



الأكاديمية

AL-ACADEMY



99

تصدر عن كلية الفنون الجميلة - جامعة بغداد
مجلة فصلية علمية محكمة

ISSN 2523-2029 (Online), ISSN 1819-5229 (Print)

<https://doi.org/10.35560/jcofarts>



العراقية
المجلات الاكاديمية العلمية



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

dr.nsiyf@cofarts.uobaghdad.edu.iq	أ.د. نصيف جاسم محمد	رئيس التحرير
emaddigitalighting2018@Gmail.com	أ.م.د. عماد هادي عباس	مدير التحرير
Drnawalmuhsin@Gmail.com	أ.د. نوال محسن علي	هيئة التحرير
hmhslr@ul.edu.lb	أ.د. محمد حسني الحاج-لبنان	
wisam_marqus@yahoo.com	أ.د. وسام مرقس عوديشو-العراق	
shatha.taha.salim@gmail.com	أ.د. شذى طه سالم -العراق	
drhashim36@gmail.com	أ.د. هاشم خضير حسن-العراق	
RaadAlshatty@yahoo.com	أ.د. رعد عبد الجبار ثامر - العراق	
mansour_rafat@yahoo.com	أ.د. رأفت السيد منصور-مصر	
mmachhour@hotmail.com	أ.د. مشهور مصطفى – لبنان	
mejrimahmoud80@yahoo.fr	أ.د. محمود الماجري-تونس	
ghawanmeh_mohd@yahoo.com	أ.د. محمد غوانمه-الأردن	
appliedarts71@gmail.com	أ.د. غالية الشناوي-مصر	
waleednaay@gmail.com	أ.م.د. وليد حسن الجابري-العراق	
yasirhass@gmail.com	أ.م.د. ياسر عيسى حسن الياسري	
Mutazinad72@yahoo.com	أ.م.د. معتز عناد غزوان	
dr.fathy.a.wahab@gmail.com	أ.م.د. فتحي عبدالوهاب - مصر	

رقم الايداع في المكتبة الوطنية 238 لسنة 1976

al.academy@cofarts.uobaghdad.edu.iq
<https://doi.org/10.35560/jcofarts>

Al-Academy
Journal of the College of Finearts
University of Baghdad

ISSN 2523-2029 (Online), ISSN 1819-5229 (Print)

تصميم الغلاف: أ.م.د. أكرم جرجيس نعمة - ieakram@yahoo.com
مدقق اللغة الإنكليزية: المدرس. عادل حسين جوده- adel.h@coart.uobaghdad.edu.iq
سكرتير إدارة المجلة: مبرمج أقدم. يوسف مشتاق لطيف- yousif@cofarts.uobaghdad.edu.iq

شروط النشر في مجلة الأكاديمي

1. يجب التسجيل في الموقع الالكتروني للمجلة من رابط التسجيل.
2. تحميل الاستمارات من الموقع وملؤها ثم اعادة ارسالها مرفقة مع البحث.
3. تخضع البحوث المقدمة للنشر للتحكيم العلمي من خبراء في تخصص البحث.
4. أن يكون البحث (جديداً) ولم يسبق نشره او قبول نشره في مجلة اخرى.
5. أن لا تزيد عدد صفحات البحث عن (16) صفحة حجم (B5), وفي حالة إضافة صفحات أكثر فيتم إضافة مبلغ 10.000 دينار عن كل صفحة.
6. يجب ان يكون التوثيق بطريقة (APA) وباللغة الإنكليزية فقط ويشمل ذلك المصادر العربية الملحقه في اخر البحث.
7. حجم الخط (13) ونوع الخط (Sakkal Majalla) والمسافة بين سطر واخر (1.0) ونوع الملف Word2010 أو أحدث.
8. توضع الاشكال والصور والمخططات والجداول في متن البحث وليس في اخره على ان تكون بدجة عالية من الوضوح وان يشار الى مصدريتها العلمية.
9. يتم تقديم ملخص للبحث باللغة العربية في بداية البحث وباللغة الانكليزية في نهاية البحث، وبحدود 250 كلمة، ووضع الكلمات المفتاحية تحت الملخص باللغة العربية والانكليزية ولا تتجاوز أربع كلمات.
10. يكتب عنوان البحث واسم الباحث وجهة انتساب الباحث والبريد الالكتروني ورقم الهاتف في الصفحة الاولى للبحث بالنسبة للغة العربية أما اللغة الانكليزية فيكتب اسم الباحث وعنوان البحث مع الملخص في نهاية البحث، علماً انه يتم اعتماد اسماء الباحثين المقدمة في بداية عملية التسجيل فقط ولا تعتمد التغييرات في اسماء الباحثين أثناء أو بعد فترة التحكيم.
11. تنتقل حقوق الطبع ونشر البحث الى المجلة حالة اشعار الباحث بقبول بحثه للنشر.
12. لا تعاد البحوث الى اصحابها سواء نشرت ام لم تنشر.
13. يخضع ترتيب البحوث داخل المجلة لاعتبارات فنية.
14. تكون اجور النشر، 125,000 مائة ألف دينار عراقي.
15. يستوفي مبلغ (150) مائة دولار عن كل بحث كأجور نشر لغير العراقيين.

المحتويات

5	عبد الكريم حسين عباس-العراق	المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة من وجهة نظر المشاهدين	بحوث السينما والتلفزيون
21	عبد الله حسين حسن-العراق	القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية ودورها في معالجة قضايا الشرق الأوسط	
37	-محمد عبد الرضا حسين -العراق	جماليات البناء الفني في البرامج التلفزيونية التعليمية	
57	أحمد محمد محسن-العراق	وظيفة الإلقاء لإيصال المعنى في الدراما الإذاعية	
75	-علاء جاسب عجيل -سارة سالم مهدي-العراق	القيم الإتصالية للإيحاء البصري في الاعلان التلفزيوني	
97	حيدر وسم صالح-العراق	الاشتغال الدلالي للمكان في الفيلم الأسطوري	
113	مها فيصل احمد-العراق	السمات البنائية للشخصية السيكوباتية في الخطاب السينماتوغرافي	
131	غسان محسن حمد-العراق	المستويات الجمالية في متغيرات الشكل في الافلام الاستعراضية الفيلم الهندي (main Tera hero) أنموذجا	
141	سامي علي حسين-العراق	الإيهام البصري في الديكور المسرحي المعاصر دراسة في المتغيرات التقنية	البحوث المسرحية
155	-راسل كاظم عوده -سلمان خلف حسين-العراق	فاعلية الإتصال الإعلامي و تشكلاته في العرض المسرحي المعاصر	
169	-اسيل ليث احمد -عبد الرحمن داخل احمد-العراق	سيمياء الإنشاء البصري في العرض المسرحي العراقي المعاصر	
181	وصال خلفه كاظم البكري	أثر بولوجيا السحر وتمثلاته في النص المسرحي العربي "مسرحية هاروت وماروت أنموذجا"	
199	-علي عدي صاحب -شيماء حسين طاهر-العراق	سيمائية العلامة الموسيقية في العرض المسرحي الإيمائي العراقي (أهريمان) أنموذجا	
215	هديل سلمان سعيد-العراق	أثر طرائق التشكيل على عملية تلبيد المواد الخزفية	بحوث الفنون التشكيلية
235	كنعان غضبان حبيب-العراق	أثر تدريس الكفايات في تعزيز الثقة بالنفس لدى طلبة قسم التربية الفنية أثناء التطبيق	بحوث التربية الفنية
253	مروة شاكر رضا-العراق	الثابت والمتغير في موسيقى العروض المسرحية لقسم التربية الفنية	
273	رشا اكرم موسى-العراق	تجليات الأنية والغيرية في مدارس التصوير الهندي	
293	غسان فاضل الجبوري-سلطنة عمان	إثارة الرغبة الإستهلاكية المضفنة في تصميم الصيغ التواصلية للإعلانات التجارية المطبوعة المعاصرة	بحوث التصميم
311	حنان بنت سعود الهزاع-المملكة العربية السعودية	دراسة مشاركة المرأة السعودية في معارض الفنون البصرية الرسمية	
329	رانيه علي احمد عبد الرحمن- المملكة العربية السعودية	الإفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات الداخلية للمسكن	

349	نجلء المرضوف السعدي-سلطنة عمان	المتغيرات المرتبطة بالأساليب الأداينة لفن الباتيك لتحقيق التأثيرات الملمسية الخطية في اللوحة الطباعية
365	زيد حاتم حربي العامري-العراق	الأيقونة والرمز وقيم التواصل الوظيفي والجمالي في تصميم المنتج الصناعي
389	سند فؤاد محمد-العراق	التشكيل الفني ودوره الجمالي في تصميم الإعلان التجاري الرقمي
403	-مصعب حسن عبد -شيماء عبد الجبار-العراق	المفاهيم الفكرية لنظرية الشك في تصميم المنتج الصناعي
427	وسام عبد الامير كريم-العراق	التقنيات التصميمية في ترويج الإعلان للمنتوج الوطني

المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة من وجهة نظر المشاهدين

عبد الكريم حسين عباس السوداني¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229

تاريخ استلام البحث 2020/10/5 , تاريخ قبول النشر 2020/11/4 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث:

مرت الدراما التلفزيونية بمراحل تطويرية عديدة الى ان وصلت واستقرت على شكل المسلسل التلفزيوني بالثلاثين حلقة، ومع تطور التقنيات التلفزيونية وانتشار القنوات الفضائية بشكل كبير تغير شكل الدراما التلفزيونية وأصبح المسلسل بجزأين ثم تصاعدت الاجزاء حتى وصلت الى العشرة اجزاء وتجاوزت ذلك. واصبح هذا الشكل من الدراما التلفزيونية ظاهرة فنية، فما ان يعرض المسلسل من احدى الشاشات ويحقق نجاحاً ملحوظاً حتى يذهب منتجوه الى انتاج جزء ثاني من المسلسل وهكذا، وقد ظل هذا الشكل الدرامي التلفزيوني بعيداً عن متناول البحث، الأمر لذي دعى الباحث الى انجاز هذا البحث الذي جاء بعنوان (المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة من وجهة نظر المشاهدين الذي سعى في اهدافه الى معرفة اراء المشاهدين في جوانب عديدة في الدراما التلفزيونية بالاجزاء المتعددة، وفي الاطار النظري) قام الباحث بدراسة مراحل تطور الدراما التلفزيونية في المبحث الاول والمسلسلات التلفزيونية بالاجزاء المتعددة بالمبحث الثاني، وفي الفصل الثالث حدد الباحث المنهج الوصفي كون الاستبيان يشكل احدى ادواته الأساسية. وصمم اداة البحث وهي استمارة الاستبيان التي تضمنت سبعة اسئلة وغطت ما جاء في اهداف البحث، وحدد العينة بثلاثمائة مبحوثاً من مدينة بغداد وتقع اعمارهم ما بين 15- 40 سنة.

الكلمات المفتاحية: المسلسلات التلفزيونية، الأجزاء المتعددة، المشاهدين.

مشكلة البحث: مما لا شك فيه ان الدراما التلفزيونية مرت بمراحل تطويرية عديدة، وقد استطاعت ان تجد لها شكلاً يميزها عن الدراما المسرحية والسينمائية وذلك بوصولها الى شكل المسلسل التلفزيوني بالثلاثين حلقة – والذي مر هو الآخر بمراحل تطويرية إذ اصبح بجزأين ول جزء بثلثين حلقة، ولعل آخر التطورات على شكل المسلسل هو ظهور المسلسل بالاجزاء المتعددة إذ وصل عدد اجزاء بعض المسلسلات الى عشرة اجزاء كما هو الحال في المسلسل العربي السوري (باب الحارة) والمسلسل الاجنبي (Friends) وقد ازدادت عدد الاجزاء كما في مسلسل (وادي الذئاب) ومسلسل (wciis) الذي وصل عدد اجزاءه الى اربع عشر موسماً، وقد

¹ كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد, Dr.khs8@gmail.com

لاقت هذه المسلسلات بالأجزاء المتعددة نجاحاً كبيراً من حيث سعة الانتاج والانتشار وحجم المشاهدة التي يمكن الوقوف عليها من خلال المشاهدات على اليوتيوب.

لقد أحدث هذا الشكل من الدراما التلفزيونية تغيرات عديدة انعكست على جميع مفاصل العمل الدرامي التلفزيوني بما فيها المشاهد الذي يشكل طرفاً أساسياً في معادلة الاتصال، ويكمن هذا التغيير في استذكار احداث الجزء السابق الذي يفصل عرضه عن الجزء اللاحق مدة سنة كاملة، وكذلك مسألة التفكير بالاحداث اللاحقة، فضلاً عن طبيعة موضوعات هذا الشكل الجديد من الدراما التلفزيونية.

من هنا تتوضح مشكلة البحث بعد ان اصبحت المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة ظاهرة كبيرة تحظى باهتمام ومتابعة المشاهدين، فما الذي يجذب المشاهد لمتابعة هذا الشكل من الدراما؟ كيف يتعامل معها من حيث التفكير بالاحداث القادمة من المسلسل؟ بل كيف يتعامل مع مسلسل ينتهي جزءه الأول ليأتي الجزء الثاني بعد مرور سنة وهكذا بقية الأجزاء؟ من هنا وجد الباحث ضرورة اجراء هذا البحث الاستطلاعي بعد ان بقي موضوع المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة بعيداً عن تناول البحث.

أهمية البحث: يتتبع اغلب الباحثين عن تناول الموضوعات التي لا تتوفر عنها مصادر علمية كافية، الأمر الذي يجعل من بعض الظواهر الفنية والاعلامية الجديدة التي تظهر بفعل التطور التقني والفني ان تقطع شوطاً كبيراً من تطورها وهي بعيدة عن تناول البحث، ولعل موضوع المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة احدى هذه الموضوعات التي ظهرت على السطح وتطورت كثيراً ووصل انتاج الأجزاء فيها الى عشرة اجزاء ولكنها ظلت بعيدة عن تناول البحثي – العلمي.

وعليه فان اهمية هذا البحث تتأتى من خلال كونه يسلط الضوء على موضوع فني جديد شكل ظاهرة كبيرة من خلال عدد المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة التي انتجت ومازالت تنتج، وبذلك فان البحث يقدم الفائدة للدارسين والعاملين في مجال الدراما التلفزيونية بشكل خاص والعمل التلفزيوني بشكل عام.

اهداف البحث: يسعى البحث للكشف عن واقع المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة وذلك من خلال النقاط الاتية:

1. مشاهدة المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة.
 2. الموضوعات التي يفضلها المشاهدون في المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة.
 3. اسباب مشاهدة المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة.
 4. توقعات المشاهدين لانتاج اجزاء اخرى من المسلسل التلفزيوني بالأجزاء المتعددة.
 5. استذكار المشاهدين نهاية احداث الجزء السابق من المسلسل التلفزيوني بالأجزاء المتعددة.
 6. استذكار المشاهدين لشخصيات الجزء السابق من المسلسل التلفزيوني بالأجزاء المتعددة.
 7. التفكير باحداث الجزء التالي والأجزاء الاخرى من المسلسل التلفزيوني بالأجزاء المتعددة.
- حدود البحث: يقتصر البحث في حده الموضوعي على تناول المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة، أما في حده المكاني فان البحث يستفتي عينة من المتابعين لهذا النوع من المسلسلات في مدينة بغداد في شهر كانون الثاني عام 2020.

تعريف المصطلحات: المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة: - يقصد به المسلسلات التلفزيونية التي تم انتاجها بأكثر من جزء، ومهما يكن عدد حلقات الجزء الواحد منها، وهي تمثل نفس عنوان المسلسل، ويتم عرض الاجزاء سنوياً.

الاطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول: مراحل تطور الدراما التلفزيونية

التلفزيون كوسيلة اتصال شأنه شأن الوسائل الأخرى مر بمراحل تطويرية عديدة وسرعان ما انعكست هذه التطورات على اشكال ومضامين برامجه الدرامية والادرامية. وقد جاءت هذه التطورات بشكل سريع مما ادى الى حدوث تطورات سريعة في اشكال ومضامين البرامج، ذلك ان (ما يحدث في ثقافة الصورة الان هو محصلة للثورة التكنولوجية). (Abdel Hamid, B.T, p.360) وقد كان للتطورات الكبيرة التي حصلت في نظم الاتصالات الفضائية عبر الاقمار الصناعية الدور والأثر الكبير في اعطاء وسائل الاعلام بشكل عام والتلفزيون بشكل خاص (مجموعة من الميزات المؤثرة تتمثل في القدرة على تجاوز حدود المكان بصورة مذهلة والقدرة على مخاطبة جموع واسعة من الجماهير في الوقت نفسه) (Asfour, 2002, p.102).

وبقدر ما يتعلق الأمر بالدراما التلفزيونية كنوع من انواع البرامج التلفزيونية، فقد تأثرت كثيراً بهذه التطورات والميزات، إذ مرت بمراحل تطويرية متعددة، اذ تشير المصادر الى ان التلفزيون منذ بداياته اعتمد على نقل المسرحيات كشكل من اشكال الدراما، واسس فرقاً مسرحية تهتم بذلك النوع من الدراما (Ali, 2009, p. 188. See: Tawfiq, 1975, p. 5). ويعد هذا الشكل هو الشكل الأول من اشكال الدراما التلفزيونية، إذ كانت المسرحية تنقل نقلاً مباشراً من داخل الاستوديو، ويلاحظ في هذا الشكل غياب المؤلف التلفزيوني، وعدم ارتباط الدراما التلفزيونية بموعد عرض محدد، وكذلك فان اخطاء الممثلين كان واضحة على الشاشة كونها تبث مباشرة، وسرعان ما أخذت الدراما التلفزيونية شكلاً آخراً حيث ظهرت (التمثيلية القصيرة التي لا يتجاوز وقتها العشرين دقيقة) (Ali, 2009, p. 188). وقد ظهر في هذا الشكل المؤلف التلفزيوني ولكن ظلت الاخطاء بالنسبة للممثلين والمصورين واضحة كون العمل كان يبث مباشرة، وكذلك لم يكن هناك موعداً ثابتاً للعرض بسبب قلة الانتاج، ومما يذكر ايضاً ان وقت التمثيلية التلفزيونية بدأ بالزيادة حسب الموضوع الذي تطرحه التمثيلية.

ومع تطور التقنيات التلفزيونية وظهور الكاميرا المحمولة وجهاز التسجيل الصوري وجهاز المونتاج اخذت الدراما التلفزيونية شكلاً آخراً اعطى لها شيئاً من خصوصيتها حيث غادرت النقل المباشر وأصبح بالامكان التصوير داخل الاستوديو وخارجه فضلاً عما وفره المونتاج من ميزات عديدة، وقد سبق هذا الشكل ظهور الفيلم التلفزيوني الذي كان يصور بكاميرا سينمائية وبشريط قياس 16 ملم ويعرض (بوسيلة آلية تشبه جهاز العرض السينمائي تعرف باسم التلسين (Telecine) (Morsi, 1980, p. 383). وقد تناولت الافلام التلفزيونية موضوعات اصغر من موضوعات الافلام السينمائية ولكنها اكبر من موضوعات التمثيلية التلفزيونية التي كانت مرتبطة بموضوعات الحياة اليومية، وهذا ما ادى الى ظهور شكل آخر من اشكال الدراما التلفزيونية حيث ظهر شكل الثنائية والثلاثية والرباعية والخماسية والسداسية ثم السباعية، وقد تركز من بين هذه الاشكال شكلي الثلاثية والسباعية اكثر من الاشكال الأخرى.

لقد استقر شكل الدراما التلفزيونية على المسلسل بالثلاثين حلقة لمدة طويلة، وهذا ما أدى الى زيادة الانتاج الدرامي التلفزيوني وخاصة مع ظهور الفضائيات اذ (اصبح المجال اكثر اتساعاً فاجذب اعداداً كبيرة من المشاهدين خصوصاً في رمضان واصبحت المنافسة والتطوير في معالجة الموضوعات هي من محددات العمل التلفزيوني) (Al-Safi, 2011, p. 138).

ويشير الباحث الى ان هناك بعض المسلسلات تجاوزت الثلاثين حلقة لأسباب درامية تتعلق بطبيعة الموضوع مثل مسلسل (الزير سالم) الذي جاء بأربعين حلقة. ان شكل المسلسل بالثلاثين حلقة اعطى المؤلف التلفزيوني مساحة اكبر في تناول الموضوعات، وكان هذا سبباً من اسباب ظهور المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة فضلاً عن التطورات الكبيرة التي حصلت في التقنيات التلفزيونية.

المبحث الثاني: المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة

تعد المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة آخر شكل وصلت اليه الدراما التلفزيونية ولكنه لم يلبس الشكل السابق وهو المسلسل بالثلاثين حلقة، اذ مازال الشكلان يسيران بخطين متوازيين، ولم يستطع احدهما الغاء الآخر، ويقف وراء ظهور هذا الشكل من الدراما اسباب عديدة، لعل اولها التطور الكبير في التقنيات التلفزيونية بشكل عام والتطورات التي حصلت على الكاميرا التلفزيونية وكذلك حجم الشاشة التلفزيونية بشكل خاص، اذ اصبح (هناك تقنيات رقمية سينمائية في التصوير السينمائي من خلال استخدام كاميرات تلفزيونية رقمية HD او SK وUK او 16K ومن ثم تحويلها الى فيلم سينمائي) (Salman, 2019, pp. 228-229) وبذلك اصبحت الصورة التلفزيونية اكثر وضوحاً واكبر حجماً مما كانت عليه في السابق، الامر الذي عكس هذا التطور على طبيعة المشاهد الدرامية التي لم تكن تتلاءم مع طبيعة الشاشة التلفزيونية، اذ اصبح بالامكان استيعاب اللقطات العامة التي تكشف عن عدد كبير من العناصر الفنية، وقد انعكس هذا التطور على طبيعة الموضوعات التي تتناولها الدراما التلفزيونية، فمع هذا التطور التقني تطورت موضوعات الدراما التلفزيونية واصبح بإمكانها تناول الموضوعات الكبيرة التي تتماشى وحجم هذا التطور التقني، ولعل هذا احد الاسباب التي ادت الى ظهور المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة التي تقوم على موضوعات كبيرة تتسع احداثها لكي تكون على شكل اجزاء متعددة، ومنها الموضوعات التي تغطي فترات تاريخية ومثال ذلك المسلسل العربي المصري (ليالي الحلمية) لمؤلفه اسامة انور عكاشة (الذي يروي جزءاً كبيراً من تاريخ مصر السياسي والاجتماعي) (Article, <https://al-ain.com>) وقد جاء المسلسل بخمسة اجزاء وتم عرض الجزء الاول منه عام 1986، وهناك عدد كبير من المسلسلات العربية التي تناولت الفترات التاريخية باطار سياسي واجتماعي، يذكر منها المسلسل المصري (بوابة الحلواني) والمسلسل السوري (باب الحارة) الذي بلغ عدد اجزائه عشرة اجزاء والمسلسل السوري (حمام القيشاني) بخمسة اجزاء عرض الجزء الاول منه عام 1994، ويذكر الباحث من المسلسلات العراقية بالأجزاء المتعددة والتي تناولت الفترات التاريخية باطار سياسي واجتماعي مسلسل (النسر وعيون المدينة) ومسلسل (مناوي باشا) اما بالنسبة للأمتثلة العالمية لهذا النوع من المسلسلات فيمكن ذكر المسلسل الاسباني Tiempos de Guem ومسلسل La pesto ايضاً والمسلسل التركي (ارطغرل).

ولم تقتصر موضوعات الدراما التلفزيونية متعددة الاجزاء على الموضوعات التاريخية، اذ تناولت مختلف الموضوعات ولعل اولها واهمها موضوعات الخيال العلمي التي كانت محدودة التداول تلفزيونياً، وقد تركزت موضوعات الخيال العلمي في المسلسلات التلفزيونية بالاجزاء المتعددة الاجنبية، ومن أمثلة ذلك المسلسلات الامريكية (West word) و(Stranger tnsngs) و(The hard maids Tale)، وكذلك تناولت المسلسلات التلفزيونية بالاجزاء المتعددة موضوعات الجريمة والاحداث المثيرة كما في المسلسل الامريكي (Breaking Bad) ومسلسل (Prison Break) والمسلسل الاسباني (La casa de papel). وكان للموضوعات الاجتماعية والصراع الطبقي موقعها في المسلسلات الاجنبية بالاجزاء المتعددة، كما في المسلسل الاسباني (Elite) ومسلسل (La chicas del cabe) ومسلسل (Velvet).

واذا كانت المسلسلات العربية بالاجزاء المتعددة قد ابتعدت كثيراً عن موضوعات الخيال العلمي وموضوعات الجريمة فانها اعتمدت بشكل اساس على الموضوعات الاجتماعية كما في مسلسلات (الشهد والدموع) و(اريد حلاً) و(البيوت اسرار) و(هوانم جاردن سيتي) والمسلسل السوري (الانتظار). وكذلك تناولت المسلسلات التلفزيونية العربية بالاجزاء المتعددة الموضوعات الاجتماعية باطار كوميدي كما في مسلسل (انا وبابا وماما) ومسلسل (يوميات زوجة مفروسة أوي) ومسلسل (رجل وست ستات) والمسلسل العربي السعودي (طاش ما طاش) الذي وصلت اجزاؤه الى الثمانية عشر جزءاً وبثلاثين حلقة لكل جزء.

ومع ان المسلسلات التلفزيونية العربية بالاجزاء المتعددة تناولت موضوعات اخرى سياسية وتربوية وموضوعات المخابرات والجاسوسية الا انها جاءت بمستوى محدود جداً رغم النجاحات التي حققتها، كما هو الحال في مسلسل (رأفت الهجان) كمثال لموضوع المخابرات والجاسوسية ومسلسل (يوميات ونيس) مثلاً للموضوعات التربوية، ومسلسل (الجماعة) مثلاً للموضوعات السياسية. اما بالنسبة للمسلسلات التلفزيونية العراقية بالاجزاء المتعددة فبالرغم من كونها تناولت في بداياتها الموضوعات الاجتماعية باطار سياسي الا انها سرعان ما ركزت على الموضوعات الاجتماعية الكوميديّة، ومن امثلة ذلك مسلسل (بيت الطين) ومسلسل (جريش ومريش) ومسلسل (برج العقرب)، وهذا لا يعني انها غادرت الموضوعات الأخرى بشكل نهائي، اذ ظهرت بعض المسلسلات بالاجزاء المتعددة، وقد تناولت موضوعات الاكشن والجريمة مثل مسلسل (ذئاب الليل) في حين ان المسلسلات التلفزيونية الاجنبية بالاجزاء المتعددة تناولت جميع الموضوعات وبأعداد كبيرة من المسلسلات، مما ادى الى تنافس الجهات المنتجة، فظهرت الى جانب المسلسلات الامريكية المسلسلات الاسبانية والكورية واليابانية والتركية.

واذا التزمت المسلسلات التلفزيونية العربية بالاجزاء المتعددة بعدد حلقات كل جزء من اجزاء المسلسل اذ بقي محافظاً على الثلاثين حلقة، وكذلك بزمن كل حلقة من الحلقات، اذ بقي محافظاً على زمن الساعة التلفزيونية التي ينحصر زمنها ما بين 45-52 دقيقة. فان المسلسلات التلفزيونية الاجنبية بالاجزاء المتعددة استطاعت ان تكسر هذه القواعد فلم يعد هناك التزام بزمن الحلقة الواحدة ايضاً، فقد جاءت بعض المسلسلات بالاجزاء المتعددة بأقل من عشر حلقات كما هو الحال في مسلسل (Lacasa de papel) ومسلسل (صراع العروش) ولم تلتزم المسلسلات بالاجزاء المتعددة بوقت الحلقة المتعارف عليه، اذ تجاوز في كثير من الحلقات وقت الساعة.

ويرى الباحث في عدم تحديد عدد الحلقات الجزء مع عدم الالتزام بوقت معين للحلقة يعطي للكاتب حرية كبيرة في الكتابة، وعدم التقيد ببعض المسائل التي تؤثر على المسلسل بشكل عام.

منهجية البحث

منهج البحث: لغرض الوصول الى نتائج تتسم بالدقة، فان البحث يعتمد على المنهج الوصفي الذي يشكل الاستبيان احدى ادواته الاساسية، وهي الاداة التي تتيح للباحث الوصول الى (الدرجة العالية من الدقة الناتجة عن استخدام الارقام في التعبير عن النتائج) (Zgheib, 2015, p. 106).

اداة البحث: يعتمد البحث على الاستبيان كأداة من ادوات المنهج الوصفي، كونها الاداة الانسب للوصول الى النتائج.

تصميم الاداة: تماشياً مع الاهداف التي يقوم عليها البحث، فقد قام الباحث بتصميم استمارة استبيان تضمنت سبعة نقاط اساسية، وهذه النقاط هي:

1. اشكال المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة التي يفضلها المشاهدون.
 2. الموضوعات التي يفضلها المشاهدون في المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة.
 3. اسباب مشاهدة المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة.
 4. توقعات المشاهدين لانتاج الاجزاء من المسلسلات التلفزيونية.
 5. استذكار المشاهدين لنهاية احداث الجزء السابق من المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة.
 6. استذكار المشاهدين لشخصيات الجزء السابق من المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة.
 7. تفكير المشاهدين بأحداث الجزء التالي من المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة.
- وقد حرص الباحث ان يكون الاستبيان مغلقاً، وذلك للحصول على نتائج أكثر دقة مع الأخذ بنظر الاعتبار ان الباحث حدد جميع الاختيارات واعطى الفرصة للمبحوثين في تحديد أكثر من اختيار للأسئلة التي تتطلب ذلك.

الاختبار الاولي للأداة: قام الباحث بتوزيع الاستمارة على مجموعتين، الاولى من المختصين في مجال العمل التلفزيوني والثاني من المشاهدين وبمعدل خمسة عشر استمارة لكل منهما. وقد اجاب افراد كلا المجموعتين عن اسئلة الاستبيان دون وجود اية صعوبة، وهذا ما يؤكد للباحث وضوح الأسئلة وسهولة الاجابة عنها.

الوسائل الحسابية: اعتمد الباحث على حساب التكرارات لكل سؤال واستخراج النسبة المئوية كونها من ابسط الوسائل الحسابية التي تكشف عن النتائج النهائية بشكل واضح.

مجتمع البحث: يتحدد مجتمع البحث بالاشخاص الذين يشاهدون المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة، والذين تقع اعمارهم ما بين 15- 40 سنة ويشمل المجتمع البحثي كلا الجنسين الذكور والاناث، والذين يسكنون مدينة بغداد.

عينة البحث: شملت عينة البحث (300) مبحوثاً تم اختيارهم بشكل قصدي (لاعتبارات علمية كوجود أدلة أو براهين تؤكد ان هذه العينة تمثل المجتمع.. (لاعتبارات واقعية او منطقية) (Abdel Aziz, 2014, p. 394). وجميع افراد العينة من الذين يشاهدون المسلسلات التلفزيونية بالاجزاء المتعددة اذ تم اختيارهم من مدينة بغداد بجانبها الكرخ والرصافة.

ولم يأخذ الباحث بأي من المتغيرات كالعمر مثلاً ذلك ان جميع افراد العينة تقع اعمارهم ما بين 15 - 40 سنة، اما بالنسبة لمتغير الجنس فإنه لم يشكل شيئاً مهماً كون البحث لا يهدف الى دراسة السلوك او طبيعة المشاهدة وما يتعلق بها من مسائل، اذ ان البحث يختص بالمسائل الفنية التي ليس لطبيعة الجنس تأثير كبير عليها.

نتائج الاستبيان

يستعرض الباحث في هذا الفصل نتائج الاستبيان وفقاً لما جاء في استمارة الاستبيان، وهي كالآتي:

1- اشكال المسلسلات التلفزيونية بالاجزاء المتعددة.

تكشف نتائج الاستبيان عن تصدر نسبة اللذين يفضلون مشاهدة المسلسل التلفزيوني بجزأين الموقع الاول من بين الاشكال الاخرى، حيث حصل شكل المسلسل بجزأين على (131) تكراراً من مجموع (300)، أي بنسبة 44% ويأتي بعده شكل المسلسل بالثلاثة اجزاء حيث حصل على (87) تكراراً أي بنسبة 29% ثم المسلسل بأكثر من ثلاثة اجزاء بحصوله على (82) تكراراً. أي بنسبة 27% كما مبين في الجدول (1).

ت	اشكال المسلسلات بالاجزاء المتعددة	التكرار	%
1	المسلسل بجزأين	131	44%
2	المسلسل بثلاثة اجزاء	87	29%
3	المسلسل بأكثر من ثلاثة اجزاء	82	27%
	المجموع	300	100%

الجدول (1)

التكرارات والنسب المئوية لأشكال المسلسلات التلفزيونية بالاجزاء المتعددة المفضلة لدى العينة

2- الموضوعات المفضلة في المسلسلات التلفزيونية بالاجزاء المتعددة.

تشير نتائج الاستبيان الى تفضيل نسبة كبيرة من العينة لموضوعات (الاكشن) في المسلسلات التلفزيونية بالاجزاء المتعددة، اذ حصلت على (186) تكراراً من مجموع (300)، وهي بذلك تشكل نسبة 62%، وتأتي بعدها في الموقع الثاني (الموضوعات التاريخية) بحصولها على (129) تكراراً من مجموع (300)، أي بنسبة 43% ثم موضوعات (الفانتازيا) بحصولها على (123) تكراراً من مجموع (300)، أي بنسبة 41% ثم تأخذ النسبة بالانخفاض، حيث حصلت موضوعات (الكوميديا) على نسبة 29%، والموضوعات (الاجتماعية) على نسبة 24% وتأتي بعدها موضوعات (الرعب) بنسبة 23% والموضوعات (الرومانسية) بنسبة 21% واخيراً الموضوعات السياسية بنسبة 16%.

ولابد من الإشارة هنا الى ان الاستبيان ترك للعينة اختيار اكثر من اجابة في هذا السؤال، كما مبين في الجدول (2).

ت	الموضوعات المفضلة في المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة	التكرار	%
1	اللاكشن	186	62%
2	التاريخية	129	43%
3	الفانتازيا	123	41%
4	الكوميديا	87	29%
5	الاجتماعية	71	24%
6	الرعب	69	23%
7	الرومانسية	63	21%
8	السياسية	48	16%

الجدول (2)

التكرارات والنسب المئوية للموضوعات التي تفضلها العينة في المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة

ويرى الباحث ان تصدر موضوعات (اللاكشن) والموضوعات (التاريخية) وموضوعات (الفانتازيا) للمواقع الثلاثة الاولى من بين الموضوعات الاخرى يعود لسببين: الأول ان هذه الموضوعات كانت غائبة أو قليلة في المسلسلات التلفزيونية بالجزء الواحد، والسبب الثاني هو شعور او معرفة المشاهد بإمكانية امتداد الاحداث لهذه الموضوعات لأكثر من جزء أكثر من غيرها من الموضوعات.

3- اسباب متابعة العينة للمسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة.

تكشف نتائج الاستبيان تصدر سبب (احداث المسلسل) الموقع الاول من بين الاسباب الاخرى لمتابعة المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة، حيث حصل على (153) تكرار من مجموع (300) وهو بذلك يشكل نسبة 51%، ويأتي بعده سبب (الممثلين) بحصوله على (125) تكراراً من مجموع (300)، أي بنسبة 45% ثم بسبب (الشخصيات في المسلسل) بحصوله على نسبة 41% ثم تنخفض النسبة الى 28% لسبب (الخراج) ونسبة 18% لسبب (الجهة المنتجة)، ويشير الباحث هنا الى ان الاستبيان ترك للعينة اختيار اكثر من سبب، كما مبين في الجدول (3).

ت	اسباب متابعة العينة للمسلسلات التلفزيونية متعددة الاجزاء	التكرار	%
1	احداث المسلسل	153	51%
2	الممثلين	136	45%
3	الشخصيات	123	41%
4	الايخراج	84	28%
5	الجهة المنتجة	54	18%

الجدول (3)

التكرارات والنسب المئوية لأسباب متابعة العينة للمسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة

وفي الوقت الذي يؤكد الباحث ان تصدر اسباب (أحداث المسلسل) و(الممثلين) و(الشخصيات) يعود لامكانية المشاهد على تمييزها، فانه بالمقابل يؤكد ان سبب انخفاض نسبة سبب (الايخراج) انما يعود لعدم امكانية المشاهد على تمييز طبيعة الاخراج التلفزيوني، اما بالنسبة لانخفاض سبب (الجهة المنتجة) فان معرفة ذلك لا يشكل اهمية لدى الكثيرين.

4- توقعات المشاهدين لانتاج الاجزاء الاخرى من المسلسل التلفزيوني بالأجزاء المتعددة.

تشير نتائج الاستبيان الى تفوق نسبة اللذين يتوقعون انتاج اجزاء اخرى من المسلسل حيث حصل هؤلاء على (225) تكراراً من مجموع (300) وتوزعت اختياراتهم على اجابتين، الاولى (احياناً) وحصلت على النسبة الاكبر من بين الاختيارات بحصولها على (123) تكراراً من مجموع (300) اي بنسبة 41% والثانية (نعم) وحصلت على (102) تكراراً اي بنسبة 34% اما اللذين لا يتوقعون انتاج الاجزاء الاخرى من المسلسل فقد بلغ عددهم (75) من مجموع (300) وهم بذلك يشكلون نسبة 25% كما مبين في الجدول (4).

ت	توقعات انتاج الاجزاء الاخرى من المسلسلات بالاجزاء المتعددة	التكرار	%
1	نعم	102	34%
2	كلا	75	25%
3	احياناً	123	41%
	المجموع	300	100%

الجدول (4)

التكرارات والنسب المئوية لتوقعات العينة لانتاج الاجزاء الاخرى من المسلسل التلفزيوني بالاجزاء
المتعددة

ويرى الباحث ان سبب ارتفاع نسبة اللذين يتوقعون انتاج اجزاء اخرى من المسلسل التلفزيوني بالاجزاء المتعددة يعود الى سببين اساسيين، الأول ان الجهات الانتاجية تقوم بالتنويه عن ذلك قبل نهاية الجزء المعروف، والثاني يكمن في نجاح الجزء المعروف على الشاشة، فقد عمدت بعض الجهات المنتجة الى انتاج اجزاء اخرى من المسلسل وذلك في ضوء النجاح الذي يحققه العمل في جزءه الاول والثاني وهكذا.

5- استذكار نهاية احداث الجزء السابق من المسلسل التلفزيوني بالاجزاء متعددة.

تشير نتائج الاستبيان الى حصول اللذين يتذكرون بعض احداث الجزء السابق عند مشاهدتهم الجزء اللاحق بعد مرور سنة تقريباً على الموقع الأول من بين النتائج الاخرى، اذ حصلت على (126) تكراراً من مجموع (300)، وهي بذلك تشكل نسبة 42%، وتأتي بعدها نسبة اللذين يتذكرون الاحداث بحصولها (108) تكراراً، أي بنسبة 36% ثم اللذين لا يتذكرون الاحداث بحصولهم على (36) تكراراً من مجموع (300)، أي بنسبة 12%، واخيراً جاءت نسبة اللذين يتذكرون الاحداث مع بداية مشاهدتهم احداث الجزء اللاحق بنسبة 10% كما مبين في الجدول (5).

ت	استذكار العينة لاحداث الجزء السابق من المسلسل بالاجزاء المتعددة	التكرار	%
1	اتذكرها	108	36%
2	اتذكر بعضها	126	42%
3	لا اتذكرها	36	12%
4	اتذكرها مع بداية مشاهدة الجزء اللاحق	30	10%
	المجموع	300	100%

الجدول (5)

التكرارات والنسب المئوية لاستذكار العينة لاحداث الجزء السابق من المسلسل بالاجزاء المتعددة

ويرى الباحث ان تحديد استذكار الاحداث السابقة للمسلسل بعد مرور سنة على عرض المسلسل انما يعود الى طبيعة استيعاب المشاهد وذاكرته من جانب وعلى طبيعة متابعة احداث المسلسل.

6- استذكار الشخصيات الرئيسية في المسلسل بالاجزاء متعددة.

جاءت نتائج استذكار العينة للشخصيات الرئيسية في الجزء السابق من المسلسل التلفزيوني بالاجزاء المتعددة متشابهة ومتفاوتة مع سابقتها (استذكار الاحداث)، فقد حصلت اجابة (اتذكر بعضها) على (138) تكراراً من مجموع (300) أي بنسبة 46%، وتأتي بعدها اجابة (اتذكرها) بنسبة 38% ثم اجابة (لا اتذكرها) بنسبة 9% واخيراً اجابة (اتذكرها مع مشاهدة الجزء اللاحق بنسبة 7%، كما مبين في الجدول (6).

ت	استذكار العينة لشخصيات الجزء السابق من المسلسل بالأجزاء المتعددة	التكرار	%
1	اتذكرها	114	38%
2	اتذكر بعضها	138	46%
3	لا اتذكرها	27	9%
4	اتذكرها مع بداية مشاهدة الجزء اللاحق	21	7%
	المجموع	300	100%

الجدول (6)

التكرارات والنسب المئوية لاستذكار العينة لشخصيات الجزء السابق من المسلسل بالأجزاء المتعددة
 7- التفكير بأحداث الجزء اللاحق من المسلسل التلفزيوني بالأجزاء المتعددة.

تشير نتائج الاستبيان الى ان اللذين يفكرون بأحداث الجزء التالي بعد الانتهاء من مشاهدة الجزء السابق من المسلسل التلفزيوني بالأجزاء المتعددة حصلوا على الموقع الاول من بين الاجابات الاخرى، اذ حصل اللذين اجابوا بـ(نعم) على (147) تكراراً من مجموع (300) وهم بذلك يشكلون نسبة 49%، وكذلك فقد حصل اللذين اجابوا بـ(أحياناً) على نسبة 21% مقابل حصول اللذين لا يفكرون بأحداث الجزء التالي على نسبة 30%، كما مبين في الجدول (7).

ت	تفكير العينة بأحداث الجزء الثاني	التكرار	%
1	نعم	147	49%
2	كلا	90	30%
3	أحياناً	63	21%
	المجموع	300	100%

الجدول (7)

التكرارات والنسب المئوية لتفكير العينة بأحداث الجزء التالي من المسلسل التلفزيوني بالأجزاء المتعددة

وإذ تشير النتائج الى ان نسبة 30% من العينة لا يفكرون بأحداث الجزء التالي من المسلسل التلفزيوني بالأجزاء المتعددة فان الباحث يرى فيها نسبة غير قليلة، ويعزو ذلك الى كون انتاج وعرض الجزء التالي سيتم بعد مرور سنة، وقد يتوقف المسلسل عن العرض لأكثر من سنة ثم يعود ثانية، وقد لا ينتج منه اجزاء اخرى.

النتائج:

1. بعد استعراض الباحث لنتائج الاستبيان، يستطيع ايجاز النتائج التي توصل اليها البحث بالنقاط الآتية:
يوجد تفضيل واضح من قبل العينة لمشاهدة المسلسل التلفزيوني بالجزئين حيث بلغت النسبة 44%، في حين انخفضت النسبة الى 27% للذين يفضلون مشاهدة المسلسل باكثر من ثلاثة أجزاء.
2. تصدرت موضوعات (الاكشن) الموقع الاول من بين الموضوعات التي تفضلها العينة في المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة حيث بلغت نسبتها 62%، وجاءت الموضوعات (التاريخية) في الموقع الثاني بنسبة 43% ثم موضوعات (الفانتازيا) بنسبة 41%، وانخفضت هذه النسبة الى 29% للموضوعات (الكوميديا) ونسبة 24% للموضوعات (الاجتماعية) ونسبة 23% لموضوعات (الربيع)، ونسبة 21% لموضوعات (الرومانسية) واخيراً نسبة 16% للموضوعات السياسية.
3. تصدر سبب (احداث المسلسل) الموقع الاول من بين اسباب متابعة العينة للمسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة حيث حصل على نسبة 51% وجاء بعده سبب (الممثلين) بنسبة 45% ثم (الشخصيات في المسلسل) بنسبة 41%، وانخفضت هذه النسبة الى 28% لسبب (الاخراج) والى 18% لسبب (الجهة المنتجة).
4. لم تتوقع نسبة كبيرة من العينة انتاج اجزاء تالية من المسلسل بالأجزاء المتعددة، اذ بلغت نسبة الاذنين يتوقعون 34% مقابل نسبة 41% للذين يتوقعون احياناً ونسبة 25% للذين لا يتوقعون انتاج اجزاء تالية من المسلسل بالأجزاء المتعددة.
5. يتذكر القسم الاكبر من العينة احداث الجزء السابق من المسلسل بالأجزاء المتعددة رغم مرور مدة سنة عليها، اذ بلغت نسبة اللذين يتذكرون الاحداث 36% واللذين يتذكرون بعض الاحداث 42% واللذين يتذكرون الاحداث مع بداية الجزء اللاحق 10%، اما نسبة اللذين لا يتذكرون أحداث الجزء السابق فقد بلغت 12%.
6. يتذكر القسم الأكبر من العينة شخصيات الجزء السابق من المسلسل بالأجزاء المتعددة رغم مرور مدة سنة، اذ بلغت نسبة اللذين يتذكرونها 38% ونسبة اللذين يتذكرون بعض الشخصيات 46% ونسبة اللذين يتذكرون الشخصيات مع بداية مشاهدتهم للجزء اللاحق 7% اما نسبة اللذين لا يتذكرون الشخصيات فقد بلغت 9%.
7. النسبة الغالبة من العينة تفكر بأحداث الجزء التالي من المسلسل بالأجزاء متعددة رغم مرور مدة سنة، اذ بلغت نسبتهم 49% واللذين يفكرون احياناً 21% مقابل نسبة 30% للذين لا يفكرون بأحداث الجزء التالي من المسلسل بالأجزاء المتعددة.

الاستنتاجات:

فضلاً عن النتائج التي توصل إليها البحث، فإن هناك بعض الاستنتاجات التي ظهرت من خلال البحث وهي كالآتي:

1. رغم الانتاج الكمي الكبير للمسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة والتي يزيد عدد اجزاءها عن الثلاثة اجزاء، الا ان العينة لم تبيد رغبة كبيرة في متابعة هذا النوع من المسلسلات اذ كان تركيزها على المسلسل التلفزيوني بالجزأين.
2. رغم ان للموضوعات السياسية موقعاً متميزاً من بين الموضوعات التي تقوم عليها المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة، الا ان العينة لم تبيد رغبتهما في متابعة هذا النوع من الموضوعات.
3. رغم ان المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة تنتج من قبل شركات معروفة، الا ان العينة لم تنظر لذلك ولم تكن اسماء هذه الشركات سبباً رئيساً في متابعة هذا النوع من المسلسلات.
4. ان للمدة الزمنية والبالغة سنة التي تفصل بين عرض اجزاء المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة تأثير واضح في استذكار العينة لاحداث المسلسل وشخصياته وكذلك التفكير بالاحداث القادمة وفي التوقع لانتاج اجزاء اخرى من المسلسل.

المقترحات:

يقترح الباحث اجراء الدراسات الآتية:

1. طبيعة البناء الدرامي في المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة.
2. صناعة البطل في المسلسلات التلفزيونية بالأجزاء المتعددة.

References:

1. Al-Safi, H, (2011), *Arab Satellite Channels in the Age of Globalization*, Heritage for Printing, Cairo.
2. Zgheib, S, (2015), *Research Methods and Statistical Uses in Media Studies*, The Egyptian Lebanese House, Cairo.
3. Salman, A, (2019), *Cinematography*, Cultural Publishing House, Cairo.
4. Abdel Aziz, B, (2014), *presented in the statistical analysis of media research*, the Egyptian Lebanese House, Cairo.
5. Asfour, J, (2002), *Globalization of the Media and its Role in Consecrating a Certain Image of Women*, Women's Forum, Amman
6. Ali, S, (2009), *the founder of the radio drama*, Radio and Television, The Egyptian Lebanese House, Cairo.
7. Tawfiq, M, (1975), *TV drama in Egypt*, General Book Authority, Cairo.
8. Morsi, A, (1980), *The Dictionary of Film Art*, Book Authority, Cairo.
9. Abdul-Hamid, S, (PT), *the era of the negative and positive image*, (The World of Knowledge, the National Council for Culture, Arts and Literature, Kuwait
10. .Article, <https://al-ain.com>

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/5-20>

tv series with multiple parts from the viewers viewpoint abdelkarim alsudani¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 5/10/2020.....Date of acceptance: 4/11/2020.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

TV drama has gone through many developmental stages until it reached and settled in the form of TV series of thirty episodes. Alongside the development of the TV technologies and the widespread of satellite channels, the form of the TV drama has changed and the series has consisted of two parts and then parts multiplied until they amounted to ten parts and more. This form of TV drama has become an artistic phenomenon, that once the series is displayed on one of the channels and achieves a noticeable success, its producers work to produce a second part of that series and so on. This form of TV drama has remained away from being researched .

This has urged the researcher to accomplish this study entitled (TV series of multiple parts from the viewers' viewpoint) which aimed to know the viewers' opinions in many aspects of the TV drama with multiple parts. In the theoretical framework, the researcher studied the development stages of TV drama in the first section and the TV series with multiple parts in the second section. The researcher, in the third chapter, determined the descriptive approach as the questionnaire constitutes one of its main tools. The researcher designed the research tool, which is the questionnaire form that consists of seven questions covering what has been mentioned in the research aims. The research sample is limited to three hundred respondents from Baghdad aged between 15-40 years old.

Key Words: TV Series, Multiple Parts, Viewers.

¹ College of Fine Arts / University of Baghdad, Dr.khs8@gmail.com.

القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية ودورها في معالجة قضايا الشرق الأوسط

عبد الله حسين حسن¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029
تاريخ استلام البحث 2020/12/2 , تاريخ قبول النشر 2020/12/30 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

الإطار المنهجي

المستخلص:

يهدف هذا البحث إلى معرفة طبيعة معالجة قضايا الشرق الأوسط في البرامج الحوارية بالقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية "قناة فرانس 24 أنموذجاً"، ومعرفة درجة اهتمام القناة بمعالجة قضايا الشرق الأوسط في البرامج الحوارية، وطبيعة الضيوف المستضافين، وطرائق معالجة القضايا، والخصائص الفنية التي يتصف بها مقدم البرنامج عينة البحث، ويعد البحث من البحوث الوصفية التحليلية، واعتمد على تحليل محتوى حلقات البرنامج الحوارية "أسبوع من العالم" الأسبوعي على قناة (فرانس 24) الفرنسية ضمن الفترة الواقعة بين (1 آب/ اغسطس 2017) إلى (31 تموز/ يوليو 2018).

وجاءت من أهم النتائج أن القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية تهتم بتغطية قضايا الشرق الأوسط، خاصة الموضوع السياسي والعسكري، كذلك أظهرت النتائج اهتمام القناة بالملف السوري بالدرجة الأولى، واعتمادهم على الكاتب في معالجة قضايا الشرق الأوسط المطروحة، خاصة المعارضين للقضية المطروحة، وبينت النتائج أيضاً وجود توازن في توزيع الوقت بين الضيوف، وعدم تدخل مقدم البرنامج في معالجة القضايا المطروحة وترك الوقت الكافي للضيف لمعالجة القضية، وعدم توجيه مقدم البرنامج (عينة البحث) الضيف عن الإجابة حسب ما تراه القناة، كذلك اعتمدت المعالجة على الأطر السياسية في المعالجة. الكلمات المفتاحية: القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، فرانس 24، البرامج الحوارية.

مشكلة البحث:

جاء هذا البحث لبيان أسلوب معالجة البرامج الحوارية لقضايا الشرق الأوسط، ومن ثم فإن مشكلة البحث تلخص كيف عالجت البرامج الحوارية قضايا الشرق الأوسط بالقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية؟، ويسعى هذا البحث للإجابة عن الأسئلة الآتية:

¹ مركز التعليم المستمر/جامعة بغداد، abdullahussen2016@gmail.com

التساؤلات:

1. ما درجة الاهتمام بمعالجة قضايا الشرق الأوسط في البرامج الحوارية بالقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية؟
 - أ. ما حجم تغطية ومعالجة قضايا الشرق الأوسط في البرامج الحوارية في القنوات الأجنبية عينة البحث؟
 - ب. ما الموضوعات التي تناوأتها البرامج الحوارية على القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية عينة البحث؟
 - ج. ما أبرز القضايا التي تُعالج في البرامج الحوارية على القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية عينة البحث؟
2. ما طبيعة الضيوف المستضافين في معالجة قضايا الشرق الأوسط في البرنامج الحوارية عينة البحث؟
 - أ. ما العنوانات الوظيفية لضيوف البرنامج الحوارية عينة البحث؟
 - ب. ما موقف الضيوف في معالجة البرنامج الحوارية عينة البحث؟
3. ما طبيعة معالجة قضايا الشرق الأوسط في البرامج الحوارية؟
 - أ. ما درجة الإلتزام بالتوازن في الوقت في معالجة قضايا الشرق الأوسط في البرنامج الحوارية عينة البحث؟
 - ب. ما الأطر المرجعية التي استخدمت لمعالجة القضايا المطروحة في البرنامج الحوارية عينة البحث؟
4. ما الخصائص الفنية التي يتصف بها مقدم البرنامج عينة البحث؟
 - أ. ما درجة موضوعية مقدم البرنامج من إذ التنظيم من حجم العينة التي لها علاقة بقضايا الشرق الأوسط؟
 - ب. ما درجة موضوعية مقدم البرنامج من إذ حمل الضيف إلى تبني موقف القناة من حجم العينة التي لها علاقة بقضايا الشرق الأوسط؟

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى معرفة طبيعة معالجة قضايا الشرق الأوسط في البرامج الحوارية بالقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية "قناة فرانس 24 أنموذجًا"، ومعرفة درجة اهتمام القناة بمعالجة قضايا الشرق الأوسط في البرامج الحوارية، وطبيعة الضيوف المستضافين، وطرائق معالجة القضايا، والخصائص الفنية التي يتصف بها مقدم البرنامج عينة البحث.

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث فيما توفره من تأهيل نظري وعرض تحليل لمحتوى البرنامج الحوارية "أسبوع من العالم" في قناة فرانس 24 الذي يطرح ويعالج قضايا الشرق الأوسط، والتي يمكن أن يستفيد منها الباحثون ضمن هذا المجال، والمهتمون في هذا الميدان بإلقاء الضوء على أهمية البحث كمرجع كمي ونوعي للباحثين في ذات المجال.

حدود البحث:

الحدود الزمانية: الفترة الواقعة بين (1 آب/ اغسطس 2017) إلى (31 تموز/ يوليو 2018) وذلك لما مرت به هذه الفترة الزمنية من أحداث وتغيرات عصفت بمنطقة الشرق الأوسط، إلى جانب الخلافات التي سادت منطقة الخليج العربي ومحاولة تصفية القضية الفلسطينية واتخاذ الإدارة الأمريكية قراراً بنقل سفارتها إلى القدس، وغيرها من القضايا.

تحديد المفاهيم والمصطلحات

قضايا الشرق الأوسط: جميع قضايا الشرق الأوسط ضمن الفترة من شهر آب 2017 حتى شهر نهاية شهر تموز 2018 وتشمل القضية الفلسطينية، والحوثيين، وداعش، والعراق، ودول الخليج العربي، وسوريا، وجميع الدول العربية، وقضايا أخرى مرتبطة بالشرق الأوسط، والأطراف المشتركة أزمات وصراعات الدول العربية الإقليمية أو الدولية.

البرامج الحوارية: تركز على قضايا معينة ثقافية كانت أو اجتماعية أو سياسية أو حتى دينية، وغالبا ما تأتي في الجزء الثاني من المساء وهو الوقت الذي يكون فيه معظم الرجال قد تواجدوا في منازلهم، إذ تركز على الطبقات المثقفة.

القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية: القنوات الأجنبية الموجهة للجمهور العربي.

قناة فرانس 24: هي قناة تابعة لمجموعة فرنسا الدولية، بدأت بثها باللغة الفرنسية والإنجليزية في كانون الأول 2006، ثم بدأت إرسالها باللغة العربية لمدة أربع ساعات يوميا في أبريل 2007، ثم امتدت مدة البث إلى عشرة ساعات يوميا قبل أن يتم إطلاق البث على مدار اليوم في أكتوبر 2010. وتقدم القناة العديد من البرامج الإخبارية التي تعكس وجهة النظر الفرنسية تجاه أحداث العالم المختلفة. (Abdel. 2011.P245)

الإطار النظري ودراسات سابقة

المبحث الأول: القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية

الإعلام الأجنبي أو ما يطلق عليه الإعلام الموجه أو الدولي، وهو مصطلح يشير إلى مخاطبة شعوب الدول الأخرى، وتزويدهم بالمعلومات والحقائق، ويسود الاعتقاد دائما أن هدفه التأثير على هذه الشعوب فهو وسيلة من وسائل السياسة الخارجية للدولة البائه والهدف الأساسي لأي عملية اتصالية (Ismail. 1998.P226). ولقد تم تعريف الإعلام الدولي بصورة عامة على أنه "هو الاتصال الذي يتم في أثناء الحدود الدولية، وهذا الاتصال يكون بين أفراد وجماعات ودول ذات ثقافات مختلفة وأفكار وتوجهات متنوعة، وهو يتأثر بالأبعاد الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والعسكرية لعلاقات الدول بعضها ببعض" (Al-Abd. N. A. 2009. P18) وأخذت موجة القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة بالعربية بالبروز مع مطلع الألفية الثالثة، وكانت البداية مع ميلاد قناة CNN الأمريكية الناطقة بالعربية عام 2001، تلاها إطلاق ألمانيا لقناة دويتش فيله عام 2002، وبعدها جاءت قناة فرانس بالعربية العام 2007، السنة نفسها أطلقت قناة روسيا اليوم، أما بالنسبة لبريطانيا فقد أعادت إطلاق البث عبر قناة BBC عام 2008 بعد إيقافه العام 1996، لتشهد الصين دخول حلبة التنافس على استقطاب المشاهد العربي في العام 2010 بإطلاقها لقناة

CCTV، وبعدها أطلقت تركيا قناتها الموجهة بالعربية TRT. جميعها تتبع لقوى عالمية أجنبية (الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا والصين وروسيا وفرنسا) جاءت استجابة لمنطق محدد يهدف إلى بلوغ التأثير في الرأي العام العربي في حقل إعلامي تنافسي وحيوي أكثر من خدمة أهداف تجارية محضة. وقد نتج عن ذلك هشاشة في مصداقية هذه الفضائيات لدى الجماهير العربية، والتي أصبحت أكثر من أي وقت مضى تتحكّم بالأجندة الإعلامية وتحدّد هرمية الأخبار وبشكل ما الخط التحريري بالرغم من مزايدات حول احترام مبادئ الحيادية الإعلامية والحرفية المهنية والاستقلالية الإدارية. منذ ذلك الحين وهذه الفضائيات لا تنفك تُطوّر استراتيجيات التأثير في محاولة للتأقلم مع الأوضاع والحاجات والأذواق التي فرضتها التحولات التي عرفها المشهد الإعلامي الفضائي على المستويات الإقليمية والدولية في السنوات الأخيرة، ولاسيما الدور المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام .

فالفصائيات الأجنبية الناطقة باللغة العربية تقوم ببلورة معلوماتها الأولية والخطاب من أجل تحقيق أهدافها السياسية والاقتصادية والسلطوية على الأقاليم الأخرى، وفرض سيطرتها وهيمنتها في المنطقة العربية ضمن إطار استراتيجية جديدة للتأثير الإعلامي موجّهة إلى الرأي العام العربي وفق مركز الجزيرة للدراسات (Hussein.2016) إن ظهور هذه القنوات الواحدة تلو الأخرى جاء كردة فعل أو تقليد للفصائيات العربية التي نجحت في فرض نفسها كأحد أهم المؤثرين والفاعلين في الواقع العربي، ففي ضوء كثرة انتشار الفضائيات العربية وتعلق الناس بها ومتابعتهم لها خاصة في أوقات الأزمات، وبدا لكثير من صنّاع القرار الغربي أن البث الفضائي باللغة العربية ربما يكون أقصر الطرائق للوصول إلى أوسع قاعدة من الرأي العام العربي للتأثير فيه. (Lamam. F. 2018) ولقد وفرت القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة باللغة العربية، والتي تبث إرسالها على مدى 24 ساعة يوميًا العديد من خيارات مشاهدة البرامج للمشاهد العربي، وأسهمت القنوات في كسر احتكار القنوات العربية للأخبار المتعلقة بالقضايا العربية، وعززت تواجد وتأثيرها في الرأي العام من في أثناء البرامج الحوارية ومحاكاة ما تبثه القنوات العربية خاصة الإخبارية (Sayed. I. 2013)

المبحث الثاني: البرامج الحوارية

ومما يسهم في تشكيل الوعي السياسي للجماهير وخاصة في القضايا التي تهم الرأي العام وتشكله في أثناء البرامج الحوارية الخاصة اليومية، فمنها ما يكون ذا ارتباط مباشر وموصول بالقضايا والأحداث التي تمس حياة الأفراد وواقعهم وما يؤرقهم من أوضاع تكون موضع للجدل والخلاف في كثير من قضايا، وموضوعات حياتهم اليومية مع ظهور عالم البرامج الحوارية التي تتمتع بنسبة مشاهدة عالية لشريحة عالية من أفراد المجتمع للحصول على المعلومات المتنوعة (Al-Hadidi. & Imam. 2004.P13) فتعرف البرامج الحوارية على أنها "برامج تعمل على التواصل الفكري والثقافي والاجتماعي التي تتطلمها الحياه في المجتمعات المعاصرة لما لها من أثر في تنمية قدرة الأفراد على التفكير المشترك والتحليل والإستدلال كما أن الحوار من الأنشطة التي تحرر الأفراد من الإنغلاق والإنعزالية وتفتح له قنوات للتواصل يكتسب عن طريقها المزيد من المعرفة والوعي". (Al-Shadoukhi. 2010).

وهي "البرامج التي يلتقي فيها شخصين أو أكثر لبحث موضوع معين وتناولة من جميع الجوانب، سواء اتفقت آراء المشاركين أو اختلفت، ويمكن ألا ينتهي الحوار إلى حل أو استنتاج أخير، ويترك الموضوع مفتوحاً

للمشاهدين فينتهوا إلى آرائهم الخاصة على أساس الحقائق والآراء التي تعرض أثناء المناقشة (Abd al-Latif). 2009.P133، وتكون ذات صلة وارتباط بالسياسة أو الأخبار وتستضيف شخصيات يتناولون فيها قضايا سياسية ويطلق على أسلوب تقديم هذا النوع من البرامج الحوارية أسلوب التقديم الوجيه فتقابل شخصية بارزة مقابل خصم قوي أو مرن في مجاله ويحتاج هذا القالب البرامجي إلى مقدم متخصص في المجال السياسي إذ يتمتع بالثقافة السياسية، والفهم الواعي للمتغيرات، والتطورات السياسية، كما لا بد وأن تكون لديه القدرة على التحليل، وربط الأحداث السياسية بعضها ببعض (Al-Hadithi. 2005) فالبرامج الحوارية تعمل على التواصل الفكري والثقافي والاجتماعي والسياسي التي تمس حياة الأفراد وتتطلبها الحياة في المجتمع المعاصر، وبث الأفكار والآراء التي لها أثر في تنمية قدرة الأفراد على التفكير المشترك والتحليل والإستدلال، وفيها يتم تبادل وجهات النظر والحوار الإنمائي الذي له الدور الكبير في إخراج الأفكار من هالة الإنغلاق والإنعزالية وتفتح له قنوات التواصل إذ يكسب عن طريقها المزيد من المعرفة والوعي (Al-Shadoukhi. 2010) وتبرز أهمية البرامج الحوارية في كونها تمتلك قدرة كبيرة من التأثير في القنوات الفضائية على اتجاهات الجمهور وتحديد مواقفها حول القضايا المختلفة التي تدور حولة، إذ تسهم هذه البرامج إلى حد كبير في تشكيل اتجاهات الأفراد وقيمهم، وتغيير سلوكياتهم، ورسم تصوراتهم للأحداث الجارية حولهم وفي العالم، فمن في أثناء البرامج الحوارية المتعددة أصبح لدى الملقى إمكانية تكوين إدراك واضح لطبيعة الأحداث والقضايا المختلفة ومن ثم إتخاذ مواقف معينة حيالها". (Hurley.2003.P325)

دراسات سابقة

1. دراسة حنان محمد إسماعيل يوسف 2001 "المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكة CNN الأمريكية واليوروبوز الأوروبية" (Youssef. 2001) سعت الدراسة إلى رصد وتحليل المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكتي "السي إن إن" الأمريكية واليوروبوز الأوروبية. وقامت الباحثة بتحليل مضمون عينة من نشرات الشبكتين كما قامت ببحث ميداني لعينة بلغت 200 مفردة من 22 دولة عربية ممن يشاهدون القنوات الإخبارية. وكشفت الباحثة عن وجود كبير للقضايا العربية في أخبار كلا الشبكتين. كما كشف البحث عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشبكتين في معالجة بعض القضايا العربية. وأكدت الدراسة على شبه التحيز من قبل الشبكتين في معالجة القضايا العربية. وكذلك كشفت الدراسة عن استمرار عدم التوازن الإخباري بين الشمال والجنوب رغم التقدم التكنولوجي.

2. دراسة د. أمين سعيد عبد الغني، 2006، "المعالجة الإخبارية لقضايا العالمين العربي والإسلامي في قناتي العالم الإيرانية والحرّة الأمريكية- دراسة تحليلية مقارنة"، حاولت الدراسة رصد وتحليل وفهم إبعاد ظاهرة الإعلام التلفزيوني الموجه، بعد ظهور العديد من القنوات الموجهة للمنطقة العربية من دول خارج المنطقة في الفترة الأخيرة. وحدد البحث قناتي العالم الإيرانية والحرّة الأمريكية الموجهتين باللغة العربية، عن طريق تحليل العينة البالغة 60 ساعة بث بواقع 30 ساعة لكل قناة من قناتي الدراسة، وخلصت الدراسة إلى أن قناتا الدراسة اهتمتا بالأخبار السياسية بشكل كامل تقريبا، وجاءت القضية العراقية

على رأس أولويات الاهتمام لدى كل من القناتين وبنسب متساوية تقريبا، واعتمدت قناتا البحث على قالب التقارير المصورة في المقام الأول وبنسبة بلغت في أخبار القناتين 30.6%. بعد إطلاع الباحث على الدراسات السابقة وجد أن دراسة د. أمين سعيد عبد الغني، 2006، (المعالجة الإخبارية لقضايا العالمين العربي والإسلامي في قناتي العالم الإيرانية والحررة الأمريكية- دراسة تحليلية مقارنة) هي الأقرب لموضوع البحث.

منهجية البحث

نوع البحث:

يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية التحليلية، إذ يعنى بتحليل محتوى حلقات البرنامج الحوارى "أسبوع من العالم" الأسبوعي على قناة (فرانس 24) الفرنسية ضمن الفترة الواقعة بين (1 آب/ اغسطس 2017) إلى (31 تموز/ يوليو 2018) وذلك لما مرت به هذه الفترة الزمنية من أحداث وتغيرات عصفت بمنطقة الشرق الأوسط، إلى جانب الخلافات التي سادت منطقة الخليج العربي ومحاولة تصفية القضية الفلسطينية واتخاذ الإدارة الأمريكية قراراً بنقل سفارتها إلى القدس، وغيرها من القضايا.

منهج البحث:

المنهج المتبع في البحث هو المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة "تحليل المضمون"، لجمع البيانات والمعلومات التي تخدم أهداف البحث، وهي أداة توفر وصفاً منهجياً كمياً، ومنظماً للمحتوى الظاهر للرسالة الاتصالية، ويعد هذا المنهج الأنسب في دراسة المواد التلفزيونية.

مجتمع البحث:

البرامج الحوارية في القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية.

عينة البحث:

عينة البرامج: عينة قصدية لجميع حلقات البرنامج الحوارى "أسبوع من العالم" الأسبوعي على قناة (فرانس 24) الفرنسية في أثناء الفترة الزمنية المحددة للبحث، والبالغة 30 حلقة أسبوعية. وتم تقسيمها بناء على وحدة التحليل إذ بلغت 277 مادة.

وحدة التحليل:

اعتمد البحث على وحدة ال 5 دقائق في تحليل البرامج.عينة البحث.

صدق البحث:

1. الصدق الظاهري للاستمارة التحليل: تم التأكد من صدق استمارة التحليل في أثناء عرض الاستمارة ، على أساتذة الصحافة والإعلام ومناهج البحث¹.

1. د. سلافة الزعبي، رئيس قسم الصحافة والإعلام -الجامعة العربية المفتوحة.

د. صخر الخصاونة، مدرس في معهد الإعلام الأردني.

2. صدق الاتساق الداخلي لاستمارة التحليل: بهدف التأكد من صدق الاتساق الداخلي لفئات التصنيف في الاستمارة التي تقيس موضوع البحث (معالجة القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية لقضايا الشرق الأوسط)، وتم بعد الانتهاء من إجراءات التحكيم، تطبيقها على عينة البحث، وبناء عليه تم تعديل وحدة تحليل الحلقات إلى وحدة الزمن (لكل 5 دقائق).

النتائج ومناقشتها

تناول هذا البحث طبيعة معالجة البرامج الحوارية لقضايا الشرق الأوسط بالقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية، من في أثناء تحليل محتوى البرنامج الحوارية "أسبوع من العالم" في قناة فرانس 24 الذي يطرح ويعالج قضايا الشرق الأوسط، ضمن الفترة الواقعة بين (1 آب/ أغسطس 2017) إلى (31 تموز/ يوليو 2018) وذلك لما مرت به هذه الفترة الزمنية من أحداث وتغيرات عصفت بمنطقة الشرق الأوسط، إلى جانب الخلافات التي سادت منطقة الخليج العربي ومحاولة تصفية القضية الفلسطينية، وغيرها من القضايا. إذ شملت عينة التحليل 277 مادة مقسمة على 30 حلقة أسبوعية، وقد خلص البحث إلى مجموعة من النتائج التفصيلية، ما يساعد على التعرف إلى طبيعة معالجة عينة البحث لقضايا الشرق الأوسط، ومن ثم معالجة مشكلة البحث ضمن المحاور الآتية:

1. درجة الاهتمام بمعالجة قضايا الشرق الأوسط في البرامج الحوارية بالقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية

أ. حجم تغطية ومعالجة قضايا الشرق الأوسط في البرامج الحوارية في القنوات الأجنبية عينة البحث

جدول رقم (1)

حجم تغطية قضايا الشرق الأوسط في عينة البحث

الفئات	التكرار	%
حجم تغطية قضايا الشرق الأوسط	110	39.71
لا يوجد قضية لها علاقة بالشرق الأوسط (شأن فرنسي)		
قضايا لها علاقة بالشرق الأوسط	167	60.29
المجموع	277	100.0

أظهرت النتائج في الجدول رقم (1) حجم تغطية قضايا الشرق الأوسط في البرنامج الحوارية "أسبوع من العالم" على قناة (فرانس 24) الفرنسية، إذ تبين أن حجم تغطية قضايا الشرق الأوسط المطروحة جاء في الترتيب الأول بنسبة 60.29% بواقع 167 مادة بُثت في أثناء الفترة الزمنية لعينة البحث، فيما بلغت حجم القضايا التي ليس لها علاقة بالشرق الأوسط وكانت في موضوعات عامة وتحديدًا الشأن الفرنسي إذ جاءت في الترتيب الثاني بنسبة 39.71% وبواقع 110 مواد من أصل 277 مادة في أثناء الفترة الزمنية المرصودة. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة أمين عبد الغني "المعالجة الإخبارية لقضايا العالمين العربي والإسلامي في قناتي العالم الإيرانية والحرّة الأمريكية- بحث تحليلية مقارنة" التي تشير إلى اهتمام القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية بالقضايا العربية خاصة القضايا السياسية، وهذا يتفق مع نظرية ترتيب الأجنحة التي تعد وسائل لا

تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، وهذا ما قامت به القنوات الناطقة باللغة الأجنبية عينة الدراسة.

ب. الموضوعات التي تناوأتها البرامج الحوارية على القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية عينة البحث.

جدول رقم (2)

التكرارات والنسب المئوية حسب فئة الموضوعات

الفتات	التكرار	%
السياسي	77	46.1
العسكري	48	28.7
الإرهاب في الدول العربية	9	5.4
الأمن الداخلي	2	1.2
الاقتصادي	3	1.8
الإنساني	0	0
المختلط	0	0
الديني	2	1.2
الثقافي	26	15.6
المجموع	167	100.0

أظهرت النتائج في الجدول رقم (2) فئة الموضوعات المطروحة في البرنامج الحوارية "أسبوع من العالم" على قناة (فرانس 24) الفرنسية، إذ تبين أن الموضوع السياسي احتل الترتيب الأول من إذ الاهتمام والمعالجة وبنسبة 46.1%، فيما جاء الموضوع العسكري في الترتيب الثاني وبنسبة 28.7%، والموضوع الثقافي في الترتيب الثالث وبنسبة 15.6%، بينما جاء الإرهاب في الدول العربية في الترتيب الرابع وبنسبة 9%، والاقتصاد في الترتيب الخامس وبنسبة 3%، وتوزع الترتيب السادس على الأمن الداخلي والموضوعات الدينية وبنسبة 2%، ولم تعالج الموضوعات المطروحة أياً من الموضوعات المطروحة في الشأن الإنساني أو المختلط. وانفتحت هذه النتيجة مع دراسة أمين عبد الغني "المعالجة الإخبارية لقضايا العالمين العربي والإسلامي في قناتي العالم الإيرانية والحرّة الأمريكية- بحث تحليلية مقارنة" التي تشير إلى اهتمام القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية بالقضايا العربية خاصة القضايا السياسية.

ت. أبرز القضايا التي تُعالج في البرامج الحوارية على القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية عينة البحث

جدول رقم (3)

التكرارات والنسب المئوية حسب فئة القضية المطروحة عن الشرق الأوسط

النسبة	التكرار	الفئات	
7.8	13	القضية الفلسطينية	فئة القضية
22.2	37	الملف السوري	
8.4	14	الملف العراقي	
5.4	9	الملف اليمني	
1.8	3	داعش	
1.2	2	الملف الليبي	
5.4	9	مصر	
3.6	6	الأزمة القطرية الخليجية	
4.2	7	المملكة العربية السعودية	
3.6	6	العلاقات الروسية التركية المتعلقة بالشأن العربي	
10.8	18	التدخل الروسي في الشأن العربي	
4.2	7	التعاون الروسي الإيراني	
1.8	3	الأكراد في العراق وسوريا	
15.6	26	الملف اللبناني	
4.2	7	أخرى	
100.0	167	المجموع	

أظهرت النتائج في الجدول رقم (2) فئة القضية المعالجة في البرنامج الحوارية "أسبوع من العالم" على قناة (فرانس 24) الفرنسية، إذ تبين أن الملف السوري جاء من أولويات اهتمام القناة في المعالجة والمتابعة وبنسبة 22.2% وبواقع 37 مادة من أصل 167 مادة خاصة بقضايا الشرق الأوسط ويعزى ذلك إلى أهمية هذا الملف في الوقت الراهن وما نجم عنها من تحولات كبيرة على معظم دول الشرق الأوسط، فيما جاءت الملف اللبناني في الترتيب الثاني وبنسبة 15.6%، بينما احتل التدخل الروسي في الشأن العربي الثالث وبنسبة 10.8%، واحتل الملف العراقي الترتيب الرابع وبنسبة 8.4%، تلاه القضية الفلسطينية في الترتيب الخامس وبنسبة 7.8%، وتوزع الترتيب السادس وبنسبة 9% على الملف اليمني ومصر، وتوزع الترتيب السابع على المملكة العربية السعودية والتعاون الروسي الإيراني وقضايا أخرى بنسبة 7%، بينما احتل الترتيب الثامن الأزمة القطرية الخليجية والعلاقات الروسية التركية المتعلقة بالشأن العربي وبنسبة 3.6%، واحتلت قضية داعش والأكراد في العراق وسوريا الترتيب التاسع وبنسبة 1.8%، واحتل الملف الليبي الترتيب الأخير من إذ المعالجة في البرنامج عينة البحث وبنسبة 1.2%. واتفق هذه النتيجة مع دراسة أمين عبد الغني "المعالجة الإخبارية لقضايا العالمين العربي والإسلامي في قناتي العالم الإيرانية والحرمة الأمريكية- بحث تحليلية مقارنة"

التي تشير إلى اهتمام القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية بالقضايا العربية خاصة القضايا السياسية، لكنها اختلفت معها في ترتيب القضايا إذ بينت الدراسة أن القضية العراقية من أهم القضايا المطروحة.

2. طبيعة الضيوف المستضافين في معالجة قضايا الشرق الأوسط في البرنامج الحوارية عينة البحث.

أ. ما العنونات الوظيفية لضيوف البرنامج الحوارية عينة البحث؟

جدول رقم (4)

التكرارات والنسب المئوية حسب العناوين الوظيفية للشخصيات المستضافة

النسبة	التكرار	الفئات	العناوين الوظيفية للشخصيات المستضافة
3.6	6	الصحافي أو الإعلامي	
2.4	4	الأستاذ الجامعي	
80.2	134	الكاتب	
9.0	15	المحلل السياسي	
3.6	6	الناشط السياسي	
1.2	2	أخرى	
100.0	167	المجموع	

أظهرت النتائج في الجدول رقم (4) العناوين الوظيفية للشخصيات المستضافة في البرنامج الحوارية "أسبوع من العالم" على قناة (فرانس 24) الفرنسية، إذ جاء الكاتب في الترتيب الأول وبنسبة 80.2%، فيما جاء المحلل السياسي في الترتيب الثاني وبنسبة 15%، وجاء الصحافي أو الإعلامي والناشط السياسي في الترتيب الثالث وبنسبة 6%، واحتل الأستاذ الجامعي الترتيب الرابع وبنسبة 4%، وتوزع الترتيب الأخير أخرى (إذ كانت استضافة فنانة سورية وفنان فلسطيني) وبنسبة 1.2%. وتبين النتائج اهتمام القناة في معالجة قضايا الشرق الأوسط وعلى رأسها الملف السوري، واعتمادهم على تحليل الكتاب للقضايا العربية وتحديدًا الكتاب من أصول سورية ولبنانية من المقيمين في فرنسا، وتتفق هذه النتيجة مع نظرية الأطر التي تشير لأساليب تأطير المواد والقضايا العربية واعتماد الضيوف وفق ما يتناسب مع القناة. نجد أيضًا من في أثناء النتائج اهتمام القناة عينة البحث بمعظم الفئات الوظيفية التي من شأنها رفع سوية الحوار وإبراز جوانبه المهمة، والتركيز على الوظائف ذات الصلة والتي من المفروض أنها متابعة عن كتب القضايا المطروحة، والتي تعمل دائمًا على دراسة القضايا وتحليلها بشكل مدروس ومنطقي، وبما يخدم أهداف القناة والهدف من البرنامج.

ب. موقف الضيوف في معالجة البرنامج الحوارية عينة البحث

جدول رقم (5)

التكرارات والنسب المئوية حسب موقف الشخصيات المستضافة

النسبة	التكرار	الفئات	موقف الشخصيات المستضافة
25.7	43	مؤيد	موقف الشخصيات المستضافة
43.7	73	معارض	
30.5	51	محايد	
100.0	167	المجموع	

أظهرت النتائج في الجدول رقم (5) موقف الشخصيات المستضافة في البرنامج الحواري "أسبوع من العالم" على قناة (فرانس 24) الفرنسية، إذ جاء معارض في الترتيب الأول ونسبة 43.7%، بينما جاء محايد في الترتيب الثاني ونسبة 30.5%، واحتل الترتيب الأخير مؤيد للقضية المطروحة ونسبة 25.7%. وتبين النتائج اهتمام القناة في معالجة قضايا الشرق الأوسط وعلى رأسها الملف السوري، واعتمادهم على محللين من أصول سورية ولبنانية من المقيمين في فرنسا والمعارضين للنظام السوري، وتتفق هذه النتيجة مع نظرية الأطر التي تشير لأساليب تطير المواد والقضايا العربية واعتماد الضيوف وفق ما يتناسب مع القناة. وتأتي هذه النتائج في سياق أهمية القضية المطروحة وتأثر الضيوف بها، وإرتبطت استضافة الضيف في معظم الأحيان بانتماؤه لدولة القضية، ففي حال تم طرح قضية للنقاش كان الضيف إما من نفس الدولة أو من دولة مجاورة أو متأثرة بالقضية.

3. طبيعة معالجة قضايا الشرق الأوسط في البرنامج الحواري عينة البحث.

أ. درجة الالتزام بالتوازن في الوقت في معالجة قضايا الشرق الأوسط في البرنامج الحواري عينة البحث.

جدول رقم (6)

التكرارات والنسب المئوية حسب التوازن في الوقت

النسبة	التكرار	الفئات	التوازن في الوقت
72.5	121	منح الضيف الوقت الكافي	التوازن في الوقت
21.0	35	توزيع عادل/جيد للوقت بين الضيوف	
6.6	11	الانحياز إلى ضيف معين	
100.0	167	المجموع	

أظهرت النتائج في الجدول رقم (6) التوازن في توزيع الوقت على الضيوف في البرنامج الحواري "أسبوع من العالم" على قناة (فرانس 24) الفرنسية، إذ بينت النتائج أنه تم منح الضيف الوقت الكافي

بنسبة 72.5% في الترتيب الأول، وجاء في الترتيب الثاني توزيع عادل/جيد للوقت بين الضيوف بنسبة 21%، بينما جاء في الترتيب الثالث الانحياز إلى ضيف معين بنسبة 6.6%. ويعزى ذلك إلى الإدارة الجيدة التي تتمتع هذه القنوات وإلى وجود خبرات واسعة لدى مُعدّي هذه البرامج وإلى وجود تخطيط مسبق فاعل بشكل جيد يعمل على تحقيق التوازن في هذه البرامج الحوارية.

ب. الأطر المرجعية التي استخدمت لمعالجة القضايا المطروحة في البرنامج الحوارية عينة البحث

جدول رقم (7)

التكرارات والنسب المئوية حسب الأطر المرجعية

النسبة	التكرار	الفئات	الأطر المرجعية
57.5	96	السياسية	الأطر المرجعية
4.8	8	الأمنية	
17.4	29	الثقافية	
10.2	17	المختلطة	
1.2	2	الدينية	
6.6	11	الاقتصادية	
1.2	2	الاجتماعية	
1.2	2	القيمية	
100.0	167	المجموع	

أظهرت النتائج في الجدول رقم (7) الأطر المرجعية المستخدمة في البرنامج الحوارية "أسبوع من العالم" على قناة (فرانس 24) الفرنسية، إذ جاء الأطر السياسية في الترتيب الأول وبنسبة 57.5%، وجاءت الأطر الثقافية في الترتيب الثاني وبنسبة 17.4%، بينما جاءت الأطر المختلطة في الترتيب الثالث وبنسبة 10.2%، تلتها الأطر الاقتصادية في الترتيب الرابع وبنسبة 6.6%، ثم الأطر الأمنية في الترتيب الخامس وبنسبة 4.8%، وتوزعت الأطر الدينية الاجتماعية والقيمية على الترتيب الأخير وبنسبة 2%. ويعزى ذلك إلى طبيعة هذه القنوات والتي تهتم بالجوانب السياسية في دول الشرق الأوسط وما تغطيه من برامج حوارية سياسية تعالج القضايا المحورية والسياسية في الشرق الأوسط إذ أن هذه القنوات حسب طبيعتها أعدت لتحقيق أهداف سياسية واضحة، وأعدت هذه القنوات بهدف بلوغ التأثير في الرأي العام العربي في حقل إعلامي تنافسي وحيوي أكثر من خدمة أهداف تجارية.

4. الخصائص الفنية التي يتصف بها مقدم البرنامج عينة البحث

أ. درجة موضوعية مقدم البرنامج من إذ التنظييم من حجم العينة التي لها علاقة بقضايا الشرق الأوسط.

جدول رقم (8)

التكرارات والنسب المئوية حسب فئة موضوعية مقدم البرنامج من إذ التنظيـم

النسبة	التكرار	الفئات	
21.6	36	يتدخل في الحوار	فئة موضوعية مقدم البرنامج من إذ التنظيـم
78.4	131	لا يتدخل في الحوار	
100.0	167	المجموع	

أظهرت النتائج في الجدول رقم (8) موضوعية المذيع من إذ التنظيـم في البرنامج الحواري "أسبوع من العالم" على قناة (فرانس 24) الفرنسية، إذ جاء في الترتيب الأول أن المذيع لم يتدخل بنسبة 21.6%، بينما تدخل في الحوار في الترتيب الثاني وبنسبة 78.4%. وتؤكد هذه النتائج سياسة القناة في الاعتماد على مقدم البرنامج القادر على إدارة الحوار بطريقة موضوعية واستضافة طرفي القضية لبيان وجهات النظر.

ب. موضوعية مقدم البرنامج من إذ حمل الضيف إلى تبني موقف القناة من حجم العينة التي لها علاقة بقضايا الشرق الأوسط

جدول رقم (9)

التكرارات والنسب المئوية حسب فئة موضوعية مقدم البرنامج من إذ حمل الضيف إلى تبني موقف القناة

النسبة	التكرار	الفئات	
71.9	120	لا يتدخل في الحوار	موضوعية مقدم البرنامج من إذ حمل الضيف إلى تبني موقف القناة
28.1	47	يتدخل في الحوار	
100.0	167	المجموع	

أظهرت النتائج في الجدول رقم (9) موضوعية المذيع من إذ حمل الضيف إلى تبني موقف القناة في البرنامج الحواري "أسبوع من العالم" على قناة (فرانس 24) الفرنسية، إذ جاءت أن المذيع لم يتدخل في الحوار بنسبة 71.9% في الترتيب الأول، فيما تدخل المذيع في الحوار بنسبة 28.1% من أصل 167 مادة مرصودة ويعزى ذلك إلى موضوعية المذيع وحياديته وعدم انحيازه لجهة معينة وهذا يعزى أيضاً إلى الطريقة الصحيحة التي تم اختيار مذيعي البرامج، إذ تم اختيارهم وفق أسس واختبارات ومقابلات علمية وسليمة على أساس الكفاءة والخبرة والمهارات الشخصية والاجتماعية، وإلى تمتعهم باحترام الآخرين وإتاحة الفرصة لهم للتعبير عما يجول في خاطرهم بشكل ميسر، إذ يكون المذيع في هذه القنوات متواضعاً، وتلقائياً غير متصنع، ولا يغتر

على الناس، ووسط أقرانه الصحفيين مهما ارتفعت مكانته وذاع صيته. يحترم المهنة، وفي بمتطلباتها، فيلتزم بالمواعيد ويتصف باللباقة، والابتسامة.

أهم النتائج:

1. أن حجم تغطية قضايا الشرق الأوسط المطروحة جاء في الترتيب الأول بنسبة 60.29%، ومعالجة القناة لموضوعات السياسية أكثر من أي موضوع آخر بنسبة 46.1%.
2. أن الملف السوري جاء من أولويات اهتمام القناة في المعالجة والمتابعة بنسبة 22.2% وبواقع 37 مادة من أصل 167 مادة، واعتمدت القناة على الكاتب في معالجة قضايا الشرق الأوسط بنسبة 80.2%، وامتاز الضيوف في معالجة القضايا بالمعارضين.
3. امتازت المعالجة بالتوازن ومنح الضيف الوقت الكافي، واعتمدت القناة على الأطر السياسية في معالجة قضايا الشرق الأوسط، ولم يتدخل المذيع وامتاز بالموضوعية من إذ حمل الضيف إلى تبني موقف القناة.

التوصيات:

يوصي الباحث بدعوة القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية إلى ضرورة تغطية قضايا الشرق الأوسط بذات الأهمية وعدم التحيز نحو قضية دون غيرها، ويوصي الباحث باستضافة شخصيات أخرى وعدم تكرار الضيوف بشكل دائم، ويوصي الباحث بضرورة التزام مقدمي البرامج بالحياد والتوازن دائما.

References:

1. Abdel. O. 2011. *Media in the Twenty-First Century - International Communication*. I. Cairo, Arab Thought House.
2. Hamadeh. B I, 2008. *Studies in Media*. Communication Technology. and Public Opinion. 1st Edition, Cairo. The World of Books.
3. Al-Sharif. S. 2003. " *The Role of the Media in Educational Development in Developing Societies*," Journal of Radio Art. Cairo.
4. Ismail. M. H. 1998. *Principles of Communication Science and Theories of Influence*. Cairo. Dar International Library for Publishing and Distribution.
5. Al-Hadidi. M. S. and Imam. S. 2004. *Media and Society*. Cairo, The Egyptian Lebanese House.

Studies:

1. Hussein. H. 2016 " *Arab Affairs in Foreign Arabic-Speaking Satellite Channels: The Stakes of Influence and the Obsession of Guardianship*." Al Jazeera Center for Studies.
2. Lamam. F. 2018. " *The International Media Wave to the Arab World, the Model of France 24 Arabic. BBC Arabic and the Free*." *The Journal of Cultural Dialogue*, Abdelhamid Ben Badis Mostaganem University. Vol. 7, Issue 1.

Master and PhD Theses:

1. Sayed. I. 2013. *The Role of Foreign Satellite Channels Directed in Arabic in Arranging the Elite Agenda Towards Arab Issues*. PhD Thesis. Ain Shams University.
2. Hassan. B. M. 2014. *He tackled Arab issues in the European televised speech directed in the Arabic language and the elite's relationship with it*. Unpublished PhD thesis. Cairo University: Faculty of Information. Department of Radio and Television.
3. Youssef. H. M. 2001. *the news treatment of Arab issues in the American CNN network and the European Euronews*. PhD thesis, Cairo University.
4. Al-Hadithi. R. H. M. 2005. *The Reality of Talk Shows on Al-Iraqiya Satellite Channel*. Political Programs as a Model. Master Thesis, University of Baghdad.
6. Al-Shadoukhi. T. 2010. *Methods of presenting talk shows and their relationship to promoting viewing*, Master Thesis. Imam Muhammad bin Saud University.
7. Abd al-Latif. M. 2009. *the media image as reflected in the talk shows on satellite channels and its relationship to the mental image of government among university youth*. Master Thesis, Ain Shams University.

Website:

1. France 24 website. <http://bit.ly/3acvdse>

المراجع الأجنبية:

1. Hurley J. B.. " *Personality type today*". Harper and Row. Colophon Books. (New York. 2003).

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/21-36>

Foreign Channels Speaking in Arabic and their Role in Addressing Middle East Issues

Abdulla Hussien Hassan ¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 2/12/2020.....Date of acceptance: 30/12/2020.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ABSTRACT

This research aims at identifying the nature of addressing the Middle East issues in the talk shows in the foreign channels speaking in Arabic "France 24, a model", and identifying the extent of interest of the channel in addressing middle east issues in the talk shows, the nature of the guests and the hosts, methods of addressing the issues, and the technical features that characterize the presenter of the research sample program. This research is considered an analytical descriptive study. It depends on the analysis of the content of the series of the weekly talk show "a week from the world" on the French channel (France 24) during the period (August 1/July 31 2018) .

The most important results indicated that the foreign channels speaking in Arabic are concerned with covering the middle east issues, especially the political and military topics. The results also showed the channel's interest in the Syrian file in the first place, and their reliance on the writer in addressing the raised Middle East issues, especially the opponents of the raised issue. The results also revealed that there is a balance in the distribution of time between the guests, non-interference of the presenter in addressing the raised issues, leaving enough time for the guest to address the issue, the presenter of the program (the research sample) is not directing the guest to answer according to the channel's view, and the treatment also relied on the political frameworks in addressing the issues.

Keywords: Foreign Arabic speaking Channels, France 24, Talk Shows.

¹ Continuing Education Center / University of Baghdad, abdullahussen2016@gmail.com.

جماليات البناء الفني في البرامج التلفزيونية التعليمية

"برنامج الومرحبا انموذجاً"

محمد عبد الرضا حسين¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229

تاريخ استلام البحث 2021/1/21, تاريخ قبول النشر 2021/3/2, تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث:

للتلفزيون القدرة على الجمع بين الصورة والصوت، ما يجعله ذا تأثير مباشر على المتلقي كونه أداة تواصل غنية بالأشكال الفنية المتنوعة التي تعرض من خلال هذه الشاشة الصغيرة من البرامج والأفلام، ليصبح بذلك التلفزيون متفوقاً على العديد من وسائل الاتصال المتعددة الأخرى. بحثنا هذا يخص الإمكانية الفنية والتقنية في إنتاج البرامج التي يمتلكها التلفزيون كوسيلة جذب للأطفال المتعلمين ما بين سن 5-12 عام، مما يجعل منه رديفاً تربوياً وتعليمياً للمدرسة، يساعدهم في رفد المعرفة وكسب المهارات والاطلاع على العلوم المختلفة عبر برامج تعليمية، ومن المعروف بأن الطفل في هذه المرحلة يستمتع حين يشاهد أنواعاً معينة من تلك البرامج، فأكثر ما يجذب انتباه الطفل هي الصورة المتحركة والمؤثر الصوتي والبصري، بالإضافة إلى أفلام الكارتون والدمى والألوان وبهجة الإضاءة والقصص الناطقة بلسان الحيوانات والطيور، فصناعة برامج تعليمية للأطفال لا بد أن تكون معدة إعداداً تربوياً توجيهاً محكماً من خلال توظيف الأشكال الفنية والتقنية التي تساعد الطفل على فهم المادة أو المعلومة المطروحة بشكل سلس. وهذا هو محور بحثنا الذي انتهى إلى بعض النتائج المحورية ومنها أن التقنية الرقمية لعبت دوراً كبيراً في حل المشاكل وإعطاء فسحة لجذب الأطفال عن طريق الحركة واللون والمؤثرات. فالألوان كانت بمثابة هوية للبرنامج فقد وظفت بشكل موحد على مدى حلقات البرنامج بحيث ارتبطت ارتباطاً لونياً حتى مع الفواصل.

الكلمات المفتاحية: البناء الفني. البرامج التعليمية. الومرحبا

طالب دراسات عليا، كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد, mohammadabdalredha74@gmail.com¹

مشكلة البحث:

للتلفزيون مكانة الصدارة بين وسائل الإعلام كونه أداة تواصل سهلة عند حدود المتناول، ونافذة غنية للوصول إلى المتلقي لقدرته على تخطي الحدود لنقل الصورة والصوت والتشكيلات الفنية الأخرى من برامج متنوعة ومختلفة وأفلام تصل إلى المتلقي بكافة فئاته، ومن بين تلك البرامج التي يمكن نقلها هي البرامج التعليمية الخاصة للأطفال، هذه البرامج التي يتم إعدادها وإخراجها إلى نظرية "سكينر" التي تعتمد في مقوماتها على مبدأ المثير والاستجابة والتعزيز مع إمكانية توفير جانب كبير من التفاعل في استخدام البرامج الرقمية في حقل الإنتاج القادرة على المساعدة في تحقيق الأهداف التعليمية، لفتح المجال أمام المعلومة لتتدفق بسهولة ويسر إلى المتعلم وتذليل المعوقات التعليمية للمتعلم. هذا الأمر يتطلب أن يكون هنالك شكل معين يعالج عبره المضمون التعليمي للبرامج الذي سيصبح نمطاً معيناً في التعبير عن المواضيع المطروحة وهو من الضروريات التي يتبناها البرنامج التلفزيوني عموماً والبرامج التعليمية خصوصاً.

ومن هنا برزت الحاجة إلى أن نطرح بعض المعالجات التي يمكن أن تشخص محور بحثنا عبر التساؤل التالي: كيف للشكل أن يلعب دوراً كبيراً في إثراء البرامج التلفزيونية المعدة لأغراض التعليم؟

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى الخوض في تشخيص بناء الشكل الفني للبرامج التعليمية التلفزيونية الخاصة بالأطفال ودراسة المعالجات الفنية لها.

أهمية البحث:

تعدُّ هذه الدراسة من الدراسات التي تُسلط الضوء على تأثير البرامج التلفزيونية التعليمية المعدة بشكل فني ضمن برنامج (الو مرحبا) الذي يعرض من على شاشة قناة الجزيرة للأطفال الفضائية، والمراد منه تعليم الأطفال وتوعيتهم، وبالنظر لأهمية الدور الذي تلعبه البرامج التلفزيونية التعليمية والتي أصبحت تنافس المدرسة والأسرة في جانب التعليم والتي ينهل منها الأبناء المعلومات العامة والخاصة، كانت هذه الدراسة فيصلاً في الكشف عن أهم ملامح الشكل الفني في تلك البرامج وكيفية معالجة الأفكار إخراجياً، بما يتناسب وقدرات الأطفال العقلية للاستفادة من هذه البرامج، ولأهمية الدراسة يجد الباحث أنها قد تكون مصدراً يثري التجربة الإخراجية في حقل برامج الأطفال التعليمية، وهذا ما يجعل دراستنا مهمة للعاملين في التلفزيون التربوي ومنهم المخرجين والمعدّين للبرامج التي تحدد مهام التفاعل التعليمي كذلك تعد الدراسة كمنهل لطلبة كلية الفنون الجميلة ومعهد الفنون الجميلة.

حدود البحث:

حدود البحث منصبة على برنامج (الو مرحبا) الذي يعرض على شاشة قناة الجزيرة الفضائية للأطفال في الفترة الواقعة بين عام 2010 إلى 2015 كونه أحد البرامج التلفزيونية التعليمية الذي يستهدف شريحة الأطفال من عمر الـ 5 إلى 12 سنوات، يعد هذا البرنامج نموذجاً لدراسة تطبيقية وفي نفس الوقت ستكون عينة قصديّة؛ لأنها من الممكن أن تمثل المجتمع الأصلي وذلك بناءً على خبرة الباحثين مع احتمالية أن تمثل المجتمع الأصلي بالفعل؛ لأن الاختيار تأسس على احتمالية وجود مفردات موضوع البحث.

التعريفات الإجرائية:

1 - الجماليات: يمكن لنا أن نعرف المفردة الأساسية من الجماليات وهو الجمال تعريفاً إجرائياً يتلائم مع أهداف البحث وهو الجمال أو الجمالية (الجماليات) هي ظاهرة ديناميكية ناتجة من الإدراك الحسي النابع من صميم الذات البشرية صوب الأشياء المدركة والجميلة والتي تصاحبها حالة من التمتع واللذة لجمال ذلك الشيء من جراء إبراز كل شيء يمكن أن يخاطب الوجدان بأكبر تأثير عاطفي عبر الشكل.

2 - البناء الفني: هو البناء الفني والتنسيق للعناصر الصورية والصوتية كافة ضمن عملية المونتاج بحيث تكون هذه العناصر الوحدات البنائية الأساسية التي يبني على أساسها كل عمل فني سواء درامي أو تعليمي في السينما أو التلفزيون.

3 - البرامج التلفزيونية التعليمية: هي كل البرامج المعدة للتلفزيون والتي تحتوي على كل الوسائل والسبل العلمية التي تتوافق وقابلية الفئة المستهدفة من عمر 5 إلى 12 سنوات، والتي تمنحهم قدراً كبيراً من المعرفة والتعليم بوسائل تقنية تعليمية يمكن من خلالها تسهيل عملية إيصال المعلومة معززة ببرامج حاسوبية ومستلزمات أخرى توضيحية تخدم تفاعلية المستهدف من الأطفال.

الإطار النظري

البرامج التلفزيونية التعليمية:

في ظل التطور التكنولوجي الهائل، فإن العملية التربوية اتسعت وأصبحت تمتد على امتداد وانتشار التقنيات الرقمية الحديثة بشكل هائل، وبما أن التعليم هو الهدف المنشود لكل المجتمعات، فأصبحنا أمام الخيارات العديدة لتطوير إمكانيات التعليم من خلال ابتداع الوسائل الكفيلة بنشر الثقافة والتعلم،

وهذا يتطلب تحويل العناصر الفنية التكنولوجية بجميع وسائلها إلى مادة علمية معروضة على الشاشة واعتبارها درساً تعليمياً تطبيقياً لأي منهج من مناهج الدراسة النظرية، هذا مع الأخذ بالاعتبار لما للطفل من مكانة خاصة في مجتمعاتنا كونه بذرة مستقبلها، جاءت أهمية الخوض في كيفية صقل هذه البذرة لا سيما في عالمنا المعاصر عصر الثورة التكنولوجية والمعلوماتية ووسائل البث الفضائي، فالتلفزيون أحد أهم وأقرب الوسائل المتداولة لدى الطفل، وتعد البرامج التلفزيونية التعليمية الموجهة للأطفال سلاحاً ذا حدين فإما أن تكون مؤثرةً بشكل إيجابي أو سلبي بالاعتماد على ما يتم تقديمه من فحوى تلك البرامج وطريقة طرحها لهم مع الاستخدام الأمثل لكل عناصر اللغة الفنية التلفزيونية سواء الصورة أم الصوت وتوظيفهما لخلق مضامين تربوية مؤثرة على ذات الطفل، وهنا برز استخدام الأفلام التعليمية بشكل كبير والتي تمحورت إلى محورين من الأفلام التعليمية لإيضاح وشرح المادة العلمية للطلاب، وهذان النوعان هما ((الفيلم التدريسي والذي يتم إنتاجه وفقاً للكتب المدرسية المقررة في التعليم والثاني هو الفيلم التدريبي وهذا النوع تحدده حاجة المدرسين والطلبة لتقديم فرص وخبرات متنوعة لتزويدهم بحقائق ومعلومات تساعد على إظهار مهارات جديدة لديهم من خلال استخدام حاسني السمع والبصر)) (Qasim, 1989)، والبرامج نحت نفس منحنى الأفلام فكانت هذه الأفلام التعليمية والبرامج تأتي ضمن إنتاج ((هيئة تعليمية (مدرسة، جامعة، متحف، دار كتب)، ويمكن عد البرامج التي تنتجها المحطة التلفزيونية نفسها وذات

الطابع التعليمي أنها برامج تعليمية ما دامت مضامينها تتعلق بالدروس والمناهج الدراسية والعلمية للطلبة ((Reda, 1991).

فبشكل العام لو أخذنا كل البرامج التي تقدم إلى الشاشة الصغيرة هي في جلها من حيث الوظيفة والأهداف هي برامج تأثيرية أي تعطي معلومات معينة ومحددة للمشاهد، وقد تكون من بين تلك البرامج أيضاً برامج ترفيهية ((إن تقسيم وتصنيف البرامج الإذاعية والتلفزيونية خلق إشكالية عند علماء النفس والاجتماع والاتصال، فقد ميز العلماء بين وظيفتين أساسيتين للبرامج الأولى تساعد المتلقي في الاطلاع على العالم الحقيقي المعاصر عن طريق مجموعة الصور التلفزيونية التي تعبأ داخل برامج إعلامية وثقافية وبرامج مسلية كالألعاب والمسابقات وبذلك فالوظيفة هنا واقعية، أما الوظيفة الأخرى فهي ثابتة غير واقعية وخيالية تساعد الفرد المشاهد أو المتلقي على الهروب من الواقع ومن الضغوط النفسية والاجتماعية ومصاعب الحياة اليومية لكي يلاقي نفسه في عالم آخر)) (Saheb, 2005)

فالبرامج الموجهة يجب أن تحتوي إلى جو أقرب إلى شخصية الطفل من خلال كاريزما المقدم مثلاً من حيث المدخلة مع الطفل أو حتى كيفية طرح الفكاهة داخل البرنامج وطرق طرح الأسئلة عليه والمساعدة الخفية على حل تلك الأسئلة ((التأكيد على الأسلوب القصصي الذي هو أفضل وسيلة لتقديم ما يراد للأطفال من قيم دينية وأخلاقية، أو معلومات علمية أو تاريخية أو جغرافية أو توجهات سلوكية واجتماعية، مع التركيز بالنسبة لبيئتنا العربية على تقديم القصص الشعبي وقصص البطولات التاريخية والإسلامية من خلال معالجة فنية تتناسب مع خيال الطفل)) (Hindi, 2008).

ولا بد الالتفات أيضاً لتنوع فقرات البرنامج التعليمي من عرض مشاهد تمثيلية حية أو مسجلة أو عرض أغاني هادفة تبعث في نفوسهم البهجة مع عرض مواد فلمية علمية تشرح ظاهرة معينة أو إنتاج شيء مصنعي، لذا من الضروري لإنجاح أي برنامج تعليمي أن تكون العناصر والضوابط المذكورة آنفاً بالحسبان عند الشروع بإنتاج مثل هكذا برامج حتى يصل للغاية المنشودة منه وهي إيصال المعلومة.

أهمية برامج التدريس والتعليم للأطفال:

البرامج التعليمية أو التربوية تساعد الطفل أو الطالب على التعلم والمعرفة سواء للمناهج الدراسية الخاصة أو مجمل العلوم والثقافة العامة، وعادة ما يركز على المادة العلمية في أغلب طروحاته، وهي مجموعة من المواد الصورية والصوتية التي تحتوي على أشكال وعمليات علمية، التي تكون في أغلب الأحيان على شكل دروس تلفزيونية مباشرة أو مسجلة والتي تتصل اتصالاً مباشرة بخط المناهج الدراسية الخاصة بالطلاب ولكل المراحل ومنها:

• التعليم والتثقيف المباشر.

• التعليم غير الرسمي للكبار (محو الأمية).

• برامج الأطفال (المسابقات والرسوم المتحركة والبرامج العلمية والرياضية وغيرها).

لذا ينبغي التمييز بين مفهوم كل البرامج التعليمية والبرامج التربوية، حيث أن البرامج التربوية هي التي تساعد الطالب في استيعاب المناهج الدراسية ومن ثم تهيئته للامتحانات من خلال الدروس المكثفة المعروضة على الشاشة عن بعد، أما البرامج التعليمية فهي تلك البرامج التي يكون محتواها بشكل أو بآخر عبارة عن ضخ

لمعلومات عامة وتخصيصية أيضاً وذلك حسب نوع الإعداد للبرامج التعليمية، ولذلك تعتبر البرامج التعليمية من أهم البرامج التثقيفية في المجتمع والتي دائماً ما تؤثر على سلوك الأطفال بمختلف أعمارهم ومستويات تعلمهم للعلوم المختلفة المكتسبة من التلفزيون وذلك نتيجة لقضاء أوقات طويلة في مشاهدة العشرات من البرامج التي تستهوي هذه الفئة العمرية.

البرامج التعبوية والاثرائية التثقيفية:

بفضل الإمكانيات التقنية الرقمية الحديثة استطاع التلفزيون أن يلعب دوراً كبيراً في حياة الفرد بصورة عامة وفي حياة الطفل بصورة خاصة، وذلك في ظل الانتشار والتعدد الواسع للقنوات الفضائية المتنوعة المضمون، وهنا يمكن الإشارة إلى أن القنوات الفضائية قد واكبت التطورات في مختلف نواحي الحياة، فظهرت القنوات المتخصصة بالأخبار والسياسة والثقافة والعلوم والاستكشافات والرياضة والمواضيع الاجتماعية والدينية بالإضافة للبرامج الموجهة للمرأة والطفل، وما يعيننا هنا هي القنوات الخاصة بالأطفال التي تلبى حيزاً كبيراً من اهتماماتهم وتطلعاتهم المختلفة المجالات ((الرسالة الاتصالية الموجهة إلى المرأة قد لا تهتم الرجل والرسالة الموجهة إلى الشباب قد لا تهتم الأطفال أو شرائح أخرى من المجتمع)) (Beqas, N.D). لذا تطلب من هذه القنوات المعنية والمختصة في برامج التعليم انتقاء المواضيع التي تخدم الفئة العمرية المستهدفة، سواء كان تلك التي تعتمد على الحركة والموسيقى والإيقاع والحوار والمسابقات والألغاز ((كلما كان هناك توافق بين الصورة والصوتية والصورة المرئية أمكن ضمان نجاح الرسالة الإعلامية التي يهدف البرنامج المتخصص إلى بثها وهذا يعتمد على الاختيار المناسب للموضوع المتخصص والمعرفة الجيدة بالجمهور)) (Beqas, N.D). بل أن رسالة التلفزيون وسحره يتوافق مع ما يصل إليه (فيليش) بقوله ((إننا نسلم بأن التلفزيون فاعل وأن الأطفال يقع عليهم فعل الفاعل بما يعني الإقرار بأن الأطفال سلبيون نسبياً وأن التلفزيون فعال نسبياً)) (Al-Sinjari, 2012) ومن الممكن جداً وتحت ظروف معينة أن يكون التلفزيون ذا تأثير سلبي إن لم يتم ما يعرض من برامج في ظل مراقبة الأطفال وتوجيهاتهم وما الذي يستقطبهم في البرامج بصورة عامة وفق ضوابط عديدة منها العمر ومرحلة الدراسة والثقافة العامة للطفل ((الصور المتحركة لها نفس التأثير في أحداث التقليد الأطفال الذين يشاهدون أنموذجاً يكافأ على سلوكه العدواني يقلدون هذا السلوك أكثر مما لو كان لم يكافأ أو أنه قد عوقب)) (Melhem, 2004).

فإن التلفزيون يحتوي على تأثير نفسي مباشر للطفل؛ لأنه يستطيع تحقيق أمور افتراضية يصعب على الطفل تحقيقها في عالم الواقع إن أثر التلفزيون في الأطفال أكبر وأشد وأسرع من الكبار، لهذا نرى الأطفال يتجمعون امامه، تاركين مكانهم في المقاعد عند عرض مادة مثيرة، ويجلسون على الأرض بالقرب منه، متجاوبين مع حوادثه، متمصنين الشخصيات التي يعرضها، مقلدين للكثير من الحركات التي يشاهدونها، هذه الحالة استغلت من قبل المختصين في حقل التعليم في خلق أجواء افتراضية ينتقل الطفل من خلالها من عالمه الواقعي إلى عوالم أخرى عديدة عبر البرامج التي تعرض في الشاشة الصغيرة، حتى نخلق فعل التأثير بما يشاهده في فقرات تلك البرامج التعليمية من قصص مصورة ومشاهد تمثيلية ومقاطع أفلام علمية وأناشيد توعوية ومسابقات وألعاب هادفة التي عادة ما يكون ظاهرها أو الهدف منها هو التسلية، ولكنها في الواقع تحتوي على مكان من قيمة كثيرة لزرعها في شخصية الطفل وبصورة غير مباشرة، والتي

ستكون فيما بعد ذات تأثير مباشر على سلوك الطفل وتصرفاته لهذا ((يجب أن يتم اختيار هذه البرامج المقدمة للصغار وفق أسس رئيسية، تراعي المستوى العقلي، والمستوى السني، والمستوى الانفعالي والشخصي، والخبرات والقدرات لكل فئة من الأطفال إضافة إلى مراعاة اللغة، من حيث قاموس الطفل اللغوي)) (Maal, 2006). فالإضافة للمضمون التعليمي التربوي للبرامج التعليمية التلفزيونية، لذلك فإن المطلوب الفنية الجمالية في نظر الاعتبار كعنصر أساسي في إنتاج البرامج التعليمية التلفزيونية، لذلك فإن المطلوب من معد البرنامج أن يراعي اللغة الفنية التي سيتم عبرها ترجمة المعلومة إلى صورة واضحة وسهلة الفهم والمضمون، مع مراعاة الجوانب النفسية وحدود الذكاء لدى الفئات العمرية المستهدفة من الأطفال بحيث تكون فقرات البرنامج التعليمي قريبة إلى مستوى تفكيرهم وتطلعاتهم.

بوجود البرامج التلفزيونية التعليمية المختصة والموجهة للأطفال أصبح من السهولة على الطفل استلام المعلومة واستيعابها، وهذا ما يؤكد على أن ((الطفل الذي يتابع حلقة درامية، لا يستطيع أن يتصور أنه في غير حقل الحقيقة والواقع أنه يعرف الممثلين ويرى المأساة على وجوههم، ويشاهد كل تفاصيل الحب والغضب واليأس والقتل ومعالم الهدم والدمار)) (Zainuddin, 2008). فغير الصورة والصوت المتجسد إبهاراً والذي يحتوي على جميع مفردات العناصر الفنية تجعل الطفل أكثر تأثيراً فما أسرع ما يتأثر فكر الطفل في المشاهد الفلمية المعروضة وفقرات البرامج التلفزيونية التعليمية وهذه من المسلمات التي توضع عند معالجة أي فكرة تعليمية ضمن برنامج تعليمي تلفزيوني.

بنية البرامج التلفزيونية التعليمية:

من العناصر المهمة في إنتاج البرامج التعليمية هو التصوير أحياناً تكون بنية البرامج التعليمية تعتمد على الكاميرا أي التصوير التفصيلي لوعاء المكان التي يحرص المقيمون على البرامج تبيان التفاصيل، فالكاميرا تسلط الضوء على التفاصيل خدمةً لفكرة العمل الذي يستهدف الطفل بكم من المعلومات المرئية ((الكاميرا التي يمكنها أن تتجول في فضاء المكان بحرية بشكل تمكننا من متابعة أدق التفاصيل)) (kadum & Hasan, 2020). وهناك عناصر أخرى تسهم في خلق هذا البناء منها المقدم أي الشخصية التي تتبنى تقديم البرنامج وتعرض الفقرات وعرض المعلومات الواجب إيصالها إلى الطفل المشاهد دائماً ما يستعين بالأدوات الرقمية الحديثة لإيضاح معلومة معينة تكون بمثابة وسيلة إيضاح وخلق التأثير العاطفي ومن ثم التفاعل ((الفتان المرتبط بالتقنية الرقمية ليس فقط للبحث عن الجمال بل هو تفاعل إبداعي من أجل خلق تأثيرات عاطفية وجعلها وسيلة تعرض المعلومات)) (ABEDALI, 2020)، من جانب آخر نجد كذلك أن الصوت الرقمي المستخدم يلعب دوراً كبيراً كون هكذا نوع من الأصوات ((توقظ في ذهن المتلقي مجموعة محفزات تؤدي إلى إنتاج الصورة الذهنية وتكون بمثابة مدلول لشيء معين)) (Salem, 2020)، وهذا يتوافق بالتطابق مع فكرة البرامج الفعلية. هنالك جانب آخر من أسلوب التعبير وهو عن طريق الكتابة بكل أنواعها المشكلة رمزياً أو واقعياً والتي تطرح المعلومات المطلوبة من جرائها بشكل مباشر إلى الطفل لنجعله يغمس معها ويتفاعل شرط أن تكون تلك الكتابة متجسدة بوضوح بعد أن نجعلها مصدر استقطاب الطفل بشكل قصدي إذ ((لا بد أن تكون الكتابة واضحة ومختصرة في التعبير)) (Khlief & Ghazwa, 2020).

كل هذه الأشياء تسهم في خلق شكل مثير لدى الطفل وتحفيزه على التفاعل والمتابعة، هذا الشكل الذي يتكون ((نتيجة لاتحاد عدة عناصر بنائية مثل الخط واللون والحجم بما يحقق نظام من العلاقات البنائية التي تنتج ما يسمى بوحدة الشكل)) (Noori & Ali, 2020).

كل هذه المقومات البنائية وظفت بشكل يخدم الأهداف للبرامج التعليمية. البرامج التعليمية أخذت أشكالاً وأنماطاً يمكن أن توصف بشكل يسهل الفصل بين كل نوع من أنواع البرامج، وهذا التصنيف يعتمد على الشكل الفني وطبيعة المعالجة وأسلوب الطرح وتحقيق الأهداف ومن هذه الأنماط الآتي:

أولاً: البرامج التعليمية التقليدية أو النمطية:

وهي التقنيات التدريسية التي يستخدمها المدرس ((لتحسين عملية التعليم والتعلم وتقصير مدتها وتوضيح المعاني أو شرح الأفكار أو تدريب الطلبة على المهارات أو تنمية الاتجاهات أو غرس القيم فيهم دون أن يعتمد المدرس أساساً على الألفاظ والرموز والأرقام)) (Buckmin, 2019)، وتحتوي مثل هذه البرامج أيضاً على أنواع عديدة أهمها:

1 - البرامج التعليمية داخل الصف: والتي تكون بتماس مباشر بين الطلاب والأستاذ داخل مكان واحد محدد وهو الصف المدرسي أو القاعة الدراسية، تحتوي هذه القاعات على جهاز الـ data show الذي يستطيع خلاله المدرس عرض مواد توضيحية تعليمية لنفس المادة المراد تدريسها للطلاب داخل الصف كأن تكون صوراً فوتوغرافية أو فيديو مصورة لعملية صناعة السيارات مثلاً أو لدروس اللغة الإنكليزية أو غيرها من الدروس المنهجية المتعارفة.

2 - البرامج التعليمية عبر اللوحة المعلوماتية video wall: وهي طريقة أشبه بالصف أيضاً، لكنها تختلف مع وجود شاشة كبيرة في القاعة الدراسية ويقوم المدرس فيها بعرض كل ما يراد.

3 - البرامج التعليمية التي تحتوي على الأدوات والألوان: وهي الطريقة المثلى التي يتم استخدامها بشكل خاص لتنمية مهارات الأطفال دون الثامنة، وتعتمد على شبه المسابقة أو التحدي للطفل كصنع نموذج مصغر لعمود كرة السلة وتحفيز فريقين من الأطفال للفوز أحدهما على الآخر والنتيجة هنا تكون بتعليم الطفل لقواعد اللعبة.

4 - برامج تعليمية مصورة داخل المسرح: تحمل طابع المسابقات في أغلبها وتكون داخل مسرح أو مدرج كبير يجلس فيه الأطفال أو الطلاب أو حتى كبار السن وتكون فعاليات البرنامج التعليمي جميعها على خشبة المسرح مع وجود ديكور مناسب لاستدعاء المتسابقين وتكون الأسئلة التعليمية العلمية أو المسابقة بصورة مباشرة.

ثانياً: البرامج التعليمية الرقمية أو المحوسبة:

بفعل التطور التكنولوجي أصبح الحاسوب أحد ضروريات العمل الفني في السينما والتلفزيون، وقد ساعد على انتشار أنواع عديدة من طرائق التعليم والتعلم والتدريس عن بعد، الأمر الذي دعا المؤسسات التربوية بدعم فكرة التعليم التفاعلي وجعله محوراً أساسياً للعملية التعليمية، لذا فقد استغلت هذه التقنيات الحوسبية الرقمية في أصل صناعة البرامج التلفزيونية التعليمية وجعلها عنصراً خلاقاً يضاف

للعناصر الجمالية الفنية الأخرى، وهناك خصائص مهمة تميز أهمية استخدام الحاسوب في العملية التعليمية تتمثل بـ: (Sabry, 2009)

1 - البرامج التعليمية التفاعلية: تستخدم هذه الخاصية في برامج يكون الطفل المتعلم أحد أهم أركانها؛ لأنه سيكون متفاعلاً وعلى تماس مباشر مع الحاسوب، ويكون ذلك إما من خلال استخدام شاشة كبيرة مربوطة بحاسبة يمكن للمستهدف أن يشارك بشكل آني وفوري مع المصدر.

2 - البرامج التعليمية عن طريق الشبكات العنكبوتية: وهي البرامج التعليمية التي تتم عبر وسائل الاتصال الاجتماعي والتطبيقات الإلكترونية الحديثة (فيسبوك - واتساب - كلاس روم - يو تيوب - مواقع إلكترونية الويب سايت).

3 - برامج تعليمية لاكتساب المهارة: هذا النوع من البرامج التعليمية يعتمد على الكمبيوتر نمطاً مميزاً، فيكون التفاعل ما بين الطالب والحاسوب، إذ يستجيب الطالب لصحة الإجابة كتغذية راجعة وإذا ما أخطأ الطالب عند استجابته للحاسوب، فإنه يعطي فرصة أخرى أو أكثر لتصميم الإجابة أو يحدث نوعاً من التفرغ من أجل مراجعة مادة ما للتمكن منها وفهمها قبل استمرار التدريب.

هذه العناصر جميعها تساعد على تهيئة الطفل لاستخدام التقنية الرقمية والحاسوب وبالذات فيما يتعلق بالألعاب الرقمية الفيديوية التي يتم استخدامها للعب فيها من خلال المقايض الإلكترونية (الجويستك) كما هو موجود في منظومة (PlayStation) و (Xbox Live).

ثالثا الشخصيات في البرامج التعليمية التلفزيونية:

بناء وتركيب الشخصية من العناصر المهمة في صناعة البرامج والأفلام التعليمية، فأى حدث سوف يفقد قيمته ما لم يؤثر في نفس المتلقي، وهذا يعتمد بالدرجة الأساس على بناء الشخصية المتفاعلة مع الحدث ورسم الملامح والسمات الخاصة بها، فنرى الكثير من الأطفال يبغون تحت تأثير شخصية معينة يتفاعل معها وينجذب نحوها، ((إن هناك تأثيراً كبيراً على الأطفال من تلك الشخصيات الكرتونية ولكن يظهر على مراحل تدريجية، فالطفل في مرحلة التكوين يتلقى معلوماته من الكارتون)) (Al-Sharqawi, 2012) ، والأمثلة على مثل هذه الشخصيات كثيرة جداً ليس فقط في أفلام الكارتون وإنما في برامج الأطفال والدمى كذلك، ومن أشهر هذه الشخصيات التي ما زال الأطفال والكبار أيضاً يذكرونها إلى الآن هذا اليوم رغم التطورات الحاصلة في نمط خلق الشخصيات بعد الألفية الثانية هي:

1 - على مستوى البرامج التعليمية (شخصية أبي الحروف وشخصية زيد وعمر في برنامج المناهل - مقدم برنامج بنك المعلومات الدكتور عمر الخطيب - مقدم برنامج من سيربح المليون قرداحي - الفنانة أمل حسين في برنامج أحلى الكلام).

2 - على مستوى برامج مسرح الدمى (شخصية نعمان والضفدع كامل والبيغاء ملسون وشخصيتي أنيس وبدر وكعكي في برنامج افتح يا سمسم - شخصية الفتاة باربي - شخصيات برنامج TELETUBBIES البريطاني المترجم للعربية).

3 - على مستوى أفلام الكارتون (شخصية دايكس وهيكارو وكوجي في سلسلة أفلام كريندايزر الكرتونية اليابانية المترجمة للعربية - شخصية توم وجيري - شخصية السندباد والساحرة ميساء والعصفورة

ياسمينة والعجوز علاء الدين في سلسلة أفلام سندباد البحري الكارتونية – الكابتن ماجد – الفتاة ساندي بيل – كالميرو – تيمون وبومبا – ماشا والدب).

لذا فان خيال الطفل يهتم بالنتائج المرضية وإن كانت وهمية أو خيالية، فهو يميل لإبراز العضلات والبطولات في شتى مواقف الحياة، ويحب أن يظهر دائماً بمظهر البطل المنقذ والمسيطر على المواقف، ولذلك نراه يتابع وبشغف مشاهد المنافسة والإثارة والبطولة والمغامرة فضلاً عن تقليدها من حيث لا يدري في تفاصيل حياته اليومية، ولا فرق لديه سواء كانت الشخصية المحبذة له على هيئة إنسان أو حيوان أو أي مخلوق افتراضي خيالي آخر ((اهتمام الطفل بالشخصية القصصية نابع من أنه يبحث دائماً عن أشياء يقتدي بها، ويرى فيها نفسه، ويحقق من خلالها رغباته وطموحاته ولا بد للشخصية القصصية من صفات تلتقي رغبات الطفل وحاجاته)) (Hijleh, 1985).

إن صناعة الحكمة والتشويق في أي عمل فني بصورة عامة وفي البرامج التلفزيونية التعليمية بصورة خاصة يعتمد على بناء الشخصيات كونها العنصر الرئيس والمهم في التواصل وإيصال المعلومة ومن خلال الشخصية المؤثرة سوف يتأثر الطفل أيضاً بما تقدمه تلك الشخصية، فالشخصية هي بمثابة الناقل أو الموصل الكهربائي، فكلما كانت مادة التوصيل جيدة كان التيار الكهربائي مستقراً، وكلما كانت مادة التوصيل ضعيفة يصبح التيار الكهربائي متذبذباً، فالشخصية تنقل وترجم الأحاسيس والمشاعر وردود الأفعال للمتلقي عن طريق اللغة والحوار والحركات الجسدية والتصنع وحسن الأداء التمثيلي فهي ((تعمل على تحصيل بعض القيم والمعايير الاجتماعية، وكذلك بعض الاتجاهات السلوكية، وإدراك معنى الضمير ومعنى الخطأ والصواب)) (Abdel-Baqi, 1983).

لهذا يبقى الإعداد الصحيح للمعالجات الإخراجية أحد أهم السبل التي ينتهجها صاحب العمل من أجل خلق التأثير في شريحة الأطفال المستهدفة وتوجيه سلوكهم وشحنهم بالمعرفة العلمية وقيادتهم نحو مفاهيم التعلم.

المؤشرات التي أسفر عنها الإطار النظري:

1 - تعتمد البرامج التعليمية في معالجات الموضوعات بشكل عام على استخدام الدلالات المختلفة التي تثير استقطاب الأطفال مثل اللون والمؤثرات الصوتية والغناء والمؤثرات الصورية والإضاءة البراقة والأشكال المثيرة.

2 - الفواصل المصنعة بطريقة الـ Animation عنصر مهم من عناصر الشكل الفني الجمالي تتدفق في البرامج بين الحين والآخر مصحوبة بمعلومات جديدة.

3 - شخصيات الدمى تكون أحد العناصر الفنية التي تستقطب الأطفال، فالهيئة والشكل والتكوين والملبس والحركة وإمكانية التفاعل معها من قبل الأطفال.

4 - الكرافيك بأشكاله الفنية بما في ذلك (السبتايتل) يغني الشاشة من حيث الأشكال الافتراضية والشاشات التفاعلية التي تعرض المعلومات، معززة بمؤثرات صوتية عند ظهور الأشكال واختفائها.

إجراءات البحث

سيعتمد هذا البحث إلى النتائج التي خرجنا بها من الإطار النظري وتنظيمها على شكل أداة يمكن تحليل العينة على وفقها، بعد أن اخترنا العينة وهي برنامج (الو مرحبا) التعليمي من إنتاج قناة الجزيرة للأطفال وبواقع خمس حلقات من عام 2011 إلى 2012 اختيرت بشكل قصدي من أجل تحليلها على وفق الأداة. منهج البحث:

سيتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي، إذ سيتم من خلاله وصف ما هو كائن وصفاً دقيقاً وهو علاقة الموضوع بالشكل الفني المتناول للبرامج التلفزيونية التعليمية وكيفية المعالجات لتلك الأفكار المتناولة صورياً وإخراجياً.

أسباب اختيار العينة:

هنالك عدة أسباب لاختيار هذه العينة تحديداً دون غيرها من البرامج التلفزيونية الكثيرة الخاصة بتعليم وتدريب الأطفال إذ يمكن لنا أن نوجز تلك الأسباب بالآتي:

- 1 - نجاح هذا البرنامج باستقطاب جمهور واسع من الأطفال ومن مختلف الأعمار التي تتراوح من 5 إلى 12 سنة تقريباً والذي أخذ رقعة جغرافية واسعة في الانتشار.
- 2 - امتد عرض البرنامج لسنوات طويلة بل ولأكثر من موسم إنتاجي.
- 3 - تزامم الكثير من المشاركين من الأطفال للاشتراك في البرنامج وهذا كان واضحاً من خلال الحلقات المعروضة.

4 - كتب عن هذا البرنامج في أكثر من الصحف والمواقع الإلكترونية.

- 5 - ولأهمية البرنامج مع البرامج الأخرى المخصصة للأطفال ورواج القناة بشكل تداولي كبير سعت إدارة القناة إلى تشفيرها وجعل الأمر تجارياً بحتاً مع ذلك لم يخف الإقبال على متابعة البرنامج. ومن الجدير بالذكر أن هذا البرنامج استمر إعادة عرضه لأكثر من الأسبوع وفي أوقات مختلفة ثلاث كل التوقيتات الخاصة بالبلدان الناطقة باللغة العربية.

تحليل عينة البحث

برنامج (الو مرحبا):

يتميز هذا البرنامج بجانبين مهمين للأطفال المتعلمين في عمر الـ 5 - 12 عام وهما الجانب التربوي والترفيهي، كما يساهم هذا البرنامج بتشجيع المتعرضين من الطلاب على حب التعلم في ذاتهم فضلاً عن توسيع آفاقهم الثقافية والمعرفية. عرضت قناة الجزيرة للأطفال برنامج (الو مرحبا) في بدايات عام 2005 واستمر عرضه بمواسم عديدة وصلت لخمسة مواسم غير أن الإقبال الكبير على هذا البرنامج ونتيجة للكلم الهائل من الاتصالات الواردة له من قبل الأطفال المشاركين دعا إدارة القناة لجعل القناة مشفرة لغاية مادية ربحية واقتصادية، لذلك ومنذ عام 2012 تم ترميز القناة حينها كان برنامج (الو مرحبا) في موسمه الثالث، فهو يُعد من البرامج التفاعلية الحوارية المباشرة العلمية الأولى في الوطن العربي، فنجد فيه التواصل بين الصديق ومقدم البرنامج أو شخصية الدمى بشكل مباشر مع وجود فريق متخصص يقوم بهذه العملية لإجراء الحوارات الهاتفية مع المشتركين لطرح الأسئلة والإجابة عنها، فضلاً عن الحديث عن أحلامهم

وهواياتهم، ومع وجود فقرة تقديم الهدايا للفائزين في المسابقات يكون المتعلم منجذباً أكثر للاشتراك في البرنامج ومستعداً معرفياً للإجابة.

يعرض برنامج (ألو مرحبا) على شاشة قناة الجزيرة للأطفال بشكل يومي من الأحد إلى الخميس من كل أسبوع، في الساعة السادسة مساءً ويعاد عرضه في الساعة العاشرة صباحاً من اليوم التالي، الجدير بالذكر أن إدارة قناة الجزيرة قامت بإنشاء موقع خاص للقناة بشكل عام لبرنامج (الو مرحبا) كونه يحتوي العديد من الفعاليات والمعلومات الجديدة الخاصة بعالم الطفل العربي.

(الو مرحبا) حلقة من الموسم الثاني للبرنامج:

استخدم البرنامج بعض المعدات التي تتوافق والفكرة المطروحة، ففي شكل رقم (1) هناك مشهد تمثيلي لشخصية الدمى وهي تستحم بطريقة تعليمية يوصف من خلالها ما هي المفردات والأدوات التي تستخدم في الحمام وكيف نحافظ على ترشيد الماء، والمفردات هي (منشفة الجسم - حنفية الماء - الصابونة - الإناء - الليفة) هذه جميعها مفردات محبوبة لدى الطفل وعليه أن يتعلم كيفية حسن استخدامها.

أما في شكل رقم (2) نلاحظ كيف تدخل مقدم البرنامج بملابسه البراقة الحمراء التي توافق الاسم أو العنوان الخاص بهذه الحلقة وكما هو مبين في خلف الشاشة، فهو يعترض على هدر الماء ويصرخ بصوت عال، ولكننا لا نسمع الصرخة ولكن نسمع صرخة مؤثر صوت طفل يصرخ بالاستعارة أو بالإنيابة عنه هنا استخدمت صرخة الطفل كوسيلة للانتباه حتى يعي الطفل المتلقي ماذا يحصل أو أن هناك أمراً مريباً أو خطأ قد حدث.



شكل رقم (1)



شكل رقم (2)



شكل رقم (3)



شكل رقم (4)

أما في شكل رقم (3) نرى كيفية استخدام الدلالة الوصفية التي تعكس حجم الإسراف، فجعل قطرة الماء على شكل رسم كارتوني متحرك بشكل ثلاثي الأبعاد ومن ثم تبدأ هذه القطرة بالكلام لتحكي قصة هدر الماء، ولكن في الحقيقة هذه القطرة كانت في يد مقدم البرنامج الذي اتخذ من حوض الاستحمام الأزرق ملاذاً مخفياً للتحرك، الألوان التي استخدمت في هذه اللقطة كحوض الاستحمام الأزرق والقطرة الزرقاء والخلفية التي تحتوي على الأشجار والألوان قد وظفت بأشكال منسجمة توحى بالهارموني.

وفي شكل رقم (4) هو أحد الفواصل (التايتل الفرعي الذي استخدم بعد مشهد الاستحمام) وهو عبارة عن انيميشن ثلاثي الأبعاد تم استخدامها عن طريق الحواسيب مصحوبة بالأغاني، وقد تميزت بألوان براقية وحركة بأشكال تدل على فقرة البرنامج القادمة، فهناك سلك مربوط بسماعة دليل على أنه سيتم استقبال الاتصالات الهاتفية، أما السلك الآخر، فنجدته مربوطاً بالأذن البشرية وهذا دليل على أن المقدم وشخصية الدمى ستستمع للمتصلين أما السلك الثالث فهو مربوط إلى فم يتحدث وهذه دلالة إلى الحوارات التي ستجري بين المقدم والدمى والمتصل. ومن ثم هناك طائرة تحمل لوحة مكتوب عليها اسم البرنامج (الو مرحبا) وجميعها كارتونية، هذه الأشكال ذات الدلالة أوجزت لنا المحتوى بشكل دقيق ووافق.

بالانتقال للشكل رقم (5) هنالك اتصال إلى الاستوديو بين مقدم البرنامج وشخصية الدمى ليصاحب هذا الاتصال سبتايتل يظهر بشكل فني وحركة تتناسب لونياً مع الخلفية بشكل عام للبرنامج يصاحبه مؤثر صوتي يثير الانتباه إلى السبتايتل الذي سيكتب عليه اسم المتصل.

أما بالنسبة للصورة (6) هنالك شكل آخر دلالي يثير الانتباه للمتلقي يظهر بانسجام على شكل سماعة تكون مواجهة للشاشة أو المتلقي ومعها الاستوديو بشكل عام بعد استخدام الاستوديو الافتراضي Virtual Studio وهنالك أيضاً شاشات عملت بطريقة الجرافيكس تحمل اسم البرنامج وتكون متحركة باستمرار، فالألوان البراقة التي تناسب موضوع الحلقة (الماء) وهي الأزرق، فنجد أن التدرجات اللونية للماء موجودة على كل تفاصيل حلقة البرنامج.



شكل رقم (5)



شكل رقم (6)



شكل رقم (7)



شكل رقم (8)

نجد في شكل (7) والحديث مستمر ما بين شخصية الدمى ومقدم البرنامج اللذان يناقشون موضوع الحلقة، ونلاحظ أن هنالك ألواناً أخرى تدفقت كاللون الأخضر الذي يمثل الحديقة دليل على الباحات الواسعة التي يلعب فيها الطفل.

وفي شكل رقم (8) نجد تدخل الجرافيكس على شكل تجسيد كارتوني لطيف، فهناك مؤثرات التصفيق الصوتية ترافقها يدان على شكل انيميشن تقوم بالتصفيق عندما يحصل الطفل المشارك عبر الاتصال على الجائزة لإجابته الصحيحة وهذا الأسلوب لغرض التشجيع.

أما شكل رقم (9) فهي اللوحة التي تستخدم كطرح أسئلة تكون تفاعلية ما بين مقدم البرنامج والشخص المتصل، فنجد أن مقدم البرنامج يركز على خلفية الاستوديو التي تظهر فيها شكل اللوحة المعروضة. ثم تنتقل للشكل رقم (10) لنشاهد كيف استخدم طرح الأسئلة الاختيارية، وهذا الشكل يوصف لنا المكان بالألوان زاهية توافق ألوان البرنامج بشكل عام مع وجود منبه، فنلاحظ أن الألوان محددة جداً لا تتشكل بأكثر من خمسة ألوان (الأصفر - الأخضر - البرتقالي - الأزرق الفاتح).



شكل رقم (9)



شكل رقم (10)



شكل رقم (11)



شكل رقم (12)

أما الشكل رقم (11) فنجد كيف وظف الشكل الفني عن طريق الجرافيكس واستخدام الدلالات التي تثير الطفل المتلقي، فأشكال الهدايا التي تتدفق إلى الشاشة بشكل افتراضي معززة الواقع مضاف إليها المؤثرات البصرية الأخرى التي وظفها فن الاستوديو الافتراضي.

الصورة في شكل رقم (12) نجد كيف تتفاعل اللوحة الافتراضية في الواقع الافتراضي داخل البرنامج مع أجوبة الطفل، فعندما يقول رقماً محدداً يختفي هذا الرقم من الشاشة وحسب أجوبة الطفل، كل تلك الأشكال ساعدت أن تكون هناك هوية محددة لهذا البرنامج، حيث تفرد هذا البرنامج بطرحه معالجات صورية لموضوعاته ومواضيع حلقاته ولكل حلقة تطرح فكرة معينة تكون الألوان مناسبة لموضوع تلك الحلقة إلا أن الألوان الخاصة بالبرنامج والتي تعتبر هوية البرنامج الأصلية نجدها ثابتة ولا تتغير ونجدها مكررة في فن الجرافيكس وفن الانيميشن وكذلك في الريبورتاجات والفقرات الأخرى من البرنامج.

وفي الصورة من شكل رقم (13) توضيح لما ذكرناه (كيف التفاعل) إلا أن الشاشة الرقمية ممكن أن تكون خلفية لمقدم البرنامج ومن الممكن أيضاً أن تكون بوضع تملأ الشاشة كما تحدثنا عنه سابقاً. وبالنسبة للصورة في شكل رقم (14) فإنها تكشف لنا كيف أن النتيجة بالنجاح أو الفوز تظهر عن طريق شخصية الدمى بشكل متحرك تمثيلي فضلاً عن أشكال جرافيكية على هيئة نجوم متعددة الأشكال والألوان وهذا دليل على فوز المتسابق وحصوله على الجائزة، حتى أن الأصوات تقترب من مستوى صوت الطفل.



شكل رقم (13)



شكل رقم (14)



شكل رقم (15)



شكل رقم (16)

وحيث استعراض الشكل رقم (15) نتلمس كيف أن الفقرة التوضيحية الداعمة الخارجية أي أن هناك تصويراً خارجياً لتقرير يطرح موضوع يجيب عن سؤال قد طرحه مقدم البرنامج، وهذه الحلقة كانت فيها معلومات تخص استخدامات (إصبع الإبهام) وفيها معلومات مهمة تخص البصمة تفيد الطفل المتعرض بالمعلومات، ومنها معنى كلمة الإبهام لذا نرى حتى في التقرير الخارجي ألواناً متسقة مع لون القناة ولو لاحظنا بأن إشارة القناة باللون (الماروني) واللون السائد على التقرير الخارجي أيضاً الماروني وهذا دليل على أن هذا التقرير تم تصويره داخل الاستوديو فضلاً عن الديكور والملابس.

وبالوصول للصورة في الشكل رقم (16) نجد أن الكاميرا تقترب من الموضوع لترينا كيف أن الطفل يبصم بإبهامه على الورقة، وهو يكشف التفاصيل والآلية التي يتم فيها عملية البصم.

وفي شكل رقم (17) تصوير خارجي لنفس (التقرير) الذي يشرح موضوع الإبهام عن طريق لقاءات مع أشخاص مختلفين، هذا ما يجعلنا أن نطلق على هذه الفقرة بالمعرفة الريبورتاجية أي أن هناك ريبورتاج يطرح إجابة لسؤال طرحه مقدم البرنامج، والفقرة الأخرى التي يمكن أن تكون خارج الاستوديو ولكن هذه المرة عن طريق رسم كارتوني ثنائي الأبعاد له دور في الطرح أو الإجابة أو تعزيز موقف معين كذلك قد طرحه مقدم البرنامج أو عن طريق سؤال وجهه لأحد المشتركين لتعزيز المعلومات العلمية لدى الأطفال حين طرح الموضوع على شكل سؤال ومن ثم الإجابة على هذا السؤال بطريقة علمية مدعومة بالتقنيات الفنية الرقمية.

أما الصورة في شكل رقم (18) فاصول كارتوني يجيب عن أحد الأسئلة التي تم طرحها في البرنامج.



شكل رقم (17)



شكل رقم (18)



شكل رقم (19)



شكل رقم (20)

الصورة في شكل رقم (19) معززة بكلمات تضيف معلومات إثرائية إلى الحوار أو المناهج الذي تحدثت به الشخصية. وأخيراً فالصورة ذات شكل رقم (20) ختام المعلومة والإجابة عن التساؤل المطروح في البرنامج. كانت عينتنا تمتلك مقومات نستطيع أن نقول عنها تعبيرية تصل إلى الطفل المتعلم بشكل سهل وسلس ومن دون عناء، فالدلالات المختلفة بالألوان البراقة والمؤثرات الصوتية والغناء كان هو العنصر السائد في هذا البرنامج، أضف إلى ذلك الإضاءة التي ملأت الفراغات فلم نر وجوداً للظل والصورة لم تكن مسطحة، ولكننا نرى فيه العمق الذي يثير الطفل كونه تواقاً لرؤية كل تفاصيل الصورة، أما أفلام الانيميشن فأخذت بعدها الحقيقي ووظفت بشكل يتناسب لونياً ومعنوياً وفكرياً مع البناء الفلسفي والفكري والجمالي والتقني لبرنامج (الو مرحبا)، أما الشخصيات التي أدت الأدوار هي شخصيتان رئيسيتان شخصية مقدم البرنامج الذي كانت له مواصفات قريبة من الشخصية الثانية وهي شخصية الدمى من حيث المنظر الخارجي والملبس اللذين كانا يقودان البرنامج ما بين مشهد تمثيلي وما بين حوار وما بين الأسئلة وأجوبتها، أما موضوع (الجرافيكس) استخدمت داخل البرنامج بشكل واسع في البرنامج، فلا توجد لقطة واحدة خالية من (الجرافيكس) ولم نر موقفاً قد خلا منه فالأشكال الافتراضية موجودة على الدوام في جميع فقرات وتفاصيل البرنامج وعلى مدى جميع حلقاته ومواسمه المتعددة، أضف إلى ذلك ديكور البرنامج كان مكماً بتقنية (الاستوديو الافتراضي).

نتائج البحث:

1. التقنية الرقمية لعبت دوراً كبيراً في حل المشاكل وإعطاء فسحة لجذب الأطفال عن طريق الحركة واللون والمؤثرات.
2. الألوان كانت بمثابة هوية للبرنامج، فقد وظفت بشكل موحد على مدى حلقات البرنامج بحيث ارتبطت ارتباطاً لونياً.
3. المؤثرات الصوتية كانت في الانيميشن Animations لعبت دوراً كبيراً في خلق نوع وظيفي لطرح المعلومات ومعالجة موضوع الحلقة، فكان هناك نوعان من Animations الأول على شكل كارتوني ذي بعدين والثاني على شكل رقمي مؤلف عبر الحاسوب.

4. الأغاني وخصوصاً في الفواصل كانت عبارة عن كلمات هذه الكلمات تشكل اسم البرنامج بالأغنية تشكلت من كلمة (الو مرحبا).
 5. تعزيز البرامج بأشكال متحركة رقمية مثل السبتايتل Subtitle الذي يبدو لنا متحركاً في كل تفاصيله بألوان توافق الشكل العام للبرنامج وتثير الأطفال.
 6. الألوان تتطابق مع المواضيع المطروحة بشكل دلالي، مثلاً الحلقة التي تتحدث عن ترشيد الماء كأسلوب تعليمي تكون فيها كل الألوان المستخدمة بلون الماء أو قريبة إليه، بما فيها الخلفيات والتكوينات الأخرى في الاستوديو.
 7. المؤثرات الصوتية توافق الموقف أي مثلاً مع سقوط شخصية الدمى فإنه يرافقها مؤثر صوتي لسقوط شيء، كذلك في حال خسارة المشاركين يجابهها صوت كسر للأشياء وكذلك مؤثر التصفيق والموسيقى التي ترافقه في حال الفوز.
 8. استخدام الشاشة الافتراضية المصنعة بشكل كرافيك Graphic Design والتي تطرح من خلالها أسئلة البرنامج وإجاباتها.
 9. من أهم العناصر التعليمية التي وظفت في البرنامج هي الجداول، وتكون على شكلين الأول جداول على شكل أسئلة تكون خلف مقدم البرنامج والثانية جداول تملأ الشاشة بشكل كامل Full Screen.
 10. اعتمد البرنامج على فقرات أخرى إضافية وهي فقرة الريبورتاج Reportage إنتاجه كان خارج الاستوديو على هيئة مشهد تمثيلي أو لقاءات يتناول موضوع الحلقة وتوجيه الإرشاد والتعليم للأطفال.
 11. البرنامج يشكل أسلوباً تعليمياً مثالياً عبر كل تلك المفردات والأشكال الفنية المتناولة.
- استنتاجات البحث:

1. اعتمد البرنامج على اللقطات القريبة بشكل واسع تليها اللقطات المتوسطة مع حركة محدودة للكاميرا، وكانت الكاميرا العامة مخصصة لاستلام الاتصالات.
2. ملابس مقدم البرنامج وألوانها وشكلها اختيرت بشكل يناسب موضوع الحلقة وشخصية الدمى في نفس الوقت حتى يبدو أن هناك هارومني.
3. الأشكال المستخدمة كدلالات ورموز في البرنامج كانت على نوعين:
 - على شكل رسوم جرافيكس.
 - على أشكال مجسمة ورقية أو كارتونية.
4. طرح المواضيع ذات الصلة بالتعليم والمتعلم يقابلها قصة تحدث لشخصية الدمى فهو يمثل داخل الاستوديو الموقف الذي يراود طرحه للمتعلم.
5. الحوار مشترك بين الدمية والمقدم من جهة والمتصل المشترك من جهة أخرى.
6. الموسيقى تلازم الحلقة من بدايتها إلى نهايتها.
7. تايتل البرنامج يكون بعد مقدمة استهلاكية وموقف تمثيلي من قبل الدمية.
8. كانت فقرات خارجية على بناء النسيج التلفزيوني لتخرج الكاميرا خارج الاستوديو.

التوصيات:

يوصي الباحث أن تكون هناك دراسة تهتم بواقع البرامج التلفزيونية العراقية التعليمية موجهة لفئات عمرية وفق علاقتها بالتقنيات المساعدة لمعالجة الشكل الفني لتلك البرامج واستهداف المحطات المحلية فقط.

المقترحات:

يقترح الباحث أن تكون هنالك دراسة مقارنة ما بين البرامج الفئوية المختلفة التي تعالج موضوعات الشكل بالطرق المختلفة أيضاً النمطية القديمة وبين البرامج الرقمية الحديثة لتكون بمثابة دليل فني وتربوي يمكن المزاجية فيما بينها للخروج بقالب جديد مبتكر.

References:

- Abdel-Baqi, Z. (1983). *Family and Childhood*. Cairo: The Egyptian Renaissance Library.
- ABEDALI, T. T. (2020). Using Digital Technology To Shaping Space of Theatre Show. *Al-academy Journal*(97), 109-128. doi:10.35560/jcofarts97/109-16
- Al-Sharqawi, M. A. M. A. (2012). *The influence of the central cartoon characters on children's websites on the values and attitudes of the Egyptian child*. College of Media - Department of Journalism, Cairo University, Cairo. Retrieved from <http://www.erepository.cu.edu.eg/index.php/cutheses/thesis/view/2741>
- Al-Sinjari, B. D. (2012). *Iraqi children were exposed to TV news bulletins*. *AL - Bahith AL - A'alami*, 4(16), 92-107. Retrieved from <https://www.iasj.net/iasj?func=article&ald=59935>
- Beqas, A. L. (N.D). *The impact of private Algerian satellite channels on developing a culture of citizenship*. Université d'El Oued-Hamma Lakhdar-, Retrieved from <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=%D8%A3%D8%AB%D8%B1+%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%AA+%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B6%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9+%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A%D8%A9+%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%A7%D8%B5%D8%A9+%D9%81%D9%8A+%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%8A%D8%A9+%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9+%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86%D8%A9>
- Buckmin, J. a. (2019). *How to use the audio-visual aids* (M. I. a.-D. I. Mustafa Badran, Trans.). Cairo: Dar Al-Qalam.
- Hijleh, A. M. A. (1985). *In the theater of adults and children*. Amman: Arab Publishing and Distribution House.
- Hindi, S. D. (2008). *The Impact of the Media on the Child* (Vol. 1). Jordan: Dar Al-Fikr.
- kadum, M. A., & Hasan, A. M. (2020). *Prohibited Editing and transition technology in single-shot movies," 1917 Film as a model"*. *Al-academy Journal*(97), 197-224. doi:<https://doi.org/10.35560/jcofarts97/197-224>
- Khlieif, K. M., & Ghazwa, M. I. (2020). *Aesthetics of color rhythm in the Guidance poster*. *Al-academy Journal*(97), 283-298. doi:<https://doi.org/10.35560/jcofarts97/283-298>

- Maal, A. F. A. (2006). *The Impact of the Media on Educating and Educating Children* (Vol. 1). Amman: Al-Shorouk Publishing and Distribution House.
- Melhem, S. M. (2004). Growth Psychology. Retrieved from <http://hdl.handle.net/123456789/93755>
- Noori, O. G., & Ali, A. N. (2020). *The formal function of indicative signs in Airport interior design. Al-academy Journal*(97), 391-408. doi:<https://doi.org/10.35560/jcofarts97/391-408>
- Qasim, A. K. S. (1989). *Methods of Directing Sports Educational Film*. (Master Thesis). University of Baghdad, , College of Fine Arts.
- Reda, A. M. (1991). *Children's programs in local radio and their role in forming children's concepts. Cairo*, 199.
- Sabry, M. I. (2009). *From Teaching Aids to Educational Technology*. Riyadh: Al-Shukry Library for Publishing, Distribution and University Services.
- Saheb, S. M. A. (2005). *Contents and Artistic Forms of TV Programs on Iraq TV and Syrian Arab Television*. (PhD thesis). University of Baghdad, College of Information.
- Salem, S. T. (2020). *The aesthetics of employing digital sound effects in animated films. al-academy*(97). doi:<https://doi.org/10.35560/jcofarts97/225-240>
- Zainuddin, D. (2008). *The impact of television on children's culture in light of globalization. Social Sciences Journal*, 2(2), 75-81. Retrieved from <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/137727>

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/37-56>

Aesthetics of the Artistic Construction in Educational TV Programs

" program Hello Hi! A Model"

Mohammed Abdulridha Hussein¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 21/1/2021.....Date of acceptance: 2/3/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

The TV has the ability to combine sound and picture, which makes it of a direct impact on the recipient as it is a rich communicative tool with various artistic forms that display through this small screen programs and films, so that the TV has become superior over many other means of communication.

This research is concerned with the technical and artistic ability in the production of programs owned by the TV as a means of attraction of educated children aged between 5-12 years old, which makes it an educational supplement for the school that helps them in providing knowledge, acquiring skills and being informed about the different sciences through educational programs. It is known that the child at this stage enjoys when watching certain kinds of these programs. As what most attracts the child's attention is the motion picture and the sound and visual effect, in addition to the cartoon films, Muppets, color, flashiness of lights, and the talking stories in the voices of animals and birds. The industry of educational programs for children must be well educationally prepared through employing the artistic and technical forms that help the child to understand the proposed material or information smoothly. This is the research axis that ends with some pivotal results including that digital technology played a significant role in solving the problems and giving a space for attracting children through the movement, color and effects. Colors represented the identity of the program as it has been employed in a unified way along the series of the program that it got linked in color even with the intervals.

¹Postgraduate student, College of Fine Arts / University of Baghdad, mohammadabdalredha74@gmail.com

وظيفة الإلقاء لإيصال المعنى في الدراما الإذاعية

أحمد محمد محسن¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229
تاريخ استلام البحث 2020/8/9 , تاريخ قبول النشر 2020/12/25 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث:

عرف العرب فن الإلقاء والخطابة كجزء من حياتهم في الحرب والسلام وفي الرثاء والهجاء والسرد الوصف، إذ كانوا يتميزون بالخطب الهادفة المؤثرة أيام الحروب والمعارك، فكانت أبرز موضوعات الخطابة الجاهلية هي الفخر والحماسة والشجاعة وغيرها من المعاني التي تتصل بالبطولة والدعوة إلى الحرب ولم يمضي وقت طويل حتى أولى العرب اهتماما أكبر لهذه الظاهرة الصوتية العظيمة، إذ هم يرون أنها ترفع من شأن الكلمات، وتظهر المعاني والدلالات فيها، إذ يهدف البحث الحالي إلى الكشف عن وظيفة الإلقاء لإيصال المعنى في الدراما الإذاعية.

أما منهج البحث: اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي مسترشدا بالمؤشرات التي أسفر عنها الإطار النظري، نظرا للاتساع الكبير لمجتمع البحث، فقد تم اختيار العينة بصورة قصديه من ذلك المجتمع، وقد قام الباحث بتحليل المسلسل الدرامي الإذاعي (رحلة في أيام الشاعر مظفر النواب). وقد خرج البحث بأهم الاستنتاجات هي:

1. مفهوم الإلقاء والخطابة شكل قوة تهدف إلى الإقناع الممكن للأفراد في قضاياهم، وهو يندرج عند الإغريق ضمن الفن التمثيلي الذي يجب أن يسايره الإلقاء بالنطق والجرس الرنان والمد الذاهب في مذهب الغناء لتشكيل الصورة الصوتية في اللغة المنطوقة.
2. هناك قواعد خاصة بعلم الإلقاء، فالإلقاء يتجسد عبر قيام الملقى في نطق الكلام على وجه صحيح، بحيث يستطيع أن يوضح ألفاظه ومعانيه فيحقق الهدف الأسى وهو التأثير في جمهور المستمعين.

أما أهم التوصيات هي:

- 1- تفعيل البرامج الإذاعية التي تعتمد على تطوير الذات، وذلك للنهوض بالفرد والمجتمع نحو مرحلة الكمال.
- 2- النهوض بالدراما الإذاعية العراقية من خلال تبني رؤى وأفكار حديثة تتناسب مع اهتمامات الأجيال الحاضرة.

الكلمات المفتاحية: إلقاء - إيصال - معنى - دراما إذاعية

¹ طالب دراسات عليا، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، Ahmed66ma@yahoo.com

مشكلة البحث والحاجة إليه:

تعد الإذاعة أو البث الإذاعي، وسيلة إعلام هامة وهي مسموعة من قبل عدد كبير من الناس. ومن أشهر الإذاعات العالمية (البي بي سي وإذاعة القرآن الكريم، إذ كانت أول إذاعة بثت برامجها في العام 1906، كما وتعد الإذاعة أهم مصادر الأخبار الصوتية والمسموعة، إذ كانت لها الصدارة قبل انتشار التلفزيون، والذي جعلها تصبح في المرتبة الثانية، ولم تلبث في هذا المرتبة طويلا، إذ سرعان ما تزايد استخدام شبكات الإنترنت فجعلها في المرتبة الثالثة، وعلى الرغم من تلك التراجعات ألا أنها لم تزل إحدى وسائل الإعلام الهامة واسعة الانتشار، وأن من بين ما تهدف إليه الإذاعة بشكل أساسي هو مخاطبة المستمع الواسع المختلف والمتباين في مستوياته التعليمية وأعمارهم وثقافته، وتتعدد أنواع المحطات، وفقا لما تؤمن به هذه الفئة أو تلك، فأغلبها حكومي، والآخر أهلي، ثم الحزبي.

ولأن الوسيلة الأساسية لعمل هذا النوع من الفن هو الإلقاء فقد بات من أهم عناصر تفوق وجودة الإذاعات، وبدأت إذاعات تشكل أهمية كبيرة وتجذب الناس تبعاً لمذيعها وجودة أصواتهم وحسن إلقاءهم وإجادتهم لقواعد اللغة، ولغرض تسليط الضوء على هذا المفصل المهم في قواعد العمل الإذاعي فقد وجد الباحث أن من المناسب البحث في آليات الإلقاء في الإذاعة ووظيفتها، إذ يضع الباحث التساؤلين التاليين مرتكزا لبحثه وعلى النحو الآتي:

ما فن الإلقاء الجيد؟.

ما وظيفة الإلقاء وكيفية إيصاله للمعنى من خلال العمل الإذاعي؟.

الأمر الذي دفع الباحث إلى صياغة عنوان بحثه على النحو الآتي:.

"وظيفة الإلقاء لإيصال المعنى في الدراما الإذاعية"

أهمية البحث :

يفيد البحث الدارسين والعاملين في حقل التمثيل الإذاعي.

كما أنه يسليط الضوء على أهمية الإلقاء لإيصال المعنى المراد توصيله من خلال الدراما.

هدف البحث : يهدف البحث الحالي إلى:

الكشف عن وظيفة الإلقاء لإيصال المعنى في الدراما الإذاعية.

حدود البحث :-

الحد الموضوعي: دراسة الإلقاء لإيصال المعنى في الدراما الإذاعية، عينة قصدية.

الحد الزمني: 2012

الحد المكاني: بغداد

تحديد مصطلحات البحث:

1. الوظيفة

لغة : "وظف" الوظيفة من كل شيء، ما يقدر له في كل يوم من رزق، أو طعام، أو علف أو شراب وجمعها الوظائف والوظف ووظف الشيء على نفسه ووظفه توظيفاً ألزمها إياه. (Manthoor, p 358):

ووظّف له الرزق ولدابته العلف. ووظّف على الصبي حفظ آيات من القرآن: عين له آيات ليحفظها (Ibrahim Mostafa, 1989)

والوظيفة اصطلاحاً: (مظهر خارجي لأوصاف أشياء داخلية, في نسق معين من العلاقات (M. Rosenthal, 1985 p586)

التعريف الإجرائي:

الوظيفة هو: المسار الذي يدرس الإمكانيات الأدائية والجمالية والتفعية , من زاوية ديناميكية, بوصفها وسائل لبعض الغايات, وعوامل إشباع للحاجات الإنسانية.

2- الإلقاء :

لغة:- مصدر ألقى

الشبكة في البحر: رميه القاء (Al Bostani, 2008 p30).

اصطلاحاً:- هو فن النطق بالكلام على صورة توضح أفاضله ومعانيه (Al-Hassan, 2017 p9).
وأيضاً هو: فن إيصال فكرة لمجموعة من السامعين على نحو مقنع ومؤثر (Khalaf, 2014)
إجرائياً:-

الإلقاء هو نقل الأفكار إلى السامعين أو المشاهدين بطريق المشافهة، هدفه إيصال هذه الأفكار والتفاعل معها، ويحتاج هذا منا إلى توافر مهارات معينة حتى يتحقق الهدف المطلوب من الإلقاء.

الإطار النظري

المبحث الأول: مفهوم الإلقاء واشتغاله في الدراما الإذاعية

إن اتساع ثقافة العصر ووسائله على مستوى الاتصال، أظهر مفاهيم وإجراءات تقنية وأظهر عناية فائقة باللغة، إذ أن تتوسط علاقة اللغة بوسائل الاتصال بتجذر نظام اللغة الرمزي والإلقاء الإذاعي والتلفزيوني يعد أحد أهم المفصلات التي شملها هذا الاتساع، إذ لم يعد الإلقاء قراءة لفقرات مكتوبة يتم فيها مراعاة الفقرات والفواصل والسكتات، ولم يعد كافيًا التعرف على معاني النص، بل أصبح الإلقاء يتطلب معرفة دقيقة بخصائص اللغة ورسم للكلمات من خلال الأداء الصوتي، من خلال نظام أشاري يشمل الكلمة والجملة والنص والخطاب .

ويعد مفهوم الخطابة والإلقاء مفهوماً قديماً إذ كان الخطيب عند العرب يقف على قدميه، فإن كان في العراء وقف على مكان مرتفع من الأرض أو خطب من فوق راحته والغاية من ذلك هو أن يراه الناس جميعاً، وكان معظم الخطباء يرتجلون خطبهم التي تعتمد على قوة الإلقاء والحرص على ترتيب الأفكار واختيار أقوى الألفاظ والمعاني، إذ يحشد الخطيب عدد كبير من التشبيهات والصور وفنون البديع، فيذهب بأخيلة السامعين فيشعرون وكأنهم يعيشون قصة واقعية مصورة، ومن أشهر هؤلاء الخطباء (قس ابن ساعدة الأيادي (Al Swedan, 2003 p19)).

وقد عرف فن الإلقاء لدى القدماء، إلا أنه نشأ باسم الخطابة في اليونان القديمة (Al-Qawwal, 1996 p. 65). وكان أرسطو قد عرفه الإلقاء في كتابه "الخطابة" على أنه "قوة تتكلف الإقناع الممكن في كل واحد من الأمور المفردة (Aristotle, 1959 p7) " ويعتقد أن الحرية والنضال في بلادي اليونان والرومان قد

ولابد من الإشارة إلى أن فن الإلقاء عند الإغريق كان "يندرج ضمن الفن التمثيلي ثم طوره فأقتصر على المسرحيات الدرامية، وأخذ أسلوباً قريباً منه في لغة كلاسيكية، يسايرها الإلقاء بالنطق والجرس الرنان، والمدن الذهبي في مذهب الغناء، فتأتي الصورة الصوتية متكاملة مؤلفة مع الصورة البيانية في اللغة المنطوقة" (Adas, 1995 pp. 52-53, p. 57).

وقد عرف العرب فن الإلقاء والخطابة أيضاً، إذ "كانوا يتميزون بالخطب الهادفة المؤثرة أيام الحروب والمعارك، فكانت أبرز موضوعات الخطابة الجاهلية هي الفخر والحماسة والشجاعة وغيرها من المعاني التي تتصل بالبطولة والدعوة إلى الحرب (Hamidi, 2006 p.99)". ولم يمضي وقت طويل حتى أولى العرب اهتماماً أكبر لهذه الظاهرة الصوتية العظيمة، إذ هم يرون أنها ترفع من شأن الكلمات، وتظهر المعاني والدلالات فيها، لا سيما في أواسط القرن الأول الهجري "إذ بدأ القراء العرب في وضع قواعد النطق، وفتنوا الحروف الأبجدية، وحددوا مخارجها وسردوا صفاتها وطبائعها وما يعترها من مظاهر النطق في أحوالها المختلفة" (Auser, 1982 p.5).

وللتعريف بالإلقاء وما يجب أن تكون عليه مادته قال الجاحظ "وأحسن الكلام ما كان قليلاً يغنيك عن كثيرة، ومعناه في ظاهر لفظه، وكان الله عز وجل قد ألبسه من الجلالة وغشاه من نور الحكمة على حسب نية صاحبه، وتقوى قائله، فإذا كان المعنى شريفاً واللفظ بليغاً، وكان صحيح الطبع، بعيداً من الاستكراه، ومنزهاً عن الاختلال مصوناً عن التكلف؛ صنع في القلوب صنيع الغيث في التربة الكريمة، ومتى فصلت الكلمة على هذه الشريطة ونفذت من قائلها على هذه الصفة، أصبحها الله من التوفيق ومنحها من التأييد، ما لا يمتنع معه من تعظيمها صدور الجبابرة، ولا يذهل عن فهمها معه عقول الجهلة (Aljaheth, 1998 p. 83)".

ويعرف فن الإلقاء بصورة عامة على أنه فن إيصال الأفكار إلى السامعين بشكل مقنع مؤثر. ويحصى بعض المتخصصين بعلم التواصل فوائد الإلقاء المؤثر بالنقاط التالية:-
أ- فوائد اجتماعية:

الحث على الأعمال التي تعود بالنفع على المستمعين .
التنفير من الأعمال السيئة التي تضر الفرد والمجتمع .
إثارة الحماس تجاه قضية معينة...كنصرة الشعوب .
إقناع المستمعين بمسألة معينة .

بناء جيل متعلم ومثقف واعي بقضاياه
ب- فوائد شخصية:

فرصة للاتصال المباشر مع الناس .
بناء علاقات جيدة مع أصحاب القرار .
إتقان مهارة جديدة للتواصل .
زيادة فرص النجاح في الحياة (Khalaf, 2014, p. 2).

إن الإلقاء هو "قيام الملقى بنطق الكلام على وجه صحيح وفقا لقواعد علم الإلقاء، بحيث يستطيع أن يوضح ألفاظه ومعانيه، فيحقق الهدف الأسى وهو التأثير في جمهور المستمعين (Mohamed, 2010 P. 1) " ويكشف هذا التعريف عدد من السمات والخصائص التي تميز فن الإلقاء عن غيره، يمكن إيجازها بالآتي .:

1. ضرورة وجود الملقى.
2. إلقاء الكلام المنطوق.
3. ضرورة أن يتفق النطق مع قواعد علم الإلقاء.
4. ضرورة وضوح الألفاظ.
5. وجوب وضوح المعاني.
6. التأثير في الجمهور (Mohamed, 2010 P. 1, p. 1)

أما الفنان "عبد الوارث عسر" فيرى أن الإلقاء هو "فن النطق بالكلام على صورة توضح ألفاظه ومعانيه وهو اللسان المعبر وتوضيح اللفظ يتأتى بدراسة الحروف الأبجدية في مخارجها وصفاتها، وكل ما يتعلق بها لتخرج من الفم سليمة كاملة لا يلبس فيها حرف بحرف، وبذلك لا تلتبس الكلمات ولا تخفى معانيها على السامعين، وتوضيح المعنى يتأتى بدراسة الصوت الإنساني في معادنه وطبقاته دراسة موسيقية تتيح للدارس أن ينغمه بما يناسب المعاني، فتبدو واضحة مبينة، جميلة الوقع على أذان السامعين . وحسن الإجابة للكلام (Auser, 1982 p.5, p. 5)"

الإلقاء أذن هو "أحد المهارات الأساسية للتعبير الشفوي، والتعبير الشفوي يمثل الفن الثاني من الفنون اللغوية الأربعة، الاستماع، الكلام، القراءة والكتابة كما أنه يمثل أحد وجبي الاستخدام اللغوي "الإرسال والاستقبال" ومن ثم فإن عدم التمكن من مهارات الإلقاء يؤدي إلى فشل الرسالة اللغوية في تحقيق أغراضها. ولقد تعددت تعريفات الإلقاء إلا أنها جميعا تركز على الربط بين التدريب على مزج الصوت والحركة والإشارة والنغمة حتى يحقق الكلام أعلى درجة من درجات التأثير في المتلقي (Tantawi, 2009 p.1) .

أما أهمية الإلقاء فتظهر جلية حين يرتبط الإلقاء الجيد بمضمون الكلام أو الرسالة وفهمها، والتفاعل معها، والانفعال بها، كذلك تبدو واضحة عندما نسعى إلى أن نوازن بين شخصية الملقى البارع والمتلقي أو الشخص العادي وعلاقتهم بالآخرين ودوره في البيئة الاجتماعية أو مكانتهم في المجتمع الذي يتواجدون فيه، إذ يمكن أن نوجز أهمية الإلقاء وفوائده فيما يلي .:

1. إن القدرة على الإلقاء هي السمة الحاسمة التي تميزه باقي المخلوقات الحية الأخرى.
2. إن الإلقاء هو أهم وسائل الإقناع بالفكرة أو استمالة المتلقي إليها أو إلزامه بمضمونها.
3. إن الإلقاء أولى وسائل التعليم قديما، من خلال إلقاءه الحكم والأمثال والأخبار .
4. إن الإلقاء من الوسائل الجيدة المعتمدة في التعليم.
5. إن الإلقاء أداة الخطباء في المساجد، لجمع كلمة الناس وتوحيد الرأي العام على ما فيه

مصلحتهم.

6. إن الإلقاء من أبرز أدوات الحكاية والقص، والرواية والوصف، والتمثيل والإذاعة (Tantawi, 2009 p.1, p. 2)

ويرى البعض أن خطوات الوصول للإلقاء الناجح يتطلب مراعاة الأمور الآتية: .
أولاً: اختيار الموضوع المناسب: أي أن يكون الموضوع مناسباً للزمان الذي يلقي فيه بالكلام، وأن يكون مناسباً للمكان الذي يلقي فيه، وأن يكون مناسباً للأشخاص الذي يلقي إليهم، إذ لابد من مراعاة حال المستمعين واهتماماتهم وسنهم كما يجب أن يكون الموضوع مما يحتاج السامعون إلى الكلام عنه، وأن لا يكون الموضوع قد تكرر إلقاءه بأسلوب واحد.

ثانياً: التحضير الجيد للموضوع: أي أن يقرأ عنه الملقى ويحفظ جميع أدلته أو يكتبها وان يعرف معانيها. وأن لا يقتصر على فهمه الشخصي.

ثالثاً: ممارسة الإلقاء تدريجياً: أن الإلقاء يعد عائقاً أمام الكثير من المبتدئين فهم يشعرون بالرهبة والرجح من مقابلة الناس والحديث أمامهم وهذا بالطبع يمكن التغلب عليه بالعزيمة والتكرار والتدرج في الإلقاء، ويقتضي التدرج أن يبدأ الشخص بعد تحضيره للموضوع بإلقاءه بصوت مرتفع في مكان خال ويتخيل أن أمامه جمع من الناس وأن يتكرر ذلك.

