعنى يزن كلامه جيدا ، فالتحكم في الكلام هو شرط ضروري لتولي هذا المنصب أو ما يسمى "بالكفاءة الاتصالية" عند Hymes Dell للدليل على الثقافة الشفوية للثقافة الأمازيغية. (بوجمعة، 2007، ص 135)

كما تقوم "ثجاعت" أيضا بتسيير الشؤون الدينية للقرية، فهي التي تعين ما يسمى ب "لوكيل نلجامع" أو "لوكيل المسجد" ويتولى هذا الشخص تلقي الصدقات والعطايا الخاصة بالمسجد ، كما أنه مكلف بالسهر على تسيير الأملاك الوقفية ، حيث تحظى هذه الأخيرة بأهمية كبيرة في منطقة القبائل ، إذ كانت تشكل المصدر الاقتصادي الأول في تمويل التعليم القراني ، وفي بناء المنشآت ذات المصلحة العامة ، حيث أن الأملاك الوقفية كانت تتمثل أساسا في العقار الفلاحي ، وكانت تباع عائدات المنتجات الفلاحية المتمثلة عادة في الزيتون والتين، والقمح والشعير.

بالإضافة إلى الوظائف الدينية المعروفة، من الإمامة والإرشاد الديني، يقوم الإمام بترأس المراسيم الدينية لحفلات الزواج، كما كان يقوم في الكثير من القرى بدور المدرس في المدارس القرآنية ، وعندما يكون الإمام من أهل القرية ، يحضر اجتماعات "ثجاعت" وإن لم يتوفر فيه هذا الشرط لا يحضر ، لأن القرية حريصة على ان تكتم أسرارها عن كل

الغرباء كما تقوم "ثاجماعت بتعين "أبراح" أو "البراح" ويكون تحت سلطة مباشرة من كبير القرية ، ودور البراح دور إعلامي بحت ، كما أنه مكلف بإعلان يوم انعقاد اجتماع ثاجماعت.(بوجمة ، 2007، ص 137).

كما تتمتع ثاجماعت " بالإضافة إلى ما ذكرنا سابقا بالسلطة القضائية ، كانت محل القضاء عند حدوث النزاعات بين العائلات حول مختلف القضايا ، من ارث ، ونزاع، وغيرها من المشاكل ، حيث يعتبر من العيب في ثقافة أهل القرية ،رفع دعاوي أمام القضاء ، فمن العيب إخراج مشاكل القرية خارج حدودها ، وهو يدخل في ثقافة تقديس كتمان كل ما يمكن صورة الصراع والنزاع عن القرية خارج حدود أهلها.

ب-الإرث اللغوي: استطاعت اللغة القبائلية الحفاظ على تواجدتها في مختلف مناطق شمال سطيف على الرغم من بنيتها الشفوية المتميزة ، التي تختلف نسبيا عن اللهجات القبائلية الأخرى ، إذ هي أقرب إلى لسان أهل بجاية و ما جاورها ، وتختلف أكثر مع لسان القبائل الكبرى ، خاصة منطقتي تيزي وزو و البويرة ، و توجد اختلافات طفيفة أيضا في طبيعة المصطلحات المستخدمة في التعبير اللغوي حتى بين مناطق شمال سطيف نفسها ، فلسان أهل آيت ورثيلان ، وآيت يعلى يختلف إلى حد ما مع لسان أهل بوعنداس و تيزي نبراهم و بوسلام ، ويختلف كذلك عن لسان أهل عموشة و تيزي نبشار ، هذه الأخيرة تعتبر مزيج متجانس من القبائلية والشاوية وحتى بعض الألفاظ العربية ، الدخيلة عليها ، بحكم التحول الديموغرافي الذي أحدثه استيطان كثير من الأسر العربية في هذه المنطقة تحديدا.

