

متحف البريد المصري: خطة استراتيجية لتطويره وتفعيل دوره لعرض تراث مصر

سارة مصطفى رجب

مدرس التاريخ الحديث والمعاصر - قسم الإرشاد السياحي
كلية السياحة والفنادق - جامعة الإسكندرية

هبة محمود سعد

أستاذ الآثار الإسلامية - قسم الإرشاد السياحي
كلية السياحة والفنادق - جامعة الإسكندرية

ملخص

يعد متحف البريد بالقاهرة أحد المتاحف الثرية والقيمة التي توثق لتاريخ مصر وتراثها من خلال مجموعة فريدة من الطوابع والمقتنيات المتنوعة. وبالرغم من أهميته وتفردته إلا أنه غير معروف وغير مستغل في السياحة الثقافية أو سياحة التراث، كما أن المتحف يعاني من العديد من السلبيات سواء من ناحية ترتيب القطع داخله، أو من ناحية التسويق للمتحف، أو من ناحية تفعيل دور العاملين فيه. لذا يهدف هذا البحث إلى القاء الضوء على المتحف وقيمة المقتنيات به، بالإضافة إلى وضع خطة استراتيجية متكاملة لتطويره ونشر الوعي عنه؛ بحيث يسهم في عرض تراث مصر بصفة عامة وتطور البريد بها بصفة خاصة.

١ - مقدمة عن متحف البريد المصري:
سجل الملك فؤاد تاريخ البريد المصري، منذ بدء العمل به عام ١٨٦٥ (عبد القادر، جرجس، ٢٠١٠، ٣٣-٣٥)، في متحف خاص (الوحة ١) يجمع كل وثائق البريد وما يمت لتاريخه بصلة؛ ليكون عنواناً لتقدمه ورقيه في ذلك الوقت. فقامت مصلحة البريد -نزولاً على رغبته- بإنشاء هذا المتحف. وبالفعل خصصت المصلحة -التي تقع بمنطقة العتبة بالقاهرة- جناحاً بالدور الأول من مبنى إدارتها العامة، يتكون من ممر طويل به غرفتان تليهما ردهة طويلة واسعة في الوجه ليكون مقر المتحف، كما أثرته المصلحة بجميع الوثائق والنماذج التي تتصل بتاريخ البريد وأعماله.

الكلمات المفتاحية: التراث الثقافي - متحف البريد - أدوار المتحف - التواصل المجتمعي - تخطيط استراتيجي

(٢) (لوحة ٢) قبل وفاة الملك فؤاد بعامين، ويُعد من

والأفريقي، والآسيوي، والأمريكي، والإسترالي. كما يحتوي على مجموعة نماذج لخطوات صناعة الطوابع المصرية داخل مصلحة المساحة، مع الأدوات والقوالب التي كان يتم من خلالها صناعة الطوابع وتشكيلها، ومجموعة لوحات لطبع طوابع البريد من فئات مختلفة، ومجموعة لوحات لصنع طوابع البريد أيضاً فئات مختلفة.

كذلك يحتوي هذا القسم على (كليشيات) لطبع الظروف المدموغة، وأكشيه تجرية، وأكشيه المملكة المصرية ١٩٢٢ (لوحة رقم ٤)، ونماذج مختلفة لتصميمات طوابع البريد، وأسطوانات لطبع العلامة المائية (لوحة رقم ٥)، وتجارب تصميمات الطوابع الأولى التي تُعد من القطع النادرة للبريد.

هذا إلى جانب مجموعة الطوابع المصرية كاملة، منذ بداية إصدارها عام ١٨٦٦، ومجموعة طوابع شركة قناة السويس ١٨٦٨، ومجموعة طوابع البريد السودانية، والطوابع التذكارية التي تشير إلى مناسبات معينة، وجميعها محفوظة داخل مراوح خشبية (لوحة رقم ٦) تُعد ذاتها قطعة أثرية، حيث تمت صنعها ١٩٣٤ في إيطاليا. وهذه الغرفة مطلية باللون الأسود وإضاءتها خافتة؛ حتى لا تؤثر الإضاءة على الطوابع والصور التاريخية الموجودة بها. فإلى جانب لوحات الطوابع التجريبية المعلقة على جدرانها، يوجد مجموعة لوحات أصلية للأسرة المالكة من ضمنها لوحة نادرة للملك فاروق وهو شاب، رسمت بنفس أسلوب "الموناليزا" بدقة وروعة التصميم، حيث تشعر أن عين الملك تتبعك إذا تحركت في أي اتجاه (لوحة رقم ٧). كما يوجد لوحة عليها اسم الملك فؤاد الأول مرسوماً بطوابع البريد (لوحة رقم ٨)، وإطار داخله اسم الملك فاروق

أروع المتاحف في عهده. وعند اكتمال مقتنياته عام ١٩٤٠ افتتح للزوار مع بدايات تولي الملك فاروق حكم مصر. ثم أعيد تجديد المتحف في عهد الرئيس الأسبق محمد حسني مبارك وافتتح منذ عام ١٩٨٩ للآن. وقد تبع المتحف عدة وزارات، لكنه يتبع الآن وزارة الاتصالات والمعلومات - هيئة البريد المصري (مصلحة البريد، ١٩٣٤، ٥٨-٦٠).

يتصل رواق المتحف الخارجي بساحة كبيرة مفتوحة يتوسطها نجمة ودائرة يعلوها في المنتصف تمثال نصفي للخديو إسماعيل من البرونز (لوحة ٣) على قاعدة بيضاء، حيث يعد هذا التمثال هو النقطة التي يقاس منها المسافة بين القاهرة وجميع المحافظات بجمهورية مصر العربية. ويتفرع من هذه الساحة المفتوحة عدة ممرات، منها الممر الطويل الذي يؤدي إلى قاعة (ردهة) المتحف الرئيسية. وينقسم المتحف إلى أقسام بيانها كالتالي (وزارة المواصلات، ١٩٣٣؛ زيارات ميدانية ومقابلات شخصية مع العاملين بالمتحف):

١-١ قسم طوابع البريد:

على يسار المتجه لهذه الردهة الكبيرة نجد غرفتين، خصصت واحدة منهما لطوابع البريد المصرية، والأخرى للطوابع الأجنبية. ويُعد هذا القسم من أهم أقسام المتحف؛ فهو يلقي الضوء على تاريخ الأمة ويفند الأحداث بطريقة مباشرة، فالحفاظ على هذه الطوابع يُعد جزءاً مهماً من حماية التراث المصري. كما تُعد هذه الغرفة ذات أهمية خاصة للهواة الذين يقصدونها لاكتشاف الطوابع النادرة منها، سعياً لاستكمال مجموعاتهم الخاصة.

يضم هذا القسم من أقسام المتحف تصنيفاً فريداً لمجموعات الطوابع لكل من البريد: الأوروبي،

تسهل له عملية الدخول إلي أي مكان، فتفتح له أبواب البلدان أو الحصون حتي يصل وجهته. ومن القطع المميزة في هذا القسم تمثال صغير لكاتب وجد في تل العمارنة، حيث وُجدت مجموعة من الرسائل المهمة المتبادلة بين ملوك مصر القديمة وملوك البلدان المجاورة؛ مما يؤكد على فكرة استخدام المصريين القدماء لكتاب وبريديين. نجد أيضاً مجسماً لرسالة على رأس جندي، ورسالة عصا، ومجسماً بالحجم الطبيعي لرسالة داخل ثمرة جوز هند استخدمها الهنود في حروبهم قديماً، فكانت تقطع من الجانب الخلفي لتوضع بها الرسالة ثم تلقي في البحر أو اليم؛ حتي تصل إلي وجهتها، عبر عمليات حسابية معقدة تأخذ في الاعتبار المد والجزر ومدى قوة اندفاع المياه، وما كان يساعد على عملية إخفائها شكلها الطبيعي الذي لا يوحي بوجود رسالة بداخلها، فكانت إحدى الطرق الناجحة لإرسال الرسائل الحربية، وقطعة من الغاب للكتابة. يوجد كذلك ورقة بردي عليها كتابة باللغة القبطية، وخطاب، وغلاف بالهيريوغليفية على فخار، ونماذج أختام من عهد الفراعنة، وخطاب من العصر العربي على قطعة شقافة، ونموذج رسالة من عصر المماليك على عظمة جمل، وصورة تذكرة بريدية طافت حول العالم، ونموذج ل حجر رشيد، نموذج لوحة الملك "نارمر" وعليها أقدم كتابة مفهومة، وغيرها الكثير.

١-٣ قسم مباني البريد:

يشمل نماذج مصغرة لبعض المباني البريدية، مثل: الإدارة العامة لمصلحة البريد بالقاهرة، ونموذج مصغر لقم توزيع بمراقبة بريد القاهرة، ومكتب بريد

(لوحة رقم ٩)، وآخر داخله اسم الملكة فريال مرسوم بالطوايع. يوجد كذلك صورة لـ "رولاند هيل" مبتكر طوايع البريد، وصورة بألوان طوايع بريد السويد تمثل مدير عام بريد السويد، وشهادة امتياز للطوايع المصرية من معرض ميلانو ١٨٩٤، وشهادة امتياز أخرى للطوايع المصرية من المعرض الأهلي المصري بالإسكندرية ١٨٩٤.

ننتقل بعد ذلك للردهة الرئيسية بالمتحف التي تشتمل على أكثر من قسم. في واجهة باب هذه الردهة الكبيرة الطولية يوجد تمثال للملك فؤاد، ويقابله على الناحية الأخرى مجسم كبير لرمز الاتحاد العالمي للبريد عام ١٩٣٤ (لوحة رقم ١٠)، بجواره نجد مدخل القسم التاريخي للبريد.

١-٢ القسم التاريخي:

يضم مجسمات مصغرة تحكي قصة تطور البريد والرسائل على مر العصور بطريقة متسلسلة، بدايةً من عصر الفراعنة الذين قاموا بتنظيم عملية نقل الرسائل داخلياً وخارجياً، ليتطور بعد ذلك في عصر البطالمة، حيث كان ينقل على ظهر الدواب لإيصال بريد الملك وموظفي الدولة، وفي العصر الروماني الذي تم فيه استحداث عربات مخصصة تجرها الخيول لنقل الرسائل، وتم إدماج عنصر الحراسة بمكاتبها لحمايتها من السرقة والسطو، ومما يدل على الاهتمام بقطاع البريد في هذا العصر إنشاء استراحات خاصة للخيول التي تجر عربات الرسائل.

أما فيما يتعلق بالعصور العربية والإسلامية، فهناك نماذج للطرق التي كان يتم من خلالها الاستدلال على هوية حامل الرسائل، ومنها الشارة الصفراء التي كان يضعها رجل البريد مشدوداً على كتفه؛ لكي

بور سعيد وبور فؤاد، ونموذج لمكتب بريد قروي،

وغيرها.

١-٤ قسم النقل:

ويشتمل المتحف على مجسمات رمزية لوسائل نقل الرسائل قديماً وحديثاً، سواء عن طريق النقل البحري، مثل: وسيلة نقل البريد في التربة الإسماعيلية قبل إنشاء خط السكة الحديد، ونموذج (ماكيت) الباخرة "قرطاجنة" أول باخرة من بواخر شركة الهند الشرقية التي عبرت قناة السويس بالبريد، ونماذج لبواخر النقل النهري المخصصة لنقل البريد (لوحة رقم ٩)، حيث كانت كل باخرة تختص بمنطقة معينة في خط سير محدد سلفاً، مثل البواخر التي كانت تنقل البريد في خط سير يشمل دمياط وبورسعيد والمنزلة، وغيرها العديد من نماذج البواخر الأخرى لنقل البريد.

أيضاً نجد نماذج عدة لوسائل نقل البريد البري، مثل نماذج عربات نقل البريد، فمنها الخشب، ومنها الصاج، ومنها المغلقة، والأخرى المفتوحة، ومنها ذات العجلتين أو الثلاث عجلات، وأخرى ذات أربع عجلات، وغيرها الكثير من نماذج العربات المستخدمة (لوحة رقم ١١). كما يوجد نماذج الموتسيكلات وماكينات لسعاة البريد أثناء توزيعهم البريد المستعجل بالدراجة، ونماذج لعربات البريد على خطوط السكك الحديدية (لوحة رقم ١٢) التي تربط بين المحافظات. نماذج عديدة لرسول نقل البريد في العصور المختلفة نجدها في هذا القسم، مثل: نموذج لأحد رسل البريد في مصر القديمة، ونموذج آخر يمثل تسليم الرسائل لأحد ملوكها، وغيرها من نماذج تسليم الرسائل في العصور المختلفة. كذلك نجد أشكال شارات البريد في العصر الإسلامي.

١-٥ قسم البريد الجوي:

وفي أقصى يمين القاعة يوجد قسم البريد الجوي الذي يضم تاريخ البريد الجوي بمصر، فيشتمل على برج حمام زاجل، زوجين محنطين من الحمام الزاجل، والحلقات المستخدمة لشد الرسائل إلى سيقان الحمام. كما يضم مجموعة من نماذج الطائرات المختلفة، ونماذج لبعض الطائرات (لوحة رقم ١٣) مهداة من شركة الطرق الجوية الإمبراطورية، وشركة خطوط الطيران الهولندية، ونموذج المنطاد "جراف زيلين".

به أيضاً نموذج لأول خطاب بالبريد الجوي ورد إلي الإسكندرية من لندن في السابع من أغسطس عام ١٩١٩ وقد استغرق نقله في الجو ٣٧ ساعة، وأول خطاب أرسل إلى كراتشي بالبريد الجوي بالخط الجوي بين مصري والهند وغيرهم من الخطابات، وأغلفة الخطابات المستخدمة في البريد الجوي.

١-٦ قسم الملابس:

داخل المتحف نجد نمط ملابس عمال البريد على اختلاف وظائفهم داخل مصر؛ من خلال تماثيل صغيرة موضوعة داخل صناديق عرض شفافة تعرض أشكال ملابس موزعي البريد المصري، ورؤساء الأقسام البريدية، كما يضم القسم شارات قماشية ملونة لدرجات الموظفين المختلفة داخل هيئة البريد في القرن الماضي، وملحق به في زاوية منفردة نماذج مطوية بالحجم الطبيعي لملابس وقبعات عمال البريد من مختلف أنحاء العالم، تم إهداؤها إلي المتحف، من بينها الزي الفرنسي، والزي الدنماركي، والزي الألماني لعمال البريد وموظفيه.

١-٧ قسم أدوات البريد:

يضم حقائب موزعي البريد، ومجموعة من الأختام الحكومية والتذكارية، مثل أختام المؤتمر الجغرافي،

مراسلات مسجلة وعادية وحوالات داخلية وخارجية وطرود. كما يضم مجموعة من الصور القيمة النادرة لموظفي صندوق البريد عام ١٩١٩، وصورة لطواف يفرغ الصندوق، وصورة ساعي توزيع، وصور لمجموعة من البواخر التابعة لشركة البواخر الخديوية، وغيرها الكثير.

١-١٠ القسم الأجنبي:

يشمل على مجموعة صور لمبانٍ ومتاحف لبعض الإدارات البريدية الأجنبية، وبعض الأدوات المستخدمة بتلك الإدارات.

ومن أروع مقتنيات المتحف لوحة ضخمة في القسم الأمامي للقاعة تشكلت بطريقة تشبه الفسيفساء، وهي مكونة من ١٥ ألف طابع، تم إلصاقها بطريقة فنية لتجسد صورة أبي الهول ومن خلفه الأهرامات (لوحة رقم ١٥). وقد تمت صناعتها عام ١٩١٠ من قبل فنان إيطالي أهداها للملك فؤاد- كانت هناك علاقة وطيدة بين فؤاد وإيطاليا حيث تربي فيها وعمل بجيشها- الذي كان مولعًا بهواية جمع طوابع البريد، وكانت ضمن ممتلكات الملك فاروق التي ورثها عن والده الذي كان أيضًا مولعًا بها. ويوجد أسفلها مكتب نادر خاص بـ "جياكومو موتسي" أول مدير للبريد في مصر عام ١٨٦٥ (لوحة رقم ١٥).