رابعاً: عرض الموضوع: وهي الخطوة الفعلية لإخراج للموضوع الذي يقوم الملقى باختياره بعناية وفي مكان ووقت مناسبين . ويمكن أن تكون هذه الخطوة قبل أو بعد اكتساب المهارة في الإلقاء إلا أنها لن تظهر بشكلها اللائق والمناسب إلا بعد اكتساب المهارة في الإلقاء (Tantawi, 2009 p.1, pp. 4-5)

ويكتف الحديث عن فن الإلقاء ضرورة تناول مفهوم التواصل بين البشر، إذ إن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه، لا يمكنه أن يكون بمعزل عن غيره أو غير متواصل معه . ومفهوم التواصل يمكننا الإشارة له هنا بشكل بسيط في إطار بحثنا، إذ إن الفعل التواصل في أبسط صورته هو " اتصال شخصين أي إذا اجتمعا واتفقا (Masoud, p403) "

إن فن الإلقاء "هو أسعى مراتب العملية التواصلية، وذلك لما فيه من خصائص راقية، كاستعمال الجهاز الصوتي الذي يمكننا من خلاله توظيف الصوت المملووظ بحسب المقامات المختلفة، بمهارات تختلف من شخص لآخر، إلى جانب الحضور المسرحي للملقى والمقصود به حركات الأطراف وتعبير الوجه وغيرها، والتي تضيف على الجانب النطقي أبهى حلة، تزيد في الإقناع (Harrag, 2012 P12)", فالصوت للممثل إنما يشكل دعامة أساسية لتوصيل المعنى بحكم ما يملك الصوت من مرونة في توصيل المعنى او ربما يكون عكس ذلك فيما لو انه كان مخالفاً للمعنى، وذلك عبر الحوار في العمل الدرامي إذاعياً كان أم تلفزيونياً، وهذا الصدد يذكر لنا الأستاذ عصام السامرائي ببحث منشور له من أن (الصوت الإنساني هو أكثر مرونة، وربما أكثر تغيراً من الكلام المكتوب، حيث يقوم الممثل بالتأكيد على الكلمات المهمة ويؤديها بشكل معين لتعطي معنى معين يكون في بعض الأحيان مختلفاً عن المعنى الظاهري للكلمات) (Essam, 2010 p238)

إن كلمة إلقاء تقابل في اللغة الفرنسية "Diction" وهي كلمة "مأخوذة من اللاتينية "Dictio" أي الكلام وتستعمل للدلالة على فن اللفظ أو طريقة الكلام أو كيفية إلقاء الشعر أو النثر (Elias, 1997 p.

أما حمادة إبراهيم فإنه أعتبر كلمة "المقولة" هي واحدة من "الكلمات التي تختار وترتب بطريقة ما وتستعمل منطوقة أو مكتوبة، وتختلف اللغة من كاتب إلى آخر تبعاً لأهداف استخداماته لها طبقاً للموضوع أو الأسلوب (Hamada, 1971 p.280)".

ويرى "فرحان بلبل" أن غايات فن الإلقاء يمكن حصرها في ثلاث نقاط أساسية هي:

1. إيصال المعاني التي يقصدها المتكلم .
2. إيصال أو نقل العواطف والمشاعر التي يتضمنها النص .
3. إظهار جماليات الأسلوب الأدبي للكلام. (Bulbul, 1996 p. 88)

المبحث الثاني : وظيفة الإلقاء في الدراما الإذاعية

إن تطور التقنيات في الإذاعة والتلفزيون، فرض فن إلقاء كمادة تدريبية وتعليمية على كل من يرغب العمل الإعلامي، فمنذ ظهور استخدام الراديو في مطلع القرن العشرين أتضح لخبراء الإعلام والاتصال، أن الإذاعة توفر فضائل الاتصال ونقل الأخبار بالشكل الذي لا تحققه الصحافة المكتوبة ولا وكالات الأنباء والتلغراف، ثم ما لبثت أن حلت بالمرتبة الثانية بعد حل التلفزيون الذي بدأ البث سنة 1939 وتوسع نطاق استخدامه مع نهاية الحرب العالمية الثانية .

ويختلف الإلقاء في العمل الإذاعي عن الإلقاء في باقي أشكال الاتصال الأخرى، فالإلقاء بالمفهوم الإذاعي هو آلية لنطق الكلام في صيغة تظهر جمالية ألفاظه ومعانيه. (Shalaby, 1992 p. 47)

إن المذيع يجب أن يكون ملاماً بكيفية استخدام الميكروفون، وكذلك المؤثرات الصوتية، إذ هما يستخدمان لتحقيق أهداف متعددة، منها تحديد المكان والزمان وتوجيه انتباه وعواطف المستمعين، إذ هي تبث الحالة النفسية وتشير إلى زمن الدخول والخروج وبيان الانتقال من مكان لآخر، أما بالنسبة للموسيقى فإنها تعتبر وسيلة لخلق الجو العام. (Khalifa, 2015 p. 27)

إن الإلقاء الإذاعي هو الأداة التي ينقل من خلالها المذيع المعلومات إلى المستمعين، إذ أن كيفية نطق الكلمات وتلفظها تصبح ذا أهمية بالغة في تحديد هوية وطبيعة المحطة التي تنقل الأخبار، الأمر الذي يجعل الاهتمام باستهلال وخاتمة الكلام أمراً ضرورياً لتحقيق وظيفة جذب الانتباه وترك الأثر الإيجابي في ذهن المتلقي. (Shalaby, 1992 p. 47, p. 47)

أهم خصائص المذيع هي:-

1. المستوى التعليمي: أي يجب أن يكون المذيع قد حصل على مستوى جيد من التعليم.
2. المستوى الثقافي: أي يجب أن يتمتع المذيع بمعرفة وسعة اطلاع في الفنون والعلوم والآداب.
3. اللغة: أي ضرورة أن يتمتع المذيع بأرضية جيد في معارف وعلوم اللغة.
4. الصوت وطريقة الحديث: أي أن يتمتع المذيع بصوت جيد ومهارة في أساليب الكلام.
5. الذكاء وسرعة البديهة: أي أن يكون للمذيع القدرة على مواجهة المشاكل الطارئة والمواقف الجديدة والمفاجئة .
6. القدرة على التخيل: يدخل الخيال كعنصر أبداع مهم في العمل الإذاعي، إذ لا بد من أن يمتلك

المذيع مخيلة جيدة تساعده على تمثيل المواقف والأحداث الدرامية الإذاعية .

7 . التواضع والثقة بالنفس: إن جميع الأعمال المهرية تحتاج إلى ثقة عالية بالنفس من أجل إنجازها لاسيما في العمل الإذاعي الذي يكون فيه المذيع أما جمهور المستمعين الذين غالبا ما يتمتعون بحساسية عالية تجاه الخطاب الذي يتلقونه (Al-Hussein, 2017 p.16).

إن الاهتمام بطريقة الإلقاء في الإذاعة كتغيير نبرة الصوت، ارتفاعا أو انخفاضاً أو تشديداً يتوقف على ما نريد أن نقوله، إذ قد " يكون السكوت (وقف الكلام)، معبراً، في بعض الأحيان، أكثر من الكلام (Hobeika, 1956 p.8) ."

إن من أهم المحاذير في الإلقاء الإذاعي هي طبيعة التفاعل من وجهات النظر المروحة عبر الإذاعة، إذ يجب على المذيع " ألا تحمل نبرات صوته أحكاماً مسبقة، وإنما يدع المستمع يستنتج ما هو صواب وما هو خطأ (Hijab, 2008 p. 185) ."

إن الصوت هو الوسيلة الأهم لإيصال الرسالة إلى المستمع إلى جانب الموسيقى والمؤثرات الصوتية والتي يكون لها تأثير كبير على خياله، إذ أن الصياغات الإذاعية عادة توفر نوع من بالحيوية والجاذبية والإيقاع المتنوع، والدقة والموضوعية والتكثيف والإيجاز، والقدرة على نقل الجو المرافق للحدث الإخباري أو الدرامي من أجل يستطيع المستمع أو يشعر به . (Ragheb, 1999 p. 382)

ولأن الأخبار المواد الدرامية الإذاعية تكتب من أجل أن تسمع بشكل جيد، يجري التركيز في العمل الإذاعي على الإلقاء والأداء الصوتي للمذيع أو المقدم بنفس الدرجة التي يجري فيها التركيز على أهمية ودقة تحرير الخبر أو كتابة المادة الدرامية (Ragheb, 1999 p. 382, p. 382) .

وبقدر ما يتمتع به المقدم الإذاعي من قدرة في الإلقاء وجودة في الأداء الصوتي وحسن الاستخدام لقواعد اللغة واللفظ، بقدر ما يتحقق للعمل الإذاعي من فاعلية وقوة جذب وتأثير، فالمستمعون غالباً ما يقبلون على سماع ما يتوافق مع أذواقهم وميولهم وينفرون مما ينافي رغبتهم، إذ إن الاستماع إلى رسالة إذاعية أو خبر وتلقئهما بشكل جيد إنما يتوقف مضمون تلك الرسالة وظروف تلقئها (Al Hassan, 1969 p. 229) .

أما عناصر الإلقاء الإذاعي والتلفزيوني المتميز فيمكن حصرها بالآتي .:

1 . امتلاك ناصية اللغة العربية وقواعدها الصحيحة: أي ضرورة الإلمام باللغة التي يستعملها المذيع، لا سيما بعد أن يكون قد حصل على قسط كافي من التعليم، إذ لا بد أن يعرف أقدار المعاني ويوازن بين ما يلقيه من كلام وبين حالات وظروف المستمعين، فالألفاظ والجمل والإشارات الصوتية هي أدوات للتعبير والتأثير في المستمعين، إذ أن "ضبط اللغة من كمال الجمال في الكلام وحسن البيان (Bulbul, 1996 p. 88, p. 92) ."

2 . معرفة في مخارج الحروف ومقدار الهواء اللازم لنطقها بشكل صحيح: فهناك خمسة مخرج للحروف، وهي الحلق بجميع أجزائه (أعلى الحلق، ووسطه، وأقصاه) والشفتان واللسان والخيشوم، والتجويف الصدري، إذ لا بد للملقي في الإذاعة أن يكون ماهراً في تطويع هذه الأجزاء لطريقة إلقاءه، كذلك لا بد من معرفة المؤدي بأصوات الحروف، إذ أن لكل حرف ما يميزه في النطق (Shalaby, 1992 p. 47, p. 47) .

3. فهم المادة الإذاعية وتقسيمها حسب المعنى والمضمون: وذلك يتطلب فهم مفردات المادة الإذاعية، فيما إذ كانت مادة درامية، أو مقالة، والعمل على تحليلها ومعرفة دلالاتها، وتنظيمها أو ترتيبها لإلقائها وفقاً لتسلسل منطقي يجعل من المستمع يفهما (Badra, 2009 p.1).
4. إلمام المذيع بأليات التركيز وخصائص الصوت: وتتجلى تلك الآليات من خلال استخدام الوسائل الآتية:

الضغط على الكلمة .

الصمت قبل كل كلمة .

مراعاة الصمت بين الفواصل .

مراعاة التغيير في طبقات الصوت للكلمة أو العبارات (Bulbul, 1996 p. 88, pp. 114-115).

5. التعاطي مع مهارات وقواعد ألقاء الصوت بشكل جدي .

6. معرفة حجم المادة التي ستذاع من أجل توزيع أنفاسه وجهد الصوت: أن المذيع "يتناول مواضيع متنوعة ويمر بحالات مختلفة تؤدي تأثيرها، على إلقاءه وصوته، كما أن الفترات الزمنية المختلفة تؤثر هي الأخرى على طريقة أداءه (Farid, 1981 p. 71)".

7. المعرفة بطرائق تلقي الجمهور، واختيار الميكرفون المناسب ومكان وضعه والتعامل معه: "الميكرفون جهاز حساس يتأثر بالأصوات بسهولة وبقوة، فإذا لم يكن هناك اعتناء في إطلاق الصوت أثناء الكلام فقد يؤدي إلى التشويش وعدم الوضوح وإزعاج الأذن (Farid, 1981 p. 71, p. 71)".

ما أسفر عنه الإطار النظري:

1. إن اتساع مستوى الاتصال، أظهر مفاهيم وإجراءات تقنية، وأظهر عناية فائقة باللغة، إذ أن تتوطد علاقة اللغة بوسائل الاتصال بتجذر نظام اللغة الرمزي، والإلقاء الإذاعي الذي يعد أحد أهم المفصلات التي شملها هذا الاتساع .
2. إن للإلقاء قيام الملقى بنطق الكلام على وجه صحيح وفقاً لقواعد علم للإلقاء، بحيث يستطيع أن يوضح ألفاظه ومعانيه، فيحقق الهدف الأسى وهو التأثير في جمهور المستمعين .
3. إن للإلقاء فوائد اجتماعية مثل الحث على الأعمال المنفعة أو التنفير من الأعمال السيئة وإثارة الحماس تجاه قضية معينة، بناء جيل متعلم ومثقف . وكذلك للإلقاء فوائد شخصية فهو فرصة للاتصال المباشر مع الناس وبناء العلاقات الجيدة مع أصحاب القرار، وإتقان مهارة جديدة للتواصل، وزيادة فرص النجاح في الحياة .
4. إن للإلقاء مجموعة من الخصائص التي تميزه وهي، ضرورة وجود الملقى، إلقاء الكلام المنطوق، ضرورة أن يتفق النطق مع قواعد علم الإلقاء، ضرورة وضوح الألفاظ، وجوب وضوح المعاني، التأثير في الجمهور .
5. إن فن الإلقاء يحتاج إلى مجموعة خطوات للوصول به إلى مستوى أن يكون إلقاء ناجح وهذه

الخطوات هي اختيار الموضوع المناسب، التحضير الجيد للموضوع، ممارسة الإلقاء تدريجياً، ثم عرض الموضوع وهي الخطوة الفعلية لإخراج للموضوع بعناية.

6. إن لفن الإلقاء أيضاً مجموعة من الغايات يمكن فهمها على النحو الآتي: إيصال المعاني التي يقصدها المتكلم، إيصال أو نقل العواطف والمشاعر التي يتضمنها النص، إظهار جماليات الأسلوب الأدبي للكلام.

إجراءات البحث

أولاً- منهج البحث: اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي مسترشداً بالمؤشرات التي أسفر عنها الإطار النظري.

ثانياً- عينة البحث: نظراً للاتساع الكبير لمجتمع البحث، فقد تم اختيار العينة بصورة قصديه من ذلك المجتمع.

ثالثاً- أداة البحث: تم استخدام الملاحظة كأداة للتحليل بعد الاستماع الدقيق للعينة، كما أن الباحث استفاد من المؤشرات التي أسفر عنها الإطار النظري كمعيار للتحليل.

رابعاً: تحليل العينة

أسم العمل: المسلسل الدرامي الإذاعي (رحلة في أيام الشاعر مظفر النواب)

عدد الحلقات: 30 حلقة – مدة الحلقة الواحدة: 15 دقيقة

تسلسل الحلقات التي تم تحليلها: 1، 2، 3، 4، 5

تأليف: شوقي كريم حسن إخراج: محمد زهير حسام

تأليف الموسيقى التصويرية: سليم سالم

التسجيل والمونتاج: محمد صبيح سنة الإنتاج: 2012 م

أداء الأصوات:

الفنان سامي عبد الحميد بدور الجد الفنان فاضل خليل بدور مظفر النواب

الفنان كريم محسن بدور الشاعر كاظم إسماعيل كاطع

الفنان عزيز خيون بدور الشاعر أبو تمام الفنانة بتول عزيز بدور رقية (حبيبة مظفر)

الفنان جمال الشاطي بدور الأب الفنانة عواطف نعيم بدور الأم

تم تسجيل المسلسل: في أستوديو عبد الله العزاوي للدراما الإذاعية

إنتاج: قسم الدراما الإذاعية في إذاعة (جمهورية العراق من بغداد)

حكاية المسلسل

يتناول المسلسل قصة حياة الشاعر العراقي مظفر النواب، الذي ولد في مدينة الكاظمية ببغداد عام 1934 م ودرس في جامعة بغداد وتخرج منها، بعد أن حصل على بكالوريوس في الآداب. بعدها أنظم إلى الحزب الشيوعي العراقي، مما تسبب في أن يتعرض للسجن والتعذيب من قبل الحكومة أيام الحكم الملكي، وبعد سقوط الملكية في العراق عام 1958 م، عين مظفر النواب كمفتش في وزارة التربية. وفي عام 1963 م، اضطر إلى مغادر العراق، بعد أن قامت الحكومة الحاكمة آنذاك، بتصفية أعضاء الأحزاب المعارضة

للحزب الحاكم. فقد أمسك وعذب من قبل الحكومة الإيرانية وأعيد إلى العراق، ليحكم عليه بالإعدام، إلا أنه تمكن من الهرب إلى دمشق وهناك واصل عمله كشاعر للمعارضة العراقية على مدى نص قرن .

حكاية الحلقات الخمسة التي تم تحليلها:

تتحدث الحلقات المختارة للتحليل عن الفترة التاريخية التي غادر خلالها الشاعر مظفر النواب العراق متوجهاً إلى دمشق ومن ثم عودته، إذ تناولت لحظتين حاسمتين في تاريخ الشاعر وهما لحظة الوصول إلى دمشق، واللحظة التي فكر فيها الشاعر بالعودة إلى وطنه العراق، وعودته إلى مدينة بغداد . وتشهد الحلقات صراع النواب مع نفسه في حلم العودة، وفيما إذا كانت مجدية بعد سنوات المهجر الطويلة، ومضي أيام العمر التي تساقطت فيها الأحلام مثلما تتساقط أوراق الشجر أيام الخريف، إذ يستعيد الشاعر في ذهنه بعض الكلمات التي دارت بينه وبين صديقه عندما وصل إلى دمشق لأول مرة، وكيف ترجم الشاعر محنته في الغربة، من خلال كتابته لكلمات أغنية (حن وانه حن) التي غناها المطرب العراقي (ياس خضر) ثم تنتقل الأحداث إلى صراع الشاعر مع ذاته، وكيف يحاور ضميره من أجل أن يعيد له ثقته بنفسه، ويحاول أن يتذكر معه أهله، وأحداث حول ولادته في الكاظمية، وعن أبناء مدينته، ليعيد فيه الحنين إلى وطنه. بعدها تنتقل بؤرة السرد في المسلسل إلى الصديق الذي يستقصي شعوره وهو يقترب من أرض الوطن . إذ يسأله صديقه كاظم إسماعيل كاطع، عن شعوره الحقيقي بهذه اللحظة التي حلم بها لمدة تزيد على أربعين سنة .

التحليل :

إن (الإلقاء في العمل الدرامي الإذاعي) يختلف عن الإلقاء في باقي أشكال الاتصال الأخرى. ذلك لأنه يترجم الصورة غير المرئية (الصورة الذهنية) عبر الإذاعة. إذ يجب أن يعبر الإلقاء وفق المفهوم الدرامي الإذاعي، عن آلية نطق سليمة تتمظهر من خلالها جمالية اللفظ. وتكون للإلقاء أيضاً " وظيفة من خلال (إيصاله للمعنى في الدراما الإذاعية) .

ومن خلال استماعنا لحلقات المسلسل الإذاعي (رحلة في أيام الشاعر مظفر النواب)، والذي يمثل سيرة حياة هذا الشاعر العراقي الكبير فقد سادت طريقة معينة للإلقاء الشعري في معظم المقاطع الصوتية. وهذه الطريقة تتسم عادة بمجموعة من السمات كما يعتقد الباحث وهي .:

1. البطء في الإلقاء

2. الصوت المائل للهمس أحيانا

3. تتضح عبر الإلقاء قوة الإرادة

4. القوة والشدة

5. الغضب، مما يستوجب النبر على بعض الكلمات في المقاطع الصوتية .

وقد استخدم معظم الممثلون المشاركون في هذا العمل، ومنهم الفنان سامي عبد الحميد، والفنان فاضل خليل، والفنان كريم محسن، والفنان عزيز خيون، بعض قواعد الإلقاء خلال أداءهم التمثيلي في هذا المسلسل الدرامي الإذاعي، وحسب الموقف الدرامي الذي يقتضيه الحوار داخل المسمع الإذاعي: كالتقطيع، والتشكيل، والتنغيم، والتلون، والأستفهام، وإظهار التعجب، ونبر الأعراب، ونبر الوقف،

والحدة والشدة. كل ذلك تم استخدامه، لتحويل الكلمة في النص الدرامي الإذاعي، من خلال الحوار، إلى فعل مؤثر، بغية إيصال (المعنى في الدراما الإذاعية).

إن المسلسل الدرامي الإذاعي (رحلة في أيام الشاعر مظفر النواب) هو عمل أنجز في العام 2012 م ، أي بعد العام 2003 م . وفي هذه الفترة تأسست محطات إذاعية عديدة ومتنوعة، وأقيمت عشرات الدورات التدريبية في الإلقاء، والتدريب على مهارات التقديم والتمثيل الدرامي الإذاعي، مما أظهر هذا العمل بشكل جيد. لا سيما في ما يتعلق بطريقة استخدام المايكروفونات (المذياع الصوتي)، والتي بدا من خلالها الصوت واضح جداً، حيث وضعت في أماكن مناسبة من أفواه الممثلين.

كما وتجدر الإشارة إلى أن هذا المسلسل الدرامي الإذاعي ، هو من إخراج (محمد زهير حسام)، وهو احد المخرجين الرواد في الإذاعة العراقية ، ولديه رصيد كبير من الأعمال الإذاعية، وقد شهد معظم التطورات التي أجريت على قنوات البث الإذاعي العاملة في العراق. وتلك الخبرة الطويلة لهذا المخرج ، مكنته في النهاية من أن يختار ممثلين، يتناسبون وطبيعة العمل المعقدة، لا سيما وأنه يتناول سيرة حياة شاعر عراقي كبير، له تاريخه الفكري، السياسي، والثقافي، والذي يحفظه العامة والخاصة من الناس .

وفيما يتعلق بلغة الممثل في الدراما الإذاعية وأسلوبه في الإلقاء، فأن من أهم خصائص الممثل الإذاعي، هي أن يكون له أرضية جيدة في مجال اللغة، وقواعد وأصول النفي والجزم والمد وغيرها .

أما صوت الممثل، فيكاد يكون الجزء الحاسم في صلاحيته لتمثيل الدور أو الشخصية الدرامية في العمل الدرامي الإذاعي وذلك من خلال رخامة صوته وطريقة نطقه للكلمات ومقدرته في الحديث. إذ يجب أن يتمتع ممثل الدراما الإذاعية، بصوت جيد، ومهارة في أساليب الكلام لأن العمل في الدراما الإذاعية يتطلب إيقاد ذهن المتلقي بالصور الذهنية التي يغادرها معادلها الموضوعي من الكلمات. فيجب على الممثل الإذاعي أن يتمتع بقدرة عالية على الخيال الذي يكون رافداً مهماً في استحضار أساليب الأداء الصوتي .

وجميع هذه الخصائص كان المخرج ملماً بها الأمر الذي مكّنه من اختيار ممثلي العمل بدقة كبيرة. فاشترك الفنان سامي عبد الحميد في أداء دور الجد في هذا العمل الدرامي الإذاعي كان له دور كبير في تميز العمل، إذ هو أكاديمي متخصص في مهارات الصوت والإلقاء وكان قد درس مادة الصوت والإلقاء في كلية الفنون الجميلة – في قسم المسرح وقسم الفنون السينمائية والتلفزيونية وعلى مدى 60 عاماً. كما وأنه وضع كتاباً بعنوان فن الإلقاء) بجزئيه الأول والثاني بالاشتراك مع الدكتور والفنان (بدري حسون فريد) هذا بالإضافة إلى خبرته الطويلة في العمل الدرامي الإذاعي على ما يربو إلى أربعة عقود مضت ومن أعماله الدرامية الإذاعية: مسلسل النخلة والجيران ومسلسل نبوخذ نصر ومسلسل المحلة 20 إضافة إلى هذا المسلسل الدرامي الإذاعي الذي تم تحليل بعض حلقاته في العينة.

أما الفنان فاضل خليل فهو أيضاً دكتور وأكاديمي متخصص في مادة الإخراج والتمثيل. درس مادة الصوت والإلقاء والتمثيل والإخراج في كلية الفنون الجميلة لأكثر من 35 عاماً. وألف وأخرج ومثل في العشرات من الأعمال التلفزيونية والإذاعية بدءاً من العام 1972 ، ومن أعماله الدرامية الإذاعية الأخرى مسلسل بناء الإسلام ومسلسل الخنساء.

أما الفنان الممثل كريم محسن ، فهو الآخر خريج معهد الفنون الجميلة ، وممثل تلفزيوني وإذاعي

بارز، وله عشرات الأعمال التلفزيونية والإذاعية. ومن أعماله الدرامية الإذاعية الأخرى مسلسل بين يدي الرسول، ومسلسل حوادث الآيات ومسلسل حكايات عربية .

وقد كان لهؤلاء الممثلون دورا واضحا في نجاح المسلسل الدرامي الإذاعي (رحلة في أيام الشاعر مظفر النواب) بما امتلكوه من رخامة الصوت وإجادتهم لقواعد اللغة واللفظ والضبط الأدائي الصوتي والتلون في طبقات الصوت. وكل ذلك أسهم في (إيصال المعنى في الدراما الإذاعية) .

النتائج ومناقشتها.

1- إن المسلسل الإذاعي (رحلة في أيام حياة الشاعر مظفر النواب) تناول حياة أحد الرموز الوطنية العراقية السياسية والثقافية في العراق.

وقد تميز في جودة مادته الإذاعية على مستوى كتابة النص الدرامي الإذاعي، فالعمل أحتوى على مجموعة كبيرة من القصائد العمودية والشعبية والغنائية وكذلك الأمثال والحكم في قالب درامي كان محكماً، إذ أن مؤلف المسلسل الكاتب شوقي كريم، يمتلك خبرة كبيرة، في مجال كتابة البرامج والأعمال الدرامية .

والمسلسل من أنتاج (إذاعة جمهورية العراق من بغداد)، وهي أذاعه قديمة وحكومية تأسست بتاريخ 1 / 7 / 1938 م ، وفيها العديد من معدات الإنتاج الإذاعي الخاصة بالصوت، وفيها أيضا كادر إذاعي متقدم على مستوى الخبرة في الدراما الإذاعية، لا سيما المخرج (محمد زهير حسام) .

وقد نجح المخرج في اختيار الممثلين، والذين يمتلكون خبرة كبيرة في مجال أداء الشخصيات الإذاعية مثل : الفنان سامي عبد الحميد، والفنان فاضل خليل، والفنان كريم محسن، إذ أن شخصيات المسلسل تنوعت بين قاص وشاعر وسياسي، وجميع هذه الشخصيات تحتاج إلى أداء صوتي يميز طبيعتها، ويمنحها هويتها الفكرية والاجتماعية .

2. إن هذا المسلسل الدرامي الإذاعي، سادت فيه طريقة الإلقاء التي اتسمت بالبطء في الإلقاء، والصوت المائل، واتضح عبر الإلقاء قوة الإرادة، والغضب، مما استوجب النبر على بعض الكلمات، في بعض المقاطع الصوتية مثل الحوار التالي :

الممثل كريم محسن بدور الشاعر كاظم إسماعيل كاطع :

أستاذ لأول مره اعرف أنت خايف

الممثل فاضل خليل بدور الشاعر مظفر النواب :

الخوف .. الخوف من مجهول الوطن يا كاظم ..

آني اعرف وطني لأن هو هنا هنا ... بصدري عند اليسار.. بس

الممثل كريم محسن بدور كاظم إسماعيل كاطع :

هذي اليبس .. ما الهه اي معنه باللغة

3-اعتمد احد الممثلين في هذا المسلسل على التنغيم الواضح كأداة من أدوات الإلقاء، لإيصال

المعنى .

وذلك في حوار للممثل سامي عبد الحميد الذي قام بدور الجد، حيث نطق حوار، بطريقة قصيدية ، في محاولة لإيصال معنا" جديد :

يا طير البر أخذت حمائم روعي في الليل .. إلى منبع هذا الكون .. وكان الخلق يفيض ... وغسلت فضاءك في روح أنعمها الطين.

تعب الطين .. سيرحل هذا الطين قريبا"

آه يا نفس .. آه من تعب الخطوات في شوارع منسية

آه من أحزان منسية .. آه من زمن منسي

4 – أن التلوين الصوتي عند الممثل فاضل خليل في العينة التي تم تحليلها ، كان واضح المعنى ،

وخاصة في حوار وهو يقرأ قصيدة من تأليف الشاعر مظفر النواب:

يا وحشة الطرقات لا خبر يجيء من العراق

ولا نديم يسكر الليل الطويل

مضت السنين بدون تلاقي

يا ضياعي ... تعصف الصحرى وقد ظل الدليل

لم يبق لي من صحب قافلي سوى ظلي

واخشي أن يفارقني وان بقي القليل

هل كان عدل أن يطول بي السرى

وتظل تنأى ايها الوطن الرحيل

كأن قصدي المستحيل

5 – الإلقاء كان دوره واضح، مع إيصال جميع المعاني في الدراما الإذاعية، من خلال استعمال

الممثلين لأدوات: التقطيع، والتشكيل، والتلوين، والتنغيم، والشدة، والحدة، والنبر .

6 – الإلقاء في هذا المسلسل الدرامي الإذاعي، تطلب أصواتا "رخيمة"، و"جهورية"، للوصول إلى

المعنى والتأثير المطلوبين، مثل صوت الممثل كريم محسن، وصوت الممثل عزيز خيون، وصوت الممثل جمال الشاطي.

الاستنتاجات:

1- أن مفهوم الإلقاء والخطابة، هو قوة تهدف إلى الإقناع الممكن للأفراد في قضاياهم، وهو يندرج

عند الإغريق ضمن الفن التمثيلي الذي يجب أن يسايره الإلقاء بالنطق والجرس الرنان، والمد الناهب في مذهب الغناء لتشكيل الصورة الصوتية في اللغة المنطوقة.

2- إن الإلقاء: هو قيام الملقى بنطق الكلام على وجه صحيح ، وفقا لقواعد علم الإلقاء، بحيث

يستطيع أن يوضح ألفاظه ومعانيه ، فيحقق الهدف الأسمى ، وهو التأثير في جمهور المستمعين .

3- إن الإلقاء : هو فن النطق بالكلام، على صورة توضح ألفاظه ومعانيه وهو اللسان المعبر الذي

يقلل الفرص في أن تلتبس الكلمات أو تخفى معانيها على السامعين .

4- إن الإلقاء الإذاعي: هو الأداة التي ينقل من خلالها المذيع أو الممثل المعلومات أو المادة الدرامية

إلى المستمعين، إذ تصبح عملية نطق الكلمات، ذا أهمية بالغة في تحديد هوية وطبيعة، المحطة الإذاعية التي تنقل المادة الإذاعية .

التوصيات :

في ضوء النتائج التي توصل إليها البحث، لابد للباحث من أن يضع بعض التوصيات، التي من شأنها أن تسهم في اشتغال، وتوظيف الإلقاء في الدراما الإذاعية ، وهذه التوصيات هي :-

1- تفعيل البرامج الإذاعية التي تعتمد على تطوير الذات، وذلك للنهوض بالفرد والمجتمع نحو مرحلة الكمال .

2- النهوض بالدراما الإذاعية العراقية ، من خلال تبني رؤى وأفكار حديثة، تتناسب مع اهتمامات الأجيال الحاضرة .

المقترحات:-يقترح الباحث إجراء الدراسات الآتية :-

إيجاد برامج درامية إذاعية ، تعنى بالصحة البدنية ، لتحقيق غرضها الإنساني والاجتماعي والصحي.

References:

1. Adas, s. M. (1995 pp. 52-53). *The Art of Recitation*. Amman: Thought House.
2. Al Bostani, P. (2008 p30). *Al-Waseet's Dictionary*. Egypt - Cairo: Academy of the Arabic Language.
3. Al Hassan, H. (1969 p. 229). *Media by radio and television*. Beirut: Press Institute.
4. Al Swedan, L. T. (2003 p19). *The wonderful art of recitation, 1st Edition* . Kuwait: AlEbdaa Alfekri company .
5. Al-Hassan, A.-D. O. (2017 p9). *The Art of Recitation and Presentation of Radio Programs*. Publications of the Islamic Educational, Scientific and Cultural Organization -ISESCO.
6. Al-Hussein, A.-D. O. (2017 p.16). *The Art of Recitation and Presentation of Radio Programs*. Rabat : Isesco Press.
7. AlJaheth. (1998 p. 83). *Al-Bayan and Al-Tabiyyin, edited by Abd Al-Salam Muhammad Haroun, ed. 7, . Cairo: Al-Khanji Library.*

8. Al-Qawwal, s. A. (1996 p. 65). *Public Speaking*. Beirut: House of Science for the Millions.
9. Aristotle. (1959 p7). *Rhetoric, see: Abdul Rahman Badawi*. Cairo: Egyptian Renaissance Library.
10. Auser, A. W. (1982 p.5). *The Art of Recitation*. Cairo: Egyptian Book and Publishing Authority.
11. Badra, M. (2009 p.1, March Sunday, 22). *Why We Should Have Presentation Skills*. Retrieved 9 17, 2019, from Training and Teaching Encyclopedia site: <http://www.edutrapedia.illaf.net>
12. Bulbul, F. (1996 p. 88). *See the principles of recitation and theatrical recitation*. Cairo: Madbouly Library.
13. Elias, H. K. (1997 p. 60). *The Theatrical Dictionary - Concepts and Terminology of Theater and Performing Arts, Edition 1*. Beirut : Lebanon Library.
14. Essam, I. A. (2010 p238). Using digital audio technologies to activate the audio stream in TV dramas. *56*, 238.
15. Farid, S. A. (1981 p. 71). *The Art of Recitation*, . Baghdad : Baghdad University Press.
16. Hamada, I. (1971 p.280). *A Dictionary of Dramatic and Theatrical Terms, p.280*. Cairo: People House,.
17. Hamidi, f. (2006 p.99). *Language formation and presentation skills for television news, unpublished MA Thesis*. Oran: University of Oran.
18. Harrag, B. B. (2012 P12). *The art of recitation in light of the communication process, MA Thesis*. Oran : University of Oran - Faculty of Letters, Languages and Arts,.
19. Hijab, M. M. (2008 p. 185). *Means of Communication, Its Origin and Development*. Cairo: Dar El Fagr for Publishing and Distribution Cairo.
20. Hobeika, M. (1956 p.8). *Oral Expression, Methodology Series of Expression*. Beirut:

Orient House.

21. Ibrahim Mostafa, a. o. (1989). *The Intermediate Lexicon, part 2*. Turkey: Dar Al Da`wah for Printing and Publishing.
22. Khalaf, A. K. (2014). *The distinct art of recitation*. Syria: Syrian Scholars Association.
23. Khalifa, N. O. (2015 p. 27). *Sees, Radio Drama Between Past and Present, Unpublished Research*. Khartoum: Sudan University of Science and Technology - College of Drama and Music - Division of Radio and Television, .
24. M. A. (2010 P. 1, 10 10). *Speech is a science or an art?* Retrieved 4 5, 2019, from Civilized dialogue site: <http://www.m.ahewar.org>
25. M. Rosenthal, B. Y. (1985 p586). *The Concise Philosophical Encyclopedia*. Beirut: Dar Altalaa .
26. Manthoor, M. E. (p 358). *Arabes Tong, part 3*. Beirut: Beirut House for Printing and Publishing.
27. Masoud, G. (p403). *Al Raed*. Beirut: House of Science for the Millions.
28. Ragheb, N. (1999 p. 382). *See the press work*. Beirut: Lebanon Library.
29. Shalaby, K. (1992 p. 47). *Seen, Broadcaster and the Art of Presenting Radio and Television*. Cairo: Heritage Islam Library.
30. Tantawi, H. (2009 p.1, 10 24). *The concept of recitation and its definition*. Retrieved 12 28, 2019, from Journalist 2010: <http://sahafy2010.blogspot.com>

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/57-74>

Function of Diction in Conveying the Meaning in Radio Drama

Ahmed Mohamed Mohsen¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 9/8/2020.....Date of acceptance: 25/12/2020.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

Arabs knew the art of diction and elocution as part of their life in peace and war and in lamentation, satire, narration and description, as they were distinguished by influential and meaningful speeches in war and battle times, and the most prominent topics of the pre-Islamic rhetoric were pride, enthusiasm, bravery and other meanings related to heroism and call for war. It was not a long time when Arabs paid more attention to this great phonetic phenomenon, as they see that it elevates the status of the word and shows its meanings and significances. The current research aims to reveal the function of diction in conveying the meaning in radio drama.

The research methodology: the researcher adopted the analytic descriptive method guided by the indicators driven from the theoretical framework, and due to the wide scope of the research community, the sample has been intentionally chosen from that community. The researcher analyzed the radio drama series (a journey in the days of the poet Mudhafar An-Nawab).

The research has come up with the most important conclusions as follows:

- 1- The concept of diction and rhetoric constituted a power which aims to convince individuals in their issues, which is listed by the Greek under the art of performance that has to be accompanied by diction through pronunciation, ringing bell, and melisma to constitute the audio picture in the spoken language.
- 2- There are special rules in the science of diction, as diction is manifested through the speaker's speaking correctly where he can clarify his words and their meanings thus achieving the ultimate aim which is to influence the listening audience.

¹ Postgraduate student ,College of Fine Arts / University of Baghdad, Ahmed66ma@yahoo.com .

القيم الإتصالية للإيحاء البصري في الاعلان التلفزيوني

علاء جاسب عجيل¹

سارة سالم مهدي²

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229

تاريخ استلام البحث 2020/9/29 , تاريخ قبول النشر 2020/1/4 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث:

يقدم هذا البحث "القيم الإتصالية للإيحاء البصري في الاعلان التلفزيوني" وصفا دقيقا لعملية اصال الرسالة الإتصالية عن طريق توظيف الايحاء البصري في الاعلانات التلفزيونية فقد تضمن البحث اربعة فصول تضمن الفصل الاول مشكلة البحث التي تلخصت بالسؤال التالي: _ ماهي القيم الإتصالية المتحققة في الإعلان التلفزيوني والتي تنتج ايحاءات بصرية تثير الغرابة والشد البصري في الاعلان ؟ كما تلخصت اهمية البحث بإفادته الباحثين والدارسين في مجال اخراج الاعلانات التلفزيونية والايحاء البصري احد المنافذ الرئيسية لبناء الاعلان، يفيد المؤسسات والجهات ذات العلاقة ودوره في تعزيز القيمة الإتصالية، ويساهم في تطوير الرؤى الفكرية والمنهجية في مواكبة التطور، كما تحدد هدف البحث في الكشف عن القيم الإتصالية للإيحاء البصري ودوره في الاعلان التلفزيوني، كما وضعت الباحثة حدودا مكانية تمثلت في دراسة استبيان لطلاب المرحلة الثالثة مسائي قسم تقنيات الاعلان / كلية الفنون التطبيقية، اما الحد الزمني تمثل بالفترة 2018_2019، اما الحدود الموضوعية (القيم الإتصالية للإيحاء البصري في الاعلان التلفزيوني). وتمثل الفصل الثاني بالاطار النظري وقد اشتمل على مبحثين، المبحث الاول (القيم الإتصالية في الاعلان التلفزيوني) والمبحث الثاني (الايحاء البصري في الاعلان التلفزيوني)، وفي الفصل الثالث (اجراءات البحث) فقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي وقد تمثل مجتمع البحث من المتلقين من طلبة كلية الفنون التطبيقية لقسم تقنيات الاعلان المرحلة الثالثة للدراسة المسائية والبالغ عددهم (100) طالب وطالبة جاء اختيارهم لانهم متلقين وفي الوقت ذاته يدرسون الاعلانات التلفزيونية تم اختيار عينة بنسبة (50%) من المجتمع الاصلي وقد اسعملت الباحثة اداة للدراسة تمثلت باستمارة الاستبيان، وقد تضمن الفصل الرابع نتائج البحث، اذ ان النتائج اظهرت ان غالبية افراد العينة يرون ان هذه الاعلانات التي عرضت عليهم يجدون فيها القيم الإتصالية للإيحاء البصري وقد بلغت نسبتهم 58% من اجمالي العينة.

الكلمات الافتتاحية: القيم الإتصالية، الايحاء البصري، الاعلان التلفزيوني.

¹ الجامعة التقنية الوسطى / كلية الفنون التطبيقية / قسم تقنيات الإعلان.

² الجامعة التقنية الوسطى / كلية الفنون التطبيقية / قسم تقنيات الإعلان, mss.sarahsalemahde@gmail.com.

اولا: مشكلة البحث

تعتبر الاعلانات التلفزيونية قائمة على الاساليب والمضامين الفنية والفكرية والتي تحوي القيم الاتصالية، فالاعلان التلفزيوني هو وسيلة اتصال جماهيرية تحمل رسالة اقناعية الهدف منها جذب واثاره اهتمام الجمهور المتلقي، وهذا المسمى الاتصالي يؤدي الى ظهور تصاميم اعلانية ذات قيمة اتصالية تعزز الجانب الايحاءى، بما يناسب هدف الاعلان، وان للإيحاء البصري في الاعلان التلفزيوني الدور البارز والقيم الاتصالية المميزة التي تمثل قواعد يستند اليها الاعلان، للتروج عن السلع والخدمات والافكار، ويظهر لنا تسائل جدير بالطرح والخوض فيه على مستوى البحث العلمي في مجال التخصص :

_ ماهي القيم الاتصالية المتحققة في الاعلان التلفزيوني والتي تنتج ايحاءات بصرية تثير الغرابة والشدة البصري في الاعلان؟

ثانيا: اهمية البحث

1. يفيد الباحثين والدارسين في مجال الاعلان التلفزيوني، والايحاء البصري احد المنافذ الرئيسية فيه.
2. يفيد المؤسسات والجهات ذات العلاقة ودوره في تعزيز القيمة الاتصالية للاعلان التلفزيوني.

ثالثا: هدف البحث

يهدف البحث للكشف عن القيم الاتصالية للإيحاء البصري ودوره في الاعلان التلفزيوني.

رابعا: حدود البحث

- 1_ الحد الموضوعي: القيم الاتصالية للإيحاء البصري في الاعلان التلفزيوني.
- 2_ الحد المكاني: كلية الفنون التطبيقية / قسم تقنيات الاعلان / طلاب المرحلة الثالثة للدراسة المسائية.
- 3_ الحد الزمني: 2018م _ 2019م.

خامسا: تحديد المصطلحات

اولا: القيم _ لغويا _ القيمة او القيم (تقوم مقام الشيء، يقال قومت السلعة، قال تعالى في كتابه العزيز (وكان بين ذلك قواما) وقوام الرجل ايضا قامته وحسن طوله) (El-Gohary, 1983, p.102)، القيم _ اصطلاحا _ قد تعرف القيم بصورة عامة على انها (مجموعة معايير تتكون لدى الافراد من خلال تفاعله مع خبرات الافراد، والتي تمكنه من اختيار الاهداف التي يراها جديدة في حياته ويوظف امكانياته من خلال الاتجاهات والسلوك العملي بطريقة مباشرة او غير مباشرة) (Abu Al-Enein, 1988, p.34).

ثانيا: الاتصال _ لغويا _ كلمة الاتصال في اللغة العربية تعود الى الفعل اتصل مثل " اتصل الشيء بالشيء ووصل الشيء الى الشيء ووصولا وتوصل اليه: انتهى اليه وبلغه " (Ibn Manzur, 1955, p. 4850)، الاتصال _ اصطلاحا _ ان كلمة الاتصال تعني (عام او مشترك فهي القاعدة الاساسية العامة، وله وظيفة دقيقة ومحددة، وهي التفاعل والمشاركة في تبادل الافكار والآراء والمقترحات والترويج لسلعة او موضوع او خدمة..الخ، عن طريق انتقال المعلومات والبيانات من شخص او مجموعة اشخاص الى اشخاص ومجاميع اخرى، باستخدام الرموز ذات المعنى الواحد والمفهوم لدى الطرفين، المرسل والمستقبل) (Al-Alaq, 2010, p.13).

القيمة الاتصالية اجرائيا: هي مجموعة المعايير والاحكام المتصلة بسلوك الانسان والمتفاعل معها نتيجة المواقف والخبرات المتراكمة لديه، لما يحيط به من مدركات حسية موضوعية ومدى منفعته له.

ثالثا: الأيحاء _ لغويا _ (هو اشارة وكتابة ورسالة او كلام خفي، اوحيت واوحى المهم، اي اشار المهم، اوحى وأومئ الإيحاء في اللغة كلها اعلام في خفاء) (shbur. 2001, p. 274)، الأيحاء _ اصطلاحا _ يعتمد الإيحاء " على آلية لوصول المعنى الى المتلقي يتراوح بين الاظهار والاختفاء احيانا، فالأيحاء هو القاء المعنى في النفس بخفاء وسرعة" (Al-Jarjani, 1978, p. 35).

الإيحاء البصري اجرائيا: هو سلوك يستهدف وضع شيء ما في ذهن الجمهور ويعتبر عملية عقلية يهدف المخرج من خلاله الى التأثير على الجمهور بحيث يقبل بدوره الفكرة التي اوحيت اليه.

رابعا: الاعلان _ لغويا _ (اعلن، يعلن ومصدرها علانية، واعلان بمعنى الاظهار والاشهاروالجهر بالشيء) (Kholoud, 2010, p.236)، الاعلان _ اصطلاحا _ (هو مختلف نواحي الانشطة التي تذيع الرسائل الاعلانية على الجمهور بهدف جذبها الى شراء السلع او الخدمات، او من اجل استمالة الى التقبل الطيب الى الافكار او اشخاص او منشآت معلن عنها وهو وسيلة غير شخصية ومدفوعة الثمن) (Kholoud, 2010, p. 237).

الاطار النظري

المبحث الاول: القيم الاتصالية في الاعلان التلفزيوني

اولا: القيم:

مما لا شك فيه ان القيم تحمل في طياتها معاني ومفاهيم متعددة فهي(تختلف باختلاف الاتجاهات والمناهج المعرفية كالفلسفية والدينية والاجتماعية والفكرية فلا يوجد فهم معين لمعنى القيمة) (Al-Obaidi, 2013, p.221) فمن الجانب الفلسفي ارتبطت القيم بالجوانب المعرفية كالجمال كما واختلفت الآراء الفلسفية في تعريف القيم واطهار معناها، اما القيم الدينية فقد بدت اهتمامها بميول الفرد لمعرفة ماوراء الطبيعة، والقيم السياسية التي ارتبطت بالسلطة باختلاف انواعها بهدف التحكم، فالقيم هي عملية انتقالية لسلوك الافراد اتجاه ما هو على افضل ما يمكن، فهي مجموعة من الاحكام العقلية التي تعمل على توجيه الانسان نحو رغباته واتجاهاته والتي قد تكون نتيجة لاكتساب الفرد من المجتمع المتعايش به وهي تعمل على تحريك سلوكياته وقد تشتمل القيم على قيم اجتماعية، قيم اقتصادية، قيم جمالية، قيم شخصية، فالقيم الاجتماعية تقوم على آراء علماء الاجتماع في ان (القيم قد تقوم على اساس وجود مقياس ومعياري لمصالح المتلقي وما يوفره له المجتمع من طرق ووسائل لتحقيق هذه المصالح من جانب اخر، ففي القيم قد تكون عملية انتقاء مشروط بالظروف المجتمعية المتاحة، فالقيم مقياس للانتقاء من بين بدائل او ممكنات اجتماعية متاحة امامه) (Khalifa, 1992, p.39). اما القيم في علم النفس فانه يركز اهتماماته على دراسة قيم الفرد ومحدداتها سواء اكانت نفسية او اجتماعية ويهتم بكل جانب من جوانب سلوك الجمهور حيث ان القيمة (هي كل شيء جدير باهتمام الفرد لاعتبارات مادية او معنوية او اجتماعية او اخلاقية او دينية او جمالية) (Al-Ma`ayta, 2000, p.185)، فالقيم قد تعتبر تنظيمات لإحكام عقلية نفسية وهي مفهوم ربما يعبر عن شيء مميز يرتبط بالأشخاص و الاشياء.

وقد تنقسم القيم الى قسمين:

الأول: القيم ذات الطابع الذاتي:

القيم هي قد تكون طابع ذاتي ما بين الأشياء فهي قد "تخص الشيء لذاته وتكون صفات كامنة فيه" (Madkour, 1983, p. 151) حيث انها تخص الأشياء الذاتية المادية عن طريق الوظائف التي تعود بالمنفعة على الفرد المتلقي، فهي صفة خالقة لصور ذهنية متزاحمة بشكل متتالي في ذات المستهلك والقابلة للاسترجاع والتحليل لفهم مضامينها الكامنة وتقييم نتائجها النفعية المنعكسة على الواقع المادي، اذن فالقيم هي مرتبطة باحساس ومشاعر وافكار مخرج العمل.

الثاني: القيم ذات الطابع الموضوعي:

القيم تحمل (سمة موضوعية مرتبطة بالعالم المادي المدرك عبر حواس الانسان والمتوالدة نتيجة حاجات الانسان) (Khalil, 2005, p.12). لتلبية ميوله واشباع حاجاته الشخصية، وترتبط بالإيحاء البصري للاعلان التلفزيوني عن طريق التنظيم والترتيب للعناصر الظاهرة على الشاشة، فالموضوعية توصف بانها (تنظيم مستمر للعمليات الانفعالية والادراكية والمعرفية حول بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد وهذا التنظيم يعتمد على المجال المعرفي لدى الفرد) (Khalil, 2005, p. 109). وتتنوع المصادر المعرفية يزيد من تفاعله وتعامله مع ما يحيط به بصورة تنظيمية حقيقية هادفة لنتائج اخراج الاعلان بصورة مؤثرة في المتلقي كونها كامنه في الموضوعات الحقيقية والواقعية التي تخدمه وتقدم له الخصائص المتنوعة، فهنا نجد ان القيم الحقيقية للأشياء مرتبطة بالوجود المادي للانسان وبالعكس.

ثانيا: القيم الإتصالية في الاعلان التلفزيوني:

لقد تغلغت وسائل الاتصال في جوانب الحياة المختلفة واحتلت مكانة ممتازة، بل واصبحت ضرورة ملحة للمجتمعات المختلفة المتقدمة والمتخلفة (ونظرا للثورة التكنولوجية والتغيرات النوعية التي ادخلت على هذه الوسائل اصبح الاعلان يشكل مرحلة بالغة الاهمية في حياة الجمهور) (Buhlal, 1992, p.55) يعد الاعلان التلفزيوني احد اساليب الاتصال (وتعد عملية الاتصال من اقدم الممارسات التي استخدمها الانسان لحاجته الفعلية اليومية الى وجود طريقة ليتفاهم بها مع الاخرين ويتبادل الافكار معهم... فالاتصال هو عملية مشاركة في المعلومات والافكار وهو العملية التي يتفاعل بمقتضاها مستقبل ومرسل الرسالة وفي هذا التفاعل يتم نقل افكار ومعلومات بين الافراد) (Radi, 2016, p.96). وان للاعلان اثر فعال اذ اصبح مصدر تلقي رئيس لكثير من المعلومات التي تتضمن عددا من الانشطة الاتصالية النفعية التي يتأثر بها الفرد والمجتمع (على هذا تأتي القيم الوافدة في مقدمة الامور التي تؤثر في الجمهور) (Ghaith, 2011, p.16). للمادة الاعلانية عبر وسائل الاتصال المختلفة اذ تلبى احتياجاته المادية في الحياة، والاعلان التلفزيوني يمثل اهمية كبيرة من فهو(ينقل الكلمة والصورة المسموعة والمرئية فضلا عن انه يخاطب الاميين والمتعلمين على اختلاف مستوياتهم التعليمية) (Al-Shatri, 2013, p. 65) ان الصورة التلفزيونية تعبر عن الفكر والثقافة عن طريق رموز تكنولوجية مرتبطة بالوسيلة التكنولوجية نفسها ورموز اخرى تستمد قواعدها من الفكر الثقافي والمعرفي وتسمى رموز انسانية (تعكسها الكلمة المصاحبة في الاعلانات او المنطوقة التي تعبر عن اتجاهات فكرية وتعمل على توضيح معنى الصورة التلفزيونية للاعلان فالصورة في الاعلان التلفزيوني تعبر عن

الدلالة اي ان الدلالة هي اتحاد الدال والمدلول) (Penguin, 2004, p. 108), وقد اضحى الاعلان اليوم مشروعا ضخما اذ انه صناعة في ذاته ويمثل في الوقت نفسه انفاقا ضخما جدا ويعد احد الانشطة الرئيسية في مجال تسويق السلع او الخدمات للعديد من المشاريع ويعتمد على الاعلان التلفزيوني في (تحقيق اهداف اتصالية بالاطراف التي تتعامل مع المشاريع الضخمة) (Abu Rustom, 2003, p.9), ويرمي الاعلان الى (الابداع والافادة والاقناع اذ ان المستهلك يندفع للشراء في حالة اقتناعه بالسلعة او الخدمة المقدمة عن طريق الاعلان وهذه الخطة الكاملة للتطور السايكولوجي للاعلان التلفزيوني) (Sabat, 1969, p.131). وان للاعلان دور بارز وفعال في عملية التنشئة الاجتماعية لما يمتلكه من خصائص تعزز من دور القيم الاتصالية والاحاطة بالناس واعلامهم بموضوعات وافكار ووقائع ومعلومات ومعارف تجارية، صحية، خدمية، وفي جميع جوانب الحياة وقد تكون للقيم الاتصالية في الاعلان التلفزيوني خصائص مميزة منها:

1. الخاصية النفسية:

ان القيمة الذاتية المرتبطة بالفرد (تختلف من فرد لآخر، فلكل فرد يمتلك نظرة خاصة لقيمة الاشياء من حوله وهذه النظرة تتأثر بشخصية الفرد فتميزه عن غيره، وتكون تلك النظرة غالبا انعكاسا للظروف والبيئة التي ينشأ فيها، وترتبط القيم بشخصية الفرد وذاته ارتباطا وثيقا وتظهر لديه صور من التفضيلات والاهتمامات والاختيارات والحاجات والاتجاهات والاحكام، مما يجعلها قضية ذاتية شخصية يختلف الناس حول مدى اهميتها وتمثيلها بأختلاف ذواتهم وشخصياتهم) (Al-Jallad, 2007, p. 35). والاعلان التلفزيوني قد يرتبط بذوات الافراد عن طريق اهتمامه بالمعرفة النفسية التي يحتاجونها ويحقق التقارب الفكري والمعرفي للجمهور، فمن الممكن ان تكون الرسالة الاعلانية قادرة على تحقيق القيم الاتصالية النفسية من اجل الاقتناع عن طريق الاتصال البصري لجمالية المشهد الذي يعبر عن الذوق الفني للمخرج.

2. الخاصية الثقافية:

يتعلم الانسان القيم ويكتسبها عن طريق تفاعله مع البيئة التي يعيش فيها وان الخاصية الثقافية في الاتصال الاعلاني تتسع في معناها لتشمل " وظائف الاتصال جميعا وتمثل في نقل التراث الثقافي من جيل الى جيل ومن فرد الى فرد ومن مجتمع الى مجتمع" (Moses, 2011, p. 38), فمن الممكن ان نعد الاعلان ذات بعد ثقافي ناقل للمعارف والافكار والمنافع فهو اسلوب لتكوين ثقافة المجتمع والارتقاء بسموها وتشكيل شخصية الفرد والمجتمع، وقد اصبحت وسائل الاتصال الجماهيري من اهم وسائل التثقيف للجمهور حيث انها تعكس ثقافة المجتمع وتوعيتهم (ببث الافكار والمعلومات والقيم عن طريق البرامج الثقافية، تلك الثقافة التي تعد غذاء روحيا لا يقل اهمية عن الطعام) (Imam, 1972, p.83), وتزداد اهمية الخاصية الثقافية في وسائل الاتصال الجماهيري انها قد تعتبر وظيفة تربوية في المجتمعات التي تنتشر فيها الامية.

3. الخاصية الاقناعية:

يتخذ الفرد من القيم (معيارا يقيس من خلاله السلوك الانساني وفي الوقت ذاته يتخذ من هذا المعيار موجها لسلوكه وتصرفاته، اي انه يتميز بها بين الخير والشر، والحق والباطل، والجميل والقيبح) (Red, 2003, p. 265), اذ نجد ان الرسالة الاعلانية تستند على اسس معرفية وفكرية وتقنية تجتمع تحت مسمى واحد وهي الرسالة الاقناعية التي تكون قادرة على التغيير والاقناع وذات اهمية في (تكوين القناعات لدى

الجماهير عبر الإيحاء البصري وعلى أساس دورها الاتصالي (Al-Husayni, 2008, p.66). فالرسالة الاعلانية هي رسالة اتصالية اقناعية تعمل قدر الامكان على تغيير سلوك الجماهير لتحقيق هدف الاعلان.

4. الخاصية المعرفية:

ان الانسان بشكل عام يمتلك قيم متعددة في اساليب حياته وسلوكه وعاداته وتعاملاته المعبرة عن مشاعره وعواطفه الكامنة، وان الاتصال ايضا يمتلك وظيفة نقل المعلومات والافكار والخبرات الى الجمهور فهو يكون بدوره عنصر تفاعل ومشاركة بين المرسل والجمهور المتلقي، فمن الممكن ان يكون للاعلان قيم اتصالية معرفية فاعلة عن طريق اخراج اعلان تلفزيوني وعبر استثمار الاعلان لاتجاهات فكرية وعلمية تجاه الجمهور بهدف تنمية المجتمع وبناءه بناء معرفي صحيح يخدم الاجيال المستقبلية، ان الخاصية المعرفية تعرف الجمهور بالقيم الانسانية المرتبطة بعواطفه ومشاعره والتي قد تكون ايجابية (عندما يشعر الانسان بالحاجة فانه يكون متوتر ومترقب ينتظر الفرصة التي يمكن بها ان يشبع حاجاته الا ان ذلك لايعني بالضرورة تحركه الفوري لاشباع هذه الحاجة بل ان سرعة اتخاذه لقرار الشراء يتوقف على مدى الامكانيات المتاحة له..... حيث تهدف الجهود الاعلانية الى تعريف وتقريب المغريات البيعية للسلع والخدمات الى ذهن الجمهور) (Al-Zoubi, 2009, p.88) من خلال تعريفهم بالسلع والخدمات المقدمة لهم عن طريق الاعلانات ذات الايحاءات البصرية التي تجذب انتباه الجمهور وتثير اهتمامهم لهذه السلع.

5. الخاصية الجمالية:

تؤدي القيم الاتصالية الكثير من الجوانب الفنية والجمالية في اخراج الاعلان التلفزيوني والتي يسهل استخدامها في الاعلان التلفزيوني لانها تعمل على (Al-Zoubi, 2009, p. 220):

1. توصيل الفكرة بشكل اسرع.

2. جذب الانتباه للسلعة او الخدمة بشكل افضل.

حيث ان هذه الخاصية هي من المتغيرات التي ترتبط بالابداع وصفاتها الاساسية اي انها تعطي قيمة فاعلة في الاعلان التلفزيوني من خلال ترك تذوق في متلقي الاعلان، فالقيمة الجمالية تجذب الانتباه (الذي يعد الخطوة الاولى والضرورية الذي يوصل المستهلك الى عملية الشراء عن طريق توافر عنصر الجمال الفني والحجم والمساحة المناسبة وموقع الاعلان وانسجام الالوان وتكامل الصورة لكي يستطيع المخرج ان ينجح في جذب انتباه الجمهور) (Al-Ghalabi, 2006, p.157) حيث ان الانتباه هو تركيز الشعور على فكرة معينة او سلعة معينة، والخاصية الجمالية ايضا تثير الاهتمام حيث تمثل اثاره الاهتمام المرحلة الثانية للاعلان التلفزيوني الناجح حيث يجب على المخرج ان يعطي ضمان للسلعة واستعمالها بكفاءة مع منطوية العرض اذ يجب ان تكون الحجج قوية ومقنعة تخاطب العقل والمنطق والبعد عن المبالغة) (Al-Ghalabi, 2006, p.157).

المبحث الثاني: الإيحاء البصري في الاعلان التلفزيوني:

اولا: الإيحاء البصري واساليبه الفنية:

الإيحاء هو فكرة في ذهن مخرج الاعلان تتحول الى عمل اخراجي عن طريق خيال المخرج، قد يعد الإيحاء من اسهل واسرع الطرق في التغيير الايجابي لسلوك الجماهير اذ لا بد من ان تكون هنالك رغبة حقيقية في تحقيق الهدف من الاعلان وان تكون لدى المخرج قدرة وثقة تامه بقدراته الشخصية لتطبيق الإيحاء البصري في مجال الاعلان التلفزيوني، اذن فالإيحاء هو عمل او سلوك يستهدف وضع شيء ما في ذهن وعقل احد الجماهير او المستهلكين عن طريق الاعلان التلفزيوني ومن خلاله يتم التأثير على الجماهير بتقبل الفكرة التي اوحيت اليهم، فالإيحاء (يوظفه المخرج للتعبير عما يدور في ذهنه من افكار..... على سبيل المثال يكون استخدام الإيحاء بدلالة الرموز عن طريق استخدام الرموز المعبرة والصور والتي لها القابلية عن التعبير غير المباشر عن ما يحاول المخرج ايصاله الى الجماهير)(Radi, 2016, p. 14). وهو مجموع الدلالات الإيحائية التي تؤثر على ادراك الجماهير وطبيعتهم رؤيتهم البصرية للاعلان، وقد تكون هناك ثلاث اساليب للإيحاء البصري يسعى اليها المخرج لتحقيق العمل التلفزيوني منها:

1. الاسلوب الواقعي:

وهو الذي قد يسعى فيه المخرج الى تقليد ما يكون في الطبيعة تقليدا دقيقا ويعتمد على تحليل الأشياء الواقعية (فالواقع هو الوجود الانساني بأطره المكانية والثقافية والتاريخية والاقتصادية والسياسية والتكنولوجية كافة)(Sidawi, 2008, p.72). فالصورة التي تمثل منظرا طبيعيا او وجه انسان معين في هذه الاحوال يعمل المخرج على ان ينقل ما يراه على الشاشة دون اي تغيير حيث ان هذا الاسلوب يرجع الى المدرسة الواقعية (فقد برزت الواقعية كانعكاس في الفن لانقلاب تقدمي عظيم الاهمية)(Petrov, 2012, p.5). وان هذه المدرسة اخذت تعمل باسلوب الاشكال الواقعية وركزت على الاتجاه الموضوعي وجعلته اكثر اهمية حيث ان هذا الاسلوب قد يستخدم الإيحاء البصري ولكن بنسبة ضئيلة لانه يركز على الواقع اكثر.

2. الاسلوب الخيالي:

في هذا الاسلوب قد يستخدم المخرج الاصل الطبيعي لكي يبني عليه واقعا مثاليا خياليا عن طريق خياله وابداعه في العمل التلفزيوني حيث استخدم الخيال للتعبير عن غاياته واهدافه، فالخيال تعددت مفاهيمه حيث انه كان دالا في البداية عن الحلم ثم اصبح بعد ذلك يدل على ملكه في الذهن تكونها صور وافكار فالخيال عند افلاطون (هو القدرة على استحضار الرؤية الصوفية تلك التي تسمى الى مايتناوله العقل)-Al (Hayl, 1988, p.23). كون الخيال مرتبط بالرؤية الصوفية وسلطة العقل وجعل الخيال مصدرا للوهم في العمل التلفزيوني، كما ان للخيال دور هام في الابداع وفي الاحلام وفي الصور بانواعها المختلفة، هنا قد يوظف الإيحاء البصري في هذا الاسلوب عن طريق استخدام خيال المخرج في الاعلان كان يوحي لشخص بانه أسد وغيرها.

3. الاسلوب الإيحائي:

في هذا الاسلوب ربما يسعى مخرج الاعلان الى استخدام الإيحاء في الاعلان لكي يجذب الانتباه للججمهور عن طريق الإيحاء بالأشياء او الاشكال الى اشكال اخرى قد ترمز لها او توجي اليها فهذا الاسلوب يركز على الإيحاء

البصري المستخدم في الاعلان اكثر من الاساليب الاخرى فهو قد يكون مصدر جذب وتشويق للجمهور ويحقق قيمة ابداعية وفنية للسلعة او الفكرة المعلن عنها، حيث ان في هذا الاسلوب يستخدم الإيحاء البصري بشكل كبيراً جداً قياساً بالاساليب الأخرى.

ثانياً: الإيحاء البصري في الاعلان التلفزيوني

فقد يعد الإيحاء البصري ذو قيم اتصالية للاعلان التلفزيوني، وقد استخدمت تقنية الإيحاء البصري في الاعلانات التلفزيونية كونها تقدم الغرابة، التشويق، الجذب، الابتكار، الاقناع، الطلاقة اي السرعة والسهولة التي تتوفر لدى المخرج ومن ثم التأثير على الجمهور، والإيحاء البصري يؤثر على معتقدات الاشخاص او الجمهور عن طريق الاقناع وجذب الانتباه، فهنا يسعى المخرج الى تحقيق القيمة الاتصالية للعمل التلفزيوني عن طريق قيمته الفنية والجمالية والتي تؤثر في نفسية المستهلك (فهو عملية تخطيط وتنظيم وتنسيق وتناغم... لاجراء اعلان تلفزيوني يشمل التكوين والتركييب)(Ibn Manzur, 1955, p.21), وقد اصبح لاجراء الاعلانات دور هام وواسع النطاق بين المخرج والمستهلك وذلك عن طريق الإيحاء البصري الذي يشد الانتباه ويثير الاهتمام من خلال العلاقات والرموز والاشارات للتعبير عن الافكار ونقل المعاني والتفاهم بين مرسل الرسالة (مخرج الاعلان) والجمهور (المستهلك) حيث ان الاعلان يثير غريزة المستهلك لشراء سلعة معينة ولايتم تحقيق مسيرة الاقناع الا عن طريق مخاطبة العقول حول الاهداف التي يراد الوصول اليها، والاعلان هنا يلعب دوراً مهماً في تحقيق القيمة الفنية والجمالية بما يعطي من دلالات رمزية و إيحاءات بصرية تشد الانتباه.

(فهناك عناصر اساسية تؤثر في قيمة الإيحاء البصري في العمل التلفزيوني بشكل عام (Al-Hasani, 1955, p. 405). وهي:

1. عناصر تقنية : وهي كل التطبيقات العملية التي تستخدم في العصر الحالي، والتي يظهر فيها الابداع ويستخدمها المصممون والمخرجون في اعلاناتهم، وان التكنولوجيا هي نشاط تطبيقي عملي، والتي توصل اليها الانسان عن طريق الادوات والاجهزة والآلات الحديثة والتي تعتبر اجهزة تكنولوجية متطورة، هدفها توفير الوقت والجهد على المخرج والمشاهد، فمن خلالها يمكن للانسان الوصول الى الغرض الذي يريده بسهولة ويسر، فالتقنية تكون ذات مفاهيم ابداعية ابتكارية لتصميم واخراج الاعلانات، وتوظيف الخدع والايحاءات البصرية الناتجة بفعل التكنولوجيا والتي تثير الغرائب وتجذب انتباه واهتمام الجمهور، فهي تحتاج الى مهارة المخرج وخبراته المعرفية لتصميم الاعلان التلفزيوني واظهار قيمته الاتصالية ذات الإيحاء البصري ووصوله الى الجمهور بدقة ووضوح وسرعة وكفاءة عالية.
2. عناصر جمالية: وتعني بانها ذات العناصر الاولية للتصميم وادراك المصمم او المخرج لها ادراكاً جيداً يساعده في جعل العمل ذو قيمة جمالية فنية تصميمية متطورة تبرز الإيحاء البصري بالصورة المطلوبة، وان كل عنصر من العناصر الموجودة التي تظهر على الشاشة هي تعتبر ذات قيم جمالية، فالمكان ذو قيمة جمالية والشخصيات لها قيم جمالية والادوات والاشكال والاكسسوارات لها قيم جمالية بالاضافة الى المادة المعلن عنها، وان كل هذه العناصر عندما تجتمع تعطي قيم جمالية وفنية عالية للعمل الاعلاني التلفزيوني.

3. عناصر تركيبية: وهي العناصر التي تعطي اشكالا مختلفة في تصميم الاعلانات سواء كانت مطبوعة او مرئية وهي تعتمد على مصمم العمل في طريقة ترتيبه لهذه العناصر، وتركيبها وتكون هذه العناصر بنية متكاملة ذات نسق فني معين، وقد تتمثل هذه العناصر في النقطة والخط والشكل واللون والقيمة والرسوم والصور وما الى ذلك، كما انها لاتشتغل الا من خلال المبادئ الاساسية لأي عمل اعلاني، والتي تتمثل بالتناسب والوحدة والتوازن والتماثل وغيرها، فان هذه العناصر عند تركيبها من قبل المخرج ووضع المبادئ المناسبة لها تعطي للمشاهد المعنى الذي يريد الوصول اليه مخرج الاعلان.

4. عناصر صورية: يعتبر عنصر الصورة هو عنصر متخيل او تخيلي، يتمثل في إظهار العلاقات ما بين الأشياء التي ليس لها علاقة بالواقع، ويعد من العناصر الاساسية والرئيسية ما بين الايقاع والصورة لانه يستند على هذين العنصرين بالدرجة الاساس والذي يتميز بالتعبير الفني والجمالي، وان عناصر اللغة الصورية قد تنحسر في شكلين هما الاستعارة والتشبيه، والتي تستخدم غالبا في الاعلانات التلفزيونية، والتي تكون عبارة عن علاقة بين شيئين يربطهما صفة مشتركة، اما المعيار والقياس الذي يحدد هذين الشكلين (هو ايجاد اداة تقوم بعملية ربط الشكلين او وجود عبارة تقوم مقام الاداة، بحيث يكون كل شكل مستقل عن الاخر وتفرض الحدود بينهما من خلال هذه الاداة) (Boustany, 2003, p. 45)، ان الاداة التي تربط الاشكال المستعارة لابد وان يكون من ضمنها الإيحاء البصري، الذي يوحى للمتفرج بالصفات المشتركة ما بين الاشكال المصورة، والتي تعطي ايحاءات ومعاني ودلالات معينة، تمكن المشاهد من فهم الاعلان واقناعه بتقبل الفكرة المعلن عنها، وان عناصر اللغة الصورية تظهر فاعليتها من خلال استخدام دلالات ومعاني يختارها مخرج العمل الاعلاني، والتي تتفاعل مع الواقع المصور والإيحاء المشار اليه في الاعلان، فقد يتحقق الإيحاء البصري من خلال عناصر اللغة الصورية الموظفة في الاعلان التلفزيوني والتي قد تكون ذات قيمة اتصالية.

وقد يعمل الإيحاء البصري على اعطاء دور هام وفاعل للاعلان التلفزيون عن طريق (اللغة البصرية للاشكال والالوان والرموز التي تعبر عن الافكار ونقل المعاني والتفاهم باللغة المرئية كشكل من اشكال الاتصال المنظم)، وقد تكون هناك فئة من الفنون تتضمن اوهاما او لغات بصرية فالإيحاء البصري مرتبط بالإيحاء البصري عن طريق اللغة البصرية لعين المشاهد فالإيحاء البصري هو حركة فنية قد تعتمد الخداع او الإيهام البصري في بعض الاعمال الفنية التلفزيونية كما في اعلان مرسيدس حيث يظهر شخص وقد اوحى اليه بشكل الاسد الذي يقود السيارة وهو ملك الغابة في المدينة ويمتلك سيارة تشعره بالراحة حتى في الاماكن المزدحمة كما في (الشكل رقم 1) الذي يوضح ان فخامة المنتج من فخامة الاسد ملك الغابة.

شكل رقم (1): ملك الغابة وهو يستقل سيارة مارسيدس بتز

قد يحقق الإيحاء البصري مايلي:

أ. قوة جذب نحو الاعلان.

ب. الغرابة في الاعلان مما يعزز الجانب الفني والجمالي.

ج. قوة تأثير على الجمهور بناء على ماحققه من جذب وتشويق.

د. يحقق قيمة ابداعية وابتكارية بناء على الافكار الإيحائية.

ثالثا: خصوصية الاعلان التلفزيوني بوصفه رسالة اتصالية:

فقد يعتبر الاعلان وهو احد اهم الرسائل الاتصالية الجماهيرية ويعتبر الاداة التي تنقل عن طريق احدي وسائل الاتصال الجماهيري ويكون الاعلان شامل لجميع اهتمامات الفرد وان يمتاز بفاعلية كبيرة وسرعة



الوصول الى الجمهور وقوة التأثير فيهم، اي ان الاعلان هو نشاط اتصالي هادف ومقصود يسعى الى اقناع الجمهور واشباع حاجاتهم عن طريق الاعلانات المعروضة ولهذا هناك خصوصية للاعلان التلفزيوني تتمثل في (الجذب _ الغرابة _ التشويق _ الطلاقة _ الاقناع _ التأثير) حيث ان الاعلان لايد ان يحتوي على سهولة التعبير عن السلعة او الخدمة او

الفكرة بمستويات فكرية لمختلف الاعمار، اذ ان الاعلان (يحقق درجة عالية من الاتصال يكاد ان يصل الى درجة الاتصال المباشر وذلك من واقع حركة الصورة وتجسيد المواقف ويعطي قوة المصدقية للحدث عن طريق مخاطبته لحاسني السمع والبصر واعطاء المشاهد احساسا في الحدث) (Caroline, 1993, p. 24). ولكي يكون الاعلان مؤثرا لابد من تحقيق الهدف الاساسي له وهو (تغيير ميول واتجاهات وسلوك الجمهور وهذا ما يتم عن طريق توفير المعلومات وعرض خصائص ومواصفات السلع او الخدمات او الافكار من اجل اقناع الجمهور) (Shehayeb, 2006, p. 28). حيث يتميز الاعلان التلفزيوني بوجود ثلاث سمات رئيسية وهي الكلام والحدث والموسيقى حيث ان له تأثيرا كبيرا على المشاهد في ايصال الرسالة الاتصالية الى الجمهور المتلقي.

_الدراسات السابقة

" القيمة الاتصالية في البيئة التصميمية الافتراضية للاعلان الرقمي " رسالة ماجستير تقدمت بها الباحثة (بتول راضي كاظم الفريداوي) الجامعة التقنية الوسطى، كلية الفنون التطبيقية، قسم تقنيات الاعلان، 2017م، حيث تناولت الباحثة التساؤل التالي (ماهي القيمة الاتصالية المتحققة في بيئة التصميم الافتراضي للاعلان الرقمي؟ وهدفت رسالتها الى الكشف عن القيمة الاتصالية للبيئة التصميمية الافتراضية والمعالجات الاخراجية للاعلان الرقمي، وتخصصت في الصورة الافتراضية في مجال الاعلان التجاري حيث تضمنت الدراسة السابقة دراسة القيمة الاتصالية للبيئة التصميمية الافتراضية في الاعلان، اما الحد المكاني فتحدد في الاعلانات الرقمية، (الالكترونية المنشورة عبر الموقع الامريكي بيهانس) وقد تناول الاطار النظري في هذه الدراسة مفهوم القيمة والاتصال وكيفية تحقيقها ودورها الاتصالي في الاعلانات، قامت الباحثة بدراسة

تحليل المحتوى باتباع المنهج الوصفي لبعض تصاميم المنشورة على موقع بيانس وقد حددت عينته بحثها ب (15) خمسة عشر اعلانا باعتماد الاختيار القصدي، واهم ماجاء من نتائج الدراسة السابقة :

- 1_ الوضوح المباشر للفكرة الاعلانية عزز الفهم والادراك ومن ثم زيادة قيمتها الاتصالية اذ اعتمد المصمم التجسيديات التعبيرية للعناصر التيبو جرافية وعلاقتها بالفضاء التصميمي.
- 2_ الادراك الغير مباشر للفكرة والقائم على التفسير والتحليل والتأويل من قبل المتلقي.
- 3_تحققت الوظيفة التجسيدية الموضوعية للبيئة التصميمية عن طريق الصورة الاعلانية بالايحاء الرمزي التعبيري لمضمون وفكرة الاعلان.

اجراءات البحث

اولا: منهج البحث

اختارت الباحثة في انجاز بحثها المنهج الوصفي التحليلي والذي يعرف بأنه "وصف ماهو كائن..فهو يستطيع ان يصف ظروفًا وممارسات معينة توجد العلاقة بين الاهداف المرسومة وما يتم تعليمه، وان يكشف عن الاتجاه والميول والقيم والاحوال النفسية" (Abu Talib, 1990, p. 101).

ثانيا : مجتمع البحث

تم تحديد مجتمع البحث من طلبة كلية الفنون التطبيقية، قسم تقنيات الاعلان للعام الدراسي (2018م_2019) والبالغ عددهم (100) طالب وطالبة من المرحلة الثالثة للدراسة المسائية وبحسب قوائم اسماء طلبة القسم، جاء اختيارهم لانهم يدرسون الاعلانات التلفزيونية وباعتبارهم متلقين لهذه الاعلانات، وتم اختيار عينة عشوائية منهم بنسبة (50%)، فاصبحت العينة مكونة من (50) طالب وطالبة، كما وتم تحديد نموذج اعلاني وهو الاعلان عن سيارة نيسان باترول 2019 بصورة قصدية لانها تحتوي على الايحاء البصري في الاعلان التلفزيوني.

ثالثا: اداة البحث

تم تصميم استمارة استبيان من قبل الباحثة موجهة الى طلبة كلية الفنون التطبيقية لقسم تقنيات الاعلان ولكي تحقق الباحثة الهدف من البحث، وتمت المساعدة في بناء هذا الاستبيان عبر الاطلاع على الدراسات والبحوث العلمية، وفضلا عن ادراج جزء من مؤشرات الاطار النظري وآراء السادة الخبراء* والمختصين الذين عرض عليهم الاستبيان.

رابعا: صدق الاداة

بغية الوقوف على صدق وصحة اداة البحث وملائمتها لهدف البحث، تم عرض استمارة الاستبيان بضيغتها الاولى والتي تضمنت (14) سؤالاً، وقد ابدت اللجنة المختصة صلاحية الاداة، بعد ان ايدو ماجاء

* تألفت لجنة الخبراء من الاساتذة :

1_ أ.م.د. صالح الصحن، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، سينما وتلفزيون.

2_ م.د. احلام محمد جرجيس، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، تربية فنية.

3_ م.د. ميسون كاظم جاسم، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، سينما وتلفزيون.

4_ م.م. محمد معارج، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، اخراج سينمائي.

فيها، مع مراعاة الباحثة الأخذ بأراء لجنة الخبراء وملحوظاتهم القيمة في تعديل الصياغة لبعض الاسئلة وفي حذف واضافة ودمج بعضها، لتكون بالتالي استمارة الاستبيان مكونة من (10) اسئلة بالشكل النهائي.

خامسا: خطوات التحليل

اعتمدت الباحثة في تحليلها على طريقتين الاولى هي تحليل استمارة الاستبيان والثانية تحليل مضمون

الاعلان كالتالي :

اولا: تحليل بيانات استمارة الاستبيان

بعد ان تم تصميم استمارة الاستبيان وتوزيعها على طلبة كلية الفنون التطبيقية لقسم تقنيات الاعلان، تم فرز الاجابات يدويا عن كل سؤال ورد في الاستمارة وتم حساب التكرارات وايجاد النسبة المئوية لاجابات المبحوثين عن الاسئلة تحقيقا لهدف البحث للوصول الى النتائج، وبعد ان تم عرض الاعلانات المجسد فيها الايحاء البصري على العينة من طلبة كلية الفنون التطبيقية لقسم تقنيات الاعلان، تم توزيع استمارات الاستبيان على الطلبة، من ثم تم فرز الاستمارات وحساب التكرارات والنسب المئوية لاجابات المبحوثين عن الاسئلة الموجهة لهم، وكما مبين ادناه:

1. اعطى الاعلان قيم اتصالية للإيحاء البصري.

ان المبحوثين الذين اتفقوا على ان الاعلان اعطى قيم اتصالية للإيحاء البصري نوعا ما بلغ عددهم (29) مبحوثا شكلوا مانسبته (58%)، في حين بلغ عدد الذين اتفقوا بنعم بلغ عددهم (17) مبحوثا شكلوا مانسبته (34%) من اجمالي العينة، وبلغ عدد الذين لايجدون القيم الاتصالية للإيحاء البصري (4) فردا شكلوا مانسبته (8%) من اجمالي العينة. كما مبين في الجدول رقم (1).

جدول رقم (1)

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	17	34%
لا	4	8%
نوعا ما	29	58%
المجموع	50	100%

2. الاعلان يلبي الحاجات.

ان عدد الافراد الذين اتفقوا على ان الاعلان يلبي الحاجات قد بلغ عددهم (39) فردا شكلوا مانسبته (78%)، في حين بلغ عدد الذين اتفقوا على ان الاعلان يلبي الحاجات نوعا ما (10) افراد مانسبته (20%) من اجمالي العينة، في حين بلغ عدد الذين لم يتفقوا على تلبية الحاجات بلغ عددهم (2) فردا شكلوا مانسبته (4%)، كما مبين في الجدول رقم (2).

جدول رقم (2)

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	%78
لا	2	%4
نوعا ما	10	%20
المجموع	50	%100

3. التفاعل مع الاعلان.

ان المبحوثين الذين تفاعلوا مع الاعلان بلغ عددهم (41) مبحوثا شكلوا مانسبته (%82) من اجمالي العينة، في حين بلغ عدد الذين تفاعلوا مع الاعلان نوعا ما (9) مبحوثا شكلوا مانسبته (%18) من اجمالي العينة. كما مبين في جدول رقم (3).

جدول رقم (3)

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	41	%82
لا	-	-
نوعا ما	9	%18
المجموع	50	%100

4. يضيف الاعلان منفعة ثقافية.

ان الافراد الذين اتفقوا على ان الاعلان يضيف منفعة ثقافية بلغ عددهم (40) فردا حيث شكلوا مانسبته (%80) من اجمالي العينة، وقد بلغ عدد الذين اتفقوا على ان الاعلان يضيف منفعة ثقافية نوعا ما بلغ عددهم (8) فردا شكلوا نسبة (%16) من اجمالي العينة، في حين الذين لم يتفقوا بلغ عددهم (2) شكلوا نسبة (%4) من اجمالي العينة، كما موضح في الجدول رقم (4).

جدول رقم (4)

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	%80
لا	2	%4
نوعا ما	8	%16
المجموع	50	%100

5. يقدم الاعلان القناعة.

ان عدد الافراد الذين اتفقوا على ان الاعلان يقدم القناعة بلغ عددهم (37) فردا شكلوا مانسبته (%74) من اجمالي العينة، اما الذين اتفقوا على ان الاعلان يقنع نوعا ما بلغ عددهم (12) فردا شكلوا نسبة (%24)

من اجمالي العينة، في حين عدد الذين لم يتفقوا على ان الاعلان لايقنع (1) فرد ماشكل نسبة (2%) من اجمالي العينة، كما مبين في جدول رقم (5).

جدول رقم (5)

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	37	74%
لا	1	2%
نوعا ما	12	24%
المجموع	50	100%

6. يضيف الاعلان معرفة جمالية.

ان عدد المبحوثين الذين اتفقوا على ان الاعلان يضيف معرفة جمالية بلغ (39) مبحوثا شكلوا نسبة (78%) من اجمالي العينة، اما الذين اتفقوا على انه يضيف معرفة جمالية نوعا ما بلغ عددهم (15) مبحوثا شكلوا مانسبته (30%) من اجمالي العينة، اما الذين لم يضيف لهم الاعلان معرفة جمالية بلغ عددهم (1) مبحوث شكل نسبة (2%) من اجمالي العينة. كما مبين في الجدول رقم (6).

جدول رقم (6)

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	78%
لا	1	2%
نوعا ما	15	30%
المجموع	50	100%

7. الشعور بالايحاء البصري في الاعلان التلفزيوني.

لقد بلغ عدد الافراد الذين شعروا بالايحاء البصري في الاعلان (19) فردا ماشكلوا نسبة (38%) من اجمالي العينة في حين بلغ عدد الذين لم يشعروا بالايحاء (3) فردا شكلوا نسبة (6%) من اجمالي العينة اما الذين شعروا بالايحاء البصري نوعا ما بلغ عددهم (28) فردا شكلوا نسبة (56%) من اجمالي العينة كما مبين في جدول رقم (7).

جدول رقم (7)

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	19	38%
لا	3	6%
نوعا ما	28	56%
المجموع	50	100%

8. يحقق الاعلان عناصر تقنية وتركيبية وصورية تؤثر في قيمة الايحاء البصري. بلغ عدد الافراد الذين اتفقوا على ان الاعلان يحقق عناصر تقنية وتركيبية وصورية تؤثر في قيمة الايحاء البصري (20) فردا شكلوا نسبة (40%) من اجمالي العينة اما عدد الذين لم يتفقوا بلغ (5) فردا شكلوا نسبة (10%) من اجمالي العينة اما الذين اتفقوا نوعا ما بلغ عددهم (25) فردا شكلوا نسبة (50%) من اجمالي العينة كما مبين في جدول رقم (8).

جدول رقم (8)

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	40%
لا	5	10%
نوعا ما	25	50%
المجموع	50	100%

9. يصل الاعلان بالايحاء البصري الى المتلقين. بلغ عدد المبحوثين الذين اتفقوا على ان الاعلان يصل الى المتلقين عن طريق الايحاء البصري بلغ (26) مبحوثا شكلوا نسبة (52%) من اجمالي العينة، في حين ان عدد الذين لم يتفقوا بلغ (4) مبحوثا شكلوا نسبة (8%) من اجمالي العينة اما الذين اتفقوا على ان الاعلان يصل الى المتلقين عن طريق الايحاء البصري نوعا ما بلغ (20) مبحوثا شكلوا نسبة (40%) من اجمالي العينة. كما مبين في جدول رقم (9).

جدول رقم (9)

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	52%
لا	4	8%
نوعا ما	20	40%
المجموع	50	100%

ثانيا: تحليل انموذج رقم (1) اعلان عن سيارة نيسان باترول 2019 وصف فكرة الاعلان: تدور فكرة الاعلان عن سيارة نيسان باترول 2019، اذ تظهر السيارة في الصحراء وهي تمشي بسرعة كبيرة وتظهر سرعة السيارة على شكل خيال يرافق السيارة اينما تذهب ثم تظهر لقطة ثانية للسيارة وهي تسير في المناطق المرتفعة ثم تنزل للاماكن المنخفضة فيظهر الخيال وهو يرافقها، ثم تظهر لقطة لسائق السيارة وهو يزيد من سرعة السيارة فتظهر السيارة وهي تقفز من مكان مرتفع مع خيال السيارة ثم يظهر اطار السيارة وعليه الرمال من كل الجوانب، ثم تظهر لقطة اخرى للسيارة وهي تمشي وسط المدينة مع خيال السيارة والسائق يمشي بسرعة عالية ثم تظهر لقطة وهي تمشي بجانب سيارة اخرى على اليمين وتظهر كتابة تبين ان السيارة فيها نظام التدخل الذكي في المناطق العمياء ثم تظهر لقطة للسيارة من اعلى وهي تمشي

بين البنائيات والخيال يرافقتها، بعدها لقطة للسيارة وهي تقف فجأة فيتداخل الخيال مع السيارة ثم لقطة لشاشة السيارة من الداخل والسائق يرجع ليصفها في مكانها وتظهر كتابة شاشة الرؤية الشاملة الذكية بعده تظهر لقطة للسائق وهو خارج السيارة ويتحكم في قفل السيارة من الخارج ليتحكم في قفل السيارة. الجانب التحليلي للاعلان: في لقطات هذا الانموذج الاعلاني جسد المخرج الايحاء البصري عن طريق الخيال الذي يرافق السيارة اينما تذهب فقد جسد هذا الايحاء بسرعة الخيال الذي يسير امام السيارة اينما تذهب اي ان المخرج شكل الايحاء البصري عبر مايمتلكه من خيال، قد اعطى هذا الاعلان قيم اتصالية للايحاء البصري عن طريق الخيال الذي يرافق السيارة وان هذه القيم الاتصالية هي المعيار الذي يجعل الاتصال ما بين المعلن والمتلقي اسهل واسرع.



لقطة رقم (2)



لقطة رقم (1)



لقطة رقم (4)



لقطة رقم (3)



لقطة رقم (6)



لقطة رقم (5)

اذ يبين لنا مصمم الاعلان ان سيارة نيسان باترول قوية وسريعة وتحتوي على نظام الدفع الرباعي وايضا نظام التدخل الذكي في المناطق العمياء وتحتوي على شاشة الرؤية الشاملة الذكية بحيث جسد المخرج الاعلاني الايحاء البصري في بيان سرعة السيارة عن طريق الخيال الذي يرافق السيارة.

النتائج : في ضوء تحليل نماذج العينة توصلت الباحثة الى مجموعة من النتائج اهمها:

1_تحققت القيم الاتصالية ذات الايحاء البصري في الاعلان عن طريق خيال مخرج العمل الذي استخدم دلالات معينة ذات معاني محددة داخل العمل اثارت الغرابة والتشويق لدى الجمهور المتلقي.

2_ظهرت القيم الاتصالية للايحاء البصري من خلال استخدام الاسلوب الواقعي والاسلوب الخيالي وكذلك الايحاء لكي يعطي معيار الاتصال ما بين المعلن والمتلقي اذ جاء توظيف الايحاء البصري في نماذج العينة بنسبة 58%.

3_برز اثر الاتصال بما يمتلكه من تفاعل ومشاركة ما بين المعلن والمستقبل عن طريق الايحاء البصري وقد يلي الاعلان حاجات المستهلك عن طريق نماذج العينة بنسبة 78%.

4_يظهر ان غالبية افراد العينة من المبحوثين الذين تفاعلوا مع الاعلان، اذ شكلت درجة الاستجابة ب(نعم) مانسبته 82% من مجمل العينة.

5_ان غالبية المبحوثين يرون ان الاعلان يقدم الخبرات الانسانية ب(نعم) اذا بلغت نسبتهم 78% من مجمل افراد العينة.

6_يعتقد غالبية افراد العينة ان الاعلان يقدم منفعة ثقافية، اذ شكلت درجة الاستجابة ب (نعم) مانسبته 80% من افراد العينة.

7_يتبين ان عدد الافراد الذين اقتنعوا بالاعلان شكلوا نسبة 74% من مجمل افراد العينة.

8_يجد غالبية افراد العينة ان الاعلان يقدم معرفة جمالية اذ شكلوا نسبة 78% من مجمل افراد العينة.

9_يجد نسبة قليلة من افراد العينة الذين شعروا بالايحاء البصري شكلوا نسبة 38% من مجمل العينة بينما الافراد الذين شعروا بالايحاء نوعا ما شكلوا مانسبته 56% من مجمل افراد العينة.

10_ان غالبية افراد العينة الذين حقق لهم الاعلان العناصر التقنية والصورية والتركيبية شكلوا نسبة 50% نوعا ما من مجمل افراد العينة بينما الذين اتفقوا على ان الاعلان يحقق العناصر الانفة الذكر ب(نعم) شكلوا مانسبته 40% من مجمل افراد العينة.

11_اعتقد غالبية افراد العينة ان الاعلان يمكن ان يصل الهم عن طريق الايحاء البصري ب (نعم) شكلوا مانسبته 52% من مجمل افراد العينة.

الاستنتاجات : بناء على النتائج التي اسفر عنها البحث، يمكن تقديم الاستنتاجات الآتية:

1. لانتاج الإيحاء البصري يلجأ المخرج الى توظيف الاسلوب الواقعي والخيالي والإيحائي، وقد ظهر ذلك من خلال النسبة العالية لاجابات افراد العينة الذين يرون ان القيم الاتصالية تصل المهم عن طريق الإيحاء البصري.
2. للإيحاء البصري دور مهم في تعزيز القيم الاتصالية والتفاعل ما بين المعلن والمستقبل.
3. للاعلان دور كبير في التفاعل ونقل الخبرات الانسانية والاقناع وتقديم المنفعة الثقافية حيث ان نسبة الافراد من مجل العينة شكلو نسب عالية من الاتفاق.
4. ان الشعور بالإيحاء البصري قد شكل نسبة ضئيلة من مجمل افراد العينة.
5. الاعلانات التلفزيونية الموظفة فيها العناصر التركيبية والتقنية والصورية قد تثير المتلقي وظهر ذلك من خلال نسبة 50% من مجمل افراد العينة.

التوصيات : توصي الباحثة بما يلي :

ضرورة الاستفادة من الاعلانات ذات الإيحاء البصري للتعبير عن افكار اعلانية غريبة، وضرورة الاطلاع ومشاهدة الاعلانات العالمية لاكتساب الخبرة وتوسيع دائرة المعرفة لفتح اطر الخيال وتوسيع القدرات العقلية للابداع في افكار الاعلانات ومواكبة التطور العالمي في مجال صناعة الاعلان التلفزيوني.

المقترحات : تقترح الباحثة اجراء الدراسات الآتية :

- 1_ فاعلية الإيحاء البصري في الاعلانات التلفزيونية.
- 2_ جماليات الإيحاء في الاستوديو الافتراضي ودوره في الاعلان التلفزيوني.

References:

1. Abu Al-Enin, A, (1988), *Islamic values and education*, Ibrahim Halabi Library, Medina.
2. Abu Rustom, R,(2003), *Advertising, Al-Moataz for Publishing and Distribution*, Amman.
3. Abu Talib, M, (1990), *Research Methodology*, Dar Al-Hikma Printing and Publishing, Mosul.
4. Al-Alaq, B, (2010), *Communication Theories, An Integrated Entrance*, Al-Yazouri Scientific Publishing and Distribution House, Amman.
5. Al-Bustani, M, (2003), *The Rhetoric Lectures*, Ahl Al-Bayt University, peace be upon them, College of Islamic Sciences.
6. Al-Ghalibi,T, (2006), *The Announcement: Applied Introduction*, 2nd Edition, Wael Publishing House, Amman.
7. Al-Hasani, A,(1955), *Reading the Photograph*, Nizwa Magazine, Volume 1, Lebanon.
8. Al-Hayl, A, (1988), *Imagination as a Tool for Creativity*, New Knowledge Press, 1st Edition, Morocco, Rabat.
9. Al-Husseini, I,(2008),*The Art of Design (Philosophy, Theory, and Application)*, Department of Culture and Information, 1st Edition, Sharjah.
10. Al-Jallad, M, (2007), *Learning and Teaching Values*, House of the March for Publishing and Distribution, Amman.
11. Al-Jarjani, A, (1987), *Evidence of Miracles in the Science of Meanings*, House of Knowledge, Beirut.
12. Al-Ma`aytah,K,(2000), *Social Psychology*, Dar Al-Fikr for Printing, Publishing and Distribution, Amman.
13. Al-Obeidi, J, (2013), *Value and Standard in Contemporary Formation*, Dar Defaf for Printing and Publishing, 1st Edition, Baghdad.
14. Al-Penguin, N, (2004), *Media and Society*, Gharib House for Printing and Publishing, Cairo.
15. Al-Shatri, H,(2013), *TV Advertising and its Role in Forming the Mental Image*, 1st Edition, Osama House for Publishing and Distribution, Jordan, Amman.
16. Al-Zoubi, A, (2009), *Effective Advertising*, Al-Yazouri Scientific Publishing and Distribution House, Jordan, Amman.
17. Bouhilal, A, (1992), *Media and Public Opinion in Developing and Arab Countries*, a research published in the Algerian Journal of Communication, Issues .
18. Caroline, D, (1993), *TV news coverage*, Tr: Mahmoud Shoukry, The Academic Library, Cairo.

19. El-Gohary, A, (1983), *As-Sahih fi Al-Linguistics*, investigation, Ahmed Abdel-Ghafour Al-Attar, Dar Al-Alam Al-Malayn, Beirut.
20. Ghaith, K, (2011) *The Announcement between Theory and Practice*, Dar Al-Asyar for Publishing and Distribution, Amman.
21. Ibn Manzoor, (1955), *Lisan Al Arab*, Sader House, Beirut.
22. Imam, I, (1972), *Studies in Press Art*, The Anglo-Egyptian, Egypt, Cairo.
23. Inad, D, (2015). *Structures for Contemporary Art of Design*, Al-Fateh Office, Baghdad.
24. Khalifa, A, (1992), *Rising Values*, The National Council for Culture and Arts, Kuwait.
25. Khalil, S, (2005), *An Introduction to Philosophy and Its Issues*, The Philosophical Society of Khartoum University Students, Sudan.
26. Kholoud, G, (2010), *Introduction to the History of Graphic Design*, Dar Al-Asyar Al-Alami, Amman.
27. Madkour, I,(1983), *The Philosophical Dictionary*, General Authority for the Affairs of the Emiri Press, Egypt, Cairo.
28. Musa, K, (2011), *Digital Design and Modern Communication Technology*, Dar Al-Farahidi for Printing and Publishing, Baghdad.
29. Petrov, C,(2012), *Shawkat Youssef, Syrian General Book Authority Publications*, Damascus.
30. Radi, R, (2016), *The suggestive elements in contemporary graphic design*, Al-Fateh Office, Baghdad.
31. Red, H,(2003), *Education and Contemporary Society Issues*, The World of Books, Egypt, Cairo.
32. Sabat, K,(1969), *The Announcement (its history was based on its rules of art and ethics)*, The Anglo-Egyptian Library, Cairo.
33. Shehayeb, N,(2006), Nouredine Al-Nadi: Propaganda and Advertising in Film and Television, Arab Society Library for Publishing and Distribution, Amman.
34. Shubr, A, (2001), *Interpretation of the Noble Qur'an*, Dar Al-Hijrah Foundation for Publishing and Distribution, Beirut.
35. Sidawi, R, (2008), *The Arabic Novel between Reality and Imagination*, Dar Al-Farabi, Lebanon, Beirut, 1st Edition.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/75-96>

Communicative Values of Visual Suggestion in TV advertising

Alaa Jasb Ajil¹

Sarah Salem Mahdi²

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 29/9/2020.....Date of acceptance: 4/1/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

This research (communicative values of the visual suggestion in TV advertising) presents a precise description for the process of conveying the communicative message through employing the visual suggestion in TV advertisements. This research consists of four chapters. The first chapter includes the research problem which is summarized by the following question: what are the communicative values accomplished in Tv advertisement which produce visual suggestions that raise strangeness and tension in the advertisement?

The research importance lies in benefiting the researchers and scholars in the field of TV advertisement direction and the visual suggestion is one the main ways for building the advertisement. It also benefits the relevant institutions and authorities and its role in reinforcing the communicative values. It also contributes to developing the intellectual and methodological visions in keeping pace with development.

The research objective is limited to revealing the communicative values of the visual suggestion and its role in TV advertising. The researcher set spatial limits represented by studying a questionnaire for the third year students, evening studies, in the department of advertising techniques/ College of Applied Arts. As for the temporal limit, it is represented by the period 2018-2019. The objective limits (the communicative values of the visual suggestion the TV advertng).

The second chapter represents the theoretical framework. It consists of two sections. The first section (communicative values in TV advertising). The second section (visual suggestion in TV advertising). In the third chapter (the research procedures), the analytical descriptive method has been adopted. The research community consists of (100) recipients from the third year students, evening studies, in the department of advertising techniques/ College of Applied Arts.

¹ Central Technical University / College Of Applied Arts / Department Of Advertising Technologies.

² Central Technical University / College Of Applied Arts / Department Of Advertising Technologies,

mss.sarahsalemahde@gmail.com

They have been chosen because they are recipients and at the same time they study TV advertisements. The sample has been chosen (50%) from the original community.

The researcher used a questionnaire as a tool for the study. Chapter four consists of the results of the study which showed that the majority of the sample see that these advertisements presented to them contain the communicative values of the visual suggestion. They constitute 58% of the total sample.

Keywords: values, communicative, visual inspiration, television advertising

الاشتغال الدلالي للمكان في الفيلم الأسطوري

حيدر وسم صالح¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229
تاريخ استلام البحث 2020/11/20, تاريخ قبول النشر 2021/1/12, تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث:

يُعد المكان من العناصر الفنية المهمة في الفيلم والذي من خلاله تدور الأحداث في مختلف الفنون والآداب وبانعدامه لا يوجد من يثور الأحداث، فالمكان ضروري للأشياء التي نميزها، والحقيقة الأولى في السينما هي المكان والتي لا يمكن الاستغناء عنها على مستوى الفيلم أو على مستوى المشاهد أو اللقطة السينمائية التي لا يمكن تفرغها من محتواها المكاني. فالشخصيات تظل دوماً موجودة في مكان شاغلة حيزاً منه، ومع ذلك فهو ليس مجرد الوعاء الحاوي للحدث سينمائيًا، ويرى الباحث أهمية أن يتم الكشف عنها ورصدها في هذا البحث الذي قسم إلى أربعة فصول كانت على النحو الآتي: (الإطار المنهجي) الذي ضم مشكلة البحث التي تبلورت بالسؤال المعرفي (ما هي الإشتغالات الدلالية للمكان في الفيلم الأسطوري؟)، ثم هدف البحث في الكشف عن الإشتغال الدلالي للمكان في الفيلم الأسطوري، وقد تحدد بالحدود الزمنية (2010) ومكانياً الفيلم الأسطوري في السينما الأمريكية، فضلاً عن التعريفات الإجرائية لمصطلحات البحث. أما (الإطار النظري) فقد قسم إلى مبحثين، الأول بعنوان (دلالات المكان في الفيلم السينمائي)، والثاني بعنوان (الأسطورة والسينما)، وصولاً إلى أهم مؤشرات الإطار النظري، أما (إجراءات البحث) والذي تناول (منهج البحث، مجتمع البحث، أداة البحث، وحدة التحليل، عينة البحث)، و(النتائج والاستنتاجات) خصص هذا الفصل لمناقشة نتائج دراسة العينة والتوصل إلى أهم الإستنتاجات وختم الباحث دراسته بقائمة المصادر.

الكلمات المفتاحية: الاشتغال، الدلالي، المكان، الفيلم الأسطوري.

مشكلة البحث:

تتعامل السينما مع المكان تعاملًا ديناميكيًا تعززه الإمكانيات الصوتية والصورية وتقنياتها الهائلة وقدرتها على إنتاج فضاء بسعة عالم الخيال الأسطوري العجائبي والتي جعلت المكان طياً ومرناً ومنقاداً إلى الكيفية التي يعرض فيها من خلال السينما ويخلق السينمائي عالم إفتراضي يصنع جغرافيا عجائبية بعيدة إسطوري، وترجع خصوصية المكان في السينما إلى المقدرة الفائقة على نقل مكان الحدث بكل ما يحمله من صفات ومن

¹ طالب دراسات عليا، كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد، hdrwsmslh81@gmail.com

أشياء ساكنة ومتحركة ومقدرتها على نقل ذلك من زاوية ساكنة أو متحركة، ومن هنا جاءت مشكلة البحث وهي: ما هي الإشتغالات الدلالية للمكان في الفيلم الإسطوري؟.

أهمية البحث: أن المكان هو أحد عناصر اللغة السينمائية، لذا تشكل دراسته أهمية بالنسبة لدارسي السينما والعاملين فيها فضلاً عن ما تقدمه من معلومات إلى المخرجين ومساعديهم وكل من يساهم في العملية الإخراجية فضلاً عن مصممي الديكور وكل من يعمل في إكسسوارات والأزياء والمؤثرات الرقمية للمكان في الفيلم.

أهداف البحث: يهدف البحث الى الكشف عن الإشتغال الدلالي للمكان في الفيلم الإسطوري.

حدود البحث:

يتحدد البحث بدراسة دلالات إشتغالات المكان في الفيلم السينمائي الاسطوري ، الفيلم الأمريكي صراع الجبابرة 2010 إنموذجاً وذلك لتمييز مخرجه لويس ليتيرير في فيلم الناقل 2002 وفيلم هالك 2008 وتصدر الفيلم شباك التذاكر في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا في عام 2010

المبحث الأول: دلالات المكان في الفيلم السينمائي:

إن المكان بكل تفاصيله ومحتوياته محمل بالدلالات التي تتخلل جميع الأبعاد والإحداثيات والأركان والظواهر الطبيعية والأشياء، وهي تتمثل خير تمثيل في الفن، وكي يتضح المفهوم أكثر فإن كاتب السيناريو يذكر القرية التي تدور أحداث قصته فيها وقد يشير إلى موقع وثقافة وطبيعة سكانها في النص ثم يبرز أهم علاماتها المكانية، وهذا نوع من التمهيد المكاني للأحداث ،فمعبد أبوللو وتمثاله الذهبي على ساحل البحر ميز مدينة طروادة والبناء الفخم والحصون المنيعة دل على طبيعة القوة والرفاه في فيلم Troy حتى أخذ عنوان الفيلم من المكان لفاعليته في مجرى الأحداث، وإذا ما ذكر المكان فيما بعد يأتي مُحملاً بشخصه وإيحاءاته المترسخة في وعي المتلقي فهو مرتبط بحرية الإنسان وتطلعاته حيث أن العلاقة بين الإنسان والمكان علاقة جدلية، ويعد المكان الخاص الذي يعيش فيه الإنسان دون الخضوع فيه لأية سلطة كالبيت حيث يزاول فيه الفرد أفعاله وسلوكه، ومن وجهة نظر يوري لوتمان المكان حقيقة معاشة تؤثر في البشر بنفس القدر الذي يؤثرون كما يحمل المكان قيما تنتج من التنظيم الاجتماعي يفرض كل مكان سلوكاً خاصاً على البشرية تعطي دلالات معينة، فكل مكان حسب لوتمان يفرض طقوسه وخصوصيته على الفرد الذي يوجد فيه فهو ملزم وخاضع لتلك القواعد التي تحكمه وتفرض كينونتها على الإنسان فتختلف دلالة المكان من دلالة جغرافية إلى دلالة نفسية إلى دلالة فلسفية حسب تموضع الأمكنة، فمرجعية الإنسان الأولى تعلقت بالمكان ليبنى منظومته، كما أن المكان هو الركيزة الأساسية التي يتعامل بها الإنسان مع الوسط الذي يعايشه وينتهي إليه، فلذلك نرى إن ثيمة فيلم أبو كاليبسو هو بالدفاع عن المكان وتجلي في مشهد الإفلات عند الشلال حين صرح بأن الغابة ملك لأبيه من قبل وله حالياً ومن بعده لأولاده في المستقبل وسيمارسون ذات المهنة، كما ويستخدم لغة المايا للدلالة على طبيعة ثقافة المجتمع لمعرفة طقوسه وعاداته ، والإنسان كما يرى (لوتمان) "يخضع العلاقات الإنسانية والنظم لإحداثيات المكان ويلجأ إلى اللغة لإضفاء إحداثيات مكانية على المنظومات الذهنية" (Ahmed, 1985) ويرى لوتمان إن مقابلات الأضداد بين القيم والأماكن وتجلي كالتالي :

(Group of researchers, 1988)

عالي / واطئ = قيّم / غير قيّم

يسار / يمين = شيرير / خيّر

قريب / بعيد = الأهل / الأعراب

مفتوح / مغلق = قابل للفهم / مستعصٍ على الفهم

ومن خلال هذا التمثيل للقيمة والمكان بالتقابلات الضدية بين القيم والأماكن تتضح دلالة المكان، فالقصر العالي الواسع الكبير للغنى القوي القادر على الفعل والبيت الصغير الضيق الحقير للفقير كما في فيلم أوديسيوس فمدينة أثينا تحوي قصر أوديسيوس الفخم وبيت خادمه الراعي عند ساحل البحر الذي ينطلق من خلاله لتحرير أهله، كما تلعب جغرافية المكان في الفيلم دوراً بالتنقل بين البر والبحر والعالم العلوي والعالم السفلي وبين المكان الأليف والغير أليف، وانطلاقاً من هذا التقابل والتمثيل " يرى لوتمان أنه توجد صفة طوبولوجية هامة هي الحدّ فالحدّ هو الذي يعهد إليه تقسيم فضاء النص إلى فضاءين غير متقاطعين وفق مبدأ أساسي هو انعدام قابلية الاختراق " (Bahrawi, 1990, p. 37) وهذا الحدّ سيجعل هناك أماكن مباحة وأماكن محظورة فالقصر محظور على الفقير وبيت الفقير مباح للغنى ومن الصعب على الفقير التقرب منه، كما المكان الرمزي الذي لا يقربه إلا الشامان ففي فيلم أبو كاليبسو تكون حقول الذرة مكان الموتى والأرواح الشريرة في الثقافة الأمريكية بالضد من الغابة حيث الطبيعة الخضراء التي توحى بالأمل والحياة، ومما لا شك فيه أن هذا الحدّ الذي يقيمه (لوتمان) ليس حداً مكانياً جغرافياً بل ثقافي وإقتصادي وإجتماعي، لأن (لوتمان) يعتمد على " تقسيم مول ورومير والمكونة من أربعة أنواع من الأماكن حسب السلطة التي تخضع لها هذه الاماكن:

1. (عندي) وهو المكان الذي أمارس فيه سلطتي ويكون بالنسبة لي مكاناً حميماً واليفاً.
 2. (عند الآخرين) وهو مكان يشبه الأول في نواحٍ كثيرة ولكنه يختلف عنه من حيث اني - بالضرورة - أخضع فيه لوطأة سلطة الغير ومن حيث انني لا بد أن أعترف بهذه السلطة.
 3. (الأماكن العامة) وهذه الأماكن ليست ملك لأحد معين ولكنه ملك للسلطة العامة (الدولة)... فالفرد ليس حراً ولكنه (عند) أحد يتحكم فيه.
 4. (المكان اللامتناهي) ويكون هذا المكان بصفة عامة خالياً من الناس فهو الأرض التي لا تضع لسلطة أحد مثل الصحراء... وتمثل إستعارة ديناميكية في الحضارات البشرية فكانت المغامرة والحرية والانطلاق والإكتشاف والإفلات من سطوة السلطة وإبتكار القيم الجديدة وإمتحان قدرات الذات.
- وقد قام بعض المنظرين السينمائيين بتحجيم المكان حيث قالوا "إن حجم المساحة لمكان ما، في واقع الحياة، يكون دائماً نفس الحجم. ومثال على ذلك أنت لا تستطيع أن تجعل ميلاً مربعاً، أكبر أو أصغر مما هو بالفعل، وهذا ما يتفق مع جميع المقاسات، وهي الطول والعرض والإرتفاع" (Feldman, 1996). حيث تناولوا المكان من بُعد فيزيائي ذلك بسبب إعتقادهم بأن المكان هو تجسيد لرؤية المخرج وفق للبناء الفكري والدرامي للنص المكتوب فقط، فالمكان الهندسي الذي يضيف المخرج رؤيته عليه يشكل المكان الفني، وثمة رؤية تصنيفية أخرى قدمها غاستون باشلار في كتابه (جماليات المكان) فتحدث عن مكان أليف وهو البيت الذي يوجد فيه الإنسان ثم تحدث عن المكان المتناهي في الصغر والمكان المتناهي في الكبر وأكد أنهما " ليسا

متضادين كما يظن البعض ففي الحالتين يجب ألا نناقش الصغير والكبير بما هو عليه موضوعياً... بل على أساس كونهما قطبين لإسقاط الصور " (Bashlar, 1984, p. 33). كما أكد أن الإحساس بهما يوجد في داخلنا وليس بالضرورة بشيء في الخارج، ومن منطلقات (لوتمان) قام (حسن بحراوي) بتأسيس منهجاً لتصنيف المكان وفق ثلاثة مفاهيم وهي " (التقاطب) وتعنى وجود قطبين متعارضين في المكان وفق تقابلات ضدية للإقامة والانتقال " (Bahrawi, 1990, p. 40) والمفهوم الأخير الذي اعتمده هو الرؤية، ان الإهتمام الأكبر الذي شغل (غاستون باشلار) بمفهوم المكان وعلاقته بالإنسان والجانب الجمالي للأمكنة كما أوضح مترجم الكتاب هو "أن النقطة الأساسية التي ينطلق منها المؤلف هي أن البيت القديم بيت الطفولة هو مكان الألفة ومركز تكيف الخيال وعندما نبتعد عنه نظل دائماً نستعيد ذكراه، ونسقط على الكثير من مظاهر الحياة المادية ذلك الإحساس بالجمالية والأمن اللذين كانا يوفرهما لنا البيت القديم " (Bashlar, 1984, p. 30). ففي فيلم القلب الشجاع نلاحظ في مشاهد الرجوع إلى الماضي للبطل وليام والاس حيث أيامه السعيدة مع زوجته المتوفاة والأمان الذي حضي به، وهنا ما ينتج عنه في بعض الأحيان أمراض نفسية مثل الحنين إلى الوطن بسبب هذا المكان الأليف، كما يرى (غاستون باشلار) فيؤكد أنه لا يوجد موضوع دون ذات، بل الخيال بالنسبة للمكان يلغي تلك الموضوعية فهو يجعل للذات موضوعها الخاص المستقل عن الواقع ويظهر الوعي الإنساني في تحويل الأمكنة سواء ربطه بالأشياء وبالخيال أو بالإحساس، فمكان لها الكثير من الدلالات وقد اقتحم العديد من الميادين المعرفية وبحث في مفهومه للمكان ودلالاته، وقسم المكان إلى عدة تقسيمات كل على توجهاته، ووجود الإنسان وتموقعه في المكان سواء كان المكان المطلق وهو الكون أو العالم الفيزيائي الذي يلمسه الإنسان، ونجد تقسيمات أخرى للمكان عند غالب هلسا وهي تصنيفات يمكن القول عنها أنها لم تخرج عن إطار التصنيف الأول ويمكن حصرها فيما يلي: (Bashlar, 1984, p. 30).

1. المكان المجازي: وهذا النوع من الأمكنة نجده في رواية الأحداث المتتالية ويكون فيها المكان مسرحاً وساحة للحدث ومكملاً لها.
 2. المكان الهندسي: وهنا يكون عرض الأمكنة الخارجية التي تعني الرواية بوصفها بكل دقة وحياد.
 3. المكان كتجربة معاشة: وهو ما له علاقة بإحياء ذكرى من ذكريات المتلقي أو تجربة عاشها وهو المكان الذي يترك أثراً في نفس المتلقي.
 4. المكان المعادي: وهو عكس المكان الأليف فهو مكان معادي مثل الغربة والسجن.
- ويتنوع المكان وأصداده فهناك المكان الأليف يوجد المكان المعادي وأمام المكان المغلق نجد المكان المفتوح وكما أن للمكان الواقعي ضد وهو المكان العجائبي، إن المكان عنصر ضروري في العمل السينمائي فيما بينها لكون فمناً الأساسيات في المنجز السينمائي ومن الركائز هو المكان حيث ينبري أحد فرسان السينما الإيطالية و" يقول المخرج إنطويوني: ان الفيلم هو إختيار المكان، أي إنه أي مكان لم تمتد إليه الأيدي بعد والفيلم يولد من المحتوى الفكري للصراعات والتأملات الموجودة في ذلك المكان أو المحيط، فالسينما تثير المشاعر الجياشة من خلال إشتغال مفردات اللغة السينمائية ويتم خلق عوالم عجائبية مرئية وفضاءات ذات افق واسع بعيد المدى زمكانياً (Abd Muslim, 2005) ولكن علينا ان نميز بـ "ان للعنصر المكاني في السينما بنيته وخصائصه التي تميزه بشكل جوهري عن العنصر المكاني في الطبيعة او النحت او التصوير او

المسرح أو أي مجال آخر يشكل العنصر المكاني السينمائي عالماً مستقلاً تماماً بنفسه، والمخرج يقوم بإعادة خلق كاملة للعالم الطبيعي" (Stephenson, 1993), ان المكان في السينما يهيج العواطف الكامنة من خلال مفردات اللغة السينمائية ففي سلسلة أفلام سيد الخواتم وظف المخرج بيتر جاكسون فضائه السينمائي من خلال خلق عوالم إفتراضية وفضاءات واسعة انعكست في وصول حضارة الجان الى الأرض الوسطى وسيادة الكائنات والشخصيات الإسطورية فيها وتتولد الدلالات حينما "تعمل الوسائل السينمائية على تعميق فاعلية الدلالات من خلال العناصر الفنية المعبرة، فالحالات التي يمر بها الانسان من خلال خصوصية المكان، أو حتى المستوى المائل كأن يكون (سليماً) يعبر عن حقيقة نفسية تجسدت من خلال تأثيرات المكان " (Ibrahim M. M., The Legendary Intertextuality in International Cinema, 2011, p. 76) ، وليس من المهم نوعية المكان بل الأحداث ومن خلالها يبني المكان في تصور صانع الفيلم السينمائي، ففي فيلم أفاتار تمحور الفيلم حول كوكب بانادورا والشجرة التي تعد منجماً لما تحويه من معادن ثمينة للبشر والإستيلاء على الكونز المختبئة تحت الشجرة من جهة، ومن جهة أخرى ما تمثله الشجرة لقوم النافي لكونها تهب الحياة والشفاء ومقر تأدية الطقوس والعادات ولما تتمتع به من قدسية " ان ما يهمننا من المكان هو ما تراه الكاميرا منه سواء بإستمرارية حركتها في استعراضه أو بكسر الاستمرارية عن طريق القطع وتجاوز اللقطات وكأننا بذلك نعيد تشكيل المكان بما نراه على الشاشة بحسب إختيارنا وتنظيمنا وبما تكمله المشاهد في خياله" (Al-Mohandes, 1990) .

المبحث الثاني: الإسطورة والسينما:

المكان والإسطورة

الإسطورة هي حكاية مقدسة تسرد نشأة الكون والعالم الخيالي، من شخصيات وأحداث وأماكن خارقة للعادة، وتعمل على ترسيخ سنن الحياة المتمثلة بالطقوس والعادات والتقاليد والتي ترتبط بالآلهة والقيم والفضيلة وتنقسم الإسطورة إلى خمسة أنواع " الإسطورة الكونية ، الإسطورة التعليلية ، الإسطورة الحضارية ، إسطورة البطل المؤله ، الإسطورة الرمزية " (Ibrahim N. , 1979) وهناك من يرى إنها تنقسم إلى أربعة أنواع وهي " الإسطورة الطقوسية، الإسطورة الكونية، الإسطورة الرمزية، الإسطورة التاريخية " (Zake, 2002)، حاول الإنسان ومنذ القدم معرفة أسرار الكون على مستوى الآلهة وخلق البشر والأخرية، فأنشأ حكايات ترتبط وجدانياً بالشعوب، وقام الإنسان البدائي بالبحث عن علة الوجود والتأمل الفلسفي بلغة رمزية لتنتقل حضارياً إلى الأجيال، فلكل شعب طقوسه وعاداته فإنه يمتلك أساطيره التي تكون موسوعته التي تجيبه عن كل ما تواجهه من مسائل الحياة فالأساطير " ترمز إلى الظواهر الطبيعية: فالإله أبوللون - مثلاً- يرمز إلى عنصر النار والإله بوسيدون يرمز إلى عنصر الماء، ربما أيضاً قد نشأت الأساطير كروايات ترمز إلى مفاهيم فلسفية أو روحانية فالربة أثينة على سبيل المثال ترمز إلى الحكمة والربة أفروديتي ترمز إلى الرغبة، ربما نشأت الأساطير كروايات تصف الطبيعة بأسلوب رمزي ثم بدأت تدريجياً عن طريق الإنتقال من جيل إلى جيل اخر تُفسر تفسيراً حرفياً وبالتالي أصبح البحر الثائر إلهاً ثائراً " (Shaarawi, 2012)، وقدسوا الأماكن التي توجد فيها قبور الأسلاف والمعابد ولكن أكثر ما يشد إنتباههم هو الفردوس المفقود الذي نزلوا منه والحنين إلى الوطن " أن سكان الرافدين كانوا يشعرون انه مرتبط عضويًا بـ(غاية) تتقدمه،

وان هذه ((الغاية)) من نفس طبيعة ((العماء)) الذي كان قبل الخلق، وانه من اجل هذا السبب كانت ((الغاية)) أمراً لا غنى عنه لكل بدء جديد " (Elyad, 1991) إرتبطت السينما مع المكان إرتباطاً وثيقاً والكثير من الأفلام تعتمد على إظهار العماء كسمة للفيلم الإسطوري ففي فيلم أفاتار يحفل المشاهد الإفتتاحي بمشاهد العماء ووصف السديم الكوني أو إظهار خارطة للعالم كما في فيلم أوديسيوس، أو السماء كما في فيلم شمشون، أو الظلام دلالة على للعدم، ومن ثم السماء في فيلم قاعة المقتولين. فعالم الإسطورة ثري بالصور والرموز والخيال، تتفق السينما مع الإسطورة في خلق خصوصية للمكان وإكسابه صفات ووظائف متنوعة، حيث الأماكن العجائبية والسحرية التي تمسك بزمام الحدث ليخلق صعوبة في تجاوز الصعاب ومنح الفعل صفة المغامرة والمخاطرة، فمكان الآلهة في جبل الأولمب والذي لا يصله البشر وليس بإمكانه سوى سماع أخبار وقصص عنه في حين الذي يشاهد الإسطورة يمتلك هذه المساحة ويطلع على تفاصيل هذا العالم، كذلك العالم السفلي حيث حورس في حضارة مصر وحادس في حضارة بلاد ما بين النهرين ولا يطلع عليه البشر الذين ينتمون إلى عالم الإسطورة، مثل جزيرة الآلهة كاليبسو التي إحتجزت أوديسيوس سبع سنوات وهو فاقد الإرادة في مغادرتها ولم يطلق سراحه إلا بعد تدخل الآلهة، كما ارتبط المكان بالصراع الدرامي في الإسطورة والسينما تستخدم أنواع مختلفة من التقنية والإمكانات السينمائية لخلق هذه العوالم ومقاربتها للخيال مع إضفاء أجواء الغرابة السحر والجمال، حيث يختلف تأثير المكان باختلاف مستوى توظيف القدرات والخبرات الفنية يتداخل تأثير المكان في الأحداث يمثل محيط الشخصيات الذي تكون التفاصيل الدقيقة جزءاً منه، وتواجدها تضيف إغناء عالمها الذي يعبر عن إندماجها ومعنى أفعالها وإضافة التكامل إلى أشكالها مع تأكيد نوع الفيلم وحامل الرموز المشيرة إلى الإتجاه الفكري لذا يحرص المخرج السينمائي على تضمين المكان بالرموز وإغناؤه بالتفاصيل المرئية التي تعمل على تجسيد الصور المتخيلة والتي وصفها كاتب الإسطورة وهو الفاعل الأكبر في خلق التأثير النفسي للمتلقى في تجسيد الفكرة المقصودة بدلالاتها، فالمكان هو محور كل العناصر وهو قاعدة لبناء الإضاءة وخلق دلالاتها وتأثيراتها، وتكون عنصراً مرتبطاً بالمكان ومكمل له لكونها المحيط الذي تتمحور فيه وتتجلى فيه لتحقيق تواجدها ومعناها لضرورتها المختلفة درامية سيكولوجية وجمالية وتوظيف الإضاءة والعناصر الأخرى يتم خلق خصوصية للمكان وتأثيره بدور في إضفاء أجواء الفيلم ومنحة عالمه الخاص، المكان بين الموروث الشعبي المنقول شفاهياً والذي يتغذى من خيال الأجيال المتواصل، فكل فرد ناقل يضيف أو يحذف من تفاصيل الوصف والحفظ وما يمتلك من موهبة وخيال وتدخل في ذلك التأثيرات المحيطة ما يعرفه المجتمع وما يفتقر إليه ليتكامل في خيال الراوي لإنتاج صورة متغيرة إضافة إلى اتساع أفق الخيال في خلق أمكنة ومنحها جو الصراع بين الخير والشر المنبعث منها أو مقتربا إليها من العوالم المجهولة والإنسان أكثر ارتباطاً وحميمية مع المكان يرتبط فكراً وشعورياً ونفسياً، فللإسطورة والفيلم اختيار الواقع بشكل إبداعي بتدخل الخيال ينتقي الفعل والشكل من العالم الواقعي ويقدمه بصيغ جديدة مؤثرة ومثيرة للإندفاع في ذات الوقت، سواء كان براعة الوصف الذي ضمنته الإسطورة لعوالمها البشرية المتخيلة للأماكن، مثل الغابات والجبال والبحر والسماء والوصف الرقيق المحمل بالمشاعر للأفعال الإنسانية من مشاعر ومؤامرات ومعارك وإشراك الآلهة بشكل غير مألوف في الواقع الإنساني اليومي والغرابة وخلودها في كل العصور وهذا يشابه المشهد

السينمائي، حيث تأخذ الكاميرا السينمائية دور الخيال الإنساني وتجسد الصورة الموصوفة للحياة والطبيعة، إن التفاصيل المتوفرة في الخيال الإسطوري يمكن تجسيدها بأكثر من طريقة وشكل، لأنها تملك من التميز والخصوصية والجمالية مما يحفز السينمائي على التمسك بها وتناولها ليضفي عليها الغرابة والجمال وجذب الاهتمام بخلق عالم غني متميز له خصوصية مع خلق الآلهة والمخلوقات الإسطورية المتنوعة والمتعددة التي أوجدتها المخيلة بإستعمال كل وسيط لغته التعبيرية . والعلاقات المتداخلة بين الإسطورة والسينما متشعبة وكثيرة لأنها تمثل إنعكاس لكل تفاصيل الحياة الإنسانية والعالم، إلا أن هناك عناصر بارزة محددة مشتركة يقوم عليها بناء الإسطورة والفيلم السينمائي، فالمكان يمثل قاعدة للأفعال والأحداث والعالم الذي يحتوي الأشكال والأفعال والشخص في كلا من الإسطورة والفلم السينمائي تتواجد وتقوم بفعاليتها ضمن مكان محدد. كما إنه مزدوج أي واقعي وخيالي تستند الإسطورة الى المكان الواقعي الذي تعيش به شخصيات البشر ذو القدرات والإمكانات المحدودة والطموح لتحقيق الكثير، والمكان الخيالي حيث تتواجد فيه الآلهة والمخلوقات الإسطورية، إن المكان عنصر أساسي في الفيلم لأنه ذلك الفضاء الذي يحتوي الأحداث والأفعال الإسطورية، ويرتبط بشكل العمل الفني والاتجاه الفكري والتاريخي حيث يمثل خلفية تكمل الصورة السينمائية ويرتبط بالمدرجات الإنسانية وله مساحته في الإسهام في أفعال وردود أفعال الشخصيات التي تتفاعل بصورة مباشرة مع المكان بشكل أساسي فلذلك " لا يستطيع المرء ان يتخيل حدثا مالم يؤطر بمكان وهناك من اعتبر ان المكان هو الذي يعطي للقص مشروعية التأسيس " (Al-Hashimi, 2010) المكان بمثابة الإطار الذي يحتوي الحدث وتدور فيه الأفعال يكون منسجما مع العناصر الأخرى معبراً عن النوع الفيلمي للسينما ومرتبطة بإبعاد الشخصية التي تنتهي للمكان، وأواصرها الاقتصادية والثقافية والاجتماعية ففي فيلم سيد الخواتم ميز المكان العجائبي طبيعة الشخصية وفعلها الخارق ومستواها الفكري، كما ويصنع المكان ثقافة الشخصية، فحينما تعدد الأماكن والتجارب تجعل من المرء حكيماً ففي فيلم أوديسيوس بعد المحاضرات العسيرة من المواجهة في أماكن متنوعة ألهمته بفكرة صناعة حصان طروادة وحسم المعركة، كما وله القدرة الكبيرة في خلق تأثيرات درامية وفكرية ونفسية للشخصيات في العمل الفني بشكل عام، مما يمكنه من خلق تأثير فضلاً عن إرتباطه بالأحداث ومنحه الوضوح والتأثير سواء كان المكان مرئي مجسد كما في الفيلم السينمائي أو موصوفاً متخيل كما في الإسطورة، فإنه عالم الحدث بإعتبار إن كل الأفعال والأحداث لن تتكامل إلا في حالة وجودها في مكان يرتبط بها وتكون جزءاً منه لكون " المكان ... الشكل العام الجوهرى للحساسية في السينما ، باعتبارها فنا بصريا " (Martin, 1964) فالفيلم السينمائي عبارة عن صورة مرئية والرؤية تشكل مجال العين وخالصة وظيفتها ترتبط بالعقل والذهن .

الديكور والإكسسوار

إن أكثر العناصر التي تتعامل مع المكان هو الديكور والإكسسوار والأزياء والتي تعبر نفسياً ودلالياً ودرامياً عن الأحداث والأفعال إن " الشكل العام للمكان بعد تزويده بعناصر عدة منها الاثاث وتكسيه الخرائط والاضاءة والإكسسوارات مكملات المناظر داخل الأبنية بصفة عامة وان كان من الممكن بناء الديكورات خارجها " (Shoukry, 2009) كما تسهم زاوية الإضاءة ونوعها مع وتوظيف الكتل الضوئية

للإيحاء عن نوع المكان ومكامن الشخصيات، وكذلك اللون لما يمتلك القدرة بنقل الإنفعالات النفسية من خلال اللون والتصميم الهندسي، فكل شكل له دلالاته في المنجز المرئي، وللفيلم الإسطوري مساحة واسعة الخيال متماهياً مع الخيال الإسطوري المليء بالعجائبية ولذلك فهو " يهتم بالديكورات غير المألوفة ويصنع الأشياء ذات الدلالة الخاصة في العمق المكاني الذي توجد فيه الشخصية وتستخدم المجاميع الطرازية المقصودة والمؤثرات الضوئية " (De Janetti, 1981), ففي فيلم أوديسيوس نرى جزيرة عرائس البحر ذات الطابع العجائبي وكذلك دوامة البحر التي تخرج منها الوحوش لتبتلع رفاق أوديسيوس، كما وإن الإكسسوارات التي تشتبك في تغيير مجرى الأحداث فالوشم في رجل أوديب أو سيف الملك آرثر الذي لا يستطيع حمله سوى المخلص، والمطرقة في فيلم ثور والخاتم في فيلم سيد الخواتم أو حصان طروادة في فيلم Troy لما له من دور درامي، وكذلك الأزياء التي تعبر عن الفترة الزمنية والكوا من الشخصية من خلال تصميمها وألونها والمادة المصنوعة منها ففي فيلم 300 يبرز الملك الفارسي بلباس أسود قاتم وسلاسل حديدية تطوق جسده وعنقه مع الحلي التي تملأ وجهه لتدل على قوى الشر للملك، كما وتعبر الأزياء كما الديكور والإكسسوار عن الإحساس بالفترة الزمنية والمستوى الإجتماعي .

المؤثرات التصويرية

إستفاد الفيلم الإسطوري من الثورة الرقمية في خلق أماكن إفتراضية من خلال شاشة العرض الخلفي (الكروما) بتأزر المؤثرات البصرية عززت من تجسيد الأفعال والأحداث وزادت الإبهار من خلال ما " يقوم جهاز الكمبيوتر بتتبع مسارات الكاميرات من خلال مجسات خاصة مثبتة على كاميرات التصوير حيث تقوم هذه المجسات باطلاع الكمبيوتر باحداثيات الكاميرات...لحظيا مما يؤهل الكمبيوتر لمحاكاة هذه الكاميرات افتراضيا لانتاج صور ل ... ديكورات افتراضية بنفس مسارات كاميرات التصوير الحقيقية " (Gamal, 2006) ففي فيلم 300 أنشئت الديكورات حاسوبياً بشكل كامل والكثير من الإكسسوارات عن طريق التقنيات الرقمية وإضافة إلى نمذجة شخصيات مرقمنة وإكسائها بالإكسسوارات بالإضافة إلى المعدات والآلات الحربية، وخلق بيئة إفتراضية تلاءم الجو العام للإسطورة، لذلك فإن " تقنيات الحاسوب وبرمجياته العديدة انما جاءت لأجل ايجاد نوع من الحركات الصعبة والمعقدة (مركبة) داخل فضاء اللقطة، ومنح البناء التشكيلي لللقطة بعدا جديدا لم يكن مألوفاً من قبل " (Ibrahim M. M., The Legendary Intertextuality in International Cinema, 2011, p. 76) , منحت التقنيات الرقمية دور كبير في تنفيذ الفعل الإسطوري كم في العالم السفلي في فيلم أوديسيوس، وكذلك مشهد السلالم في فيلم هرقل في تدمير التمثال الذي أسقط الجيش المعادي بضرية قاضية وقاصمة لإعدائه، إن المؤثرات التصويرية تبني وتفني إمبراطوريات وتوفر طبيعة مناخية وجغرافية، بالإضافة إلى المؤثرات الضوئية التي تسهم إظهار الهالة القدسية أو إستخدامها في معارك الآلهة في الفيلم الإسطوري، ويتجلى في المعركة الأخيرة في فيلم أفاتار بكتل اللهب الضوئية وإنهيار شجرة كوكب بانديورا المقدسة والدمار الهائل , إن الإستوديو الإفتراضي خلق آفاق المكان واسعة وحرية كبيرة في تجسيد أي مكان متخيل وتوظيفه في الخطاب السينمائي .

المؤشرات الإطار النظري:

1. المكان يؤثر في الأحداث فالمكان الأليف دائماً ما يرتبط بالأمان والذي هو عكس المكان المعادي حيث يكون منطلق الصراع.
2. المكان يحدد الفترة الزمنية من خلال الطرز المعمارية والإكسسوارات التي لها دلالة تتعلق بعادات وتقاليد الشعوب.
3. المكان يؤثر في الجو النفسي للشخصيات فالأعلى يمثل الهيمنة والسيادة والأسفل يعطي الإنقياد والخضوع.

4. تجسد التقنيات الرقمية الفعل الخارق داخل فضاء المكان في الفيلم الإسطوري.

منهج البحث: يعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي الذي يصف الظواهر وتراكيبها وعملياتها وظروفها السائدة وهذا ما يسمح بإمكانية الوصول الى تحقيق أهداف البحث من خلال الملاحظة والتحليل ويوفر هذا المنهج إمكانية البحث في المعاني ودلالاتها عن طريق تحليل عينات البحث التي تم اختيارها قصدياً.

مجتمع البحث: بالنظر لإتساع مجتمع البحث وما تم إنتاجه من أفلام سينمائية كانت الأسطورة مضموناً لها وموضوعها الأساس لذا قام الباحث بإختيار عينة قصدية من أجل الوصول إلى النتائج المتوخاة.

أداة البحث: يعتمد الباحث على مؤشرات الاطار النظري التي تمثل النتائج التي توصل اليها الباحث .
وحدة التحليل: كان لا بد للباحث وهو يباشر في عملية التحليل من إختيار وحدة تحليل ثابتة يرتكز عليها ويعتمدها إذ تفترض عملية تحليل العينة إستخدام وحدة تحليل ثابتة ينبغي أن تكون واضحة المعالم لذا فقد إعتد الباحث (المشهد) كوحدة تحليل يستخدمها في عملية تحليل عينة البحث.

عينة البحث

فيلم صراع الجبابرة Clash of the Titans

إخراج: لويس ليتيرير

قصة وسيناريو وحوار: لورانس كازدان - ترافيس بيشتام - فيل هاي - مات مانفريدي

سنة الإنتاج: 2010

بطولة: سام ورثنتون - ليام نيسون - رالف فاينس - جيما آرتيرتون - اليكسا دافالوس

زمن الفيلم: 118 دقيقة

ملخص قصة الفيلم: يتحدث الفيلم على إسطورة يونانية قديمة، وهي في الأصل قصة (بيرسيوس) ابن الإله (زيوس) من امرأة بشرية، يحاول (بيرسيوس) البطل الخارق أن ينقذ الأميرة (أندروميذا)، التي تتحول إلى مشروع تضحية للتخلص من لعنة الوحوش الإسطورية (الكراكين) في سبيل إنقاذ مدينتها (أرغوس)، وهذه اللعنة تنتج بسبب رغبة (هادس) شقيق الإله (زيوس) بتأديب البشر، بعد أن تحدوا الآلهة ورفضوا تقديم الولاء والطاعة لها، ويثور السكان بعد أن ضاقوا ذرعاً بتحكم الآلهة بمصائرهم الواقعة في قبضة (زيوس) خالقهم، فيتم العقاب عبر تسليط (الكراكين) ولن يتم التخلص من هذا الوحوش إلا عبر رأس (ميدوسا)، إذ

تحول كل من ينظر إلى عينها إلى حجر، وهنا تكمن المهمة الأصعب لـ (بيرسيوس) والتي تتجاوز صعوبتها مهمة مواجهة (الكران) نفسها، وهكذا ينطلق البطل الخارق في رحلة مخاطرة للبحث عن (ميدوسا) وقتلها، ويخوض (بيرسيوس) صراعاً طويلاً في الصحراء مع العقارب العملاقة ليحصل فيما بعد على مساعدة الجن الذي يبدو في هيئة رجال الصحراء مع قوى خارقة وهيئة غريبة، حتى أن لغتهم كما بدت في الفيلم قريبة إلى العربية وينضم إلى هذه المجموعة طبعاً بعض المحاربين البشريين من (أرغوس).

المؤشر (1) المكان يؤثر في الأحداث

تنوع المكان في هذا الفيلم وتعددت أنواعه، فقد تمكنوا صانعو العمل على أن يتناولون المكان الأليف (الحميم) أولاً، والمكان المعادي الذي يدور فيه الصراع ثانياً، المتناهي في الصغر والمتناهي في الكبر ثالثاً، إن طبيعة المكان كالصحراء وظهور العقارب وهي نتيجة منطقية لحياة العقارب في مثل هكذا بيئة، ونشوب المعركة الطاحنة والتي لم تنتهي لولا وجود المسوخ، وكذلك الحال وجود (ميدوسا) في العالم السفلي، بعد حلول لعنة الآلهة بها فقد كان العالم السفلي مركز الصراع بين (بيرسيوس) و(ميدوسا)، والصراع الطويل الذي دار بينهما والذي سبقه القتال في الغابة بين (بيرسيوس) و(كرونوس)، كما الصراع في (الأولب) وهو معشر الآلهة كان له دور في سلب طاقة (زيوس) ويظهر لنا من المشهد الأول، حينما يقوم السارد العليم بتقسيم نفوذ السلطة ف (العليا) وهي السماء وأغلب المقدرات يمثلها (زيوس)، والسلطة (الوسطى) يمثلها إله البحر (بوسيدون)، والسلطة الدنيا يمثلها (هادس) في العالم السفلي وهو ما يوازي سياسياً الآتي:-

السلطة العليا = الطبقة الأرستقراطية = السماء -- زيوس

السلطة الوسطى = الطبقة البرجوازية = الأرض -- بوسيدون

السلطة الدنيا = الطبقة البروليتارية = الجحيم -- هادس

المؤشر (2) المكان يحدد الفترة الزمنية من خلال الطرز المعمارية والإكسسوارات التي لها دلالة تتعلق

بعادات وتقاليد الشعوب .

إن الزمن في هذا الفيلم بشكل معبراً عنها بأحداث درامية وتضاريس مكانية، حيث تناوبت الكثير من عناصر اللغة السينمائية في إعطاء دلالات عن الزمن لا سيما الأهم منه الديكورات والإكسسوارات الملابس، فعلى الرغم من أن أجواء الفيلم إسطورية تبتعد عن الاشارات أو التحديدات الزمنية لكن الدلائل الزمنية كنت حاضرة عن طريق إرتباطها بالمكان، فهي تدور في الكثير من أجزاءها ما قبل الميلاد وصعوبة إيجاد المعادل المرئي لما هو متخيل في (الأولب)، حيث ان الاحداث مركز القيادة السماوية وكذلك في (الجحيم) وتدور أحداثه في العالم السفلي والمخلوقات الإسطورية من المسوخ إلى الحصان الطائر، وهو ما يرتبط بموروث لشعب ما أو حضارة ما، فمن ملابس الشخصيات مثل ملابس شخصية المقاتل أو الصياد أو الكاهن فهي تشير الى العصور السحيقة مع يتعلق بزمن قصة الفيلم، أما ملابس المسوخ فقد كانت ملابسهم مع ما يتلاءم وإمتدادهم الجغرافي من شمال أفريقيا، أما ديكورات قصر الملك (كافايوس) التي تحل عليه لعنة الآلهة نشاهد الطرز المعمارية التي تأخذنا لعصر الإغريق، كما وإن الطرز المعمارية في الأولب والتي يقابلها العالم السفلي هو متخيل إلا إنه يُدرك من الموروث الحضاري والأديان السماوية ووصف العوالم المتخيلة في ذهن الإنسان بين السماء والجحيم على سبيل المثال، أما الأواني والكراسي والتمثيل والنيران

المعلقة على الجوانب في القصر وهي جزء من الإكسسوارات التي توحى بزمان الإغريق، أما عن عادات وتقاليد الشعوب فأن طريقة الإحتفال في قصر الملك (كافيوس) كانت شبيهة بأجواء يوليوس قيصر ذلك للإيحاء بالعصر الإغريقي.

المؤشر (3) المكان يؤثر في الجو النفسي للشخصيات.

حسب التصنيف الذي إعتده يوري لوتمان بأربعة نقاط عن المكان الفني، حيث سيناقش الباحث كل نقطة منفصلة ليرز تأثير الجو النفسي للشخصيات.

((عندي)) وهو المكان الذي أمارس فيه سلطتي ويكون بالنسبة لي مكاناً حميماً واليفاً. وهو بيت (بيرسيوس) الذي تربى ونشأ فيه مع مربيه الصياد العجوز والبحر الذي كان مصدر رزقهم، كما كان يصرح الصياد بعدم رضاه عن الآلهة وتهره زوجته لثلا يقع عليهم لعنة الآلهة وهو مطمئن، لأن المكان هو ما يمارس سلطته كما لو كان بيته رغم إن هناك إله للبحر (بوسيدون) إلا إنه في قاربه وهو بيته المتنقل فهو المكان الأليف الحميم الذي يخلو من الصراع.

((عند الآخرين)) وهو مكان يشبه الأول في نواح كثيرة ولكنه يختلف عنه من حيث اني - بالضرورة - أخضع فيه لوطأة سلطة الغير، ومن حيث اني لا بد أن أعترف بهذه السلطة فحينما تم انقاذ (بيرسيوس) من كارثة البحر التي مات فيها والداه بالتبني واخته رماه البحر لدي شعب قد أنكر الآلهة وحلت عليهم اللعنة من قبل (هادس)، من هنا تم معرفة ان (بيرسيوس) هو ابن الإله (زيوس) فكان (بيرسيوس) خاضع لوطأة سلطة الغير ولا بد له من الإعتراف بسلطتهم رغم حلول اللعنة ورغم الفرصة التي أعطاهها (هادس)، وهي نهاية الكسوف والأدهى رغم معرفته بأنه نصف إله وابن سيد الأولب ولكنه بقى خاضع لتلك السلطة لأنه يرفض فكرة الإلهومية المتجربة، حتى إنه رفض السيف الخارق والحصان الطائر إلا بعد حين إحتياجها لإنقاذ البشرية، حاله حال العملة المعدنية التي أعطاهها له والده (زيوس) وهي تعريفه كمركية للمرور للعالم السفلي حينما أراد قطع رأس (ميدوسا).

((الأماكن العامة)) وهذه الأماكن ليست ملك لأحد معين ولكنه ملك للسلطة العامة (الدولة) مثلاً، فالفرد ليس حراً ولكنه ((عند)) أحد يتحكم فيه، الصحراء التي خرجت منها العقارب حينما كان (بيرسيوس) وجماعته يلاحقون (كرونوس) وهجوم العقارب وبعد التخلص منها وفرحتهم لم تكتمل، إذ خرج جيش من العقارب ومحاصرتهم من قبلها وجاءهم الإنقاذ من المسوخ، حيث أوقفوها بتعويذة ومن ثم روضوها لجعلها وسيلة نقل كما وعالجوا يد (بيرسيوس) من عضه (كرونوس) فالمكان عام ويتجولون به، إلا إن الجميع خاضع لسلطة الإله (زيوس) ورعاية الآلهة (أيوا) له كما ضحت بنفسها من أجله حينما قتلها (كرونوس) وإنقم لها فيما بعد بإستخدام السيف الخارق، كما ان السلطة عامة لهذا الإله بدليل قتلها وعدم تحرير الموتى فعمومية المكان أتاحت لأن يكون المكان هو مكان للصراع (المكان المعادي) حيث تم نحر (ميدوسا).

((المكان اللامتناهي)) ويكون هذا المكان بصفة عامة خالياً من الناس فهو الأرض التي لا تخضع لسلطة أحد مثل الصحراء، وتمثل إستعارة ديناميكية في الحضارات البشرية فكانت المغامرة والحرية والإنطلاق والإكتشاف والإفلات من سطوة السلطة وابتكار القيم الجديدة وامتحان قدرات الذات، ويرز المكان المتناهي في الغابة فور إنطلاق (بيرسيوس) لقتال (ميدوسا) وجلب رأسها لتحجبر الكراكن، حيث يمتحن قائد

الركب قدرة (بيرسيوس) حينما علم انه صياد إلا ان (بيرسيوس) هو مقاتل محترف جينياً لأنه نصف إله، وهنا يبرز السيف الخارق كهديّة من السماء (الأولمب) وعدم إستخدام (بيرسيوس) له حتى بعد معي (كرونوس)، وهو ذو قدرات خارقة وأحد جنود (هادس) وقدم بتوجيه منه للقضاء على (بيرسيوس) لم يستخدم السيف الخارق ولم يستجد بالآلهة واكتشف نفسه من خلال القيم الجديدة التي دعت له لخوض الصعاب من أجل إنقاذ البشرية وامتحن قدراته الذاتية بقتاله (كرونوس) وكذلك العقارب الإسطورية وكذلك في مكان جحيم الآلهة، وهو المكان الوحيد الذي هزمت فيه (الكران) بقيادة المسوخ لم يستخدم فيه (بيرسيوس) سيفه الخارق بل استخدم فطنته وإيمانه بقدرته بالتصرف الحكيم الذي أخرج أصدقائه من قدر محتوم.

المؤشر (4) تجسد التقنيات الرقمية الفعل الخارق داخل فضاء المكان في الفيلم الإسطوري.

أسهمت المؤثرات الصورية في إغناء الفعل الخارق الذي قامت به شخصية (زيوس) واضفاء هذه المؤثرات بصمتها الخاصة التي عملت على دعم مصداقية وقوع ذلك الفعل الخارق، حيث برز دور الإضاءة التي تم توظيفها للتعبير عن إختلاف العالم الآخر الذي إنتقل إليه (زيوس) وغرابته مقارنة للعالم الواقعي الذي كان يتواجد فيه قبل الدخول إلى ذلك العالم، فضلاً عن الدور المميز للمؤثرات الصورية التي تم توظيفها لإبراز كيفية وقوع الفعل الخارق الذي قام به (زيوس) في المشهد (69) والمتمثل بتحطيم الصخور عن بعد ومن دون لمسها فقد تم توظيف نوعين من المؤثرات الصورية التي عملت كل منها بشكل منفرد، إذ نفذ كل مؤثر دوره الخاص في منح الصورة إشتغال دلالي يعكس السمات الإسطورية للشخصية والمكان على حد سواء وهما:

1. المؤثرات الضوئية: تم توظيف مفتاح ضوئي عالي يصل إلى درجة كبيرة من التوهج الضوئي، حينما قام (زيوس) بهدم الجدار بحركة من يده فكانت كتلة الضوء المنبعثة إضاءة فيضية متوهجة وكأن (زيوس) قد فتح نافذة نحو عالم آخر غير منتهي إلى العالم الأرضي وهو ما جعل المؤثرات الضوئية تكون فاعلة في عكس هذا النوع من الأفعال الخارقة ودلالاتها.
2. مؤثر الحركة العكسية: فبعد أن إختفى (زيوس) وسط نافذة الضوء المتوهج نرى أن طابوق الجدار الذي تكسر وتلاشى وظهرت نافذة من الضوء حيث يمتلك القدرة على إعادة بناء نفسه من جديد وكأن شيء لم يحدث، وهنا كان للحركة العكسية أثرها المهم والمباشر في تحقيق هذه القدرة العجائبية التي يتمتع بها (زيوس) في التحكم بالأشياء ومعرفة السبب والمسبب طالما أن أساس قصة الفيلم هو الإله الأعظم بين الآلهة التي تحكم البشر فكانت المؤثرات على الرغم من بساطتها إلا أنها إمتلك القدرة على إنتاج الأفعال الأسطورية، ما يمنح الشخصية هذه السمات المؤثرة في الفيلم الأسطوري، إن الدلالة الأسطورية المهيمنة على فيلم (صراع الجبابرة) بسبب تنوع الشخصيات الإنسانية والمسخ فضلاً عن الوحوش في أحداث الفيلم وصناعة مثل هذه الشخصيات لابد أن يرتبط بالتقنيات الرقمية حيث يتم تصنيع الشخصية المسخ من خلال عملية تصنيع النصف الثاني من الشخصية الإنسانية عبر برمجيات الحاسوب، لأن عملية توظيف (الكروما) أجادت بإبراز فعل المؤثر الرقمي وجعل البرمجيات ثلاثية الأبعاد لإتمام فعلها الأسطوري سواء للمكان أو الشخصيات أو الأفعال الأسطورية، إن السمات

الأسطورية تجعل منها شخصية خارقة لا يمكن لها العيش الا في العالم الاسطوري, مما مكن من الإستدلال على سماتها الغرائبية إذ إن إمكانية الشخصية على التحول هنا كانت دليلاً واضحاً على مغادرة الأفعال الإنسانية المحدودة.

النتائج

1. حققت العناصر المكونة للمكان أهمية كبيرة في تجسيد المكان فالديكورات شكلت العنصر الرئيسي في الأهمية كونها الأساس الذي يتشكل منه المكان.
2. أستثمر المكان ليكون عنصراً مؤثراً في الأحداث كونه الفضاء الذي تجري فيه الأحداث وتنتقل من خلاله خلجات الشخصيات فيؤثر المكان على الشخصيات وتؤثر الشخصيات على المكان.
3. يشكل السارد أحد العناصر الاساسية في الفيلم السينمائي الإسطوري فهو الذي يقود الأحداث ويكشف المعلومات وينتقل عبر الزمان والمكان ومن خلال صوت السارد تظهر اسباب ونتائج تطور الأحداث الإسطورية.
4. يكون للأفكار التي يبثها صانع الفلم في الفيلم الإسطوري غايات وأهداف لا تخلو من المضمرات السياسية والعقائدية فههدف صانع الفلم لا يتوقف على تحقيق المتعة الجمالية بالنسبة للأحداث وكذلك المكان.

الإستنتاجات:

1. تعتمد السينما المعاصرة على تقنيات الحاسوب بشكل رئيسي.
 2. يظهر المكان البعد الفكري في الفيلم الإسطوري عبر توظيف أفكار الشخصيات الإسطورية من خلال توظيف عناصر اللغة السينمائية في إنتاج مستوى دلالي.
 3. التعامل مع المكان سينمائياً مما يمنح المشاهد الإحساس بهيمنة الإسطورة واللامنطق على الأحداث الواقعية.
 4. تُوظف مستويات دلالية للمكان تنوب عن بعض الشخصيات الإسطورية أو بعض الأحداث الإسطورية.
- المقترحات: يقترح الباحث إجراء دراسة عن مديات توظيف الإسطورة العراقية في الأفلام السينمائية العالمية.
- التوصيات: يوصي الباحث بأهمية دراسة الإسطورة كمفهوم عام وإنعكاسه على الفن السينمائي بوجه خاص، لما لها من تأثير في تعميق الوعي الإنساني والإجتماعي.

Refernces:

- Abd Muslim, T. (2005). *The Cinematic Discourse from Word to Image* (Vol. 1st). Baghdad: House of General Cultural Affairs.
- Ahmed, S. Q. (1985). *Building the Novel*. Beirut: Dar Al-Tanweer.
- AL-Hashimi, T. H. (2010). *Scenario Naturalization* (Vol. 1st). Cairo: The Cultural Publishing House.
- Al-Mohandes, H. H. (1990). *Screen Drama for Film and Television*. cairo: Egyptian Book Authority.
- Bahrawi, H. (1990). *The Structure of the Fictional Form*. Beirut: Arab Cultural Center, Casablanca.
- Bashlar, G. (1984). *Aesthetics of Place* (Vol. 2nd). (G. Helsa, Trans.) Beirut: University Foundation for Publishing.
- De Janetti, L. (1981). *Understanding Cinema* (Vol. 2nd). (J. Ali, Trans.) Baghdad: Dar Al-Rasheed for Publishing.
- ELYad, M. (1991). *Manifestations of myth* (Vol. 1). (N. KHaeata, Trans.) Damascus: House of Canaan.
- Feldman, J. (1996). *Dynamics of the Film* (The Thousand Book Two (252) ed.). (M. A.-F. Kenawy, Trans.) Cairo: The Egyptian General Authority for Book.
- Gamal, H. (2006). *Digital technology in modern cinematography* (Vol. 1st). Egypt: Academy of Arts.
- Group of researchers. (1988). *Aesthetics of the place* (Vol. 2nd). Casablanca: Dar Cordoba.
- Ibrahim, M. M. (2011). *The Legendary Intertextuality in International Cinema* (Studies Series (14) ed., Vol. 1st). Baghdad: House of Public Cultural Affairs.
- Ibrahim, M. M. (2011). *The Mythic Intertextuality in International Cinema* (Studies Series (14) ed., Vol. 1st). Baghdad: House of Public Cultural Affairs.

Ibrahim, N. (1979). *al-estora*. Baghdad: ALhorea.

Martin, M. (1964). *Cinematic Language* (Vol. 1st). (F. AL-Mazawi, Trans.) Cairo: Egyptian General Organization for Authorship, News and Publishing.

Shaarawi, A. (2012, 4/5). *Myth between fact and fiction. (National Council for Arts and Literature)*, p. 210.

Shoukry, A.-M. (2009). *Television drama, art, writing and directing of the Televisiondrama* (Vol. 1st). Cairo: Al-Fikr Al-Arabi.

Stephenson, R. a. (1993). *Cinema is Art (The General Film Foundation ed.)*. (K. Al-Haddad, Trans.) Damascus: Al-Assad Library.

Zake, A. (2002). *ALasater*. qairo: alosra.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/97-112>

Semantic Operation of Place in the Legendary Movie

haydar wasuma salih ¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 20/11/2020.....Date of acceptance: 12/1/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

Place is considered one of the important artistic elements in the movie through which the events occur in different arts and literatures and with its absence there isn't any that can initiate events. Place is important for the things that we recognize, and the first fact in cinema is the place which can't be dispensed with on the level of the film or scene or cinematic shot that can't be emptied from its spatial content. The characters are always there in a place occupying some space of it, despite that it is not merely a container for the event cinematically. The researcher views the importance of discovering and observing them in this research which is divided into four chapters as follows: (theoretical framework) which includes the research problem which is crystallized in the following cognitive question: (what are the semantic operations of place in the legendary movie?) Then the research objective in discovering the semantic operation of place in the legendary movie. It is temporally determined by (2010) and spatially by the legendary movie in the American cinema, in addition to the procedural definitions for the research terms. As for (the theoretical framework), it has been divided into two sections. The first is titled (place indications in the cinema movie), and the second titled (legend and cinema), reaching to the most important indications of the theoretical framework. As for (the research procedures) which addressed (the research methodology, community, tool, analysis unit and the sample in addition to the results and conclusions), it has been dedicated to discuss the results of the study sample and reach at the most important conclusions. The research ended the research with the list of sources.

Key words: action, semantic, place, mythical film.

¹ Postgraduate student, College of Fine Arts, University of Baghdad, hdrwmslh81@gmail.com.

السمات البنائية للشخصية السيكوباتية في الخطاب السينماتوغرافي

مها فيصل احمد¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229
تاريخ استلام البحث 2021/1/15 , تاريخ قبول النشر 2021/2/15 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

الملخص:

تمثل الشخصية الدرامية العصب الاكثر اهمية في الخطاب السينماتوغرافي لما تمثله من حضور دائم في شتى انواع القصص السينمائية والتلفزيونية، وهذا ما جعل الخطاب السينماتوغرافي يسعى دائماً الى تقديم الشخصية الانسانية بطرائق متعددة، والشخصية السيكوباتية احد انواع الشخصية التي امتلكت حضوراً مميزاً في النتاجات السينمائية والتلفزيونية، وهذا ما لفت انتباه الباحثة لموضوع البحث الذي وضعت له عنوان: السمات البنائية للشخصية السيكوباتية في الخطاب السينماتوغرافي.

تضمن الاطار المنهجي مشكلة البحث التي تحدد بالتساؤل الآتي: ما السمات البنائية للشخصية السيكوباتية في الخطاب السينماتوغرافي؟ ومن ثم حددت الباحثة اهمية البحث وكذلك اهداف البحث وحدوده. وشمل الاطار النظري مبحثين، المبحث الاول: الشخصية السايكوباتية السمات والانواع. اما المبحث الثاني: البناء السينماتوغرافي للشخصية السيكوباتية، وخرجت الباحثة بمؤشرات الاطار النظري. اما اجراءات البحث فتضمن منهج البحث، واداة البحث ومجتمع البحث، ووحدة التحليل وعينة البحث. أخيراً تحليل العينة القصصية المتمثلة الفيلم السينمائي (سبليت)، وخرجت الباحثة بمجموعة من النتائج عن تحليل عينة البحث والاستنتاجات .

الكلمات الافتتاحية: الشخصية السايكوباتية، الصورة، الخطاب السينماتوغرافي.
الاطار المنهجي:

مشكلة البحث: تعد الشخصية الدرامية العمود الفقري الذي تستند إليه القصة السينمائية والتلفزيونية، وهذا ما جعل من الخطاب السينماتوغرافي يستثمر الشخصية بشتى فئاتها العمرية او جنسها وقوميتها او عقيدتها، او حتى الشخصية المسوخ، فالشخصية الانسانية تعد بنية فكرية ودرامية تقود الاحداث وتنتج الصراع، لذا فان نتاجات سينمائية وتلفزيونية عديدة اظهرت الشخصية بصفة القاتل او المصلح او رجل الدولة او بنية أسطورية، او حتى خيال علمي، الا ان الشخصية اكتسبت بعداً تأثيرياً كبيراً

¹ كلية طب الاسنان - جامعة بغداد، mahaalias2020@gmail.com

حينما ارتكزت الى علم النفس، والبحث في خبايا النفس البشرية، فكانت الموضوعات المرتبطة بعلم النفس او تلك التي تكشف اعماق الشخصيات وتبحث عن اسباب الافعال بغض النظر ان كانت سوية او غير سوية، وهذا ما اشترته الباحثة في توظيف الشخصية السيكوباتية في بنائية الاحداث لما تتميز به من تنوع على مستوى السمات الشكلية التي تكشف عن اعماق الشخصية وما تحمله في اعماقها من خلل نفسي كبير يكون هو المحرك الاساسي في بناء الاحداث وتطورها، وقد شخصت الباحثة العديد من الاعمال التي تناولت هذه الشخصية بمعالجات اخراجية متنوعة، فضلاً عن تنوع القصص السينمائية والتلفزيونية التي تظهرها. مما تقدم حددت الباحثة مشكلة البحث بالتساؤل الآتي: ما هي السمات البنائية للشخصية السيكوباتية في الخطاب السينماتوغرافي؟

اهمية البحث: تكمن اهمية البحث في كون هذا الموضوع لم يأخذ الاهتمام الكبير في الدراسات الاكاديمية بسبب الخصوصية التفصيلية هذا النوع من الشخصيات السينمائية والتلفزيونية المصابة بمرض نفسي، فضلاً عن اهمية البحث بالنسبة الى العاملين في الانتاج السينمائي والتلفزيوني وكذلك كُتّاب السيناريو والنقاد والدارسين.

هدف البحث: الكشف عن السمات البنائية للشخصية السيكوباتية في الخطاب السينماتوغرافي.

حدود البحث: الحد الموضوعي: الشخصية السيكوباتية في الفيلم الروائي. الحد المكاني: السينما الاميركية. الحد الزمني 2017.

مصطلحات البحث:

التعريف الاجرائي: الشخصية السيكوباتية: هي تلك الشخصية التي تتميز بالانحرف والسلوك غير السوي، وكذلك الذكاء والشذوذ والذي يجعله بعيد كل البعد عن المجتمع الذي يعيش وسطه، فهو يسعى الى العيش بشكل منفرد بعيداً عن الاخرين.

الاطار النظري

المبحث الاول: الشخصية السيكوباتية ... السمات والانواع

للشخصية الانسانية حضور طاع في القصص السينمائية والتلفزيونية، ولا سيما تلك الشخصيات التي تتميز بفعل معين او تكون ذات بنية نفسية مضطربة، او شخصية تحقق الانجاز، او شخصية تمتلك موهبة معينة تميزها من بقية الشخصيات الانسانية، فضلاً عن الشخصية الاعتيادية التي يمكن العثور عليها في جميع الانواع الفلمية والدرامية التلفزيونية، الا ان شخصية البطل لا بد من ان تكون متميزة. وترى الباحثة ان التميز لا يعد دائماً حالة ايجابية بل قد يكون حالة سلبية، كأن يكون البطل قاتل، او سارق، او يمتلك قوى روحية يسخرها لمنفعته الشخصية، وهذا ما يبحث عنه الخطاب السينماتوغرافي اي تقديم شخصيات يمكن لها اثاره الانتباه والاهتمام، ولا سيما و ان لكل فرد منا شخصية، وهي مجموعة الخصائص الفردية التي تؤثر في سلوكنا وعواطفنا وافكارنا وتفاعلاتنا وخصائصنا المحددة، اي السمات المميزة للشخصية، لذا فان استجابة الشخصية تجاه المثيرات تختلف، وهو ما يعني صعوبة التنبؤ بها، وهنا يأتي النتاج السينمائي والتلفزيوني لاستغلال الشخصيات الاكثر تطرفاً في التعامل الحياتي وابرازها داخل فضاء الصورة في الخطاب السينماتوغرافي.

يشارك العديد من الناس في بعض السمات والصفات العامة، ومع ذلك فإن لكل انسان خصائصه وصفاته التي تميزه من غيره في اسلوب تفكيره وتصرفه واحساسه وادراكه وردود فعله والتكوين الذي تنتظم فيه هذه الصفات او السمات التي تكون تشكيلية فريدة من الانفعالات والافكار والتصرفات يطلق عليها في علم النفس تسمية الشخصية التي يعرفها "كيس" بأنها البصمة النفسية التي لا يمكن ان يشترك فيها اي شخص مع الاخرين مهما بلغت درجة التشابه الظاهري، وتتيح الشخصية للانسان في الحالة السوية النمو والنشاط والتلاؤم مع الحياة، ولكنها قد تنحرف لدى البعض لتكون جامدة ومتحجرة، وبدلاً من ان تفتح لها امكانيات الاستجابة للمتطلبات الحياتية بمرونة تسبب لهم صفات شخصيتهم حياة مملوءة بالنعاسة والشقاء وتعوقهم عن مواجهة متطلبات الحياة ومتغيراتها، وبدلاً من تشكل انماط من الشخصية مفرزة للتكيف والتوافق، تتطور لديهم انماط مضطربة من الشخصية. (Kees, 2009, p. 135). لكل فرد إذاً سمات شخصية، الا انه عندما تكون هذه السمات سيئة التكيف مؤلمة وغير مرنة تعد اضطرابات. فهذه الشخصية متميزة بسلوك اجرامي، قد يكون قاتلاً او ذا فعل عنيف، بسبب احساس بالظلم والمعاناة التي يوجد بها هو لنفسه من دون حقيقة. واضطراب الشخصية نوع من "الاضطرابات تصبح فيه سمات الشخصية غير مرنة وغير متوافقة وتسبب لصاحبها خللاً ملحوظاً في اداء وظائفه او الشعور بالمعاناة، وتظهر على هؤلاء المرضى انماط متأصلة وثابتة وغير متوافقة في التعامل مع البيئة وادراكها وفي التعامل مع انفسهم وتصورهم لذواتهم" (Askar, 2004, p. 245).

والشخصية السيكوباتية هي الشخصية المنحرفة او الشخصية اللاسوية يتصف بهذه الشخصية الافراد غير الاجتماعيين والذين يمثل سلوكهم شذوذاً او خروجاً على معايير السلوك الاجتماعي الذين يتسم سلوكهم بعدم الالتزام والانانية وعدم الشعور بالمسؤولية والاندفاع وعدم الشعور بالذنب ونقص القدرة على مغالبة عوامل الاحباط والميل الى القاء اللوم على الاخرين وعدم الافادة من التجارب والخبرات السابقة. (Gaddafi, 1991, p. 194).

والشخصية السيكوباتية نوعية من الافراد يتصرفون بسلوك غير سوي يظهر عليهم كاضطراب في الشخصية منذ صغرهم فالسيكوباتية هي شخصية عديمة المسؤولية لا تبالي الا بملذاتها الخاصة ولا تستطيع تأجيل مسراتها واشباعاتها الحسية، لا ترجعها اي قيم خلقية او دينية متبلدة والانفعال لا تبالي بعواطف الاخرين، تستطيع تمثيل التوبة والطهارة والطريق المستقيم عندم اللزوم، ولكن سرعان ما تعود لسابق اندفاعاتها واجرامها، نجدها متعدد الوظائف لا يثبت في عمل واحد أكثر من شهور دائمة العراك والاحتكاك مع زملائها ورؤسائها متعدد الزوجات والطلاق، لا تعتنى باولادها ولا تهتم بمصيرهم ولا مانع عندها من الانضمام الى العصابات الصغيرة وجماعات الادمان والشذوذ الجنسي وبعضها يتمتع بذكاء خارق تستعمله لمآربها الخاصة وملذاتها ومن ثم يقع فريستها كثير من الابرياء ونجد تاريخ هذه الشخصية تبدأ من الطفولة حينما بدأ هذا السلوك المنحرف ولها ماضيها في الكذب والسرقعة والنصب والاحتيال. (Hammouda, 2007, p. 364).

يتصف ذوو الشخصية المضادة للمجتمع بأنهم مفترسون لأفراد المجتمع، وهم مغوون متلاعبون، إذ يتركون وراءهم قلوباً محطمة واحلاماً منهارة واموالاً مبددة، يفتقرون للضمير الاخلاقي والتعاطف يستولون

بأنانية على ما يريدون ويفعلون ما يرغبون في فعله خارقين للمعايير من دون ادنى احساس بالذنب او الندم (Hadar, 2013, p. 67).

انواع الشخصية السيكوباتية:

هناك العديد من الدراسات التخصصية في علم النفس، اوجدت انواعاً متعددة من الشخصية السيكوباتية، اذ يظهر كل نوع تميزاً متفرداً على مستوى السلوك والتفكير وكذلك الافعال العنيفة، او الرغبة في تدمير وايداء الاخرين، من غير سبب. وانواع الشخصية السيكوباتية، تتحدد على النحو الآتي:

1. السيكوباتية العدوانية: تشير الى الشخص العدواني، والسيكوباتي هو شخص سهل الاستثارة لمجرد الاحباطات البسيطة، وقد تأخذ الاستجابة شكل التدمير والتخريب.
2. السيكوباتي المبدع: يتسم بالسمات السيكوباتية مضافاً اليها الرضا الدائم كما يفعل والرغبة المستمرة في التفوق على نفسه والابداع.
3. السيكوباتي الأخرق او العاجز: بخلاف المبدع الذي يتميز بالفشل الدائم والعجز المزمن، وحياته عبارة عن سلسلة مشكلات لا يستطيع حلها، ودوافعه ضعيفة وطاقته واهنة (A group of authors, 2010, p. 21) وهناك تقسيم اخر لانواع الشخصية السيكوباتية، على النحو الآتي:

1. السيكوباتي الناشز: وهو الذي يظهر ضعفاً في الخلق مع الشعور بعدم الامان داخل نفسه، ويتجلى في السلوك الغريب المميز الذي يعتبر دليلاً على مشاعره واحاسيسه الداخلية.
2. السيكوباتي المجرد: العدواني عديم الشعور، وهؤلاء المرضى يقومون باعمال عدوانية واعمال عنف ضد اشخاص اخرين او ضد جماعات من دون القدرة على التحكم في دوافعهم، وهم يدركون ما يفعلون من دون ان يتمكنوا من التحكم بسلوكهم المنحرف هذا.
3. السيكوباتي المتعبد: امثال هؤلاء المرضى يسببون القلق، ويتميزون بالاعتماد بالذات والكفاية الذاتية، وهم متشوقون للعظمة وما يتبع ذلك من المشاعر السيئة والسلوك المتعبد وسرعة الغضب.
4. السيكوباتي الانفجاري: وهذه الفئة تشبه الاحساس في المجرمين، ويرتبط هذا النوع انفجاره بحالات الغضب، وقد يتجه سلوكه العدواني نحو نفسه فينتحر.
5. السيكوباتي المتشائم المريض: هنا ينظر للمستقبل نظرة تشاؤم، والمرح والتفاؤل بعيدان عن هؤلاء؛ لأنهم يشعرون بأن كل شيء في حياتهم اليومية يهددهم بالخطر، لذلك نجدهم دائماً يفكرون بالانتحار بسبب كثرة المشكلات التي لا يستطيعون حلها، ويسبب كثرة همومهم.
6. السيكوباتي المبدع: وهو الذي يخلق من القصص الابداعية والابتكارية؛ ما يخرج عن حدود المعقول، ويظهر انهم لا يفيدون من ذلك سوى بالارتياح والتنفيس عن بعض التوتر الداخلي، وكأن المريض لديه الرغبة المستمرة في التفوق على نفسه بهذا الابداع الخيالي، ويظهر على قصص هؤلاء الكذب الواضح، الامر الذي يجعل منهم شخصية مهمة محبوبة لدى بعض، او غير محبوبة لدى بعض اخر.
7. السيكوباتي المتجول: ويسمى بذلك؛ لأنه يملك رغبة شديدة لا يمكن التحكم فيها، ولا يستطيع التغلب عليها في ان ينتقل من مكان الى مكان آخر من دون سبب معقول، وانتقاله ليس هرباً من

القانون، ولكن هذا التجوال الدائم يجعله في ما بعد يحتك بالقانون، ويتعرف على اسراره واحكامه، وامثال هؤلاء المرضى لا يستمرون على محك واحد بل يحبون الانتقال والتغير، ونتيجة الفشل الدائم والعجز المزمن لذلك سمي بالسيكوباتي العاجز (Shakeshk, 2009, p. 80).