رغم التحولات الكبيرة التي طرأت على البنية الجغرافية والديموغرافية لمنطقة شمال سطيف ، خاصة مع التقسيم الإداري لسنة 1984 ، أين تم إلحاق عدد من البلديات و القرى القبائلية بدوائر (عربية) ، كما حدث مع بلدية تالة إيفاسن ، التي ألحقت بدائرة ماوكلان ، ورغم كل هذه التحولات التي استهدفت تغيير البنية الهوياتية والثقافية للمنطقة إلا أنها تمكنت من البقاء والاستمرار ، واستطاعت كثير من الأسر في هذه المناطق أن تحافظ على إرث ثقافي ولغوي متنوع ، و لو أنه بقي شفويا ولم يدون ، إلا الإرث الشفوي الذي يتناقله الأجيال يستحق التثمين والتدوين ، للحفاظ على البنية الثقافية للمجتمع القبائلي في شمال سطيف ، المتنوع بين الحكيم ، الأمثال ، الشعر الشعبي ، غناء النسوة في المناسبات (الأعراس ، جني الزيتون ، لوزيعة ، ختان الأطفال...).

ج-أورار الخالات (غناء النسوة): وهو موروث ثقافي تتشاركه معظم مناطق القبائل ، وهو فضاء ثقافي يتم في مناسبات دورية، أين يكثر استعمال هذا الموروث في سياق الفضاءات النسوية في منطقة شمال سطيف ، وهي حلقة نسوية للغناء (إزلان) التي غالبا ما تكون في الأعراس ومختلف المناسبات السعيدة، حيث عادة ما يكون بعيدا عن أعين الرجال، وبل من الناحية الثقافية لا يستمع الرجال لما تغنيه النسوة في هذه الحلقات الغنائية، حيث يتم إحياء هذه العادات.

د-الحكي الشعبي و الأمثال: تعد رواية الحكاية شفويا أو تاماشاهوت من التقاليد الأصيلة التي حافظت عليها مناطق شمال سطيف ، خاصة بالنسبة لكبار السن ، و لو أن الأجيال الشابة تخلت عن سرد الحكايات و تناقلها ، الأمر الذي يهدد بتلاشي هذا الموروث الثقافي المهم ، فن الحكيم هذا كان مرتبطا أكثر بموسم الشتاء ، وأكثر من كان يمارس هذا الفن الجدد أمام المواقد المشتعلة ، في لحظات تجمع الأسرة و في فترات الليل الأكثر برودة ، خاصة في لحظات تساقط الثلوج ، و غالبا ما تبدأ الحكاية بتلاوة هذا القول من الجدة : أماشاهو ، و يليه لفظ : آهو ، من أفراد الأسرة

ومصطلح "نَمَاشَاهُوتَسْن" بالقبائلية هو المصطلح الدقيق المستخدم لهذا النوع من الحكايات، رغم أنه يوجد من الرواة من يستخدم مصطلحات ذات أصل عربيّ مثل "نَقْصِيْط" (مشتق من مصطلح قِصَّة) أو نَحْكَائِيْث. (طراحة ، 2015).

ه- الأغاني والأهازيج والرقصات كموروث شعبي في قباثل شمال سطيف: توارثت المنطقة بعض الأهازيج و الأغاني و الرقصات الارتجالية ذات الطابع الفلاحي و الشعبي ، المرتبطة أساسيا بالمواسم و المناسبات كعاشوراء ، أين يتم إشعال النار و يتحلق الأطفال حولها فرحين ، و تعقد اللوالم و اللوزيعة (ويزرع اللحم على الفقراء و المعوزين) ، و يتم الاحتفال أيضا بالمولد النبوي الشريف ، فيشعل الأولاد الشموع ، وتضع النسوة الحناء ، وتردد أهازيج و مدائح على رقصات الأطفال ، على شاكلة (مولود يا مولود ، مولود نبي ، لالة فيطاما ، شع ذالجاوي) ، وأغلب الأهازيج الارتجالية التي يرددونها مستقاة من الموروث الشعبي الذي كان سائدا في مرحلة التواجد الفاطمي في المنطقة ، و يحتفل أهل المنطقة بافتتاح السنة الأمازيغية -يناير- بشكل متميز ، إذ يتم ذبح الديك الرومي البري ، و تعد مختلف الأكلات به ، أهمها وجبة (أبيسار) ، مع قلي الخفاف (أو الإسفنج و الميلي التي تتميز بها المنطقة) مع تقديمها مع زيت الزيتون.