وكذلك يعرض المتحف نموذجًا لأول دفتر توفير للبريد المصري تم إصداره عام ١٩٠١، ومجموعة من الهدايا كان البريد يقوم بتوزيعها قديمًا على المودعين لتشجيعهم على الادخار. وكذلك يضم المتحف مجموعة من المكاتبات والمراسلات لأطراف مختومة ومسلولة بختم التاج الملكي. وهناك أيضًا ركن مخصص للرسائل التي لم يستدل على

ومؤتمر الملاحة والقطن، وغيرها من المؤتمرات والمعارض، كلها داخل صناديق زجاجية مصمتة، وكذلك يضم هذا القسم مجموعة الموازين التي كانت تعد من أدوات هيئة البريد لتحديد وزن الخطابات والطرود، بالإضافة إلي موازين العملات للتأكد من وزنها وتحديد قيمتها؛ نظرًا لوجود أكثر من إصدار للعملة الواحدة، وفي الجهة الموازية يوجد صف طويل من نماذج متنوعة لصناديق البريد من بينها أول صندوق بريد استخدم عام ١٨٦٥ داخل مصر، ونماذج لصناديق البريد الخاصة بالحقيبة الملكية، يزينها رمز الهلال والنجمة المميز لتلك الفترة (لوحة رقم ١٤)، وأيضًا صناديق البريد الخشبية التي كانت تستعمل في محطات القطار، وفي منازل عمداء القرى.

١-٨ قسم المؤتمرات:

خصص لعرض صور مؤسس اتحاد البريد العام دكتور "ستيفن" وصور أعضاء مؤتمرات البريد الدولي من عام ١٨٧٤ إلى ١٩٢٤، والاتفاقيات التي أبرمت في كل مؤتمر. كذلك يشتمل القسم على مطبوعات مؤتمر البريد العالمي العاشر عام ١٩٣٤، وأعلام الدول التي شاركت فيه. بالإضافة للعديد من الصور الفوتوغرافية لمقرات انعقاد مؤتمرات البريد الدولي في برن، وباريس، ولشبونة وغيرها الكثير. وكذلك صور لأعضاء الاتحاد البريدي أثناء حضورهم المؤتمرات البريدية.

١-٩ قسم الخرائط والصور والمطبوعات:

ويشمل على خرائط، مثل: خريطة خطوط الحمام الزاجل في عصر المماليك، وخريطة الطرق والمكاتب التابعة للبريد المصري، ورسومات بيانية وإحصائية كلها تظهر تطور أعمال المصلحة من

أصحابها، ولا تزال تحتفظ بها هيئة البريد منذ إرسالها في نهاية القرن التاسع عشر.

ويبدو أن المتحف كان له نشاط قوي في عهد الملك فاروق، فقد اشترك عام ١٩٥٠ في بعض المعارض الخارجية، مثل: معرض الطابع المصرية الذي أقيم في الولايات المتحدة الأمريكية، والاحتفال الذي أقيم بمديريه بمناسبة مرور مائة عام على انشاء أول طابع بريد أسباني، ومعرض أسبوع الأطفال الذي أقيم بمدينة بومباي. كما نجد إدارة المتحف تشترك في اجتماعات الشعبة القومية المصرية للمجلس الدولي للمتاحف؛ للنهوض بمستوى المتاحف المصرية. كما ساهمت الإدارة بالاشتراك في الاجتماع الأول للشعبة القومية للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو). وهو ما يبرز دور المتحف وأهميته في عهد فاروق والاهتمام بنشاطه ومشاركته في المعارض الدولية والدعاية له (وزارة المواصلات، ١٩٥٢، ٢٢).

ومما سبق يتضح أن هذا المتحف يضم طوابع بريد يمكن تقسيمها إلى طوابع البريد العادية، طوابع علامات الأجرة المستحقة، طوابع البريد الحكومية، طوابع البريد المستعجل، طوابع البريد الجوي، طوابع البريد الحربي، والطوابع التذكارية (مصلحة البريد، ١٩٤٦)، كما أن به لوحات وماكينات طباعة الطوابع وعربات نقل وملابس وتماثيل ولوحات فنية وغيرها من المقتنيات التي تعد حقاً ثروة فنية وتاريخية يمكن أن تجذب لها الآلاف سنوياً من المصريين والأجانب من كبار وصغار ودارسين وهواة وطلاب مدارس وجامعات وعائلات. فهذا المتحف يحمل معاني عميقة تعبر عن التراث الوطني، ويوثق معالم مهمة من عمر الوطن وذاكرته. وأهم ما يقال هنا أن مقتنيات هذا المتحف

لا يوجد لها مثيل في متاحف مصر الأخرى، كما أنه فريد ومميز في المنطقة العربية ولا يقل قيمة ومكانة عن متاحف البريد الأجنبية.

٢- خطة استراتيجية لتطوير متحف البريد بالقاهرة

إن استخدام متحف البريد لعرض التراث الثقافي لمصر يتطلب خطة شاملة للتطوير وحتى تتمكن من وضع تلك الخطة كان يتعين تقييم الوضع الراهن للمتحف والتعرف على جوانبه المختلفة (القوة، والضعف، والفرص، والتحديات)؛ من أجل الوقوف على مدى التغييرات اللازمة؛ للوصول للاستغلال الأمثل لعناصر تراثنا الحضاري. ولتحقيق ذلك تم القيام بدراسة ميدانية شاملة نفذت على أربع مراحل:

المرحلة الأولى كانت زيارة ميدانية لمتحف البريد المصري بالعبدة، وتصفح المواقع الإلكترونية للمتحف وغيره من متاحف البريد العالمية؛ وذلك للتعرف على حالة متحف البريد المصري الحالية، ومقارنته بالوضع داخل المتاحف البريدية ومتاحف طوابع البريد حول العالم.

المرحلة الثانية: كانت باستخدام المقابلات الشخصية مع مديري وموظفي المتحف semi-structured interview (Brotherton, 2008, 172) (أربعة موظفين ومدير) لمعرفة الإمكانيات المتاحة بالمتحف، وأعداد زائريه، والأنشطة التي يقوم بها المتحف، ودوره في عرض تراث مصر من خلال الطوابع. المقابلة كانت تتضمن ٤ محاور رئيسية: الأول عن بيانات العاملين بالمتحف، والثاني عن طبيعة الزائرين وأعدادهم وتقييمهم، والثالث عن الآليات المستخدمة لحفظ وصيانة وترميم وعرض وتفسير المقتنيات، والرابع عن الأنشطة والخدمات التي يقدمها المتحف.

المرحلة الثالثة: كانت باستخدام الاستبيانات، حيث تم تصميم استبيان استهدفت المرشدين السياحيين؛ للتعرف على مدى معرفتهم بالمتحف، ووضعه على الخريطة السياحية وسط المتاحف المصرية، وأهم الأنشطة والخدمات التي يجب توافرها داخل المتاحف من وجهة نظرهم. كما تم تصميم استبيان آخر وُجه لأساتذة الدراسات الاجتماعية والتاريخ بالمدارس المصرية، للتعرف على مدى معرفتهم بالمتحف، وإمكانية استغلاله كوسيلة تعليمية مساعدة للتعرف على تاريخ مصر. إجمالي العينة كان يمثل ٥٥ مرشداً و ٤٨ مدرساً بمدارس متنوعة (Sekaran, 1992, 226; Poynter, 1993, 95) الاستبيانيين بطريقة يطلق عليها semi-structured، حيث يشمل بعض الأسئلة ذات إجابات محددة closed-end questions (التي يتضمن الإجابة عليها الاختيار ما بين عدد من البدائل) والبعض الآخر open-ended questions (الأسئلة التي لا يكون لها إجابة محددة، فهي تخضع للشخص الذي يقوم بملي الاستمارة). ويمكن الإطلاع على محاور الأسئلة من خلال مرفق ١ و ٢.

٢- ١- تحليل البيانات من المقابلات الشخصية والاستبيانات

تتناول هذه النقطة عرضاً وتحليلاً للنتائج التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية، وهي تنقسم إلى ثلاثة أجزاء رئيسية؛ الجزء الأول منها كان عرضاً لنتائج المقابلات الشخصية التي أجريت مع مسئولين وموظفين المتحف محل الدراسة. الجزء الثاني يتضمن تحليل استمارات الاستبيان الخاصة بالمرشدين السياحيين، والجزء الثالث يتضمن تحليل استمارات الاستبيان الخاصة بأساتذة الدراسات الاجتماعية والتاريخ بالمدارس المصرية. وقد تم الاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي SPSS (Statistical Package for Social Science) في هذا الصدد.

أ- تحليل نتائج المقابلات الشخصية:

يوضح الجزء التالي تحليل نتائج المقابلات الشخصية الموجه لموظفين المتحف، وجاءت نتائج تلك المقابلات على النحو التالي

المحور الأول: الكوادر البشرية العاملة بالمتحف:

اتضح من خلال المقابلات الشخصية انخفاض عدد العاملين بمتحف البريد المصري بالقاهرة، ويتمثل في (٥) عاملين فقط (أربعة موظفين ومدير أمين متحف)، وتتنوع مؤهلاتهم ما بين دبلوم ومعهد خدمة اجتماعية وكلية آداب. وهو ما يعكس عدم

المرحلة الرابعة: كانت تحليل كل ما تم جمعه من بيانات وتفرغ نتائج الاستبيانات واستخدام كل ذلك لوضع SWOT Analysis والتي استخدمت بدورها كأحد الأدوات اللازمة لصياغة الخطة الاستراتيجية للتطوير. وكانت الدراسة الميدانية والاستبيانات والمقابلات الشخصية وتحليل جميع البيانات تهدف جميعها للإجابة عن تساؤلات رئيسية هي:

المرحلة الرابعة: كانت تحليل كل ما تم جمعه من بيانات وتفرغ نتائج الاستبيانات واستخدام كل ذلك لوضع SWOT Analysis والتي استخدمت بدورها كأحد الأدوات اللازمة لصياغة الخطة الاستراتيجية للتطوير.

وكانت الدراسة الميدانية والاستبيانات والمقابلات الشخصية وتحليل جميع البيانات تهدف جميعها للإجابة عن تساؤلات رئيسية هي:

الأرضي عند باب دخول مبنى البريد الخاص بمكاتب الموظفين والمتحف، وفيه يتم تسجيل اسم كل فرد يدخل بعد الاطلاع على بطاقته الشخصية.

المحور الثالث: حفظ معروضات المتحف وصيانتها:

أكد كل فرد من الأفراد العاملين بالمتحف أن "فترينات" المتحف التي تحتوي على المعروضات الموجودة حالياً هي نفسها منذ القدم ولم تشهد أي تغيير، وخاصة فيما يخص "فترينات" طوابع البريد، مؤكداً أن هذه "الفترينات" التي تحتوي على الطوابع هي الحل الأمثل والوحيد لحفظ الطوابع... لكن في الواقع هناك طرق أخرى ومتنوعة لعرض طوابع البريد في متاحف البريد حول العالم. اتضح كذلك من سؤال موظفي المتحف وجود قصور واضح في إجراء صيانات دورية للمعروضات وأثاث المتحف سواء شهرية أو نصف سنوية أو حتى سنوية، وأن المعروضات على حالها كما هي منذ القدم كما سبق أن ذكرنا. وهو ما يؤكد على أنه لا يوجد أية وسائل متبعة للحفاظ على المعروضات، وأن الصيانة تتم داخلياً عند الحاجة فقط في حال تلف أي من القطع أو المعروضات كما أدلى أفراد العينة.

وحيث إن المتحف يتكون من قاعة عرض كبيرة مصحوبة بقاعتين أصغر حجماً، اتضح أن القاعتين الصغيرتين، اللتين تضم إحداهما طوابع البريد المصرية والأخرى طوابع البريد الأجنبية، مغلقتان ولا يتم فتحهما إلا بالسؤال عنهما في حال معرفة الزائر بوجودهما بالطبع وبوجود هذا الكم الهائل من الطوابع البريدية بهما. وهو وضع مؤسف ومحزن للغاية، فبعد أن كان لهذا المتحف قيمة تاريخية

اهتمام السلطات المعنية بتوفير عدد كافٍ من العاملين للاهتمام بالمتحف، كما يتضح أنه لا يوجد مواصفات واضحة وشروط محددة وثابتة لمن يقومون بشغل أي وظيفة داخل المتحف، مما يؤكد تردي الوضع داخل المتحف، خاصة أنه مع سؤال موظفي المتحف عن مدى توافر مرشد خاص بالمتحف لشرح المعروضات الغنية بالمعلومات المفيدة، المثيرة والشيقة... أجاب المسئولون بعدم وجود مرشد، وأنهم هم من يقوم بهذه المهمة. وقد أضاف أحد موظفو المتحف أنهم يحضرون سنوياً معارض محلية ودولية لطوابع البريد، وعلى الرغم من ذلك لا يتضح هذا على الإطلاق في المتحف، حيث لا يتم استغلاله لتطوير المتحف بأي شكل من الأشكال. وربما كانت هذه المعارض تخص بصورة أكبر تقنيات تنفيذ الطوابع وصدورها.

المحور الثاني: زائرو متحف البريد المصري:

وفيما يتعلق بالزائرين الذين يترددون على المتحف، أوضحت المقابلات الشخصية مع جميع الأفراد العاملين بالمتحف انخفاضاً شديداً وملحوظاً في عدد الزائرين، وأن أغلب الزيارات -إن وجدت- تكون لطلبة المدارس، وعدد قليل جداً يكاد لا يذكر من أفراد المجتمع بفئاته المختلفة. كما أكدوا على أن الاتجاه العام لأعداد الزائرين في تناقص مستمر.

وفيما يخص السجلات الخاصة بأعداد الزائرين سنوياً، رفض المسئولون إتاحة الفرصة للباحثين للاطلاع عليها، مؤكداً أن هذه السجلات تعد بيانات خاصة بالمتحف، وغير مسموح لأحد بالاطلاع عليها؛ وبالتالي لم نتتمكن من التحقق من مدى وجودها من عدمه. ولكن من خلال الملاحظة الشخصية عند دخول المتحف، يوجد سجل بالطابق

وقد تمثلت هذه المشكلات وفقاً لما أشار إليه مسئول المتحف فيما يلي:

- عدم إدراج المتحف على الخريطة السياحية لمصر ضمن برامج شركات السياحة.
- عدم كفاية المخصصات المالية للمتحف تُعد أحد أهم المشكلات التي تحول دون النهوض به.
- ضيق أوصغر أماكن العرض (القاعات)؛ إذ ما تم مقارنتها بحجم المعارض الموجودة بها.
- عدم وعي المسؤولين بأهمية المتحف وحجمه ومعارضاته، وما يمكن أن يقدمه من تراث حضاري وتاريخي لمصر.
- عدم الاهتمام بالمتحف من قبل وزارة الآثار، حيث يتبع المتحف وزارة الاتصالات التي بدورها تنقسم لشقين: قسم الاتصالات، وقسم البريد. ويتضح جلياً -من الوضع الراهن نتاج سنوات عديدة ماضية- عدم توجيه الاهتمام من قبل الجهات المسؤولة لهذا القسم من أقسام الوزارة.

ب- تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمرشدين السياحيين:

المحور الأول: أسئلة عامة حول زيارة المتحف:

أكدت نسبة كبيرة من العينة (٧٢,٨%) ما بين الإجابة ب لا و إلى حد ما، على عدم وجود تنوع نسبي في زيارات المتاحف داخل مصر طبقاً للبرامج السياحية المنفذة، على الرغم من أن النسبة الأكبر من العينة ما بين نعم بنسبة (٤٥,٥%) و إلى حد ما بنسبة (٣٦,٤%) أكدت على أن زيارة المتاحف داخل مصر تحتل مرتبة متقدمة في البرامج السياحية.

وبسؤال المرشدين عن أكثر المتاحف ارتياداً أوضحت النتائج ارتفاع مستوى زيارة متاحف التاريخ

وأثرية كبيرة منذ عهد الملك فؤاد أصبح مكان شبه مهجور تغطي الأثرية أرجاءه ومعارضه وفتريناته، ولا يتردد عليه أحد، حتى تم غلق الغرفتين تماماً.