هذا التنوع الكبير في سمات الشخصية السيكوباتية جعل منها مطلب مهم في القصص السينمائية والتلفزيونية ولا سيما تلك القصص التي تتناول احداثاً مرعبة او جرائم القتل او القتل التسلسلي، فهذا النوع من الشخصيات يثير الفضول في معرفة طبيعة تفكيره او اسباب سلوكه وقيامه بالافعال، لذا نرى العديد من الاعمال السينمائية والتلفزيونية التي تتناول الشخصية السيكوباتية، ففي فيلم (الفتاة المفقودة) نرى ان المخرج قد وظف شخصية (جاك نيكلسون)، بوصفه شخصية سيكوباتية، تعمل على اختطاف الاطفال وتعذيبهم، اما في فيلم (الجوكر)، فكانت شخصية البطل تعاني من مرض السيكوباتية، فنراها ذات افعال عدوانية تجاه الكل، حتى تجاه أمه التي قتلها في نهاية المطاف.

المبحث الثاني: البناء السينماتوغرافي للشخصية السايكوباتية

تمتلك السينما والتلفزيون الكثير من القدرات في تحديد اللمسات البنائية للشخصية السيكوباتية، فالصورة هي تآزر عمل العديد من التقنيات والعناصر اللغوية التي تجتمع في بناء التعبيرية والمضمونية للشخصية بغض النظر عن نوعها او شكلها او طبيعة افعالها، والصورة في الخطاب السينماتوغرافي تستطيع التعبير عن هذه الشخصيات وايصالها الى المتفرجين، "فهنالك حيز في ذهن الإنسان (أو في قلبه) لا يمكن الوصول إليه إلا عن طريق السينما، عن طريق تلك السينما اليقظة دائماً، والمتغيرة دائماً فقط مثل هذه السينما يمكن ان تكشف، وتصنف، وتعرفنا وتشير الى ما نحن عليه وما لسننا عليه حقيقة" (Jacob, 2006, p. 16)، وعليه فإن التماثل الشكلي للشخصية داخل اللقطة يرافقه بناء هرموني للأفكار التي تعكس ابعاد الشخصية وطبيعة حياتها الداخلية، سواء عن طريق محاكاة الافعال الواقعية او غير الواقعية، ان عناصر اللغة هي الوسيط التعبيري يمتلك إمكانات التجسيد الصوري للمكان او التعبير عن الزمان، وكذلك ابراز الاحداث وافعال الشخصيات بطرائق جمالية وقصدية يريد المخرج عن طريقها ابراز رؤيته او تصوره الفكري والجمالي عن الاحداث، اذ "كان لا بد للسينمائيين، ليس فقط أن يجددوا وأن يطوروا من جرعات الخيال والإثارة بل أن يقنعوا المشاهدين بمصداقية ما يشاهدون وأن يتفاعلوا معه" (Madanat, 2007, p. 12)، ولا سيما وان طبيعة الشخصية السيكوباتية تمارس افعالها الشاذة وتكشف عن خصوصيتها البنائية في الوسيط السينماتوغرافي. وترى الباحثة ضرورة البحث في إمكانات العناصر اللغوية بما يؤمن بناء الصورة جمالياً وانتاج بنية محاكائية تعكس خصوصية الافعال والشخصيات، بغض النظر عن نوعها او طبيعة قيامها بالافعال وسط مكان مكتمل الاركان يحتوي على قدراته التعبيرية الجمالية، وعمل هذه العناصر يأتي على النحو الآتي:

آلة التصوير: تمثل آلة التصوير الوسيلة التعبيرية الاولى في صناعة الصورة؛ لأنها تمتلك القدرة على صناعة الصورة بالكيفية التي يريدها المخرج، فتظهر ما يريده وتخفي ما يريد اخفائه؛ لأن "دور آلة التصوير مماثل لدور (الراوي/ السارد) في الادب والفن (Ibrahim, 2005, p. 12)، ويأتي هذا بسبب التقنيات العديدة التي تمتلكها آلة التصوير، التي يمكن تحديدها على النحو الآتي:

حجوم اللقطات: وهي العلاقة المكانية بين الجسم المراد تصويره وآلة التصوير، فالجسم القريب يكون حجمه كبيراً داخل اللقطة والعكس صحيح أيضاً، وترتبط عملية الكشف بالجانب المعلوماتي او المكاني او ابراز الافعال، ف"اللقطة وسيلة لتوصيل ما يحاول السينمائي ان يقوله، فهي تحمل الى المتفرج معناه وتفسيره" (Clark, 1968, p. 60)، وهنا ارتبط معنى اللقطة بالحجم و"للحجم دلالاته التي تختلف من لقطة الى اخرى" (Al-sudani, 2020, p. 133) واللقطة الكبيرة دور مهم في ابراز الدلالات النفسية ولا سيما في الشخصية السيكوباتية؛ لأن تفصيلات الوجه وملامحه، او حركة العين، تكشف عن المعطيات النفسية، ويلجأ المخرج الى توظيف هذا الحجم حينما يريد من المتلقي "التركيز على شيء معين، وتوجه الانظار إليه، من اجل تقوية الحدث الدرامي، وتعبئة الشعور، وبعث الاهتمام بمجرى الاحداث، او تعميق ابعاد الشخصية. وهذه اللقطة من اهم خصائص الفن السينمائي، التي يتميز بها الفلم" (Morsi, 1973, p. 33)، فحجم هذه اللقطة يضخم الاشياء الدقيقة او الصغيرة بحيث يجعلها مهيمنة على مساحة الكادر، وهذا ما يجعلها لقطة قريبة للنفس الانسانية، لان فائدة هذه اللقطة "القصوى عند تطوير العلاقات بين الافراد" (Marner, 1983, p. 95)، في حين تبرز اللقطة المتوسطة، وهي تعرض شخصيتين داخل الاطار، وتكون وظيفتها الاساسية اجتماعية ابراز تحاور الشخصيات داخل المشهد، اما اللقطة العامة، فإنها تمثل بنية اساسية في بناء المشهد، و"تعتبر هذه اللقطة من الاوضاع المهمة لتقديم الشخصيات، حيث نراها بالكامل مع الاستفادة من علاقاتها بالمكان ومشملاته" (Abu Shady, 2006, p. 57)، لذا يكون عمل اللقطة العامة ابراز قيم جمالية وفلسفية ونفسية ترتبط بالأحداث.

وترى الباحثة ان طبيعة التعامل مع الشخصية السيكوباتية ينهض على اساس وجهتي النظر (الموضوعية والذاتية)، ولا سيما الذاتية التي تظهر لنا وجهة الشخصية المريضة نفسياً وكيفية تعاملها مع الاحداث او قيامها بالافعال، وتقتضي وجهة النظر الموضوعية "ان يتم التصوير من وجهة نظر متفرج مثالي، مع تحاشي اختيار الزوايا على اساس الانطباعات الشخصية أو التعبير عن وجهات نظر شخصية. وبالتالي فإنه لا يتم ادخال المتفرج داخل المنظر، فهو يرى الاحداث من الخارج فقط" (Clark, 1968, p. 166)، اما وجهة النظر الذاتية فإنها تضع "المتفرج داخل الحدث. وفيه يفترض السينمائي ان عدسة آلة التصوير قد حلت محل عيني الممثل الذي يؤدي الحدث" (Clark, 1968, p. 166).

زوايا التصوير: ترتبط زوايا التصوير بصورة العلاقة التي تجمع آلة التصوير بالجسم المراد تصويره، من حيث الارتفاع، وهو ما يعرض لنا الجسم المصور بطرائق شتى؛ لأن كل زاوية تمثل دلالة فكرية معينة، او تقود لمعلومة معينة؛ اذ "تعكس الزاوية التي تصور منها اللقطة موقف المخرج تجاه موضوعه، وتقرر الكثير من معنى الموضوع" (Abu Shady, 2006, p. 60)، ف"زاوية التصوير هي التي تعطي كل الاشياء اشكالها واذا صورنا نفس الشيء من زوايا مختلفة فإن هذا غالباً ما يعطينا صوراً غير متشابهة على الاطلاق، وهذه هي اقوى وسيلة لرسم الشخصيات يملكها الفلم" (Palach, 1991, p. 42)، وتقدم زاوية التصوير من الاعلى الى الاسفل "موقعاً إلهياً مسيطراً تبدو فيه الشخصيات تحتنا تافهة" (Janeti, 1981, p. 36)، او تظهر حجم الشخصية بالنسبة الى بقية الشخصيات، اما زاوية التصوير بمستوى النظر، فإنها تعمل على وضع المتلقي بمستوى موازٍ للاحداث والشخصيات التي يراها، وهي الزاوية التي يتم استخدامها في اغلب الاعمال

السينمائية؛ إذ إن هذه الزاوية "تمكن المشاهدين من الحكم بأنفسهم على نوعية الناس الذين يتم تقديمهم" (Janeti, 1981, p. 36)، وتوظف زاوية التصوير من الأسفل إلى الأعلى، لانتاج دلالة تختلف عن غيرها من زوايا التصوير؛ لأنها تظهر الشخصية في موقع العظمة والسلطة والسيطرة داخل مجمل الأحداث، ويوظف المخرج زاوية أسفل مستوى النظر حينما يرغب في "زيادة أهمية الموضوع. أو الرغبة في التعبير عن الرهبة أو التسلط والقوة واثارة الخوف ومشاعر الاحترام ولزيادة الوقع الدرامي" (Abu Shady, 2006, p. 67)، ولا سيما حينما يكون لحركة الكاميرا ضرورة إحداث "انفعال قوي على المتفرج. وتصبح الكاميرا المتحركة نفسها أداة للتعبير بها جيداً" (Feldman, 1996, p. 156).

الإضاءة: تعد الإضاءة إحدى الوسائل الأساسية التي يمتلكها المخرج في التعبير عن السمات البنائية للشخصية السيكوباتية، فالإضاءة عنصر نوعي يعمق من الدلالة النفسية أو الاجتماعية للمكان وكذلك أفعال الشخصيات، إذ تعمل الإضاءة على "تحقيق الأهداف الفنية والدرامية للموضوع ورسم الجو العام والحالات النفسية التي تمر بها الشخصيات وتأكيد الإحساس بالمكان والإيحاء بالزمان واستخدام الضوء في رسم التأثيرات الضوئية التي تعبر عن الأحداث الدرامية وعن الصراع الموجود من خلال صراع الضوء والظل" (Radi, 2005, p. 18)، وعليه يكون الضوء هو المسؤول عن إبراز الثيمة الأساسية للأحداث، عبر توظيف مفتاح الإضاءة العالي أو المنخفض، ولا سيما إن كل مفتاح يؤدي إلى إبراز نتائج صورية مميزة، يسهم في تعميق تعبيرية الإضاءة أو خلق الجو العام للأحداث، إذ يكون الغرض من توظيف الإضاءة "كلها هو تحقيق صورة تتوفر فيها الأجواء المناسبة للبيئة ومجرى الأحداث" (Sprinkle, 1992, p. 59). فنرى إن المخرج يوظف الإضاءة ذات المفتاح المنخفض في إبراز السمات البنائية للشخصية السيكوباتية، هذا ما شاهدناه في فيلم (هللويين)، إذ وظف المخرج المفتاح المنخفض في أغلب المشاهد ليث حالة من القلق والرعب لدى المتفرج، وكذلك يكشف عن قدرة الشخصية السيكوباتية في إبراز انحرافها الإجرامي وسط هكذا أجواء ضائية. فالإضاءة في السينما أهميتها القصوى. إنها العنصر الخلاق في تكوين الصورة وتعبيرتها، فهي تساهم في خلق جو المشهد، وخلق الإحساس بالعمق المكاني، وخلق جو انفعالي إلى جانب المؤثرات الدرامية" (Saleh, 2002, p. 293). إن طبيعة توظيف الإضاءة في بنائية المشهد يكشف لنا عن العديد من المعلومات ويعبر عن الكثير من المعاني، ولا سيما إن الضوء نص متكامل يرافق المكان بتفصيلاته وكذلك الشخصيات، إنه إضافة جمالية إلى الصورة المرئية.

المونتاج: يمتلك المونتاج وسائله البنائية وطرائق انتقاله ما بين اللقطات من أجل تعزيز المادة الدراماتيكية وإبراز سياق الأحداث على أساس السرد الصوري، فالمونتاج "وسيلة لإظهار المعنى وإبرازه، فتجاوز اللقطات ليس مجرد وصل ميكانيكي بينها، وإنما هناك دائماً هدف ما، معنى ما، قصد ما، مرغوب في إبرازه عبر علاقة التجاور تلك، والتي ما كانت توجد أصلاً لولا وجود المونتاج" (Abdel, 2008, p. 157). وترى الباحثة إن عملية الربط ما بين اللقطات سيقود بالفعل إلى إنتاج سياق صوري يؤدي غرض قص الأحداث في تسلسل منطقي يحمل شيفراته التي يفكها المتفرج ليصل إلى المعاني عن طريق ظاهر الأحداث الدرامية، وهذا ما يجعل المونتاج خلافاً للفكرة والدلالة، فضلاً عن أهميته في بناء الأحداث، "فالتكوين وهو التنسيق لصور متحركة تقوم بتأليف صور غير مباشرة" (Deleuze, 1997, p. 46). إن عمل المونتاج لا

يكن في الجانب القصصي وايصال الاحداث فحسب وإنما إحداث فجوات فكرية داخل سياق اللقطات واثارة فكرة او عاطفة مهيمنة على الاحداث، انه وسيلة وغاية في الوقت نفسه، فالمونتاج هو "اسلوب في التعبير، وهو قاعدة التجميع بين العناصر المتفرقة (اللقطات) يختص بها الفن السينمائي وحده، وله أهمية كبيرة وضرورة ملحة، وذلك بسبب الخصائص المادية والمعنوية، التي يتميز بها العرض السينمائي ذاته" (Feldman, 1996, p. 83).

يؤدي المونتاج دوراً تعبيرياً مؤثراً في التعبير عن سمات الشخصية السيكوباتية، عن طريق عمليات القطع والربط على اساس التماثل او التورية او حتى الاستعارة، فالشخصية السيكوباتية تحتاج الى وسائل تصويرية تكشف عن أعماقها او ما يجيش في صدرها، وهنا يكون المونتاج بنية بلاغية تسهم في اصال هذه المعلومات او الافكار الى المتلقي، و"تنظيم وترتيب الصور (اللقطات) الفيلمية في سياق دال، يعتمد على قدرة المتلقي على سد الفجوات والثغرات الموجودة بالسياق الفيدي" (Abdel, 2008, p. 156)، وهكذا يؤدي السياق الدال على بلورة الافكار وعرضها بنحو مجسد بواسطة التقابل او التناظر ما بين مضامين اللقطات بعضها مع بعض ولا سيما عند عرضها في سياق واحد، سواء عن طريق اظهار الرمز داخل اللقطة الواحدة ام بناء عدد من اللقطات التي تحمل الدلالة نفسها وتركز عليه، اذ ان المونتاج في "معناه ان طريقة بناء الفلم، اي ترتيب اللقطات، لها نفس اهمية مضمون اللقطات إن لم يكن أكثر من ذلك" (Fulton, B.T, p. 205).

الزمكانية: يُعدّ الزمن بنية اساسية ومهمة في تحديد السمات البنائية للشخصية السيكوباتية، ولا سيما ان الزمن يتكون عن طريق المكان وتفصيلاته وكذلك الاكسسوارات المكملة له، وهذا ما يجعل من الزمن بنية طاغية ترتبط بأفعال الشخصيات وما تقوله او ما تقوم به من احداث، ويمكن تحديد ملامح الزمن عن طريق علاقته بالمكان، فهناك "ارتباط جوهري بين الزمان والمكان، إذ في بعض الأحيان نعتقد أننا نعرف أنفسنا من خلال الزمن، في حين إن كل ما نعرفه هو تتابع تثبيبات في أماكن استقرار الكائن الإنساني" (group of authors, 1988, p. 21). فضلاً عن بقية عناصر لغة الوسيط التي تمتلك العديد من الدلالات الزمنية.

وترى الباحثة ان الزمن في الخطاب السينماتوغرافي هو زمن خيالي ينطلق من تجسيد الاحداث المتخيلة، وهو ما يعني القدرة على التحكم بالزمن سواء على مستوى الزمن الموضوعي وهو زمن الاحداث بنحو عام، ام مستوى الزمن الذاتي، وهو الزمن النفسي الذي تعيشه الشخصيات، ولا سيما في تحديد السمات البنائية للشخصية السيكوباتية، التي غالباً ما تعيش زمنها الذاتي الخاص، فهي تنطلق من مثيرات داخلية لا يمكن لها ان ترتبط بالزمن الموضوعي، بل هو زمن خاص؛ لأنها لا ترتبط بالواقع، انها خارج نطاق الزمن البشري، ويكشف الزمن الذاتي عن "القدرات الخارقة لهذه الشخصية، فيغدو زمن الشخصية متغيراً" (Ibrahim, 2001, p. 77). وهذا ما يجعل من الزمن مطوعاً يمكن تهشيمه واعادة بنائه بطرق متعددة، وهو ما يؤكد امتلاك الزمن "قدر كبير من المرونة في تناوله، فما تم تحطيمه في حقيقة الأمر هو المفهوم الموضوعي والمنطقي للحيز الزمني القابض على الشخصيات والاحداث، فالتبدلات والتحولات الزمانية قد

ارتبطت برغبات الشخصيات الفيلمية، فلم يعد الزمان يشكل عائقاً مادياً أمامهم، بل هو متغير وفقاً للأهواء، التي تجعله مرناً وقابلاً للتغيير في ذات اللحظة" (Abdel A., 2010, p. 512).

ان القصة النفسية تسمح للمخرج التعامل مع مستويات الزمن الذاتي والموضوعي بنحوٍ سلس عبر الوسيط السوري من حيث سياق عرض الاحداث او تركيبها بنحوٍ مغاير للحياة الواقعية، عبر انتزاع شخصية السيكوباتية من السياق الواقعي للزمن وادخالها في زمن آخر يحمل قدرة تراتبية مغايرة عن الزمن الموضوعي، مثل عملية "تقديم حدث على آخر او استرجاع حدث او استباق حدث قبل وقوعه" (Bu Azza, 2010, p. 88)، او حتى بناء صور سينمائية ذات دلالات زمنية ترتبط بأكثر من زمن (ماضي، وحاضر، ومستقبل)، فيكون الناتج هو تركيباً زمنياً متفرداً لا يستطيع اي فن انتاجه غير الفن السينمائي، مثل تجسيد و"عرض المستقبل المحتمل حدوثه كما في الخيال العلمي وكذلك التنبؤ بحيث يزيد الحماسة لتقديم ما يعوض مرثياً عن انقطاع الاستمرارية في الزمان". (Madsen, 1973, p. 45)

للمكان خصوصية في الاعمال التي تتناول الامراض النفسية، فالمكان يغدو فاعلاً مشاركاً في الاحداث يؤثر فيها ويتأثر بها، لذا فان المخرجين يولون عناية فائقة في صناعة وتصميم المكان بالنسبة الى الشخصية السيكوباتية لتحديد سماتها البنائية، ف"المكان كون متحقق من الروابط الطبيعية التي تجمع الأشياء وتؤلفها" (Muslim, 2002, p. 113)، وهو بذلك يكون محملاً بالعديد من المعلومات والدلالات الصورية، والمكان ضرورة لا غنى عنها في بناء الشخصيات والتعبير عنها او كشف نوعية الاحداث والافعال التي تقوم بها الشخصيات، فبإمكاننا ان نفرغ الصورة من اي حقيقة إلا من حقيقة واحدة وهي المكان. (Bazan, 1968, p. 116). ان تأثير المكان في الاحداث يأتي من قدرته التجسيدية والتضمينية لهذه الاحداث، فهو يجعل من المجرّد مجسداً سواء افعال الشخصيات ام حتى طبيعة الاحداث التي تجري في فضاء المكان نفسه، ولا سيما ان طبيعة بناء المكان لا يعني الامتداد المباشر له، بقدر عملية انتقاء دقيق ومدروس من المكان وعرض ما يمتلك من تأثير كبير يرتبط بالشخصية السيكوباتية او الاحداث، وعليه فالمكان ليس امتداداً للمكان الطبيعي، بل انه مكان قصدي يراد منه اثاره العديد من الافكار والدلالات، وهنا تصبح وظيفة المكان تجسيد المجرّد من الافكار وجعلها مرثية فضلاً عن عملية المحاكاة للواقع او الخيال الذي يتصوره المخرج في معالجته الاخراجية؛ لأن الصورة في الخطاب السينماتوغرافي تستطيع التحكم ب"المجردات من خلال تجسيدها في ملموسات، واقرب هذه الملموسات هي الاحداثيات المكانية" (A group of authors, 2010, p. 21) ففي فيلم (الجوكر) وظف المخرج بنحوٍ يكشف عن خصوصية هذه الشخصية السيكوباتية، فالمكان متحرك ومتنوع، انه يعكس حالة القلق والاضطراب النفسي الذي تعيشه الشخصية، فصار المكان فاعلاً مشاركاً في الاحداث، ولا سيما المشاهد التي يتخيل بها الجوكر الاحداث وكأنها حقيقية، في حين كانت مجرد خيال ووهم اوجده عقله المريض تجاه الحياة والشخصيات الاخرى. اذ "يجب ان ندرك ان كل مكان مرتبط بمعالم معينة. وتؤثر هذه المعالم في الأحداث التي تقع هناك" (Val, 1997, p. 54)، وهذا الارتباط ما بين الشخصيات من جهة والاحداث من جهة اخرى داخل فضاء المكان؛ لا بد من ان يجعل من وظيفة المكان تفسيرية وتوضيحية تكشف لنا عن المضمّن من الافكار والافعال التي ترتبط بالشخصية السيكوباتية.

ويؤدي المكان دوراً كبيراً في إبراز الموضوع؛ لأنه يعبر عن "العالم الخارجي الذي يجسد الاحساس بالأشياء والتعامل معها والتألف والانسجام والنفور من بعضها وتبدأ الأشياء باكتساب خصائص وصفات نوعية تميزها عن سواها بما تمتلكه من خصائص عيانية" (Muslim, 2002, p. 16)، فالمكان هنا دالٌّ على مخالفة هذه الشخصية لكل المعايير المعروفة في العالم الطبيعي التي تحكم افعال الشخصيات التقليدية، وهو ما يمثل عملية تماهي ما بين الشخصية من جهة والمكان غير الواقعي من جهة أخرى، فالمكان "قادر على ان يظهر الكثير من الدلالات المرتبطة بالشخصية، ويظهر الأجواء النفسية السائدة والمكان بكونه تحدياً للروائي والسينمائي في أن معاً هو فرصة للتعبير عن القدرة في صياغة وتشكيل الأشياء وإبرازها، وهو مناخ تعبيري للإفصاح عن دواخل الشخصيات وأفكارها بواسطة البنى المكانية" (Muslim, 2002, p. 113)، عبر محاولة التعبير عن ظاهر المكان واعماقه أيضاً، أي الدلالات التاريخية أو الماضية التي ترتبط بالشخصية والاحداث، وهو ما يعني تضمين المكان بالعديد من الاكسسوارات التي تكشف تاريخ الشخصية السيكوباتية في محاول لفهم ما يقوم به او التنبؤ بما سيفعله.

وترى الباحثة ان المخرج يكيّف المكان عن طريق اختيار الديكورات التي ترتبط بخصوصية الشخصية المادية والنفسية، وليس البحث عن الدلالة الجمالية فحسب، فالديكورات عنصر درامي يساعد المتفرج على فهم ابعاد الشخصية وما تقوم به، والديكور هو "المنظر المشيد داخل الاستوديوهات السينمائية.. ليحاكي به واقع الحياة ويوهم المشاهد انه حقيقي.. وهو عبارة عن كل الوسائل الهندسية والزخرفية والحرفية التي تساعد في اقامة المنظر داخل الاستوديوهات أو خارجها" (Morsi, 1973, p. 3)، اذ يكشف الديكور عن نوع من العلاقة ما بين تفصيلات الديكور والشخصية السيكوباتية، التي غالباً ما تتكى على الديكورات في الكشف عن انفعالاتها وكأن الديكور شخصية مشاركة بالاحداث، "اسباب عديدة اهمها الطريقة الحميمة التي يساهم بها الديكور في الدراما، بتحديد السلوك السايكولوجي للشخصيات" (Martin, 2017, pp. 61-62)، وهنا يكون الديكور مفسراً ومشاركاً في الاحداث. وهذا ما ينطبق على الاكسسوارات التي تكون دوال اساسية في اللقطة او بناء المكان، فالاكسسوارات هي مكملات المكان وهي تكشف عن خصوصية الشخصية السيكوباتية؛ لان الاكسسوارات سواء المرتبطة بذات المكان ام تلك التي تحملها الشخصية لها دلالات واضحة مباشرة وغير مباشرة مع الاحداث، فضلاً عن اهمية الاكسسوار في جذب انتباه المتفرج تجاه بعض التفصيلات داخل المكان او عند الشخصية؛ لأن قدرة الاكسسوار تبدأ أولاً في اثارة "الاهتمام بالأشياء التي تتصل بالحدث" (Ashley, B.T, p. 119). وترى الباحثة ان وجود الاكسسوار يعني معرفة اسرار الشخصية او حتى جزء من حياتها الماضية او ما تعرضت له من احداث وافعال. مؤشرات الاطار النظري.

1. تقوم الشخصية السيكوباتية بأفعال غير مألوفة ولا تنسجم مع المحيط العام للاحداث في الخطاب السينماتوغرافي
2. يمثل الزمكانية بنية اساسية في اظهار السمات البنائية للشخصية السيكوباتية داخل بنية الخطاب السينماتوغرافي

3. تكشف الاضاءة عن الطبيعة النفسية للشخصية السيكوباتية في بنائية اللقطة داخل الخطاب السينماتوغرافي.

اجراءات البحث.

أولاً: منهج البحث: لغرض انجاز هذا البحث اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، الذي ينطوي على التحليل في انجاز هذا البحث للوصول إلى اهداف البحث.

ثانياً: اداة البحث: هي المؤشرات التي افرزت من الاطار النظري بعد عرضها على لجنة الخبراء* التي جاءت نتاجها متوافقة بنسبة 100%.

ثالثاً: مجتمع البحث: يتمثل مجتمع البحث في الافلام السينمائية التي اعتمدت الشخصية السيكوباتية، وقد اختارت الباحثة عينة قصدية، وهي الفيلم السينمائي (سبليت).

رابعاً: وحدة التحليل: اعتمدت الباحثة على اللقطة كوحدة بنائية رئيسة في فيلم (سبليت).

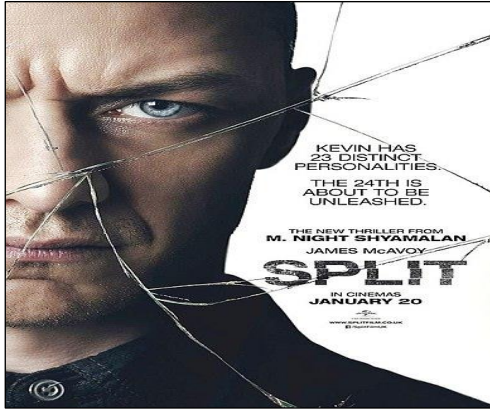
خامساً: عينة البحث: اختيرت عينة البحث بالطريقة القصدية** لكي تتناسب مع موضوع البحث لتلائم تحقيق اهدافه التي تمثلت بالفيلم (سبليت).

سادساً: تحليل العينة: فيلم سبليت

سيناريو واخراج: إم نايت شيامالان

تمثيل: جيمس مكافوي، وأنيا تيلور، وبتي باكلي

انتاج: 2017



ملخص قصة الفيلم: شاب يعاني من اضطراب

نفسى وانحراف اجتماعي، يمتلك 23 شخصية،

يخطف الشاب ثلاث فتية ويسجنهن في مكان

معزول، ويطل علمهن بشخصية جديدة في كل مرة،

تبدا الشخصية الاخيرة وهي الوحش بمحاولة التحرر

والسيطرة والاستحواذ على الشخصيات الاخرى،

الذي يقود جميع الشخصيات البطل بالتصارع ومواجهه بعضها البعض لتحديد مصير الفتيات المختطفات.

* تالفت لجنة الخبراء من الاساتذة:

1- أ.د.عبد الباسط سلمان ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد.

2- أ.د.ماهر مجيد ابراهيم ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد.

3- أ.م.د.براق انس المدرس ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد.

** العينة المختارة قصديا فيلم (سبليت):

1- حاز على جائزة افضل فيلم غموض واثارة للعام 2017.

2- يتميز قصة الفلم على شخصية سيكوباتية.

3- يتلائم ومتطلبات البحث للوصول الى النتائج المتوخاة.

المؤشر الاول: تقوم الشخصية السيكوباتية بأفعال غير مألوفة ولا تنسجم مع المحيط العام للاحداث في الخطاب السينماتوغرافي .

يعتمد فيلم (سبليت) على قصة نفسية استطاع المخرج ايجاد معادلات صورية تنسجم وخصوصية الشخصية السيكوباتية، فظهرت شخصية البطل (كيفن)، بنحو مضطرب، يعيش أكثر من حياة، ويتمص أكثر من شخصية، اذ تعيش الشخصية حياة نفسية مركبة، لذا فان افعال هذه الشخصية غالباً ما اتسمت بعدم المألوفية، ومغايرة عن المحيط العام للاحداث الفلمية، ولا سيما ان المخرج استطاع ايجاد دلالات صورية تكشف عن اعماق هذه الشخصية وسبب القيام بالافعال غير المألوفة التي قام بها مثل الاختطاف واحتجاز النساء بل قتلهم وأكلهم، الا ان هذه الشخصية المضطربة تعاملت بطريقة ودية ومألوفة مع شخصية كايسي، وكوّن معها نوعاً من العلاقة تختلف عن بقية ضحاياها. ومن اجل معرفة سبب هذا التحول في سلوك شخصية كيفن السيكوباتية، وعدم تعرضه او ايدائه لشخصية كايسي، فشخصية كيفن وكايسي هما ضحيتان، وفي ماضيهما العديد من الاضطراب والمشكلات التي تعرضا لها، اذ ان كليهما في الواقع ضحيتان لطفولة مضطربة، فباري تعرض للعنف المنزلي ما كان السبب في إصابته بالفصام، وكايسي تعرضت للتحرش الجنسي من عمها، ما جعلها انطوائية وغير قادرة على التواصل مع الآخرين إلى الآن. عبر ذلك التضفير، يود شايلامان أن يصل بنا للاستنتاج الذي لا يخلو من الافتعال، عن كون الجاني والمجني عليه غير مختلفين كثيراً بعضهما عن بعض، وأن كليهما ضحية لشيء أكبر منهما. وعبر هذا أيضاً يضع تأسيساً لما ستشعر به شخصية الوحش من تعاطف مع كايسي ما سيجعله يحجم عن إيذائها.

ان انضباط كيفن في تعامله مع كايسي جاء بسبب تشابه الظروف الحياتية التي مرت بهما، وهو ما جعله يشعر بالظلم الذي تعرضت له، وهنا نجح المخرج في ابراز خصوصية كيفن في التعامل مع الاحداث الفلمية على الرغم من كونه شخصية مضطربة، وهذا لم يمنع من افعاله المتوحشة وغير الانسانية تجاه بقية الشخصيات التي اختطفها وغضبهن وقتلهن.

المؤشر الثاني: يمثل الزمكانية بنية اساسية في اظهار السمات البنائية للشخصية السيكوباتية داخل بنية الخطاب السينماتوغرافي.

الزمن الذي يعيشه البطل(كيفن) زمن ذاتي فهو يحاول جمع حياته الماضية بنحو اني داخل الحاضر او الاحداث التي تجري الان، اي زمن الفيلم ، والمخرج استطاع ايجاد دلالات صورية تكشف عن اعماق هذه الشخصية وسبب القيام بالافعال، حيث وضح الفلاش باك أو عرض أحداث جرت في الماضي لشرح وتفسير الاضطراب الذي تعيشه الشخصية، التي تعرضت لطفولة مضطربة، وقاد الاسترجاع الى اماكن مختبئة في ذاكرة الشخصية مما جعل للاحداث خصوصية مميزة، يكون فيها الزمن اداة للكشف والتعرف على علاقة الشخصية بالمحيط البيئي الذي نشأت فيه، كاشفا العالم الشخصي وما يرافقها من التحول او امتلاكها لعدد من الشخصيات، والذي انطلق من مشاهدة لاحداث الزمن الماضي واحداث الزمن الحاضر ، اذ يظهر الماضي في الحاضر ضمن لقطات الفلاش باك، مؤديا بذلك انشاء صلة بين عدد كبير من الاحداث في الحاضر والماضي عن طريق كسر التعاقب الزمني، مع توالي الاحداث وتوالي المتغيرات، لتنتقل

من شخصية الى اخرى عقب تطور احداث العمل الدرامي، والماضي بدا حيا في حياة الشخصية، واستحضر حالما تذكره الشخصية ليبرر الافعال والدوافع.

واستطاع المخرج توظيف المكان السينمائي بنحوٍ ينسجم وخصوصية السمات البنائية للشخصية السيكوباتية، وكذلك جعل القصة تدور في منطقة ظلّية ما بين الخيال والحقيقة، فالمكان اشبه بسجن مهجور سري في اعماق الارض داخل معمل، هو المكان الذي كان يعيش وسطه كيفن. ان خصوصية المكان تكشف عن سمات شخصية كيفن، فهو شبه معتم بعيد عن الاعين، لا يحتوي على اثار مناسب بل عبارة عن بنية تحتية لمشروع المياه، فزرى الانابيب، تمتد في اعلى سقف المكان، كذلك بعض الغرف الضيقة، وكذلك مشبكات من الحديد اشبه باقفاص الحيوانات، وفي هذا المكان كان كيفن يأتي بضحاياه ويبدأ بتعذيبهم وقتلهم في نهاية الامر، ان ما يميز هذا الفيلم السينمائي هو شخصية كيفن نفسها، التي تعاني من عدد كبير من الامراض النفسية، بسبب النشأة السيئة والظروف القاهرة التي عاشها بطفولته، فجعلت منه انساناً محطماً يسعى الى الانتقام من الجميع. ان شخصية كيفن تمتلك القدرة على الظهور بعدد كبير من الشخصيات، (24) شخصية، كل شخصية كانت تمتلك حظوظاً في حياته الماضية، انه قد يكون شخصية رقيقة جداً، او شخصية امرأة حازمة متسلطة، او شخصية رجل وحش يأكل اجساد ضحاياه، او فنان ورسام وموسيقي، شخصيات اخرى، تظهر في كل لحظة لا يستطيع كيفن السيطرة عليها او معرفة زمن حضورها وتجسدها وسيطرتها على جسده. ما يميز هذه الشخصيات هو امتلاكها لاسم وتفصيلات حركية وادائية تختلف عن بقية الشخصيات. وقد نجح الممثل بطريقة مميزة وعبقرية في التعبير عن هذه الشخصيات العديدة وتحولاتها المفاجئة داخل الاحداث الفلمية.

وترى الباحثة ان المخرج نجح بنحوٍ لافت للنظر في بناء مكان ينسجم وخصوصية السمات البنائية للشخصية السيكوباتية، فالمكان المهجور السري اسفل الارض، المكان الخالي من التفصيلات الذي لا يحمل اي ذكرى او دفاء؛ كان يمثل حياة كيفن نفسه، انه عاش طفولة القاهرة، إذ تعرض للاغتصاب والتعنيف والضرب، والهروب، شخصية لا تمتلك الا ذكريات حزينة مؤلمة.

وما يميز المكان السينمائي الذي حقق بنسبة كبيرة تشابهاً وتمثالاً مع شخصية كيفن، هو السرية او المكوث في باطن الارض، انه اشبه بالاسرار التي يحملها كيفن لا يستطيع البوح بها؛ لانها تمثل جروحاً غائرة وندباً لا يستطيع نسيانها او حتى التحدث بها، وهنا اصبح المكان فاعلاً في الكشف عن الحياة الماضية للشخصية الرئيسية في فيلم سبوت.

المؤشر الثالث: تكشف الاضاءة عن الطبيعة النفسية للشخصية السيكوباتية في بنائية اللقطة داخل الخطاب السينماتوغرافي .

يعتمد الفيلم الذي يتناول قصص رعب او قصص النفسي على الاضاءة والنص الضوئي في بناء القيم الجمالية والدرامية والنفسية وكذلك بث الرعب في نفوس المتفرجين، فالإضاءة هنا عنصر نوعي يستطيع اضاءة معانٍ عديدة لافعال الشخصيات او خصوصية المكان السينمائي نفسه. وقد نجح المخرج بطريقة مميزة في ايجاد نص ضوئي يتماهى وخصوصية الافعال او الشخصية السيكوباتية.

فحينما يقوم كيفين (شخصية دينيس) الشخصية السيئة التي يتقمص بها عند قيامه بالافعال الشريرة والسيئة، باختطاف ثلاث فتيات في مقتبل العمر، وحبسهن في مكان ما غامض تحت الأرض يبدو كأنه جزء من شبكة أنفاق تحتوي على عدد كبير من الحجرات والممرات المتتوية أشبه بالمتاهة التي تجعل هروبهن مهمة شبه مستحيلة.

تستيقظ الفتيات الثلاث (كايسي) و(كلير) و(مارسيا) بعد أن قام دينيس بتخديرهن ليجدن أنفسهن نائمات وسط حجرة نظيفة صغيرة بلا اثاث او ديكورات انها شبه بزنانة موصدة بطريقة لا يمكن الخروج منها؛ لانها مغلقة بإحكام، في هذه الغرفة الصغيرة كان هناك حمام صغير، وكأن القاتل يخبر ضحاياه ان لا خروج قريباً من هذا المكان مهما كانت الاسباب. الصمت المطبق والاحساس بالموت المقبل اثار الرعب بنحو كبير في نفوس هذه الشخصيات الثلاث، ولا سيما بعد دخول كيفين (دينيس) الى الغرفة وهو يحمل الطعام، كان يبدو هادئاً لا يظهر اي انفعال او حتى أي سلوك مضطر او غير سوي، الا ان ما طلبه منهن بدأ يكشف عن خصوصية الشخصية السيكوباتية التي تتميز بالانانية واكتساب السعادة حتى لو كان على حساب تعاسة الآخرين وعذابهم، اذ يأمر احدى الفتيات الثلاث بالقيام بالرقص له، وكأنه هناك يحاول تقليد شخصية امير او ثري يحب ان ترقص من حوله النساء، اوجد المخرج معادلات صورية ومعالجات ذات اشتغالات سينمائية متميزة حينما شرع في الكشف عن الشخصيات التي تختبئ في اعماق شخصية كيفين، اذ سرعان ما تحول كيفين الى شخصية باتريشيا بملابس نسائية، تنورة وعقد حول عنقها لتعتذر عن سلوك دينيس القاسي، وفي ما بعد يأتين الصغير هيدويج ليحدثهن عن عراقك بين شخصيات دينيس المختلفة، وحوّل انتظارهم جميعاً لوحش آتٍ - هو الشخصية الرابعة والعشرون لكيفين الذي تدور أحداث الفيلم بنحو كامل في انتظار ميلادها وظهورها الخارق - وأن دينيس اختطفهن كي يلتهمهن الوحش في النهاية. وترى الباحثة ان المخرج استطاع في فيلم سبليت بناء نص ضوئي يمتلك خصوصية الشخصية السيكوباتية، سواء على مستوى الافعال ام طبيعة المكان الذي يعيشه او حتى المضمير من افكاره وتصوراته النفسية المريضة، فالضوء كان عاملاً مهماً ومشاركاً في الاحداث الفلمية؛ لأنه عكس اعماق الشخصية السيكوباتية وصار جزءاً لا يتجزأ من المنظومة التعبيرية للفيلم ككل. فالاضاءة البقعية او مفتاح الضوء المنخفض كان هو المهيمن على اضاءة المكان السينماتوغرافي، وهو ما اثار الرعب والتوجس.

النتائج.

1. يكشف المكان عن خصوصية الشخصية السيكوباتية التي تكون شخصية مركبة، تنطلق نحو السيطرة والعدوانية، وهو ما يجعل المكان مساعداً في فهم ابعاد هذه الشخصية كما ظهر في تحليل عنية البحث.
2. يوظف المكان المنفرد او السري في التعبير عن السمات البنائية للشخصية السيكوباتية، فالمكان يمتلك خصوصية الشخصية نفسها، انه شبه معتم، معزول وغير معروف من الجميع، انه المكان الذي تشعر به الشخصية السيكوباتية بالقوة والارتياح.
3. تظهر الافعال التي تقوم بها الشخصية السيكوباتية عن حالة من السادية التي ترتبط بالقدرة على ايداء وتعنيف الاخرين من اجل الحصول على المتعة او السعادة، كما ظهر في عينة البحث.
4. السيكوباتية شخصية مركبة من عنصرين أساسيين هما حب السيطرة والعدوانية. هذان العنصران لا يوجدان كحالة غير سوية اعتيادية، ولكنهما يوجدان بشدة في السيكوباتي، فحب السيطرة يصل الى مرض السيطرة، والعدوانية تصل الى درجة يؤدي فيها السيكوباتي أسرته وجيرانه.
5. تكشف الشخصية السيكوباتية عن بنية زمنية ذاتية تتداخل مع الزمن الموضوعي.
6. يوظف الزمن الماضي اداة للكشف عن تاريخ الشخصية السيكوباتية مبررا للسلوك عبر توال الاحداث عن طريق تقنية الاسترجاع.
7. تمثل الاضياء عنصراً مهماً في الكشف عن خصوصية الشخصية السيكوباتية في اظهارها بأنها شخصية تمتلك اكثر من سلوك ومضطربة، ويمكن لها تجسيد عدد كبير من الشخصيات، التي تنتمي لشخصية السيكوباتي نفسه. كما ظهر في عنية البحث.

الاستنتاجات.

1. يمتلك الفن السينمائي القدرة على تجسيد السمات البنائية للشخصية السيكوباتية عن طريق عناصر لغة الوسيط المرئي.
2. للصورة دلالات واضحة ومباشرة وغير مباشرة تعبر عن ابعاد وسمات الشخصية بنحو عام والشخصية السيكوباتية بنحو خاص.
3. للديكورات علاقة وطيدة في تحديد ملامح الشخصية السيكوباتية وسماتها.
4. تؤدي الاكسسوارات دوراً مهماً في فهم طبيعة افعال الشخصية السيكوباتية او افكارها.

References:

1. Al-sudani, K. (2020, September 15). *Productive scenes in TV series*. AL-academy Journa, p. 98.
2. A group of authors. (1988). *Aesthetics of the Place. Casablanca*: Cordoba House for Printing and Publishing.
3. Abdel , A. (2008). *The Film between Language and Text*, Damascus. Publications: Ministry of Culture Publications -The Foundation Cinema General.
4. Abdel, A. (2010). *Postmodernism and Cinema*. Damascus: Publications of the Ministry of Culture - General Film Corporation.
5. Abu Shady, A. (2006). *The Magic of Cinema*. Cairo: The Egyptian General Book Authority.
6. Ashley, D. (B.T). *Drama*. Cairo: Mukhaimer Press.
7. Askar, R. (2004). *Clinical Psychology*. Cairo: The Egyptian Renaissance Library.
8. Bazan, A. (1968). *What is cinema?* Cairo: The Anglo-Egyptian Library.
9. Bu Azza, M. (2010). *Narrative Text Analysis*. Beirut: Arab Science House Press.
10. Clark, C. (1968). *Cinematography for Professionals*. nited Arab Emirates: Ministry of Culture and Information.
11. Deleuze, G. (1997). *The Philosophy of the Moving Image*., Damascus: Ministry of Culture.
12. Feldman, J. (1996). *Film Dynamics. Egyptian*: The Egyptian General Book Authority.
13. Fulton, A. (B.T). *Cinema is a machine and art*. Cairo: rab Center for Culture and Science.
14. Gaddafi, R. (1991). *Mental Health and Consensus*. Egypt: Modern University Office.
15. group of authors. (2010). *Encyclopedia of Psychology for Education*. Lebanon: Goals of Psychology.
16. Hadar, A. (2013). *Diagnosis of Personality Disorders*. Algeria: Jusoor for Publishing and Distribution.
17. Hammouda . (2007). *The deviations of events*. Egypt: Dar Al-Fikr Al-Jamaa.
18. Ibrahim, M. (2001). *Intertwining Iraqi myths in the cinematic*. Iraq.
19. Ibrahim, M. M. (2005, 1 4). *Temporal Structures in the Narrative of Contemporary Film*. niversity of Baghdad - College of Fine Arts, p. 12.
20. Jacob, L. (2006). *The Film Mediator*, Ter, Abiya Hamzawy. Damascus: the General Film Organization.
21. Janeti, L. (1981). *nderstanding Cinema*. Iraq: Dar Al-Rashid.

22. Kees, A. (2009). *Psychiatry and Clinical Psychology*. United Arab Emirates: University Book House.
23. Madanat, A. (2007). *Imagination Lenses*. Damascus: Publications of the Ministry of Culture - General Film Organization.
24. Madsen, R. (1973). *the impact of film* Ma cmillan publishing co. New York: First printing.
25. Marner, T. (1983). *Film Director*, TR, Ahmed El-Hadary. Cairo: Egyptian General Book Organization.
26. Martin, M. (2017). *The Film Language*. Cairo: Arabic Pens for Publishing and Distribution.
27. Morsi, A. K. (1973). *The Dictionary of Film Art*. Egypt: The Egyptian General Book Authority.
28. Muslim, T. (2002). *The Genius of Image and Place*. Amman: Dar Al Shorouk for Publishing and Distribution.
29. Palach, B. (1991). . *Film Theory*, TR, Ahmed El-Hadary (and others). National: Ministry of Culture, National Film Center.
30. Radi, M. (2005). *The Art of Light*, Damascus. Culture: Ministry of Culture - the General Film Corporation.
31. Saleh, A. (2002). *The Face and the Shadow in Film Acting*. Beirut: Arab Foundation for Studies and Publishing.
32. Shakeshk, A. (2009). *Psychiatric Diseases and Psychotherapy*. Amman: Sunrise House.
33. Sprinkle, P. (1992). *Aesthetics of Photography and Lighting in Film and Television*. Baghdad: House of Cultural Affairs.
34. Val, Y. (1997). *The Art of Screenwriting, a previous source*. Egypt: General Book Authority.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/113-130>

Structural Features of Psychopathic Personality in Cinematographic Discourse

Maha Faisal Ahmed¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 15/1/2021.....Date of acceptance: 15/2/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

The dramatic personality represents the most important nerve in the cinematographic discourse due to what it represents of a permanent presence in various types of TV and cinematic stories. That is what makes the cinematographic discourse always seek to introduce the human personality in multiple methods. The psychopathic personality is a type of the personalities that got distinguished presence in the TV and cinematic productions. This is what drew the researcher's attention for the topic of the research for which she used title: structural features of the psychopathic personality in the cinematographic discourse.

The theoretical framework included the research problem which is determined by the following question: what are the structural features of the psychopathic personality in the cinematographic discourse? The researcher, then, determined the importance of the research as well as the research objective and limits. The theoretical framework consists of two sections: the first section: the psychopathic personality, features and types. The second section: the cinematographic structure of the psychopathic personality. The researcher concluded a number of indicators from the theoretical framework. The research procedures included the research methodology, tool, community, analysis unit, and sample. Finally the analysis of the intentional sample represented by the cinema movie (Split). The researcher came up with a set of results from the analysis of the research sample and conclusions.

Keywords: Personality psychopathy, photograph, cinematographic discourse

¹ College of Dentistry - University of Baghdad, mahaalias2020@gmail.com .

المستويات الجمالية في متغيرات الشكل في الافلام الاستعراضية الفيلم الهندي (main Tera hero) أنموذجا

غسان محسن حمد¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229

تاريخ استلام البحث 2020/11/20 , تاريخ قبول النشر 2021/2/7 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث:

ان الفيلم الاستعراضى نوع من أنواع الافلام الروائية الذي يمتلك عناصر خاصة تساهم في زيادة جمالية الشكل في بنائه وقد شرع الباحث بدراسة هذا النوع الفيلى من خلال البحث في ماهو مفهوم الفيلم الاستعراضى وتاريخ تطوره ومن هم أهم نجومه من ثم التطرق الى السينما الهندية المتمثلة بيوليوود التي تعد مدرسة لهذا النوع الفيلى وقد تطرق الباحث لدراسة اهم العناصر المؤثرة والداخلية في انتاجه ودراسة تلك العناصر التي تساهم في بناء الشكل ومنها التكوين وحركات الكاميرا والعدسات والإضاءة واللون والإزياء الخ وما لها من تأثير في تشكيل لون جمالي خاص للفيلم الاستعراضى .

مشكلة البحث:

منذ ولادة الفن السابع السينما توالى معها تجارب المخرجين وصانعي الافلام وادت الى ظهور الواقعية والانطباعية وبدورها افرزت اجناس فيلمية ومنها الافلام الوثائقية وألأفلام الروائية بحيث ظهر الفيلم الروائى كجنس قائم بحد ذاته والذي يضم عدة أنواع فيلمية ومنها الافلام الرعب والرومانسية والكوميديا والفنتازية والمغامرات والاكشن الخ ومن هذه الأنواع هي أفلام الاستعراضية حيث لجأصانعو أفلام لاننتاج افلام ذات مسحة موسيقية وغنائية لغرض تحقيق المتعة للمتلقى وزج المطربين المشهورين في وقتهم لزيادة ارباح شبكات التذاكر ومنهم المطرب الفيس بريسلي وجون ترافولتا ومايكل جاكسون ومادونا حيث حققت بعض من هذه الافلام ارباح خيالية ورشحت بعض منها الى جوائز الاوسكار وكانت السينما الاسيوية ومنها الهندية خاصة دورا كبيرا في انتاج هذه الأفلام والذي أصبحت السمة البارزة لبوليوود والتي انتجت العشرات من هذه افلام وحققت إيرادات وأرباح خيالية وكان لابد للباحث ان يطرح السؤال الاتي:

ماهي المستويات الجمالية في متغيرات الشكل في أفلام الاستعراضية

¹ جامعة بغداد، قسم النشاطات الطلابية، Whmd100@gmail.com.

اهمية البحث:

- 1- للبحث اهمية بالنسبة للعاملين في مجال السينما ولطلبة السينما في معاهد وكليات الفنون الجميلة.
- 2- رفد المكتبة الوطنية ببحث جديد حول أليات بناء الفيلم الاستعراضي.

اهداف البحث:

يهدف البحث الكشف على اهم العناصر التي تساهم رفع مستويات جماليات الشكل في الافلام

الاستعراضية:

حدود البحث:

الحد المكاني: استديوهات بوليوود الهند.

الحد الزمني: كل تاريخ الافلام الاستعراضية من البداية إلى الان.

الحد الموضوعي: تتعلق بعنوان البحث.

الاطار النظري

المبحث الاول: مفهوم الفيلم الاستعراضي:

إن ظهور السينما هذا الفن الجميل الذي جمع واحتواها وعبر عنها كافة الفنون من خلال شاشتها الذهبية ومنها الموسيقى هذا الفن الملى بالجمال والمتعة ومن خلال تطور تقنيات السينما ودخول الصوت الموسيقى الى جانب الصورة ادرك صانعي الافلام اهمية انتاج افلام ذات طابع وموسيقي استعراضي لة مواصفات خاصة قائمة على الغناءوالرقص والالوان واضاءة مميزة يضاف كنوع فيلي الى الأفلام الروائية وكان الهدف منة زيادة الاقبال على شباك التذاكر ولاسيما عند إدخال المطربين المشهورين في وقتهم وعرض اغانهم من خلال فيلم يحمل قصة ويحتوي على تشويق وعناصر الدرامية ومؤثرات بصرية وصوتية الخ ويعرض بطقوس خاصة من خلال صالة عرض سينمائية وهذا ما اكد عليه الباحث حسام الدين (يعالج الفيلم الغنائي او الاستعراضي المادة الموسيقية كجزء أساسي من القصة اذ تهض المادة السردية ككل او جزء منها لغرض جذب الانتباه وتقديم المعلومات للمتلقي في الصورة وانما يحسها) (Al-Bashlawi, 2005, p. 143) وتعد وتعتبر أفلام الاستعراضية ذات تكاليف إنتاجية عالية حيث كلفت اموال طائلة لصانعي الافلام هوليوود التي هي مولد انطلاقتها وكان فيلم (the wizard of Oz) الذي أنتج عام 1939 وهو فيلم فانتازيا غنائي مقتبس عن رواية كانت قد اصدرت في عام 1900 بعنوان (الساحر العظيم في بلاد اوز) من تأليف (ال.فرانك بايوم) الكاتب الذي مات قبل اصدار الفيلم بعشرين عاماً ويعد واحد من كلاسيكيات السينما العالمية ومصنفت تحت بند ال Culture Movie h أو الافلام المؤثرة في الثقافة إذ يكرس مبدأ هام ألا وهو,,, لا شيء يضاهي الوطن.

أفلام الاستعراضية او الموسيقية تكون للموسيقى فيها تأثيرا دراميا "فالتونة الموسيقية او النوتات البارعة التي تستخدم لكي تاكد لحظة درامية للفيلم ومن اهم مايميز هذه النوع من الافلام هو الاهتمام بالشكل ويعتبر الفيلم الموسيقي وليدا للافلام هوليوود وهو عادة مايكون دراماتيكا مليئة بالالوان وغير بعيد عن الاتصال عن الحياه الواقعية وهو أما معتمد على عزفا موسيقيا جاهزة او مكتوب خصيصاً حول اغان اصلية لة (Daly, 1987, p. 211) ومن هذا المنطلق اصبح للفيلم الموسيقي او الاستعراضي سمة خاصة بة

ومن كل ما ذكر أذ توالفت الافلام الموسيقية بعد الفيلم المذكور انفاً وازدهرت صناعة او انتاج هذه الافلام بعد الحرب العالمية الثانية أذ شهدت امريكا بذلك الوقت استقرار سياسي وازدهرت اقتصاديا مما شجعا المنتجين الى إنتاج هذه النوع هذا النوع من الافلام ومن الجدير بالذكر ان بعض هذه الافلام ترشحت للاوسكار الى جانب الانواع الفيلمية ومنها افلام الجريمة الحربية الاجتماعية والمطاردة الخ "وعلى المخرج ان يكون خبيراً تقنيا لكي يستطيع استخدام الموسيقى بشكل موثر وعلى المخرج ان يعرف ما يريد من الموسيقى دراميا وان واجب المخرج هو ان يترجم هذه الحاجات الدرامية الى مصطلحات موسيقية" (Janeti, 1981, p. 273),

اذ تؤدي الموسيقى دوراً في عملية التصعيد الدرامي ومن الافلام التي أفاد أو استغل الموسيقى هو(المخرج تشاك راسيل) إذ وظفها بشكل ممتاز وبارع ففي فيلم (القناع) عام 1994 بطولة جيم كيري وظفها من ناحية التصعيد الدرامي ومن خلال احداث الفيلم المتصاعد وماواجهه البطل من أزمات صراعات مع العصاة ورجال الشرطة كان لهم دوراً مهماً في التمهيد لتصاعد هذه الاحداث كذلك ادخل الاغاني والموسيقى الراقصة التي بعثت في جو الفيلم الترفية والاستعراض والاسترخاء الذي ترك اثره لدى المشاهد.

ومن الافلام الاستعراضية المهمة بتاريخ سينما هوليوود فيلم (قصة الهى الغربى) الذي انتج 1961 من اخراج ريبوت وايز تمثيل نتاليا وود هو معالجة لمسرحية وليم شكسبير (ريو وجوليت) ويعالج الصراعات التي تحدث بين المهاجرين وسكان الهى الاصلين في امريكا إذ تعبر الاغاني والاستعراضات عن تلك الصراعات وفي ظل هذه الصراعات تنمو قصة حب جميلة علما ان هذا الفيلم حصد عشرة جوائز اوسكار. من هنا "فالموسيقى تمتلك قوة تأثيرية في المتلقي ووظيفية الموسيقى لانتحصر في نقل الاصوات والابقاعات الجميلة التي تبعث الارتياح الحسى لدى المشاهد فحسب وانما في محاولة لاحداث استجابات معنية عند المتلقي اذ تؤثر تأثيراً عاطفياً ينعكس على وفق المفاهيم الجمالية والاخلاقية يحسبها المتلقي نفسة" (Al-Mutairi, 2004, p. 15) ولناخذ مثلاً على ذلك الاغنية المشهورة للمغنية الفرنسية سيلين ديلون والموسيقى التصويرية في فيلم (تايتنك) للمخرج جيمس كامرون بطولة ليناردو كابيرو 1998.

وعند الحديث عن الافلام الهندية فاننا نتكلم عن السينما الاستعراضية فمن اهم سمات هذه الافلام هو اللرقص والغناء الذي هو السمة الابرز لها ((ويعود تاريخ السينما في الهند الى تاريخها في الغرب ففي السابع شهر تموز 1896 عرضت اولى افلام السينماتو غراف للأخوين لومير في بومباي أذ جذبت هذه الافلام اليها الكثير من المنتجين الهنود لا سيما في صنع افلام ذات طبيعية وثائقية في معظمها حتى كان عام 1913 عندما انتج د.ج. فالك اول فيلم هندي بالكامل كان عبارة عن مثيولوجيات تدعى راجا هاري شاندا كان فالك رجل مميز تلقى تدرين العديد من الفنون الصناعية الجيدة وذلك قبل ان يسافر الى لندن للحصول على المعدات وليتدرب على مهارة صناعية الفيلم والسينما الهندية روابط قوية مع تقاليد التمثيل المحلية لذلك ان معظم السينما الهندية هي انتاج ثقافة شعبية حديثة ظهرت خلال القرن التاسع عشر وعبارة عن هجين مرتبط بطبيعتها لانها تجمع بين الصور الهندية التقليدية مع التكنولوجيا الصناعية)) (Doylia, 2003, p. 53)

ونجد ان الافلام الهندية تؤكد حضورها العاطفي في التعامل مع المتلقي عن طريق الغناء والرقص بطابعة الاستعراضي بكل ماتحمله الاحداث من انفتاح على دائرة الاشتغال الثقافي والعاطفي في الوقت ذاته، ومن خلال ما ذكر فان هذه السينما طوال مئة عام التي مضت حققت حضور وارباحا خيالية وتربيعها على عرش اضخم أنتاج سينمائي الى جانب هوليوود وانتجت المئات من افلام اغلها ذات طابع موسيقي وقد تصل واردات شبك التذاكر بالسنة حوالي مليارين ونصف دولار إذ تنتج بالسنة حوالي الف فيلم واصبحت هذه الصناعة امراطوية متكاملة تحكم في الهند والفيلم الاستعراضي عنصر فاعل فيها.

المبحث الثاني: جماليات الشكل في الافلام الاستعراضية .

منذ بزوغ فجر السينما اصبحت صناعة هذا الفن من خلال تقديم اعماله بمحتوى يملك اثره جماليا حيث طرأت الكثير والكثير من التغيرات على شكل الفيلم لدواعي كثيرة منها انتاجية ووظيفيه الغرض منها هو اىصال رسالة الفيلم الى المتلقي المستهدف من قبل صانع الفيلم مما لها تأثير جمالي في هيكل ودعائم الفيلم وكانت اولى التجارب التي تحكمت في متغيرات الشكل الجمالي للشكل الفيلمي ومثال على ذلك فيلم سرقة القطار الكبرى للمخرج بورتر إذ يعد يعتبر اول من ارسى قواعد اللغة السينمائية من خلال استخدامة لحجوم اللقطات وبعدها وتحرير حركة الكاميرا فالحركات الة تصوير الى الامام والى الوراء التي كشفت قصور كبريا وقد مهدت هذه الحركات الطريق لكل الحركات على الاخص الحركة التي صعدت فيها من كريفت في بالون فكشف الديكور لمدينة بابل في فيلم (التعصب)؛ ((Martin, 1964, p. 29) ودخول اللون للسينما له وقع على جمالية الشكل الفيلمي لاسيما بعد الانتشار في فترة الاربعينيات ويجب ان ننوه ان هناك من قام بتجارب لونية كفيلم مولود امة (1915) طبعت مواد ملونة على شريط الفيلم للايحاء بأجواء مختلفة فقط صبغ حرق اطلنطا بالاحمر والمشاهد الليلية بالازرق و مشاهد الحب الخارجية بالاصفر الشاحب ويجب ان نذكر عنصرهما اضى الشيء الكثير على جمالية الشكل في السينما وهي الاضاءة وتعددت اساليب ووظائف الاضاءة واسلوب عادة ما يرتبط تماما بموضوع وجو الافلام ففي الافلام الهزلية والموسيقية مثلا تكون ذات مفتاح عالي والميلوروداما تكون ذات تباين شديد الافلام الاثارة والغموض ذات مفتاح واطى. ((Janeti, 1981, p. 31)

وكذلك يجب التطرق الى عنصر مهم من عناصر الشكل وهي الازياء الديكور "فالازياء في الفيلم لا تكون عنصرا فنيا منعزلا وينبغي النظر اليها من جهة اسلوب الاخراج للاخراج في اماكنها ان تزيد او تنقص من تأثيره" ((Janeti, 1981, p. 40)

وبالحديث اكثر عن الازياء في الافلام الاستعراضية فهي السمة الجمالية الخاصة لهذا النوع الفيلمي اذ تستخدم ألبسة خاصة وفي بعض الاحيان تكون البسة الراقصون الكومبارس هي متشابهة وموحدة او تعبر عن رقصة تراثية او شعبية كما في الافلام الهندية والديكور العنصر الجمالي المكمل مع تلك الازياء لخلق جو خاص للمتلقى اما بالنسبة للديكور كلما كان معمول بدقة وحرفية عالية كلما زاد من جمالية الشكل السينمائي والتكوين الذي يعتبر المكون الرئيس والحاوي والمرتب والمنسق لكل العناصر التي ذكرناها سابقا و التي تتشكل به من خلال الخطوط والشكل والكتلة والحركة "والتكوين الجيد هو ترتيب العناصر المصورة في وحدة مترابطة ذات كيان متناسق" ((Macheley, 1983, p. 23) فالمخرج ومدير التصوير التكوين لتقديم

صورة سينمائية جميلة وهناك امثلة فيلمية حديثة عديدة ولعل من ابرزها الفيليم الاستعراضى (لالاند) من اخراج داميان تشازل 2016.

ومما سبق سوف نتطرق لهذه العناصر ومدى تأثير استخدامها على الجمليات التي تحدثها في الشكل في الفيليم الاستعراضى ولنبدأ بحركة الكاميرا التي تشمل ،البانوراما والكرين والتراك ولناخذ حركة الكاميرا المركبة مثلا من خلال عملها بتصوير الكليبات الغنائية ومشاهد الحشود لزيادة التأثيرى الجمالى والدرامى والمتعة الى جانب موسيقى الاغنية كذلك للأبراز وكشف المناظر الطبيعية اكثر هذه سمة غالبية خصوصا في الافلام الهندية وهناك ابتكارات دخلت للسينما حديثا تدعى التصورات حركات كرين وهو تخطيط لحركة الكرين او اللقطات التعاقبية ويدعى (cad) بالكيبوتر ويسمح للمخرجين ان يشاهدون مقدما حركة الكاميرا بالكامل قبل التنفيذ" (Gartz, 2005, p. 391) واكثر استخدامات هذا البرنامج في مشاهد الحركة والرقص. العدسة دورها الوظيفى الجمالى بالفيليم الاستعراضى فالعدسات المقربة اصبحت مشهورة الاستخدام في التصوير ولاسيما الحشود ولاسباب لوجيستية وعلى سبيل المثال من الممكن محاكاة الحشود الكبيرة من الناس بعدد محدد من القطرات الاضافية المثبتة ببراعة في العمق دعما للقطات الماخوذة بالعدسات المقربة بالاضافة الى ضحالة عمق الميدان فان العدسات المقربة تستطيع عزل الشخصية الرئيسة عن عناصر المقدمة الكادروخلفيته السوداء اكان ذلك الحشد مرتبا حسب رؤية المخرج كالحشد الحقيقى (Gartz, 2005, p. 296). مثال عن ذلك الاستخدام الجميل للعدسات من قبل المخرج دامليال تشازى في فيلمى لالاند عام (2016) وللون تأثير جمالى للفيليم الاستعراضى إذ يقوم اللون بزيادة الاحساس الجمالى في الافلام الموسيقية (Janeti, 1981, p. 47)

واهم مايميز الافلام هي الالوان الزاهية البراقة مثال اوستن باورز باجزائة الثلاثة (1998-2002) للمخرج جاي روتش وفي المشاهد الاستعراضيه الراقصة بشكل مذهل ورائع الاستعراضى حيث تطلب ظهور بناء ديكورات ومناظر يقصد الايحاء بالواقعية وطبعاً هذا ليست قاعدة فهناك افلام موسيقية تم تصويرها في الواقع الخارجى والشوارع وجودة الديكور والدقة وحرفية فيها كلها عوامل ايجابية تصب في زيادة التأثير الجمالى وخلق جو نفسى ومزاجى عالى لدى المشاهد الذى يأتي اصلا لمشاهدة الفيليم الاستعراضى من اجل المتعة.

والنص الضوئى عنصر مهم من العناصر التي تعطي لنا تأثيرا جميلا للشكل من خلال الحرفية العالية التي يتم العمل به لصنع مشهد الرقص في استوديو وهناك مثال رائع هو الفيليم (لالاند) للمخرج داميان تشازل (2016) واكثر استخداماتة في السينما الهندية وهناك العشرات من الافلام التي استخدم فيها النص الضوئى من خلال استخدام عدة انواع من الازياء المتحركة والثابتة والليزرية والتي تعمل مع النوبات الموسيقية لمشهد الرقص لتخلق تماهيا وتفاعلا من قبل المتلقي .

مؤشرات الإطار النظرى:

1. تعد الحركة المركبة للكاميرا عنصرا مهما في خلق بناء شكلي وجمالى في الفيليم الاستعراضى
2. يعد النص الضوئى عنصرا مهما لخلق الابهار وتعميق البعد الجمالى للافلام الاستعراضية

3. تؤدي الأزياء عند توظيفها مع عناصر الوسيط الأخرى دورا هاما لخلق متغير شكلي يعمق البعد الجمالي والدرامي في الافلام الاستعراضية

اجراءات البحث

منهج البحث:

اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي لكونه أكثر ملائمة لتحقيق اهداف البحث.

عينة البحث:

اختر الباحث عينة قصدية والتي تتمثل بالفيلم الهندي (film Main Tera Hero) بسبب ملاءمته

لتحقيق هدف البحث.

تحليل العينة:

فيلم هدف البطل تيرا

film Main Tera Hero

إخراج: ديفيد دهاوان

سيناريو: ساجد فارهان

إنتاج: ايكاتا كابور

شوبا كابور

موسيقى: سانديب شيروكار

بطولة فارون دهاوان

اليانا دي كروز

نرجس فخرية

تاريخ العرض: 2014

مدة العرض: 128 دقيقة

ملخص الفيلم:

يحكي فيلم قصة شاب جريئ اسمه (سينو) يذهب للمدينة ليدرس ويحصل على الشهادة لكن عوضا ذلك يقع في حب فتاة اسمها (سونايا) على اثر العلاقة تحدث العديد من المشاكل بسبب العلاقة التي تربطهم معا والسبب ان هناك شرطي فاسد يحاول اجبارها على اقامة العلاقة غير الشرعية معها والتهديد بفضح والدها الذي اتهمه باطلاق النار على شرطي اخر وقتله ونتيجة خطف البطله للمنزل عن طريق مجرم معروف وذو مكانة مرموقة لجعلها رهينة واجبار سينو المجرى الى المنزل والانتقام منه الا ان (سينو) يستطيع انقاذ- (سونايا) والفوز بها.

المؤشر الاول : تعتبر الحركة المركبة للكاميرا عنصرا مهما لخلق بناء شكلي وجمالي في الفيلم الاستعراضي.

يقصد بالحركة المركبة هي قيام الكاميرا بتنفيذ اكثر من حركة في وقت واحد ، كأن تكون حركة تتابع ترافيلنج مع حركة افقية بان ، وذلك لاغراض توظيفية جمالية تارة ودرامية تارة اخرى وبنائية في كثير من الاحيان في المشهد رقم 18

تتابع الكاميرا حركة (سينو) وهوة يرقص فوق احدى البنايات المركزية تتبعه الكاميرا كرين بحركة زوم ان تقترب إذ بلقطة عامة تتحول الى كلوز وبزاوية مستوئ النظر ، ثم تتغير هذه الحركة في عملية متابعة الى الفرقة الراقصة الذين يتواجدون في اسفل البناية وهم يؤدون رقصاتهم بحركة بان افقية استعراضية لهذه اللوحات الراقصة.

تحليل المؤشر:

وظفت في هذا المشهد حركة مركبة بواسطة الة الكرين التي بدأت المشهد بحركة زوم ان باتجاه (سينو) ومن ثم انتقلت الحركة لتكون افقية بان استعراضية للفرقة الراقصة...حيث وظفت هذه الحركة المركبة لتعميق الجانب الدرامي من خلال استعراض افراد العصابة خلف الفرقة الراقصة وهم يتسلقون السلم للامساك بـ (سينو) فضلا عن دورها الجمالي في ابراز الرقصات وتنوعها .
المؤشر الثاني: يعد النص الضوئي عنصراً مهماً لخلق الابهار وتعميق البعد الجمالي للافلام الاستعراضية.

في المشهد الحادي والعشرين يبدأ المشهد بحركة متابعة لـ(سينو) وهو يؤدي احدى الرقصات برفقة مجموعة من الراقصين بلقطة عامة وبزاوية مستوى النظر فجأة تتغير الاضاءة في المشهد لتقسم (سيمو) والراقصين الى النصفين باستغلال الظل والضوء من ثم تتحرك الاضاءة في عملية متابعة للراقصين لتتنوع فيما بعد على جميع الراقصين بالتساوي وفي ختام الراقصين لرقصتهم وبحركة زوم ان تفجر الاضاءة فيظهر (سينو) الذي يخرج من منتصفها ليؤدي احدا رقصاته

تحليل المشهد

في هذا المشهد نلاحظ كيفية توظيف النص الضوئي لخلق حالة من الابهار عبر تنوع الاضاءة والالوان المستخدمة الممتزجة مع الموسيقى والرقصات أذ يخلق هذا التوظيف الانسجام التام بالنسبة للمتلقي مع ما يجري من رقصات يؤديها بطل الفيلم

المؤشر الثالث : تؤدي الازياء عند توظيفها من عناصر الوسيطة الاخرى دورا هاما لخلق متغير شكلي يعمق البعد الجمالي والدراما في الافلام الاستعراضية

يبدأ المشهد بلقطة عامة تحت مستوى النظر لمجموعة من الراقصات الذين يرتدون جميعهم زيا موحدا يتكون من سترة زرقاء وبنطال ابيض فيما يرتدي (سينو) زيا مغايرا عنهم

تحليل المشهد

في هذا المشهد تم توظيف الازياء بطريقة متناسقة بغية خلق مستوى شكلي يميز هذه الرقصات وفي الوقت ذاته يميز الراقصات او البطل الذي يؤدي الدور الرئيس فيها بالاضافة الى دور اضافي الازياء في تعميق الجانب الجمالي خصوصا الافلام الاستعراضية التي تكون الازياء مادتها الاساسية للكشف عن الطريقة التي يقدم بها صانع العمل فكرته ورؤيته .

النتائج:

1. تبين للباحث ان لحركة الكاميرا المركبة الدور المهم في مشاهد الرقص في الافلام الاستعراضية وجمالية الشكل فيه.
2. كان للنص الضوئي اثره البالغ الافلام الاستعراضية خصوصا في المشاهد الداخلية حينما يصمم بحرفية من قبل فنان محترف بهذا التخصص لعطي جمالا وابهارا للمتلقي.
3. كشفت الازياء وقعها في الافلام الاستعراضية إذ تعد عنصرا مهما من عناصر الشكل لهذا النوع.

الاستنتاجات:

1. ان حركة الكاميرا المركبة عنصرا اساسيا من عناصر الشكل بالفيلم الاستعراضي
2. ان استخدام النص الضوئي في الفيلم الاستعراضي الغرض منه تحقيق الابهار والمتعة للمشاهد.
3. ان توظيف الازياء بالوانها وتناسقها واستخدامها مع الموسيقى تمنح شكلا جماليا له الخصوصية في الفيلم الاستعراضي وتمنحه التفرد بهذه الخاصية عن باقي الانواع الفيلمية

التوصيات:

يوصي الباحث بدراسة تاريخ السينما الهندية بوصفها سينما ذات طابع استعراضي.

Bibliography

- Al-Bashlawi.* (2005) *Dictionary of Cinematic Terms*, reference by Hisham El-Nahas, The Egyptian General Book Organization, Cairo.
- Al-Mutairi.* (2004) *representing the cinematic genres in the Iraqi fictional film*, an MA thesis, University of Baghdad, College of Fine Arts, Iraq.
- Daly.* (1987) *Artistic Methods in Film Production*, Arab House of Encyclopedias, Lebanon.
- Doylia.* (2003) *Indian Cinema*, T: Ammar Ahmad Hamed, Publications and the Syrian Culture Ministry, Damascus.
- Gartz.* (2005) *Filmmaking, Snapshot by Snapshot*, Tr: Ahmed Nouri, publisher of University Book House - Emirates.
- Janeti.* (1981) Machel, J, (1983), *Genesis in the cinematic image*, Trr: Hashem al-Nahas, The Egyptian Arab General Organization for Book , Cairo.
- Macheley.* (1983).
Egypt, the Egyptian General Writing Authority
- Martin.* (1964) *the cinematic language*, see: Saad Makkawi Saad, The Egyptian House for Recording and Publishing, Cairo.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/131-140>

Aesthetic Levels in Shape Variables in Spectacular Films the Indian Film (Main Tera Hero) a Model

Ghassan Mohsen Hamad¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 20/11/2020.....Date of acceptance: 7/2/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

The spectacular film is a type of feature films which has specific elements that contribute in increasing the aesthetics of the shape in its structure. The researcher started studying this type of films by researching the spectacular film concept, the history of its development, who are its most important stars and then tackling the Indian cinema represented by Bollywood, which is considered a school for this type of film. The researcher addressed the most important influential elements that entre in its production as well as studying these elements that contribute to building the shape including the configuration, movements of cameras, lenses, the lighting, colors, costumes etc. and what influence they have in forming a special aesthetic color for the spectacular film.

¹ Student Activities Department / University of Baghdad, Whmd100@gmail.com .

الإيهام البصري في الديكور المسرحي المعاصر دراسة في المتغيرات التقنية

سامي علي حسين¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029
تاريخ استلام البحث 2012/9/16 , تاريخ قبول النشر 2012/10/3 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص بحث

يتناول بحثنا هذا دور الديكور المسرحي في خلق الإيهام البصري والاثر المتحقق جراء ذلك في طريقة العرض المسرحي من حيث دعم فكرة المركزية للبناء الدرامي للعرض اذ يؤكد الباحث على ان هذا الموضوع قد بدأ بأفق جديد ازاح كثيراً من المفاهيم والمعارف التقنية في المسرح .
افق المعرفة والاكتشافات القائمة على بني الضوء والبصر بما يحقق تحولاً قائم من الصلب الى الاثري .
ووفق هذه المفاهيم الجديدة تكونت منظومات اخرى غير تلك القائمة على طرائق العرض القديمة .
وفي ضوء ذلك قسم الباحث بحثه هذا الى :
اولاً : مشكلة البحث والحاجة اليه .. اذ طرح الباحث بالمشكلة عددا من الاسئلة اهمها : كيف يؤثر الإيهام في المسرح على ظاهرة التلقي .. كما حدد هدفه بالكشف عن الإيهام البصري في الديكور المسرحي المعاصر .
وربط اهمية البحث في كونه يفيد الدارسين والعاملين في صناعة العرض المسرحي .
وتناول الباحث في الفصل الثاني (الاطار المعرفي) بنية الإيهام في الديكور المسرحي اعتمادا على ان الصورة في الفن البصري تعد بانها خادعة ومظلمة ويتم جمع المعلومات بواسطة حاسة البصر ومن ثم تعالج بالدماغ ..
حيث يحدث الإيهام بقراءة الصورة من خلال التلاعب المنظوري في رسم العمل .
وفي الفصل الاخير اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي لقراءة مستويات العينة والمعالجة الاخراجية ودور الخداع البصري في الإيهام المتحقق في البحث وعبائته المتمثلة بمسرحية (فيس بوك) التي عرضت على خشبة المسرح الوطني في بغداد مارس لسنة 2011 من اعداد واخراج (عماد محمد) وتمثيل (محمد هاشم) ، ثم توصل الباحث في نهاية بحثه الى اهم النتائج وبرز الاستنتاجات وختمه بقائمة المصادر والمراجع التي اعتمدها عليها .
الكلمات المفتاحية: الإيهام البصري . الديكور المسرحي . المعاصر

¹ كلية الفنون الجميلة /جامعة واسط, samiali61@yahoo.com

اشكالية البحث :

بدا افق جديد ازاح كثيرا من المفاهيم والمعارف التقنية في المسرح .. أفق المعرفة والاكتشافات القائمة على بني الضوء والبصر ..تحولا قائم من الصلب الى الأثري .

ووفق المفاهيم الجديدة تكونت منظومات اخرى للمسرح غير تلك القائمة على طرائق العرض القديمة . انها مقومات فكرية وتقنية جديدة وتغيرات في الأسس والميادين حاولت ايجاد أساليب حديثة وخلق مسرح يعتمد رؤية جديدة في الوسائل التعبيرية وتنوع في المفردات من خلال نتاجات ارتبطت بقيم جمالية مستنبطة كرد فعل على الواقع الاجتماعي الجديد . تعتمد الابهام البصري في فن التركيب في محاولة ابتكار معطيات جديدة في الأنظمة التركيبية من خلال الانفتاح على البنى المجاورة والتجسير فيما بينها بالاستعانة باليات المجتمع الحديث وافكاره . وفي ضوء هذه المعطيات كان لابد من دراسة هذه الظاهرة الإيهامية التي ستفتح آفاقا غريبة في التكوين المسرحي ..وهي بحاجة الى تحليل تحولاتها وتنقيب وبحث ودراسة في انظمتها واشكالها . وتأثيرها التداولي وفعلها في التلقي.

وتأسيسا:

1- ما التغريب الذي يؤسسه الفن البصري في المسرح ؟

2- كيف يؤثر الابهام في المسرح على ظاهرة التلقي ؟

3- ما هو دور التقنية في الابهام البصري للديكور المسرحي ؟

أهمية البحث:

- يمثل البحث الحالي دراسة الابهام البصري في الديكور المسرحي والدور الفاعل للتقنية في طريقة العرض وتأثيراتها وتكمن أهمية البحث في :
- يفيد البحث الحالي المهتمين بدراسة الديكور المسرحي وتقنياته .
- رفد المكتبة الوطنية والعربية بجهد علمي يتيح تعرّف الأساليب والتقنيات المعتمدة في الديكور المسرحي .
- إمكانية إفادة طلبة كليات الفنون الجميلة ومعاهد الفنون الجميلة في دراستهم الأولية والعليا ، لما ورد في هذا البحث من أطر نظرية ومعالجات أسلوبية وتقنية في المسرح.

هدف البحث :

يهدف البحث الى :

- الكشف عن الابهام البصري في الديكور المسرحي المعاصر

دراسة في المتغيرات التقنية

حدود البحث :

الحدود الموضوعية : التقنية البصرية في الديكور المسرحي ودورها في الابهام البصري

الحدود الزمانية : 2011

الحدود المكانية : المسرح العراقي

تعريف المصطلح :

الإيهام البصري - تعريف اجرائي : هو الاجراء الذي يتخذه المسرح في خلق عالم يشير الى الواقع لكنه يبنى على الإيهام البصري عن طريق التقنيات المسرحية كالإنارة والتنظيم والسينوغرافيا في الديكور المسرحي وهو يؤدي دورا كبيرا في التأثير الخادع للشكل على المتلقي .

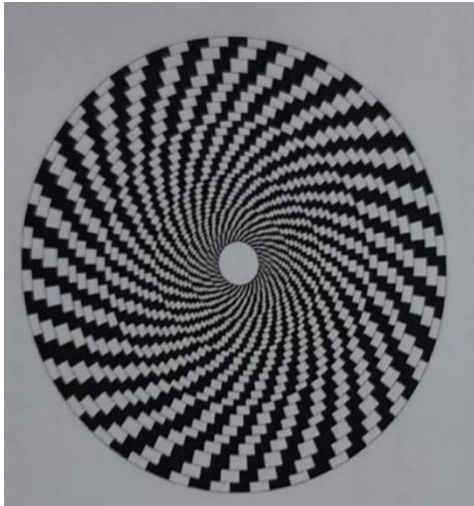
الديكور المسرحي تعريف اجرائي : هو تأنيث خشبة المسرح وعدها مكانا يلائم فكرة المسرحية ويشير الى المكان والزمان عن طريق نوع التأنيث وتركيبه وطرق عرضه . ومن ثم العناصر التي تكمل المشهد باجمعه .

المتغيرات التقنية: هي طريقة في استخدام الوسائل للتأثير على المشهد العام ، قائمة على بعض وسائل من اضاءة وحركة المسرح ولها قدرة على فعل الاثر في المكان والزمان والممثلين والمتلقين .

الاطار النظري

بنية الأيام في الديكور المسرحي :

برى (رينيه ماجريت) * " ان كل شيء نراه يخفي وراءه شيئا نريد ان نراه (فلاته .2008 ، ص ٢٠٩) ، وأمام الكثير من الأفكار والتحويلات في المدارس الفنية كان الخداع البصري عنصر ثانوي يتم توظيفه في المنجز النهائي بدون إدراك أهميته الرئيسية . وجاء الفن البصري وفعل كل إمكاناته الفكرية والمادية ليصل إلى هدف رئيسي وهو إحداث المتعة الجمالية بتحقيق الخداع الذي لا يوجد إلا في ذهنية المتلقي فالفنان لا يركز على الشكل بل يوظف الوحدات التكوينية بصيغ تنظيمية تؤدي إلى تحريفات بصرية تتغير وتتحرك على سطح دو بعدين لتحديث صور تلوينة متحركة تعيد قراءة الشكل الساكن . نتيجة العدد كبير من المتغيرات التي تصاحب إدراك الأشكال ، كما في شكل (١) (عبد الحميد 2008,333)



شكل (١) Fake spiral

ويشير الخداع في الفن إلى استخدام التكنيكات أو أساليب فنية معينة مثل المنظور والاختزال لخداع العين ، وخداع العقل . والاعتقاد أن ما يوجد داخل العمل هو ما يوجد في الواقع ، خارجه " (Wade ، 1988 .209) . لإيصال المتلقي إلى حالة من الشك في كل ما يرى ويعيد القراءات الجمالية المتداخلة مع عامل الدهشة نتيجة كسر التوقع فيما يشاهد . فالخداع تحدث نتيجة طبيعية تعود إلى الأنظمة الفسيولوجية والفيزيائية أو إحداث نوع من الألباز القصصية الناتجة عن التوصل إلى مجموعة من الحيل البصرية

* بصيغ التضاد اللوني والتنظيم أو رينيه ماجريت Rene Magritte : (١٨٨٩- ١٩٦٧) فنان بلجيكي من المدرسة السريالية ودرس في أكاديمية رويال للفنون الجميلة وتأثر بالتكعيبية والمستقبلية وأعماله تنتهي الى الحلم ومنطقة اللاشعور ، للاطلاع : موقع ربيه ماغريت .

باستخدام أنظمة معينة ، أو باستعارة أشكال من تجارب علم النفس ودراسات الجشطالت وتطبيقها في تنفيذ الأشكال باعتماد الديناميكية بين الفضاءات السالبة والموجبة والتلاعب التراكب الشكلي . فتؤدي إلى " انحرافات الفضاء المرئي للحجم أو الشكل أو الاتجاه أو الحركة نتيجة الوقوع أخطاء نظامية يمكن أن تظهر نتيجة ظهور عناصر محرفة معينة " (wade ، 1988، ص ١٧١) .
وتعد الصورة في الفن البصري بأنها خادعة ومضللة ويتم جمع المعلومات بواسطة حاسة البصر ومن ثم تعالج المعلومات في الدماغ . ومن خلال التلاعب بالأشكال والألوان والفضاء تنتج أنواع من الخداع البصرية والتي قد تكون متعلقة خدع شكلية أو خدع لونية أو خدع في الحركة أو خدع في الأطوال أو الإحجام أو الاتجاه .

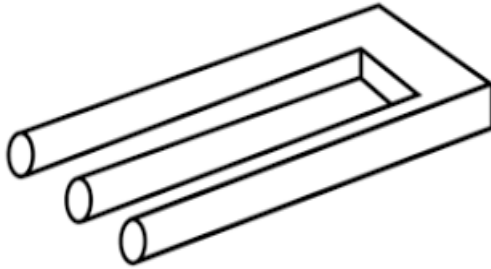
ويحدث الإيهام بقراءة الشكل من خلال التلاعب المنظوري في رسم العمل بين الأمام والخلف ومن هذه الخداع ما يسمى (Blivet) أو (poiuyt) حيث يبدو الشكل من الأمام وكأنه يتكون من ثلاث اسطوانات ومن الخلف يصبح ذو طرفين كما في الشكل (٢) (Andraos ، ص ٨) حيث يقوم الذهن بافتراض معاني متغيرة على المدركات الحسية كلما تغير نظام الرؤية . فإذا تم جمع المعلومات من بداية الشكل تعالج في الدماغ بوجود ثلاث اسطوانات اما اذا توجه البصر الى نهاية العمل فان الرسائل التي تصل الى الدماغ بان الاسطوانات ذات طرفين .

او قد يتم التوهم بوجود شكل معين كما في مثلث كانيسا (The Kanizsa triangle) وهي خدعة وصفت من

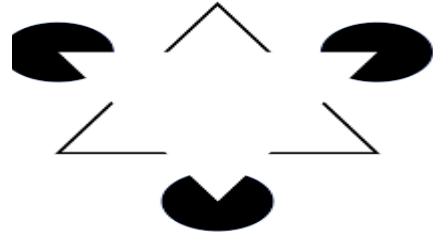
قبل عالم النفس الايطالي (Gaetano

(Kanizsa) في 1955 وذلك بالإيهام بوجود

مثلث



الشكل (٢) Blivet



شكل (٣) Kanizsa

ابيض في الوسط بينما في الواقع لم يتم رسم أي شيء في الوسط كما في شكل (3) ناتج عن التلاعب بأسلوب تنظيم الأشكال بقياسات محسوبة لإحداث التأثير الوهمي فتحدث توترات دافعة لإكمال الشكل فتقوم عين المتلقي بأغلاق الشكل افتراضيا لتحقيق التوازن . فالدوائر هي التي توحى بوجود حافات لمثلث على الرغم من عدم وجود حدود مادية فعلية ويكون للاستكمال الجشطالتي أو التواصل الجيد شان في إحداث المحيطات الذاتية " . (Andraos ، ص 6)

وقد يتم إضافة أشكال تؤدي إلى قراءة خاطئة كما في وهم جدار المقهى (The cafe wall illusion) وهي من اكتشافات الطبيب (ريتشارد كركوري) لاحظ تأثيرات (طوب) مقهى في (سان مايكل هيل) التي وضعت

بالتناوب بين الماضي والمعتم لتظهر الصورة التي تتبع حركة الضوء والعتمة وكأنها متحركة كما في شكل (4)

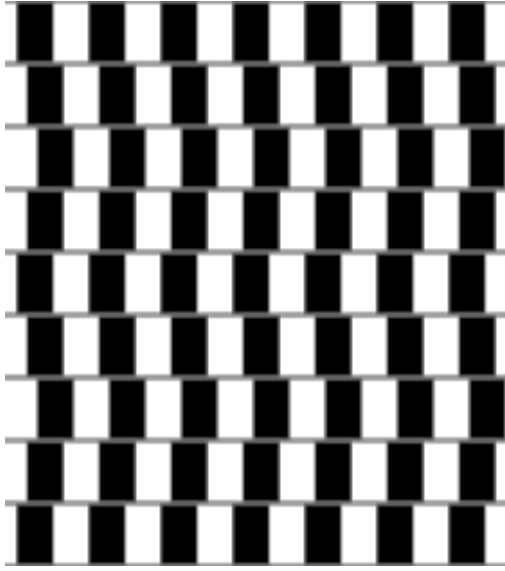
(6، ص ١٧١)



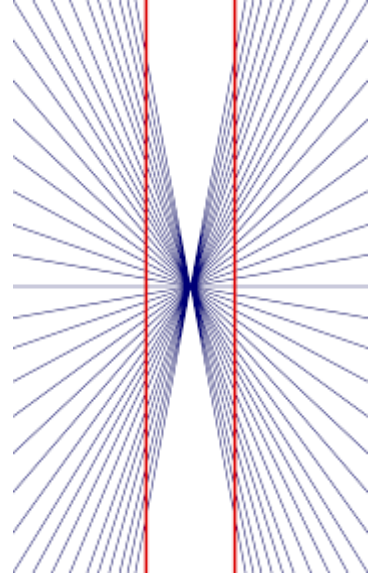
شكل (4) Café - wall illusion

حيث تتكيف المحفزات على العين والدماغ من خلال السطوع واللون والحركة وهذا التحفيز المتكرر يؤدي إلى اختلال التوازن الفسيولوجي مما يكون وهم بصري لتبدو الخطوط المستقيمة وكأنها غير متساوية الأبعاد فيما بينها . وقام بتوظيفه في شكل يحمل نفس الاسم . كما في شكل (5) . فالتناقض بين الأبيض والأسود وأسلوب تنظيم الوحدات بقياسات مختلفة وسمتريّة متحركة ، كانت من الأهمية في جذب النظر الذي يفقد الخطوط الأفقية المتوازية خاصيتها وتعطي حاسة البصر قراءات خاطئة وترسلها إلى الدماغ لمعالجتها ، وبالتالي يدرك الذهن نتائج لا تتطابق مع الواقع . فيتم الخداع بالإيحاء بعدم وجود خطوط متوازية على الرغم من توازنها .

وبنفس الهدف يستخدم أسلوب هيرنك (The Hering illusion) خداع بصري اكتشفه عالم الفسيولوجيا الألماني (ايولد هيرنك) (Ewald Hering) في (1861) وهو عبارة عن خطين عموديين متوازيين أمام خطوط نظمت بأسلوب شعاعي تعطي إيهاً بالعمق والمنظور وتوحي بان الخطين العموديين غير متوازيين بل مثنيين من المنتصف كما في شكل (6) باستخدام لون مختلف ، فالخطوط المكررة المتحددة المركز المتباينة الاتجاهات ، تجذب النظر وتسلب خاصية الخطوط العمودية المتوازية نتيجة قوى حركية متصارعة الاتجاهات .



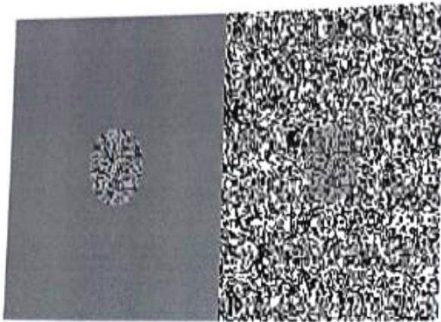
شكل (5) The cafe wall



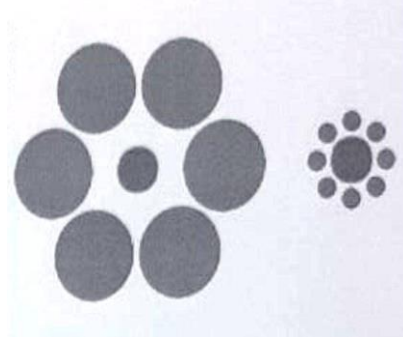
شكل (6) Hering

ويحدث الخداع (الإيهام) بالحجم والتباين نتيجة الإحاطة بلون أشكال مضافة مثل وهم (The Chubb illusion) حيث التباين يختلف تبعاً لسياق العرض فالشكل يبدو أوضح عند إحاطته بلون واحد ، ويفقد تفرد في حالة إحاطته بخلفية تحوي على لونين متداخلين . وقد اكتشف من قبل (Chubb) وزملاء عام ١٩٨٩ . شكل (٧) .

بينما في وهم (Ebbinghaus) الذي ينتج من إحاطة شكلين مركزيين متساويي المساحة بأشكال أكبر أو أصغر كالدوائر مثلاً فإن الشكل المحاط بدوائر كبيرة يبدو أصغر من الشكل المحاط بدوائر صغيرة . شكل رقم (٨) (رياض، 1988، ص ٢١١) ناتج عن تأثير الأشكال المضافة ، ويستخدم هذا الأسلوب للخداع بزيادة في المساحة أو الأطوال .



شكل (٧) Chubb

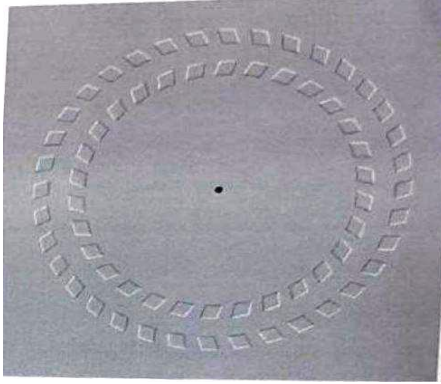


شكل (٨) Fraser Spiri

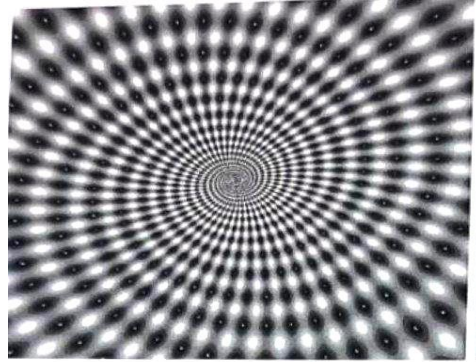
ويحدث الفنان الوهم البصري من خلال تحرك الراي إلى الأمام والخلف كما في وهم (Warp) الحلزوني (Spiral illusion) أو الدولاب وصمم من قبل الفنان الياباني (أكيوشي كيتاوكا) ، (Akiyoshi Kitaoka)

ويظهر بشكل دوامة حلزونية ذات عمق متحرك من المركز إلى الخارج ، أو العكس . لكن هذا الشكل في الحقيقة هو عبارة عن دوائر متحدة المركز . ففي حالة اضافة عناصر بصرية جديدة إلى الصيغ الأصلية ، ستؤدي هذه العناصر المضافة إلى تغيير خصائص الصيغ الأصلية " حيث لا يتم التركيز الى الدوائر المتداخلة بل يكون الخداع باعتبارها خطوط حلزونية . والسبب يعود إلى الصيغ المضافة الخلفية التي أفقدت الدوائر خاصيتها والإيهام المنظوري بالعمق ، اضافة الى وجود التناقض بين اللون الاسود والأبيض ، أدى الى سحب تركيز الرائي على نقطة العمق والتحرك باتجاه حركة الخطوط الحلزونية . شكل (٩) (Douglas,2004,123) .

او قد ترتب اشكال هندسية باتجاهين مختلفين وتكرر بمحيط دائرتين متداخلتين ، ومن خلال التركيز على النقطة المركزية تحدث حركتين دائريتين متعاكستي الاتجاه تتحرك في آن واحد كما في (Revolving circles) شكل (١٠) ولا تحدث حركة الأشكال إلا إذا تحرك المتلقي إلى الأمام أو الخلف فالأشكال منظمة بتسلسل رياضي محسوب أما الحركة فتحدث غريزيا بواسطة الخداع البصري .

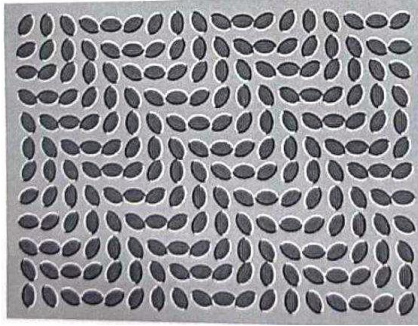


شكل (٩) Warp

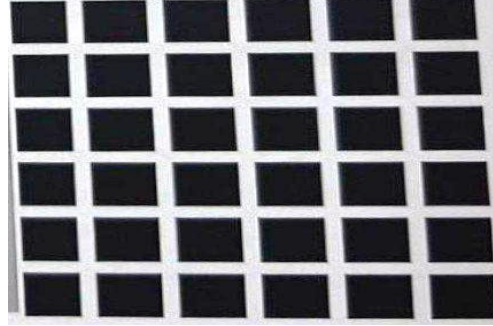


شكل (١٠)

وقد تحدث الحركة بمجرد النظر نتيجة الآثار الإدراكية المستخلصة من الاختلاف اللوني والتكرار الشكلي واختلاف الاتجاه بدون أن يتحرك المتلقي بل بالاكتماء بالتركيز على الشكل ككل ، فتعطي للأشكال طاقات حركية في الفضاء . نتيجة التحرك بالعين من اللون البارد الى اللون الدافئ ومن السالب الى الموجب ، مما يؤدي الى الإيهام بتحريك السطح كاملا ناتج عن تلك الانتقالات الإيقاعية ، " فالخلفية والشكل يتألفان من توترات متقابلة داخل هذه الخلفية وبحيث تكمل بعضها بعضا " (5 ، ص 643) . كما في شكل (١١)



شكل (١١)

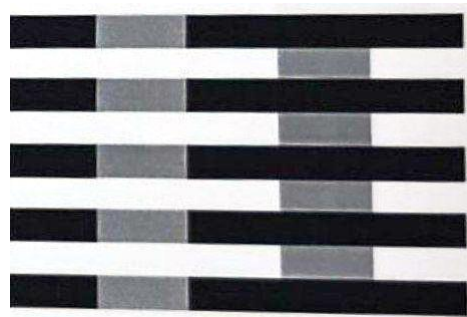


شكل (١٢) Hermann

او تظهر دوائر متحركة غير موجودة في العمل كما في وهم شبكة (The Hermann grid) وهي خدعة بصرية اقترت من قبل (Ludimar Hermann) عام ١٨٧٠ وتتميز بظهور واختفاء نقاط رمادية بين تقاطعات الخطوط المكررة البيضاء على خلفية سوداء . شكل (١٢) ، ويمكن تفسير ذلك من خلال نظرية الجشطالت بان الدماغ يحاول إدراك الشكل وتكوين صدورة كلية مما يؤدي الى احداث الحركة التي تحاول ان تجمع بين الدوائر المتناثرة ، إضافة الى تنقل العين بين المناطق السالبة و المحوية مما يؤدي إلى ظهور صور لاحقة وتلك الالهامات البصرية الخادعة تعطي الإحساس بوجود خلل في النظام البصري لكن التفسير العلمي يستند على الاختلاف بين اللون الأبيض والأسود في أن " السطوح البيضاء تعكس حوالي 80 % من الضوء ، أما السطوح السوداء فتعكس 5 % ويتقسيم انعكاس الأبيض على نسبة انعكاس الأسود تظهر الفجوة تقريبا ١٩.١ نسبة انعكاس الضوء على الشبكية ، وهي التي تكون الخلل في نظام الرؤية . وقد تتغير القيمة اللونية نتيجة التماور مع ألوان مختلفة مثل تأثير وهم (Besold) وسمي باسم أرصاد الجوي الألماني (فيلهلم فون) (١٨٣٧-١٩٠٧) الذي اكتشف أن الألوان تختلف اعتمادا على الألوان المجاورة لها فالأحمر يبدو أكثر اشراقا عند وضعه على خلفية سوداء كما في الشكل (١٣) .



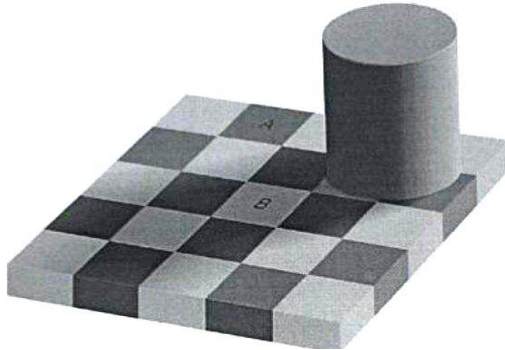
شكل (١٣) Besold



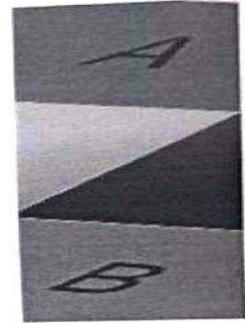
شكل (14) whites

وكذلك في الوهم الأبيض (whites illusion) وهو توهم بصري يوضح انه يمكن استخلاص تصورات مختلفة ناتج عن سطوع اللون على الرغم من انه من نفس القيمة شكل (١٦) (٧ ، ص ٢) . وذلك بسبب التأثير الفسيولوجي على شبكية العين من خلال رؤية اللون متأثرا بما يجاوره من ألوان يؤثر على كمية الضوء التي يمكن أن يعكسها اللون .

وللايضاح أكثر فعند النظر إلى المربعات الرصاصية في (Grey square illusion) شكل (15) ترى بالتأكيد اختلاف القيمة اللونية في المربعين (4) و (B) . أما في حالة إزالة الألوان المجاورة وذلك بالتركيز فقط على المربعين المذكورين كما في الشكل المقطعي رقم (١٩) ، يتضح أن المربعين من نفس القيمة اللونية وتم توظيف كل هذه الخدع في الفن المسرحي حيث أن أجزاء الوحدات لا تعمل بمفردها بل تشترط علاقة الجزء بالكل وتتأثر بعلاقة جدلية تفاعلية بين الوحدات وألوانها ومواقعها ، بدا من الشخوص وصولا الى الأمكنة .. وقد تتبادل المراكز بين الوحدات الرئيسية والمركزية أو بين الفضاءات السالبة والموجبة . مما يدل ان العين ترى ألوان مختلفة حسب المحيط لأنها تعتمد على الكل ولا تنظر إلى الجزء لقد كان هذا التوجه اسس الى تخلخلا في العروض المسرحية وصولا الى خداع البصر السينمائي .



شكل (15)



جزء مقطوع شكل (16)

ومن نتائج تلك التطبيقات وغيرها من التجارب تم توظيفها في عمل حيل تؤثر في الديكور وبهذا يكون الفن البصري قد ردم الفجوة بين العالم والفنان وتدارس الظواهر وحلها بالاستعانة بنتائج العلماء والإبداعات التي توصل اليها الفنانون ، مع تحديد جوانب القصور عند كل من الطرفين في استغلالهما لهذه الظواهر . وتأسيسا على ما تقدم يكون اعتماد الخداع البصري في المسرح ناتج عن استخدام المنظور الخطي ، او التضاد اللوني والحركة والتلاعب بالقواعد التكوينية التي توهم المدركات الحسية والعقلية الناتجة من علاقة تجمع بين الشكل وحواس المتلقي والمكان مع زمن الرؤية والذي يعتمد في إنتاجه وإيداعه بداية على فعل الرؤية ، ليشمل رؤية العين الخارجية وتحولها إلى المدركات العقلية اعتمادا الى سيكولوجيا المتلقي ومخيلته واسلوب رؤيته . ليكون الخداع هو الحقيقة ، والحقيقة هي الوهم بذات الوقت فالعين ترى والحواس تدرك والذهن يعطي اشكال تكميلية . وإبراز الظواهر الفسيولوجية والفيزيائية والسيكولوجية الناتجة عن تجاوز الخطوط واختلاف المساحات والألوان ، لإنجاز أعمال ترتقي بالخداع ليكون هو الغاية

وتصنيفه إلى أنواع كالخداع الشكلي أو الخطي أو اللوني أو خداع الحجم والمساحات أو خداع الأطوال أو خداع بالحركة الناتجة عن الاختلاف في انعكاس الضوء أو الاتجاه أو أسلوب التنظيم . وقرآة الشكل داخل بنية كلية ناتجة عن علاقة جدلية تفاعلية بين الأجزاء الذي يؤدي إلى إرسال شفرات ناقصة إلى عين المتلقي وتعالج في الدماغ لتعطي قراءات خادعة (إيهامية) متتالية تتغير مع حركة العين

اجراءات البحث

مجتمع البحث

يمتد مجتمع البحث الى حقول متداخلة في تقنيات المسرح المعاصر ..والتحول من الصلب الى الأثري في قضية العرض ومتطلبات الخداع الذي انتقل من الفعل السينمائي الى المسرحي ..في توظيف معطيات التقنية العصرية الجديدة المتمثلة في استخدامه الوسائط الرقمية المتعددة في إنتاج او تشكيل خطابه المسرحي ، شريطة اكتسابه صفة التفاعلية) ، وان هذه الأخيرة - اي التفاعلية - وبحسب (د . بريان دايفد فيليبس) في مقالته (الدراما التفاعلية) آب 1996 م ، هي (شكل جديد من اشكال المسرح الذي يختار اشكالا تقليدية ثم يقلبها رأسا على عقب ، وهذا ما يجعلها قريبة الصلة بالمسرح البيئي او المفرط او المسرح النفسي . لذا فان الخدع البصرية والأنظمة الرقمية والهولو غرام صارت اليوم جزءا من مجتمع واسع بدا يغطي الفعل المسرحي العالمي بأكمله...

أن البحث قد يقوم منهجيا بحصر المجتمع في المسرح العراقي وتحديدًا بعد ٢٠٠٣ وهي المسرحيات التي حاولت استخدام بعضا من الخداع البصري ...



عينة البحث

مسرحية (فيس بوك) التي عرضت على خشبة المسرح الوطني ببغداد مساء يوم ٣٠ / آذار - مارس ٢٠١١ م من اعداد واخراج (عماد محمد) و تمثيل (محمد هاشم)

وصف المحتوى

هي منودراما سعت الى توظيف التقنيات الرقمية الجديدة في تأسيس سينوغرافيتها التي حاول المخرج أن يجعلها سينوغرافيا رقمية بجدارة حيث هيمنت شاشة الحاسوب الرقمية على فضاء المسرح والصاله بوصفها العلامة الكبرى المتصدرة للعرض ، فأمامنا صفحة الفيس بوك الشخصية للممثل الرئيس نفسه حيث تظهر فيها صورة الممثل (محمد هاشم الأصل ، وفي صالة المشاهدين - على الجدار الكبير يسارنا - يهيمن (كيبورت) ضخم و (كف ابيض) تصوره لنا كاميرة فيديو مباشرة حين تتحرك اصابعه التطبع بين لحظة واخرى بحسب ما تتطلبه اللحظة الدرامية المراد التعبير عنها بكلمات ذات دلالة كبيرة كالحب والحرية وغيرها .

ان مايمكن تلمسه في هذا العرض هو الحضور الواضح للخداع البصري الذي يبدأ من بداية العرض عندما يحاول المخرج اضافة عناصر غير موجودة .. عناصر افتراضية ذات ثلاثة أبعاد .. الى جانب المؤثرات الصوتية المستندة ايضا الى برامج الرقمية نفسها فضلا عن الصورة الحركية لبعض المقاطع الفيلمية المتن الحكائي للمسرحية عبارة عن ليلة في حياة معارض او محتج (شاب يحاول التعبير عن احتجاجه صراعه مع ذاته) اولا ومع (السلطة) ثانيا عبر منولوج طويل تتخلله عرض صور وثائقية عن استلاب الانسان وقهره في صفحة الفيس بوك نفسها ،

تمثلت في صور فيلمية لسجن ابو غريب العراقي وهي ذات الصورة المتداولة اعلاميا التي تكشف عن تعذيب السجناء العراقيين من قبل القوات الأميركية والتي اطلق عليها حينها (فضيحة ابو غريب) .. فقد استخدم فن الخداع في تركيبية الصور نفسها ثم في محاولة تقريب الواقع المادي على المسرح الى واقع رقمي ، فضلا عن كلمات مثل (الأرق ، والحب ، والحرية والديمقراطية) لنعرف في النهاية أن هذا المحتج لا يطلب سوى مناقشة ومحاورة السلطة بهدف تحسين الوضع الإنساني اجتماعيا واقتصاديا .

أرضية المسرح امتلأت بالخود البيض بإضافة كرسي متحرك . اللون الأبيض عكس طهارة الشخصية ونبل فعلها التحريضي عبر (هذا السكون الأخرق الذي لا تمزقه الأصوات) ، وعبر هذا التوظيف الشاشة الفيس بوك الذي تم تفعيلها إخراجيا باستنطاق الشخصية الافتراضية من داخلها (حيث يظهر لنا الممثل نفسه بشخصية رجل سياسي) محاورا و معترضا على احتجاجات البطل بل ويحقره بين لحظة واخرى بالفاظ نابية وباللهجة الشعبية العراقية .

شاشة الحاسوب هنا وظفت لأغراض وثائقية مرة ولإيجاد علاقة ما بين الشخصية الواقعية الموجودة على خشبة المسرح والشخصيات الافتراضية التي تظهر على الشاشة مرة أخرى . من هنا كان العرض محاولة للجمع بين ما هو مادي واقعي الى جانب ما هو رقمي تقني لصناعة خطابه المسرحي بين عالمين : افتراضي وواقعي ، متجاوزا فكرة (النص الرقمي التفاعلي) الذي ارساه الكاتب المسرحي الانجليزي (تشارلز ديمر) منذ عام ١٩٨٥ م عبر موقعه الالكتروني حين يبدأ بكتابة نص مسرحي ويترك تكملة احداثه للمتصفحين المتفاعلين مع شاشة الانترنت هذا اولا .

ثانيا أن هذا العرض اقترب من كونه عرضا مسرحيا رقميا باستخدامه لبعض التقنيات الحاسوبية لا جميعها من الأنظمة الرقمية المونتاجية والصوتية والوضوئية الأخرى .. لكن العرض في النهاية كان باحثا عن

لغة جديدة فعلا تمثلت بهذا الشكل الجديد . ويبدو أن الإجابة عن سؤالنا السابق ظلت قائمة حيث كيف يمكن للمسرح أن يكون رقميا بكليته كي يشطب على كل الأزمنة والأمكنة بينه وبين جمهوره ؟ .. وفي نهاية العرض تحركت الأشياء والملحقات مع تحرك الفضاء بأجمعه وذلك حين نزلت مجموعة من الخوذ العسكرية والهراوات من فوق الخشبة من أعلاها وهذا دلالة واضحة للسلطة العليا الذي بدت هنا غير راضية عن هذا الاحتجاج ، مع ارتفاع شبكة خيطية وخوذ اخري ، شكلت كلها حاجزا ما بين : بطل المسرحية و بيننا كجمهور جعله المخرج جزءا من العرض حين وضع الكمبيوتر بجانبنا .. وفي هذه اللحظات يظهر فيلم وثائقي للمظاهرات في ساحة التحرير لنشهد تواجد بطل المسرحية ذاته إلى جانب معد وخرج المسرحية ذاتها وهما يتظاهرون ويحتجون ويطالبون بحقوق الانسان التي شرعتها لائحة القوانين الالهية والوضعية .. وهما وسط عدد كبير من الفنانين العراقيين وفنات وشرائخ اخرى من الشعب العراقي . هذا التقارب والتداخل ما بين التمثيلي و اليومي اوجب العرض مشروعيتو لم يقع في المباشرة و لا الشعارية ، برغم انه عبرهما و بحيلة العاب الخدع المسرحية خرج من هذه المباشرة لأنه استند على سر اخفاء الصنعة المسرحية واللحظة البعيدة عن افق توقعنا كمتلقين بمعنى أن المخرج تعاكس مع أفق التوقع السردى لانه كان بازاء عالما رقميا متشعبا ومتعالقا عبر كولاج مسرحي مختصر ودلالي ابرق لنا سريعا 9 بوحه واهتزازه الكبير والمنبعث من (زمن فقدت فيه الأيديولوجيات العتيقة حضورها وشاخصت .. نحن في عصر التواصل والمثاقفة الذي كان نتاج التقدم التقني المتسارع .. عصر تبدل الهويات الثقافية والمعرفية ، و من رحم هذا كله ولدت مونودراما فيس بوك .. الذي اعتمد البوستر الاعلاني .. هو الآخر على رقمية الفوتوشوب تصميميا له في صورة مونتاج رقمي تظهر فيها مظاهرة جماهيرية وعلى رؤس المتظاهرين بيدق شطرنج المالك وخلفه بيدق الجندي الحارس الشخصي له حوى البوستر ايضا اسماء (١٨) فنيا وتقنيا للمونتاج والتصوير الفوتوغرافي ولسيناريو المادة الفلمية بجانب تقنيات اخرى تحتاجها هذا النوع من العروض المسرحية الرقمية أو التي تسعى ان تكون رقمية . فهل سنصل الى اليوم الذي تتم فيه إزاحة فن المسرح الحالي إلى الهامش من اجل الابقاء على عرض مسرحي ذات صورة رقمية خالصة ولا نشم خلاله رائحة الممثل بلحمه ودمه لان فيه تظهر كائنات شخصيات افتراضية وسط عوالم افتراضية هي الأخرى ربما لا تشبهنا ولا تشبه عالمنا هذا لا بالصوت و لا بالصورة .. لذا فان الخداع البصري موضوع البحث قد وجد نافذته في المسرح العراقي .. وفي انزياح واضح المعالم التقنيات بدأت تظهر واخرى تغيب

نتائج البحث

- 1) فن الخداع البصري يعتبر امتدادا وتطورا الأساليب الإيهام في الديكور المسرحي .
- 2) توظيف العلوم الرياضية في المسرح أبداع رؤية تشكيلية جديدة .
- 3) ضارة الإيهام تؤكد على تحول الديكور من المادي الملموس إلى الأثري والوضوئي
- 4) فتحت هذه التقنية المجال أمام إعادة إنتاج الأمكنة افتراضية للمسرح .

References

- 1-Samaher Bint Abdul-Rahman Flata, (2008): *the Art visual deception and the possibility creating new Designs For metal Jewelry*.KSA:King Saud uniresity.
- 2- Shakir Abdul-Hameed,(2008) *visud Arts and perception Geneous*.Cairo, Egyptian Board For Books.
- 3-Abdul-Fattah Riyadh(1984). *Formation in Disculpatory*.Cairo.AL-maarif House , p211.
- 4-Mohammed liriaqi. *Quranic verses Miracles in Defying visual Deception*: E-article.
- 5- Mahmoud Amhes,(1981) *Modern Disculpatory Art*,photography, Beirut, AL-Muthalath publication House. aforemenfioned resource p.643.
- 6-Nicolas Wade(1988): *visual Illusion, ITS knowledge and art*. Baghdad, AL-MamounHouse for publication and jranslation . Jranslated by may madhafer.
- 7- John Andraos : Named *Optical Illusions* , Department of Chemistry , York University .
- 8- Hofstadter , Doglas . R(2004) : *Masters of Deception* , Sterling Publishing , New York.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/141-154>

Visual illusion in Contemporary Theatre décor A Study in technical Variables

Sami Ali Hussein ¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 16/9/2012.....Date of acceptance: 3/10/2012.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

Our study addresses the role of theatrical décor in creating the visual illusion and the effect achieved due to that in the method of the theatrical show through supporting the idea of centralization of the show dramatic construction, where the researcher affirms that the subject has started with a new horizon that eliminated many concepts and technical knowledge in theater. Knowledge horizon and discoveries based on light and sight constructions that achieve an existing transformation from the solid to the ethereal. According to these new concepts, other systems other than those based on old presentation methods were formed.

The researcher, in view of this, divided his research into:

First: the research problem and the need for it... where he, in the problem, raised a number of questions including: how illusion in the theatre affects the reception phenomenon.. and he also determined his objective to reveal the visual illusion in the contemporary theatrical décor. He linked the importance of the research as it benefits the researchers and workers in the theatrical show industry.

The researcher, in the second chapter (cognitive framework) addressed the structure of illusion in the theatrical décor based on that idea that the picture in the visual art is considered deceptive and illusive and information is gathered through the sight and then processed in the brain...where illusion happens by reading the images through perceptive manipulation in work drawing.

In the last chapter, the researcher adopted the analytical descriptive method to read levels of the sample, direction processing, the role of the visual deception in the illusion achieved in the research and its sample represented by (Facebook Play) what was presented on the stage of the National Theater in Baghdad in March 2011 prepared and directed by (Emad Muhammad) acted by (Muhammad Hashim). The researcher, at the end of the research, then reached at the most important results and conclusions and concluded his study with a list of references and resources used therein.

Keywords: Visual illusion. Contemporary theatrical décor.

¹ College of Fine Arts / University of wasit, samiali61@yahoo.com.

فاعلية الإتصال الإعلامي وتشكلاته في العرض المسرحي المعاصر

راسل كاظم عوده¹

سلمان خلف حسين²

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229

تاريخ استلام البحث 2021/1/11, تاريخ قبول النشر 2021/2/14, تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث:

يمكن عد المسرح وسيلة إعلامية لا يمكن التخلي عن فاعلية ادواتها وما تنتجه من تصورات يمكنها ان تتشكل وفق أنماط او اتجاهات فنية جمالية، كما انها في الوقت نفسه تحمل قدر كبير من المعلومات التي بالإمكان الاشتغال على تفعيلها باتجاهات واعية ضمن عناصر العرض المسرحي، ويمكن عد هذه الدراسة محاولة لتتبع اشتغال عناصر الاتصال والاعلام في بنية العرض المسرحي، حيث تضمنت الدراسة: مقدمة تعرف بمشكلة البحث واهميته والتي تبلورت حول التساؤل الاتي: هل شكل الاتصال الإعلامي بواسطة العرض المسرحي فاعليته المرجوة في تطور الوعي نحو إدراك الحقائق لدى جمهوره؟ وقد تأسس البحث على مبحثين نظريين هما المبحث الأول (فاعلية الاتصال المبادئ والمرجعيات)، تضمن المرجعيات الفلسفية والاجرائية لمفهوم الاتصال والاعلام، في حين تناول المبحث الثاني (العرض المسرحي وسيلة اتصالية اعلامية) تم فيه عرض اشتغالات المخرجين العالميين في تفعيل عناصر الاتصال والاعلام في عروضهم المسرحية. وفي اجراءات البحث تم اختيار عينة قصدية لغرض التحليل تمثلت في عرض مسرحية (حظر تجوال) التي عرضت في بغداد عام 2006، وقد اعتمد التحليل الوصفي على وفق مؤشرات البحث التي خرجت من الاطار النظري، وصولا الى النتائج ومنها: 1- تتميز فاعلية الاتصال الاعلامي في العرض المسرحي بكونها متداخلة مع الخطاب الفني الجمالي 2- تختلف فاعلية الاتصال الاعلامي في العرض المسرحي باختلاف انواع العروض واتجاهاتها المسرحية، فمنها من يكون خطابه مباشر، ومنها من يكون خطابه ضمني.

واخيرا قائمة بمراجع البحث وخالصة باللغة الانكليزية.

كلمات مفتاحية:

(الاتصال الاعلامي، العرض المسرحي)

¹ كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، russil.kadim@cofarts.uobaghdad.edu.iq

² طالب دراسات عليا، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد.

المقدمة:

شكل المسرح وعروضه منذ نشأته قبل قرون عدة اهم وسيلة للاتصال الاجتماعي ، وساهم بشكل فعال في تطور خبرات الانسان ومهاراته وقابليته في تجاوز معوقات وجوده في الطبيعة وصراعه معها. وكأي وسيلة او أداة مبتكرة من قبل الانسان نمت فاعليتها وتعاضمت تأثيراتها فإنها خضعت للمتغيرات المنعكسة من تطور القابليات الذهنية والفكرية والفلسفية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية ومتأثرة أيضا بتغير أنماط العلاقات الاجتماعية المتولدة نتيجة تطور ادواته وتنامي الحاجات التي يعكسها هذا التطور.

ولما كان العرض المسرحي يستلزم وجودا حيا للجمهور فانه استلزم أيضا ان تحتوي عروضه على مضامين تحاكي قدرة الذهن البشري على إدراك الواقع الموضوعي لوجوده والبحث عن أجوبة لاستفهاماته عن متغيرات هذا الوجود ومحاولاته لاكتشاف طرقا وأساليب تجعل من حياته أكثر سهولة. ووفقا لهذا فان العرض المسرحي احتوى دائما على معلومات ورسائل بين طرفين مرسل ومرسل اليه كان لابد من تطوير أدوات الاتصال فيما بينها لكي تتوافق مع رجوع الصدى المتواتر بفعل مرور الزمن، بمعنى: ان الضخ المستمر للمعلومات، يجعل من ذهنية متلقيها واقعة تحت تأثير تراكم هذه المعلومات وإعادة تحليل شفراتها وفكها وتحولها الى ثقافات وسلوكيات تبعات اتجاهات نتائج الاتصال. هذا البحث هو محاولة للإجابة عن التساؤل الاتي: هل شكل الاتصال الإعلامي بواسطة العرض المسرحي فاعليته الرجوه في تطور الوعي نحو إدراك الحقائق لدى جمهوره؟ وانطلاقا من هذا الاستفهام صاغ الباحث عنوان بحثه كالتالي:(فاعلية الاتصال الإعلامي وتشكلاته في العرض المسرحي المعاصر).

حيث تكمن أهمية هذا البحث في كونه يختص بدراسة الجانب الاتصالي المحمول ضمن التشكيل الصوري للعرض المسرحي فيما تتضمنه من معلومات واخبارات في عروض المسرح المعاصر، ما يفيد العاملين في المجال الإعلامي والعاملين في المسرح من مخرجين وأكاديميين وتقنيين ونقاد والدارسين في مواضيعه ومفاهيمه، كما انه يفيد المؤسسات الفنية والتربوية وكذلك المؤسسات الإعلامية ومجال العلاقات العامة.

تحديد المصطلحات

الفاعلية: عرفها جميل صليبيبا "الفاعلية هي النشاط او الممارسة او استخدام الطاقة" (صليبيبا، 1982).

الفاعلية اصطلاحا:

هي "الكفاءة التي يوصف بها أداء معين ، أو المقدرة على اكتساب المعرفة من قبل المتعلمين، وتكون من خصائص المتعلم الكفاء". (Al-Hailah, 2000)

الاتصال : "هو فن ارسال المعلومات والأفكار ة المواقف من شخص الى اخر" (Ault, 1966).

الاعلام: هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الدقيقة والحقائق الثابتة والتي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة او مشكلة ويعبر تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم

الاطار النظري: المبحث الأول

فاعلية الاتصال المبادئ والمرجعيات

يمكن القول ان الاتصال هو الوسيلة التي من خلالها تانسن الانسان محاولا فك قيد التأثير القسري المباشر لقوى الطبيعة على وجوده ليجد نفسه امام افق مفتوح لطاقت تعبيرية هائلة ، وليكون الاتصال سر استمرار الحياة البشرية على الأرض وتطورها المتسارع . "ماتقوله الطبيعة من خلال ظواهرها المتعددة لا يقصد منه تبليغ دلالة او توصيل رسالة ما ، ان الطبيعة تعبر عن نفسها وعن حالاتها المتعددة بشكل عفوي ، والانسان وحده يملك القدرة على تحويل تلك الظواهر الى خزان دلالات لها علاقة بنمط عيشه ولها علاقة بالمناخ الذي يعيش فيه وما يشكل علامات حقيقية تعد جزءا من نشاط انتج بغاية محددة هي انتاج دلالات وخلق حالات التواصل" (Ault, 1966, p. 14). هذه المؤشرات التي يصفها علم الدلالة (السيمولوجيا) تجعلنا امام حالة موضوعية في تفاعلها مع النشاط الإنساني منتجة لعلاقات مختلفة الاتجاهات فيما بينها أي العلامات نفسها والبيئة المحيطة والمتغيرات الناتجة من جراء تداولها لتنتج انساقا منظمة لحياة الجماعة. واعتمادا على تعريف الاتصال على انه " عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنهات بين الافراد عن قضية او معنى مجرد او واقع معين ، سيكون الاتصال اذن عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل وليس مجرد نقل فالمشاركة تعني الازدواج او التوحد في الوجود" (Jassim, 2006). ويمكن الاتفاق على ان الاتصال هو عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات عن طريق ارسال وبث للمعنى ، وتوجيهه ثم استقباله بكفاءة معينة.

من هنا تبلورت أهمية الاتصال وتشكلاته البدائية بدءا بمحاكاة ظواهر الطبيعة لتؤسس أيضا الى عملية تنظيم وتقسيم في المجموعة البشرية ، ليكون الخطاب بعد ذلك عاما وتصبح اشبه بطريقة حياة او سن، " فشاعت ممارسات عدة وشعائر اختلط فيها الرقص والغناء والتمتمات والابحار، أي ان الانسان يندمج مع مجموعته في محاكاة ظواهر الطبيعة لكي يأنس بها ويسيطر عليها.

نحن الان امام تحول فعل الاتصال المتحرك وفق تطور احتياجات المجتمع المكون والمساهم في تطور أدوات تنظيم نشاطاته الى فعل اعلامي يصمم وفق صياغات وتمثلات واشكال الهدف منه بث قيم منعكسة من حركة قوى اجتماعية محددة لتكون عامة، حتى وان تاطرت بعقائد وايدولوجيات لتحصل على ثبات ضمن حركة الزمن فاسحة المجال لمرور مصالح هذه القوى. "الاتصال الجماهيري يتحقق عن طريق استدعاء جمهور الحضور، والقائمين بالاتصال والسلوك الاتصالي للإسهام في هذه العملية". هذا الفرز وتخصص المهارة يأخذ طريقه ليكون أداة للتأثير على المجتمع لتغيير سلوكه باتجاه محدد، وهذا يستلزم بدهة دراسة اتجاهات هذا المجتمع وميوله واسس محددات قيمه، وبالتالي تحديد الأساليب والطرق والأدوات التي يستلزم استخدامها واتباعها للوصول الى الهدف وهو هنا التأثير على السلوك وتغييره، ولكن هذا لا يعني ان التدفق المعلوماتي بفعل الاتصال الإعلامي يأخذ منحاه باتجاه واحد أي من المرسل نحو المستقبل دون اعاقات، فالمعلومات لأجل حصولها على قوة التأثير تحتاج الى زخم اقناعي لا تتحدد فاعليته فقط بصلاحيات أدوات المرسل او طريقة صياغة الرسالة المتضمنة، فهناك دائما الخزين المعرفي للمستقبل الذي له قدرة في

محاكمة المعلومة الداخلة ، ومدى منطقيتها بالنسبة الى مفاهيمه وطبيعته فهمة لعلاقات وجوده . "ان فن الاتصال الجماهيري اشد صعوبة من المناقشة التي تجري بأسلوب الاتصال المواجهي المباشر فالقائم بالاتصال الذي يخاطب الالاف من ذوي الشخصيات المختلفة في وقت واحد لا يستطيع ضبط رغبته في استقبال ردود افعالهم الفردية" (Ault, 1966).

هنا ستكون العملية الاتصالية فعلا مبرمجا ومخططا للوصول به الى هدف محدد ولتكون هذه العملية مميزة عقلية وتاريخية تختص بالتجمع الإنساني وعلاقاته بكافة مستوياته ونشاطاته لتنتج نسق حركي اجتماعي له صفات مميزة في الزمان والمكان ، أي ان العملية الاتصالية وان نضجت اعتمادا على المعطى الطبيعي فان نتاجها المؤثر والذي رسخت التجربة منفعته فانها تتحول بالضرورة الى أداة تحكم لضبط المجتمع وتنظيم حركته واخضاعه الى نسق جمعي ، ما استدعى مراقبة العقل والإنساني والغوص في تفاصيلها واستنتاج نظام سيصبح علميا خاضعا للتجربة والقياس، "الاعلام جزء من الاتصال ، الاتصال اعم واشمل فالاعلام هو تلك العملية التي تبدأ بمعرفة الإعلامي بمعلومات ذات أهمية وجديدة بالنشر والنقل ثم تتوالى مراحلها من تجميع المعلومات من مصادرها ثم نقلها والتعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها واطلاقها او ارسالها عبر صحيفة او وكالة او إذاعة او أي وسيلة أخرى الى طرف معني بها.

ولقد حدد عالم الاجتماع الأمريكي "هارولد لازويل" 1902-1978 هذا الاتجاه الإعلامي بالتالي

ان من وظائف الاتصال في المجتمع ان تتمثل في مراقبة البيئة والتعرف على الاخطار المحيطة بها بمعرفة كل ما يدور حوله من وقائع او احداث وشرحها وتفسيرها ، والكشف عن نتائج وتبلي هذه الوظيفة في نفس الوقت حاجة الفرد الى المعلومات واكتساب المهارات الجديدة التي تساعده في اتخاذ قراراته فيما يتعلق بالامور العاجلة او الاجلة وكذلك حاجته الامن والاستقرار (Abdulhameed., 1993). هذا يقودنا الى استنتاج بديهي ، بان المعلومات المتدفقة والمختلفة المصادر ستزيد من القابلية المعرفية للمتلقي وبالتالي ستزيد لديه إمكانية المقارنة والمقاربة والبحث عن الحقائق ما يجعل الرسالة المصممة للاتصال الإعلامي معتمدة حتما على حقائق منطقية وبخلافه فان مصيرها الإهمال. ان طبيعة الاعلام هي تقديم الحقائق المجردة وشرحها وتفسيرها بطريقة موضوعية تعتمد الاقناع والعرض الموضوعي لها.

وما يشار اليه في الاعلام فان الرسالة يجب ان تكون واضحة كي تحقق الهدف المرجو منه، فبتنوع وسائل ارسال الرسالة (الوسيلة) تختلف وتباين سرعة اقبال الرسالة كما تختلف وتباين سهولة فهمها.

وتفاوتت فاعلية كل عنصر من هذه العناصر عند كل عملية اتصال تبعا لطبيعتها أي طبيعة العملية الاتصالية لكنها بشكل عام مسؤولة عن انتقال الأفكار والمعلومات، وهذا الانتقال الحادث بين مرسل ومرسل اليه ، فان ترك اثرا يكون فعالا و يمثل وجودا واقعيًا. وهذا ما يؤكد عالم الاجتماع الأمريكي تشارلز كولي 1864-1929 . "ان اللغة وحدها لا تنشيء الرموز العقلية وحسب ، بل ان كل الموضوعات والافعال هي رموز عقلية أيضا والاتصال هو من الوسائل التي بواسطتها يعمل العقل على نمو الطبيعة البشرية الحقبة .

وانطلاقا مما تقدم فان فعل الاتصال هنا يتحول الى عملية استثمارية كونها تتوافر على عناصر مادية بالإمكان تنظيمها لتغيير انماطا سلوكية بحاجة الى أنماط استهلاكية تدخل ضمن الطبيعة الثقافية الناتجة من فعل الاتصال الإعلامي فالاتصال الجماهيري عملية اجتماعية منظمة ويعتبر العاملون فيه جزء من

مشروع منظم مثل أي مشروع آخر في المجتمع. ان ملامح التنظيم والتمويل لها انعكاساتها الهامة ، على تحديد الاتصال الجماهيري لمجموعة معينة ، وهي تلامس مباشرة الإعلامي كما ان لها نتائج كبيرة على الجمهور ويقلص تعقيد الإنتاج وتوزيعه من الدور الخلاق للفنان ويحيله الى عمل جزئي في سلسلة لا متناهية من الطول هنا سوف يتحول فعل الاتصال الإعلامي الى منظومة لها قواعدها ومحدداتها واخلاقياتها ومرجعياتها الثقافية والاجتماعية والتاريخية.

وتمتد جذور الخطاب الإقناعي كفن قبل عصر وسائل الاتصال بالجماهير اذ كان مصطلح (علم البلاغة) يستخدم للإشارة الى فن استخدام اللغة للتأثير على احكام الاخرين وسلوكهم وفي السياق التاريخي حيث كان الصوت البشري الوسيلة الرئيسة للاتصال وفي الحضارة السمعية -كانت البلاغة الصوتية هي وسيلة الاتصال. التي يمكن استخدامها لأغراض الإقناع بتغيير المفاهيم والاعمال ،وحين نعود الى ما قبل البلاغة قديماً ليتأكد لنا مفهوم هذه المهارة الإقناعية، وحين تحقق الدعاية مفهوم (تصوير الباطل في صورة الحق) تكون حينئذ حقيقة بالانتقاد الذي يوجهه اليها العلماء ،حين يقولون ،ان مثل هذه الدعاية لا تعنى بإيقاظ الجماهير ،كما يصنع الاعلام بل على العكس منه تماماً ،تعمل على تخدير جماهيرها ،وشل قوة التفكير فيهم ،وايقاظ غرائزهم ثم العبث بها عن طريق القصص الخرافية والاكاذيب المتكررة . في حين ان الاعلام يقوم على اساس الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمحتوى الرأي العام بتنويره وثقيفه ،لا تخديره وخداعه.

واذا ما تم التفريق بين الاعلام والدعاية هنا في هذه النقطة فان (الاعلام يرمي الى اليقظة والنمو والتكيف الحضاري ولكن الدعاية لا يهتما الا بتحقيق غاية معينة قد تؤدي الى التضحية ببعض التفاصيل في سبيل تحقيق هذه الغايات) (جاد، 2003). فالإقناع اذن حين يعتمد على المنطق الاعلامي لا الدعائي يغدو خبير وسيلة لتعبئة القوى وكسب تأييد الجماهير فالمنطق الاعلامي تحليل صريح وتوجه الى العقول والعواطف اما الدعاية فهي تخاطب الغرائز وفي مفهومها المتدهور تشوه الحقائق من اجل تصوير الباطل في صورة الحق.

ان الخطاب الإقناعي حين يقوم (يعمل ضمن) المنطق الاعلامي لكسب تأييد الجماهير فانما يلجأ الى التحليل والنقد والاقتراح المحدد دون تعميم وتحريك للانفعالات، فالمنطق الاعلامي هو الذي يكسب الخطاب الإقناعي "طابعه التنويري في ترقية الرأي العام والارتقاء بمستواه اما الدعاية فهي الوجه السلبي للاتصال الإقناعي لانها من اجل تحقيق اغراضها تغرق في الوعود والاحلام وتشوه الحقائق اعتقاداً منها بان الغاية تبرر الوسيلة وليس هذا من جوهر الإقناع في شيء.

المبحث الثاني

العرض المسرحي وسيلة اتصالية اعلامية

اتجه المسرح الحديث لا يجاد خطاب يتماشى مع تطلعات الجمهور والمجتمع فاخذ الخطاب الفني منحى اعلامي تقريبا، عبر مزاجية الفن باليات الرسائل الاعلامية. فالفن هو مركب دلالي تتفاعل فيه مجموعة تتفاعل فيه مجموعة من العناصر بعلاقات تحليلية تركيبية متبادلة الاثر والتأثير فيما بينها وكذلك بين الجزء والكل داخل المركب (kadim, 2016).

لذلك سعى (بسكاتور) " يستثمر محتوى العمل الفني او على الاقل يكون هذا المحتوى في خدمة الشكل الخارجي" (عثمان، 1982) وعمل على اجراء تغيير اساسي في العمل على المسرحيات الكلاسيكية وجعلها تحديثية وذلك عندما "اخرج مسرحية (الصوص) لشيللر في عام 1926، وهو هنا استطاع ان يغير من خلال التكتيف الميكانيكي الخالص للحقيقة على الخشبة المفعمة باليات المحتوى الشعري للنص وحوله الى مادة اخبارية توثيقية تسجيلية واقعية" (عثمان، 1982)، كذلك انتقل بسكاتور من الخاص الى العام على صعيد الحدث المباشر، حيث يتطلب مسرحه مسرحا ثوريا محترفا وفي ظل هذه النظرة لم يعد الفرد بقدره الخاص ومصيره الشخصي (الذاتي) يحتل مركز الاهتمام، بل صارت الحقبة الزمنية كلها هي التي تلعب دور البطولة، وكثيرا ما ردد بسكاتور مصطلح (الاشتراكية العلمية) منطلقا من النظرية الماركسية، ان موجة الثورات العظيمة في بدايات القرن العشرين وما تركته من اثار فوضى ودمار حركت بسكاتور ودفعته لاتخاذ وجهة نظر متطرفة، مفادها عدم دياكتيكية الحركة الجماهيرية، اذا نحا عرضه المسرحي، نحو الخطاب المباشر الاملائي والمحرز، لذلك اعتمد التاريخ والوثيقة كونها وسائل لا يمكن الجدل حولها بوصفها غير حقيقية او ايهامية، وهو بهذا يشدد على الجانب الاعلامي للعرض المسرحي الفني، "ان مسرحه كان بمثابة اداة سياسية بشكل اساسي، فعرضه المسى المادة (218) (والعنوان هنا يشير الى قانون مدني يتعلق بالإجهاض) احرز تغييرا سياسيا" (Bennett, 1995).

أما المخرج الالماني (برتولد برشت) الذي ازدرى مسرح البورجوازية فقد ادخل العرض المسرحي في علاقة جديدة مع المجتمع، وكان هاجسه هو تغيير المجتمع بواسطة العرض فأصبحت نصوصه وعروضه خطاب فني ياخذ سمة الاتصال والاعلام تجاه القضية الاساس وهي التغيير الاجتماعي، وبحسبه فإن التأثير الاجتماعي هو الذي يحدد أثر العمل الفني. كما اخذ (برشت) جزء من افكار (بسكاتور) وطبقها على نحو واسع ليواجه بها المسرح الغربي الرأسمالي والكلاسيكي البرجوازي، والاتجاه الذاتي الذي طبع مسيرة المسرح العالمي في بداية القرن العشرين وكانت العدمية المتمثلة في التعبيرية هي التي جعلته يتحول الى الماركسية، لذلك غير برشت اغلب مفاهيم بسكاتور المرتبطة بالوثيقة والتكنولوجيا والاندماج بالمتلقي على صعيد المكان، الى حالة عقلية جدلية، وليست مظهرية الية مجردة، فهو قد غير مفهوم بسكاتور عن الشاشات السينمائية ففي عرض مسرحية (الام الشجاعة) التي قدمها برشت نفسه في نيويورك خصصت شاشة كبيرة في المؤخرة تعكس عليها نصوص ومستندات مصورة طيلة عرض المشهد الواحد، وحتى حين تحين لحظة استعمال الكواليس، "وعلى ذلك فان المنظر لم يكن يكتفي بالإشارة فقط، عن طريق الخداع، الى مساحات او اماكن حقيقية، وانما كان يشير ايضا الى الحركة الديناميكية للأفكار التي تدور خلالها الاحداث الجارية على الخشبة، وذلك عن طريق الصور والنصوص المعكوسة على الشاشة" (اردش، 1979)، بطرائق تعطل التوقعات العرفية، لتدفع المتلقي الى التأمل النقدي في العلاقات الجدلية بين الاحداث، ويتقطع انتظام الوحدة العضوية للشكل في المسرحية البرشنية في استخدام وسائل فنية مختلفة، منها الفلم السينمائي، والبروجكترات الخلفية والامامية الظاهرة، والاغنية والرقص، دون ان تمتزج هذه الاشكال امتزاجا سلسا بل تقطع الحدث بدل ان تساعد على اكتماله المحكم.

كما أن للثقافة المعاصرة، وثقافة التكنولوجيا والاعلام الدور البارز في تشكيل الواقع الجديد، فأصبحت المجتمعات تتطلع إلى هوية مستقبلية ترتكز على وسائل الاعلام والاتصال التي اخترقت تطورها على جوانب الوجود الإنساني ومستوياته وهو ما استدعى ظهور عالم شهد متغيرات جذرية في تأسيس البنى الاجتماعية تركّز في بناء مجتمعاتها على استقلالية النظم الفرعية عن بعضها، وهذا الانفصال أو التناقض صفة هذا المجتمع الذي لا يوجد فيه نظام مرجعي مشترك، يدفع كلّ نظام جزئي إلى أن يتمحور كما الافراد حول اولوية انشغاله الذاتية ولا يعود يسري بينهم سوى الاتصال المعلوماتي (JAMESON, 1991). كما ظهرت تجارب جديدة عدة في المسرح تحت تسمية المسرح التجريبي أو الطليعي أو البديل، وغيرها من المسميات التي تتفق مع خصائص ومبادئ اتسمت بتغيرات في القواعد الفنية الأساسية، والتي تم توظيفها في الممارسة المسرحية والمتمثلة بالرؤية الاخراجية، وتأسيس الفضاء، وطريقة التمثيل، والعلاقة مع المتلقي.

فقد وضع المخرج (ريتشارد فورمان) مونتيترات التلفزيون على المسرح لتوافر صورة متعددة للمنافسة، واستعمل صوراً منعكسة على الشاشة، والأكثر ملحوظ مسرحية (بوفر) يوفر فيها (فورمان) تجربة قراءة للمتلقي ضمن نظام اشتغالي سمعي مرئي، بوساطة طريقتين للحوار بتجربة إيقاعية مغايرة، إذ استعمل سبورات واطئة التقنية كوسيلة تجاور الكلمات المنطوقة مع الكلمات المكتوبة باستعمال الكلمات المطبوعة والمنعكسة على شاشات كمنظور مسرحية بدون قطع ديكور، فالآلية تكمن بإنشاء تكوينات صورية من تقنية الكومبيوتر والليزر الضوئي الذي غير نظم الارسال الشكلي للخطاب البصري المسرحي (JAMESON, 1991).

في الممارسة المسرحية المعاصرة انفلات دلالي يحتاج إلى وجود مخرج منضبط، قادر على توجيه الرسائل بطريقة مكثفة لا تفقد الاتصال مع المتلقي، فالعملية الاتصالية في لا تتأسس من فرد واحد، فالمعنى يتغير مع كل تفعيل جديد ويبنى بنحوٍ مختلف من كل متلقي على حدة ويتغير كل مدرك ذهني وحسي للمتلقي بتغير وتجدد المعاني المتعددة، ويصبح أكثر افراد الجمهور ادراكاً ولمعناً مغمورين بتجربة مسلية وتنويرية وغير موجبة وتفاعلية، أو تجربة تحرك الفكر.

بمعنى أن بالإمكان النظر إلى العرض المسرحي كشكل، كما لو كانت مظلة دالة تنتج صورة ذهنية متعددة الوجوه (معاني متعددة) بالنسبة لكل متلقي.

أما في العرض المسرحي فهذه النظم لا تعمل على وفق ما خطط لها في العرض المسرحي التقليدي، إذ تتعارض ويمكن قلبها رأساً على عقب، فالنظم الكلامية التي كانت متصدرة تتلاشى في عملية الاتصال وتأسيس المعنى، فهي مفككة ومشوهة وعصية على الفهم في اغلب الأحيان، وتتصدر نسبية الاتصال النظم البصرية والسمعية، فالنظم البصرية يتخللها نظام شفراتي متفرد، يتيح للمتلقي أن يؤسس معانيه المتفردة، أما النظم السمعية فقد تنفتح على تغيرات غير محدودة خارج النظام المؤلف للتعسير العلامي، وهذا مرهون بالآلية الاشتغالية للمخرج في تأسيس نظم الاتصال في عرضه الذي فكك وهجن ونتج عنه دلالات لا يمكن تحديدها.

فمخرجين ك (روبرت ويلسون، وريتشارد فورمان، مايكل كيربي، وبيير دهورفمان، ولي بردر، وششنر، وايريان مينوشكين، واليزابيث لوكمنت، وفان ايتالي) وغيرهم نجد أن تجاربهم اعتمدت على الجانب البصري

متجاوزة البناء المضموني الذي يقوم على حكاية وتسلسل منطقي للحدث وشخصيات وبناء لغوي، ممّا يوفره النص الأدبي بين طياته، فرؤاهم تفصح عن اهتمام واضح بالنسق الشكلي وتراجع المضمون لصالح رفع راية مذهب جديد (الشكلية الجديدة) (Kay, 2013)، كما يتضح جلياً في العرض المسرحي أول علامات الاتصال والاعلام عبر الصورة.

لقد قام المسرح المعاصر بتفكيك النصوص المسرحية كي يخاطبوا جمهور هذا العصر بنحو مباشر، بل ذهب بعضهم يتجاهل النصوص المسرحية بالكامل، ويطورون عروضاً مسرحية عن طريق التجريب مع المواد، والصور البصرية، والفضاءات الصوتية، والارتجال، أو مقاطع صغيرة من اللغة، أو المعلومات غير المترابطة، لقد أصر مخرجو المسرح الجديد أن يتم اختراع لغة جديدة، لغة هدفها إيصال المعاني بطريقة مغايرة، يمكن لهذه المعاني أن تكون حاصل التجارب التي يمر بها المتلقون، امتداداً من الابتهاج المجرد إلى التحفيز العاطفي العميق ثم الايقاظ الروحي، وإلى الاكتشاف الفكري، في فهم كيفية إيصال المعاني إلى المتلقين واجماعهم عليها، وبالنتيجة تحول المسرح هنا إلى ميدانٍ شاملٍ، ومسرحٍ شارحٍ، وعرضٍ مرتجلٍ، لإنتاج النص والعرض. إنّ تعدد المسافات يغير من آلية الإرسال الدلالي في (المكان المحول) عنه في (المكان التقليدي) الذي يحدد مسافة واحدة في الإرسال بين الكتلة والكثافة والابعاد فيه جميعها تلتقي بمسافة واحدة مع المتلقي، أما في (المكان المحول) فتختلف بحسب اختيار المخرج للمكان فهناك مكان دائريّ، وهناك مربع، وهناك مكان عالٍ وهناك واطئ، وهناك مكان مغلق، وهناك مكان مفتوح. وباختلاف الأمكنة تختلف القوى الحسية في الإرسال والتلقي.

لقد سعى (بروك) لمزج مفاهيم الثقافة المختلفة مع بعضها لكي يخلق تعدد الابعاد وتتجلى هذه الصفة في مزجه بين أكثر من تكنيك وصورة ونص خارج نطاق مألوفية العالم الغربي، فكانت مشاهداً العنّف تظهر على شاشة السينما بذات الممثلين الذين يؤدون العرض المسرحي، وكان توظيف (بروك) لخشبة المسرح وكأنها شاشة سينمائية كما في عرض (المهاجرتا) وبآلية الحركات البطيئة تارةً، واللقطات العاكسة تارةً أخرى، والشاشة المجزأة وأحياناً يوقف الحركة، ثم يسترجع الحدث بإعادة الشريط إلى الماضي (Kay, 2013).

ينظر المخرج (ويلسون) إلى عمله بوصفه دعوة إلى تحفيز واعتناق أسلوب في رؤية العالم يقبل وجود مثل هذه العناصر المنفصلة المتصارعة، ويرى كل عنصر في ضوء العناصر الأخرى أو في تنافره وتناقضه معها، لذلك نجده يقول في عرضه (حياة سيغموند فرويد) "إن هذا العرض يقدم صوراً متناقضة للواقع تتحقق في نفس الوقت وتتركب معاً في كولاج، تماماً كما يحدث حين ندرك وجود عدد من العوامل البصرية المنفصلة ثم نرى كيف تتجمع أمام أعيننا لتشكل صورة معينة في لحظة ما، وهذا الضرب من الإدراك غالباً ما يتحقق في العرض في ضوء مشاهدة المتلقي لكل صورة من صور الواقع وهي تحيل الصور الأخرى إلى صور سطحية تكشف عن دلالتها" (Kay, 2013). فيحشد (ويلسون) مسرحه بأحداث قد تبدو ظاهرياً أنها قابلة للفهم والتفسير، ولكنها في الوقت نفسه تتحدى محاولات تصنيفها داخل إطار تفسيري موحد، وبهذه الطريقة فإنّ (ويلسون) ظاهرياً يشجع على التفسير ولكنه عملياً ينكره، نتيجة لذلك أن مسرحه يمتلئ بمركبات وعناصر

متنافرة، تشبه صور الأحلام الحقيقية المحملة بأحاسيس مبهجة مخيفة، تعبر عن أشياء رمزية، وهي في الوقت نفسه تدحض محاولات اكتشاف ما ترمز إليه.

ما اسفر عنه الاطار النظري:

1- كل وسيلة اتصال يمكن عدها وسيلة اعلامية اذا استثمرت ووظفت على وفق الهدف والغاية الاعلامية.

2- يتداخل الفني والاعلامي في العرض المسرحي كونها يشغلان في المنطقة ذاتها وهي منطقة الارسال والرسالة والمرسل اليه.

3- يمكن بث رسائل سياسية واجتماعية مدروسة ومخطط لها في العرض المسرحي ذات الخطاب المضموني الواضح وهنا تكون الغلبة للمضمون على حساب الشكل الفني.

4- في العروض المسرحية التي تعتمد الشكل البصري يمكن ازاحة الخطاب الاعلامي صوب الشكل، فتكون الصور وليس الكلمات هي من تبث الرسالة الاعلامية.

إجراءات البحث

لغرض التحليل فقد اعتمد الباحثان عينة قصدية تمثلت بعرض مسرحية (مسرحية حضر تجوال)، كونها تمثل خطابا اعلاميا يمتلك عناصر الشكل الفني.

عرض مسرحية (حضر تجوال)

تأليف: مهند هادي, اخراج: مهند هادي, سينوغرافيا العرض: جبار جودي

عرضت على خشبة المسرح الوطني عام 2006 في بغداد.

التحليل:

1- كل وسيلة اتصال يمكن عدها وسيلة اعلامية اذا استثمرت ووظفت على وفق الهدف والغاية الاعلامية.

يمكن عد عرض مسرحية (حضر تجوال) وسيلة من وسائل الاعلام كونها تحمل رسالة في طياتها الى الجمهور (المرسل اليه) وهذا العرض لما يمتلكه من عناصر سمعية وبصرية تستطيع بث الرسالة عن طريق العرض المسرحي فقد ارتأى المخرج تضمين رسالته في العرض ما يعيشه المجتمع العراقي من تشوش وعدم استقرار نتيجة لما حل بالعراق من احداث اعقبت الاحتلال الاميركي. فكان الهدف واضحا وهو رفض اعمال العنف التي رافقت عملية التحول وكذلك ادانة واضحة للمحتل بعدم ضبط البلد وتركه يعيش تخبط امني وسياسي واجتماعي, يمثل بنية تهكمية ساخرة من مسيرة الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية, في الفترة الحاضرة وهي شكل فني (برشتي) وتسجيلي في ان واحد, الغرض منه ليس سرد الوقائع فقط, وانما ادامة الجانب التعليمي من خلال الانفتاح على المسكوت عنه من عمليات تاجير المنفذين للعمليات الارهابية او التلاعب وسرقة المال العام, او القتل على الهوية او الاعتقال عن طريق الاشتباه, كلها تعمل ضمن انساق المسرح التسجيلي ومسرح المواجهة والمسرح البرشتي الملحمي.

2- يتداخل الفني والاعلامي في العرض المسرحي كونها يشغلان في المنطقة ذاتها وهي منطقة الارسال والرسالة والمرسل اليه.

تداخل في هذا العرض ما هو فني وما هو اعلامي، حيث ان عناصر العرض المسرحي من اداء ممثل وسينوغرافيا العرض عبر القطع الديكورية ومفردات الاضاءة اجتمعت لتؤسس خطابا فنيا جماليا، وفي الوقت نفسه جرى بث الخطاب الارسالي الاعلامي والذي تمثل بما يفرزه الخطاب الفني بعناصره المختلفة، ومما يشار اليه في هذا العرض استخدام المخرج لبعض تقنيات المسرح الملحمي عبر كسر الابهام فدخل شخصيتي (صباغ الاحذية) و(غاسل السيارات) في بقعة ضوء واحدة تتحكم يعلن فيها المخرج تحكم الاخراج بموضوعاته بزمن العرض الافتراضي واننا امام بنية غير إيهاميه تقطع الحدث وتحوله الى مشاهد صغيرة توضح زمنين ينتظران بعضهما من خلال اعطاء (امر) مستمر من قبل الشخصيتان، لمصدر الضوء ليختفي.

صباغ الاحذية: خاف صار عليه شيء (اظلام)

غاسل السيارات: يومية مخلي بالي عليه (اظلام)

صباغ الاحذية: جولة الشوارع وره الساعة ستة (اظلام)

غاسل السيارات: مقبرة بغداد بالليل جنها مقبرة .. (اظلام)

صباغ الاحذية: حتى الشرطة تريد واحد يحميها (اظلام).

هذه التقنية تتمثل فيها الجانبين الفني والاعلامي من حيث علاقتهما المترابطة مع الحدث، فيما اعتمدت (الموسيقى) ايقاعات محلية في رسم الحالات المزاجية للشخصيات مستخدما (الطبل) بأيقاعات شرقية تعبر عن حالات عدة منها القلق والترقب والخوف كعلامة ترمز الى الثقافة الشرقية في احد المشاهد كانت (الموسيقى) تخاطب المتلقي بشكل مغاير عن مايدور في المشهد كون الحوار يتجه عكس ايقاع (الموسيقى) مما ولد مفارقة ساخرة. فهو فني تقنيا، واعلامي مضمونيا بسبب افهام المتفرج ان كل مايدور حوله من فوضى هي خارج ارادته حتى وان كان مشترك في فعل الحدث.

3- يمكن بث رسائل سياسية واجتماعية مدروسة ومخطط لها في العرض المسرحي ذات الخطاب

المضموني الواضح وهنا تكون الغلبة للمضمون على حساب الشكل الفني.

كثيرة هي المشاهد التي بث من خلالها العرض رسائل مضمونية سياسية واجتماعية واضحة، وهذه الرسالة تتحول الى رسائل اعلامية، وتكاد تكون هي الرسالة الاوضح في هذا العرض المسرحي، وكما في المشهد خلال النفخ المستمر للشخصيتان وغضها العارم على الوقائع اليومية، بنفثها الهواء في كيس يحتوي على (بودره بيضاء) تصور تشظي الناس بعد لحظة الانفجار، وبمصاحبة موسيقى تقترب من موسيقى اعياد الميلاد، في تباين موسيقي واضح فلحظة تشظي (البودره) هي لحظة بدا حياة جديدة لهؤلاء الموتى وولادة عالم قبيح يلفهم مع بعضهم البعض، وترتبط لحظة سرد الشخصيتان للوقائع بلحظة الفوران والجيشان الداخلية لهما من خلال نفث دخان السكائر المستمر والذي يشير الى لواعج الشخصيتان وارهاصتهما المكبوتة، ولتتحول صورة المكان المليئة بالدخان لتحيل الى تصدير اعلامي كون ماتعيشه مدينة بغداد هو السواد عبر تصور لحياة الليل في حظر التجوال، فكل شيء غامض وغير مسموح به (حظر) لكل شيء يمكن ان تستمر به الحياة الانسانية. وليفتح الاخراج في خلخلة هذه المشهدية الفنية الثابتة، نحو قاطع (خلفي) ذو اربعة نوافذ محددة بالاضاءة، تطل على الداخل بشخصيات وعيون تراقب، هذه العيون تمثل عيون جميع وسائل

الاتصال الاعلامية التي تبث نشاطها في كل وقت وفي كل مكان من المدينة، تمثل (عوامل وشخصيات الليل) وتطرح شخصية (غاسل السيارات) لقاءها الاول ب(صباغ الأحذية) من خلال التמוضع خلف احد شبابيك هذا القاطع، فاللقاء هو لقاء تلصصي ينفث نحو رسائل متعددة لكن أكثرها وضوحا هو التصدير الاعلامي للواقع المزري الذي تعيشه هذه الشخصيات. وتكون الثنائية الفنية الاعلامية عبر ثنائية الداخل والخارج في ان واحد فالخارج مدعوم بشخصيات القاطع الخلفي ونوافذه وصوت طائرة الهليكوبتر، وطرق المسلحين في منتصف الليل، كل ذلك يتفاعل مع الداخل عبر لبس اغطية الراس للشخصيات والاختفاء بالاعطية التي يلتفون بها، فالشخصيتان حاضرتان وغائبتان في الوقت نفسه، كما هما يمثلان التناقض في الرغبات والسلوك لدى المجتمع العراقي.

غاسل السيارات: وين جنت.

صباغ الأحذية: عمي حمدلله على السلامة اول مره، رحنت اتركك طب واحد للمطعم كال شبابك حسابكم واصل وراها (بم بم)

صوت انفجار من خلال فعل الجسد الذي اعطانه معنى واضح ان(صباغ الأحذية) يتحدث عن ظرف يمر به مجتمع كامل بتجسيد يجمع الحوار مع اداء جسدي صامت، اراد التحدث بلسان المشتركين معه في الظرف نفسه اي هي رسالة مبطنه للمتلقي بأننا بنفس المشكلة. وكل هذه رسائل مضمونية واضحة في التصدير الاعلامي للواقع المعاش وهو يشبه الومضة الاخبارية في نشرات الاخبار حين تسلط الضوء حول موضوعة خيرية في احدى دول العالم، تكون رسالتها متحددة بسياسة القناة وتوجهاتها.

4- في العروض المسرحية التي تعتمد الشكل البصري يمكن ازاحة الخطاب الاعلامي صوب الشكل، فتكون الصور وليس الكلمات هي من تبث الرسالة الاعلامية.

كثيرا ما استخدم المخرج في هذا العرض الاشكال البصرية التي تكون خالية من المضمون المباشر كزنها ترتكز على الصورة، لكنها تنتقل بالمعنى من الحوار الى الرسالة على وفق متبنيات الشكل، وكما في مشهد الذي يتحول فيه العرض الى شاشة اعلان ميديا عن افضل انواع الشامبوات لغسل الدم المتبقي من العرض الشكلائي والدم المسال في العهد الجديد، لينفتح العرض على مقولات اللحظة الراهنة وتشابكها الوقائعي والايديولوجي فيعمل (القاطع الخلفي) على انتاج شخصية جديدة تمثل الارهاب تحاول ان تغوي غاسل السيارات بزجه في احدى العمليات الارهابية، وهنا الرسالة الاعلامية تكون مضمرة خلف الشكل البصري كون وسيلة الاتصال هنا ليست اللغة انما الاشكال البصرية. كما ان جميع الشخصيات التي تتكون من خلال القاطع الخلفي هي شخصيات مهمة تحمل اسراراً ووجوهاً واقنعة مختلفة، تلبس اشكال شخصيات انتجتها الوقائع ولم ينتجها التاريخ، أي حصيلة تغاير اجتماعي وسياسي مفاجيء ادى الى تغيير سلوكها وقيمها (الارهابي، رجال مليشيا).

ويتصل الفعل الشكلي مباشرة بالمتلقي كون الصورة هنا لها دلالات من الواقع الموضوعي المعاش، لتمثل حالة تطابق بين حال بيت (غاسل السيارات) وشخصه والحالة الاشمل (العراق) فالمتغير في العائلة هو بالاستعاضة المتغير السياسي العراقي بكل تحولاته والذي ينتهي بغياب الاب المتسلط عن العائلة، ليظهر القاطع الخلفي اشكالا من البهجة الصادمة من خلال اصوات منبهات السيارات والضجيج البشري الفرح،

واسقاط لاضاءة قوية على (القاطع الخلفي) ليكشف كل الخشبة وبذا يكشف عن المسكوت عنه في دواخل الشخصيات فتعلن عن بهجتها الغامرة بالتغيير, هذه الاشكال البصرية والصورة المسرحية هي في حقيقة الامر رسائل معدة للارسال في كل عرض مادام المتلقي حاضر ويسهم في عملية اكمال الرسالة.

النتائج:

- 1- تتميز فاعلية الاتصال الاعلامي في العرض المسرحي بكونها متداخلة مع الخطاب الفني الجمالي.
- 2- يمكن للاشكال البصرية ان تكون فاعلة في الاتصال الاعلامي عبر عناصر العرض المسرحي المتمثلة بسينوغرافيا العرض.
- 3- يبني الاتصال الاعلامي في العرض المسرحي على فرضية كون الرسالة هي المضامين الاعلامية, والتي يمكن ان تستثمر لاغراض سياسية واجتماعية.
- 4- يمكن عد العرض المسرحي احدى اهم وسائل الاتصال الاعلامي, لو استخدم بطريقة مدروسة ومخطط لها.
- 5- لايمكن فصل الفني عن الاعلامي من حيث المبدأ, الا في حالات التقييم الجمالي.
- 6- تختلف فاعلية الاتصال الاعلامي في العرض المسرحي باختلاف انواع العروض واتجاهاتها المسرحية, فمنها من يكون خطابه مباشر, ومنها من يكون خطابه ضمني.
- 7- يمكن تفعيل عدد من وسائل الاتصال الاعلامي وجمعها في العرض المسرحي, كون العرض هو وسيلة اتصال مباشرة مع المتلقي.

المصادر باللغة العربية

- احمد عثمان. (1982). قناع البرخية. القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب.
- جميل صليبا. (1982). المعجم الفلسفي. بيروت: دار الكتاب اللبناني.
- سعد اردش. (1979). المخرج في المسرح المعاصر. الكويت: المجلس الاعلى للثقافة.
- سهير جاد. (2003). وسائل الاعلام والخطاب الاقناعي. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

References

- Abdulhameed., M. (1993). *Communications in the field of mass artistic creativity*. Cairo: The World of Books.
- Al-Hailah, M. M. (2000). *Designing and producing educational aids*. Amman: House of the March.
- Ault, P. H. (1966). *Introduction to mass communications*. New York: Dodd, Mead.
- Bennett, S. (1995). *Theater audience*. Cairo: Supreme Council of Antiquities Press.
- JAMESON, F. (1991). *Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: DUKE UNIVERSITY PRESS.
- Jassim, M. (2006). *Communication and mass media theories*. Copenhagen: Arab Open Academy.
- kadim, R. (2016). *Semantic encoding of the actor's performance in the Iraqi theater show*. *Al-Academy jorna*(77), 67.
- Kay, N. (2013). *Postmodernism and the Performing Arts*.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/155-168>

The effectiveness of media communication and its problems in the contemporary theatrical presentation

Russell Kazem Odeh¹

Salman Khalaf Hussain²

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 11/1/2021.....Date of acceptance: 14/2/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

The theater can be considered a media that the effectiveness of its tools and the perceptions it produces cannot be abandoned according to patterns or aesthetic artistic trends, and at the same time it carries a large amount of information that can be worked on activating it with conscious directions within the elements of the theatrical performance, and these can be counted. The study is an attempt to trace the functioning of the communication and media elements in the structure of the theatrical performance, as the study included: An introduction that defines the research problem and its importance, which crystallized around the following question: Does the media communication through theatrical presentation form its desired effectiveness in developing awareness towards realizing the facts of its audience? The research is based on two theoretical topics, namely the first topic (Communication Effectiveness, principles and references), which includes the philosophical and procedural references to the concept of communication and the media, while the second topic deals with (theatrical presentation is a means of media communication) in which the work of international directors in activating the elements of communication and media in their theatrical performances was presented.

In the research procedures, an intentional sample was chosen for the purpose of analysis represented in the play (curfew) that was shown in Baghdad in 2006, and the descriptive analysis was based on according to the research indicators that came out of the theoretical framework, leading to the results, including: 1- The effectiveness of media communication in Theatrical performance as it is intertwined with the artistic and aesthetic discourse 2- The effectiveness of media communication in theatrical presentation varies according to the different types of performances and their theatrical directions. Some of them are direct speeches, and some are implicit speeches.

Finally, a list of research references and a summary in English

Key words: Media communication, theatrical presentation

¹ College of Fine Arts / University of Baghdad, russil.kadim@cofarts.uobaghdad.edu.iq.

² Postgraduate student, College of Fine Arts, University of Baghdad

سيمياء الإنشاء البصري في العرض المسرحي العراقي المعاصر

اسيل ليث احمد¹

عبد الرحمن داخل احمد²

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229

تاريخ استلام البحث 2020/9/13, تاريخ قبول النشر 2020/10/11, تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث

لقد شهد الحقل المسرحي تطوراً كبيراً شمل الجانب الدلالي والجانب الشكلي، باعتبار التجربة المسرحية مرت بفترة طويلة بالوصف وهيمنة الأدبية وسطوة اللسانيات، وهذا انفتحت التجربة المسرحية على العديد من الاشتغالات والاستخدامات العالية الجودة في تكوين وإنشاء المنظومة البصرية، وكان للسيمياء دوراً في تقديم أشكال وهيئات علامية متحولة ومتولدة في فضاء العرض المسرحي. بهذا تعد العناصر (الازياء- الديكور - المكياج - الأضواء - الممثل) عناصر لها سمات وهيئات علامية تكوّن مجموعها وحدة سيميائية متكاملة تضم كل الأنساق في الفضاء السينوغرافي. وقد حدد الباحثان السيمياء لما لها من دور في تعزيز كثافة الفضاء وإنتاج العديد من الدلالات. ولغرض الوصول إلى هدف البحث عمل الباحثان على تقسيم البحث إلى الأطار المنهجي وتضمن مشكلة البحث التي حُددت بالتساؤل الآتي:- سيمياء الإنشاء البصري في العرض المسرحي العراقي المعاصر، وتضمن كذلك هدف البحث وحدوده وتحديد أبرز المصطلحات. فيما تناول الباحثان الأطار النظري بثلاث مباحث:- المبحث الأول بعنوان سيمياء المنظومة البصرية، والمبحث الثاني العلامة، وخصص المبحث الثالث للإنشاء البصري، وكذلك حُددت أبرز مؤشرات الأطار النظري. واختار الباحثان مسرحية (بوابة سبعة) عينة البحث، وتضمن البحث أبرز النتائج والاستنتاجات التي ساهمت في بلورة الإنشاء من منطلق سيميائي والتي نذكر منها الاستنتاج الآتي:- ساهمت إجراءات وسمات السيمياء في فتح آفاق جديدة لعناصر المنظومة البصرية بإزاء دور (العلامة والأيقونة والرمز) في إظهار وتعزيز كثافة الفضاء السينوغرافي للعرض المسرحي العراقي المعاصر.

الكلمات المفتاحية: سيمياء المنظومة البصرية، العلامة، الإنشاء البصري

¹ كلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد، asil.l@cofarts.uobaghdad.edu.iq

² طالب دراسات عليا، كلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد، abdulrhmandakil@gmail.com

الاطار المنهجي

مشكلة البحث

أرسي ظهور المدارس والنظريات الحديثة التي ترى التجربة المسرحية المعاصرة عالم متعدد الدلالات والمعاني التي يحتل تلقها وقراءتها بأنماط وانساق مختلفة ومتنوعة ضمن متوالية التطور المستمر للتقنيات الحديثة التي أرست بدورها فعلاً اشتغالياً يمزج نحو التجريب والتكثيف أدى الى انبثاق جودة عالية في الاستخدامات المسرحية (الفنية) والتي بدورها تأثرت بمجمل ما حدث من تطورات متلاحقة وفق المتغير التقني والاستخدام الانشائي كونه يشكل علامات دلالية سيميائية بصرية في العرض المسرحي المعاصر انعكست بدورها على المتلقي واستجابة الجمهور في تذوقه وتفاعله مع جماليات فضاء العرض المسرحي (السينوغرافيا) وهذا الفضاء البصري يخضع لمجموعة من الآليات الانشائية والعناصر العلاماتية البصرية التي تتوزع في منظومتين للعرض المسرحي (المنظومة السمعية: الموسيقى – المؤثرات الصوتية – حوار الممثل).

المنظومة البصرية: الأزياء – الاكسسوار- المكياج- الأضاءة- الديكور- الممثل وانشاء حركته البصرية. بهذه العناصر وآليات انشائها واشتغالها بصرياً يستدعي مخرج العمل وكذلك المصمم التقني تركيب هذه العناصر وانشاءها عبر مجموعة من التمازجات السينوغرافية في تركيب الصورة المرئية وانشاء المنظومة البصرية للعرض المسرحي من اجل تحقيق الرؤية الفلسفية والفكرية للنص المسرحي وتمازج الانشاءات البصرية كوسيلة اتصال وتواصل جمالي ثقافي في حقل التجربة المسرحية وتأتي السيمياء بوصفها فعلاً اشتغالياً بصرياً وكذلك فعلاً في تلقي العرض المسرحي تعمل السيمياء وتكشف الصورة الفنية باعتبار عناصر المنظومة البصرية مجموعة من العلامات الدلالية تؤسس وتعمل على تشكيل فضاء العرض المسرحي وحضوره الجمالي وتلقيه.

ومن هنا سعى الباحثان للبحث في سيمياء الانشاء البصري في العرض المسرحي المعاصر وفق الاشتغال السيميائي.

اهمية البحث

تتجلى اهمية البحث في الآتي:

- 1- تسليط الضوء على سيمياء الانشاء البصري في العرض المسرحي المعاصر.
- 2- يفيد طلبة قسم الفنون المسرحية في كلية الفنون الجميلة ومعهد الفنون الجميلة – فرع التقنيات فضلاً عن نقاد المسرح والمهتمين بالفن المسرحي.

هدف البحث

يهدف البحث الى التعرف على (سيمياء الانشاء البصري في العرض المسرحي العراقي)

حدود البحث

الحد الزمني: (2009 – 2019)

الحد المكاني: العروض المسرحية التي قُدمت على مسارح بغداد ومن انتاج الفرقة الوطنية للتمثيل.

الحد الموضوعي: سيمياء الانشاء البصري في العرض المسرحي .

تحديد المصطلحات

السيمياء: هو علم العلامات وهو آت من الاصل اليوناني (Semeion) الذي يعني (علامة) أو (Logos) تعني علم العلامات (Al-Ahmer, 2010)
الانشاء: يعرفه صليبا على انه " بناء وخلق لمجموعة من الوحدات والاجزاء لها خاصية العرض للشيء، وكذلك الايحاء اليه، ويكون مسبقاً بمادة ما، والانشاء اخراج ما في الشيء من القوة الى الفعل". (Saliba, 1971)

التعريف الاجرائي للباحثين:

سيمياء الانشاء: هو ذلك البناء الانشائي لمجموعة من العناصر والوحدات وتركيبها بأماط وأنساق سيميائية علامية في فضاء المنظومة البصرية للعرض المسرحي.