و-المنتجات اليدوية التقليدية كإراث ثقافي: تميزت المنتجات التقليدية بشمال سطيف بطابعها الجمالي المستمد من الانتماء للأرض و الجبل ، فأغلب الحلي التقليدية التي تتزين بها نسوة المنطقة مقترنة برمزية الارتباط بأشجار الزيتون و التين و البلوط مثلا ، وأشكال كثير من الحلي مستوحاة من أوراق الزيتون ، و بعض الرموز الأمازيغية الأخرى كحروف التيفيناغ و غيرها ، وشكل الأواني المنزلية المصنعة من الطين المستخرج من المنطقة يتخذ الحناات و تمايلات جمالية مستمدة من تضاريس المنطقة، المتزينة بيئة جبلية ساحرة ، و لو أن استخدام الطين المحلي و الفخار في تصميم الأواني المنزلية كموروث ثقافي بدأ يندثر ، كما يحدث في باقي جهات الوطن ، و تمسكت به فقط بعض النسوة في بعض المناطق كأدوات لتزيين المنازل و ليس للاستعمال اليومي .

3.3. نماذج تطبيقية للمجموعات الناشطة للإعلام الاجتماعي في منطقة شمال سطيف:

يلجأ الشباب الناشط في الإعلام الاجتماعي - خاصة شبكة الفيسبوك- لنشر منشير و تعليقات وفيديوهات وصور متعلقة أساسا بالموروث الثقافي المادي واللامادي ، كالترويج للمهرجانات المختلفة المنظمة بالمنطقة التي تحمل في أبعادها جانب ترويجي تعريفى لمكونات هذا الموروث ، كمهرجان تيكربابين بقينزات ، مهرجان الزان ببوعنداس ، مهرجان تاقينطوشت ببوسلام، مهرجان تامغرا أوزمور بتالة إيفاسن... إلخ ، ومن خلال متابعة ما ينشر على هذه الصفحات من حيث طبيعة المواضيع المطروحة للنقاش ، تبين أن أغلب النقاشات التي تثار بعد نشر الصور و الفيديوهات المتعلقة بهذه التظاهرات الثقافية متعلقة أكثر بمسائل الثقافة المحلية ، كما تسعى هذه المجموعات الاجتماعية إلى دفع مواطني و ساكنة المنطقة إلى إشراكهم في تنظيم مختلف الملتقيات و التظاهرات الثقافية والإعلان عن موعد هذه التظاهرات و مواعيد إجرائها ، و تجدر الإشارة إلى أن أعضاء هذه المجموعات لا يتواجدون في النطاق الإقليمي ، بل يتوزعون على مناطق جغرافية مجاورة و وهي سطيف ، الجزائر العاصمة ، بجاية ، برج بوعريج .

أغلب منشورات هذه المجموعات تتسم بالانتظام ، أي تعنى بتغطية ومتابعة كل ما له علاقة بالإنتاج الثقافي و السياحي للمنطقة ، كنشر فيديوهات و صور المناظر الطبيعية في مختلف الفصول ، كصور تساقط الثلوج في فصل

الشتاء ، و صور فصل الربيع ، إذ تمتاز المنطقة ككل بمنظر جبلي ساحرة ، و بعض منشورات هذه المجموعات تكون موسمية و ظرفية ، أي مرتبطة بالتظاهرات الثقافية التي تشهدها المنطقة ، و التي تروج لكثير من المنتجات الثقافية المادية واللامادية للمنطقة ، كأطباق الأكل ، اللباس التقليدي ، وسائل الفلاحة الجبلية و الأدوات المنزلية التقليدية ، الشعر و الأمثال و القصص الشعبي .

سنستعرض فيما يلي نماذج لبعض مجموعات الإعلام الاجتماعي الناشطة في التسويق الاتصالي للموروث الثقافي في منطقة شمال سطيف ، وذلك للترويج لهذا الموروث والتعريف به:

جدول خاص بأهم مجموعات الإعلام الاجتماعي التي تسوق للمنتجات الثقافية بشمال سطيف

فيما يلي نذكر أهم التظاهرات الثقافية التي تنظم سنويا في منطقة شمال سطيف.