المحور الرابع: الأنشطة المقدمة لعرض تراث مصر الحضاري من خلال مجموعة الطوابع المتاحة بالمتحف والسياسة التسويقية المتبعة به:

بسؤال العاملين بالمتحف عن أنواع الأنشطة التي يقدمها المتحف للزائر من أجل الوقوف على حجم الاستفادة المتوقعة، وُجد أنه لا يوجد أي أنشطة يمكن للزائر ممارستها، وأن المتحف يعتمد فقط على قيمة المعارض الأثرية وما تحويه من تراث بدون شرح له. وبما أن المعارض تُعد من الأنشطة المهمة والشيقة للزائر، وبالسؤال عن فرصة إقامة معارض بالمتحف اتضح أن هناك معارض للبريد تقام بالفعل سنوياً، سواء أكانت محلية أم دولية، ولكن لم يتم إقامة أي من هذه المعارض داخل المتحف. وربما يرجع ذلك كله لعدم وجود سياسة تسويقية فعالة للترويج للمتحف داخلياً أو خارجياً، وفقاً لما أفاده المسئولين خلال المقابلات الشخصية، ولعل هذا تفسير ما سبق أن ذكره المسئولون من انخفاض عدد زائري المتحف؛ وعليه لا يوجد أي اتجاه من قبل السلطات أو الجهات المعنية لزيادة العمالة. ومن ذلك يتضح بإجماع آراء مسئول المتحف على وجود عدد من المعوقات والمشكلات التي كان ولازال يعاني منها متحف البريد المصري بالقاهرة، الذي يضم مجموعة نادرة من طوابع مصرية وأجنبية يندر توажدها في متاحف كثيرة حول العالم، وترتب على هذه المعوقات والمشكلات عدم وجود المتحف على خريطة مصر السياحية.

بنسبة بلغت (٥٣,٨%)، يليها المتاحف القومية بنسبة (٢١,٢%)، ثم متاحف التراث بنسبة ضعيفة جدًا بلغت (١٦,٣%) من حجم العينة، وأخيرا النسبة الأقل والأضعف هي متاحف الفنون التي بلغت نسبتها (٨,٧%). وهو ما يؤكد على أن متاحف التاريخ تحتل النسبة الأكبر والأعلى بفارق واضح وملحوظ.

أما فيما يتعلق بأكثر أنواع الخدمات والأنشطة التي تجذب الزائر داخل المتحف، فأكد المرشدون على أن أكثر ما يسترعي اهتمام الزائر داخل المتحف هو الوسائل السمعية والبصرية بنسبة بلغت (٢٠%) والكتيبات بنسبة (١٩%)، ثم تأتي المعارض في المرتبة التالية لأكثر أنواع الأنشطة التي تجذب الزائر بنسبة (١٦%)، ثم جلسات التصوير و"الكافيتريات" بنفس النسبة التي تبلغ (١٢%) لكل منهما. النسبة الأقل ذهبت لكل من ورش العمل والأفلام التسجيلية بنسبة (٨%) لكلا منهما. ولكن ربما يرجع هذا لعدم توفر هذه النوعية من الخدمات داخل متاحف المصرية بالشكل الصحيح الذي نسمع عنه ونراه في متاحف العالمية. وتأتي أخيرًا الحقائق كونها أحد أنواع الخدمات التي ترتبط بحجم المتحف وتصنيفه (نوعه/ قصر مثلا) في المرتبة الأخيرة لأنواع الخدمات التي يهتم بها الزائر لتبلغ نسبة (٥%) من إجمالي أفراد العينة.

وبسؤال المرشدين السياحيين من واقع خبرتهم عن أكثر الوسائل التي تؤثر في معرفة التراث اتفق عدد كبير من أفراد العينة (٤٤,٦%) على أن سرد الحقبة التاريخية للقطعة هي أكثر الوسائل التي يمكن أن تؤثر في معرفة الأفراد بالتراث الحضاري، وتلتها بنسبة (٢٩,٧%) وصف أو شرح القطعة نفسها، بينما بلغت نسبة تأثير عرض الأفلام التسجيلية للتعرف على التراث الحضاري لمصر (٢٠,٩%) فقط، لتأتي ورش العمل في المرتبة الأخيرة بنسبة (٣,٩%) في مدى تأثيرها على التعرف على التراث الحضاري لمصر. ربما جاء هذا التصنيف من قبل المرشدين موضحًا ما سبق ذكره في البداية في أن النسبة الأكبر في زيارة المتاحف تكون لمتاحف التاريخ التي تحتاج في المقام الأول إلى السرد التاريخي لا إلى ورش العمل. وأخيرًا وافق معظم أفراد العينة من المرشدين السياحيين، ورحبوا بفكرة الاستكشاف وزيارة متاحف لم يسبق لهم زيارتها، وهنا يأتي دور السياسة التسويقية للمتحف في الترويج لأنفسهم لدى الشركات السياحية، وعبر مواقع الاتصال الإلكتروني، لجذب المرشدين ومن يرافقونهم من سائحين عرب وأجانب لزيارة المتحف.

المحور الثاني: أسئلة تتعلق بمتحف البريد:

أوضحت النتائج أنه على الرغم من سماع ومعرفة ما يقرب من نصف العينة من المرشدين السياحيين (٥٠,٩%) بمتحف البريد أحد المتاحف التي تمثل التراث الحضاري لمصر، إلا أن أغلب أفراد العينة التي بلغت نسبتها (٩٠,٩%) لم يزوروا متحف البريد الموجود بمنطقة العتبة بالقاهرة. أما النسبة التي اتفقت على أنها لم تسمع عن متحف البريد من قبل فهي تُعد نسبة كبيرة جدًا (٤٠%) وهو ما يقرب من نصف العينة الآخر. وتتفق هذه النسب مع ما سبق أن ذكره مسئولو المتحف في حديثهم أثناء المقابلات الشخصية عن ضالة عدد زائري المتحف. وفيما يتعلق بالنسبة الضئيلة من العينة التي بلغت (٥,٥%) التي سبق لها زيارة المتحف، فقد تنوعت

عدد مرات زيارتهم للمتحف ما بين مرة واحدة بنسبة (٤٠%)، وبين مرتين إلى أربعة مرات بنسبة (٤٠%) أيضاً. وكانت معظمها زيارات فردية للمتحف بنسبة (٦٠%)، في حين أكد (٤٠%) من نسبة العينة الصغيرة جداً التي سبق لها زيارة المتحف أنها كانت في جولة إرشادية داخل المتحف. وقد أشار المرشدون السياحيون الذين ترددوا على المتحف من قبل (٥,٥%) أن مدة زيارتهم تراوحت بين نصف ساعة إلى أكثر من ساعة. وقد أدلى أفراد العينة بنسبة (٦٠%) بعدم رضاهم بالنسبة الكافية عن طريقة عرض طوابع البريد، وأنها لم تجذب النظر إليها بالشكل المرجو. في حين جذبت طريقة العرض نسبة (٤٠%) من أفراد العينة الذين سبق لهم زيارة المتحف. ولعل هذا ما يؤكد ما سبق أن ذكره بأن طوابع البريد المصرية و الأجنبية حكم عليها بالإعدام داخل غرفتين مظلمتين مغلقتين على الأرجح أغلب الوقت، وبالتالي فهي ليست محل للسؤال عنها. ويسؤال أفراد العينة من المرشدين السياحيين الذين زاروا المتحف عن المزايا التي يمكن أن يقدمها المتحف للزائر، أشارت النسبة الأكبر (٣٣,٣%) إلى التوعية بتاريخ الحقبة المعروضة، ونفس النسبة إلى المعرفة الثقافية. تلتها نسبة (١٦,٧%) إلى خدمة النواحي التعليمية للطلاب ونفس النسبة للتواصل والتفاعل مع المجتمع الخارجي، بينما كانت النسبة (٠%) لبند اعتبار الترفيه من مزايا المتحف؛ وهو ما يؤكد على الفهم الخاطئ وتدني الوعي لمفهوم المتحف في مصر بأنه لا يمكن عده مكاناً ترفيهياً. وربما يبين هذا عدم اختيار ورش العمل والأفلام التسجيلية، كونها خدمات وأنشطة يمكن أن يقدمها

المتحف، في المقام الأول من اختيارات أفراد العينة، في حين أنه يمكن - بمنتهى اليسر - استخدام هذه الوسائل لسرد الحقبة التاريخية وأحداثها وأشخاصها، أو عرض أية معلومة بطريقة أكثر تشويقاً. وربما يرجع هذا أيضاً إلى أننا غالباً ما نخاطب فئة بعينها وهي الفئة التي تأتي بنفسها لاستقبال ومعرفة المعلومة. ولم نطمح يوماً ونهدف لجذب الفئات الأخرى التي لا يستهويها تراث بلدها أو لا تعرف عنه شيئاً؛ لأنه لم يقدم لها بالشكل السليم الذي يتناسب مع فكرها؛ ولهذا اهتمت الدراسة في الاستبيان الموجه لمدرسي التاريخ والدراسات الاجتماعية في المدارس بسؤالهم عن مدى تفعيل المدرسة لفكرة إدراج زيارة المتاحف ضمن الأنشطة التي تقدمها للطلبة أم لا من أجل زيادة الوعي بأهمية التربية المتحفية لهذه الأجيال الصاعدة. أوضحت الفئة الأكبر من العينة التي لم يسبق لها زيارة المتحف (٩٤,٥%)، أن من أسباب عدم زيارة متحف البريد المصري هي عدم إدراجه على الخريطة السياحية، وقد بلغت نسبة هذا الرأي ما يقرب من منتصف أفراد العينة (٥٠%). بينما رأى النصف الثاني من أفراد العينة أن السبب في عدم زيارة المتحف كان نتيجة عدم السماع عنه بنسبة (٢٢%)، أو نتيجة لعدم اهتمام الزائر بهذا النوع من المتاحف، وقد تمثلت في نسبة (١٤%) من حجم أفراد العينة. أما عن الأسباب التي أضافها المرشدون والتي يعزى لها عدم زيارتهم للمتحف كانت أن الفرصة لم تتح لهم لزيارته، كما أنهم أضافوا أن المتحف يوجد في منطقة ذات كثافة مرورية عالية، وقد بلغت نسبة (١٤%).

المحور الثالث: تطوير الإمكانيات والأنشطة الداعمة لمتحف البريد:

اتضح بسؤال أفراد العينة عن مدى الإقبال المتوقع لزيارة متحف البريد المصري بعد المعرفة بوجود هذا المتحف الذي يضم مجموعة من طوابع البريد المصرية يمكن من خلالها عرض التراث الحضاري لمصر، أن النسبة الأكبر التي بلغت (٧٥%) رحبت بزيارته، ونسبة (١٩,٢%) جاوبت بـ (إلى حد ما)، بينما جاءت النسبة الأقل (٥,٨%) للأفراد الذين لم يرحبوا بزيارة متحف البريد.

ويرى (٨٥,٥%) من المرشدين أن المتحف في حال تقديمه تجربة أو خبرة مختلفة للزائرين، يمكن أن يمثل دافعاً أكبر لزيارته، مع تأكيد نسبة (٧٢,٧%) من أفراد العينة على أن المتحف يستطيع جذب الزائرين إذا قام بعرض تراث مصر الحضاري من خلال طوابع البريد المصرية بواسطة أنشطة متنوعة تلائم مختلف الزائرين وفئاتهم المتعددة. إلا أن نسبة (٢٥,٥%) من أفراد العينة لم ترحب بشدة بهذه الفكرة، ولكنها لم تعترض عليها أو ترفضها.

وكانت أهم الأنشطة، من وجهة نظر العينة، التي قد يرغب فيها مجموعات الزائرين المرافقة لهم هي: جولة داخل المتحف مصحوبة بالشرح، حيث احتلت النسبة الأكبر التي بلغت (٣٦,٥%)، تلاها في الأهمية نشاط سرد القصص مع الشرح الذي بلغت نسبته (٢٢,٢%)، وكذلك الأفلام الوثائقية عن أهم الشخصيات التي تناولها طوابع البريد المصرية بنسبة (٢١,٤%). أما فكرة إقامة معارض داخل المتحف فقد نالت نسبة صغيرة وسط الاختيارات وصلت إلى (٨%) من إجمالي أفراد العينة. واستمر تدني الوعي بأهمية إقامة ورش عمل داخل المتحف

من شأنها أن تجذب أعداداً أكثر من الزائرين؛ لتبلغ نسبتها (٧,١%) من إجمالي أفراد العينة. أما المحاضرات القصيرة -بصفتها إحدى الأنشطة التي يمكن إدراجها ضمن برامج المتحف والتي اقترحت الباحثة أن تتراوح ما بين ٢٠ - ٤٥ دقيقة- فقد نالت أقل نسبة حيث بلغت (٤,٨%) من إجمالي عدد أفراد العينة.

وبسؤال أفراد العينة عن أهم المقترحات الأخرى التي قد تساهم في تعزيز معرفة الأفراد بمتحف البريد لكونه أحد معالم التراث الحضاري في مصر، جاءت أهم المقترحات على النحو التالي:

- إدراج متحف البريد المصري علي قوائم البرامج السياحية والدعاية له في شركات السياحة.
- التسويق للمتحف والتعريف به في وسائل التواصل الاجتماعي وعبر قنوات الإعلام.
- نشر الوعي بوجود المتحف من خلال عرض بعض الأفلام التسجيلية القصيرة عنه، ونشر كتيبات مجانية بها معروضات المتحف.
- يمكن التعريف بالمتحف والتسويق له أيضاً من خلال عمل معارض صغيرة له في المتاحف الكبرى التي يرتادها العدد الأكبر من الزوار.
- الاهتمام بالمتحف وتطويره باستخدام طرق عرض شيقة ووسائل تكنولوجية حديثة في العرض والشرح.
- تغيير الأفراد المسؤولين عنه.
- إدراج متحف البريد في مناهج الإرشاد السياحي بالكليات والمعاهد عن طريق تدريس مقتنيات المتحف بالخلفية التاريخية للمعروضات بأقسام الإرشاد السياحي.
- إدراجه ضمن برامج التدريب الطلابية بالجامعات.