الاطار النظري

المبحث الاول: سيمياء المنظومة البصرية

عند دراسة وتقصي فعل التجربة المسرحية المعاصرة وخصوصاً العرض المسرحي في مجاله السيميائي كونه فناً مرثياً يستثمر اغلب صور الانشطة العلامية واتقانها بشكل مكثف ومتنوع ليشكل بدوره شبكة انساق وسمات دلالية واسعة تحمل سعى المنظومة العلامية في العرض المسرحي لها آليات وعناصر تركيبية تكون الفضاء العام (المسرحي) وتكامله من ناحية شكله وابرار جوانبه المضامينية عبر مجموعة من التفاعلات والانشاءات السمعية والبصرية في صياغة الصورة التكاملية للتجربة المسرحية الجمالية المعاصرة كون التجربة تشكل بدورها انماطاً وسمات سيميائية علامية (بصرية) للفضاء المسرحي.
ولعل السيميائية كما بلورها العالم بيرس (Charles Sanders Peirce)^(*) الذي يعدها بمثابة العلم الكلي للسمات وهي السمات غير اللسانية، اذ لم تعد اللغة مجرد نقطة في فضاء أرحب تتحكم فيه السمات البصرية (الالوان – العلامات - الاشارات) وما لا نهاية له في السيميائيات التي أمست ركناً مركزياً في ثقافة هذا العصر. (Mirtadh, 2010).

إنّ السيمياء هي محاولة تحيلنا الى الامسك بالدلالات عن طريق البعد العلامى لفضاء العرض المسرحي وربط بنية وأنساق (الصورة المرئية) مع فاعلية توليدية تعمل عبر انشاء سينوغرافي ينتقل في مسار الصورة المرئية من (التجريد) الى المحسوس بصرياً لتتمثل الدلالات في انساق وبنية الصورة المرئية وفتح ابواب قراءة الدوال (مكونات وعناصر العرض) مستويات وأولية عديدة ضمن بعدها السيميائي. وهذه الدلالات تشكل ابعاداً معرفية وجمالية في ضوء العلاقة بين (انشاء الصورة) الدوال و (آليات تحقق سياقاتها) الدلالية باتجاه يكشف (المعنى) والمغزى المراد ابراز دلالاته الرمزية كون المنظومة البصرية هي مجموعة من العلامات الجمالية تأخذ حضورها عن طريق الرموز والاشارات في فضائي النص المسرحي وابعاده الفلسفية وفضاء العرض الدرامي وجمالياته الصورية السيميائية باعتبار الفضاء الاول تصوري تخيلي فلسفي والفضاء

(*) بيرس (Charles Sanders Peirce) (1839-1914) عالم امريكي و استاذ جامعي في علم الفلك والرياضيات بجامعة (هارفارد) مؤسس الفلسفة الامريكية المعروفة ب(البراجماتية) وهو من انصار فلسفة اللغة وعلم المنطق وفلسفة العلم والذي رأى ان المنطق باعتباره الفرع الرسمي لعلم السيميائية.

الثاني المكمل والمبلور هو فضاء جمالي بصوري علّامي يأخذ طابعاً سيميائياً لإبراز الدلالات وتلقمها في الخطاب المسرحي الفلسفي والمادي الامتداد تكوين وانشاء " إنّ الفضاء الفلسفي يختلف عن الفضاء الدرامي لأن الأخير يعد مرئياً في عملية الاخراج المسرحي في حين الاول فضاء حلّمي ما ورائي بصوري تخيلي خارق، وخارج من حلم عن طريق الرموز والاشارات المتعددة لمفردات الصورة الجمالية والفلسفية" (Al-Qasab, 2003)

يكتسب النص والعرض المسرحي حضوره الشمولي والتكاملي وفاعلية معانيه ودلالاته من خلال الحضور المرئي السيميائي الذي يتوزع على مكونات وعناصر المنظومة البصرية وانشاءها انشاءً سيميائياً يتكرس فعل المنظومة البصرية عبر الاستخدامات للعلامة والاشارة والرمز في فضاء العرض المسرحي لتأخذ دورها الدلالي والتأويلي في فعل التلقي للمشاهد عبر حضور مكوناتها حضوراً سيميائياً.

اذ اسهمت الدراسات والابحاث السيميائية حضوراً فاعلاً في العديد من المجالات والانشطة وخاصة فروع العلوم الانسانية وركزت هذه الدراسات على دور (العلامة)^(*) في رقد مختلف الانشطة من منطلق سيميائي وترسخ بشكل ملموس على الحقل المسرحي ولاسيما في العرض المسرحي باعتبار المسرح ظاهرة مركبة من العلامات وظيفتها انتاج وصناعة المعاني والدلالات " إنّ المسرح ظاهرة مركبة في انتاج المعنى وايصاله من خلال انساق، ويصبح العرض المسرحي شبكة من العلامات او الوحدات السيميائية تنتهي الى انساق مختلفة ومتفاوتة في المسرح، تتحول فيه الاشياء والاجسام الى علامات، وهذه العلامة تمنح دلالة جديدة على وظيفتها العادية." (Yousif, 2006)

لتعمل بذلك العلامة في انشاءها وتشكلها وظيفية دلالية في تصميم فضاء العرض عبر وحدات وانشاق سيميائية وهي عناصر العرض البصرية (الممثل – الديكور – الاضاءة وباقي العناصر).

ومن اجل خلق توازن وانسجام بين هذه العناصر باعتبارها وحدات سيميائية يتطلب من المصمم الفني تصميم العرض بوحدة كلية من خلال انشاء الوحدات الجزئية وتمازجها في أنساق لها ضوابطها ودلالاتها الاشتغالية والوظيفية في المنظومة البصرية للعرض المسرحي ، هذه الوحدات الجزئية والكلية تعد علامات العرض المسرحي والصورة السيميائية الدالة برمزيها ودلالاتها القابلة على التحول والتوليد المنسجم والمتواصل في صناعة العرض " إنّ علامات العرض المسرحي الصوري المحور بمجموع أنظمتها الارشالية لتوضع في دالة الصورة المسرحية دالة رمزية قادرة على التوليد والتحول كما ينسجم وفعل دلالتها ضمن ظروف صناعة العرض" (Al-Qasab, 2003, p. 48)

للعلامة خاصيتان في فضاء العرض المسرحي تميزت بها عن باقي الحقول والفضاءات الاخرى.

- 1- خاصية التحول: قدرتها على التنقل بين المنظومات السيميائية المختلفة بغض النظر كونها (سمعية أو بصرية) ومصدره وعناصرها (الديكور – الممثل – الاضاءة – وباقي الملحقات المسرحي).
- 2- خاصية التوليد: تتولد من العلامة الواحدة علامات متعددة ومصدرها تحولها من وظيفة الى وظيفة اخرى عبر انزياح علاقاتها وتبدلها.

^(*) العلامة (Mark) : هي صورة تقدم لتمثيل شيء ما وهذا التمثيل عادة ما ينتبه الناس الى جزء واحد منه دون ان يلتفتوا الى الاجزاء الاخرى

المتعددة وهناك انواع للعلامات اعتباطية – حدسية – سيميائية.

" إنَّ العلاقات البصرية تمر بتحويلات مستمرة في أثناء تحركها عبر فضاءها الاشتغالي وتكسب الاجسام والاشكال والعناصر البصرية قدرتها على التحول كونها تدرج في اطارات متعددة من المرجعيات." (Inglis &

Hughson, 2007, p. 119)

إنَّ المتلقي للصورة البصرية بأعتبره يمتلك خزناً علامياً في تجربته في تلقي العلامات والصور داخل الحياة اليومية، وكذلك في خشية المسرح وكل هذه العلامات تخضع الى نظام رمزي يتسم بالتشفير الصوري (الأيقوني)^(*) ولإدراك معاني الاشكال والعناصر البصرية ودلالاتها التأويلية يستدعي المتلقي خزينة البصري الذي تكون العلامات المنقولة والموظفة داخل الفضاء هي مجموعة شفرات تحقق وجودها داخل نظام العلامة على اعتبار "المتلقي يمتلك تشفيراً وخزناً يمكنه من خلاله ادراك معاني الاشياء بالمقارنة مع هذا الخزين تبدو العلامة المنقولة عبر العلامات وكأنها شفرة أي أنها تتطلب معرفة هذا النظام الرمزي أو الشفرة (Code)^(*) والتوصل الى فهمها". (Mouhammed, 2008)

وانطلاقاً مما تأسس يرى الباحثان أن أنساق العلامة السيميائية هي شبكة من الشفرات لوحداث علامة مركبة وباعتبار التجربة المسرحية ظاهرة مركبة من العناصر والعلاقات العلامية وظيفتها ابراز الدلالات والمعاني الجمالية من خلال حضورها البصري العلامي في فضاء العرض المسرحي المعاصر . والعرض المسرحي على اعتباره مضمون داخلي يتناغم مع المظهر الظاهري (الخارجي) فالفضاء المسرحي هو عبارة عن شريحة تتكون من العلامات المرسله هي مجموعة رسائل ذات طبيعة وانتماء شفروي تجتمع هذه الشفرات لاهداف دلالية موحدة في انتاج بنية صورية تأثيرية فاعلة لا يصال المضمون للمتلقي.

المبحث الثالث

الانشاء البصري

إنَّ آليات التصميم الفني البصري في العرض المسرحي تكمن في انشاءه وتكوينه للعرض بصرياً وفق بعدها (العلامي) الذي يضيف أنساقاً سيميائية تأخذ بعدها الدلالي في استحصال (المعنى) من خلال تشكيل وانشاء عناصر العرض المسرحي (الممثل - الديكور - الازياء - الاكسسوار - المكياج - الاضاءة) باعتبار هذه العناصر والانساق هي (علامات وشفرات) بمجموع نماذجها وتفاعلها ينشأ العرض المسرحي ويكسب حضوره التكامل والجمالي.

إنَّ آليات انشاء الصورة البصرية يستدعي من (المخرج) و (المصمم) تركيب وبناء مجموعة من العناصر المادية والتقنية والبشرية في تجسيد النص المسرحي صورياً وانتاج الدلالات ونقل المعاني والافكار الى المتفرج (المتلقي) على هيئة علاقات وبيانات رمزية (شفرات بصرية) في العرض المسرحي المعاصر. "فالشفرات تقدم اطاراً يضيف على العلامات معنى ولا يمكن اعتبار أي شيء بمنزلة علامة الا اذا كان يعمل ضمن شفرة" (Chandler, 2008, p. 252)

^(*) الأيقونة: وهي علاقة قائمة على مبدأ (الشبه similitude) تمثل موضوعاً أو شكلاً أساسياً بواسطة الشبه القائم بين حامل العلامة ومدلولها ويعد الاكسسوار والاضاءة والممثل أفضل أيقونة بالمسرح.

^(*) الشفرة (Code): مجموعة السنن والاعراف التي تخضع لها عملية انتاج الرسالة أو توصيلها فالشفرة نسق من العلامات لإنتاج رسائل وصور.

بهذا يرى الباحثان أن:-

(الممثل- الأزياء - الاكسسوار - المكياج- الديكور - الاضاءة وباقي الملحقات) هي مجموعة شفرات علامية. الممثل: يعد الممثل من اهم العناصر البصرية الحاملة للعلامات باعتباره شفرة حركية وصوتية تنتج الدلالات للنص المكتوب (صورياً) وتتمركز حوله باقي عناصر العرض ومكوناته " إنَّ الممثلين لا يدخلون الى المسرح بل الى الصورة، اما الممثل يترجم ويطلب من أن يجعل ولعه بالصورة مسرحاً، وأن يستبدل الكلمات صور" (Picon-Vallin, 2005, p.50)

تعد الانساق العلامية للممثل في فضاءه الحركي الأدائي هي مجموعة صور سيميائية متواصلة غير منقطعة في العرض المسرحي المعاصر " بما إنَّ الممثل يواجه المتفرج يبدو من الضروري أن يقوم بعرض شيء ما، والتقديم هنا عبارة عن عرض صورة مكونة من نسق من العلامات متواصلة غير منقطعة، في بداية العرض المسرحي الى نهايته" (Barba, 2006,p.42)

المنظومة البصرية هي نسق من العلامات المتواصلة والمتصلة بالعرض المسرحي وتعد نظاماً انشائياً وجمالياً تضي ابعاداً جمالية وثقافية وابداعية وباعتبار الممثل (علامة) دالة ومتحركة داخل الفضاء البصري السيميائي تتمركز حوله باقي العناصر والعلامات من (منظر - ديكور - اضاءة - وباقي الملحقات) بأشكالها وانواعها وموادها والوانها تمتزج معاً لتشكل علامة (كبرى) في المنظومة البصرية للعرض المسرحي.

تعد العلامات لها وظيفة سيميائية تكاملية بمجملها تشكل وتنشأ فضاء العرض المسرحي.

ب- الاضاءة:

إنَّ مهمة الاضاءة المسرحية اظهار الرؤية وكشف الشكل والايهام بالطبيعة عبر تكوين الجو العام والخاص بالعرض المسرحي وهذه المهام تحتاج للعديد من الوسائل والوسائط والتقنية وتلعب الاضاءة دوراً هاماً على مستوى ابراز الشكل ودلالاته التكوينية بالكثافة والتباين الضوئي تأخذ طابعاً سيميائياً في انشاء المنظومة البصرية والكشف عن دلالات جمالية بحرفة سيميائية تغني العرض وتكسبه تكامله.

" الجزء الاكبر في غنى العرض المسرحي يعود الى التلاعب في تغيير نسب الحرفية السيميائية" (Elam, 1992,p.71) وهذه الحرفية السيميائية تحتاج امكانيات تقنية وتكنولوجية من اجل انشاء وتوسيع المنظومة البصرية واشغالها وتكثيفها في ابداع النماذج والاستعمالات الضوئية وتكوين ومشغف وانشاء العديد من الاجواء والاشكال عبر الاضاءة والمنظر المسرحي، وباعتبار ظهور الاضاءة البديلة عن الاضاءة التقليدية وكذلك دور الاضاءة البديلة تسهم في استبدال المنظر المسرحي التقليدي للديكور والاكسسوار والملحقات الاخرى المصنوعة من مواد مادية وعضوية (كالخشب والحديد واللدائن والاقمشة والالوان وتفرعاتها العديدة). " إنَّ الاضاءة المسرحية في تطور دائم في ظل التطور الالكتروني الحاصل أدى هذا التطور الى اكتشاف جهاز البديل الضوئي (الداتا شو) وبوجوده يمكن الاستغناء عن الكثير من اجهزة الاضاءة وكذلك تقليل النفقات ويعمل بطاقة كهربائية ذات واطية قليلة ويمكن استخدامه عن طريق الحاسوب وباستخدام برنامج خاص ترسم فيه الاضاءة والالوان والكثافات والتباين" (Al-Khafaji, 2016, p.107)

وتأسيساً على ما ذكر يرى الباحثان المنظومة البصرية هي انشاء مرئي سيميائي يتوزع على عناصر ومكونات العرض المسرحي باعتبار هذه المكونات والعناصر المرئية هي انساق علامية متحوّلة ومتولدة بخواصها الوظيفية داخل فضاء العرض المسرحي من خلال رسم وانشاء الفضاء لمجموعة من الايقونات العلامية وهي:-

1- الاضاءة: تؤدي وظيفة أيقونية باعتبارها علامة رمزية وتعبيرية تبرز بؤر الحدث: المكان والزمان والحالات النفسية وكذلك ابراز الجو العام الكلي.

2- الممثل: يؤدي وظيفة أيقونية بصرية ومركزاً تدور حوله العلامات الأخرى المصاحبة للعرض المسرحي.

3- نظام العلامات (الملابس/الاكسسوار/الديكور) كذلك (الالوان/السطوح/الملمس) تأتي الاضاءة البديلة باعتبارها هي احدى العلامات المركزية التي تساهم في تكويناتها وتأثيراتها الجمالية وكذلك سرعة انتقالها وحركتها داخل المشاهد المتعددة باعتبار العرض المسرحي يمتلك في بناءه السينوغرافي العديد من التحولات على مستوى الشكل والمضمون (see,kadem a ,sabti,2019,p283) وهذا يتطلب تقنيات حديثة على المستوى التكنولوجي والالكتروني من اجل الوصول بالعرض المسرحي الى مساحته التكاملية وتأثيره على استجابة المتلقي وتقبله للعرض المسرحي.

ج-المنظر المسرحي:

حازت المنظومة البصرية على العديد من التطورات وكان لظهور المنظر المسرحي اضافة مهمة في "خلق فضاء فوق خشبة المسرح لتضيف اتجاهاً كلياً لصناعة المسرح من منظور بصري (Pamela, 2004, p.200) : على اعتباره فن تشكيل وتصوير مرئي لمجموعة من التصاميم للاشكال الهندسية وهيئات الاجسام والسطوح له ابعاده ووظائفه المتنوعة " على مستوى العلاقات والتراكيب للخطوط والالوان التي تحرك جمال الصورة المعبرة في فضاء منسق ومنسجم " (Langer,1986, p.100) مترابط بوحدة كلية تنسجم مع فكرة واحداث المسرحية التي بدورها تولد مجموعة من الدلالات لها التأثير النفسي والجمالي على ذائقة المتلقي باعتباره "عملية تشكيل فضاء العرض بصرياً يتم بإنشاء واداء [المنظر المسرحي] التي يشارك فيها المتلقي بوجوده وخياله." (Al-Disuqi, 2005, p.17)

ان فضاء العرض المسرحي هو نظام من الانشاءات والتراكيب الهندسية التصميمية البصرية تأخذ حضورها وتشكلها وتداولها وتلقها من منطلق كونها علامات سيمائية بصرية بمجموع هذا النظام تأخذ السينوغرافيا وجودها الجمالي والوظيفي في العرض المسرحي.

ان تفعيل عناصر المنظومة البصرية من خلال الالوان والاشكال وتراكيبها مع الاضاءة وقطع الديكور والاكسسوار هي معطيات سيمائية بتظاferها هارمونياً تشكل المعنى الفني البصري للعرض ككل الذي يتوزع نتاجه على مستوى الدلالات ومستوى التلقي لدى الجمهور.

ما اسفر عنه الاطار النظري من مؤشرات

- 1- سعت السيمياء في استراتيجيتها الاعلامية بالمساهمة الفاعلة في انشاء وتكوين تراكيب وتصميمات بقوالب مكشوفة لأنماط وقوالب معاصرة تضفي ابعاداً جمالية وتأويلية في انشاء وتكامل المنظومة البصرية.
- 2- أرسى دور وفاعلية علم العلامات والسيمياء فعلاً تجريبياً لتشكيل وانشاء وعمل الاستخدامات البصرية في العرض المسرحي المعاصر.
- 3- الممثل علامة ونسق سيميائي يضفي بعداً اشتغالياً وجمالياً من خلال تركزه وحركته السيميائية في المنظومة البصرية للعرض المسرحي المعاصر.
- 4- تعد الاضاءة نظاماً علامياً سيميائياً أوّدي وظيفية أيقونية في فضاء العرض المسرحي ويكون للإضاءة البديلة والرقمية حضوراً معاصراً فيهاً.
- 5- نظام العلاقات للعناصر (الازياء - المكياج - الاكسسوار - الديكور - الاضاءة وحركة وأداء الممثل) بتمازجها وتركيبها وظيفياً تحقق فضاء سيميائي للتجارب المعاصرة.
- 6- السينوغرافيا هي نظام انشائي سيميائي لتراكيب وتصميمات بصرية لمجموعة من الالوان والكتل والاشكال بتظاferها مع عناصر المنظومة البصرية من اضاءة وحركة وأداء ممثلين تشكل معطى سيميائي وعلاكة كبرى في العرض المسرحي المعاصر.

اجراءات البحث

مجتمع البحث: مسرحية (بوابة سبعة) والتي قدمت على مسرح الرافدين ، ومن انتاج الفرقة الوطنية للتمثيل وقد اختارها الباحثان قصدياً لما لها من اشتغالات تتوافق ومريدات البحث.
عينة البحث: تم اختيار مسرحية (بوابة سبعة) قصدياً حيث تناولت سيمياء الانشاء البصري والتي تعتبر محور البحث.

منهج البحث: المنهج الوصفي التحليلي

تحليل مسرحية (بوابة سبعة)^(*)

تدور فكرة هذه التجربة المسرحية حول سبعة اشخاص من دول عربية متنوعة مع شخصية واحدة فرنسية شاءت ان يلتقوا في محطة قطار (ميتر) في احدى العواصم الاوروبية واثناء وجودهم يتسرب خبر وجود متهم انتحاري من المجموعات الارهابية السلفية التي نفذت تفجير في نفس المدينة التي ينويان ان يهاجروا منها الى مناطق اخرى من اوروبا. يبدأ الصراع بين هذه الشخصيات السبعة ليتهم بعضهم البعض بعمل وتفجير داخل هذه المدينة، فيتبادلون الاتهام بينهم على اعتبار الكل هارب من بلده يحاول الهجرة لأسباب توزعت حول الارهاب والطائفية وما خلفته الحروب والربيع العربي الذي بدورها أفرزت هذه العوامل العديد من الايديولوجيات العرقية والقومية والعلمانية كشفت عن انقسام واضح في المجتمعات العربية حيث ذابت

(*) مسرحية بوابة سبعة سينوغرافيا واخراج سنان العزاوي ، اعداد عواطف نعيم، عرضت على خشبة مسرح الرافدين ضمن موسم الفرقة الوطنية للتمثيل قسم المسارح عام 2018. تمثيل نظير جواد، حيدر خالد، علاء قحطان، وسام عدنان، ياسر قاسم، اسراء العبيدي، أشتي حديد.

الخصوصية والموضوعية عن هذه الشخصيات وانتماءها الحقيقي في عالم متشخص بين العبرة والاستغاثات التي تنفتح على المجهولات.

مداخل ومستويات سيمياء عرض (بوابة سبعة):-

أسس المخرج ومصمم عرض (بوابة سبعة) منظومته البصرية بمجموعة من الانشاءات والتراكيب التصميمية لمفردة محطة (الميترو) بقوالب تجريدية وتجريبية في الوقت نفسه. حيث أسس المخرج والمصمم (سنان العزاوي) فرضيته البصرية بفتح فضاء خشبة المسرح (المنصة) على مستواها الأفقي والعمودي وأستغنى عن الستائر والكواليس وباقي الملحقات التي تجدد الرؤية المشهدية حيث جمع مصمم السينوغرافيا في نظامه وفرضيته الإنشائية التصميمية كل عناصر المنظومة البصرية من الاشكال والهيئات الهندسية في فضاء مفتوح داخل مسرح العلبة حيث تظافرت هذه العناصر والاشكال وأنست العديد من اللوحات والمشاهد بأنساق سيميائية مكثفة بقوالب مغايرة أضفت بعداً جمالياً على مكان الحدث (الميترو) حيث كانت الاستخدامات تتوزع على عدة مداخل ومستويات سيميائية:- شكلت سكك الحديد المنفصلة والمنقطعة على بعضها العلامة الكبرى التي تأسس وفقها نظام السينوغرافيا حيث اجتهد المصمم باستخدامها وانشاءها ضمن مداخل سيميائية توزعت على مستوى هذه القطع المنفصلة من سكك تعطي دلالات حول ان الاشخاص في المسرحية تقطعت بهم الطرق في رحلتهم المتجهة نحو المجهول حتى اصبحت منفى متقطع الأوصال لا بوصلة واضحة فيه.

كذلك لعبت مفردات الكراسي السبعة التي استخدمتها الشخصيات السبعة دوراً انشائياً أضفى بعداً جمالياً بصرياً حيث تكرر فعل الشخصيات في تقابلات ثنائية وثلاثية عززت من دورها الاشتغالي وأكسبت الفضاء تنوعاً وحركة مشهدية متكررة كان لمخرج العمل قصداً في معالجته ليؤكد بهذه التقابلات ان يعزز دور الاتهام الذي يتناوبه ويتداوله جميع الشخصيات السبعة كونهم كلهم وبمجموعهم في قفص الاتهام والتحقيق حيث توضحت عبر شاشات (الداشوا) السينمائية على اعتبار شخصيات المسرحية مراقبة وكل حركاتها تسجل وتظهر في هذه الشاشات وتوضحت من خلال تكرار الالتفات الى الوراء بإتجاه الشاشة حيث توقفت الصورة المشهدية لجميع الكادر وينظرون الى انفسهم وكيف تبدو صورهم وكذلك تحقق وتكشف صورهم وابعادهم الشخصية والنفسية ونوع الايديولوجيات التي يتسترون خلفها هي واضحة ومكشوفة امام العيان أضفت هذه الفرضية البصرية دلالات تأويلية حققت فعلها الاشتغالي من منطلق سيميائي.

كذلك استخدام وانشاء مفردة (الهاتف) الارضي وزينته المتكرر حاول المخرج باستخدامه لكشف سيرة الشخصيات المسرحية وصيرتها في وصولها الى مبتغاها وهو الهروب نحو المجهول هي تحمل في حقائبها الكثير من الأدران والمخلفات حيث توضحت من خلال أحد الهاربين من هذت الشخصيات المتهم بقتل اشخاص حيث وضعه المخرج وصمم له مكاناً مغلق من مرافق صحية او للصرف الصحي كدليل على منانة فعله للإجرامي الطائفي.

كما تعزز العرض المسرحي وحقق تكامله من خلال استخدام الاضاءة وخاصة الاضاءة البديلة الرقمية التي شكلت بدورها نظاماً علامياً سيميائياً ونسقاً جمالياً بصرياً في فضاء العرض لتضفي الاضاءة بعداً نفسياً وجمالياً وتأويلياً للكشف عن حركة واشتغال السينوغرافيا بقوالب اقتربت الى مسرح الصورة الذي يتبنى

هذا المسرح الصورة من منطلقات سيميائية ذات الكثافة العالية للصورة المشهدية التي تمثلت عن طريق تأسيس مكان تجاوز الأفق التقليدي والمألوف لمساحة الفضاء وكذلك مساحة أداء الممثلين من منطلقات مغايرة برؤية فنية تختزل معاناة الشخصيات السبعة وتحولاتها لتكشف هذه الاستخدامات والانشاءات البصرية السيميائية التناقض الحاد بين الواقع وبين جوهره الكابوسي المتجه نحو المجهول في البوابة سبعة التي بدت مغلقة لأشخاص حتمت عليهم الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية أن يرتدوا على بعضهم لتنتهي المسرحية بمجموعة من الاصوات لطلب الاستغاثة وايجاد من يخلصهم من مجهول رحلتهم.

النتائج ومناقشتها

1-خضعت عناصر المنظومة البصرية المسرحية لتحولات وانتقالات فنية متطورة وتعد السيميائية محوراً رئيسياً في انشاء وتكوين الفضاء السينوغرافي لعرض مسرحية (بوابة سبعة)

2-ساهم تحول وتولد العلامة في انتقالات العديد من الاستخدامات التشكيلية والهندسية في اغناء وتكامل العرض المسرحي المعاصر.

3- برزت قيمة السيمياء وحقق وجودها الفني البصري من خلال استخدام الاضائة البديلة الرقمية وكذلك دور الشاشات السينمائية التي اخفت نسقاً جمالياً اقرب بأنماطه من مسرح الصورة وضمن حدود السيمياء تكرست اشتغالاته الوظيفية.

4-استند المصمم الفني السينوغرافي في تشكيل وانشاء الفضاء من خلال فتح فضاء الخشبة على مستواها الافقي والعمودي الابرز شكل العرض بالغاء الحدود والمسافات التقليدية في جغرافية المسرح.

5- شكلت السيمياء في عرض مسرحية (بوابة سبعة) فضاءاً تجريبياً انفتح على العديد من الدلالات التي تضمنها العرض وساهم في اختزال العديد من الاحتياجات المألوفة للمنظر المسرحي التقليدي.

الاستنتاجات:

1-ساهمت اجراءات وسمات السيمياء في فتح افاق متطورة وجديدة لعناصر المنظومة البصرية بازاء دور (العلامة- الايقونة- الرمز) في تعزيز وكثافة واطهار الفضاء السينوغرافي للعرض المسرحي العراقي بقوالب وانماط متطورة.

2-برزت مساحة الفضاء السينوغرافي وانشاءه ضمن اطار سيميائي على مستوى تأسيس وبناء وحدات تشكيلية قابلة للقراءات المتعددة والمختلفة للعرض المسرحي المعاصر.

3-تشكل تحولات العلامة وتولدها ضمن اطارها السيميائي على ابراز العديد من المعاني والدلالات للمنظومة البصرية المعاصرة.

REFERENCES

- 1 Al-Ahmer, Faisel, *Semiotic Dictionary*, Arab Scientific Publishers, Inc., Editions El-Ikhtilef , Algeria, 1st ed.,(2010).
- 2 Al-Disuqi, Abdurrahman, *Modern Media in Theater Scenography*, Academy of Arts, Academic Journals, issue 12,(2005).

- 3 Al-Khafaji, Imad Hadi, *Digitalization and The Optical Alternative in the Theater Show*, Baghdad, Al-Fateh Library,(2016).
- 4 Al-Qasab, Salah, *Image Theater between Theory and Practice*, Qatar, Doha, Culture and Arts Department, Studies and Research Department, (2003).
- 5 Bachelard, Gaston, *The Poetics of Space*, 2nd ed., transl.: Ghalib Halsa, Ministry of Culture and Media, Baghdad,(1984).
- 6 Balasim, Mouhammed, *Plastic Arts: Semiotic Reading in the Painting Systems*, Jordan, Amman, Dar Al-Majdalawi for publishing and distribution,(2008).
- 7 Barba, Eugenio, *The Paper Canoe*, transl.: Qasim Batali, Egypt, Cairo, General Egyptian Book Organization, (2006).
- 8 Bengrad, Said, *Semiotics and Interpretation - An Introduction to the Semiotics of SH. S. Bource*, Morocco, Casablanca, Arab Thought Modernization Foundation, 1st ed.,(2005).
- 9 Chandler, Daniel, *Semiotics: The Basics*, transl.: Talal Wahba, Beirut, Arab Organization for Translation,(2008).
- 10 Deleuze, Gilles, *The Time-Image*, transl.: Hasan Oudah, Syria, The Ministry of Culture Publications, The Public Film Institute,(1999).
- 11 Elam, Keir, *The Semiotics of Theatre and Drama*, transl.: Raief Karam, Beirut, Markaz Thakafi Arabi,(1992).
- 12 Howard, Pamela, *What Is Scenography?*, transl.: Mahmoud Kamal, Cairo, Ministry of Culture, Cairo International Festival for Experimental Theatre. (2004).
- 13-Inglis , David & Hughson, John, *The Sociology of Art*, transl.: Layla Al-Mousawi, Kuwait , Knowledge World Series, National Council for Culture, Arts and Letters,(2007).
- 14- Langer, Susanne, *Philosophy of Art*, Baghdad, General House of Culture Affairs, (1986).
- 15-Kadem ,Batoool Radhi, *The Effectiveness of the Virtual Design Eavironment in Digital Advertising*. Al-academy Journal ...Issue 93- year(2019).
- 16-Mahdi Yousif, Akeel, *Masks of Modernity*, Iraq, Baghdad, Sanarya,(2006).
- 17-Mirtadh, Abdulmelik, *Literary Text Theory*, Dar Homa for printing, publishing and distribution, Algeria, 2nd ed., (2010).
- 18-Mouhammed, Qasim, *Brain and Adjacent Sciences - The Interlocutor of Actor Art*, United Arab Emirates, Arab Theatre Institute, (2011).
- 19-Picon-Vallin, Beatrice , *Theater and Visual Image*, part 2, transl.: Souhail El-Gamal, Egypt, Cairo, Ministry of Culture, Cairo International Festival for Experimental Theatre.(2005).
- 20-Saliba, Jameel, *Philosophical Dictionary*, Dar Al-Kitaba, Beirut, (1971).
- 21-Toussaint, Bernard, *What is semiology?*, transl.: Mouhammed Nadheef, Morocco, Dar Africa Orient for Distribution,(2000).

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/169-180>

Semiotics of Visual Composition in Iraqi Contemporary Theatrical Show

Aseel Laith Ahmed¹

Abed Al Rahman Dakhel Ahmed²

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 13/9/2020.....Date of acceptance: 11/10/2020.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

The theatrical field has witnessed a huge development that included the semantic and formal sides, considering that the theatrical experience has gone through a long period of description and the dominance of literature and linguistics, thus the theatrical experience has been open to many workings and uses of high quality in forming and composing the visual system. The semiotics had a role in presenting transformed sign forms and features generated in the theatrical space. Thus (costumes, décor, makeup, lighting, and actor) are considered elements with sign forms and attributes that together constitute integrated semiotic unit that include all the layouts in the scenographic space. The two researchers determined on semiotics due to its role that it plays in reinforcing the density of the space and producing many indications. In order to get to the objective of the research, the two researchers divided the study into a methodological framework which includes the study problem, which has been determined by the following question about the semiotics of the visual composition in the Iraqi contemporary theatrical show. It also includes the research objective, and limits and determining the most prominent terms. The two researchers, in the theoretical framework, dealt with three sections: the first section is titled the semiotics of the visual system. The second section is the sign. As for the third section, it has been dedicated for the visual composition. The most prominent indicators of the theoretical framework have also been determined. The researchers chose (Gate Seven Play) as a sample for the research. The research included the most prominent results and conclusions that contributed in crystallizing the composition from a semiotic perspective including the following conclusion: semiotics procedures and attributes contributed in opening new horizons for the elements of the visual system regarding the role of (sign, icon and symbol) in showing and reinforcing the density of the scenographic space for the Iraqi contemporary theatrical show.

Key words: semiotics of the visual system, sign, visual creation

¹ College of Fine Arts / University of Baghdad, asil.l@cofarts.uobaghdad.edu.iq.

² Postgraduate student /College of Fine Arts / University of Baghdad, abdulrhmandakil@gmail.com.

أنثروبولوجيا السحر وتمثلاته في النص المسرحي العربي "مسرحية هاروت وماروت أنموذجاً"

وصال خلفه كاظم البكري¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229
تاريخ استلام البحث 2020/12/26 , تاريخ قبول النشر 2020/2/1 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث:

عُني بحث (أنثروبولوجيا السحر وتمثلاته في النص المسرحي العربي مسرحية هاروت وماروت أنموذجاً) إلى دراسة (السحر) وأشكال حضوره في النص المسرحي على اختلاف الثقافات الإنسانية التي ينتمي إليها. وقد اشتمل البحث على أربعة فصول .

ضم الفصل الأول مشكلة البحث التي تمركزت حول التساؤل الآتي: (ماهي الية توظيف أنثروبولوجيا السحر وتمثلاته في النص المسرحي العربي مسرحية هاروت وماروت أنموذجاً ؟) ، وأهمية البحث التي عُزيت إلى ضرورة دراسة (السحر) في النص المسرحي العربي كونه يعد مُدشناً لأحد الظواهر الاجتماعية التي لم يتسنى للعديد من الباحثين في الميدان المسرحي الخوض فيها من قبل . والحاجة إليه التي تنطلق من كون هذا البحث سيعمل على إفادة الباحثين والدارسين في كليات ومعاهد الفنون الجميلة والمشتغلين في مجال الأدب المسرحي وتحديد الهدف الذي تركز في التَعَرُّف على موضوعة (أنثروبولوجيا السحر وتمثلاته في النص المسرحي العربي مسرحية هاروت وماروت أنموذجاً ، وتم تحديد الحدود: الزمانية (1965) ، والمكانية (مصر) ، والموضوعية (دراسة موضوعة أنثروبولوجيا السحر وتمثلاته في النص المسرحي العربي مسرحية هاروت وماروت أنموذجاً) ، علاوة على التعريفات الإجرائية للمصطلحات الواردة في عنوان البحث .

أما الفصل الثاني (الإطار النظري) فقد تألّف من ثلاثة مباحث ، بالإضافة إلى ذكر المؤشرات التي أسفر عنها الإطار النظري . تناولت الباحثة في المبحث الأول: نشأة (السحر) في الحضارات القديمة . أما المبحث الثاني فقد تناولت الباحثة فيه: أنثروبولوجيا (السحر). وحُصِّص المبحث الثالث لدراسة (السحر) في النص المسرحي العالمي . وقد حَصَّصت الباحثة الفصل الثالث لإجراءات البحث ، إذ تم فيه تحديد مجتمع البحث الذي يضم عينة بحث واحدة وهي أنموذجاً للبحث ، و عينة البحث التي أقتصر على مسرحية هاروت وماروت لعلي أحمد باكثير سنة(1965) وقد خلّصت الباحثة في نهاية بحثها هذا إلى ذكر النتائج التي تَرَشَّحت من تحليل عينة البحث:

¹ كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد، Dr.wisal.K@cofarts.uobaghdad.edu.iq

1-تعد شخصية (الملكين) امتداداً للراسب الثقافي المتمثل في النظم الاجتماعية والأنساق الثقافية السائدة في المجتمعات البدائية التي يعد (السحر) انموذجاً لها .

2-تعاطت المسرحية مع شكلين من أشكال (السحر) تجلّياً في: (السحر الاسود) متجسداً بـ(الجن) و (الملكين) التي تبنت للعيان بالظواهر الغريبة ، و (السحر الابيض) متجلياً في وظيفته حيث القضاء على الاشكال الخبيثة غير المنظورة .

وقد بنّت الباحثة على وفقه النتائج الإستنتاجات ، ثم قدّمت جملة من التوصيات مشفوعة ببعض المقترحات التي وجدتها مُتَمِّمَةً للبحث ، وكان ذلك في الفصل الرابع من هذا البحث الذي خصّصته الباحثة للمحتويات المذكورة أعلاه . ولم تغفل الباحثة ذكر قائمة المصادر.

الفصل الاول

أولاً: مشكلة البحث:

تمثل المرحلة الكتابية في تاريخ الانسان معلّم أساس من معالم تشكل الحضارات ، حيث الانعتاق من القبلية الراكدة في الراسب الثقافي وأن كان على نحو جزئي الذي كان الانسان الاول يزرع تحت وطأته في العصور ما قبل الكتابة ، وقد كان لهذا شأن كبير في إماطة اللثام عن شكل وطبيعة الحياة التي كان الانسان يعيشها عبر ما تجلى من مؤرخات حول تاريخ الحضارات على كافة الاصعدة: السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية وما يرتبط بهذه الاخيرة من معتقدات وأعراف لعبت دور كبير في وضع الاطار السيسولوجي للثقافة التي وسمت بها هذه الحضارة أو تلك ، وكون البنية الاساس التي ارتكزت عليها المنظومة الفكرية لجميع الحضارات هي (المعتقد) الديني ، فلا شك أن هذا المعتقد لا يخلو البتة من ظاهرة (السحر) ، إذ تشير الدراسات أن هذه الظاهرة تمثل مفصلاً حيويّاً في تاريخ العقائد الدينية للحضارات السالفة . حيث يعد (السحر) احد الممارسات المرتبطة بالطقوس الدينية، وكان اول من استخدمه (السومريون) وعملوا على تطويره لتحقيق الاغراض المرجوة منه كإبطال (سحر) الاخرين ، وهذا (السحر) سرعان ما تلقفه (البابليين) و (الاشوريين) ومن ثم الحضارات التي تلت ذلك ، ومن الملفت للنظر أن بعض الكتب السماوية وفي مقدمتها القرآن الكريم قد تناولت موضوع (السحر) في نصوص دينية عديدة لما لهذه الظاهرة من تأثير في الغالب يكون سلبياً على حياة الإنسان الذي يقع في شرك (السحر)، الأمر الذي جعل من موضوع (السحر) أمراً حاضراً في العديد من الدراسات النظرية حيث عرف العصر الحديث مجموعة من المفكرين تجاوزوا بتأملاتهم العميقة كل ما عرفه الانسان من قبل وجعلوا من نظرياتهم الفلسفية والانثروبولوجية بحثاً في الطبيعة وفي الانسان بقصد ابراز مكانته ومدى سيطرته على الطبيعة وما فيها من أسرار، وتابعوا الآراء المتصلة بالمشكلات التي ظهرت منذ العصر القديم وكانت محط مأساة للإنسان آنذاك . إن مجال البحث بـ(السحر) لم يقتصر على الدراسات المُتَكَبِّة على علم التقاليد والاعراف التي رسمت الواقع الثقافي للإنسان حينذاك ، فقد كان للأدب والفن حظوة في ذلك ، إذ كان للأعمال الأدبية والفنية دور كبير في استنباط البنى الفكرية التي حفلت بـ(السحر) في ثقافات العصور القديمة منها والحديثة على مستوى الشكل والمضمون ، فقد ظهر (السحر) بشكل جلي في الأساطير والملاحم والحكايات القديمة وغيرها

المليئة بالقصص التي اتخذت من (السحر) مادة لها ، وقد أفاد الكتاب المسرحيون الكثير من الادب القديم بما في ذلك الموضوعات التي تناولت (السحر) على اختلاف اشكاله ، وفي ظلّ هذا المُتطلّق نجد أن النص المسرحي ولا سيما العربي بفعل اهتمامه بـ(السحر). وهذا ما حَمَلَ البحث الحالي على دراسة (السحر) في النص المسرحي العربي بوصفه ظاهرة مُتجذّرة في تاريخه ، وهذه الظاهرة تؤشر مشكلة حددتها الباحثة عبّر التساؤل الآتي: (ماهي الية توظيف أنثروبولوجيا السحر في النص المسرحي العربي مسرحية هاروت وماروت أنموذجاً؟).

ثانياً: أهمية البحث والحاجة إليه

تكمن أهمية البحث الحالي في كونه:

1. يسلط الضوء على أحد الموضوعات المتجذرة في المسرح العالمي والعربي، إذ خضعت موضوعة (السحر) للعديد من المعالجات الدرامية التي أثرت العملية المسرحية على مستوى النص والعرض.
2. إن البحث الحالي يعد مُدشناً لأحد الظواهر الإجتماعية التي لم يتسنّ للعديد من الباحثين في الميدان المسرحي الخوض فيها من قبل وعدم تناول الموضوعة الحالية في دراسات سابقة.
3. أما الحاجة الى البحث الحالي فتكمن في انه يفيد جميع المشتغلين في الحقل المسرحي والدارسين في علم النفس، من حيث انه يقع ضمن البحوث النظرية والتطبيقية المتعلقة بالدرس الأكاديمي المسرحي .
4. كما أنه يفيد طلبة كليات الفنون الجميلة ومعاهدها بتعريفهم موضوعة (السحر) والية توظيفه في النص المسرحي ولاسيما العربي .

ثالثاً: هدف البحث

يهدف البحث إلى: (تعرفّ موضوعة أنثروبولوجيا السحر وتمثلاته في النص المسرحي العربي مسرحية هاروت وماروت أنموذجاً) .

رابعاً: حدود البحث:

1. الحد الزمني: 1965 .
2. الحد المكاني: مصر .
3. الحد الموضوعي: دراسة موضوعة أنثروبولوجيا السحر وتمثلاته في النص المسرحي العربي مسرحية هاروت وماروت أنموذجاً .

خامساً: تحديد المصطلحات:

-الأنثروبولوجيا اصطلاحاً:

- ف" هي ذلك الكل المُركَّب الذي يشمل المعرفة والعقائد والفرن والأخلاق والقانون والعرف وكل القدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان من حيث هو عضو في مجتمع". (, Al-Khatib Muhammad.2009.p:21)

- أن الثقافات المسماة (بدائية) تتميز ببراء توظيفها للرموز سواء في معيشها المادي أو في ممارساتها الطقوسية داخل سياق علاقة إدراكية للطبيعة المحيطة بهذه الشعوب ، وأيضاً لعناصر الكون المَلغَزة حيث يجد تفكيرها امتداده الروحاني والميتافيزيقي". (Ibrahim, Al-Zahra.2009.P:25)

-السحر اصطلاحاً:

- عُرِفَ (السحر): هو عملية تستهدف العمل ضد قوانين الطبيعة بواسطة وسائل خفية تفترض وجود قوى خارقة ، وهو ما أشار إليه أحد الدارسين بالقول: أن (السحر) هو" معتقدات وتطبيقات تستند الى أن بعض الصيغ والطقوس تؤثر في قوى ما وراء الطبيعة قد تتسبب احداثاً مرغوباً في وقوعها أو تمنع وقوع أخرى يخشى حررها". (Mir, Lewis.1983.p:462)

- وقد وصفَ (السحر) أيضاً " بأنه الفن الذي يُزعم أنه يؤثر في مجرى الأحداث ويُحدث ظواهر مادية (طبيعية) عجيبة ، بطرائق كان يفترض انها تدين بفعاليتها لقواها على فرض تدخل الكائنات فوق الطبيعية او تشغيل قوة ما ، (طبيعية . غامضة) ، والغاية الاساسية من السحر كانت على ذلك متعارضة مع النواميس والمبادئ في الظواهر الطبيعية". (St. C. s. Thomson.2002p:13)

-التعريف الإجرائي: (للسحر)

اعتقاد عام ذا بعد أنثروبولوجي توضع في اسلوب درامي ، من شأنه الايمان في قوى خارقة للطبيعة منظورة وغير منظورة لها القدرة على ان تحدث تغييراً في مسار الانسان الاجتماعي عن طريق اداء بعض الممارسات الطقسية (الشعائرية) المحاطة بجملة من التحريمات والممنوعات التي تحفظ لها خصوصيتها وطابعها السحري (الرق والتعاويد) ، وتُمَيِّزُها عن غيرها من الشعائر ذات الطابع الديني .

- تمثالاته اصطلاحاً: تمثل (مثل الشيء بالشيء): سواه وشبهه وجعله على مثاله فالتمثيل هو التصوير والتشبيه والفرق بينه وبين التشبيه ان كل تمثيل تشبيه وليس كل تشبيه تمثيلاً، وتمثيل الشيء تصور مثاله ومنه (التمثل).

- والتمثل بمعناه العام هو "الصبرورة الى التشابه أو كون الشيء مماثلاً لشيء آخر...فالتمثل هو استيعاب اللغة والتمكن منها في حقل القراءة والفهم والتعبير، اما على صعيد السلوك فإنه يشير الى تكيف سلوك الفرد وتفكيره وفقاً لحياة الجماعة وتمشياً مع انماط البيئة الاجتماعية .

-التعريف الاجرائي: التمثلات:هي صور(السحر)المختلفة،وأشكاله الحاضرة في النص المسرحي

الفصل الثاني

المبحث الاول: نشأة (السحر) في الحضارات القديمة

• (السحر) عند البابليين

ارتبط (السحر) بدولة (بابل) و (سومر) القديمة ، وقد انبثق ذلك من طبيعة المعتقد الديني بالآلهة والسمة التي وُسِّمَت بها كلُّ منها ، فقد كان الاله (آيا) يسمى باله الذكاء والمعرفة و(السحر) ، وكان له ابن يسمى الاله (مردوك) او (مردوخ) الذي اصبح فيما بعد اله بابل الاقوى إذ تعلم من ابيه سر العلوم والفنون والفلك وأيضاً (السحر) ، كما اعتقد البابليون ان العالم المعروف مليء بمخلوقات خفية هي الجان وكانوا اول من ذكروا هذه المخلوقات، وقد صُنِّفَ الجان عندهم الى نوعين: (جان فيوين) صالحون يطلق عليهم (شيدو) وهم ارواح حارسة تحمي الناس من الشرور، والنوع الثاني، يشمل الجان الشريرين الذين انبعثوا من العالم السفلي ليحملوا الامراض والشرور ويحرضون الناس على الجريمة والقتال ، وهؤلاء الجان الشريريون لا يحترمون الالهة نفسها ويعيشون في الاماكن المهجورة وفوق الجبال الشاهقة وفي فتحات الارض وتذكر الكتب السماوية ان البابليين تعلموا (السحر) خاصة على ايدي ملكين قدموا من السماء هما: ((هاروت وماروت))، وهو ما يؤكد مدى انتشار (السحر) في تلك الحضارة وقوته ومدى تأثيره على الناس .

• (السحر) في الادب البابلي (ملحمة كلكامش)

لم يكن (السحر) في حضارة (بابل) وقُف على المعتقد الديني والاعراف التي كانت سائدة آنذاك ، فقد وجد (السحر) مرتعاً له في الادب البابلي أيضاً ، إذ وجدت لدى البابليين الواح خزفية (صلصاليه) مكتوب عليها بالخط المسماري في زمن (أشور بانيبال) التي ترجمها (ر. كامبل وآخرون) ، ويعتقد انها نسخ عن الواح اخرى تعود الى نحو ستة الاف سنة او اربعة الاف سنة تبرز هذه المدونات القديمة الاعتقاد العام ب(السحر) والدور الذي مثله في حياة الناس ويتضح ذلك جلياً من قصة او ملحمة (كلكامش) اذ كانوا يمارسون (السحر) و (الشعوذة) و (التكهن): الدلالة (المنذرة) او (المبشرة) ، وكان ذلك في الصورة الادبية التي يتضرع فيها (كلكامش) الى الاله (نرغال) لكي يعيد اليه صديقه (ايا-باني) عبر وسائل تعبير توجي بالتعاونيد السحرية ، كما آمنوا بأن المرض يتسبب عن دخول شياطين (عفاريت) في الجسم وكان الشخص المريض يلجأ للمداواة علناً الى الساحر الذي كان يستطيع بفضل معرفته بالكلمات السحرية والتعزيات والصلوات استحضار الالهة الكبيرة لمساعدته في السيطرة على الشياطين ، وهناك اسلوب آخر ل(السحر) كان قد تكرر في هذه الملحمة تمثل في تعزيات التطهير عبر التعرض للدخان او البخار او الغاز مما يبرز الاهمية المعلقة على هذا الطقس. كما هو مبين في النص الاتي:-

((تعالي، يا ساحرتي او عرافتي على نبتة نولوخا ستتلين فوق سلطانية التطهير على رأس السرير ستضعينه وبكساء فوق ستلفين السرير)) (St. C. s. Thomson.2002.P:39)

• (السحر) في مصر القديمة

لم تنأى حضارة مصر- كما في بابل- عن التسليم بأن (السحر) مرتكزاً أساساً في منظومتها العقائدية ، بل ذهبت هذه الحضارة الى أبعد من سالفها في تعاطيها مع (السحر)، إذ شغل هذا الاخير أهمية كبيرة في فكر الانسان المصري واتخذ مساراً موازياً لجميع أناة حياته على نحو ديناميكي مطرد ، وجُلَّ ما توضع (السحر) به هو الطقوس السحرية، فقد ارتبطت الطقوس السحرية وتلاوة التعاويذ بالكاهن المرتل، إذ يمثل هذا الكاهن بالنسبة للمصريين المُعلِّم الاول في شؤون (السحر) والرق ، وكان يمارس ذلك بغية طرد الروح الشريرة ولل علاج من الحالات المرضية مثل الحمى ولدغة الثعابين والعقارب والحد من الحيوانات المفترسة وتجنب العيون المؤذية .

تشير المؤرخات ذات الصلة بالحضارة المصرية أن (السحر) قد تم الاعتراف به وأجيز في سُرعَة مصر وصار العمل به منذ عهد السلالة الحاكمة الرابعة ، وكانت بعض الآلهة الكبيرة مرتبطة على نحو مباشر ب(السحر) مثل الاله (توت) الذي منح البشر الحكمة والمعرفة ، والالهة (إيزيس) التي كانت تصطنع (السحر) والرق والتعاويذ.

المبحث الثاني (السحر) عند علماء الأنثروبولوجيا

الأنثروبولوجيا بحث إنساني كامل وشامل حول المكتسبات الثقافية والقيمية للمجتمعات البدائية (التقليدية) المستمدة من مختلف التجارب في شتى الثقافات الإنسانية بقيمتها وعاداتها وتقاليدها وأعرافها الذي طالما كان يسبغ على طبيعة أداء إنسان هذه الشعوب ملمحاً دينياً يتبدى- وعلى نحو دائم- في سلوكيات وصف لقوى متعالية يتطلب إرضائها أو ترويضها في إطار من عادات وتقاليد وأعراف تمثل في مجموعها نتاجاً للتعبير عن علاقة الإنسان ب(السحر) .

من هذا المنطلق كان ل(السحر) حظوة كبرى في علم الأنثروبولوجيا وعلى اختلاف مدارسه التي تناولت دراسة الثقافات (البدائية) ، إذ اعتمدت هذه الدراسات على الاستنباط المستمد مما يعرف ب(الرواسب الثقافية)- الراسب الثقافي عنصر أو مركب ثقافي تغيرت وظيفته الأصلية بمرور الزمن بحيث أصبح استعماله مجرد اتفاق شكلي- في المجتمعات التي ترجع في نشأتها إلى مراحل موعلة في القدم ، وتمثل هذه (الرواسب الثقافية) في النظم الاجتماعية والأنساق الثقافية السائدة في المجتمعات البدائية على اعتبار أن هذه المجتمعات تمثل مراحل سابقة في تاريخ المجتمعات الإنسانية ككل ، كما نجدتها أيضاً في بعض العادات التي يمارسها العالم المتحضر دون أن يدرك لوجودها سبب معين ، ويتمسك بها الناس دون أن يعرفوا معناها الأصلي (Holinkrans, Icke.1973.P:214)

ويقترح السحر من "الطقس كشكل فرجوي ينتمي الى العبادات والاحتفالات القديمة التي مارسها الانسان في بداية اكتشافه للظواهر الطبيعية .

(Abdul-Ghani, Bashar.2017.P:133)

وتبعاً لذلك ستعرض الباحثة أهم الدراسات الأنثروبولوجية التي تقدّم بها العلماء المختصون في هذا المجال وما تضمنته من رصد واضح وجلي ل(السحر) .

انطلق (دوركهايم) في دراسته ل(لسحر) من تتبع المسار الديني/ العقائدي الذي اعتمده علماء الانثروبولوجيا في اغلب دراساتهم ليكون أداةً في تحليل البنى الفكرية والاجتماعية للمجتمعات البدائية ، وذلك من خلال رصد واستقطاب الشعائر ذات الصلة بالطقوس الدينية ، وأوجه المغايرة والاختلاف عن تلك التي تمارس على نحو أشبه ب(السحر) لدى الشعوب البدائية من حيث ان تكوين المجتمع مرتبط بشكل أو بآخر بكل ما له علاقة بأصل الدين ورجاله الذين انبثقوا عنه، هذا من جهة، و (السحرة) الذين خرجوا عن مسار الاصول الدينية الذين أصبحت لديهم القدرة والهيمنة على جميع مجريات الحياة، من جهة أخرى ، وبناءً على ذلك فقد حدد (دوركهايم) نوعين من الطقوس التي كانت تمارس في تلك المجتمعات وقد ورد هذان النوعان بصيغة تعريف مؤداه: " ان الطقوس الدينية الزامية ، أما الطقوس السحرية فاختيارية"

(Al-Sawah, Fras.2007 P:21)

ووفقاً لهذا التعريف المُقتَضَب ذهب (دوركهايم) الى وضع مقارنة بين الدين و (السحر) لا تخلو البتة من استيضاح لمعنى (السحر) بالنسبة له ، ف" السحر كما يقول، لا طائفة له ، بل يجريه اشخاص لمنفعة أشخاص آخرين...في حين ان الدين قوة اجتماعية يحافظ فيه المشاركون في اداء طقوسه على مشاعر يجب عليهم الاحساس بها ان ارادوا ان يتقبلوا الالتزامات التي يفرضها عليهم المجتمع بالإكراه ، فالسحر الاجتماعي عمل يمارسه اشخاص لتحقيق اغراضهم الخاصة"

(Mir, Lewis.1983.p: 251)

ويستبعد (دوركهايم) السحر من ميدان المقدس استبعاداً تاماً رغم أنه يرى ان (السحر) يدعم التضامن الاجتماعي ويحافظ على ذاتية الجماعة في لحظات الازمات حيث يعتقد ان (السحر) هو " مكون من مجموعة من العقائد والطقوس ، وهو يشبه الدين بأنه يتضمن الاساطير والمذاهب ، والسحر ايضا له شعائره وقرابينه وعملية التطهير المتعلقة به وصلواته وترانيمه ورقصاته"

(Al-Khatib, Muhammad) (2009.p:63-64)

ولهذا فقد أكد (دوركهايم) على تزامنية (السحر) والدين معاً وتداخل بعضهما البعض ، ف(السحر) مليء بما هو ديني كما ان الدين مليء ب(السحر) واستحالة الفصل بينهما ، ذلك أن (السحر) يتخذ الشكل المهني لتحقيق اي شيء وهو يُنقَد في طقوسه شعائر مناقضة للشعائر الدينية ، اما الدين فعلى الرغم من انه قد لا يُحرَم ممارسة الطقوس السحرية فهو ينظر اليها بازدراء

ثانياً: برونسلاف كسيرما مالينوفسكي

انطلق (مالينوفسكي) في دراسته ل(لسحر) من نظرة اجتماعية ، فالأسلوب المناسب لدراسة الحضارة عنده ينبغي ان يكون في ضوء الحاجات البشرية ، إذ افترض " ان كل عملية اجتماعية هي بالتأكيد ذات غاية او هدف معين اي ان لكل شيء غاية كما ان هناك حاجات بشرية بسيطة او معقدة والمهم في هذا هو اتباع هذه الحاجات أيا كان نوعها"

(Al-Maliki, Abd Ali Salman(2007.P:79)

. وضمن هذا المعطى ترى الباحثة ان (السحر) عند (مالينوفسكي) هو احد الطرق والوسائل التي تؤمن الحاجات التي يشترك بها البشر جميعا بصفقتهم كائنات بيولوجية وهذه الحاجات هي (الحاجة

الغذائية - حاجة التكاثر- راحة البدن- حاجة الامن- حاجة الصحة وحاجة الحركة والنمو)، إذ يعد (مالينوفسكي)" السحر في صورته وأشكاله المهمة نظاما عاما يتسنى بمقتضاه ان يحقق اغراضا للجماعة برمتها ، وهذه هي سمة السحر الذي يمارس في الحدائق واثناء الصيد ، وفي الحرب وفي بناء القوارب ، وللتأثير على المناخ وفي العديد من المناسبات يضع (السحر) مجموعة من الالتزامات والمحرمات ويتحكم في سلوك الناس... كما في حالات السحر الخاص او المحدود اي الحالات الشخصية مثل طلاسسم الحب ، وطقوس العلاج او الشفاء، والتنجيم والسحر الخاص بألم الاسنان"

(Al-Maliki, Abd Ali Salman(2007.P:111-112)

وهي جميعها تنتهي بشكل أو بآخر الى النظام الاجتماعي الذي يتبناه الانسان في المجتمعات البدائية آنذاك . لم ينأى (مالينوفسكي) في معرض حديثه حول (السحر) عن التطرق الى موضوع العلم وعلاقة هذا الاخير به ، فقد رفض وجهة نظر (تايلور) و (فريزر) باعتبار(السحر) علماً بدائياً ، وذهب الى القول: " ان السحر لم يكن بديلاً للعلم وان كانت له وظائف سيكولوجية واجتماعية مهمة خاصة في المجتمعات ذات التطور التكنولوجي المنخفض المستوى ، وطبقا لرأي مالينوفسكي فان الناس يلجؤون الى السحر حيث لا تسمح التكنولوجيا لهم بالتأكد من نتائج افعالهم ، كما انه يقوم بوظيفة تخفيف القلق والسماح بالتعبير أو التنفيس او التفرغ الوجداني الكامل" .

(Al-Khatib, Muhammad .2009.p:58)

المبحث الثالث: (السحر) في النص المسرحي العالمي

إن سعي المجتمعات - القديمة منها والحديثة على اختلاف ثقافاتهما- في تفسير الاحداث الملمغة التي تواجهها والتماس الوسائل الكفيلة بدرء المخاطر والكوارث التي تهددها ، كانت جديرة -وكما أشرنا سابقاً- بأن تصنع نوع من السلوك الخاص ، له أطر محددة وضوابط وأعراف كوّنت عبر طابعها الطقسي ما يمكن أن نسميه ب(السحر)، وإذا ما أنعمنا النظر في مكونات الدين في الحضارات القديمة، وجدنا أنها قائمة على فلسفات دينية تهدف إلى تفسير حقيقة الوجود ، وعلى طقوس دينية تقاسمها الأدعية والابتهالات والتعاويد والرقى التي أخذت على عاتقها مهمة ترسيخ الأفكار التي خلّفتها الفلسفات الدينية المُفسّرة لطبيعة الوجود وغوامضه . أن هذه الطقوس بما انطوت عليه من شعائر الزامية كانت أم اختيارية ، لا تمثل الشكل الوحيد لتفسير حقيقة الوجود ، فهذه المكونات ما لبثت أن صاَحَها نوع من القصص الذي كان يهدف إلى تثبيت معتقدات الإنسان وترسيخها ، وهذه القصص كانت تمثل في ثقافات الشعوب القديمة البذرة الأولى للأدب والمُهمّد الأول الذي انبثق عنه فن كتابة المسرحية ، وإذا ما تتبعنا ذلك نجد أن ملامح هذه البذرة قد تجلّت معالمها واضحة مع حضارة الإغريق، حيث يتفق معظم الدارسين أن الفن المسرحي قد تطور عن الاحتفالات التي كانت تقام على شرف الإله (ديونيسوس) إله الخمر والخصب ، وقد تحوّل ذلك الطقوس إلى نصوص أدبية تعكس الواقع الاجتماعي الذي كانت حضارة الإغريق تعيشه آنذاك .

Abdul-

(Hamid, Sami.2011.p:9)

• (السحر) في النص المسرحي الروماني

أفصح الادب المسرحي الروماني عن شكلين من أشكال (السحر) لا ينفك يمثل كلاهما صوره مثالية (للسحر) في ثقافة الرومان الادبية ، وهما (السحر الاسود) و (السحر الابيض) ، وقد تجلى هذا الشكلان دون الحاجة الى تسميتهما على نحو مباشر ، فطبيعة السلوك السحري الذي اعتمده الكاتب في رسم حكايته كان كفيلاً لتبنيهما ، ومسرحية (ميديا) التي ألّفها الكاتب الروماني (سنيكا 54 ق.م - 65 م) تمثل النموذج الامثل لذلك ، إذ تتحدث هذه المسرحية عن امرأة تدعى (ميديا) ضحّت بكل شيء من اجل زوجها (ياسون) وكانت لها امكانية خارقة للقوى السحرية وكانت تستخدمها في جانبي الخير (الابيض)، والشر (الاسود) بمساعدتها لزوجها في حصوله على الجزة الذهبية بعد نجاته من التنين حارس الجزة بواسطة رشّة بسائل سحري كما استخدمت السحر في اطالة عمر والد (ياسون) واعادت له شبابه بواسطة رقى وتعاويد سحرية ، كما قامت (ميديا) باستخدام (السحر الاسود) بهدف قتل اخيها وتقطيعه لكي لا يستطيع اللحاق بهم بعد هربها من عائلتها- وهي ابنة الملك- وزواجها من (ياسون) ، وقد تمكنت (ميديا) من تحقيق ذلك من خلال معرفتها في مجال الاعشاب السحرية ، فقد كانت تمنح الصبا والمناعة وتهدي العواصف وحتى استدعاء القمر، وقد تمثل هذا في بداية المسرحية بما يسمى في لغة المسرح بـ(البرولوج) الذي تتحدث فيه (ميديا) وتتوسل بـ(هيكاتي) لتظهر في صورة ربة القمر، إذ تمتلك الاخيرة قوة خاصة بالعالم السفلي ، وقد استنجدت بها (ميديا) لكي تساعد في اعمال (السحر الاسود) والشعوذة التي تمارسها ضد زوجها الذي تزوج من امرأة غيرها .

" ميديا: يامن توزع علي العالم ضوء النهار الساطع

وانت يامن تبعثين ببريق عالم بالأسرار الصامتة

يا هيكاتي: يا ذات الهيئات الثلاث ، وانتم ايها الالهة يامن اقسام لي ياسون بكم ، ويامن وجب على ميديا ان

تلجأ اليهم اكثر من غيرهم - يا خواء الليل الابدي (Seneca.2004.P:117)

ان خيانة (ياسون) لزوجته (ميديا) قد اثار غضبها وبدأت تفكر بعمل سحري لكي تنتقم منه وزوجته وقد أفصحت (ميديا) عن ذلك على لسان حال المربية حيث رسمت الاخيرة صورة مرعبة عن طبيعة (السحر) الذي تتعاطى معه (ميديا) ، والمواد التي تستخدمها للإطاحة بزوجها الخائن ، مستخدمة لون من الوان السحر يقترب في أدائه من مفهوم (السحر التشاكلي) ، وحوار المربية يفصح عن ذلك:

" المربية: نفسي ترتعش ، دمار شامل يقترب ،(سيدتي) حزنها يتزايد بشكل مذهل يشتعل ذاتيا ويجدد عنفه

السابق ، غالبا ما رأيتهما مهاجم الالهة وتثير السماء ، شيء اضعف من ذلك ، شر اعظم تدبره ميديا اذ بخطى مجنونة خرجت وذهبت الى مخبئها مجنونة خرجت وذهبت الى مخبئها المشؤم ، ... انها تستحوذ على اعشاب مميته ، وتعتصر سم الافاعي ، وتخلطهم بطيور نجسة ، قلب بومة مشؤمة واحشاء بوم

صَيَّاح " (Seneca.2004.P:179)

وتنتهي حكاية هذه المسرحية بتأكيد الجانب السلبي الذي يحمله الساحر بصورة عامة حيث غياب القيم الاخلاقية وكل ما يوحي بالإنسانية ، وقد جسد الكاتب ذلك بالطريقة أو الاسلوب الذي اختارته (ميديا)

لعقاب زوجها ، إذ بحثت (ميديا) عن نوع من العقاب الذي يحرق قلبه ، ولم تجد شيء أعظم من قتل طفليه اللذين يحبهما حبا جما بل هما أعلى ما يملكه في حياته ، لذا تقدم على قتلها دون رحمة وتهرب الى السماء بعربة تحملها الحيات أرسلها اليها اله الشمس الجد الاكبر لها .

مسرحية العاصفة لشكسبير (1564 – 1616)

أن دراما عصر النهضة رغم تحررها من ربقة الماضي ، لم تكن في منأى عن الجوهر الفكري للعصور الوسطى ومن ثَمَّ الصور السحرية التي اشتغلت عليها دراما هذه الأخيرة ، فـ(الجن) ، و (الارواح) ، و (السحرة) ، كلها نظائر لما تضمنته ثقافة الحضارات السابقة . ودراما (إنكلترا) بوصفها ممثل لهذا التوجه تعد خير مثال على ذلك . فقد " دَمَج مبدعوها روح التجديد (النهضوي) مع الثقافة القومية وميراث القرون الوسطى ، وكانت نتيجة هذا التطور المستقل مزيجاً صاعقاً ومخصباً بشكل لا مثيل له في تاريخ المسرح "

(Assaf, Roger.2009.p:17)

وأفضل من مثل هذا التوجه في كتاباته هو (شكسبير) ، فقد زخرت مسرحياته بموضوعات (السحر) و(الارواح) و (الجنيات) ، والنموذج الامثل لذلك هو مسرحية (العاصفة) ، اذ تتحدث هذه المسرحية حول خيانة الاخ الاصغر (انطونيو) لأخيه الاكبر (بروسييرو) دوق ميلانو الذي وثق بأخيه (انطونيو) وسلمه كل شؤون الدولة لأنه كان منهمكا بقراءة الكتب والاعمال الروحانية (السحر) ، وقد كان نتيجة ذلك هو أن سرق (انطونيو) مملكة أخيه الاكبر ، ونصب نفسه ملكا على الدولة ثم اجبر الدوق (بروسييرو) وابنته (ميراندا) على الرحيل ، إذ حملوهما على سطح سفينة ثم انزلوهما في قارب صغير على بعد عدة اميال داخل البحر دون مجاديف ولا طعام ولا حبال ، الا ان القدر يهئ له فرصة النجاة على يد لورد من البلاط ذات علاقة طيبة بالدوق ، ويقوم اللورد بوضع الكتب المهمة له وخصوصاً تلك التي تتحدث عن (السحر) ، والطعام والملابس الامر الذي مكنه من الوصول الى جزيرة مهجورة حيث بقي وابنته هناك لمدة اثني عشرة سنة يمارس هو وابنته فنون (السحر) ، وشخصية (بروسييرو) - كما يتضح في حكاية المسرحية- تتمتع بقدرات فوق الطبيعية ك(السحر) والسيطرة على الارواح والملائكة التي يحركها كما يشاء ويتمثل ذلك في الفصل الاول بحديثه مع (اريل) الروح او الملاك الذي يتحكم به (بروسييرو):

" بروسييرو: يا روجي العزيز، هل اقامت العاصفة كما امرتك ؟

اريل: بالحرف الواحد ، بعد ما فاجأهم باللهب وصواعق (جوبيتر) التي تقصف الرعد الرهيب ، وبدأت النار كالهدير اللهب يحاصران نبتون بجبروته وفي امواجه الجريئات الاتية يرسلان القشعريرة في

الجسد". (Shakespeare, William.1986.p:89)

ان خروج هذه المسرحية عن كونها نوع مسرحي الى ما يسمى بالدراما التي لا تخضع الى قاعدة الوحدات الثلاث حيث الامتداد الزمني (أثنتا عشرة سنة) ، والمكاني (الجزيرة المهجورة) ، منح شخصية (بروسييرو) أن تمارس دورين في آن معاً ، فهو بالإضافة الى كونه شخصية نبيلة (دوق) ، صار بإمكانه في الجزيرة المسحورة أن يصير ساحراً متصوفاً يتفوق بفنه على عالم الطبيعة عن طريق (السحر الابيض) الذي تمكن بواسطته

من تحرير الارواح الخيرة من برائن الساحرات الخبيثات اللواتي يستخدمن (السحر الاسود) لتحقيق نواياهن الخبيثة.

ما أسفر عنه الاطار النظري من مؤشرات :

1. كون البنية الاساس التي ارتكزت عليها المنظومة الفكرية لجميع الحضارات هي (المعتقد) الديني ، عُدَّ (السحر) احد الممارسات المرتبطة بالطقوس الدينية .
2. ارتبط (السحر) في حضارة بابل بالاعتقاد بالكائنات غير المرئية الخيرة: (ارواح حارسة تحمي الناس من الشرور) ، والشريرة:(الجان الذين انبعثوا من العالم السفلي ليحملوا الامراض والشرور) .
3. تجلّى (السحر) في المشهد الثقافي للحضارات القديمة بالأساطير والملامح، كملحمة (كلكامش) حيث (الشعوذة، التكهّن، تعزيمات التطهير)، واسطورة (ايزيس) حيث (الرقى، التعاويذ) في الموت والبعث، إذ شكلت صورة لطبيعة الحياة التي يعيشها انسان تلك الحضارات دينياً واجتماعياً وسياسياً وثقافياً .
4. تجلّى (السحر) في معتقدات الشعوب البدائية على انه وسيلة ترويض لقوى غيبية خارقة للطبيعة تعاطى الإنسان معها ضمن النظر إليها بقسدية معينة .
5. مثلت الاشكال والتراكيب الغير منظورة كـ(العفاريت، ارواح السلف، النبات والحيوان) التي لا يستطيع المرء ان يدركها انطلاقاً من وجود كينونة غير مفهومة وغير محسوسة حضورياً كبيراً في حياة المعتقدين بها حيث تم التعاطي معها بكيفيات متعددة ومتنوعة لا تخلو البتة من مظاهر (السحر) .
6. ورد وصف (السحر) في فكر (دوركهيلم) محمول على معنى مغايرٍ لرديفه (الدين) من حيث الطقوس، انطلاقاً من تحديد نوعين منهما، الاول: الطقوس الدينية الالزامية ، والثاني- وهو المعني- الطقوس السحرية الاختيارية .
7. نعى (السحر) في منظور (مالينوفسكي) منعى اجتماعياً مؤسس على كونه غاية من شأنها تأمين الحاجات التي يشترك بها البشر جميعاً بصفهم كائنات بيولوجية ، كالحاجة (الغذائية ، التكاثر، راحة البدن، الامن، الصحة ، الحركة والنمو) .
8. أفصح الادب المسرحي الروماني عن شكلين من أشكال (السحر) لا ينفك يمثل كلاهما صورته مثالية لـ(السحر) في ثقافة الرومان الادبية ، وهما (السحر الاسود) و (السحر الابيض) ، ويصدق هذان النوعان على شخصيات انسانية كالمملوك وأبنائهم (ميديا) ، والهيه (هيكاتي) .
9. رسم المسرح الروماني صورة مميزة لطبيعة (السحر) الذي تعاطى معه مجتمعه يقترفي أدائه الى حد كبير من مفهوم (السحر التشاكلي) .
10. ضمّنت دراما عصر النهضة- ولا سيما العصر الاليزابيثي- نصوصها المسرحية صور سحرية لطالما اشتغلت عليها دراما العصر الوسيط تجلت في مسميات عدة ، كان منها:(الجن)، و (الارواح)، و (السحرة) .
11. خرج (السحر) في دراما (شكسبير) عن كونه وقف على عامة الناس الى الشخصيات الملكية - بروسبيرو في مسرحية العاصفة- التي تتمتع بقدرات فوق الطبيعية في تعاطيها مع أنواع من (السحر) كـ(الابيض) ، وسيطرتها على الارواح والملائكة والتحكم بها .

الفصل الثالث

منهجية البحث واجراءاته

أولاً: مجتمع البحث

اشتمل مجتمع البحث على عينة واحدة للبحث وهي مسرحية هاروت وماروت تأليف علي أحمد باكثير سنة 1965.

ثانياً: منهج البحث

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي (التحليلي) في تحليل العينة , تبعاً لما تمليه عليه طبيعة البحث الحالي .

ثالثاً: أداة البحث

اعتمدت الباحثة على ما تم الاشارة اليه في الاطار النظري من مؤشرات

رابعاً: تحليل العينة :

أولاً: مسرحية هاروت وماروت

تأليف: علي أحمد باكثير

سنة التأليف: 1965

تعاطى الادب العربي مع موضوعة (السحر) على أساس قرآني قصة الملكين هاروت وماروت ركز فيه على عالم المحسوس والقوى الغيبية حيث الملائكة الطالحة ودور هذه الاخيرة في تفعيل ظاهرة (السحر) في العالم الارضي وأملت رغبة الانسان الاول في اشباع حاجاته على اختلاف اشكالها وأنواعها النفسية منها والمادية عليه أن يقدم (السحر) بأشكال عدة بما يتناسب وتلك الحاجات، كالتعرف على الغيبيات والتنبؤ بالمستقبل والسيطرة على الظواهر وكشف دلالاتها ومن ثم تحمل المواقف التي يتعرض لها حين يصير فيها من معتقدات وتطبيقات تستند الى أن بعض الصيغ والطقوس تؤثر في قوى ما وراء الطبيعة قد تتسبب احداثاً مرغوباً في وقوعها أو تمنع وقوع أخرى يخشى حزرها. من اجل التأثير في مجرى الأحداث ويُحدث ظواهر مادية (طبيعية) عجيبة ، بطرائق كان يفترض انها تدين بفعاليتها لقواها على فرض تدخل الكائنات الفوق الطبيعية او تشغيل قوة ما ، (طبيعية . غامضة). ولم يتورع الادب المسرحي العربي هو الاخر عن البحث والاستقصاء عن ماهية (السحر) ودوره في ثقافة العالم العربي القديم وأثر هذا الاخير في الثقافة المعاصرة وخصوصاً الفن والادب ، وقد كان للقرآن الكريم شأن كبير في ذلك حيث القصص التي تروي أحداث العالم وما ترتب عن هذه القصص من مواضيع لا تخلو البتة من المواعظ والحكم ، ومن هذه القصص تلك التي تحدثت عن (هاروت وماروت) ، ولأهميتها ودورها في طرح قضية (السحر) ، فقد كان لبعض كتاب الادب العربي وقفة فيها ولا سيما الكاتب المسرحي العربي (باكثير) الذي كتب مسرحية (هاروت وماروت) اللذين انزلهما (الله) تعالى الى ارض بابل كما ورد في سورة البقرة الآية (102) ، تتكون المسرحية من اربعة فصول تتحدث عن الجدل الذي دار بين (الله) تعالى ، وبعض الملائكة ممن استغربوا حب (الله) لبني ادم وجعلهم خلفاء في الارض رغم ارتكابهم المعاصي ، فقال لهم تعالى لو انزلتكم الى الارض ومنحتكم الشهوة ذاتها التي منحها لبني ادم لفعلتم مثلهم وارتكبتم الذنوب ، وقد أراد (الله) تعالى أن يثبت لهم ذلك فطلب منهم ان يختاروا ثلاثة من الملائكة الاكثر عبادة له فاخاروا (هاروت وماروت) و (عزرائيل) وانزلهم الارض

وامرهم ان يحكموا بين الناس بالحق ونهاهم عن الشرك والقتل والزنا وشرب الخمر، فأما (عزرائيل) لما هبط الى الارض وشاهد ما فيها من المفاتن والشهوات استعاذ بالله) وسأله ان يرفعه الى السماء كونه لا يقوى على معصية الخالق . كانت لحظة التحول في المسرحية عندما يلتقي الملكان المُتزلان بـ(إيلات) ملكة بابل ، و (إيلات) تعني (الزهرة) وهي امرأة جميلة واجمل من حور العين على حد قولهم ، فعندما تلاحظ بأن لهم قدرات فائقة تقوم باستدراجهم حتى يعترفوا لها بأنهم ملكين ولهم القدرة على الطيران والصعود الى الكواكب بامتلاكهما الاسم الأعظم:

" تمارا: كلالا اصدقك حتى ارى مصداق ذلك بعيني رأسي ارني كيف تصعد الى السماء

ماروت: الى اي كوكب تريدان ؟

تمارا: الى الزهرة .

ماروت: وتجدان عليّ بوصولك ؟" (Bakther, Ali Ahmed(1965.p:72)

وتنوع (السحر) في الحضارات القديمة تبعاً لتنوع الثقافات التي اقترنت بسيرورة الوعي ، ومن هنا نجده مرتبطاً بـ(الآلهة) ، أوبـ(الملوك) ، أوبـ(الكهنة) ، أوبـ(الأرواح) ، أوبـ(الجن) ، أوبـ(الملائكة الطالحة) (هاروت وماروت) ،

ان امكانيات الملكين المتفردة جعلت من (إيلات) المنتحلة شخصية (تمارا) أن تقوم بإغوائهم للحصول على الاسم الاعظم لكي تتمكن من السيطرة على الارض وتغزو السماء بجنودها لكي تحقق امنية جدها (سواع) والوصول الى كوكب الزهرة ، فتعد لهما مائدة من الطعام والشراب والخمر في مضجعهما ، وعندما يدخل عليهم زوجها (بعل) يحاول قتلها لكن دون جدوى اذ لا تؤثر ضربة السيف بأجسامهم:

" إيلات: وبيك كيف دخلت دون اذني ؟ ماذا تريد

بعل: اريد ان اقتل عشيقك هذين ، (يهجم عليهما بسيفه ويضرب ضربات متتابعة ولكن دون اثر فكأنه يضرب في الهواء .

بعل: هذا سحر، هذان ساحران ، لقد سحراني يا إيلات كما سحراك من قبلي ."

ان رغبة (إيلات) في تحقيق مآربها ورغبة الملكين في اشباع حاجتهما الدنيوية، تدفع بالطرفين على اختلاف أجناسهما الى ارتكاب معصية بدافع الشهوة التي تمثل العامل المشترك بينهما، وكانت هذه المعصية هي قتل (بعل) زوج (إيلات) على يد الملكين بتحريض منها ، وبعد قيامهم بهذه الجريمة يندمان على فعلهما وارتكابهما الاثم الكبير، ثم تتظاهر (إيلات) بالحزن والبكاء على زوجها وتتهم الملكين بأنهما كانا السبب في تعاستها بعد أن كانت و (بعل) اسعد زوجين ، وقتل زوجها جعلها في نظرهم ارملة لا حول لها ولا قوة . ان تباكي (إيلات) المصطنع جعل من (هاروت وماروت) يقررا ان يعلمها السر الاعظم شرط ان ينالا وصلها حتى يصعدا هم الثلاثة الى السماء وبعد أن يعلمانها ذلك يحل عليهم غضب (الله) وينزع منهما السر الاعظم وتصعد (إيلات) الى كوكب الزهرة لكنها لم تحقق رغبتها إذ يمسخها (الله) الى حجارة .

" ماروت: وي ! ماذا دهانا ؟ لم نقدر ان نصعد

هاروت: نزع منا السر الاعظم .. نزع منا اذ افشيناه

ماروت: اذن فقد حل علينا غضب الله ."

الفصل الرابع

النتائج :

1. تعد شخصية (الملكين) امتداداً للراسب الثقافي المتمثل في النظم الاجتماعية والأنساق الثقافية السائدة في المجتمعات البدائية التي يعد (السحر) انموذجاً لها .
2. تعاطت المسرحية مع شكلين من أشكال (السحر) تجلّأ في: (السحر الاسود) متجسداً بـ(الجن) و (الملكين) التي تبنت للعيان بالظواهر الغريبة ، و (السحر الابيض) متجلياً في وظيفته حيث القضاء على الاشكال الخبيثة غير المنظورة .
3. أظهر الكاتب في بنيته الدرامية معادلاً موضوعياً لأنثروبولوجيا الانسان البدائي ، تمثل في شخصية الملكين بوصفها عنصراً درامياً يتخطى في اسلوبه الحكائي البنية الزمانية للحدث المسرحي ليضفي عليه طابعاً خيالياً من شأنه أن ينتقل بالمتلقي الى عالم من الفنتازيا لا يلتقي والواقع المعاش حيث (السحر) وأشكاله.
4. عَصُرْنَ الكاتب قصة (هاروت وماروت) في مسرحية (هاروت وماروت) مما سمح له تمرير أنواع عدة لـ(السحر) تباينت بين: (السحر السلبي) و (السحر التشاكلي) و (السحر الاسود) و (السحر الابيض) و (السحر النفسي) .

الاستنتاجات:

1. تنوع (السحر) في النص المسرحي تبعاً لِنَتَوَعِ المكوّنات الدينية والانتماءات الثقافية لها . فتارة ينضوي تحت لائحة المرئي (المحض) ، كـ(الاله المجسد ، الملك ، العراف ، المنجم) ، وتارة ثانية يتوسل الماورائيات ، كـ(الملائكة . الأرواح . الجن) ، وتارة ثالثة نجده مُنْغَلَقاً على أعراف ونواميس اجتماعية يُمَثِّلُ (التابو) قانوناً لها .
2. تجاوز (السحر) في النص المسرحي الشعور بالقلق والخوف إزاء الغيبي- المُلْغَزْ ، إلى كونه سبيل الارتقاء إلى التفاؤلية والاعتناق من الالم النفسي .
3. اتَّخَذَ (السحر) في النص المسرحي صوراً وتخيلاً وأنماط حضور، تَمَثَّلَتْ في مُسَمِّيَّات عدة ، كان منها (السحر التشاكلي) و (السحر الاتصالي) و (السحر النفسي) و (السحر الاسود) ، و (السحر الابيض) تحمل في أبعادها النفسية والاجتماعية مدلولات ثقافية لا تنفك تمثل هي الأخرى شكل التعبير عن (السحر) .
4. تباينت الرؤية الثقافية لـ(التابو) في النص المسرحي بين كونه ناظماً اجتماعياً (مميّتاً) ، وكونه ناظماً سياسياً ممنهجاً ، و يُمَثِّلُ كلا الناظرين نزوعاً لا واعياً نحو الراسب الديني الراكذ في مخزون الذاكرة الجمعية المُتَمَثِّلُ بـ(سحر التابو) .
5. شكل (السحر) في النص المسرحي العربي معادلاً موضوعياً لما كان يمثل محظ خوف ورعب في حياة الانسان البدائي ، فرغم التطور العلمي والتكنولوجي الذي يشهده العصر، إلا أن الطابع البدائي لا يزال قائماً في سلوك الانسان المعاصر، ولم يتمكن هذا الاخير من تخطيه ، وكونه كذلك ، فأن كل ما

ينتمي الى لائحة البدائي ك(السحر) وما شابه ذلك يعد فكر متاخم لحياة الانسان ، وعميلة تطهيره أمر عصي على التحقق .

التوصيات:

توصي الباحثة بالاتي:

1. ملاحقة السحرة والاشخاص المترددين عليهم من قبل الدولة ، ومحاسبتهم ومعاقبتهم بفرض غرامات مالية .

2. اقامة الندوات التثقيفية لجميع شرائح المجتمع للتعريف ب(السحر) وتوضيح أبعاده ومساوئه على المجتمع .

المقترحات

تقترح الباحثة دراسة الاتي:

1. شخصية (الساحر) وأبعادها في النص المسرحي العالمي .

2. المعالجة الدرامية ل(السحر) في الخطاب المسرحي العربي .

References:

- 1) Ibrahim, Al-Zahra(2009): *Anthropology and Cultural Anthropology* (Damascus: Al-Naya Studies and Publishing).
- 2) Asaad Razzaq(1977): *An Encyclopedia of Psychology*, (Beirut: The Arab Foundation for Studies and Publishing).
- 3) Bakther, Ali Ahmed(1965): *Harout and Marout* (Cairo: Misr House for Printin).
- 4) Al-Husseini, Al-Husseini Maadi (2013): *People's Myths about Magic and Witches* (Cairo: Konouz House Publishing).
- 5) Al-Khatib, Muhammad(2009): *Ethnology, a study of primitive societies*, 2nd Edition (Damascus: Aladdin House for Publishing, Distribution and Translation).
- 6) Seneca(2004): Media, Tr: *Abdel Moati Shaarawi* (Cairo: The Anglo-Egyptian Library).
- 7) Al-Sawah, Fras(2007): *Encyclopedia of the History of Religions, Primitive Peoples and the Stone Age*, Part 1, 2nd Edition (Damascus: Dar Aladdin).
- 8) St. C. s. Thomson(2002): *Magic, Its Rituals and Secrets, Arabization: Samir Sheikhani* (Beirut: Dar Al-Jeel).
- 9) Shakespeare, William(1986): *The Asifah Play*, Tr: Jabra Ibrahim Jabra (Baghdad: Dar Al-Ma'moun for Translation and Publishing).
- 10) Saliba .Jamil(1985): *The Philosophical Dictionary*, Part 1, Qom, People of Relatives for Distribution and Publishing).
- 11) Abdul-Hamid, Sami(2011): *The theater is old, new and new, old theater* (Baghdad: Al-Zawiya Printing and Publishing).
- 12) Abdul-Ghani, Bashir(2017): *Weather in Walid Awni's theatrical performances*, Academic Magazine (University of Baghdad).
- 13) Assaf, Roger(2009): *The Biography of Theater, Flags and Works of the Renaissance*, Part 3 (Beirut: Dar Al-Adab for Publishing and Distributio).
- 14) Al-Maliki, Abd Ali Salman(2007): *The Introduction to Social Anthropology* (Najaf: Al-Najaf Al-Ashraf Press).
- 15) Mir, Lewis(1983): *An Introduction to Social Anthropology*, TR: Shaker Mustafa Salim (Baghdad: Ministry of Culture Publication).
- 16) Holinkrans, Icke(1973): *A Dictionary of Terms of Ethnology and Folklore*, TR: Hassan Al-Shami (and) Muhammad Al-Jawahiri, Edition 2 (Cairo: Dar Al-Maarif).

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/181-198>

Anthropology and Representations of Magic in Arab Theatrical Text Harut and Marut's Play as a Model

Wisal Khalfa Kazem Al-Bakri¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 26/12/2020.....Date of acceptance: 1/2/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

The research (Anthropology and Representations of magic in Arab Theatrical Text, Harut and Marut's play as a Model) is concerned with studying magic and the forms of its presence in the theatrical text in different human cultures where it belongs. The research consists of four chapters .

The first chapter includes the research problem that revolves around the following questions: (what is the mechanism of employing magic anthropology and its representations in the Arab theatrical text Harut and Marut's play as a model?), and the research importance which is attributed to the necessity of studying (magic) in the Arab theatrical text as it is considered the inauguration of one of the social phenomena that many researchers in the field of theatre had not been able to delve into it before. The need for this research stems from that fact that it will benefit the researchers and scholar in the colleges and institutes of fine arts and those working in the field of Theatrical literature, as well as determining the objective which focused on defining the subject of (Anthropology and Representations of Magic in Arab Theatrical Text, Harut and Marut's play as a Model). The limits have been determined: the temporal (1965), spatial (Egypt), objective (Anthropology and Representations of Magic in Arab Theatrical Text, Harut and Marut's play as a Model), in addition to the procedural definitions of the terms mentioned in the research title .

The second chapter (theoretical framework) consists of three sections, in addition to the indicators that stem from the theoretical framework. The researcher, in the first section, addressed: the emergence of magic in the ancient civilization. The researcher, in the second section, addressed the anthropology of magic. The third section is dedicated for studying magic in the world theatrical text. The third chapter is dedicated for the research procedures,

¹ College of Fine Arts / University of Baghdad, Dr.wisal.K@cofarts.uobaghdad.edu.iq.

wherein the research community which includes one research sample, i.e. a model for the research, has been determined, and the research sample which was limited to the play Harut and Marut by Ali Ahmad Bakathir in (1965). The researcher eventually came up with the results of the research sample analysis as follows :

-1 The characters of the two (angels) are considered an extension of the cultural precipitate represented by the social systems and cultural layouts prevailing in the primitive societies where magic is considered a model for them .

-2 The play dealt with two forms of magic manifested by the (black magic) embodied in (jinn) and (the two angels) that were clearly visible in strange phenomena, and the (white magic) manifested in its function, where it eliminated the invisible vicious forms.

The researcher, based on the results, made her conclusions, and presented a set of recommendations supported by some suggestions that she found complementary for the research. That was in the fourth chapter that the researcher dedicated for mentioning the above contents. The researcher also mentioned the list of resources .

سيمائية العلامة الموسيقية في العرض المسرحي الإيمائي العراقي (أهريمان) أنموذجاً

علي عدي صاحب¹

شيماء حسين طاهر²

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229

تاريخ استلام البحث 2020/9/6 , تاريخ قبول النشر 2020/10/23 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث

ارتبطت العلامة الموسيقية بمظاهر التمثيل الأولى القائمة على إيماءات وحركات إنسانية تعبيرية صامتة، وكانت تساهم في إبراز وتوضيح وتضخيم هذه الإيماءات وتفسر معانيها ودلالاتها. وظلت مرافقة لها حتى تحولت هذه الإيماءات إلى عروض مسرحية فنية لتغدو للعلامة الموسيقية وظائف عديدة وتشكل احد الأركان الأساسية لهذا النوع من العروض. فالعلامة الموسيقية لغة لا تختلف كثيراً عن اللغة البشرية في التحليل السيميائي وازداد الاهتمام بها وتوظيفها في العروض الإيمائية من قبل المخرجين الذين أدركوا مدى ضرورتها وأهميتها في العرض المسرحي الإيمائي فكراً وفنياً وجمالياً. تضمن الفصل الأول (الإطار النظري) والمتضمن مشكلة البحث المتمثلة بالتساؤل التالي: (هل للعلامة الموسيقية في العرض المسرحي الإيمائي دلالات ووظائف مختلفة عن مثلها في العروض المسرحية الأخرى)؟ كما تضمن أهمية البحث في تسليط الضوء على العلامة الموسيقية كون إن أداء الممثل الإيمائي هو أداء علاماتي يقصي العلامة اللفظية من عملية إيصال الدلالة إلى المتلقي. اما هدف البحث (الذي اقتصر على سيميائية العلامة الموسيقية في العرض المسرحي الإيمائي العراقي (أهريمان) أنموذجاً وشمل الفصل على حدود البحث (لتي تحددت زمنياً بالمدة 2014) ، ومكانياً: العروض المقدمة في بغداد عرض علي دعيم ومن ثم تحديد مصطلحات البحث وأختتم بالتعريفات الإجرائية. وقد أحتوى الفصل الثاني (الإطار النظري والدراسات السابقة) الأول (مفهوم العلامة المسرحية). اما المبحث الثاني فتناول العلامة الموسيقية وسماتها الأدائية في العرض المسرحي الإيمائي، وأختتم الفصل الثاني بالمؤشرات التي أسفر عنها الإطار النظري. وكرس الفصل الثالث (إجراءات البحث) والمؤشرات التي أسفر عنها الإطار النظري بوصفها اداة للتحليل ضمن منهج وصفي (تحليلي) ومشاهدة العروض والصور الفوتوغرافية ليأتي تحليل عرض (أهريمان) للمخرج (علي دعيم) عام (2014م) وبالطريقة القصصية لأسباب سوغها الباحثان لمساييره المباحث ولتحقيق أهداف البحث وحل مشكلته، وخلص الفصل الرابع إلى عدد من النتائج اهمها:

¹ مديرة شباب ورياضة بابل/ وزارة الشباب والرياضة، kgw9148@gmail.com.

² جامعة بابل /كلية الفنون الجميلة، fine.shamaa.hussan@uobabylon.edu.iq.

1. خلقت العلامة الموسيقية الإيقاع الملائم للعرض.

2. تعلن العلامة الموسيقية عن التحول والانتقال الدرامي.

ثم أختتم بملخص البحث.

الكلمات المفتاحية: سيمائية - العلامة - الإيمائي

الفصل الأول: الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

تزامنت الموسيقى مع بدايات المسرح ورافقتة إلى يومنا هذا وكان الممثل الإيمائي منذ زمن الرومان القدماء يسعى إلى إحداث التأثير الكلي في المتلقي بواسطة الاعتماد على منظومة إيمائية تتكون من ثلاث عناصر هي: الممثل والكورس والموسيقى. إذ يؤلف اجتماع هذه العناصر الثلاثة وحدة نفسية إيقاعية تضمن الاتصال الإيمائي الداخلي عن طريق تضخيم إشارات الممثلين كمحصلة نهائية للعمل المسرحي.

وُسِّمَ الموسيقى مع بقية علامات العرض المسرحي الأخرى في الاضطلاع في الإرسال المفسر

للحركات- في وضوح القصد وبيان الدلالة المعبر عنها في العرض التمثيلي الإيمائي.

وعلى الرغم من اعتماد المسرح الإيمائي على وسيلتين تعبيريين أساسيتين هما الحركة والإشارة وكون

الصوت الآلي "يمثل في كثير من الأحيان عنصراً دخيلاً وغريباً على العالم الطبيعي ومصدر خوف وتوجس" (Hilton, 2000, p.218). إلا أن دور الموسيقى لا يمكن إنكار أهميته في العرض المسرحي وخاصة في المسرح الإيمائي الذي تغيب

فيه لغة الحوار، إذ تبرز الموسيقى باعتبارها لغة قادرة إذا ما استخدمت بشكل دقيق على أن تحل محل حوار أو مشهد. فبي أي الموسيقى تساعد المشاهدين على الاستمتاع بالعرض وتساعد الممثل على إبراز طاقاته بإعطائه

مساحة للأداء وإظهار مرونة جسمه خاصة في العروض الإيمائية ولأن "كل حركة أو صوت في المسرح لا يخلو من دلالة، فالدلالة هي السمة التي تشترك فيها كل الحركات والأصوات في المسرح" (Hilton, 2000, pp. 183-184). فإن

للموسيقى أدواراً مهمة متعددة في العرض المسرحي كعنصر عضوي يعطي للعرض إيقاعه المميز. وكعنصر مرافق يؤدي وظائف جمالية، وكعنصر درامي يساهم بشكل ملحوظ في تشكيل المعنى. وانطلاقاً من هذه الأدوار التي

للموسيقى تبرز أهمية دراسة الموسيقى سيميائياً في العرض المسرحي الإيمائي كونه موضوعاً حديثاً لم يحظ بالكثير من الدرس والاهتمام، ويرى الباحثان أن نجاح العرض المسرحي وتكامله يستلزم فهم وتجديد

العلاقات التي تربط مكوناته بعضها ببعض. إن دراسة وظائف العلامة الموسيقية في العرض المسرحي الإيمائي بالتحديد؛ لا بد أن يُكسب العلامة الموسيقية وظائف مختلفة في ظل غياب إحدى أبرز العلامات

المسرحية الا وهي العلامات اللفظية، مما يُلقى على كاهل العلامة الموسيقية - إن جاز التعبير - أهمية أكبر وأدوار أكثر في الإسهام في عملية نجاح الإرسال وتعويض الغياب الأبرز. وهذا ما يعمل على بلورة مشكلة

البحث بالتساؤل التالي: (هل للعلامة الموسيقية في العرض المسرحي الإيمائي دلالات ووظائف مختلفة عن مثيلتها في العروض المسرحية الأخرى)؟.

ثانياً: أهمية البحث والحاجة اليه:

1. تكمن أهمية البحث الحالي في ان أداء الممثل الإيمائي هو أداء علاماتي يقصي العلامة اللفظية من عملية الايصال الدلالي إلى المتلقي الأمر الذي يبرز دور العلامة الموسيقية في الاضطلاع بدور مهم في ايصال دلالات العرض المسرحي.

2. يفيد طلبة كليات ومعاهد الفنون الجميلة والعاملين في المسرح لتعرفهم على العلامة الموسيقية

ثالثاً: هدف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى التعرف على: سيمائية العلامة الموسيقية في العرض المسرحي الإيمائي العراقي.

رابعاً: حدود البحث:

1. الحدود المكانية: العراق – بغداد – العروض المقدمة على خشبة المسرح الوطني.

2. الحدود الزمانية: المدة من (2014)

3. الحدود الموضوعية: دراسة سيمائية العلامة الموسيقية في العرض المسرحي الإيمائي العراقي.

خامساً: تحديد المصطلحات:

1- السيمياء لغة:

أ- السيمياء: "العلامة، مشتقة من الفعل (سام) الذي هو مقلوب (وسم)، وزنها (عقلى)، وهي في الصورة (فعلى)، يدل على ذلك قولهم: سمة، فإن أصلها وسمة، ويقولون: سيمى بالقصر، وسيماء بالمد، وسيمياء بزيادة الباء وبالمد، في قولهم: سوم فرسه، أي: جعل عليه السيمة، وميل: الخيل المسومة هي التي عليها السيماء والسومة، وهي العلامة" (Ibn Manzur, pp. 311-312)

2- السيمياء اصطلاحاً

أ- عرفها (فردينان دي سوسور) السيمياء أو السيميولوجيا بأنها: "علم الذي يدرس حياة العلامات في صدر الحياة الاجتماعية" (Ferdinand, 1985, p.17)

3- العلامة لغة:

أ- العلامة: "العلم الشق في الشفة العليا.. وعلمه ويعلمه علماً: وسمه، وعلم نفسه واعلمها: وسمها سيماء الحرب ورجل معلم إذا علم مكانه في الحرب بعلامة اعلمها... واعلم الفارس: جعل لنفسه علامة الشجعان، فهو معلم والعلامة: السمة، والجمع علام، وهو من الجمع الذي لا يفارق واحدة الا بالقاء الهاء.. والعلامة والعلم: شيء ينصب في الفلوات نهتدي به الضالة" (Ibn Manzur, p. 264)

4- العلامة اصطلاحاً:

أ- يعرف (بيرس) العلامة: "هي شيء ما من شأنه أن يقوم مقام شيء آخر، ويقوم مقامه بطريقة محددة بالنسبة لشخص معين" (Al-Ruwaili, Al-Bazai, 2007, p. 179).

5- الإيماء لغة:

أ- الإيماء "مصدر (وماً) كنفع. بمعنى الاشارة. وماً: وماً اليه يماً و ماً: أشار، مثل أو ما.. والإيماء ان تؤمئ برأسك أو يدك كما يؤمئ المريض برأسه للركوع والسجود" (Ibn Manzur, p. 407)

ب- وقال الفيومي: "اومات اليه إيماء: أشرت اليه بحاجب أو يد أو غير ذلك" (Al-Fayoumi, 1987, p. 258).

6- الإيماء اصطلاحاً:

أ- يعرفه مجدي وهبة، بأنه "التمثيلية القصيرة التي تعتمد على الإيماءة والحركة بدلا من الكلام والحوار في السرد، وظهرت أول ما ظهرت في صقلية في أوائل القرن الخامس ق.م حيث كان يمثلها الجوالون" (Magdy Wahba, p. 323).

7- التعريف الإجرائي: الإيماءة هي الإشارة والحركات الجسدية التي تحمل دلالات ومعاني في العرض المسرحي.

8- التعريف الإجرائي العام: ما تحمله الموسيقى من دلالات ومعاني في العرض المسرحي الإيمائي القائم على الاشارات والحركات الجسدية.

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: مفهوم العلامة المسرحية

العلامة السيمائية:

تعد السيمياء التي نشأت وتبلورت بداية القرن العشرين احد العلوم الجديدة التي كان لها جذور واشتغالات متقاربة في التراث العلمي والثقافي منذ زمن بعيد وسرعان ما جذبت اهتمام عدد كبير من العلماء والباحثين لتغدوا علماً مهما شمل معظم النشاطات البشرية والظواهر الطبيعية. تعني السيمائية حرفياً علم العلامات (semiology) وقد تغلغت مظاهر التحليل السيمائي في جميع المجالات، إذ لا يكاد جانب من جوانب الحياة المعاصرة اليوم يخلو من المكونات السيمائية – وبسبب اهتمام السيمياء بكل شيء يمكن اعتباره علامة، وإتلاف اعتبار كل شيء لجهة دلالته على شيء ما آخر، يبرز السيمياء حقلاً معرفياً واسعاً وقادراً على استيعاب جميع العلوم والفنون – ويعرض (امبرتو ايكو) (Umberto Eco, 2005, p.9) أبواباً كثيرة تناولتها السيمائية في مجالاتها المختلفة، بالقول "علامات الحيوانات، علامات الشم، الاتصال بواسطة اللمس، كودة المذاق، الاتصال البصري، أنماط الأصوات، والتنغيم Intonation، والتشخيص الطبي، حركات وأوضاع الجسد، الموسيقى، اللغات الصورية، اللغات المكتوبة، الأبجديات المجهولة، قواعد الآداب، الإيديولوجيات، الموضوعات الجمالية والبلاغة" (Fakhoury, 1990, p.8). إن الباحثون في موقع العلامة في تاريخ المسرح سيلحظ أن "تاريخ العلامة المسرحية يسبق المسرح، بل ويسبق اللغة نفسها، فقد عرفتها البشرية، ثم استعارها المسرحيون" (Hassan, 1998, p. 66).

ويمكن إرجاع الاهتمام بالعلامة إلى أكثر من الفي سنة - وقد أكد (أفلاطون) "ان للأشياء جوهرأ ثابتاً وان الكلمة أداة التعبير عن الحقيقة، وبذلك يتم تبين الكلمة وحقيقتها الدالة عليها، أي بين الدال والمدلول، أو المبني والمعنى تلاؤم طبيعي - ولهذا كان اللفظ يعبر عن جوهر الأشياء، وكانت الكلمة تظهر أول ما تظهر في وسط بدائي، وقد أشار أفلاطون إلى ما تمتاز به أصوات الكلمة من دلائل أي العلاقة الطبيعية مع المدلول، ولذلك كانت الأصوات اللغوية أدوات للتوصيل عن معان عده كالحركة والخفة والاضطرابات والخوف والطموح والعظمة والاستيطان وغير ذلك من المعاني" (Belkacem, 2003, p. 68).

إن للعلامة علاقة عميقة ومتينة بالمسرح، وقد اعتبر (أرسطو) العلامات وسيلة من وسائل التعرف المسرحي التي قسمها إلى أربعة أنواع: " التعرف بواسطة العلامات، والتعرف الذي يؤلفه الشاعر ويرتبه والتعرف بالذاكرة، والتعرف بالقياس" (Thales, 1973, p. 44). ويعد أرسطو التعرف بالعلامات الخارجية هو الأكثر شيوعاً في الاستعمال ويميز بين العلامات الفطرية والعلامات المكتسبة. ويميز في العلامات المتصلة بالبدن كالندوب، وبين العلامات المنفصلة عن البدن كالقفص الذي يسمح بالتعرف في مسرحية - تورو- لسوفوقليس (Thales, 1973, pp. 44-45). وتؤكد سعاد درير على أهمية الجمهور في تلقي العلامات عبر ديناميكيتها على خشبة المسرح " وفي العرض المسرحي، يهتم علم العلامات بالجمهور وبالكيفية التي يصنع بها معناه انطلاقاً من العلامات الكامنة في العرض ومن نسق التلاقي والانزياحات القائمة بين المدلولات" (Dreir, 2011, p. 54)

أما الرواقيون" فأنهم أدرجوا المنطق داخل (علم اللغة - علم الكلام) وأشاروا إلى ان الكلمات والجمل هي الإمارات" (Yusef, 2005, p. 28). مما يجعل منهم أول من فكر في انشاء مذهب خاص بالعلامات، يقول ايكو عنهم في هذا الصدد "إلا ان فكره انشاء مذهب خاص بالعلامات تتشكل مع الرواقين، واستعمل جالينس عبارة (سيميوطيكي) ومد ذلك الحين كلما تطرق باحثان في تاريخ الفكر الغربي إلى فكرة علم سيميائي إلا وعرفه على انه (نظرية العلامات)" (Eco, 2005, pp. 43-44) ويرى الباحثان أن تحديد مفهوم العلامة لدى القدماء يدور حول كونها أداة توصيل تنوب عن شيء آخر لأداء معنى ما.

العلامة الموسيقية:

ثمة سيمياء "موسيقية تبحث في تنظيم الموسيقى بوصفها ظاهرة دالة شاملة. وعلاوة على(الموسيقى في مرحلة وثقافة معينتين، ذلك من منظور تزامني (synchronic) وليس من منظور زمني عام panchronic (الموسيقى في العموم). ويمكننا القول ان الموسيقى هي ذاتها سيميائي semiotic خاضع لكل من النظام system (التميزات في درجة النغم ومدته وجرسه وما إلى ذلك) والعملية process (العلاقات المتشكلة بين الأصوات في مظاهرها المختلفة)" (Badr, 2008, p. 124). ويرى (سوسير) "ان العلامات تتألف من جزئين أساسيين هما: الدال (البعد الحسي، بمعنى الصوت والموضوع والصورة وأشباههما) والمدلول (أي البعد التصوري أو المفهوم الذي نعقله). أما العلاقة القائمة بين الدال والمدلول فهي اعتباطية في جوهرها ومبنية على العرف أو على وفق الاصطلاح الفني المتفق للدفاعية" (Asperger, 2008, p.135). وعلى الرغم من أن (دي سوسير) عدّ العامة السيميائية لغوية حصراً وتباينية واعتباطية في علاقة دالها بمدلولها، إلا أن بعض الباحثين أدرجوا عمل العلامة الموسيقية ضمن عمل العلامة اللغوية. فالباحثة (سيلفيا بنشغلي) ترى أن بإمكاننا "أن نصنف آلية عمل الموسيقى ضمن مجال آلية عمل نص الخطاب، لأنهما ناتجان عن آلية حسية واحدة، وكلاهما قادران على تحفيز استجابة متوقعة، وقابلان للتدقيق والتحليل من خلال شكلاهما المكتوب" (Al-Shayeb, p. 95)

كما رأى (جان مالينو)- أحد الباحثين في سيمياء الموسيقى- أن الموسيقى "تحمّل في طبيعتها مقومات العلامة الألسنية إذ يمكنها أن تتشابه والضجة في العالم وأن تذكر بها، كما يمكنها أن تكون صورة لشعورنا، وهي كذلك قرنية: فهي حسب الحالة السبب أو النتيجة، وهي أيضاً رموز، أي جواهر محددة بتقليد

اجتماعي، وبأجماع يعطى الحق في الوجود فالموسيقى على التوالي إشارة، قرنية، عرض، صورة، رمز وأخيراً علامة" (Jalal, 1992, p. 93).

وهذا التصنيف الذي اعتمده (مالينو) مأخوذ من التصنيف الثلاثي الشهير للأمريكي (شارل بيرس) إذ يصنف (بيرس) العلامة إلى ثلاث مجموعات: (الإيقونة والمؤشر والرمز):

1. إيقونة Iconic: هي أحد أشكال العلامة. ويبدو فيها الدال شبيهاً للمدلول على نحو واضح (من حيث المظهر أو الصوت أو الملمس أو المذاق أو الرائحة). أي مماثلاً له في بعض خصائصه، مثل الصور الشخصية (البورتريهات) والرسوم القياسية، والكلمات التي تحاكي في صوتها معناها onomatopoeia والأصوات الواقعية في الموسيقى والمؤثرات الصوتية في الدراما الإذاعية، والإيماءات التي تحاكي معاني الكلام (Charles, 2002, p.81)

2. المؤشر Index: وهو دليل يحيل إلى موضوعه الذي يعينه لأنه متأثر واقعياً بهذا الموضوع. فهو يفقد مباشرة الطابع الذي يجعل منه دليلاً إذا حذف موضوعه، ولكنه لا يفقد هذا الطابع ان لم يكن هناك مؤؤل ... فالمؤشر يتضمن، إذا، نوعاً من الأيقونة، ولكنها أيقونة من نوع خاص باعتبار المؤشر لا يكون نسخة من الموضوع ... وما يجعل من المؤشر دليلاً ليس تشابهاً البسيط مع الموضوع بل تعديله الواقعي من قبل هذا الموضوع. وبهذا التعريف للمؤشر اعتبر الدخان مؤشراً على النار" (Al-Haddawi, 2006, p. 273).

3. الرمز symbol: وفيه لا يكون الدال مشابهاً للمدلول بل تكون العلاقة بينهما علاقة اعتباطية (أي تحكمية)، أو علاقة عرفية (اتفاقية) محضة، بحيث يصبح من الضروري أن نتعلم هذه العلاقة. مثل كلمة قف وأضواء علامة المرور، العلم القومي. ومعنى أحد الأعداد... الخ" (Al-Haddawi, 2006, p. 273).

وتربط (بنشفلي) بين العلامة الموسيقية وحركات ولغة الجسد، فرغم كون العلامة الموسيقية شبيهة باللغة "إلا أن الموسيقى تتجاوز اللغة والحدود القومية والثقافية، ويرتبط إيصالها بحركات جسدية في مقام الصوت مما يكسبها عامل تأثير لغة الجسد" (Al-Shayeb, 2014, p.95).

ويرى الباحثان أن الشبه الكبير بين العلامة الموسيقية وبين اللغة والتأثير الذي تركه العلامة الموسيقية والذي يشبه تأثير لغة الجسد قد أعطى للعلامة الموسيقية أهمية كبيرة في العرض المسرحي الإيمائي الذي يتميز بغياب اللغة واعتماده على حركة وإيماءات الجسد.

إن العرض المسرحي الإيمائي يعمل في خط متواز مع بعض اللغات المساعدة: حركات الوجه، والجسم، الموسيقى... الخ، وتثري هذه اللغات العرض وتكمله. وعندما تدخل الموسيقى مجال العرض فهي نادراً ما تكون مستقلة، قد تكون الموسيقى كلاسيكية أو حديثة معروفة أو غير معروفة، عزف أو غناء الخ..

قد تصاحب العرض كله أو تتداخل فيه بصفة استثنائية، وأياً كان الحال، فإن وجودها أو عدمه له دلالاته، ولا بد من أخذه في الاعتبار عند التحليل السيميولوجي. ويمكن للموسيقى أن تقوم بوظائف عديدة، إذ يمكن ان تخلق الديكور أو المكان أو الجو العام. كما يمكن ان تبرر الحدث أو الشخصية. وتتمثل في الموسيقى لغة سمعية يمكن ان تترجم إلى لغات أخرى (Asaad, 1981, p. 78)

ولما كانت العلامة الموسيقية توظف كلغة، فإن أهم وظائفها في العرض الإيمائي هو "دعم الحركات التي يؤديها الممثل الإيمائي بالإيضاح والتفسير، فمناخ الموسيقى مناخ مشحون بالدلالات" (Samir Abdel Al, 2013, p.142). ويرى هازبراندت، اختلافاً في دور الموسيقى في البالية أو التمثيل الإيمائي، تقول

"على الرغم من الوجوه العديدة التي يلتقي منها التمثيل الإيمائي والبالية، لاسيما البالية الجديدة، ثمة اختلاف جوهري بينهما: الدور المصحوب بالموسيقى. تلعب الموسيقى في البالية دوراً أساسياً. أما في المسرح الإيمائي فالموسيقى شريك في العمل" (Hazbrandt, 2006, p.29)

وقدم عدد من الباحثين تصنيفاً للعلامات المستعملة في التواصل الإنساني أو في المسرح منهم ((برنارتوسان) (Toussaint, 2000, p.6) الذي قسم العلامات إلى (علامات لسانية) و(علامات غير لسانية) وإضاعاً العلامة الموسيقية ضمن قسم العلامات الغير لسانية كما في الجدول التالي(Toussaint, 2000, p.20-31):

الجدول (1): يبين تصنيف العلامات غير اللسانية

العلامات غير اللسانية	أنظمة التواصل والتعبير غير اللسانية تتكاثر في مجتمعاتنا وبالخصوص على أشكال ايقونية ولتجسيد تطور السيميائيات غير اللسانية سنعمد الان عرض وسائل التعبير المستعملة في التواصل الإنساني.
أ- علامات شمعية	وظيفة الإنسان غير متوصل لهذا الشكل من التواصل الذي لا نعرفه جيداً أما من حيث التفاصيل هذه العملية غير مفهومه جيداً والشم هنا يعطي دلالة اجتماعية إيدولوجية ثقافية خاصة .
ب- علامات لمسية	هذا النمط من التواصل قليل الاستعمال في العلاقات الإنسانية الا انه يستعمل كبديل للبصر مثل قراءة العميان بالنظام الالفبائي والعالم اللمسي مثل العالم الشهي يبدو مهما بالنسبة للطفل ذلك ان أول الاتصالات مع الأشياء المحيطة به تكون باللمس والشم .
ج- علامات ذوقية	الغريزة الفموية يحددها فرويد كإحساسات اللذة الشفهية وهي جد مهمة في مجالات التواصل الإنساني.
د- علامات أشارية أو الإيمائية	السيميولوجي الايطالي امبرطو ايكو حدد كجموعة دالة للإشارات المتفق عليها اجتماعياً والمسئ الإيماءة كوحدة دنيا دالة ذلك انه الإشارة الإيمائية ذات أهمية كبرى في حياتنا اليومية وتستعمل كبديل للكلام كإيماءات ترمز للاتصال الجنسي وغيره .
هـ- علامات سمعية	السمع هو الحاسة الثانية المستعملة في سلم الحواس الإنسانية بعد البصر في تميزنا علمياً بين تواصل تعبير لساني وغير لساني يبدو من الواضح الآن الإشارة إلى ان اللسانيات، أنظمة العلامات اللسانية بالخصوص تدمج التواصل السمعي بصري (تقرأ ونسمع لغة ما)...الموسيقى... أليست موحية أوهي دال خالص... الموسيقى ذات مظهرين كدال: انها مادة صوتية و أيضاً مادة مكتوبة... تشبه الموسيقى اللغة بشكل غريب.
و- علامات سمعية بصرية	كان المصطلح قبل سنوات يمثل الموضة بل من اجل تمييز المصطلحات التحليلية عن المصطلحات التكنولوجية ثم إبداله بمصطلح الفعل الايقوني وفي البداية كانت السينما بصره وفي عام 1930 أصبحت سمعية بصرية.
ز- علامات ايقونية	ش. س. بورس قد سمي ايقوني كل أنظمة التمثيل القياسي المتميز عن الأنظمة اللسانية المصطلح يتكون من كلمة يونانية تعني صورة وتم وضع المصدر الذي يعوض المصطلحات الغير موجودة الصورة في مجتمعاتنا الغربية هي قبل كل شيء صورة الله .

وهذا تتظافر حاسة البصر التي بإمكانها تلقي الحركات والإيماءات في العرض الإيمائي مع حاسة السمع

التي تتلقى العلامات الموسيقية المصاحبة للإيماءات والحركات لتنتج منظومة التلقي للعرض المسرحي

تصنيف تادوتز كافزان:

تعتبر محاضرة البولندي تادوتز كافزان حول العلامة في المسرح، (1970) وكتابة الأدب والفرجة في علاقتها الجمالية والثيرماتية والسيميولوجية (1975) بحوثاً رائده في هذا المجال ويعود الفضل البية في التعريف بدراسات حلقة براغ وفي اعتباران كل العناصر في المسرح علامات وفي تصنيف العلامات في 13

نوعاً من المنظومات" (Elias, Kassab Hassan, 2006, pp. 254-255). وفيما يلي جدول كافزان للأنساق المسرحية (Aston, Savona, 1991, p.148).

الجدول (2): يبين تصنيف العلامات ل(كافزان) للأنساق المسرحية

1- الكلمة 2- نغم الصوت	نص الكلام	الممثل	علامات سمعية	علامات سمعية (ممثل)
3- الميمياء mime			علامات سمعية	مكان وزمان
4- الإيماءة 5- الحركة		بصرية		مكان
6- الماكياج 7- زي الرأس	مظهر الممثل الخارجي		ما عدا الممثل	مكان وزمان
8- الملابس		علامات سمعية		
9- اللوازم (الإكسسوار)	مظهر المسرح			
10- ديكور 11- الإضاءة	الأصوات غير اللفظية			
12- الموسيقى				
13- المؤثرات الصوتية				

المبحث الثاني : العلامة الموسيقية وسماتها الأدائية في العرض المسرحي الإيمائي المسرح الشرقي:

ادخل الهنود الموسيقى في جميع شؤونهم الدينية والدينية، كما ادخلوا الرقص الديني الذي اشتهروا به. ويرى (إدوين ديور) أن التمثيل في الهند كان أشبه بالرقص، أكثر شكلية وتقليدية وأكثر أسلوبية وأقل انفعالية. وقد كان الجمهور الذي يحضر العروض الهندية جمهوراً نخبياً قادراً على ترجمة أدق التفاصيل في العلامات التي يعطها الممثل الذي يتخذ نظاماً معقداً من الحركات الشكلية المنضبطة وهو يصور بواسطة الإيماءات حالات الناس ومشاعرهم المختلفة مرتكزاً في تصويره الإيمائي على قواعد مفروضة سلفاً، بدون اللجوء إلى ابتكار أو استحداث إيماءات جديدة. مما أضفى على الإيماءة الدقة والانضباط وعدم التكلف (Dior, 1998, p.131). " ويجمع مسرح (الكاتاكالي) بين عناصر عديدة كالإيماءة والآلات الموسيقية والغناء ويتكون من أنواع الرقص الديني المتعدد والرقص الشعبي. ويقوم على وجود حكاية مأخوذة من الملاحم الهندية القديمة (المهابهاراتا والرامايانا) تروى مغناة بمصاحبة آلات إيقاعية يؤديها الراقصون بالحركة ولذي المسرحي المعقد والغني بألوانه وتفصيله وظيفته جمالية في العرض المسرحي إضافة إلى دوره في التعريف بالشخصيات ودورها. كما إن للألوان المستخدمة في العرض قوانين صارمة تتيح التعرف على الشخصيات وصفاتها. فالأخضر مثلاً لون النبيل والنقاء. والأحمر يدل على حب الذات (Elias, Kassab Hassan: 2006, pp. 363-364).

ويرى الباحثان أن أداء الممثل المحدد بطبيعة الشخصيات المؤسبة والمنمطة في المسرح الشرقي لا بد أن يقابله نمط محدد ومنمط من العلامات الموسيقية المواكبة لهذه العروض قصد إيجاد انسجام بين الأداء والإيقاع الموسيقي لخلق جو العرض ودلالاته.

المسرح الغربي:

أوجد الرومان فن الإيماء (البانتومايم pantomime) وتعني (الذي يقلد كل شيء). وكان عرض الممثل يستعين بالموسيقى وتعليقات الكورس " وفي روما، نهاية القرن الأول قبل الميلاد، فصلت الإيمائية

النص عن الحركة، وكان الممثل يقوم بتنفيذ مشاهد إيمائية يُعَلِّق عليها الخورس والموسيقيون" (Buffy, 2015, p.375). مما يسهل على الممثل التشخيص وتجسيد الفعل. ويسهل على المتلقي فهم إيماءات الممثل، واستفاد المسرح الروماني من الموسيقى وتراتيل الطقوس الدينية وشعائر العبادات والأغاني ورقصات الفرح الإغريقية، خاصة في مسرحيات (تيرانس وبلوتس). ويخلص الباحثان في كل ما سبق أن الرومان أوجدوا فن البانتومايم وأنهم أدركوا منذ البدء أهمية العلامات الموسيقية المصاحبة لهذا النوع من العروض في ضبط الإيقاع الحركي للممثلين والمساهمة في عملية إيصال خطاب العرض.

ويرى الباحثان أن الموسيقى المرافقة للمسرح الديني المعتمد على الإيماء اكتسبت بُدأً علامتياً دالاً يؤدي إلى خلق جو روحي يساعد على تقبل الجمهور للمضامين العقائدية والأخلاقية إضافة إلى دورها التعليمي والإمتاع. فهي ذات سمات نفسية وروحية. استخدم موسيقيو عصر الباروك "تعبيرات موسيقية موحدة لإثارة انفعالات معينة وبعث صور متوهمة في النفوس. وقد أدت هذه الطريقة العقلية في خلق فئة من المؤثرات الموسيقية لوصف الحب والشفقة والكرهية، أو بعث حالة نفسية تتلاءم مع الأفعال المطلوب تصويرها" (Portnoy, 2004, p. 182). ولجأ (شكسبير) إلى الموسيقى لخلق الإبهار "وقد كتب شكسبير العديد من المؤثرات الصوتية في مسرحياته وهي في الغالب أصوات المعارك، والعواصف التي من الممكن خلقها بسهولة بواسطة خبط الأدوات، أو استخدام أدوات بسيطة. أما عندما كان يحتاج إلى مناظر مهرة بدرجة عالية، فإنه كان يستخدم الموسيقى، والمؤثرات الصوتية معاً" (Wan: 1995, p. 13). ويُعد (مارسيل مارسو) أحد الذين استحدثت لنفسه في منتصف القرن العشرين قواعد ودعائم في الفن الإيمائي الذي حوله إلى نوع صاف من (الشعر والموسيقى)، إذ استمد من الموسيقى بعض ما تنطوي عليه من إيحاء وإيماء. واضطلع في عروضه العديدة بمهمة الموسيقى. فكان موسيقياً يختار الموسيقى بنفسه من باخ وموتسارت وفيفالدي وغيرهم (Abbas, 2004, pp. 17-22). للعلامة الموسيقية وظائف عديدة في العرض المسرحي الإيمائي من أبرزها وظيفة الاستدلال المكاني من الممكن معرفة مكان العرض من خلال خصوصية الموسيقى المستخدمة في العرض التي تشير إلى بلد معين، كما من الممكن معرفة الزمان من نوع الموسيقى المستخدمة في العرض والتي تشير إلى مرحلة زمنية سادت فيها ويمكن للموسيقى أن تحدد نوع العرض سواء كان كوميدياً أو تراجمياً إذ تخضع للمضمون العاطفي للعمل وإيقاعه وأجوائه العامة، وبإمكان العلامة الموسيقية. أن تدل على شخصية معينة في العرض تكون هناك لازمة موسيقية ترافق ظهور هذه الشخصية (El-Bayad, 2011, pp. 55-56). إذن العلامة الموسيقية تعمل كإشارة ورمز إضافة إلى كونها علامة إيقونية حسب تصنيف بيرس الثلاثي للعلامات.

ويرى الباحثان ان العلامة الموسيقية أصبحت مشاركة في تشكيل المضمون الفكري والإيديولوجي للعرض المسرحي الإيمائي الحديث إضافة إلى مشاركتها في تشكيل البنى الجمالية والتعبيرية... الخ في هذا العرض. رغم التقليل من الاعتماد عليها لدى بعض الاتجاهات. كما تم الاستعانة بالموسيقى الالكترونية نتيجة للتطور التكنولوجي في المجال الموسيقي لخلق مناخات معينة في العروض الإيمائية.

ما اسفر عنه الإطار النظري من مؤشرات

- 1- العلامة الموسيقية لغة قادرة بالتظافر مع حركات وإيماءات الشخصوس على تعويض غياب العلامة الأهم – اللغوية – في العرض المسرحي الإيمائي لانتاج كامل دلالات الخطاب المسرحي.
- 2- للعلامة الموسيقية وظيفة مركزية في تحقيق الانسجام الفني بينها كنظام صوتي – وبين النظام البصري الحركي في العرض المسرحي الإيمائي.
- 3- تبرز العلامات الموسيقية معاني ودلالات الحركات والإيماءات الجسدية وتعمل على استخراج أقصى طاقات الممثل الأدائية في العرض المسرحية الإيمائي.
- 4- تساعد العلامة الموسيقية الممثل في تنظيم وتنسيق النظام الحركي الإيمائي في العرض المسرحي الإيمائي.
- 5- تخلق العلامة الموسيقية الالكترونية مناخات وأجواء خاصة لتجسيد مضامين فكرية معنية في العرض المسرحي الإيمائي.
- 6- تتحول العلامة الموسيقية في العرض المسرحي الإيمائي إلى علامة إيقونية وإشارية ورمزية.
- 7- تخلق العلامة الموسيقية مع باقي العناصر المسرحية إيقاع العرض المسرحي الإيمائي ككل.
- 8- توظيف العلامات الموسيقية (اللازمة أو الموتييف) في العرض المسرحي الإيمائي لاستدعاء وزيادة مشاعر معينة.

3. الفصل الثالث: إجراءات البحث

1.3 مجتمع البحث

2.3 عينة البحث : اختار الباحثان عينة البحث بالطريقة القصدية وهي مسرحية أهريمان للمخرج علي دعيم والمقدمة عام 2014 وللمسوغات الآتية:

- 1- ملائمتها أكثر من غيرها لهدف البحث.
- 2- تنوع موضوعاتها وطروحاتها.
- 3- توفرت بها الشروط الفنية كونها أعمال بارزة لدى مخرجها في هذا المجال .
- 4- توفرها على أقراص (CD) وشبكات الانترنت.

ثالثاً أداة البحث : اعتمد الباحثان على ما تمت الإشارة اليه في الإطار النظري من المؤشرات فضلاً عن المصادر والمراجع والأدبيات التي اعتمدها البحث.

رابعاً: منهج البحث : انتهج الباحثان المنهج الوصفي (التحليلي) من حيث وصف الحكاية العرض وقراءة اهريمان).

تحليل العينات

العينة (1): اسم المسرحية : أهريمان

اسم المخرج والكبروكراف: علي دعيم

اسم المؤلف : علي دعيم

مكان العرض : بغداد / المسرح الوطني

سنة العرض : 2014

يتألف العرض من عدد من اللوحات المؤداة بلغة حركية إيمائية تصور سيطرة قوى الشر المتمثلة ببعض الشخصيات على مجموعة من الناس الذين يمارسون حياتهم بشكل طبيعي محولة هؤلاء إلى أدوات قاتلة بيدها . كل ذلك عن طريق رموز حركية تتضافر مع عناصر سينوغرافية متعددة لإنتاج خطاب

صوتي تشكيلي يستند إلى واقع محلي يسوده الخراب والتمزق. وللعلامات الموسيقية في هذا العرض حضور لافت رافقت العرض منذ بدايته وحتى نهايته . في اللوحة الأولى، خلقت موسيقى الكترونية بايقاع رتيب متكرر جو المشهد ومناخه المتوتر الذي يرمز بالحدز والترقب، نرى أربعة ممثلين بثياب أطباء يدفعون طاولة عمليات عليها كتاب كبير إلى وسط المسرح . وخلفهم شاشة عرض (خيال الظل) تُظهر مجموعة من الأشخاص يتحركون على سلم بشكل طبيعي فيما يبدأ اثنان منهما بتقليب أوراق الكتاب التي هي عبارة عن صفحات جرائد ويشرع اثنان منهم بتمزيق أوراق الكتاب وإعطاء الممزق لاثنين آخرين الذي يضعان الممزق في جيوبهما في عمل يتناقض بحركته حركات ممثلي خيال الظل البطيئة شبه الخامدة ويحاول الممثلان الضغط والصعود على الكتاب الذي مزقت صفحاته كما لو انها محاولات إعادة حياة له. ويرمز الكتاب إلى التاريخ أو إلى المحصلة الحضارية التي جهد الناس في سبيل انجازها وما تمزيق صفحاته إلا دلالة على تمكن قوى الشر والضلال منهم وتحولهم إلى أداة مدمرة للحياة والمستقبل . في حين ظل الممثلون في خيال الظل بعيدو من قوى الشر هذه تفتح هذه اللوحة بموسيقى وترية وإيقاعات طبول متلاحقة كخلفية لصوت مؤثر (النبض) ذي النبرة العالية المترددة طيلة زمن عرض اللوحة وتقلد الموسيقى صوت تمزيق الأوراق، مؤدية وظيفة العلامة الايقونية القائمة على مبدأ المشابهة، ويبقى صوت النبض مسموعا دلالة على استمرار الحياة وعدم انتهائها تماماً . وتخفت الموسيقى الالكترونية لتبرز صوت المؤثر النبض الذي يصبح سريعا متلاحقا قبل ان يتوقف دلالة على الموت والانتهاء فالخفوت والصمت للعلامات الموسيقية التي كانت حاضرة بقوة ابرز عمل العلامات الأخرى وأدت وظيفة خلق الإيقاع الملائم للحدث الدرامي ودلالته. وتبدأ اللوحة الثانية بموسيقى وآلات متعددة تهيمن عليها الآلات الوترية، يظهر شخصان وسط المسرح يقومان بأداء حركات إيماءات راقصة متزامنة، انسجمت مع ايقاع الموسيقى التي ساعدت الممثلان على تقديم افضل اداء ايمائي، وأظهرت ما بداخلهما من صراع نفسي للنجاة من استحواذ قوى الشر يظهر خلفها ثلاثة أشخاص يرتدون الزي الأسود . الممثل الذي في الوسط والذي يقوم بإيماءات التلفت وهو الطويل جداً ويبدو انه المسيطر بجانبه ممثل آخر يبين عن طريق إيماءاته المرتبكة انه قد تمت السيطرة عليه. اما الممثل الثالث فانه يقف أمام صندوق كبير يقوم بوضع الملابس فيه وطحنها فوق الممثلين الثلاثة حبل غسيل ممدود على عرض المسرح، دلالاته على تاريخ الشر واتصاله . ويواصل الممثلان أداء رقصهما وإيماءاتهما اللذان ما عادا متطابقين كما بدأ أول مرة على وقع الموسيقى التي تشيع جواً من الرهبة والتوتر بإيقاعاتها الرتيبة محاكية أصداء النوازع البشرية العميقة وخالقة الإيقاع الكلي للعرض والذي بموجبه تنتظم إيماءات الممثلين كلهم . ينسحب الممثلان الراقصان بعد أدائهما حركات مازحة دلالة إلى عدم انصياعهما لقوى الشر ونجاتهما من ان يكونا أداة بيدها . وتنطلق موسيقى مغايرة تعتمد على نغمات راقصة ذات إيقاع سريع وتشيع فيها لازمة متكررة وذلك مع دخول ممثلين يرتدون ملابس عصرية ويؤدون حركات وإيماءات راقصة تلمح إلى مهنهم المختلفة (طالب – فلاح – حمال – نجار – خياط) تؤدي العلامات الموسيقية هنا وظيفة التحول الدرامي وتتحول من كيانها المجرد إلى مضامين ايدولوجية وفكرية، ويؤدي تكرار العلامات الموسيقية ووظيفة الزخم والاستمرارية وللعمل المؤدى . وتخلق طقس الفرح والاحتفال وتتغير العلامات الموسيقية مؤدية وظيفة التحول الدرامي أيضاً بظهور الممثلين اللذين يرمزان لقوى الشر . يرافقها خطوات الإضاءة . ان تكرار التحول في إيقاع والنغمات العلامة الموسيقية قد هيا ذهن الملتقي لتوقع تحول في سياق مناخ

العرض على المستوى الدرامي وتعطي العلامة الموسيقية هنا أقصى طاقة سيميائية لها بمرافقة الأداء الحركي والإيمائي للممثلين معبرة عن الصراع النفسي والإيديولوجي وهم يحاولون عدم الانجرار والاستسلام لغوايات قوى الشر. وفي هذا المشهد تخلق العلامة الموسيقية باستخدام آلات وترية ونغمة بطيئة متزامنة مع الحركات والإيماءات البطيئة جوا من الخدر والتنويم، مضخمة المشاعر ومعبرة عن حالات الممثلين وإبعادهم النفسية. وتجسد العلامات الموسيقية بضرابتها الإيقاعية دلالات الإيماءات وحركات الممثلين الرامية إلى جذب ممثل من المجموعة بعد اختلاطهما معهم والسيطرة عليه ليعود إلى جماعته مؤدياً حركات وإيماءات تشبه حركات وإيماءات القدرة دلالة على انمساخه والاستحواذ عليه وهنا لعبت العلامة الموسيقية دور مهم في مساعدة الممثل على أداء حركات وعملت إنسجام بين الصوت والحركة، تؤدي المجموعة إيماءات الطاعة والولاء لزميلها الممسوخ، ويعبر الممثلان اللذان يحلمان الكتاب عن الشكر والامتنان لإله الشر ويبدآن بسوق مجموعة الممسوخين بحيث يكون أحدهما في المقدمة والآخر في المؤخرة. يصاحب سوق الممسوخين وهم يؤدون حركات الخضوع والإذلال تغيير في إيقاع الموسيقى، إذ تبرز نغمة تؤديها آلة الكمان لترمز إلى المصير المؤلم والسقوط، وتبدو نغمة الكمان وكأنها المحاكاة لفعل العويل والبكاء، مما يجعل منها علامة إيقونية حسب مفهوم بيرس، ومن خلال ستارة من القماش تضاء باللون الأحمر نلحظ نزاع أفراد المجموعة للملابسهم بمساعدة الممثلين في عمق المسرح وتقديمهما للرجل الآخر ليقوم بطحنها في إشارة إلى سقوطهم المرعب. وتخف الموسيقى وتتلاشى لتظهر في اللوحة الثالثة مع نزول أفراد المجموعة إلى وسط المسرح عراة وقد صاروا يشبهون الممثلين الذين اغوهم لينغمسوا في أداء حركات وإيماءات راقصة موحدة على وقع موسيقى يسودها قرع على الطبول وانطلاق نغمات مفاجئة تشبه صرخات الألم وأصداً أصوات مبهمة خالقة جواً طقسياً بدائياً يرمز لسيطرة الغرائز وغياب العقل والمنطق مدعومة بأصوات بشرية كأنها عويل حاد. لتخلق انسجماً فنياً بالاشتراك مع البناء البصري والحركي. إن للعلامات الموسيقية هنا وظيفة رمزية حسب مفهوم بيرس لوظائف العلامات. وفي اللوحة الأخيرة يتحول الممثل الطويل القامة (المسيطر) إلى شخص بطول عادي وملابس عصرية أمام جهاز الحاسوب الحديث دلالة على أن صورة الشر يمكن أن تتجسد في أي عصر وفي أي صورة. وتواصل الموسيقى الوترية عملها في إضفاء جو التوتر والترقب موحية بدلالة أيديولوجية متمثلة بسيادة إله الشر (اهريمان) الذي يظهر بهيئة عصرية ساهمت العلامة الموسيقية هنا في إعطاء دلالات ومعاني وعملت كلغة في إيصال المعنى بالتظافر مع الحركات والموقف الدرامي بأن الشر موجود. أسهمت العلامة الموسيقية باتحادها وتفاعلها مع علامات العرض الأخرى كالزني والإضاءة والإيماءات وإلى آخره في تكوين إيقاع العرض المسرحي الإيمائي ككل.

الفصل الرابع: النتائج والاستنتاجات

أولاً: النتائج

1. للعلامة الموسيقية وظيفة جمالية من خلال اشتراكها مع علامات العرض الأخرى في تكوين نظام تشكيلي - سمعي - بصري.
2. عوضت العلامة الموسيقية غياب اللغة لتصبح أداة لتوصيل الخطاب المسرحي للعرض الإيمائي.
3. هيأت العلامة الموسيقية الانتقال والتحول من مشهد إلى آخر.

4. خلقت العلامة الموسيقية الإيقاع الملائم للعرض.

5. تعلن العلامة الموسيقية عن التحول والانتقال الدرامي.

ثانياً: الاستنتاجات

1. أدت العلامة الموسيقية بوضوح خلق الجو العام للعرض المسرحي الإيمائي.

2. وظفت العلامة الموسيقية (اللازمة – الموتيف) لاستدعاء وتضخيم وتأكيدها مشاعر.

3. حققت العلامة الموسيقية المرافقة طاقات سيمائية عالية.

References

1. Abbas, A. M.uzahim. (2004). *The Art of Mime in Iraq, Study and Texts*, 1st Edition, Baghdad: House of General Cultural Affairs.
2. Al-Bayad, H., (2011). *Aesthetics and Techniques of Sound*, 1st Edition, Cairo: Academy of Arts - Karaki Press.
3. Al-Fayoumi, A. Bin M. Bin A., (1987) *The Light Lamp in Gharib Al-Sharh Al-Kabeer*, 1st Edition, Beirut: Lebanon Library,.
4. Al-Haddawi, T., (2006) . *The Semiotics of Interpretation - Production and the Logic of Evidence*, Edition 1, (Morocco: The Arab Cultural Center,).
5. Allen, G. r., (1995). *Theatrical Effects, TR: Mona Salam*, (Cairo: Ministry of Culture, Cairo International Festival of Experimental Theater.
6. Al-Roueli, M. Saad Al-B., (2007). *A Literary Critic's Guide*, 5th Edition, (Morocco: The Arab Cultural Center.
7. Al-Shayeb, N. (2014). The implications of the music of television advertising - between the value of the mark and the significance of the meaning - *Journal of Social Studies and Research*, Issue Six, Algeria: El-Oued University.
8. Asaad, S. A. (1981). The Simiology of Theater, *Fosoul Magazine*, Volume 1, Issue 53, Cairo: The Egyptian General Book Authority.
9. Asabergir, A., (2008). Alchemy and Cultural Criticism, TR, Hana Khalif Ghani, (*Journal of Foreign Culture*, Issue 4, Year 28), Baghdad: House of General Cultural Affairs
10. Aston, E., George S., (1991). *Theater and Signs*, Tr: Sabai al-Sayed, Cairo: Supreme Council of Antiquities Press.
11. Badr, S. (2008). Semiotic Hierarchy - Reading in the Thought of Los Helmsliffe, TR: Youssef Iskandar, *Journal of Foreign Culture*, Issue 4, Year 29, Baghdad: House of General Cultural Affairs,
12. Bernard T., (2000): *What is Simology*, TR: Muhammad Nazif, 2nd Edition, Morocco: East Africa, p.6.
13. Buffy, P., (2015). *The Lexicon of Theater*, Tr: Michel F. Khattar, 1st Edition, Beirut: Center for Arab Unity Studies
14. Charles, D., (2002):. *A Dictionary of Basic Terms in the Science of Signs (Semiotics)*, TR: Shaker Abdel-Hamid, Cairo: Academy of Arts - Publications Unit.

15. De Saussure, F., (1985). *General Linguistics*, Tr: Yael Youssef Aziz, Baghdad: Ministry of Culture.
16. Dior, E., (1998): *The Art of Acting - Horizons and Depths - Tr*: Center for Languages and Translation - Academy of Arts, Part 1, Cairo: Ministry of Culture, Cairo International Festival and Experimental Theater.
17. Dreir, S., (2011). The Mark in the Theater, *Alamat magazine*, Issue 35, Morocco.
18. Eco, U., (2005): *Semiotics and the Philosophy of Language*, Tr: Ahmad Al-Samai, 1st Edition, Beirut: Center for Arab Unity Studies.
19. Elias, M., Hanan K. H., (2006). *The Theatrical Dictionary: Concepts and Terminology of Theater and Performing Arts*, 2nd Edition, Beirut: Lebanon Library Publishers,.
20. Fakhoury, A., (1990). *Currents in Semiotics, 1st Edition*, Beirut, Dar Al Taleea for Printing and Publishing.
21. Hassan, T., (1998). The Formulation and Employment of Signs in the Theater, *Al-Bayan Magazine*, No. (232), (Kuwait).
22. Hazbrandt, A. , (2006). *Tomashevsky Mumming Theater*, TR: Yahya Sahib, 1st Edition, (Baghdad: House of General Cultural Affairs.
23. Helm, B., (2003). The Science of semiotics in the Arab heritage, an article in (*Al Turath Al Arabi*) magazine, 23rd year, No. 91. Damascus.
24. Hilton, J., (2000). *The Theatrical Show Theory*, TR: Nohad Saliha, 1st Edition, Cairo: Hala for Publishing and Distribution.
25. Ibn Manzur, Jamal al-Din Muhammad Ibn Makram: *Lisan al-Arab*, Volumes (10, 12, 15), (Beirut: Dar Sader, without T.).
26. Jalal, Z.,(1992). *An Introduction to Semiotics in Theater*, 1st Edition, (Amman: Ministry of Culture Publications.
27. Jassim Kadhim Abdul, (2017). Hassan Ibrahim Hassoun, the movement of the art. form in the Iraqi theater, *Al-academy Journal*, University of Baghdad, Issue.86.
28. Othman, O. A.-M., (1996). *The Elements of Vision for the Theater Director*, Cairo: The Egyptian General Book Authority.
29. Portnoy, J. (2004). *The Philosopher and the Art of Music*, Tr: Fouad Zakaria, Edition 1, Alexandria: Dar Al-Wafaa for the World of Printing and Publishing.
30. Tarabishi, G.,(2006). *The Dictionary of Philosophers (Philosophers - Regions - Speakers - Theologians - Mystics)*, Edition 3, Beirut: Dar Al Tale'ah for Printing and Publishing,.
31. Thales, A. (1973). *ristotle: The Art of Poetry*, Tres: Abd al-Rahman Badawi, Beirut: Dar al-Thaqafa.
32. Wahba, M., *A Dictionary of Literature Terms*, Beirut: Lebanon Library, without T.
33. Youssef, A., (2005). *Descriptive semiotics - semiotic logic and algebra of signs*, 1st Edition, Beirut: Arab Cultural Center, 2005).

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/199-214>

Semiotics of Musical Sign in Iraqi Pantomime Show (Ahriman) as a Model

Ali Uday Sahib¹

Shaima Hussein Taher²

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 6/9/2020.....Date of acceptance: 23/10/2020.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract

The musical sign was associated with the first appearances of acting that are based on human gestures and expressive and silent movements, and they contributed in accentuating and clarifying these gestures and explain their meanings and indications, and they remained with them until these gestures turned into artistic theatrical shows so that the musical sign would have many functions and constitute the main pillars for this kind of show .

The musical sign is a language not much different than the human language in the semiotic analysis. There has been an increased interest in it and its use in the mime shows by the graduates who realized its necessity and significance in the pantomime show intellectually, artistically and aesthetically. The first chapter included (the theoretical framework) which consists of the research problem represented by the following question: (Does the musical sign in the pantomime show have different indications and functions in other theatrical shows?). it also included the research importance in highlighting the musical sign, as the mime actor performance is a sign performance that excludes the verbal sign from the process of conveying the indication to the recipient. The research objective is limited to (semiotics of the musical sign in Iraqi pantomime show (Ahriman) as a model. This chapter consists of research limits (temporally determined by 2014) and spatially by the shows presented in Baghdad, Ali Deayym's show, and then defining the terms of the research and concluded with procedural definitions .

The second chapter consisted of (the theoretical framework and the previous studies). The first section is (the concept of the theatrical sign). The second section addresses the musical

¹ Ministry of Youth and Sports/ Babel Youth and Sports Directorate, kgw9148@gmail.com .

² College of Fine Arts / University of Babylon, fine.shamaa.hussan@uobabylon.edu.iq .

sign and its performative features in the pantomime show. The second chapter concluded with the indicators that resulted from the theoretical framework. The third chapter is dedicated for (the research procedures) and the indicators that resulted from the theoretical framework as it is a tool for the analysis within an (analytical) descriptive method and watching the shows and photographs, so the show (Ahriman) directed by (Ali Deayym) in (2014) in an intentional method for certain reasons justified by the researchers to keep pace with the sections and to achieve the study objectives and to resolve its problem. The fourth chapter ended with a number of results including :

- 1- The musical sign created the rhythm of the show .
- 2- The musical sign declares the dramatic transformation and transition .

Then the research ends with an abstract.

Key words: semiotic - sign - pantomime

أثر طرائق التشكيل على عملية تلييد المواد الخزفية

هديل سلمان سعيد¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229
تاريخ استلام البحث 2020/10/13, تاريخ قبول النشر 2020/11/25, تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث

يهتم البحث بدراسة طرائق التشكيل وأثرها على عملية تلييد المواد السيراميكية، ويقسم البحث الى عدة فصول، تناول الفصل الأول هيكلية البحث (مشكلة البحث وأهميته وهدف البحث وحدوده، كما تناول تحديد المصطلحات الواردة في البحث)، أما الفصل الثاني فقد تناول الاطار النظري وقسم الاطار النظري الى ثلاث مباحث، تناول المبحث الأول اطرائق تشكيل المواد السيراميكية ومنها: 1- الطريقة اللدنة 2- طريقة الكبس شبه الجاف 3- طريقة الكبس الجاف 4- طريقة البثق 5- طريقة الصب، وقد وجدت الباحثة ان هناك اختلافا واضحا بين هذه الطرائق من خلال صياغتها لجداول وكما هو مبين في متن البحث، اما المبحث الثاني فقد تناول دراسة المواد الاولية السيراميكية وقد صنفتها الباحثة الى: 1- المواد الاولية اللدنة 2- المواد الاولية غير اللدنة، فيما تناولت الباحثة في المبحث الثالث انواع التلييد وتقسيماته: اولاً: التلييد في الحالة الصلبة ومراحله. ثانياً: التلييد بوجود سائل فعال. ثالثاً: التلييد بالضغط والكبس الحار. وجاء الفصل الثالث باجراءات البحث التي تناولت 1- تهيئة المواد الاولية. 2- فحوص المواد الاولية التي تمت من خلال أ) التحليل الكيميائي ب) التركيب المعدني ج) فحص المجهر الحراري. 3- تحضير الخلطات حيث وضعت فرضيات اربعة وكل فرضية تناولت فيما ماذا يستنتج عن خلط المواد (السليكا، الكروك، كاربونات الصوديوم، والكافولين تحت درجات حرارة وضغط مختلفة). 4- اعداد النماذج المختبرية وفيها تناولت الباحثة 1) خلط المواد 2) تشكيل النماذج المختبرية 3) عملية التجفيف 4) عملية الحرق. 5- تحديد الخواص العامة للنماذج، وقد جرت الباحثة بعض التجارب لتحديد خواص النماذج بعد عملية الحرق وفق مايلي: أ) حساب التقلص الطولي ب) امتصاص الماء ج) المساحة الظاهرية، اما الفصل الرابع فقد تناول نتائج البحث ومناقشتها، وتوصلت الباحثة الى النتائج من خلال اجراء الفحوصات المختبرية للعينات وضمن الجداول (4،5) المثبتة في البحث، وجاءت التوصيات والمقترحات التي وضعتها الباحثة لإكمال السياق العلمي للبحث: 1- عدم البدء بالبحث قبل وجود فرن 2- عمل فحوصات قبل الحرق بواسطة المجهر الحراري 3- الحرق بمعدل زمني بطئ حتى لاتحدث تشوهات.

¹ الجامعة التقنية الوسطى / معهد الفنون التطبيقية، hadeelsssss@yahoo.com

مشكلة البحث: يعد فن السيراميك من الفنون الشاملة والمتغلغلة في كل مفاصل الحياة، ونظراً لتقدم العلوم والتكنولوجيا فقد ازدادت أهمية صناعة السيراميك وتبعاً لاستخداماتها الشائعة (الفنية منها والصناعية) ولسهولة تصنيفها ورخص كلفتها وجودة خواصها فقد أصبحت هذه الصناعة تدخل في مختلف احتياجات الانسان كصناعة الطابوق العادي والخفيف والعوازل الحرارية وانايب صرف المياه والبلاط وصناعة الزجاج والعوازل الكهربائية وغير ذلك من الصناعات الفخارية، ولأن المنتجات الفخارية تشكل ما يقارب 70% من المواد الهندسية (Engineering Material) كالعوازل البورسيلينية وشمعات القدح وعلى الرغم من ان هذه المواد تحمل صفات متنوعة وكثيرة وحسب مجال استخدامها وتتمتع بثباتيتها تحت درجات الحرارة المختلفة الا ان مقاومتها تتأثر بالصدمات الحرارية (thermal shock) والتي تحددها مسامية القطعة السيراميكية وهنا تضع الباحثة تساؤلاً يتمحور حول هل ان لطرائق التشكيل اثر على عملية تلييد الاشكال السيراميكية؟. أهمية البحث: يعد البحث الحالي دراسة جديدة في مجال الخزف وهو سابقة علمية لطلاب الخزف ومكتبة كلية الفنون الجميلة والمعاهد الفنية والمهتمين بهذا الفن ولم تجد الباحثة دراسات سابقة. اهداف البحث: يهدف البحث الحالي في الكشف عن احدى طرائق التشكيل على عملية تلييد المواد السيراميكية وهي طريقة الكبس شبه الجاف (Semidrypressing) والمتضمنة مواد اولية مختلفة وبنسب متغايرة تحت تأثير متغيرين لدرجات الحرارة وهي 1900 م° و 1050 م° وتحت درجة ضغط 250 Kg/cm². حدود البحث: تقتصر حدود البحث الحالي على استخدام طينة الكاؤولين kaolin مع الاضافات الاخرى التي تضم السليكا Silica والكروك Grog وكاربونات الصوديوم Sedum Carbonate ويدرجتى حرق هما 900 م° و 1050 م°، كما اقتصر البحث على استخدام طريقة الكبس شبه الجاف Semidry Pressing في تشكيل النماذج المخبرية. تحديد المصطلحات: التشكيل: نعني به ترتيب الاجزاء اي جمع جزئين او اكثر مع بعضهما لكي يصنعوا نسقاً مرئياً هو التعبير، والتشكيل كلمة مشتقة من الشكل وبما ان الشكل يعني الهيئة اذاً " التشكيل هو ترتيب اجزاء تلك الهيئة " (Reid.h, 1968، صفحة 51)، ولايتضمن التشكيل معنى الانتظام او التوازن او اي نوع من التوازن الثابت، فهو ليس سوى استقلال مميزات المادة التي يصنع منها والتشكيل يمكن عده انه التركيب، اي انه تركيباً لمجموعة عناصر (Reid.h, 1968، صفحة 57) وهو التعبير عن ارادة فردية بمعنى اخر يكون انعكاساً لشخصية الفنان. التلييد: هو " التفاعل بين الدقائق الصلبة المفردة للعنصر والذي يؤدي الى زيادة القوة والكثافة، ويقلل المسامية ويصغر المنتوج قليلاً عن طريق التسخين الى درجة حرارية اقل من نقطة الانصهار، ولهذه العملية أهمية كبيرة في صنع المواد السيراميكية" (pooper, p. 59, 1960 الكاؤولين: هو اسم لمنتوج صناعي (مختبري) يحتوي على كمية عالية من الكاؤولين بنسبة 94% وهو طين ابتدائي (primary clay) تكون بالقرب من صخور الفلدسبار

ذات حبيبات كبيرة نسبيا وغير منتظمة قليلة الدونة مقارنة بالاطيان الرسوبية وتعتبر انقى انواع الاطيان ويستخدم في الاجسام السيراميكية البيضاء وفي تركيب التزجيج وصيغة الكاؤولين النقي $Al_2O_3 \cdot 2SiO_2 \cdot 2H_2O$ (charles, 1974, p. 74)

المبحث الثاني/الاطار النظري : اولاً: طرائق التشكيل Forming process: تعتبر عملية التشكيل من العمليات المهمة في صناعة الاجسام السيراميكية لأنها تؤثر على خواص المواد المنتجة، وهناك طرائق متنوعة لتشكيل المواد السيراميكية أهمها: 1- الطريقة اللدنة Plasting Forming 2- طريقة الكبس شبه الجاف Semidry Pressing 3- طريقة الكبس الجاف Dry Pressing 4- طريقة البثق Extrusion. 5- طريقة الصب Casting، وتختلف هذه الطرق بعضها عن البعض الآخر بمقدار نسبة المادة الرابطة ومقدار الماء المضاف، والتقلص الخطي الجاف وكذلك نوعية الاجهزة المستخدمة ومقدار التفاوت في ابعاد المواد المنتجة وكما موضح في الجدول رقم (1) (Hamid، 1977، صفحة 94) ومن خلال هذا الجدول يمكننا ان نلاحظ ان الطريقة اللدنة تتميز بنسبة كبيرة من المادة الرابطة عن باقي الطرق، فالطريقة اللدنة تحتاج الى رطوبة عالية تتراوح ما بين 12-16 % وهي تؤدي الى تقلص خطي لحدود 6-9 % ولذلك فان صناعة الطابوق الرطبة تحتاج الى تجفيف بطيء وهذا يجعل من الممكن استخدام (البائقات) في التشكيل الابتدائي للطابوق واعطاء الطابوقة شكلها النهائي فيتم باستخدام باثق خاص، او يتم يدويا باستخدام منضدة التشكيل الدوارة (e., 1940, pp. 40-41)، (Bales, 1940, p. 40-41). وتعد هذه الطريقة من ابسط الطرق وأكثرها فاعلية الا انها لاتخلو من بعض التشوهات والتشققات في الشكل.

Forming Method طريقة التشكيل	Binder Clay النسبة المئوية للمادة الرابطة	Forming Moisture % النسبة المئوية للرطوبة عند التشكيل	Liner Drying Shrinkage % النسبة المئوية للتقلص الخطي	Dimensional Tolerance of end products نوع التفاوت في ابعاد المنتجات	Equipment الاجهزة المطلوبة
Plasting Forming اللدنة	35 – 50	12 – 16	6 – 9	Fair معتدل	Extruder hand molding التشكيل بالرص اليدوي
Semidry pressing الكبس شبه الجاف	20 – 40	6 – 9	8 – 4	Good جيد	Hydraulic press الضاغطات الهيدروليكية
Dry pressing الكبس الجاف	5 – 15	4 – 6	0 – 1	Excellent ممتاز	Hydraulic press vibratos الضاغطات الهيدروليكية المذبذبات
Casting الصب	30 – 50	10 – 20	5 – 8	Fair – good معتدل الى جيد	Plaster molds القولب اللاصقة

جدول (1) الطرائق العامة لعملية التشكيل والمقارنات بينها

اما اذا أُريد انتاج طابوق ذي تفاوت بعدي جيد وخالي من التشوهات والتشققات فيتحقق ذلك باستخدام طريقة الكبس شبه الجاف Semidry Pressing وطريقة الكبس الجاف Dry Pressing، والطابوق المنتج بطريقة الكبس شبه الجاف يمتلك اتقاناً في الأبعاد افضل وله مسامية اقل من الطابوق المنتج بالطريقة اللدنة (A.I., 1942, p. 67) (وتستخدم طريقة الكبس شبه الجاف عندما تكون حبيبات المادة غير لدنة حيث يتعذر استخدام بقية الطرق وذلك لعدم التمكن من الحصول على اجسام متماسكة، كما تستخدم فيها نسب رطوبة منخفضة وذلك للحد من ظهور التشققات اثناء التجفيف والحرق (waya.b.e, 1964, p. 97) كما تمتاز هذه الطريقة بانخفاض نسبة المادة الرابطة اولا وحاجتها الى ضغط تشكيل اعلى من الطريقة اللدنة وطريقة التشكيل بالبلقث ثانياً (Felix, 1971, p. 105) اما طريقة الكبس الجاف تتم في مستوى منخفض من اللدونة، ولتحقيق تشكيل النموذج واعطائه قوة في حالته الرطبة، اصبح من الضروري اضافة كميات من مادة رابطة عضوية مثل اضافة 1% من مادة اللجنين lignin وهي من مخلفات طواحين الورق وهذه الطريقة غير لا تُعتمد بصورة كبيرة في الانتاج اذا كانت المواد الاولية غير متوفرة محلياً، اما طريقة التشكيل بالصب Casting فاستعمالها خاصة مثل صناعة جدران الانابيب الرقيقة والمغاسل فقط (John A.I. and F.H., 1942, p. 337). ثانياً: المواد الاولية للصناعات السيراميكية: تصنف المواد الاولية الى قسمين هما: 1- المواد الاولية اللدنة: تتواجد الاطيان في الطبيعة بهيئة احجار متصلبة او غير متصلبة تحتوي على واحد او اكثر من المعادن المختلفة كالسيليكات المائية للالمنيوم $Al_2O_3 \cdot 2SiO_2 \cdot 2H_2O$ الحديد، المغنيسيوم وغيرها من الصخور والمعادن الاخرى، ويعرف الجيولوجيون الاطيان بأنها مواد تكونت من رسوبيات صخرية (ترسيب ميكانيكي) تكون اقطارها (4 مايكرون) (L., 1984, p. 92)، ويعد الطين المادة الاولية الاساسية في صناعة السيراميك وقد عرفه السيراميكيون على انه كل مادة دقيقة التحب ذات مظهر ترابي، وعندما تختلط بكمية من الماء فإنها تصبح مادة لدنة (Faidi, 1981, p. 3) وعندما يجف الطين يصبح صلباً ويتزجج مع احتفاظه بشكله ويكتسب القوة والمتانة بعد حرقه بدرجات حرارة عالية (Heary, 1969, p. 112)، والطين كتل رخوة او متماسكة ذات الوان تتراوح بين الابيض والقاتم ومنها ما يكون اسود وهي ذات ملمس دهني واضح وللطين المبتل رائحة قوية مميزة ويلتصق باللسان عند تذوقه (Al-Hadithi, 1987, p. 59) والطين في علم المعادن يعني صخور رسوبية حجمها اقل من 2 مايكرون ويعتمد نوع المنتج السيراميكي على نوع الطين الداخلى في تشكيله وعليه فإن الاطيان تصنف مثلاً في اطيان الطابوق Brick Clay، اطيان الادوات البيضاء White ware clay والاطيان الحرارية (L., 1984, p. 92)، وتحتوي الاطيان نسبة متباينة من المعادن التي تعطي الطين خواصه الفريدة وهذه المعادن بصورة عامة بلورية crystalline ولا بلورية amorphous ويمكن ان يتواجد النوعان في طين واحد، اذاً المواد الاولية نعني بها اي مادة طينية تعطي الخاصية البلاستيكية Plasticity او اللدنة عند خلطها بكمية كافية من الماء (Al-Shaibani, 1995, p. 26) 2- المواد الاولية غير اللدنة: تتضمن

هذه المواد معادن وصخور ومركبات كيميائية صناعية، لاتعطي خاصية اللدونة عند خلطها بالماء (Al-Shaibani, 1995, صفحة 26) والمواد غير اللدنة تغير كثيرا من خواص المواد السيراميكية في مراحل ما قبل الحرق وبعضها لا يحتاج الى مضاعفات لدنة، بل يكون وحده كامل الجسم الاساسي السيراميكي وبعضها يستعمل ليقبل من لدونة المواد الاساسية وقابليتها للتشقق، كما انها تحسن كثيراً من الخواص الاخرى، ومن المواد غير اللدنة الفلدسبار Feldspar باقسامه المختلفة، والكوارتز Quartz او الرمل Sand والمواد البركانية الغنية بالرمل وغيرها من الاكاسيد السيراميكية النقية (Al-Shaibani, 1995, صفحة 27) والجدول (2) يوضح المواد الاولية غير اللدنة المستخدمة في الصناعات السيراميكية (Paul .R, 1988, p. 116).

Non plastic raw materials	Example
Silica	1- quartz 2- Tridymite 3- cristobolite
Feldspathic minerals	1- Feldspar (potash, soda, lime) 2- Lithium feldspar (Spodumene, pearlite)
Alkaline earth minerals	1- Carbonates (calcite, magnetite, dolomite) 2- Silicates (Talc, wollastonite)
Miscellaneous minerals	1- Refractory fillers (silicate refractory, kyanite, alumina (bauxite, corundum) 2- Fluxes (boron phosphate, barium salphate)
Bon ash	

جدول (2) المواد الاولية غير اللدنة المستخدمة في صناعة السيراميك

السيليكا Silica : تعد السيليكا او ثاني اوكسيد السيليكون من اكثر المواد انتشارا في القشرة الارضية وتتكون السيليكا في الطبيعة على هيئة كوارتز Quartz والذي تكون بلوراته مخلوطة مع انواع اخرى من المعادن (Marzuq.A.A, 1964, صفحة 2) وهي من المواد المهمة في الصناعات السيراميكية للاسباب التالية:

- 1- تقليل نسبة التقلص لأنها تخفض اللدونة وبالتالي تمنع حدوث التشققات. 2- بما ان حبيبات السيليكا ذات شكل كروي او شبه كروي فهي تساعد على خروج الغازات المتحررة داخل المادة السيراميكية اثناء الحرق وبذلك يمكن تلافي حدوث التشققات الداخلية للجسم السيراميكي. 3- تفاعل المواد المصهورة الموجودة في المواد الاولية مثل القلوبات وبذلك يتكون الجزء الزجاجي الذي يكسب المادة السيراميكية الصلابة والخواص الميكانيكية الجيدة. مسحوق الطين المحروق Grog: هي اطيان مفخورة مقاومة

للانصهار ذات حبيبات مختلفة الاحجام دقيقة ناعمة او خشنة وتحولت الى مادة غير لدنة بفقدانها للماء الكيماوي، ماء التبلور ما بين (500-600 م) مما يؤدي الى تقلصها بسبب تقارب الاجزاء للتركيب البلوري (Faster, 1973, p. 134) وتحرق الاطيان بدرجة حرارة عالية وذلك تبعاً للغرض المقصود وبهذا فإن مسحوق الفخار نتيجة الحرق قد انكمش قبل استخدامه، ومن الضروري جداً حرق مسحوق الفخار ذو الحبيبات الخشنة بدرجة حرارة اعلى من درجة حرارة نضج الاجسام الفخارية المضاف اليها من اجل الحصول على تقلص طولي وحجمي اقل وذلك لثبات حجمه، اما مسحوق الفخار الناعم يمكن حرقه مقاربا لدرجة نضج الاجسام الفخارية (Hammer.F., 1975, p. 150)، ويستعمل مسحوق الفخار لتحسين خواص الاطيان عالية اللدونة وذلك بتخفيض درجة لدونتها وتقليل نسبة الانكماش والتقلص وزيادة المقاومة الميكانيكية وقد تصل نسبة اضافته الى تركيب السيراميك الحجري Stoneware 30%، ويعم مسحوق الفخار على خلق ممرات بنائية في تركيبية الطين مما يؤدي الى سهولة وسرعة جفافه ويساعد على هروب الماء المتحد كيميائيا والمتحرر من جزيئات الطين وسهولة تطاير غازات المواد العضوية المحترقة، واضافة مسحوق الفخار Grog الى تركيبية الطين يحقق اغراضا عديدة منها ما يأتي:-

1- يكون هيكلها بنائيا لمختلف طرق التشكيل. 2- يقلل نسبة التقلص والانكماش. 3- يقلل اثار التجفيف والحرق.

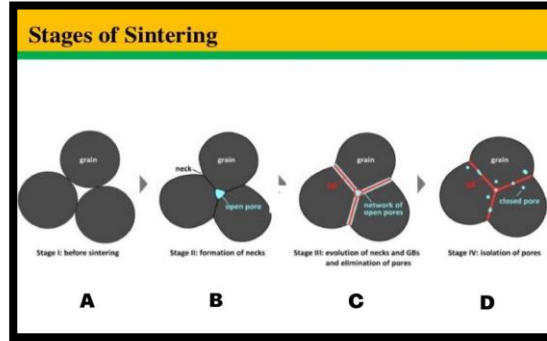
4- تقليل ضغوط التمدد والانكماش. 5- يزيد مقاومة الشكل الفخاري والصدمات الحرارية (Dickerson, 1986، صفحة 42)

كربونات الكالسيوم **Calisium Carbonate**: تكون على هيئة صخور جيرية Lime stone وتعد كربونات الكالسيوم من الصخور الرسوبية اللاعضوية واكثرها انتشارا وحين تكون المياه حاوية على مقادير كافية من كربونات الكالسيوم المذاب وبفعل عوامل التبخر يزداد تركيزها وتصل الى درجة الاشباع فتترسب كربونات الكالسيوم على هيئة معدن الكالسيت Calcite مكونة الصخور المعروفة بحجر الكلس فتوجد بنسبة كبيرة فهي تؤلف النسبة العظمى من الترب الجيرية ويبدأ تحليلها في درجة 850 م ويكتمل في 1050 م (M.H., 1984، صفحة 115)، فعند تعرضه لعمليات الضغط والحرارة فإن بلوراته يعاد تنظيمها ويصبح سطحه املس يتحول الى صخر جديد وهو الرخام (Marble) وهو من الصخور المتحول (Abdel-Majid, 1971، صفحة 76)، ان عملية تحليل الكربونات تكون مصحوبة بفقدان في الوزن مقداره (44%) من وزنها الكلي في التربة نتيجة تحرر غاز ثاني اوكسيد الكربون (CO2) (Baquer.T., 1973، صفحة 98) وينتج من تحليل كربونات الكالسيوم كذلك من تحليل المعادن الطينية ليكون بعض الاطوار البلورية وخاصة مع السيليكا مكونا سيليكات الكالسيوم اما تأثير وجودها فهو خفض لدونة الاطيان وتقليل الانكماش، لكن خشونة حبيبات كربونات الكالسيوم لها تأثير ضار في تشكيل الاجسام الطينية وخاصة على دولاب الخزاف فتسبب خدوشا او حروزا مما تعيق عملية تشكيلها وعدم انتظام حفر الخزاف والتصاميم الفنية (Faster, 1973, p. 138)، اذن التركيب الكيماوي للانواع النقية من الرخام تحتوي على (56%) من اوكسيد الكالسيوم و (44%) من CO2 ثاني اوكسيد الكربون ولكن غالبا ماتوجد بنسب متفاوتة من عناصر المنغنيز، الحديد، المغنسيوم حيث تحل جزئيا محل الكالسيوم ومن خواصه الحرارية انه مقاوم للانصهار اذ تبلغ درجة

حراررة انصهاره (2570 م) (Mahmoud، 1980، صفحة 148). ثالثاً: أنواع التلييد **Types of Sintering**:
التلييد هو شيء ما يتراصف ويتقلص، وسبب حدوثه هو ان الذرات على سطح المادة لها طاقة اعلى من تلك التي في كتلة المادة، فارتباطها بجهة واحدة مع باقي الذرات يجعلها غير متوازنة وبذلك تكون الطاقة السطحية للمسحوق اكبر وبعد الحرق تنخفض المساحة والطاقة السطحية بشكل كبير وهذا الانخفاض هو الطاقة الدافعة للتلييد، وهناك انواع من التلييد في الحالة الصلبة والنوع الثاني التلييد بوجود سائل فعال والنوع الثالث هو التلييد بالضغط والكبس الحار، ويمكن تعريف التلييد على انه (التفاعل بين الدقائق الصلبة المفردة للعنصر والذي يؤدي الى زيادة القوة والكثافة، ويقلل المسامية ويصغر المنتج قليلا عن طريق التسخين الى درجة حرارية اقل من نقطة الانصهار، ولهذه العملية اهمية كبيرة في صنع المواد السيراميكية) (pooper, 1960, p. 115)، فهو ترابط السطوح المتجاورة للدقائق في كتلة مسحوق نتيجة التأثير الحراري بمعنى انه (المعالجة الحرارية للمسحوق لغرض زيادة مقاومة الانضغاط) (Henry, 1979, p. 16)، وكذلك العمليات التي تحدث بين سطوح حبيبات المسحوق نتيجة التسخين التي تسبب التلاصق، وبهذا فإن التلييد هو العملية التي تزيد التماسك بين دقائق المسحوق غير المحروق او المعاد تلييده باستعمال درجة الحرارة العالية ولكن ليس اعلى من درجة انصهار المركب الرئيسي، ومن خلال عملية الحرق يمكن ان يحدث التفاعل بين الدقائق المتجاورة وبدون ظهور سائل، وفي الحقيقة فإن مثل هذه التفاعلات في الحالة الصلبة تكون اول خطوة نحو التكتيف وكمثال على ذلك هو عملية تلييد اوكسيد الالمنيوم النقي والتي تتم بحرقه عند درجة 1800 م وهي أقل من درجة الانصهار بحوالي 200 م وينتج بذلك جسم سيراميكي صلب عالي الكثافة وبدون ظهور يائل اطلاقاً (Roman, 1976, p. 98)، وكنتيجة للتلييد تصبح الدقائق اقل عددا واكبر حجما وتنخفض المسامية وفيها اذا تكون سائل ام لا فإننا نبدأ الحرق بمسحوق مرصوص ذو مسامية عالية وتنتهي بمسامية منخفضة او صفر تقريبا، ولأن عملية التكتيف تعتمد على التكتيف تعتمد على الاتصال بين الدقائق المتجاورة فكلما كانت الدقائق متقاربة اكثر كلما كانت التفاعلات المؤدية للتكتيف اسرع كما انه كلما كانت الدقائق ناعمة فإن مساحتها السطحية ستكون اكبر لكل وحدة وزن وبذلك سيكون احسن عند الحرق. (Rayan.W. 2., 1967, p. 74)

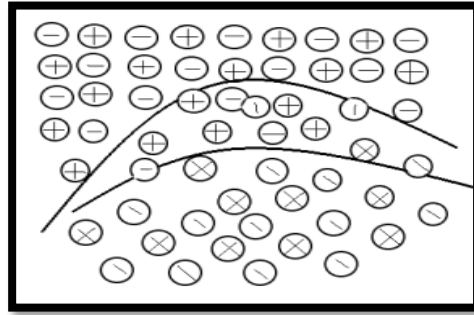
1- التلييد في الحالة الصلبة **Solid state sintering**: تعزى التغيرات التي تحدث خلال عملية الحرق الى التغيير في شكل وحجم الحبيبة الى التغيير في شكل الفراغات (المساحات) ولتغيير في حجم الفراغات حيث تؤدي الى تغيير في مسامية الجسم السيراميكي فيتحول من جسم مسامي الى جسم قوي كثيف، ويتألف الجسم السيراميكي قبل الحرق من مسحوق مكون من حبيبات مفردة تفصلها مسامية بحدود (25 – 60) % حجما اعتمادا على المادة المستعملة وطريقة التشكيل المتبعة، ولغرض زيادة بعض الخواص مثل المقاومة الميكانيكية، الشفافية والموصلية الحرارية، فإنه يفضل اختزال مسامية الجسم كلما امكن ذلك، ان هذه النتائج يستحصل عليها من خلال عملية الحرق بانتقال المادة من جزء الى اخر من التركيب (Kingery.W.D.H.K.Bowen, 1967, p. 121)، ويمكن توضيح التغيرات التي تحدث بالشكل (1) الذي يمثل ميكانيكية التلييد في الحالة الصلبة حيث تمثل مجموعة الكرات المنتظمة الموضحة بالمرحلة A دقائق المادة، عندما تسخن هذه الحبيبات يكون هناك اتحاد مع بعضها في نقاط الاتصال ويبدأ تكون الرقبة وكما في

المرحلة B وعندما يستمر التسخين تصبح المسامات مغلقة وكروية كما في المرحلة C ، وكل هذه التغيرات مصحوبة بتقلص حبيبي، ان المعالجات الأخرى تسبب صغر المسامات واختفاءها نهائيا كما في المرحلة D (Norton, 1974, p. 86).