1- مهرجان تيكرباين وشليطة بقبينزات نايت يعلى :

اسم المجموعة	النوع	عدد الفاعلين	سنة التأسيس	الرابط
Beni Ourtilane- ith ouarthirene	مجموعة	11033	ناشطة منذ 6 سنوات	https://www.facebook.com/ithwarthirane/?ref=br_rs
Village de Tiguert Ndrar	صفحة	2847	3 نوفمبر 2010	https://www.facebook.com/www.tiguertndrar.net/
Guenzet-ith yaala	مجموعة	18523	ناشطة منذ 6 سنوات	https://www.facebook.com/Guenzet-ith-yaala-172483899582270/
Azar N'AIT YAALA	صفحة جمعية	5789	ناشطة منذ 2007	https://www.facebook.com/AzarNaitYaala/
Tizi N'Braham	مجموعة	821		https://www.facebook.com/groups/541940405882187/?ref=br_rs
Page Ici c'est Bouselam		5600		https://www.facebook.com/Bekka.Bouselam/

يتم تنظيم مهرجان تقليدي شعبي لتقديم وجبة تيكرباين بقرية آيت مجبر، و تشارك فيه نسوة المنطقة ، ويقمن بإعداد و تقديم أطباق متنوعة، وتنظم مسابقة يتم من خلالها تقديم جائزة لأحسن طبق ، و يشهد المهرجان حضور مئات المشاركين وآلاف الزوار من مختلف مناطق الوطن ، و المهرجان يعتبر فضاء ثقافي تمتزج فيه جمالية ما يقدم من أكل للحضور بجمالية اللقاءات الثقافية التي تعقد ، بسحر الجبة القبائلية التي تظهر فيها النسوة والفتيات، و البرنوس القبائلي الذي يتوشحه الرجال والشباب ، وفي القرى المجاورة ، وفي نفس اليوم من شهر أوت عادة ، يتم تنظيم مهرجان

شليطة ، ويقدم فيه أيضا عشرات الأطباق بنكهات مختلفة ، و يتم نقل ما يجري من أحداث في مختلف صفحات الإعلام الاجتماعي ، ويعتبر المهرجان فضاء ثقافي حقيقي يبرز هوية المنطقة.

2-مهرجان الزيتون والفلاحة الجبلية بتيزي نبراهم:

يخصص هذا المهرجان للترويج للفلاحة الجبلية بمنطقة تيزي نبراهم ، و يتم استعراض مختلف المنتجات المتعلقة بالزيت و الزيتون ، وتقنيات استخراج الزيت ، وفرصة لتوعية فلاحي المنطقة بتقنيات فلاحية الزيتون وباقي المنتجات التي تمتاز بها المنطقة كالتين و الجوز و غيرها ، كما تعرض مختلف الأدوات التقليدية الفلاحية المعروفة في المنطقة ، وتقدم المحاضرات حول التاريخ الثقافي القبائلي بالمنطقة ، كما يعد المهرجان لقاء ثقافيا يلتقي فيه الشعر بالموسيقى القبائلية ، وتقدم فيه الوجبات التقليدية كالكسكسي ، تيكربابين ، أيسار و يشهد المهرجان أيضا متابعة إعلامية متميزة من طرف الشباب الفاعل في الإعلام الاجتماعي ، وتشر كل الفيديوهات المتعلقة بقعايات المهرجان.

3-مهرجان تاقينطوشت ببوسلام :

ينظم مهرجان ” تاقينطوشت ” سنويا بجبل تاقينطوشت ،على ارتفاع 1600 متر على سطح البحر ، و هو يشكل نقطة التقاء بين بلديات المنطقة : بوسلام ، آيت نوال مزادة ، وبوعنداس، و يضم برنامجا ثقافيا ثريا متنوعا بين الأنشطة الرياضية و الثقافية، كالمسرح و الشعر الأمازيغي ، الرمي و الصيد التقليدي ، أو ما يسمى (بالغرط) ، و هو تقليد متجذر في المنطقة ، ويعرف انتشار واسع بين أهالي شمال سطيف مؤخرا ، ويشكل هذا المهرجان فضاء ثقافي متنوع يجذب سنويا الفاعلين في الإعلام الاجتماعي للترويج للموروث الثقافي للمنطقة و مناظرها الطبيعية الساحرة التي تمتاز بها.