- عمل دورات تثقيفية للمرشد السياحي بالتنسيق مع النقابة العامة للمرشدين السياحيين والفرعية لزيارة المتحف وطلب وضعه على الخريطة السياحية.
 - توعيه المهتمين بهذا التراث الحضاري في المدارس وتنظيم رحلات تثقيفية وترفيهية للمتحف.
 - يجب أن تدار كل المتاحف بطرق علمية بصفقتها مؤسسة ثقافية وأيضًا اقتصادية، من خلال نشاطات متعددة لكي يتم من خلالها تطوير المتحف نفسه.
 - نقل المتحف من مكانه إلى مكان آخر تتوفر فيه مقومات السياحة.
- وبالتالي نلاحظ من النتائج السابقة التي اتضحت من إجابات أفراد العينة انخفاض مستوى زيارة المتحف، وانخفاض مستوى الوعي به. فالمتحف تابع لوزارة الاتصالات التي لم تفكر في وضع سياسة تسويقية له، على الرغم من أنه يمكن أن يمثل مصدر ربح قويًا، مثله مثل بقية متاحف في حال الاهتمام به. وهو ما أكد عليه أيضًا مسئولو المتحف أثناء إجراء المقابلة الشخصية معهم. وقد أكد أفراد العينة من المرشدين السياحيين على أهمية التفكير في تطوير المتحف وطرق العرض وإدراج مجموعة من الأنشطة به. كما أشاروا إلى أن هناك فوائد متوقعة من استخدام شبكات الاتصال والتواصل الاجتماعي والإعلام للتعريف بالمتحف، والتي من المتوقع أن تساهم في تطوير أعداد الزائرين والمتريدين عليه.
- ج- تحليل نتائج الاستبيان الخاص بأساتذة الدراسات الاجتماعية والتاريخ:**
- بسؤال الأساتذة والمدرسين عن أنواع النشاطات التي تقدمها المدرسة للطلاب لتبسيط منهج الدراسات
- الاجتماعية والتاريخ، اتفق حوالي (٨٥,١%) من أفراد العينة على أن المدرسة تبسط مناهج الجغرافيا والتاريخ من خلال النشاط الترفيهي والعلمي معًا، في حين يعتمد (٨,٥%) على النشاط الترفيهي فقط ونسبة ضئيلة (٤,٣%) على النشاط العلمي فقط في تقديم المحتوى الخاص بمقرر الدراسات الاجتماعية. وأكدت النسبة الأكبر من العينة والتي بلغت (٧٩,٢%) على أن زيارة المتاحف تُعد ضمن النشاطات التي تقوم بها المدارس.
- كما أبدى الغالبية العظمى من المدرسين بنسبة بلغت (٩٦,٢%) ترحيبهم بزيارة المتاحف التي من شأنها أن تقدم جزءًا من المحتوى العلمي لمنهج التاريخ والدراسات الاجتماعية لطلبة المدارس، مثل متحف البريد المصري الذي يمكنه ربط المناهج الدراسية بالواقع المعروض داخل المتحف في شكل أنشطة مستوحاة من التراث الحضاري الموجودة على طوابع البريد المصري.
- ويسأل المدرسين عن رأيهم في الأنشطة التي قد تحقق فهمًا أفضل للتراث الحضاري جاءت الأفلام التسجيلية بنسبة (٣٧,٥%) في المقام الأول للأنشطة التي من شأنها أن تحقق فهمًا أفضل بالتراث لدى الطلاب، تلاها الأنشطة الفنية وورش العمل بنسبة كبيرة أيضًا بلغت (٣٥,٤%) ثم السرد التاريخي بنسبة (٢٥%) من آراء أفراد العينة. يتضح من هذه النسب أن الطلبة لديهم اكتفاء كافٍ من المناهج الدراسية المصممة بطريقة نمطية ولذا يرى مدرسوهم حاجة هؤلاء الطلبة للتأكيد على معلوماتهم وتوسيع مداركها من خلال الأنشطة. ولربما عارض أو اختلف هذا مع توجهات المرشدين السياحيين في اختيارهم لورش عمل دائمًا في المقام الأخير

- لإفاد متخصصين للتوعية بالمتحف.
- مسرحة المناهج وخلق روح التعليم التعاوني.
- وضع خطة من الوزارة لكل مدرسة لزيارة المتاحف قبل تناول شرح الدرس. ويقوم الطالب بالبحث عن معلومات عن موضوع الدرس ومناقشته مع معلمه أثناء زيارته المتحف .
- إنشاء نماذج مبسطة لمتاحف من تكوين الطلاب طبقاً لما يدرسونه من منهج كنوع من أنواع محاكاة الواقع وتنمية الحس الفني وروح العمل الجماعي لدى لطلبة.

٢-٢ التحليل الرباعي SWOT ANALYSIS

بناءً على النتائج والمعلومات التي تمت مناقشتها سابقاً من خلال كلٍ من: المقابلات الشخصية، واستمارات الاستبيان، وكذلك وفقاً لأدبيات الدراسة، كلها أوضحت أن متحف البريد المصري شأنه شأن العديد من المتاحف والمواقع الأثرية في مختلف الدول لديه نقاط قوة أو ضعف، كما تتاح له فرص يمكن الاستفادة منها في تطوير أنشطته وإمكاناته، وتعرضه تهديدات تعرقل نشاطه. وعليه تم عمل تحليل رباعي (SWOT ANALYSIS) لمتحف البريد المصري بالقاهرة، كأداة تحليل استراتيجي مهمة تساهم بشكل كبير في الوقوف على سلبياته وإيجابياته، وما يواجهه من فرص وتهديدات لبيان إمكان تطوير هذا المتحف من خلال تقديم رؤية استراتيجية لإحيائه وتوظيفه سياحياً.

للأنشطة التي من شأنها أن تجذب الزائر. وهذا يوضح أن ورش العمل يفضل أن تكون للأطفال والأسر في حين باقي الأنشطة يمكن تنويعها للأجانب.

ولهذا يرى (٧٩,٢%) من أفراد العينة من المدرسين أن التربية المتحفية نشاط مهم يمكن أن يسهم في المناهج التعليمية في المدرسة، في حين لم تعترض النسبة المتبقية (٢٠,٨%) على الفكرة. وعلى الرغم من ذلك، أوضح نصف أفراد العينة فقط (٥٠%) اعتقادهم بأن المدرسة ستهتم بإدراج هذا النوع من التربية في مناهجها، وما يقرب من النصف الثاني من المدرسين (٤١,٧%) كانت إجابتهم (إلى حد ما)، ونسبة قليلة جداً (٨,٣%) لا تعتقد في اهتمام المدرسة بإدراج التربية المتحفية ضمن مناهجها التعليمية.

أما عن المقترحات التي من رأى المدرسون أن من شأنها أن تصب في مصلحة الطالب في حال العمل بها، فتركزت المقترحات في الآتي:

- نسخ أسطوانة (سي دي) مرفقة مع الكتاب المدرسي يحتوى على أفلام تسجيلية للمتاحف التي تروي تاريخ مصر؛ حتى يستطيع الطالب مشاهدتها، ومرفق معها عناوين المتاحف إذا أراد زيارتها في أي وقت.
- التعريف بالمتاحف الموجودة في المدينة من خلال وضع صور لها في الكتب المدرسية؛ لكي يتم معرفة شكل المتاحف وما تحتويه بداخلها.

جدول ١: التحليل الرباعي SWOT ANALYSIS

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> - رغبة العاملين في المتحف بالنهوض به وتطويره. - انفراد المتحف بمجموعة هائلة من القطع لا يوجد لها مثيل في متاحف مصر الأخرى. - احتواء المتحف على مجموعة كبيرة من الطوابع يمكن من خلالها شرح تاريخ البريد على مر العصور. - مجموعة الطوابع النادرة التي يحتويها المتحف (سألقة الذكر في الفصلين)، والتي تعكس جوانب متنوعة من تاريخ مصر مثل الأحداث السياسية للشخصيات العامة والحكام. - ثراء مجموعة الطوابع بصور شخصيات حكام مصر؛ ويمكن من خلالها عرض تاريخ كل شخصية. - ثراء مجموعة الطوابع بتناول موضوعات سياسية، واجتماعية، وعلمية، وثقافية لمصر في تاريخها الحديث والمعاصر، يمكن استغلالها كمصدر للسرد عن هذا التراث - مكان مهم للدارسين والهواة. 	<ul style="list-style-type: none"> - عدم التعاون بين وزارتي الاتصالات والآثار؛ من أجل النهوض بالمتحف (وذلك من خلال تفعيل دور وزارة الآثار كشريك أساسي في المتحف). - عدم توفر الإضاءة والتهوية السليمة للحفاظ على المعروضات. - عدم توجيه عناية وزارة الاتصالات لسنوات طويلة للمتحف. - قلة عدد العاملين بالمتحف مع عدم وجود مرشد خاص بالمتحف. - المؤهلات الدراسية للعاملين غير ملائمة
الفرص	التحديات
<ul style="list-style-type: none"> - إقبال المرشدين على فكرة زيارة المتحف (محل العين). - الاهتمام بتطوير المتحف سيساهم في ازدياد أعداد السائحين المحليين والدوليين وبالتالي زيادة الموارد. - تطوير المتحف سيساهم أيضاً في دعم وحفظ وصيانة التراث الثقافي لمصر وهو توجه عالمي. - يمكن الاستفادة من تبعية المتحف لوزارة الاتصالات عن طريق عمل خطة تسويقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والإنترنت والترويج للمتحف ودعم الصورة الذهنية له؛ وبالتالي وضعه على الخريطة السياحية العالمية لمصر. - هناك مساحات كبيرة وفارغة أمام المتحف بالطابق الأول يمكن استغلالها لإقامة المعارض وعمل أنشطة تجذب الزوار إليه. - إمكانية التنوع في الأنشطة التي بإمكان المتحف تقديمها. - إمكانية استخدام مجموعة الطوابع لدراسة التصميم الفني من قبل هواة الرسم وطلاب الفنون الجميلة. - إمكانية استخدام مجموعة الطوابع لتقديم أنشطة مختلفة للأسر المصرية تحكي تراث مصر. - مقررات الدراسات الاجتماعية والتاريخ لصفوف الابتدائي والإعدادي تدرس التاريخ الحديث والمعاصر، ومجموعة الطوابع يمكن أن تقدم أنشطة تشرح تلك الفترات. - توفر الأماكن لإقامة المعارض المؤقتة والأنشطة. - إمكانية التعاون مع بعض الجهات التي ظهرت على الطوابع؛ لتطوير المتحف والترويج له، مثل: الجمعية الجغرافية، وجامعة القاهرة، وشركة مصر للطيران. 	<ul style="list-style-type: none"> - عدم الجدية والاهتمام الفعال من قبل المسؤولين بمحاولة تحسين وضع المتحف. - نقص التمويل المادي من قبل وزارة الاتصالات المعنية به رغم الثراء الذي يمتلكه. - عدم وعي شركات السياحة لأهمية زيارة متحف البريد المصري وقيمه.

وشرائحه وثقافته المتعددة للتعريف والتعليم والتثقيف. فالمتاحف وسيلة ثقافية يتحقق من خلالها فوائد كثيرة، مثل توثيق العلاقة بين الإنسان وتاريخه؛ مما يسهم في تحقيق الانتماء إلى الوطن. وأصبحت المعروضات في المتاحف أداة مساعدة للتعريف بالتاريخ والحضارة أكثر منها أعمالاً فنية جميلة.

فنشر الثقافة بمجالاتها المختلفة ليست مهمة الأسرة وحدها أو الأسرة والمدرسة معاً، لكنها في الواقع مسئولية كل المؤسسات والقوى المؤثرة المختلفة. والمتاحف تُعد من أهم هذه المؤسسات التي ينبغي أن تشارك في تنمية الثقافة لدى الأفراد، عن طريق إدخالها ضمن المناهج الدراسية والرحلات المدرسية والبرامج السياحية. فقد تسهم في تعميق المفاهيم التاريخية، والأثرية، والسياحية، ونشر المعرفة، وتنمية الخبرة العلمية، وتزويد من المعلومات لدى الزائرين بأقل الوقت وأسهل الطرق. وعليه، فإن المتاحف تعد حافظة لذاكرة الأمة، ومستودع تراثها وعلومها وفنونها، كما أنها جسر يربط الأجيال بالمعلومات الصحيحة لأوطانهم، والاتفات لتراثهم، والاعتزاز به؛ لكونه السجل الحي الذي يحفظ ذخائر أمتهم، ويحميها من الاندثار والضياع والتلف.

وبناءً عليه، كان لابد من إيجاد الحلول والإجابات لمجموعة من الأسئلة:

- ✓ ما السياسات التي ينبغي أن يتبعها المتحف من أجل حماية وحفظ وإبراز مجموعته الفنية؟
- ✓ ما السياسات التي ينبغي أن يتبعها المتحف من أجل جذب المجتمع الخارجي له؟
- ✓ كيف يمكن تعزيز تجربة الزائر للتعرف على جوانب من تراث مصر من خلال المتحف؟
- ✓ كيف يمكن تحقيق الاستفادة للمتحف؟

لقد اتضح من خلال ما سبق أن هناك عدداً من المعوقات تواجه متحف البريد المصري، كما أنها تعرقل تفعيل دور المتحف في الحفاظ على الجانب الحضاري والتاريخي والتراثي المسئول عنه. ولقد اتضحت هذه المعوقات بشكل مبدئي عند القيام بالزيارة الميدانية والمقابلات مع المسؤولين في المتحف، وقامت استمارات الاستبيان بتأكيد وجود تلك المعوقات. وعند التوصل إلى تحليل SWOT جاء بمثابة ملخص محدد ودقيق لكل المعوقات التي تواجه المتحف، متمثلةً في نقاط الضعف والتهديدات؛ وعليه اقترحت الباحثة التوصل إلى التغلب على تلك المعوقات اعتماداً على أسلوب علمي سليم؛ لذلك كان وضع خطة استراتيجية كاملة للمتحف هو مقترح يوضح كيف يمكن التغلب على المعوقات التي تواجه المتحف، وتقلل دوره في الحفاظ على الجانب الحضاري المصري المتمثل في طوابع البريد.

٢-٣ خطة استراتيجية لتطوير متحف البريد المصري لعرض تراث مصر الحضاري من خلال طوابع البريد:

أ- أهمية الخطة الاستراتيجية:

تُعد المتاحف -بصفة عامة- تعتبر مرآة تعكس حضارة الأمم السابقة وتاريخها أمام الأجيال الحالية، ومن خلال المتاحف تتعرف هذه الأجيال على مراحل وفترات سابقة من تاريخها. فلم يعد يقتصر دور المتاحف في العالم على الجمع والتوثيق والعرض والدراسة، وإنما تعددت مهامها، وأصبحت تلبي حاجات المجتمع. فالمتحف الآن يعد مؤسسة شاملة تجذب كافة أفراد المجتمع بمختلف أعمارهم

و اكتشاف الماضي وإلقاء الضوء على الحاضر وتخيّل المستقبل. كما يسعى للريادة بين متاحف البريد الإقليمية والدولية.

الرسالة:

تتمثل رسالة (مهمة) متحف البريد المصري في حفظ وعرض وتفسير للتراث الحضاري للبريد المصري وطابعه والترويج له. فمن خلال مجموعته الفريدة، وطابعه النادرة والمعارض المتنوعة والأنشطة التعليمية والمناسبات الخاصة، يقوم المتحف بتنقيف جمهوره لدمج التراث في حياة المجتمع. وهو ما يساعده على خلق جيل قادم من رواد المتاحف.

ج- القيم لمتحف البريد المصري values:

كي نعمل بما يتفق مع رسالتنا نحو تحقيق رؤيتنا، كان علينا أن نعمل من أجل أربع قيم، هي:

جدول ٢: القيم لمتحف البريد المصري values

القيم الاقتصادية Economic value	القيم التعليمية Educational value	القيم المتحفية Collection value	القيم الاجتماعية Social value
يمكن أن توفر المتاحف فرص كبيرة للنمو الاقتصادي من خلال: - جذب السياح من جميع أنحاء العالم، فالسياحة الثقافية واحدة من أهم المساهمات في الاقتصاديات المحلية. - المتاحف تساعد المناطق (region) على تأكيد هويتهم وتحسين نوعية الحياة، بما يعود بالنفع على المنطقة المحيطة بالمتحف (quality of life). - توفير فرص عمالة.	المتاحف مؤسسات تعليمية لها تأثير كبير على المجتمع، تقدم التعليم الرسمي وغير الرسمي لجميع الأعمار من خلال الإمام والمشاركة. كما أن المتاحف من شأنها أن تساعد الأفراد على تدعيم الفكر والإبداع.	المجموعة التي يحتوي عليها المتحف تُعد قلب المتحف. تعكس هذه المجموعات والقطع التنوع الثقافي فهي تعد حجر الزاوية لهوية الأمم. كما نتيج هذه المجموعات فتح نافذه على العالم للتعرف على تراث وحضارات وتاريخ العالم.	تلعب المتاحف دورًا مهمًا في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث يساعد على تغيير حياتهم. فهي مسؤولة حقًا عن الأجيال الماضية والحاضرة والمستقبلية. ولذا يجب أن يكون المتحف قادرًا على العمل مع ولجميع أقسام وفئات المجتمعات التي يخدمها. كما أن المتاحف لديها القدرة لتعزيز النسيج الاجتماعي للمجتمع، وتُعد مكان التقاء كل الثقافات المختلفة.

ومن أجل الإجابة على هذه التساؤلات كان التفكير في وضع خطة استراتيجية لمتحف البريد المصري القائم بمنطقة العتبة بالقاهرة. لذا تهدف الخطة الاستراتيجية المقترحة إلى وضع تصور شامل لتطوير متحف البريد كأحد أهم المتاحف التي تضم مقتنيات ومجموعات من الطوابع، تعرض جوانب غاية الأهمية من تراث مصر.