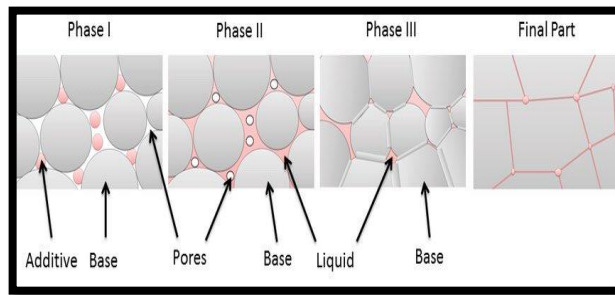
شكل (1) مراحل التلييد

ويكون التلييد مصحوبا بانتقال مادة، ومن خلال ذلك نلاحظ ان تلييد الاجسام احادية الطور يتم بثلاث مراحل، هي:- 1- المرحلة الابتدائية:- وتقاس على اساس التغيرات الهندسية التي تحدث بين الكرات المتلامسة، مع الاخذ بنظر الاعتبار مختلف اشكال انتقال المادة التي تشمل الانتشار السطحي، الانتشار الحدودي، الانتشار الشبكي، التبخير والتكثيف والجريان اللزج للادن، اضافة الى ذلك يؤخذ بنظر الاعتبار مصدر المادة فعندما تكون حدود الحبيبة هي المصدر يحدث التقلص بينما اذا كان سطح الحبيبة هو المصدر يحدث نمو الرقبة، 2- المرحلة الوسطية:- حدد (coble) هذه المرحلة بأنها المرحلة التي لا يتغير فيها شكل الفراغ وانما يتطور التركيب بتقلص الفراغات والنمو الحبيبي، 3- الانتقال للمرحلة الاخيرة:- لاحظ (Livey) ان التطور من طور الفراغات المستمر الى طور الفراغات غير المستمر يحدث تدريجيا خلاله زيادة الكثافة الكلية من (85 – 95) %، 4- المرحلة النهائية:- وهي مرحلة الانتقال من المسامية المستمرة الى المسامية غير المستمرة وتقلص الجسم (Richard, 1968, p. 117) ان المرحلة الابتدائية في التلييد تكون مصحوبة بنمو الرقبة (Neck) بين الدقائق المتجاورة ونمو الرقبة هذا هو خاصية ميكانيكية انتقال المادة، ان القوة الدافعة لعملية التكثيف (Driving Force for densification) هي اختزال الطاقة الحرة السطحية المصحوبة باختزال المساحة السطحية للمسحوق بسبب اختزال السطح البيني للصلب – بخار (Segal, 1989, p. 97) وهذا يحدث اعتياديا في نفس الوقت مع تكوين السطح البيني للصلب – صلب الجديد ذو الطاقة الاقل، وفي المقياس المجهرى يكون انتقال المادة متأثرا بفرق الضغط والتغيرات في الطاقة الحرة عبر السطح المنحني هذه التغيرات سببها الطاقة السطحية (Segal, 1989, p. 98)، ان ايسط تغير في التركيب المجهرى هو النمو الحبيبي في المواد ذات الطور الواحد، وباختصار تكون القوة الدافعة هي اختزال الطاقة حيث تتحرك ذرة او ايون على طول الحدود من الحبيبة ذات السطح المحدب الى الحبيبة ذات السطح المقعر وكما موضح بالشكل (2) حيث يتحرك الحد باتجاه مركز الانحناء ويقلل طاقته الكلية (Richard, 1968, p. 118).



شكل (2) حركة الحدود باتجاه مركز الانحناء

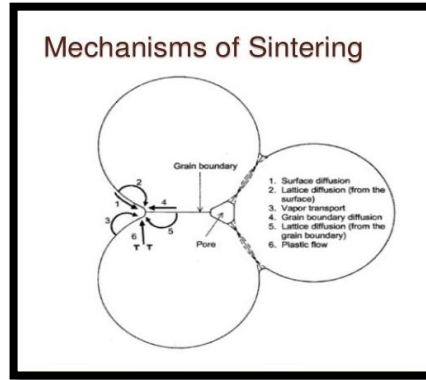
ان فرق الضغط البخاري على السطح البيني المنحني من التبخر من سطح الدقائق والتكثيف على الرقبة بين الدقائق المتجاورة وخصوصا للدقائق ذات الاقطار التي لاتتجاوز بضعة مايكرومترات او اقل (Budnikov.P.P., 1967, p. 65)، ان هذه التغيرات سببها الطاقة السطحية، اما اذا كان قطر الحبيبة صغير وتبعاً لذلك قطر الانحناء فإن هذه التغيرات ربما تكون مقدار اساسي وتصبح اكبر عندما يكون قطر الانحناء اقل من بضعة مايكرومترات، وهذا هو احد الاسباب الكبيرة التي تقاس علمها تكنولوجيا السيراميك حيث تعتمد على استعمال المواد الناعمة الدقائق، وبالرغم من ان عملية التبخير - التكثيف هذه تنتج تغيرات في شكل الفراغ وترتبط الدقائق معا فإن المساحة بين المركز الى المركز بين الدقائق تبقى ثابتة ولذلك لا يحدث التقلص والتكثيف وان التركيب المجهري المثالي موضح في الشكل (3) (Segal., 1989, p. 99).



شكل (3) التركيب المجهري المثالي

وبما ان القوة الدافعة هي نفسها (القوة السطحية) في كل الانظمة، كأن الفروقات في التصرفات في مختلف انواع الانظمة يجب ان تعزى الى ميكانيكيات مختلفة لانتقال المادة مثل التبخير والتكثيف (Evaporation and condensation)، الجريان اللزج (Viscous flow)، الانتشار السطحي (Surface diffusion)، الانتشار عبر حدود الحبيبة (Grain boundary diffusion) والتشوه اللدن (Plastic deformation) (Kingery.W.D.H.K.Bowen, 1967, p. 125)، ان ما يحدث من عمليات في الحالة الصلبة (Solid state processes) هو ان الفرق في الطاقة الحرة او الجهد الكيميائي بين مساحة الرقبة وسطح الحبيبة يعطي قوة دافعة تسبب انتقال المادة باسرع وسيلة ممكنة، ويمكن ان تتحرك المادة من سطح الحبيبة او كتلة الحبيبة

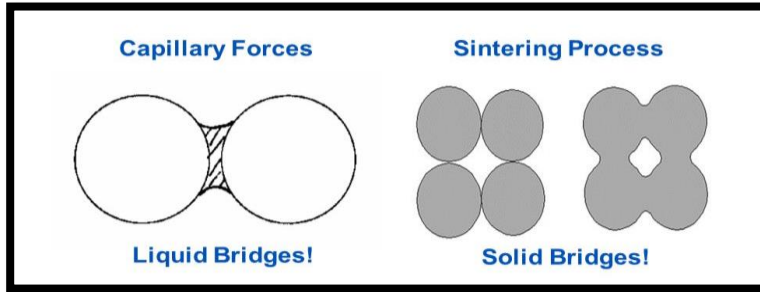
(Grain bulk) او من حدود الحبيبات بين الدقائق بالانتشار على السطح او الانتشار على حدود الحبيبة، ان عملية واحدة او اكثر من هذه العمليات تساهم في عملية التلييد في نظام معين معتمدة على معدلاتها النسبية، لان كل واحدة منها هو طريقة لتقليل الطاقة الحرة للنظام، وهناك فرق مهم بين مسارات انتقال هذه المادة، فمثلا انتقال المادة من السطح الى الرقبة بالانتشار السطحي (Surface diffusion) او الانتشار الشبكي (Lattice diffusion) لايسمح لأي نقصان في المسافة بين المراكز للحبيبات، لذا فإن هذه العمليات لاتسبب تقلصا للمسحوق ونقصان المسامية، بينما انتقال المادة من كتلة الحبيبة او من حدود الحبيبات بين الدقائق فقط بسبب التقلص ويخفض المسامية (Kingery.W.D.H.K.Bowen, 1967, p. 126)، ويتم انتقال المادة خلال التبخير والتكثيف بسبب اختلاف انحناء السطح الذي يسبب تغير في الضغط البخاري في اجزاء مختلفة من النظام، ويكون انتقال المادة بهذه الطريقة مهما في بعض الانظمة فقط، وعلى اية حال فهي اسهل عملية تلييد يمكن التعامل معها والشكل (4) يبين المسحوق في بداية تلبده وتركيزه في التقاطع بين حبيبتين متجاورتين.



شكل (4) مسارات انتقال المادة خلال المراحل الابتدائية للتلييد

2- التلييد بوجود سائل فعال **Sintering with a reactive liquid**: وهو عملية اخرى مختلفة تؤدي الى زيادة الكثافة وتظهر حالتين اساسيتين الاولى هي التلييد بوجود كميات قليلة من الطور السائل والذي لايرطب او يرطب قليلا الحبيبات الصلبة ولايذيبها، اما الثانية فهي التلييد بوجود سائل يرطب الحبيبات بسهولة ويذيبها ايضا ففي الحالة الاولى يكون الطور السائل هو الطور غير المستمر وعلى هيئة قطرات معزولة في شبكة الصلب المستمر، وتحدث تغيرات مهمة بسبب وجود كميات كبيرة من الطور السائل بحد ادنى يرطب الحبيبات خاصة عندما تكون قادرة على اذابة كميات كبيرة من الطور الصلب، وهذه الحالة هي الأعم في السيراميك، ان التلييد بوجود طور سائل يشابه التلييد في الحالة الصلبة ويقسم الى مرحلتين متداخلتين هما مرحلة اعادة ترتيب الذرات ومرحلة اختزال المسامات (Roman, 1976, p. 56)، ان كلا من القوة الدافعة وميكانيكية مرحلة اعادة الترتيب في التلييد بوجود طور سائل تشابه المرحلتين المتماثلتين في التلييد في الحالة الصلبة ماعدا انه في مساحة الرقبة عند حدود الحبيبات تحدث طبقة رقيقة من الطور السائل بدلا من الطبقة الصلبة والجزء المهم من عملية التلييد هذه هو اعادة ترسيب الصلب لتعطي زيادة

في حجم الحبيبة وزيادة الكثافة، هذا النوع من العمليات يحدث في انظمة السرمتمس (Cermet's) • (Felix, 1971, p. 84) مثل الكاربيدات المترابطة وكذلك في انظمة الاكاسيسيد عندما يكون الطور السائل هو مانع فعال، مثل اوكسيد المغنيسيوم مع وجود كمية قليلة من طور سائل اوكسيد اليورانيوم (UO₂) مع سيليكات كمواد رابطة ولزيادة الكثافة فإنه من الضروري ان تمتلك :-1- كمية معقولة من طور سائل 2- اذابة معقولة للصلب في السائل 3- ترطيب الصلب بالسائل ، ونلاحظ حدوث ظاهرتين معا هما:- 1- نمو مساحة الاتصال بين الدقائق المتلامسة والتي تدعى بالرقبة وفي نفس الوقت تصبح المسامات مستدير، 2- يصبح المسحوق المفكك اكثر كثافة أي ان حجم الفراغات يقل ومعدل المسافة بين مراكز الدقائق يزداد، ويعتبر كاربيد التنكستن مع الكوبالت مثالا على انظمة المعادن المثالية بينما يعتبر البورسلين مثالا على السيراميك لهذا النوع من التلييد (Kingery.W.D.H.K.Bowen, 1967, p. 126)، ان اهم القوى الدافعة للتلييد هي قوى الشد السطحي التي تزيد مساحة الرقبة وزيادة كروية الفراغات وتقلصها وزيادة الكثافة وهي ليست الوحيدة التي تسبب التغيرات في الشكل الهندسي للفراغات فالدراسات الحديثة اظهرت ان قوى الجاذبية العمودي اكبر من التقلص في الاتجاه الافقي (Lenal, 1964, p.68) ان القوة الدافعة للتكثيف مشتقة من الضغط الشعري للطور السائل الواقع بين الدقائق الصلبة الناعمة، كما في الشكل (5)، عندما يربط الطور السائل الدقائق الصلبة فإن كل فراغ بين الدقائق يصبح شعريا (Capillary) ويعطي ضغط شعري اساسي وهذا الضغط يسبب التكثيف (Kingery.W.D.H.K.Bowen, 1967, p. 127).



شكل (5) قطرة سائل بين كرتين صلبتين تسلط ضغطا لجذبهما

3- التلييد بالضغط والكبس الحار Pressure sintering and hot pressing: الكبس الحار يشابه التلييد فيما عدا انه يستعمل ضغط للنموذج عند تسخينه في الفرن وهذا مايسبب تكثيف سريع وكثافات اعلى، وتستخدم هذه التقنية خاصة لانتاج نماذج حبيبية ناعمة ويتطلب حرارة وزمن لاتمام عملية التكثيف ولكن مقدارها الاساسي يكون اقل من تلك المستعملة في التلييد (pooper, 1960, p. 116)، ان فائدة الكبس الحار كتقنية تصنيع هو انه يعجل ميكانيكية التكثيف اما مضارها فهي انها لاطريقة مكلفة ومحدودة الاستخدام لتشكيل اجسام ذات اشكال بسيطة (Al-Ramadan, 1987، صفحة 110)، ان عمليات التلييد السابقة تعتمد على الضغط الشعري الناتج عن الطاقة السطحية والذي يسبب القوة الدافعة للتكثيف

• السرمتمس: هي مواد تحتوي على سيراميك وعناصر فلزية.

وهناك طريقة اخرى هي تسليط ضغط خارجي وهذه الطريقة مرغوبة لانها لا تحتاج الى دقائق ناعمة جدا، كذلك تزيل المسامات الكبيرة التي يسببها الخلط غير المتجانس، ولها فائدة اخرى وهي انه في بعض الحالات يمكن الحصول على التكثيف بدرجات حرارة لا يحدث فيها نمو حبيبي شامل او اعادة بلورة ثانية ولان الخواص الميكانيكية للكثير من الانظمة السيراميكية يمكن زيادتها بالكثافة العالية والحجم الحبيبي الصغير فإنه يمكن الحصول على الخواص المثلى باستعمال تقنية الضغط الحار (Kingery.W.D.H.K.Bowen, 1967, p. 128)، وفي بعض الحالات يكون من الضروري تشكيل اجسام غير مسامية لأكاسيد عالية النقاوة حيث لاتستخدم العوامل المساعدة على التلييد، وباستعمال درجة حرارة معتدلة وضغط عالي يحصل نمو حبيبي سريع ويجري الضغط عادة في قوالب من الكرافيت وتحت ضغط عالي وحرارة (1100 – 1400) م (Norton., 1974, p. 89)، ان التلييد بالضغط للاكاسيد بدرجات حرارة عالية ومعتدلة يسمح بتصنيع نماذج ذات كثافة عالية وحبيبات ناعمة مع خواص ميكانيكية مثلى ومسامية منخفضة كافية للحصول على نماذج شفافة، ان المضار الرئيسية للضغط الحار هي عدم توفر قوالب رخيصة معمرة في درجات الحرارة العالية وصعوبة اجراء العملية اوتوماتيكيا لانجاز الانتاج بسرعة عالية وهذه العملية مكلفة جد (Lenal.F.V., 1964, p. 90).

المبحث الثالث / اجراءات البحث

تهيئة المواد الاولية / تم تهيئة المواد المستخدمة في هذا البحث والمتمثلة بالكاؤولين $Al_2O_3.2SiO_2.2H_2O$ وكربونات الصوديوم Na_2CO_3 وكمية من الكروك مع السليكا SiO_2 والمادة الاخيرة هي فلديسبار بوتاس $K_2O.Al_2O_3.6SiO_2$ وتم الحصول على اغلب المواد بالتعاون مع كلية الفنون الجميلة من قسم الفنون التشكيلية فرع الخزف، وبالنسبة للمواد (كربونات الصوديوم، السليكا، الكاؤولين، فلديسبار بوتاس) فهي مهيئة للاستخدام ومطحونة، اما الكروك فكان غير مطحون لذا كان من الضروري جيدا حتى وصل الى حجم حبيبي ناعم مثل بقية المواد.

فحص المواد الاولية/ هناك فحوصات يجب اجراؤها حسب الامكانيات بالمتوفرة للتعرف اكثر على خواص المواد الاولية المستخدمة، اهمًا:- 1- التحليل الكيميائي: وهو فحص المواد كيميائيا للتعرف اكثر على المواد والاكاسيد الداخلة في الاطيان لمعرفة خواص كل مادة وكم يجب ان تكون نسبتها في الخلطة. 2- التركيب المعدني: ان احد اساليب التعرف على خواص المواد الاولية المستخدمة في اي بحث هو معرفة المكونات المعدنية الموجودة بها، ويتم ذلك عن طريق الفحص بالاشعة السينية الحيودية (XRD) لمعرفة التركيب المعدني لأي مادة. 3- فحص المجهر الحراري: يستعمل المجهر الحراري لمراقبة ما يحصل للمادة اثناء الحرق في درجات الحرارة العالية وذلك بمراقبة التغيرات التي تحدث لها من عدد وتقلص او تشوه فهذا الجهاز يعطي درجة الحرارة التي تبدأ بها عملية التلييد والتي يبدأ بها الجسم في الانصهار وبالتالي يمكن معرفة درجات حرارة الحرق النهائية.

تحضير الخلطات:- بعد تهيئة المواد الاولية والتعرف على خواصها ونسب العناصر الموجودة بها، تم اعداد الخلطات، وقد وضعت الباحثة فرضيات اربعة على شكل اسئلة لتحقيق هدف البحث. فرضية رقم (1) ماذا ينتج للمواد المخلوطة والمتكونة من السيليكا والكروك وكاربونات الصوديوم والكاؤولين تحت درجة حرارة 900 م و ضغط 250 كغم / سم². فرضية رقم (2) ماذا ينتج للمواد المخلطة والمتكونة من السيليكا والكروك وكاربونات الصوديوم والكاؤولين تحت حرارة 1050 م و ضغط 250 كغم / سم². فرضية رقم (3) ماذا ينتج للمواد المخلوطة والمتكونة من السيليكا والكروك والفلدسبار والكاؤولين تحت درجة حرارة 900 م و ضغط 250 كغم / سم². فرضية رقم (4) ماذا ينتج للمواد المخلوطة والمتكونة من السيليكا والكروك والفلدسبار والكاؤولين تحت درجة حرارة 1050 م و ضغط 250 كغم / سم²، وقد تم تحضير وزن 500 غرام من كل خلطة والجدول رقم (3) يوضح الخلطات والنسب المئوية للمواد.

المواد الاولية					رقم الخلطة
Kaolin	Na ₂ CO ₃	Groge	Silica	Feldespare	
80	5	5	10	-	1
75	10	5	10	-	2
80	-	5	5	10	3
75	-	5	5	15	4

جدول (3) النسب المئوية للخلطات

اعداد النماذج المختبرية: بعد وزن المواد واعداد الخلطات يتم اعداد النماذج المختبرية بالطريقة الاتية:-
 1- خلط المواد: تم خلط المواد وهي جافة لمدة (10) دقائق حتى تجانست ثم اضافة الماء بكميات مناسبة، بعد ذلك تمت عملية الخلط والدعك باليد داخل إناء بلاستيكي لتفتيت الحبيبات الكبيرة لمدة لا تقل عن ربع ساعة حتى تجانست المواد مع بعضها ومع الماء وتم وضع الخلطة لعملية الغريلة باستخدام غربال (40 (mush)، بعد ذلك وضعت الخلطة التي اخضعت للغريلة في كيس بلاستيك الذي تم غلقه غلق تام وتترك لمدة (24) ساعة كي تتجانس نسبة الرطوبة في كل جزئيات الخلطة. 2- تشكيل النماذج المختبرية: بعد تجانس الخلطات تم تشكيلها بطريقة الكبس شبه الجاف حيث تشكل نماذج مختبرية من كل خلطة بابعاد (Cm4x8) لكل العينات. 3- عملية التجفيف: يتم ترك النماذج في درجة حرارة الغرفة لمدة (48) ساعة حتى تجف العينات من الماء وتتماسك ليسهل نقلها، بعد ذلك يتم نقل العينات وتوضع في مجفف (Oven) لمدة (24) ساعة بدرجة حرارة (120) وذلك للتخلص تماما من ماء الرطوبة الموجود في النماذج. 4- عملية الحرق: بعد عملية التجفيف اصبحت العينات جاهزة تماما لعملية الحرق والتي تكون درجة حرارة الحرق (900 – 1050) درجة مئوية وفق برنامج الحرق الموضوع في خطة البحث.

تحديد الخواص العامة للنماذج: تم اجراء بعض التجارب حسب الامكانيات المتاحة لتحديد خواص النماذج بعد عملية الحرق:1- حساب التقلص الطولي: تم احتساب التقلص الطولي للنماذج المحروقة

باستخدام القانون الاتي:- النسبة المئوية للتقلص الطولي = $100 \times \frac{1_{ل-ل}}{ل}$ ل = الطول قبل الحرق

ل1 = الطول بعد الحرق

2- امتصاص الماء: يتم وزن النماذج وهي جافة تماما ثم يتم وضعها في الماء لمدة (24) ساعة ثم يتم تسخين الماء والنماذج مغمورة به لمدة ساعتين حتى يتم التخلص من الهواء واحلال الماء مكانه، بعد ذلك يتم اخراج النماذج من الماء ومسح سطوحها بقطعة قماش رطبة للتخلص من الماء الزائد، يتم وزن النماذج وهي مشبعة بالماء وبعد ذلك يتم احتساب النسبة المئوية لامتصاص الماء باستخدام القانون الاتي:- النسبة

المئوية لامتصاص الماء = $100 \times \frac{1_{و-و}}{1_{و}}$ و = وزن النموذج وهو مشبع بالماء (رطب) و1 = وزن

النموذج وهو جاف

3- المساحة الظاهرية: يتم حسابها بنفس الاوزان التي يتم الحصول عليها من امتصاص الماء بالاضافة الى وزن النماذج وهي مغمورة في الماء (معلقة) وبعد ذلك يتم احتساب المسامية من القانون الاتي: النسبة

المئوية للمسامية = $100 \times \frac{1_{و-و}}{2_{و-و}}$ و = وزن النموذج المشبع بالماء (رطب) و1 = وزن النموذج وهو جاف

و2 = وزن النموذج مغمور بالماء

العينة	التقلص الطولي	المسامية الظاهرية %	امتصاص الماء %	المظهر واللون	
				التشقق	الاعوجاج
A1	2.5	20.6	17.2	لا يوجد	بني محمر
B1	3.7	12.1	18.8	لا يوجد	يوجد بسيط
C1	1.3	20.6	18.3	لا يوجد	يوجد
D1	2.5	21.2	19.3	لا يوجد	لا يوجد
E1	2.5	19.5	18.9	لا يوجد	لا يوجد
F1	3.7	20.13	19.2	يوجد بسيط	لا يوجد

جدول (4) النتائج المختبرية للعينات المحروقة بدرجة حرارة 900 درجة مئوية

العينة	التقلص الطولي	المسامية الظاهرية %	امتصاص الماء %	المظهر واللون	
				التشقق	الاعوجاج
A2	3.7	20.32	15.1	لا يوجد	لا يوجد
B2	2.5	20.5	16.4	لا يوجد	لا يوجد
C2	2.5	21.7	16.9	لا يوجد	لا يوجد
D2	3.7	18.42	17.88	لا يوجد	لا يوجد
E2	3.7	20.12	18.2	لا يوجد	لا يوجد
F2	2.5	19.61	18.7	لا يوجد	لا يوجد

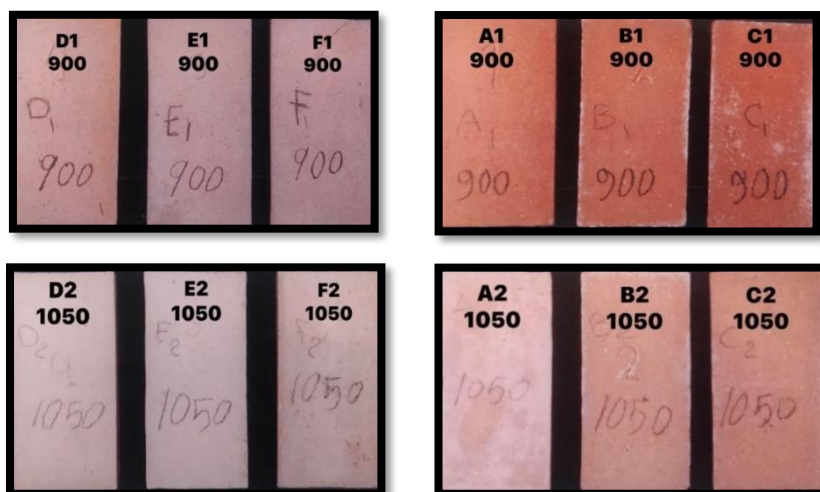
جدول (5) النتائج المختبرية للعينات المحروقة بدرجة حرارة 1050 درجة مئوية

المبحث الرابع / النتائج والمناقشة والتوصيات والمقترحات

من خلال نتائج الفحوصات المختبرية التي اجريت للعينات والموضحة من خلال الجداول (4,5) يمكننا ملاحظة الاتي:- 1- التقلص الطولي: نلاحظ ان هناك تباين بسيط في النسبة المئوية للتقلص الطولي للعينات فنلاحظ ان نسبة التقلص متساوية بين لعينة (A1)،(D1)،(E1) في درجة حرارة (900) مئوية على الرغم من اختلاف كميات مكونات كل عينة، ففي العينة (A1) نلاحظ زيادة نسبة الكاؤولين والسيليكا وخفض نسبة كاربونات الصوديوم والكروك ووجودهما بكميات متساوية في نفس العينة اما العينات (D1)،(E1) فانهما تفتقدان الى كاربونات الصوديوم ولكن يوجد الفلدسبار في هاتين العينتين ومن خلال ذلك نرى ان التقلص يزداد بقله نسبة السيليكا وزيادة الفلدسبار ونلاحظ هذا الامر في العينات (B2)،(C2)،(F2) والتي حرقت بدرجة حرارة (1050) مئوية، ونلاحظ ايضا ان نسبة التقلص في زيادة في العينات (B1)،(F1) المحروقة بدرجة حرارة (900) مئوية كما في العينات (A2)،(D2)،(E2) المحروقة بدرجة حرارة (1050) مئوية والتي تختلف مكونات كل عينة عن الاخرى فنلاحظ في كل العينات ان نسبة الكاؤولين متساوية تقريبا لكن الاختلاف زيادة نسبة السيليكا على الكروك وكاربونات الصوديوم اما العينة (A2) فتكون من نفس الكمية من المواد لكن حرقت بدرجة حرارة مختلفة وهذا ينطبق على جميع العينات، كما في العينة (B1,B2) التي تزداد فيها نسبة كاربونات الصوديوم والسيليكا اما العينة (C1,C2) فنلاحظ زيادة نسبة كاربونات الصوديوم والكروك اما العينة (D1,D2) فنلاحظ الاستغناء عن كاربونات الصوديوم والتعويض عنها بمادة الفلدسبار والذي اضيف بكمية اكثر كما في العينة (E1,E2) اما العينة (F1,F2) فقد تساوت نسبة الفلدسبار والسيليكا والكروك، كما نلاحظ ان نسبة التقلص تزداد بزيادة درجات الحرارة نستنتج من ذلك ان العينات التي ترتفع فيها نسبة الفلدسبار يزداد فيها التقلص اضافة الى درجات الحرارة التي يزداد فيها نسبة التقلص كلما ارتفعت درجات الحرارة، اذن افضل نسبة للتقلص في العينات هي الموجودة في العينة (C1) في درجة حرارة (900) لاحتوائها على نسبة من السيليكا وكاربونات الصوديوم حيث بلغت (103). 2-

المسامية الظاهرية: من خلال النتائج نلاحظ ان العينة (D2) اقل مسامية من نماذج العينات الاخرى لزيادة نسبة الفلدسبار فبالتالي سيكون الفلدسبار هو المؤثر في عملية نقص المسامات، ومن خلال التجارب المختبرية نلاحظ ان اقل نسبة للمسامية الظاهرية توجد في العينات (D1)،(E1)،(F1) بدرجة حرارة (1050) مئوية، واعلى نسبة للمسامية توجد في العينات (A1,A2)،(B1,B2)،(C1,C2) وهذا يعتمد على تكوين العينات حيث تزداد فيها نسبة السيليكا فتزداد المسامية كلما زادت كمية السيليكا كما في العينات (B1,B2) وبالتالي ان المسامية اكثر في العينة التي تحتوي في تركيبها على نسبة من السيليكا، نستنتج ان التغير في المسامية يعتمد على التغير في نسبة السيليكا والفلدسبار كعاملين مهمين في زيادة او قلة المسامات وبالتالي نلاحظ ان الفرق كبير في نسبة المسامية اذا ما كان الفلدسبار هو المتغير وبالتالي يكون العامل الاساسي في انخفاض نسبة المسامات وعملية التلييد. 3- امتصاص الماء: لاختلاف العوامل التي تؤثر في امتصاص الماء عن العوامل التي تؤثر في المسامية حيث انها واحدة تقريبا فزيادة نسبة المسامات تزيد في امتصاص الجسم للماء. 4- المظهر واللون: بملاحظة المظهر الخارجي لجميع العينات نلاحظ ان العينات (A1,B1,C1) اكتسبت لون كبريتي يميل الى اللون الاحمر لحرقتها بدرجة حرارة (900) مئوية اما العينات (A2,B2,C2) فقد اكتسبت لون افتح مكان لونها كبريتي داكن لارتفاع درجة الحرارة الى (1050) مئوية اضافة الى وجود كمية من كاربونات الصوديوم كمادة صاهرة، اما في العينة (D1) في درجة حرارة (900) مئوية اكتسبت لون كبريتي داكن قليلا اما العينة (D2) في درجة حرارة (900) فقد اكتسبت نفس اللون الكبريتي الفاتح مائل للوردي كما في العينة (E2) في درجة حرارة (1050) مئوية فقد اكتسبت نفس اللون، اما العينة (F1) في درجة حرارة (900) فكان لونها كبريتي محمر نفس نتيجة العينة (F2) في درجة حرارة (1050) مئوية وهذا الاختلاف في الالوان يعود الى اختلاف درجات انصهار المواد المكونة للعينات واختلاف درجات الحرارة الذي يعطي نتائج مختلفة، اما عملية التشقق فترجع الى عدة اسباب وهي معدل الحرق ومعدل التبريد اللذين لا بد ان يسمحان بخروج جميع الغازات الناتجة وان يسمحان ايضا للتحويل الحجمي في النموذج، وبمراجعة النتائج نلاحظ ان جميع العينات كانت خالية من التشققات ماعدا العينتين (F1) في درجة حرارة (1050) مئوية اللتان احتوتا على تشقق بشكل بسيط جدا وهذا يرجع الى ان زيادة الفلدسبار ونقص السيليكا يزيدان من احتمال تشقق لجسم لان التغير في الحجم والطول ينتج عنه بعض التشققات كما نلاحظ اعوجاج في ابعاد النماذج خاصة في العينات (B1)،(C1) في درجة حرارة (900) والعينات (B3)،(C2) في درجة حرارة (1050) مئوية وهذا الاعوجاج يعود الى عدم وجود الفلدسبار الذي يقلل من الاعوجاج والتشوه.

التوصيات: 1- عمل فحوصات قبل الحرق على العينات بواسطة المجهر الحراري. 2- اضافة مواد اخرى لتحسين خواص النماذج. 3- الحرق بمعدل زمن بطيء جدا حتى لا يحدث تشوهات في النموذج. المقترحات: 1- دراسة تأثير جو الحرق على عملية التلييد. 2- دراسة انواع التلييد الاخرى بوجود طور سائل. 3- دراسة تأثير التلييد على الخواص الكيميائية والحرارية للمواد السيراميكية. 4- دراسة انتقال الكتلة في عملية التلييد. 5- توفير مصادر التي تختص بدراسة عملية التلييد.



صور العينات

References:

1. A.I, J. f. (1942). *fundamental study of clay casting as Base Exchange phenomenon*. cream: j.am.
2. Abdul Rahman L. (1984) .*a progress study on Kaolin clays*. baghdad: General Organization for Minerals, Technical Department.
3. Al-Basli .A.M. and d. Muzaffar Muhammad Mahmoud .(1980) .*Minerals and Rocks* . iraq: Kutub Foundation for Printing and Publishing, University of Mosul.
4. Al-Hadithi .A. and Khairia Al-Ramadan .(1987) .*Making clay bricks from saline soils* . Women Research Journal, Volume 6, Issue 1.
5. Al-Kass. R.M..hadi M.H .(1984) .*effect of fine calcite grains resent in the sol on the properties of clay brick* .j. building research, vol, (3), no. (2), nov. .
6. Al-Zakhmi .M and Dr. Moftah Al-Shaibani .(1995) .*Ceramic Technology* .Tripoli: Tripoli Public Scientific Library.
7. bales. (n.d.).
8. Baqer.T .(1973) .*Introduction to the History of Ancient Civilizations* .Part 1, Dar Al-Bayan.

9. Budnikov.P.P. (1967). *the technology of ceramic and refractories*. Cambridge: M.I.T press.
10. charles, c. (1974). *pottery workshop*. new york.
11. e., B. c. (1940). *handmade repressed fire brick*. ceramic sos.
12. Faster, H. (1973). *Glazes for craft pottery*. london.
13. Felix, s. (1971). *industrial ceramic*. german: printed by photo lithography.
14. H.a.Taie Hamid .(1977) .*manufacture of fire clay bricks (chamotte (form local materials* .baghdad: research center.
15. Hammer.F. (1975). *The potters dictionary of materials and techniques pitman*. london.
16. Heary, C. F. (1969). *clay technology*. London great britin : 2nd edition, Academic press.
17. Henry, h. (1979). *discussion on the definition of the term sintering*. amsterdam: Elsevier scientific publishing comp.
18. j. Dickerson .(1986) .*Ceramics Industry* .baghdad: Ministry of Culture and Information, House of General Cultural Affairs.
19. John A.I. and F.H., n. (1942). *Fundamental study of clay casting as base exchange phenomenon*. nekton: J.am.Ceramic soc., Vol (25), no (50).
20. Kingery.W.D.H.K.Bowen. (1967). *Uhland introduction to ceramics*. new york: john Wiley and sons, inc.
21. Lenal.F.V. (1964). *sintering of metal powders*. new york: fundamental phenomenon the material science, Vol. (1), plenum press.
22. Liu .o . Saadi Faidi .(1981) .*Mesopotamia* .baghdad: Dar Al-Rashid.
23. Marzuq.A.A .(1964) .*Pottery and its Decoration* .baghdad, iraq: Sumer Magazine, Part1.
24. Norton, F. (1974). *Elements of ceramics*. United states of America: 2nd edition Addison Wesley publishing company, Inc.
25. Norton., F. (1974). *elements of ceramic*. United states of America: 2nd edition, Addison wesely publishing company.
26. Paul .R, f. (1988). *ceramic an introduction to the technology of pottery*. oxford: 2nd edition, Pergamum press.

27. pooper, p. (1960). *Special ceramic proceedings of symposium*. london: Heywood and company.
28. Rayan.W. (1967).
29. Rayan.W., 2. (1967). *properties of ceramic rom materials*. new york: john wily and sons, inc.
30. Reid.h. (1968) .*the meaning of art*. egypt: house of general cultural affairs.
31. Richard, f. (1968). *ceramic micro structures*. new york: 3rd edition, breekely international material conference.
32. Roman, P. (1976). *ceramic materials an introduction to their properties*. Elsevier scientific publishing comp.
33. Segal., D. (1989). *chemical synthesis of advanced ceramic materials* . great Britain: Cambridge university press.
34. waya.b.e. (1964). *Dry pressing, bright*. cream: sos no 31.
35. Y.F. Abdel-Majid .(1971) .*Geography of the Surface* .beirut: Al-Nahda Al-Arabiya for Printing and Publishing.
36. Addison wesely publishing company, Inc.The effect of forming methods on sintering ceramic materials

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/215-234>

Effect of formation Methods on Sintering Process of Ceramic Materials

hadeel salman saeed¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 13/10/2020.....Date of acceptance: 25/11/2020.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

The current research is concerned with methods of formation and their effect on the sintering process of ceramic materials. The research is divided into a number of chapters. The first chapter addressed the research structure (the research problem, importance, objective, limits, and it also defined the terms used in the research). The second chapter addressed the theoretical framework, where the theoretical framework has been divided into three sections. The first section dealt with methods of formation of ceramic materials including: Plasticizing method 2- semi-dry pressing method 3- dry pressing method 4- extrusion method 5- casting method.

The researcher found that there is a clear difference between the methods through her formation of tables and as it is clear in the research body. As for the second section, it addressed studying the raw ceramic materials that the researcher has classified into: 1- plastic raw materials 2- non-plastic raw materials. In the third section, the researcher addressed types and divisions of sintering: First: sintering in the solid state and its stages. Second: sintering with the presence of an effective liquid. Third: sintering by pressing and hot compression.

The third chapter consists of the research procedures that addressed 1- preparing the raw material. 2- Examination of the raw material through a- chemical analysis b- metal composition c- thermal microscope examination. 3- Preparing the mixtures where four hypotheses have been put and in every hypothesis, the researcher dealt with what results from mixing the materials (Silica, crock, sodium carbonate, and kaolin under various temperatures and pressure). 4- preparing the laboratory models in which the researcher tackled 1- mixing the materials 2- forming the laboratory models 3- drying process 4-burning process 5- determining the general features for the models. The researcher has conducted some experiments to determine the features of the models after the burning process according to the following: Calculating the longitudinal contraction b- water suction c-virtual space. The fourth chapter addressed and discussed the research results. The researcher reached at the results through conducting the laboratory examinations for the samples within tables (4, 5) affixed in the research. The recommendations and suggestions put forth by the researcher to complete the scientific approach for the research are as follows: 1- not to start the research before finding the oven. 2- Conducting examinations using a thermal microscope before burning 3- burning at a slow timing rate to prevent the occurrence of distortions.

Key words:1- forming 2- sintering 3- kaolin

¹ Middle Technical University / Institute of Applied Art, hadeelsssss@yahoo.com .

أثر تدريس الكفايات في تعزيز الثقة بالنفس لدى طلبة

قسم التربية الفنية أثناء التطبيق

كنعان غضبان حبيب¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029

تاريخ استلام البحث 2021/1/12 , تاريخ قبول النشر 2021/2/14 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث :

أظهرت نتائج الدراسات العلمية السابقة على ان المعرفة شيء والتطبيق شيء آخر, لذا فان برامج إعداد المدرسين ركزت في الوقت الحاضر على معايير خاصة بالمعرفة وبالإداء , اي بمعنى ان صاحب المعرفة ليس من الضروري ان يطبقها في حياته أو في مجال عمله , ما أدى إلى وجود فجوة بين المعرفة والتطبيق. وتأسيساً على ذلك فان المهتمين عن (إعداد المدرسين) أعادوا النظر في تقويم عملهم , فظهر مفهوم (الكفاية) في نهاية الستينيات من القرن الماضي لمعالجة السلبيات في إعداد المدرسين. وفيما يلي عدد من مميزات الكفايات في برامج اعداد المدرسين:
(فاعلية المدرسين وقدرتهم على إداء العمل , تعد ممارسة التدريس معياراً للنجاح , الزيادة في خبرات المتدربين) تهدف الدراسة الحالية تعرف اثر تدريس الكفايات اللازمة في تعزيز الثقة بالنفس لطلبة قسم التربية الفنية أثناء التطبيق , ولتحقيق هدف البحث اشترك الباحث الفرضية الصفرية الآتية:
(لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية معنوية عند مستوى دلالة (0,05) في درجات مقياس الثقة بالنفس بين المجموعة التجريبية التي درست الكفايات , والمجموعة الضابطة التي اعتمدت على محاضرات نظرية في مادة المشاهدة والتطبيق وطرائق التدريس) .
تم تكافؤ المجموعتين , واعد الباحث استمارة بالكفايات التدريسية ومقياس الثقة بالنفس اخضعت للصدق والثبات باستخدام الوسائل الإحصائية المناسبة. أظهرت النتائج تفوق المجموعة التجريبية على المجموعة الضابطة بمقياس الثقة بالنفس ,
وقدم الباحث عدد من التوصيات والمقترحات .
مشكلة البحث:

من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث لا سيما أثناء تدريسيه لموضوع الكفايات , وإبراز أهميتها في تعليم وتعلم الطلبة / المدرسين (المطبقين) وجد في هذه الأدبيات إشارة إلى وجود اثر إيجابي في تعزيز

¹ كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد, kanaan.ghadban@cofarts.uobaghdad.edu.iq

ثقة الطلبة / المدرسين بأنفسهم اذا ما تم تطبيقها داخل القاعة الدراسية خلال ممارستهم للتطبيق الفردي. من هنا جاء تساؤل الباحث هل يمكن أثبات ذلك؟ وهل يوجد اثر للكفايات التدريسية في تعزيز الثقة بالنفس؟ هذا ما سيحاول الباحث الإجابة عليه في هذه الدراسة .

أهمية البحث:

ان التطورات السياسية والاجتماعية الكبيرة التي شهدها القرن العشرين أثرت بشكل مباشر في الفكر التربوي والتعليمي ، اذ بدأت كثير من الدول بالاهتمام في مجال البحث العلمي والتربوي، وبدأت تظهر أفكار واستراتيجيات تعليمية تهدف إلى تربية الأجيال تربية هادفة تخدم المجتمع وتطوره. وقد شهدت هذه التطورات حركة إعداد المعلمين المدرسين اذا أصبحت مهمة المدرس أكثر تعقيدا، فمهمته الآن معرفية وبحثية وقيمية، مما يستدعي هذا العمل بجد لإعداده بشكل فاعل ومؤثر (الزند ، 2004، ص192).

تركز برامج إعداد المعلمين والمدرسين في الوقت الحاضر على معايير خاصة بالمعرفة وبالأداء ، وقد أظهرته نتائج الدراسات السابقة على ان المعرفة شيء والتطبيق شيء اخر، أي بمعنى ان صاحب المعرفة ليس من الضروري ان يطبقها في حياته أو مجال عمله ، ما أدى الى وجود فجوى بين المعرفة والتطبيق ، وحن الوقت لان ترتبط هذه المعرفة وهذا التطبيق في مجال إعداد المعلمين والمدرسين.(1985,yousif ، saeada). وان يعرف الطالب في كليات التربية (وكليات وأقسام التربية الفنية) ما الذي يتوقع ان يقوم بتطبيقه خلال ممارسته الميدانية لعملية التعليم... ان مفردات مناهج أعداد المدرسين في العراق تستند إلى ثلاثة أسس هي :

1. تدريس الطلبة في الصف الثالث في كليات التربية و(كليات وأقسام التربية الفنية) مادة نظرية تتصل بمناهج وطرائق تدريس المادة الاختصاص ، وفي قسم التربية الفنية بكلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد تستخدم مادة طرائق تدريس الفنون .

2. المشاهدة لذوي الخبرة من مدرسي المراحل المتوسطة والثانوية في المادة الدراسية التي يدرسها الطالب في الفصل الدراسي الأول من الصف الرابع.

3. التطبيق الجمعي ومدته (6) أسابيع في الفصل الدراسي الثاني من الصف الرابع.

ان مناهج الأعداد تعرضت إلى نقد المدرسين وأساتذة الجامعات ، اذ تؤدي البرامج التقليدية إلى تخرج أعداد كبيرة من المدرسين لا يستطيعون القيام بواجباتهم التعليمية على افضل وجه مما دفع الكثير منهم العزوف عن هذه المهنة فبدأ المهتمين عن أعداد المدرسين في العالم بإعادة النظر في تقويم عملهم ، فظهر مفهوم (الكفاية) في نهاية الستينيات لمعالجة السلبيات في أعداد المعلمين والمدرسين.(Abbess ، 1988، p104).

ان الكفايات ترتبط بحركة واسعة في مجال تربية المعلمين والمدرسين في العالم سميت في بدايتها (حركة التربية القائمة على الكفايات competency –based teacher education) ، وهي تعد من الاتجاهات الحديثة في إعداد المعلمين والمدرسين ، وجاءت كرد فعل على الاتجاهات التقليدية ، وظهرت هذه الحركة عام(1968) في أمريكا بعدها تطورت هذه الحركة وأصبحت من ابرز سمات التقدم التربوي (1998.jamil، ص11).

ان تدريس الكفايات وتقديمه كمادة معرفية يمكن تطبيقها أمام الطلبة داخل الفصل الدراسي وهذا ما اتبعه الباحث أثناء تدريسه لمادة المشاهدة والتطبيق ولعدة سنوات لطلبة الصفوف الرابعة في قسم التربية الفنية بكلية الفنون الجميلة ، ومن خلال العمل الميداني وجد الباحث ان هناك علاقة بين تدريس الكفايات وثقة الطالب بنفسه بعد أدائها أمام زملائه الطلبة (التطبيق الفردي) في الفصل الأول من العام الدراسي إي قبل فترة التطبيق الجمعي ، والثقة بالنفس نعني بها احدى سمات الشخصية الأساسية واحدى المعايير المهمة للشخصية السوية وهي دائمة الارتباط بالسلوك بشكل مباشر (albudraniu ، 1986، 20p) ، وتأتي أهميتها من كونها تساعد على إعداد إنسان قادر على ان يتبوأ المكانة اللائقة في المجتمع وان يكون ذا شخصية متكاملة نفسياً واجتماعياً يستطيع من خلالها حل مشكلاته واتخاذ القرار المناسب وان يكون متوافقاً مع مجتمعه وقادراً على ممارسة حياته بفاعلية ونشاط (rawuwf ، 2003، 270p) .

ان الدراسة الحالية تسلط الضوء على أهمية وفاعلية تدريس الكفايات التربوية اللازمة لطلبة الصفوف الرابعة في قسم التربية الفنية بكلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد ، بخاصة وللمدرسين بشكل عام بعد الإعداد واثرها على ثقتهم بأنفسهم بعد تدريسها وتطبيقها ميدانيا .
هدف البحث: يهدف البحث الحالي :

(تعرف اثر تدريس الكفايات التدريسية في تعزيز الثقة بالنفس لطلبة قسم التربية الفنية اثناء التطبيق)،
ولتحقيق هدف البحث اشتق الباحث الفرضية الصفرية الآتية:
{لا يوجد فرق ذو دلالة احصائية معنوية عند مستوى دلالة (0,05) في درجات مقياس الثقة بالنفس بين المجموعة التجريبية التي درست الكفايات , والمجموعة الضابطة التي اعتمدت على محاضرات نظرية في مادة المشاهدة والتطبيق وطرائق التدريس} .
حدود البحث:

1. تحديد الكفايات التدريسية اللازمة لطلبة قسم التربية الفنية .
2. بناء مقياس للثقة بالنفس .
3. طلبة الصف الرابع قسم التربية الفنية بكلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد.
4. العام الدراسي(2017/2018).

تعريف المصطلحات:

1. الكفايات (competencies) :

التعريف الإجرائي: ((المعارف والمفاهيم والمهارات والاتجاهات التي يوجه سلوك التدريس لطلبة الصف الرابع في قسم التربية الفنية بكلية الفنون الجميلة، بشكل أهداف سلوكية يمكن ملاحظتها وقياسها وتساعدهم في أداء عملهم داخل الصف الدراسي أثناء فترة الأعداد وبعده)).

2. الثقة بالنفس :

التعريف الإجرائي : ((عامل نفسي يقوي شخصية الطالب /المدرس في قسم التربية الفنية في قدراته وقابلياته ومعلوماته ويمكن أدار مهامه التدريسية بمستوى متوازن)).

3. التطبيق : عرفه الباحث إجرائياً : ((هي مرحلة من مراحل التربية العملية يتهياً فيها الطالب /المطبق نفسياً وعقلياً لأداء مهامه التدريسية في المدارس الثانوية ومعاهد الفنون الجميلة ويتطلب فيها تطبيق الخطط التدريسية وتنظيم المعلومات العلمية والفنية واستخدام الوسائل والطرائق الحديثة في التدريس ولمدة ستة أسابيع)).

الاطار النظري:

الكفايات : تهدف العملية التعليمية إلى أحداث تغيرات سلوكية مرغوب فيها لدى المتعلمين سواء كان ذلك في الجانب المعرفي (العقلي) ، أو الوجداني - (الانفعالي) أو المهاري - (النفسي حركي) وتتوقف فاعلية التدريس على ما يحدث من تغيرات إيجابية في سلوك المتعلمين ، وهذه التغيرات بدورها تتوقف على فاعلية المدرس المتمثلة بامتلاكه لكفايات أو مهارات التدريس ، أي بمعنى امتلاكه القدرة على الأداء والممارسة بفاعلية وإتقان وبأقل جهد ووقت وكلفة ممكنة ، تتكون كفاية التدريس من المكونات الأتية :

- المكون المعرفي cognitive competencies: الخلفية النظرية التي يجب ان يلم بها المدرس عن تلك الكفايات وتشمل: مواصفات الكتابة التدريسية وكيفية أدائها أو خطوات أدائها، وأسسها النفسية والتربوية، وكيفية تطبيقها بشكل يناسب الطلبة وأهداف وطبيعة المادة الدراسية، والأساليب المناسبة لاستخدامها في المواقف التعليمية، وأهم المشكلات التي يمكن ان تواجه المدرس والطلبة في أثناء تطبيقه لها وأساليب التغلب على هذه المشكلات .
- المكون الأدائي performance competencies: ويتضمن الطرائق والأساليب (أو الأعمال والمهارات) التي يجب ان يستخدمها المدرس في تطبيق وأداء هذه الكفاية، وقد تشمل الأعمال اليدوية والحركات اللفظية وغير اللفظية مثل (الكتابة والحوار، والإيحاءات، والمناقشات، و الرسم، والتخطيط، وتركيب الأجهزة وتشغيلها واستعمال الأدوات) .
- المكون الوجداني affective competencies: وهي رغبة المدرس في تعلم هذه المهارة وإتقانها وإحساسه بأهميتها ودورها في العملية التعليمية رغبة المدرس في العمل بمهنة التدريس واقتناعه بها، وبما يتصل بها من قيم ومبادئ وأخلاق يؤدي تبنيه لها إلى التزامه بهمته التعليم، وبالتالي إلى أداء عمله بأمانة وإخلاص. (eabays ، 1988، 52p).

مميزات البرامج القائمة على الكفايات :

1. قدرة المتدرب على أداء العمل بكفاية وفاعلية لأنه اعتمد على دمج الخبرة مع الأداء العقلي لها.
2. برنامج الكفايات التربوية لا يحكمه وقت محدد.
3. ان معيار النجاح يعتمد على ممارسة العمل العقلي.
4. الاهتمام والتركيز ينصب على الأداء، أي على الجانب العملي حتى بعد التخرج .

5. ارتباط هذه الحركة بالتوجه نحو ديمقراطية التربية.
 6. تساعد على زيادة مهارات وخبرات المتدربين وتحقيق نموهم المهني وخلق حالة من التوازن النفسي والاجتماعي لدى المتدربين لارتباطها بحياتهم بشكل مباشر. (Al-Dulaimi، 1995، p.146).
 7. ان المقررات الدراسية التي تتضمنها البرامج التقليدية لإعداد المدرس لا تتضمن لوحدها إتقان المدرس للكفايات الدراسية .
 8. ان أهداف البرنامج والكفايات التدريسية يمكن تحليلها وتصنيفها وتحديد الخبرات والنشاطات وتحقيق الأهداف وتعلم وإتقان هذه الكفايات .
 9. ان التعليم قضية- فردية- لا تتقيد بسنوات-أو- بساعات دراسية بل تعتمد الحصول على الكفايات المحددة سابقا.
 10. ملاحظة الكفاية التدريسية وقياسها من خلال الأداء المحدد الذي يظهره المدرس بشكل سلوك في أي موقف تعليمي.
 11. تطبيق الفروق الفردية من اجل التوصل إلى تعلم فعال يتناسب ومستوى الدارسين .
 12. أشراك المتعلم بنشاط في الخبرات التعليمية يجعل التعلم أكثر فعالية. (riley,1979,p:217).
- ويشير جريس (grace) إلى الخصائص المميزة لتربية الطلبة على حركة الكفايات التربوية فهي ذات تركيز شديد على الأهداف، وتعزيز مسؤولية المتعلم، والمزيد من الاهتمام بالفروق الفردية والتقييم الفردي والتغذية الراجعة والتكامل الفعال بين النظرية والتطبيق وعدم أقتصار عملية التقييم على المعرفة بل تتعداها إلى الأداء في المواقف الحقيقية للتدريس، والتوافق مع البرنامج (jamil ، 1998 ، 20p) ، في حين يشير البعض الآخر إلى ان الكفاية نسبية غير ثابتة وتتكون من عنصرين أساسيين هما(المكون السلوكي – والمكون المعرفي). (alhisri، 2000، p.267) وهناك عدد من المواصفات التي وضعها المختصين في مجال التربية والتعليم للبرامج القائمة على أساس الكفاية وهي كالآتي:
1. تشتق الكفايات من أدوار المدرس.
 2. يكون التقييم في برنامج الكفايات محددة وواضحة وفق مستويات معينة.
 3. يعتمد تقييم كفايات المدرس على تقييم أدائه لها مع الأخذ بنظر الاعتبار معرفته بكفايات التخطيط والتنفيذ والتحليل.
 4. تقدم المدرس من خلال إظهار الكفاية المطلوبة أكثر من إكماله حضورا الدورة الدراسية.
 5. يقوم البرنامج بتسهيل وتطوير وتقييم إنجازات المدرس للكفايات المحددة.
 6. استخدام تكنولوجيا التعليم في البرنامج.
 7. يقدم الأهداف بشكل متسلسل للمتعلم أي بمعنى حصول المتعلم على كفاية تليها أخرى.
 8. يستخدم في البرنامج أسلوب التعلم الفردي. (hoerig,1981,p:215-218).

ويمكن تلخيص خصائص هذه الحركة (برنامج الكفايات) على النحو الآتي :

1. تؤكد على الأداء بدلا عن الخبرة .
2. تؤكد على النتائج بدلا من المعرفة .
3. تعتمد على الاستدلال والاستنتاج بدلا عن التلقين .
4. تركز على البرامج الميدانية مقابل العناية بالبرامج التقليدية الثابتة .
5. تهتم بالبحث والتدريب بدلا من الحفظ والمعرفة . (30p, 1998, jamil)

ومن خلال ما تقدم يرى الباحث ان الكفايات تتسم بالآتي :

1. قدرتها على إنجاز عمل معين بإتقان وبفاعلية كبيرة .
2. مجموعة من الخبرات التربوية والمهارات والمعارف العلمية الضرورية لأداء عمل ما .
3. فاعلتها في إنجاز العمل المطلوب بأقصر وقد وقل جهد، والاطمئنان الذاتي عن الأداء المطلوب تقديمه.

الثقة بالنفس : تعد الثقة بالنفس احدى اهم السمات الشخصية الأساسية واحد معايير الشخصية السوية وترتبط بالسلوك بشكل عام , ولثقة بالنفس قيمة تربوية وأخلاقية وعملية واجتماعية وهي جوهر نجاح الطالب ليس في حياته أثناء فترة الدراسة فحسب بل في عموم الحياة , وان ثقة الطالب بقدراته على النجاح شيء أساسي عند اكتساب أية مهارة (guliford,1959,p:18) , كما ان الثقة بالنفس تعد كأحد متغيرات الشخصية تعبر عن : العلاقة التفاعلية بين التفكير العقلاني، والاتزان الانفعالي، وبالتالي تكون السلوكيات إيجابية وهذا ما يعبر عن مستوى التوافق , فالثقة بالنفس مجموعة من المعتقدات والأفكار التي تمكن الفرد من توجيه طاقاته لتحقيق أهدافه والمضي قدما في الحياة ، فالمواقف الحرجة قد تؤثر في الثقة بالنفس ويمكن التغلب عليها تدريجيا حتى يصبح الفرد في حالته الطبيعية (aljusmaniu ، 1984، 106p) .

ولما كانت الثقة بالنفس مفهوما يسهم في بناء الشخصية وتكوينها فلا بد من تناول بعض النظريات النفسية التي تفسر الشخصية وتتناول الثقة بالنفس بوصفها واحدة من المظاهر المكونة لها لإعطاء صورة عنها وكما يلي :

1. نظرية التحليل النفسي psychological analysis : تتكون الشخصية عند فرويد من ثلاث أنظمة أساسية هي (الأنا الأعلى و الأنا ، والهو) وان التفاعل الدينامي بين النظم هو الذي يحدد السلوك (shaltaz ، 1983 ، 40p) .فالتوازن بين هذه النظم الثلاث يحقق الصحة النفسية أما انعدام التوازن أو اختلافه يؤدي إلى اضطراب السلوك وتعتثر نمو الثقة بالنفس بصورة سليمة وذلك نتيجة فشل الأنا (ego) في القيام بدورها التنفيذي بدلا عن القيام بوظيفتها التكاملية كما ينبغي (alqadi، 1981، 160p) ، كما أنها تسمح للفرد باستعمال الأليات الدفاعية النفسية ولاسيما الكبت لمواجهة المواقف النفسية المثيرة للقلق مرغما إياها على اللجوء إلى اللاشعور وتظهر مرة أخرى في مراحل متأخرة من النمو لتثير مزيدا من المتاعب فلو كانت الأنا (ego) قادرة على معالجة مصادر القلق عندما نشأت لزادت إمكانية نمو الشخصية نمو سليما وإظهار سلوك متوازن وثقة عالية بالنفس (almaemuri ، 1995، 17p).

2. النظرية النفسية الاجتماعية (psychology social theory): وتسمى نظرية (أريكسون Erickson) في النمو وهي تعد من النظريات النفسية الدينامية، فهي تتناول الدوافع الحيوية والانفعالية وطرق التوفيق بينها وبين متطلبات البيئة الاجتماعية (Zahran ، 1995، 70p) ، وقد قسم (أريكسون) مراحل النمو النفسي الاجتماعي إلى ثمانية مراحل هي :

1. مرحلة الثقة – وعدم الثقة : من الولادة/ سنة واحد وفيها اعتماد الرضيع على امه.
2. الاستقلالية – مقابل الشك : من (1-3) سنوات يتعلم الطفل مهارات مثل الاحتفاظ بالأشياء بلطف وحنان .
3. المبادرة – الشعور بالذنب: من (3-5) سنوات.
4. المثابرة – مقابل الشعور بالنقص : من (6-11) سنة التأثيرات خارج البيت.
5. الهوية مقابل اضطراب الدور : من (12-18) سنة في هذه المرحلة تشكل صورة الإنسان عن ذاته وهي هوية الفرد في ان يجري أدوار وأيدولوجيات ليحدد إيهما افضل والذين يتخرجون من هذه المرحلة واثقين من انفسهم يكون لديهم دور اجتماعي أما الذين هم عكس ذلك فانهم يمرضون باضطراب الدور .
6. الألفة مقابل العزلة : من (19-25) سنة فيما متحققة الاستقلالية من الوالدين و متحقق علاقات اجتماعية و صداقات واتحاد جنس وتعني بالاهتمام والالتزام .
7. الفعالية – مقابل الركود : من (25-50) سنة يحتاج الأفراد إلى ان يكونوا فاعلين في تعليم وتوجيه الجيل القادم وتكوين عائلة وبدعمه يسيطر الركود على الفرد.
8. تكامل الذات – مقابل اليأس : وفيها الشعور بالرضا والإنجاز أو خيبة الأمل واليأس.

ان الإحساس بالثقة يتوقف على علاقة الفرد بشيء اخر لذلك لا ينمو هذا الإحساس ما لم يبلغ الفرد من العمر ما يمكنه ان يصبح واعيا بالبيئة والأشخاص المحيطين به (Jaber ، 1962، 202p). ان الثقة بالبيئة والنفس اللتين تكتسبان خلال أعوام الأولى من حياة الطفل أساسيتان لنمو الشخصية السوية وهما تناظران الإحساس بالأمن والإحساس باستقلال الذات كما ان نمو الثقة بالنفس خلال المراحل القادمة يشجعه على ان يستقل عن والديه ثم عن أقرانه ليصبح فردا متكاملًا نفسيًا واجتماعيًا (jawda ، 2004، 44p).

3. النظرية الإنسانية humanistic theory: ان الحاجات التي يسعى اليها الفرد شائعة لدى الجميع وانها مرتبطة بصورة متسلسلة بشكل هرمي، أي انه متى ما تم إشباع الحاجات الدنيا فان الفرد ينتقل إلى مستوى اخر من هرم الحاجات ويحاول إشباعها وهكذا يستمر في المحاولات حتى يصل إلى المستوى الأعلى من الهرم. واعتقد (ماسلو) بان الثقة بالنفس والمكانة الاجتماعية المرموقة للفرد في المجتمع تأتي من خلال إشباع اهم حاجة لتحقيق الذات التي تحتل قمة الهرم التدريجي للحاجات له. (maslow,1973,p:162).

فالثقة بالنفس يكمن في تحقيق الذات اذ ان الأفراد الذين يعملون بحرية هم ذاتيون ومستقلون ومتكيفون بذواتهم فهم أحرار في مقاومتهم للضغوط الاجتماعية والثقافية ولا يميلون إلى التفكير في السلوك المرسوم لهم (Schlitz ، 1983، 302p) ، وعليه فانه سمة الثقة بالنفس تقترب مع مفهوم الشجاعة والأقدام والقدرة على مواجهة المواقف الطارئة بدون تردد أو خوف (al'amam ، 1984، 3p)، والواق من نفسه يعيش بسعادة ونجاح ويحترم نفسه ويقدر اجتهاداتها، ولا يتأثر كثيرا بإحباطات الآخرين له، وفضلا عن ذلك يكون

لديه يقين أو قناعة قوية بأفكاره وقراراته تجاه الحياة وهو يعي ما حوله جيدا ولا يخاف من تحمل المسؤولية ولديه أهداف واضحة بالنسبة له. (Al-Hajji, 2007, p.83).

1. مجتمع البحث :

يتكون مجتمع البحث من طلبة الصف الرابع قسم التربية الفنية بكلية الفنون الجميلة/ جامعة بغداد (الدراسة الصباحية) ، وقد استبعد الباحث طلبة الدراسة المسائية وذلك كونهم خليط غير متجانس ولا سيما في العمر الزمني والخبرة السابقة، وبواقع (86) طالباً وطالبة مقسمين على خمس شعب .

2. عينة البحث : اختار الباحث عشوائياً شعبي (ب و د) لتكونا المجموعة التجريبية بواقع (44) طالب وطالبة تم استبعاد (15) من الطلبة الراسيين وخريجي معاهد الفنون الجميلة ، وذلك لانهم خليط غير متجانس لا سيما في العمر الزمني والخبرة السابقة فأصبحت عينة البحث التجريبية من (29) طالب وطالبة. بينما أصبحت شعبي (أ و ج) المجموعة الضابطة وبواقع (42) طالب وطالبة وتم استبعاد (13) من الطلبة الراسيين وخريجي معاهد الفنون الجميلة لنفس الغرض أعلاه، فأصبحت المجموعة الضابطة (29) طالب وطالبة، وقد قام الباحث بتدريس كل مجموعة لوحدها وبذلك فان هذا المتغير قد أتم السيطرة عليه.

3. منهجية البحث : استخدم الباحث المنهج التجريبي في دراسته الحالية، وقد اختار تصميم المجموعات المتكافئة (التجريبية والضابطة) ذوات الضبط الجزئي لمعرفة التباين في تأثير المتغير المستقل .

4. تكافؤ مجموعتي البحث : أجرى الباحث التكافؤ بين أفراد مجموعتي البحث في عدد من المتغيرات الضرورية والتي يمكن ان تؤثر على نتائج التجربة منها :

- العمر الزمني : تم استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري بالشهور للعمر الزمني للطلبة (من خلال حصول الباحث على البيانات استخدام من الطلبة انفسهم)، وقد تم استخدام الاختبار (t-test) للتحقق من تكافؤ مجموعتي البحث. وأوضحت النتائج بان الفروق لم تكن ذا دلالة إحصائية معنوية لأنه القيمة (t) المحسوبة اقل من القيمة (t) الجدولية والجدول (1) يوضح ذلك .

جدول (1) تكافؤ مجموعتي البحث في متغير العمر الزمني

المجموعة	العدد	الوسط الحسابي بالشهور	الانحراف المعياري	التباين	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة (0,05)
التجريبية	29	266,9	3,295	10,97	1,282	2,0146	56	غير دالة
الضابطة	29	267,2	3,486	12,797				

- الخبرة السابقة : وجد الباحث ان المجموعتين التجريبية والضابطة متكافئتين في هذا المتغير لأنه القيمة المحسوبة اصغر من القيمة الجدولية وكما هو مبين في الجدول (2).

جدول (2) تكافؤ مجموعتي البحث في متغير الخبرة السابقة

المجموعة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التباين	القيمة المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة (0,05)
التجريبية	29	76,88	8,210	65,84	0,712	2,0146	56	غير دالة
الضابطة	29	78,52	9,290	87,03				

التطبيق القبلي لمقياس الثقة بالنفس: تم تطبيق مقياس الثقة بالنفس الذي اعده الباحث مسبقاً على مجموعتي البحث وبعد المعالجة الإحصائية وجد ان المجموعتين متكافئتان في هذا المتغير، والجدول (3) يبين ذلك . جدول (3) تكافؤ مجموعتي البحث في التطبيق القبلي لمقياس الثقة بالنفس

المجموعة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التباين	القيمة المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة (0,05)
التجريبية	29	1,94	1,329	1,790	0,37	2,0146	56	غير دالة
الضابطة	29	1,81	1,478	2,199				

5. أدوات البحث :

أولاً: استمارة بالكفايات التدريسية اللازمة لطلبة الصف الرابع في مادة المشاهدة والتطبيق، وقد قام الباحث بالإجراءات الآتية :

1. اعتماد الأهداف التربوية العامة لقسم التربية الفنية بشكل عام ومادة المشاهدة والتطبيق بشكل خاص من اشتقاق الكفايات التدريسية .
 2. الاطلاع على قوائم بالكفايات الواردة في الدراسات السابقة.
 3. اطلاع الباحث على أدبيات المصادر والمراجع التي تتضمن أطراً عامة في موضوع الكفايات .
 4. خبرة الباحث الشخصية التربوية والعلمية، من خلال تدريسيه لمادة المشاهدة والتطبيق للسنوات (2011-2017)، فضلاً عن تطبيق الاستمارة المتضمنة الكفايات التدريسية ولعدة سنوات ماضية.
- في ضوء ما تقدم اعد الباحث استمارة بالكفايات بصيغتها الأولية والتي تكونت من (6) مجالات رئيسية تضمنت (30) كفاية تدريسية (ملحق 1).

6. الصدق الظاهري للاستمارة : عرض الباحث استمارة الكفايات على مجموعة من الأساتذة الخبراء في اختصاصات (التربية، وعلم النفس، وطرائق التدريس العامة، وأساتذة قسم التربية الفنية) للتأكد من صلاحية فقراتها ومدى مطابقتها لأغراض وأهداف هذا البحث بصيغتها الأولية. تم حذف بعض فقرات الاستمارة وتعديل البعض الآخر منها وأصبحت جاهزة للتطبيق وقد حصلت على اتفاق بنسبة (87%) ويعد هذا معياراً جيد لقبول الفقرات وبذلك أصبحت أداة البحث صادقة .

7. ثبات الأداة: اعتمد الباحث على طريقة إعادة تطبيق المقياس (الكفايات) مرتين على (15) أستاذ من كلية التربية وعلم النفس وقسم التربية الفنية بفارق زمني (21) يوماً. وهنا يشير آدمز (Adams) إلى أن هذه الفترة ينبغي أن لا تتجاوز أسبوعين أو ثلاثة أسابيع (adams,1966,p:85). وقد استخدم الباحث معامل ارتباط (بيرسون parson) لقياس الثبات فوجد أن معامل الثبات لجميع فقرات الاستمارة (0,89) وهو معامل ثبات جيد لأغراض هذا البحث.

8. بناء مقياس الثقة بالنفس: بعد أن اطّلع الباحث على الأدبيات والمصادر والمراجع التربوية والنفسية و على عدد من الدراسات السابقة التي استخدمت مقياس الثقة بالنفس، فضلاً عن خبرته الشخصية في أعداد مقياس الثقة بالنفس بصيغته الأولية وبما يتلاءم وطبيعة الدراسة، بلغت فقرات المقياس بصيغته الأولية (43) فقرة.

- صدق المقياس: أجرى الباحث الصدق والثبات لهذا المقياس وكما يأتي:

تم توزيع مقياس الثقة بالنفس على عدد من السادة التدريسيين الخبراء في اختصاصات (علم النفس التربوي والقياس النفسي والتربية الفنية). تم حذف عدد من فقرات المقياس ودمج وتعديل الآخر منها فأصبحت بصيغتها النهائية (27) فقرة مكونة من (18) فقرة إيجابية و(9) فقرات سلبية ملحق (2) وقد حصلت على نسبة اتفاق (83%) وتعد هذه نسبة معتد بها. وملحق (2) يوضح ذلك.

- ثبات المقياس: اعتمد الباحث طريقة إعادة اختبار المقياس على (15) طالب وطالبة في قسم التربية الفنية (عينة استطلاعية) بفارق زمني (21) يوماً كذلك، وتم حساب معامل ارتباط بيرسون فوجد أنه يساوي (87%) وهو معامل جيد ومعتد به.

9. تطبيق التجربة: طبق الباحث التجربة في الفصل الدراسي الأول لسنة (2017-2018) ابتداءً من (الأحد 2017/11/19، ولغاية الخميس 2018/1/25). وقد تمت الإجراءات الأتية على المجموعتين التجريبية والضابطة.

1. درس الباحث المجموعتين التجريبية والضابطة بنفسه وذلك لضبط هذا المتغير وتحقيق أعلى درجات الدقة والموضوعية (فقد يعزى تباين نتائج البحث إلى اختلاف التدريسين للمجموعتين).

فقد درس المجموعة التجريبية وذلك بتزويد الطلبة استمارة الكفايات مع تحليل لكل كفاية وكيفية تطبيقها ميدانياً داخل الصف. كما درس الباحث المجموعة الضابطة باعتماده المحاضرات الاعتيادية في مادة المشاهدة والتطبيق ضمن المنهج المقرر في قسم التربية الفنية لطلبة الصف الرابع. 2. توجيه طلبة المجموعتين التجريبية والضابطة لكتابة خطة يومية لموضوع في التربية الفنية يختاره الطالب بنفسه.

3. الإيعاز لطلبة المجموعتين التجريبية والضابطة التهيؤ والاستعداد للتطبيق الفردي داخل القاعة الدراسية، بعد أن تم توجيههم بضرورة الهدوء واحترام الطالب المطبق مع تهيئة نفسه كونه الطلبة المستمعين هم جميعاً يدرسون نفس الموضوع الذي يطبقه الطالب، فضلاً عن تشكيلهم للفئة المستهدفة من أجل أن يكون الدرس فعالاً ومشابهاً للدراسة الثانوية وتدوين ملاحظاتهم حول إمكانية المطبق في تطبيق خطة درس.

4. بعد ان أكملت المجموعتان التجريبية والضابطة تطبيقها الفردي (كلا على انفراد وطالب بعد اخر) قام الباحث بتوزيع مقياس الثقة بالنفس عليهم .

لاحظ الباحث من خلال خبرته ان حالة الارتباك والتردد هي الغالبة قبل تطبيق الطلبة إلا أنها تزول مباشرة بعد ان يطبق الطالب، فضلا عن وجود متغير نفسي من دعى إلى إجراء هذه الدراسة الحالية .

10. تصحيح فقرات المقياس : وضعت ثلاثة إجابات لكل فقرة في المقياس وهي (أوافق تماما حدد لها، (3) درجات، وأوافق إلى حد ما، حددت ب (2) درجة ، و لا أوافق، حدد لها (1) درجة) ، هذا في حال اذا كانت الفقرة إيجابية ، أما اذا كانت الفقرة السلبية فيتم احتساب القيم على أساس إعطاء درجة واحدة(1) لـ أوافق تماما و(2) درجة لـ أوافق إلى حد ما ، و (3) درجات لـ لا أوافق .

11. الوسائل الإحصائية :

(1) معامل ارتباط بيرسون ، (2) الوسط المرجح ، (3) الاختبار التائي (t-test).

الفصل الرابع

1. نتائج البحث :

يتضمن عرضا للنتائج التي توصل اليها الباحث في ضوء هدف البحث وفرضيته وهي كالآتي:

فرضية البحث : (لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية معنوية عند مستوى دلالة (0,05) في درجات مقياس الثقة بالنفس بين المجموعة التجريبية التي درست الكفايات والمجموعة الضابطة التي اعتمدت على محاضرات نظرية في مادة المشاهدة والتطبيق وطرائق التدريس) .

وعن طريق التحليل الإحصائي لمقارنة نتائج التطبيق البعدي لمقياس الثقة بالنفس، ظهر ان متوسط درجات المجموعة التجريبية التي درست وفقا لاستمارة الكفايات هو (2,67) في حين بلغ متوسط درجات المجموعة الضابطة التي درست وفقا للطريقة التقليدية (2,36) وباستخدام الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين في معادلة الناتج إحصائيا معرفة دلالة الفروق بين هذين المتوسطين تبين وجود فرق ذي دلالة إحصائية معنوي عند مستوى دلالة (0,05) ولصالح المجموعة التجريبية اذ بلغت القيمة التائية المحسوبة (2,512) وبدرجة حرية (56) وهي اكبر من القيمة التائية الجدولية (2,0146) وبناء على ذلك تم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة ، والجدول (4) يوضح ذلك .

جدول (4) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري والتباين والقيمة التائية المحسوبة والجدولية للمجموعة التجريبية والضابطة

المجموعة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التباين	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة عند (0,05)
التجريبية	29	2,67	0,393	0,175	2,512	2,0146	56	دالة
الضابطة	29	2,36	0,539	0,290				

تعود اسباب هذه النتيجة الى ان استخدام الكفايات التدريسية وتقديمها للطلبة مع بيان كيفية الاستفادة منها ساعدتهم على ان ينظروا للتطبيق بوصفه عملاً أساسياً في أعدادهم لمهنة التدريس مستقبلاً , مما دفعهم إلى زيادة فاعليتهم في التدريس وإلى تعزيز ثقتهم بأنفسهم مما جعلهم يواكبون عملية التدريس أمام زملائهم بنشاط وحيوية أكبر.

2. الاستنتاجات :

- تفضيل استخدام استمارة الكفايات اللازمة لتدريس طلبة قسم التربية الفنية في مادة المشاهدة التطبيق.

- ان تدريس الكفايات يعمل على إضفاء النشاط والفاعلية للدرس وتزيد من ثقة الطلبة بأنفسهم.

3. التوصيات :

الإفادة من استمارة الكفايات المعدة في هذه الدراسة لأنها تمكن الطلبة من مهنة التدريس وتعزيز ثقتهم بأنفسهم.

4. المقترحات:

- برنامج تدريبي لمدرسي الثانويات في ضوء كفاياتهم الإدارية .

- تنمية الكفاية المهنية للمدرسين في إعداد المعالجات التربوية لتحسين مستوى التحصيل لطلبة المرحلة المتوسطة.

الملاحق

ملحق(1)

استمارة بالكفايات التدريسية اللازمة لمدرسي التربية الفنية

ت	المجالات	الكفايات
1.	مجال الأهداف التربوية	- يستوعب الأهداف التربوية العامة لمادة التربية الفنية في العراق. - الإلمام بالأهداف التدريسية الخاصة بمادة التربية الفنية. - يستخدم أهدافاً سلوكية متنوعة.
2.	مجال تخطيط الدرس	- يكتب خطة يومية تفصيلية. - يحضر المادة الدراسية بكفاءة. - يختار طرائق تدريس مناسبة للدرس. - يختار وسائل تعليمية واضحة وجيدة ومناسبة للدرس.
3.	مجال تنفيذ الدرس	- يفضل اختيار استراتيجيات تدريسية فعالة. - يحلل الأهداف التربوية إلى مجالات ومستويات. - يحلل التركيب المعرفي لمحتوى درس في التربية الفنية . - يربط الدرس بالأهداف العامة.

<ul style="list-style-type: none"> - يستثمر الوسائل التعليمية المتاحة لخدمة أهداف الدرس. - يوزع أجزاء الدرس بحسب خطته الدراسية. - يربط مادة التربية الفنية بالمواد الدراسية الأخرى. - يستطيع ان يفسر مضامين المنجزات الفنية بالتحليل والتراكيب. - يستثمر أهدافه السلوكية في صياغة أسئلة صفية (اختبار تكويني). - يجيد استخدام مثيرات متنوعة للطلبة تحثهم على الاهتمام بالدرس - يستخدم طرائق تدريس بحسب طبيعة المادة الدراسية 		
<ul style="list-style-type: none"> - يؤسس علاقات ديمقراطية بينه وبين الطلبة. - يقيم علاقات تربوية إيجابية مع إدارة المدرسة والمدرسين. - ينمي الانضباط الذاتي لدى الطلبة - يعالج حالات الملل والضجر لدى الطلبة. - يساهم في مجالات الأنشطة المدرسية. - يعالج الشرود الذهني للطلبة أثناء الدرس. - يعالج ظاهرة تشتت البؤرة أثناء سير الدرس. 	<p>4. مجال العلاقات التربوية وإدارة الصف</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - يفسر الحقائق والمفاهيم التي تتضمنها المادة الدراسية. - يحرص على ان تكون المادة الدراسية متمسة بالحدثة (من البحوث والدراسات) - قادر على ان يفسر الغموض والأحداث العلمية في ضوء نظريات حديثة. - يتابع الاتجاهات الحديثة في تدريس مادة التربية الفنية . 	<p>5. مجال النمو المني والعلمي</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - يستخدم وسائل تقييمية مناسبة. - يفيد من نتائج اختبارات طلابه في تحسين التدريس الصفي. - يشخص صعوبات تدريس مادة التربية الفنية التي منها كثرة المفاهيم والمصطلحات العلمية والفنية والفلسفية. 	<p>6. التقييم</p>	

مقياس الثقة بالنفس للطلاب والمدرس

ت	فقرات المقياس	أوافق تماما	أوافق إلى حد ما	لا أوافق
1.	اشعر بقدرتي العالية في أداء الدرس			
2.	ينتابني الشعور بالضيق عندما يطلب مني تقديم الدرس مرة أخرى .			
3.	اشعر بارتياح عند اللقاء المحاضرة .			
4.	يراودني القلق لدى ملاحظتي عيون زملائي متجه نحوي.			
5.	اشعر بالضيق عندما يخالفني أصدقائي.			
6.	اشعر ان زملائي يثقون بقدراتي مما يشجعني على تقديم الدرس			
7.	ظهرت أعراض الخجل واضحة في الدقائق الأولى من بدء المحاضرة .			
8.	أتحير كثيرا عندما اقف أمام الطلبة			
9.	استخدام السبورة كانت مشكلتي في تقديم المحاضرة			
10.	محاضرتي الأولى أعطتني القدرة على التحدث بطلاقة أكثر من زملائي			
11.	أسئلة زملائي أثناء المحاضرة تثيرني على الرغم من سهولتها.			
12.	شعرت بالخجل من ملاحظات أستاذي حول محاضرتي الأولى			
13.	مديح زملائي وتشجيعهم لي دفعني إلى إعادة المحاضرة مجددا			
14.	بدأت اشعر ان الوقوع في الخطأ لا يعني نهاية المطاف			
15.	أصبحت اكثر تقبلا لآراء زملائي من السابق			
16.	أصبحت أتحمل النتائج المترتبة على أخطائي واعمل على تلافيا			
17.	أصبحت اكثر احتراما للزمن بعد ان عرفت قيمة المحاضرة أمام الطلبة			
18.	أيقنت بحديث الرسول الخاتم(ص) ان الاعتراف بالخطأ فضيلة			
19.	اعتمد على نفسي في حل مشكلاتي			
20.	اعترف اني قد اخطأت في بعض تفاصيل الدرس			
21.	اطلب النصح والتوصية من الآخرين من دون تردد			
22.	افضل الاعتماد على نفسي في تقديم الدرس وافتخر كثيرا			
23.	بعد أدائي المحاضرة وجدت ان لا مسوغ للقلق			

24.	اعتقد اني كفوء ومدرس ناجح		
25.	قدراتي الكتابية الضعيفة تزعزع ثقتي بنفسي		
26.	بعد المحاضرة بدأت اقدم النصيحة والمشورة للزملاء الآخرين في تقديم الدرس.		
27.	بدأت أشارك زملائي في الحديث حول المستقبل الوظيفي		

References

- Abu Jalil, Karim Abees (2006): The Effect of Using Classroom Dialogue and Small Groups on Third Grade Students' Achievement, Institute of Teacher Preparation and their Self-Confidence (Unpublished Master Thesis), University of Babylon, College of Education, Iraq.
- Imam, Mustafa Mahmoud (1984): Independence and self-confidence through the stages of personality development and the role of home and school, the full facts of the scientific symposium on directing curricula and teaching methods to enhance the student's personality and self-confidence and in decision-making Ministry of Education, Documentation and Studies, Part 2, Issue 192, Baghdad
- Badrani, Jamal Salim Ahmed (1986): self-confidence-building measure at the middle school students (unpublished Master Thesis), University of Baghdad, College of Education, Iraq.
- Jaber, Abdel Hamid Jaber (1962): Psychological growth and social adaptation, Dar Al-Nahda Al-Arabiya, Cairo.
- Jamal, Abd al-Rahman Abd al-Salam (1998): Educational Competencies in Measurement and Reporting, Dar Al manahj, Jordan
- Al-Jasmani, Abd Ali (1984): Directing curricula and teaching methods to enhance the student's personality in self-confidence and decision-making, the full facts of the scientific symposium on directing curricula and teaching methods to enhance the student's personality, self-confidence and decision-making, Ministry of Education Documentation and Studies, Part 2, Issue (192) , Baghdad.
- Al-Janabi, Dawood Othman (2002): Teaching competencies required for middle school chemistry teachers and their relationship to the achievement motivation of their students (unpublished master's thesis), Diyala University, Teachers College, Iraq.

- Judeh, Saad Aziz (2004): *The Impact of a Counseling Program on Developing Affective Behavior among Middle School Students*, (Unpublished Master Thesis), Al-Mustansiriya University, College of Education, Iraq.
- Al-Hajji, Muhammad Omar (2007): *The life of Adolescence*, Dar Al-Maktabi Printing and Publishing, Damascus.
- Al-Hosari, Ali Munir and Youssef Al-Qanbari (2000): *General Teaching Methods*, Al-Falah Office, Kuwait.
- Al-Hayali, Shatha Adel Farhan (2004): *The Effectiveness of Applied Training in Some Competencies of Teaching the Kurdish Language*, Al-Ustad Magazine, Ibn Rushd College of Education, p. 48, Baghdad.
- Al-Khatib, Hisham and Al-Ziyadi Ahmad Muhammad (2001): *Child mental health*, 1st Edition, Dar Al Thaqafa, Amman.
- Al-Dulaimi, Ahmad Khalaf (1995): *Building a training program for secondary school teachers in light of their administrative competence*, (unpublished doctoral thesis) University of Baghdad, Ibn Rushd College of Education, Baghdad.
- Al-Rubaie, Basimah Hilal Aboud (2001): *The effect of computer use on achievement and confidence among fourth-grade students in Islamic education* (unpublished master's thesis) University of Baghdad, Ibn Rushd College of Education, Baghdad.
- Raouf, Ibrahim Abdul-Khaleq and Salma Khalil Saeed (2003): *Stress and self-confidence among the students of the Teachers College* (a comparative study), Teachers College Journal, p. 37, Al-Mustansiriya University, Baghdad.
- Zughayer, Lamia Yassin (2006): *Self-confidence and its relationship to methods of treatment of parents for university students*, Journal of Educational and Psychological Research, Issue (12), Baghdad.
- Zahran, Hamed Abdel Salam (1995): *Mental Health and Psychotherapy*, Volume 2, The World of Books, Cairo.
- Al-Zand, Walid Khader (2004): *The educational core*, 1st Edition, Academy of Special Education, Riyadh.
- Saadeh, Youssef Jaafar (1985): *Global trends in preparing a teacher of social materials*, a series of educational milestones, The Arab Gulf Encyclopedia, Cairo.

- Schlitz, Doran (1983): *Theories of Personality*, translated by: Hamad Daly al-Karbouli and Abd al-Rahman, Baghdad Press, Iraq.
- Al-Shawak, Baligh Hamid (1985): *The Impact of Using Ability to Achieve Literary Achievement by Fifth-Grade Students and Develop their Self-confidence* (Unpublished Master Thesis), University of Baghdad, College of Education, Iraq.
- Abbees, Farhan Obaid (1988): *Teaching competencies required for secondary school geography teachers*, (unpublished master thesis) University of Baghdad, Ibn Rushd College of Education, Baghdad.
- Al-Qadi, Yusef and others (1981): *Psychological counseling and educational guidance*, Al-Marikh House, Riyadh.
- The Naka, Mahmoud Kamel (1987): *The educational program based on competencies*, its foundations and procedures, 1st Edition, Commercial Printing Press Company, Cairo.
- Holmes, The Holmes Group Report (1987): *The Teachers of Tomorrow*, translated: Arab Bureau of Education for the Gulf States, Riyadh.
- Al-Maamouri, Ahmad Ali (1995): *Counseling in the Personal and Social Accordance of Juveniles and Delinquents in the Republic of Yemen*, (Unpublished Master Thesis) University of Baghdad, College of Education, Iraq.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/235-252>

Effect of Teaching Competencies in Enhancing Self-Confidence among Students of Department of Art Education during Application

Kanaan Ghadhban Habeeb¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 12/1/2021.....Date of acceptance: 14/12/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

The results of previous scientific studies showed that knowledge is something and application is something else, that's why teachers' preparation programs focused, in the present time, on special standards for knowledge and performance, i.e., who has knowledge is not necessary able to apply it in his life or in his field of work, which led to the existence of a gap between knowledge and application. Based on that, those interested in (teachers' preparation) reconsidered their work evaluation, thus the concept of competency appeared at the end of the sixties of the past century to address the negative in teachers' preparation.

The following contains a number of competency features in teachers' preparation programs:

Teachers' effectiveness and abilities in performing their work, practicing teaching is considered a standard for success, increasing the trainees' experiences)

The current study aims to define the effect of teaching competencies required in enhancing self-confidence for the arts education students during the application, and in order to achieve the study objective, the researcher derived the following null hypothesis:

There is no statistically significant difference at the level (0.05) of significance in self-confidence scale degrees between the experimental group that studied the competencies and the control group that relied on theoretical lectures in the subject of observation, application and teaching methodologies

The two groups have been equalized, and the researcher prepared a form for the teaching competency and self-confidence scale and they were subject to validity and reliability through using the appropriate statistical means. The results showed the superiority of the experimental group over the control group in self-confidence scale.

The researcher set forth a number of recommendations and suggestions.

¹ College of Fine Arts / University of Baghdad, kanaan.ghadhban@cofarts.uobaghdad.edu.iq .

الثابت والمتغير في موسيقى العروض المسرحية لقسم التربية الفنية

مرؤة شاكركرضا الشيباني¹

مجلة الأكاديمي- العدد 99- السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029
تاريخ استلام البحث 2020/10/21 , تاريخ قبول النشر 2021/2/1 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث

تهتم هذه الدراسة في موضوع الثابت والمتغير ضمن الظاهرة الفنية المسرحية وتحديداً الموسيقى المصاحبة لتلك الحركات والمشاهد والفكرة المسرحية، التي تترجم البيئات العراقية (الجادة منها)، وتحاول الباحثة هنا تحديد تلك التغييرات والثوابت وعرضها كدراسة علمية منهجية لخدمة المؤسسات الثقافية والعلمية، والمساهمة في توطئها فكرياً، وزجها الى البيئات الاكاديمية التي تعتمد على دراسة الروابط الفنية فيما بين العلم المسرحي والموسيقى، فنحن نجد أن هذه الدراسة التي تتناول موضوع (الثابت والمتغير في موسيقى العروض المسرحية لقسم التربية الفنية)، والتي ستتناول إحدى المسرحيات التي تم عرضها في كلية الفنون الجميلة، قسم التربية الفنية، كنموذج خاضع للتحليل المنهجي، بما يتلاءم مع موضوع الدراسة والتقصي في جميع حيثياته، حيث اعتمدت الباحثة (المنهج الوصفي) الذي يقوم على تحليل ونقد الظواهر الموسيقية، للوصول الى تحقيق هدف البحث، على اساس مناقشة الحقائق والآراء حول موضوع الثابت والمتغير في الموسيقى المترتبة على فكرة المسرحية، فقد شمل البحث أربعة فصول، تضمن الفصل الأول، الإطار المنهجي للبحث، متمثلاً بمشكلة وأهمية وهدف البحث. وفي الفصل الثاني، الإطار النظري المتمثل بالموضوعات الآتية: (لمحة تاريخية للموسيقى مع المسرح، أهمية الموسيقى في المسرح، أسباب الثابت والمتغير في موسيقى المسرح، موسيقى العروض المسرحية في قسم التربية الفنية)، وأشتمل الفصل الثالث منهجية البحث، والتحليل. أما الفصل الرابع فقد ضم النتائج والاستنتاجات، ثم وضع عدداً من التوصيات والمقترحات وأخيراً قائمة المصادر.

الفصل الاول

مبدرات البحث

تُعد الموسيقى من ضرورات الاكتمال الثقافي في كافة المجتمعات، بل هي العنوان التعريفي لتراث الانسان ومكوناته وخصوصياته التعبيرية، وذلك يمتد الى مَرَّ العصور، فالموسيقى تترجم الحالات النفسية والفلسفية والاجتماعية والحياتية المختلفة للفرد والجماعة. ولم يقتصر دورها الى هذا

¹ كلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد، marwahshakir2020@gmail.com

الحد، بل أمتد ليشارك في الكثير من الجوانب العلمية والفنية والمهنية، ومنها الاشتغال التكميلي لمراقبة الفن المسرحي والتلفزيوني والسينمائي، وعلى مختلف أشكاله (التراجيديا، والكوميديا). "فن الدراما منذ نشأته في عصر الإغريق من خلال (الجوقة) بوصفه أحد عناصر العروض المهمة الأساسية، فلقد نشأت (التراجيديا) على أيدي قادة (الديثرامب^(*))، بينما ترجع نشأة (الكوميديا) إلى قادة الأناشيد الإحليلية (الغالية)". (Aristotle, 1977, p. 81) وهكذا أستمّر تأثير الموسيقى في الدراما وفقاً لظروف أعقبت سقوط الحضارة الإغريقية، ومن ثم الرومانية، وسيطرة الكنيسة على مختلف المجالات الحياتية. "إذ لم تشهد العلاقة بين (الموسيقى والدراما) أي تطور يُذكر إلا بعد المحاولات التي قام بها مجموعته من الفنانين في (فلورنسا- إيطاليا)، في استحضار طريقة أداء (الدراما اليونانية) المصحوبة بالموسيقى في (عصر النهضة)، والمتمثل في فن (الأوبرا)، الذي طوّره (فاغتر) في العصر (الرومانتيكي) من خلال نظريته (الفن الشامل) واستثماره جميع الفنون (التشكيلية والأدبية والموسيقية والغناء والرقص...الخ)، حيث مهّد بذلك في إرساء دعائم توظيف الموسيقى في الدراما التي طورها المخرجون في المسرح الحديث فيما بعد. (Nassif, 2006, p. 2) ومن خلال سلسلة طويلة من المراحل والمحطات الزمنية والإنسانية، تغيرت وسائل الكتابة الموسيقية ضمن المناخ المسرحي، وهذا التغيير حصل في اتجاهين هما: (الثبات على الطريقة التقليدية)، وهي ترفع شعار (الكلاسيكية)، وتمسكها بالموثوق والتراث، أما الاتجاه الآخر هو (التغيير والتجديد)، بمعنى، الابتعاد عن تلك الصيغ المكررة، وهذا يتجذر منه الصراع الفكري بين التمسك والتحرر، بمعايير متضادة، لكلٍ منها شريحة تكتب وتتذوق وتشجع. ومن خلال هذا التباين بين الاتجاهين، وجدت الباحثة ظاهرة (الثابت والمتغير)، كدراسة، كون هذين المصطلحين يشتملان الكثير من المفاهيم الموضوعية، فهما يخضعان إلى شرعية (التأثير، والتأثر) في مختلف العوامل الفنية والمهنية والعملية، وجميع المرافق الأخرى من الواقع البيئي، وهذا التبادل التأثيري يكون أكثر فاعلية في الجانب الفني الجمالي، لمختلف مجالات (المسرح، والموسيقى، والرسم..الخ)، وقد يتحقق التأثير أحيانا للخروج من النظم التراثية والثقافة الجوهرية للإنسان، لتأسيس الجمال والتكوينات الغير مألوفة، من أجل إقناع المتلقي، وذلك بالتأكيد يعتمد على طاقات وقدرات الفنان، كونه المؤسس للفكرة وتفعيل الأقطاب المكملة كالموسيقى.

أن (الثابت والمتغير) هما حالتان يرجعان إلى القيمة الفكرية والغاية منها، ويأتي ذلك في أغلب الأحيان واضحاً ومقبولاً للمتلقي، فيتحمس ما هو (الثابت) الذي له جذور وتكرار، وما هو (المتغير) الهادف إلى تجديد المسارات واللمسات الجديدة، تبعاً للظروف والأزمات والمظاهر المتغيرة، وأيضا السبب الأكثر اقتناع، هو الإنسان نفسه، كان (الفنان نفسه)، أو الجمهور المُحكّم، فهُم طاقات عقلية متطورة، وفقاً للتبسيطات الرقمية التي ساعدت على تنشيط الدوامات التفكيرية، والرغبات الإنسانية النفسية المتعددة المزاج.

(*) (Dithyramb): ترتيلة نظمية كانت تنشدها الجوقة المكونة من خمسين رجلا مقنعين تعجيدا للإله (ديونيسوس). (Hamada Ibrahim -)

تحدد العلاقة التكاملية والعملية فيما بين (الفكرة والممثل واللحن الموسيقي)، ولكلٍ منهم مقوماته التي يمكن أن يضعها وفق ملامسة التقارب المنطقي، فمن أهم أدوات الممثل هو الجسد، في (إيماءاته، وإشاراتهِ التعبيرية وحركاتهِ الإيقاعية)، ولديه القدرة في التعبير عن إيماءات خاصة بالمضمون الذي يريد توصيله للمتلقي، حيث يضع (ماير خولد)، "أن جسد الممثل في صف يبرز مبدأ نحتية الجسد، ويستخدم (البانتوميم) لتقريب المسرح من منشأه الارتجالي مع إخضاع الأداء الموسيقي في الوحدة الأوركسترالية". (Weifold, 1979, p. 9) أما من الناحية الموسيقية فغالبا تتحدد موضوعة المتغيرات الموسيقية حسب الإمكانيات التي يمكن الاشتراك معها، في تحديد الشخصيات وقدراتها على استغلال طبيعة الحوار والألقاء، واستغلال مساحات مناسبة تنسجم مع الظروف العامة الأساسية التي تشارك في تجميل خارطة العرض المسرحي، فالموسيقى ترتبط بجميع التفاصيل الأساسية والفرعية ك(حجم المسرح، والأجهزة الصوتية، والانارة، والديكور، الخ)، ومن خلال ذلك يضع المؤلف الموسيقي كيفية استغلال (المتغيرات) وفق (التحوير، والتحرر، والخروج عن البساطة)، بالتوازن مع فكرة المسرحية التي تشتغل وفق الظواهر الحية من متغيرات سياسية واقتصادية ونفسية جوهرية للفرد والمجتمع، بمعنى أن جميع الظواهر الطبيعية تتجاذب مع (التغيير)، لتلبية إرضاء الطاقة النفسية والعقلية.

أن المتغيرات والثوابت قد تكون ضمن المنهجية المنطقية العلمية الادائية، وقد لا تكون واضحة الملامح الا من خلال المتخصص والباحث، الذي يتعمق في تلك المنعطفات الفنية، ويؤكد ذلك الباحث الموسيقي (اسعد) قائلاً، قد تتعرض نتائج تلك التغيرات خسائر نسبية لتلك الثوابت النفيسة التي تترجم الإنسانية من عصر لآخر، وقد لا تؤثر على أصالتها مجموعة من البسائط الطارئة على الأصول والمحتويات، ولكن قد يكون التأثير على الشكل الخارجي والمضمون الداخلي أحياناً لتلك الألحان بنسب غير مقاسة الا من خلال ذلك المتخصص. (Asaad, 1974, p. 40) فالتعرف على ما يميزها أو ما طرأ لها من متغيرات وما هي الجذور الأصيلة الباقية ضمن سياقات اللحن، أو سياقات التمزيجات الصوتية التأثيرية في البناء اللحني والابقاعي.

وانطلاقاً من ذلك، ترى الباحثة أن التغيرات في الابتكار الموسيقي يأتي وفقاً للحالة المتبدلة عند العقل الانساني، مع ذلك الكم المعرفي، فهو يساهم على تغيير الذات وطرح واستقبال الفكرة، فالموسيقى المصاحبة للمسرح اليوم أصبحت ذات الخصوصية، تشمل مجموعة من الفورمات الصوتية البسيطة، والبعض الآخر تحتويه مجموعة من الصياغات المعقدة وصعبة الفهم، لتنتحل صفة البطل في العمل، ومع ذلك، قد يُشار لها بالنجاح في تحقيق ورسم ملامح موجودات الصورة، أو يُشار لها بالقصور والرفض، لعدم التطابق ووضوح وتفسير المظاهر الثابتة على القضية الأساسية، وكلاهما يحملان صفة التعبير، والطرح بما يتلاءم مع مضمون المعنى في جميع مناطق النص، أن كان لحناً مركباً من الأجزاء (لحناً مصوب بالمؤثرات المتعددة)، أو من الجزء الفردي المتكرر، (اللحن الواحد السهل في التقدير والفهم)، فالثابت والمتغير هنا، لا بد أن يساهمان في تفسير الفكرة (اللحنية والابقاعية) بما ينسجم مع عصرنة وتكنولوجيا الوقت الراهن، وهذا ما يتطلب من المؤلف الموسيقي بيان ملامح النضج والتلاحق التكاملية بيت الصورة ولسانها الموسيقي التعريفي.

ومن خلال هذه الدراسة ستقوم الباحثة بالتعرف على ما هو (ثابت) وما هو (متغير)، من خلال الاستماع الى موسيقى العروض المسرحية والاستفادة من المختصين في الجانب الموسيقي، للتعرف على التقاطعات الموسيقية وتحديد معانيها بصفة (الثبات والتجدد)، كونها تمثل واحدة من المواضيع المهمة ضمن دائرة العلاقة (الموسيقية المسرحية)، وكيفية أوصال الفكرة على منشأ فني جمالي، وهذا ما دعا الباحثة ان تختار عنوان بحثها المتمثل بـ(الثابت والمتغير في موسيقى العروض المسرحية لقسم التربية الفنية).

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث بتسليط الضوء على (الثابت والمتغير في موسيقى العروض المسرحية لقسم التربية الفنية)، كما انه يخدم الثقافة الموسيقية العامة والعلمية من الجانب العملي والنظري، وان يستفيد منها المختصون لتكاملية مشاريعهم العلمية، وأيضاً يفيد المهتمين الذين يعملون ضمن إطار العلاقة فيما بين (الموسيقى والمسرح)، كما يُعد إضافة معرفية للمكتبة العراقية.

هدف البحث:

يهدف البحث للكشف عن (الثابت والمتغير في موسيقى العروض المسرحية لقسم التربية الفنية).

حدود البحث:

الحدود الموضوعية: ستقوم الباحثة بالاعتماد على العروض المسرحية في كلية الفنون الجميلة، قسم التربية الفنية.

الحدود المكانية: (العراق- جامعة بغداد- كلية الفنون الجميلة- قسم التربية الفنية).

الحدود الزمانية: للفترة بين (2015-2019م).

الفصل الثاني – الإطار النظري

لمحة تاريخية للموسيقى مع المسرح

يعود تطور دور الموسيقى واستخداماتها في العروض المسرحية، الى مراحل تاريخية تمتد الى عصور قديمة، وأن مصدرها في النشوء والتطوير هو الانسان نفسه الذي حاول في بادئ الامر جاهداً التعبير عن ظواهره الحياتية، من خلال الصوت، فيذكر (فريد)، أن نشوء الموسيقى بدأ عن طريق الإنسان باستخدام حنجرتة للتعبير والتقليد الصوتي للطبيعة المحيطة به، من خلال عدداً من الوسائل، (كالتصفيق، والضرب بأرجله على الأرض، أو استخدام أغصان الأشجار)، وهذا ما كان يسمى (بالإيقاع الموسيقي التلقائي)، منذ أقدم الحضارات في (وادي الرافدين، والنيل) مما أدى ذلك الى بلورة أفكاره بصيغ فنية متعددة منها، (صوتية، وحركية، ولونية)، ثم أتبع عبر العصور، في الكشف عن أساليب اخرى بتصوير الطبيعة الطقسية ومتغيراتها السنوية، ثم تحولت المحاكاة الأولى للطبيعة إلى طقوس سحرية، يتم من خلالها مشاركة (الرقص)، مع (الموسيقى والغناء)، وبالتدرج تطورت هذه المظاهر الفنية إلى معتقدات لتحتل صفة اجتماعية ونوع من (الشعائر الدينية) عند الأقسام البدائية التي عاشت في ظروف حياتية خاصة، وهم يقطنون (الكهوف)، أو (الغابات)، أو (الجزر المنعزلة). (Tariq, 1990, p. 36)

ولربما خلال هذه المرحلة الإنسانية والاستخدامات الأولى للموسيقى وتنفيذها مع أجزاء المشاهد الحياتية، هي طويلة، وصولاً إلى مرحلة تاريخية من مراحل العراق وهي حضارة (سومر، وأكد، وبابل، وأشور)، التي تركت لنا ثبوتات تاريخية مكونة من (الأواحا طينية، وأختاما اسطوانية، ونصوصا مسمارية)، تعطينا رسماً وتفسيراً عن حياة تلك المجتمعات، حيث يذكر (رشيد)، أن هذه المرحلة الحياتية تتسم بالرُقّي في مختلف مجالاتها الحياتية مثلاً، الموسيقى وعلاقتها بطقوس العبادة وشعائرها، ووظيفتها الاجتماعية، وما يرتبط بها من حركات ورقص وغناء يمثل جانبا من التقرب إلى الآلهة، أو الذهاب إلى الحرب وتقوية عزيمة الجند ومعالجة المرضى بالموسيقى، والإنماء والخصب، وأيضاً من خلال تلك الآثار التعريفية، تم اكتشاف عدداً من الآلات الموسيقية (كالصنج، والجنك، والكنارة والقيثارة، وآلات النفخ، والطبول الإيقاعية)، فالموسيقى كانت جزءاً مهماً من الشعائر وطقوس العبادة، لذا أُدخِلت إلى جدول الدروس في المدارس الدينية الخاصة بإعداد الكهنة، ورجال المعبد، لإعداد موسيقيين ومنشدين متخصصين في الموسيقى الدينية. (Rashid, 1988, pp. 41-43)

كما تُعد الموسيقى من المظاهر الإنسانية المهمة والاساسية في عصر الاغريق، فقد كان لها الدور الهام في استخداماتها الطقسية للأعياد والاحتفالات الدينية والدينيوية، ويذكر (فييني) أن دور الموسيقى عن الاغريق القدماء، بوصفها جزءاً لا يتجزأ من الدراما، فقد رافقت (ملاحم هوميروس)، و(أناشيد بندار). (Theodorm, 1970, p. 14) ويضيف (مصطفى)، أن كلمة (موسيقى) كانت تعني عند الاغريق، فناً مركباً يشمل (الشعر، والرقص، والتمثيل)، كما تُعد (الأغاني الجوقية)، العنصر الأساس في صناعة (المأساة اليونانية- التراجيديا)، وكذلك في إخراج (الدراما الغنائية)، في تنظيم الرقص ومرافقته. (Sawwaf, (dt), p. 12) وإن المسرح الروماني قد استلهم الأساطير والمعتقدات الدينية في مسرحياته، مستفيداً من الموسيقى وتراتيل الطقوس الدينية وشعائر العبادات، واستخدام الموسيقى والأغاني ورقصات الفرح الإغريقية ولاسيما في مسرحيات (تيرانس، وبلوتس)، كما ارتبطت التغييرات التي حصلت في الموسيقى، بمجمل التغييرات الاجتماعية، والنفسية، والذوقية، والجمالية، فتقبلت روما جميع النظريات الموسيقية الإغريقية وآلاتها وأساليب أدائها، سواء بشكل مباشر، أم غير مباشر، واستمر تأثيرها إلى العصور الوسطى. (Tariq, 1990, p. 134)

انتهت (الدراما الرومانية) على يد الكنيسة المسيحية في (القرن السادس)، بعد أن أغلقت المسارح وتغير دور الموسيقى من المظاهر الاجتماعية إلى الدين المسيحي، فقد سيطرت الكنيسة على نواحي الحياة العامة، حيث اعتمدت في طقوسها الكنائسية على (الموسيقى البوليفونية) ذات المسارات اللحنية المتعددة، فيقول (فرانك)، عندما تطور المسرح وخرج عن الأجواء الاساسية لتلك الطقوس الكنيسية، وبشكل خاص بعد ظهور المسرحيات الدينية (الخوارق، والأسرار، وعيد الميلاد، والمعجزات المريمية)، انتقل المسرح من النطاق الديني إلى النطاق الدينيوي، فتجمعت هذه المسرحيات الصغيرة، وأُخرجت من الكنيسة، ونُظمت في مجموعات تعرف باسم (حلقات الأسرار)، وكانت هذه المسرحيات مستمدة كلها من الكتاب المقدس، كما أنها ظلت محتفظة بوظيفتها الدينية أساساً، وبالرغم من كل القيود الدينية وغيرها انطلقت من جديد قوى الإبداع والخلق لدى الكاتب المسرحي وبدأت تعمل عملها في هذه المسرحيات. (Frank, 1970, p. 42) كما

يضيف (فريد)، بأن (القرن الخامس عشر الميلادي) شهد تحولات كثيرة ومهمة، كاختراع الطباعة، التي سهلت نشر المؤلفات الموسيقية في الأقاليم والمقاطعات الأوروبية. وتطور صناعة الآلات الموسيقية، وتطور تصميم وبناء دور الأوبرا والمسارح التي مهّدت إلى بناء الفن الدرامي الإغريقي، وتبلور فن جديد عرف فيما بعد بفن (الأوبرا)، وهي كلمة لاتينية تعني (عمل موسيقي)، ولا يطلق اسم (أوبرا) إلا على العمل الدرامي الملحن من أوله لآخره، وظهور (الابريت)، أو ما تسمى بالمسرحية الغنائية القصيرة، وهي مسرحية موسيقية خفيفة عاطفية نهايتها سعيدة، تحتوي على مواقف من الحوار الملفوظ والرقص التعبيري أو الاستعراضي. (Lange, 1985, p. 60)

أهمية الموسيقى في المسرح

تُعد العلاقة الفنية الأساسية فيما بين الموسيقى والمسرح، علاقة تعبيرية درامية، بدأت ملامحها عندما أنتقل الفن من الكنيسة إلى الساحات العامة، وانحرف غاية الفن الذي تحول مضمونه وهدفه من ديني إلى تعبير دنيوي، وانطلاقاً من عصر جديد سُمّي (بعصر النهضة).

فمن خلال دعوة جماعة (الكاميراتا) الذين دعوا إلى أحياء ما اعتقدوا أنه فن مفقود من العصر اليوناني القديم، فقد كرّسوا جهودهم الخلاقة لاستحداث نوع من أنواع الفن تعمل فيه الموسيقى على تجميل الكلمة المنطوقة من خلال التلاقح بين الموسيقى والدراما. (Julius, 1990, p. 185) الذي أكد على أهمية الموسيقى والشعر وامتزاجهما ليتبلور عنه ظهور (فن الأوبرا)، أو (المسرحية الغنائية)، ومن خلال ما جاء به الفنان الشامل (ريتشارد فاجنر)، تحقق فعلاً بشموليته الفنية التأليفية والإخراجية بصناعة (الدراما الموسيقية)، التي تُعد انتقالية كبيرة ضمن حدود الفن المشترك بين المسرح والموسيقى، كما ظهر في المقابل عدد من الشخصيات المفكرة مثل (وليم شكسبير)، الذي قام بالاشتغال فيما بين (الموسيقى والغناء)، كما في مسرحيته (روميو وجوليت). (Nicole, 1958, p. 206) واستمر من (عصر النهضة)، ذلك الازدهار وصولاً إلى محطات تاريخية متعاقبة إلى يومنا هذا، في التطوير والتنوع والتهديب في مجال الآداب وكافة الفنون.

حيث يُعد العمل المسرحي، رسالة فكرية تهدف إلى ترجمة عدداً من الحقائق البيئية والاجتماعية، وهذه الرسالة تحتاج إلى تجانس يتكون من عدداً من الأدوار في كيفية تقديم تلك الأحداث بصورة مقبولة من قبل المتلقي، وهذه الأدوار هي عبارة فنون جمالية تكمل بعضها البعض، تبدأ من تأليف الفكرة، وتحريرها كسيناريو، ثم المخرج المسرحي الذي يضع الشخصيات المناسبة، ومن ثم العديد من التفاصيل التي تتعلق في (الديكور، والانارة، والمكياج.. الخ)، وهنا يأتي دور الموسيقى كمتراجم فعال لحقيقة الفكرة المسرحية، فالعمل المسرحي يجب أن يعتمد على هذه الركائز، ويذكر (رشاد)، أن لكل عمل فني، شكل وبناء يحدد للعمل شخصية وكيان يميزه عن العمل الآخر، (7, Rashad, (D.T), p. 7) ويعتمد العمل على مجموعة من الركائز مثلاً (الموضوع، الأدوار، الحوار، المناخ النفسي)، حيث يبدأ تأسيس الجمال المسرحي بالاعتماد على هذه الركائز الأساسية والتي تبدأ من (الفكرة)، فيتطلب تحديد موضوعية الفكرة للعمل المسرحي والتي تهدف إلى قضايا معالجة ومقاربة إلى طبيعة وثقافة وبيئة المتلقي، قد تكون بدافع (أخلاقي، إنساني، وطني، ثقافي)، وهي الغاية الأساسية لدى (المؤلف والمخرج)، اللذان يهيئان للنتائج المستقبلية (نسبة القبول والنجاح) في الأقاليم وخلق الأجواء المناسبة لتحقيق الهدف.

أن الموسيقى التي تتركب على ترجمة الصورة المسرحية، هي ذات ابعاد نفسية وجمالية أساسية تساهم في خلق التقريب الصوري للمتلقي، ويذكر الباحث (ريكان)، أنها تلعب دوراً مهماً في احالة الذهنية الى منابع النص وتقريب الهدف في المسرحية، (44, p. Rakan, 1997) وان الاصوات الموسيقية تصبح مصدراً للفكرة الدرامية. (107, p. Saad, (d-t), 2018) وان عملية الترابط المشهدي هو ليس فقط يعتمد على الصورة، بل للموسيقى دور لا يقل عن ذلك، فاستخدام الموسيقى المميّزة والمتناسقة مع النص والأداء هي تساعد في جذب وشد المتلقي، فيتفق المختصون باعتماد المسرح على مجموعة من المثيرات التي تساهم في إقناع المتلقي، منها (المؤثرات الصوتية)، التي تشمل أنواعاً متعددة من الاصوات تتغير من خلال تدرجاتها التلوينية (القوة والخفوت ونوع الصوت)، الذي يتم توظيفه في الجمل اللحنية والايقاعية مع النسق الحركي الأدائي للنص، وأحياناً يكون بطريقة ارتجالية ضمن المناخ المسرحي، "كون الارتجال هو أساس التميز والتفرد بالخصوصيات الأدائية، وهو ترجمة الواقع ضمن نطاق جمالي غير مدوّن، ينبع من الخيال باللحظة، ويُعرف هذا الفن بأنه المزج التفكيرى والأدائي في نفس الوقت" (252, p. Walid, 2018) ومن خلال هذا التوظيف الدرامي للموسيقى نستطيع ان نطرح للمتلقي المشاعر والمواقف الانسانية بمهارة فنية بالغة يمتزج فيها الخير والشر، البهجة والحزن، مع الاخذ بنظر الاعتبار عند طرح المواضيع المحزنة ان تقدم بشكل هادئ لتبصر الطفل بظروف الحياة المختلفة وتسهم في تقبله لها لان القطع او المعزوفات او المؤلفات المختلفة في اللغة الموسيقية المبتكرة المتطورة فمن شأنها ان تنقل لنا الألم، والمرارة، والحسرة، والفرح، والضحك، والبكاء، والمتعة، والسرور. (7, p. Zaid, 2003) كما يأتي دور الموسيقى الأهم في تقريب الشخصيات للمتلقي، اذ يقع عليها الدور الرئيس في الارتقاء بالعمل الدرامي، وهي من الوسائل الاساسية المهمة التي تساعد المتلقي في فهم واستيعاب الشخصية من خلال ما تقدمه عن نفسها، فقد يجذب المتلقي الى شخصية تثير اعجابه وحبه، نظراً لما تتميز به من سمات خيرة او ميزات (كالشجاعة، والبطولة، والانسانية، والدفاع عن الحق)، وهناك الكثير ممن يربط نجاح العرّض المسرحي بالشخصيات أكثر من الأفكار، فشخصيات مثل (اوديب، وهملت، وعطيل) هي السز في خلود تلك المسرحيات، أما موسيقياً فيتأسس لكل شخصية من الشخصيات او لحظة تغيّر الحدث او تكرارها، دلالة موسيقية تُعرف بـ (اللحن الدال^(*)) الذي ابتكره (فاجنر^(**)) في التأكيد على الشخصيات والاحداث. (9, p. Zaid, 2003)

كما تساهم المشتركات الموسيقية في ربط الأحداث التي تعتمد في الكثير من الأحيان على الاثارة والصراع، فيما بين تلك الشخصيات التي تتجسد داخلياً في نفس الشخصية، كالرغبة النفعية اتجاه الجماعة، او صراع خارجي بين الشجاعة والإصلاح مع الشر، أو أي نوع آخر ضمن الاتجاه المناسب في موضوعة التصارع الفكري والأخلاقي والنفسي، فهي الموضوعية التي تساهم في إنجاح الفكرة والشخصيات والعرّض بشكل عام.

(*) (Letimotiv- اللحن الدال) هو جملة موسيقية تشير الى فكرة او الى شخصية من الشخوص المسرحية او شيء من الاشياء ويخلق الاستماع

الى هذا اللحن تداعيا من الافكار التي تسهم تدعيم وحدة الدراما. (139, P. Max Benshar - 1973 AD)

(**) (Richard wegner - ريتشارد فاجنر)، (1813-1883) موسيقى الماني الجنسية استقطبت عبقرته الموسيقية في الشعر والمسرح. لديه

اعمال موسيقية واوبرالية اهمها (تريستان وايزولدا) و(الهولندي الطائر) وغيرها.

هنا مع موضوعة الصراع، يتوجب على المؤلف الموسيقي، إدراك التصميم الاسلم وأذكي في اختيار نوع الجملة اللحنية التي سترجم ذلك الأداء المتصارع فيما بين القطبية، وهي الظاهرة التي يتوجب على اللحن أن يكون متقاطع أو متباين، ليكون ملزماً في تمثيل التعقيد بالمزوجات البنائية اللحنية المتصاعدة في التعبير والتي يمكن ان تنتحل شخصية إسهام المتلقي في التعاطف مع الأكثر والاقرب الى واقعية المنطق، والخير، ومن البديهي أن لا يتقاطع الانسجام عند المتلقي، بسبب التعقيدات الفكرية في الصراع اللا منطقي، الذي يشنت ذهنية الجمهور، فيفقد الثقة بالفكرة الشاملة، وعليه يجب ان لا يكون الصراع غامضاً تحت الرمزية الغير مفهومة، وفي جميع الظروف، من المهم أن يكون دور الموسيقى دوراً يساعد على تبسيط اللبس في توصيل المضمون بشكل متكامل ومباشر.

أن الفكرة المسرحية لا تتضح الا من خلال الموسيقى المصاحبة لها، لتساهم في تفسير وإيصال النص الى الجمهور ليتسنى لهم الفهم والاستيعاب، كما تتأسس الفكرة الكاملة للعرض المسرحي من خلال عدداً من التمازجات الحوارية التي تكمل بعضها البعض، وهي الوسيلة الرابطة فيما بين الاحداث والمشاهد لتوضيح الجوانب العامة بمختصرات مفهومة ذات فعالية لتوصيل المعنى الى المتلقي، وهنا وفي الغالب يتم الاستغناء عن الحوار في حالة وجود الثيمات الموسيقية التي تعبر عن المواقف والاحداث، وأحياناً مزج الموسيقى الثانوية ب(الباكراند)، مع حوار الشخصيات، للتعبير والتقريب عن مضمون الأفكار الثقافية والاجتماعية والإنسانية، بحيث ينسجم اللحن الموسيقي ببساطة الطرح الذي يبتعد عن التعقيدات اللحنية، وخاصة في المسرح العراقي الذي يتجه في تركيباته الحوارية الدرامية الى توظيف اللغة الفصحى، واللهجة الدارجة أحياناً، كون اللغة العربية الفصحى، هي لغة القران الكريم واللغة القومية لوطننا العربي، وهي لغة الادب الذي يتناسب مع ذهنية العقل الطبيعي، القادر على فهم المصطلحات المشتركة في الفهم. فتتميز اللغة العربية الفصحى، بقدرتها على نقل الصور الاجتماعية ومواقفها المختلفة بطريقة جلية وواضحة تثير في النفس مشاعر اللفة والتقبل والغبطة وخاصة اذا كانت المسرحية تعالج قضية اجتماعية، فمن المناسب ان يتوافق الحوار وجو المسرحية العام مما يساعد في تقديم صورة صادقة وتصوير حي للبيئة والشخصيات ومختلف الحالات النفسية، وكذلك اذا اردنا ان نقدم الموسيقى ضمن اطار درامي وضمن موضوع المسرحية، فنحن حينما نتناول الكلمة البسيطة قد نستطيع صياغتها بالألحان الخالية من التعقيدات والتركيبات التي ربما قد لا يتقبلها المتلقي، ولا يغيب عن الذهن. من خلال الطابع السردى للمناخ العام وديناميات العرض المسرحي، يتولد الطابع التناغمي بين المتلقي والفكرة التي ترتبط بموضوعية التدرج للأحداث المتمازجة مع كل العلاقات الجمالية لإنشاء مناخ نفسي أقرب الى الحقيقة، فالمشتركات مع عناصر الاخراج والعناصر التكميلية الأخرى، والموسيقى هي من أساسيات ذلك التماسك والتداخل، لخلق الشكل الفني المتكامل المقبول من قبل الجمهور.

فالموسيقى بقدرتها العالية، تستطيع للإيحاء بالجو العام لأنها معنية بالتعبير المرتبط بالموضوع، على سبيل المثال، ما حققه المؤلف الموسيقي الروسي (ريمسكي كورسakov*) ان يمنح موسيقى (شهرزاد)

(*) (ريمسكي كورسakov 1842-1909): مؤلف موسيقى روسي، كتب سمفونية (شهرزاد)، التي تستمد الحانها من قصص (الف ليلة وليلة).

ذلك الجو الشرقي دون استخدام الآلات الموسيقية، فهو تعبير عن روح الشرق وجماله الأخاذ، وللمخرج دور كبير في خلق الجو العام للعروض المسرحية، من خلال استخدام الموسيقى والأغنية كوظيفة درامية مرتبطة بالحدث المقدم والمفعم بعنصر التشويق ليحقق من خلاله الغرض المطلوب في الإثارة وسُدَّ الانتباه للعرض المسرحي، إذ انه يعمل على الوصول الى فهم الاحداث بشكل افضل، وتوضّح امامه جميع ما يدور في المسرحية، بحيث يستطيع لوحده ان يعطي النتائج والأسباب، كما انه يتولد من خلال وقوع كل حدث درامي جديد في حياة الشخصيات، مما يستدعي لوجود جوّاً جديداً، وهو حالة من حالات التعبير في الموسيقى التي تقوم مقام اللغة في بعض الاحيان. (Zaid , 2003, p. 12) ومن خلال هذا الترابط السردي المعرفي فيما بين الموسيقى والمسرح، ترى الباحثة، أن الموسيقى عنصر تكميلي مهم، بل هو في بالغ الأهمية، إذ يساهم في ترجمة مختلف الطقوس المسرحية، وتقريب الأدوار والنصوص والشخصيات الى الجمهور.

أسباب الثابت والمتغير في موسيقى المسرح

تُعدُّ الظاهرة الموسيقية في المسرح، من أولويات الوسائل التشويقية للمتلقي، فهي تُسهّل عملية التقريب والتماسك والتجانس المتكامل في العرض المسرحي، وانطلاقاً من هذه الأهمية، تبدأ الملامح الصوتية تتغير وفق متطلبات الفكرة والنص والشخصيات، وهذا التغيير هو بمثابة الاجتهاد في ضرورة اختيار الأكثر ضرورة في تنصيب الصورة، علماً أن المتغيرات التي تطرأ على موضوعة الموسيقى المرافقة للمسرح، هي متغيرات ذوقية أولاً، ومتغيرات عقلية ثانياً، وكلتا السببين هما من عوامل الحاجة الانفعالية والتعبيرية في تأسيس الجمل اللحنية المتناسقة مع الفكرة.

أن موضوع (الثابت والمتغير)، يشترك في جميع الفنون والدراسات ومجالات الحياة، كونها تترجم الأنا والآخرين، من خلال تحرير النفس وإطلاق معنى الحرية في تشذيب عدداً من الاختيارات، والرميزات الدلالية، في تركيب الظاهرة الأكثر قرباً من الانسان جمالاً وتفكيراً، وتفسيراً للظواهر الحية السائدة بين الافراد والجماعة، وهنا يشتغل المؤلف الموسيقي حسب المستوى الاستيعابي والعقلي للمجتمع، لينتقل من صفة التكرار والثبات، الى الخروج وتحرير عدداً من الوظائف والاتجاهات التأثيرية، وعدداً من المؤثرات، وانماطاً من القوالب والاشكال الموسيقية، واشراك ظاهرة التمزيجات النوعية للأصوات المتوافقة، والغير متوافقة،.. الخ، ذلك يعتمد على إمكانات المؤلف الموسيقي، وقدراته ورغباته في التغيير، الذي يزيح عدداً من المسالك الموسيقية الثابتة، وهنا ليس المقصود بثبات المرتكزات الأساسية مثل: (السلم الموسيقي، القالب الشكلي، الوظائف او الرموز التعبيرية، التباين الصوتي الثنائي أو أكثر،... الخ)، ومع كل تلك الدوافع لا بد من وجود دواعم أساسية تؤكد على فكرة تأسيس المتغيرات مثلا، وجود (اللغة والنص)، التي تعتبر من أولويات العناصر المساهمة في تغيير فكرة انتاج (اللحن)، فمن خلال نوع اللغة، يتوجب تأسيس الفكرة الموسيقية التي تنسجم مع مضمون اللغة المستخدمة، كونها تمثل الشخصية اللحنية الأكثر تعبيراً وتفسيراً، ومن ضمن طبيعة اللغة، فللنص دور أيضا في بناء الفكرة والمساهمة على تبويب التغيير، وهنا نعني باللغة النصية للحوار ضمن مشاهد العرض المسرحي، أو ضمن اطار استعمال النص الشعري في توظيفه ضمن مشهد غنائي، بل حتى يدخل التغيير في وضع لمسات صوتية تنسجم مع بعض الألفاظ مثل (الأنين، والهيممة، والصراخ، والأهات... وغيرها)، بمعنى ان هناك مجموعة من الرميزات الصوتية الخالية من الحروف، ولكنها تعني بدلالة

نفسها وطريقة إصدارها، فتنتحل بديلاً أو مزجاً موسيقياً يتعدد بالتغيير التعبيري والقصدي في ترجمة الصورة المسرحية.

التغيير والخروج عن ثبوتية المتكرر، بما يتلاءم مع الدافع الشخصي، التنافسي، عندما ينتقل المؤلف الموسيقي في تحديد الحالة المسرحية وتحويلها من تمثيل الى أكثر تقارباً من الواقعية، من خلال تسخير تلك الابداعات والأنشطة الدماغية في صناعة الاجمل والأكثر تعبيراً، فينتج التغيير جراً بما تحتاجه النفس في رفع المعنى والاندفاع عند (الجندي، والرياضي)، أو رفع هورمون السعادة عند الطفل، أو تفسير بعضاً من المعلومات الفيزيائية، أو الأخلاقية، أو الإنسانية، ضمن التغيير اللحني التعليمي المسرحي، بالأطر المتناسقة ذات الهدف الاسمي والأكثر قرباً من الجمهور.

تُعد مسألة التأثيرات والتبادل المعرفي والثقافي (بيئياً ومعلوماتياً) الأكثر تسبباً في انتشار (المتغير) الموسيقي المسرحي، فالتأثيرات الخارجية اللحنية والايقاعية والمسرحية، تتسبب في زيادة التلاقح والتجديد، والاكتساب في المعنى الجمالي الأكثر تعددية لهندسة الحقائق الحياتية، باتجاه الاعتدال والموضوعية، ومن المؤكد أن هناك حاجات اخرى تشترك في تغيير موسيقى المسرح بواقع متجدد ومقبول عند المتلقي، من خلال تقنيات واداءات جديدة، تحتاج الى إمكانات وطاقات موسيقية جيدة، وكذلك الحاجة لتأسيس الفرق الموسيقية، والاوركسترالية، كي تسهل الحالة الإبداعية وكتابتها ضمن المناخ المتمثل في تقديم الابداع للمتلقى بأجمل صورة.

موسيقى العروض المسرحية في قسم التربية الفنية

يُعد (قسم التربية الفنية في كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد)، من الأقسام العلمية التي تُنتج سنوياً عدداً من المشاريع المسرحية الناضجة، كمنشآت سنوي احترافي لبعض الأساتذة المحبين للمهنة والفن المسرحي، أو كمشاريع تخرج الطلبة، لعددًا من المسرحيات، المتعددة والمتنوعة في المواضيع، والأنماط الجادة في غالبية نشاطها، رغم أن البعض منها يحمل بين مفاهيمه المجازية صوراً موضوعية، تُعبّر عن الطبيعة الإنسانية وسلوكيات الحياة الاجتماعية، فتشتغل على تطبيق الزوايا العلمية والمنهجية والتكنيكية، مضافةً إليها ذلك الهدف العام، الذي يرسم ترجمة الحالة التي هي بحاجة الى أرشفة ونقد وحلول، ضمن الغاية الأهم في هذه البيئة الإنسانية تحت عنوان العلم الممنهج.

كما تُعد هذه المشاريع السنوية لخريجي طلبة القسم، أنشطة ناضجة، يشترك فيها أحياناً عدداً من أساتذة القسم، لنشاهد مهرجان كبير، أو معالم مسرحية مختلطة بين الطالب والأستاذ، وفي غالب الأحيان، يُشركون خبرات أخرى من قسم الفنون الموسيقية، ليساهموا في إكمال المشهد الجمالي في كتابة النصوص الموسيقية لهذه الاعمال، لاستقبال نُضج من التكامل في الإخراج، والنص، والموسيقى، وعموم الأدوار، ليجلس الجمهور الذي يشمل مزيجاً من الشخصيات المهمة والمتخصصة، جمهور متذوق وآخر ممتن، ليكون مزيجاً أو خليطاً من مختلف البيئات الذوقية، هي تترقب لتعطي رأياً أو تقييماً ضمن منصة التذوق الصوتي والصورى، وتحديد المقاييس الجمالية ضمن التركيب والتحليل الادائي، بين مختلف العلاقات التوظيفية، في مناخ فكري منطوق، في جميع تلك المتناثرات الجمالية، فبعضاً منها ضمن منصّة التغيير والتجديد، والخروج عن المتكرر في جذب المتلقي، من خلال تلك الممزوجات الطبيعية من الاصوات، وبين البناء اللحني

المتناول والموجود في بيئات مطروحة، ولربما يكون دور المتلقي كبير الى حد ما عندما يحدّد تلك الملامح الموسيقية وترجمتها للأفكار المسرحية، وهي تعود الى الأصول والقيم والعادات والتقاليد، "لذلك انصبت جهود الباحثين والنقاد علمياً وبحثياً على كشف أسرارها الموسيقية وتدارس ابعادها التي تجتمع تباعاً بخصائص اللغة والعلم والصناعة والفن، لذلك فهي واكبت نموّها على مر العصور في تدرج يتماشى مع نضج المجتمع من خلال تفكيره وتطور احساسه بالجمال والتذوق". (Al-Qattat, 2006, p. 9) فمن الصعب تغيير تلك الثوابت كي لا يأخذ الموضوع منحة ثانية، ليكون خارج المنطق البيئي والأخلاقي في استقراء الحالات العامة، فتلك الصراعات لها واقع ملامس للحقيقة ليثير الجمهور في الجمهور رغبة الانسجام والعيش مع العرض، بحسب التقنيات الادائية التنغيمية التي توصلنا الى معاناة موجودة فعلاً، (كالأحزان أو الإفراح أو الخوف، وغيرها)، وصولاً الى فهم الطباع والصور الحيّة التي تأخذ الجمهور بانسجام الى معاني تشترك بطبيعة الانتماءات الإنسانية والبيئية والأخلاقية، التي ترتبط بسلسلة الوعي الإنساني وتحديد مشتركاته الحياتية مع الأخر.

إن المشتركات الجمالية التي تتركب فيها الموسيقى مع المسرح، قد تشترك بين الأبعاد الحسيّة بعدد من العناصر، أهمها النمط اللحني للسلم الذي يتناسب مع مفهوم الفكرة والنص وعدد الشخصيات، وكذلك، النمط الايقاعي، وتحديد النبرات القياسية في العدد الزماني للمشهد، والقيمية القياسية للسرعة المناسبة بما يلاءم موضوعة الجملة وطولها، بالإضافة الى العناصر الذوقية، التي تعتمد على طروحات الشخصية والأسلوبية للمركبات التي يعتمدها تلك الوظائف الدينامية التي تضيف للموضوع (حركة مثالية) من التأثيرات ثانياً العمل، فلذا (الفتراتو، والاباجاتورا، والكريشانودو، والديمنونودو، والكليساندو،...الخ)، هي مساهم فعال لرسم موضوع يحتاجه التقارب الصوتي مع ماهيّة الفكرة التعبيرية.

فهناك عدداً من المشاريع التي قُدمت خلال السنوات (2015-2019) مثلاً:

- 1- مسرحية (صراع الاضداد- 2015م)، تأليف وإخراج: (براق السيد)، تمثيل: مجموعة من طلبة المرحلة الرابعة في قسم التربية الفنية، وهي احد عروض مسرح الطفل التي عُرضت على خشبة المسرح التعليمي في قسم التربية الفنية.
- 2- مسرحية (حقيبة نوفل- 2015م)، اخراج (عمار أحمد)، تقديم طلبة قسم التربية الفنية.
- 3- مسرحية (سفينة ادم- 2015)، هي مسرحية تراجمية من إخراج (د. ياسين الكعبي) وتأليف: (علي عبد النبي الزبيدي)، وتمثيل: (خالد احمد مصطفى، شذى سالم، بسمان عتيشا)، ومجموعة من طلبة قسم التربية الفنية.
- 4- مسرحية (احدب نوتردام- 2016م) تأليف: (فيكتور هيجو)، إخراج وتمثيل: مجموعة من طلاب قسم التربية الفنية.
- 5- مسرحية (اوبريت (انا العراق- 2016م)، من المسرح التراجمي، تأليف وسيناريو: (د. ميسم هرمز)، وإخراج: (د. ياسين الكعبي)، تمثيل: (خالد أحمد مصطفى)، ومجموعة من طلبة قسم التربية الفنية.
- 6- مسرحية (رشيقة وهلول- 2016م)، اخراج (أحمد صلاح)، تقديم طلبة قسم التربية الفنية.

- 7- مسرحية (انا الأقوى-2017م)، وهي مسرحية تراجيدية، إخراج (د. ياسين الكعبي)، تأليف: (سترنبرغ)، تمثيل: (فائزة احمد، وقيصر كامل، وميس ليث)، عُرضت على خشبة مسرح الورشة في قسم التربية الفنية.
- 8- مسرحية (حكيم الغابة- 2017م)، تأليف: (علي جواد الركابي)، إخراج: (صفاء الناشئ)، تمثيل: مجموعة من طلاب قسم التربية الفنية، وهي من ضمن فعاليات مسرح الطفل في قسم التربية الفنية.
- 9- مسرحية (الأسد المدلل- 2017م)، إخراج (براق السيد)، تقديم طلبة قسم التربية الفنية.
- 10- مسرحية (الديك صباح- 2017م)، تأليف وإخراج: (حسين علي هارف)، تمثيل: مجموعة من الطلبة المتخرجين بالاشتراك مع (خالد أحمد مصطفى، والدكتور كريم الرسام، والملحن سامي هيال)، من المسرحيات المقدمة للطفل.
- 11- مسرحية (حرف- 2018م)، تأليف وإخراج: (محمد علي عودة)، تمثيل: (قيصر كامل، ريام مروان، نورس عبد العظيم، الحسين علي)، مسرحية تراجيدية قُدمت في المهرجان السنوي لقسم التربية الفنية.
- 12- مسرحية (المعدة- 2018م) إخراج (مروج جبار كاظم)، تقديم طلبة قسم التربية الفنية.
- 13- مسرحية (ستريتيز- 2018م)، تأليف وإخراج وتمثيل: (قيصر كامل، بسام عباس)، هي مسرحية تراجيدية، عرضت في الهواء الطلق، في قسم التربية في سنتر الكلية.
- 14- مسرحية (من يقتل من 2018م)، تأليف: (د. ياسين الكعبي)، تمثيل وإخراج: (صفاء الناشئ).
- 15- مسرحية (مساء التأمل- 2019م)، إعداد وإخراج وتمثيل مجموعة من طلاب قسم التربية الفنية، وتعتبر من المسرحيات التعليمية.

ومن خلال تتبع الباحثة لغالبية هذه المسرحيات، وجدت ان مساهمة الموسيقى في حالة صراع مع الذوق والانقلابات الفكرية والتنوعية، فهناك من يعتلي ظاهرة الثبات ممن يشتغلون على تأليف الموسيقى التصويرية والمسرحية، والتمسك بموضوع الماضي (القديم)، انسجاماً مع الوعي والثقافة العالقة والمتمسكة بما يتناسب ويتوافق ضمن اطار (الذكريات) عند البعض من المتذوقين، واشتغال الذاكرة مع فكرة التراث والحفاظ على الماضي، والالتزام بثبوتية الإحساس الموسيقي، فالبعض يضع النصوص الغنائية، وأحياناً استخدام الأغاني التراثية والمتداولة في تقريب الصورة المسرحية، "لأن الموسيقى أحياناً تقف عاجزة عن التعبير عن أي معنى أو أية عاطفة، فالموسيقى الشرقية لا تملك بذاتها أية قدرة تعبيرية، وإنما تكاد تجربتنا الموسيقية كلها تنحصر في الأغاني وحدها، فإذا بحثت عن موسيقى خالصة فلن تجد إلا محاولات بدائية قصيرة، لا تعبر عن شيء، وليس لها شأن يذكر بجانب الأغاني، ولا تؤثر على الجمهور أدنى تأثير". (Al-Rawani, 2014, p. 11) وهناك من يعتلي ناصية التجديد والمعاصرة من المؤلفين الموسيقيين ليبادروا في تقديم كل ما هو جديد، لا يشبه الماضي بأي صلة، وهناك مجموعة من المؤلفين والمتذوقين في الموسيقى، يمتلكون صفة الحيادية في مزج مختلف المعارف الفنية، والخروج بجماليات موسيقية لا تتسبب في تشويه الماضي، بل في وضعه بمقام يتناسب مع الفكر المعاصر ليكون أكثر قرباً منهم.

الفصل الثالث – إجراءات البحث

منهج البحث:

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي الذي يقوم على تحليل ونقد الظواهر المشتركة فيما بين (الموسيقى والمسرح) لتحقيق هدف البحث.

مجتمع البحث:

ويشمل مجموعة من المسرحيات التي تم عرضها في (كلية الفنون الجميلة، قسم التربية الفنية) والذي بلغ عددها (7) مسرحيات، وهذه النماذج هي ضمن حدود البحث الموضوعية والمكانية والزمانية وهي:

- 1- مسرحية (سفينه ادم- 2015م).
- 2- مسرحية (احدب نوتردام- 2016م).
- 3- مسرحية واوبريت (انا العراق- 2016م).
- 4- مسرحية (انا الأقوى- 2017م).
- 5- مسرحية (حرف- 2018م).
- 6- مسرحية (ستريتيز- 2018م).
- 7- مسرحية (من يقتل من 2018م).

عينة البحث:

اعتمدت الباحثة (الطريقة العشوائية) لاستخراج نموذج واحد للتحليل كعينة للبحث، وقد تم اختيار مسرحية (سفينه آدم) تأليف (علي عبد النبي)، إخراج (د. ياسين إسماعيل)، التأليف الموسيقي (د. صالح الفهداوي).

أداة البحث:

اعتمدت الباحثة (المنهج الوصفي) الذي يقوم على تحليل ونقد الظواهر الموسيقية في تفسير مضمون مواضيع البحث الرئيسية، وفق معيار وصفي لكل موضوع ونتائجه في الجانب التحليلي للبحث.

التحليل الوصفي ونتائجه

النموذج

العنوان: (سفينه آدم- 2017م).

تأليف: (علي عبد النبي).

إخراج: (الدكتور ياسين إسماعيل).

التأليف الموسيقي: (الدكتور صالح الفهداوي).

بطولة: (الدكتورة شذى سالم)، بدور (حياة).

(الفنان خالد أحمد مصطفى)، بدور (حبيب).

(الفنان بسمان اتاشي)، بدور (آدم).

المسرحية بطول (ساعة و12 دقيقة)، عُرضت في قسم التربية الفنية، وبعدها تم عرضها على المسرح الوطني سنة (2015م)، ضمن أنشطة قسم التربية الفنية، هي تتناول الظاهرة البيئية بطريقة مجازية فلسفية، تحمل بين مشاهدتها وتنقلات صورها المترابطة، أفكار من الواقع، منها اجتماعية، وسياسية، وعاطفية، وانسانية، فالمتلقي يتنقل بين تلك الرموز الجمالية وتعليقها وتركيبها على نحو أكاديمي احترافي من خلال تلك الشخصيات التي تؤدي ثلاث أدوار أساسية للحوار وهم: (حياة)، و(حبيب)، و(آدم)، وانطلاقاً من هذه الفسحة الوصفية لهذا العمل يبدأ:

1- من خلال المشهد الأول، مناخ غرائبي (عممة) في منتصف المسرح، تحتها مجموعة من الشباب، بحدود (عشرون شخصاً)، وهم يقومون بأداء أغنية عراقية: (أنة من أشوف هواي ...)، هم يؤدونها بعشوائية وكأنه كابوس من الفوضى، حيث تم توظيف هذا البناء اللحني المتناسق الى (فوضى ونشاز)، والمعنى الاخر للصورة المُشَاهَدة.

2- تدخل (حياة) بصوت عالٍ ومفاجئ في اسكات تلك الدوامة من الأصوات التي غيّرت الحقيقة الى ظاهرة مرفوضة، وتستمر بالحوار الفصيح المتناسق، ولكن الموسيقى هنا ترافقها آلة موسيقية واحدة (الجوزة).

3- يدخل (آدم) بالتواصل مع آلة (الجوزة) كتراث موسيقي مع الحوار بين (آدم)، و(حياة).

4- في الدقيقة (16)، تتغير الظاهرة الكاملة الصورية والصوتية والموسيقية، لدخول أجواء جديدة عبارة عن ضربات موسيقية، ثم يتحول لمزيج من الأصوات المتناثرة والمتعددة النسق، أصوات لحنية ممدودة، مع مؤثرات وضربات من التركيبات اللا لحنية، لتشكل مجردات صوتية تتطابق مع حوار (حياة) وعندما تبدأ بالقول: (أنا أمراه معجونة بالوفاء).

5- في الدقيقة (23)، دخول موسيقى من نوع جديد مع كلمة (العشق) بصوت (حياة)، بتناسق جيد، ضمن حركة (حبيب) وهو يفجر البالونات.

6- في الدقيقة (26)، دخول جديد بنمط متكرر مع حوار (حياة) وهو يقول: (زوال مدينتنا من خارطة الكون)، ثم دخول صوت أحادي (الآلة الجوزة) في الطبقة الغليظة في سلم (النهاوند)، تناسق متوافق مع النص وزوال (الحب) وانتشار الموت والدم، والعودة الى أغنية (أنة من اشوف هواي ...).

7- في الدقيقة (34) يبدأ الرقص على موسيقى اسبانية، ومع الكيتار الاسباني يوجد مزيج لصوت (آلة المطبج) للرقص الجوبي.

8- في الدقيقة (40)، انتقاله عند دخول نوع من الترنيمه الممزوجة بين (الطقس المسيحي، والمناقب النبوية، والموال الدنيوي)، بناء تكويني لحنى متجدد يترجم الحالة بين (الموت والحياة)، في سلم (البيات).

9- في الدقيقة (42) عند قول (حبيب)، (إنهم لا يستنشقون دخان العبوات الناسفة)، موسيقى الأرواح (تمازج هارموني) شفاف، موسيقى مع أهات لأصوات نسائية.

10- في الدقيقة (45)، دخول جديد لآلة العود في سلم (الكرد)، ارتجال حر، مع أصوات طيور النوارس (مؤثرات طبيعية)، يمثل الشهيد الذي يتخيل انه يطير.

- 11- في الدقيقة (47) دخول (آلة الطار) ضربات في الطبقة الغليظة مع (آلة الناي)، ضمن حوار (الميت مات)، وتستمر موسيقى الناي في سلم (البيات الهجين) وهو يشبه الموسيقى الاحوازية، ليصاحب حوار مليء بالنقد والعتب للواقع الحياتي المؤلم.
- 12- في الدقيقة (55)، ظهور آدم، مع ضربات إيقاع غير موزونة.
- 13- في الدقيقة (57)، موسيقى اشبه بعواء هادئ، مع نص (حبيب) وهذيانه، (الميت مات).
- 14- في الدقيقة (60) موسيقى للناي مع حوار (الحب..العشق).
- 15- في الدقيقة (64) موسيقى مراسيم الاستقبال، توظيف مناسب للمشهد، الميت يكتب قران (حبيب على حياة).
- 16- في الدقيقة (67) أصوات أمواج البحر وممزوجات ايقاعية توجي للقلق والخوف من اقتراب الطوفان.
- 17- في الدقيقة (69) متداخلات ومؤثرات صوتية توجي للطوفان.
- 18- في الدقيقة (71) الذروة، وموسيقى الختام.

الاستنتاجات

- 1- أن بداية العرض والدخول بأغنية (آنة من أشوف هواي ...)، قامت المجموعة بتريديها بعشوائية، وهي ترسم كابوس من الفوضى، تم توظيف هذا البناء اللحني (الثابت) في نسقه اللحني المعروف، وأستطاع المؤلف الموسيقي بتقريب صورة المشهد للمتلقي عندما قام بتحويل اللحن الثابت الى متقاطعات صوتية تحمل صفة التغيير في رسم صوتي لحني يحمل صفة (الفوضى والنشاز)، وتحقيق المعنى الآخر للصورة وللمُشاهدة.
- 2- استغلال صوت آلة (الجوزة) استغلالاً مناسباً في سدّ لحظات الصمت التي صنعتها (حياة) بصوتها المنفعل والمفاجئ في اسكات تلك الجوقة المتشابكة في الأداء، ولربما نجد المتغير في كسر ذلك الاسترسال، وتغيير ذلك الكابوس الى الواقع، بصحوة ذلك التفاعل والطرح الأحادي، ليعيد ثبوتية وصف اللحن (آنة من أشوف هواي ...) الى هدفه ومساره الاساس وهذا ما يحاوله فريق العمل في تأكيد مادة التشويق للمتلقي، وهكذا تستمر (حياة) بحوارها الفصيح المتناسق، لترافقها آلة (الجوزة) التي تعتبر مصاحب تكميلي وجمالي لطول الحوار.
- 3- عند دخول (آدم) من عمق المسرح، بصوته الموزون، تم ملازمته بالربط الموسيقي مع آلة (الجوزة)، وهو استغلال بيئي كثرث موسيقي، كون البيئة الظاهرة في تكاملية المشاهدة وحوار بين (آدم)، و(حياة). عندما تدخل أجواء أخرى في ضربات موسيقية ضمن متغير آخر، يتعد عن التقليد والتكرار في تلازم تلك الصفات ايقاعية المتناسقة وتحويلها الى تعبير آخر، فيه معنى آخر، وهي التغيرات الصوفية التجريدية.
- 4- الاستفادة من تغيير الظاهرة الكاملة الصورية والصوتية والموسيقية، وتقريبها من ذلك المزيج الصوتي المتناثر، هي أصوات لحنية ممدودة، مع مؤثرات وضربات من التركيبات اللا لحنية، لتشكل مجردات صوتية تتطابق مع حوار (حياة) وعندما تبدأ بالقول: (أنا أمراً معجونة بالوفاء)، تلازمها صحبة من

- التكوينات اللحنية المتغيرة في تكوينات جديدة غير واقعا الأصلي، أي تحويلها الى مجموعة من العشوائيات الهادفة في مسايرة حركات وحوار وتعبيرات المشهد.
- 5- المتغير الآخر في ذلك النسق المتطابق فيما بين موسيقى (العشق) بصوت (حياة)، وحركة (حبيب) عندما صار يفجر البالونات، ضمن حدود النسق الموسيقي، فهذه الحركة تحمل فكرة حوارية ذات معنى دلالي وعقلي غير متكرر.
- 6- وجود تناسق توافقي مع حوار (حياة) وهي تروي سرداً في زوال (الحب) وانتشار الموت والدم، والرجوع الى أغنية (آنة من اشوف هواي ...)، بنمط متكرر مع حوار (حياة)، وكذلك تداخل حوار (حبيب) وهو يقول (زوال مدينتنا من خارطة الكون)، وتوظيف (آلة الجوزة) في سلم (النهاوند).
- 7- متغير واضح عندما أستفاد المؤلف الموسيقي من موسيقى اسبانية، ومع الكيتار الاسباني، ليبدأ (حبيب) و(حياة)، الرقص على صوت (آلة المطبج) للرقص الازدواجي بين الطابع الاسباني والطابع الشعبي، فقد أستطاع المؤلف في دمج الثوابت التي تتمثل (بالمارش الاسباني)، و(الدبكة الشعبية العراقية)، ليمزجها ويخرج بمتغير جديد ملفت للنظر، ليخرج من تكرار التناسق السردى داخل العرض المسرحي.
- 8- المتغير الجمالي الآخر في تلك الأنتقاله عند توظيف عدداً من الثوابت وهي ضمن (الطقس المسيحي، والمناقب النبوية، والموال الدنيوي)، في تصميم لحنى ونوع من الترنيمه الممزوجة تترجم الحالة بين (الموت والحياة)، وهي في سلم (البيات).
- 9- توظيف موسيقى الأرواح، وهي عبارة عن تصميم لتمازج هارموني شفاف، موسيقى مع أهات لأصوات نسائية، عند قول (حبيب)، (إنهم لا يستنشقون دخان العبوات الناسفة).
- 10- توظيف آلة العود في سلم (الکرد)، كارتجال حر، مع أصوات طيور النوارس (مؤثرات طبيعية)، وهو يمثل الشهيد الذي يتخيل انه يطير، وهذا يعني هناك تناسق تعبيري فيما بين الثابت عند آلة العود، وهو يضع له سرداً آخر مع أصوات طيور النوارس.
- 11- دخول (آلة الطار) بضربات في الطبقة الغليظة بالتوازي مع (آلة الناي)، ضمن حوار (الميت مات)، واستمرار موسيقى الناي في متغير جديد والاستفادة من سلم (البيات الممزوج في الحجاز)، وهو أشبه بالموسيقى الاحوازية، ليصاحب حوار مليء بالنقد والعتب للواقع الحياتي المؤلم، وهو تزواج فكري مناسب مع صفة المشهد.
- 12- ظهور آدم، مع تلك الضربات من الإيقاع غير الموزونة، وفيها مناخ محون بالخوف والقلق لاقترب ساعة الطوفان.
- 13- موسيقى ضمن المتغير التشبيهي بعواء هادئ، مع نص (حبيب) وهذيانه، (الميت مات)، فيها مزيج من التقنية الجمالية لوصف المشهد.
- 14- موسيقى للناي مع حوار (الحب..العشق)، توظيف ذلك السلم الموسيقي الاحوازي، تعبير متناسق مع النص.

- 15- جرأة الاستفادة واستغلا موسيقى (مراسيم الاستقبال الرئاسي)، وهو توظيف مناسب للمشهد، عند ساعة عقد قران (حبيب على حياة) من قبل الميت.
- 16- توظيف أصوات أمواج البحر وممزوجات ايقاعية توجي للقلق والخوف من اقتراب الطوفان، مؤثرات طبيعية، وتأملات متطابقة مع تحقيق الجانب المتجدد في تقريب نهاية الظاهرة المسرحية وختامية العرض.

التوصيات: توصي الباحثة:

- 1- العمل على توثيق الأعمال المنتجة للموسيقى التصويرية المستخدمة في العروض المسرحية لقسم التربية الفنية.
- 2- إجراء دراسات وأبحاث وفق التنوع الموسيقي، والتقارب التأليفي والتعبيري للمسرح.

المقترحات:

تقترح الباحثة:

- 1- إقامة ورش وندوات متواصلة في موضوع الثابت والمتغير لموسيقى المسرحيات المعروضة في قسم التربية الفنية ومختلف مجالاتها الأخرى، الكوميديّة والتراجيدية.
- 2- الاستفادة من المراكز التعليمية الموسيقية، في تطوير ثقافة صناعة كل ما هو أقرب للتجديد من موسيقى المسرح.

References:

1. A. M. (1974). *Introduction to Iraqi Music*. Baghdad, Iraq: Ministry of Information ,Freedom House for Printing.
2. Al-Qattat, M. (2006). Music in its Social and Cultural Context , Volume 5, Issue 1. *Jordan*.
3. Al-Rawani, H. (2014). The Plight of Oriental Music, an article published in Al-Hiwar Al-Mumtadan Magazine, Issue (4621).
4. Aristotle. (1977). *The Art of Poetry*. (I. H., Trans.) Cairo, Egypt: The Anglo-Egyptian Library.
5. Frank. (1970). *Introduction to the Performing Arts*. (K. Y., Trans.) Cairo: House of Knowledge.
6. J. P. (1990). *The Philosopher and the Art of Music*. (A.-R. Chalabi, Trans.) Baghdad: Al-Ma'mun Series, Freedom Press.
7. Lange, P. H. (1985). *Music in Western Civilization from the Era of the Greeks to the Renaissance*.
8. N. A.-A. (1958). *The Science of Play*. (D. K., Trans.) Cairo: Literature Library.
9. Nassif , A. A. (2006). Preparing musical models and employing them in teaching the subject of mime (unpublished MA thesis). College of Fine Arts, Iraq: University of Babylon.
10. R. I. (1997). *A psychological vision in art*. Baghdad: General Cultural Affairs House.
11. R. R. ((D.T)). *The Drama Theory from Aristotle to the Present*. Cairo: The Anglo-Egyptian Library.
12. Rashid, S. A. (1988). *Music in ancient Iraq*. Baghdad, Iraq: Ministry of Culture and Information ,General Cultural Affairs House.
13. S. A. ((d-t)). *Director of Contemporary Theater*. Kuwait: World Knowledge Series 19, National Council for.

14. Sawwaf, M. K. ((dt)). *History of Musical Life*. Syria: The House of Arab Awakening.
15. T. H. (1990). *History of the Musical Arts from its inception until the end of the sixteenth century, Part One*. Baghdad: House of Wisdom.
16. T. Y. (1970). *History of World Music*. (S. El-Khouly, & M. G.-R., Trans.) Cairo, Egypt: Dar Al-Maarifa.
17. W. H. (2018). Gestalt theory and its applications in rural lyrical forms. *Academy Magazine, Issue (87)*.
18. W. M. (1979). *In Theatrical Art Part 1* (Part 1 ed.). (S. S., Trans.) Beirut: Dar Al-Farabi.
19. Z. S. (2003). *he Theatrical Function of Music in Iraqi Children's Theatrical Performances* (an unpublished MA). Baghdad: University of Baghdad, College of Fine Arts.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/253-272>

The Constant and Variable in Theatrical Shows Music for the Department of Arts Education

Marwah Shakir Ridha AL- Shaibani¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 21/10/2020.....Date of acceptance: 1/2/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract

This study is concerned with the topic of the constant and the variable within the artistic theatrical phenomenon and specifically the accompanying music for the movements, scenes and dramatized idea, which translates the Iraqi environments (the serious ones). The researcher, here, tries to determine those variables and constants as a methodological scientific study to serve the scientific and cultural institutions and contribute in settling them intellectually, and entering them in the academic environments that depend on studying the artistic associations between the theatrical science and musical science. We find that this study which addresses the topic (the constant and the variable in the theatrical show music for the department of arts education), which will deal with one of the plays that was presented in the college of Fine Arts, department of Arts Education, as a model subject to the methodological analysis, in line with the subject of the study and investigating of all its merits. The researcher adopted the descriptive method which analyzes and criticizes the musical phenomena, in order to attain the research objective based on discussing the facts and opinions about the subject of the constant and the variable in the music superimposed on the idea of the play. The research consisted of four chapters. The first chapter, the research methodological framework represented by the problem, importance and objective of the research. The second chapter, the theoretical framework represented by the following topics: A historical overview of music with theatre, importance of music in theatre, reasons of the constant and the variable in the theatre music, and the music of theatre shows in the department of arts education). The third chapter consists of the research methodology and the analysis. The fourth chapter consists of the results and conclusions, then a number of recommendations and suggestions have been put forth and finally a list of references.

¹ College of Fine Arts / University of Baghdad, marwahshakir2020@gmail.com.

تجليات الأنية والغيرية في مدارس التصوير الهندي

رشا اكرم موسى¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229
تاريخ استلام البحث 2021/1/21 , تاريخ قبول النشر 2021/2/22 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث:

تناول البحث الحالي (تجليات الأنية والغيرية في مدارس التصوير الهندي)، من خلال دراسة مفهوم الأنية والغيرية وتجلياتهما في مشاهد المنمنمات الهندية للمدة الزمنية (1625-1790م). لذا سعت الباحثة في الفصل الأول الى توضيح مشكلة البحث واهميته والحاجة اليه، فضلاً عن هدف البحث الذي تمثل بالاتي: "كيف تجلت الأنية والغيرية في مدارس التصوير الهندي" ثم ختمت الباحثة الفصل المذكور بتحديد المصطلحات التي لها علاقة مباشرة بعنوان البحث واهدافه. اما الفصل الثاني فقد تضمن عرضاً للاطار النظري والمؤشرات، فجاء متكوناً من بحثين، ثبت في المبحث الأول الابعاد المفاهيمية للانية والغيرية. اما المبحث الثاني فقد تناول الخصائص الفنية لمدرسة التصوير الهندي. ولقد اختص الفصل الثالث برصد مجتمع البحث والاداة التي شملت جمع للمعلومات، فتم اعتماد عينة منه بطريقة قصدية، وقد بلغت (4) اعمال تصويرية غطت حدود البحث باعتماد المنهج الوصفي التحليلي لغرض تحليلها على وفق محاور اداة التحليل التي اعتمدها الباحثة. اما الفصل الرابع فقد ضم نتائج البحث التي جاء من ضمنها:

1- تناولت المصورات الهندية مفهوم الأنية وتحقيقها بوجود الأخر بمنحى آخر لا يقتصر على الواقع الموضوعي الحقيقي وانما باللاوعي والاحلام، فما يشعر به الانسان ويفكر به في عقله الباطن من امنيات دفينه قد يتجسد بالاحلام ليفرز من تحقق الأنية بوجود الغير، كما في نموذج العينة (2). ومن ثم الاستنتاجات التي ظهرت من خلالها امكانية تحقيق اهداف البحث عبر الاداة التي صممها الباحثة، ومنها:

1- تمثلت الأنية والغيرية في الاعمال التصويرية لمدرسة التصوير الهندي، من خلال التعبير عما هو يحقق الذات من خلال الغير بنسب متفاوتة، فلم تتمثل الأنية بشكل مطلق ولا الغيرية بشكل مطلق.

ومن ثم جاءت التوصيات والمقترحات وقائمة المصادر والملاحق.

الكلمات المفتاحية:- الأنية - الغيرية- التصوير.

¹ كلية الفنون الجميلة /جامعة بابل, Raasha.home@gmail.com

ان مسألة (الآنية) واثبات الذات الإنسانية وتحقيقها وانحصار انانيتهما وتوقعها حول ذاتها بوجود لـ (الغير) الفاعل، وُجدت منذ وجود الإنسان الأول، ف(الله) سبحانه وتعالى عندما خلق أبونا (أدم) عليه السلام لم يتركه فرداً وحيداً بل خلق معه زوجه (حواء) عليها السلام، لتؤنسه وتعيش معه كما ورد في القرآن الكريم " وَقُلْنَا يَا آدَمُ اسْكُنْ أَنْتَ وَزَوْجُكَ الْجَنَّةَ وَكُلَا مِنْهَا رَغَدًا حَيْثُ شِئْتُمَا وَلَا تَقْرَبَا هَذِهِ الشَّجَرَةَ فَتَكُونَا مِنَ الظَّالِمِينَ" (Al-Baqara). فالإنسان كائن اجتماعي بالفطرة يربط وجوده بوجود (غير) هذا الـ (غير) هو ذات له قيمة له فكر له وجود عيني له عاطفة يتشارك بها وجدانياً مع من حوله، هذا الـ (غير) قد يكون مُحباً أو عدواً.

فالوحدة والكثرة (الآنية والغيرية) مسألة وجود الموجودات وما تحكمها من علاقات انطولوجية واخلاقية تُفَعَّل من مفهوم (الآنية) ومدى ارتباطها بـ (الغيرية) التي تقر بأن الوعي بحضور الذات في العالم لا يتم إلا بحضور (الغير). الذي يوفر كل مسوغات وعوامل انجاز الذات . فوجود (الغير) ضروري لوجود (الذات). ولقد ظهر مفهوم (الآنية والغيرية) في الفن بكافة حالاته وتمثلاته في المجتمع بمختلف مستوياته من خلال الاعمال الفنية، سواء بالتصوير أو النحت ، أو الشعر، بوصف ان الفن ينبثق من دافع انساني يهدف الى اشباع الحاجات الاجتماعية والنفسية والفكرية، وله وسيلة تتمثل في التعبير عن تلك الحاجات الانسانية ومدى ارتباطها بالغير بالوعي او اللاوعي مبنياً على الذائقة الجمالية والعاطفية والبنائية. ومن هنا كان الفن وما يزال عنصراً مهماً من العناصر الحضارية المادية والمعنوية التي تعبر عن دوافع ورغبات وحاجيات افراد المجتمع. ويعد فن التصوير الهندي واحداً من اهم مجالات الفنون التي ابدع فيها المصور الهندي في التعبير عن مساحة (الآنية) بمختلف مدياتها وأنواعها سواءً بالنواحي السياسية او الإجتماعية أو الإسطورية، ومدى ارتباطها بالغير وتحقيق ذاتها من خلاله . ومن هنا تحدد الباحثة مشكلة البحث بالسؤال الاتي: كيف تجلت الآنية والغيرية في مدارس التصوير الهندي؟ اهمية البحث والحاجة اليه:- جاءت أهمية البحث بوصفه يتعرض لدراسة وتحليل مفهوم الآنية والغيرية فلسفياً ونفسياً، وتطبيقاته بالجانب الفني التصويري، ودراسة الأطر العامة لفن التصوير الهندي من خلال دراسة الخصائص الفنية والمفاهيمية للآنية والغيرية. ومن هنا تكمن الحاجة للبحث الحالي بما يأتي:

- 1- يفيد الدراسين والمهتمين في مجال علم النفس والفلسفة.
- 2- يفيد الدارسين والمهتمين بفن التصوير الهندي على مستوى الدراسات الفنية والنقدية والدراسات الاجتماعية والتاريخية.

هدف البحث: يهدف البحث الحالي الى: "تعرف تجليات الآنية والغيرية في مدارس التصوير الهندي"

حدود البحث:

- 1- الحدود الموضوعية: تجليات الآنية والغيرية في مشاهد منمنمات التصوير الهندي.
- 2- الحدود الزمانية: ينحصر البحث الحالي بحدود (1625م-1790م)
- 3- الحدود المكانية: دراسة المنمنمات التصويرية لفن التصوير الهندي في الهند.

تعريف المصطلحات:

1- الأنية: تُعرف الأنية منطقياً- الوجود الفردي المتعين، مقابل الماهية. صوفياً- تدل على الذات العلية على انها هي هي دون حاجة الى بيان صفة، والغبية هنا في مقام الحضور والشهود (-----, 1983, p. 27). وقد تم تعريف الأنية اصطلاحاً/ بانها اصطلاح فلسفي قديم، معناه تحقق الوجود العيني (Saliba, 1982, pp. 169-171).

2- الغيرية: تعرف الغيرية بأنها: صفة ماهو غير، وتقابل الهوية. وان الذي يقابل الواحد من جهة ماهو هو هي الغيرية (1983, p. 134, -----). وجاءت الغيرية في المعجم الفلسفي بأنها مشتقة من الغير وهو كون كل من الشينين خلاف الآخر. وقيل كون الشينين بحيث يتصور وجود احدهما مع عدم الآخر. ويقابلها الهوية والعينية، وهي كون المفهوم من الشيء عين المفهوم من الآخر (Saliba, 1982, p. 134). وان الغيرية في الاخلاق، هي عقيدة اخلاقية معاكسة للأنانية، والى حد ما للنفعية. وذلك بقدر ما يرغب هذا المذهب عن الأستعانة، مبدئياً، بأي دافع اخلاقي آخر، ما خلا بحث الفاعل عن مصلحته الحقيقية. والغيرية نظرية الخير التي تضع في منطلقها مصلحة نظراننا، بصفتها هذه كهدف للمسلك الاخلاقي (Andrea, 2002, p. 48).

-الاطار النظري/المبحث الاول: الابعاد المفاهيمية للأنية والغيرية:

أ- الأنية مفاهيمياً:

1- لقد اطلق الفلاسفة لفظ الأنية على واجب الوجود لذاته، لكونه اكمل الموجودات في تأكيد الوجود، وفي قوة الوجود، ومعنى الأنية قريب من معنى الهوية لأن الهوية هي التشخيص، او الوجود الخارجي، او الماهية مع التشخيص وهي الحقيقة الجزئية. والفرق بين الأنية والماهية ان الأنية تتضمن معنى الوجود، والماهية لا تتضمنه، والفرق بين الأنية والهذية، ان الهذية تدل على ما به يكون الشيء هذا الشيء لاغيره (Saliba, 1982, pp. 169-171). والأنية هي قدرة الذات في اثبات أناها، إذ يُعرفها الجرجاني بأنها "تحقيق الوجود العيني من حيث مرتبة الذاتية"، وهي بهذا تكون المفهوم المقابل لمفهوم الغيرية، فإثبات الأنا يخضع في حدوده الأنطولوجية و الأكسيولوجية لوجود الآخر، الذي من خلاله ستتعرف الذات على أناها، وتسعى لإثباته، ومعنى الإثبات هنا أيضاً يقصد به الأختلاف والتمييز عن كل ماهو "لا أنا (Miloud, 2011, p. 38). وفي البحث عن ماهية الوجود الانساني نجد ان السفسطائية تأملوا باطن الانسان اي الطبيعة الداخلية له،(بروتاغوراس)(490-420ق.م)عبر عن ذلك بمقولته الشهيرة"ان الانسان مقياس كل شيء" فهو جعل الانسان مقياس الاشياء جميعا، اي هو مقياس وجود ما يوجد منها ومقياس لا وجود ما لا يوجد (Karam, 2016, p. 91). وهو يعني ان احساسات الفرد هي مقياس الاشياء، وبذلك قد يكون لدى الانسان الواحد في كل لحظة حقيقة خاصة، في حين ان الشيء الواحد له خصائص واحدة في الوقت الواحد (8, p. 2008, Fadolallah), وان هذا المقياس الذي يفرضه طبيعة الحياة ما بين عنصرى الخير والبشر وما اذا كان من الواجب فعل هذا او ذاك، هذا ضرورة يستدعي اتخاذ قرارات اخلاقية على الدوام، تلك القرارات التي تكون متداخلة مع التجربة البشرية التي تؤثر فيها كل ما يمر بها او يترك اثر في الوعي الانساني (80-79, 2014, Salem).

وكذلك (سقراط)(470-399ق.م) قد وجه تفكيره نحو الانسان بتركيزه على الذات الانسانية للارتقاء بها نحو معرفة الفضيلة (Esper, 2010, p. 32). وهذا ما اكد عليه في مقولته (اعرف نفسك بنفسك) اي استخراج ما بطن من صور الجمال والخير من نفسك (Athra, 1996, p. 48). اما (الكندي)(158-256هـ) يقول "ولسنا نجد مطلوباتنا من الحق من غير علة، وعلّة وجود كل شيء وثباته الحق، لأن كل ماله إنّيّة له حقيقة، فالحق اضطراراً موجود إذن لأنّيّات موجودة". ويقول (ابن سينا)(370-427هـ) "من رام وصف شيء من الاشياء قبل ان يتقدم فيثبت اولاً أنّيته فهو معدود عند الحكماء ممن زاغ عن محجة الايضاح" ويقول (الغزالي)(450-505ق.م) كذلك "الأنيّة، التي هي عبارة عن الوجود، غير الماهية، ولذلك يجوز ان يقال ما الذي جعل الحرارة موجودة، وما الذي جعل السواد في الخير موجوداً، ولا يجوز ان يقال ما الذي جعل السواد لوناً وما الذي جعله سواداً، ويعرف تغاير الأنيّة والماهية بإشارة العقل لا بإشارة الحس، كما يعرف تغاير الصورة والهيوولي". ومعنى هذه النصوص كلها ان الأنية تحقق الوجود، لا الماهية، وان التغاير بينها وبين الماهية، انما يدرك بإشارة العقل، لا بإشارة الحس. اما عند (الصوفية) فالأنية هي الآنا، تحقق الوجود (Saliba, 1982, pp. 169-171).

اما (توماسو كمبانيا)(1568-1639م) فهو يرى بأن مصدر المعرفة البشرية آت من الذات الانسانية، لذلك فإنه يستند الى "أنا الفرد، الى الذي يجده الفرد في نفسه، اذاً على الخبرة الذاتية"، على "يقين الذات، اي على يقين وجوده الخاص. هذا اليقين لأننا هو اصل ومنبع كل اليقينات الأخرى، التي يقينها اقل، انها تنبع منه ولادياً دون ان يكون ممكناً اشتقاقها او استنتاجها منه". وبهذا يؤسس (كمبانيا) معنى الوجود بلتعويل على الامكانية المعرفية في الذات البشرية فقط. وينظر الى الطبيعة الانسانية على اساس انها حقيقتها متناهية وخاصة على مستوى امور اساسية والمحبة، ومن هذه الفضائل تنبثق الضرورة، القدر، تناغم (Esper, 2010, pp. 98-99).

اما (ديكارت)(1596-1650م) يعد واضع التقليد الذاتي والمثالي في الفلسفة الحديثة، لديه الفكرة المركزية هي اسبقية الوعي، وان العقل يعرف نفسه بسرعة مباشرة اكثر من مقدرته على معرفة اي شيء اخر، ويرى بأنه يجب ان تبدأ كل فلسفة بعقل الفرد وذاته، وتبدأ نقاشها الاول في كلمات ثلاث "انا افكر اذن انا موجود" (Durant, p. 190). فقد ارتقى (ديكارت) بالعقل الانساني لتلمس قوانين الاشياء الادبية والارتقاء بالانسان الى الوعي بهذه القوانين الكونية، وان العقل لديه يرمي الى ادراك الواقع، المتجسد في الانسان ما بين قوتين رئيسيتين هما عنصر العقل وعنصر الحس، و بإتحاد هذين العنصرين يتولد لدى الانسان الشعور باللذة الجمالية (Salem, 2014, p. 94). اما (هيجل)(1770-1831م) فيرى ان معرفة الانسان لذاته تأتي عن طريقين، الاول يكون نظرياً بمعرفة الانسان ذاته من اجل ذاته وان يعي من اجل هذه الذات كل ما يختلج في القلب الانساني. والثاني، يمكن عن طريق النشاط العلمي (Balashwaf, 1968, p. 48). ويرى (هيجل) ان الفن يعد شكلاً من اشكال انتاج الانسان لذاته في العالم الخارجي، فيقول بهذا الصدد "تنبع الحاجة الكليّة لان يُعبر الانسان عن ذاته في الفن من طموحه المعقول لان يرفع من اجل ذاته العالم الداخلي والخارجي كموضوع يتعرف فيه من جديد الى "الانا" الخاصة حتى درجة الوعي الروحي" (Athra, 1996, p. 100).