4-مهرجان الزان ببوعنداس :

يحتضن جبل الزان بمنطقة بوعنداس سنويا مهرجان الزان الثقافي و السياحي ، أين تعرف المنطقة خلال أسبوع حركية ثقافية ورياضية واسعة للتعريف بالموروث الطبيعي والتاريخي للمنطقة ، و يمتاز هذا المهرجان تحديدا بتنظيم أسبوع الطفولة ، أين يتم استقبال المئات من الأطفال من داخل ولاية سطيف و خارجها ، على سفح جبل الزان ، الذي يقع على ارتفاع ساحق ، و يتميز بوجود أشجار و نباتات نادرة ، ويطل مباشرة على مدينة بجاية ، أين تترامى المدينة من أعلى سفح الجبل.

5. خاتمة

إن توظيف منصات الإعلام الاجتماعي من قبل المجموعات الناشطة في قضايا الترويج للموروث الثقافي (المادي واللامادي) لمنطقة شمال سطيف، والذي يظهر في مناشير وتعليقات الفاعلين يقتضي تبني إعلامية تعريفية بالموروث الثقافي، والتي تتضمن مجموعة من القيم والأفكار الإيجابية والتي تحمل في طياتها الحنين والرغبة في العودة للأصول.

كما تتجلى هذه القيم أيضا في الدعوة في المشاركة في مختلف التظاهرات والمهرجات الثقافية التي تنظم في المنطقة، وتشجع مختلف المبادرات الجماعية والفردية، وقد اعتمدت في معظمها على استراتيجية تسويقية اتصالية تستند على التعريف بهذا الموروث، وترويجه، واستراتيجية توعوية بضرورة الحفاظ على هذا الموروث.

على صعيد آخر، وعلى الرغم الإسهامات المعتبرة والهامة لبعض مجموعات الاعلام الاجتماعي في التسويق الاتصالي للموروث الثقافي المادي (الأكلات التقليدية واللباس التقليدية) واللامادي (الإرث الشفوي، الأساطير واعتبار هاته المجموعات كفاعل أساسي وشريك استراتيجي في إظهار حقيقة وثراء هذا الموروث واستبعاد مظاهر التهميش والإقصاء التي طالت هاته المنطقة على كافة الأصعدة اقتصاديا، اجتماعيا وثقافيا على وجه الخصوص، على الرغم من الجذور الضاربة في التاريخ لهاته المنطقة، إلا أن هناك مسؤولية أكبر من مجرد نشر فيديوهات أو صور أو تنظيم مهرجانات أو معارض لمختلف مناطق، بل يتعداه إلى اعتباره فاعل أساسي في الفعل التنموي المحلي لتنمية المنطقة وخلق تنمية ثقافية تساهم في تنمية اقتصادية، ذلك أن تحقيق التنمية الشاملة لا يتأتى إلا إذا تضمنت استراتيجيات التنمية مراعاة الموروث الثقافي جنبا إلى جنب مع السياسات الأخرى، من خلال ضمان معلومات توسع آفاق أفراد الساكنة المحليين وتزيد حصيلة معارفهم تجاه ما يعايشونه من موارد التنمية الشاملة، ووسيلة لضمان المشاركة، وخلق الوعي بقضايا الثقافة لاتخاذ القرارات وقاعدة معلومات مركزية لتحديد الاختبارات وأداة لخلق الوعي المحلي بقضايا الموروث الثقافي وتممينه.

في هذا الإطار، اتخذت منصات الاعلام الاجتماعي بعدا هاما في التسويق للموروث الثقافي لمنطقة شمال سطيف والترويج له، وتحويل هذا الفضاء الرقمي إلى فضاء تفاعلي لتحسين مشاركات المواطنين في مختلف التظاهرات الثقافية وإعادة المنطقة إلى المشهد الثقافي الوطني، إلا أنها لازالت تواجه رهانات وعقبات تحول دون تحقيق المبتغى، حيث أن معظم هذه الآليات تفتقد للصبغة النظامية، ولا تتعدى مجرد أنشطة ثقافية مؤقتة، موسمية، ظرفية، ترتبط بمناسبات معينة، هذا من جانب ومن جانب آخر افتقاد مسيري هذه الأنشطة للدعم المادي والمالي اللازم (غياب الاعتمادات المالية)، كون أن الأنشطة التي يتم استحداثها حاليا تقوم على الاشتراكات السنوية التي يقدمها ساكنة المنطقة لإعطائها الديناميكية اللازمة.