وتتضمن الخطة الاستراتيجية المقترحة: رؤية ورسالة واضحة للمتحف يمكن للعاملين فيه تحقيقها، وقيم تحدد سلوك العاملين وأهدافهم ومهامهم، وأهداف استراتيجية يمكن تحقيقها للحفاظ على تراث مصر من الطوابع التي يحتفظ بها المتحف، ويمكن من خلالها تقديم جوانب من تراث مصر لزوار المتحف.

ب- صياغة الرؤية والرسالة:

اقترحت الدراسة رؤية ورسالة للمتحف بحث تتسما بالوضوح وتحديد أهداف المتحف المستقبلية ومهمته الحالية كما يلي:

الرؤية:

يهدف متحف البريد المصري أن يكون مركزًا ثقافيًا واجتماعيًا نابضًا فعالًا يربط المجتمع بقصص البريد المصري وتاريخ طابعه، من خلال إلهام الجمهور الزائر للتعلم في الثقافة والتاريخ وإشراكهم في المعارض والحوار والقصص.

(أو)

يسعى متحف البريد المصري أن يكون متحفًا نشطًا يعمل على توثيق التراث الحضاري من خلال دراسة

من أجل العمل على تحقيق هذه القيم، كان لا بد أن يكون لكل متحف القيم الأساسية (core values) الخاصة به التي تتفق مع رسالته من أجل تحقيق رؤيته. لذا اقترحت الدراسة عدد من القيم الخاصة بمتحف البريد، بحيث يتعين على جميع العاملين بالمتحف مراعاتها والالتزام بها والعمل وفقاً لها لتحقيق الرؤية والرسالة، وتتمثل هذه القيم فيما يلي:

د- صياغة الأهداف الاستراتيجية:

خلصت الدراسة إلى أن تطوير متحف البريد يمكن تحقيقه من خلال أربعة أهداف استراتيجية تتمثل في:

الهدف الأول: إعادة تخطيط وتصميم المتحف

الهدف الثاني: تعزيز تجربة الزائر

الهدف الثالث: وضع خطة تسويقية لمتحف البريد

الهدف الرابع: تحقيق مبدأ الاستدامة

الهدف الأول: إعادة تخطيط وتصميم المتحف:

يحتاج متحف البريد إلى توسعته من خلال إضافة بعض الغرف له، فكما سبق أن ذكرنا، يقع المتحف بالدور الأول من مبنى البريد، ويتكون من جناح كبير، عبارة عن غرفة كبيرة طويلة ملحقة بها غرفتان أصغر حجماً. أما الجناح الآخر من الدور الأول فيشغله المكاتب الإدارية للموظفين. وفي منتصف الدور يوجد ساحة كبيرة مستديرة، وحسبما قالت أمينة المتحف في المقابلة الشخصية التي أجريت معها نقلاً عن أ/عصام الصغير رئيس مجلس إدارة هيئة البريد المصري وقت إجراء الدراسة، إنه لا مانع من أن يتم نقل غرف الإدارة إلى مكان آخر بالمبنى؛ ليشغل المتحف الدور الأول بأكمله. سيتيح هذا مما لا شك فيه إعادة تخطيط المتحف وتصميمه بشكل أفضل بكثير مما هو عليه الآن. فالقاعات مزدحمة ومكدسة بالقطع، ولا تسمح للزائر بفرصة جيدة للمشاهدة والاستمتاع بالمعروضات. أما إعادة تخطيط وتصميم المتحف فهي وظيفة المهندس المعماري وال scenographer، وما سأتناوله هنا هي مجموعة من الأسس والاقتراحات يجب أخذها

من أجل العمل على تحقيق هذه القيم، كان لا بد أن يكون لكل متحف القيم الأساسية (core values) الخاصة به التي تتفق مع رسالته من أجل تحقيق رؤيته. لذا اقترحت الدراسة عدد من القيم الخاصة بمتحف البريد، بحيث يتعين على جميع العاملين بالمتحف مراعاتها والالتزام بها والعمل وفقاً لها لتحقيق الرؤية والرسالة، وتتمثل هذه القيم فيما يلي:

النزاهة: نتصرف بأمانة ونزاهة، ونسعي جاهدين لمعرفة أعلى المعايير الأخلاقية لتنفيذ جميع أعمالنا بأكبر قدر من المسؤولية.

التميز: نسعى لأن نقدم مجموعة متحفية وخدمة مميزة ذات جودة عالية في جميع النواحي، بما يتفق مع طابع المتحف.

الشمولية: نحن نحتضن ونؤيد التنوع في مجتمعنا من خلال البرامج التي يقدمها المتحف.

الفاعلية: يجب أن يكون لنا دور قوي في كيفية التأثير على المجتمع.

الإبداع: نحن نلهم زوارنا بالابتكار والإبداع من خلال البحث عن أفكار جديدة مع الترحيب بتبادل المعرفة والتعاون المشترك مع المتاحف الأخرى.

الاكتشاف: نسعي دائماً لاكتشاف وتبسيط الضوء على المعارف والأفكار الجديدة.

الخدمة: نعمل ونسعى إلى تقديم عدد من الخدمات المختلفة داخل المتحف وخارجه؛ مما يعود بالنفع على المتحف والمجتمع المحيط.

ومن خلال كل القيم السابق عرضها للمتحف، يسعى المتحف إلى جذب مزيد من الزيارات السياحية

في الاعتبار عند إعادة تخطيط المتحف أو تصميمه. وهناك عاملان أساسيان يؤثران في تصميم أي متحف وتخطيطه هما زائرو المتحف ومعروضاته.

(١) زائرو المتحف:

يعد من أهم العوامل التي تتدخل في وضع التصميم الخاص بالمتحف، حيث يمكن تقييم الزائرين المتوقعين إلى المتحف على أساس العمر، والمستويات الثقافية، والفكري، والعلمي. كذلك الزمن (المدة) المتوقع قضائها في المتحف لتقديم ما يناسبه من تقييف وترفيه. ونجاح المتحف حاليًا لا يقاس بكثرة زواره فقط، بل بمدى ما يتحقق لهم من نفع وفائدة أيضًا، وهو ما سيؤدي إلى تكرار زيارته مرات متكررة فيما بعد. والزائر هو خير وسيلة للدعاية للمتحف مع أهله وأصدقائه والبيئة المحيطة به. وتقترن دائمًا كلمة الزائرين بمجموعة من الخدمات يجب الأخذ بها عند وضع تخطيط المتحف وتصميمه:

– دراسة المسقط الأفقي للمتحف بشكل يسمح بتطبيق النظريات المعروفة لحركة الزوار داخل المتحف، وتتلخص مثلًا في الحركة على محور رئيسي يبدأ من نقطة معروفة (مثل: المدخل الرئيسي على سبيل المثال) والعودة إلى نفس النقطة دون الحاجة إلى أن يمر الزائر على نفس المعروضات التي مر عليها من قبل.

– مرونة الفراغ داخل المتحف والتي تسمح بخطوط سير واضحة ومنتظمة؛ حتى لا تؤدي إلى تكديس الزوار أو اصطافهم في طوابير أمام المعروضات.

– وجود موقف خاص بالمتحف للسيارات والأوتوبيسات يُعد من أهم العوامل التي أشار إليها المرشدين في الاستبيان الموزع عليهم. وبالفعل فإنه يوجد موقف سيارات كبير متعدد الطوابق بجوار مبني البريد ومتحفه مباشرة.

– يحتاج الزائر أيضًا لمكتب استعلامات لتوضيح كل ما يتعلق بالمتحف، ولذا اقترح أن يكون هناك مكتب للاستعلامات خاص بالمتحف بالدور الأرضي عند مدخل المبني الرئيسي، كما يجب توفير شباك للتذاكر بهذا الدور ومكان لحفظ الأمانات ومستلزمات الجمهور، وهذا الدور واسع يسع لمثل هذه الخدمات.

(٢) المعروضات (القطع المتحفية):

العامل الثاني الذي يجب مراعاته عند إعادة التخطيط والتصميم داخل المتحف هو المعروضات والقطع المتحفية الخاصة به. وقد اتضح من الدراسة أن المعروضات بالمتحف تحتاج إلى إعادة ترتيبها وتنظيمها وترابط موضوعاتها ببعضها البعض، وذلك يمكن تحقيقه من خلال العرض الموضوعي (Thematic Display) وتوثيق العلاقة بينها؛ حتى

يستخدمها. وكذلك تضم هذه الغرفة صناديق البريد ومراحل تطورها.

- قاعة ٤: آثار مصر على طوابع البريد: يقترح أن تضم مجموعة الطوابع البريدية الأولى التي تحمل أشكال الأهرامات وأبي الهول أو أي آلهة ومعابد مصرية قديمة، وتوضع في الخلفية اللوحة الكبيرة التي توجد بالمتحف للأهرامات الثلاثة وأبي الهول والتي صنعت من طوابع البريد. وهنا يأتي دور المصمم والمهندس المعماري عند التفكير في أن تكون حوائط وسقف هذه الغرفة بألوان وأشكال تصور (تعطي انطباعاً) عن البيئة التي جاءت منها الأشكال المرسومة على طوابع البريد.

- قاعة ٥: طوابع البريد الجوي: يقترح أن تحتوي هذه القاعة على طوابع البريد الجوي بقاته المختلفة، مجسمات تطور شكل الطائرات، وجميع الصور الفوتوغرافية التي تخص هذه الطوابع، مثل صورة المنطاد "جرف زيلين" الذي صدر بمناسبة الإصدار الثالث من إصدارات البريد الجوي في السادس من إبريل عام ١٩٣١. أيضاً الأختام والمظاريب التي يوجد عليها طوابع بريد جوي.

- قاعة ٦: بروتوكولات الملوك والرؤساء: يقترح أن تضم هذه الغرفة كل طوابع ملوك مصر ورؤسائها بدايةً من الطابع الذي يحمل صورة الملك فؤاد. وتوضع في هذه الغرفة كل اللوحات الخاصة بصور الملوك والرؤساء، مثل لوحة الملك فاروق الشهيرة بالزري الرسمي التي سبق أن تحدثنا عنها في الجزء الخاص بمكونات المتحف. كما تضم كل الصور الفوتوغرافية

تظهر للزائر في شكل قصة لها تسلسل تاريخي واضح. وعليه سأنقدم بمقترح لبعض الغرف من خلال المعروضات المتاحة بالفعل داخل قاعات المتحف. وفيما يلي عرضاً لمقترح لإعادة تنظيم المقتنيات داخل القاعات:

- قاعة ١: نشأة الكتابة والبريد: يقترح أن تضم تمثال الكاتب المصري، ولوحة نارمر، ونموذج حجر رشيد، ونماذج (ماكيتات) مكاتب البريد الأولى، واستراحات البريد، ووسائل النقل التي كان يستعين بها الملوك والوزراء والسلاطين حتي العصر الإسلامي من أشخاص نُكُتِب الرسالة على رأسهم، ورسالة العصا، وجوز الهند، والحمار، والحصان، والحمام الزاجل، وأبراج الحمام إلخ.

- قاعة ٢: اختراع طابع البريد ومراحل صنعه: يقترح أن يوضع بها بها لوحة "رولاندهيل" (مخترع طوابع البريد)، ومكتب موتسي بك (أول مدير للبريد المصري)، ومجموعة نماذج خطوات العمل في صنع طوابع البريد المصرية، وقوالب الطوابع، وأكليشيئات التجربة، وأسطوانات طبع العلامة المائية، وأكليشيئات طبع الظروف المدموغة، وجميع الصور الفوتوغرافية الموجودة بالمتحف التي تتعلق بعملية الطباعة.

- قاعة ٣: موظفو البريد واختراع صناديق البريد: هذه القاعة يقترح أن تضم مجموعة التماثيل الصغيرة التي تمثل الوظائف المختلفة لموظفي البريد المصري بالزري الرسمي لهم: بما فيهم ساعي البريد الذي كان له دور لا يستهان به، وكل ما يتعلق بساعي البريد من أدواته التي كان

والخاصة بالملوك والأمراء والرؤساء الذين زاروا مصر. وسيلعب التصميم والديكور في هذه الغرفة دورًا قويًا في إدماج الزائر في جو الفخامة والبروتوكولات.

- القاعة ٧: تاريخ مصر وحضارتها على الطوابع التذكارية: يفترض أن تضم الطوابع التذكارية التي كانت تصدر لمناسبات معينة، والأختام الخاصة بها، والصور الفوتوغرافية التي أخذت في هذه المناسبات. على سبيل المثال: الصورة الفوتوغرافية التي أخذت بمناسبة مؤتمر البريد العالمي العاشر بالقاهرة عام ١٩٣٤، يجب أن توضع بجانب الطابع التذكاري الذي صدر لهذه المناسبة، ومعه الختم التذكاري الخاص به. وهكذا الحال مع كل طابع من الطوابع التذكارية.

- قاعة ٨: قاعة متعددة الأغراض للاجتماعات والمحاضرات والندوات.

- قاعة ٩: أنشطة الأطفال: وعند شرح الهدف الثاني من الأهداف الاستراتيجية، ستوضح الباحثة الهدف من كل غرفة، وما أنواع الخدمات والأنشطة التي يمكن أن تُقدم بها.

وبما أن العامل الرئيسي داخل متحف البريد يتمثل في الطوابع البريدية بما تحمله من تاريخ وحضارة وقصص وحكايات؛ لذا يجب دراسة أسلوب الإضاءة داخل المتحف. فهناك الإضاءة الصناعية والإضاءة الطبيعية التي تنقسم بدورها إلى إضاءة علوية وإضاءة جانبية، ولكل منها مميزات وعيوبه، حيث إن للإضاءة المستخدمة حاليًا تأثيرًا سلبيًا على الورق، كما أنها تعكس الضوء مع الزجاج و"الفاترينات" التي توضع بداخلها هذه الملصقات الصغيرة.

يجب كذلك اتخاذ اللازم لحماية المعروضات من عوامل التعرية التي يمكن أن تؤثر على سلامتها وأهمها الرطوبة خاصةً مع الأوراق، والحرارة والتكيفات، وتلوث الهواء وتغير تركيبه الكيميائي الذي له تأثير سلبي على القطع. وبالإضافة إلى كل ما سبق، فمن الضروري عند إعادة التخطيط للمتحف أن يتم وضع سياسة تضمن حماية المجموعات ضد الكوارث أو الطوارئ الطبيعية أو تلك التي تنشأ من الإنسان.

الهدف الثاني: تعزيز تجربة الزائر:

صارت المتاحف مؤسسات تربية وتعليمية وترفيهية في آن واحد، تؤدي دورًا مهمًا في مجال التنقيف والتنوير، ولكي يحصل زائر المتحف على الحد الأقصى من فرص التعلم والمتعة؛ يجب أن يشعر بالترحاب والأمن، ويكون على يقين أن مجموعة المتحف من المقتنيات والمعروضات تعرض لمنفعته ولو جزئيًا، وأنها جزء من تراثه وفهمه لمكانه في المجتمع في الوقت الحاضر. والزوار الذين يشعرون بالرضا يعدون قيمة متزايدة بالنسبة للمتحف؛ لأنهم ليسوا فقط مجرد معيار للنجاح الفردي، ولكنهم قد

أما عن أثاث المتحف فهو قديم وأثري، مثل حامل المراوح المستخدم في عرض الطوابع البريدية، ولكن في الواقع، وحسبما تبين من موقع المتاحف البريدية على الإنترنت، أن هناك وسائل لعرض المعروضات والطوابع حديثة ومتطورة تتيح فرصة أكبر للزائر للتفاعل مع القطع أو الملصقات الصغيرة التي توجد أمامه؛ لذا يجب إعادة النظر في تصميم "فاترينات" جديدة خاصة للطوابع، وترك نموذج من نماذج المراوح من منطلق شكلها الأثري.

يكررون الزيارة، وقد يصبحون من (أصدقاء المتحف). ولكي يحقق المتحف هذا، يجب على كل العاملين والموظفين به أن يخططوا لتقديم خدمات ونشاطات مفيدة وشيقة للزوار. ومن هنا يتضح أن هناك عاملين مهمين يتوقف عليهما رضاء الزائر وتعزيز زيارته للمتحف وهما: الموظفون والعاملون بالمتحف، والأنشطة والخدمات المتاحة.