اما في المجال النفسي نجد ان (فرويد)(1856-1839م) يرى ان (الآنا) هو ذلك القسم من النفس وهي شعورية ومنطقية ولها صفة الاستقلال الذاتي، اذا تقوم (الآنا) بدور الوسيط والمنظم بين ثلاثة مجموعات من القوى هي (الواقع الخارجي والغيرية(الهو) والمعايير الاخلاقية(الآنا العليا)). (Gethsemane, 1984, p. 243) ويحدد (فرويد) مبدئين لنشاطات الانسان العقلية ويتحكمان في سيرها هما (مبدأ اللذة) و (مبدأ الواقع)، يكون الانسان في طفولته مدفوعاً باللذة فقط، ولكن بمرور الوقت تجبره ضغوط الحياة على ان ينهى احساساً بالواقع ويظهر (مبدأ الواقع) الذي يُعدل (مبدأ اللذة)، ويؤدي الى ظهور القمع والكف (Al-Hanafi, 1994, pp. 317-318).

ب- الغيرية مفاهيمياً:

أن بتتبع مفهوم (الغيرية) في تاريخ الفكر الفلسفي نجد ان (ارسطو)(384-322ق.م) يرى ان الانسان المثالي هو الذي لا يُعرض نفسه بغير ضرورة للمخاطر، ولكنه على استعداد لان يُضحي حتى بنفسه في الازمات الكبيرة، وهو يعمل على مساعدة الناس و نفعهم دليل التفوق والعلو (Durant W. , 2018, p. 90). اما (ابن سينا)(370-427هـ) يقول "فأن الاشياء المختلفة الانفس تصيرها مختلفة الانواع، ويكون تغيرها بالنوع لا بالشخص" (Saliba, The Philosophical Dictionary, p. 131). اما (شوبنهاور)(1788-1860م) يعتمد على مبدأ (الشفقة) او (التعاطف)، وهذا المبدأ هو بمثابة انكار (لمبدأ الفردية) وبالتالي انكار للانانية، ومن ثم فإنه يمثل مرحلة او صورة لإنكار الارادة ذاتها. فأن الارادة كما توجد فيه، فأنها توجد في غيره من الافراد، فهي واحدة في كل الافراد بوصفها مصدراً للشقاء والالم والمعاناة. ومن هنا يشعر بالتعاطف والمشاركة الوجدانية مع الآخرين. وللوصول الى فضيلة (الشفقة) او (التعاطف) لابد من اجتياز مرحلة اولى هي (العدالة)، اذ ان الرغبة في العدالة تخفف من حدة الادراة وتؤكد الانانية، لإنها بمثابة اختراق للحصار الذي يضربه (مبدأ الفردية) حول الفرد، واعتراف منه بأن غيره يشارك في الماهية ذاتها، اي في الارادة. وبمعنى اوضح، اننا نعتزف بحق الغير في التمتع بكل ما لنا من حقوق. لذلك لا ينفصل مفهوم (التعاطف) عن هذا الشعور.

وبناء على ذلك يرى (شوبنهاور) ان الانسان الخير هو الذي يرتفع فوق (مبدأ الفردية) فيشعر بأن الوجود بأسره وحدة كاملة، وان البشر والكائنات جميعاً شيء واحد (Abdel Halim, The Concept of Goodness in Modern Philosophy, pp. 731-732). اما مفهوم الغير عند (جون بول سارتر)(1905-1980م) هو ذلك الآنا الذي ليس هو أنا، ولست أنا هو "فالغير وعي مغاير وجسد مغاير ولا وعي مغاير لي ومنفصل عن تجريبي الوجودية وعن هويتي وخصوصيتي ومجالتي الفكري والوجداني وان شاركني الاطار الزمكاني، الذي يحتويه وإياه في هذا العالم، أما الغيرية فهي الانفتاح على مجال الذوات الاخرى المغايرة لي جسداً ووعياً والمختلفة جنساً ولوناً ومعتقداً وفكراً وثقافةً وتوجهاً ايديولوجياً (www.madarij.net).

اما في مجال علم النفس نجد ام مفهوم الغيرية ظاهر عند (الفريد أدلر)(1870-1937م) فهو يرى بأن الانسان هو اساساً مخلوق اجتماعي، وشخصيته تصوغها بيئته الاجتماعية الفردية والتفاعلات وليس الاحتياجات البيولوجية. ويرى (ادلر) بأن الشعور هو في قلب ومركز الشخصية، فبدلاً من ان تسوقنا قوى لا نستطيع ان نراها او نسيطر عليها فنحن نوجه ونخلق بفعالية نمونا ومستقبلنا (Schlitz, 1983, p. 67).

وقد أكد (ادلر) على (الاهتمام الاجتماعي) اي على المحددات الاجتماعية للسلوك، الذي يعد القسم المهم من نظام (ادلر) وهو فطري لدى الانسان، ويرى بأن الانسان لا يستطيع ان يفصل نفسه كلياً عن الناس الاخرين، بل يجب عليه ان يتعاون وان يكون معطاء للمجتمع من اجل ان يحقق اهداف مجتمعه. وجعل من "الشعور" مركزاً للشخصية، فالانسان كائن شعوري، يعرف اسباب سلوكه ويشعر بنقائضه و اهدافه، فهو شاعر بذاته، قادر على التخطيط لأعماله وتوجيهها (Lindsay, 1971, pp. 160-162). و يعتقد بأن شعور النقص العالم موجود دائماً ومهم كقوة مؤثرة في السلوك. وان تقدم الفرد ونموه وتطوره ينتج من محاولة تعويض نقائضه سواء كانت تلك النقائض حقيقية ام خيالية (Schlitz, 1983, p. 70). أما (يونك)(1875-1996م) قد قسم الناس من حيث امزجتهم الى قسمين:الأول: اجتماعي النزعة "المنبسط" ويتميز بأنه يتجه نحو العالم الخارجي، والاختلاط بالآخرين وممارسة الاعمال التعاونية مع الغير (Gethsemane, 1984, p. 277). اي هو اكثر اتصالاً بحياة الواقع، وهو يميل الى الجرأة والتأثير ومجارات الواقع (Abd Haidar, 2001, pp. 144-145). وله اربعة انماط: (أ- النمط الاجتماعي ذو النزعة الحسية، ب- النمط الاجتماعي ذو النزعة العاطفية، ج- النمط الاجتماعي ذو النزعة المفكرة، د- النمط الاجتماعي ذو النزعة المهمة). اما القسم الثاني: انطوائي النزعة ويرتد عنده "اللبيدو" الى الداخل نحو حقائق ذاتية لا يستطيع ان يلاحظ إلا هو نفسه ويميل الانسحاب من عالم الحقائق الى عالم الخيال (Haridi, 2011, p. 120). اما (كارين هورناي)(1885-1952م) ترى ان صورة النفس المثالية تبنى على تقويم واقعي لقدرة الشخص السوي وامكانياته علاقته مع الآخرين. من اجل تحقيق الهدف النهائي تحقيق الذات. فيجب ان تعكس صورتنا الذاتية بكل وضوح لأنفسنا الحقيقية (Schlitz, 1983, p. 107).

- المبحث الثاني: الخصائص الفنية لمدرسة التصوير الهندي.

استولى (بابر) حفيد (تيمورنك) على مدينة دلهي عام (1526م) وبذلك اسس الامبراطورية التي حكمت الهند حتى (1857م). وهكذا امتدت الحضارة الاسلامية في الهند وينقسم التصوير الاسلامي الى مدرستين:-
اولاً: المدرسة الهندية المغولية:

تأثرت بشكل كبير بالمدرسة الايرانية. واقدام ما يعرف من الصور الهندية الاسلامية يرجع الى عصر (بابر) (1526-1530م) وعصر (همايون) (1530-1556م)، وعصر (اكبر) (1556-1605م) ويظهر في اسلوب هذه المدرسة التأثير بيهاد ومدرسة بخارى (Al-Alfi, p. 247). وقد كان الامبراطور (اكبر) راعياً رسمياً للفنون و لاسيما التصوير، اذا اسس مجمعاً للفنون وظف فيها زهاء سبعين مصوراً جُلبهم من الهنود. تحت اشراف اساتذة ايرانيين. وكان الامبراطور يجمع لهم في مكتبته الخاصة ابداع النماذج بريشة اعلام المصورين الايرانيين لدرسها و الاهتداء بها. وكانوا يوفقون في تقليدها الى ابعاد حدود التوفيق، وكان الفنان يضع اسم فنان مشهور على الصورة المنقولة. ومن اهم الفنانين الذين نبغوا في المجتمع الفني (بازون ودارم و داس و فروخ و ناد سنغ و لال) (Hassan, 2013, pp. 41-42). ولقد قسم علماء تاريخ الفنون، المدرسة المغولية في الهند الى مرحلتين تميزت بالاتي: المرحلة الاولى: 1- امتازت هذه المرحلة بقربها من التصوير الايراني في القرنين التاسع والعاشر للهجرة وخاصة في رسوم الأشخاص ذات الاسلوب الفسيفسائي في التصوير، الذي يتجلى في دقة الرسوم وصغرها والوانها المتعددة البراقة التي يغلب عليها اللون الاحمر والازرق والذهبي، كما

تمتاز ملابس الأشخاص بإزدهامها بالزخارف النباتية والهندسية الدقيقة.2- قيام أكثر من مصور في رسم اذ نرى على الصورة امضاءين او ثلاثة ويكون فيها قسمان مختلفان.3- اغلب صور هذه المرحلة هي توضيح للمخطوطات الفارسية والهندية على حد سواء. اما المرحلة الثانية: فامتازت بـ 1- الدقة في رسم الاشخاص والاتقان في تصوير الطبيعة ومراعاة قواعد المنظور، الى حد كبير وخلق نوع من الظل اكسب الاشكال شيئا من التجسيم وقسطا من البعد الثالث.2- الاقبال على الرسوم الشخصية، واتقان رسم الوجه بحيث يقترب من صورة صاحبها.3- امتازت الرسوم الشخصية بمميزات انفرد بها التصوير الهندي، فقد كان يرسم في اول الامر ثلاثة ارباع الوجه، ثم غلب عليها الرسم الجانبي. فضلا عن اتقان رسم اليدين، والتي غالبا ما كانت ترسم الواحدة فوق الاخرى.4- غالبا ما يكتب على الرسوم الشخصية اسم المرسوم فيها.5- الاقبال على رسم الحيوانات والنباتات والزهور الطبيعية.6- امتازت هذه المرحلة عامة بالاسلوب الآري المتأثر بالشرق الاسلامي، فضلا عن رسم العمائر في خلفية الصورة، وبأسلوب طبيعي ومراعي قواعد المنظور (Muhammad, 2009, pp. 403-405).

ثانياً: المدرسة الراجبوتية: عاصرت المدرسة المغولية في التصوير مدارس وطنية عديدة ازدهرت في شمال الهند، في راجيوتانا، وبنديلخاند والبنجاب. وتنقسم مدرسة راجبوت الى مجموعتين رئيسيتين: راجستاني (راجيوتانا وبنديلخاند) و باهاري. وتنقسم هذه المجموعة الأخيرة الى مدرستي (جامو) و (كنجرا). وترجع اقدم الامثلة التي نعرفها من مدرسة راجبوت الى اواخر القرن السادس عشر او اوائل السابع عشر. وقد اعتمدت على تقاليد المدارس الهندية الوطنية واساليبها ومبتكراتها من الرسوم الحائطية الفخمة في (اجانتا وباغ)، ولهذا تظهر في منتجاتها مميزات الفن الشعبي، كذلك اقتبست موضوعاتها بشكل مباشر من الادب الشعبي والملاحم الهندية الكبيرة (Issa, 1958, pp. 74-75). ولعل اهم ما يميز هذه المدرسة، انه بدلاً من ان توضيح الصورة النص، كما هو الحال في كل مدارس التصوير الاسلامي، اصبح النص او الشعر يوضح لكي يوضح تفاصيل القصص الاسطورية. كما تميزت برسوم مناظر البطولة والفروسية، التي ساعدت على بقاء الحضارة الهندية حية في شمال الهند بالرغم من احتلال المسلمين لها على يد (محمود الغزنوي 1000م)، وامتازت كذلك هذه المدرسة بقوة رسومها واصالتها والالوان الغنية والقوية المكونة من الاحمر والازرق والذهبي وكذلك الزخارف الدقيقة على المنسوجات، كذلك رسوم الدمى وفي وضع جانبي، وتفاصيل الوجه التي ترسم فيها العين على شكل عين الطائر والظفائر الطويلة للنساء والملابس الشفافة، فضلا عن ظهور اللون الابيض الناصع في المباني التي تظهر في خلفية الصورة، وتمتاز خلفية الصورة بخلوها من الزهور والنباتات والزخارف كما يظهر تأثير المدرسة المغولية واضحا على مدرسة راجبوت في القرن (18) فقد اخذت الرسوم الشخصية وحياة القصور تلعب دورا هاما. ويقال ان السبب في ذلك، هو هجرة الكثير من مصوري القصور في عهد الامبراطور (اورانجيزت)، الى حكام الاقاليم (Muhammad, 2009, pp. 406-408). وتتصل الموضوعات الدينية بالملاحم الشعرية لانها تروي مغامرات الالهة و الابطال وهم يصارعون المخلوقات الوحشية ويقضون عليها، فضلا عن المغامرات الغرامية للالهة مثل مغامرات الاله (كريشنا) ، ايضا قد احتلت المرأة الهندية مكانة اساسية هامة في التصوير الراجبوتي تجلب فيها برشافتها وجمالها وجاذبيتها. على ان هذه الظاهرة لم تكن بأية حال تعبيراً عن صدارة المرأة الهندية في مجتمعها، فلقد اعد هذه المنمنمات

فنانون رجال من اجل الرجال. وقد تميزت هذه المدرسة بالرسوم الزخرفية المسطحة الخالية من اي حس بالتجسيم, وكان اهتمامهم ينصب على فكرة المعبرة عنها اكثر من التزام الواقعية فقد بدأت الحركة تدب في شخوصهم. وان من اجمل مصورات هذه المدرسة قد صورت في مدينة (كانجره) حيث بدأ الفنانون يخطون خطوات واسعة نحو الالتزام بالواقعية في تصوير موضوعاتهم. وقد انحصر اهتمامهم الاول في السيطرة المثلى على الخطوط التي اضعفوا بها اللمسات (الغنائية) على رسومهم المعبرة عن الانفعالات بطريقة اخاذة تستميل النفوس من حيث الفكرة التي تخاطب العقل والشعور الذي يناجي القلب والصورة الشعرية التي تمثل في الخيال (Okasha, 2005, pp. 244-246).

المؤشرات التي اسفر عنها الاطار النظري:

- 1- تتحقق الأنية عندما تثبت الذات أناها, وهي تقابل مفهوم الغيرية, فإثبات الأنا يخضع لوجود الغير.
 - 2- ان الانسان بفطرته كائن اجتماعي يعيش ويتعايش مع الجماعة ويرتبط معهم بعلاقات تحدد مساحة ذاته من خلالها, ضمن دائرة الانية والغيرية تتسع او تضيق حسب طبيعة العلاقة.
 - 3- كان لكل من المدرستين (المغولية) و (الراجبوتية) اسلوبين مغايرين فالاولى كانت متأثرة بالأسلوب الايراني, اما الثانية كان اهتمامها بالفن الشعبي لتخليد الحضارة الهندية.
 - 4- نقل التصوير الهندي صور مختلفة من مواضيع عدة كالموضوع الحياتية والسياسية وكذلك القصص الاسطورية تباينت فيها جوانب اظهار الذات وكيفية تحقيقها بوجود الغير.
- اجراءات البحث: مجتمع وعينة البحث: افرزت الحقبة الزمنية التي غطاها البحث (1625م – 1790م) كما كبيرا من النتاجات التصويرية المختلفة التي تعذر من حصرها احصائيا, فأشتمل اطار المجتمع على (21) نموذجا من المنمنمات الهندية يغلب فيها مفهوم الانية والغيرية, وتم اختيار عينة البحث والبالغ عددها (4) نماذج تصويرية وبنسبة (19%) بالطريقة القصدية, وبما يحقق هدف البحث "كيف تجلت الأنية والغيرية في مدارس التصوير الهندي". وتم الاختيار على وفق المسوغات الاتية: 1- اختيار الاعمال الاكثر تمظهراً لمفهوم الانية والغيرية 2- استبعاد الاعمال ذات الموضوعات المتكررة. 3- بسبب التباين في مجموع الأعمال بين حقبة زمنية وأخرى, أدى إلى أن يكون عدد الأعمال المختارة متبايناً بين مدة وأخرى. اسلوب البحث: اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المحتوى لتحليل عينة البحث, تماشياً مع هدف البحث.

اداة البحث: من اجل تحقيق هدف البحث الحالي المتمثل "كيف تجلت الأنية والغيرية في مدارس التصوير الهندي" (1625م – 1790م), قامت الباحثة على ببناء اداة تحليل محتوى.

- أ- صدق الاداة: للتأكد من استمارة تحليل المحتوى تصلح لتحليل ما وضعت لاجله, فقد عمدت الباحثة على صدق المحتوى, لمحتويات الاستمارة من حيث شمولها ثلاثة محاور: المحور الاول: مفاهيم الانية, والمحور الثاني: مفاهيم الغيرية, والمحور الثالث المفاهيم الجمالية للتصوير

الهندي.اذ قامت الباحثة بعرض استمارة بصيغتها الاولى* على مجموعة من الخبراء** المتخصصين في مجال التربية التشكيلية وقد بلغ عددهم (3) خبراء متخصصين لإبداء رأيهم في مدى صلاحية محتويات الاستمارة لتحليل ما وضعت لاجله. وبعد جمع استمارة التحليل من الاساتذة الخبراء تم تعديل تصميم الاستمارة لتكون بصيغتها النهائية** بنسبة اتفاق (91%) بحسب معادلة كوبر وهي درجة تمنح التحليل صدقاً ظاهرياً عالياً.

ب- ثبات الاداة: عملت الباحثة على استخراج ثبات الاداة عن طريق التحليل مع محللين*** خارجيين واعداد تحليل الباحثة مع نفسها بفارق زمني مقداره اسبوعان, وتطبيق معادلة سكوت, ظهرت النتائج كلاتي: الباحثة مع نفسها (98%), بين المحلل الاول والباحثة(89%), بين المحلل الثاني والباحثة(91%), بين المحلل الاول والثاني (90%).

-الوسائل الاحصائية والرياضية:

1) معادلة (كوبر Cooper) (cooper, 1963, p. 27) أستخدمت لحساب نسبة الاتفاق بين الخبراء لفقرات الأداة.

2) معادلة (سكوت Scotte) (Al-Imam, Evaluation and Measurement, p. 168) أستخدمت لحساب ثبات الأداة:

- تحليل نماذج عينة البحث:

إنموذج (1)

- عنوان العمل : حلم الامبراطور جهانجير.

- القياس : ____ .

- تاريخ العمل : 1618-1622م.

- العائدية : من البوم محفوظ في متحف الفريير جاليري بواشنطن .

يمثل هذا العمل التصويري شخصان متعانقان يتوسطان

المشهد يقفان

على أسد وحمل نائمان على سطح كروي باللون الاسود والاحمر, ويحيط



* ينظر ملحق (1).

** 1-أ.م.د تسواهن تكليف,تربية تشكيلية,كلية الفنون الجميلة,جامعة بابل.

2- أ.م.د الاء علي عبود, تربية تشكيلية,كلية الفنون الجميلة, جامعة بابل.

3- م.د انوار علي علوان, تربية تشكيلية,كلية الفنون الجميلة, جامعة بابل.

*** ينظر ملحق (2).

**** 1- هدى طالب, مدرس, كلية الفنون الجميلة, جامعة بابل.

2- بشائر محمد, مدرس, كلية الفنون الجميلة, جامعة بابل.

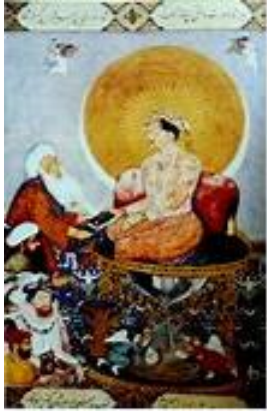
بهذان الشخصان حلقة دائرية صفراء اللون محاطة من الاسفل بإطار أبيض،
تخرج من جانبيها السفليين ملائكة.

لقد جسد المصور الهندي المغولي مشهداً على فيه الجانب الخيالي بشكل كبير مجسداً حلماً للامبراطور (جهانجير) ولقاءه الحميم بخصمه شاه (عباس) الصفوي، هذا المشهد الخيالي المجسد للاوعي الخفي في مشاعر الامبراطور (جهانجير) ورغبته في مصالحة خصمه (عباس الصفوي) أظهر فيه آنية الامبراطور في حب ذاته وتحقيقها وطموحه الطاغي كونه امبراطور مغولي ذو مركزية عظيمة والتأكيد على استقلاليتها في الواقع لكن في نفس الوقت يبحث في تحقيق تلك الآنية الناقصة في وجود خصمه (الغير) لتتجلى آنيته بوجود الغيرية (عباس الصفوي) من خلال أظهار الاهتمام له والشفقة والتعاطف والخير وتحقيق السعادة. وبهذا ارتبطت الآنية بوجود الغيرية في هذا العمل التصويري الذي ابدع فيه المصور وبرع بنقل ما يدور في عالم اللاوعي بأسلوب يمتزج ما بين الواقعية من خلال اظهار النسبة والتناسب في اشكال الشخصيات وما بين الابداع الزخرفي للملابس واستخدام اللالوان الحقيقية ورسم الحيوانات الاسد والحمل اللذان يرمزان للقوة والسلام بأسلوب واقعي بالشكل واللون، وما بين الاسلوب الخيالي الرمزي في طرح الموضوع.

انموذج (2)

عنوان العمل : استقبال الامبراطور جهانجير لوجهاء.

- القياس : _____ .
- تاريخ العمل : 1625م .
- العائدية : اليوم محفوظ بمتحف الفيرير جاليري بواشنطن.
- المدرسة: المغولية في الهند.



يظهر في هذا العمل التصويري الامبراطور (جهانجير) وهو جالس على أريكة دائرية و متكأ على وسادة كبيرة يحمل كتاباً بيديه، ويظهر حوله شيخ صوفي بلحية بيضاء طويلة، وسلطان تركيا، وملك انكلترا مرتدياً زيه الملوكي، والمصور (بيشتر)، أما ما يظهر تحت الأريكة ساعة رملية وعلى جانبيها شخصيتان بأجنحة بيضاء تمثل ملائكة، فضلاً عن ظهور ملاكان على جهة اليمين ويسار الجهة العلوية للمشهد، كما تتوسط المشهد حلقة دائرية صفراء مؤطرة بإطار أبيض.

انطلق الفنان الهندي بملكات خياله لتصوير هذا المشهد ذات الاهمية الكبيرة في التاريخ السياسي الهندي المغولي فلحظة الاستقبال لشخصيات عظيمة هذه تفتح جوانب الآنية لدى الامبراطور (جهانجير) وتحقق ذاته وكيانه وأهميته العظمى ومركزيته واستقلاله الذاتي كإمبراطور، فضلاً عن أرضاء طموحه بالتقاءه بشكل مباشر مع احد عظماء الملوك وهو ملك انكلترا هذا من جانب ومن جانب اخر استطاع الامبراطور (جهانجير) تحقيق آناته بوجود من حوله من الغير بالاهتمام بهم وأظهار المحبة والألفة لهم، فأظهر آنية الامبراطور واهميتها ارتبطت بعظمة من حوله من الشخصيات (الغير) وبهذا تجلت آنية الامبراطور بوجود (الغيرية) وارتبطت بها ارتباطاً عميقاً، فضلاً عن تأكيد الفنان على عامل الزمن واهميته وتجسيده في اللوحة التصويرية بعبقرية وذكاء وتعبيره عن الازهار والتطور الحاصل في عهد الامبراطور

(جهانجير)، فضلا عن توسم العمل التصويري بعناصر خيالية رمزية للتعبير عن الملائكة المحفة بهذا المجلس المبشر بالخير والتفائل. كما واهتم الفنان بأظهار الجوانب الجمالية بأتباع الاسلوب الواقعي في رسم الشخصيات ورسم تفاصيل الملابس وزخرفتها بشكل دقيق واستخدام الاسلوب الخيالي في صياغة الموضوع وتحقيق النسبة والتناسب في الاشكال واستخدام الالوان النقية الناصعة والخطوط المنحنية، كما واطر العمل التصويري بالعناصر الكتابية.

إنموذج(3)



- عنوان العمل: كريشنة
يبتلع النار.
- عنوان المخطوطة:
بهاجوت بورائه
- تاريخ العمل: 1789م.
- العائدية: /.
- مدرسة راجبوت. كلكتا.

يتألف العمل التصويري من رجل أزرق اللون بتنورة طويلة ويضع التاج على رأسه وهو يمثل الإله (كريشنا) وهو يبتلع حلقة من النار وهي تحيط بمجموعة من الأشخاص رجالا ونساء مع حيواناتهم الاليفة(عجول) وقد قسموا الى قسمين القسم الخلفي من التجمع يظهر وهم مستقلون، اما الجزء الامامي واقفون ويلوحون للآله (كريشنا) بأيديهم وعلى جانب المشهد يقف رجل أزرق اللون بتنورة قصيرة وتاج ويحمل عصا بيديه وهو بهيئة الوقوف.

يجسد هذا العمل جزءا من الملاحم الخاصة بالآله(كريشنا) ويظهر وهو يبتلع النار التي اشتعلت في الغابة انقاذا لإهالي بلدة (فراجه) من الدمار الذي كان سيحل بهم ويقطعاهم بعد أن استنجدت به فتيات الجوبي حالبات اللبن، واذا الماشية بعد أن هب (كريشنة) لنجدتها ترعى في أطمئنان متطلعة إليه مؤمنة بأنه لن يتركها نهبا للهلاك، هذا الاحساس بالهدوء والطمأنينة التي يقابلها الأشخاص والحيوانات اتجاه مساعدة الآله (كريشنا) والثقة المطلقة بقدراته بالخلاص هو مايمنح تجلي الآنية للإله وتحقيق وجوده الأزلي في أذهان وقلوب الناس وهذه الآنية الإلهية متحققة بغيرية من حوله سواء البشر أو الحيوان وهذا ماينقله المشهد التصويري بوضوح والقيمة التعبيرية للأخرين(الغيرية) وحاجتهم الملحة (للإله) وقوته والاستنجاد به لذا نجد الآنية الإلهية حققت ذاتها ووجودها من خلال الأهتمام ومساعدة وحب الخير للغير والتضحية والمشاركة الوجدانية اتجاه الغير النابع من التعاطف الإلهي اتجاه محبيه، نفذ المصور الهندي هذا المشهد بأسلوب لا يخلو من الواقعية الرمزية بطرح خيالي يقوم على الذائقة الجمالية بتناسق الالوان والنسبة والتناسب ومعالجة الفضاء بغلقه بما يتناسب مع

الفكرة المطروحة لإظهار القوة الإلهية الناهية للكوارث معتمدا على عنصر التكرار والايقاع بالشكل واللون.

انموذج (4)



- عنوان العمل: الإله كريشنا مع الحسنات.
- تاريخ العمل: 1790 م .
- القياس: /
- العائدية: /
- المدرسة الراجبوتية.

يظهر في العمل التصويري رجل أزرق اللون يعزف على آلة موسيقية (الناي) وهو يرتدي

تنورة قصيرة وتاج على رأسه وتزين جسمه الخلي وهو يمثل الإله (كريشنا) وحوله النساء بزهن الهندي، ومن جهة اليسار تظهر امرأة جالسة وتقابلها امرأة واقفة ويظهر في الخلفية اشجار وازهار ومياه وجبال. لقد جسد المصور الهندي احد الملاحم الاسطورية للإله (كريشنا) وهو يظهر بمزاج هادئ ورومانسي وهو يعزف على الناي وتحيط به المعجبات الحسنات ومظاهر الاعجاب واضحة في احدى الغابات الجميلة التي تزهر بالأشجار الخضراء والزهور الملونة والمياه الصافية، وتظهر بنفس الوقت (رادمه) وهي جالسة ومشاعر الغيرة والحيرة على محبوبها الإله (كريشنا) واضحة علمها وصديقتها تلاحظها وتواسيها، ابدع الفنان الهندي فعلا بإظهار تلك المشاعر المختلفة في مشهده التصويري الذي عالجه بأسلوب واقعي مراعي فيه النسب والمنظور والفضاء المفتوح للعناصر فضلا عن مراعاة الواقعية في اظهار الزي الخاص بالعصر في ذلك الوقت عن التناسق اللوني والخطي. ولم يغفل الفنان الهندي في اظهار مفهوم الآنية الإلهية وتحقق ذاتها الإله (كريشنا) من قبل معجبيه ومحبيه فكل تلك الجموع التي اعطت الاولوية والاهمية لشخصية الإله كفيلا بتحقيق مفهوم الآنية للآله فذات الإله تحققت من خلال وجود الغير وما يحمله له من مشاعر حب وغيرة واهتمام.

النتائج: من خلال عينة البحث توصل البحث الحالي الى جملة نتائج اهمها:-

- 1- جسدت مشاهد فن التصوير الهندي إشكالات الفكر السياسي والديني والاسطوري والاجتماعي عن طريق احوالها الى انظمة صورية متخيلة رمزية لاتخلو من الواقعية ونقل الموروث الهندي يتضمن فيه مفهوم الآنية وأثبات وجودها من خلال الغير.
- 2- تجلى مفهوم الآنية والغيرية في فن التصوير الهندي بالمدرسة المغولية والمدرسة الراجبوتية من خلال التعبير عما هو يحقق ذات الانسان بوجود الغير، من خلال (الاهتمام، التضحية، المساعدة، الخير، المشاركة الوجدانية) اتجاه الغير في كافة نماذج العينة.

- 3- طرح المصور الهندي مفهوم الأنية وتحقق وجودها بالغير بطريقة مغايرة للتفكير المنطقي من خلال النفوذ الى العوالم الماورائية واستحضار صورة رمزية للإله المبجل والمحبوب من قبل الكائنات الحية (الانسان و الحيوان)، وتوليفها ضمن اطار موضوعي يُفَعَل من تجليات الأنية والغيرية كما في نموذج العينة (4,3).
- 4- شهد التصوير الهندي في المدرسة المغولية والراجبوتية تطوراً في الاسلوب التنفيذي وبالانتقال ما بين الاسلوب الواقعي والخيالي، في كافة نماذج العينة، هذا نابع من وعي وقصدية المصور الهندي في تصوير الاشكال المختلفة مما هو داخلي واجتماعي وروحي، ليعبر عن معتقداته وفلسفة المجتمع بما يعزز من تجليات الأنية والغيرية.
- 5- تناولت المصورات الهندية مفهوم الأنية وتحقيقها بوجود الأخر بمنحى آخر لا يقتصر على الواقع الموضوعي الحقيقي وانما باللاوعي والاحلام، فما يشعر به الانسان ويفكر به في عقله الباطن من امنيات دفينه قد يتجسد بالاحلام ليفرز من تحقق الأنية بوجود الغير، كما في نموذج العينة (1).
- 6- ارتبط مفهوم حب الذات والاستقلال الذاتي عند الشخصيات السياسية والاسطورية بوجود الغير المؤثر عليه ضمن معالجات واقعية ومتخيلة في كافة نماذج العينة.
- 7- جاءت المعالجات الفنية للأشكال في مدرسة التصوير المغولي والراجبوتي باعتماد المصور على الخطوط اللينة المرنة، والالوان المتناغمة تميل للواقعية اغلب الاحيان، والى الرمزية احياناً اخرى. فضلاً عن معالجة الاشكال بالاسلوب الواقعي دون الاهتمام الدقيق بتحقيق النسبة والتناسب و اظهار الخصائص التشرحية، وكذلك استخدام المصور الاسلوب الخيالي والرمزي. وعمل على توزيع الكتل الشكلية واللونية من خلال التكرار والايقاع داخل فضاء العمل المغلق بشكل متوازن ومتناسب مع فكرة الموضوع الاساسية.
- 8- اظهر المصور الهندي خصائص الازياء الخاصة بعصره وعمل على زخرفتها بعناصر نباتية وخطوط هندسية ليقترب من التشخيص الواقعي.
- 9- استطاع المصور الهندي اظهار الزمكانية في مشاهد منمنماته، اذ اظهر خصائص المكان البرية في العينة (4,3)، بينما كانت خصائص المكان مجهولة في عينة (2)، بينما كان المكان في العينة (1) يبدو غريباً وذلك لتجسيد المصور اللاوعي ليفتح بذلك افق التأويل. اما خصائص الزمان استطاع المصور ابرازها في العينة (3) من خلال المعالجات اللونية التي اوضحت وقت الليل، وايضاً وضعية بعض الشخصيات وهم في وضع النوم. اما في العينة (4) استطاع المصور من خلال المعالجات اللونية اظهار وقت النهار وجماليته. اما في العينة (2,1) غيَّب فيها المصور الزمان ليفتح بذلك الزمان الرمزي للحدث والحفاظ على ديمومته خلال الحقب اللاحقة.

الاستنتاجات: في ضوء نتائج البحث توصلت الباحثة الى الاستنتاجات الاتية:

- 1- لقد أظهر المصور الهندي علاقة الأنية وتحققها بوجود الغير بمستويات مختلفة ومنوعة منها السياسي والاساطير والملاحم.
 - 2- تمثلت الأنية والغيرية في الاعمال التصويرية لمدرسة التصوير الهندي, من خلال التعبير عما هو يحقق الذات من خلال الغير بنسب متفاوتة, فلم تتمثل الأنية بشكل مطلق ولا الغيرية بشكل مطلق.
 - 3- جسد المصور الهندي ألهمته بهيئة بشرية لها نفس صفات البشر كاملة لكنه ميزها باللون, وذلك لما شكلته تلك الالهة من اهمية كبيرة ومؤثرة في بنية المجتمع الهندي.
- المقترحات: تقترح الباحثة ما يأتي:- تجليات الأنية والغيرية في الرسم الاوربي الحديث.
التوصيات: توصي الباحثة بضرورة دراسة مفهوم انية والغيرية وعلاقتها الارتباطية فلسفيا ونفسيا في المناهج الدراسية لطلبة الدراسات الاولية والعليا, لما له الاثر الايجابي في ادراك وفهم العلاقات الاجتماعية ضمن تجليات الأنية والغيرية.

References:

A35.. Surat Al-Baqara.

1----- (1983). *Philosophical Lexicon*. (A. o. Language, Ed.) Cairo: General Authority for the Affairs of the Emiri Press.

2-Abd Haidar, N. (2001). *Aesthetics its Prospects and Development* (Vol. 2nd Edition). Dar Al Kutub, University of Mosul.

3-Abdel Halim, A. M. (n.d.). The Concept of Goodness in Modern Philosophy. *Journal of the College of Arts*.

4-Abdel Halim, A. M. (n.d.). The Concept of Goodness in Modern Philosophy. *Journal of the College of Arts*.

5-Al-Alfi, A. S. (n.d.). *Islamic Art (Its Fundamentals, Philosophy, and Schools)* (Vol. 2nd Edition). Lebanon: Dar Al Ma'aref.

6-Al-Hanafi, A. M. (1994). *Encyclopedia of Psychology and Psychoanalysis* (Vol. 4th Edition). Madbouly Library, Atlas Press.

7-Al-Imam, M. M. (n.d.). *Evaluation and Measurement* (Vol. 1st Edition). Dar Al-Ayyam Publishing.

8-Al-Imam, M. M. (n.d.). *Evaluation and Measurement* (Vol. 1st Edition). Dar Al-Ayyam Publishing.

9-Andrea, L. (2002). *Laland Philosophical Encyclopedia* (Vols. Volume 1, Edition 2). (K. Ahmad, Trans.) Beirut-Paris: Oweidat Publications.

10-Athra, G. A.-M. (1996). *Philosophy of Aesthetic Theories* (Vol. 1st Edition). Lebanon: Gross Press.

11-Balashwaf, A. (1968). *Al Jamal in his Marxist Interpretation* . (Y. A. Hallaq, Trans.) Damascus: Publications of the Ministry of Culture, Tourism and National Guidance,.

12-cooper, j. (1963). *measurement and analysis*. (Vol. 5th). newyork.

- 13-Durant, W. (n.d.). *The Story of Philosophy*. (F. M. Al-Masha'a, Trans.) Beirut: Knowledge Library.
- 14-Durant, W. (2018). *The Story of Philosophy (From Plato to John Doy)*. Cairo: Pharos House.
- 15-Esper, A. M. (2010). *What is Philosophical Consciousness* (Vol. 1st Edition). Syria: Dar Al-Takween.
- 16-Fadlallah, H. (2008). *Sophism between Existentialism and Pragmatism* (Vol. 1st Edition). Beirut, Lebanon: Dar Al Hadi.
- 17-Gethsemane, A. A. (1984). *Psychology and its educational and social applications*. Baghdad: Immortality Press.
- 18-Haridi, A. M. (2011). *Theories of Personality* (Vol. 2nd Edition). Cairo: Itrac Printing and Publishing.
- 19-Hassan, Z. M. (2013). *Photography and Media of Photographers in Islam*. Egypt: Al-Hindalawi Foundation.
- 20-Issa, A. M. (1958). *Islamic Arts* (Vols. 1-1954, 2-1958). Egypt: Dar Al Ma'aref.
- 21-Karam, Y. (2016). *A History of Greek Philosophy*. Cairo: Dar Pharos.
- 22-Lindsay, K. H. (1971). *Personality Theories*. (F. A. others, Trans.) The Egyptian Authority.
- 23-Miloud, A.-A. (2011). *Self and Otherness in Philosophy by Paul Ricoeur*. , Algeria: PhD thesis published, Faculty of Social Sciences, University of Oran.
- 24-Muhammad, S. M. (2009). *Islamic Arts* (Vol. 2nd Edition). Hala for Publishing and Distribution.
- 25-Okasha, T. (2005). *Indian Art* (Vol. 1st floor). Cairo: Dar El Shorouk.
- 26-Salem, S. T. (2014). *Realism and its applications in Iraqi theater (a critical study) in light of the social critical curriculum* (Vol. 1st Edition). Baghdad: Adnan House and Library.
- 27-Saliba, J. (1982). *The Philosophical Dictionary, Part 1*. The Lebanese Book House.

28-Saliba, J. (n.d.). *The Philosophical Dictionary* (Vol. Part 2). Lebanese Book House.

29-Schlitz, D. (1983). *Theories of Personality*. (H. D.-K.-R. Al-Qaisi, Trans.) Baghdad: Baghdad University Press..

30-www.madarij.net. (n.d.). *www.madarij.net*.

الملاحق:

ملحق (1) الاداة بصيغتها الاولية

ت	مفاهيم الاساسية والجمالية للانية والغيرية		مدارس التصوير الهندي		تصلح	لا تصلح	بحاجة الى تعديل	
			المغولية	الراجبوتية				
1	مفاهيم الانية	تحقيق الذات						
		حب الذات						
		الطموح						
		الاستقلال الذاتي						
2	مفاهيم الغيرية	المشاركة الوجدانية						
		التعاون مع الاخر						
		الاهتمام بالآخر						
		التضحية من اجل الاخر						
		الشفقة والتعاطف						
		الخير اتجاه الاخر						
		تحقيق السعادة للآخر						
3	المعالجات الاسلوبية	واقعي						
		رمزي						
		خيالي						
		تجريدي						
	عناصر وعلاقات التكوين	الخط						
		اللون						
		الشكل						
		التكرار						
		الايقاع						
		الفضاء						
		التناسب						

مدارس التصوير الهندي		المفاهيم الاساسية والجمالية للأنية والغيرية	ت
الراجبوتية	المغولية		
		تحقيق الذات	1
		حب الذات	
		الاستقلال الذاتي	
		المشاركة الوجدانية	2
		التعاون مع الاخر	
		الاهتمام بالآخر	
		التضحية من اجل الاخر	
		الشفقة والتعاطف	
		الخير اتجاه الاخر	
		تحقيق السعادة للآخر	
		واقعي	3
		رمزي	
		خيالي	
		تجريدي	
		الخط	
		اللون	
		الشكل	
		التكرار	
		الايقاع	
		الفضاء	
		التناسب	

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/273-292>

Manifestations of Selfhood and Otherness in Indian Schools of Photography

Rasha Akram Mousa¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 21/1/2021.....Date of acceptance: 22/2/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract The current research addressed (the manifestations of selfhood and otherness in Indian schools of photography) through studying the concept of selfhood and otherness and their manifestations in Indian miniatures scenes for the period (1625-1790). The researcher, in the first chapter, sought to clarify the research problem, importance, and the need for it, in addition to the objective of the study represented by the following: "how did selfhood and otherness manifest in the Indian schools of photography?". The researcher, then, concluded the aforementioned chapter by defining the terms that have direct relation to the title and the objectives of the research. As for the second chapter, it consists of an overview for the theoretical framework and the indicators. Thus it consists of two sections, the first section addresses the concepts of the selfhood and otherness. The second section addresses the technical characteristics of the Indian schools of photography. The third chapter is dedicated to observing the research community and the tool which included gathering the information. An intentionally chosen sample has been used consisting of (4) photographic works that covered the research limitations by adopting the analytic descriptive approach in order to analyze it according to the axes of the analysis tool adopted by the researcher. As for the fourth chapter, it included the results of the research including:

The Indian photographs addressed the concept of selfhood and achieving it with the presence of the other in another way not limited to the real objective reality, but rather in the subconscious and dreams, that what a person feels and thinks about in his subconscious of buried wishes might be manifested through the dreams to reinforce the achievement of the selfhood with the presence of the otherness, as in the model (2) of the sample. Then the conclusions, through which the possibility of achieving the research objectives by the tool designed by the researcher, including: Selfhood and otherness have manifested in the photographic works of the Indian school of photography, through the expression of what realizes the self through the other in varying proportions, that selfhood was not absolutely represented and neither was the otherness.

Then come the recommendations, suggestions and a list of references and appendices.

Key words: - simultaneous - otherness - photography.

¹ College of Fine Arts / University of Babylon, Raasha.home@gmail.com .

إثارة الرغبة الإستهلاكية المضمّنة في تصميم الصيغ التواصلية للإعلانات التجارية المطبوعة المعاصرة

غسان فاضل الجبوري¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029
تاريخ استلام البحث 2021/1/31 ، تاريخ قبول النشر 2021/2/20 ، تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

خلاصة البحث

إن الأنشطة التجارية بحاجة توعية الناس لحقائق تميزها. وهذه هي مهمة الترويج، فهو نشاط تسويقي لأي صنف من الأعمال، وهو عنصر التواصل مع الآخرين، يسعى لتوفير عملاء يتمكنون من تجربة، -وتعامل مع- إشغال تجاري جديد.

ويعد الإعلان الذراع الترويجية الأهم والوسيلة الأفضل للوصول إلى الجمهور. بمجرد أن تعلن منظمة عن منتجاتها وخدماتها تصبح قادرة على العمل في بيئة تنافسية. وهنا تقتضي المنافسة التسويقية معرفة بالإنسان الذي يجب ان يقصد ويفاجأ ويُقنَع، ويجب ان توقف فيه -من خلال خلق الحاجات الجديدة -رغبة حادة في اشباعها. ويأتي هذا البحث في دراسة التمثلات المصممة لهذه الواقعة البصرية وأسلوب توظيفها التواصلية لإحداث التأثير المتوخى.

الكلمات المفتاحية:

الرغبة الإستهلاكية: ترتبط الرغبة بالحاجة النفسية، فالحاجة هي حالة من الشعور بالحرمان عند الفرد وفي حالة عدم إشباعها وتلبيتها تثير نوعاً من الضيق والتوتر وعدم الراحة (Azzam & Others, 2009, p. 32) والرغبات المشخصة يتم من خلالها إشباع حاجات المستهلك. (Azzam & Others, 2009, p. 33)
الصيغ التواصلية: عند إعداد الدراسات حول الفرص التسويقية للمنتج، فإن المسوقين يسعون إلى تكاملها مع الصيغ الترويجية التواصلية، وهذا الإجراء يعني أن المتلقي، وبعد تعرضه إلى تواصل تسويقي، فإنه سيمضي تدريجياً بضمن عدة مراحل ذهنية قبل اتخاذ فعل معين أو اتخاذ قرار الشراء (Grewal & Levy, 2008, p. 486)

الإعلان التجاري: "وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بوساطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع". (Al-Abdali & Al-Abdali, 1996, pp. 18-19)

¹ كلية الزهراء للبنات- سلطنة عمان، ghassanfj@gmail.com

1- تقديم البحث

1-1 مشكلة البحث:

لقد شهد الإعلان مراحل الامتداد وزيادة الصلة مع العلوم الأخرى، ومنها علوم النفس والاجتماع وغيرها. وهنا، انطلق الإعلان ليضع المبادئ والأصول ويأخذ طريقه بين فروع المعرفة ليثبت وجوده نشاطاً مميزاً. ولكي يؤدي الإعلان دوره، عليه أن يحقق عدداً من الأهداف النفسية، ومنها، خلق الرغبة لدى المتلقي تجاه الشيء المعلن عنه. وهذا جانب مهم في إعداد الصيغة التواصلية للرسالة الإعلانية التي تعمل على تحقيق هدف الجهة المعلننة في تمرير الأفكار وصنع التأثير المناسب. وانطلاقاً من هذا الفهم فإننا نطرح التساؤل الآتي: ما سمات ترغيب المتلقي عند إعداد رسائل الإعلان التجاري المعاصر؟

2-1 الأهمية والأهداف

تأتي الأسباب الموضوعية لاختيار موضوع البحث استجابة لفرضية أن التواصل الإعلاني الفعال لا يكفي بتقديم معلومة للمتلقي، بل يجب أن يُضمّن تأثيراً، وإن من مرتكرات إعداد الرسائل الإعلانية المؤثرة أن تستثار رغبة المتلقي نحو الشيء المعلن عنه، ولهذا الموضوع مقتربات متعددة تفرز أساليب متنوعة يرى الباحث أنها جديرة بالدراسة نظراً لأهميتها في عمل المصمم الجرافيكي.

وتتضح أهمية الدراسة من أهمية الموضوع المتناول: " إثارة الرغبة الاستهلاكية المضمّنة في إخراج الصيغ التواصلية للإعلانات التجارية المطبوعة المعاصرة" ولا سيما انه موضوع يهم الطلبة الدارسين لتخصصات التصميم والإعلان في الاتجاهات العلمية المختلفة، وكذلك، فإنه موضوع مهم عندما تعقد المقارنة بين ما كتبه الأدبيات حول التأثير النفسي-للإعلان بشكل عام - وبين ما يتم استخدامه وتكييفه في الإعلان المعاصر. إن الهدف الرئيس لأي بحث هو كشف الغموض وإشباع التساؤل حول حقيقة موضوع معين لذا يمكنني تحديد أهداف البحث وفقاً لمشكلته بالتالي: تعرّف سمات ترغيب المتلقي في رسائل الاعلانات المطبوعة.

3-2 حدود البحث:

الحدود الموضوعية: دراسة سمات ترغيب المتلقي في رسائل الإعلانات المطبوعة.

الحدود المكانية: إعلانات تجارية مطبوعة لمنتجات وخدمات تجارية عالمية مختلفة.

الحدود الزمانية: العقد الأخير من سنة 2010- الى سنة 2020.

2- الإطار النظري

1-2 التسويق

يعد التسويق في الوقت الحاضر التحدي الحقيقي لنجاح المنظمات وبقائها، وهو "عملية تنظيمية تنطوي على تخطيط وتنفيذ ومراقبة نشاطات مدروسة في مجالات تكوين وتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات من خلال عمليات تبادل من شأنها خدمة أهداف الأفراد والمنظمات". (Azzam & Others, 2009, p. 28)

تبنت الإدارات الإنتاجية في خمسينيات القرن الماضي فلسفة إنتاجية جديدة، مفهوماً: "الأسهل، صنع ما يحب المستهلك أن يشتري بدلاً من محاولة بيع ما يحب المنتج أن يصنع". لذا لم تعد مشكلة العالم التجاري

إنتاج السلعة أو الخدمة أو الفكرة، ولكن أصبحت المشكلة كيف يمكن للمنظمة المنتجة أن تكون قادرة على تسويقها. فإن لم تتمكن فإنها ستقفل أبوابها بالتأكيد. (Awwad, 2011, p. 30). وبهذا يعد المستهلك حجر الزاوية في التسويق الحديث، فمن المعروف ان العامل المشترك بين البشر كافة هو أنهم جميعهم مستهلكون مهما اختلفت مواقعهم وثقافتهم ومستويات تعليمهم أو قدراتهم الشرائية. (Sounieh, 2016, p. 8). تعمل المنظمات والمؤسسات الصناعية الكبيرة على دراسة سلوك المستهلك وتستفيد من نتائجها في تخطيط ما يجب إنتاجه بما يشبع حاجات المستهلكين الحاليين والمحتملين على وفق إمكاناتهم وأذواقهم ودوافعهم، كما أن مثل هذه النتائج تساعد المنظمات التجارية في اكتشاف فرص تسويقية متاحة يمكن استغلالها. (Sounieh, 2016, p. 10). تركز دراسات سلوك المستهلك على اختيار شريحة السوق المناسبة من خلال تقسيم المستهلكين إلى شرائح متجانسة بما يمكن من رفع مستوى كفاءة النشاط التسويقي للمنظمة؛ وكذلك تتيح الدراسات إمكانية تحديد حجم الأسواق وتحديد أنواع العملاء وطبيعة كل منهم وأذواقهم ودوافعهم الشرائية؛ بالإضافة إلى إمكانية تحديد طرق الترويج الممكنة واختيار الرسائل وإعداد الحملات الإعلانية والترويجية المناسبة. (Sounieh, 2016, p. 10). وتطبق العلامات التجارية العالمية دراسات علمية لسلوك المستهلك وتعمل الشركات الكبيرة على إتباع الخطوات الصحيحة في التسويق، ويجري هذا البحث في دراسة الترويج لمنتجات علامات تجارية مرموقة.

2-2 الترويج والإعلان

لدى المنظمات بصورة عامة هدف تطبيق برامجها في البيئة التسويقية التي تعمل بها انسجاماً مع الخطط الموضوعية. ولعل خير وسيلة لتحقيق ذلك اعتماد الترويج ووسائله. (Al-Bakri, 2002, p. 199). الترويج هو أحد عناصر المزيج التسويقي، ويمثل عنصر الاتصال بالمستهلكين، إذ توصل المعلومات المناسبة من طريقه إليهم وتحثهم على شراء سلع أو خدمات المنظمة. (Chalab & Al-Abadi, 2009, p. 476). الإعلان أحد العناصر الرئيسة للمزيج الترويجي، والإعلان التجاري هو "وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بوساطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع". (Al-Abdali & Al-Abdali, 1996, pp. 18-19). الإعلان هو تواصل معلوماتي. وإذا نظرنا في إجراءات الإخبار والإعلام لمجموعة كبيرة من الناس، سنجد جهة ما قد أعدت معلومات وأرسلتها: "مرسل"، وأن هناك فئة من الناس تستهدفها معلومات المرسل: "المستقبل" أو "المتلقي" لإخباره عن شيء ما: "الرسالة".

المرسل، الرسالة، المتلقي، مكونات رئيسة في عمل الإعلان، وهي جزء من إجراءات عملية التواصل. ولا تتحقق هذه العملية إلا إذا صُمّنت الرسالة في ناقل هو "وسيط" أو وسيلة إعلانية التي تأخذ أشكالاً متعددة كالإعلانات المطبوعة، والتلفزيونية، والراديوية وإعلانات الشبكة التفاعلية. (Firsston, 1968, p. 1) ويعني هذا البحث بالإعلانات المطبوعة بوصفها مساحة فنية لتخصص الباحث.

3-2 تصميم الدعوة الإعلانية Advertising claim

إن تعبير "التصميم الفني" يستخدم لوصف عملية تنظيم، وتوجيه توظيف العناصر المرئية لأي وسيط تواصل. أما ما يختص بالإعلان المطبوع، فإن التصميم الفني يشمل تصميم المشهد الإعلاني. وهذه المهمة لا

تشتمل على الاعتبارات الجمالية في أن يبدو الإعلان جميلاً فقط، ولكن يمكن الإضافة إلى الهدف في نهاية الأمر، إن العناصر المرئية التي يتألف منها الإعلان يجب أن تعمل معاً بالطريقة التي تزيد من تأثير الرسالة الإعلانية نفسها. (Mahon, 2010, صفحة 10). إن الدعوة الترويجية يجب أن تتضمن أكثر من مجرد إبراز المضمون المادي للسلعة أو الخدمة المروج لها، إذ يجب أن يوضع هذا المضمون في قالب من الرمزية التي توحى للمستهلك بالمعاني والقيم التي يكون لها وقع كبير على عملية اختياره الاستهلاكي. (Al-Jeraisy, 1427) (p. 19, AH يركز الإعلان في محتواه التمثيلي على الإنسان، مثيراً التشارك والتفاعل، فالإعلان أصلاً موجّه له، ويستهدف عقله وعاطفته، وانفعالاته وأوضاعه كافةً. إن أغلب الإعلانات المعاصرة تتناول الإنسان، وعلاقته بالأشياء وتفاعله المجتمعي. والأمر المهم أيضاً، إن الإنسان والأشياء يشكّلان ثقافة بصرية مهمة لدى المشتغلين في الشأن الإعلاني- تمكّنهم من استعمالها لإقامة قناة تواصلية مع المتلقي. (Dwyer & Moore, 2010). يُعد الإعلان وسيلة اتصال بين المنتج والعميل أو المشتري المرتقب. وتُعد الرسالة الإعلانية ناجحة إذا ما أدت إلى لفت نظره وجذب اهتمامه وخلق الرغبة لديه في الاقتناء أو الشعور بالحاجة إلى المعلن عنه، وتكوين قناعة بقدرة المنتج على إشباع حاجاته ورغباته ومن ثم حثه على شرائها. (Al-Mohammadi, 2018, p. 73)

4-2 الصيغ التواصلية للرسالة الاعلانية

عند إعداد الدراسات حول الفرص التسويقية للمنتج، فإن المسوقين يسعون إلى تكاملها مع الصيغ الترويجية التواصلية، وهذا الإجراء يرى أن المتلقي، وبعد تعرضه إلى تواصل تسويقي، فإنه سيمضي تدريجياً ضمن عدة مراحل ذهنية قبل اتخاذ فعل معين أو إتخاذ قرار الشراء (Grewal & Levy, 2008, p. 486). وقد قدم الباحثون في مجال الإعلان نماذج متعددة للصيغة التواصلية للترويج، وكيفية تسلسل إدراكها. ويعد نموذج AIDA هو الأشهر وقد وضعه ايلمو لويس في بدايات القرن الماضي وهو مختصر للكلمات:

Action, Desire, Interest, Attention

وفيه يوضح لويس بأن الرسالة الإعلانية قائمة على الإجراء الآتي: جذب انتباه المستهدف Attention. ثم إثارة اهتمامه وفضوله من خلال التركيز على الفوائد Interest. ثم إقناع المتلقي بأنه يرغب ويتوق للمعلن عنه، وانه يلبي احتياجاته Desire. ثم الحث على فعل أو سلوك أو تحديد إجراء للاستجابة، ك شراء منتج ما Action. (Clemente, 2004). وفي كل خطوة، يقيم المتلقي المستهدف حكماً ذهنياً فيما إذا سينتقل إلى الخطوة التالية أم لا. وبضمن هذا الإجراء، يُضَمّن المصمم رسالته الإعلانية المتمثلة بالصور والعبارات حيث تتبادل الأدوار التعبيرية والتأويلية بوسائل متعددة تجعل المتلقي يستغرق في مشاهدة الإعلان ويتأثر بفكرته. (Grewal & Levy, 2008, p. 469)

1- جذب الانتباه

يمكن تعريف الانتباه بأنه: حالة تركيز العقل حول موضوع معين مع ترك المؤثرات والمنبهات الأخرى جانباً بحيث لا تصل إلى الشعور في الوقت الذي يتم به هذا التركيز أو التوجيه. (Al-Abdali & Al-Abdali, 1996, p. 178). ولكي ينجح الإعلان في جذب الانتباه يجب أن يتوفر فيه عنصر الجمال الفني (Al-Ghalibi & Al-

Askari, 2006, p. 157) ويلحظ إن ما يصلح لجذب نظر مشترٍ معين لا يصلح بالضرورة لجذب نظر الآخرين، وتختلف طرائق جذب الانتباه فيما إذا كان المشتري مستهلكاً حديثاً أو عميلاً سبق التعامل معه. (Al-Jeraisy, 1427 AH , p. 251) تدور مرحلة جذب الانتباه للسلعة حول اكتشاف شغف المتوقعين buyer personas التي يفترض إن رسمها قد تم من خلال دراسات سلوك المستهلك. وباستخدام هذه المعرفة يمكن تطوير محتوى يركز على تلك العواطف أو المشاكل. (Martin, 2020)

2- إثارة الاهتمام

بعد أن يوفر الإعلان القدرة على جذب الانتباه، فإن هذه الخاصة سوف تتضاءل إذا لم يثر اهتمام القارئ أو المشاهد أو المستمع، وتمثل خطوة إثارة الاهتمام المرحلة الثانية للإعلان الناجح، ويتطلب ذلك تهيئة الذهن لتقبل الرسالة الإعلانية. (Al-Abdali & Al-Abdali, 1996, p. 183). المفتاح إلى مرحلة الاهتمام هو جعل المشكلة شخصية لتبدو الرسالة الإعلانية لا تتحدث إلا إلى العميل المحتمل ولا أحد غيره. (Martin, 2020)

3- إثارة الرغبة

وهي مرحلة تسبق اتخاذ قرار الشراء، وهناك حاجة إلى قدرة كبيرة للإقناع (Al-Jeraisy, 1427 AH , p. 252). وهذا أتى من طريق التعرف بشكل دقيق على احتياجات المستهلك الأساسية والثانوية، التي يُستند إليها في جعل المستهلك يفكر: أن السلعة أو الخدمة لا غنى عنها في الوصول إلى مستوى الإشباع المقبول. (Al-Abdali, 1996, p. 184) & Al-Abdali, 1996, p. 184) مرحلة الرغبة هي المكان الذي تُظهِر فيه للعملاء المحتملين كيف يمكن لعروضك أن تحل مشاكلهم. هنا حيث ستشرح ميزات منتجك أو خدمتك وجميع الفوائد ذات الصلة. وتوضح كيف ستفي الفوائد باحتياجات العملاء المحتملين. (Martin, 2020)

4- الاستجابة

وهنا يحاول المعلن أو رجل البيع تلخيص أهم النقاط التي احتواها منهجه في البيع مبنياً ومؤكداً لأفضلية سلعته للوفاء باحتياجات المستهلك السلعية وقدرتها على حل مشكلاته، حاثاً المشتري على اتخاذ قرار الشراء. (Al-Jeraisy, 1427 AH , p. 252) قد يخلق المعلنون شعوراً بالإلحاح sense of urgency كعرض الصفقة لفترة محدودة، أو من طريق تضمين مكافأة خاصة special bonus لأولئك الذين يتصرفون بسرعة. (Martin, 2020) وتجدر الإشارة إلى أنه لا توجد حدود فاصلة بين المراحل الذهنية ولاسيما عندما يعمل المصمم على صياغة الفكرة الإعلانية على شكل تمثيلات تتصف بمقتربات متعددة.

وتقوم الفكرة الإعلانية على اتساع دراسات المسوّق المستمرة، والمنفذة في الإعلان من خلال أدوات المصمم بشكل جوهري، لذا لا بد للمصمم أن يختزل الفكرة ويكثف المعنى. فمساحة المطبوع محدودة.

إن بناء الرسالة يتبع أيضاً الصيغ الإعلانية المتعددة. فهناك الرسالة المفتوحة النهاية والتي تترك فيها الرسالة بدون خلاصة أو مقترح، إذ أن الأشخاص المدركون لخصائص المنتج والأشخاص المثقفون يفضلون أن يتوصلوا إلى الخلاصات بأنفسهم. وفي حالة كون الرسالة معقدة وتحمل معلومات جديدة وبراهين تنافسية كثيرة، كإعلانات التقنيات الجديدة التي يشعر المتلقي بأنه غير ملم بما تقدمه من محتوى، فإن

بناء الخلاصات والإكثار من العبارات البيعية والصور التوضيحية يصبح أمراً مهماً للمسوّق. (Trehan & Trchan, 2007, pp. 116-117).

5-2 الرغبة والحاجة

ترتبط الرغبة بالحاجة النفسية، فالحاجة هي حالة من الشعور بالحرمان عند الفرد في حالة عدم إشباعها وتلبيتها تثير نوعاً من الضيق والتوتر وعدم الراحة. (Azzam & Others, 2009, p. 32) وبالاتجاه نفسه فإن الحاجة هي كل حالات التوتر التي يمكن ان تحدث بين رغبات الأنا المباشرة ومقتضيات الأنا الأعلى فهي ليست دائماً من المعطيات الغريزية بل قد تكون حاصل النمو الحضاري. (Benghrrad, 2009, p. 69). الرغبات المشخصة يتم من خلالها إشباع حاجات المستهلك، والرغبات عديدة والحاجات محدودة، فحاجة الجوع يمكن إشباعها من خلال العديد من الأطعمة. التي هي رغبات مختلفة لإشباع حاجة واحدة وهي الجوع. فالرغبات هي أوسع من الحاجات، أي إن الحاجات هي الرغبات الأكثر إلحاحاً بالنسبة للمستهلك. (Azzam & Others, 2009, p. 33). الرسالة الإعلانية لا تقود دائماً الى تحقيق فعلي للرغبات، بل تكتفي بخلق سلسلة من المعادلات ذات الطبيعة الرمزية، بالمفهوم الذي يعطاه الرمز في التحليل النفسي حيث يحل الاستمهام والتسامي محل التحقق الفعلي للحاجة. (Benghrrad, 2009, p. 69). يعد عالم النفس براهام ماسلو "Abraham Maslow" من أبرز الذين كتبوا في الحاجات الإنسانية سنة 1943م. (Chalab & Al-Abadi, 2009, p. 40) وتنص طريقته على وجود خمسة مستويات من الحاجات تتسلسل هرمياً حسب أهميتها من الأسفل (الحاجات البيولوجية) إلى الأعلى (حاجات تحقيق الذات) حيث تقدم هذه النظرية مقترناً مفاده إن الأفراد يسعون أولاً إلى إشباع الحاجات في المستويات الدنيا قبل إشباع تلك الموجودة في المستويات العليا من هرم الحاجات. وعندما يتم إشباع الحاجات الدنيا فإن الأفراد ينتقلون إلى إشباع الحاجات في المستويات الأعلى وبالتدرج. (Obidat, 2004, p. 93).

1- الحاجات الفسيولوجية Physiological needs:

الحاجات الأساسية (الفسيولوجية) هي حاجات ضرورية ملحة مثل (المسكن، الملابس، الطعام والشراب) إذ بنا حاجة ماسة إليها في حياتنا اليومية. (Chalab & Al-Abadi, 2009, p. 40) فالأفراد الذين يشعرون بالجوع لا يفكرون في إشباع اي حاجات أخرى قبل أن يشبعوا حاجتهم من الطعام والشراب وهكذا.

2- الحاجة إلى الأمن والاستقرار Safety need

بعد أن يُشبع المستوى الأول من الحاجات (الحاجة الفسيولوجية) تصبح الحاجة إلى إشباع وتحقيق حاجة الأمان والاطمئنان القوة الدافعة وراء سلوك الأفراد. وعملياً، تشمل الحاجة إلى الأمن، الحاجة إلى النظام والاستقرار والروتين، والتأكد من أن الفرد سيحصل على طعامه الذي يحتاج إليه هو وأسرته، ليس ليومه هذا فقط، بل لأيام وسنين. (Obaidat M. I., 2004, p. 94)

3- الحاجة الاجتماعية Love and belonging

وهي التميّز بالانتماء إلى الجماعة، والقبول من قبلها. (Al-Bakri, 2002, p. 108)

4- الحاجة الى الثقة بالنفس واحترام الذات Self-esteem & Self respect

الحاجة إلى تحقيق مكانة اجتماعية محترمة أو ظهور شخصية لها مكانتها المرموقة والمحترمة بسبب إنجازها العلمي أو المادي وهكذا. (Obaidat M. I., 2004, p. 95)

5- الحاجة إلى تحقيق الذات Self-actualization

تتمثل بالعمل على تحقيق وإنجاز ما لا يستطيع أي شخص آخر من إنجازه ببلوغ المستوى الأعلى. (Al-Bakri, 2002, p. 108) هذا النوع من الحاجات يعكس رغبة الفرد في تحقيق كل ما يتفق وقدراته، أي الرغبة بالاستفادة من كل مواهبه. (Chalab & Al-Abadi, 2009, p. 41)

3- إجراءات البحث

1-3 منهج البحث: اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي في تحليل نماذج البحث المنتقاة.

2-3 مجتمع البحث: نظراً لسعة انتشار مجتمع البحث، والذي يتزامن مع كثرة المتغيرات والظروف البيئية والثقافية والجهوية التي تؤثر على المحتوى الموضوعي للإعلان، فقد اختار الباحث أن يتجه في تحديد مجتمع بحثه إلى المعيار العالمي من خلال البحث في مواقع الكترونية لهيئات ومنظمات عالمية معنية بالإبداع والإعلان وعابرة للثقافات وتتعامل مع سلع وخدمات ونشاطات تجارية عالمية. وبعد التحري، تم التوصل إلى الموقع التالي: www.adsoftheworld.com وهو جزء من شبكة كليو. Clio network.

شبكة كليو هي منظمة - كما تصف نفسها- مهتمة بالعمل الجريء الذي يدفع صناعة الإعلان إلى الأمام، ويلهم سوقاً تنافسيةً للأفكار، ويعزز الروابط الهادفة داخل المجتمع الإبداعي. ولكليو جائزة عالمية مرموقة محكمة للأعمال الإبداعية. The Clio Awards. تم تأسيس كليوز Clios في عام 1959 للاحتفاء بالإنجازات العالية في مجال الإعلان، حيث تعترف كليوز سنويًا وعلى مدار العام بالأعمال والوكالات والمواهب الإعلانية التي تتخطى الحدود وتؤسس سابقة جديدة.

يتضمن احتفال كليو بالإبداع وجود منصة محتوى تحريرية يومية على مدار العام، Muse by Clio، تسلط الضوء على أفضل ما في عالم الإعلان. وما يرافق ذلك مقالات ومقابلات لضيوف من أفضل المواهب في هذا المجال. (About Clio, 2020)

3-3 عينة البحث: جرى تحليل ثلاثة نماذج كعينة غرضية قصدية من جهات متنوعة، بحسب الحاجة التي تحقق اغراض الدراسة. (Obaidat, Adas, & Abdul Haq, 2001, p. 166).



حملة تتكون من ثلاث تمثيلات إعلانية مطبوعة¹. تم إنشائها من قبل وكالة McCann الإعلانية، باراغواي. (Top Ads, 2020) نشرت في 2013. العلامة التجارية: tiGO هي علامة تجارية رئيسية تابعة لـ Millicom وهي شركة عالمية رائدة في تقديم خدمات الكيبيل والهاتف المحمول المخصصة للأسواق الناشئة في أمريكا اللاتينية وأفريقيا. (About Millicom, 2020). يوضح الجانب التخطيطي استفادة المصمم من ميزات الإعلان المطبوع حيث إن قرب مسافة المشاهدة وسعة وقتها تتيح فرصة أكبر للإدراك وإمكانية استخدام التفصيلات المنوعة (El-Sayed, 2002, p. 237). يجري هذا الإعلان في مجال تقنيات البيع وهي عبارة عن أنشطة قصيرة الأجل يقوم بها البائع لزيادة المبيعات. ويتم عرضها لاختراق السوق (Azzam & Others, 2009, p. 250). إذ تعرض الشركة هدايا مجانية لمستخدميها. افتتح المصمم الرسالة الإعلانية مستعملاً صورة كبيرة احتلت الحيز الأعظم من مساحة الاعلان. تجسد عناصر الصورة عامل جذب الانتباه من طريق عرض مجموعة مشكلات "للحاق بالموعد" التي رُسمت من خلال دراسة مجتمع الخدمة المقدمة: (رصيد الهاتف نفذ وتعذر الاتصال) ومن خلال ذلك يُوجد المصمم التجانس من اللاتجانس، فالحملة تعرض مجموعة متجانسة من المشاكل: (التأخر عن موعد مع الخطيبة، التأخر عن موعد المدير، التأخر عن اللحاق بموعد حافلة المدرسة) وهي تعكس عالم اجتماعي لفئات غير متجانسة (الخطيب، والموظف، وأم الطفل) (Mualla, 1996, p. 274). وبهذا وضع المصمم إستراتيجيته التواصلية بالتركيز على المتلقي والدفع به الى التمسك بالمنتج وتبني القيم التي يدعو لها بشكل ضمني. (Benghrrad, 2009, p. 141) هذا المتلقي سيثار اهتمامه وسيشعر أنه معني من خلال إثارة المستوى الثاني من الحاجات في هرم ماسلو: الحاجة الى الاطمئنان. (Chalab & Al-Abadi, 2009, p. 40) إن استمالة التخويف المستخدمة ستركز على حصيلة سلبية يمكن أن تحدث بسبب فعلٍ أو تراخٍ عن القيام بفعل ما، فالمعلنون يلجؤون إلى أسلوب التخويف

¹ رابط صور الإعلان https://www.adsoftheworld.com/media/print/tigo_first_date

للحصول على استجابة فورية. (Obaidat M. I., 2004, p. 285) ولتمثيل تلك الاستمالة بصرياً لجأ المصمم إلى لغة تشكيلية موظفاً تقنية الرسم الإلكتروني لتنفيذ عوالم فائقة قائمة على تجميع عناصر أيقونة تمثل فرجات حياتية نمطية مختزنة في الذاكرة الجمعية لأفراد المجتمع اعتادت العين على رؤيتها. شكلت تلك الفرجات معاني جاهزة استخدمها المصمم للتعبير عن واقع يضفي الصدق على الواقع الفائق لعوالم الإعلان: أم تجري ممسكة بطفلها للحاق بحافلة المدرسة، خطيب يجري ممسكاً بهدية للحاق بموعد مع خطيبته، وموظف يجري ممسكاً بملف إداري للحاق بموعد تسليمه للمدير. وتم تمثيل عالم الوقت من خلال فجوة أو شرخ تجسد فاصلاً زمنياً "دقيقة" في صورة لساعة كانت حافتها الزمنية هي المضمار الذي يجري عليه ممثلو المشاهد. متحققات المعنى هي مثيرات القلق وافتقاد للإشباع الذي هو هنا: الاطمئنان، وستشكل دعوة المتلقي للبحث عن تفسير لها، ومن خلال العنوان المصاحب أحدث المصمم الربط بينه وبين المثير النفسي الذي تقترحه الصورة الرئيسة، لينتج من ذلك النقطة البيعية التي تقترحها الرسالة: " سيكون من الرائع أن يكون لديك دقيقة إضافية للتحديث. اكتب 222 وسنقدمها لك " " It would be cool to have an extra minute to talk. Text 222 and we'll give it to you." (Top Ads, 2020). ليكون بذلك العنوان محددًا للتأويل الذي تطرحه المقارنة بين تعبيرات الحياة والتعبيرات البيعية. هذا الزمن الممنوح كهدية: "الدقيقة"، هو عرض ترويجي تقدمه أي شركة ولكنه ثمين إلى الحد الذي يمكن أن يحل مشاكل العملاء. اختار المصمم لتمثيل الدعوة الإعلانية مدخل التمييز عن طريق الربط ما بين الخدمة المقدمة (اتصالات) وقيم لا ترتبط بها مباشرة، مستهدفاً فرادة المضمون الإعلاني واستهتام المتلقي، (O'Guinn & and others, 2009, p. 12) وهي بعيدة واقعياً من الأداء التقني لصناعة الاتصالات. إن ترابط الدلالات وإحالات الرموز تقود إدراكات المتلقي إلى قوة الحجة. لقد استغل المصمم طبيعة المعلومة المقدمة لنمذجة شخصية للمنتج



سيتماهي معها المتلقي المهتم، فهذا العرض يطالب بزيادة ولاء العملاء لأن الشركة بالمقابل تفكر بظروف المشترّكين وتعنى بهم. ولغرض التمييز وضع المصمم العلامة التجارية بوضع انعزالي في فضاء التصميم ليشكل نقطة بؤرية تنسجم والسلم البصري للإعلان. وكذلك، لزيادة إدراكات المتلقي للخدمة وللإستفادة من قوة العلامة التجارية كعمزز لصدق الرسالة الإعلانية.

الإنموذج (2)

حملة تتكون من ثلاث تمثيلات إعلانية مطبوعة¹. أنشأتها وكالة Pedro Juan & Diego الإعلانية، تشيلي. نشرت في 2013. العلامة التجارية: Oticon (Top Ads, 2020). وهي علامة تجارية تابعة لمجموعة Demant وتعمل في مجال تصنيع أجهزة السمع مقرها في كوبنهاغن، الدنمارك. تأسست عام 1904 من قبل هانز ديمان، الذي كانت زوجته تعاني من ضعف السمع. (Oticon, 2020). تعلن الشركة ان جميع حلول السمع الخاصة بها مبنية على تقنية Brain HearingTM المصممة لدعم عملية الدماغ الطبيعية لفهم الصوت. (Explore Solutions, 2020). تستخدم الشركة نهج "الصوت المفتوح open sound"



المصمّم لإدارة السمع بضمن مصادر الكلام والضوضاء المتعددة المتداخلة معه، وحتى في حالات الاستماع المعقدة. وتقول الشركة إن OpenSound Navigator الجديد يقوم بمسح البيئة 100 مرة في الثانية لتحليل كل صوت على حدة وتحقيق التوازن بينها. وهذه التقنية تساعد ضعاف السمع على تمييز الصوت الموجّه. (Oticon, 2020).

يوضح الجانب التخطيطي إستفادة المصمم من ميزات الإعلان المطبوع حيث إن قرب مسافة المشاهدة وسعة وقتها تتيح فرصة أكبر للإدراك وإمكانية استخدام التفصيلات المنوعة (El-Sayed, 2002, p. 237).

¹ رابط صور الإعلان https://www.adsoftheworld.com/media/print/oticon_doctor

افتتح المصمم الرسالة الإعلانية مستعملاً صورة كبيرة احتلت الحيز الأعظم من مساحة الإعلان. تجسد عناصر الصورة عامل جذب الانتباه من طريق عرض عوالم رمزية تمثل وسيلة عمل المعينات السمعية حيث اختار المصمم الوظيفة المعلوماتية مدخلاً رئيساً لإثارة الاهتمام ليضع تصميمه للتذكير بمزايا وفوائد مهمة في السماع: "Oticon hearing Aid" التي يبحث عنها ضعيفو السمع. هذه العوالم الرمزية تمثلت بتوظيف صورة نمطية لفعل السمع: طبيب الأطفال الذي يسمع ما يصدر عن جوف المريض، لص الخزانات الذي يسمع دقات عتلة الأرقام، الخادمة الفضولية التي تسترق السمع من افراد العائلة، كل هذه المشاهد النمطية تجسد شخوص تجهد لتمييز صوت معين يفسر غموض يواجهها. وذهب المصمم لإيجاد معادل موضوعي للمعينة السمعية "Oticon hearing Aid" وطريقة عملها بإضافة أذن خبيرة مدربة على تمييز أصوات بعينها: طبيب الأطفال يتسمّع لجوف الطفل المريض بوساطة الجدة الخبيرة بتربية الاطفال وأمراض أولادها وأحفادها، ولص خزانات يتسمّع لدقات عتلة الأرقام بوساطة صانع خزانات خبير بألية العمل، وخادمة تتسمّع لما يجري وراء الأبواب بوساطة رب اسرة خبير بأفعال أفراد عائلته. ومن خلال هذه الفرجات سيتماهي المتلقي المستهدف مع هذه الإحالات على طريقة عمل الوسيلة السمعية المميزة. وهنا بنى المصمم استراتيجيته الإعلانية بالتركيز على المنتج من خلال تأكيد خصائصه، (Benghrrad, 2009, p. 141) وهو ينطلق من دعوة إعلانية تفترض وجود قوة سوقية للشركة وتميّز تجاري سابق للمنتج فالإعلان يخلو من وجود عنوان مصاحب يؤوّل تفسير التجسيدات البصرية. إذ اختار المصمم لتمثيل الدعوة الاعلانية مدخل التمييز من طريق الربط بين السّماع المعروفة وقيمة لها ميزة تفضيلية يعرفها الجمهور المستهدف جيداً، وهذا يأتي انسجاماً مع المستوى الثاني من الحاجات في هرم ماسلو: وسعي الشركة لإنشباع حاجة العملاء إلى الاطمئنان المعرفي وتخفيض مستوى القلق وعدم الارتياح لقرار الشراء، فهناك فئة من الجمهور تشعر بتشوش في معرفة مواصفات المنتج وفوائده وموازنته بالمنتجات المنافسة. لقد كان التنوع في تمثيل الدعوة الإعلانية يستهدف غاية تتمثل في زيادة موضوعة المنتج وميزته عند الجمهور المستهدف. ولزيادة تطبيع الفكرة مُثلت استمالة الدعابة من طريق الشعور بالمفارقات التي تخلقها التجسيدات الإنسانية المستخدمة لإشراك المتلقي في عملية التفسير وهذا من شأنه أن يجعل المتلقي أكثر تقبلاً للدعوة الاعلانية، وكذلك لزيادة عامل تذكّر وجاذبية العلامة التجارية (Awwad, 2011, p. 46) إذ سيّشعر الجمهور المستهدف المحاط بشكل مباشر او غير مباشر بالخلل السمعي أنه معنيّ بالمنتج الذي وفر حلاً لمشاكل سمع يعاني منها. لذا فالإعلان يعزز إشباع رغبة مستمرة لدى المتلقي ويسعى للمحافظة على ولائه.

ولغرض التمييز وضع المصمم صورة المنتج – المعين السمعي- والعلامة التجارية بوضع انعزالي في فضاء التصميم ليشكل نقطة بؤرية تنسجم والسلم البصري للإعلان. فضلا عن زيادة إدراك المتلقي للمنتج وللإستفادة من قوة العلامة التجارية كعمز لصدق الرسالة الإعلانية.

الإنموذج (3)



حملة تتكون من ثلاث تمثيلات إعلانية مطبوعة¹. أنشأتها وكالة Lotus: H الإعلانية، اندنوسيا. نشرت في سنة 2019. العلامة التجارية: Consina هي علامة تجارية لها منتجات متعددة في مجال صناعة الملابس والحقائب وأدوات المغامرة. المنتج المعلن عنه هو "كربنر Carabiner" نوع متخصص من المقابض الحلقية المعدنية مع بوابة مدعومة بناقض إغلاق تستخدم لربط ومناولة الأشياء، وتستخدم على نطاق واسع في الأنشطة التي تتطلب استخدام الحبال مثل التسلق والمغامرات. (Top Ads, 2020)

كما في الإعلانات السابقين يوضح الجانب التخطيطي استفادة المصمم من ميزات الإعلان المطبوع حيث إن قرب مسافة المشاهدة وسعة وقتها تتيح فرصة أكبر للإدراك وإمكانية استخدام التفصيلات المتنوعة (El-Sayed, 2002, p. 237). افتتح المصمم الرسالة الإعلانية مستعملاً صورة كبيرة احتلت الحيز الأعظم من مساحة الإعلان. تجسد عناصر الصورة عامل جذب الانتباه من طريق عرض عوالم رمزية تمثل فعل الإمساك بالشئ والتشبث المحكم حيث اختار المصمم

الوظيفة المعلوماتية مدخلاً رئيساً لإثارة اهتمام المتلقي ليضع تصميمه للتذكير بمزايا وفوائد مهمة في المقابض الحلقية المعدنية: كربنر Carabiner، التي يبحث عنها المغامرون ومتسلقو الجبال. هذه العوالم الرمزية تمثلت بتوظيف صورة نمطية لفعل الإمساك والتشبث: تسماح يثب برشاقة ليصطاد بطة تحاول الهرب ويلتقمها بفمه، دب يصطاد سمكة ويرفعها من الماء ويحكم إمساكها بأسنانه، صقر يصطاد أرنباً ويرفعه عن الأرض مطبقاً عليه بمخالبه. كل هذه الصور النمطية تجسد عوالم لحيوات في ذروة فعلها المعيشي عندما تظفر بغنيمة ثمينة لا تدعها تفلت أبداً. وهنا ذهب المصمم لإيجاد معادل موضوعي للأمانة

¹ رابط صور الإعلان https://www.adsoftheworld.com/media/print/consina_wild_life

الصناعية للمقايض الحلقية المعدنية: كريبر Carabiner، وإمكانية الثقة بعملها وهي قيمة لطالما بحث عنها المغامرون. وذهب المصمم إلى إثارة المستوى الخامس من الحاجات في هرم ماسلو: تحقيق الذات، حيث تمثل أفعال الحيوانات المقدمة تحقيق المستوى الأعلى في الإنجاز. إن الاستمالة القيمية التي صاغها المصمم في الرسالة الإعلانية تتعلق بجاذبية بعض الأولويات للناس في حياتهم، ومنها الفخر بالإنجاز appeal of pride، هذه الاستمالة ستثير عاطفة المتلقي المقصود وتحفزه للتماهي مع القيم المقدمة. (Solomon, 2009, p. 371)

إن الدعوة الإعلانية تفترض وجود قوة سوقية للشركة وتميّز تجاري سابق للمنتج، فالإعلان خالٍ من العنوانات البيعية التي تشرح طبيعة العمل. ومن خلال الشعار الكلامي المصاحب: "لا تُفْلِئها Never let go" أوجد المصمم ربطاً بينه وبين الإشباع النفسي الذي تقترحه الصورة الرئيسة، لينتج من ذلك النقطة البيعية التي تقترحها الرسالة. صاغ المصمم مضامين الإعلان من خلال النسق التشكيلي، لما يحتويه من طاقة تعبيرية كأداة للتأثير وكذلك لإمكانية توفير تعددية دلالية (Benghrrad, 2009, p. 146). لقد استبدل المصمم الخط المحدد لهيأة التمساح والدب والصقر بتصوير فيزيقي لـ"حبل"، ليبرر وجود مقابض الحلقة المعدنية في فعل التشبث، إذ بنى المصمم إستراتيجيته الإعلانية بالتركيز على الإعلان ذاته وجانبه الخطابي الجمالي (Benghrrad, 2009, p. 142)، مُثَلَّت الدعوة الإعلانية بمدخل التمييز من طريق الربط بين فعل المقايض الحلقية المعدنية: كريبر Carabiner المعروفة وقيمة لها ميزة تفضيلية يعيها الجمهور المستهدف جيداً: نجاح المنتج في الوظيفة التي صنع من أجلها.

لقد كان التنوع في تمثيل الدعوة الإعلانية يستهدف غاية تتمثل في زيادة موضعة المنتج وميزته عند الجمهور المستهدف (Chalab & Al-Abadi, 2009, p. 129). ولزيادة تطبيع الفكرة مُثَلَّت تجسيدات فعل التشبث من طريق الشعور بالمفارقات التي تخلقها مشاهد الحيوانات المستخدمة لإشراك المتلقي في عملية التفسير وهذا من شأنه أن يجعل المتلقي أكثر تقبلاً للدعوة الإعلانية، فضلاً عن زيادة عامل تذكّر وجاذبية العلامة التجارية (Obaidat M. I., 2004, p. 287) وهنا سيشعر العميل المحاط بشكل مباشر أو غير مباشر بالمقايض الحلقية المعدنية أنه معني بسلعة ستوفر له إشباعاً لحاجات وظيفية. فالإعلان يعزز إشباع رغبة متوقعة مستمرة لدى جمهور المنتج ويسعى للمحافظة على ولائه.

ولغرض تمييز العلامة التجارية فقد احتلت مكاناً متبايناً مع فضاء التصميم لتشكل مع الشعار الكلامي نقطة بؤرية تنسجم والسلم البصري للإعلان. فضلاً عن تعزيز تمييز المتلقي للمنتج وللإستفادة من قوة العلامة التجارية كمعزز لصدق الرسالة الإعلانية.

4- النتائج والاستنتاجات

4-1 النتائج

1- إن ترغيب المتلقي لم يعد مرتبطاً بشكل مباشر بالسلعة أو الخدمة المعلن عنها، إنما صاغ المصمم رسالته البصرية للتأثير على الجمهور المستهدف خلال سمات التسويق الحديثة بالتوجه نحو البيئة

التسويقية المحيطة بالمنتج أو الخدمة (النموذج 1)، والتميّز التجاري للمنظمة المنتجة (النموذج 2 و 3)، وقوة علامتها التجارية وولاء العملاء لها (النموذج 1 و 2 و 3).

2- إن سمة الصيغ التواصلية للرسائل الإعلانية المعاصرة تتم عبر خطابات غير مباشرة باستخدام الرمز المعزز بلغة نسق الإخراج الفني ولغة النسق التشكيلي التي وفرتها وسائل إنتاج التصميم الحديثة (النموذج 1 و 3)، وقد أثرى ذلك الدلالة من خلال فتح مجال الإيحاء والإحالة لاستثارة انفعالات يقصدها المصمم. فالقيمة الفنية للصورة الخطابية تمهد عملية الإقناع.

3- إن التمثيل التصميمي لترغيب المتلقي في الإعلانات المعاصرة تتبع الحاجات والرغبات المستحدثة للمتلقى المستهدف، فهي إنتاج التقدم المعيشي والحضاري. وهي مبنية على استخدام المصمم رموزاً حياتية وصور نمطية مجتمعية وأدائية كتأثير يُطَبِّع الأشباع في ذهن المتلقي ويحقق عملية البيع (النموذج 1 و 2 و 3).

4- إن الصيغ التواصلية للإعلان المعاصر قائمة على تطوير محتويات تعي الشخصية الشرائية للمستهلكين حيث صاغ المصمم المراحل الذهنية للرسالة الإعلانية في عوالم قيمية معاصرة تعمل على مخاطبة الخبرات الإنسانية لاستثامها بصدق المحاجة المقدمة. (النموذج 1 و 2 و 3).

5- إن الحاجة إلى الاطمئنان ما زالت هي التأثير النفسي الأكثر استخداماً عند المصممين في صياغة مطالبات الرسائل الإعلانية المعاصرة، فالقلق وعدم الارتياح والريبة تجاه منتج أو خدمة هي أفعال حياتية مستمرة تؤدي إلى رغبات حياتية متواصلة بحاجة إلى الإشباع. (النموذج 1 و 2).

6- من سمات الصيغ التواصلية المعاصرة إشراك المتلقي في تفسير عوالم وحجاج الخطاب، فالمنتج لا يحضر بصفته المادية، والإعلان لا يعتمد على العنوانات البيعية وإنما يطرح المصمم استحقاقات لمنافع ودعوات للتشارك القبيعي بهدف إثارة الرغبات الواعية وغير الواعية للمتلقي. (النموذج 1 و 2 و 3).

4-2 الاستنتاجات

1- من خلال النتائج، فإن الأشباع الذي تقترحه الرسائل الإعلانية قائم على صياغة المصمم لمثيرات الانتباه النفسية والاجتماعية، وهو بهذا يوجد صلة بين المعلومة المقدمة والإيحاء المضمن للدعوة الإعلانية التي تطالب بالشراء. وهنا فإن سمة الترغيب في الإعلان المعاصر هي لجوء المصمم إلى الأسلوب العاطفي في التأثير.

2- من خلال النتائج تبين ان بناء الصيغ التواصلية للإعلانات المعاصرة قائم على الحاجات والرغبات المحدثة ويتطلب من أقسام التسويق في المنظمات المنتجة دراسات واعية ومواكبة لتطور السوق.

3- إن الرؤية الإبداعية للمصمم الكرافيكي المعاصر تتطلب وعياً وفكراً وثقافةً مواكبة وشاملة مفتوحة على كل أنماط الاشتغالات السوقية، وهذا لا يأتي في اتساعه إلا بانضمام المصمم إلى العمل التواصلية في فريق متكامل.

4- إن تمكين التكنولوجيا الحديثة وتوفير مصمم كرافيكي مبدع مؤهل بأدوات الإخراج الفني سيفضي إلى توفر مساحة أوسع من التمثلات الواعية في تصميم الصيغ التواصلية.

References

- Al-Abdali, Q. B., & Al-Abdali, S. A.-R. (1996). *Promotion and Advertising* (3 ed.). Amman, Jordan: Zahran Publishing and Distribution House.
- About Clio*. (2020, 9 14). Retrieved from Clio: <https://clios.com/about>
- About Millicom*. (2020, 9 16). Retrieved from Millicom: <https://www.millicom.com/our-company/about/>
- Al-Bakri, T. Y. (2002). *Marketing Managment*. Mosul, Iraq: University House for Printing, Publishing, and Translation.
- Al-Ghalibi, T. M., & Al-Askari, A. S. (2006). *The Afvertisement .. Applied Introduction* (2 ed.). Amman, Jordan: Wael Publishing House.
- Al-Jeraisy, K. b. (1427 AH). *Consumer Behaviour*. Riyadh, Saudi Arabia: Al-Jeraisy Distribution and Advertising Corporation.
- Al-Mohammadi, S. A. (2018). *Advertising strategy and recent trends in institutional performance development* . Amman, Jordan: Yazouri Group for Publication and Distribution.
- Awwad, F. H. (2011). *Communication and Media Marketing*. Amman, Jordan: Usama House for Publishing and Distribution.
- Azzam, Z. A., & Others. (2009). *Principles of Marketing Theory and Implications*. Amman, Jordan: Dar Al-Masirah Publishing and Distribution.
- Benghrrad, S. (2009). *advertising image: mechanisms of persuasion and significance*. Casablanca, Morocco: the Arab Cultural Centre.
- Chalab, E., & Al-Abadi, F. (2009). *Marketing According to a Contemporary Philosophical and Knowledge Perspective*. Amman,, Jordan, : Al-Warraaq for Publishing and Distribution.
- Clemente, M. N. (2004). *The Marketing glossary terms*. New Jersey, USA: Glement Communication group.

- Dwyer, F., & Moore, D. M. (2010). *Visual Culture and Visual Learning*. (N. G. Azmi, Trans.)
Muscat, Sultanate of Oman: Beirut Library.
- El-Sayed, I. (2002). *(Advertising and its Role in Marketing Activity*. Alexandria, Arab Republic
of Egypt: Addar Aljameaiya.
- Explore Solutions*. (2020, 9 14). Retrieved from oticon.com:
<https://www.oticon.com/solutions>
- Firsston, O. J. (1968). *The Economic Implications of Advertising*. Toronto, Canada: Institute of
Canadian Advertising Methuen Publications.
- Gitman, L. J., & others. (2009). *The Future of Business*. Mason, USA: South-western Cengage
Learning.
- Grewal, D., & Levy, M. (2008). *Marketing*. New York, USA: McGraw-Hill Irwin.
- janoschka, A. (2004). *Web advertising New forms of communication on the internet*.
Philadelphia, USA: John Benjamin B.V.
- Mahon, N. (2010). *Basic Advertising 02 Art directio*. Singapore: AVA Publishing.
- Martin, S. (2020, 8 5). *AIDA Formula: How to Apply it And Drive Results with Your Copy*.
Retrieved from The Daily Egg: [https://www.crazyegg.com/blog/aida-copywriting-
formula](https://www.crazyegg.com/blog/aida-copywriting-formula)
- Mualla, N. (1996). *Scientific Principles of Commercial Promotion and Advertising (Persuasive
Entrance)* (2nd ed.). Amman, Jordan: University of Jordan.
- Obaidat, M. I. (2004). *Consumer Behavior: A Strategic Approach*. Amman, Jordan: Dar Wael
Publishing.
- Obaidat, T., Adas, A., & Abdul Haq, K. (2001). *Scientific Research, Its Concept, Tools and
Methods* (7th Edition ed.). Amman, Jordan: Dar Al Fikr for Printing, Publishing and
Distribution.

- Obidat, M. I. (2004). *Consumer Behavior-Strategic Entry*. Amman: Wael Publishing House.
- O'Guinn , T. C., & and others. (2009). *Advertising & integrated Brand Promotion*. Mason, USA: Cengage learning.
- Oticon*. (2020, 9 22). Retrieved from wikipedia: <https://en.wikipedia.org/wiki/Oticon>
- Solomon, R. M. (2009). *Launch! Advertising and Promotion in Real Time*. Florida: Saylor Foundation.
- Sounieh, C. (2016). *Lectures on consumer behavior*. Jijel, Algeria: Mohamed Seddik Ben Yahia University.
- Stewart, B. (2004). *Packaging Design Strategies* (2ed edition ed.). Surrey, UK: Pira international Ltd.
- Top Ads*. (2020, 9 16). Retrieved from ads of the world: https://www.adsoftheworld.com/media/print/tigo_first_date
- Top Ads*. (2020, 9 22). Retrieved from Ads of the world: https://www.adsoftheworld.com/media/print/consina_wild_life
- Top Ads*. (2020, 9 22). Retrieved from Ads of the World: https://www.adsoftheworld.com/media/print/oticon_thief
- Trehan, M., & Trchan, R. (2007). *Advertising and Sales Management*. New Delhi, India: V. K. Enterprises.
- Ubaidat, M. I. (2004). *Consumer Behaviour-Strategic Entry* (4th ed.). Amman, Jordan: Wael Publishing House.
- ذوقان عبيدات، عبدالرحمن عدس، و كايد عبد الحق. (2001). *البحث العلمي، مفهومه وادواته واساليبه* (الإصدار الطبعة 7). عمان، الاردن: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.
- فاطمة حسين عواد. (2011). *الإتصال والإعلام التسويقي*. عمان، الاردن: دار اسامة للنشر والتوزيع.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/293-310>

Methods to stimulate consumer desire included in the production of communicative formats for contemporary commercial advertisements.

Ghassan Fadhil Al-Joubori¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 31/1/2021.....Date of acceptance: 20/2/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

Companies need to educate people about the facts that characterize the business. This is the mission of promotion, it is an important marketing activity, promotion communicates with others and seeks to provide customers with a new business process experience.

Advertising is the most important methods of promotion and the best way to reach an audience. Once the organization advertises its products and services, it can operate in a competitive environment. Marketing competition requires knowledge of humanity that must be affected and convinced. Advertising should create Desires and need for satisfaction. This research comes in the study of visual representations of this psychological incident and how to use it communicatively to create the desired effect.

Key words

Desire: Desire is associated with psychological need, so need is a person's feeling of deprivation. And in the case of a lack of satisfaction it provokes a kind of tension and discomfort. (Azzam & Others, 2009, p. 32).

Communicative models: When preparing studies about the marketing opportunities of a product, marketers seek to integrate them with communicative promotional models, and this procedure sees that the recipient, after being exposed to marketing communication, will gradually go through several mental stages before taking a specific action or making a purchase decision (Grewal. & Levy, 2008, p. 486).

Commercial advertisement: "An impersonal way to present ideas, goods or services through a well-known party for a fee paid." (Al-Abdali & Al-Abdali, 1996, pp. 18-19)

¹ Al-Zahra College for Women - Sultanate of Oman, ghassanfj@gmail.com.

دراسة مشاركة المرأة السعودية في معارض الفنون البصرية الرسمية "معرض الفن السعودي المعاصر أنموذجا"

حنان بنت سعود الهزاع¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229
تاريخ استلام البحث 2020/11/22, تاريخ قبول النشر 2020/12/23, تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص

هدفَ البحث إلى دراسة مشاركة المرأة السعودية في الفنون البصرية، والتتبع الوصفي والتحليلي لما قدمته من أعمال فنية وقياس تطورها من خلال معرض الفن السعودي المعاصر بوصفه أحد أهم المعارض الرسمية التي تنظمها حكومة المملكة العربية السعودية من حيث مشاركة الفنانة بالنسبة للفنان ومعدل تكرار مشاركتها والوقوف على أهم المراحل وتحولات المجالات والموضوعات والأساليب الفنية، والعوامل المؤثرة في تلك النتائج في ضوء موقف الفنانة من عدد من النواحي، مثل: التنظيم الإداري، ولجان التحكيم، ونحوها، إلى جانب ظروف خاصة بالفنانات، واعتمد البحث على أدلة المعرض خلال المدة من 1979-2018م بصفتها وثائق رسمية، كما أُجريت المقابلة أداةً بحثيةً بمشاركة (17) فنانة سعودية من مختلف المناطق والأجيال من أصل (182) فنانة شاركن في دورات المعرض، وأمكن الوقوف على مشكلة البحث وهي تحديد مراحل تطور مشاركة المرأة والعوامل المؤثرة فيها، مما ساهم في الحصول على نتائج وتوصيات تعزز مشاركة المرأة السعودية في المعارض الفنية بالصورة الأمثل ونحو تفعيل دورها الثقافي المطلوب ضمن رؤية المملكة 2030.

الكلمات المفتاحية: الفنون البصرية، الفن السعودي، المرأة السعودية، الفن الحديث.

¹ قسم الفنون البصرية، كلية التصميم والفنون، جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن الرياض، المملكة العربية السعودية.

Hsalhaza@pnu.edu.sa

كان وما زال للمرأة السعودية دورها الاجتماعي والثقافي المميز الذي يتكامل مع أدوار سائر أفراد المجتمع للهوض بالحركة التنموية في المملكة العربية السعودية، وفي سياق ممارسة الفنون قديما قبل النهضة الحضارية "شاركت المرأة في شبه الجزيرة العربية من خلال الحرف اليدوية التقليدية لإنتاج وتزيين سجاد الصلاة والرسم بالحناء على أيديهن، ونسج الخيام، وربما تزيين الجدران المنزلية بمنطقة عسير في جنوب المملكة العربية السعودية، هذه هي أفضل الأمثلة لدور المرأة في الفنون". (AL-Senan, 2015, p. 4536).

ولقد دخلت الفنون الحديثة للمملكة عن طريق المبتعثين لدراسة الفن منذ 1958م الذين عملوا بعد عودتهم على تأسيس الحركة التشكيلية وتقديم أعمالهم في المعارض الرسمية للدولة، كما أن "التشكيليين على مستوى المملكة في عشر السبعين وعشر الثمانين الميلادية يُعدون رواداً للبدائيات، وغالهم من خريجي معهد التربية الفنية الذي أفتتح عام 1965م وأغلق عام 1990م... تلقى الدارسون فيه أسس العمل الفني الأكاديمي على يد معلمين عرب من مشاهير الفنانين في بلدانهم" (Al-Munif, 2018)، وهي فرص أكاديمية لم تحظ بها الفتاة السعودية إلا متأخرا، وكان أغلب الفنانات حينها يقدمن أعمالا تطبيقية مثل النسيج وأشغال الإبرة، والقليل منهن شاركن في التأسيس للفن التشكيلي السعودي من خلال اللوحة الفنية، واستمرت المرأة تؤدي دورا فنيا ثانويا مقارنة بالرجل واجهت من خلاله الكثير من التحديات، كما كانت الجهات الثقافية عموما تحتاج لتنظيم أكثر فاعلية للارتقاء بواقع الفنون البصرية؛ لذا تولت الرئاسة العامة لرعاية الشباب) التابعة لوزارة العمل والشؤون الاجتماعية تنظيم المعارض الرسمية في بداياتها مثل (المعرض الجماعي الأول لفناني المملكة) عام 1970م الذي لم يشهد مشاركة لفنانات، إلا أنه يمكن ملاحظة توجههن وقتها لإقامة معارض خاصة، مثل صفية بن زقر ومنيرة موصلي اللتين أقامتا معرضهما الثنائي عام 1968م في مدرسة (دار التربية الحديثة) بجدة، "وتكمن أهمية هذا المعرض في كونه أت من المرأة السعودية للمرة الأولى لمواكبة الرجل في مجال الفن التشكيلي، مع فارق قصير من الزمن (مقارنة بتاريخ المعرض الأول للرضوي في 1384هـ/1965م" (Al-Resayes, 2010, p.44). ثم أقامت بن زقر أول معارضها الشخصية وعد الأول من نوعه لفنانة سعودية عام 1970م في مدرسة (دار الحنان) بجدة، أما منيرة موصلي فأقامت معرضها الأول عام 1972م بصالة (الشمس) بجدة بعد تخرجها من كلية الفنون الجميلة بالقاهرة، ثم أقامت معرضها الثاني عام 1973م وهو أول معرض شخصي لفنانة سعودية في الرياض.

واستمرت الرئاسة في إقامة عدد من المعارض الفردية والجماعية، ولأهمية دورها تحولت لكيان مستقل عام 1974م باسم (الرئاسة العامة لرعاية الشباب)، وأول المعارض الجماعية التي نظمتها (المعرض العام للمقتنيات) الذي أقيم أول مرة عام 1976م، وكذلك (المعرض العام للمناطق) وأقيم أول مرة عام 1977م وكان يقام في إحدى مدن المملكة ويشارك فيه شباب عبر مكاتب الرئاسة وأنديتها العديدة، ولم توثق المراجع التي تناولت تاريخ الفن السعودي أي مشاركة لفنانة سعودية في أي منهما حينها. أما (معرض الفن السعودي المعاصر) الذي أقيم للمرة الأولى عام 1979م وهو الأبرز بين معارض الرئاسة فشارك فيه

(3) فنانات سعوديات مقابل (53) فنانا، ثم نظمت الرئاسة بعد ذلك في عام 1980م (معرض كبار الفنانين السعوديين) شارك فيه (17) فنانا سعوديا، ولم يشهد مشاركة للفنانات السعوديات رغم وجودهن في الساحة التشكيلية حينها.

كما "أقامت الرئاسة ضمن برامجها الداعمة للساحة معرضين للفنانات التشكيليات، أحدهما عام للسعوديات والمقيمات، والآخر خاص بالفنانات السعوديات، ولهذه المعارض ما لها من الملاحظات نتركها للزمن ونغض الطرف لكونها تجربة قصيرة المدى لا يمكن لنا الحكم عليها" (Al-Munif,2003). ولقد كشفت دراسة (Al-Ruwais,2006) لمعرفة اتجاهات الفنانين التشكيليين السعوديين نحو معارض الرئاسة العامة لرعاية الشباب أن 74% من أفراد العينة المشاركة يؤيدون اقتراح إقامة معارض ومسابقات خاصة بالفنانات التشكيليات السعوديات، وأن نسبة 54.4% يرون أن الرئاسة تولي اهتماما بالغا بمشاركة الفنانات التشكيليات السعوديات، كما شكلت نسبة الفنانين المشاركين في تلك الدراسة 65.2%. أما نسبة الفنانات فهي 34.8%، إلا أن ما يلاحظ الآن بعد مرور خمسة عشر عاما على تلك الدراسة أن محاولة أفراد الفنانات بمعارض نسوية لم يكن حلا بل خلق فجوة عند تقييم أدائها مقارنة بالرجل، ومع ذلك يبقى لدراسة التجربة التشكيلية للمرأة السعودية أهميتها ولا يمكن اعتبارها "كتصنيف يميزها أو يستنقص من قدراتها على الخلق والإبداع والابتكار، ولكن كتصنيف ينصفها ويعلي قيمها ويؤرخ لدورها في البناء الجمالي الذي أخرجها من أن تكون مجرد صورة ... إلى مشكل لحركة تشكيلية ومسؤول عن تنظيمها استطاع أن يستمر بتجاربه وينوعها ويطورها" (Bin Fatima,2020).

من جهة أخرى ولأهمية إيجاد جهة رسمية أكثر فعالية للمجالات الثقافية دشنت الحكومة السعودية وزارة الثقافة عام 2018م التي أطلقت في عام 2020م هيئات متخصصة للمجالات الثقافية المختلفة، منها (هيئة الفنون البصرية)، وهو ما يؤكد أهمية هذا القطاع لتحقيق النهضة الحضارية للمملكة، ويلاحظ توقف الجهات الرسمية عن تحديد معارض أو فعاليات نسائية أو حفل افتتاح معارض مخصص للنساء؛ إذ هدفت رؤية المملكة 2030 التي أعلنت في 25 أبريل 2016م لدمج المرأة في سوق العمل ورفع مشاركتها بنسبة 30%، وبرز الكثير من الجهود لتعزيز دورها ومكانتها الثقافية والفنية، ومنها مشاركتها في معارض الفنون البصرية الجماعية التي لها أهميتها في تشكيل السياق الثقافي للمملكة، ويعد (معرض الفن السعودي المعاصر) أهم المعارض الرسمية للدولة، وقد بدأ تنظيمه بعد مستوى من النضج الفني وتوفر عدد كبير من طلبة وخريجي معهد التربية الفنية وبعض الجامعات والفنانين العائدين من البعثات لأوروبا وأمريكا، وشهد مشاركة المحترفين فنيا أكثر من غيره من المعارض التي يشارك فيها الهواة، وتشكل أول دوراته بداية الحضور الجيد للوحة النسائية، وهو الأهم للمرأة؛ إذ تشارك من مناطق المملكة كافة بإنتاج فني جديد متعدد المجالات والاتجاهات، وهي تنافس من خلال مسابقته على مراكز متقدمة أثبتت جدارتها بالفوز ببعضها في السنوات الأخيرة، كما يعد المعرض الرسمي الوحيد الذي استمرت إقامته مقارنة بغيره، ثم انتقلت مسؤولية تنظيمه من الرئاسة العامة لرعاية الشباب إلى وزارة الثقافة والإعلام منذ الدورة (19) 2006م؛ ولذا يمكن اعتبار هذا المعرض نموذجا للمعارض الرسمية يمكن من خلالها تتبع مشاركة الفنانة السعودية والوقوف على مدى تطورها والعوامل المؤثرة عليها.

مشكلة البحث:

تتحد مشكلة البحث في هذين التساؤلين:

1. كيف تطورت مشاركة المرأة السعودية في معرض الفن السعودي المعاصر؟
2. ما العوامل المؤثرة في مشاركة المرأة السعودية بمعرض الفن السعودي المعاصر؟

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

1. الكشف عن مراحل تطور مشاركة المرأة السعودية في مجال الفنون البصرية من خلال المعارض الفنية الرسمية.
2. الوقوف على العوامل المؤثرة على مشاركة المرأة السعودية بالمعارض الفنية الرسمية للمملكة كماً وكيفاً.

أهمية البحث:

تبرز أهمية البحث في:

1. تسليط الضوء على أهم العوامل المؤثرة في مشاركات المرأة السعودية في المعارض الرسمية للدولة.
2. التوثيق العلمي لمشاركات المرأة السعودية بالمعارض الرسمية منذ بدايات حركة الفنون البصرية في المملكة العربية السعودية.

منهجية البحث:

اتباع البحث المنهجي الوصفي والتحليلي للوصول لتفسير للنتائج، وفي ظل عدم توفر المراجع الكافية عن مشاركة المرأة السعودية في المعارض الرسمية بالمملكة، جُمعت البيانات بشكل رئيسي من خلال الأدوات البحثية التالية:

1. الوثائق: المتمثلة بأدلة المعرض المطبوعة وعددها (24) دليلاً.
2. المقابلة: مع الفنانات باستخدام استمارة مغلقة، صُممت وفق أهداف البحث والجوانب المؤثرة في المشاركة في المعرض.
3. الملاحظة: في تتبع الإنتاج الفني الذي شاركت به المرأة السعودية في هذا المعرض.

عينة البحث:

عينة قصدية من الفنانات السعوديات وعددهن (17) من أصل (182) فنانة شاركن في معرض الفن السعودي المعاصر من أول دوراته عام 1979م حتى الدورة الرابعة والعشرين عام 2018م التي تزامنت مع وقت إعداد هذا البحث، وقد قسمت هذه الفترة إلى ثلاث مراحل، كما يظهر في الجدول (1) كل منها تحوي ثماني دورات؛ لضمان تغطية المدة الزمنية التي تناولها البحث مع مراعاة تزايد عدد الفنانات خلال السنوات، كما جاء اختيارهن بناء على توزيع المناطق في المملكة كالتالي:

الدورات (17-24)	الدورات (9-16)	الدورات (1-8)	المنطقة
1440-1422هـ	1421-1409هـ	1408-1399هـ	
3 فنانات	فنانتان	فنانة	الشرقية
3 فنانات	فنانتان	فنانة	الغربية
3 فنانات	فنانتان	لا يوجد	الوسطى

جدول (1) عينة البحث

ولقد جمعت صور الأعمال الفنية والبيانات الكمية الأساسية من خلال فحص الأدلة المطبوعة لهذا المعرض التي لم يتوفر منها سوى دليلين لدى الشؤون الثقافية بوزارة الإعلام، كما يوجد أربعة أدلة منها في مكتبة الملك فهد الوطنية، واستعرت بقية النسخ من الفنان سعد المسعري من مدينة المزاحمية، وحصلت على نسخ إلكترونية لبعضها من بعض الفنانين إبراهيم الفصام وعثمان الخراشي وعلي الصفار والدكتورة إيمان الجبرين، لإكمال الأدلة الأربعة والعشرين، واستنادا إلى المعلومات الموجودة في تلك الأدلة أنشأت عدة جداول قاعدة بيانات ببرنامج الأكسل، أحدها مخصص لبيانات عامة عن المعرض يحوي (تاريخ كل دورة، والجهة المنظمة، وأسماء اللجنة التنظيمية، ولجنة التحكيم، وأسماء الحاصلين والحاصلات على جوائز في المسابقة وجوائز الاقتناء، وعدد الفنانين المشاركين، ونسبة الفنانات من العدد الإجمالي في كل دورة)، وأيضا قاعدة بيانات مستقلة للفنانات المشاركات تتضمن (اسم الفنانة ثلاثياً، والمنطقة الجغرافية، ومحل الإقامة، والمؤهل الدراسي، وأرقام وتواريخ دورات المعرض التي شاركت فيها كل فنانة). وقاعدة بيانات أخرى لهن تتضمن (رقم الدورة، وتاريخها، وأسماء الفنانات المشاركات، والعدد الإجمالي لأعمال الفنانات، وعدد الأعمال لكل فنانة، وعناوينها، وتاريخها، ومجال العمل، والخامات والمقاسات، وتحديد نوع الجائزة في حال الحصول عليها).

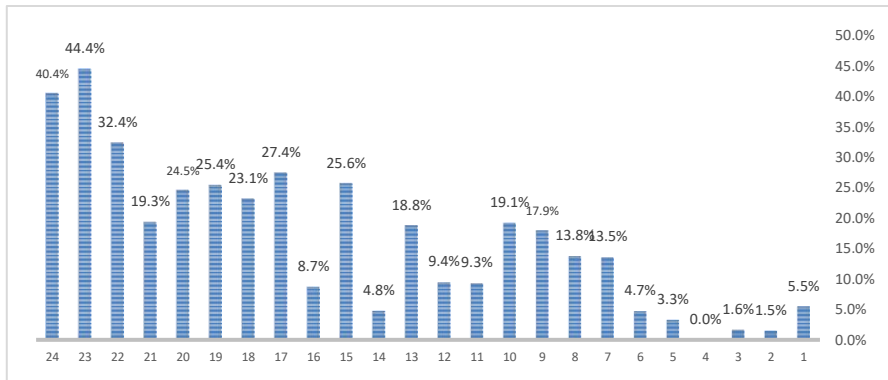
أما البيانات النوعية فجمعت من خلال المقابلات مع المشاركات في المدة 2019/12/29 م - 2020/2/2 م من خلال استمارة أسئلة مغلقة بعد موافقتهم وفق أنظمة أخلاقيات البحث العلمي لجامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن، وكانت المقابلات عن طريق المكالمات الهاتفية المسجلة باستخدام تطبيق (ACR) للهواتف الذكية لمدة من 50 إلى 110 دقائق بمتوسط 60 دقيقة، أو عن طريق البريد الإلكتروني، ثم بعد ذلك حللت البيانات من خلال مختلف السياقات والآليات المرتبطة بمشاركتهن ضمن معرض الفن السعودي المعاصر، كما أعددت محاور مسبقة للتحليل كما ظهرت عناوين إضافية في سياق تحليل نصوص المقابلات، ومنها أمكن تحديد العناوين الرئيسية للبحث كالتالي:

معدل مشاركة المرأة في معرض الفن السعودي المعاصر:

من خلال مسح البيانات من أدلة المعرض، اتضح أنه شارك في الدورة الأولى 1979 م (3) فنانات مقابل (52) فنانا، وهذا يعني أنهن يمثلن نسبة 5.5% فقط، وتناقص العدد إلى فنانة واحد في الدورتين الثانية 1980 م والثالثة 1981 م، ولم يكن هناك أي مشاركة نسائية في الدورة الرابعة 1982 م ثم شهدت الدورة الخامسة 1983 م مشاركة فنانتين والدورة السادسة 1984 م مشاركة (3) فنانات، وكان أغلبهن غير متخصصات أكاديميا واعتمدن على التعلم الذاتي من خلال الدورات وورش العمل المتاحة، وفي الدورة

السابعة 1985م قفز العدد إلى (10) فنانات مقابل (75) فنانا بنسبة 13.5% وهذا مع افتتاح قسم التربية الفنية للبنات في جامعة الملك سعود بالرياض، مما يعكس زيادة الوعي بأهمية مشاركة المرأة في المعارض الفنية وأهمية دورها الثقافي فيها؛ إذ يمثل تعليم المرأة أهم المؤثرات في المجتمع السعودي، "لقد أحدث التعليم ومعه الخطط التنموية المتتالية هزات اجتماعية وثقافية عميقة غيرت من نظرة المرأة إلى نفسها وإلى أدوارها، كما غيرت من نظرة الرجل إلى الأدوار المتوقعة منها" (AL-Bakr, 2007, p.83).

ثم تزايدت النسبة حتى الدورة العاشرة 1990م، وبعدها توقف المعرض عامين، وعادت الدورة الحادية عشرة 1992م وبدأت نسبة الفنانات بالنزول والتذبذب حتى الدورة السادسة عشرة 2000م بين (8-25%)، ثم عادت في الارتفاع التصاعدي غير الثابت من الدورة السابعة عشرة 2002م حتى الدورة الثالثة والعشرين 2015م، وفيها اقترب عدد المشاركات من النصف بنسبة 44.4%، ثم في الدورة التي تلتها عام 2018م بنسبة 40.4%، ويُظهر الرسم البياني شكل (1) نسبة مشاركة الفنانة السعودية في دورات معرض الفن السعودي المعاصر.



شكل (1) نسبة مشاركة الفنانة السعودية في دورات معرض الفن السعودي المعاصر من الدورة

الأولى 1979م حتى الدورة الرابعة والعشرين 2018م

ونلاحظ أن لفنانات المنطقة الشرقية سبق للمشاركة في الدورات الأولى حتى الخامسة من خلال بدرية الناصر وخديجة مقدم وفائزة فيرق؛ إذ نشطت الحركة التشكيلية النسائية بالمنطقة مبكراً، فقد نظمت الجمعية النسائية الخيرية بالدمام بالتعاون مع فرع جمعية الثقافة والفنون عام 1984م معرضاً جماعياً للفنانات السعوديات وعد الأول من نوعه على مستوى المملكة، وكان للجمعية مرسوم ساهم في تنشيط الحركة الفنية النسائية "افتتح في الرابع والعشرين من شوال 1399هـ والتحققت به خمس عضوات تخرج منه شعاع الدوسري ومنى الزهدة، وأشرفت على التدريب فيه الفنانة التشكيلية منيرة موصلي" (Al-Sulaiman, 2019, p.64)، بعدهن بدأ فنانات المنطقة الغربية بالمشاركة من الدورة السادسة 1984م من خلال فوزية العبد اللطيف ونوال مصلي. أما فنانات المنطقة الوسطى فبدأن بالمشاركة من الدورة التاسعة 1989م، ويمكن أن يعزى ذلك التأخر إلى بعد المنطقة جغرافياً عن الاحتكاك الثقافي بالدول المجاورة، على خلاف المنطقة الشرقية القريبة من دول الخليج العربي، والغربية القريبة من دولة مصر، وهي دول شهدت نهضة مبكرة في الحركة الفنية النسائية.

أما معدل تكرار المشاركة فكما أظهر مسح البيانات أن الأعلى كانت هدى العمر بسبع دورات للمعرض، تليها سلوى الحقييل ومسعودة قربان بست دورات، ثم نوال مصلي وإيمان الجشي بخمس دورات، ثم فوزية العبد اللطيف وحميدة السنان وسمية العشيوي بأربع دورات، و(10) فنانات شاركن في ثلاث دورات، و(25) فنانة بدورتين، والبقية شاركن في دورة واحدة فقط، وتتلخص دوافع تكرار المشاركة بحسب إفادة الفنانات في أن المعارض الرسمية تشكل لهن:

- فرصة للتواصل الاجتماعي والالتقاء بأفراد المجتمع.
- إتاحة نقل المعرفة والتجربة والتفاعل بين الفنانين مما يكسب الحراك الفني الحيوية المطلوبة.
- المنافسة بين الفنانين السعوديين وتوليد المزيد من الإبداع؛ إذ تمتاز الكثير من الاتجاهات الفنية من المناطق كافة، وتعالج الكثير من المواضيع المعاصرة.
- إضافة مميزة للمسيرة الفنية للفنانة بحكم أنها معارض مدعومة من الدولة ويشرف على تنظيمها وتحكيمها لجان متخصصة.

في حين ترى مجموعة من الفنانات أنهن لم يتمكنّ من تكرار المشاركة بسبب عدم علمهن عن المعرض، أو عدم تلقيهن دعوات من الجهة المنظمة، ومن جانب آخر تعطي الكثير من الفنانات أولوية لإقامة المعارض الشخصية بعد أن شاركن في المعارض الرسمية التي بدأتن طريقهن فيها، ويصعب من وجهة نظرهن العودة للمعارض الجماعية، كذلك لأن المضمون الفكري للمعرض الشخصي يمثل الفنانة ويلخص تجربتها الفنية بشكل متسلسل، ولذا بدأ معرض الفن المعاصر منذ منتصف المدة يشهد مشاركة الفنانات المبتدئات بشكل أكبر؛ لأن أغلب المحترفات توجهن لإقامة معارضهن الشخصية.

ومما يلاحظ أنه لم يسجل في معرض الفن السعودي المعاصر حضور للفنانات الرائدات مثل صفية بن زقر ومنيرة موصلي ونبيلة البسام رغم قلة فرص العرض أمام الفنانة السعودية في بداية الحركة الفنية في المملكة، وقد يكون السبب في إدارة المعارض الرسمية نفسها؛ لأنها بحسب رأي الناقد محمد المنيف "تقوم بدور تشجيعي وداعم للفنانين والفنانات مهما اختلفت مستويات الإبداع والقدرات. فاختلفت فيها الغثّ بالسمين. وأصبحت المعارض ميداناً فسيحاً للجميع، الأمر الذي دفع بالكثير من الأسماء النسائية المعروفة والمحترفة إلى الانسحاب من المشاركات، فخلت الساحة للهاويات والواعدات، ومنحن الجوائز المتقدمة (Al-Munif,2004) "، وقد يكون هذا السبب في الدوريات المتقدمة للمعرض لعدم مشاركة فنانات وصلن للعالمية مثل: منال الضويان ومها الملوح وزهرة الغامدي، ومن الممكن أن يكون السبب أن أعمالهن تقع ضمن التجهيز في الفراغ والعمل على مساحات كبيرة ولا تندرج مباشرة في المجالات الفنية المحددة لمعرض الفن السعودي المعاصر.

المجالات الفنية للأعمال المقدمة في المعرض:

في البداية حُصفت لمسابقة معرض الفن السعودي المعاصر ثلاثة مراكز لكل مجال من المجالات المحددة، وهي: التصوير والرسم والفنون التطبيقية. أما سائر الأعمال فهي مقتنيات، وذلك من ضمن

أهداف المعرض في تكوين مجموعة فنية لتأسيس متحف الفن السعودي المعاصر، ولاحقاً ألغيت المجالات الفنية في الجوائز وحدد بدلاً منها مراكز متفاوتة في عددها وغير ثابتة من دورة لأخرى من دورات المعرض. كما لا تختلف الفنانة السعودية عن غيرها في تنوع ممارستها للمجالات الفنية التي شهدها المعرض وتزايدت تنوعاً مع تقدم الزمن، وخاصة اللاتي درسن في أقسام التربية الفنية؛ إذ يلاحظ تنوع المجالات للفنانة الواحدة، وذلك يعود لطبيعة المواد الدراسية الشاملة لكافة التخصصات الدقيقة والتعامل مع الخامات المختلفة وتنوع أساليب التشكيل ومداخل الرؤية، وتظهر العينة كثافة الإنتاج الفني في مجال التصوير التشكيلي المعتمد على الألوان الزيتية ثم تحولت مجموعة كبيرة من الفنانات لاستخدام ألوان الاكريليك، وذلك لما توفره هذه الخامة من إمكانات متعددة بالوسائط المختلطة وتميزها بسرعة الجفاف، إلا أن بعضهن لا يزلن متمسكات بالألوان الزيتية حتى الوقت الحالي، مثل: بدرية الناصر وفوزية العبد اللطيف وهدي العمر، إلى جانب مجال الرسم بالرصاص والفحم وغيرها في الدورات المبكرة للمعرض، ويمكن ملاحظة أن معدل مشاركة الفنانة أقل في مجال الأعمال المجسمة عموماً في دورات المعرض، مثل الخزف والنحت الذي تنوعت فيه الخامات مثل الحجر والخشب والطين، أيضاً هناك أعمال قليلة نسبياً في مجال النسيج والطباعة الفنية.

لقد قدمت الفنانة السعودية في الدورات الثماني الأولى 1979-1988م أعمالاً أغلبها في التصوير التشكيلي الزيتي قدمتها بدرية الناصر وخديجة مقدم ونوال مصلي ومريم مشيخ وغيرهن، وأعمال الفنون التطبيقية مثل النسيج وأشغال الإبرة لكل من منيرة الجبر وسعاد المعمر والفنانة سيدة وفاطمة الأحمد، إلا أن مشاركة الفنانة اقتصرت في الدورة الثانية على مجال الفنون التطبيقية فقط، وذلك بسبب قطع من النسيج للفنانة سيدة، وكذلك الدورة الثالثة على ثماني قطع من النسيج لسعاد المعمر، ثم شهدت الدورة السادسة بداية مشاركة الفنانة في مجال الخزف من خلال هناء عباس بمجموعات من القطع الخزفية، وكانت الدورة الثامنة 1988م آخر دورة يتطبق فيها تصنيف الفنون التطبيقية على الأعمال المشاركة، وتميزت سلوى الحقييل بالتصوير المائي في لوحاتها التي قدمتها بدءاً من الدورة العاشرة.

كما بدأت المرأة بالمشاركة في مجال النحت من الدورة الثالثة عشر 1996م من خلال منحوتة حجر بعنوان (أمومة) لحلوة العطوي، وفي مجال الطباعة الفنية قدمت أول مشاركة نسائية في المعرض من خلال عمل (صمود) لسحر السالم في الدورة الخامسة عشرة 1999م وهو منفذ بطباعة الشمع، وفي مجال الصياغة والمينا قدمت فاطمة الداود عملها (للحياة مسيرة) في الدورة الثامنة عشرة 2004م، كما دخلت أعمال الفن الرقعي في التحكيم في الدورة الحادية والعشرين 2010م من خلال أعمال فوزية الثبيتي وأمل الخميسي التي حصل عملها (غزة) على الجائزة الرابعة، وهو ما يؤكد التطور التقني الذي تسعى الفنانة السعودية للحصول عليه، كما حصلت هدى المزروع على جائزة عن عملها في مجال التجهيز في الفراغ وعملها في فن الفيديو في الدورة الثانية والعشرين 2012م، وهو العمل الأول من نوعه الذي يحصل على جائزة في معرض الفن السعودي المعاصر، كما شاركت مها مطران بعمل رقعي بتقنية الماسح الضوئي بعنوان (في الخفاء) في الدورة الثالثة والعشرين 2015م، و قدمت زينب الماحوزي في الدورة الرابعة والعشرين 2018م عملها (غفلة) المنفذ بأسلوب فن الشوارع (جرافيتي) ونالت به المركز الأول.

الأساليب الفنية للأعمال المقدمة في المعرض:

تُميّز الأساليب في الفنون البصرية أعمال كل فنان بشكل خاص من حيث الأداء التقني والمعالجة للخامات المختلفة على نحو متفرد، وتُظهر أدلة المعرض سيادة الواقعية في الدورات الثماني الأولى بين أعمال الفنانات لمجال التصوير التشكيلي والرسم، على سبيل المثال بدرية الناصر شكل (2) وفوزية العبد اللطيف شكل (3) اللتان نوعتا في أساليهما الفنية فيما بعد بين الرمزية والسريالية على وجه الخصوص، وفي الدورة العاشرة بدأت تتميز أساليب فردية لبعض الفنانات مثل نوال مصلي التي قدمت عملها (الراعية) شكل (4) بمعالجة المساحات بأسلوب لوني تأثري منعكس عن البيئة أصبح ميزة لبقية مجموعاتها الفنية في معارضها الشخصية معتمدة على اللون الأحادي مثل الأحمر أو الأخضر أو البني وهو نتاج البحث المدروس عن مصادر الرؤية لخصتها في كتابها (ربوع بلادي)، كذلك في الدورة الحادية عشرة تميز أسلوب منى الزهدة في المعالجات اللونية لتحقيق البعد التعبيري الذي تسعى إليه في لوحاتها (صمود) شكل (5)، كما قدمت أيضا حنان الغامدي لوحاتها (المشهد ما قبل الأخير) شكل (6) بأسلوب سريالي وقد كانت هاتان اللوحتان للعرض فقط في تلك المسابقة، وأيضا في الدورة الثالثة عشرة 1996م بدأت بعض الفنانات بتقديم السريالية مثل حميدة السنان في عملها (عبر ذلك القصر) شكل (7)، واستمرت السنان في استخدام هذا الأسلوب في الكثير من أعمالها التي شاركت فيها فيما بعد.



شكل(3)

الحجاب - فوزية العبد اللطيف - زيت على قماش
الدورة السادسة 1984م



شكل (2)

جلسة نسائية - بدرية الناصر - زيت على قماش
الدورة الأولى 1979م



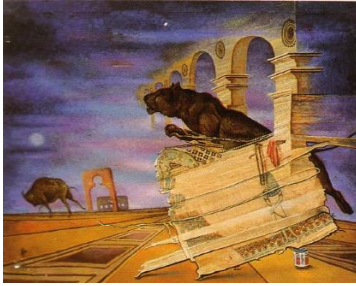
شكل (5)

صمود- منى التزهة - زيت على قماش
الدورة الحادية عشرة 1992م



شكل (4)

الراعية - نوال مصلي - زيت على قماش
الدورة العاشرة 1990م



شكل (7)

عبر ذلك القصر - حميدة السنان - زيت على
قماش
الدورة الثالثة عشرة 1996م



شكل (6)

المشهد ما قبل الأخير - حنان الغامدي -
زيت على قماش - الدورة الحادية عشرة 1992م

الموضوعات التعبيرية للأعمال المقدمة في المعرض:

يتضح من التقديم الموجود في أدلة المعارض الثمانية الأولى أن هناك موضوعات تُهدف إليها، فعلى سبيل المثال هدفت الدورة الأولى إلى تشجيع الفنان السعودي على التعبير الصادق عن المجتمع الإسلامي وإيجاد اتصال بين الفنون الإسلامية القديمة والفن التشكيلي السعودي المعاصر، وألقى ذلك بظلاله على طبيعة المواضيع التي نفذها الفنانون ولا سيما في وجود مسابقة وجوائز مالية محفزة لهم، وهدف في الدورة الثانية بجانب ما سبق إلى إبراز البعد التعبيري والإنساني لدى الفنان السعودي وهو ما يظهر بوضوح في مواضيع الطبيعة الصامتة والمناظر الطبيعية من البيئة، كما صدرت توجهات الرئيس العام لرعاية الشباب في الدورة السابعة لتعزيز الفنان السعودي للتراث وإعادة قراءته بأسلوب علمي وإعادة صياغته بطريقة معاصرة تأكيداً للأصالة وتعميقاً للجذور والتعبير عن المبادئ السامية، وانعكس هذا في الموضوعات والأساليب التي قدمها الفنانون بشكل أكبر مما قدمته الفنانات، ويذكر الكثير منهن أنهن لم يكن على علم بهذه الأهداف، والكثير ذكرن أنهن قدمن أعمالهن في ضوء مفهوم المعاصرة المرتبطة بالملكة

والمرأة السعودية، وقد يعود هذا لعدم وجود تواصل مباشر مع إدارة المعرض واللجان المنظمة، حتى جاءت الدورة العاشرة التي كانت تحت شعار (التراث الإسلامي برؤية معاصرة) بمناسبة عام التراث الإسلامي ونلاحظ فيها وعي الفنانة بأهداف المعرض وتقديمها أعمالاً تعبر عن موضوعات الزخرفة الإسلامية والخط العربي وهي تبرز من عناوين اللوحات مثل: إسلاميات، قارئ، تكوين إسلامي، مبنى إسلامي وغيرها، وكما "يقال إنه بما أن المملكة هي منشأ الإسلام وأرض أكثر مدينتين دينيتين مقدستين، فيجب على المملكة العربية السعودية الحفاظ على هوية إسلامية فريدة والخصائص الاجتماعية المميزة للمجتمع السعودي" (Alajmi, 2019, p 56).

وتنوعت فيما بعد الموضوعات وتوسعت دائرة المفاهيم أمام الفنان والفنانة، وأصبحت مصادر الرؤية الفنية متقاربة بينهما بشكل أوضح وتجاوزت التعبيرات عن البيئة والتراث بشكل صريح إلى التعبيرات الإنسانية عن القضايا المحيطة مع انعكاس الهوية السعودية والإسلامية، وترى الكثير من الفنانة أن هناك دوراً مؤثراً للبيئة والظروف الاجتماعية والدينية والمادية والأحداث السياسية والاقتصادية للمملكة على اختيارهن للأعمال المشاركة في معرض الفن السعودي المعاصر بصفته معرض يربط الفنان بالمجتمع وقضاياها، كما يلاحظ انعكاس المؤثرات الثقافية بحسب مناطق المملكة وخاصة في موضوعات التراث بنوعية الأزياء والأدوات المرسومة والتعبير عن المناسبات الدينية والاجتماعية أيضاً مثل الأعياد والزواج والموايد وغيرها.

وقد تبين من خلال استعراض عناوين الأعمال الفنية في أدلة المعرض ومن خلال استجابة الفنانة حرص الكثير منهن على التعبير عن مواضيع جمالية عامة غير مقيدة بأحداث اجتماعية أو سياسية محددة ولا بالفنانة نفسها، فالكثير من اللوحات تعبر عن موضوع المرأة، وعن الحياة اليومية للمجتمع السعودي والبيئة الطبيعية للمملكة من مختلف المناطق، وكذلك التعبير عن الحرمين الشريفين والعمارة الإسلامية والتراث الشعبي، وأتى ذلك تماشياً مع توجهات الرئاسة العامة لرعاية الشباب عند إعداد المعارض الفنية بضرورة التزام المشاركين بالأداب العامة وحدود الشريعة الإسلامية، وتذكر هدى العمر أنه "كانت تفرض رقابة مشددة على المواضيع وأسمائها من ناحية لجنة من قبل عدة جهات تدعي (لجنة الإيجاز)"⁽¹⁾.

مسابقة معرض الفن السعودي المعاصر:

يعتبر موضوع الجوائز الفنية عموماً قضية شائكة تؤثر بشكل كبير على دافعية الفنانة السعوديات "على سبيل المثال، في مسابقة (السفير) الثانية التي نظمتها وزارة الخارجية، تقدمت أكثر من 440 فنانة بأعمالهن، مقارنة بـ 214 فناناً، ولكن تم منح جوائز لثلاث نساء فقط من أصل الجوائز التسع" (Alsenan,2015,p 4538).

ويمكن ملاحظة أن الجوائز كانت من نصيب الفنان منذ بداية الدورة الأولى للمعرض حتى الدورة الثانية عشرة، حتى حصلت هدى العلاوي على جائزة الرسم في الدورة الثالثة عشرة عن لوحتها (نشيد العين)، ثم توالى حصول الفنانة على عدد من مراكز الفوز المتفاوتة وفي دورات متقطعة، كما يظهر

(1) من مقابلة إلكترونية بتاريخ 5 يناير 2020م، 1:55م.

الجدول (2) تقدم الفنانة السعودية نحو المراكز الأولى ففي الدورة الحادية والعشرين فازت بجائزة الاقتناء الأولى فاطمة النمر إلى جانب عبدالرحمن خضر، وكذلك خمس فنانات حصلن على الجائزة الرابعة، كما حصلت نادية الحميد على الجائزة الثانية في الدورة الثالثة والعشرين، ثم حصلت مريم الماحوزي على المركز الأول في الدورة الرابعة والعشرين، وهو ما يؤكد تمكن الفنانة السعودية فنيا ويعكس المستوى المتميز الذي وصلت له في ممارسة الفنون البصرية.

الدورة	التاريخ	الفنانة	الجائزة	العمل	المجال	الخامة
13	1417هـ	هدى العلاوي	الرسم	نشيد العين	رسم	الرصاص
14	1418هـ	هدى العمر	السابعة	الأسرة	تصوير تشكيلي	زيتي
		حنان البويدي	الثامنة	حي قديم	تصوير تشكيلي	زيتي
15	1420هـ	سلوى الحقييل	السادسة	طبيعة صامتا	تصوير تشكيلي	مائي
17	1422هـ	هدى العمر	السابعة	صرخة حجارة	تصوير تشكيلي	زيتي
19	1427هـ	حنان حلواني	الرابعة	تكوين	تصوير تشكيلي	خامات مختلفة
		حميدة السنان	التاسعة	البناء	تصوير تشكيلي	أكريليك
20	1430هـ	غادة الحسن	العاشر	عندما يتحدث الصمت	تصوير تشكيلي	خامات مختلفة
21	1431هـ	فاطمة النمر	الأولى	حالة (م)	تصوير تشكيلي	أكريليك وخامات
		أمل الخميسي	الرابعة	غزة	تصوير تشكيلي	رقي
		مسعودة قربان	الرابعة	البوابة	فنون تطبيقية	صياغة ومينا
		مها الربيعة	الرابعة	الفصول الأربعة	تصوير تشكيلي	أكريليك وخامات
		عواطف المالكي	الرابعة	فروسية	تصوير تشكيلي	أكريليك وزيت
		مشاعل الكليب	الرابعة	حال (2)	تصوير تشكيلي	أكريليك
		هدى المزروع		تاكسي	تجهيز في الفراغ	خامات مختلفة
22	1433هـ	تغريد البقشي		امراة وقهوة	تصوير تشكيلي	أكريليك
		مشاعل الكليب		هوية (1)	تصوير تشكيلي	أكريليك
		إيمان الجشي		تجريد (1)	تصوير تشكيلي	أكريليك وخامات
23	1436هـ	نادية الحميد	الثانية	بدون عنوان	تصوير تشكيلي	أكريليك وخامات
		أمل فلمبان	السادسة	مجد	تصوير تشكيلي	أكريليك
		جواهر الأمير	العاشر	ساعة مطر	تصوير تشكيلي	أكريليك
24	1440هـ	زينب الماحوزي	الأولى	غفلة	فن الشوارع	بخاخات
		سيما عبد الحي	الثالثة	ضريح الألوان	تصوير تشكيلي	أكريليك وخامات

جدول (2) مراكز الجوائز للفنانات السعوديات في معرض الفن السعودي المعاصر (1979-2018م) وبالمقابل كانت قرارات لجان التحكيم سببا بحسب إفادة اغلب الفنانات لتوقفهن عن المشاركة في مسابقات المعارض الرسمية بشكل عام؛ لأنهن يعتقدن عدم عدالة قرارات تلك اللجان بعد تكرار مشاركتهن وعدم فوزهن، كما يرين تحيز أعضاء اللجان لأسماء محددة يتكرر فوزها مع تغير طفيف في المركز ونوع

الجائزة، إلا أن حصول زينب المحاوي على المركز الأول في الدورة الأخيرة عن عملها (غفلة) الذي تحكي انشغال البشر عن القرآن والعبادات بالهواتف المحمولة، يثبت العكس ويعكس توجهها إيجابياً نحو جدارة العمل الفني للفنانة في الحصول على مراكز متقدمة، ولقد انعكس عدم تكرار مشاركة الفنانات المحترفات على فتح المجال أكثر للمبتدئات والهواة من الفنانات وطالبات أقسام الفنون للمشاركة في هذا المعرض ولا سيما في الدورات الخمسة الأخيرة.

ويؤكد الكثير من الفنانات ضرورة تغيير لجان التحكيم في كل مرة، وأن تكون من المختصين بعيداً عن معرفتهم بالفنانين؛ لأنه رغم السرية في التحكيم فإن الأساليب الفنية قد تكشف عن الفنان، وأن القيام بهذه الخطوة قد يشجع الفنانة السعودية للعودة للمشاركة في المعارض الرسمية بشكل أفضل، كما يرى الكثير منهن أهمية تصنيف فروع للمسابقة لتحكيم المجالات الفنية بشكل منفصل عن بعضها ويكون لكل مجال لجنة مختصة؛ فالفنون المعاصرة تشهد حالياً تنوعاً كبيراً ومتبايناً في طبيعة الأعمال يحتم اختلافاً في معايير التقييم لكل منها.

التنظيم الإداري للمعرض:

واجهت الفنانة السعودية صعوبات تنظيمية كثيرة في البداية في سبيل الوصول للمعارض الرسمية والمشاركة فيها، فلقد كان التواصل المباشر غير متاح مع اللجان وهم موظفون رجال بسبب عدم وجود موظفات في مكاتب الرئاسة، وكانت بعض الجمعيات والمراكز الاجتماعية النسائية تقوم بدور الوسيط بينها وبين الفنانات من خلال إعلامهن بالمعرض والتنسيق لتسليم الأعمال، وكانت وسائل الاتصال غير عملية فهي إما عبر الهاتف الثابت، أو الفاكس؛ لأنه لا تتوفر هواتف محمولة أو بريد إلكتروني قبل عام 1999م الذي أتيح فيه استخدام الإنترنت للعامة في المملكة، وكذلك لعدم السماح بقيادة المرأة لسيارتها حتى عام 2018م؛ فشكّل تسليم الأعمال في مكاتب الرئاسة العامة لرعاية الشباب عائقاً لدى بعضهن تسبب في عدم تكرار المشاركة، و"كانت العوامل الاجتماعية هي الأكثر تحدياً للمرأة؛ لأنها حافظت على المعايير والتصورات السائدة، بما في ذلك ذريعة (التفرد) (الخصوصية)" (Alajmi,2019, p 56).

كما أن بعضهن تجنبن المشاركة بأعمالهن المجسمة إذا ما كان المعرض خارج مدينتهن خوفاً عليها من الكسر، وامتنع بعضهن عن تكرار المشاركة؛ بسبب عدم إعادة أعمالهن أو إعادتها متضررة. أما شروط المعرض فترى جميع الفنانات أن الشروط المحددة في معرض الفني السعودي المعاصر سواء ما يرتبط بالمقاسات أو تاريخ العمل مناسبة، ولم تكن عائقاً لهن في مجال اللوحة، وأما الأعمال المجسمة فلقد كان هناك تحديد للأبعاد يقيد الفنانة إلى حد ما.

من خلال المقابلات لم تتطرق للمشاركة في تنظيم المعرض سوى الفنانة هدى العمر التي قالت: "كنت المشرفة بالتعاون وتكليف من الرئاسة على الأيام النسائية"⁽¹⁾، لقد كانت طبيعة المجتمع السعودي حينها تمنع وجود حفل افتتاح مختلط بين النساء والرجال وكان الافتتاح خاصاً بالرجال فقط ويحضر من

(1) من مقابلة إلكترونية بتاريخ 5 يناير، 2020م، 1:55م.

ينوب عن الفنانة من الرجال من أقاربها، ثم كانت مطالبة الفنانات بتخصيص حفل لهن وكان في العادة على شرف إحدى الأميرات، ولقد حُصِّصت مسابقة ومعرض للفنانات التشكيليات عام 2002م وتقدمت وقها العمر بتوصية لتشكيل لجان نسائية رسمية دائمة تابعة للإدارة العامة للنشاطات الثقافية بالرئاسة، وأن يكون هناك مقر وقسم نسائي تابع لها تتوفر فيه وسائل الاتصال ويكون حلقة وصل بين الرئاسة والفنانات، وهذا الطلب يعكس الوضع الحساس الذي كانت تواجهه الفنانة السعودية في الوصول إلى العرض وتقديم أعمالها من خلال القنوات الرسمية، ولقد استمر معرض الفنانات التشكيليات إلى أن توقف في دورته السادسة 2015م؛ إذ توجهت الجهات الرسمية ومع انفتاح المجتمع السعودي إلى ردم الحواجز بين الأنثى والذكر في مجالات الإبداع الثقافي.

النتائج:

تبين المعلومات السابقة والملاحظات والتحليل أن نسبة مشاركة المرأة السعودية في معرض الفن السعودي المعاصر قد تذبذبت منذ الدورة الأولى 1979م حتى الدورة السابعة عشرة 2002م، فقد اتجهت نسبة مشاركتهم إلى الارتفاع غير الثابت حتى وصلت إلى ما يقارب نصف إجمالي المشاركين في الدورة الرابعة والعشرين 2018م، بالمقابل توقف عدد كبير من الفنانات عن المشاركة وتوجهن للمعارض الشخصية وهن اللاتي كان لهن دور في تكرار المشاركة في دورات المعرض في بداياته، ثم شهد المعرض في الدورات المتأخرة مشاركة الكثير من المبتدئات وطالبات وخريجات أقسام الفنون بالجامعات بدورة أو اثنتين فقط. كما نلاحظ تزايد التنوع في الأعمال التي قدمتها الفنانة السعودية في معرض الفن السعودي المعاصر فقد شمل الكثير من المجالات التقليدية كالرسم والتصوير التشكيلي والنحت وغيرها إلى جانب مجالات معاصرة، وكان للفنانة السعودية سبق في الحصول على جوائز عنها مثل الأعمال المفاهيمية والتجهيز في الفراغ والتصوير التشكيلي الرقمي وفن الجرافيتي، كما تزايد تنوع موضوعاتها وأساليبها الفنية والتعبيرية مما يعكس انفتاحها وسعة اطلاعها وحرصها على تطوير ذاتها الفنية والعمق البحثي في التراث والهوية الوطنية، كما أن التحولات الأكاديمية لدراسة المرأة السعودية للفنون البصرية ألفت بظلالها على طبيعة مشاركتها الفنية.

كما يمكن الوصول لعدد من العوامل المؤثرة من وجهة نظر الفنانات مرتبطة بإدارة المعارض الرسمية ولجان التحكيم في البدايات دفعت بالفنانة لعدم المشاركة أو التوقف عنها منها تكرار عدم حصول المرأة على مراكز في المسابقة، كما أن طبيعة المجتمع والتعليم السعودي حينها لم تعطِ المساحة الكافية للمرأة للدراسة وتطوير ذاتها في الفنون والحصول على نفس الفرص التي يحظى بها الفنان، إلا أنه وبرؤية المملكة 2030 تسهّل الكثير من الصعاب وتجاوزت الكثير من التحديات وقد حصلت على نفس الفرص التي حظي بها الفنان، وكذلك حصلت على مراكز متقدمة في مسابقات المعارض الرسمية.

التوصيات:

— استمرار وزارة الثقافة في إقامة المعارض الرسمية الجماعية لأهميتها، مع إيجاد آليات لخلق توازن فرص المرأة السعودية مع نظيرها الرجل للمشاركة بالمعارض الرسمية فنانه أو منظمّة أو محكمة، وحصولها على الجوائز في مسابقات تلك المعارض واقتناء أعمالها بناء على جدارتها فنيا، وهذا يندرج تحت أدوار هيئة الفنون البصرية تحديدا، ولا سيما بعد تخرج عدد كبير منهن في الأقسام الأكاديمية المتخصصة في الفنون بالجامعات المحلية إلى جانب وجود المبتعثات اللاتي حصلن على مؤهلات عليا تمكنهن من المشاركة بالشكل الأمثل.

— دمج فن المرأة في السياق الثقافي المحلي والدولي وعدم تخصيص معارض رسمية لهن من باب تشجيعهن في حين لم تخصص معارض للفنانين، فلا يوجد تمييز للفن النسائي ولا ضرورة لمعاملته بتحيز، وذلك بإتاحة المجال أمامهن للتواصل والوصول للجهات الثقافية بكافة السبل، مع ضرورة توفير الآليات المناسبة لضمان نقل الأعمال والمحافظة على سلامتها.

References

- Alajmi, N. (2019). Overcoming Obstacles: Portrayal of Saudi Women through Art. *Art and Design Review*, 07(02), 55–67. doi: 10.4236/adr.2019.72006.
- AL-Bakr, F. (2007). The social and philosophical origins of education policies and their relationship with the labor market available for Saudi women, *Journal of Educational and Social Studies*, Helwan University, 13(1), 77-94. (in Arabic)
- Al-Munif, M. (Jan 19, 2018). After his birth in caring for youth and moving to the bosom of the Ministry of Culture and Information, the three sides (Misk art and enrichment and the Saudi Council of Arts) raise the Saudi art, *AL-Jazirah Newspaper* Issue 16549, retrieved (26/2/2020) <http://www.al-jazirah.com/2018/20180119/fm1.htm>
- Al-Munif, M. (Jan-Feb, 2004). Saudi women and drawing, *Caravan Magazine*, 53(1), retrieved (11/11/2019) <https://qafilah.com/ar/> (in Arabic)
- Al-Munif, M. (November 10, 2003). Reality of local plastic art. Supporting exhibitions exceeds the level of organization and preparation, *The Cultural Magazine* 36, retrieved (22/03/2020) <http://www.al-jazirah.com/culture/10112003/tachkel70.htm> (in Arabic)
- Al-Resayes, M. (2010). *The history of fine art in the Kingdom of Saudi Arabia*, Ministry of Culture and Information, Riyadh, Saudi Arabia. (in Arabic)
- Al-Ruwais, B. (2006). Attitudes of Saudi Arabian artists toward participation in national and international fine arts exhibitions of the general presidency of youth welfare with Some variables, *King Saud University Journal for Educational Sciences and Islamic Studies*, 18(2), (pp. 815-899). (in Arabic)
- Al-Senan, M. (2015). Full length review article considerations on society through Saudi women's art, *International Journal of Development Research*. (5) 05,(pp. 4536-4542).
- Al-Sulaiman, A. (2019). *Plastic art in the eastern region*, Society of Culture and Arts, the Arab Literature Centre for Publishing and Distribution, Dammam. (in Arabic)
- Bin Fatima, B. (2020). Postmodernism and the experience of Saudi plastic women, *Fikr Cultural Magazine*, retrieved (3/2/2020) https://www.fikrmag.com/article_details.php?article_id=1038 (in Arabic)
- Brochure of contemporary Saudi art exhibition (1440 AH), Ministry of Information.

دراسة مشاركة المرأة السعودية في معارض الفنون البصرية الرسمية.....حنان بنت سعود الهزاع
مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029

Brochures of the Contemporary Saudi Art Exhibition (1399-1425 AH), General Presidency for Youth Welfare.

Brochures of the Contemporary Saudi Art Exhibition (1427-1436 AH), Ministry of Culture and Information.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/311-328>

Study of the participation of Saudi women in official visual arts exhibitions

"Contemporary Saudi Art Exhibition as an Example"

Hanan Saud Al-Hazza¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 22/11/2020.....Date of acceptance: 23/12/2020.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract

This research studies the Saudi women participation in the visual arts, presents descriptive and analytical overview on their artworks and assess development through their participation in the said exhibition, frequency of participation, and aims to understand the most important stages and changes of the subjects addressed, artistic styles and the factors affecting these results in view of female artist's attitude pertaining to several aspects such as administrative organization, judging committees etc.

Interviews were held with a sample of female artists, 17 artists from different regions and generations out of 182 participants and reviewed relevant exhibition literature during the period 1979-2018. The research problem is to identify the development stages of women participation and the influencing factors.

The research concluded to findings and recommendations that enhance women's future effective participation in similar exhibitions and also enhances their effective cultural role within the framework of the Kingdom's Vision 2030.

Keywords: Visual Arts, Saudi Art, Saudi Women, Modern Art.

¹ Department of Visual Arts, College of Arts and Design, Princess Nourah bint Abdulrahman University, Riyadh, Saudi Arabia, Hsalhaza@pnu.edu.sa .

الإفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات الداخلية للمسكن

رانيه علي احمد عبد الرحمن¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029
تاريخ استلام البحث 2020/11/18 ، تاريخ قبول النشر 2020/12/23 ، تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

الملخص

يهدف هذا البحث الى التعرف على تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية التي يمكن الاستفادة منها في تنفيذ مكملات تجميلية لفضاءات المسكن وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي وذلك بوصف وتحليل نماذج من تقنيات وخامات التصميم التي يمكن الاستفادة منها في انتاج مكملات تجميلية في الفضاءات الداخلية للمسكن.

وتوصلت نتائج البحث الى ان مكملات تجميل فراغات المسكن من القطع الضرورية والهامة لإضفاء اللمسات الجمالية على الفضاءات الداخلية، وان الاستفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية تساهم في تنفيذ العديد من قطع مكملات تجميل الفضاءات الداخلية للمسكن بتكلفه بسيطة وغير مبالغ فيها، و تمثلت توصيات البحث في ضرورة حث مراكز التدريب على عقد دورات تدريبية وورش عمل للسيدات في مجال تجميل المسكن وتزويدهن بالتقنيات البسيطة و الاقتصادية التي تهدف الى تنمية وعيهم بتجميل المسكن، و التأكيد على ضرورة تدريب الطالبات في المقررات المرتبطة بإدارة المنزل او التربية الأسرية على كيفية استخدام تقنيات وخامات التصميم وتوظيفها بطريقه اقتصاديه.

الكلمات المفتاحية: مكملات -مواد-أساليب تصنيع-التصميم-المسكن

المقدمة:

يسعى الغالبية من الناس الى امتلاك مساكن غنيه باللمسات الجمالية والتي تضيفي على حياتهم الراحة والسعادة ويمكن تحقيق ذلك بتزيينها وتجميلها باستخدام بعض القطع المتنوعة في ألوانها وأشكالها والتي تتفق في طرازها مع المكان بشكل عام كما يمكن الاستفادة منها بشكل وظيفي وجمالي في نفس الوقت ويطلق على هذه القطع عدة مسميات منها مكملات تجميلية او الاكسسوارات أو الحلويات .

و تعد المكملات التجميلية من الأشياء الهامة في الفضاء الداخلي للمسكن التي يزداد بها جمال المكان، فلا يكتمل المشهد والرؤية البصرية المتوازنة إلا بها، على الرغم من تنوع أشكالها وألوانها وطرزها من مكان إلى آخر.

¹ أستاذ مشارك كلية التصميم والفنون جامعه ام القرى، raabdulrahman@uqu.edu.sa

وقد يرتبط أمر اختيار هذه القطع التجميلية بطبيعة الشخصية وميولها وذوقها الخاص ، ومدى ما تلعبه من دور وظيفي وجمالي في الفضاء أو الزاوية الموجودة بها، فتبرز وتظهر تفاصيل مختلفة في المكان تختلف عن غيرها ، ويقدم المختصون بالديكور أعداد هائلة من الأفكار من خلال تصاميمهم المختلفة والمتنوعة من الأكسسوارات والمتواجدة بكميات كبيره في المحلات والاسواق وبأسعار متفاوتة تميل الى الارتفاع عادة نسبة الى شهرة المصمم وامكانياته مما يصعب الى الراغبين اقتنائها ذلك نسبة الى ارتفاع أسعارها في الغالب(Ali,2013)

ونظرا لأهمية المكملات التجميلية في المسكن وما يرتبط بها من مدلولات ذات أهمية للمستخدمين أغلبها يرتبط بالجمال مما استدعى الى عدم القدرة على تجاهل وجودها او اقتنائها وان كانت تعتبر من الكماليات الثانوية ، وعلى الرغم من بساطة هذه القطعة وصغر حجمها غالبا إلا أنها تخلق أبعاداً جمالية خاصة، وترسو بكل فخامه وثراء في ثنايا المكان إضافة الى النعومة والهدوء، وقد أضحت قطع مكملات تجميل المسكن، لها وزنها وقيمتها ووظيفتها ذات الأهمية في إبراز الفضاء والنمط الذي يسرى فيه.

وبما ان مكملات تجميل الفضاءات الداخلية ذات اهمية كبيره الا انها أيضا تعتبر السبب الأول لإبراز وإظهار أناقة وجمال فراغات المنزل، وإضافة نوع من الحيوية على المكان، خاصة وأنها قابلة للتغيير لتعدد أشكالها وتنوع ألوانها كما انها توحى بالتميز والثراء وهو ما يقضي على الملل والرتابة ويمنح الإحساس بالتجدد وكسر الروح التقليدية لسكان المنزل .

ولأهمية هذه القطع وقوة تأثير وجودها في المكان تخصصت بعض البوتيكات العالمية بتصميم وتقديم مجموعة خيارات ونماذج بطريقة فنية مميزة كما تعرض لأهم العلامات التجارية المعروفة والراقية في أشكالها وتفصيلها مثل روبرتو كافالي، وفيسكونتي ووالف رولين وغيرها من الماركات الا انها قد يعاب عليها غلاء أسعارها وارتفاع الثمن مما يساهم في عدم قدرة الغالبية من الافراد امتلاكها والسبب الرئيسي في ذلك يعود الى شهرة المصمم وأسمه التجاري او افكاره التصميمية المميزة اضافة الى الخامات والتقنيات المصنوعة منها والتي تتميز بندرتها (Yunus,2014).

وتوجد العديد من الخامات والتقنيات الاقتصادية التي يمكن توظيفها والاستفادة منها في تنفيذ مكملات تجميل للمسكن دون التكلفة بمبالغ ماليه باهظه أو ارهاق للميزانية المخصصة لذلك أو قد يمنع الرغبة في امتلاكها أو وجودها في مساكنهم ومنها ما يستخدمه المصممين أو تتواجد في البيئة المحيطة للفراغ (Al-Ashraf,2013).

وحيث ان تجميل المسكن هو الهاجس الذي يشغل ربة المنزل لتوفير بيئة يسودها جو من الجمال لأفراد الأسرة فأنها تطمح الى الحصول على تلك اللمسات بما يتلائم مع ميزانيتها وامكانياتها المتوفرة والتي يمكن تحقيقها من خلال الاستفادة مما يتوفر حولها من تقنيات وخامات بسيطة مثل تركيب المرايا والسجاد وتنسيقات النباتات والمعلقات الجدارية وغيرها والتي قد يساعدها في امتلاكها وتميزها بها في بعض الأحيان وجود بعض المهارات لديها كالرسم والاشغال الفنية إضافة الى اكتسابها بعض التقنيات التي يمكن التزود بها من خلال الدورات وورش العمل المتخصصة او التغذية البصرية والمشاهدة للقنوات المرتبطة بالديكور

والتصميم الداخلي. التي يمكن الاستفادة منها في تنفيذ مكملات تجميلية ببعض التقنيات البسيطة التي أيضا يمكن تطبيقها ولا تتطلب مجهود كبير في التنفيذ ولا تتطلب مهارات وخبرات عالية من خلال صنعها يدويا ولإضفاء الذوق الشخصي عليها.

ومما سبق ظهرت فكرة البحث والمتمثلة في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات الداخلية للمسكن بالاستفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية.

مشكله الدراسة:

يرغب الكثير من أفراد المجتمع بتزيين منازلهم بالإكسسوارات الفخمة والجميلة وقد تكون ذات أسعارها باهظة رغم توفر العديد من الموارد المتاحة والتي يمكن استخدامها بتقنيات وخامات اقتصادية وغير مكلفه ماديا وفي هذا البحث سيتم تناول بعضها و التركيز على البسيطة منها والتي لا تتطلب مهاره عالية في التنفيذ وتمثلت مشكلة البحث في السؤال التالي:

1- هل يمكن الاستفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات الداخلية للمسكن

أهداف البحث:

1- التعرف على المكملات التجميلية لفضاءات المسكن التي يمكن تنفيذها بالاستفادة من التقنيات الاقتصادية للتصميم .

2- التعرف على المكملات التجميلية لفضاءات المسكن التي يمكن تنفيذها بالاستفادة من الخامات الاقتصادية للتصميم .

اهميه البحث:

1- تكمن اهميه البحث في إلقاء الضوء على جانب مهم وهو كيفية تنفيذ مكملات تجميلية للمسكن بالاستفادة من تقنيات وخامات تصميميه اقتصاديه .

2- طرح حلول واقعية لمواجهة المشكلات الاقتصادية التي ترتبط بتجميل المسكن وتزويد السيدات ببعض المهارات والتقنيات.

3- يعد البحث إضافة جديدة للمكتبة في مجال تجميل المسكن حيث تفتقر المكتبة العربية لمثل هذه الأبحاث. فروض البحث:

- إمكانية الاستفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات الداخلية للمسكن .

- ان استخدام تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية تضي قيم جمالية ووظيفية مختلفة على التصميمات المعتادة .

حدود البحث:

الحدود الموضوعية: دراسة التقنيات والخامات الاقتصادية للتصميم

الحدود المكانية: مدينة مكة المكرمة

الحدود الزمانية: فترة انجاز البحث من (شهر رجب الى شهر شوال)

مصطلحات البحث

تقنيات التصميم الاقتصادية: يمكن تعريفها بانها (مجموع الآليات والوسائل سواء كانت فكرية أو إجرائية تطبيقية ، تتمكن بواسطتها من بناء النتاج التصميمي) (DeLong, 2011) .
أو هي تلك الآليات التي نستطيع بواسطتها تحقيق السيطرة علي معظم جوانب المهمة التي نتعدها إدارة المكونات والمفردات والعناصر بطريقة تساعد على إضفاء الطابع التعبيري علي النتاج التصميمي. (Al-Bakhit, 2019,

التعريف الاجرائي: يقصد بها الوسائل والطرق التي يمكن الاستفادة منها في تصميم وتنفيذ اكسسوارات ومكملات لتجميل المسكن ويمكن لربة المنزل ان تستخدمها بسهولة.

المكملات التجميلية: هي أي عنصر يمكن ان يستخدم في تجميل الفضاء من صور ومطبوعات او المعلقات الحائطية او المرايا بالإضافة للنباتات الخضراء والأواني الزجاجية ووحدات الاضاءة وتجمع بعضها بين الوظيفة والفن لتحقيق المنفعة والجمال من اجل تحقيق بيئة مناسبة. (Yunus, 2014)
خامات التصميم الاقتصادية:

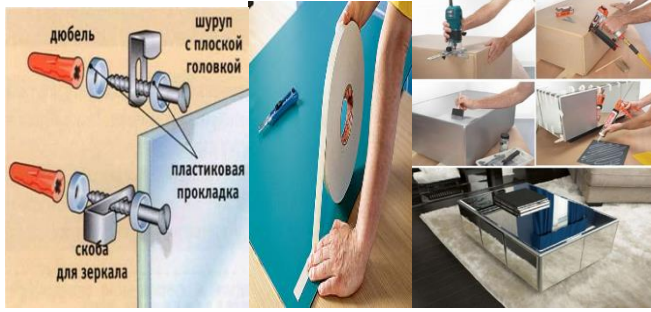
التعريف الاجرائي: هي المواد التي يمكن استخدامها في تنفيذ مكملات تجميلية للمسكن بتكلفه بسيطة و اقتصادية. وتنقسم هذه الخامات تبعاً لإمكاناتها وأغراضها الى نوعين رئيسيين الخامات المحلية والخامات الحديثة، كما وتعتمد على كونها طبيعية او مصنعة حيث يقوم المصمم في اختيار الخامات الملائمة لكل جزء من أجزاء التصميم لأهداف منها تقنية ومنها تعبيرية فضلاً عن خصائص هذه الخامات البصرية والخصائص الملمسية

الفضاءات الداخلية بالمسكن: هو ذلك الحيز المغلق الذي تفصله عن الفضاء الخارجي مجموعة من العناصر والمحددات الأفقية والعمودية لتعطيه شكله فتحدد العناصر المساحة والارتفاع. (Noor, 2016)

الإطار النظري

أولاً: أنواع التقنيات التصميمية الاقتصادية المستخدمة في التنفيذ:

أولاً: تركيب المرايا



المصدر: <https://ar.decoratex.biz/dizajn/zerkala/kreplenie-k-stene>

شرح التقنية: لتركيب المرايا يوجد طريقتين الأولى بوسطة الغراء فيجب أن يكون السطح المراد وضع مرآة عليه مستويًا وثابتًا، ثم نستخدم غراء خاص بالمرايا ويمكن دمج المادة اللاصقة مع شرائط التثبيت اما الطريقة الثانية للتركيب فتكون بالطريقة الميكانيكة بالمفصلات من خلال عمل ثقوب في القطعة المراد تثبيت المرايا عليها ومن ثم تثبيت المسامير والمفصلات (Mansour, 2008) .
ثانيا: استخدام الطلاء أو الرش



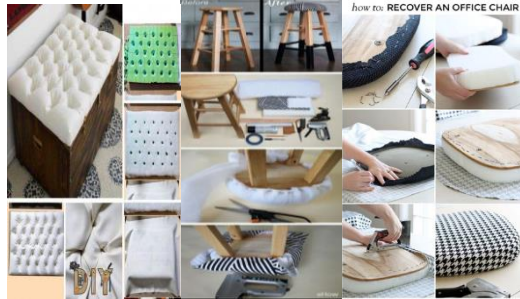
المصدر: <https://ar.wikihow.com>

شرح التقنية: لإتمام عملية الدهان بالطلاء بشكل سليم يفضل حف السطح قبل عملية الدهان بورق الصنفرة، إذا كانت هنالك ضربات في الخشب أو مكان صدأ في الحديد، فيجب وضع القليل من المعجون عليه وتركه حتى يجف، ومن ثم حف مكان المعجون.

بعد أن يجف، يتم مسحه بالماء بشكل جيد وتركه حتى يجف. أما بالنسبة لعملية الرش يتم تحريك علبة الصبغ جيدا ولمدة دقيقة قبل الاستعمال و البعد عن السطح مسافة من 25-30 سم، والبدا بالرش بسرعة ثابتة ونفس الاتجاه، أي أنك إذا قررت تحريك يدك باتجاه افقي، فعليك أن تحركها من اليمين الى اليسار

الإفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات الداخلية
للمسكن.....رانيه علي احمد عبد الرحمن
مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029
وعلى نفس السرعة. بعد الانتهاء من الاتجاه الافقي، يتم برشها بالاتجاه العمودي بنفس الطريقة السابقة،
بنفس السرعة ونفس الاتجاه. بعد ذلك، اتركها حتى تجف وتصبح جاهزة للاستعمال.

ملاحظة: نوع الدهان مهم جدا، والكمية الموجودة في العلبة لها تأثير من حيث جودة الطلاء وكثافة الكمية
الخارجة من البخاخ، لذلك الحرص على شراء أنواع جيدة.
ثالثا: التنجيد



المصدر: <https://www.marefa.org>

شرح التقنية: التنجيد من العمليات المهمة في صناعة الأثاث، يتم فيها تغطية بعض أجزاء القطعة أو معظمها
بمواد وخامات معينة مثل الاسفنج ومن ثم تغطيتها بالقماش او الجلد الملائم لإعطائها الشكل واللون
المناسبين، إضافة إلى توفير الراحة. وتعد الكراسي والمقاعد والكنبات من أهم القطع التي تحتاج إلى
التنجيد(Herbert, 2013).

رابعا: تنسيق الازهار والنباتات



المصدر: <https://www.tadarab.com>

الإفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات الداخلية

للمسكن.....رانيه علي احمد عبد الرحمن

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029

شرح التقنية: إن تنسيق الزهور فن يستطيع أي إنسان أن يجيده، ولا يحتاج الى مهاره عالية في التنفيذ فكل ما يحتاج إليه المبتدئ في تنسيق الزهور، لا يتجاوز أنية مناسبة وعددا قليلاً من الأدوات والأواني البسيطة، فعند الرغبة بتعلم كيفية تنسيق باقة من الورود أو مجموعة من النباتات الخضراء الجميلة لتزيين المسكن، توجد العديد من الكتب والفيديوهات والصور التي تقدم شرحاً مفصلاً مقترن بالصور الفوتوغرافية التي تبين الخطوات الأساليب المتبعة في التنفيذ لدى أشهر الأخصائيين في فن تنسيق الزهور المنزلية، هذا إلى جانب الشرح لأسماء وأنواع وطرق الاهتمام ببعض أشهر وأجمل أنواع الزهور (Murad, 2020).

خامسا: التغطية أو التكسيه



المصدر: <https://www.muhtwa.com>

شرح التقنية: التغطية أو التكسية أو التلبيس هي عملية تغطية سطح جسم ما، بهدف تزييني أو وظيفي أو كليهما. وقد تكون التغطية للسطح بكامله أو قد تكون لأجزاء من الجسم. والتغطية لها وظيفتين غالبًا، فهي تحمي المادة المقصود تغطيتها وظيفيه وهي تزيينه أيضاً التغطية الوظيفية تهدف إلى تغيير خصائص سطح المادة، مثل الالتصاق، أو قابلية الابتلال، أو مقاومة التآكل، أو مقاومة الاهتراء. وفي حالات أخرى ومن الأمور الأساسية لمعظم عمليات التغطية هو أن الغطاء يجب أن يكون بسمك مضبوط، وهناك عدد من العمليات المختلفة المستخدمة لهذا الغرض مثل الفرشاة أو المادة اللاصقة، و تكون بتطبيق طبقة رقيقة من مادة وظيفية على المادة الأساسية، مثل الورق أو النسيج أو الخشب أو الرقائق المعدنية أو غير ذلك. ويمكن تطبيق التغطية بحالتها السائلة أو الغازية أو الصلبة (My Soul, 2016).



المصدر: <https://www.sayidaty.net>

شرح التقنية: التنسيق يكون باستخدام مجموعه من الخامات والقطع وترتيبها وتوظيفها على هيئة تكوين يلائم المستخدم و يحقق الراحة البصرية بشكل جمالي ولتحقيق أفضل استفادة لمفرداتها في الفضاء. وتنوع بين اللوحات والاطباق والأرفف والتحف والبراويز والسجاد أحيانا وغيرها من القطع .

ثانيا: توظيف بعض الخامات الاقتصادية في تنفيذ مكملات تجميل المسكن :
الخامات:

1-خامة الجنز أو الدنيم :

خامة قماش الجينز واحدة من اهم الخامات المعتمد عليها في الازياء للرجال او النساء او حتى الاطفال ، تلك الخامة التي باتت أحد أهم الخامات المستخدمة في الديكورات الحديثة ، سواء عن طريق العمل اليدوي أو عن طريق ديكورات مستحدثة خصيصا لهذا الأمر .
من المعروف أنّ الدنيم من أكثر الأقمشة التي تدخل في أزياء الألبسة الجاهزة. ولكن اليوم، يمكن استخدام الدنيم في ديكور المنزل، وجعله يواكب آخر صيحات الموضة؛ باستخدامه في اكسسوار وتجميل غرف النوم، الجلوس، الصالون وأينما كان. ويُمكن أيضا الاستفادة منه لإنشاء زينة خاصة بالمكتبة أو مائدة الطعام.



المصدر: [/https://www.almrsal.com/post](https://www.almrsal.com/post)

2-أفرع الأشجار والاحجار:

تشكل الطبيعة مادة دسمة للتصاميم، لما تحفل به من عناصر مميزة، تضفي أجواء ساحرة على ديكور المنزل، وتعد الأحجار والأشجار وأغصانها، أحد أهم هذه العناصر، التي يمكن أن تثرى الديكور. وفيما يلي، مجموعة من الأفكار، لاستخدام أغصان الأشجار في ديكور المنزل، وهي من المواد السهلة في التشكيل والصبغة (Sami, 2018)



المصدر: <https://astroom.club/>

3- الزجاج

أغلب ربات البيوت يستخدمن الألوان الزجاجية والبرطمانات لأكثر من مرة بعد إنتهاء المنتج بداخلها ، وهناك من تحاول عمل إعادة تدوير لها واستخدامها قطع ديكورية ، ويمكن الأبداع والابتكار لجعل هذه القطعة البسيطة تحفة فنية ببعض الألوان المبهجة والطلاءات الحديثة .
البرطمانات الزجاجية ينتج منها أفكار عديدة لتزين المنزل ، ويمكن استخدامها في أشياء مفيدة مثل إعادة تصنيعها كي تصبح مصابيح أنارة بشمعة أو فتيل ، أو يمكن استخدامها لحمل الأقلام مع التزين من الخارج وبعض التلوين تصبح مقلمة ، أو باقة زهور على المكتب أو على الطاولات ، فالأشياء البسيطة مثل الألوان وبعض القطع الزجاجية والأوراق الملونة تصنع ديكور جميل (Majdalawi, 2012)



المصدر: <https://alrheeb.com/>

4- الاسمنت

الإسمنت هو المادة الأساسية في البناء، ويستخدم على نحو واسع في الديكور لسهولة تشكيله والتعامل معه وهو عبارة عن مادة بيضاء أو رمادية اللون لها عدة استخدامات، وقد تتحول إلى مادة صلبة بواسطة إضافة الماء لها، ويمكن صبه في قوالب صغيرة أو كبيرة حسب الرغبة وانتظاره الى ان يجف ومن ثم صنفرتة وتلوينه والتنسيق عليه بما يتماشى مع الوان الديكور في المسكن بشكل معاصر (Omar, 2004).