ضمن نفس السياق، فاعتبار مسألة الاعتراف والاهتمام بدور مجموعات الاعلام الاجتماعي بالتسويق الاتصالي للمنتجات الثقافية لمنطقة شمال سطيف يفرض إعادة فهرسة وألويات هذه الجمعيات للاهتمام والانتقال من الصفة الموسمية لهذه التظاهرات إلى الانتقال للاهتمام بصفة دائمة للتسويق الاتصالي لهذا الموروث مما سيشجع تحقيق حث

وتحفيز المواطنين والسكان المحليين للمشاركة في مختلف هذه التظاهرات الثقافية المنظمة من خلال تزويدهم بمعلومات حول المنطقة وأخبارها والتعريف بهذه الثقافة المحلية.

على صعيد آخر، وفي ظل عجز السلطات المحلية على الاهتمام بالمووروث الثقافي المحلي، والترويج له بالشكل المستحق له، يظهر نظام آخر موازي يقوم به السكان المحليون بمنطقة شمال سطيف حول منطقتهم، خاصة القائمين على هاته الصفحات والعمل على توعية المواطنين بضرورة تنمية هذا الرخم الثقافي وإيجاد مواطن واعي ومسؤول راشد عبر تنمية شعوره بالمسؤولية تجاه هذه المنتجات الثقافية باعتباره مكون أساسي للهوية.

تبني التصور المتكامل للتسويق الاتصالي المتكامل عبر إقحام كل الفواعل (les acteurs) بما فيها الجمعيات، السلطات المحلية، المواطنون، وسائل الإعلام الوطنية والمحلية، حيث تتيح هذه التوليفة تمكين الفعل الاتصالي المحلي لتنمية المنتجات الثقافية وبلوغ التنمية الشاملة.

6. قائمة المراجع:

1. بوجمعة، رضوان. (2007). أشكال الاتصال التقليدية في منطقة القبائل - محاولة تحليل انثروبولوجي - رسالة دكتوراه غير منشورة . كلية العلوم السياسية والإعلام . جامعة الجزائر.
2. بوشاقور، جمال. (2018). دور الاتصال العمومي في تدعيم المشاريع التنموية - دراسة وصفية تحليلية لنموذج القطاع السياحي بولاية الهضاب العليا. رسالة دكتوراه غير منشورة . كلية علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر3.
3. سيد ريان، مُجَّد. (2017). تسويق المنتج الثقافي في عصر الثقافة الرقمية. القاهرة : المجلس الأعلى للثقافة.
4. طراحة، زهية . (2015). الحكاية العجيبة وحياكة الأحزمة بقرى منطقة القبائل . مقارنة إثنولوجية، .
Disponible sur ::<http://scienceandvideo2.mmsh.univ-aix.fr/Varia/Pages/contes.aspx>
5. Gollain, Vincent. (2008). Petit précis de marketing territorial. Paris :CDEIF.
6. Meyronin, Benoit. (2009). Le marketing Territorial : enjeux et pratiques, Paris, Vuibert.
7. Guillon V., Scherer P. 2012. Culture et développement des territoires ruraux. Quatre projets en comparaison. Réseau Rural Français, janvier. Disponible sur : <http://www.reseaurural.fr/4D642282-5E64-4BBA-A568-201678D67875/finaldownload/downloadiddee87d65f39b592d6d5064bfca8ba4ef/4D642282-5E64-4BBA-A568201678D67875/files/etude-culture-scherer-guillon.pdf>.
8. Richard ,Awono. (2015). La communication territoriale . "Constructions d'un champ, communiquer" revue de communication Sociale et publique"(en ligne), n°15 ,2015 <http://journals.openedition.org/communiquer/1686>.
9. Olivier, Nay .(1994). Les enjeux Symbolique du développement locale . l'exemple de la politique de communication de Montpellier politique et management public,Vol,12 ,n 04,decembre.
10. Monique ,Fourdin .et Jean-Baptiste, Poinclou. (2000). Le local au miroir de la communication intercommunale,Hermes,N°26/27.
11. Mouna EL Gaide et Vincent Meyer. (2014) .Communication, tourisme et développement territorial :l'exemple des GSOURS du sud-est tunisien, les enjeux de l'information et de la communication. Vol.1,N°15.
12. Charles ,Edouard .Houllier,Guibert .(2009). Evolution de la Communication territoriale, les limites de l'idéologie de la Proximité, Les Enjeux de l'information et de la communication,N°1.