١) الموظفون والعاملون بالمتحف:

يعد العاملون بالمتحف من أهم دعائمه، فمهما كانت أهمية المجموعات التي يكتنيها فإن عدم وجود موظفين يتولون الحفاظ على هذه المجموعات وعرضها وإتاحتها أمام الجمهور سيجعل حتى أهم الكنوز تفقد قيمتها. العاملون بالمتحف هم المسؤولين أمام الزائرين عن العناية بمقتنيات المتحف وحسن إدارتها وبيان أهميتها في نطاق المصلحة العامة للمجتمع. ولذا يجب إجراء اختبارات لهم للتأكد من أنهم على ثقافة وفهم لمهتهم، ولديهم إيمان واقتناع بما يقومون به، ولديهم الانتماء لهذا الوطن الذي أهدانا كل هذا الزخم الحضاري.

وبعد دراسة حالة متحف البريد المصري من خلال زيارات ميدانية متعددة للمتحف، وعمل مقابلات شخصية مع العاملين به، كان لابد من طرح مجموعة حلول مقترحة للمشكلات التي يعاني منها الموظفون والعاملون بالمتحف؛ لمراعاتها وتوفيرها والعمل عليها من أجل تحقيق تجربة ناجحة للزائر، وتتمثل هذه الحلول فيما يلي:

- وضع هيكل تنظيمي إداري خاص بالمتحف ترأسه الإدارة الحكومية المنوطة بمسئولية المتحف (وزارة الاتصالات)، يليها رئيس مجلس إدارة هيئة البريد، ثم

مدير المتحف الذي تندرج أسفله باقي الوظائف. وكي نحقق النجاح المنشود؛ فلكل موظف الحق في أن يكون لعمله توصيف وظيفي؛ حتى يكون لديه رؤية واضحة لواجباته ومهامه، ويستطيع تأديتها على أكمل وجه. وعلى جميع العاملين بالمتحف - من موظفين وعمال، ليس فقط الذين يحتكون بالزوار كل يوم، ولكن من هم خلف الكواليس أيضاً - الاقتناع أن لكل منهم دوراً يسهم به في إيجاد أفضل بيئة تتيح للزائر الوصول إلى المعروضات والاستمتاع بها.

- تعيين عدد أكبر من الموظفين المؤهلين تأهيلاً جامعياً ذا صلة بكليات الآثار والتاريخ والسياحة والتربية والفنون.

- تعيين مرشد سياحي أو أكثر بالمتحف يكون على دراية واسعة بتاريخ وحضارة بلده، ليس فقط بمقتنيات المتحف؛ حتى يستطيع ربط معروضات المتحف بالتاريخ والحضارة والفن معاً.

- تعيين معلمين (educators) للأنشطة المتحفية المختلفة، سواء بأجر، أو متطوعين، أو كلاهما، شرط أن يكونوا مبدعين ونشطاء ملمين بأساليب التربية والتعليم المتطورة؛ من أجل القدرة على التفاعل مع الجمهور من كافة الفئات العمرية، خاصة الأطفال والتلاميذ من المدارس وتحقيق أقصى استفادة لهم.

- توفير فرص مناسبة لرفع قدرات موظفي المتحف.

- إنشاء إدارة تسويقية وإدارة للاستثمار المتحفي.

- يجب على جميع العاملين الذين يحتكون بالزائر مباشرة أن يكون عندهم:

✓ مظهر لائق.

✓ روح التعاون.

وعليه، فإن سياسة المتحف التعليمية وأنشطته يجب أن تهتم بجمع الفئات العمرية من كبار السن والشباب مع التركيز بصورة أكبر على الأطفال وطلبة المدارس، فهي مرحلة التلقي والاستيعاب التي يكتسب فيها الطفل السلوكيات والقيم المختلفة التي تبقى آثارها فيه. وهم في الواقع يمثلون قاعدة الهرم التعليمي والثقافي. فأى تطوير أو تجديد أو تنمية لقيم أو سلوكيات في أفراد المجتمع ومفاهيمه لا بد أن تبدأ من القاعدة؛ لأنها الأساس الذي يبنى عليه كل شيء في المستقبل. وقد ساهمت نتائج تحليل الاستبيانات التي قامت بها الدراسة للمرشدين السياحيين ومدرسي التاريخ والدراسات الاجتماعية بالمدارس المصرية على توضيح اهتمامات الزائرين والطلاب وميولهم ورغبتهم في وجود مجموعة من الأنشطة داخل المتحف. وفيما يلي نستعرض مقترحاً لمجموعة الأنشطة التي يمكن تنفيذها داخل المتحف:

❖ الإرشاد السياحي:

يعد الإرشاد السياحي داخل المتحف من الأنشطة المهمة؛ لما له من أهمية في التعريف والتنقيف بمحتويات المتحف وكل ما يتعلق به. فمن خلال المرشد يمكن توصيل مفاهيم المتحف وأهدافه. ولذا فالمرشد يجب أن يكون قادراً على جعل المجموعة التي يصطحبها تستخدم الحواس والعقل من خلال المشاهدة، واللمس، والحركة، والتخيل، والوصف، وسرد القصص، ومشاركة المرشد السياحي من خلال تركهم يصفون بعض القطع ويستكشفون بعض الحقائق. وإذا حاولنا تطبيق ذلك باختصار على بعض قاعات المتحف التي سبق أن أشرنا إليها في الهدف الاستراتيجي الأول سنجد أن المرشد السياحي وهو في: قاعة ١ (نشأة الكتابة والبريد) يمكن أن

✓ حسن الاستقبال.

✓ إجادة لأكثر من لغة.

✓ القدرة على مواصلة العمل عدد ساعات طويلة دون الشعور بالملل.

(٢) الأنشطة والخدمات:

الغرض الرئيسي مما يحتويه المتحف من معارف وما يقتنيه من مجموعات هو جعل الزائرين يشاركون في المعرفة والثقافة من خلال فهم الناس للمجموعات والمعروضات والاستمتاع بها؛ بواسطة الأنشطة والخدمات المتنوعة التي تناسب الفئات المجتمعية المختلفة. ومتحف البريد المصري بما يحويه من أقسام متنوعة له هدف مهم ورئيس اتضح في رؤيته ورسالته؛ وهو نشر التراث الحضاري لمصر من خلال مجموعته بواسطة الأنشطة والخدمات.

وتستهدف أنشطة المتحف وخدماته فئات متعددة في المجتمع مثل:

✓ العائلات والأسر.

✓ طلبة المدارس.

✓ الشباب المهتمين بتراثهم؛ لجمع معلومات عامة للتعليم أو لتقديم خدمات.

✓ طلاب الجامعات المعنية بالتاريخ والفن.

✓ هواة جمع الطوابع.

✓ أساتذة التاريخ ومدرسو الدراسات الاجتماعية بالمدارس المصرية (من أجل دعمهم في عملهم التعليمي من خلال طوابع البريد في المتحف).

✓ السائحون الأجانب باختلاف ميولهم ومستوياتهم الفكرية.

✓ العاملون بالفن الدرامي لاختيار الطوابع التي تتناسب مع الفترة الزمنية وتعبير عنها.

القاعة الخامسة (طوابع البريد الجوي) و التي تحتوي على طوابع البريد الجوي ومجسمات طائرات ومراحل لتطورها ستستهوي عدداً كبيراً من الأطفال وتثير فضولهم لمعرفة مجموعة من المعلومات العامة عن مخترع الطائرات، وكيف تعمل الطائرة، وما أول شركة طيران في مصر، وفيم كانت تستخدم طوابع البريد الجوي، ومتى ظهرت.

ثم في القاعة السادسة (بروتوكولات الملوك والرؤساء) سيتاح للمرشد السياحي فرصة الحديث عن سمات العصر الملكي، والملابس الخاصة بالفترة الملكية، كما يتضح من صورة الملكين فؤاد وفاروق على الطوابع، والأوشحة والأوسمة والنياشين، ولمن كانت تُهدى، وعلى أي حُل (بدل) كانت توضع. وكل البروتوكولات التي تخص هذه الفترة والفترة اللاحقة للملكية (الجمهورية). وفي القاعة السابعة (تاريخ مصر وحضارتها على الطوابع التذكارية) والتي تضم الطوابع التذكارية التي كانت تصدر لمناسبات معينة، فيمكن للمرشد السياحي أن يجلس أياماً عدة ليستفيض في الشرح عن الجوانب السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والمؤتمرات والمناسبات. فكلها أحداث مسجلة على طوابع البريد. وعلى المرشد أن يختار الحديث على ما يناسب المجموعة التي يصطحبها.

❖ الوسائل البصرية:

أصبحت اللوحات التوضيحية علمية كانت أو تعليمية، والرسومات، والخرائط، والصور الفوتوغرافية، والأفلام والفيديوهات داخل القاعة، وشاشات العرض ذات فائدة كبيرة في توضيح المفهوم وتحقيق الترابط المطلوب. فالخرائط الجغرافية يمكن أن يكون لها دور فعال إذا تم وضعها في

يحكي عن تاريخ البريد، وعن معرفة المصري القديم للكتابة منذ العصور الأولى، وإرساله رسائل للأقاليم المحيطة، مروراً بالعصور القديمة، والعصر اليوناني والروماني، والعصر الإسلامي، ثم العصر الحديث، ونشأة البريد المصري. كما سيتطرق لبعض القصص الطريفة في إرسال الرسائل عن طريق الرسل (سعاة البريد) وكيف كانوا يفتنون في اختراع حيل مختلفة لسرية الرسائل وكتمانها. فمرة يكتبونها على رأس ساعي البريد، ومرة يخبئونها في أحشاء الحيوانات، أو داخل ثمرة جوز هند، وأحياناً يرسلونها بالحمام الزاجل.

ثم ينتقل المرشد السياحي في القاعة الثانية (قاعة اختراع طابع البريد ومراحل صنعه) ليشرح قصة أول طابع بريد في العالم ومن اخترعه، وقصة اختراعه، ومتى بدأ استخدام أول طابع بريد في مصر، وأماكن صنعه، ومراحل صنعه، والعلامة المائية، والأوراق المستخدمة، والألوان. وكل ذلك بالاستعانة بالقطع واللوحات والأثاث والصور المتاحة بالقاعة.

وفي القاعة الثالثة (موظفو البريد واختراع صناديق البريد) سيتطرق المرشد السياحي لشرح أهم الوظائف بالقطاع البريدي (البريد المصري) ويركز على وظيفة ساعي البريد وأدواته التي كان يستخدمها. وصناديق البريد، ومتى اخترعت، ومن اخترعها.

أما في القاعة الرابعة (آثار مصر على طوابع البريد) فيركز المرشد السياحي على اعتزاز المصريين بتراثهم وحضارتهم وفخرهم بها. فأثار مصر ومعالمها التي صورت على الطوابع التي تجوب العالم هي خير دليل على عظمة الحضارة المصرية القديمة. كما يوضح كيف استخدمت هذه الطوابع كوسيلة دعائية للسياحة بمصر عبر العصور. أما

والحصان وصوت الحمام الزاجل وأصوات القطارات، أصوات الطائرات داخل القاعات (كونها وسائل نقل البريد قديماً وحديثاً).

❖ المعارض:

تعد المعارض من أهم وسائل التواصل والاتصال لدى المتحف، ففي المعارض تكون الأولوية في المناقشة والحوار للمجموعة المستهدفة. ويمكن تنفيذ العديد من المعارض في متحف البريد، فمسابقة الصور الفوتوغرافية لأهم الأماكن المصورة على طوابع البريد المصري التي سبق أن تم اقتراحها يمكن استغلالها في عمل معرض يضم الصورة والطابع الذي يمثلها، ونبذة تاريخية عن الأماكن المصورة عليه، ويكون عنوان المعرض (مصر على طابع بريد). وبهذا نكون قد حققنا جزءاً من فكرة التعليم من خلال التجربة. وهناك فكرة معرض آخر يمكن تنفيذها لوسائل الاتصال الحديثة ومقارنتها بوسائل الاتصال قديماً. كما يمكن عمل معارض لهواة طوابع البريد، يقومون فيها باستكمال مجموعتهم من خلال تبادل الطوابع أو شرائها فيما بينهم.

❖ أفلام تسجيلية ووثائقية:

لا يتوقف اهتمام الجمهور عند القطع المعروضة بالمتحف، فإذا نجح المتحف في توفير نشاط متمثل في بعض الأفلام الوثائقية عن الشخصيات المصورة على الطوابع المصرية من ملوك ورؤساء وشخصيات مهمة كان لها تأثيرها وبصمتها في تاريخ مصر (مثل: محمد علي، القائد إبراهيم، الخديو إسماعيل، والملك فؤاد، والملك فاروق، والرئيس جمال عبد الناصر، وسعد زغلول، وعمر مكرم، وغيرهم الكثير المصور على الطوابع البريدية من العلماء، مثل: أحمد زويل، فاروق الباز، مجدي

القاعة رقم ٥ (قاعة طوابع البريد الجوي) حتى تسهل على المرشد السياحي توضيح البلاد التي كان يجويها الطابع المصري. ومهم جداً أن يعرف الطفل أو الطالب موقع بلده على خريطة العالم. أما الرسوم، مثل: رسم الطائرات، والقطارات المجسمة، وبعض صور طوابع البريد في القاعة رقم ٩ الخاصة بالأطفال ستساهم في شرح وسائل المواصلات التي كانت مستخدمة في نقل البريد.

ويمكن التفكير في عمل مسابقة لطلبة كلية الفنون الجميلة؛ لتقديم أجمل رسمة، ومن يفز بالمسابقة يتم بالرسم على إحدى حوائط المتحف. وبهذا يكون المتحف قد نجح في ربط الشباب بالمتحف وأعطاه الفرصة لزيارة المتحف والاستفادة منه قدر المستطاع. كما يمكن الاستعانة بشاشات العرض أو الأفلام والفيديوهات في القاعة رقم ٤؛ لعرض أهم المعالم والآثار المصرية القديمة المصورة على الطوابع بصورة أوضح. وهذه الوسائل ستسمح للزوار بالتعرف على جزء من حضارتهم وتراثهم. أيضاً يمكن عمل مسابقة للشباب المولعين بحضارة بلادهم ولديهم هواية أو خبرة في التصوير؛ ليقوموا بتصوير أهم الأماكن المصورة على الطوابع التذكارية، ويتم اختيار أفضلهم وتعليقها في القاعة رقم ٧. وبهذا نكون قد نجحنا في توطيد العلاقة بين الشباب والمتحف الذي أتاح لهم الفرصة بالتعرف على بعض معالم بلادهم من خلال التصوير.

❖ الوسائل السمعية (مجسمات الصوت):

فكرة استخدام مجسمات الصوت داخل المتحف لها أثر مبهج وتكسر حدة الملل عند الزائر إذا ما تم توظيفها بشكل شيق وصحيح. فعلى سبيل المثال، يمكن استخدام مجسمات أصوات الحيوانات كالحمار

الحديثة)، ووظيفة النادي، وهل لهم اتصال بناوادي هواة جمع الطوابع في العالم ... إلخ. وهذا النوع من الندوات من شأنه أن يستهوي الشباب؛ لأن كثيراً من أعضاء اللجنة من نفس الفئة العمرية للشباب، وهو ما سيبنيح المجال للتعرف على عقليات جديدة، وكيف تفكر وتعمل وتخدم وطنها. كما يمكن عمل محاضرات لأساتذة التاريخ والدراسات الاجتماعية داخل المتحف في محاولة لدمج مقتنيات المتحف بالمواد التعليمية، وتشجيع الطلبة على زيارة المتحف.

❖ الزيارات الميدانية:

يمكن أن ينظم المتحف في فصل الصيف برنامج رحلات لأهم الأماكن المصورة على الطوابع البريدية ليستفيد منها الأطفال والشباب وكبار السن على حد سواء. فعندما ترتبط الزيارات الميدانية بالمعروضات وموضوعات القطع المتحفية، فإنها توسع اهتمام الزائر بما وراء جدران المتحف، كما تعطي انطباعاً حياً عن كيفية ربط القطع الصامته بالمتحف بالبيئة الخارجية وبحياة المواطنين وأنشطتهم.