المصدر: [/https://ar.actince.com](https://ar.actince.com)

5- الفخار والخزف

أصبح الفخار والخزف موضحة جديده و مناسبة للديكور المنزلي الكلاسيكي والحديث على حد سواء. فقد تطورت أشكاله وألوانه على يد حرفيين مهرة لا يتوقفون عن تصميم القطع الفخارية ذات الألوان والرسوم الجذابة، التي تجمع أصالة الماضي بروعة الحاضر. ومن جانب آخر فإن استخدام الفخار في المنازل يلقي إقبالاً واسعاً من عشاق الطبيعة بالذات، حيث يضفي الفخار بلونه الطبيعي، لمسة شرقية دافئة على أي مكان يوضع به. ويقبل الناس على الفخار بألوانه الزاهية كالأخضر والأصفر والأحمر والأزرق، فهذه الألوان تتناسب مع الديكور العصري، الذي يتميز بألوانه الفاتحة المائلة للطبيعية (Al-Hiti, 2019).

و من الممكن تغيير شكل بعض الجرار الفخارية في المنزل بواسطة بعض الخامات البسيطة، وهي ورق الزجاج وبعض الألوان المائية، بحيث نبدأ بصقل جرة الفخار حتى تصبح ملساء تماما، ثم نرسم عليها باستخدام قلم رصاص صورة زهرة أو شجرة أو أي صورة طبيعية نريدها، ثم نلون باقي الجرة باللون المناسب المفضل، بعد ذلك يمكن ملء الرسم باللون الذهبي أو الفضي (Al-Qaisi,2016)

وبعد أن تجف الألوان نقوم بطلاء الجرة بالورنيش، ونتركه لبعض الوقت حتى يجف وهذا يصبح لدينا جرة كالخزف الحقيقي.



المصدر: [/https://daratalmarifah.wordpress.com](https://daratalmarifah.wordpress.com)

6- السجاد:

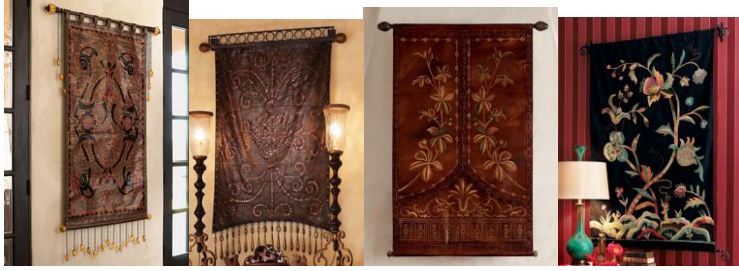
إن استخدام السجاد في المنزل لا يقتصر على فرش الأرضية، بل يمتد لأشكال أخرى، إذا أرادت ربة المنزل إضافة لمسة خاصة ومختلفة، وكلاسيكية إلى منزلها. وتعليق السجاد على الجدار فكره ليست بالجديدة ولكنها تضيفي جمالا على المكان وتشكل ديكورات حوائط فنيه بأشكالها ورسوماتها وتعطي قيمه فنيه عالية خاصة

الإفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات الداخلية

للمسكن.....رانيه علي احمد عبد الرحمن

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029

إذا تم تركيبها على عمود ستاره وتزين أطرافها بكتل خيوط الستائر أو الخرز واحدة من تلك الطرق هي تعليق السجاد على الحائط في إحدى الغرف في المنزل، أن اختيار أماكن وأشكال وخامات السجاد المعلق على الحائط من أهم المعايير التي يجب الانتباه لها قبل الإقبال على تلك الخطوة، فدائمًا ما يختلف السمك والثقل والخامة المصنوع منها السجاد المخصص للتعليق على الحائط، بجانب اختلاف النقوش والألوان، فدائمًا ما تميل للهدوء، ووجود المناظر الطبيعية في تكويناتها (West, 2019).



المصدر: <https://ar.wikipedia.org/wiki>

7-الخرز:



المصدر: <https://www.youm7.com/story>

الخرز جسم مشكل من أي خامة يتخلله ثقب أو ثقوب يمكن نظمه عن طريقها سواء كانت خامات طبيعية مثل بعض الثمار والنباتات والودع والأصداف، أو معادن كالذهب والفضة والنحاس، أو خامات صناعية تشكل بالصناعة مثل الزجاج والخزف والبلاستيك (dt,Hafez)

كما يصنع الخرز من الأحجار الكريمة وشبه الكريمة سواء من العقيق أو البلور أو الياقوت أو المرجان أو اللؤلؤ، كما يصنع من أشكال الأحجار الصناعية وتعدد ألوان الخرز كذلك كونه لامع أو شفافاً أو معتماً، كما إنه يتخذ أشكال متنوعة كالمستطيل والمكعب والكروي والمعين والأسطواني والبيضاوي والسداسي أو أي شكل غير منتظم، كما يتراوح حجمه بين الكبير والمتوسط والصغير. والخرز لا يستعمل مستقلاً بنفسه، إنما يستخدم في كثير من الحالات مع غيره من الخامات، كالخيوط ويتوقف سمكها تبعاً لحجم ثقب الخرز والقماش المستخدم كأرضية لمخرز بأنواعها المختلفة فيظهر ذلك التباين بين الخامات.

إجراءات البحث:

منهج البحث: المنهج الوصفي التحليلي قامت الباحثة باستخدامه وذلك بوصف وتحليل نماذج من تقنيات وخامات التصميم التي يمكن الاستفادة منها في إنتاج مكملات تجميلية في الفضاءات الداخلية للمسكن.

الإفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات الداخلية

للمسكن.....رانيه علي احمد عبد الرحمن

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029

عينة البحث: مكونة من 100 سيدة تم اختيار بشكل عشوائي لمعرفة رأيهن في امكانيه الاستفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية لتنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات المسكن و للاستفادة من اجابتهن في الحصول على نتائج البحث.

أدوات البحث:

1-استبيان احتوى الجزء الأول منه على تعريف بسيط عن مفهوم تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية ، أما الجزء الثاني اشتمل على 10 فقرات عبارة عن تساؤلات تم طرحها على عينة عشوائية مكونة من 100 سيدة لمعرفة رأي العينة في التقنيات والخامات الاقتصادية المقترحة التي يمكن الاستفادة منها في تنفيذ مكملات تجميل للفضاءات الداخلية للمسكن كما احتوى الاستبيان على صور لتوضيح اشكال التقنيات والخامات الاقتصادية التي يمكن الاستفادة منها في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات المسكن.








تقنيات التصميم الاقتصادية يقصد بها: الوسائل والطرق التي يمكن الاستفادة منها في تصميم وتنفيذ اكسسوارات ومكملات لتجميل المسكن ويمكن لربة المنزل ان تستخدمها بسهولة		
خامات التصميم الاقتصادية يقصد بها: المواد التي يمكن الاستفادة منها في تنفيذ مكملات تجميلية للمسكن مثل:الخرز، الفخار، القماش، الاسمنت، السجاد، الزجاج، الأحجار، الخزف، افرع الأشجار		
1-هل تستخدمين مكملات تجميلية في مسكنك؟		
لا	نعم	
2-هل لديك معرفة بتقنيات التصميم الاقتصادية التي يمكن الاستفادة منها في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات المسكن؟		
أ- لدي معلومات جيدة .	ب- لدي معلومات بسيطة.	ج- ليس لدي أي معلومات.
3-هل لديك معرفة بخامات التصميم الاقتصادية التي يمكن الاستفادة منها في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات المسكن؟		
أ- لدي معلومات جيدة .	ب- لدي معلومات بسيطة.	ج- ليس لدي أي معلومات.
4-من خلال الصور المرفقة لمكملات تجميل فراغات المسكن المنفذة بالاستفادة من تقنيات التصميم الاقتصادية هل يمكنك تطبيقها ؟		
		
ج- لا أوافق	ربما	أوافق
5- من خلال الصور المرفقة لمكملات تجميل فراغات المسكن المنفذة بالاستفادة من خامات التصميم الاقتصادية هل يمكنك تطبيقها ؟		
		

الإفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات الداخلية

للمسكن.....رانيه علي احمد عبد الرحمن

ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021

		
ج- لا أوافق	ربما	أوافق
6-من خلال الصور المرفقة هل يمكن الاستفادة من تقنيات التصميم الاقتصادية في اضافة قيم جمالية ووظيفية مختلفة لمكملات تجميل الفضاء الداخلي بالمسكن عن التصميمات المعتادة ؟		
		
ج- لا أوافق	ربما	أوافق
7-من خلال الصور المرفقة هل يمكن الاستفادة من خامات التصميم الاقتصادية في إضافة قيم جمالية ووظيفية مختلفة لمكملات تجميل الفضاء الداخلي بالمسكن عن التصميمات المعتادة ؟		
		
ج- لا اوافق	ربما	أوافق
8-من وجهة نظرك ماهي مكملات تجميل الفضاءات الداخلية للمسكن التي يمكنك تنفيذها بالاستفادة من التقنيات و الخامات السابق ذكرها في الاستبيان؟		
ج- تنسيقات الازهار	المعلقات واللوحات	الخداديات
و- أخرى	هـ- تحف الزينة	د- الفازات والمزهريات
9-من وجهة نظرك أذكرني إيجابيات استخدام تقنيات وخامات التصميم في تنفيذ مكملات تجميله الفضاءات المسكن؟		
10-من وجهة نظرك أذكرني سلبيات استخدام تقنيات وخامات التصميم في تنفيذ مكملات تجميله الفضاءات المسكن؟		

نتائج الاستبيان:

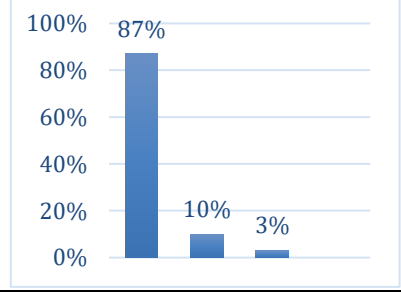
م	هل تستخدمين مكملات تجميلية في مسكنك؟	النسبة المئوية %
أ	نعم	89%
ب	لا	2%



جدول رقم(1)

في الجدول رقم (1) و من خلال العينة المقترحة يتضح أن 89% من العينة يستخدمن مكملات تجميلية الفضاءات المسكن، بينما 2 % من العينة لا يستخدمن مكملات تجميلية الفضاءات مساكنهن

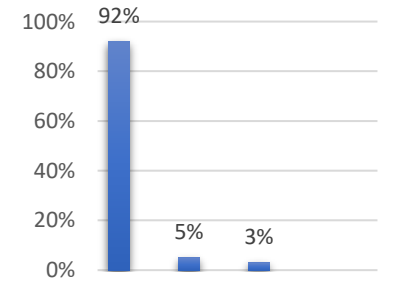
م	هل لديكي معرفة بتقنيات التصميم الاقتصادية التي يمكن الاستفادة منها في تنفيذ مكملات تجميلية الفضاءات المسكن؟	النسبة المئوية %
أ	لدي معرفة جيدة	87%
ب	لدي معرفة بسيطة	10%
ج	ليس لدي أي معرفة	3%



جدول رقم(2)

في الجدول رقم (2) و من خلال العينة المقترحة يتضح أن 87% من العينة لديهن معرفة بتقنيات التصميم الاقتصادية التي يمكن الاستفادة منها في تنفيذ مكملات تجميلية الفضاءات المسكن، بينما 10 % من العينة لديهن معرفة بسيطة و 3% ليس لديهن بذلك .

م	هل لديكي معرفة بخامات التصميم الاقتصادية التي يمكن الاستفادة منها في تنفيذ مكملات تجميلية الفضاءات المسكن؟	النسبة المئوية %
أ	لدي معرفة جيدة	92%
ب	لدي معرفة بسيطة	5%
ج	ليس لدي أي معرفة	3%



جدول رقم(3)

في الجدول رقم (3) و من خلال العينة المقترحة يتضح أن 92% من العينة لديهن معرفة بخامات التصميم الاقتصادية التي يمكن الاستفادة منها في تنفيذ مكملات تجميلية الفضاءات المسكن، بينما 5 % من العينة لديهن معرفة بسيطة و 3% ليس لديهن معرفة بذلك .

م	من خلال الصور المرفقة لمكملات تجميل فراغات المسكن المنفذة بالاستفادة من تقنيات التصميم الاقتصادية هل يمكنك تطبيقها ؟	النسبة المئوية %
أ	أوافق	80%
ب	ربما	7%
ج	لا أوافق	13%

جدول رقم(4)

في الجدول رقم (4) و من خلال العينة المقترحة يتضح أن 80% من العينة يوافقن على امكانيتهن تطبيق مكملات تجميلية للمسكن بالاستفادة من تقنيات التصميم الاقتصادية ، بينما 7% من العينة غير متأكدات من قدرتهن على تطبيق ذلك و 13% أبدين عدم موافقتهن على ذلك.

م	من خلال الصور المرفقة لمكملات تجميل فراغات المسكن المنفذة بالاستفادة من خامات التصميم الاقتصادية هل يمكنك تطبيقها ؟	النسبة المئوية %
أ	أوافق	82%
ب	ربما	14%
ج	لا أوافق	4%

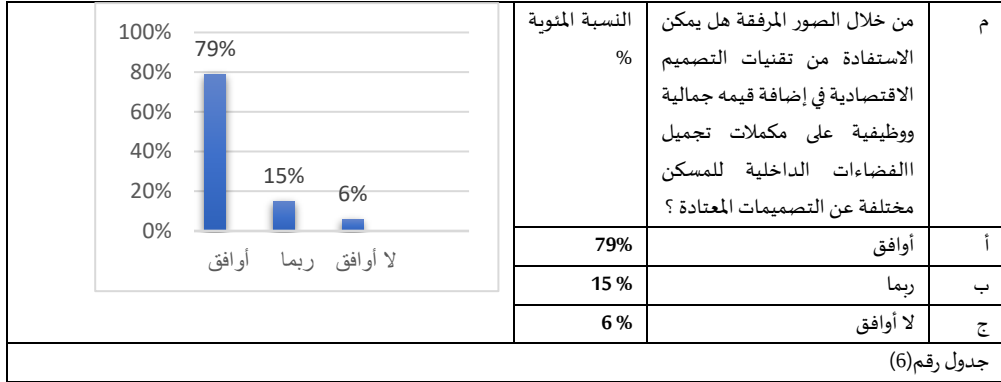
جدول رقم(5)

في الجدول رقم (5) و من خلال العينة المقترحة يتضح أن 82% من العينة يوافقن على امكانيتهن تطبيق مكملات تجميلية للفضاءات المسكن بالاستفادة من خامات التصميم الاقتصادية ، بينما 14% من العينة غير متأكدات من قدرتهن على ذلك و 4% أبدين عدم موافقتهن على قدرتهن تطبيق ذلك.

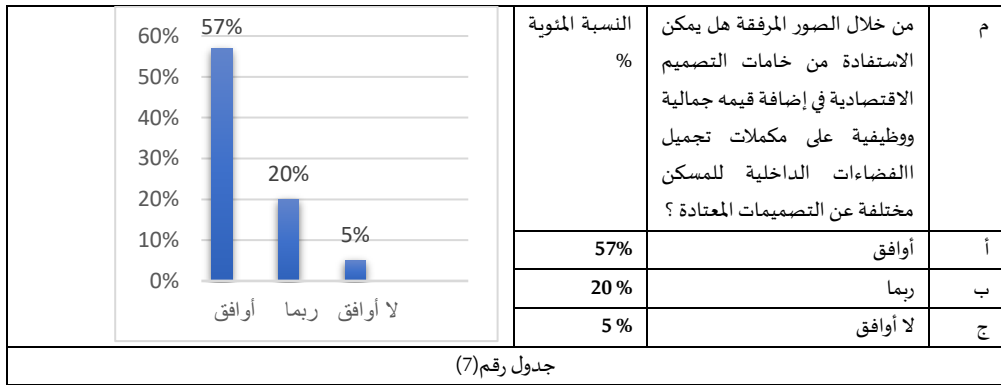
الإفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية في تنفيذ مكملات تجميلية للفضاءات الداخلية

للمسكن.....رانيه علي احمد عبد الرحمن

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029



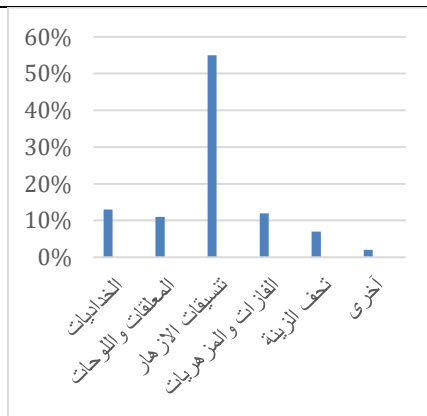
في الجدول رقم (6) و من خلال العينة المقترحة يتضح أن 79% من العينة يوافقن على إمكانية الاستفادة من تقنيات التصميم الاقتصادية في إضافة قيمة جمالية ووظيفية على مكملات تجميل الفضاءات الداخلية للمسكن مختلفة عن التصميمات المعتادة ، بينما 15 % من العينة غير متأكدات من ذلك و 6 % أبدین عدم موافقتهم على ذلك.



في الجدول رقم (7) و من خلال العينة المقترحة يتضح أن 57% من العينة يوافقن على إمكانية الاستفادة من خامات التصميم الاقتصادية في إضافة قيمة جمالية ووظيفية على مكملات تجميل الفضاءات الداخلية للمسكن مختلفة عن التصميمات المعتادة ، بينما 20 % من العينة غير متأكدات من ذلك و 5 % أبدین عدم موافقتهم على ذلك.

من وجهة نظرك ماهي مكملات تجميل الفضاءات الداخلية للمسكن التي يمكنك تنفيذها بالاستفادة من التقنيات و الخامات السابق ذكرها في الاستبيان؟

أ-الخدادات 13% ب-المعلقات 11% ج-تنسيقات الازهار-55% د-الفازات والمزهريات 12% هـ-التحف 7% و-أخرى 2%



جدول 8

في الجدول رقم (8) يتضح من إجابات العينة للبحث ان الأغلب وضحن قدرتهن على تنفيذ تنسيقات للأزهار بنسبة 55% ، بينما نسبة 13% ابدن قدرتهن على تنفيذ الخدادات ، ونسبة 12% ابدن قدرتهن على تنفيذ الفازات والمزهريات و نسبة 11% قدرات على تنفيذ المعلقات واللوحات الجدارية وهي نسب متقاربة الى حد ما بفارق بسيط ، وحصلت تحف الزينة على نسبة 7% من العينة المقترحة ، بينما نالت الخيارات الأخرى نسبة 2% .

9-من خلال الاستبيان السابق تم استنتاج مجموعة من الإيجابيات والسلبيات من وجهة نظر عينة البحث: وتمثلت الإيجابيات في التالي:

-إمكانية تنفيذ مكملات تجميلية لفضاءات المسكن تتلائم مع الألوان والديكورات التي تتماشى مع المكان.

-الاستفادة من الخامات والتقنيات المتاحة لربة المنزل والغير مكلفة ماديا.

-تزويد ربات المنازل ببعض المهارات والتقنيات التي تساهم في تعزيز قدرتها على الإنجاز واستغلال أوقات الفضاء بما يعود عليهن بالمنفعة.

-سهولة التنفيذ والتصنيع والتعديل والتجديد للقطعة عند الرغبة في ذلك بأسهل الطرق والوسائل.

-الاستفادة من القطع المستهلكة والموديلات القديمة لمكملات تجميل المسكن بإعادة تشكيلها برؤيه جديدة.

أما السلبيات في التالي:

-تحتاج بعض التقنيات المقترحة الى التدريب والخبرة لتتمكن ربة المنزل من تطبيقها بكل سهولة.

-تنفيذ بعض القطع والمكملات يحتاج الى توفير بعض الأدوات والأجهزة التي تساعد في إمكانية التطبيق.

النتائج من خلال الدراسة الحالية للبحث تم التوصل لبعض النتائج كالتالي:
-ان مكملات تجميل فراغات المسكن من القطع الضرورية والهامة لإضفاء اللمسات الجمالية على الفضاءات الداخلية.
-ان الاستفادة من تقنيات وخامات التصميم الاقتصادية تساهم في تنفيذ العديد من قطع مكملات تجميل الفضاءات الداخلية للمسكن بتكلفه بسيطة وغير مبالغ فيها.
-إمكانية تطبيق التقنيات واستخدام الخامات المتاحة مما يساهم في زيادة القدرة على إضافة لمسات جمالية تدل على الشخصية وتمثل الذوق الخاص للأشخاص.
-اثر المهارات والخبرات فيما يتعلق بصناعة الجمال والتذوق الفني وزيادة الابداع في تصميم وتنفيذ كل ما يحتاج اليه في تجميل ا فراغ الداخلي.

التوصيات

- 1-عقد دورات تدريبية وورش عمل للسيدات في مجال تجميل المسكن وتزويدهن بتلك التقنيات البسيطة و الاقتصادية الغير تهدف الى تنمية وعيهم بتجميل المسكن .
- 2- التأكيد على ضرورة تدريب الطالبات في المقررات المرتبطة بإدارة المنزل او التربية الأسرية على كيفية استخدام تقنيات وخامات التصميم وتوظيفها بطريقه اقتصاديه.
- 3-اثر محتوى مناهج تجميل المسكن او التصميم الداخلي للمسكن التي تدرس بكليات التصميم والفنون او التصميم الداخلي بالوسائل الطرق والتقنيات التي تساهم في تزويد الطالبات بالمهارات اللازمة لتنفيذ مكملات تجميل المسكن .
- 4- إنتاج برامج تعليمية تساهم في تدريب ربات المنازل على كيفية تنفيذ مكملات تجميلية للمسكن بطرق اقتصاديه .
- 5- حث المتخصصين في مجال تجميل وديكور المسكن على إنشاء موقع متخصص على الانترنت يهتم ببث المعلومات والخبرات في مجال تجميل المسكن.

References:

- Ali, K. (2013). *The interior design is a mirror that reflects the creativity elements in the choice of .furniture*, Al-Ittihad newspaper for publishing and distribution
- Al-Ashraf, A. (2013). *How to display home accessories with a touch of elegance*, Hayat Magazine, .Dubai.
- Al-Bakhit, B. (2019). "Functional and aesthetic values of indigo wood and the possibility of using it in .interior design in Sudan", MA Thesis, Sudan University of Science and Technology
- Al-Saadi, N. J. (2011). The application of interior design techniques in theater scene. *Academic Journal*, Issue(57).
- Al-Hiti, M. K. (2019). *Techniques and aesthetics of pottery and porcelain art*. Safaa House for printing, .publishing and distribution
- Al-Qaisi, N. A. (2016). *Pottery and porcelain archaeological historical study*. Curriculum, Publishing .and Distribution House
- .DeLong, B.J. (2011). *Intelligent Economic Design*. Arab International Economic Stream
- Hafez, N, Q, and Abdel Radi, W. (d. D. Designing innovative clothes using bead weaving techniques) - *Journal of Architecture and Arts*, Issue(10)
- .Herbert, B. (2013). *Furniture upholstery*. Dar Al-Nafaes for printing and publishing. Egypt
- .My soul, F. (2016). *Make antiques out of old doors*, Fuchsia magazine
- .Murad, T. (2020) *The Art of Flower Arrangement*. Undergraduate salary house. First edition
- Mansour, A . M. (2008) Mirror Reflections and Their Effect on Interior Design, *Academic Journal*. Number(49)
- .Majdalawi, F. (2012). *the glass. Masterpieces*, of Majdalawi for publication and distribution
- Noor, M. (2016). "The role of interior design in improving the work environment in government - facilities in the state of Khartoum, Khartoum Passports Building (Al-Muqrin) as an example of" .Applied Analytics Study", Master Thesis, Sudan University of Science and Technology
- .West, M (2019). *Knitting and carpeting. Osma House for printing*, publishing and distribution
- Omar, M. (2004). *Cement: its industry and properties*. Scientific Books House for Publishing and .Distribution
- Yunus, A. (2014). *Home accessories options break the monotony*. Al Bayan Magazine. Dubai .Corporation for Publishing and Advertising

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/329-348>

Making use of economical design techniques and materials in implementing cosmetic supplements to the interior spaces of the dwelling

Rania Ali Ahmed Abdel Rahman¹

Al-Academy Journal **Issue 99 - year 2021**

Date of receipt: 18/11/2020.....Date of acceptance: 23/12/2020.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

This research aims to identify the economic design techniques and materials that can be used in the implementation of cosmetic supplements to the spaces of the dwelling. The research relied on the descriptive and analytical approach by describing and analyzing models of design techniques and materials that can be used in the production of cosmetic supplements in the interior spaces of the dwelling.

The results of the research concluded that the beautification of the spaces of the dwelling is one of the necessary and important pieces to add aesthetic touches to the internal spaces, and that the use of economic design techniques and materials contributes to the implementation of many pieces of complementary beautification of the internal spaces of the dwelling at a simple cost and not exaggerated, and the research recommendations were the necessity Urging training centers to hold training courses and workshops for women in the field of home beautification and providing them with simple and economical techniques aimed at developing their awareness of home beautification, and stressing the need to train students in the courses related to home management or family education on how to use design techniques and materials and employ them in an economic way.

Key words: supplements - materials - manufacturing methods - design - housing

¹ Associate Professor, College of Design and Arts, Umm Al-Qura University, raabdulrahman@uqu.edu.sa .

المتغيرات المرتبطة بالأساليب الأدائية لفن الباتيك لتحقيق التأثيرات الملمسية الخطية في اللوحة الطباعية

نجلاء المرضوف السعدي¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029

تاريخ استلام البحث 2021/1/11 ، تاريخ قبول النشر 2021/2/1 ، تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

الملخص

يعتبر فن الباتيك من الفنون القديمة التي لها تاريخ طويل في دول شرق آسيا وبالأخص في إندونيسيا حيث كان يعتبر حرفة تقليدية عاشت عليها الكثير من القبائل الإندونيسية، بدأ هذا الفن في الانتقال الى القارات الأخرى و يتطور ويتقدم نظرا لارتباط الفنان بما يحيط من التطور التكنولوجي والفكري، حيث أصبح الفن أكثر انطلاقا وتحررا ، فساعد الفنان على الابداع والابتكار في تصميماته . وفي هذا البحث يركز على الأساليب الادائية الحديثة التي يمكن من خلالها إنتاج لوحات طباعية من خلال عناصر التصميم وبالأخص الخط لأحداث تأثيرات جمالية وابداعية في العمل المنتج . يهدف البحث الحالي الى التعرف على الأساليب الادائية المتعددة لفن الباتيك ، أحداث تأثيرات ملمسية خطية من خلال تقنية الباتيك ، أثراء هذه التقنية من خلال طرقها الادائية المتنوعة لتحقيق التأثيرات الملمسية الخطية في مجال الصباغة اليدوية ، حيث ستقدم الباحثة عدة تجارب عملية لتحقيق اهداف البحث من خلال التجريب بمختلف الأساليب الادائية المختلفة لتحقيق التأثيرات الملمسية الخطية في الاعمال الطباعية

الكلمات المفتاحية: فن الباتيك ، الأساليب الادائية ، التأثيرات الملمسية الخطية

المقدمة

لقد تطورت وتنوعت طرق الصباغة للمنسوجات بتطور الإنسان، عبر العصور، فقد اهتدى إلى عدة طرق لتجميل وزخرفة ملابس، وكانت كل طريقة هي بمثابة تطوير للطريقة التي تسبقها، وإضافة حلول أفضل لها، لتعطي الكثير من الإمكانيات المتنوعة التي تضيف ابتكاراً وجمالاً للمنسوج، وبالرغم من ذلك وجد الإنسان من خلال التحكم في الوحدات الزخرفية المرسومة الخاصة بالتصميم المراد تحقيقه على القماش، حيث أن ألياف القماش لها قابلية امتصاص لمحاليل الأصباغ، فتميل للانتشار في كل أجزاء التصميم، لذا وجد الإنسان مخرجاً من هذه الصعوبة، وذلك بتغطية الأجزاء المراد بقائها بلون القماش أو بلون صباغي معين

¹ أستاذ مساعد بجامعة السلطان قابوس /كلية التربية/ قسم التربية الفنية، najlaasalim11@gmail.com

بمادة مانعة، وذلك قبل وضعه في حمام الصبغة، وسميت هذه الطريقة بصباغة المانعة، ومن الموارد المانعة
زيت البرافين او الشمع والعجائن (Al-Sharif.S, 1985)

وتعتبر طرق مانعة الشمع من الطرق المتميزة لزخرفة المنسوجات المصبوغة، والتي مارسها الانسان في أماكن
كثيرة ومتفرقة من العالم، وقد اختلف الباحثون في تحديد المصدر الأول لهذا الفن، فتعددت الآراء بين قارة
آسيا وجزر الهند الشرقية، وأفريقيا الغربية ومصر القديمة، وبلاد الغرب، " وذكرت لأول مره كلمة باتيك في
المصادر الهولندية في القرن السابع عشر الميلادي، والخاصة بسجلات الأقمشة الهولندية المستوردة من
جزيرة جاوة، والتي تصف أسلوبًا خاصًا في تغطية التصميم بمادة مانعة، بهدف عدم تغلغل الأصباغ إلى هذه
الأجزاء أو الوحدات الزخرفية، وتعتبر عملية صباغة الباتيك بمناعة الشمع من العمليات المعقدة جدًا، حيث
تستغرق من الوقت والجهد الكثير، هذا لأنها تنفذ يدويًا بعدة طرق وفي مراحل متعددة لتطبيق الشمع
وعمليات الصباغة المتكررة (Saadi.N, 2019)

إن الاتجاه الحديث في مجال الطباعة اليدوية لم يعد قاصرا على التعبير بخامه واحده أو أسلوب
واحد فقط ، ولكن تعددت الاساليب والتقنيات الفنية لتثري العمل الفني المطبوع (Ibrahim.Z,
1976) فالطباعة اليدوية تؤكد على النظرة الشاملة والفكر المتشعب بين جميع الاساليب الفنية وامكانياتها
التشكيلية للوصول الى مجالات تشكيليه متطورة وحديثه، ويعد مجال صباغه المنسوجات بما يتضمنه من
تقنيات واساليب مجالا خصبا يتسع لتحقيق العديد من الجوانب التعبيري والتشكيلي عند الفنان (Al-
Sharif.S, 1985)

ساعد التنوع في الاتجاهات الحديثه أن يختار الفنان ما يناسبه في عمله الفني بأسلوبه المتفرد به والذي يميزه
عن غيره من الفنانين من خلال الدمج بين أكثر من اتجاه أو أسلوب فني لينطلق بأفكاره نحو ما هو جديد ،
مما دعى الى التجريب لايجاد حلول ومعالجات فنيه مبتكره .

مشكلة البحث

هناك الكثير من البحوث والدراسات التي تطرقت لتقنية الباتيك واستخدامها في الصباغة على القماش،
ولكن هناك ندرة في الدراسات التي ركزت على المتغيرات والأساليب الادائية للباتيك التي تحقق عناصر
التصميم وركزت الباحثة الى مدى إمكانية الاستفادة من الأساليب المتعددة لتقنية الباتيك لتحقيق
عناصر التصميم الفني لأحداث تأثيرات ملمسيه خطية

أهداف البحث :

تكمن أهداف البحث في النقاط الاتية

- التعرف على الأساليب الادائية المتعددة لفن الباتيك
- أحداث تأثيرات ملمسيه خطية من خلال تقنية الباتيك

• أترء هذه التقنية من خلال طرقها الادائية المتنوعة لتحقيق التأثيرات الملمسية الخطية في مجال
الصبغة اليدوية
أهمية البحث

- أظهار التنوع والتعدد في الطرق الادائية لفن الباتيك
- تحقيق تأثيرات ملمسية خطية من خلال الأساليب الادائية المتنوعة للباتيك

منهجية البحث

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي والتجريبي من خلال

الإطار النظري :

الدراسات السابقة

فن الباتيك

مناعة الشمع

المتغيرات المرتبطة بالطرق الادائية لفن الباتيك

التأثيرات الخطية لتقنية للباتيك في زخرفة المنسوجات

الأطار العملي

تجارب عملية لتوضيح الأساليب الأدائية لفن الباتيك، لتحقيق تأثيرات ملمسية خطية من خلال الفن

الدراسات السابقة

أوضحت (Al-Sharif.S, 1985) أن تقنية الباتيك تساعد على إيجاد حلول ذات اتجاه ابتكاري لإمكانيات الباتيك التقنية الفنية المختلفة والتي يمكن الاستفادة بها في مجال طباعة المنسوجات لأكساب الفنان بعض المهارات اليدوية والخبرات العملية والعلمية من خلال الممارسة الفنية لتقنية الباتيك التي تساعدهم على الابداع والابتكار وإيجاد حلول فنية من خلال هذه الفن . في حين أكد (Farghali.I, 2012) على مدى إمكانية تنمية الاتجاهات التعبيرية بالاساليب الأدائية المختلفة للباتيك وبالأخص بأسلوب التكسير الشمعي وكيفية استحداث أساليب أدائية وصيغ تشكيلية لأسلوب التكسير الشمعي والإفادة منها في مجال التعليم العام. حيث ركز فرغلي في أهدافه على تنمية الاتجاهات التعبيرية لتلاميذ المرحلة الإعدادية بأسلوب التكسير الشمعي المستلهمة من البيئة السعودية و استحداث أساليب أدائية وصيغ تشكيلية لأسلوب التكسير الشمعي. واعتمد (El-Sayed.M, 2012) على كيفية اترء التصميمات المصبوغة بطريقة الباتيك من خلال النظم البنائية للخلايا والتفرعات النباتية كالنظام المتوازي والمتقاطع والمتشابك والحلزوني كالأشكال الخطية المتنوعة التي تنتج عن هذه الخلايا والمتغيرات المختلفه بين النقط والخط من خلال النظم البنائية في الخلايا والتفرعات النباتية من خلال اسلوب الباتيك ، في حين أوضح (Muhammad.M, 2012) أن الصباغة من خلال الباتيك تعد أحد الطرق الفنية التي من خلالها يمكن الحصول على الزخارف والتصميمات الملونة التي يمكن الاستفادة من رموز الفن الشعبي وتحقيقها من خلال الباتيك الشمعي وطريقة التنقيطي التي يساعد على إيجاد تأثيرات

لملمسيه وفنية تثرى هذه الفن من الجانب الفني . يتجه (Rabie.D, 2014) في دراسته الى التحديث في أساليب
مناعة الشمع والطرق الادائية من خلال تنوع الصبغات ، والخامات الملونة والتاثيرات السطحية والمتغيرات
اللونية على أسطح الأقمشة المختلفة لتحقيق معالجات مبتكرة بما يحقق ثراء في مناعة الشمع ، ويركز هذا
البحث على طرح مداخل تشكيلية جديدة من خلال مناعة الشمع مستفيدا من الأساليب الحديثة في الباتيك
فن الباتيك

يعتبر أسلوب الباتيك من أساليب الطباعة والصبغة اليدوية وتعتمد على منع وصول محاليل
الصبغة الى الاجزاء المحددة من الأقمشة للحصول على اماكن بيضاء (وهو لون القماش الاساسي) ومواد
المناعة التي توضع على القماش لتمنع امتصاص الصبغة الملونة في المناطق المعزولة أثناء عملية الصبغة ،
سواء شمع منصهر او اي نوع من أنواع المناعة الاخرى (Al-Sharif.S, 1985)

يرجع مصدر كلمة الباتيك إلى كلمة تيتك للغه سكان جزيرة جاوه باندونيسيا وهي تعني النقطة أو
الوقفه أو التقطير . باتيك بالإنجليزية (Batik) هي إحدى طرق الصبغة الفنية، تشتهر بها بعض دول العالم
مثل شرق اسيا وانتقل بعد ذلك الى اوروبا وافريقيا ،وللحصول على التصميمات الملونة على الأقمشة
القطنية. تعتمد هذه الطريقة على تغطية القماش بطبقة من الشمع وبعد جفاف الشمع على القماش يتم
صبغ القماش فيظهر اللون في الأماكن غير المغطاة بالشمع ذات تأثيرات خطية رخامية.

وتعتبر طرق مناعة الشمع من الطرق المتميزة لزخرفة المنسوجات المصبوغة، والتي مارسها الانسان
في أماكن كثيرة ومتفرقة من العالم، وقد اختلف الباحثون في تحديد المصدر الأول لهذا الفن، فتعددت الآراء
بين قارة آسيا وجزر الهند الشرقية، وأفريقيا الغربية ومصر القديمة، وبلاد الغرب، " وذكرت لأول مره كلمة
باتيك في المصادر الهولندية في القرن السابع عشر الميلادي، والخاصة بسجلات الأقمشة الهولندية المستوردة
من جزيرة جاوة، والتي تصف أسلوبًا خاصًا في تغطية التصميم بمادة مانعة، بهدف عدم تغلغل الأصباغ إلى
هذه الأجزاء أو الوحدات الزخرفية، وتعتبر عملية صبغة الباتيك بمناعة الشمع من العمليات المعقدة جدًا،
حيث تستغرق من الوقت والجهد الكثير، هذا لأنها تنفذ يدويًا بعدة طرق وفي مراحل متعددة لتطبيق الشمع
وعمليات الصبغة المتكررة.

مناعة الشمع المنصهر

تعد مناعة الشمع المنصهر وأكثرها شهرة من بين الموانع المختلفة من المواد المناعة الميكانيكية ،
يتكون عادة من خليط من الشمع الصناعي المستخرج من البترول والمعروف بشمع البرافين وهو شمع معدني
القاعة ينصهر عند درجه حراره 29- 40 م وشمع العسل وهو شمع طبيعي لين ناعم ينصهر عند درجه حرارة
76:74 ويمزج هذا الخليط بوضعه في وعاء على حمام مائي مع اضافته مادة القلفونيه وينتج عند تطبيقه على
القماش تأثيرات جماليه وفنيه ، والتأثيرات الجمالية والفنية الناتجة عن تطبيقه ، تلك المتغيرات التي تعددت
وتنوعت بالقدر الذي جعل هذا الاسلوب لازال مجالاً خصبا للبحوث والدراسات . وفي ما يلي توضيح
للمتغيرات استخدام المناعة بالشمع المنصهر .

متغيرات خاصة بالطرق الأدائية	متغيرات خاصة بالتأثيرات الملمسية
الرسم	لملمسيه خطيه ومنتظمه وغير منتظمه
التكسير	
التنقيط	تكاسير وحفر
السكب	الملمسيه ناتجه عن النقطة الهندسيه والعضويه
الاستنسل	
الحفر	مساحات ناتجه عن توزيع الصيغات
الكشط	
البصمه	

جدول (متغيرات استخدام مناعة الشمع)

المتغيرات المرتبطة بالطرق الادائية لفن الباتيك

هناك الكثير من الطرق الادائية لفن الباتيك على الاقمشه منها الرسم، التنقيط، الاستنسل، التكسير والحفر والسكب والبصمه، وهي تعتمد على الدهان أو تشميع الشمع المسطح بأنواع شمع مختلفة وبطرق متعددة وبخلطات متعددة وحسب رؤيه الباحثة ومنها:

• الرسم:

وتعد هذه الطريقة من الطرق القديمة لزخرفة المنسوجات، وتتم باستخدام أدوات مختلفة منها العصا المخرومة والأقلام المصنوعة من خشب البامبو وكذلك (الرسم باستخدام قلم الشمع Tjanting) وهو عبارة عن وعاء نحاس صغير مثبت في أحد طرفيه أنبوبة نحاسية دقيقة تسمح بمرور الشمع المنصهر من خلالها أو الطرف مثبت في قضيب من الخشب كذراع للقلم ويمكن أن يكون للقلم أكثر من أنبوبة، وذلك عند الحصول على عدد من الخطوط المتنوعة وتتعدد الخطوط وتنوع التأثيرات الناتجة عن استخدام القلم من حيث سمك الخطوط وأحجامها باختلاف سعة قطر الأنبوبة النحاسية) (Omran.A, 2001)، وكذلك من الأدوات المستخدمة الفرشاة باختلاف أحجامها وهيئاتها المختلفة، وأغلب نتائج الرسم بالشمع من خلال الفرشاه أو قلم الشمع يمكن التحطك بالخطوط المتنوعه ما بين الخطوط المستقيمه أو الخطوط المنحنيه وتكون متنوعه السمك، نماذج لاشكال للرسم بقلم الشمع والتي عرضتها الدارسه على الطلاب للاستفاده منها.



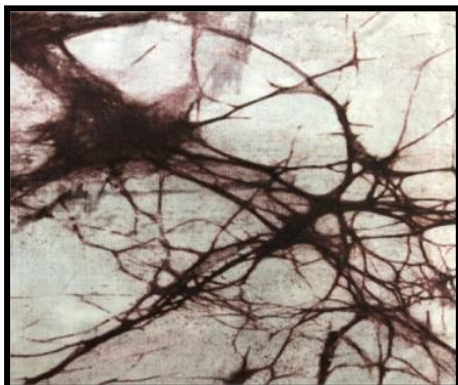
شكل (2) الرسم بقلم الشمع



شكل (1) الرسم بقلم الشمع

• التفسير:

وتتم هذه الطريقة بإحداث تشققات أو تكسيرات عشوائية أو مقصودة على المنسوج وذلك بغمس المنسوج كاملاً في الشمع المنصهر أو باستخدام الفرشاه بحسب المساحة المراد تغطيتها وتكون ذلك في المساحة والأشكال المتنوعة أو إحداث التكسير بها ثم ترك القماش ليحجف تماماً ثم يكرمش باليد إذا أردنا تكسيرات عشوائية أو بطي المنسوج أو باستخدام المسطرة، وإذا أردنا إحداث تشققات منتظمة ومقصودة وذلك بطي المنسوج بتطبيقات مختلفة، وذلك للاستفادة من هذه التشققات والتكسيرات الناتجة من العملية والتي تعد من الجماليات المميزة لأسلوب الباتيك ويصعب الحصول عليها من أي أسلوب آخر، وللمادة الراتنجية – القلافونية – وفي نسبة شمع البرافين والشمع الإسكندراني في هذه الطريقة دور في مساعدة الشمع على التصلب والذي يعطي معه تشققات وتكسيرات حسب النتيجة المرغوبة. وتتكون نسب المخلوط تبعاً لرغبة الفنان الممارس في إحداث تأثيرات فنية متنوعة. ويمكن الحصول على تكسيرات أكثر بلف المنسوج حول عصي أو بالدق عليه بأي أداة أو بطي المنسوج في شكل خطوط مائلة أو طولية أو عرضية تبعاً للتصميم المحدد (Hajjaj.H, 2001)



شكل (4) تكسيرات عشوائيه باستخدام شمع
العسلي



شكل (3) تكسيرات عشوائيه باستخدام شمع
العسلي

• التنقيط:

وتتم هذه الطريقة من خلال التنقيط بقلم الشمع على القماش وتوزيعها حسب رغبة الفنان في علاقات متباينة، وتبعاً للتصميم المحدد مسبقاً، وكذلك عن طريق استخدام قلم الشمع المتعدد الفتحات للحصول على نقط مختلفة الأحجام والأشكال (Al-sharif.S, 1991) ، والهيئات والتي يمكن أن يتم تكثيفها في بعض الأماكن دون الأخرى حسب التصميم المراد تنفيذه.



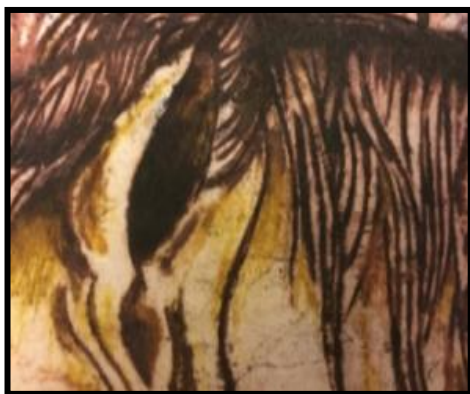
شكل (6) ملامس بالتنقيط الشمعي باستخدام
احجام مختلفه من اقلام الشمع



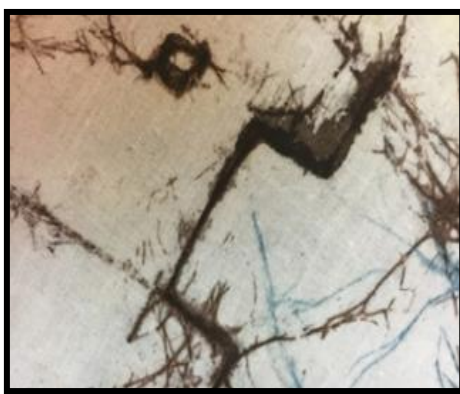
شكل (5) ملامس بالتنقيط الشمعي باستخدام
قلم الشمع

• الخدش (الكشط)

وتعتمد هذه الطريقة على الخدش أو الكشط للشمع بأداة حادة مثلا سكين أو شوكة أو ابره كورشييه او قلم جاف او كتر وذلك بإحداث خدوش متنوعة منتظمة وغير منتظمة، متقاطعة، متشابكة.. وغيرها وكذلك يمكن عن طريق هذه الأداة الرسم ، وتستخدم بعد غمس المنسوج في الشمع المنصهر وبعد جفافه، ويمكن عن طريق هذه الطريقة تحقيق صور جمالية خاصة تعتمد على إمكانيات الأداة المستخدمة في الحصول على خطوط وتأثيرات ملمسية متنوعة (Omrana, 2001).



شكل (8) الكشط بأداة حادة مع التكريرات



شكل (7) الكشط بأداة حادة

• الحفر:

وفي الحفر تعتمد هذه الطريقة على الحفر للشمع بأداة حادة مثلا سكين أو شوكة أو ابراه كورشييه او قلم جاف او كتر مع ضرورة المحافظة على سطح القماش بدون قطع ويتم ذلك بإزاله الشمع بعد سكب الشمع على القماش بدرجه حراره الغليان . وبعد الإزالة يتم تلوين القماش بالألوان ويمكن ان تكون مساحات واسعه او خطوط او نقاط او دوائر ، وتستخدم بعد غمس المنسوج في الشمع المنصهر وبعد جفافه، ويمكن عن طريق هذه الطريقة تحقيق صور جمالية خاصة تعتمد على إمكانيات الأداة المستخدمة في الحصول على خطوط وتأثيرات ملمسيه متنوعة.



شكل (10) حفر بابراه نماذج من الحفر



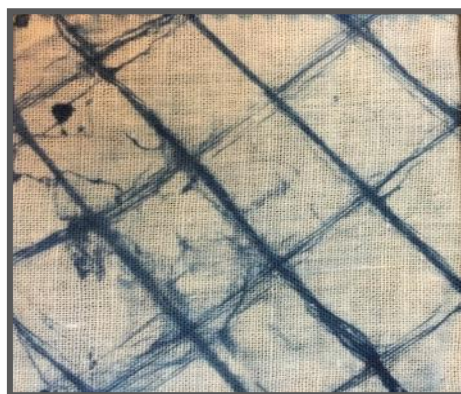
شكل(9) حفر بالقلم

● السكب الشمعي

وتعتمد هذه الطريقة على درجة سيولة الشمع التي تعتمد على زيادة درجة حرارة الشمع، ويمكن عن طريق الممارسة التحكم في حركة سريان الشمع وتنوع اتجاهاته، مساراته ومساحاته، وذلك لإضافة لمسات الفنان التعبيرية الخاصة به والتي تثرى أسلوب الباتيك الشمعي ويمكن الاستفادة بهذه الطريقة في المساحات الكبيرة المتنوعة.



شكل (12) سكب الشمع القماش ومن ثم
احداث خطوط عشوائيه



شكل (11) سكب الشمع القماش ومن ثم
احداث خطوط مقصودة

• الاستنسل:

يستخدم طريقه الاستنسل في حاله تكرار المفرده و شريحة الاستنسل عازله لتسرب الشمع عن الاجزاء المراد صبغها ويمكن تطبيق هذه الطريقة ايضا بتغطية المنسوج بالشمع المنصهر للجزء المراد عزله عن الصبغة وذلك باستخدام الاستنسل الموجب - المفرغ - وذلك عندما يتضمنه التصميم وحدة تكرارية ثابتة المساحة، فترسم الوحدة المطلوبة على ورق عازل - شرائح المونيوم - ثم يفرغ وتوضع الوحدة المفرغة على المنسوج ثم ينقل الشمع المنصهر باستخدام الفرشاة في الأماكن المفرغة مع مراعاة عدم تسرب الشمع أسفل الاستنسل، وتتميز هذه الطريقة بتوزيع الأنظمة التكرارية المتباينة الخطوط، والتي تربط الفراغات ببعضها ببعض حيث تكون هذه الخطوط متنوعة الحركة والطول والسلك وهي بذلك تحقق جماليات وقيم إبداعية خاصة لايمكن تحقيقها بطريقة أخرى خاصة في التصميمات المقصودة (Omran,A, 2001)



شكل (16) شريحة الأستنسل تم تطبيقها بالشمع



شكل (15) شريحة الأستنسل تم تطبيقها بالشمع

• البصمه

هناك الكثير من البصمات التي نستطيع ان نستخدمها في مناعه الشمع وتعطي تاثيرات جماليه في العمل الفني الباتيكي ومن هذه البصمات المتوفرة في البيئه المحيطة بنا الشوك والسكين والملاعق وقاطعات الكعك والبسكويت والمفاتيح والمسامير وغيرها الكثير من البصمات المتوفرة حولنا .



شكل (14) بصمه حديديه



شكل (13) بصمه حديديه

العناصر التشكيلية

تعد العناصر التشكيلية هي مفردات لغة الشكل التي يستخدمها الفنان ويوظفها في عمله الفني ، ولمرونته هذه العناصر في العمل الفني فان الفنان قادر على الأبداع من خلال التحوير لهذه العناصر ، وفي هذه البحث سيركز على عنصر الخط لتحقيق التثيرات الملمسية من خلال الطرق الادائية التي ذكرها سابقا

الخط Line

عنصر من عناصر التصميم والتعريف الهندسي للخط يرى أنه الأثر الناتج من تحرك نقطة في مسار فقد يرى أنه تتابع لمجموعة من النقاط المتجاورة.
فهو يعتد طولاً وليس له عرض ولا سمك أو عمق ولكن يمكن القول بأن له مكان واتجاه وهو يحدد حافة السطح كما يحدد مكان تلاقي مستويين أو سطحين أو مكان تقاطعها. فالخط عنصر تشكيلي ذي أكانيات غير محدده ، وأنواع مختلفة وأوضاع متعددة (Shwaky.2001)

أنواع الخطوط

وتنقسم الخطوط الى نوعين

- 1- خطوط بسيطة وتشمل (خطوط مستقيمة وخطوط غير مستقيمة)
- 2- الخطوط المركبة وتشمل (خطوط أساسها الخط المستقيم ، وخطوط أساسها الخط غير المستقيم ، وخطوط أساسها الخط الغير مستقيم أو قد تجمع بينهم)

التأثيرات الخطية لتقنية اللباتيك في زخرفة المنسوجات

يتيح تعدد وسائل التطبيق بأنواع المناعة المستحدثة إمكانات تشكيلية متعددة، سواء كان كشط الشمع أو من تكسير الشمع أو بالنقطة بالقلم الخاص للشمع، مما يفتح المجال لعمليات الممارسة والتجريب للتوصل إلى العديد من الاحتمالات والحلول الابتكارية لصياغات تشكيلية متباينة ومتنوعة لأنواع الخط وسمكه وطوله وتباينه في نظم تكراره واتجاهاته المختلفة، مما يدفع الفنان لاختيار الإدارة والطريقة المناسبة التي تعطى الفرصة لاشتقاق العديد من الأشكال والمفردات التشكيلية لعمليات الإبداع في زخرفة المنسوجات بالتأثيرات الفنية للخط حيث أن التنوع أحر مضاد للتمائل بل هو قد ينطوي على معنى الإكثار من أصناف العناصر المرئية واختلاف صفاتها.

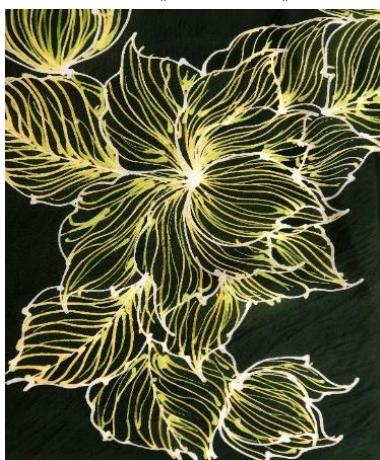
للخطوط وظائف تشكيلية في الحلول التصميمية فهي تحدد الأشكال في العمل الفني وتعطيها هيئتها أو حيث يتم من خلال الخطوط تحديد مساحة التصميم بالنسبة للمساحة الكلية للمسطح كما يمكن عن طريق التحكم في سمك الخط كما في شكل (18-19) وتحديد داخل العمل الفني، وكذلك فهي تبني هيكل التصميم والشكل العام للعمل الفني (Hosni.l, 2017) والخط يعد شكل من أشكال الأبداع بواسطة تحرك نقطة خلال أوضاع متتالية في تعاقب، ومن ذلك التعاقب للنقطة يتحدد مساره كخط أو نهاية حافة لشكل مسطح أو محاور في الشكل أو الخطوط المحيطة لموضوع ما كما واضح في شكل (20)

وعلى ذلك يكون التنوع وهي كمتغيرات تشكيليه جمالية من خلال الاتي كمتغيرات وهي

- 1- تناول أدوات الشمع.
 - 2- طرق تطبيق مواد الشمع.
 - 3- تنوع الشمع كمناعة
 - 4- تنوع الأساليب الأدائية المتعددة لتقنية الباتيك
- والتنوع يحقق اختلافا وتباينا للخطوط في زخرفة المنسوجات من حيث
- 1- تنوع الخط في أبعاده القياسية (سمكة، وطوله).
 - 2- تنوع الخط في اتجاهه.
 - 3- تنوع الخط من حيث أنواعه.
 - 4- تنوع في الخط المتقطع

وهذا يثري المنتج الفني بتأثيرات جمالية متنوعة في سمك الخط ولونه واتجاهه وفي هذا البحث اعتمدت التجارب على الخط المنحنية والدوائر والحلزونات والخطوط المائلة حيث يتميز سمات التكوينات أو التصميمات ذات الخطوط المائلة على تجميع العناصر المتفرقة وتجميعها في التكوين كما انها تشعر المتلقي أحساس بالهدوء والسكينة، وتشعر هذه الخطوط بالطمأنينة

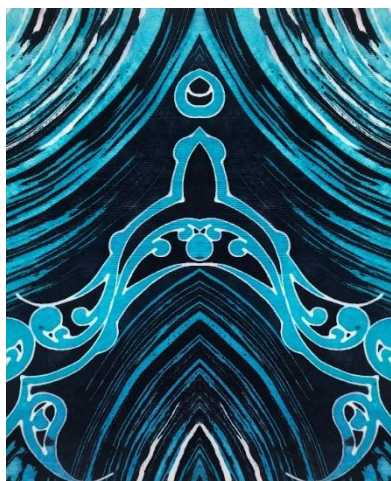
الأعمال الفنية الطباعية الموضحة من شكل (17 الى 22) بتقنية فن الباتيك من خلال أثيراء الأساليب الادائية المتنوعة لأحداث تأثيرات ملمسية خطية ، ونلاحظ في الاعمال الفنية المنتجة تنوع الخوط بأنواعها المختلفة بين خطوط مائلة ومنكسرة ومنحنية ومتداخلة التي تحققت من خلال الأساليب الادائية المتنوعة (من حفر او رسم او أستنسل أو بصمة) التي تم عرضها سابقا في هذا البحث ، كما استخدمت الباحثة في الاعمال المنتجة الاصباغ الخاصة بالباتيك سوى أكانت اصباغ سائلة أو جافة ، لتحقيق الانسجام والتناغم اللوني في الاعمال ولإظهار التأثيرات الملمسية الخطية من خلال الألوان المختارة في كل عمل فني



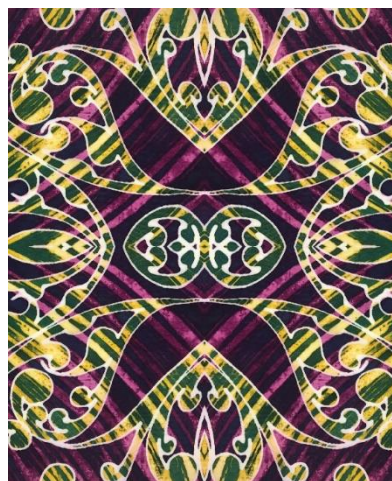
شكل (18) أسلوب الرسم والبصمة



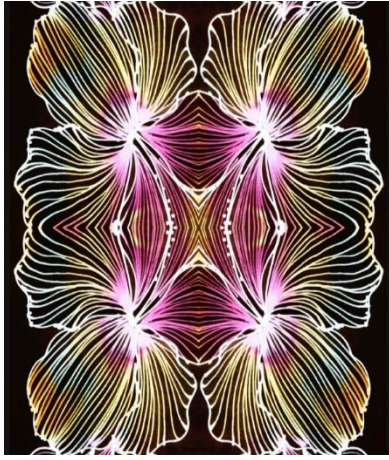
شكل (17) أسلوب الرسم المباشر عن طريق قلم الشمع
لأحداث تأثيرات ملمسية خطية



شكل (20) أسلوب الحفر
والرسم لأحداث تأثيرات
لملمسية خطية



شكل (19) أسلوب الحفر والرسم والاستنسل
لأحداث تأثيرات خطية



شكل (22) تأثيرات ملمسية خطية



شكل (21) تأثيرات ملمسية خطية

النتائج والتوصيات

أولاً : النتائج

- التعرف على الأساليب الادائية المتعددة لفن الباتيك
- تحققت القيم الفنية من خلال الاستفادة من الطرق الادائية لفن الباتيك
- تنوع الفهم في الأساليب الادائية لفن الباتيك ةامكانياتها الومتعددة لانتاج أعمال فنية طباعية في مجال الطباعة والصباعة بأسلوب الباتيك
- الكشف عن الإمكانيات الفنية والجمالية للأساليب الأدائية المستحدثه لفن الباتيك

ثانياً: التوصيات

- الاهتمام بفن الباتيك بتعدد أساليبه الادائية التي يمكن من خلالها تحقيق تأثيرات ملمسية متنوعة في الاعمال الطباعية
- ضرورة الاستفادة من المزوجة بين الطرق الادائية لاسلوب لفن الباتيك لانتاج تصميمات جديدة تثرى مجال طباعة المنسوجات
- اثراء فن الباتيك لطلاب الفنون للتعرف على القيم الفنية التي تتحقق من خلال هذا الفن

References

- Al-Sharif.S (1985) The technical possibilities of batik printing in light of the objectives of basic education, M. t. (n.d).
- Al-Sharif.S. (1985). The technical possibilities of batik printing in light of the objectives of basic education. *Faculty pf Art Education , Helwan University* , 88.
- Al-sharif.S. (1991). Innovative solutions of line and texture through the technical effects of immunomodulatory methods in textile dyeing. *Collage of Art Education, Helwan University* , 256.
- Al-Sharif.S. (1991). Innovative solutions of line and texture through the technical effects of immunomodulatory methods in textile dyeing. *Faculty of Art Education , Helwan University*, 124.
- El-Sayed.M. (2012). Techniques of scratching and abrasion and their effect on expressive abstract formulations as an introduction to teaching in art education. *Faculty of Art Education, Helwan Universtiy*, 102.
- Farghali.I. (2012). Using dyeing in wax cracking to develop expressive trends for middle school students. *Helwan Universtiy College of Art Education*, 58-59.
- Hajjaj.H, H. (2001). *Textile Printing Design*. Cairo: Cairo Library.
- Hosni.I. (2017). Calligraphy as a formative element in prominent literature, Journal of Architecture Arts and Human Sciences. *Arab Society for Islamic Civilization and Arts* , 385-374.
- Ibrahim.Z. (1976). *The Problem of Art*. Cairo: Egypt Library.
- Muhammad.M. (2012). Folk Art as a Cultural Heritage in the Arab Environment and Its Impact on Fine Art in Hand Dyeing. *Specific Education Research , Mansoura University* , 773-778.
- Omran.A. (2001). Developing Visions of Wax Batik Style as a Source of Creativity for Creative Designs. *Fucalty of Art Education, Helwan University*, 26.
- Rabie.D. (2014). Performing Methods of Wax Immunity on Different Fabrics to Create Color Treatments for Dyeing. *Faculty of Art Education m Helwan University* , 385.
- Saadi.N, A. (2019). Enriching Artistic Publications in Batik Style in Small Projects in the Sultanate of Oman. *Specific Education Research, Cairo University.Faculty of Specific Education*, 35-56.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/349-364>

Variables related to the performance styles of batik art to achieve linear tactile effects in the printmaking

Najlaa Al Saadi ¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 11/1/2021.....Date of acceptance: 1/2/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

The art of batik is one of the ancient arts that has a long history in East Asian countries, especially in Indonesia, where it was considered a traditional craft with which many Indonesian tribes lived. This art began to move to other continents and develops and progresses due to the artist's connection to the surrounding technological and intellectual development, as art became more outgoing and liberated, it helped the artist to create and innovate in his designs. In this research, he focuses on modern performance methods through which print paintings can be produced through design elements, especially calligraphy, to create aesthetic and creative effects in the productive work. The current research aims to identify the various performance methods of batik art, the effect of linear tactile effects through the batik technique, the enrichment of this technique through its various performance methods to achieve linear tactile effects in the field of hand dyeing, where the researcher will present several practical experiments to achieve the research goals through experimentation. With different methods of performance to achieve linear tactile effects in printmaking work

key words: Batik art, Artistic performance styles, Linear texture effect

¹ Assistant Professor/ Sultan Qaboos University, najlaaslim11@gmail.com.

الأيقونة والرمز وقيم التواصل الوظيفي والجمالي في تصميم المنتج الصناعي

زياد حاتم حربي العامري¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029

تاريخ استلام البحث 2020/11/2 , تاريخ قبول النشر 2021/3/2 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث:

يمثل كل من الرمز والأيقونة مقومات العملية التواصلية، من خلال مفاهيمهما الفكرية والفلسفية والتي تناولها البحث الحالي إذ تطرق إلى أهميتهما في إيصال الفكرة التصميمية للمتلقى وبيان خصوصية كل واحدة منهما في عملية التواصل. إذ تحددت مشكلة البحث في التساؤل التالي:

((ما هي ادوار التواصل التي يقدمها الرمز والايقونة للمستخدم في تصميم المنتج الصناعي؟))

وصولا إلى هدف البحث في كشف التصور النظري الواصف للأيقونة والرمز في المنتج الصناعي وأهميتهما في عملية التواصل من خلال بيان أوجه الاختلاف والشبه بينهما، إذ قسم البحث إلى ثلاث مباحث جاء أولها في فهم الدلالة الأيقونية فكريا ووظيفيا وجماليا، فيما ركز الثاني على فهم الدلالة الرمزية فكريا ووظيفيا وجماليا، ثم ختم ثالثها بمفهوم عملية التواصل في المنتجات الصناعية من خلال الرموز والأيقونات.

أسفر الإطار النظري عن مجموعة مؤشرات اعتمدت في تصميم أداة بحثية متمثلة باستمارة محاور تحليل نماذج عينة البحث. إذ تحدد مجتمع البحث بمنتجات الأجهزة المنزلية ذات الآلية الذكية ل(8) من الشركات العالمية، ثم اختار الباحث عينة قصديه هي (newal, GOSONIC) وحدد نموذجين مختلفين من منتجاتهما، إذ تم تحليلها وفق الاستمارة المعدة لهذا الغرض. وتم استخلاص مجموعة من النتائج أهمها: إن استخدام الرموز والأيقونات في تصميم المنتجات الصناعية يحقق عملية التواصل المطلوبة في المنتجات بما يخدم التفاعل الايجابي بين المنتجات الصناعية والمتلقين.

الكلمات المفتاحية: الرمز، الايقونة

¹ كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد, alaamriziad@gmail.com

الإطار المنهجي

1. مشكلة البحث:

من خلال التطورات الحاصلة في النظام العالمي وعودة المنتجات الصناعية وجعلها قابلة للتداول في أصقاع الأرض، أصبح العالم اليوم كقرية صغيرة بالإضافة إلى تعدد لغاته وثقافته، وتطور الفكر الفلسفي والتطور العلمي، وغموض المعرفة حول التصور النظري الواصف للأيقونة والرمز في تصميم منتجات صناعية تتسم بالتواصل بصورة عامة، وأنماط ابداع علامات تواصلية بصورة خاصة، تحددت مشكلة البحث في التساؤل التالي:

((ما هي ادوار التواصل التي يقدمها الرمز والأيقونة للمستخدم في تصميم المنتج الصناعي))

2. أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث على أساس الإفادة الموضوعية منه، وفق مستويين:

- أ. مستوى معرفي: للإفادة منه كمصدر معرفي يغني المكتبة التصميمية، من خلال ما يقدمه البحث من أطلاله معرفية لاشتغال الأيقونة والرمز في التصميم الصناعي في العملية التصميمية ومعززاً لتطويرها.
- ب. مستوى تطبيقي: للاستفادة منها من قبل المختصين في مجال التصميم والتصنيع، فإنه يمكن أن يعزز الجوانب التطبيقية ببعديها الوظيفي والجمالي... لتوسيع قدرة الاشتغال ضمن بيئة المنتجات الصناعية.

3. هدف البحث:

يهدف البحث إلى كشف التصور النظري الواصف للأيقونة والرمز في المنتج الصناعي وأهميتهما في عملية التواصل من خلال بيان أوجه الاختلاف والشبه بينهما.

4. حدود البحث:

1. حدود زمنية: خلال الفترة 2015-2017.
2. حدود مكانية: محافظة بغداد
3. الحدود الموضوعية: المنتجات المتوفرة بالسوق المحلية من الأجهزة المطبخية الذكية في مدينة بغداد.

5. تحديد المصطلحات:

أ. الأيقونة. لغة: يعرفها الجرجاني في كتابه التعريفات بأنها الإيقان بالشيء هو العلم بحقيقته بعد النظر والاستدلال (Al-Jarjani, 1985, p. 21). أما صليبا فيعرفها بأنها الاعتقاد الجازم المتعلق بأدراك الحقائق البديهية، والحقائق النظرية، فإذا كانت الحقائق بديهية كان الإيقان بها إيقاناً حدسياً مباشراً، وإذا كانت نظرية كان الإيقان بها إيقاناً استدلالياً غير مباشر (Saliba, 1982, p. 588).

اصطلاحاً: فيعرفها الفيلسوف الأمريكي بيرس بأنها العلامة التي تبين مدلولها عن طريق المحاكاة، مثل صور الأشياء والرسوم والخرائط والنماذج والمجسمات (Al-Khammash, 2007). ففي الغالب تشير الأيقونة إلى الدلالة عن حقيقة غير ثابتة، إذ تشير إلى ما يشبهها في موضوع آخر من عالم الحس (Attia, 2007, p. 6).

التعريف الإجمالي:

الأيقونة هي العلامة التي تشير إلى معناها من خلال التشابه والمحاكاة فيما بينها وبين الشيء المشار

إليه.

ب. الرمز. لغةً: رمز ورمزاً: أوماً وأشار بالشفقتين أو العينين أو الحاجبين. وترامزوا: رمز كل إلى صاحبه - والرمز: الإيماءة والإشارة والعلامة. (Harun, 1972, p. 37) وعرف الرازي الرمز على انه الإشارة أو الإيماءة بالشفقتين والحاجب (Harun, 1972, p. 25).

اصطلاحاً: هو كلمة أو عبارة أو شخصية أو اسم مكان، يحتوي في داخله على أكثر من دلالة، يربط بينهما قطبان رئيسيان، يتمثل الأول بالبعد الظاهر للرمز، وهو ما تتلقاه الحواس منه مباشرة، ويتمثل الثاني بالبعد الباطن أو البعد المراد إيصاله من خلال الرمز، وهناك علاقة وطيدة بين ظاهر الرمز وباطنه (Al-Husseini, 2008, p. 195). والرمز ما دل على غيره وله وجهان، الأول: دلالة المعاني المجردة على الأمور الحسية، كدلالة الأعداد على الأشياء، والثاني دلالة الأمور الحسية على المعاني المتصورة، كدلالة الشعار على الدولة. (Saliba, 1982, p. 620)

التعريف الإجرائي:

هو الدلالة عن الأشياء من خلال بعدين، بعد ظاهر من خلال الإدراك الحسي له، وبعد باطن متمثل بما يؤول له المصمم من معنى يهدف تسهيل إتمام عملية التواصل بين المصمم والمنتج والمتلقي.

الاطار النظري

المبحث الأول: الأيقونة الدلالة .. المعنى والمفهوم:

تحتوي المنتجات الصناعية من خلال تصميمها على مجموعة من العلامات التي تتأسس على أساس نظامها التصميمي، فلقد تبلور مفهوم العلامة (Sign) وتطور عبر العصور، فشكلت العلامة أبعاداً وعمقا تتناسب فيه مع غاياتها واستخداماتها ووظيفتها، فكانت منذ القدم لدى الإنسان البدائي وسيلة أقام بها معادلة تعايشه وتحقيق الاتصال بالآخرين فضلاً عن تفاعله الحي مع البيئة المحيطة، إذ "أن التأملات في العلامات قديمة قدم الحياة، فالعلامة ركن من أركان التواصل بين الإنسان والإنسان، وبين الإنسان والطبيعة وحتى بين الإنسان والله" (Ghazoul, 1986, p. 26).

بذلك نستنتج بان أول علاقات الإنسان خلال وجوده على وجه الأرض كان بواسطة العلامات الدلالية لغرض التواصل مع بني جنسه وإيصال رسالته إلى الآخرين بمجموعة من العلامات الإشارية. والعلامة بمفهومها العام هي الشيء الدال على شيء آخر، فيقول بيرس "ليس باستطاعتنا أن ندرس أي شيء في هذا الكون (كالرياضيات والأخلاق والعادات والفلك والجاذبية والكيمياء والكلام) إلا على أنها أنظمة سيميولوجية (أشارية)" (Al-Khammash, 2007, p. 3)، فإن حاجة الإنسان إلى تفسير الظواهر المحيطة به وتمييزها وتحديدها، استوجب وجود العلامة والتي تمثل معطى نفسي وثقافي واجتماعي وحضاري بشكل عام.

إذ كان مفهوم العلامة عند الباحثين الأوائل يتجاوز مفهوم السمة والأمانة والدليل وما يتعلق بالدلالة، وهي في تصورهم "كون الشيء بحالة يلزم من العلم به العلم بشيء آخر" (Al-Jarjani, 1985, p. 46).

أي أنه يتم التعامل مع العلامة على أنها تفسير لظاهرة أو حالة معينة لها مدلول معين تشير إليه من خلال الاستدلال من وجودها الحاضر على مفهومها السابق والذي وجدت لتعيينه، فالمنتجات تعد وسيلة لتوصيل الأفكار، وما يعطي تعبيراً لغوياً لمعنى معين استعماله كعلامة على فكرة معينة. إذ يرى بيرس أن العلامات حسية كانت أو غير حسية تنقسم إلى دوال ومداليل وعلاقات تربطها معاً، باحث عن النظام الذي يحكم حركة هذه العلاقات بين الدال والمدلول (أو المرجع)، كما كان سوسير يبحث عن النظام الذي يحكم حركة اللغة والأداء (Al-Rawaili, 2002, p. 179). فمن خلال ذلك تكون الطريقة والوسيلة التي تعمل بها العلامات لتؤدي وظيفتها الاستخدامية في الدلالة والتواصل ما بين المصمم والمنتج والمستخدم وإظهار القيم الوظيفية والجمالية التي يحتويها الرمز كأداة تقدم تسهيلات في إمكانية التعرف على المنتج الصناعي من خلال عمليات الإدراك الحسي.

أولاً: الأيقونة (icon) في المنتج الصناعي

المنتجات الصناعية منتجات ذات استخدام عام وهي تستخدم في كل اصقاع الأرض، مما يتوجب أن تكون لها تداولية توفر لها ديمومة الانتشار وسهولة الاستخدام لما تحمل من وسائل تواصل مع المستخدمين، ومن تلك الوسائل الصورة الشبه (الأيقونة) وما تحمل من معاني ودلالة لتلك المنتجات.

1. الأيقونة.. والمفهوم الفكري والفلسفي:

يرجع أصل الأيقونة إلى تحديدات الكنيسة المرتبطة بالتمثيل، "فهي علامة دينية أولاً، وهي صياغة رمز ديني على الخشب تمثيلاً لشيء ما مرتبط بالكنيسة" (Al-Abed, 2010). كما في الشكل رقم (1)



شكل رقم (1) يمثل أحد بورتريهات الفيوم لسيدة تحمل مفتاح الحياة

ثم جاء شارل بيرس بتعريفه لمفهوم العلامة الأيقونية الذي شكل أساس سيميائياً لهذا المفهوم في الحقل السيميائي البصري على الخصوص، وبناء عليه جعلت الصورة تعيد إنتاج بعض خصائص الشيء الذي تمثله في العالم الخارجي، فالأيقونة هي العلامة التي تشير إلى مدلولها عن طريق المحاكاة، مثل صور الأشياء والرسوم البيانية والخرائط والنماذج والمجسمات (Eco, 2004, p. 25). لاحظ الشكل رقم (2).



شكل رقم (2) يمثل أيقونة لنماذج ومجسمات

وجهت انتقادات لمفهوم الأيقونة بعد بيرس من قبل باحثين سيميائيين ساهمت في تجديد النظر إلى مفهوم الأيقونة، مما دعى بيرس ليعرف الأيقونة بأنها "تلك العلامة التي تستطيع تمثيل موضوعها بواسطة الشبه به، أو بفضل الخصائص ذاتها التي يملكها الموضوع"، والمقصود بالشبه هو إعادة إنتاج شكل العلاقات الواقعية التي تدل عليها الصورة. فيما دقق شارل موريس في تعريف العلامة الأيقونية حيث يذهب إلى اعتبار العلامة أيقونا إذا كانت تملك بعض خصائص الشيء الممثل أو بالأحرى تملك خصائصه الواقعية (Eco, 2004, p. 25).

وفي العملية التصميمية تبدو الرسالة الأيقونية أكثر حقيقية ومباشرة في إبلاغ التجارب، لاشتمالها على (شبه حقيقي بين الدال والمدلول، فصورة احد الأشياء النصفية لا تدل على هذا الشيء الا بقدر ما تدل عليه من خلال شبهها به (Daham, 2015, p.18) الشكل رقم (3)



شكل رقم (3) التشابه بين الايقونة وبين الموضوع

فالأيقونة اذن علامة لها مدلولها من خلال عملية المحاكاة مع الشيء الذي تشير إليه. كالصور والأشياء ، عبر إعادة إنتاج العلاقات الواقعية التي تخص المنتج، أو بواسطة الخصائص التي يملكها المنتج.

من خلال التعريفين السابقين (لبيرس ومورس) نستنتج أن الصورة أو الأيقونة لا تمتلك كل خصائص الشيء الواقعي، بل بعض تمثلاته حسب النمط الإدراكي والمستوى الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع (الثقافة) حيث يقول بيرس في هذا الصدد: "إذا تأملنا أي شيء في ذاته وفي انفصام تام عن أي شيء آخر سيتضح لنا أن هذا الشيء لا يمكن أن يشبه أي شيء آخر" (Bernard, 1994, p. 55). فيعتبر بيرس أن

الأيقونة هي العلاقة الرابطة بين الدال والمدلول علاقة تشابه، فتكون الأيقونة بهذا شيء يؤدي عمله ووظيفته كعلامة انطلاقاً من سمات ذاتية تشبه المرجع أو المشار إليه، وهي بهذا صورة تحيل إلى متصور تكون العلاقة فيهما علاقة مشابهة، فالعلامة الأيقونية تفهم من خلال فهم نظيرها المشابه لها، وذلك كعلامات المرور والصور الفوتوغرافية والخرائط وغيرها.

من جهة أخرى يؤكد إيكو بأن العلامة الأيقونية لا تملك خصائص الشيء الممثل، بل تعيد إنتاج بعض شروط الإدراك المشترك على أساس تسعينات عادية، وتسمح بتكوين بنية إدراكية تملك، في علاقتها بالتجربة المكتسبة، الدلالة نفسها التي توحى بها التجربة الواقعية من قبل هذه العلامة نفسها، فيما تعرف المشابهة بالشرط الوحيد المتعلق بتمثيل العلامة للشيء الذي تحيل إليه عن طريق المشابهة حتى عندما يكون الشكل المحاكي مختلفاً عن الشكل المحاكي، فيشغل الشيء المسمى "أيقون" الوظيفة نفسها للموضوع، ويتعلق الأمر بتأسيس حضور بعض الخصائص الأولية، بدءاً بحضور وظيفة تحديد ماهية الشيء نتاجاً للانطباع بالأيقونية المقترنة عموماً "بالمطابقة" لأن في الحالتين معا يوجد تشابه (Eco, 2004, pp. 119-120). كما في الشكل رقم (4)



شكل رقم (4) يمثل أيقونات وظيفية وتحذيرية مختلفة

مما سبق يتضح بان وجود الأيقونة ما هو إلا ليشير إلى موضوع معين من خلال حضور عياني لبعض خصائص الموضوع المشار إليه بواسطة تلك الأيقونة حتى يتم المعنى لها أو دلالتها.
2. مفهوم الأيقونة.. الوظيفي والجمالي:

اتسمت الأيقونة في المنتجات الصناعية بالكثير من التعقيد بسبب ما تحمله من بطاقة تحليل بنائية وفكرية عالية المستوى، فان رصد النسق الموضوعي للأفكار والحيثيات التي تعود إلى طبيعة المنتج الصناعي تكون على صلة باستعارة الموروث المكتسب من حقيقة الموضوعات من واقع التعبير عن سلوكيات ومعارف شكلت موضوعات لمعنى الدال عن المنتجات (Al-QarahGhouli, 2015).

أن بنية الأيقونة لها مقومات تعبر من خلالها عن إمكانيات توظيف الصور والدلالات فنيا، ومن خلال فهم دلالتها والتي لا تحيل بالضرورة إلى مرجع مادي ملموس وإنما إلى نمط أو صورة ذهنية (Al-QarahGhouli, 2015)، إذ يرى إيكو أن (الإيقونة) ما هي الا وظيفة جمالية عندما تكون مبنية بشكل غامض، وتظهر كاستبطان ذاتي، إذ تسعى إلى لفت انتباه المرسل إليه إلى شكلها بالذات قبل أي شيء آخر، فالمرسلة العلامية تبني غموضها أساساً من نظام تشفيرها الخاص، فتظهر نتيجة لذلك غنية بالمعلومات

توفر للمتلقى عدة اختيارات في التفسير. كما أن غموض المرسلات العلامية هو الذي يثير اهتمام المتلقي ويوقظ انتباهه ويدفعه لبذل مزيد من الجهد في الكشف عن اتجاهات لتفكيك المرسلات، والبحث في الفوضى الظاهرة (الغموض) عن نسق هو أكثر دقة لتفكيك المرسلات.

إذ يرى إيكو أن ما يحصل للمرسلات الجمالية شبيه بما يحصل للحكاية التراجيدية حسب قواعد المفهوم الشعري لأرسطو. فيجب على الحكاية أن تؤدي إلى شيء يفاجئنا ويخرج عن المألوف، ولكن لكي يقبل هذا الحدث ونستطيع الاندماج فيه لا بد أن يخضع لقواعد التصديق وإمكانية التحقيق. ومرسلات من هذا النوع لا شك أنها ستدفع بمتلقيها إلى معاينتها ليرى كيف هي مصنوعة (Eco, Semiotics of Visual Structures, 2006).

فالمرسلات تحقق وظيفتها الجمالية بخرقها للمقاييس العادية التي تنظم الكلام، إذ إن المرسلات العلامية ما هي إلا انزياح وخرق لنظام التواصل العادي بجميع مظاهره، الأمر الذي يجعل لغة المنتج التصميمي لغة فردية، فالأيقونة تحمل في طياتها قيمة جمالية من خلال ما تحتويه من غموض ظاهر في بنائها الشكلي في نظام شفري يؤدي بالنتيجة إلى لفت انتباه المتلقي لفهم الرسالة التصميمية للمنتج الصناعي من خلال ما تحتويه من علامات دلالية أيقونية.

المبحث الثاني: الرمز (Symbol) في المنتج الصناعي:

تعتبر الرموز بكافة أنواعها من الرسائل أو اللغات الدلالية والتي تلعب دورا بارزا في عمليات الإدراك وعمليات الأداء الوظيفي في تصميم واستخدام المنتجات الصناعية لما تمثله من وزن وقيمة في تعريف المتلقي بما يحمل المنتج من دلالات وظيفية وجمالية مرمزة فيه لتحيل إلى مواضيعها ضمن النسق التصميمي، ومن خلال وجود تلك الرموز كأدوات تعريفية ورسائل تقنية بين المصمم والمستخدم عبر ذلك المنتج.

1. الرمز.. والمفهوم الفكري الفلسفي

تعني الرموز أشياء ملموسة تحيل إلى أفكار أو قيم مجردة بواسطة الإيحاء لها من خلال وجود علاقة عرضية أو متعارف عليها، ويتميز بإمكانية الاستخدام لأغراض مختلفة حسب ما محمول عليه من مؤول وحسب طبيعة الاستخدام المطلوب. الشكل رقم (5)

(X)	Do not dry clean
(A)	Any dry cleaning solvent
(P)	Any solvent except trichlorethylene
(F)	Fluorocarbon or petroleum solvents only

شكل رقم (5) يمثل بعض أنواع الرموز

وصف الفيلسوف (كانط) الرمز على انه "تعبير عن فكرة عقلية أو ذهنية تتعلق بالعقل وإدراكه ذهنيا ووظيفيا، كذلك فإن الرمز يرتبط بصورة أساسية وجوهريّة بعملية الإدراك والتعبير" (Seza, 2014, p. 47).

ميز فرويد بين تقنيتين في التأويل (رمزية) و (متداعية) كما قال " تقنيتان سنعمد في الأولى تداعيات العالم، ونستدرك في الثانية النقص بمعرفة رموز المؤول" وحدد تقنية التداعي من خلال وصفها وتحليلها وبأسلوب وطريقة لم يسبقه إلهما احد قبله.

فتكمن التقنية الرمزية الملحقة في استعمال قائمة مهيأة سلفا تشبه ما يسمى "تعبير الرؤيا" تترجم بها الصور الحاضرة الواحدة بعد الأخرى إلى أفكار كامنة، ولا ينبغي تطبيق تلك التقنية إلا على الجزء المكون كما يدل عليه اسمه، من رموز (بالمعنى الضيق)، وعند فرويد أن السمة المقومة للرمز هي أن معناه لا يتغير فعنده الرموز كلية "من الرموز المستعملة الكثير لها دائما أو في اغلب الأحوال معنى واحد" (Tzfitan, 2012, p. 435).

فلا بد هنا من وجود قائمة للدلالة الرمزية يكون متفق عليها ضمن مكان وزمان معينين بين مجتمع ما، ليتم إحالة الرموز إلى محمولها المؤول من خلال استخداماتها الدلالية، فالرموز هي مجموعة مختارة من الأشكال يكون هناك اتفاق جمعي فيما بين أفراد المجتمع بان تكون دالة لمدلول معين، أي هي عملية ترميز هذه الأشكال لتدل على معنى معين ضمن الهيئة العامة للمنتجات الصناعية، والتي أصبحت بالأونة الأخيرة اتفاق عالمي على رموز معين يكون مفهوم ومتفق عليه عالميا. شكل رقم (6)



شكل رقم (6) يمثل مجموعة من الرموز متفق عليها

وهناك من يعد الرمز كوسيلة للتعبير، فيذكر هيغل بان الرمز هو محاولة الذهن البشري للتعبير عن أفكاره الروحية، عجز عن تجسيدها بشكل كامل، وبهذا يستخدم الرمز كوسيلة للتعبير (Heigl, 1983, p. 141). شكل رقم (7)



شكل رقم (7) يمثل الرمز التعبيري

فبواسطة استعمال تلك الرموز يتمكن المصمم من إرشاد المتلقي إلى إدراك الرسالة الموجهة له عبر المنتج الصناعي أيا كان نوعه، لبيان الأفكار التصميمية والقيم الجمالية وطريقة التفاعل مع المنتج وكيفية الاستخدام، فمن خلال نقل الفكرة المتفق عليها بواسطة الرمز يكون قد استغنى المصمم عن الكثير من الحلقات التواصلية مع المتلقي.

والرمز هو نتيجة لعملية إدراكية يكتسب من خلالها الشيء دلالات وارتباطات تفوق طبيعته الاستعملية المجردة ويسقط الفرد من خلالها معان محددة تعتمد على تداعيات نفسية او معتقدات اجتماعية أو ثقافية أو أحداث معينة مر بها. فالرمز يقرأ بعدة اتجاهات (Al-Kariza, 2005, p. 30).

والعلامة تحيل على الموضوع الذي تعنيه بموجب قانون (الاتفاق الجمعي)، وفي العادة بموجب تلازمات أفكار عامة تحدد مؤول الرمز بالإحالة على هذا الموضوع، انه ليس عاما في ذاته فقط، ولكن الموضوع الذي يحيل عليه هو نفسه من طبيعة عامة، غير أن ما هو عام يمتلك وجوده في حالات لما يقوم الرمز بتعيينه، ويجب أن يفهم وجوده هنا باعتباره وجودا في الكون، الذي يمكن أن يكون متخيلا، يحيل عليه الرمز، لذا فان الرمز كما يحدده (بورس) هو العلامة التي تفقد الخاصية التي تجعل منها علامة، إذا لم يكن هناك مؤول. وكمثال أن كل خطاب يدل على ما يدل عليه لسبب وحيد هو أننا نفهم أن له هذه الدلالة (Al-Makri, 1991, pp. 52-53).

فلا يكون هناك معنى لوجود رمز معين بدون وجود محمول مؤول له، حتى يكون له دلالة موضوعية عند استخدامه في عملية التصميم للمنتجات الصناعية، إذ يستند كل استخدام لرمز لما يحمل من معاني بحسب الاتفاق الجمعي على تلك المعاني والمفهومة لعامة الناس وسهلة التفسير ولكنها تتحمل التأويل إلى معنى آخر عند استخدامها في مكان آخر. الشكل رقم (8)



شكل رقم (8) يمثل الرمز له دلالة موضوعية

فالمهمة الرئيسية للرمز الجديد (إيجاد وتكوين الإشارة الحرة) ضمن النظام الجديد هي مقدار أغناء النص التصميمي واثراؤه بالدلالات الجديدة، تكاتفا مع الرموز الموجودة أصلا ضمن البنية التكوينية للنص الجديد (Al-Kariza, 2005, p. 31). فعند إعادة التصميم يتم في بعض الأحيان إيجاد الرمز الجديد الذي يعبر عن مدلول جديد يكون قد أدرج ضمن النظام العام للتصميم الجديد من خلال عملية إعادة التركيب وفق الرؤى والأفكار المستحدثة والمعارف المكتسبة مما يشكل عملية تآزر فيما بينه وبين ما موجود من رموز سابقة.

2. مفهوم الرمز.. الوظيفي والجمالي:

الرمز هو العلامة التي يقتسم جزئها شخصان يتعارفان على بعضهما إذا ما تقابلا بعد افتراقهما، فيستكملان جزئي العلامة، وكذلك يعني الرمز في الفن نوعا من التمثيل الجزئي الذي يقدم للمتلقي وعدا بان يعثر فيه على ما يستكمل به حياته المتجزئة، فهو التعبير عن النماذج الأولية للشعور الإنساني الذي تراكم عبر العصور، وقد اعتاد الإنسان أن يربط عواطفه بشيء ملموس، وأحيانا تحل العلاقة محل الشيء الحقيقي، وبذلك يتحول الرمز إلى مثير للحقيقة التي يمثلها ويتعامل معه المتلقين كبديل للحقيقة (Attia, 2007, p. 11).

فتمثل الرموز إظهارا للمعنى في علاقة الإنسان مع بيئته ويستخدم هذه الرموز من خلال الخبرة والتعبير، ويحتاج الإنسان إلى الرموز للتعبير عن حقيقته الحضارية، فذهنه لا يتعامل إلا مع الرموز أو الصيغ المجردة للأشياء حتى يتكيف مع البيئة المحيطة به (Abbas, 2010)، لذا فالرموز تمثل علاقات جمالية ووظيفية في الحياة اليومية للإنسان من خلال الاستخدام المتنوع لها في جميع مناحيها، العملية والعلمية والوظيفية والجمالية.

ومن منطلق أن الجمال هو عملية إدراك حسي لموضوعات خارجية للمادة والشكل فان أفكارنا لا تأخذ الشكل الثابت الذي للأشياء المتميزة الحقيقية إلا بعد أن يكون قد أصابها التغيير والتحوير بسبب تحول الانتباه إلى إدراك علاقات جديدة، ولو لم تكن تثبت بعض محتويات الفكر المجرد في ألفاظ ورموز أخرى لما أمكن لنا أن نقوم بعملية التفكير لما في العقل من سيولة وعدم تحديد، فوظيفة الإدراك والفهم هي التمييز بين محتويات الوعي وتصنيفها واللذات التي تصاحب عمليات التمييز والتصنيف هذه هي التي يتكون منها العالم المحسوس (Santillana, 2001, pp. 263-264).

فالخصائص الجمالية في رأي (هيوم) ليست ثابتة على نحو قبلي أو أولي لكنها يمكن أن تتحدد من خلال الملاحظات العامة المتعلقة بتلك الجوانب التي ظهر أنها مسئولة عن السرور بشكل عام في كل الأقطار وكل الأعمار (Shaker, 2001, p. 182). فيعبر أفلاطون عن القيم الجمالية للرموز من خلال كونها تعين الإنسان على فهم حقائق الأشياء على أساس ما فيها من معلومات، ومن خلال تعدد التأويلات والقراءات المتعددة للحقيقي مع الوهمي وغير ذلك من الأفكار، أما نظرية أرسطو للقيم الجمالية للرموز فهو يؤكد على ضرورة اكتمال الشكل واعتدال الأسلوب بدرجة تضمن له أن يكون مشبعا ومقنعا في ذاته وخلال إحداثه لتأثيره (Shaker, 2001, pp. 76-77).

فان الرموز تتحقق قيمتها الجمالية من خلال ما تقدم من أداء وظيفي في إبراز القيم الأدائية للمنتج الصناعي، واستدعاء ولفت انتباه المستخدم، ومن ثم تفسير ونقل الرسالة التصميمية والطريقة الاستخدامية لذلك المنتج، وعمليات التعريف والتوجيه التي يتطلّبها تصميم تلك المنتجات، فكلما كان وجود أو استخدام الرمز في مكان ملائم لأداء وظيفة ما كانت له قيم جمالية كبيرة من خلال ذلك الاختيار، كما في تصميم ادوات المطبخ الحديثة حيث استخدام التقنيات التكنولوجية، مما يستدعي وجود رموز معينة تعين وترشد المستخدم لطرائق وكيفية التشغيل والاستخدام، "فالسمة المميزة الأولى لجمالية الرمز تكمن في وجود توافق بين المدلول ونمط التمثيل بحيث لا يكون الهدف من الأشكال الطبيعية والأفعال الإنسانية الأخرى أن تمثل ذاتها بما فيها من خصوصية وفردية، ولا أن تعرض للوعي المثالي مباشرة المتضمن فيها، بل كل دورها أن تكون بحكم صفاتها التي ترتبط بها مدلول موسع، إشارة إلى المثالية وتلميحا إليها" (Al-Sabbagh, 2001, p. 149).

أن تصميم المنتجات الصناعية يؤدي ضمن ما يؤديه من وظائف، الرمزية الوظيفية، وذلك لان العمل التصميمي يكون معبرا بالطريقة التي تكون بها أسس وعناصر معبرة كصيغة لفكرة أو مفهوم يتبغيه المصمم ضمن زمان ومكان معينين، يتم من خلاله تجسيده بشكل منسجم بوظائفه. كما في تصميم قدر الطبخ الحديثة الذكية. الشكل رقم (9)



شكل رقم (8) يمثل الرمزية الوظيفية للمنتج الصناعي

المبحث الثالث: مفهوم التواصل في المنتجات الصناعية:

التواصل:

يتحدد التواصل عموما باعتباره الاشتراك في شيء ما، ويفيد التفاهم والفهم المتبادل، لذلك يقتضي التواصل وسائط تتراوح بين أنظمة رمزية ووسائل تقنية. ذلك أن التواصل لا يمكن أن يتحقق بشكل مباشر وإنما يقتضي دائما وسيطا، فقد كان تاريخ المعرفة الإنسانية منذ البداية يبحث في إيجاد وسائل اتصالية جديدة، من خلال الفلسفات والمناهج والنظريات التي وضعها الإنسان منذ عصر الإغريق وحتى يومنا هذا، والتي كانت ذات سمة نسبية لها ارتباط وثيق بالزمان والمكان وتاريخ المعرفة التراكمي وتطوره (Mhaibel, 2005, p. 11).

فالتواصل هو تتابع صلة أو علاقة غير منقطعة، أو متغير يرتبط في كل لحظة باللحظات المجاورة بخطوات صغيرة إلى ابعد الحدود، وقد يكون التواصل في الزمان أو المكان أو العلاقة المنطقية (Kazem, 2000, p. 17).

أصبح مفهوم التواصل هو الأداة لتحليل ووصف البناء الاجتماعي، وقد تحقق مفهوم التواصل بدايتا كنظرية عملية من خلال نظرية التفاعل الرمزي للأمريكي جورج هيربرت ميد، فقد دافع ميد عن فكرة أن التواصل هو المبدأ المؤسس للمجتمع، فالتواصل يفهم على انه تدخل للأخر في تكوين الأنا، فلا تحقق للوعي إلا من خلال التفاعل الاجتماعي (Al-Jabri, 2010, p. 33).

إذا فالتواصل هو التفاعل الاجتماعي الذي يحدث فيما بين اثنين أو أكثر من البشر بهدف فهم معطيات الحياة والتفاهم وتبادل الأفكار بينهما ضمن حيز مكاني وفي محدد زمني معين وفق رؤى فكرية ومرجعيات ثقافية مشتركة، أما في التصميم فهو عملية تفاعلية فيما بين المصمم والمتلقي من خلال الناتج التصميمي، كما انه أي التواصل عملية تفاعلية مستمرة بين المنتج التصميمي والمتلقي والتي تتم من خلال كل تلك العلامات التي يحاول المصمم أن يؤلفها ويضمها في نتاجه التصميمية بقصديه يبغى من وراءها شرح وإيصال فكرته التصميمية، ومن ثم تسهيل وتيسير عملية التفاعل الأدائي الوظيفي والجمالي لذلك المنتج.

فالنشاط التواصل يقيم بالفعل علاقة داخلية بين الممارسة الإبداعية للمنتج الصناعي والعلامات، وتدرس المضامين العقلانية التي تفرضها الممارسة التواصلية اليومية وتوسع المضمون المعياري الملازم للعلامات (الأيقونة والرمز) من خلال التفاهم ليتوصل إلى مفهوم تواصل (Avaya, 1998, pp. 130-131)، من هنا فان القاعدة التواصلية تبدو بسيطة وشفافة حيث تتحدد العملية التواصلية بتبليغ لمعلومة إلى متلقي بواسطة قناة اتصال، لكنها تعتبر معقدة من خلال كونها لا تتضمن فعل الإخبار فقط بل هي تبحث أيضا عن طرق التأثير في الأخر وإيهامه وإغرائه، فالرسائل المبتوثة تتضمن تعددا دلاليا كما أن المتلقي لا يكون مجرد مسجل سلبي للمعطيات المرسله بل يعمل على انتقاء هذه المعطيات وغربلتها وتحويلها ، كما أن وسيلة الاتصال تؤثر بدورها في مضمون الرسالة الاتصالية بحسب طبيعة الوسائل المستخدمة (Al-Jabri, 2010, p. 20).

إذا عملية التواصل لها ثلاث عناصر مهمة هي أولا الرسالة المطلوب إيصالها أو الفكرة أو الأمر، ثم المتلقي الذي سوف يستلم تلك الرسالة أو الفكرة أو الأمر، ومن ثم أخيرا الوسيلة التي يتم من خلالها إرسال تلك الرسالة، وهي العملية تحتمل الغموض إلى حد ما، كون تلك الرسالة من الممكن أن تحمل مضامين ودلالات متعددة تسبب الإرباك لدى مستلمها إذا لم يكن هناك اتفاق مرجعي على تلك المضامين والدلالات والتي يقوم مستلمها بفرزها واعتماد احد تلك المضامين من خلال الوسيلة الاتصالي المعتمدة أو المختارة من قبل المصمم أو مرسل تلك الرسالة.

إذ أن تعدد المعاني التي يحتويها مضمون الرسالة التواصلية حيث أن كل علامة تشتمل على مضمون ظاهر وأخر خفي، فقد أكدت الأبحاث السيميائية أن غموض المعنى يرجع إلى تعدد دلالات

العلامات المستخدمة في عملية التواصل، فان تبادل العلاقات والرموز يؤدي إلى العديد من سوء الفهم وإلى تحويل المعنى المقصود (Al-Jabri, 2010, p. 21).

يجب أن يخضع التفاعل المصاغ بواسطة الرموز للمعايير التي تحدد سلوكيات متبادلة حيث يتعين، وجوباً أن تكون مفهومة ومعترفاً بها من شخصين فاعلين على الأقل، وتحصل تقوية هذه المعايير الاجتماعية من خلال مجموعة من الموافقات تتخذ معناها داخل التواصل الذي يتأسس من خلال اللغة العادية في الوقت الذي يرتبط فيه صدق القواعد التقنية والإستراتيجيات بصدق القضايا التجريبية أو التحليلية الحقيقية فان صدق المعايير الاجتماعية يتأسس على تفهم النوايا بين الذوات وحده بحيث يكون مضموناً من خلال الاعتراف بالالتزامات الجميع (Al-Kariza, 2005, p. 17).

من ذلك نخلص إلى أن التواصل هو التفاعل الذات مع الموضوع أي تواصل المتلقي مع الموضوع المطروح في المنتج الصناعي، كما أن كل تواصل يشترط مجموعة خواص لحدوثه وهي (الإقناع، العقلنة، الاتفاق، الفاعلية).

مؤشرات الإطار النظري

1. أن الأيقونة ما هي إلا علامة لها مدلولها من خلال عملية محاكاة مع الشيء الذي تشير إليه، عبر تمثيل موضوعها بواسطة إعادة إنتاج العلاقات الواقعية التي تخص المنتج، أو بواسطة الخصائص ذاتها التي يمتلكها المنتج.
2. لا تمتلك الأيقونة كل خصائص الشيء الواقعي، بل بعض تمثالاته حسب النمط الإدراكي والمستوى الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع، إذ تفهم من خلال فهم نظيرها المشابه لها.
3. تحمل الأيقونة في طبيعتها قيم جمالية من خلال ما تحتويه من غموض ظاهر يتحول إلى شفرة تؤدي إلى لفت انتباه المتلقي لفهم الرسالة التصميمية.
4. تحمل الرموز أشياء ملموسة تحيل إلى أفكار أو قيم مجردة بواسطة الإيحاء لها من خلال وجود علاقة عرضية أو متعارف عليها، وتتميز بإمكانية الاستخدام لأغراض مختلفة حسب ما محمول عليه من مؤول وحسب طبيعة الاستخدام المطلوب.
5. أن وجود رمز معين يكون من خلال وجود محمول مؤول له، حتى يكون له دلالة موضوعية عند استخدامه في تصميم المنتجات الصناعية، والرموز هي مجموعة من الأشكال لها اتفاق جمعي فيما بين أفراد المجتمع بان تكون دالة مدلول معين، إذ يتم ترميز هذه الأشكال لتدل على معنى ضمن الهيئة العامة للمنتجات الصناعية، ولكنها تتحمل التأويل إلى معنى آخر عند استخدامها في مكان آخر.
6. من خلال الرموز يتم إرشاد المتلقي إلى إدراك الرسالة الموجهة له عبر المنتج الصناعي أي كان نوعه، لبيان الأفكار التصميمية والقيم الجمالية وطريقة التفاعل مع المنتج وكيفية الاستخدام، فمن خلال نقل الفكرة المتفق عليها بواسطة الرمز يكون قد استغنى المصمم عن الكثير من الحلقات التواصلية مع المتلقي.

7. أن عملية التواصل في التصميم هي عملية تفاعلية فيما بين المصمم والمتلقي من خلال الناتج التصميمي، كما انه عملية تفاعلية مستمرة بين المنتج التصميمي والمتلقي والتي تتم من خلال العلامات بمجملها (الأيقونات والرموز) التي يضمها المصمم في نتاجه التصميمي يقصد إيصال فكرته التصميمية، ومن ثم تسهيل وتيسير عملية التفاعل الأدائي الوظيفي والجمالي للمنتج الصناعي.
8. أن عملية التواصل تحتتمل الغموض إلى حد ما، كون الرسالة التواصلية في المنتجات الجديدة تحمل مضامين ودلالات متعددة تسبب الإرباك لدى مستلميها إذا لم يكن هناك اتفاق مرجعي على تلك المضامين.
9. أن التواصل هو التفاعل الذات مع الموضوع، أي تواصل المتلقي مع الموضوع المطروح في المنتج الصناعي، كما أن كل تواصل يشترط مجموعة خواص لحدوثه وهي (الإقناع، العقلنة، الاتفاق، الفاعلية).

منهجية البحث وإجراءاته

1. منهجية البحث:

تم اعتماد المنهج الوصفي (تحليل المحتوى) في تحليل العينة، بوصفه المنهج الملائم للوصول إلى تحقيق أهداف البحث، ورغبة في الوصول إلى نتائج علمية يعتمد عليها.

2. مجتمع البحث:

تضمن مجتمع البحث، منتجات الأجهزة الكهربائية الذكية بحسب الشركات المصنعة والمتوافرة في الأسواق العراقية (لمدينة بغداد) خلال عام (2015).

ت	الشركة المصنعة	المنتجات
1	Samsung	جلاية صحون، خلاطات، ست البيت، مايكروويف، شفاط هواء
2	LG	أفران، جلاية صحون، شافات هواء، مجمدات
3	Shownic	افران، شافات هواء، مايكروويف، خلاطات، ثلاجات، ست البيت
4	GOSONIC	قدور ومقالي، جلاية صحون، مايكروويف، خلاطات
5	sony	جلاية صحون، شافات هواء، مايكروويف، خلاطات، ثلاجات
6	newal	أفران، مايكروويف، مجمدات، شافات هواء
7	DiStar	ثلاجات، برادات، خلاطات، شافات هواء، ست البيت

3. عينة البحث:

قسم مجتمع البحث إلى طبقات حسب نوع الاستخدام، ثم تم اختيار عينة غير احتمالية (قصديه) لما هو متوافر من منتجات تستخدم بالمطابخ في الأسواق المحلية، ومن ثم تم اختيار أنموذجين هي الأقرب لتحقيق اهداف البحث، يمثل كل واحد منهما إحدى الشركات المنتجة ضمن عينة البحث والبالغ عددها (8) منتج موزعة حسب شركات التصنيع (newal, GOSONIC) لتحليل واجهة الاتصال، واعتماد تصاميمها في المقارنة بين الرمز والأيقونة كدلالة في آلية التواصل البصري (الوظيفي والجمالي) بما يتلاءم مع هدف البحث. وكما هو موضح بالجدول أدناه:

ت	الشركة المنتجة	المنتجات المتوفرة في الأسواق المحلية العينة القصديه	النماذج المختارة	النسبة المئوية
1	newal	أفران، مايكروويف، مجمدات، شافطات هواء	مايكروويف	25%
2	GOSONIC	قدور ومقالي، جلاية صحن، مايكروويف، خلاطات	قدور ومقالي	25%

4. أداة البحث:

تم تصميم استمارة تحديد محاور التحليل لنماذج عينة البحث لاعتمادها كأداة بحثية ووفقا لما توصل إليه في الإطار النظري من مؤشرات.
5. تحليل نماذج العينة:

الأنموذج الأول



1. الوصف العام للمنتج:

اسم المنتج	مايكروويف	العلامة التجارية	newal
المنشأ	تركيا	مادة التصنيع	الحديد المقاوم للصدأ+زجاج مقاوم للحرارة
قدرة التشغيل	900 واط	القياسات	65x35x42

2. اشتغال الدلالة الرمزية في المنتج الصناعي:

وظيفية: الأنموذج عبارة عن جهاز ميكروويف ذو آلية عمل ذكية، يتم التحكم به عن طريق واجهة استلام وظيفي رقمية، والذي يمكن المستخدم من التفاعل معه من خلال تلك الواجهة.

يحتوي هذا الأنموذج على شاشة صغيرة تمكن المستخدم من ضبط نوع العمل ودرجات الحرارة والتوقيت الزمني المطلوب لإنجاز المهمة المطلوبة.

اعتمد البناء الشكلي للأنموذج الخطوط الأفقية الطويلة والعمودية للدلالة على الثبات والاستقرار النسبي الذي تتمتع به تلك الخطوط، فيما توزعت عناصر تكوين الواجهة الأمامية للأنموذج على جزئين رئيسيين، جزء بنسبة خمس مساحة الواجهة الكلية متمثلاً بواجهة الاستلام الوظيفي والتي احتوت على مجموعة من العلامات الدلالية لمفاتيح التشغيل والسيطرة الرقمية على عمل الأنموذج، أما الجزء الثاني فمثل فتحت باب الجهاز المؤدية إلى جوفه المتمثل بالفرن.

تنوعت العلامات الدلالية إلى مجموعة من الرموز والأيقونات التي تسهل عملية إدراك وفهم الوظيفة الأدائية، فأخذت الرمزية أهميتها مرة من خلال أحجام الأزرار ومرة من أشكالها المتغيرة وطريقة توزيعها التي أعطت سيادة رمزية لمفتاح تغيير البرنامج المطلوب من خلال شكله الدائري وحجمه النسبي إلى باقي المفاتيح، تنوعت الدلالات الرمزية الموظفة في هذا الأنموذج من خلال الشكل إلى أشكال دائرية وأخرى مربعة أو مستطيلة الشكل مما أعطى تنوع وظيفي لتلك الرموز من خلال فصل كل مجموعة من الوظائف لتمثلها أو ترمز لها تكرر معين من الأشكال كأن يكون المدور أو المربع فيما أخذت الدلالة الأيقونية حيزاً أقل رمزية واقتصرت على الدلالة على المنشأ المنتج من خلال اللوكو وعلى أنواع العمليات المطلوبة من خلال الإشارة إليها، كما حققت عملية توظيف اللون كرمز لما يحيل إليه في هذا الأنموذج كوظيفة من خلال استخدام القيمة الضوئية له كدلالة للحر والبارد أو التشغيل والإطفاء أو درجات رفع أو خفض الحرارة، أما الشاشة الرقمية والتي اتخذت أعلى واجهة الاستلام الوظيفي فقد مثلت بوصفها رمزا للأداء الذي من خلال إظهار البيانات والرسائل الاتصالية من خلال رموز مؤولة سابقاً للدلالة على بداية ونهاية ونوع البرنامج المؤدى.

فيما مثلت المساحة المتبقية من الواجهة الكلية باب الميكروويف والذي جاء مسطحاً وحاوياً على مجموعة من الخطوط العمودية ليعطي توازناً سمترياً مع عناصر واجهة الاستلام الوظيفي، كما احتوى بدن الأنموذج على فتحات في الجهة العلوية منه للدلالة على التبادل الحراري بين الفضائين الداخلي والخارجي للأنموذج.

جمالياً: حقق التوزيع المتكافئ للعناصر الرمزية قيم جمالية مضافة إلى ما يحمله الأنموذج من جماليات من خلال توظيف الألوان وانسيابية الخطوط العامة للشكل مما أدى إلى تعزيز عملية الإدراك لتلك الرموز الدلالية، فيما أعطى الشكل العام للهيئة رمزية لقيم العصر التقنية من خلال التوظيف للتكنولوجيا الحديثة في إنتاج أشكال ذات طابع يتسم بالجدة والتميز من خلال تقنيات المواد المستخدمة في تصميمه، أما ما يحمله المنتج من رموز اتصالية تواصلية فلقد حققت بعداً جمالياً من خلال عملية الإثارة التي يتسم بها الرمز كأداة لتحقيق دلالة الوظيفة الجمالية ضمن السياق العام للهيئة. فيما مثلت الوظيفة الأدائية

لأنموذج قيم جمالية مضافة من خلال الأداء المتميز لما تحمله الرموز الموظفة من دلالات تعبيرية عن زمان تصميمه وما توصل له من تصميم رموز لها دلالات مفهومة لغالبية المستخدمين على المستوى العالمي، ومن خلال أشكالها المتميزة.

3. اشتغال الدلالة الأيقونية في المنتج الصناعي:

وظيفيا : استخدمت الدلالة الأيقونية من خلال مجموعة من الإيقونات متمثلة في لوكو الشركة المنتجة وإيقونات متعددة تمثل كل واحدة منها حالة من حالات الوظيفية الأدائية لأنموذج، ولكن كان توظيفها بشكل اقل من توظيف الرموز في واجهة المنتج، فيما كثف استخدامها في واجهة الاستلام الوظيفي وأهمل توظيفها في أي مكان آخر من المنتج أو واجهته الأمامية، مما قلل من أهميتها ضمن الهيئة العامة لأنموذج حيث كان من الممكن استخدام بعض الأيقونات في أماكن أخرى تعطي دلالات عن وظيفة المنتج في عملية الإدراك الأولى ومن ثم عملية فهم المنتج كما في استخدام الرموز، اقتصر استخدام الدلالة الأيقونية في توضيح نمط العملية المطلوبة في الأداء الوظيفي لأنموذج كذلك في الإشارة إلى الشركة المنتجة له.

جماليا: من خلال اقتصر توظيف الأيقونة في تصميم الأنموذج على أداء وظيفة الدلالة على توضيح نمط العملية المطلوبة، كذلك اقتصر توظيفها جماليا من خلال احتوائها على قدر معين من الغموض في فهم شفرتها في بادئ الأمر مما يتطلب من المستخدم التفاعل معها خلال عملية الإدراك والفهم والاستخدام للوصول إلى مدلولها الذي تشير إليه كونها لم تكن من النوع الذي يمثل كامل خصائص المؤول ولكنها تحمل بعض صفاته خلاف الرموز التي كان لها مرونة أكثر وتأويل متعدد وحسب فهم المستخدم لها إلى أن من خلال ما متفق عليه سابقا من دلالات.

4. علاقات التواصل في المنتج الصناعي للرمز والأيقونة:

لعبت الرموز دورا بارزا في عملية التواصل حيث أن التواصل هو التفاعل الذات مع الموضوع، أي تواصل المتلقي مع الموضوع المطروح في المنتج الصناعي من خلال التفاعل، فهي إذا عملية تفاعلية فيما بين المصمم والمتلقي من خلال الناتج التصميمي، كما انه عملية تفاعلية مستمرة بين المنتج التصميمي والمتلقي والتي تتم من خلال العلامات بمجملها (الأيقونات والرموز) التي يضمها المصمم في نتاجه التصميمية بقصد إيصال فكرته التصميمية، ومن ثم تسهيل وتيسير عملية التفاعل الأدائي الوظيفي والجمالي للمنتج الصناعي.

عليه فقد كان المنتج الصناعي في هذا الأنموذج يثير حواس المتلقي من خلال الإدراك البصري له وعملية التواصل من خلال ما يحمله من دلالات (رموز وأيقونات) كرسالة بصرية تواصلية يعبر من خلالها المصمم عن فكرته التصميمية وقيادة المتلقي عبرها لإدراك وفهم هذه الرسالة لإنجاز الوظائف الأدائية والتواصلية للمنتج، لذا فقد نجح المصمم في توظيفها بشكل جيد لأداء تلك الوظيفة التواصلية.

الأنموذج الثاني



1. الوصف العام للمنتج:

اسم المنتج	جهاز تحضير الطعام	العلامة التجارية	GOSONIC
المنشأ	صيني	مادة التصنيع	الحديد المقاوم للصدأ+لدائن مقاومة للحرارة
قدرة التشغيل	860 واط	القياسات	37x28x28

2. اشتغال الدلالة الرمزية في المنتج الصناعي:

وظيفيا: هذا الأنموذج هو عبارة عن جهاز تحضير الطعام (قدر) ذو آلية عمل ذكية ، يتم التحكم به عن طريق واجهة استلام وظيفي رقمية، والذي يمكن المستخدم من التفاعل معه من خلال تلك الواجهة. يحتوي هذا النموذج على شاشة متوسطة الحجم بالنسبة إلى حجم الأنموذج الكلي تمكن المستخدم من ضبط نوع العمل ودرجات الحرارة والتوقيت الزمني المطلوب لانجاز المهمة المطلوبة. والأنموذج عبارة عن هيئة شبه اسطوانية على الشكل خوذة وزجاجتها الواقية هي واجهة الاتصال والتفاعل مع المستخدم، اعتمد البناء الشكلي للأنموذج الخطوط المنحنية الانسيابية لتكوين الشكل العام، فيما توزعت عناصر تكوين الواجهة الأمامية للأنموذج بشكل عام إلى تمركز شاشة العرض الذكية للوظائف في وسط واجهة الاستلام الوظيفي مما أعطاها سيادة على باقي العناصر بالإضافة إلى حجمها النسبي، فيما توزعت باقي العناصر المشكلة لواجهة الاستلام الوظيفي بصورة حرف (U) لتحيط بالشاشة من ثلاث جهات، وهي عبارة عن مجموعة من العلامات الدلالية لمفاتيح التشغيل والسيطرة الرقمية على عمل الأنموذج، فيما اتخذ الغطاء الشكل الدائري في المسقط الراسي للأنموذج يتوسطه دائرة فيما ثلاث فتحات لغرض معادلة وضبط الضغط داخل الجهاز، فيما تقدم الغطاء من الأمام كبسة لفتح أو غلق القدر بإحكام.

اقتصرت العلامات الدلالية الرمزية في اشتغالها من خلال الشاشة الرقمية المدمجة بالأنموذج عكس الأيقونات فقد تم استخدامها بصورة جيدة ضمن الفضاء العام لواجهة الاستلام الوظيفي من خلال استخدام اللوكو الخاص بالشركة المنتجة واستخدام أيقونات تمثيلية لما يمكن استخدامه من أنواع الطعام، التي تسهل عملية إدراك وفهم الوظيفة الأدائية، أما الرمزية فأخذت أهميتها من أشكالها المتغيرة

وطريقة عرضها في شاشة الأنموذج والتي أعطيت سيادة رمزية من خلال شكلها وحجمها النسبي إلى باقي المفاتيح، تنوعت الدلالات الرمزية الموظفة في هذا الأنموذج من خلال الشكل إلى أشكال رقمية وأخرى صوتية وثالثة أيقونية تمثيلية، مما أعطى تنوع وظيفي لتلك الرموز من خلال فصل كل مجموعة من الوظائف لتمثيلها أو ترمز لها، فيما أخذت الدلالة الأيقونية حيزا أكثر دلالة من خلال الدلالة على المنشأ المنتج من خلال اللوكو وعلى أنواع العمليات المطلوبة من خلال الإشارة إليها، أما الشاشة الرقمية والتي اتخذت وسط واجهة الاستلام الوظيفي فقد مثلت بوصفها رمزا للأداء الذكي من خلال إظهار البيانات والرسائل الاتصالية من خلال رموز مؤولة سابقا للدلالة على بداية ونهاية ونوع البرنامج المؤدى.

جماليا: حقق الأنموذج قيم جمالية مضافة إلى ما يحمله الأنموذج من جماليات من خلال توظيف التباين اللوني بين الداكن والفاتح وانسيابية الخطوط العامة للشكل مما أدى إلى تعزيز عملية الإدراك لتلك الرموز الدلالية من خلال الشكل العام للهيئة، والذي يحمل في طياته رمزية عالية الدلالة لقيم العصر التقنية من خلال التوظيف للتكنولوجيا الحديثة في إنتاج أشكال ذات طابع يتسم بالجدة والتميز من خلال تقنيات المواد المستخدمة في تصميمه، أما ما يحمله المنتج من رموز اتصالية تواصلية فلقد حققت بعدا جماليا من خلال عملية الإثارة التي يتسم بها الرمز كأداة لتحقيق دلالة الوظيفة الجمالية ضمن السياق العام للهيئة في تصميم الشاشة الرقمية المدمجة.

فيما مثلت الوظيفة الأدائية للأنموذج قيم جمالية مضافة من خلال الأداء المتميز لما تحمله الرمزية الموظفة من دلالات تعبيرية عن تلك الوظيفة في زمان تصميمه، وما توصل له من تصميم فيه درجة من الغرابة التي تثير المتلقي في البحث عن معنى لمدلولها الرمزي لتؤسس لها دلالات جديدة تكون مفهومة لغالبية المستخدمين على المستوى العالمي، ومن خلال أشكالها المتميزة.

3. اشتغال الدلالة الأيقونة في المنتج الصناعي:

وظيفية: استخدمت الدلالة الأيقونية من خلال مجموعة من الأيقونات متمثلة في لوكو الشركة المنتجة وإيقونات متعددة تمثل كل واحدة منها حالة من حالات الوظيفية الأدائية للأنموذج، وكان توظيفها بشكل مميز فاق توظيف الرموز في واجهة المنتج، فيما كثف استخدامها في واجهة الاستلام الوظيفي وأهمل توظيفها في أي مكان آخر من المنتج عدا واجهته الأمامية، مما زاد من أهميتها ضمن الهيئة العامة للأنموذج حيث استطاع المصمم استخدام تلك الأيقونات كي تعطي دلالات عن وظيفة المنتج في عملية الإدراك الأولى ومن ثم عملية فهم المنتج بصورة جيدة، فيما اقتصر استخدام الدلالة الرمزية في توضيح نمط العملية المطلوبة في الأداء الوظيفي للأنموذج تعزيزا لدلالة الأيقونات ودلالة على توقيتات الانجاز للوظيفة الأدائية، كذلك لقراءة وضبط درجات الحرارة المطلوبة.

جماليا: من خلال الإكثار من توظيف الأيقونة في تصميم الأنموذج على أداء وظيفة الدلالة على اختيار نمط العملية المطلوبة، كذلك من حيث توظيفها جماليا من خلال احتوائها على قدر معين من الغموض في فهم شفرتها في بادئ الأمر مما يتطلب من المستخدم التفاعل معها خلال عملية الإدراك والفهم والاستخدام للوصول إلى مدلولها الذي تشير إليه كونها لم تكن من النوع الذي يمثل كامل خصائص المؤول ولكنها تحمل

بعض صفاته خلاف الرموز والتي لم كان لها وجود في واجهة الاستلام الوظيفي إلا من خلال الهيئة العامة كرمزية لزمان التصميم والتطور التكنولوجي الذي أضفى لمسات جمالية تفاعلية مع المنتج.

4. علاقات التواصل في المنتج الصناعي للرمز والأيقونة:

لعبت الدلالة الرمزية دورا بارزا في عملية التواصل الأولى مع المنتج، حيث أن التواصل هو التفاعل الذات مع الموضوع، فمن خلال غرابة الشكل العام لهيأته وما تثيره في المتلقي من فضول في معرفة ماهية ذلك المنتج، أي تواصل المتلقي مع الموضوع المطروح في المنتج الصناعي، فتحوّلت عملية الإدراك إلى عملية فهم ماهية المنتج من خلال دلالاته الأخرى بواسطة الأيقونات الشارحة لكيفية التفاعل والتواصل معه.

فان لذلك التفاعل الناتج عن عملية الإدراك أثره في فهم وظيفة المنتج ومن ثم التعرف إلى أجزائه وطريق التفاعل والتواصل مع تلك الوظيفة وكيفية أداءها من خلال الدلالات الرمزية والأيقونية الشارحة لتلك الوظيفة وفعاليتها.

عليه فقد نجح المصمم الصناعي في عملية إثارة حواس المتلقي من خلال الإدراك البصري للمنتج وعملية التواصل من خلال ما يحمله من دلالات (رموز وأيقونات) كرسالة بصرية تواصلية يعبر من خلالها المصمم عن فكرته التصميمية واستدراج المتلقي عبرها لإدراك وفهم هذه الرسالة والاقتران بها، فمن خلال العديد من الدلالات (الرمزية والأيقونية) وإمكانات التفاعل والتواصل للأنموذج أثره في اغناء التجربة التفاعلية بينه وبين المستخدم، إذ أن وجود هذا العدد من الأيقونات في واجهته الاتصالية وكذلك ما موجود من رموز وإشارات ضمن نظامه الرقمي الخاص من خلال شاشة عرض الوظائف والمعلومات الخاصة بالعمليات الأداء الوظيفي كان له اثر واضح في عملية التواصل، لذا فقد نجح المصمم في توظيفها بشكل جيد لأداء تلك الوظيفة التواصلية.

نتائج البحث

1. أن استخدام الرمز أكثر مرونة في تصميم المنتجات الصناعية لإمكانية تأويلها حسب طريقة القراءة له والتوظيف ونوع المنتج، بينما الأيقونة لها نفس المدلول التمثيلي للمؤول.
2. أن استخدام الرموز والأيقونات في تصميم المنتجات الصناعية يحقق عملية التواصل المطلوبة في المنتجات بما يخدم التفاعل الايجابي بين المنتجات الصناعية والمتلقين.
3. أن عملية القراءة والتأويل للرموز في تصميم المنتجات الصناعية يحدث دينامية في التصميم إلى أن يفهم المتلقي ما هو مطلوب أو موظف من اجله الرمز فيعطي متعة اكبر في عملية تفسير الرموز والبحث عن دلالاتها الموضوعية ضمن التصميم الواحد عكس الأيقونة فهي تحيل مباشرة إلى مؤولها.
4. أن توظيف عناصر العمل الفني من خطوط بأنواعها وأشكال هندسية كرموز في تصميم المنتجات الصناعية يمكن من إضافة قيم دلالية وجمالية في انجاز الوظيفة الأدائية لتلك المنتجات.
5. توظيف الأيقونة في التعريف عن المنتجات ومنتجاتها من خلال استخدامها كعلامات تجارية لها مدلول ثابت وان كانت لا تمثل المدلول من خلال التشابه التام وإنما من خلال التمثيل لبعض الخصائص أو الاتفاق الجمعي المتراكم على مدلولها.
6. أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في الدلالة بكل أشكالها له دور في إضفاء صفة التطور في تصميم المنتجات وفي فهمها واستخدامها كرمزية في إدراك واستخدام المنتجات الصناعية.
7. أن الاستخدام المكثف للدلالة بكل أشكالها له الأثر الواضح في إدراك وفهم المنتجات الصناعية وعمليات التفاعل والتواصل فيما بينها وبين المتلقين.

References:

1. Eco, I. (2004). *Interpretation between semiotics and deconstruction*, Tr: Said, P. Rabat, Arab Cultural Center.
2. Eco, I. (2006). *Semiotics of Visual Structures* Tr: Said, P. Amman, Majdalawi House for Publishing and Distribution.
3. Tzfitan, T. (2012). *Theories on Symbolism*, Tr: Al-Zakrawi, M. Beirut, Arab Organization for Translation.
4. Bernard, T. (1994). *What is Semiology*, Tr: Nazif, m. 1st Edition, Morocco, Publishing House, East Africa.
5. Al-Jabri, M. A. (2010). *Communication Theories and Applications*, Think and Criticism series, Beirut, The Arab Research and Publishing.
6. Al-Jarjani, A. M. A. (1985). *definitions of Al-Jarjani*, 1st Edition, Beirut, Arab Book House.
7. Santillana, G. (2001). *Sense of Beauty*, Tr: Badawy, M. M. Cairo, Egyptian General Book Authority.
8. Al-Husseini, A. H. (2008). *The Art of Design Philosophy. the theory. Application*, Sharjah, Department of Culture and Information.
9. Al-Haidari, S. S. (1996). *Spatial Affiliation in Residential Communities*, Baghdad, Department of Architecture, University of Technology.
10. Al-Khammash, S. S. (2007). *Lexicon and Semantics*, Jeddah, King Abdulaziz University, College of Arts.
11. Al-Rawaili, M. & Al-Bazai S. (2002). *Evidence of the Literary Critic*, Rabat, 3rd Edition, Arab Cultural Center.
12. Pinkrad, S. (2005). *Semiotics and Hermeneutics: An Introduction to the Semiotics of Bourse*, Rabat, 1st Edition, Arab Cultural Center.
13. Seza, K. (2014). *The Reader and the Text: The Mark and the Significance*, Cairo, The Egyptian General Book Authority.
14. Shaker, AH. (2001). *Aesthetic Preference*, Kuwait, The World of Knowledge Series, The National Council for Culture, Arts and Literature.
15. Al-Sabbagh, R. (2001). *Art and aesthetic values between idealism and materialism*, Alexandria, Dar Al-Wafaa for the World Publishing.
16. Saliba, J. (1982). *The Philosophical Dictionary*, Beirut, Part One, Lebanese Book House.

17. Saliba, J. (1982). *The Philosophical Dictionary*, Beirut. Part Two, Lebanese Book House. (Saliba, 1982,)
18. Abdullah, I. (1990). *Knowledge of the Other, Introduction to Modern Critical Curricula*, Beirut, 1st Edition, Arab Cultural Center.
19. Al-Abed, A. M. (2010, January, 25). *Iconography in Visual Semiotics*, Algeria, Icons magazine, Issue (1), 17.
20. Bin Dhiril, A. (2006). *Language and Style*, Damascus, Edition 2, Arab Writers Union Publications.
21. Mhaibel, O. (2005). *The Problem of Communication in Contemporary Western Philosophy*, Algeria, The Contribution of Difference.
22. Ghazoul, F. J. (1986). *Introduction to Semiotics*, Beirut, Part 1, 2nd Edition, Casablanca.
23. Abbas, F. & Abd al-Salam A. (2010, October, 23). *Symbolism and its Formal Employment in Furniture Designs for Residential Spaces*, Baghdad, Al-Akadi Magazine, (56), 148.
24. Al-QarahGhouli, M. A. A. Al-Hilli S. H. R. (2015, March, 20). Icon aesthetics in Christian Art, *Babylon, Journal of the Babylon Center for Human Studies*, University of Babylon, College of Fine Arts, (1), 318.
25. Kazem, J. A. A. (2000). *The Dialectic of Communication in Iraqi Architecture*, Baghdad, Unpublished PhD thesis, University of Baghdad.
26. Al-Kariza, A. A. H. (2005). *Coding as a Communication Strategy in Contemporary Architecture*, Baghdad, PhD thesis, University of Technology,
27. Al-Makri, M. (1991). *Form and Discourse*, Beirut, Arab Cultural Center.
28. Attia, M. M. (2007). *The Semantic Interpretation of Art*, Cairo, The World of Books.
29. Avaya, M. N. (1998). *Modernity and Communication in Contemporary Critical Philosophy*, 2nd Edition, East Africa.
30. Daham, M. I. (2015). *Temporal Significance and Its Design Dimensions in the Industrial Product*, Baghdad, Unpublished Master Thesis, University of Baghdad, College of Fine Arts, Department of Design.
31. Harun, A. et al. (1972). *The Wasit Dictionary*, Tehran, Part 1, The Scientific Library.
32. Heigl, (1983). *The Symbolic Art*, Beirut, Tr: Georges Tarabishi, Dar Al Taleea Publications.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/365-388>

Icon, Symbol and Values of Functional and Aesthetic Communication in Industrial Product Design

Ziad Hatem Harbi ¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 2/11/2020.....Date of acceptance: 2/3/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Abstract :

The icon and the symbol represent the constituents of the communication process, through their intellectual and philosophical concepts that have been addressed by the current research that it has touched upon their importance in conveying the design idea for the recipient and showing the specificity of each one of them in the communication process. The research problem has been limited by the following question: what are the communication roles that the symbol and the icon present for the user in designing the industrial product?

The research objective is to reveal the theoretical visualization that describes the icon and the symbol in the industrial product and its importance in the communication process through stating the of similarities and differences between them.

The research has been divided into three sections, the first of which is concerned with understanding the iconic indication intellectually, functionally and aesthetically. The second section focused on understanding the sign indication intellectually, functionally and aesthetically. The third section is concluded with the communication process concept in the industrial products through the symbols and icons.

The theoretical framework resulted in a set of indicators that have been adopted in the design of the research tool represented by the form of axes of analyzing the research sample forms. The research community is limited to the smart home appliances of (8) international companies. Then the researcher chose an intentional sample (newel, GOSONIC) and defined two different samples of their products. They have been analyzed according to the specified form for this purpose. A number of results have been extracted including: the use of symbols and icons in the design of the industrial products accomplishes the required communication process in the products in what serves the positive interaction between the industrial products and the recipients.

¹ College of Fine Arts / University of Baghdad, alaamriziad@gmail.com.

التشكيل الفني ودوره الجمالي في تصميم الإعلان التجاري الرقمي

سند فؤاد محمد¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029
تاريخ استلام البحث 2020/11/4 ، تاريخ قبول النشر 2020/12/20 ، تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث

يعتمد الاعلان التجاري الرقمي على تشكيلات فنية لتحقيق الجذب واثارة الانتباه والتي تعد من اهم عوامل الاتصال التي يسعى المصمم لتحقيقها ويعدده مفتاحاً اساساً للتعرف على جمال الموضوع وقيمتها الوظيفية، وقد تتحقق جاذبية التصميم الاعلاني بفعل عملية التحفيز البصري عن طريق اثاره احاسيس المتلقي ثم اثاره تفكيره من خلال اعاده صياغة المفردات الشكلية.

وقد تضمن البحث المقدمة وتشمل مشكلة البحث والحاجة اليه والتي تركزت في التساؤل الآتي : ماهو الدور الجمالي للتشكيل الفني في تصميم الاعلان التجاري؟

وكان هدف البحث: الكشف عن الدور الجمالي للتشكيل الفني في الاعلان التجاري.

كما ضم أهمية البحث وحدود البحث فضلاً عن تحديد المصطلحات .

وجاء الاطار النظري، وتحدد في مبحثان تضمن المبحث الاول (التشكيل الفني ودوره الجمالي في التصميم) وتضمن المبحث الثاني (الاعلان والتصميم الرقمي) وقد أسفر الاطار النظري على مؤشرات عدة.

وقد خصص المبحث الثالث إجراءات البحث إذ إتبع البحث المنهج الوصفي وطريقة تحليل المحتوى لغرض رصد الظواهر بوسائل التحليل الموضوعي لكل إنموذج على حدة، للوصول إلى نتائج دقيقة. إذ تضمن مجتمع البحث 30 ملصق اعلاني رقمي عالمي منشور على الشبكة الدولية الانترنت. وتم اختيار 3 ملصقات وذلك لتوفر الشروط الموضوعية التي تخص هدف البحث. وتضمن الفصل الرابع على اهم النتائج والاستنتاجات.

1- إن الاحساس الجمالي هو نتيجة حتمية لعملية التعليم، والوعي بالقيم، والثقافية السائدة .

2- نتج إن الجماليون يقارنون التطورات التاريخية بالمقاربات النظرية للفنون ولفترات عديدة، يدرسون أنواع الفن فيما يتعلق ببيئاتهم المادية والاجتماعية والثقافية.

الكلمات المفتاحية: (جماليات ، التشكيل الفني ، الاعلان التجاري الرقمي).

¹ كلية الفنون الجميلة /جامعة بابل، cz37ae@gmail.com

مقدمة البحث

إن المهمة الأساس للإعلان التجاري الرقمي هي التأثير في المخزون المعرفي للمتلقي ومن ثم السلوك الإنساني أي أحداث تأثيرات نفسية واستحداث نوع معين من الفعل بتصور السلعة ذات منفعة أو متعة عن طريق التأثيرات البصرية التي يعمد اليها المصمم لإثارة حوافز المتلقي والتوفيق بين الغرض الدعائي والبناء الجمالي. لذا حددت اشكالية البحث بالتساؤل الآتي: ماهي جماليات التشكيل الفني في تصميم الاعلان التجاري الرقمي؟

أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في إنه:-

- يسهم في إيجاد طريقة للتعبير الفني الجمالي بالاعتماد على الثقافة المرئية لإضفاء الطابع العالمي الجديد.

هدف البحث

يهدف البحث الحالي الى:

الكشف عن جماليات التشكيل الفني في تصميم الاعلان التجاري الرقمي.

حدود البحث

يتحدد البحث بالحدود الآتية :-

الحد الموضوعي: جماليات التشكيل الفني في تصميم الاعلان التجاري الرقمي.

الحدود المكانية: ملصقات تجارية عالمية منشورة على الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت).

الحدود الزمانية: لعام 2019 .

مجتمع ومنهج البحث

تضمن مجتمع البحث 30 ملصق اعلاني تجاري رقمي عالمي منشور على الشبكة الدولية الانترنت. وتم اختيار 3 ملصقات بطريقة قصدية وذلك لتوفر الشروط الموضوعية التي تخص هدف البحث للعام 2019 اميركية.

بالاعتماد في التحليل على المنهج الوصفي طريقة تحليل المحتوى، في تحليل النماذج.

تحديد المصطلحات

الجماليات

الجمال لغويا:

مصدر جُمِّلَ. صفة تلحظ في الأشياء وتبعث في النفوس سرورًا أو إحساسًا بالانتظام والتناغم. (معجم اللغة العربية (www.arabdict.com).

الجمال اصطلاحا:

يشير مصطلح "الجمالية" أيضًا إلى مجموعة من المبادئ الكامنة وراء أعمال حركة فنية معينة أو نظرية معينة (aesthetic – Definition of aesthetic in English by Oxford Dictionaries, p.681).

يعرف على انه: التشكيل الفني ومدى مطابقة لمعايير الفن وتلبية متطلبات ذائقة المتلقي (Riedel, Tom (Fall) p. 48. (1999).

التشكيل لغويا:

جذره اللغوي (شكّل : تشكيل)، على أن معنى الفعل يتصلّ بالجانب التصوّري والتمثيلي (تشكّل : تصوّر وتمثّل) (أحمد حسن الزيات، وآخرون المعجم الوسيط، ج1، ص 493).

التشكيل الفني اصطلاحا:

وعرف اصطلاحيا: وهي شبكة من العناصر ومكوّنات وألادوات التي تحتشد في سياق تكويني وتؤلّف لبناء فضاء العمل الفني، وتتمثل عناصره التشكيلية من الاندماج، التوازن، الذرورة. (Pierre Giroud.2007.p.18).

كما عرف هو المتكون الكلي من مجموع الوحدات الفنية أو البنيات المتصلة بامتداد واحد ، الذي يعتمد الرابط الصوري في تدرجه وامتداده ضمن بنية العمل الفني. (Ezz El-Din Ismail, 1969 p.63).

التصميم الرقمي

عرف اصطلاحيا بأنه: التخصص المتنامي في مجال التصميم الجرافيكي، ويستخدم فيه المصممون الجرافيكيون المهارات الخلاقة والكومبيوتر لتصميم اشكال مرئية مرتبطة بالتقانات الإلكترونية. (<https://www.quora.com/What-is-digital-design>)

كما عرف: فرع من فروع التصميم الجرافيكي الذي يستخدم أجهزة الكمبيوتر بمختلف أنواعها والأجهزة الإلكترونية الأخرى لإنشاء رسومات وتصميمات الويب والتلفزيون والمطبوعات المختلفة. (<https://www.quora.com/What-is-digital-design>)

عرفه الباحث اجرائيا: بأنه احد اهم ادوات المصمم الجرافيكي التي يتم عن طريقها إنشاء تصميمات الرسومات باستخدام أجهزة الكمبيوتر والبرامج المتاحة وأدوات تنفيذ التصميم الرقمي للاعلانات التجارية .

الاعلان

الاعلان لغويا

إِعْلَانٌ: (اسم). مصدر أعلن/ أعلن/ أعلن عن، إعلانٌ حَقِيقَةٌ: الجَهْرُ بها، الإِغْلانُ: إظهارُ الشيء بالنشر عنه في الصُّحُفِ ونحوها(معجم المعاني الجامع (ar-ar/dict/ar-ar/)). (<https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/>).

يعرف الاعلان اصطلاحا

بأنه: أحد الأنشطة الترويجية التي تدعم الأنشطة الاقتصادية المختلفة فضلا عن المؤسسات والمنظمات الخيرية للوصول إلى أهدافها والدعم المجتمعي والتمويل. (<https://web.archive.org/web/20180109162006/http://>).

كما يعرف انه: اتصال تسويقي يستخدم رسالة غير شخصية برعاية مفتوحة للترويج أو بيع منتج أو خدمة أو فكرة. (William J. Stanton. (1984), p91).

ويعرفه البحث اجرائيا: بأنه التخطيط والتصميم والتأليف بهدف توجيه انتباه الجمهور إلى منتج أو خدمه أو حاجه وباستخدام وسائل العرض المختلفة للحصول على المزيد من العملاء. (<https://www.dictionay.com/browse/advertising>).

المبحث الاول (التشكيل الفني ودوره الجمالي في التصميم)

الجمالية

اشتقت كلمة جمالية من الكلمة اليونانية (aisthetikos) ، بمعنى "الجمالية ، الحساسة ، الواعية ، المتعلقة بالإدراك الحسي" ، والتي بدورها مشتقة من (aisthanomai) ، والتي تعني "أنا أدرك ، أشعر ، أحس" وتتعلق بـ (aisthēsis) ، "الإحساس" (Harper, Douglas aesthetic , Etymology Dictionary).

ارتبطت الجماليات بسلسلة من المقالات حول "ملذات الخيال" التي كتبها الصحفي جوزيف أديسون في الأعداد الأولى من مجلة The Spectator في عام 1712. (Slater, Barry Hartley, Encyclopedia of Philosophy) كما اطلق مصطلح "الجماليات" من قبل الفيلسوف الألماني ألكسندر بومغارتن عام 1735. (Guyer, Paul (2005), P.89) اختار بومغارتن "الجماليات" لأنه سعى الى التأكيد على تجربة الفن كوسيلة للمعرفة، اذ اعتبر علم الجمال نظام فكري لايرتبط بنظام معين ، هو مجموعة غير متجانسة من الانظمة التي تتعلق بالفنون في المقام الأول فضلا عن ارتباطها بالطبيعة . (T. Dickie, George (1993), p. 234)

الجماليات وفلسفة الفن

تعنى دراسة الجماليات وفلسفة الفن باتجاهين⁽¹⁾ Arthur Coleman: Aesthetics and the Concept of Art :p.1

1. دراسة الجمال والتذوق الفني والعلاقة بينهما .

2. دراسة الفن ، في أعمال فنية للفنانين.

تتمحور الجماليات ودورها على الاشكاليات المتعلقة بالجمال والفن وتهتم بمواضيع مثل الجمالية ، والتجربة الجمالية ، والأحكام الجمالية (Annemarie Gethmann-Siefert , 1995, p. 7) ، بالنسبة للبعض تعتبر الجماليات مرادفًا لفلسفة الفن ، بينما يصر آخرون على أن هناك فرقًا كبيرًا بين هذه المجالات الوثيقة الصلة لاسيما في الممارسة العملية ، اذ يشير الحكم الجمالي إلى التأمل الحسي أو تقدير شيء ما (ليس بالضرورة ابداعا فنيًا) ، بينما يشير الحكم الجمالي الفني إلى التقدير أو نقد الفن أو العمل الفني. يتعين على الجماليات الفلسفية الخوض في الفن وإصدار أحكام حول الأعمال الفنية ، فضلا عن تقديم تعريف لما هو الفن ككيان مستقل للفلسفة ، لأن الفن يتعامل مع الحواس (أي أصل علم الجماليات) والفن على هذا النحو خالٍ من أي غرض قيعي أو سياسي ومن ثم ، هناك مفهومين مختلفين للفن في الجماليات: الفن كمعرفة أو الفن كعمل ، بينما ليس بالضرورة ارتباط الجماليات بنظرية المعرفة او القيم. يقارن الجماليون التطورات التاريخية بالمقاربات النظرية للفنون ولفترات عديدة. يدرسون أنواع الفن فيما يتعلق بيئاتهم المادية والاجتماعية والثقافية، فضلا عن استعانتهم بعلم النفس لفهم كيف يرى الناس ويسمعون ويتخيلون ويفكرون ويتعلمون ويتصرفون فيما يتعلق بالتذوق الجمالي، اذ يدرس علم النفس الجمالي العملية الإبداعية والتجربة الجمالية. (Thomas Munro, "aesthetics Vol. 1, ed, 1986, p.81)

جمالية الحكم والمسلمات

ترتبط الجماليات باستجابتنا الوجدانية لشيء ما أو ظاهرة، وتعتمد أحكام القيمة الجمالية على قدرتنا للتمييز على المستوى الحسي، دون ان نغفل ان الأحكام الجمالية عادة ما تتجاوز التمييز الحسي.

ترتبط المتعة الجمالية عند (كانت 1790) ، عندما تنشأ من الإحساس ، لكن الحكم على شيء ما ليكون "جميلاً" فيجب أن يؤدي الإحساس إلى المتعة من خلال إشراك قدراتنا في التأمل الحسي، اذ ان أحكام الجمال حسية وعاطفية وفكرية في آن واحد. فالحكم الجمالي هو "التوافق" فالشيء الجميل يتطلب نفس الإعجاب من الآخرين .

حكم القيمة

قد يلاحظ أحياناً أن تفسيرات المتلقي للجمال من خلال مفهومين:

1. الجماليات هي الفكرة الفلسفية للجمال.
2. الذوق هو نتيجة لعملية التعليم والوعي بالقيم الثقافية النخبوية المكتسبة من خلال التعرض للثقافة الجماهيرية.

درس (بورديو) كيف تحدد النخبة في المجتمع القيم الجمالية مثل الذوق وكيف يمكن أن تؤدي المستويات المتغيرة من التعرض لهذه القيم إلى اختلافات حسب الطبقة والخلفية الثقافية والتعليم. (Bourdieu, P65 , (1984) Pierre) وفقاً لكانط ، الجمال شخصي او عام ؛ لذلك بعض الأشياء جميلة للجميع واخرى يحسها الاشخاص حسب خلفياتهم الثقافية. (Zangwill, Nick (2014 .p74) في رأي تاراكيوفج (ولادوسلا تاراكيوفج بولندي (Władysław Tatarkiewicz) 3 أبريل 1886 -4 أبريل 1980 ، وارسو) كان فيلسوفاً بولندياً ، ومؤرخاً للفلسفة ، ومؤرخاً للفن ، فيلسوفاً في الجمال الأخلاق). ، هناك ستة شروط للعمل الفني:

1. الجمال
2. الشكل
3. التمثيل
4. إعادة إنتاج الواقع
5. التعبير الفني .
6. الابتكار.

ومع ذلك ، قد لا يكون المرء قادراً على تحديد جميع هذه الصفات في عمل فني. يبدو أن أحكام القيم الجمالية غالباً ما تتضمن أنواعاً أخرى كثيرة من القضايا أيضاً. تظهر الردود افعال متباينة من الحكم الجمالي اذ أن الادراك الحسي مرتبط عوامل غريزية ، وفي كثير من الأحيان لاسباب تعليمية أو ثقافية .

قد ترتبط الأحكام الجمالية بالعواطف و تتجسد جزئياً في ردود أفعالنا الجسدية. على سبيل المثال ، قد يتجلى الرهبة المستوحاة من منظر طبيعي مهيب مع زيادة معدل ضربات القلب أو اتساع حدقة العين ، قد يعبر رد الفعل الفسيولوجي عن أو حتى يسبب الرهبة الأولية.

تطرق (فرانسيس جروس) في كتابه قواعد رسم الكاريكاتور بمقال عن الرسم الهزلي عن (الجماليات المحلية) وقد عمل على مناهضة عالمية الجماليات على النقيض من الرؤية الاحادية للجمال والمتغير على الدوام. (Francis Gross , (1793), p.24) وبالتالي يمكن اعتبار(الجمالية المحلية) تصريح وموقفًا يتعارض مع أي فكرة عالمية للجمال لحماية التقليد لعلم الجمال المتعلق بما تم اعتباره ووصفه بأنه غير جميل لمجرد أن

ثقافة المرء لا تفكر فيه ، وقد تكون الأحكام الجمالية مشروطة ثقافيًا إلى حد ما. غالبًا ما رأى الفيكتوريون في بريطانيا أن النحت الأفريقي قبيح ، ولكن بعد بضعة عقود فقط ، رأى الجمهور الإدوردي أن المنحوتات نفسها جميلة. قد ترتبط تقييمات الجمال بالرغبة ، يمكن ربط الأحكام ذات القيمة الجمالية بأحكام ذات قيمة اقتصادية أو سياسية أو أخلاقية. (Holm, Ivar (2006). p. 821)، بشكل عام ، أثبت السياق أنه أكثر أهمية لإدراك العمل الفني واتخاذ الحكم الجمالي عليه. (Susanne Grüner; Eva Specker & Helmut Leder (2019). P. 138–152.

غالبًا ما تكون الأحكام الجمالية دقيقة للغاية ومتناقضة داخليًا ، يبدو أن الأحكام الجمالية غالبًا ما تكون فكرية وتفسيرية جزئيًا على الأقل، ما يعنيه الشيء أو يرمز إليه بالنسبة لنا هو غالبًا ما نحكم عليه. أكد فلاسفة الجماليات المعاصرون أن الإرادة والرغبة كانتا كامنيتين تقريبًا في التجربة الجمالية ، ومع ذلك بدا التفضيل والاختيار جماليات مهمة لبعض مفكري القرن العشرين، وهكذا يمكن النظر إلى الأحكام الجمالية على أنها مبنية على الحواس والعواطف والآراء الفكرية ، الرغبات ، أو الثقافة ، أو التفضيلات ، أو القيم ، أو السلوك اللاوعي ، أو القرار الواعي ، أو التدريب ، أو الغريزة ، أو المؤسسات الاجتماعية ، أو مزيجًا معقدًا من هذه ، اعتمادًا على النظرية التي يستخدمها المرء بالضبط.

المسلمات الجمالية

حدد الفيلسوف دينيس داتون (دينيس لورانس داتون (9 فبراير 1944 - 28 ديسمبر 2010) كان فيلسوفًا أمريكيًا للفن ورائد أعمال على شبكة الإنترنت وناشطًا إعلاميًا. كان أستاذًا للفلسفة بجامعة كانتربري في كرايستشيرش بنيوزيلندا. كما كان أيضًا مؤسسًا مشاركًا ومحررًا مشاركًا للمواقع الإلكترونية).
https://en.wikipedia.org/wiki/Denis_Dutton ستة توقيعات عالمية في جماليات الإنسان:
(Tatarkiewicz, Władysław (1980) p92).

1. الخبرة أو المهارة
2. المتعة المجردة.
3. أسلوب.
4. الحكم الجمالي.
5. المحاكاة.
6. التجربة الجمالية.

المبحث الثاني : الاعلان والتصميم الرقمي

تسعى عادةً الشركات في الترويج لمنتجاتها أو خدماتها عن طريق الإعلان بنوعيه اعلانات العلاقات العامة الموجهة الى فئة محددة، إذ أن المعلن يدفع مقابل الرسالة ويتحكم فيها، والاعلان الترويجي الخاص بمؤسسة او شركة ربحية من حيث أن الرسالة غير شخصية ، أي ليست موجهة إلى فرد معين (Courtland L. Bovee, William F. Arens. 1992, p.63)، وباستخدام وسائل الإعلام المختلفة (Donley T. Studlar (2002), p.55)، بما في ذلك وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والمجلات والتلفزيون والراديو والإعلانات

الخارجية أو البريد الشخصي ، والوسائط الجديدة مثل نتائج البحث أو المدونات أو الوسائط الاجتماعية أو مواقع الويب أو الرسائل النصية. يشار إلى العرض الفعلي للرسالة في وسيط باسم إعلان أو إعلان قصير. غالبًا ما تسعى الإعلانات التجارية إلى زيادة استهلاك منتجاتها أو خدماتها من خلال "العلامة التجارية" ، والتي تربط اسم المنتج بصفات معينة في أذهان المستهلكين، من ناحية أخرى ، تُعرف الإعلانات التي تهدف إلى الحصول على بيع فوري باسم إعلانات الاستجابة المباشرة.

تشمل الكيانات غير التجارية التي تعلن عن أكثر من منتجات أو خدمات استهلاكية مثل الأحزاب السياسية والمنظمات الدينية والوكالات الحكومية والجمعيات الانسانية ، قد تستخدم المنظمات غير الهادفة للربح وسائط مجانية للإقناع ، مثل إعلانات الخدمة العامة، فضلًا عن أهمية الإعلانات في طمأننة الموظفين أو المساهمين بأن الشركة قابلة مستمرة وناجحة (Donald G. Gifford (2010), p.15).

يعد التطور الأكبر في الاعلانات مع ظهور خاوادم الإعلانات عبر الإنترنت وتقديم خدمات واسعة تكاد تشمل كل شيء فيظهور الإنترنت في مطلع القرن الحادي والعشرين ، غيرت بعض مواقع الويب محرقاتها الشهيرة ، للإعلان عبر الإنترنت عن طريق تخصيص الإعلانات بناءً على سلوك تصفح الويب، وقد أدى هذا إلى جهود أخرى مماثلة وزيادة في الإعلانات التفاعلية. (Culotta, Aron; Cutler, Jennifer (2016). P. 343–362).

فن التصميم الرقمي

يجمع المصممون الرقميون بين مهاراتهم الإبداعية والمعرفة الفنية لإضفاء الحيوية على الرسومات والتأثيرات المرئية ، قد يركز المصمم الرقمي على تصميم المطبوع أو تصميم الويب أو الرسوم المتحركة، بينما يستخدم البعض الآخر مهاراتهم لإنشاء التأثيرات الخاصة في الأفلام وألعاب الفيديو، ويتطلب من المصمم الرقمي القدرة أيضًا على القيام بهذه المهام ، ويبدو هذا جلياً اليوم اذ يتوجب على المصمم الرقمي اللامام الكامل بتصميم مواقع الويب وتطبيقات الأجهزة المحمولة والمحتويات الأخرى عبر الإنترنت لمجموعة من الصناعات، فضلاً عن ضرورة اكتساب بعض المصممين الرقميين أيضًا مهارات في النمذجة ثلاثية الأبعاد أو الرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد لتعزيز فرصهم وقدراتهم، قد يكونون مسؤولين أيضًا عن تصميم الكتب والترويج للمنتجات.

انتشرت تقنيات الفن الرقمي على نطاق واسع من قبل وسائل الإعلام الرئيسية في الإعلانات ، ومن قبل صانعي الأفلام لإنتاج تأثيرات بصرية، فضلًا عن النشر المكتبي الذي كان ولازال له تأثير كبير على عالم النشر عن طريق استخدام الفنانين الرقميون والتقليديون العديد من مصادر المعلومات والبرامج الإلكترونية لإنشاء أعمالهم. (Frank Popper(1997), p.69) بسبب أوجه التشابه بين الفنون المرئية والسمعية .

تختلف مدخلات الفن الرقمي فقد يكون ناتجًا عن الكمبيوتر فقط (مثل الفركتلات والفن الخوارزمي) أو مأخوذ من مصادر أخرى ، مثل صورة ممسوحة ضوئيًا أو صورة مرسومة باستخدام برنامج رسومات متجه باستخدام فأرة أو لوحة رسومات (Charlie Gere, (2002), p83).

ينطبق مصطلح الفن الرقمي تقنيًا على الفن المنجز باستخدام وسائط أو عمليات أخرى ومجرد مسح ضوئي فيه ، إلا أنه عادةً ما يكون عملاً فنياً تم تعديله بشكل غير مبالغ بوسائل تقليدية او تقنيات حديثة

(مثل برنامج كمبيوتر أو وحدة تحكم دقيقة أو أي نظام إلكتروني قادر لتفسير المدخلات لإنشاء مخرجات)، لا تعتبر البيانات النصية الرقمية وتسجيلات الصوت والفيديو الخام في العادة فناً رقمياً في حد ذاتها (Christiane Paul (2006). pp. 27–67). إذ تعتبر الأعمال الفنية رسماً رقمياً عند إنشائها بطريقة مماثلة للوحات غير الرقمية ولكن باستخدام برنامج على منصة كمبيوتر وإخراج الصورة الناتجة رقمياً كما هي مرسومة على اللوحة الفنية الأصلية. (Wands, Bruce (2006). pp. 10–11) وهي ثلاثة أنواع:

● النوع الأول: يتكون الفن المرئي الرقمي إما من معلومات بصرية ثنائية الأبعاد تُعرض على شاشة عرض مرئية إلكترونية أو معلومات مترجمة رياضياً إلى معلومات ثلاثية الأبعاد ، يتم عرضها عن طريق إسقاط منظور على شاشة مرئية إلكترونية. أبسطها هي رسومات الكمبيوتر ثنائية الأبعاد التي تعكس كيف يمكنك الرسم باستخدام قلم رصاص والورق.

● النوع الثاني هو رسومات الكمبيوتر ثلاثية الأبعاد ، حيث تتحول الشاشة إلى نافذة في بيئة افتراضية ، حيث تقوم بترتيب الأشياء ليتم "تصويرها" بواسطة الكمبيوتر. عادةً ما تستخدم رسومات الكمبيوتر ثنائية الأبعاد رسومات نقطية كوسيلة أساسية لتمثيل بيانات المصدر ، بينما تستخدم رسومات الكمبيوتر ثلاثية الأبعاد رسومات متجهة في إنشاء عمليات تثبيت واقع افتراضي .

● النموذج الثالث: المحتمل هو إنشاء فن ثنائي الأبعاد أو ثلاثي الأبعاد بالكامل من خلال تنفيذ الخوارزميات المشفرة في برامج الكمبيوتر، ويمكن اعتبار هذا الشكل الفني الأصلي للكمبيوتر ، ومقدمة لتاريخه متوفرة في مقابلة مع رائد فن الكمبيوتر فريدريك ناك. ومن الأمثلة على ذلك الفن الكسري ، والفن الخوارزمي ، والفن التوليدي في الوقت الحقيقي.

يشكل الفن الرقمي مجالاً واسعاً للنشاط ويتضمن العديد من الأشكال. يشبه بعضها تركيبات الفيديو ، وخاصة الأعمال واسعة النطاق التي تتضمن الإسقاطات والتقاط الفيديو المباشر. باستخدام تقانات الإسقاط التي تعزز انطباع الجمهور عن الشعور الحسي ، تحاول العديد من التركيبات الرقمية إنشاء بيئات خلابة. يذهب الآخرون إلى أبعد من ذلك ويحاولون تسهيل الانغماس الكامل في العوالم الافتراضية. هذا النوع خاص بالموقع ، وقابل للتطوير ، وبدون أبعاد ثابتة. (Lev Manovich (2001), p,63) إذ إن التحول والتطور في مجال التصميم هو فرصة جديدة ومهمة للتعامل معه وتحقيق إنتاج ابداعي مبتكر، كأسلوب أخرجي تصميمي واتصالي بصري داعم للرسالة التصميمية في الاعلان الرقمي. (Batoul Rady. Issue No. (93, 2019. p.287

إن فن تصميم الاعلان الرقمي وسيلة لبلوغ وظيفة محددة، فهو يصمم لكي يوصل رسالة محددة يوقع بها أكبر قدر ممكن من التأثير في المتلقين لا سيما وأنهم يتعرضون اليوم للكثير من الرسائل الإعلانية عن طريق وسائل الاتصال المرئية والمسموعة والمطبوعة، مما يحتم على المصمم أن يقدم شكلاً إعلانياً متميزاً ومثيراً سيكولوجياً وجمالياً مع الأخذ بنظر الحسبان عدم هيمنة الجانب الجمالي على الجانب الوظيفي فيه ضمن التقيد بالقواعد والقوانين التي تخدم عملية الابداع والتكامل الفني المنشود وبنية متكاملة لوظيفة الرسالة.

مؤشرات الاطار النظري

- 1- تعتمد أحكام القيمة الجمالية على قدرتنا للتمييز على المستوى الحسي، وترتبط بإستجابتنا الوجدانية لشيء ما أو ظاهرة.
- 2- تسعى جماليات التشكيل في الملصق الاعلاني الى التأكيد على تجربة الفن كوسيلة للمعرفة. لاسيما عدم ارتباط الجمال بفكر فلسفي معين.
- 3- الحكم الجمالي على الملصق الاعلاني هو ما يثيره لدى المتلقي من الاحساس بالمتعة من خلال إشراك قدراتنا في التأمل الحسي، او تاثر المتلق بفكر فلسفي سائد , فضلا عن الاحساس الغريزي للمتلقى.
- 4- الاحساس الجمالي هو نتيجة حتمية لعملية التعليم , والوعي بالقيم , والثقافية السائدة .
- 5- يرتبط العمل الفني بـ (الجمال, الشكل التمثيل, إعادة إنتاج الواقع, التعبير الفني الابتكار).
- 6- تعد "العلامة التجارية"، من العوامل المهمة التي تحدد الاستجابة الجمالية للإعلان التجاري والتي تربط اسم المنتج بصفات معينة في أذهان المستهلكين.
- 7- تختلف مدخلات الفن الرقمي فقد يكون ناتجاً عن الكمبيوتر فقط (مثل الفركتلات والفن الخوارزمي) أو مأخوذ من مصادر أخرى ، مثل صورة ممسوحة ضوئياً أو صورة مرسومة باستخدام برنامج رسومات .
- 8- يرتبط الحكم الجمالي بالتأثيرات متبادلة بين المصمم والمتلقي وهي : تقليدي تاريخي, محلي معاصر, عالمي.

اجراءات البحث

منهج البحث

إتبع البحث المنهج الوصفي وطريقة تحليل المحتوى للنماذج بوسائل التحليل النقدي الموضوعي لكل انموذج للوصول إلى نتائج دقيقة.

مجتمع البحث

تضمن مجتمع البحث 30 ملصق اعلاني اميركي رقمي دولي منشور على الشبكة الدولية الانترنت. وتم اختيار 3 ملصقات بالطريقة غير الاحتمالية القصدية في اختيار نماذج البحث وذلك لتوفر الشروط الموضوعية التي تخص هدف البحث.

تحليل النماذج

انموذج رقم (1)

اعلان عن عصير في فصل الصيف.

تم تشكيل الصورة بطريقة فنية غير تقليدية ومن ثم ادخالها عبر الماسح الضوئي وازافة بعض اللمسات الفنية التقانية لتحقيق حكم جمالي معاصر



بشكل تمثيلي لإنتاج واقع تعبيرى فني مبتكر عن طريق استعمال العصير في الجو الحار والانتعاش الذي يحققه للفرد وهو على البلاج او في سفرة .

هذا التشكيل الفني ادى الى تحقيق احساس جمالي نتيجة الوعي بالقيم والثقافة السائدة، إذ اعتمد المصمم في إنموذجه هذا على عناصر طبيعية وصناعية لاطهار الجانب الجمالي المتمثل بالمحاكاة عن طريق علاقة مترابطة بين عناصر شكلية وأخرى ساعدت في بناء بنية تصميمية ذات معطى جمالي جديد، وإحداث

جاذبية بصرية بالايحاء الى حرارة الجو والانتعاش الذي يحققه شرب العصير عن طريق فكرته التعبيرية التي يستلمها المتلقي بكل وضوح للوصول الى غاياته الوظيفية والجمالية على حد سواء.

انموذج رقم (2)

اعلان عن قناني ماء (evian)



تميز هذا التصميم بقيمة جمالية عن طريق التراكب الصوري بين الاشكال لتحقيق صورة فنية رائعة جذابة ذات مضمون فكري يعتمد على النتيجة الحتمية عند شرب هذا الماء من حياة وانتعاش ونقاؤه الذي اظهره عن طريق الشفافية في اعماق البحر، وربطها مع الحياة التي اظهرها من مباني وجبال والعباب استعراضية وإكنا على جزيرة وسط ماء، إذ اعطى مبالغة شكلية لشكل قنينة الماء ودلالات رمزية في هذا التصميم أتاحت للعقل أن يتسلم خطاباً ذو معطياتٍ جمالية على مستوى الشكل ورموزه

وأيقوناته بطريقة تتيح للذهن التخيل بعد أن نجح المصمم في خياله وترجمة هذا الخيال الى منجز تصميمي رائع لتحقيق واقع تمثيلي يعطي الاحساس بالمتعة والجمال والتأمل الحسي للمتلقي.

انموذج رقم (3)

اعلان عن معرض لآليات والنقل



حاول المصمم تشكيل الفكرة التصميمية الاعلانية داخل حرف (T) الذي هو اول حرف من اسم الآلة وتم تكبيره ليظهر داخله طريق وصورة الحرف (T) يحمل في اعلاه اضاءة تشبه الموجودة فوق لوحات الطرق لتحقيق فكرة اعلانية مترابطة وتم تراكبها بطريقة تقانية رقمية مع خلفية بقيمة لونية الاصفر وعلى جانبيها رسومات خطية تمثل طريق أوشارع ليظهر فية استعمال الآلة.

تميز التصميم بإستعمال صورة ممسوحة ضوئياً وإخال عليها تقانات عبر برامج التصميم، لقد لعبت المخيلة الابداعية للمصمم دورها بتركيب العلاقات والمفردات تركيباً جديداً لا على

الشاكلة المؤلفون بل أسس المصمم نسيجاً جديداً، محاولاً بفعل ماتحملة بنيتة التعبيرية أن يثير انفعالية المتلقي في حالة من الترابط الحسي والعقلي مما يشير الى خبرة المصمم التي أودعها في هذا التصميم المميز. لقد اعتمد المصمم على عنصر الشكل للحرف (T) كعنصر فاعل في بنية التصميم وقد تضمن الشكل إحساساً بالحركة عن طريق حركة الآلة خارجة عن الحرف (T) اعتمد المصمم البساطة والتنظيم النسقي في تقنيات الاظهار لتكوين الشكل وهذه ميز التصاميم المعاصرة.

نتائج واستنتاجات البحث

أثمرت عمليات التحليل وأدبيات البحث عن جملة من النتائج وهي:

- 1- نتج عن استعمال عناصر طبيعية وصناعية لاظهار الجانب الجمالي في التشكيل الفني للتصميم المتمثل بالمحاكاة عن طريق علاقة مترابطة بين عناصر شكلية وأخرى، تحقيق احساس جمالي نتيجة الوعي بالقيم والثقافة السائدة والتي ساعدت في بناء بنية تصميمية ذات معطى جمالي جديد، كما في النموذج الاول.
- 2- ظهر عند استعمال واقع تمثيلي في التشكيل الفني للتصميم ترجمة هذا الخيال الى منجز تصميمي يعطي الاحساس بالمتعة والجمال والتأمل الحسي للمتلقي. كما في النموذج الثاني.
- 3- نتج عن استعمال التقانات الفنية والإظهارية في التشكيلات الفنية للتصميم لتحقيق المعنى، الى إبداع فني وتقني متميز أعطى تمثيلاً مرئياً رائعاً وغريباً في توظيف الاشكال والمعاني وحبكة الموضوع وذلك يرجع الى ثقافة المصمم والمامه الواسع بالتقانات الحديثة وكيفية توظيفها بما يخدم الفكرة والمضمون لنجاح العمل التصميمي.

استنتاجات البحث

في ضوء ما تمخض عنه الاطار النظري والنتائج المستخلصة، لتحقيق هدف البحث ظهرت الاستنتاجات الآتية:-

- 1- الحكم الجمالي على الملصق الاعلاني هو ما يثيره لدى المتلقي من الاحساس بالمتعة عن طريق إشراك قدراتنا في التأمل الحسي، أو تأثر المتلق بفكر فلسفي سائد، فضلا عن الاحساس الغريزي للمتلقي.
- 2- تسعى جماليات التشكيل في الملصق الاعلاني الى التأكيد على تجربة الفن كوسيلة للمعرفة. لاسيما عدم ارتباط الجمال بفكر فلسفي معين.
- 3- إن الاحساس الجمالي هو نتيجة حتمية لعملية التعليم، والوعي بالقيم، والثقافية السائدة.
- 4- نتج إن الجماليون يقارنون التطورات التاريخية بالمقاربات النظرية للفنون ولفترات عديدة، يدرسون أنواع الفن فيما يتعلق ببيئاتهم المادية والاجتماعية والثقافية.
- 5- إن علم النفس يصف المتلقي واليات تفكيره وكيف يتصرف حيال تصميم الملصق وتذوقه الجمالي، اذ يفسر علم النفس الجمالي العملية الإبداعية والتجربة الجمالية.
- 6- ترتبط الجماليات باستجابتنا الوجدانية لشيء ما أو ظاهرة، وتعتمد أحكام القيمة الجمالية على قدرتنا للتمييز على المستوى الحسي.
- 7- أن النخبة تحدد في المجتمع القيم الجمالية، مثل الذوق وكيف يمكن أن تؤدي المستويات المتغيرة من التعرض لهذه القيم إلى اختلافات حسب الطبقة والخلفية الثقافية والتعليم.

8- تعتبر الأعمال الفنية رسمًا رقميًا عند إنشائها بطريقة مماثلة للوحات غير الرقمية ولكن باستخدام برنامج الكمبيوتر وإخراج الصورة الناتجة رقميًا كما هي مرسومة على اللوحة الفنية الأصلية.

Sources :

1. Annemarie Gethmann –Siefert , *Introduction to Aesthetics* (Einführung in die Ästhetik), Munich, Wilhelm Fink, 1995.
2. Batoul Rady Kazem, Ibrahim Hamdan Sebti, *The Effectiveness of the Virtual Design Environment in Digital Advertising*, Al-Akademi Magazine, Issue No. 93, 2019.
3. Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction*. Routledge.
4. Charlie Gere, (2002) *Digital Culture*, Reaktion.
5. Ezz El-Din Ismail *Contemporary Arabic Poetry - Its Issues and Artistic and Moral Phenomena -*, Dar Al-Awda, Beirut, 1969 .
6. Francis Gross ,(1793), *The Analysis of Beauty* ,Bagster .London sd, W. Hogarth..
7. Frank Popper(1997), *Art of the Electronic Age*, Thames & Hudson.
8. Holm, Ivar (2006). *Ideas and Beliefs in Architecture and Industrial design: How attitudes, orientations, and underlying assumptions shape the built environment*. Oslo School of Architecture and Design.
9. Pierre Giroud, *Sign Science, Semiology*, translated by Dr. Munther Ayashi, Center for Cultural Development, Aleppo, 3rd Edition, 2007
10. Tatarkiewicz, Władysław (1980). *A History of Six Ideas: an essay in aesthetics*.
11. Wands, Bruce (2006). *Art of the Digital Age*. Thames & Hudson, Aron; Cutler, Culotta¹. Jennifer (2016). "Mining Brand Perceptions from Twitter Social Networks". Marketing Science.
12. Donald G. Gifford (2010) *Suing the Tobacco and Lead Pigment Industries* Archived May 10, 2016, at the Wayback Machine.
13. Donley T. Studlar (2002) *Tobacco Control: Comparative Politics in the United States and Canada* Archived(2016), at the Wayback Machine .
14. Guyer, Paul (2005). *Values of Beauty: Historical Essays in Aesthetics*. Cambridge University Press.
15. Lev Manovich (2001) *The Language of New Media* Cambridge, Massachusetts: The MIT Press .
16. T. Dickie, George (1993), "*aesthetics*", in Letta Cole, Barbara; et al. (eds.), *Encyclopedia Americana*, 1, Danbury: Grolier.

- 17 .The Abuse of Beauty: *Aesthetics and the Concept of Art*, By Arthur Coleman Danto.
- 18 .Christiane Paul (2006). *Digital Art*. Thames & Hudson .
- 19 .Courtland L. Bovee, William F. Arens.(1992) *Contemporary Advertising*, Fourth Edition. Richard D. Irwin, Inc.
- 20 .Harper, Douglas. "aesthetic". Online Etymology Dictionary.
- 21 .Slater, Barry Hartley. "Aesthetics". Internet Encyclopedia of Philosophy.
- 22 .Susanne Grüner; Eva Specker & Helmut Leder (2019). "Effects of Context and Genuineness in the Experience of Art". Empirical Studies of the Arts.
- 23 .Thomas Munro, "aesthetics", *The World Book Encyclopedia*, Vol. 1, ed. A. Richard Harmet, et al., (Chicago: Merchandise Mart Plaza, 1986).
- 24 .William J. Stanton. (1984)*Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill .
- 25 .Zangwill, Nick (2014). "Aesthetic Judgment". In Zalta, Edward N. (ed.). The Stanford Encyclopedia of Philosophy. Metaphysics Research Lab, Stanford University .
- 26 (<https://web.archive.org/web/20180109162006/http://historymatters.gmu.edu/mse/ads/amadv.html>) معجم المعاني الجامع <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/اعلان> .
- 27 . <https://www.quora.com/What-is-digital-design-1>.
- 28 . <https://www.dictionary.com/browse/advertising> .
- 29 . <https://www.quora.com/What-is-digital-design-1> .

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/389-402>

The art Formation and its aesthetic role in the design of digital commercial advertising

Sanad Fouad Mohammed¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 4/11/2020.....Date of acceptance: 20/12/2020.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract

Digital commercial advertising depends on artistic formations to achieve attraction and arousal of attention, which is one of the most important communication factors that the designer seeks to achieve and is considered a key key to recognizing the beauty of the topic and its functional value. Reframe formal vocabulary.

The research included the introduction and includes the research problem and the need for it, which focused on the following question: What is the aesthetic role of artistic formation in the design of commercial advertising?