❖ أنشطة خاصة بالأطفال:

يختلف الدور التعليمي للمتحف عن دور المدرسة التعليمي؛ ففي المتحف يتم استخدام طرق التواصل المختلفة مع الأطفال التي تشجعهم على الكلام والتعبير واكتشاف أنفسهم. فدور المتحف هو بناء طفل مبدع صريح خلاق نشيط حساس مستقل، لديه القدرة على الاتصال مع الآخرين، قادر على التفكير وطرح أسئلة وبناء نظريات وتحليلها ... إلخ. ومن أهم الأنشطة التي تجذب الأطفال باختلاف مراحلهم العمرية إلى المتحف ورش العمل، وقد أكد على ذلك نتائج الاستبيان الموزع على مدرسون المدارس. وفيما

يعقوب وغيرهم، إضافة إلى المفكرين، أمثال: طه حسين وقاسم أمين، والأدباء، والفنانين)، سيجذب أعداد زائرين أكثر من بينهم كبار السن، وسيعطي فرصة ومجالاً واسعاً للحوار والمناقشة. وسيكون لهذه الأفلام مردود قوي على الأطفال، كما يمكن استغلالها مع طلبة المدارس لشرح بعض الشخصيات التي تمر عليهم في مناهجهم المصرية. أيضاً يمكن عمل أفلام ثلاثية الأبعاد عن أهم آثار مصر القديمة والإسلامية المصورة على الطوابع، وأفلام مراحل تصنيع الطابع بصورة مبسطة يمكن أن يستوعبها الكبير والصغير. فهذه كلها أنشطة تساهم في سرعة استقبال وتلقي المعلومة والوصول لعقليات متنوعة من الأطفال منهم المحب لآثار بلده، ومنهم الفنان، ومنهم من يريد أن يصبح مهندساً.

❖ محاضرات وندوات:

هناك جانب آخر مهم لطوابع البريد، وهو الجانب التقني والفني للطابع الخاص بالأوراق المستخدمة فيه، والألوان، والتصميم. وعليه، فإنه يمكن تنظيم محاضرات تعريفية عن كل ما يخص الطابع، يقدمها أشخاص متخصصون في هذا الجانب؛ ليكونوا على دراية كافية بكافة التفاصيل حول الموضوع، ويمكن أن تعرض هذه المحاضرات بمستويات مختلفة على مرات متعددة؛ كي تناسب الفئات العمرية والفكرية المختلفة.

ويمكن عمل ندوة مع أعضاء نادي هواة الطوابع، وعلى الأرجح ستكون ندوة شيقة للحديث فيها عن فكرة نشأة أول نادي لهواة جمع الطوابع في العالم وفي مصر، كيف بدأوا في تجميع الطوابع، وما الدافع وراء ذلك (في زمن تسيطر عليه التكنولوجيا

يلي أملة لبعض لورش العمل المختلفة التي يسهل تنفيذها داخل المتحف:

- ورشة العمل (١): كتابة الرسالة: فيها يقوم الطفل بكتابة رسالة لشخص يحبه ثم يقوم بوضعها في ظرف ويختتمها. الهدف من هذه الورشة (هذا النشاط) الحديث مع الأطفال عن النظام البريدي قبل اختراع أول طابع بريد، وأنواع الورق التي كانت مستخدمة، ومن كان يرسل الرسائل، وهل كان بإمكان كل الناس إرسال رسائل لغلاء سعرها، هل كان التعليم منتشرًا وقتها، والجميع كان عنده القدرة على القراءة والكتابة. كذلك يمكن مقارنة الوضع قديمًا بالوضع الحديث؛ أي كيف كان الاتصال قديمًا بين الناس وكيف أصبح الآن في ظل وسائل التكنولوجيا الحديثة. وجدير بالذكر أن الأدوات المستخدمة في هذا النشاط بسيطة وفي متناول اليد (ورق - صلصال - صمغ - زر).

- ورشة العمل (٢): تصميم الطابع البريدي: في هذه الورشة يبدأ المعلم بأن يحكي قصة ظهور أول طابع بريد في العالم، ثم أول طابع بريد ظهر في مصر، وأهمية طابع البريد ودوره على الرسالة البريدية. ويوضح المعلم أن هذا الطابع الملتصق على الرسالة يجوب العالم كله، ثم يسأل الطفل: ماذا تحب أن ترسم على الطابع ليراه العالم؟ وهنا يوزع المعلم طوابع فارغة على كل طفل؛ ليرى ميولهم وإبداعهم وأفكارهم. في النهاية يقوم المعلم بإعطاء بعض نماذج لأهم طوابع البريد المصرية.

- ورشة العمل (٣): ترتيب قصة داخل الرسائل: وفيها مجموعة من الرسائل تُكوّن قصة، عليها

أشكال لطوابع البريد، وداخل كل رسالة يوجد جزء من القصة. يعمل في هذا النشاط مجموعة من الأطفال معًا ليقوموا بترتيب القصة من خلال مجموعة الرسائل الموجودة أمامهم. في هذا النشاط يتعلم الطفل كيف يقرأ رسالة، كيف يفكر، ويكوّن قصة، والعمل الجماعي.

- ورشة العمل (٤): قيمة طابع البريد: الهدف من الورشة المقارنة بين سعر إرسال الرسالة قديمًا وسعرها في الوقت الحالي من خلال فئة (قيمة) العملة المدونة على الطابع. ففي هذه الورشة يقوم المعلم بتحضير مجموعة من الطوابع القديمة بالفئة القديمة، ومجموعة أخرى من الطوابع في يومنا هذا. وهنا يشرح المعلم أن اختلاف الفئة على الطابع الملتصق على الرسالة تختلف باختلاف المسافة والأميال التي يقطعها. ثم يختار الطفل (بين ١٠-١٤ عام) بلدًا ما يرسل إليه رسالة لصديق له. وهنا يبحث على الإنترنت عن فئة الطابع التي يحتاجها لإرسال الرسالة لهذا البلد. ومن خلال هذا النشاط يتعرف الطفل على قيمة العملات المستخدمة قديمًا، ومقارنتها بقيمة العملة اليوم، وكيف يختار الطابع المناسب لإرسال الرسالة إلى البلد الذي اختره.

- ورشة العمل (٥): شخصيات: فيها يعرض المعلم على شاشة إلكترونية مجموعة كبيرة من الشخصيات المهمة (ملوك، وزراء، زعماء، ممثلين، مغنين... وغيرهم). يستطيع الطفل من خلال هذه الشاشة أن يقرأ معلومات مبسطة عن كل شخصية بمجرد لمس الطابع على الشاشة. وفي النهاية يختار كل طفل الشخصية التي

كما أن هناك العديد من الأنشطة الترفيهية الأخرى التي يمكن ممارستها مع الأطفال داخل المتحف مثل:

✓ عرض بعض المسرحيات القصيرة للأطفال بواسطة المعلمين أو المتطوعين، إذا كان أحدهم موهوباً. وتتبع هذه المسرحيات من موضوعات الطوابع.

✓ هناك نشاط آخر يتم تنفيذه في العديد من متاحف طوابع البريد في العالم وهو "كن طابعاً". فيه يقف الطفل أمام شاشة، ويتم تصويره بالشكل الذي يحبه، ثم يختار فئة الطابع التي يحددها بنفسه ويضيفها لصورة الطابع، ثم يطبع الطابع أو يرسله لنفسه ولأصدقائه بالإيميل، وبذلك يظل هذا الطابع تذكراً من المتحف مع الطفل.

✓ من الأشياء المهمة التي تربط الطفل بالمتحف أيضاً وتزيد من رغبته في تكرار الزيارة، أن يقوم المتحف بإهداء الطفل ألبوم طوابع؛ ليبدأ في تجميع مجموعته من الطوابع.

وفي النهاية، نرى ضرورة تخصيص مجموعة من المعلمين والمتطوعين المتدربين للانتقال إلى المدارس لتطبيق هذه الأنشطة. فمن خلال إجابات الأساتذة والمدرسين بالمدارس -وفقاً للاستبيان الموزع عليهم- تبين ترحيبهم الشديد بهذه الفكرة خاصة وأنه يمكن ربط مادتي التاريخ والدراسات الاجتماعية التي يدرسها الطلبة بموضوعات المتحف المصورة على الطوابع البريدية.

الهدف الثالث: وضع خطة تسويقية لمتحف البريد:
يعد التسويق مجموعة من العمليات أو الأفكار أو الخدمات التي يتم تنفيذها؛ من أجل تشجيع الجمهور

يحبها ويطلبها على الطابع، ثم يعرضها على زملائه مفسراً سبب اختياره إياها. من خلال هذا النشاط يتعرف الطفل على مجموعة لا بأس بها من الشخصيات المهمة، ومن خلالها أيضاً يعبر الطفل عن ميوله العلمية أو الفنية في حديثه عن سبب اختياره للشخصية التي اختارها. كما تنمي لديه التعبير عن النفس.

- ورشة العمل (٦): تصميم طابعي: يمكن تنفيذها بعد أن يكون الطفل قد زار كل قاعات المتحف. هنا يقوم الطفل بتصميم طابع خاص به من خلال مجموعة اختيارات أمامه على الشاشة أو من خلال رسم يقوم به، حيث يتضح من خلالها أكثر ما لفت انتباهه الطفل في المتحف، وربما تكون الطائرات أو القطارات، وربما تكون شخصية ما، أو ربما الأهرامات وأبو الهول. ولربط الطفل بالمتحف، يمكن تخصيص حائط بالمتحف يلصق عليه كل طفل الطابع الذي قام بتصميمه، وفقاً لما لفت انتباهه في المتحف؛ وبذلك يترك الطفل بصمات شخصيته داخل المتحف، ويرتبط به، ويحب تكرار الزيارة له؛ ليرى طابعه.

- ورشة العمل (٧): وسائل النقل: يمكن عمل مجسمات صغيرة لأهم وسائل النقل التي كانت مستخدمة في نقل البريد، ويمكن أن يصحبها صور تظهر على شاشة عرض. وهنا يقوم المعلم بشرح تطور وسائل نقل البريد على مر العصور. ولا شك أن مثل هذا العرض سيجذب الأطفال؛ فمعظم ألعابهم في الواقع عبارة عن عجل وعربات وقطارات وطائرات.

- ✓ عمل فيلم تسويقي للمتحف وعرضه في المدارس؛ للتشجيع على تنظيم رحلات مدرسية للمتحف؛ ومن ثم جذب العائلة والأسرة والأصدقاء.
- ✓ استضافة أصحاب الشركات السياحية والمرشدين؛ لزيارة المتحف والتعرف عليه وعلى معروضاته وخدماته وأنشطته؛ من أجل إدراج المتحف ضمن البرامج السياحية لهم.
- ✓ عمل كتيبات صغيرة للمتحف عن أهم معروضاته والأنشطة به وتوزيعها على أماكن متفرقة؛ من أجل جذب أعداد كبيرة من الزائرين، مثل: مكاتب البريد، وشركات السياحة، ووزارة السياحة، والمدارس.
- ✓ عمل بازار داخل المتحف لبيع الهدايا والتذكارات، ويمكن أن يكون هذا البازار مصدرًا للدعاية والتسويق للمتحف، من خلال طبع أشكال الطوابع أو "لوجو" للمتحف على الهدايا الموجودة بالبازار.
- ✓ يمكن التسويق للمتحف من خلال إقامة ورش عمل خارج نطاق المتحف، من مدارس، ومكتبة الإسكندرية، وهيئة قصور الثقافة، والأندية، وغير ذلك من المؤسسات الثقافية.
- ✓ عمل معرض بطوابع البريد المصرية في مكتبة الإسكندرية، خاصةً أن المكتبة في تعاون مع المتحف، حيث يتم تصوير أو تحميل صور البريد حاليًا على موقع المكتبة بالتعاون مع Cult Net.
- ✓ اقتراح فكرة للتواصل مع متاحف البريد حول العالم من خلال مذكرات تعاون (تفاهم) M.O.U.
- ✓ أيضًا فكره تحميل تطبيق (application) للمتحف على الهاتف المحمول أمر يسير. (مثل فكرة ال snap shat).
- على زيارة المتحف أو جذبه للزيارة مرة أخرى؛ ومن ثم تحقيق أرباح. فالتسويق هو فن البيع، بيع الأفكار والخدمات التي تخدم المعروضات. إذا الزوار هم المحور الرئيسي لهذه العملية. ولإرضاء الجمهور الزائر للمتحف تم اقتراح مجموعة من الأنشطة والخدمات سبق الحديث عنها في الهدف الاستراتيجي الثاني. هنا يتبقى فكرة التسويق لهذه الخدمات والأنشطة التي توجد داخل المتحف والتي تخدم معروضاته من أجل جذب الجمهور لزيارة المتحف أو تكرار الزيارة لمرات متعددة فيما بعد. لذا يقترح ضرورة:
- ✓ تنفيذ موقع إلكتروني خاص بالمتحف، فالكثير لا يعرفون ولم يسمعوا عن متحف البريد المصري في مصر؛ ويرجع هذا لعدم التسويق للمتحف، وكون المتحف تابعًا لوزارة الاتصالات سيسهل ذلك فرصة إنشاء موقع إلكتروني.
- ✓ عمل صفحة خاصة بالمتحف على كافة وسائل التواصل الاجتماعي، مثل: (Instagram, Facebook, Twitter) للتواصل مع المجتمع، وتعريفهم بالأنشطة التي توجد داخل المتحف من معارض، ومسابقات، وزيارات ميدانية للأماكن الأثرية، ومحاضرات وندوات، وورش عمل للأطفال. فمن خلال الموقع الخاص بالمتحف أو هذه الصفحة يمكن عرض بعض الصور للمتحف، وصور كافة الخدمات والأنشطة ومواعيدها التي تقدم داخله؛ وهو ما سيؤدي بالتدريج إلى جذب أعداد لا بأس بها من أفراد المجتمع.
- ✓ الترويج للمتحف من خلال وسائل الإعلام.

الهدف الرابع: تحقيق مبدأ الاستدامة:

من أجل تحقيق رسالة المتحف، والبقاء على قيد الحياة، بل النمو والمساهمة في التنمية الثقافية وتحسين نوعية الحياة في المجتمع، يجب تحقيق مبدأ الاستدامة للمتحف. ومن أجل تحقيق مبدأ الاستدامة يجب:

- ✓ تنمية الموارد المالية وتنويعها.
- ✓ تنمية الأفراد المتطوعين؛ لتقديم الخبرة لأنشطة المتحف من خلال الدورات التدريبية المستمرة لهم.
- ✓ أن يكون للمتحف وضع مالي خاص به يستطيع من خلاله الحفاظ على المعروضات والمرافق التي تضم المتحف ومجموعته.
- ✓ إنشاء إدارة متخصصة في جانب الاستثمار من شأنها إعداد برامج خاصة وتنفيذها في مجال التمويل بصورة أكثر احترافية.
- ✓ تنسيق الأدوار والتعاون بين الوزارات المختصة والمسئولة من المتاحف (وزارة الآثار - وزارة الثقافة).
- ✓ التركيز على الاستراتيجية طويلة الأجل.
- ✓ جذب وتعيين الموظفين ذوي الخبرة والمهنيين.
- ✓ عقد اجتماع ربع سنوي مع المدير لمناقشة ما هو جديد ومتابعة الخطة الاستراتيجية.
- ✓ وضع خطة عمل سنوية كوثيقة مرجعية لضمان قيام كل موظف بتنفيذ مسؤولياته كما هو مخطط لها.
- ✓ عمل تقرير سنوي للنتائج القابلة للقياس؛ لإظهار التقدم والنمو؛ أو التراجع والمقارنة، من سنة إلى أخرى.

✓ وعلى سبيل المثال فإن قياس رصد الزائرين سنويًا، وتقييم نوعيات الزوار واحتياجاتهم، يعد من أهم دعائم الاستدامة؛ لأنها تساعد على التحسين والوقوف على أهم نقاط الضعف أو القوة والمشكلات.

- ✓ تقديم عملية التصوير، خاصة للطوابع؛ للحفاظ عليها، مع وضع لافتات تشير إلى ذلك.
- ✓ توافق المرافق العامة للمتحف مع أعداد الزائرين.
- ✓ عدد الزوار داخل المتحف وما يتناسب مع كثافة المتحف.
- ✓ الحفاظ على المعروضات وصيانتها بصورة دورية.
- ✓ أنواع طاقة لا تضر بالبيئة (استخدام الطاقة الشمسية والإضاءة الطبيعية).
- ✓ المرافق الخدمية (حمامات) ... إلخ.

تمشيًا مع المبادئ التوجيهية التي وضعتها منظمة السياحة العالمية وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة (٢٠٠٥) حول كيفية تطبيق مبادئ السياحة المستدامة، يتضمن هذا الهدف ثلاث ركائز (دعائم) أساسية: الاجتماعية والثقافية، البيئية، والاقتصادية. ويعد الوعي الثقافي والمشاركة المحلية ركيزتين أساسيتين للاستدامة؛ لذلك، فإن رفع الوعي الثقافي وتحقيق المشاركة الفعالة للسكان في الحفاظ على التراث سيقود المنطقة نحو التنمية السياحية المستدامة، وتحقيق أبعادها الثلاثة:

الاجتماعية والثقافية: من خلال زيادة انتماء السكان إلى المنطقة، واحترام التراث الثقافي وتعزيز العلاقات بين السكان المحليين والسياح.

الاقتصادية: من خلال فتح مجالات العمل للمقيمين، وتوفير المشاريع الصغيرة من الحرف اليدوية

والمنتجات المحلية، وتحسين مستوى المعيشة وزيادة قائمة المراجع

- الدخل.
- البيئية: من خلال الحفاظ على الأصول الثقافية،
- والحد من الممارسات السلبية في المناطق التراثية،
- وتعزيز السلوكيات المستدامة والاعتماد على
- المنتجات المحلية الصديقة للبيئة.

- عبد القادر، محمد فوزي ، جرجس، فيكتور أنطوان إبراهيم (٢٠١٠)، رواد البريد المصري، دار الكتب، القاهرة.
- وزارة المواصلات – مصلحة البريد (١٩٣٣)، تقرير عن أعمال مصلحة البريد لسنة
- جريدة الأهرام، العدد ١٧٦٥٦، الجمعة ٢ فبراير ١٩٣٤ - ١٧ شوال ١٣٥٢.
- مصلحة البريد (١٩٣٤)، تاريخ البريد في مصر، المطبعة الأميرية، القاهرة.

الخلاصة

- يعد متحف البريد بالقاهرة أحد المتاحف القيمة التي تحوي ثروة من الطوابع وأدوات البريد وعربات نقل البريد والطابعات واللوحات وغيرها من المقتنيات التي توثق تاريخ البريد وتطوره في مصر كما تعكس جوانب متنوعة من تراث مصر المادي والمعنوي في شتى المجالات. وبالرغم من أهميته إلا أنه لا يحظى بالاهتمام ولا يقوم بأي دور لعرض تراث مصر. لذا جاءت هذه الدراسة لوضع خطة استراتيجية متكاملة لتطوير المتحف وتفعيل دوره التعليمي والثقافي والترفيهي في المجتمع.
- وزارة المواصلات، مصلحة البريد (١٩٥٢)، تقرير عن أعمال مصلحة البريد لسنة ١٩٥٠، المطبعة الأميرية، القاهرة.
- مصلحة البريد (١٩٤٦)، مذكرة عن طوابع البريد المصرية بمناسبة مرور ثمانين عاما على إصدار أول طوابع بريد مصرية (١٨٦٦-١٩٤٦)، المطبعة الأميرية، القاهرة.
- Brotherton, Bob. (2008), Research Hospitality and Tourism, London, SAGE Publications Ltd,
- Sekaran, U. (1992), Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, 2nd ed., John Wiley & Sons, Inc, New York.
- Poynter, J. (1993), How to Research and Write a Thesis in Hospitality and Tourism, John Wiley & Sons, Inc, New York.



مبنى متحف البريد المصري
<http://ils.gov.eg/story/20334?lang=en>

لوحة رقم (١)
متحف البريد بالقاهرة



لوحة رقم (٢)
اجتماع مؤتمر اللبريد العالمي العاشر- القاهرة ١٩٣٤



لوحة رقم (٣)
تمثال نصفي من البرونز للخديو إسماعيل على قاعدة بيضاء



لوحة رقم (٤)
كليشيهات طوابع البريد المصرية



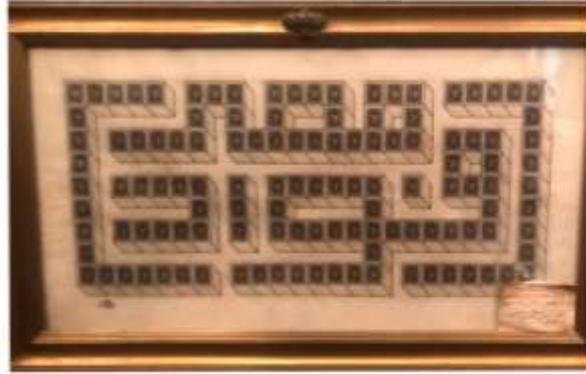
لوحة رقم (٥)
ماكينة طباعة العلامة المائية



لوحة رقم (٦)
قاعة طوابع البريد المصري
طوابع البريد داخل المراوح الخشبية



لوحة رقم (٧)
قاعة طوابع البريد المصري
لوحة نادرة للملك فاروق



لوحة رقم (٨)
اسم الملك فؤاد مرسومًا بطوابع البريد



لوحة رقم (٩)
إطار داخله اسم الملك فاروق مرسوم بالطوابع



لوحة رقم (١٠)
مجسم كبير لرمز الإتحاد العالمي



لوحة رقم (١١)
عربات نقل البريد



لوحة رقم (١٢)
عربات السكة الحديد لنقل البريد



لوحة رقم (١٣)
طائرات نقل البريد



لوحة رقم (١٤)
صناديق البريد الخاصة بالحقبة الملكية



لوحة رقم (١٥)
لوحة مكونة من ١٥ ألف طابع تجسد صورة أبي الهول والأهرامات

مرفق ١

استمارة استبيان

(خاصة بالمرشدين السياحيين)

ارجو من سيادتكم معاونتي في استيفاء أسئلة هذا الاستبيان، والذي يعتبر أحد الجوانب الرئيسية في إعداد رسالة الدكتوراه التي تهدف إلى التعرف على أهمية متحف البريد بما يحويه من مجموعة من الطوابع المصرية يمكن من خلالها التعرف على تراث مصر الحضاري.

لذا نرجو من سيادتكم التكرم بالإجابة على هذا الاستبيان بكل دقة وموضوعية وبما يعكس الواقع الملموس في عملكم، ونحيطكم علمًا بأن نتائج هذا الاستبيان لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

ونشكركم على حسن تعاونكم ...

أولاً: البيانات الشخصية:

المؤهل الدراسي:

- بكالوريوس
 ماجستير
 دكتوراه
 أخرى

عدد سنوات الخبرة:

- أقل من خمس سنوات
 ١٠-٥ سنوات
 أكثر من ١٠ سنوات

ثانياً: أسئلة عامة حول زيارة المتحف:

هل هناك تنوع نسبي في زيارات المتاحف داخل مصر طبقاً للبرامج السياحية المنفذة؟

- نعم
 لا

إلى حد ما

هل تحتل زيارة المتاحف مرتبة متقدمة في البرامج السياحية؟

- نعم
 لا

إلى حد ما

ما هي المتاحف الأكثر ارتياداً من قبل الزائرين؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- متاحف الفنون
 متاحف التراث
 متاحف التاريخ
 المتاحف القومية

ما هي أكثر أنواع الخدمات والأنشطة التي تجذب الزائر داخل المتحف؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- كافيتريات
 حدائق
 معارض
 ورش عمل
 أفلام تسجيلية
 كتيبات
 وسائل سمعية وبصرية
 جلسات تصوير
 أخرى

ما هي أكثر الوسائل التي يمكن أن تؤثر في معرفة الأفراد بالتراث الحضاري؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- سرد الحقب التاريخية للقطعة
 وصف / شرح القطعة فقط
 أفلام تسجيلية
 ورش عمل
 أخرى

هل تهتم بزيارة واستكشاف متاحف لم يسبق لك زيارتها؟

- نعم
 لا

إلى حد ما

ثالثاً: متحف البريد

هل سمعت عن متحف البريد كأحد المتاحف التي تمثل التراث الحضاري لمصر؟

- نعم
 لا

إلى حد ما

هل سبق لك زيارة متحف البريد الموجود بمنطقة العتبة بالقاهرة؟

- نعم
 لا

إلى حد ما

إذا كانت الإجابة بـ "نعم" برجاء الإجابة على الأسئلة التالية:

كم عدد مرات الزيارة؟

- مرة واحدة
 ٢-٤ مرات
 ٥-٧ مرات

- ٨ مرات فأكثر
- أخرى
- صحبة من كانت زيارتك للمتحف؟
- جولات إرشادية مع الزائرين
- زيارة فردية
- أخرى
- كم من الوقت استغرقت الزيارة داخل المتحف؟
- نصف ساعة أو أقل
- ساعة
- أكثر من ساعة
- هل طريقة عرض طوابع البريد داخل المتحف جذبت نظر المجموعة المصاحبة لك؟
- نعم
- لا
- إلى حد ما
- من خلال زيارتك، ما المزايا التي يمكن أن يقدمها المتحف للزائر؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)
- التوعية بتاريخ الحقبة المعروضة
- خدمة النواحي التعليمية للطلاب
- المعرفة الثقافية
- التواصل والتفاعل مع المجتمع الخارجي
- الترفيه
- غير ذلك
- إذا كانت الإجابة بـ "لا" برجاء الإجابة على الأسئلة التالية:
- ما أسباب عدم الزيارة؟
- عدم السماح عن المتحف
- لم يسبق أن تم إدراجه في البرامج السياحية
- لا يهتم الزائر بهذا النوع من المتاحف
- غير ذلك
- بعد معرفتك بما يتضمنه متحف للبريد هل تفكر في زيارته؟
- نعم
- لا
- إلى حد ما
- رابعاً: تطوير الإمكانيات والأنشطة الداعمة لمتحف البريد:
- بعد معرفتك بوجود متحف للبريد يضم مجموعة من طوابع البريد المصرية يمكن من خلالها عرض التراث الحضاري لمصر، هل تفكر في زيارتها؟
- نعم
- لا
- إلى حد ما
- إذا علمت أن المتحف يمكن أن يقدم تجربة وخبرة مختلفة للزائرين، هل يمكن أن يمثل ذلك دافعاً أكبر لزيارته؟
- نعم
- لا
- إلى حد ما
- من وجهة نظرك، هل يستطيع المتحف جذب الزائرين إذا قام بعرض تراث مصر الحضاري من خلال طوابع البريد المصرية بواسطة أنشطة متنوعة تلائم مختلف الزائرين؟
- نعم
- لا
- إلى حد ما
- ما أنواع الأنشطة التي قد يرغب فيها مجموعات الزائرين المرافقة لك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)
- جولة داخل المتحف مصحوبة بالشرح
- سرد القصص مع الشرح
- ورش عمل (٢٠ دقيقة)
- محاضرات قصيرة (٢٠-٤٥ دقيقة)
- معارض
- أفلام وثائقية عن أهم الشخصيات التي تناولها طوابع البريد المصرية
- غير ذلك
- هل لديك مقترحات أخرى تساهم في تعزيز معرفة الأفراد بمتحف البريد المصري كأحد معالم التراث الحضاري في مصر؟

مرفق (٢)

استمارة استبيان

(خاصة بأستاذة التاريخ والدراسات الاجتماعية)

ارجو من سيادتكم معاونتي في استيفاء أسئلة هذا الاستبيان، والذي يعتبر أحد الجوانب الرئيسية في إعداد رسالة الدكتوراه التي تهدف إلى التعرف على أهمية متحف البريد بما يحويه من مجموعة من الطابع المصرية يمكن من خلالها التعرف على تراث مصر الحضاري.

لذا نرجو من سيادتكم التكرم بالإجابة على هذا الاستبيان بكل دقة وموضوعية وبما يعكس الواقع الملموس في عملكم، ونحيطكم علمًا بأن نتائج هذا الاستبيان لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

ونشكركم على حسن تعاونكم ...

البيانات الشخصية:

اسم المدرسة (اختياري):

المؤهل الدراسي: (ليسانس - بكالوريوس - ماجستير - دكتوراه - شهادات أخرى) .
عدد سنوات العمل: (سنة أو أقل - ٢-٥ سنوات - ٦-١٠ سنوات - أكثر من ١٠ سنوات) .
أسئلة عامة:

ما هي أنواع النشاطات التي تقدمها المدرسة للطلاب لتبسيط منهج الدراسات الاجتماعية (التاريخ) ؟

نشاط ترفيهي فقط

نشاط علمي فقط

الاثنيين معا

لا تقدم أي نشاطات بالمرّة

هل تُعد زيارة المتاحف جزء من النشاط الذي تقوم به المدرسة؟

نعم

لا

في حالة معرفتكم بوجود متحف يقدم جزء من المحتوى العلمي لمنهج التاريخ في شكل أنشطة مستوحاه من التراث الحضاري الموجودة على طابع البريد المصري، هل سترغب في زيارته مع طلبة المدرسة؟

نعم

لا

إلى حد ما

من وجهة نظرك، ما نوع الأنشطة التي يمكن أن تحقق فهم أفضل بالتراث الحضاري المصري لدى الطلاب؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

سرد تاريخي

نشاطات فنية وورش عمل

أفلام تسجيلية

أخرى

هل تمثل التربية المتحفية نشاط هام يمكن أن يسهم في المناهج التعليمية في المدرسة؟

نعم

لا

إلى حد ما

هل تعتقد أن المدرسة تهتم بإدراج هذا النوع من التربية في مناهجها؟

نعم

لا

إلى حد ما

هل ترحب المدرسة بفكرة إقامة ورشة عمل للتربية المتحفية كتجربة جديدة لهذا النشاط بالمدرسة؟

نعم

لا

هل لديك أي مقترحات تتعلق بإدراج التربية المتحفية في المناهج المصرية أو تتعلق بالنشاطات التي تستهوي الطلاب فيما يخص مادة الدراسات الاجتماعية والتاريخ ؟

The Egyptian Post Museum: a Strategic Plan to Develop and Activate its Role in Presenting the Heritage of Egypt

Sara Moustafa Ragab

Lecturer of Contemporary History - Tourist Guiding Department
Faculty of Tourism and Hotels - Alexandria University

Heba Mahmoud Saad

Professor of Islamic Archeology - Tourist Guiding Department
Faculty of Tourism and Hotels - Alexandria University

Abstract:

Collecting stamps and documents that record the history of post service in Egypt was credited to King Fouad who started his private collection in 1866. The idea of establishing a Post Museum came up during the 10th International Postal Conference, which was held in Cairo in 1934. When a good collection was gathered and the exhibition was prepared in 1940, the museum was opened to visitors by the beginnings of King Farouk's reign. The Post Museum of Egypt is located at Attaba area in Cairo. It hosts a large collection of machines used for printing stamps, photos and various artifacts related to post and most importantly a large collection of postage stamps recording the various types and categories of stamps issues in Egypt since 1866.

The stamp collection is a rich record of the Egyptian modern and contemporary heritage, recording of the most important political, economic, and social events of Egypt during that era. The collection also commemorates achievements of Egypt's rulers, varying between conferences, exhibitions, the inauguration of cities, universities and institutes, political treaties and victories and many other achievements. Such collection can also reflect the Egyptian identity, role and importance amongst other nations at that era.

Unfortunately, the museum suffers many problems such as storage, lack of documentation, unqualified staff, lack of marketing strategy and last but not least, lack of community engagement and social and educational role. Therefore, all the rich heritage locked down within the walls of the museum's rooms is not used for the benefit of the society.

Therefore, the researchers designed a strategic plan for the museum to improve its display and activities and enhance its social educational role in the society. The ultimate goal of that plan of development is enable the museum to display the Egyptian cultural heritage on postage stamps and linking the museum to the external community.

Keywords: cultural heritage- Post Museum- community engagement- roles of the museum.