The aim of the research was: To reveal the aesthetic role of artistic formation in commercial advertising.

It also included the importance of research and research boundaries, as well as defining terms.

The theoretical framework came, and it was defined in two topics that included the first topic (technical formation and its aesthetic role in design) and the second topic (advertising and digital design) and the theoretical framework resulted in several indicators.

The third topic was devoted to research procedures, as the research followed the descriptive approach and the method of content analysis for the purpose of monitoring phenomena by means of objective analysis for each model separately, to reach accurate results. The research community included 30 global digital advertising posters published on the Internet. 3 posters were chosen to provide the objective conditions related to the research goal. The fourth chapter contains the most important findings and conclusions.1- The aesthetic feeling is an inevitable result of the education process, awareness of the prevailing values, and the cultural norm.2- It resulted that the aestheticians compare historical developments with theoretical approaches to the arts and for several periods, they study types of art in relation to their physical, social and cultural environments.

Keywords: (aesthetics, artistic formation, digital commercial advertising).

¹ College of Fine Arts / University of Babylon, cz37ae@gmail.com .

المفاهيم الفكرية لنظرية الشك في تصميم المنتج الصناعي

مصعب حسن عبد¹

شيماء عبد الجبار

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229

تاريخ استلام البحث 2020/12/23 , تاريخ قبول النشر 2021/3/1 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث

يشغل التصميم الصناعي مكانة مهمة في أوجه نشاط الحياة العامة والخاصة معاً، لاحتوائه على مجموعة مؤسسات متفاعلة منتجة ومتداخلة، وهذا ما أكد عليه ديكرت الذي كان له الفضل في إرساء منهج الشك على أسس سليمة فبين أننا لكي نبحث عن الحقيقة ينبغي أن نشك في كل ما يصادفنا من أشياء ولو مرة واحدة في حياتنا، لا سيما خيارنا في البحث العلمي والتصميم والنتائج الصناعية، وانطلاقاً من الإرث المعرفي للمفاهيم الفكرية التي ترتقي لمستويات الأداء الوظيفي والجمالي والبيئي تبين أهمية نظرية الشك، وتكمن مشكلة البحث وفق التساؤل التالي:

هل ان مبادئ نظرية الشك تمكن المصمم الصناعي من إعادة صياغة الفكرة التصميمية جمالياً ووظيفياً؟ ويهدف البحث الى إيجاد علاقة لمفاهيم نظرية الشك بالقيم الفكرية للمصمم الصناعي، وكان هذا أبرز ما اشتمل عليه الفصل الأول أما الفصل الثاني فقد احتوى على مبحثان كان الأول بعنوان نظرية الشك مفاهيمياً، وعني المبحث الثاني بموضوع توجهات الشك الديكارتي وانعكاساته على المصمم و المنتج الصناعي، وفي الفصل الثالث فقد تضمن إجراءات البحث حيث تم اتخاذ طريقة تحليل المحتوى من اجل تحقيق أهداف البحث وشمل مجتمع البحث منتجات (سيارة عائمة-هاتف سوار-هاتف خاتم) المصنعة في ألمانيا، وتم التوصل في الفصل الرابع لاهم النتائج وهي:

1. ان علاقة الشك الديكارتي بالقيم التقنية ينم عن تصورات مجسمة للمنتجات عائمة من عالم الخيال والوهم والfantazia .

2. تعد اشكالية الملائمة الوظيفية من الاعتبارات الأساسية التي تؤخذ في تصميم المنتج الصناعي، ووفق النتائج فقد تم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها:

1. افتقرت المنتجات الى القدرة على المنافسة مع المنتجات المماثلة في التركيز على الجانب الجمالي من جانب اما الادائي كبديل جزئي في بنية تصميم المنتج .

¹ كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد, alfnon_50@yahoo.com

2. تعد خوارزميات التشفير الرياضية، اهم أنظمة معالجة الشك في النظام التصميمي.

الكلمات المفتاحية: ديكرت, تقنية , الخيال, الوهم .

المقدمة

لقد طرح (فلاسفة العقل) مبادئ ورؤى فكرية وسعت دائرة الشك حتى جعلوها تتوغل في افعال الحياة , وحتى على الأخذون بمذهب اليقين قصروه على الحواس لكي يلامس واقع الانسان, وجعلوه محل للاطمئنان, وهذا الامر لم يرض ديكرت بشكل كامل انطلاقا من مقولته (أنا أشك، إذأ أنا موجود) في ان المنطق و العقل يميزان الانسان عن سائر الكائنات، أما (التخيل والذاكرة وسرعة البديهة... إلخ) هي أعراض تختلف من إنسان لآخر. ويخبرنا أنه لكي نوجه العقل والفكر بالاتجاه السليم لا بد لنا من أن نمتلك منهجاً يتبع قواعد محدد، لذا وضع ديكرت في كتابه "مقال في المنهج" أربع قواعد رئيسة يجب على العقل الاقتداء بها، وهذه القواعد هي:

(قاعدة البدهة و الوضوح: و قاعدة التحليل وقاعدة التركيب وقاعدة الإحصاء) , بفرض ان مفاهيم ديكرت الفكرية ترتبط بشكل حساس وفاعل بالعملية التصميمية ذلك ان المصمم لا يعتقد ببدهة أي حقيقة او ظاهرة ومشكلة تقوده للبحث حتى تتبين يقيناً انها تتصف كحقيقة بشعوره وادراكه بوضوح تام في عقله، الأمر الذي ينفي إمكانية أي شك فيه.. وهذا يقودنا الى مفهوم آخر وهو التحليل باسترداد كل فكرة صعبة إلى أجزائها البسيطة لإزالة كل غموض في معناها كي يتمكن من حلها على اتم وجه، الامر الذي يقود لمفهوم التركيب في اعادة وضع الافكار وفقاً لترتيب منطقي يبدأ من البسيط إلى المركب ومن الأسهل إلى الأعدق. وصولاً الى وسيلة نهائية بإحصاء تام و مراجعة شاملة لجميع الافكار للانتقال من حالة الشك من أنني لم اغفل شيئاً وتحقيق التصور النهائي في تركيب منتج وظيفي استنادا على البنية الفكرية لقواعد نظرية الشك الديكرتي، ذلك ان الاثراء المعرفي للمفاهيم الفكرية في المنهج الديكرتي تضع الشك سبيلا للوصول الى الحقيقة استنادا على تساؤلات ناتجة عن خبرة مكتسبة عقليا وحسياً من الواقع او قدرات ذاتية فضلا عن الخبرات والتجارب العالمية في اغناء الفكرة التصميمية بعدة تساؤلات وتوسيع دائرة الابداع الفكري بزيادة حجم المشكلة من جميع جوانبها الشكلية والموضوعية والتي تقود المصمم بقوى الحدس والخيال بالبدهة التقنية والفنية ومجمل الوسائل الناجعة التي تعكس ظلالها بالواقع الذي يلامس شعوره كمصمم في متطلبات المستخدم جماليا ووظيفيا، وهذا يقودنا الى الإشكالية في التساؤل التالي :-

هل ان مبادئ نظرية الشك تمكن المصمم الصناعي من إعادة صياغة الفكرة التصميمية جماليا ووظيفيا؟

ويهدف البحث: الى ايجاد الارتباط الفلسفي لمفاهيم نظرية الشك بالقيم الفكرية للمصمم الصناعي.

ويتحدد البحث بالمنتجات الصناعية التي تتوافق مع نظرية الشك الديكرتي والمتمثلة منتج لشركة (sony), وقد تم إضافة بعض منتجات المصمم الأمريكي (Vivien Ciu) والاستعانة بها للضرورة البحثية، من عام 2017-2109.

تحديد المصطلحات :

المفهوم (Concept): وهي عملية استراتيجية تمكن القارئ من استخلاص المعنى من النص المكتوب, ويمثل القدرة على إعادة انتاج ما يتضمنه النص المقروء دون تطابق مع النص ذاته, وهو حسن تصور المعنى

وجوده استعداد الذهن للاستنباط (استفهمه الشيء فأفهمه) وفهمه تفهيماً واصبح مفهوماً. (Shehata, 2003, p. 232).

الشك (doubt) : ان اصل كلمة الشك في اللغات الاوروبية الحديثة , مشتقة من كلمة يونانية تعني البحث والتقصي من اجل الكشف عن الحقيقة , ولكنها اخذت مدلولاً اصطلاحياً اخرًا تعبر عن موقف الانسان الذي يبحث عن الحقيقة او المعرفة او نزعة تدفع صاحبها الى التردد بين الاثبات والنفي وتحمله على التوقف عند الحكم استناداً الى ان كل قضية تقبل السلب والايجاب بقوة متعادلة فيمنع عن اثبات الحقائق او نفيها, ويمكن التمييز بين نوعين من الشك, وهو التردد بين نقيضين لا يرجح العقل احدهما على الاخر. (Al-Khatib M. H., 2012, p. 2).

ويرى الجرجاني ان الشك رديف الظن : وقيل ما استوى طرفاه وهو الوقوف بين الشينين لا يميل القلب الى احدهما فاذا ترجح احدهما ولو يطرح الاخر فهو ظن , فاذا طرحه فهو غالب الظن , وهو بمنزلة اليقين. (Said, 2004, pp. 258-259)

كذلك يعيد الجرجاني بان هناك نوعان اخران للشك:

1. **الشك الطبيعي (Natural doubt) :** الذي ينتج عن عدم المعرفة او عن نقص فيها .

2. **الشك المنهجي او الفلسفي (Skepticism) :** الذي يتمثل الشك في جميع معارفنا, بل حتى في ادراكنا للأشياء طالما لم نحصل على معرفة للمبدأ الأول لكل معرفة, ولقد تعمد موقفاً للشك فهو لم يقع فيه وانما تعمده فكان شكه. (Al-Qadi, 2014, p. 7)

ويعرف الباحث منهج لشك في التصميم: هي الأساليب المعرفية التي تهدف إلى خروج المصمم من الإشكالية لدى متطلبات المستخدم عبر قنوات منهج الشك فكرياً وفلسفياً , لتعزيز الناحية الوظيفية فضلاً عن الذائقة الجمالية .

الاطار النظري

(1-2) المبحث الأول: نظرية الشك مفاهيمياً – فكرياً وتأملياً

(1-1-2) نظرية الشك مفاهيمياً :

ان نمط التفكير الإنساني بوجه عام لا سيما التفكير العلمي يفسح مجالاً واسع النطاق للتأمل والتفكير والتدبر كذلك مجالاً واسعاً للإنسان ان يشك, بل ان حجر الزاوية في التفكير العلمي المعاصر: الشك المنهجي لا اليقين والشك بوصفه نظرية يراد به التوقف عن اصدار حكم ما استناداً الى ان كان قضية تقبل السلب والايجاب بقوة متعادلة وان أدوات المعرفة من عقل او حس او غير ذلك لا تكفل اليقين , او انه تردد بين نقيضين لا يرجح العقل احدهما على الاخر لوجود إمارات متساوية في الحكمين او لعدم وجود أي إمارة فيها, وتردد العقل هذا يرجع الى عجزه عن معاناة التحليل او قناعته بالجهل (Al-Tawil, 1976, p. 301), ويحمل الشك دلالات مختلفة ينبغي التعرف عليها حتى لا يحصل خلط بينها فالشك يقال تارة ويراد به نظرية في المعرفة . وأخرى يراد به منهج للتفكير , واخر قد يكون انكار لقواعد الدين.

كذلك نجد الشك في الفلسفة القديمة لسقراط في طريقته التهكمية التي كان يوقع بها الخصم في التناقض ويبين له انه لا يعلم شيئاً , كما فطن ارسطو الى الصلة الوثيقة بين المنهجي والمعرفة الصحيحة , وفي أوائل العصر الحديث جاء فرانسيس بيكون فأراد ان يخلص البحث العلمي من الأوهام التي تعترض سبيله فحذر مما أسماه أوهام المسرح التي تعني مجموعة من التخمينات والفروض الوهمية التي كثيراً ما ضللت الفلاسفة, ونبه بيكون على استبعاد هذه الأوهام من طريق البحث العلمي, وجاء بعده ديكرت الذي كان له الفضل في إرساء الشك منهجياً على أسس سليمة, فبين اننا لكي نبحث عن الحقيقة ينبغي ان نشك في كل ما يصادفنا من أشياء ولو مرة واحدة من حياتنا.

(Al-Tawil, 1976, p. 313).

ان الفروض التي يضعها الباحث المصمم مسبقاً هي في الحقيقة تساؤلات نابعة من حالة الشك التي تعتريه لعلها تتحقق في نهاية مطاف البحث قد تكون أوهام او انصاف حقائق او يقينا , والحق ان البحث العلمي هو اشكالية مستمرة يبدأ منها وينتهي اليها . وانطلاقاً من موضوعة الشك في تعدد الآراء لا سيما فيما يخص تقييم الجمال , فقد حدد للجمال كيفاً من المقاييس , لذلك فان موضوعة وطبيعة الجمال اثار خلاف المفكرين الذين قسموها الى ثلاثة اتجاهات.

(Al-Sarraf, 2009, p. 13) أ-الاتجاه الاول : الشك الموضوعي: انصار هذا المذهب , يعد الجمال فيه مستقلاً بحد ذاته , وموجود خارج النفس , وهي ظاهرة موضوعية , وأن للأشياء الجميلة خصوصيات مستقلة كلياً عن العقل الذي يدركها , وافلاطون اول من نادى بموضوع الاحكام الجمالية , حيث يجعل للجمال هدفاً في ذاته .

ب-الاتجاه الثاني : الشك الذاتي: انصار هذا المذهب يعتقدون ان الجمال الوحيد لا يوجد إلا فينا وبنا ومن اجلنا , فهم ينكرون الجمال المستقل للأشياء وللطبيعة , والجمال ظاهرة نفسية ذاتية , وان الشيء يكون جميلاً عندما نراه بعين احترفت الرؤية , ومن ابرز رواد هذا الاتجاه (كانت) فقد عد الحكم على الجمال حكم ذاتي , ويتغير من شخص إلى آخر , وان جمال الشيء ليس له علاقة بطبيعة الشيء , وان الاندماج الحر للفكرة وقوة الخيال تنبع منه المحاكاة الجمالية , ومن علماء هذا الاتجاه هيغل (ان الجمال كالطبيعة لا يظهر الا كانعكاس للجمال الذهني) وفكتور (اننا حين نتأمل الأشياء نضفي عليها روحاً من صميم حياتنا لا نستجمل العالم وكائناته الا بمقدار ما في نفسنا من جمال).

ج-الاتجاه الثالث : الشك الموضوعي الذاتي: ان حقيقة الجمال ليست موضوعاً صرفاً , ولا ذاتياً خالصاً , بل إنه في تذوقه والاحساس به يعتمد على المزج بين كل من الموضوعية والذاتية . فالانسان لا يستمتع بجمالية الشيء وهو خال من الجمال , كون الجمال ليس نشاطاً عقلياً مجرداً , ولا يتوقف على العقل الذي يتذوقه , وانما على عناصر الجمال الموضوعية الحالة فيه , فيأتي دور العقل ليتذوق الشيء الجميل من خلال العناصر الجمالية الحالة فيه

(Al-Sarraf, 2009, p. 15) , وهنا يمكن القول بان الشك هو علاقة وجودية بين موضوعية الشيء الجميل وذات الانسان وعقله , وإن الخصائص القائمة في روائع التصميم والمشاهد الطبيعية يبدو فيها الجمال , كانسجام الالوان وتلائم الاضواء وتناسق النسب , كل ذلك يمكن التعبير عنه بـ (الوحدة الجمالية المتناسقة

المتناغمة) , وهو المبدأ الضروري المقرر للجمال , الذي يبدأ في روائع التصميم من انتجه العباقرة المصممون (51-50, pp. 2007, the House of Wisdom), ان الشك هاجس يراود الانسان المصمم عندما يلتقي الممكن وغير الممكن في أن واحد لغرض تحقيق متطلب وظيفي ملائم يتناغم مع الرغبات الجمالية من جهة النفعية من جهة اخرى , وهنا يطرح الشك عدة تساؤلات , هل ان المنفعة تحقق الغرض ام الحاجة الجمالية ام الاثنين معا , وأين الحلقة المفقودة في هذا الامر الا وهي الشك؟ وعلى الرغم من ان غالب المؤسسات لا تغفل عن مراعاة جانب دون اخر , الا ان نسبة المتطلبات والحاجات للمستخدمين والتي تتعلق بالتأثيرات(الاجتماعية-الاقتصادية-السياسية – البيئية-الثقافية) يتبلور منها انموذج تطرحه المؤسسات مما يجعل المنتج قد يكون في حالة من المغامرة(القبول او الرفض) ضمن مرحلة زمنية تجعل من المرفوض مقبولا او العكس او قد يكون سلسلة من السياقات المعتمد للمنتج الصناعي , لاحظ الشكل (1) .



شكل (1)

يبين دور المؤسسات في إشاعة ثقافة الشك المنهجي بما يلائم الأداء الوظيفي للمستخدم
(Philips Fluid smartphone, 2020)

وفي حقيقة الامر ان الفكر الفلسفي غايته ان يفتح طريقا جديدا او حقلًا بركا للفلسفة, عليه ان يشك في المعرفة وصلت اليه من الأزمنة السابقة, وفي هذا السياق يقول (هريارت) * (ان كل فيلسوف شاك في البداية . وكل شاك يبقى في البداية) وهذا ما نجده فعلا عند كبار الفلاسفة لا سيما ديكارت , وقد اكد هذا التوجه (هيوم) على اهمية الشك حين قال عن الطبيعة البشرية(اذا كنا فلاسفة فينبغي ان نقوم فلسفتنا على أسس شكية, بل سعي هذا الشك بـ(الشك الاكاديمي او العلمي) وصرح بانه ضروري لكل بحث نزيه , لانه يبعث على مواصلة النظر في الأمور وامعان التفكير فيها ومواصلة اختبارها من غير توقف . (Al-Khatib M. .H., 2012, pp. 8-9).

* **يوهان فريديريش هريارت** , فيلسوف ألماني ولد عام ١٧٧٦ م , وتوفي عام ١٨٤١ م , وتعد فلسفته من وجهة نظر مذهبية قلب محض للمذهب المثالي فهي تفترض الوجود الواقعي الموضوعي للأشياء وفق معطيات التجربة لدى الانسان والتي تنقسم الى الميتافيزيقيا ومنطق واستطيقيا . (Tarabishi, 2006, pp. 698-699)

من خلال ما سبق ذكره ان هناك عدد من العوامل المؤثرة في تكامل الفكرة التصميمية (الشك الاكاديمي) في مرحلة التقييم الموضوعي لها ، فالفكرة لاتصلح بمجرد ان تلوح في أفق المصمم بل يجب ان تخضع بعد ظهورها في ذهنه الى عملية تقييم موضوعي ، فعملية الشك هذه والتقييم هي التي يتم بمقتضاها إعطاء تصريح مرور للفكرة لان تمر وتنتشر وتعمل ، وفي عملية التقييم نحن نبحث عن إثبات صحة الفكرة ومن ثم الانتقال بها من عالم الخيال الى عالم الواقع لكي تستخدم . وتقتضي عملية التقييم الاجابة على ثلاثة اسئلة جوهرية :

هل الفكرة مناسبة (بمعنى ستحل المشكلة ؟) ،

هل الفكرة عملية (بمعنى يمكن تطبيقها؟) ،

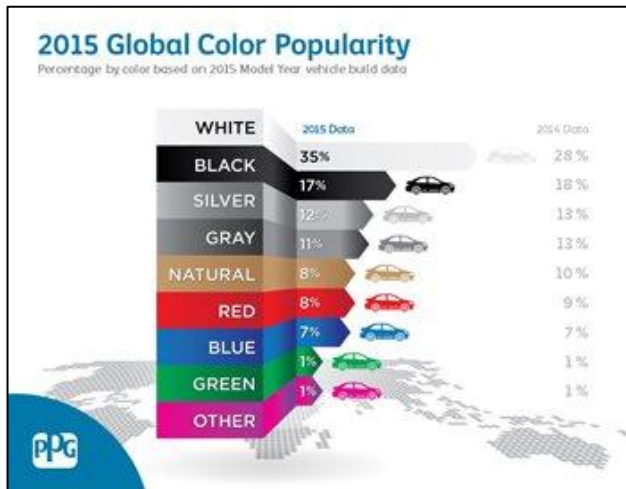
هل الفكرة مقبولة (بمعنى سيدعمها الآخرون؟) (Ghani, 1997, pp. 27-28)، وهكذا نجد ان الشك يقودنا الى تكامل الفكرة ينطوي على تضافر ثلاثة مستويات متداخلة الاول مستوى نفعي وظيفي أدائي ، والثاني مستوى عملي تقني استخدامي ، والثالث مستوى تقبلي أقماعي تذوقي .

(2-1-2) نظرية الشك الديكارتي فكريا وتأمليا :

يرى ديكارت ان العمل الذي يشترك في ادائه كثيرون، يجرى عادة اقل كمالات العمل الذي يقوم به رجل واحد ، ويذهب بذلك انه اذا تقرر ان الحكمة البشرية واحدة، وأن من صفات النفس هي الفكر، فهو صفة تخص الإنسان ولصيقة به. ويجب معرفة النفس عن طريق إدراكها بالذهن وان الذهن البشري واحد والعقل واحد، ولا بد وان يكون هنالك علم يقيني واحد ومنهج واحد لبلوغ الحق في مختلف الامور (والجهل التام خير من المعرفة المزعزعة المضطربة)، ويضيف ديكارت في كتابه (قواعد لتوجيه الفكر) اننا نختبر كل ما تدركه الحواس وكل ما نتعلمه من الآخريين، وبصفة عامة كل ما يتأتى الى ذهننا سواء اكان من الخارج ام من تأمل الذهن في ذاته ، وينبغي ان نؤكد هنا ان الذهن لا يمكن لأي تجربة ان توقعه في الخطأ اذا ما اكتفى بحدس ما يعرض له على نحو دقيق سواء اكان في ذاته ام في المخيلة، واذا كان لا يعتقد ان المخيلة تصور بكل امانة موضوعات الحواس، وألا تتخذ الحواس الاشكال الحقيقية للأشياء فلا تظهر لنا الأشياء الارجحية كما هي، وفي كل الامور تكون عرضة للخطأ ، مثلما يحصل لنا عندما تروى لنا قصة فنعتقد ان الامر قد حدث حقا او حينما تصاب المخيلة مثلما يحدث عند الانسان الكئيب فيعتقد ان الاحلام المشوشة التي تنشأ كأنها تعرض الوقائع الفعلية . (Descartes, 2001, p. 94)

ان منهج الشك الديكارتي يثير علاقة توتر فكرية عن بعد ما بين متطلبات المتلقي الجمالية والوظيفية وما بين افق تفكير المصمم في تقديم ماهو افضل ومنافس على ارض الواقع وتبقى المنطقة الوسط بينهما الا وهي (المنتج الصناعي) ضمن فلسفة ديكارتية(انا اشك اذا انا موجود) (انا اصمم اذا انا موجود) كذلك (انا اشك اذا انا مصمم) لترتقي بأطرافها المعرفية والذائقية من عالم المصمم الى عالم المتلقي ورغباته وطموحاته المألوفة وغير المألوفة ، في افتراضية ان يكون المستخدم مصمما، بل يكون جزء من الاستراتيجية التصميمية للمنتج ، ففي عام(2011) اطلقت المانيا مبادرة لزيادة القدرة التنافسية للصناعات التحويلية من خلال زيادة دمج الأنظمة الالكترونية الفيزيائية في عمليات التصنيع والتحكم بالآلات الكترونية، ويعد هذا المفهوم واحدة من أكثر الجوانب الملموسة للثورة الصناعية الرابعة الا وهي فكرة تصميم الخدمات

الموجهة او التغذية الراجعة (Feed back) هذا الأمر يتيح قيام المستخدمين أنفسهم باستخدام إعدادات المصنع نفسه لإنتاج منتجاتهم الخاصة على الهاتف الذي واختيار مواصفات المنتج الذي يريده ليقوم بتصنيعه على الفور بشكل افتراضي على الشاشة) والتي ستكون فكرة تصميم الخدمات الموجهة. (Al- (Ajlouni, 2013, pp. 2-3) ووفقاً لبحث أجرته مؤسسة (PPG) الأميركية عن رغبات اقتناء المستخدم للسيارات عالمياً من خلال عنصر اللون ، وتباين اتجاهات الألوان العالمية حسب المنطقة ، بيد ان حوالي(60٪) من المستخدمين يعتبرون اللون عامل رئيسي في قرارات شراء السيارة ، وهذا النمط العالمي استمر في طلب (75٪) من السيارات في العالم من الأبيض والأسود والرمادي والفضي.وكما في الشكل (2) وعلى الرغم من الألوان العالمية التي تقدمها الشركات الصناعية لطلاء السيارات الانفة الذكر ، الا ان التوجه الفكري للثورة الصناعية الرابعة كما اسلفنا لها طروحات ضمن العالم الافتراضي –الكترونيا (للتغذية الراجعة) وتكوين مساهمة مشتركة ذاتيقا للون مابين المصمم والمتلقي من خلال الاثراء اللوني للمنتج الواحد على غرار الألوان التي تفرضها الشركات العالمية في صناعة السيارات على وجه العموم.



(3-1-2) نظرية الشك - الخيال

والفاتنازيا:

يعد الخيال imagination تعبيراً

عن نشاط نفسي تحدث خلاله

عمليات تركيب ودمج بين مكونات

الذاكرة وبين الصور العقلية التي

تشكلت من قبل من خلال الخبرات

الماضية وتكون نواتج ذلك تكوينات

وأشكال عقلية جديدة. كما عرفه

حنوره مصري على أن الخيال هو

تحويل أي شئ إلى صورة أو بناء

صورة عقلية للنظر إلى المستقبل

لاستحضار الماضي إلى الحاضر الحي أو لاختراع أشياء جديدة ، ويقاس بالدرجة التي يحصل عليها على

مقياس الخيال . كما عرفه ريتشارد

سون Richardson بأن الخيال هو

المعالجة الذهنية للصورة الحسية

وبخاصة في حالة غياب المصدر

الحسي الأصلي ويرى فيناك

شكل (2)

يبين منهج الشك الديكارتي في تباين مستويات الطلب العالمي على

لون السيارات

(Global Vehicle Color Popularity, 2016)

vinacke بأن الخيال هو نشاط عقلي يعمل على تجميع الصور العقلية الخاصة بالمدركات الحسية وإعادة تشكيلها بطريقة مبتكرة ، ويمكن الاستدلال عليه عن طريق ملاحظة السلوك الظاهر عليه الذي يتخذ أشكالاً مختلفة لدى الفرد . (PPG, 2019, pp. 1-3)

اما مفهوم الفانتازيا fantasia هي الأثر الأدبي الذي يتحرر من قيود المنطق والشكل والإخبار، ويعتمد اعتماداً كلياً على إطلاق سراح الخيال. ويطلق هذا المصطلح على جنس أدبي قصصي تقع أحداثه في عالم متخيل، تختلف عن العالم الذي نعيش فيه، ويتناول شخوصاً غير واقعية وخيالية محضه وغرائبية غالباً، أو يصور عالماً يخضع لقوانين فيزيائية لم تُكتشف بعد، أو ميتافيزيقية تتناقض والحاضر والتجربة الواقعية، كما في أعمال الخيال العلمي science fiction والخيال الطوباوي utopian fiction. إلا أن بعض النقاد يميزون الشك ما بين الخيال العلمي والخيال الطوباوي والفانتازيا من حيث:

1. إن الفانتازيا تصور عالماً لا يمكن أن يكون.
2. الخيال العلمي جنساً أدبياً يتناول ما يمكن أن يحدث في المستقبل.
3. والخيال الطوباوي يتناول ما كان من شأنه أن يحدث لو عاد بنا التاريخ وتجنبنا أخطاءنا. (Grant, 1999, p. 338)

وبذلك يرى الباحث ان الشك الديكارتي يساهم في اغناء فكر ومخيلة المصمم – لا سيما الخيال العلمي ما يمكن ان يحدث في المستقبل ضمن أي توليفة أدبية او روائية او مرئية تعبر عن امتلاكنا قوى خارقة مجانية مخترنة في لب كل واحد منا , وقد يكون الخيال فضاء يستقطب هذه المخيلات الاستباقية , اما الفانتازيا تتناول ما لم يحدث في الحاضر, وينسب بعض الدارسين كل ما من شأنه أن يستخدم المخيلة, حتى الخيال العالمي، إلى الفانتازيا، أو الخيال التأملي (speculative fiction).

(4-1-2) الشك وفلسفة الوهم :

يعتبر الوهم احدي تجليات الشك (سوء تفسير الإحساس الحقيقي) غالباً ما تحتاج الحقيقة الى معنى يبين مضمونها وحقيقتها العلمية والوظيفية التي صورت وصممت من اجلها وهنا تقع المسؤولية على المصمم في تفسير وترجمة الوظيفة كحقيقة توصل اليها من خلال الشكل الفيزيائي للمنتج والقيمة الوظيفية المبتغاة (Jalaluddin, 2004, p. 498)

, الا ان في ذات الوقت ان الوهم والغموض الذي يغترب المعنى يكون مخطط له بشكل قصدي , لرسم مساحة ووسيلة اتصال من قبل المصمم في فضاء المتلقي للتأمل وإعادة التفكير وتكرار الاستخدام للإحساس بقيمة الوظيفة التي قد تتطلب ان يكون سهلاً ممتنعاً في تصميم المنتج الصناعي. لاحظ الشكل (3).



شكل (3)

يبين فلسفة الوهم في إعادة التفكير والاستخدام بالقيم الوظيفية للمنتج الصناعي

(Iratzoki, 2015)

(2-1-5) توجهات الابداع البيئي لنظرية الشك:

لقد كان ديكرت قد نظر الى الفلسفة ومنهجها نظرة كاملة وشاملة , وذلك اذا جعلها لكل العلوم اشمل, اذ عرف الفلسفة انها دراسة الحكمة , والحكمة ليست مجرد الفطنة في الاعمال بل هي المعرفة الكاملة بكل ما في وسع الانسان معرفته بالإضافة الى تدبير حياته, وصيانة صحته واستكشاف الفنون ولكي تكون كذلك فلا بد لها ان تكون مستنبطة من العلل الأولى ومثل الفلسفة كمثّل شجرة جذورها الميتافيزيقيا وجذعها العلم الطبيعي واغصانها بقية العلوم , كما ان الفلسفة نظرية من جهة وعملية من وجه اخر, والعمل فيها هو الغرض الاسمي, وكما ان العقل في الانسان هو اهم جزء فيه (Willis, 2017), وكما ان الحكمة خيره الأعظم, وكما ان للعمل غرضا هو ضمان رفاه الانسان وسعادته في هذه الحياة الدنيا, يمد سلطانه على الطبيعة واستخدام قواها لصالحه ويكمل ديكرت حين يعتبر العالم آلة كبيرة فالاجسام المادية الحيوانية وحتى جسم الانسان ذاته, عبارة عن الات تحكمها قوانين ثابتة, معتمدا التعليل الميكانيكي للوجود الذي يشكل عماد الجدلية الحضارية ذات الاتجاه التكنولوجي, (Youssef, 2015, p. 49)

ويرى ريتشارد فانيمان انه ليس الضرورة بمكان حتى نخترع أداة ما ان نقلد الكائن الحي تماما كما هو من اجل التفوق على قدراته , بل يكفي ان ندرس الجزئية التي تعيننا ونبحث في مدى فعاليتها في الهدف الذي نريده منها. (bisima, 2016, p. 117) ويؤكد (Aristotle) إن الجمال موجود في جميع جوانب الطبيعة وخاصةً في الأحياء ويشير في دراساته الى انه يجب دراسة مختلف فئات الحيوانات من غير نفور لأن كلاً منها يكشف لنا عن شيء طبيعي وعن شيء جميل ومختار بعناية ودقة وإفشاء كل شيء إلى غاية يتبديان في منتجات الطبيعة إلى أبعد الحدود، والمحصلة الناشئة عن توليداتها وتركيباتها هي شكل من أشكال الجمال والأداء الوظيفي (Python, 2006, p. 61), لاحظ جدول(1) .

جدول (1)

بين محاكاة بين التقانات الكائنات الطبيعية واستخدام قواها لصالحه مع التقانات البشرية كما وصفها ديكرت . (bisima, 2016, p. 118)

ت	الكائن الحي	التقنيات العملية للحيوان	الوظيفة	التقانات البشرية المقابلة التي يمكن الاستفادة منها
1.	الفيل	اقدام الفيل	غضروفية طرية ومرنة لأحمال وزن الفيل البالغ حوالي 4 طن	ماص صدمات لكل عجلات المركبات والطائرات الثقيلة
2.	حشرة العث Moth	أعين حشرة العث	تستطيع جمع أكبر كمية من الضوء ودون الانعكاس للضوء الوارد للحماية من الحيوانات المفترسة.	تمت محاكاة هذه الخاصية في مجال تصنيع شاشات العرض المسطحة والمستوية وعدسات الهواتف الجواله.

(2-1-6) مستويات ومراحل التفكير الإبداعي (قواعد المنهج الديكارتى):

لقد طرحت الفلاسفات القديمة (افلاطون-ارسطو) مبادئ ورؤى فلسفية وسعت دائرة الشك حتى جعلوها توغل في افعال الحياة , كذلك حتى على الاخذون بمذهب اليقين قصروه على الحواس , وجعلوه محل للاطمئنان لم ترضي منهم بالمعنى الصحيح لديكرت , وانطلاقا من مقولته (أنا أفكر، إذاً أنا موجود) يرى ديكرت أن (المنطق و العقل) هو الشيء الوحيد الذي يميزنا كبشر عن كافة الكائنات، أما (التخيل والذاكرة وسرعة البديهة... إلخ) هي أعراض تختلف من إنسان لآخر كاختلاف الفروق الجزئية العرَضِيَّة للشيء مع ثبات صورته ومضمونه الأساسي. ويخبرنا أنه لكي نوجّه العقل والفكر بالاتجاه السليم لا بد لنا من أن نمتلك منهجاً يتبع قواعد محدد، لذا وضع ديكرت في كتابه "مقال في المنهج" أربع قواعد رئيسية يجب على العقل الاقتداء بها، وهذه القواعد هي:

1.قاعدة البداهة والوضوح: فلا اعتقد ببداهة أي حقيقة حتى يتبين لي يقيناً أنها كذلك أي يجب أن تتصف الحقائق بالوضوح التام في عقلي، الأمر الذي ينفي إمكانية أي شك فيها .

2.قاعدة التحليل: أي أن أقسم كل فكرة صعبة إلى أجزاءها البسيطة لإزالة كل غموض في معناها كي أتمكن من حلها على اتم وجه.

3.قاعدة التركيب: أي أن أعيد وضع أفكارى وفقاً لترتيب منطقي يبدأ من البسيط إلى المركب ومن الأسهل إلى الأعد .

4.قاعدة الإحصاء: و فيه أقوم بإحصاء تام و مراجعة شاملة لجميع الأفكار التي حللتها وأعدت تركيبها كي أتأكد من أنني لم اغفل شيئاً (René, 2009, pp. 161-170)

أن قاعدة ديكرات مشتملة على عمليين فكريين هما، الأول هو الرجوع إلى الوراء عن طريق التحليل، والثاني هو التقدم للأمام عن طريق التركيب. أما التحليل فهو تمهيد للتركيب، لأنه يكشف عن العناصر البسيطة، ويرتبطها في سلسلة خاصة، بحسب درجة بساطتها. وأما التركيب فهو ربط حدود هذه السلسلة بعضها ببعض، وترتيبها ترتيباً منطقياً.

المبحث الثاني: توجهات الشك الديكارتي على المصمم وانعكاساته ماين المتلقي و المنتج الصناعي .

(1-2-2)انعكاسات الشك الديكارتي بفكر المصمم الصناعي:

على الرغم من ان الذين يتعاملون مع موضوعة الجسد من المفكرين مما حياهم ان كتبوا ما يدفع الى الاقتناع بانهم يؤمنون اطلاقا بما تطرقوا اليه الا ان المثاليين منهم كانوا بلا شك ضحية لكبت النظم الاجتماعية المختلفة في فهمها الخاطى لحاجات الجسد وبما ادى الى ان تتوارى المطارحات الشاملة لهكذا البية تفكير خلف العبارات المزوقة بحواشي روحية تنبثق من الانا العليا حتى وقت متأخر نسبيا ، يبدو ان ديكرات اعاد تدوير المعضلة الجسدية الافلاطونية مرة اخرى ليطرحها في عصر احدث وانطلاقا من مقولته سألته الذكر انا اشك اذا انا موجود .(فماهية الانسان عند ديكرات تتمثل بعملية الشك بمعنى التفكير بمعزل عن الجسد فالإنسان " جوهر اذ تكون ماهيته وطبيعته ليست الا تفكيراً وبالنسبة للكائن فهي ليست بحاجة الى مكان ولا تتعلق بشيء مادي" (Ghazi, 2016, p. 28)

وهنا نجد ان ديكرات ذهب حتى ابعد قليلا من الفلسفة الافلاطونية في التغافل عن اهمية الجسد . الا ان لدي من جهة اولى فكرة واضحة و متميزة عن نفسي فصفتي فقط شيء ممدود ولايفكر قط . ومن المؤكد اني اي روحي التي بها اكون من اكون متميزا كلياً وبشكل حقيقي عن جسدي وانها يمكن ان توجد او تكون بدونه. (Renee, 1970, p. 119)

وليس هذا امتهان للجسد فحسب بل هو تجاوز تام والغاء كامل لكل مايمثله بشكل غير واقعي . ولانه سيقع هنا في معضلة ادراكية مهمة يحاجج بها في كيفية ادراك ما هو منفي بالضرورة ازاء فكرة من هذا القبيل نجده يضع تعريفا للجسد يؤكد وجهة نظره بطريقة فلسفية لاتحل الازمة الموضوعية حين يقول ان الجسد : " هو كل مايمكن ان يحده شكل وما يمكن ان يتحيز فيحتويه مكان مقصي عنه وهو كل مايمكن ان يحس اما باللمس او البصر او السمع او الذوق وهو كل مايمكن ان يحركه في اتجاهات عديدة شيء خارجي عنه يمسه ثم يترك اثرا فيه وذلك لانني لم اعتقد يوما القدرة على ان التحرك من الذات هي من الامور التي تعود

الى طبيعة الجسم , بالعكس كان يدهشي ان ارى مثل هذه القوى حادثة في بعض الاجسام" . (René, 2009, pp. 234-236)

ان فلسفة الشك والاحساس بالرفاهية وروابط الشعور بالمتعة وراحة الجسد عند الانسان هي لذة وقتية ترتبط بغريزة الاشباع يصاحبها الشعور بالاكثفاء او حتى الرتابة لدى غالب المستخدمين وهذا يرتبط بمدى مقبولية المنتج وقوة تأثيره لدى المتلقي ومن هنا فان مستوى الشك للفرد العادي مرتبط بحاجته الغريزية للرفاهية والتي تتواءم مع الإحساس الذهني بالراحة وسلامة تحقيق المرونة للجسد, من خلال تصميم المنتج , تلك الروابط الفيزيائية للشكل تجعل من تجربة الشك للمستخدم هدفا في تغيير ما هو ساكن ومتحرك في التصميم وظيفيا وجماليا .(لاحظ الشكل (4)).

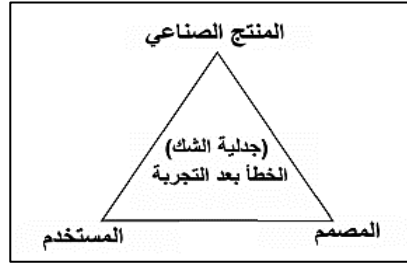


شكل (4)

يبين فلسفة الشك وفق متغيرات الثابت المتحرك في تصميم المنتج

(esprit design, 2014)

ذلك ان علاقة المستخدم بالجسم المتحرك يشوبها الشك (الديكارتية) مما يتطلب وفرة من الثقة والاحساس بالانتماء اليقيني للمادة , وبطبع الانسان لا يتعامل مع اليقينييات بل يتكيف مع الشك تبعا للضرب بقرارات وسلوك ذاتي من صنعه مع منتجه الصناعي , لا تفي او تعالج معناة الارباك والقلق قد يكون وقتي او دائم بسبب حلقة التكامل المفقودة , لذلك ان الأصل والمرجع لاي منتج صناعي على ارض الواقع يمثل منهجا بحثيا منذ ابتكاره مروراً بتجربة الواقع وامتدادا بمراحل تطوره نحو المستقبل فهي حالة من الشك تراود المؤسسة والمصمم والمتلقي بفعل الاشكال او الخطأ بفعل التجربة مما يثير ازمة ملازمة اسمها(الشك) لاحظ الشكل (5)



شكل (5)

يبين (Feed Back) ثلاثية جدلية الشك الديكارتي في التصميم الصناعي
(اعداد الباحث)

2-2-2) انعكاسات الشك الديكارتي ما بين المتلقي والتصميم المنتج الصناعي

يوضح د . محمود حمدي زقزوق قيمة الشك الفلسفية بقوله: ((إن أصل التفلسف يكمن في الدهشة والشك وشعور المرء بالضيق ، وفي كل حالة من هذه الحالات نجد ان التفلسف يبدأ باضطراب شامل يستولي على الانسان ويدفعه الى البحث عن معين يخرج من هذه الحيرة، وقد دفعت الدهشة كلا من افلاطون وارسطو الى البحث عن ماهية الوجود، ودفع الشك ديكارت الى البحث عن اليقين الثابت الذي لا ريب فيه كما بحث الرواقيون* في الأم الوجود عن راحة الناس وسلامها. (Al-Khatib M. , 2014, p. 9). اذ ترتبط قيمة الشك الفلسفي، في تصميم المنتج باستاتيقي الشكل والنمذجة الجمالية، وإشاعة الهوس بالفن، من أهم التغيرات الاجتماعية التي طرأت على الإنسان، بفعل العولمة، وإزالة الحدود الفاصلة ، ففي السابق غرس المجتمع الصناعي الأوروبي في بداياته، بواسطة وسائل الإعلام والإنتاج الفني وإنتاج الثقافة، بذوراً مهدت للتغيير الحالي، وكيف حينها معايير جمالية تتسق مع ما تفضيه متطلبات تلك المرحلة، (Saadi, 2015, pp. 1-3) وقد كان مدخلاً لدراسات سوشيوتقافية آنذاك لكثير من الباحثين وعلماء الاجتماع، اذ تطورت استاتيقي الجمال في القرن الحالي بما لا يقارن، فأصبحت ذاتية، وارتبطت أكثر ما ارتبطت بالإنسان نفسه، مختلفة عن حالها في المجتمعات السابقة، كونها لا ترتبط بفئة اجتماعية معينة، ولكن تشارك في كونها تنطلق من دوافع اقتصادية بشكلٍ أو بآخر. أصبح تصميم المنتج الصناعي مصدراً للشك يتجلى في الجمال والهلوسة الفنية ثقافة فردية، ومحوراً لثقافة الاستهلاك التي تؤكد على الحياة الاستاتيقي وتندشد الانفعالات اللحظية والبهجة العاطفية لكل ما هو جميل وفنان، فأعيد إنتاج الفن لثلاثاً يكون واقعاً منفصلاً، بل أدرج في اليومي والمعاش ليحكم على تفاصيل الحياة اليومية بما هو فني وجميل أم لا، فأسس بذلك لهلوسة جمالية تمحي التناقض بين الواقع والخيال، يمثل تحول الفن إلى استاتيقي فردية

* الرواقي: زينو الرواقي مؤسس المدرسة الرواقية وهو مذهب فلسفي، ويعد واحداً من الفلسفات المستجدة في الحضارة الهلنستية، أنشأه الفيلسوف اليوناني زينون السيشومي. (وكيبديا الموسوعة الحرة)

وهلوسة ذاتية ينشدها الفرد في واقعه اليومي مشكلات عدة (3, Saadi, 2015, p. 3), ولا بد الإشارة الى البعد الفكري للشك لاعمال (باودييلارد) بشكل أساسي ضمن مدرسة ما بعد الحداثة وما بعد البنيوية بالاهتمام بالعوالم الافتراضية كشكل من اشكال الشك والهوس وهلوسة الأفكار المستقبلية. (Carter, 2010, p. 133), بشأن جوهر التكنولوجيا , والمعنى المعطى من الأبحاث حول الناس الأليين وهو ما يمكن ان يرى التجسيم الإنساني للتكنولوجيا ,انظر الشكل(6), (Dupuy, 2009, pp. 126-127), لذا يرى الباحث ان هدف وغاية منهج الشك الديكارتي هو إزالة الشك لما هو غامض مهم وإعادة صياغة عوالم الافتراض الى عالم ملموس يحاكي عن كذب متطلبات المستخدم .



شكل (6)

التجسيم الإنساني للتكنولوجيا -الاشعة السينية لتصوير الشك لدى الانسان.

(Dupuy, 2009, p. 125)

مؤشرات الاطار النظري

1. يمثل المنهج الديكارتي المعرفة الصادقة , وهو وسيلة لا غاية في ذاتها يزاولها المصمم بإرادته ورغبته, لتحرر من الغموض والمتمثل في الاشكاليات او الاخطاء التي تعترى المستخدم.
2. ان الفروض التي يضعها المصمم مسبقا هي في الحقيقة تساؤلات تصاغ ونابعة عن حالة الشك التي تعتره قد تكون أوهام او نصف حقيقة او يقينا , لعلها تتحقق في نهاية مطاف البحث والحق ان البحث العلمي يبدأ وينتهي على الشك .
3. يسعى الشك الى تكامل الفكرة, اذ ينطوي على تظافر ثلاثة مستويات الاول مستوى نفعي وظيفي أدائي , والثاني مستوى عملي تقني استخدامي , والثالث مستوى تقبلي أفتاعي تذوقي .

4. تعد النظرية الديكارتية –الكوجينوتو(انا اشك اذاً انا موجود) انعكاساً علمياً ومعرفياً تقود المصمم لصياغة نظرية تصميمية لأثبت الحقائق (انا اشك اذا انا مصمم) كذلك (انا مصمم اذا انا موجود).
5. ان مبدا الملائمة الوظيفية تبرز لدينا اشكالية جديدة بحاجة الى تصحيح على وفق المفاهيم العلمية المتجددة للشك الديكارتى. وفي الحقيقة هذا المفهوم الخاطيء للرفاهية فان الشك يعيد في اذهاننا للرفاهية التقليدية والذي يمكن النظر اليه من زاوية معينة كونها دافع للكسل والخمول.
6. يعد الاهتمام بالعوامل الافتراضية شكل من اشكال الشك والهوس للأفكار المستقبلية.
7. ان هدف وغاية منهج الشك الديكارتى هو إزالة الشك لما هو غامض ومبهم وإعادة صياغة عوالم الافتراض الى عالم ملموس يحاكي عن كذب متطلبات المستخدم.

إجراءات البحث

اعتمد الباحث المنهج الوصفي في تحليل العينة للوصول الى تحقيق شامل لهدف البحث .

مجتمع البحث:

شمل مجتمع البحث على(3) نماذج وكما يلي :

1. الكبسولة العائمة (سيارة فولكس فاجن - هوفر) والمصنعة في المانيا والبالغ عددها (1).
2. جهاز الاسوار الهاتف (جهاز اتصال الاسوار الهاتف + الخاتم الهاتف) شركة(Cicret) الألمانية والبالغ عددها(2).

عينة البحث: قام الباحث باختيار عينة قصدية (السيارة العائمة، الاسوار الهاتف، الخاتم الهاتف) لغرض استيفاء متطلبات التحليل وفقاً للصورة الامثل إذ اعتمد الباحث في إختياره العينة القصدية الأسباب الآتية:

1. المنتجات الموصوفة بالذكىة المستقبلية وفقاً لتصنيف الشركة.

2. ضمان تحليل أكثر قدر من التقنيات وفعاليتها من خلال التنوع بمفردات العينة.

أداة البحث: لغرض القيام بعملية التحليل، ولأجل التوصل إلى نتائج علمية دقيقة، قام الباحث بتصميم استمارة تحليل، حدد من خلالها المحاور الرئيسية التي سيقوم من خلالها بالتحليل التي حدد على ضوءها استمارة التحليل والتي نظمت وفق المحاور التالية :

المحور الاول: المستويات الفلسفية لنظرية الشك: (المستوى التعبيري والابداعي) .

المحور الثاني: القيم التقنية وفق مفاهيم: (الخيال و الوهم) .

المحور الثالث: الاعتبارات التصميمية لمنهج الشك: (القيم الجمالية و الأداء الوظيفي وفق اشكالية رفاهية المستخدم).

وصف و تحليل عينات البحث : أنموذج رقم (1) .

الموديل	سيارة فولكس فاجن – هوفر
الابعاد	185×221×204 سم
العمر	18 فما فوق
المواد المستخدمة	الالمنيوم – البوليستيرين أو الستايروفوم
مبدأ العمل	محرك الرفع والدفع الكهرومغناطيسي
سنة الصنع	2012



1. المحور الاول: المستويات الفلسفية لنظرية الشك:(التعبيري والابداعي). (Kelly, 2020)

لقد جاء التصميم مغايرا لهوية التكوين في المفردات الأساسية لمبدأ تصنيع السيارة الكلاسيكي بشكل عام ، بتصميم ابداعي ينم عن جيل جديد للسيارة العائمة في الهواء تعبيرا عن الالتصاق بالبيئة من خلال المعالجات التي اضافها المصمم والمتمثلة بحذف التوجهات المادية للبيئة مع سلوك المستخدم والتي مستوى من الشك غايته الخروج من الشك عند المؤثرات الطارئة (العموم فوق الماء-الأرض-الزلازل-تسونامي) ، بيد ان القدرة القوية على التصور التجريدي، وهذا ما نلاحظه في المقود الدائري في وسط الداشبوردي ، وفيه القيادة الذاتية بتقنية الاستشعار المجسم لفضاء الخارجي والذي يحدد السرعة والمناورة والسير والتوقف ، فضلا عن القيادة المباشرة للمستخدم انظر الشكل رقم (12) ، لذا ان مستوى الشك كان غير متكامل بالشكل الأمثل من مبدأ السيطرة ونظم الحماية والأمان للمستخدم .

المحور الثاني : القيم التقنية وفق مفاهيم(الخيال و الوهم) :ان المنطقة الفكرية ما بين ذهن المصمم

وفضاء الخيال هي منطقة الشك ، لذا جاءت المعالجات التقنية للمحرك الكهرومغناطيسي لنمط (الوسادة المغناطيسية) التي تجعل الجسم عائما ، هو بحد ذاته استحضارا لحلقة الشك (الخيال الواقعي). هذه التقنية تلامس الفضاء البيئي للمستخدم ، في معالجة الضوضاء والاحتكاك بالطريق ، ناهي عن التكلفة في استبدال الزيوت والابخرة التي تكون معدومة في هذا المنتج ، وهنا قد لا تتفق التقنية من نتاج الواقع مع منهج الشك في ضرورة وهم الخيال التقني ، والذي قد يُشير إلى شكل معين من أشكال التشوه الحسي للمستخدم مع المشهد الحضري المخالف لتوجهات ونظام تصميم وعمل المنتج العائم .

المحور الثالث : الاعتبارات التصميمية لمنهج الشك : (القيم الجمالية و الأداء الوظيفي وفق اشكالية رفاهية المستخدم). في الوقت الذي ينشغل المصمم في اثاره عالم المستخدم وإشاعة فضاء غريب يثمر عن منتج فوق الواقع لكنه قد يكون اقل من الطموح ,بمعنى ان يكون المنتج يحقق الرفاهية دون كسل او كلل , ذلك ان تصميم شكل جديد قد كان غائبا عن انظار الافراد وربما حاضرة في الخيال العلمي , هو إشكالية جديدة لكنها تخترق صور ومدرجات الواقع وهنا يفعل الشك فعله الاستباقي في استعارة المستقبل وزجه في الحاضر , , فقد جاء المسقط الامامي ذي السطح الشفاف يتوسطه علامة شركة فولكس واجن بالبريق الفضي انعكاسا لتحقيق السيادة وتمركز الجمال كلغة من مجتمع تتجول في مجتمع اخر , وهذا خرقا جماليا للأنظمة الكلاسيكية في تصور الجميل , ومن جانب اخر جاءت إضافة المصمم للعدم الهوائي في المسقط الخلفي للمنتج يحيطه بشكل مستطيل عمودي إشارة التوقف الحمراء يعتلها التكرار لعلامة الشركة انفا انظر الشكل (14), لذلك جاء تصميم المنتج والوظيفية والتقانة الحديثة للجسم العائم طرحا جديدا لمعاني الجميل في تصميم المنتج الصناعي .

انموذج رقم (2) .

الموديل	الاسوار الهاتف
الابعاد	12 × 18 × 49 ملم
الوزن	30 غم
قطر معصم اليد	24 ملم
قدرة الطاقة	البطارية: 80 مللي أمبير في الساعة مع استخدام ما يصل إلى سبعة أيام على شحنة واحدة
وظائف اخرى	يتوافق مع أنظمة الهاتف ios- android بتقنية Bluetooth – Wifi
سنة الصنع	2016



(Kumar, 2014)

المحور الاول : المستويات الفلسفية لنظرية الشك:(التعبيري والابداعي). يعد الانموذج الحالي تعبيرا عن حاجات ومتطلبات المستخدم فهو يعد مرحلة متطورة للمكاملات التصميمية لمنتج الهاتف النقال وبرامجه المتعددة , (الاسوار) تعبيرا عن مكمل جمالي لهذا التصور لكلا الجنسين فضلا عن الوظيفة الادائية لتطبيقات الهاتف النقال , بوساطة الاتصال عبر (البلوتوث-الواي فاي), ومن جانب اخر يتطلع المستخدم

للتكامل الوظيفي الذي يحقق الملائمة على اتم وجه , وهنا حلقة الشكل في التعامل مع معطيات التعبير الذي تطرحه المؤسسة التصميمية كجيل جديد من التصميم , اذ لم يوفق المصمم في القدرة على حذف حالة الشكل وتصميم منتج متكامل جماليا وادائيا بديلا عن الجهاز النقال ضمن فلسفة الفكر والأسلوب الجديد كبديل عن التصميم التقليدي .

المحور الثاني : القيم التقنية وفق مفاهيم (الخيال و الوهم) : يعد الخيال حالة وجدانية تنتج الأفكار في فضاء المصمم تجمع إشكاليات الماضي بروح الحاضر المعاصر وترتقي نحو تأملات وحاجات المستقبل , ذلك ان خيال المهندس يحمل مفردات تميزه عن خيال الرسام , مايميزه أيضا عن خيال المصمم , وان منهج الشكل هو الوعاء الذي يندرج في زواياه مخيلات المفكرين انفا , ورسم ملامح تقنية جديدة تحاكي العالم الافتراضي , فضلا عن صياغة تصميم جديد يحاكي الواقع لتصميم الاسوار فضلا عن دمج روح التقنية في قيمته الوظيفية . لذلك وفق الى حد ما المصمم في إرساء حالة من الشكل-لايهامية الشكل المادي للشاشة على هيئة ضوء .

المحور الثالث : الاعتبارات التصميمية لمنهج الشكل : (القيم الجمالية و الأداء الوظيفي وفق اشكالية رفاهية المستخدم). تعد تكنولوجيا القرن الحادي والعشرين بوساطة (الانترنت) هي لغة تواصل المنتج مع المستخدمين , ذلك ان الأداء الوظيفي لتقنية الاتصال وتحقيق الرفاهية ومرونة الاستخدام للكثير من مهام واجهة جهاز النقال (قراءة البريد الخاص - تشغيل الموسيقى - الرد على المكالمات - التحقق من الطقس ..الخ) حت فكرة الرفاهية الاجتماعية وتحقيق حاجات النفس الإنسانية, ومن جانب اخر ان الملائمة الوظيفية قد لا تكون الحالة الشعورية التامة لتحقيق الجمال , انما التذوق الجمالي الذي يحاكي الزخرفة والتشكيلات اللونية والتي تكون نسبية من فرد واخر وحتى من مجتمع الى اخر , لذا لم يراعي المصمم الجانب الجمالي على اتم وجه بما يتعلق بمتطلبات المستخدم.

انموذج رقم (3) :

	خاتم الهاتف	الموديل
	70 غم	الوزن
	12 ملم	قطر معصم اليد
	السليكون + الاستانستيل	المواد
	خاتمي الارسال والاستقبال الاتصال الصوتي بتقنية (Bluetooth).	وظائف اخرى
	2016	سنة الصنع

(weir, 2013)

1. المحور الاول : المستويات الفلسفية لنظرية الشك:(التعبيري والابداعي). ان منهج الشك في التعامل مع مستويات التعبير الذي يطرحه المصمم ينم عن جيل جديد من المنتجات , والاكتفاء او التركيز على الأداء الوظيفي الأساسي لتصميم الهاتف (وظيفة الاتصال الخليوي)وهذا بدوره لم يمكن المصمم في القدرة على حذف حالة الشك وتصميم منتج متكامل بديلا عن الجهاز النقال ضمن فلسفة الفكر والأسلوب الجديد المغاير عن التصميم التقليدي واكتفى بوظيفة الاتصال من خلال الخوازم (الارسال والاستقبال الصوتي) .
المحور الثاني : القيم التقنية وفق مفاهيم:

المحور الثاني : القيم التقنية وفق مفاهيم (الخيال والوهم) : ان خيال المصمم الصناعي يحمل مفردات تميزه عن خيال المهندس, وان منهج الشك هو المحور الذي يندرج في زواياه مخيلاته الفكرية , ورسم ملامح تقنية جديدة تحاكي العالم الافتراضي لاسيما ال (Bluetooth) والتي امست جزءا اصيلا من الواقع ومتطلب المستخدم (لغة حوارية افتراضية) لذلك وفق الى حد ما المصمم في إرساء حالة من الشك-لايهامية الشكل المادي لحركة الإجابة والرفض من خلال اصبعي الخنصر والابهام.

المحور الثالث : الاعتبارات التصميمية لمنهج الشك:(القيم الجمالية و الأداء الوظيفي وفق اشكالية رفاهية المستخدم). جاء المنتج يحاكي تقنية العصر الراهن , ذلك ان الأداء الوظيفي لتقنية الاتصال وتحقيق الرفاهية ومرونة الاستخدام للكثير من مهام واجهة جهاز النقال (قراءة البريد الخاص - تشغيل الموسيقى - التحقق من الطقس ..الخ)هي عالم وتقنية الاتصال الخليوي في عالم اخر (الخاتمين)وان استخدامه في أي زمان ومكان, فضلا عن إمكانية تعدد الفضاءات (الحارة,الباردة,تحت الماء) اساسا تحت فكرة الرفاهية الاجتماعية وتحقيق حاجات المستخدم, ومن جانب اخر ان الملائمة الوظيفية قد لا تكون الحالة الشعورية التامة لتحقيق الجمال , انما التذوق الجمالي الذي يحاكي الزخرفة والتشكيلات اللونية والتي تكون نسبية من فرد واخر وحتى من مجتمع الى اخر , لذا لم يراعي المصمم الجانب الجمالي على اتم وجه بما يتعلق بمتطلبات المستخدم الجمالية.

نتائج البحث

1. كان لمستويات الفلسفة في نظرية الشك تتضمن متغيرات على المستوى التعبيري فضلا عن المستوى الإبداعي , لذا جاء متباين في عدة مستويات في نماذج التحليل , فقد جاء المستوى التعبيري لفلسفة الشك غير متحقق في الانموذج (2-3) , الا ان في الانموذج رقم (1) جاء متحققا الى حد ما في التعبير عن هوية جديدة للمنتج الصناعي.
2. يعد المستوى الإبداعي مستوى منهجي لفلسفة معالجة الشك ضمن مفردات التصميم العام وهذا جاء متحققا في الانموذج (1-2) , الا انه كان متحققا الى حد ما في الانموذج (3) .
3. ان علاقة الشك الديكارتى بالقيم التقنية يتم عن تصورات مجسمة للمنتجات عائمة من عالم الخيال والوهم والفانتازيا , وكان متحققا في الانموذج (1-3) ومتحققا الى حد ما في الانموذج (2) .
4. تتباين قيم الشك واليقين كمقدمات ونتاج للإشكاليات التصميمية , اذ صممت الأجزاء بطرائق واساليب مختلفة وهذا ما جاء متحققا في الانموذج (2) للتعبير عن يقينيات لإشكاليات الشك , وقد جاء متحققا الى حد ما في الأنموذج (3) , الا انه لم يقدم معالجة تلامس متطلبات الواقع بشكل وافي مما جاء غير متحقق الانموذج (1) .
5. كان للاعتبارات التصميمية في منهج الشك والجمالية على وجه التحديد , تتباين ما بين تكيف الجميل فضلا عن التنوع الشكلي واللوني للمنتج الواحد الا ان ذلك كان نسبيا في عدة مستويات التقييم للنماذج (1-2-3) .

الاستنتاجات:

1. ان حقيقة الشك تدور حول اليقينيّات , فهي احتمالية غير جازمة , وهذا ما يرجح منطق ومنهج المصمم في الاعتماد والامتثال لمنهج الشك , كأسلوب للمعالجة يعبر عن تطورات وجيل جديد يميز المنتج عن عصر اخر ومؤسسة عن أخرى .
2. ان اصل المعرفة هو الشك لا اليقين بغية تطهير العقل من اخطائه المنهجية , في عدم الاستخدام الأمثل للموارد المادية البشرية والبيئية .
3. ان الاعتماد على الجانب الأحادي للمعرفة لا يقودنا للبلوغ نحو معالجة الشك , بيد ان تعدد العلوم والمعارف تصب في بودقة تصميم المنتج , فمثالية المنتج الأخضر قد يكون حالة غير مثالية حين يصطدم مع المستويات الاقتصادية والاجتماعية . الخ) لمجتمعات اخرى .
4. يعد مصمم القرن الحادي والعشرين هو من دعاة الفكر المعاصر للشك و الخوض في تجارب مجهولة لعوالم الخيال والوهم والفانتازيا وحتى الخوف, كتوجهات إيجابية للاستعارة من تلك العوالم الخيالية وتجسيدها كقيم وظيفية وجمالية في تصميم المنتج الصناعي .
5. ان منهج الشك الديكارتي هو الحلقة المعرفية في انشاء علاقات جمالية ونفعية بين المألوف واللامألوف , ذلك ان سلوك المستخدم مع جهاز (النقال) المحمول, اضحى في العصر الراهن الارتداء (ارتداء المنتج الصناعي)

Reference

1. *Philips Fluid smartphone*. (2020, 6 14). Retrieved from <https://designbuzz.com>:
<https://designbuzz.com/philips-fluid-smartphone-with-flexible-oled-display/>
2. Al-Ajlouni, M. M. (2013). *The Four Industrial Revolutions*. Irbid-Amman: Yarmouk University.
3. Al-Khatib, M. (2014). *Epistemological Doubt between Philosophy and Psychology*. Kufa: University of Kufa.
4. Al-Khatib, M. H. (2012). *Epistemological Doubt between Philosophy and Psychology-Perón and Montani the model*. IRAQ-NAJAF: University of Kufa, Faculty of Jurisprudence.
5. Al-Qadi, S. (2014). *The Theory of Knowledge between Ghazali and Descartes*. Algeria: Al-Manhal Journal - Arab Studies in Education and Psychology.
6. Al-Sarraf, A. H. (2009). *Brief History of Art*. Amman: Arab Society Library.
7. Al-Tawil, T. (1976). *Foundations of Philosophy*. Cairo: Dar Al-Nahda Al-Arabiya.
8. bisima, s. (2016). *Innovative Ideas Sources: Creators' Guide to the Source of Strong Ideas*. Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyyah.
9. Carter, D. (2010). *Literary Theory*. Syria: Dar Al-Genesis.
10. Descartes, R. (2001). *Rules for the Guidance of Thought*. Tunis: Dar Sras Publishing.
11. Dupuy, J.-P. (2009). *Man, machine, and lovers of the cyber signifier*. Lebanon: Arab Journal and Scientific Thought.
12. esprit design. (2014, 5 11). *blog-espritdesign.com*. Retrieved from BED: <https://blog-espritdesign.com/artiste-designer/concept/steel-tube-bending-chaise-tube-thomas-feichtner-27730>
13. Ghani, A. (1997). *Innovative Thinking Skills*. Egypt: Performance and Development Center.
14. Ghazi, A. (2016). *The User of Physical Experience in Industrial Design*. Baghdad: University of Baghdad.
15. Global Vehicle Color Popularity. (2016, 3 30). <https://www.coatingsworld.com>. Retrieved from PPG: https://www.coatingsworld.com/contents/view_slideshows/2016-03-30/global-vehicle-color-popularity/#slideshowimage_0
16. Grant, J. (1999). *Encyclopedia of Fiction*. Uk: Orbit.

17. Irtzoki, J. L. (2015, 8 3). *Duffle Sofa System by Jean Louis Irtzoki for BOSCO*. Retrieved from <https://www.sohomod.com/>: <https://www.sohomod.com/blog/duffle-sofa-system-by-jean-louis-irtzoki-for-bosc/>
18. Jalaluddin, S. (2004). *Glossary of Philosophical Terms and Evidence*. Tunis: Southern Publishing House.
19. Kelly, J. (2020, 11 24). *IS volkswagen hover car the future of car?* Retrieved from car from japan: www.carfromjapan.com
20. Kumar, A. (2014, 11 12). *Cicret is a wristband that can turn your arm into a smart screen*. Retrieved from 91mobile: www.91m0bile.com
21. PPG. (2019). *Trending colors in the future*. UK: PPG Industries Ohio.
22. Python, R. M. (2006). *Architectural Sustainability Strategy of Simulating Nature and Architectural Form in Sustainable Architecture*. Baghdad: University of Technology.
23. René, D. (2009). *discourse of the Method*. Beirut: Arab Organization for Tr:Center for Arab Unity Studies.
24. Renee, D. (1970). *Metaphysical Meditations*. French: French University Publications .
25. Saadi, A. S. (2015). *What is beauty in interior design*. Babylon: University of Babylon.
26. Said, J. (2004). *Glossary of Philosophical Terms and Evidence*. Tunis: Southern Publishing House.
27. Shehata, H. (2003). *Dictionary of Educational and Psychological Terms*. Cairo: The Egyptian Lebanese House.
28. Tarabishi, G. (2006). *The Dictionary of Philosophers*. Beirut: Dar Al Taleea.
29. the House of Wisdom. (2007). *Philosophical Studies*. BAGHDAD: a quarterly refereed journal issued by the Department of Philosophical Studies in the House of Wisdom.
30. weir, J. (2013, 6 27). *Color rings by BCK-Talk to your hand*. Retrieved from Crunch wear: www.crunchwear.com
31. Willis, K. C. (2017, 3 23). *Color Changing Technology for Cars Made Easier with Spectrophotometric Paint Analysis*. Retrieved from hunterlab: <https://www.hunterlab.com>
32. Youssef, S. (2015). *The plight of the mind on the horizon of science: Towards an exploration of essence and impact in contemporary German philosophy*. Beirut: Journal of Arab Thought.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/403-426>

Intellectual Concepts of Skepticism in Industrial Product Design

Musab h. abd ¹

Shaimaa Abdul Jabbar²

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 23/12/2020.....Date of acceptance: 1/3/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract

The industrial design occupies an important status in public and private life activities, because it contains a group of interactive, productive, and interconnected institutions, which is confirmed by Descartes who is credited for promoting the method of skepticism on sound foundations, showing that in order for us to search for the truth, we must suspect everything that we confront let it be once in our life time, especially our options in the scientific research and industrial design and product, starting from the knowledge heritage and the intellectual concepts that ascend to the levels of the functional, aesthetic and environmental performance, the significance of skepticism becomes clear. The research problem lies in this question: Do the foundations of skepticism enable the industrial designer to reframe the design idea aesthetically and functionally? The research aims to find a relation between the concepts of the skepticism and the intellectual values of the industrial designer. That was the most prominent part in chapter one. As for the second chapter, it consists of two sections. The first is titled skepticism conceptually. The second section is concerned with the orientations of Cartesian skepticism and its reflections on the designer and the industrial product. The third chapter consists of the research procedures, that the content analysis method has been adopted in order to achieve the research objectives. The research community consists of the products (floating car, bracelet telephone, ring telephone) manufactured in Germany. The most important results have been reached at in chapter four including:

1 -The relation between the Cartesian skepticism and the technical values indicates three-dimensional perceptions of floating products from the world of imagination, illusion and fantasy.

2 -The problem of functional suitability is considered one of the fundamental considerations taken in designing the industrial product and according to the results, a number of conclusions have been reached at the most important of which are:

1- The products lacked the ability to compete with similar products in focusing on the aesthetic perspective, whereas the performative one, as a partial substitute in the product design structure.

2- Mathematical encryption algorithms are considered the most important systems for skepticism treatment in the design system.

key words; Descartes, technique, fantasy, illusion.

¹ College of Fine Arts / University of Baghdad, alfnon_50@yahoo.com .

² College of Fine Arts / University of Baghdad.

التقنيات التصميمية في ترويج الإعلان للمنتوج الوطني

وسام عبد الامير كريم المالكي¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229
تاريخ استلام البحث 2020/11/18 , تاريخ قبول النشر 2021/2/1 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

الملخص:

يعنى البحث الحالي بدراسة المتغيرات في عملية الترويج و المؤثرة في بنية تصميم الاعلان ، إذ ان العملية التصميمية والبنائية المنجزة تخضع للكثير من المتغيرات، سواء كانت هذه المتغيرات فكرية او تقنية، داخلية او خارجية، وقد تتداخل هذه المتغيرات للحصول على نظام شامل للتكوين الفني، اذ ان أي تصميم يصل في مضمونه الى اقصى مستويات الاتقان فانه يرتبط بمدى مراعاته واقترابه من هذه المتغيرات، لذلك نجد انعكاساتها راسخة في ذهن الفرد، لاسيما الفنان المصمم الذي يتاثر بكل ما يحيط به مكونا بذلك نظاما معرفية متجاوبة ومتناغمة مع هذه المتغيرات فتعكس على ادراكه ومن ثم ادائه فيتاثر ويؤثر بباقي انساق بنية التصميم. وكان هذا دافعا لدى الباحث للوقوف عند مشكلة البحث واجرائه للدراسة الحالية من خلال التسأل الاتي: ماهو دور التقنيات التصميمية في ترويج الاعلان للمنتوج الوطني؟

كما استعرض الباحث في الاطار النظري الذي تضمن: المبحث الاول: مفهوم التقنية التصميمية. المبحث الثاني: الترويج والدعاية التسويقية. المبحث الثالث- العناصر التيبوغرافية في التصميم الاعلاني. الاجراءات البحثية اذ تم تحديد وحدة التحليل وتمثل ذلك في اعتبار كل اعلان وحدة تحليل كونها تحمل فكرة اتصالية متكاملة يمكن استقاء الافكار منها عن طريق التحليل. وبذلك فان عملية التحليل التي يهدف بها الباحث الى استخلاص الافكار التي تحملها الاعلانات (العينات) فحسب بل افاد في الكشف عن المتغيرات ومدى تاثيرها في بنية التصميم.

الإطار المنهجي

مشكلة البحث: ان التطور المستمر في عملية التصميم والتقنيات المستخدمة جعلت التنافس بين المؤسسات والشركات المنتجة بشكل واسع ومختلف ومتجدد بين جيل واخر وان استخدام كافة التقنيات الحديثة ومواكبة التطور وعملية الترويج المعاصرة وهدفها في المنتوج لدى المتلقي ومثال، على هذا ان أصحاب الشركات يعتقدون بأهمية الترويج والدور الذي يلعبه في بناء الصورة ذهنية لدى المستهلك. وينبغي أن نذكر أن قلة المعرفة بأهمية تطور التقني انعكاسه في الترويج الاعلاني، كونها عملية متعددة الوجة، تجعل بعض أصحاب الشركات يلجؤون إلى شركات (التصميم الكرافيكي) والاعلان، لتحقيق عمليات الجذب المتجددة،

¹ طالب دراسات عليا/كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد, wssam93@gmail.com

ووجوب القيام بهذه العملية من قبل فريق متكامل مكون من العديد من المتخصصين كل في تخصصه والتقنيات التي وصل اليها من عمليات الترويج لذا فقد أصبح من الواجب توضيح دور التصميم الكرافيكي في هذه العملية، التطور التقني في الترويج الاعلاني بات له أهمية بالغة في عالمنا الحاضر، اذ أصبح المنتج التجاري قوة ضخمة في نجاح الشركة المنتجة وتعزيز قيمتها، فكلما دخلت التقنية رسخت انطباعاً أفضل في ذهن المستهلك زادت مبيعات المنتجات وارتبطت بعقلية المستهلك وارتفعت قيمة أسهمها في السوق وهو ما شغصه الباحث في مشكلة بحثه اليوم غياب التقنيات التصميمية في ترويج الاعلان للمنتج الوطني مقارنة بغيره من المنتجات المستوردة ولايحقق اهدافه بالشكل المطلوب. وكان هذا دافع لدى الباحث للوقوف عند مشكلة البحث واجرائه للداراسة الحالية من خلال التسأل الاتي: ماهو دور التقنيات التصميمية في ترويج الاعلان للمنتج الوطني؟.

اهمية البحث:

الاهمية النظرية: كشف دور التقنية التصميمية التي تعزز البنية الاساسية في عملية ترويج المنتج. الاهمية التطبيقية: تحديد نقاط الضعف في عملية التصميم والعمل عليها بشكل تطبيقي من اجل نجاح اوسع لمنتج المؤسسة.

هدف البحث: يكمن هدف البحث الى: دور التقنيات التصميمية في ترويج الاعلان للمنتج الوطني.

حدود البحث: وضع الباحث حدود بحثه كما يلي:

الحدود موضوعية: دور التقنيات التصميمية في ترويج الاعلان للمنتج الوطني.

الحدود مكانية: العراق/ بغداد.

الحدود زمانية: (2018-2019).

تحديد المصطلحات

التقنية: لغوياً: التقنية (ت ق ن) – (اتقان) – الامر احكامه – تقن – أنقن الامر احكمه (تقن وتقن)

رجل متقن للأشياء حاذق في العمل. (Al-Razi, 1972, p. 78)

اصطلاحاً: عرفت التقنية على أنها: المعالجة النظامية للفن، أو جميع الوسائل التي تستعمل لإنتاج

الأشياء الضرورية، لراحة الإنسان، واستمرارية وجوده، وهي طريقة فنية لأداء أو إنجاز أغراض عالمية. (Al-

Kloob, B.T, p. 91)

اجرائياً: تعني الأدوات والأجهزة والمواد الناتجة عن تطبيق المعرفة العلمية كنواتج للعمليات، وتقنيات

الحاسوب خير مثال على للتفاعل بين العمليات ونواتجها. (Al-Husseini, 2008, p. 221)

الترويج لغوياً: عرفه العلاق بأنه: التنسيق بين جهود البائع في اقامة منافذ المعلومات وفي تسهيل بيع

السلعة أو الخدمة أو في قبول فكرة معينة (Al-Alaq, 1988, p. 21)

اجرائياً: هو عملية انتشار المنتج وتحقيق هدف المبيعات للشركة او المؤسسة بصورة مدروسة

ومتجددة واستخدام كافة التقنيات لتحقيق الاثارة وجذب الزبون.

الاطار النظري

المبحث الاول: مفهوم التقنية التصميمية

التقنية: التنوع التقني يصبح عاملاً مساعداً في تأزر نظام العلاقات التصميمية داخل النظام العام للنتائج التصميمية لأن النظام يتضمن عدداً كبيراً من الأجزاء التي تتفاعل فيما بينها... رغم التعقيد والتناقض بين العناصر المتنوعة، أي أن على المصمم توظيف تلك الأجزاء بتبايناتها وتناقضاتها من خلال فعل العلاقات التصميمية التي تكون بمثابة أواصر تعزيز إنشائية الناتج التصميمي لأن معظم الأعمال التصميمية ومنها الملصق إنما يكمن معناها في العلاقات التصميمية المعقدة التي أنشأت بها (Sabat, 1969, p. 35). فتلك العلاقات بتعقيدها هي آليات تنوع تقني تخدم العملية التصميمية وإمكانيات تحقيق الهدف الجمالي ثم الوظيفي. كما يرتبط التنوع التقني بهدف التصميم لأنه وسيلة من وسائل العملية التصميمية وما يحدث من تنوع في فضاءاتها فتحقق تعدداً في الأعماق الفضائية باستخدام المواد المتنوعة أو التعدد بالقيم اللونية وتنوع في الحجم وشكل ونوع الحروف الطباعية والرسوم التخطيطية والصور الإعلانية والتباينات الملمسية ضمن خطة تنظيمية شاملة تكون بمثابة الأساس المنطقي للتصميم.

وقد ارتبطت التقنية بحياة الانسان منذ نشأت الانسان الاولى على هذه الارض وهي ازليه مع وجوده، وتجلى ذلك واضحاً ببحثه عما يستر به نفسه ويقيه من برد الشتاء وحر الصيف، كذلك ماصنعه من ادوات للصيد، وخير شاهد ما ورد من آثار ورسوم على جدران الكهوف والحفريات، حيث نصدتطيع ان نلاحظ، بان التقنية في الوقت الحاضر لم تأتي من العدم لها مقدمات، وعلى الرغم إعتبار التقنية ومظاهر وجودها وبروزها واضح في المائة وخمسون سنة الماضية الا انها استمرارية لمسيرة ذلك البحث وتكملة لذلك السفر الكبير من الانجاز الذي تفرد بها الانسان في العصور القديمة، ومنذ ذلك الوقت سعى الانسان الباحث عن ادوات صنع الاشياء التي لها ارتباط (Sarhan, 2017, p. 13)، وما يدور في هذا العالم بفعل الثورة التقنية البصرية واجزة الاقمار الصناعية وعنصر التواصل والربط بشبكة تكاد تشبه شبكة العنكبوت. (Al-Hussein, 2008, p. 193) إذا ما عرفنا إن التقنية مرتبطة بأساس متكون من الفكرة التي يقام عليها تأسيس الفعل الوظيفي والتصميم (من كل فاعليته الإجرائية إنما هو هيئة صورية وضع الفنان فيها الدور التقني والوظيفي كأساس لنجاح العمل الفني التصميمي. (Behansi, 1972, p. 15).

التقنية التصميمية: بعد الانتهاء من البدء الأول وما آلت إليه من مخططات ذهنية التي ترسم طريق الانتقال بالافكار والمفاهيم التي تراود ذهن المتلقي بتقنيات جديدة تواكب العصر وتطوره وان (لمرحلة الإظهار دوراً متمماً من حيث أنها فعلاً تقنياً يعطي للفكرة وجوداً مادياً (Abu Al-Majd, 1971, p. 24). معبراً عنها باستخدام الأدوات بمهارة تقنية ينفذ فيها الفكرة ويظهرها بشكل يسمح بإيصالها إلى المتلقي بوضوح وبتنوعات التقنية التصميمية والطباعية تكون مرتبطة مع بعض بعلاقات ضمن نظام تصميمي متكامل (Eric, 2000, p. 19)، وان التقنية تتطور بمرور السنين مما يحتاج الى المصمم مواكبة العملية بتطور التكنولوجيا واعادة الكثير من التصاميم بطرق حديثة مم جعل كثير من الشركات تطور شعارتها وانظمتها بشكل تام حسب متطلبات العصر. (فيضعاف المصمم من تأثير اللون والملمس بحيث تكون الصورة شديدة الحيوية... جذابة للعين.. وكذلك القدرة على خداع العين بحيث تظهر الصورة مشابهة للحقيقة إلى حد أن

المشاهد قد يخلط بين الصورة والحقيقة) (Badawi, 1965, p. 534)، ومثال على ذلك ما يتم في تصميم المصصقات السياحية التي تكون مكاناً حيويًا للتنوعات التقنية التي يتأكد التقنية التي يتأكد دورها من خلال قدرة المصمم على الجمع بين تلك التقنيات والمواءمة بينها بشكل مدروس ومنظم ومنشأ وفق نظام تصميمي متكامل يظهر قيمةً جماليةً تؤثر في المتلقي وتسحب انتباهه من أجل إيقاع الأثر المطلوب.

المبحث الثاني: (الترويج والدعاية التسويقية)

مفهوم الترويج: ان مفهوم الترويج بصفة عامة يطلق على تلك القدرات الجوهرية التي تتمتع بها المؤسسة، وتتصف بأكبر قدر من التقنية التصميمية وخفض اطول مدى زمني ويتطلب بصفة عامة اكبر قدر من المعلومات والتفكير مثل قرارات التنوع في الترويج أو التوسع أو التصفية (Abbawi, 2006, p. 76). ويصف (السامرائي بالخطة الشاملة التي تنطوي على فن استخدام الوسائل لتحقيق الأهداف (Al-Samarrai, 1994, p. 32). لاشك ان الاهداف التي تسعى اية منظمة أو منشأة لتحقيقها هي التي تحدد بدرجة كبيرة طبيعة سلوكها واختيارها، ونظراً لتعدد الاهداف فإن هذا يعني تعدد الاحتياجات المرتبطة بها، وقد تتشابه بعض السياسات الاساسية تشابهاً كاملاً مع بعض الاستراتيجيات الاساسية، فبينما نجد مثلاً أن سياسة احدى الشركات تتمثل في شراء شركات أخرى بغرض تحقيق معدل نمو مرتفع، فإن أخرى تسعى لتحقيق هذا النمو من خلال سياسة تنوع المنتجات أو التوسع في السوق، وفي الواقع ان هامش السياستين هما في الاصل عناصر اساسية للاستراتيجيات العامة أو الرئيسة، والتي تعني (أي الاستراتيجية) في جوهرها حشد الموارد في اتجاه معين لتحقيق الاهداف (Abbawi, 2006, p. 75). يصف (العلاق) بأنه: التنسيق بين جهود البائع في اقامة منافذ المعلومات وفي تسهيل بيع السلعة أو الخدمة أو في قبول فكرة معينة (العلاق وربايعة، 1988 ص12). ويُعدُّ الترويج القوة الدافعة للنشاط التسويقي والعامل الأكثر تأثيراً في دفع المبيعات لكثير من المنتجات والخدمات، فهو يلعب دوراً حيويًا في اثاره الاهتمام بالسلع والخدمات المعروضة في الاسواق في ظل سوق تشد فيه المنافسة (Al-Sumaida'i, 2007, p. 284). يحقق الترويج مزايا كثيرة لمختلف الاطراف التي لها علاقة بهذا النشاط، وتبرز اهمية الترويج من جانبين اساسيين هما: جانب المستهلك، وجانب رجل التسويق.

* جانب المستهلك: اهتمت وظيفة الترويج بالمستهلك من خلال اعلام المستهلك، إذ يقوم الترويج بتعريفه بالسلع والخدمات المقدمة اليه من خلال المزايا والمواصفات، الاسعار، اماكن واوقات تواجدها فضلاً عن تذكيره بحاجاته ورغباته الاستهلاكية من خلال اساليب متغيرة تتمثل بالدعاية والاعلان المميز وغيرها من ادوات الترويج الأخرى (Al-Alaq, 1988, p. 248).

* جانب رجل التسويق: يؤثر الترويج في المبيعات من خلال زيادة المبيعات إذ تعمل ادارة التسويق لتحقيق ذلك بالاعتماد على أساليب ترويجية من خلال رجال البيع والموزعين ووسائل التغيرات والتي لها أبعاد اقتصادية وسياسية واجتماعية وتنظيمية أيضاً (Al-Hadi, 2010, p. 8).

وظائف الترويج: من وجهة نظر المستهلك: يحصل المستهلك عليها من الترويج، والمزايا المباشرة والسريعة التي يحصل عليها من الترويج تخلق الرغبة و تهدف أنشطة للوصول الى المستهلكين والى مشاعرهم.

أهمية الترويج: من المعروف أنه في عاملنا المعاصر المترامي الاطراف، والمعقد التركيب بعد التطور الهائل في حجم المشاريع ودخول المنتجات الى أسواق جديدة وكذلك ظهور منتجات جديدة في السوق بشكل سريع ومستمر، وهذا يتطلب القيام بالنشاط الترويجي الذي يسهل من مهمة الاتصال بين البائع والمشتري. عليه (Al-Mualla, 1991, p. 44). ويمكن إظهار أهمية النشاط الترويجي من خلال العناصر الآتية:

- المساهمة في تحقيق الاتصال والتفاهم بين البائع والمشتري رغم بعد المسافة بينهما.
- تنوع وزيادة عدد الافراد الذين يتصل بهم المنتج: النشاط الترويجي يسمح بكسب المعركة وتثبيت الاقدام في السوق التجاري وذلك في حالة اشتداد المنافسة في السوق.
- يساهم الترويج في الحفاظ على مستوى الوعي والتطور في حياة الافراد وذلك من خلال ما يمدهم من معلومات وبيانات عن كل ما يتعلق بالسلع والخدمات وكل ما هو ذو فائدة لهم.
- إن المؤسسة من خلال النشاط الترويجي ترمي الى الوصول لمستوى عالي من المبيعات، وهذا سيؤدي في النهاية الى تخفيض تكلفة الوحدة المنتجة، وبالتالي الى تخفيض الاسعار من خال توزيع التكاليف الثابتة على اكبر عدد ممكن من الوحدات المنتجة (Al-Faghi, 1992, p. 45).

المبحث الثالث: (العناصر التيبوغرافية في التصميم الاعلاني)

مفهوم الإعلان والدعاية: الاعلان التجاري هي جذب انتباه المتلقي التي تبدأ من نقطة معينة ثم تتحرك تبعاً وحسب الأهمية لباقي العناصر المكونة للإعلان، وهنا يختلف تلقي الاعلان بين افراد المجتمع الواحد، فان الانماط المختلفة من البشر يختلفون في اختياراتهم وادراكهم وتفسيرهم لرسائل الاتصال الاعلاني مما يعني ان العوامل النفسية يمكن ان تلعب دوراً مهماً في توجيه بصر المتلقي نحو الاعلان المحدد، فالاعلان التجاري بصورة عامة يتكون "من مجموعة من العناصر الاعلانية المختلفة وليس بالضرورة ان يكون كل اعلان حاوياً لتلك العناصر وانما يتم اختيار ما يناسب الاعلان بحسب وظيفة وهدف الاعلان والوسيلة الاعلانية المستخدمة، ان قيام المصمم بترتيب هذه العناصر وادماجها على وفق نظام معين يشبه بالنظام الموجود في جسم الانسان إذ ان كل عضو من هذه الاعضاء يعمل بمفرده ليكون بالنتيجة العملية البنائية للجسم كاملة، وكالعمل الفني من خلال العمل الجماعي بين مصمم الاعلان والرسام ومحرك الرسالة الاعلانية اذ ان قدرة الرسام على التعبير عن الفكرة الاعلانية تزداد تماماً حين يدرس موضوع ومضمون الرسالة الاعلانية، وكذلك المحرر فانه يبدع في كتابة نص اعلاني مؤثر حينما يفهم فكرة الاعلان واسلوب تصميمه والصور والرسوم المستخدمة فيه (Muhammad, 2018, p. 185).

الدعاية: هي أحد أنواع الاتصالات التي تهدف إلى التأثير على سلوك الفرد من خلال وسائل الاتصال العامة لجعله يؤمن بفكرة معينة أو من أجل تغيير أفكار أو معتقدات معينة لديه. وللدعاية وسائلها التي قد تشمل وسائل الإعلام ووسائل نشر الإعلانات كما تضم غيرها من الوسائل كالخطب والأحاديث والمناقشات وتنظيم الاجتماعات والندوات وتأليف الكتب وغير ذلك من وسائل تدخل تحت حصر، وقد ينصب موضوع الدعاية على سلع أو خدمة أو منشأة. (Al-Hadi, 2010, p. 18).

التخطيط للمؤسسة الاعلامية في اطار السياسة والتنمية: وهي الخطة التي تضعها الدولة او المؤسسة الاعلامية عبر وجود هيئة تخطيط مركزية تابعة لمصلحة الاعلام الحكومي او الخاص تتوفر فيها مقومات

معينة واسباسية منها الخبرة في التخطيط والقدرة على وضع الخطط وربطها بالنشاط التنموي بالشكل العام وبشكل خاص للنشاط الاعلامي ويقوم المكتب الاعلامي بالتنسيق بين النشاطات والمهام التي يقوم بها سنويا مثل (عرض منتج خاص انتاج محلي او اعلانات الطرق او اعلانات الصحة وغيرها من التابعة للمؤسسة وتحديد الميزانية الخاصة بها والدعم المطلوب للنجاح. (Al-Bakri, 2010, p. 10).

تقسيم الاعلان حسب نوع المعلن: إذا كان الإعلان يغطي أكثر من دولة أصبح إعلاناً دولياً، أما إذا كان الإعلان يغطي الدولة أصبح إعلاناً قومياً، أما إذا كان يقتصر على مساحة جغرافية معينة ومحددة أصبح إعلاناً محلياً.

التخطيط للحملات الاعلانية: يطلق الباحثون على الحملات الاعلامية انها الحملات غير المرحة او الحملات للخدمة العامة او حملات التسويق الاجتماعي، اما الحملات الاعلانية في حملات ربحية وحملات التسويق التجاري وهناك حملات ايضا سياسية كحملات الانتخاب وحملات الترويج لبرنامج سياسي او حزبي معين (Al-Bakri, 2010, p. 16)، ويراد بها هدف ترويج افكار معينة لقبول المجتمع وذلك لتغير اتجاه وسلوك الافراد وصعوبة اقناعهم بالفكرة المراد الاعلان عليها وبشكل عام تهدف الحملات لزيادة ثقافة الوعي الاجتماعي والاصلاح والنجاح بتوصيل الفكرة المراد توصيلها.

العناصر التيبوغرافياكية للمنتج الاعلاني: لقد عمد المصمم الكرافيك في ترويج الإعلان الى استعمال التميز من خلال تنظيمات الشكلية للعناصر التيبوغرافياكية، الذي يهدف الى تحقيق الفعالية الوظيفية للأجزاء المنفصلة في تصميم الإعلان بكل ما تحمله من مؤثر فاعل في التصميم، وبما يفرضه المعلنون في توفير أكبر عدد منها لدعم الفكرة الاعلانية لعملية الترويج للسلع، التي يسعى المصمم في تحفيز قدرته الإبتكارية لإيجاد وسائل تنظيمية لهذه الأجزاء المتعددة بإعتماد ثقافته وقدرته على التحليل والتخيل في أحداث التناسق والتناسب لها ضمن الحيز المتاح، وبما تتلاءم مع توحيد الأداء الوظيفي للإعلان. (Burke, 1973, p. 281).

مؤشرات الاطار النظري

- 1- تكون التقنية عملية مستمرة لمسيرة تطور العصر وتكملة الانجاز الذي تفرد بها الانسان في العصور القديمة.
- 2- يضاعف المصمم من تأثير اللون والملمس بحيث تكون الصورة شديدة الحيوية والقدرة على خداع العين وقريبة من الحقيقة تكون مساهمة فعالة في الترويج.
- 3- التفاعل بين المصمم و(الكومبيوتر)، اكسب المصمم مهارات تقنية ورقمية تنعكس على ادائه التصميمي، ووعيه للفروق بين ما يصممه مرئي ومكتبي وما بين المطبوع الترويجي.
- 4- موضوعية الصورة الاعلانية في المنتج الوطني لها معنى ودلالة، إذ يرتبط معنى الدلالة مع بقية العناصر التيبوغرافياكية الموجودة في الاعلان.
- 5- يعد الترويج والتسويق في الإعلان من أهم العوامل الأساسية الذي يستعمل لتلبية رغبات المتلقي وتطوير الخدمات والمنتجات.

منهجية البحث: اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي ينتج إمكانية في إجراءات التحليل بغية تحقيق هدف البحث.

اختيار العينات: أسلوب اختيار العينة القصدية غير الاحتمالية التي تمثلت في تصاميم الاعلانات (عينة البحث).
تحليل النماذج:

إنموذج رقم (1)

موضوع الاعلان: الترويج عن العطور

سنة الانجاز: 2019

الابعاد: 16.93 × 25.4 سم

عدد الالوان: اربعة



الوصف العام: اعلان دعاية لشركة العامة للزيوت النباتية والفكرة الرئيسية لهذا الاعلان تتلخص بفكرة الترويج لغسول اليد، التي تفسر لنا مضمون الرسالة من خلال التكرار الواضح للمنتج وعنوان المنتج الواضح على العبوة وشكل الخارجي للعبوة شبه بيضوي وتعدد انواعه يمكن تحديدها من خلال اللون الذي يرمز اليه العبوة. (المصدر. المكتب الاعلامي لوزارة الصناعة والمعادن)

الترويج للمنتج الوطني: لتحقيق الاتصال وايصال الفكرة التي تقود فعل التأثير في المتلقي واثارته وتحفيزه لتقبل الاعلان التجاري. انطلاقا من مصادر الفكرة التي يستوحي منها المصمم في بناء فكرته هو الموضوع وهو الهدف الاساس الذي يساعد المصمم على بناء الفكرة التصميمية، واستخدام التقنية التصميمية عامل مؤثر وعامل جذب لدى المتلقي فالمصمم انسان يتاثر ويستلهم افكار عمله احيانا من محيطه وما يرتبط به من احكام المؤسسة و الانتقاء من تلك العناصر المحيطة به بما يخدم فكرته وتحقيق الغرض الفني ورفع مستوى الاعلان من خلال استخدام التباين او استخدام عناصر متنوعة واحالتها الى علاقات جديدة بصياغة فنية جديدة لتؤدي الى فكرة ذات معنى ويستخدم احيانا التكرار او المركز لجذب الانتباه كم في العينة (1) يحث استخدام تكرار المنتج للاثارة واستخدام جميع الوان المنتج للإيعاز بتنوعه ومن أهم الاهداف للترويج إمداد المستهلك الحالي والمرتبب بالمعلومات عن السلعة، إذ ان المصمم لم يذكر تفاصيل المنتج بصورة توضح للمستهلك خصائص المنتج ولاسيما ان الاعلان يجب ان يدرس من جميع نواحي العرض اذا كان ملصق او دعاية في شبكات التواصل ليسهل عملية ايضاح مباشرة من خلال المشاهدة للمرة الاولى، السعي دوما ليكون الترويج مميز وليس تقليدي كان الترويج للإعلان عنه بصورة تجارية أكثر مما هيبة فنية التي يجب مراعاة ظهور الاعلان لظهور منتجات جديدة في السوق بشكل سريع ومستمر، وهذا يتطلب القيام بالنشاط الترويجي الذي يسهل من مهمة الاتصال بين البائع والمشتري عليه وتكوين مفاضلة من قبل المصمم من خلال التصميم لدى المتلقي من خلال التباين الموجود في الالوان لأن المؤسسة الحكومية من

خلال النشاط الترويجي ترمي الى الوصول لمستوى عالي من المبيعات، وهذا سيؤدي في النهاية الى تخفيض تكلفة الوحدة المنتجة، وبالتالي الى تخفيض الاسعار بصورة عامة ويسهل عملية شرائه وانتشاره.

او نصف قطر ويتوسطه المنتج لإضافة نوع من الخداع البصري الجمالي الذي يؤثر في داخل المتلقي. تكون هذه العملية مكتملة للتصميم العينة في حالة اخراجها الاخيرة نقل التصميم الى طباعته او ترويجه عبر المواقع التواصل الاجتماعي وهذه العينة التي تحقق الاهداف المرادة والجمهور المستهدف ورسائل التوعية المراد ايصالها للجمهور المتلقي والانتاج الاعلامي ويرى الباحث ان العينة لم تأخذ حيز الانتشار بصورة كبيرة عبر المتابعة مع مشاهداتها مع المكتب الاعلامي لوزارة الصناعة والمعادن.

من خلال محاولة المتلقي في البحث عما يعنيه ظاهر الشكل والبحث عما وراء الشكل أي عن الرموز الكامنة فيه والقصد الذي أراده المصمم. فضلاً عن الجذب والاثارة والتميز التي تضمنتها الفكرة، إذ إن المصمم أقام علاقة لم تكن موجودة بفعل إمكاناته الخيالية والذهنية معتمداً على الواقع البيئي الذي استخدمت منه، التي ظهرت من خلال تباين الالوان التي قصدها المصمم الى عبوات المنتج المتنوعة وإحالتها الى حركة مياه قد ارتفعت الى أعلى، إذ حاول الانتقال من حالة الى أخرى أكثر جذباً نتيجة تغير خصائص الشكل المظهيرية، وهذا ما يعزز الأتصال. نستنتج من ذلك إن تأثير الفكرة على فعل التصميم جاءت لتعزز من القيمة الاتصالية عن طريق الحركة اللامألوفة وإحالتها الى صياغة فنية

الاعلان والعناصر التيبوغرافية: استخدم المصمم الصور الرقمية في التصميم (إنموذج(1)، إذ جاء كعنصر تكميلي للنصوص ذات العلاقة بمحتوى البوستر للاسهام بإيضاح مضمون الترويج، وبأشكال مكررة تباينا مع الفضاء من خلال لونها المتنوع، توزعت على فضاء لتعطي إحساسا بالاتزان الوهبي، وأخفى بعض من أجزاء هذه الأشكال خلف الاسم لتمنح الغلاف الإيحاء بالعمق الفضائي والتنوع في عملية ديناميكية، فهي تسهم في ايصال الفكرة، لما لها من تعبيرية في وضع اليدين في خلف المنتج التي ترمز للملمس النعومة من تكوين صورة ذهنية في استخدام المنتج اضافته الى اليد يعطي تكوين لغة بصرية موضوعية، فالمعلومة باتت تعبر من خلال الصورة وقد اضحت الصورة سلطة للتأثير في الوعي والخيال وفي الافكار التي يرسمها المصمم من خلال العمل، احيانا تستخدم فئات عمرية او استهداف طبقة مجتمعية او شركات خاصة للترويج لها.

استخدام المصمم الفئة العامة للمجتمع من خلال تصميم الاعلان، لان المنتج يستخدم كافة الفئات العمرية ولا يحمل اي ضرر في استخدامة، ووظف المصمم العناصر التيبوغرافية من عنوان على المنتج لتكون علامة تجارية ولا يوجد علامة دالة الى ان المنتج يعود تصنيعه الى وزارة الصناعة والمعادن مثلا استخدام لوكو الوزارة بشكل صغير على يمين البوستر.

استخدم المصمم في هذا الاعلان الاسلوب الذي يركز على الصورة الاعلانية بحيث تتعاظم مساحة الصورة وتشغل الجزء الاكبر من الاعلان وتنخفض المساحة المحددة للجزء الخاص بالنص الاعلاني وقد ظهر ذلك من خلال هيمنة شكل غسول اليد على باقي الاجزاء إذ احتل الفضاء الاعلاني بأكمله تقريباً. من ذلك نستنتج إن اسلوب تصميم الاعلان كان تأثيره على فعل التصميم فاعل لتحقيق الجذب البصري من خلال أشغال الصورة الجزء الاكبر من فضاء الاعلان.

واضافة للمسات الفنية التي تقدمها برامج تحرير الصور والنصوص في الحاسوب، من الاساسيات التي استخدمها المصمم في العينة (1)، مما يحتم على المصممين الطباعيين، التكيف مع هذا التوجه باتقانهم برامج الحاسوب وتطبيقاته واستعمالهم التقنيات الحديثة لمعالجة التصميم الطباعية بما يحقق عملية ابصار في التلقي اكثر تأثيراً ويقرب المسافة الجمالية بين المتلقي والتصميم بشكل يبعده عن الاساليب التقليدية فقد دخلت التكنولوجيا عالم التصميم لتحيل خيال المصمم الطباعي الى واقع ملموس، كما وهبت فن التصميم حواس جديدة، أكثر حساسية، ووفرت له ادوات عدة ووسائل مبتكرة للتفاعل مع متلقيه. من خلال اللون مثلا استخدم المصمم العينة رقم (1) تباين لوني بالنسبة الى العبوات المتوفرة على شكل ثلاث مواد طبيعية كل لون يرمز الى مادة معينة مثلا استخدم لون البنفسجي الذي رمز له الى جوز الهند ولون الزهري الى التفاح واللون الاخضر الى فاكه الكيوي هكذا تعدد انواع المنتج حسب اللون والمادة الداخلة بصناعته.

إنموذج رقم (2)



موضوع الاعلان: الترويج عن كريم بشرة

سنة الانجاز: 2019/

الابعاد: 18 × 25.4 سم

عدد الالوان: اربعة

الوصف العام: اعلان دعاية لشركة

العامة للزيوت النباتية والفكرة الرئيسية لهذا

الاعلان تتلخص بفكرة الترويج بلسم ترويج

كريم الوجه، التي تفسر لنا مضمون الرسالة

من خلال التباين الواضح للصورة من حيث قبل وبعد استخدام المنتج وعنوان المنتج الواضح على العبوة وشكل الخارجي للعبوة اسطواني الشكل. (المصدر. المكتب الاعلامي لوزارة الصناعة والمعادن).

الترويج للمنتج الوطني: الفكرة التصميمية: إن الفكرة الرئيسية للأعلان هو عن الكريم المرطب (بلسم)

لللبشرة وقد استخدم المصمم تقنية تغيير سيمياء الوجه من لون الى اخر كان عامل مؤثر وناتج لاستخدام المنتج، وقد ظهر ذلك واضحاً من خلال شكل البلسم الرئيس الذي هيمن على فضاء الاعلان لأهمية المنتج،

وقد حاول المصمم أن يقيم علاقة بين البلسم وشكل الفتاة التي وضعها بطريقة تقنية التراكب الصوري فهو حاول أن يبرز المنتج عن طريق الاستعانة بصورة موديل مشهورة والافادة من ذلك في الترويج عن المنتج. لأن

الشكل الذي تم ادراكه مرة يميل الى الثبات والاتساق بالذاكرة كلما تكون الموقف ذاته أو جزء منه. إذ إن المصمم قصد من خلال هذه المحاولة تحقيق الجذب والاثارة والتميز التي تضمنتها الفكرة، من خلال صياغة

فنية جديدة وماتتصف به من عمق فكري في التعبير عن المعاني الكامنة وراء الشكل. من ذلك نستنتج إن تأثير الفكرة على فعل التصميم اتسمت بالجدة والاصالة عن طريق الاستعانة بالمعالجة التقنية الاخراجية

لتحقيق الجذب والاثارة في التعبير عن مضمون الاعلان - العناصر الشكلية في الإعلان التجاري: اتخذ العنوان

الرئيس للإعلان في منتصف الشكل وبحجم واضح ومتباين مع الأرضية التي بقيمة (الابيض). وقد ظهر العنوان على جانب مباشرة ولكن بقيمة لونية اقل لأعطاء الاهمية للعنوان الرئيس. تحت العنوان الفرعي وبقيمة ايضاً لكنه كان بحجم بنط صغير بحيث اضعف الوضوح والمقروئية. في حين أعتد المصمم الصورة الفوتوغرافية للمنتج لكون الصورة تمثل المصدقية فقد احتلت الجزء الأكبر من الفضاء الاعلاني. وقد عالجه المصمم بتقنية الحاسوب وتراكبت معها صورة الفتاة ولكن بحجم أصغر من المنتج إذ بالغ في حجم المنتج بحيث ظهر أكبر من صورة الفتاة وهو بذلك لجأ الى اسلوب (الرسالة الاستشهادية) من خلال اقتران المنتج بشخصية معروفة ومرموقة لتحقيق الجذب البصري وتحفيز المتلقي لأقتنائها. نستنتج من ذلك إن تأثير العناصر الشكلية على فعل التصميم حقق التحفيز البصري والجذب لأقتناء المنتج بسبب لجوء المصمم الى اسلوب الرسالة الاستشهادية في الاعلان.

الفكرة الرئيسة للأعلان هو الترويج عن بلسم. قصد المصمم الى تكبير الصورة الفوتوغرافية حيث احتلت فضاء الأعلان بالكامل، حيث جرى توظيف الصورة لتقدم نوعاً من الشفافية والتراكم والاهتمام بالحركة ذات الفاعلية المؤثرة، وإضافة الجمالية على بنية التصميم من خلال الصورة المجسدة للفتاة التي أظهر المصمم جزء من الوجه يبدو وكأنه متداخل تأكيداً على مضمون الاعلان. حيث كانت فكرة الاعلان صريحة ومباشرة. إعتد تصميم هذا الاعلان على خاصية التوجه في التكوين الصوري فقد جرت الافادة من صورة الفتاة قبل وبعد استخدام البلسم لينتج مايسمى ب(حافز التوجه الايحائي). استخدم المصمم في هذا الاعلان الاسلوب الذي يركز على الصورة الاعلانية بحيث تتعاظم مساحة الصورة وتشغل الجزء الأكبر من الاعلان وتنخفض المساحة المحددة للجزء الخاص بالنص الاعلاني وقد ظهر ذلك من خلال هيمنة شكل المرأة على باقي الاجزاء إذ احتل الفضاء الاعلاني بأكمله تقريباً. من ذلك نستنتج إن اسلوب تصميم الاعلان كان تأثيره على فعل التصميم فاعل لتحقيق الجذب البصري من خلال أشغال الصورة الجزء الأكبر من فضاء الاعلان وهنا شكلت المركز والتاين بين الصورتين واعتمد المصمم على هذا الاسلوب لخلق الجذب والاثارة والاتفاعل مع المنتج بصورة افضل لتعطيه نوع من التميز والاحساس بفعاليته قبل الاستخدام لتحقيق الجذب المطلوب وليحقق اهداف الترويج بشكل متكامل.

الاعلان والعناصر التيبوغرافية: اعتمد المصمم على مبدأ الهيمنة الشكلية والتوازن بين القوى الشكلية واللونية وقد ظهر ذلك واضحاً من خلال الاعلان. وأظهر تبايناً لونياً بقيمة (الابيض الساطع في أنحاء الاعلان كافة مع قيمة لون الزهري لاعلى القنينة مما أدى الى انسجام لوني بين مكونات الاعلان، حيث كان تأثيرها على فعل التصميم هو الجذب والاثارة بسبب الانسجام اللوني والشكلي الذي أظهر قيمة جمالية معبرة عن وحدة تصميمية مترابطة على الرغم من الفصل الفضائي الذي أحدثه المصمم إلا إنه عالجه وربطه عن طريق إعطاء قيمة لونية واحدة.

لقد حقق العنوان الرئيس شد بسبب حجمه وتباينه مع أرضية الاعلان فقط لصغر حجمه ظهر بالقيمة (الزرقاء) على أرضية بقيمة لونية بيضاء عالية مما حقق الوضوح والمقروئية، الذي ظهر في الجهة اليمنى من الاعلان. وظهر في الجزء الاسفل نص يوعز الى شركة الصناعات التي انتجت هذا المنتج و الصورة الفوتوغرافية وقد احتلت الجزء الأكبر من الاعلان وعمد المصمم الى معالجتها تقنياً بطريقة غير مألوفة،

وأحتل القسم صورة متباينة الى الصورة الاولى وبوضوح تام والمقروئية والقسم الرابع أحتل العلامة التجارية اسم المنتج على القنينة بصورة واضحة مما الاعلان بقيمة لونية الاخضر حيث اتسمت بالوضوح. نستنتج من ذلك إن تأثير العناصر الشكلية على فعل التصميم اتسمت بالجدة والاصالة لتحقيق الشد البصري.

لقد اعتمد المصمم على مبدأ الهيمنة وظهر ذلك عن طريق هيمنة شكل المرأة على باقي العناصر لأظهار أهمية المنتج ومزاياه الفعلية، بينما كان التوازن متحققاً من حيث وضع المرأة في المركز البؤري ومحاولة موازنة شكل المنتج مع العلامة التجارية للبلسم، وموازنة الاعلان بالقيمة اللونية نفسها في اسفل الاعلان المتمثلة بانعكاس الصورة وجعلها قاعدة ارتكاز للأعلان، حيث اظهر المصمم موازنة في توزيع الاثقال والاوزان المرئية تحقيقاً للشد البصري وجمالية.

انسجام وتناسق الالوان. نستنتج من ذلك إن تأثير الاسس الانشائية على فعل التصميم جاءت لتؤدي الى تحقيق وحدة تصميمية مترابطة ومنسجمة بقيمة جمالية تؤدي للجذب والاثارة. اسلوب تصميم الاعلان: استند المصمم في تصميمه للأعلان الى الاسلوب الذي يركز على الصورة الاعلانية من حيث اعتماده على صورة المنتج واستخداماته الذي ظهر عن طريق الهيمنة لشكل القنينة، التي أعطتها المصمم درجة من الاهمية مما يدعم قدرتها في جذب الانتباه وإثارة الاهتمام لفعل التصميم. نستنتج من ذلك إن تأثير الأسلوب على فعل التصميم اتسم بالبساطة والمرونة وسرعة الايصال الى المتلقي تحقيقاً للغاية الاعلانية.

حاول المصمم التعبير عن الفكرة التصميمية بطريقة غير مباشرة إبداعية وغير مألوفة تتسم بالجدة والاصالة، فقد لجأ الى الكشف عن لغة الشكل الفني المعبرة عن الموضوع بقصدية من خلال محاولة المتلقي في البحث عما يعنيه ظاهر الشكل والبحث عما وراء الشكل أي عن الرموز الكامنة فيه والقصد الذي أرادته المصمم. فضلاً عن الجذب والاثارة والتميز التي تضمنتها الفكرة.

استخدم المصمم في هذا الاعلان الاسلوب الذي يركز على الصورة الاعلانية بحيث تتعاضم مساحة الصورة وتشغل الجزء الاكبر من الاعلان وتنخفض المساحة المحددة للجزء الخاص بالنص الاعلاني وقد ظهر ذلك من خلال هيمنة شكل البلسم على باقي الاجزاء إذ أحتل الفضاء الاعلاني بأكمله تقريباً. من ذلك نستنتج إن اسلوب تصميم الاعلان كان تأثيره على فعل التصميم فاعل لتحقيق الجذب البصري من خلال أشغال الصورة الجزء الاكبر من فضاء الاعلان.

النتائج والاستنتاجات

نتائج البحث:

1. نتج عن التنوع التقني الاظهاري في استخدامات الصورة وبالأخص عملية إخراجها إلى ظهور محاولات لتأسيس مناطق جذب فاعلة من خلال تقنيات التنفيذ المتنوعة المثلة بتقنيات إظهارية موجودة في برامجيات الحاسوب كما في الانموذج (1،2).
2. 44. اعتمدت الإعلانات في بنائها الوظيفي على التباينات في قيم العناصر البنائية داخل الفضاء التصميمي للإعلان، كما في الانموذج رقم (2،1).
3. إن طريقة بناء الإعلان بأوضاع حركية مختلفة كان له اثر من شأنه تفعيل النواحي الوظيفية والجمالية، كما في الانموذج رقم (1) لانها تحتوي على تقنية الحركة في التصميم.

4. أسهم تفعيل الحركة الإيقاعية على نحو متدرج ومتصاعد في تحقيق عوامل الشد والجذب والاستمرارية الناتجة عن التتابع البصري المنظم في الإعلانات عامة، مما أدى إلى تفعيل آليات اشتغال الإعلان باتجاهات وظيفية وجمالية، كما في الانموذج رقم (2،1)

الاستنتاجات:

1. ان التطور التقني التصميمي ساهم في عملية الترويج لاعلان المنتوج الوطني الذي تحقق عن طريق التعددية في الاستخدامات الشكلية والتقنيات الاظهارية التي يمكن أن تؤسس منافذ للاظهار التصميمي الجاذب .
2. إن التأكيد على تفعيل السيادة الشكلية (الصورة) في تصاميم الإعلانات التجارية لها اثر كبير في تأسيس مناطق جذب للإعلان.
3. التأكيد على تنظيم علاقة تكافئية بين العنوان والصور والنصوص الكتابية لما للعنوان من أهمية في توجيه المتلقي.
4. إن التعددية في الاستخدامات الشكلية والتقنيات الاظهارية يمكن أن يؤسس منافذ للاظهار التصميمي الجاذب.

التوصيات:

1. الافادة من المؤسسات الترويجية بمتطلبات التقنية التصميمية التي تعتمد على التطورات الحديثة باستخدام برامجيات الحاسوب التي تصل الى مستوى الارتقاء العالمي والتداول الناجح لاعلان المنتوج الوطني في تحقيق النتائج المرجوة.

المقترحات:

1. دراسة دور الإعلان التجاري والترويج باعتباره عنصر مكمل للاعلان في تنمية الجوانب الفنية والعلمية والاتصالية والاقتصادية في العراق والدول الأجنبية (دراسة مقارنة).
2. دراسة الأساليب الأدائية في ترويج الاعلانات التجارية .

References

1. Abbawi, Z. (2006). *Modern Trends in Administrative Organizations*. Amman: Dar Al Shorouk for Publishing and Distribution.
2. Abu Al-Majd, H. (1971). *Visual phenomena and interior design*. Beirut: Dar Al-Ahad Al-Buhairi.
3. Al-Alaq, B. (1988). *Promotion and Advertising Foundations, Theories, and Applications of an Integrated Approach*. Amman: Dar Al-Yazouri.
4. Al-Bakri, F. (2010). *Social Marketing and Global Prospects Planning*. Cairo: Alam Al-Kitab.
5. Al-Faghi, A. (1992). *he Declaration between Theory and Practice*. Amman.: Al-Yazuri Publishing House.

6. Al-Hadi, I. (2010). *Faculty of Commerce, Benha University. Egypt: Advertising campaign management.*
7. Al-Husseini, A. (2008). *The Art of Design. Sharjah: House of Culture and Information.*
8. Al-Kloob, B. (B.T). *Technology in the Teaching and Learning Process. Amman: Dar Al-Shorouk.*
9. Al-Mualla, N. (1991). *The Scientific Principles of Commercial Advertising Promotion. Jordan: University House.*
10. Al-Razi, M. (1972). *Mukhtar As-Sahih, arrangement, Mahmoud Khater Bey. Beirut: Dar Al-Fikr.*
11. Al-Samarrai, K. (1994). *Introduction to Strategy. Baghdad: College of Political Sciences.*
12. Al-Sumaida'i, M. (2007). *Marketing Strategy, Analytical and Quantitative Approach. Amman: Hamed Publishing and Distribution House.*
13. Badawi, A. (1965). *Schopenhauer, The Compendium of European Thought. Cairo: Arab Renaissance House.*
14. Behansi, A. (1972). *Aesthetics for Abu Hayyan Al-Tawhidi and Issues in Art, Art Series, School of General Culture. Baghdad: Thunayan Press.*
15. Burke, J. (1973). *Advertising in the Market place. Inc.: GrawHill.*
16. Eric, J. (2000). *Creative Collective, TR: Muhammad Bin Hassan. London: Al-Bayan Magazine.*
17. Muhammad, A. (2018, 5 14). *Directing Treatment of One-Place Events in the Cinematographic Medium. Academy's Journal, College of Fine Arts - University of Baghdad, p. 250.*
18. Sabat, K. (1969). *The Declaration, Its History - Foundations - Its Rules - Its Art - Its Ethics. Cairo: The Anglo-Egyptian Library.*
19. Sarhan, M. (2017). *E-Learning and Education Technology. Jordan: Wael Publishing House.*

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/427-440>

Design Technologies in Promoting the Advertisement for National Product

Wisam Abd AL Ameer Kareem¹

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021

Date of receipt: 18/11/2020.....Date of acceptance: 1/2/2021.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

The current research is concerned with studying the variables in the promotion process which influence the advertisement design structure, as the accomplished design and construction process is subject to many variables, whether they were intellectual or technological, internal or external variables. These variables may overlap in order to get a comprehensive system for the artistic configuration, that any design in its content reaches the highest levels of perfection is connected to the extent of its compliance with and approximation to these variables, that is why we find their reflections deeply rooted in the individual's mind, especially the designer artist who is influenced by everything surrounding him forming knowledge systems responsive and harmonious with these variables, thus reflected on his cognition and consequently his performance so he affects and gets affected by the rest of the design modes. That was a motivation for the researcher to address the research problem and conduct the current study through the following question: what is the role of the design technologies in promoting the advertisement for the national product?

The researcher, in the theoretical framework, reviewed in the first section: the concept of design technology. In the second: promotion and marketing advertising. The third: typographic elements in advertisement design .

The analysis unit, in the research procedures, has been determined. That is represented by considering every advertisement an analytical unit as it carries an integrated communication idea that ideas can be derived from through the analysis. Thus, in the analysis process the researcher not only aims at extracting the ideas conveyed by the advertisements (the samples) but also to get benefit through revealing the variables and the extent of their influence in the design structure.

¹ Postgraduate student/College of Fine Arts / University of Baghdad, wvsam93@gmail.com .

معارض الفنون التشكيلية الافتراضية في ظلّ تحديات جائحة كورونا

منى سعد القرني¹

مجلة الأكاديمي-العدد 99-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029
تاريخ استلام البحث 2020/11/24 , تاريخ قبول النشر 2020/12/30 , تاريخ النشر 2021/3/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

مُلخّص البحث :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على معارض الفنون التشكيلية الافتراضية في ظلّ تحديات جائحة كورونا. واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي من خلال عدّة تساؤلات وتحديات مُستقبلية عبر الانترنت لنشر معارض الفنون التشكيلية الافتراضية في أنحاء العالم في ظلّ تحديات جائحة كورونا. وتوصّلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمّها: الكشف عن تطبيقات الواقع الافتراضي وأثرها على قطاع معارض الفنون التشكيلية. إنّ الرُؤى المُكْتَسَبة من أبحاث معارض الفنون التشكيلية المستقبلية بتقنية الحقيقة الافتراضية VR يُمكن أن تُوفّر قيمةً مُباشرةً وعمليةً لهذا القطاع. وباستخدام تقنية مُشابهة لميزة التجوّل الافتراضي من (Google street view) ستُصبح المعارض التشكيلية الافتراضية "متاحة" وذات هدف بعيدٍ عن الإنتاجية والربحية. الكلمات المفتاحية: معارض الفنون التشكيلية الافتراضية، جائحة كورونا، الواقع الافتراضي، البيئة الافتراضية، الواقع المُعرّز.

مقدمة

كان لمعارض الفنون التشكيلية الافتراضية في ظلّ تحديات جائحة كورونا دورًا هامًا وفعالاً في رفع القيم الجمالية للفنون البصرية. إنّ الجائحة برغم ما فيها من الأمّ إنسانية ومشاعر خوف وخسائر مادية وبشرية، إلّا أنّها اتاحت الوصول بسهولة إلى كثير من المكاسب المعرفية وساهمت في إحياء مشاعر الأخوة وضرورة التكاتف والتعاون على ما فيه خير الإنسانية جمعاء. كما ساهمت في نبذ التعصّب والصراعات، والتركيز على العلم والابتكار (Gutie´ rrez, etal, 2008); (Gaitatzes, etal, 2006) . إنّ نجاح المعارض الافتراضية الأولى واتّسع ردود الفعل علمها وتجاوز نطاق تأثيرها، أكّد أنّ معارض الفنون التشكيلية الافتراضية ظاهرة صنعتها ظروف الجائحة، ووُلدت خلالها لتبقى وتزدهر وتستمرّ حتّى بعد انقشاع

¹ أستاذ الرسم والتصوير المساعد ، كلية التصميم والفنون ، جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن المملكة العربية السعودية ، الرياض،

msalgamy@pnu.edu.sa

الوباء تمامًا. وأظهرت فنّانين مُتعدّدي المواهب لأُسْر مُهتمةً بالفنون الجميلة وإبداعات فنيّة عديدة للمُشاركة في معارض إقليمية ودولية نالت الكثير من الجوائز المحليّة.

إنّ نجاح معارض الفنون التشكيلية الافتراضية ليس مُتعوّد عليه في معارض الفنّ التقليديّة. وهنا يكون للتقدّم التكنولوجي، بجميع أشكاله تأثيرات مباشرة ودائمة على معارض الفنون التشكيلية. وفي الآونة الأخيرة، أحدثت التطوّرات التكنولوجية في مجال المعلومات والاتّصالات (ICT) تحوّلًا لمعارض الفنون التشكيلية بطرق إبداعية، مع تأثيرات على مجالات تتراوح من طلب المُستهلك لتصل إلى إدارة الموقع (Buhalis & Law, 2008) ; (Buhalis,2003) .

وعلى سبيل المثال، اعتمد العديد من الفنّانين التشكيليين والجمهور الإنترنت كأداةٍ للبحث عن معلومات السفر (Buhalis,2003) . وأنشأت شركات ومؤسسات معارض الفنون التشكيلية لا حصر لها على الإنترنت. وأنتجت الأبحاث في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات والمعارض الفنون التشكيلية والتي تُعرف أيضًا بـ"معارض الفنون التشكيلية الإلكترونية" (Buhalis & Law, 2008) هناك العديد من الأفكار الهامة حول كيفية تغيير تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات في قطاع معارض الفنون التشكيلية. وكيف يمكن لهذا القطاع أفضل تكييف مع هذه التقنيات الجديدة (Buhalis,2003) ومع ذلك ، فإن معارض الفنون التشكيلية الإلكترونية تتطور بسرعة كبيرة حيث أنّه قطاع "يُعيد تعريف نفسه باستمرارٍ ويتطلّب إعادة توجيه مُستمرة في التسويق والإدارة" (Buhalis & Law, 2008) . علاوة على ذلك ، لا تُجرى العديد من التطوّرات ذات الصلة بمجال تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات بشكل مُباشر أثناء تنظيم معارض الفنون التشكيلية. وقد لا يكون الباحثون والمتخصصون في مجال معارض الفنون التشكيلية على دراية كاملة بالتطوّرات. وبالتالي، فهم غير مستعدين لتبني التقنيات الجديدة والتكيف معها. إنّ أحد المجالات المُهمّة لتكنولوجيا المعلومات والاتّصالات هو الواقع الافتراضيّ لمعارض الفنون التشكيلية وتُستخدم بالفعل بشكلٍ شائع في مجالات مُتنوعة بما في ذلك التدريب على الترفيه والتصميم والمحاكاة. ان للواقع الافتراضيّ استخداماتٌ مختلفة في مجال معارض الفنون التشكيلية. مع استمرار تطور تكنولوجيا الواقع الافتراضيّ، لا يوجد داعٍ للشكّ في أنّها ستصبح أكثر انتشارًا في المجتمعات عامة، وقطاع معارض الفنون التشكيلية، بشكلٍ خاصّ. وستعدد مجالاته. لذا يجب على الباحثين والمتخصصين في هذا المجال اكتساب المهارات حول الواقع الافتراضيّ للاستعداد بشكلٍ أفضل لمُواجهة التحديات والعوائق والاستفادة من التقنيات المُتوقّرة والمُستحدّثة.

مشكلة الدراسة:

مع ظهور جائحة كورونا، أُغلقت معارض الفنون التشكيلية، واختفى الفنّانون والجمهور على حدّ سواء. إنّ عدم التواصل بين الفنّانين والجمهور ساهم في خلق وظهور معارض الفنون التشكيلية الافتراضية. يستعرض هذا البحث الاستخدامات الأساسية للواقع الافتراضيّ داخل معارض الفنون التشكيلية ويدرس إمكانية استخدامه لتوفير تجارب بديلة، مُحلّلاً بعض الأسئلة والتحديات الرئيسة المُرتبطة بدمجه في معارض الفنون التشكيلية، يسهم البحث توضيح الاستخدامات العديدة المتعلقة بذلك من خلال وصف تقنيات الواقع الافتراضيّ الحاليّة والمُستقبلية وتحليل لاحق لتطبيقات هذه التقنيات في ستّة مجالات رئيسة للفنون التشكيلية: التخطيط والإدارة والتسويق والترفيه والتعليم وإمكانية الوصول والحفاظ على التراث.

أنّ الواقع الافتراضيّ سيكون له التأثير على عده مجالات إضافية تخصّ معارض الفنون التشكيلية. سنتطرق الى تحليل إمكانية استخدام تجاربه لتكون بمثابة تجارب بديلة لمعارض الفنون التشكيلية من خلال فحص العديد من العوامل التي ستؤثر على تصورات الفنانين التشكيليين والجمهور. ويركز تحليل الأسئلة والتحديات الرئيسة المتعلقة بالواقع الافتراضي ومعارض الفنون التشكيلية على القضايا المرتبطة بالحالة المستقبلية للتطور في مجال التكنولوجيا، وإعادة إنشاء المواقع الفنية العالمية الحقيقية في منظومتها، وعلى العواقب المحتملة. أخيراً، تقدم هذه الدراسة العديد من الأفكار للبحوث المستقبلية التي تتوافق مع مواضيع مختلفة تطرقنا لها في هذه الورقة العلمية.

تساؤلات وتحديات المستقبل

1- ما هو الواقع الافتراضيّ؟

تختلف التعريفات المقترحة عند وصف الميزات المختلفة التي تُعدّ ضرورية لتشكيل تجربة مثل الواقع الافتراضيّ (Burdea & Coiffet, 2003) إذ تستخدم هذه الورقة تعريفاً للواقع الافتراضيّ الذي يستند إلى التعريفات المُستخدمة في الكُتب المُخصّصة للموضوع (Vince, 2004)، (Vlahakis, etal, 2002) فيُعرف الواقع الافتراضيّ بكونه استخدام بيئة ثلاثية الأبعاد مولّدة بالحاسوب (Vince, 2004) تُسمّى "البيئة الافتراضية (VE) والتي يمكن للمرء أن يتنقل فيها وربما يتفاعل معها، ممّا يؤدي إلى محاكاة في الوقت الفعليّ لواحد أو أكثر من خمسة مستخدمين. ويُشير مصطلح "التنقل" إلى القدرة على التنقل واستكشاف VE، ويُشير مصطلح "التفاعل" إلى القدرة على تحديد ونقل الكائنات (Milgram, etal, 1994). في الواقع، طُرح التفاعل كمكوّن ضروريّ للواقع الافتراضيّ. لكنّ تعريف هذه الورقة يجعله اختياريّاً، لأنّه أكثر مرونةً ويسمح بمناقشة مجموعة واسعة من التقنيات ذات الصلة بمعارض الفنون التشكيلية والتي لا تزال مُرتبطة ارتباطاً وثيقاً. ولنفس السبب، تقبل هذه الورقة الواقع المُعرّز (AR) وإسقاط الصور المُولّدة بالحاسوب على منظور العالم الحقيقيّ، كنوع من أنواع الواقع الافتراضيّ. على الرغم من أنّ الواقع المُعرّز ليس "واقعاً افتراضياً بمعناه الدقيق"، لكنّه وُصف كنوع من أنظمتها. ومن الصحيح تماماً اعتبار المفهومين معاً، على الرغم من أنّ هذه الورقة تحتوي على تعريف واسع إلى حدّ ما للواقع الافتراضيّ، إلا أنّ التعريف لا يزال يميّز بوضوح عن الأنواع الأخرى من التقنيات المماثلة.

وعلى سبيل المثال، لن تتأهّل المؤثرات الخاصة بالافلام ولا ركوب الأفعوانية الافتراضية باعتبارها الواقع الافتراضيّ، لأنّها لا تسمح بأيّ شكل من أشكال التنقل التي يتحكّم فيها المُستخدم (Gaitatzes, etal, 2006)؛ (Gaitatzes, etal, 2001) ويُمكن وصف تجربتها من خلال قدرتها على توفير الانغماس الجسديّ والحضور النفسيّ على حدّ سواء. ويُشير "الانغماس" إلى مدى انعزال المُستخدم عن العالم الحقيقيّ. في "نظام غامر بالكامل". ويتمّ احتواء المُستخدم بالكامل بواسطة VE إذ ليس له أيّ تفاعل مع العالم الحقيقيّ، بينما في "نظام شبه غامر" أو "غير مُتداخل" (يتضمّن الأخير ألعاب فيديو ثلاثية الأبعاد مُعاصرة). ويحتفظ المُستخدم ببعض الاتصال بالعالم الحقيقيّ ومستوى الانغماس الذي يوفره نظام الواقع الافتراضيّ وهو أحد العوامل التي قد تؤثر على شعور المُستخدم "بالحضور"، يُشبه إلى حدّ كبير الواقع الافتراضيّ نفسه، وتمّ تعريف الوجود أيضاً بطرق مختلفة (Lombard & Ditton, 1997)، ولكن، وجهة النظر الشائعة هي أنّ

الوجود هو الشعور بالوجود في VE بدلاً من المكان الذي يكون فيه جسم المُشارك في الواقع موجوداً (Lombard & Ditton, 1997) ومنه، فإنّ "علامة الوجود هي عندما يتصرّف الناس بطريقة قريبة من الطريقة التي سيتصرفون بها في وضع الحياة الواقعية المُماثلة إنّ مشاعر "الحضور" ذاتية بشكل طبيعي، حيث ترتبط بعلم النفس للمستخدم، لكنّها تتأثر بلا شكّ بقدرة نظام الواقع الافتراضي في توفير بيانات عالية الجودة لحواسّ المُستخدم (Gaitatzes, etal, 2006);(Gaitatzes, etal, 2001). وليس من الغريب أن تكون قدرة أنظمة الواقع الافتراضي على توفير مثل هذه البيانات الحسية عالية الجودة والتي قد تحسّنت بشكل ملحوظ منذ ظهور تقنيات من نوع الواقع الافتراضي في الستينات (Burdea & Coiffet, 2003). كما أنّ أنظمة الواقع الافتراضي الحديثة مُتطوّرة للغاية.

2- ماهي تقنية الواقع الافتراضي الحديثة؟

يتطلب كلّ نظام للواقع الافتراضي نوعاً من أجهزة الإدخال بحيث يمكن تفسير إجراءات المُستخدم ويمكن أن تستجيب البيئة الافتراضية VE وفقاً لذلك. وتتعبّ أنظمة الواقع الافتراضي حركة الأشياء المحمولة باليد أو رأس المُستخدم أو أطرافه لتُستخدم البيانات المُستلمة لتحديد وجهة نظر المُستخدم والتنقل والتفاعل مع الكائنات والحركة المُحتملة لجسم افتراضي وتُعرف باسم "الصورة الرمزية" (Burdea & Coiffet, 2003)

❖ أنواع أجهزة الإدخال التي تستخدمها أنظمة الواقع الافتراضي

يتنوع الاستخدام بشكل كبير، ولكن يمكن أن يكون بسيطاً باستخدام الماوس أو ذراع التحكم أو الذراع الميكانيكية الثابتة مع عرض مرئي في أحد الطرفين. وتُستخدم أجهزة أكثر تعقيداً أيضاً، مثل المُقنّات التفاعلية وبرامج التعرف على الصوت والعصى، مثل تلك المستخدمة مع وحدة تحكم ألعاب فيديو Wii الشهيرة من Nintendo. ويُمكن تتبّع حركة جسم المُستخدم ببدايات الجسم مع أجهزة قياس الزاوية الموضوعية على المفاصل مُختلفة، أو أجهزة تتبّع غير مُلامسة، والتي قد تتضمن استخدام المُستشعرات الضوئية، أو الصوت فوق الصوتي، أو بواعث الأشعة تحت الحمراء، أو المجالات الكهرومغناطيسية. وقد تستخدم هذه الأجهزة غير المُتصلة فقط نقطة تعقّب واحدة موجودة في موقع مُعيّن، مثل أعلى رأس المُستخدم، أو قد تتضمن العديد من نقاط التعقّب الموجودة في المفاصل الأساسية أو في جميع أنحاء الجسم (Burdea & Coiffet, 2003)

❖ تكنولوجيا الواقع الافتراضي المُستقبلية

مع استمرار تطوّر تقنية الواقع الافتراضي، ستتحسّن في قُدّرتها على تحفيز كلّ من الحواسّ الخمس. أيضاً، من المُحتمل أن تتقدّم الطُرق التي يتفاعل بها المُستخدمون مع هذه الأنظمة إلى ما هو أبعد من أجهزة الإدخال والإخراج المُستخدمة حالياً. على الرغم من أنّه من المُستحيل معرفة الشكل الذي سيبدو عليه المُستقبل، فمن خلال دراسة بعض الأمثلة على البحث والتطوير، يُمكن للمرء الحصول على فكرة عامة عمّا قد ينطوي عليه المُستقبل. فتقوم مجموعة تصميم دولية تسمى NAU بتطوير "شرنقة غامرة" وهي قبة بحجم الإنسان تعرض الصور على شاشتها المُغلّفة بالكامل، وتوفّر الصوت في الصوت المُحيطي، وتستخدم برنامج استشعار الحركة لإدخال البيانات (Huo, etal, 2008); (Burdea & Coiffet, 2003). ومثال آخر، يقوم فريق من

الأكاديميين البريطانيين بتطوير "Virtual Cocoon" وهي سماعة غامرة تمامًا قادرة على تحفيز كلّ الحواسّ بمزيج من الرسومات عالية الدقة والصوت المحيط وأجهزة التحكم في الحرارة والرطوبة وشاشة حاسة الشم وجهاز يمكن أن يرشّ النكهات في الفم ويوفّر إحساسًا بالملمس، وقفّاز مُنفصل يُوفّر ردود فعل ملمسيّة (Bates, etal, 2008). وفي مجلس أبحاث العلوم الهندسيّة والفيزيائيّة نحو الواقع الافتراضي، أُجري بحث حول استخدام عين المرء، أو حركات اللسان (Huo, etal, 2008)، لتوفير إشارات يُمكن استخدامها للتحكّم في الأجهزة المُختلفة، بما في ذلك أنظمة الواقع الافتراضيّ والبحث عن واجهات مواقع الويب، حيث تتواصل مواقع الويب مباشرة مع الكمبيوتر من خلال التقنيات الغازيّة أوغير الغازيّة، ويبدو أيضًا وثيق الصلة بمُستقبل الواقع الافتراضيّ. لقد تحرك بحث BCI " بوتيرة مُذهلة منذ أوّل عرض تجريبيّ في عام 1999م (Lebedev & Nicoletis, 2006); (Shiode & Grajetzki, 2000)). في حين أنّه من شبه المُؤكّد أنّ التقنيات الغازية ستُستخدم فقط للأغراض الطبيّة. وحقّق الباحثون تقدّمًا كبيرًا في BCIs غير الغازية. وحصلت شركة Sony على براءة اختراع لجهاز نظريّ، كما أنّه ليس اختراعًا من شأنه أن يخلق تجارب حسيّة عن طريق نقل البيانات عبر نبضات من الموجات فوق الصوتيّة تستهدف الخلايا العصبية في مناطق مُعيّنة من مواقع الويب (Horsnell, 2005) ومع ذلك، تطلّ أجهزة الإخراج هذه بالتأكيد في المُستقبل البعيد. وقد تثبت أنّها غير واقعيّة (Gaitatzes, etal, 2006); (Gaitatzes, etal, 2001).

3- ماهي تطبيقات الواقع الافتراضيّ في قطاع معارض الفنون التشكيلية؟

مع استمرار تقدّم تقنيات الواقع الافتراضي، ستتمو إمكانيّات استخدامه. بغضّ النظر عن كفيّة تطوّرها تكنولوجيًّا، هناك بالفعل العديد من التطبيقات الفوريّة داخل معارض الفنون التشكيلية. ومن خلال تحليل بعض هذه التطبيقات في العديد من المجالات الأساسيّة للفنون التشكيلية، سرعان ما يتّضح أنّ الواقع الافتراضيّ قد يكون له تأثيرات كبيرة على معارض الفنون التشكيلية:

❖ التخطيط والإدارة " Planning and management "

إنّ سمات الواقع الافتراضيّ مُناسبة جدًا لتصوّر البيئة المكانية (Cheong, 1995). وهذا هو السبب الكامن وراء استخدامه بشكل واسع في أغراض التخطيط الحضريّ والبيئيّ والمعماريّ (Cheong, 1995). في الواقع، منذ أكثر من عقد من الزمان، تمّ التوصل إلى أنّ "الواقع الافتراضيّ لديه القُدرة على العمل كأداةٍ لا تُقدّر بثمن في صياغة سياسة معارض الفنون التشكيلية. وعند مقارنتها بمُخطّطات بدائيّة ثنائيّة الأبعاد أو نماذج ثلاثيّة الأبعاد ثابتة، توفر نماذج الواقع الافتراضيّ مزايا عديدة. على سبيل المثال، تسمح هذه النماذج للمُخطّطين بمُراقبة البيئة من عدد غير محدود من وجهات النظر بدلًا من مجرد نظرة شاملة، كما أنّها تسمح بالتخيل السريع للتغييرات المُحتملة التي يمكن تقييمها لاحقًا (Sussmann & Vanhegan, 2000).

❖ التسويق للفنون التشكيلية "Marketing of Fine Arts"

كما يُمكن استخدام الواقع الافتراضيّ لتخطيط أو تسويق وجهة وإدارتها. أقرّ مؤلفون مختلفون بإسهامات الواقع الافتراضيّ المُحتملة في التسويق للفنون التشكيلية (Sussmann & Vanhegan, 2000). كما صرّحوا، من منظور التسويق، أنّ للواقع الافتراضيّ القُدرة على إحداث ثورة ترويجيّة لا مثيل لها لمعارض الفنون

التشكيلية" (Sussmann & Vanhegan, 2000). وتكمن إمكانات التسويق للفنون التشكيلية لشركات الواقع الافتراضي، في المقام الأول، في قدرتها على توفير معلوماتٍ حسيةٍ شاملةٍ للزوّار المُحتملين. هذه القدرة مُناسبة بشكلٍ خاصٍ لقطاع معارض الفنون التشكيلية لأنّ العديد من المنتجات لمعارض الفنون التشكيلية هي "سلع ثقة" لا يستطيع المستهلكون اختبارها مُسبقاً ويجب أن يُقرّروا ما إذا كانوا يُريدون الشراء أم لا بناءً على المعلومات الوصفية المتاحة (Williams & Hobson, 1994). لذلك، يُعدّ التسويق عبر الإنترنت مُهمّاً جداً لقطاع معارض الفنون التشكيلية (Hobson & Williams, 1995). كما أنّ الطبيعة التجريبية للواقع الافتراضي تجعله أداةً مثاليةً لتقديم خدماتٍ ثريةٍ وبياناتٍ قيّمةٍ للسائحين المُحتملين الباحثين عن معلومات الوجهة. وعلى سبيل المثال، لنتصوّر أنّ، "الشخص المهتم باستكشاف وجهةٍ جديدةٍ سيُصبح قادراً على دخول وجهاتٍ جديدةٍ افتراضيةٍ كهواي وجُزر فيرجن وسيشيل وجزر المالديف وجامايكا وغيرها" باستخدام مثل هذا الجهاز. يُمكن للسائحين اتخاذ قراراتٍ مُستنيرةٍ بشكلٍ أفضل. وتستخدم العديد من المنتجات لمعارض الفنون التشكيلية تقنياتٍ من نوع الواقع الافتراضي لجذب الفنانين التشكيليين والجمهور. وعلى سبيل المثال، على الإنترنت يمكن للمرء أن يجد العديد من الفنادق كما في موقع www.showhotel.com ووجهاتٍ كما في www.virtualgettysburg.com التي تُقدّم "جولات افتراضية" (Wan, 2007)

غالباً، ما تكون هذه "الجولات الافتراضية" مُجرّد صور بانورامية لا تسمح بأيّ تنقّل مجاني، ممّا يعني أنّها ليست واقعيّاً افتراضياً فعليّاً، لكنّها لا تزال تكشف عن اهتمام بتقنياتٍ من الواقع الافتراضي. ودعا العديد من الباحثين إلى دمج مثل هذه الميزات التفاعلية في مواقع الويب الخاصة بمعارض الفنون التشكيلية (Vince, 2004); (Mahakis, etal, 2002); (Thomas & Carey, 2005). وهذه التوصيات مدعومة بأدلةٍ من دراساتٍ مُختلفة. فعلى سبيل المثال، استنتج أنّ التجارب الافتراضية قدّمت إعلانات أكثر فاعليةً من الكتيبات لكلّ من الحدائق والمتنزهات الطبيعية. كما استنتج (Thomas & Carey, 2005); (Vince, 2004) أنّ "جولة افتراضية" للصور البانورامية على موقع أحد الفنادق قد تُوفّر راحة نفسية للأفراد الذين يشعرون بالقلق من السفر. علاوة على ذلك، فإنّ النتائج التي تشير إلى أنّ المواقع المعروضة في الأفلام تشهد زيادة في معارض الفنون التشكيلية (Thomas & Carey, 2005). ويُمكن أن تؤدي زيارة مواقع المتاحف على الإنترنت إلى زيادة اهتمام الفرد بزيارة المتاحف الحقيقية (Wan, 2007)، (Thomas & Carey, 2005) إنّ هذا دليل غير مباشر على أنّ زيارة وجهات معارض الفنون التشكيلية في الواقع الافتراضي قد تُشجّع على زيارات حقيقية.

❖ وسائل الترفيه "Entertainment"

العمل كأداة تسويقٍ سياحيّ، يمكن أن تعمل أنظمة الواقع الافتراضي أيضاً بشكلٍ مباشرٍ كمناطق جذبٍ سياحيّ مُسليةٍ وقابلةٍ للتسويق. في الواقع، بدأ تاريخ الواقع الافتراضي مع براءة اختراع عام 1962 لجهاز يُدعى "Sensorama Simulator" الذي قدّم جولات مُسليةٍ ومحاكاةٍ للدراجات النارية عبر مدينة نيويورك، ممّا يُوفّر صُوراً ثلاثية الأبعاد، وصوتاً، ورياحاً، وروائح، واهتزازات لمقاعد (Thomas & Carey, 2004); (Vince, 2005). ومع تطوّر تقنية الواقع الافتراضي في وقتٍ لاحقٍ، استمرت صناعة الترفيه وصناعة ألعاب الفيديو على وجه الخصوص - في لعب دور كبير في هذا التطور (Williams & Hobson, 1994) وعلى الرغم من أن

العديد من تطبيقات الواقع الافتراضي الترفيهية مصممة للاستخدام المنزلي إلا أن تطبيقات أخرى، مثل عرض "التعليم الترفيهي Rewind Rome 3D"، قد تمّ إنشاؤه بالفعل أو سيتم إنشاؤه كمناطق جذب في معارض الفنون التشكيلية. مثال آخر على هذا الجذب هو Cyber Speedway في لاس فيجاس، حيث يقوم المُستخدم بالمناورة حول طريق سريع أو طريق افتراضي أثناء الجلوس في نسخة طبق الأصل من سيارة سباق مع شاشة ملفوفة حوالي 20 قدمًا (Hobson & Williams, 1995); (Thomas & Carey, 2005).

❖ التعليم "Education"

بصرف النظر عن كونه مُجرّد ترفيه، يُوقّر الواقع الافتراضي أيضًا إمكانات هائلة كأداة تعليمية. تم التعرف على الإمكانيات التعليمية للواقع الافتراضي من قبل المُعلّمين لسنوات عديدة (Jacobson et al, 2005). ووجدت الأبحاث بالفعل أنّ الواقع الافتراضي مفيد لتعليم الطلاب من مختلف الأعمار في مجموعة مُتنوّعة من الموضوعات، بما في ذلك التاريخ Mikropoulos. و يبدو أنّ هذه القدرة مستمدة من العديد من سمات الواقع الافتراضي المناسبة بشكل خاصّ للتعليم. على سبيل المثال، "يُمكن أن يكون نموذج الواقع الافتراضي وسيلة فعّالة لإيصال قدر كبير من المعلومات لأنه يُعزّز قدرات الإدراك المكاني الطبيعيّ للمُستخدم أيضًا (Jacobson et al, 2005)، (Mikropoulos, 2006)، كما تمّ التوصل إلى أنّ مشاعر الحضور التي قد يُحفّزها الواقع الافتراضي يُمكن أن تساعد في عملية التعلّم.

❖ إمكانية الوصول "Accessibility"

إنّ الفرصة المتاحة للباحثين لإعادة إنشاء المواقع الافتراضية المُختلفة يُوضّح الزيادة العامّة في "إمكانية الوصول" التي يُوقّرها الواقع الافتراضي لكلّ من الباحثين وعمامة الفنّانين التشكيليين والجمهور (Sundstedt, et al, 2004)، (Milgram, et al, 1994). بحكم هذا التعريف، إنّ الوصول يقتصر على العالم الافتراضي، ومع ذلك فهو بالتأكيد أفضل من أي بديل بخلاف الزيارة الفعلية، والتي قد تكون مُستحيلة في كثير من الحالات. على سبيل المثال، قد يكون موقع الفنون التشكيلية بعيدًا جدًّا، أو مُكَلِّفًا للغاية، أو غير مضياف للغاية، أو خطير جدًّا، أو هشّ للغاية، أو ببساطة لم يعد موجودًا. بالإضافة إلى توفير أفضل بديل مُمكن في مثل هذه السيناريوهات. ويُمكن للنماذج الافتراضية أيضًا أن تسمح بالتفاعل الفريد مع الأشياء التاريخية أو العناصر الهشّة الأخرى التي لا يُمكن التعامل معها في العالم الحقيقي (Paquet & Viktor, 2005).

❖ الحفاظ على التراث "Heritage preservation"

إنّ قائمة المواقع التراثية التي يُمكن الوصول إليها تقريبًا تتوسّع باستمرار، وقد تمّ بالفعل رقمنة عدد لا يُحصى من هذه المواقع في جميع أنحاء العالم بتقنية ثلاثية الأبعاد و في شكل نماذج افتراضية، على الرغم من إتاحة العديد منها للجمهور، إلى جانب تلك التي تمّت مناقشتها بالفعل، فإنّ بعض الأمثلة الأخرى التي لا حصر لها لمواقع التراث التي تمّ تقديمها على شكل نماذج ثلاثية الأبعاد تشمل تماثيل مايكل أنجلو لديفيد (Bernardini, et al, 2002) وأكثر من 150 منحوتة من البارثينون (Stangl & Weismayer, 2008) إضافةً إلى معابد أنغكور المُتنوّعة في كمبوديا (Kenderdine, 2004) والعديد من تماثيل تيرا كوتا ووريور من الصين

(Zheng & Zhang, 1999), (Zhang & Lam, 1999) ، وقلاع مختلفة في شمال إيطاليا، وسرداب بيزنطي كذلك في إيطاليا، و اللوحات الجدارية من مجمع هرم هواة من مصر القديمة (Reidsma, etal, 2001) .

4- هل الواقع الافتراضيّ بديل للفنون التشكيلية؟

من الطبيعي أن يتساءل المرء عن مدى تقبّل الفنّانين التشكيليين والجمهور هذه البدائل. وقد يتعاطف بعض الفنّانين التشكيليين والجمهور معا بهدف حفظ بديل الواقع الافتراضي، ولكن كما لوح (Paquet & Viktor, 2005) ، (Reidsma, etal, 2001) "يرغب معظم الأشخاص في رؤية الواقع". علاوة على ذلك، قد لا تكون العديد من جوانب تجربة معارض الفنون التشكيلية قابلة للتكرار بشكل كامل في الواقع الافتراضيّ (Brendan & Founder, 2020) "على سبيل المثال، كيف يمكن للواقع الافتراضيّ أن يحاكي بدقّة رائحة الرذاذ المحيط وتناثر مياه البحر على وجه المرء عندما يشارك المرء في تصفّح افتراضيّ؟ في الواقع، في استطلاع للرأي في 2001 شمل 31 طالبًا جامعيًا في أستراليا، رفض الطلاب بالإجماع تقريبًا احتمال استخدام الواقع الافتراضيّ كبديل للسفر الحقيقي، مُستشهدين بالقيود المنطقية كالاقتدار إلى العفوية وغياب فرص الاسترخاء و عدم القدرة على شراء الهدايا التذكارية (Song & Lee, 2002) . وبالمثل، قام سوسمان وفانيجان (Sussmann & Vanhegan, 2000) بالتحقيق في هذا الموضوع من خلال مسح 50 شخصًا في بريطانيا قضاوا إجازةً لمدة أسبوع واحد على الأقلّ خلال العام السابق. وخلص الباحثون إلى أن "دراستنا التجريبية المحدودة قد تشير إلى الإجماع الحاليّ في صفوف الفنّانين التشكيليين والجمهور في المملكة المتحدة على أنّ العُطلات الافتراضية لا يُمكن أن تحلّ محلّ تجربة العطل الحقيقية، بغضّ النظر عن المضايقات الظاهرة والمخاطر البيئية على الوجهات.

❖ أصالة المعارض الفنية الافتراضية "The authenticity of virtual art

"exhibitions

سيكون تصوّر المُستخدم عن أصالة تجربة الواقع الافتراضيّ أحد العوامل التي تُؤثّر على قبوله لها كبديل للواقع الافتراضيّ. ومن الواضح أنّ تجارب الواقع الافتراضيّ غير أصلية بطبيعتها إذا قام أحد بتقييمها بتقييم موضوعيّ قائم على معايير الأصالة، إذ يُعرف باسم "الأصالة الموضوعية" (Cho, etal, 2002) . ومع ذلك، عندما يقوم المُستخدم بتقييم مصداقية بديل مُحتمل للواقع الافتراضيّ، سيكون ذلك هو إدراكه الشخصيّ لمصداقية البديل هذا وثيق الصلة. إنّ هذا التصوّر عن الأصالة، المعروف باسم "الأصالة البناءة" (Cho, etal, 1988) (Cohen, 2002) تمّ توضيحه في مجموعة مُتنوعة من الدراسات (Gilbert & Powell, 2002) (Gimblett, etal, 2001), (Goodall, etal, 2004), (Chhabra, 2005), (Littrell, etal, 1993), (Cignoni & Scopigno, 2008) .

5- ماهي دوافع الفنانين التشكيليين والجمهور وقيودهم؟

سيتأثر استعداد الفرد لقبول بديل الواقع الافتراضي بالدوافع الكامنة وراء رغبته/رغبتها في تجربة مُعيّنة. وغالبًا ما يسافر الفنانون التشكيليون والجمهور من أجل المتعة، ولكن قد يمتلكون أيضًا مجموعة متنوعة من الدوافع الأخرى الأكثر تعقيدًا، (Wall & Mathieson, 2006). قد تشمل هذه الدوافع عوامل الدفع الشخصية، كالرغبة في الهروب من روتين الفرد اليومي أو البحث عن الإثارة أو التجديد أو الانخراط في التفاعل الاجتماعي (Brendan & Founder, 2020).

6- ماهي حالة تقنية الواقع الافتراضي؟

على الرغم من أن الفرص التي يُوفرها الواقع الافتراضي لقطاع معارض الفنون التشكيلية كبيرة جدًا إلا أن العديد من الأسئلة والتحديات لا تزال قائمة في ما يتعلق بأدوار الواقع الافتراضي المُستقبلية لمعارض الفنون التشكيلية. على سبيل المثال، على الرغم من أنّ تقنية الواقع الافتراضي ستستمرّ في التطور، من الصعب التنبؤ بمستوى التقدّم الذي ستُقدمه التقنيات المُستقبلية. وتسمح التقنيات الحالية بالفعل بإخراجًا بصريًا وسمعيًا عالي الجودة وإعادة إنشاء المواقع الحالية بدقة. ومع ذلك، حتّى في هذه المجالات، لا يزال يتعيّن إجراء العديد من التطورات، مثل العرض في الوقت الفعليّ للأفكار المُتحرّكة ذات الصور الواقعية والمحاكاة السهلة والدقيقة للمرحلة الصوتية للفرد. علاوة على ذلك، تظلّ قُدرة الواقع الافتراضي على تحفيز الحواس الثلاثة الأخرى بدائيةً إلى حدٍ ما. ومن غير الواضح مدى التقدّم الممكن في هذه المجالات. ولا يزال بإمكان البيئة الافتراضية VE التي يكون فيها المُستخدم غير قادرٍ تمامًا أو في الغالب على الشعور أو الشمّ أو التذوّق أن يقدم استخدامات لا تُعدّ ولا تُخصى. ولكنّ فائدته محدودة بشكل واضح. هذه القيود مُهمّة بشكل خاصّ عند النظر في احتمالية بدائل معارض الفنون التشكيلية للواقع الافتراضي، ولكن من المُهمّ أيضًا تذكّر القيود عند التفكير في استخدامات أخرى أبسط للواقع الافتراضي. وعلى سبيل المثال، (Bishop & Gimblett, 2000) الذي استخدم الواقع الافتراضي لاختبار تفضيلات المناظر الطبيعية بين الأفراد الذين يتنقلون في المسارات الافتراضية، لاحظ أنّ الافتقار إلى ردود الفعل الملمسية يمكن أن يقلل من دقة البيئة الافتراضية. (Bishop, etal, 2001). (Brendan & Founder, 2020) لأنّ اختيار المسارات الشاقّة في البيئة الافتراضية لا يتطلّب نفس الجهد البدنيّ الذي كان سيحصل عليه نفس الاختيار أثناء نزهة حقيقية. بالإضافة إلى ذلك، من الصعب التنبؤ بالتطورات في تقنية BCI غير الغازية أو تطوير أجهزة الإخراج مُتعدّدة المُستخدمين في المستقبل، وقد يكون أي من هذه التقنيات مناسبًا تمامًا للعديد من تطبيقات معارض الفنون التشكيلية. على الرغم من عدم وجود داعٍ للشكّ في أنّ التطورات التكنولوجية المُستقبلية ستسمح بتجارب واقع افتراضيّ أكثر واقعية من تلك المُمكنة حاليًا، فإنّ التكنولوجيا المُتاحة ستضع دائمًا قُيودًا على ما هو مُمكن (Gaitatzes, etal, 2006), (Gaitatzes, etal, 2001) ومع تقدّم تقنية الواقع الافتراضيّ أيضًا، قد تُؤدّي هذه التطورات في حدّ ذاتها إلى تحدياتٍ مُختلفة. فعلى سبيل المثال، أشار كلّ من (Addison, 2000) ، (Addison, 2007) إلى أنّ بيانات الواقع الافتراضيّ المستخدمة للحفاظ على التراث قد يكون لها عمر أقصر من السجلات الملموسة كالكتب أو الصور الفوتوغرافية. على الرغم من كونه غير بديهيّ، إلا أنّ المشكلة تكمن

في أن بيانات الواقع الافتراضي غالبًا ما تُخزَّن في تنسيقات يمكن أن تُصبح عتيقة بسرعة، ممّا يجعل الوصول إلى البيانات غير مُمكنٍ. بالإضافة إلى ذلك، قد تكون تطبيقات الواقع الافتراضي المتقدمة تُظهر الكثير من "الحداثة" لدرجة أنّها تفتشل في أداء وظائفها بفعالية. في تخطيط الفنون التشكيلية التشاركي، على سبيل المثال، يُمكن إقناع أعضاء المُجتمع بحداثة الواقع الافتراضي بدلاً من مزايا الخطط التي يُقدّمها. في الواقع، أعاد (Stangl & Weismayer, 2008) إنشاء فندق نمساوي في SL ووجدوا أنّ الأفراد الذين ليسوا على دراية بـ SL شاهدوا إعادة انشاءه بشكل أكثر إيجابية من موقع الفندق، بسبب "تأثير الجودة"، بينما لم يعرض مستخدمو SL مثل هذا التمييز في المواقف. وبالتالي، يُمكن استخدام تقنية الواقع الافتراضي عن عمد لإقناع أعضاء المُجتمع بقبول خطة مُحددة (Heldal, 2007).

7- ماهي كيفية إعادة ابتكار العالم في الواقع الافتراضي؟

على الرغم من أنّ إعادة إنشاء المواقع في الواقع الافتراضي قد تُوقر فُرصًا تعليمية لا تُعدّ ولا تُحصى، إلا أنّه قد يتمّ قبول أية أخطاء مُحتملة في هذه المواقع الافتراضية على أنّها حقيقة. "الأفكار المُجرّدة التي تجعلها مرئية قوية بمعنى أنّها تُقدّم تفسيراتٍ بطرق مُقنعة للغاية"، وبالمثل، تساءل، "إلى أيّ مدى يذهب التفسير الفنيّ قبل أن يعيق الدقة التاريخية ويقنع زائرًا افتراضيًا شابًا أنّ التاريخ شيء ليس كذلك في الواقع؟" (Gaitatzes, etal, 2001), (Gaitatzes, etal, 2006). في الواقع، هذه المشكلة ذات صلة بشكل خاصّ بإعادة الإبداع التاريخية لأنّ عمليات إعادة الإنشاء هذه قد تمثل ببساطة فترة زمنية محددة واحدة أو تفسيرًا واحدًا مُحدّدًا للماضي. لذلك فإنّ المشاهدين الذين لا يُقدّرون مثل هذه الظروف سيتمّ تضليلهم (Jacobson & Holden, 2005) (Hobson & Williams, 1995), (Heldal, 2007), (Hogan & Fox, 2005). علاوة على ذلك، فإنّ العديد من عمليات إعادة إنشاء الواقع الافتراضي، مثل المواقع التي أعيد إنشاؤها من قبل أعضاء SL. لا يُشرف عليها الخبراء، وعلى الرغم من أنّ الناس يُفترض أنّهم سيكفونون مُتشككين في صحّة مثل هذه النسخ، إلا أنّ المُشاهدين قد يتعرّضون للتضليل بسبب عدم الدقة (Horsnell, 2005) (Hobson & Williams, 1995), (Heldal, 2007).

8- ماهي بدائل الواقع الافتراضي؟

تساءل هوبسون وويليامز (Hobson & Williams, 1995)، "هل هو ترفيه عندما يُمكنك تجربة السفر حول جبال الهيمالايا من خصوصية غرفة المعيشة الخاصة بك، أم أنّها الواقع الافتراضي؟" تُشير العديد من تعريفات معارض الفنون التشكيلية الحالية إلى نوع من الحركة المادية (Wall & Mathieson, 2006). ويبدأ تعريف معارض الفنون التشكيلية المتفق عليه في عام 2000م من قبل العديد من المنظمات الدولية، بما في ذلك الأمم المتحدة ومنظمة معارض الفنون التشكيلية العالمية، "تشمل معارض الفنون التشكيلية أنشطة الأشخاص الذين يُسافرون ويُقيمون في أماكن



الشكل رقم (1). "مارتين سيمز. أ، من خلال، فقط، 2016م. تركيب فيديو"
"Martine Syms. A, The, Through, Only, 2016. Video Installation"

خارج بيئتهم المعتادة" (Wall & Mathieson, 2006) ، بناءً على هذا التعريف، لن يتم اعتبار استخدام بديل للواقع الافتراضيّ إلاّ إذا سافر المُستخدم لاستخدام الواقع الافتراضيّ.

9- هل أثّرت جائحة كورونا على

زخم الفنّ وأهميته؟

إذا كان هناك شيء واحد لم يتغيّر أثناء جائحة فيروس كورونا، فهو زخم الفنّ

وأهميته. وربما تكون عمليّات الإغلاق في جميع أنحاء العالم قد أوقفت زيارات المتاحف الشخصية في الوقت الحاليّ، ولكن لم تتوقف صناعة الفنّ. وتستمرّ المتاحف وصالات العرض في جميع أنحاء العالم في عرض المجموعات، الآن فقط مع لمسة من الذكاء الرقميّ لم يتم استغلالها من قبل. ومن نيويورك إلى دلهي، إليك بعض المعارض الرقمية الأكثر ابتكارًا في العالم والتي أعادت تعريف التجربة. إنّ سلسلة العروض الافتراضية لمتحف الفنّ الحديث في نيويورك حيّة و في صحّة جيّدة أثناء الإغلاق. كل أسبوع، يستضيف سلسلة من العروض الافتراضية والمعارض عبر الإنترنت مع الجماهير في جميع أنحاء العالم. وتشمل "المعارض



الشكل رقم (2). © "لُبينا حميد. بين الاثنين قلبي متوازن، 1991م. طلاء أكريليك على قماش. قدمها رعاة الفن الجديد (صندوق الشراء الخاص) من خلال مؤسسة تيت غاليري، 1995م
© Lubaina Himid. Between the Two My Heart is Balanced, 1991. Acrylic paint on canvas. Presented by the Patrons of New Art (Special Purchase Fund) through the Tate Gallery Foundation, 1995

المؤثرة "vexhibitions" لفيديو حيّ "VideoLives"، ويشمل عرضًا تقديميًا لمقاطع الفيديو التي تعرض أعمالاً "MartineSyms" وتستكشف التحوّل الجذريّ للصورة المتحركة (. (Brown, 2020) كما هو مُبيّن في الشكل رقم (1).

بينما لا يزال معرض "Tate Modern, London" مغلّقًا في لندن، يتمّ تشجيع الجمهور على استكشاف مجموعته الضخمة الرقمية بدقة. من الأعمال العاطفية للرسم لُبينا حميد "Lubaina Himid" الى أعمال أوائل القرن العشرين لصانع الطباعة

البولندي يانكل أدلر "Jankel Adler"، حيث تضمّ مجموعة تيت الرقمية أكثر من 4000 فنان، وهو أكثر من كافٍ للحفاظ على الروح الإبداعية (Brown,2020) كما هو مبيّن في الشكل رقم (2).

كما يرتقي بتجربة ألبوم الصور الرقمية إلى معرض السفر السريع في "Gabriel & Guillaume, New York" وهو جولة افتراضية تنقل المشاهدين عبر بنتهاوس تاريخي في نيويورك الذي فتح أبوابه لأول مرة في عام 1925م. وتجمع الجولة بين الفن المعاصر والقديم مع البراعة المذهلة، حيث تأخذ المشاهدين في رحلة نابضة



الشكل رقم (3). يانكل من "Gabriel & Guillaume، 2020
Courtesy of Gabriel & Guillaume, 2020



الشكل رقم (4). Somphong Adulyasarapan. أرض مقسمة ،
1981م. زيت على قماش
Somphong Adulyasarapan. Land Divided, 1981. Oil
on canvas

بالحياة وعروض الفن والتصميم، من أعمال أيقونات القرن العشرين "20th-century icons" جيو بونتي و كارلو بوجاتي "Gio Ponti and Carlo Bugatti" إلى عروض الفنان زاهي حديد (Buhalis,2003) (Brendan & Founder ,2020) كما في الشكل رقم (3)

❖ متحف الفن المعاصر،

Museum of Contemporary Art, Bangkok"

حقق متحف الفن المعاصر " Bangkok's MOCA" في بانكوك استفادة كاملة من التكنولوجيا من خلال التعاون مع Google في معرض رقمي: تجاوز الرسام التايلاندي سومفونج أدوليا

سارافان "Somphong

Adulyasarapan" الذي كان رفيق مثالي إلى سريلالية "لحظتنا الحالية"،

"Adulyasarapan's kaleidoscopic" التنوع في الخيالية الغنية بالرمزية التي تُصوّر بأجزاء

متساوية من الانهار والرعب ، للمستقبل الذي قد نبنيه (Brown,2020) (Brendan & Founder ,2020)

كما في الشكل رقم (4).

❖ مجلس ، لوس أنجلوس " The Broad, Los Angeles"



الشكل رقم (5). يايوي كوساما. غرف Infinity Mirrored Rooms، 2020م. التثبيت ، 2017
Yayoi Kusama. Infinity Mirrored Rooms, 2020. Installation, 2017

إنّ من أولويّات هذا المحور للفنّ المعاصر في لوس أنجلوس، مُواصلة رعاية المجتمع الإبداعي من خلال مبادرة " The Broad, Los Angeles"، والتي تُقدّم سلسلة من الأحداث الرقمية التي تتراوح بين المُحادثات مع المُنتسقين و بدايات فنّ الصوت والفيديو، مثل Infinite Drone، وهي لعبة غامرة تمّ إنشاؤها كامتداد لمعرض الفنّان الياباني Yayoi Kusama، Infinity Mirrored Rooms. ((Brown,2020 كما في الشكل رقم (5).

❖ متحف فريدا كاهلو ، مكسيكو سيتي Museo Frida Kahlo, Mexico City

يُكرّم متحف فريدا كاهلو "Museo Frida Kahlo" من مكسيكو سيتي "Mexico City" الرسّامة المكسيكية Frida Kahlo وأعمالها الرمزية الغنيّة في جميع أنحاء المعرض، ومن الصّدف أنّه نفس المبنى الذي وُلدت وتوفى فيه الفنّانة. وطبق فكرة الجولة الافتراضية "virtual tour" إلى نهايتها المنطقية وقام المتحف برقمته كلّ ركن من أركان المتحف بوضوح بلّوري، دون ترك أيّ جدار أو عمل فنيّ غير مُصوّر (Brown,2020). كما في الشكل رقم (6).



Museo Frida Kahlo, 2020
الشكل رقم (6).

10- كيف يمكننا التفكير في الفن في ظلّ جائحة كورونا بأثناء العالم؟ تأسّس هذا المعرض الشامل عبر الإنترنت. وأنشأه كلّ من باربرا بولاك "Barbara Pollack" وأن فيرهالن "Anne Verhallen" في ذروة الوباء. ويحتوي أعمالاً لأكثر من 60 فنّاناً ومُفكّرًا حول العالم تحت موضوع واحد مُوحّد: صناعة الفنّ في أوقات الأزمات. يُعدّ العرض جزءًا من المعرض، ومنصّة جزئية لتبادل الأفكار

المُحيطة بالعزلة، والمجتمع والسياسة. ويتضمّن أعمالاً "للين هيرشمان ليسون" Lynn Hershman Leeson ، وجانيت بيجز "Janet Biggs" ، ومياو يينغ "Miao Ying" ، ودريد سكوت "Dread Scott" ، من بين آخرين ، (Brendan & Founder, 2020) (Brown,2020) كما هو مُبيّن في الشكل رقم (7).



❖ معارض " Hauser & Wirth

عن بعد

يتمّ تحقيق توازن دقيق بين الفنّ الرقميّ والمألوف في معارض " Hauser & Wirth's online exhibitions" عبر الإنترنت، والتي استغلّ فيها المعرض تنوّع مقاطع الفيديو والمقابلات وحتىّ قوائم تشغيل الفنانين لإنشاء تجربة غامرة. ويبرز هنا عرض لصور المناظر الطبيعية للمُصوّر الصُحفيّ دون

ماكولين "DonMcCullin's landscape images stand" في تناقض حادّ مع توثيقه الجذّاب للكوارث

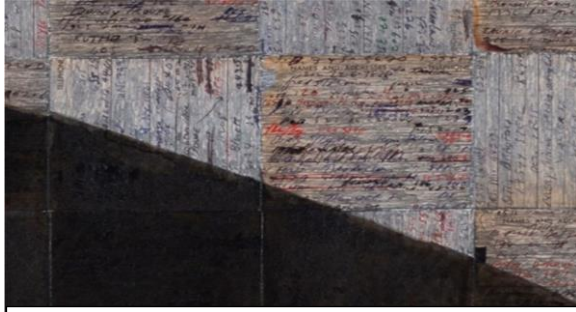


الشكل رقم (8).دون مكولين. الطريق إلى السوم ، فرنسا ، 1999م
Don McCullin. The Road to the Somme, France, 1999
Don McCullin's The Stillness of Life is on view at Hauser & Wirth Somerset through September 6.

الإنسانيّة الكبرى. وتستحضر صور مكولين " McCullin's" السكون الّذي يمكن العثور عليه وهو يشقّ فوضى كل لحظة (Brown,2020). كما في الشكل رقم (8).

كما تغلب ليمان موبين " Lehmann Maupin" في نيويورك على التحدّيات الّتي تُواجهها الأبعاد الثنائيّة. وتُشكّل غرف المُشاهدة الخاصّة بهم عبر الإنترنت معارض حاليّة وسابقة بتنسيق رقميّ واسع مليء بالتعليقات والاقتراسات الفنيّة. يعرض المعرض

الرقميّ الأحدث للمعرض، ومنها "الشفاء" عمل ماك آرثر بينيون "McArthur Binion" و المشغولات اليدوية



الشكل رقم (9)، مكارثر بينيون. شفاء: عمل ، 2020م. جرافيت ، حبر ، ورق. بيان من ليما موبين
McArthur Binion. healing:work, 2020. Graphite, ink, and paper. Courtesy of Lehmann Maupin
Healing:work by McArthur Binion is on digital view through July 17

للفنان إذ ترسّم طبقات " McArthur Binion " أشكالاً هندسيّة مع وثائق شخصية وصورًا لاستحضار الروحانيات من خلال موضوعات الجِداد والاتحاد (Gaitatzes, etal, 2006). (Gaitatzes, etal, 2006) كما في الشكل رقم (9).

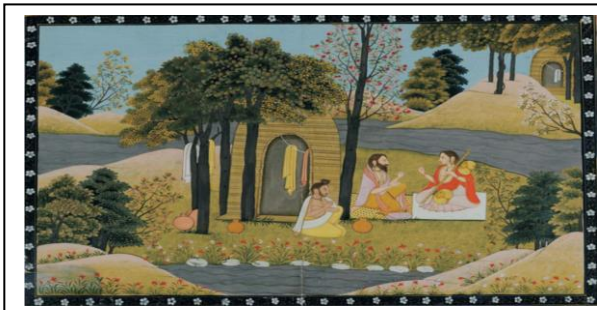
❖ المتحف الوطني

نيودلهي "National Museum, New Delhi"

من فنّ الخطّ في القرن الرابع عشر إلى مخطوطات ديكان " Deccan manuscripts المنسوجات والأعمال المعدنية من القرن التاسع عشر، نظّم متحف نيودلهي الوطني مجموعةً من المعارض عبر الإنترنت التي تُقدّم للمُشاهدين نظرة عميقة لبعض الأعمال الفنيّة الأكثر جاذبيّة في المتحف. وتجدر الإشارة إلى معرضها الجذاب تحت عنوان النورس " Nauras " الذي يضمّ مجموعة من أكثر من 100 قطعة مرسومة من ثقافات سلطنة ديكاني " the Decani Sultanates " التي يعود تاريخها إلى القرن الخامس عشر (Brown,2020) كما في الشكل رقم (10).

يعد الفنان حسين نوح متعدد المواهب إذ يكتب المسرحية والرواية والمسلسلات التلفزيونية والمقالات النقدية إضافة إلى إبداعاته في الفنّ التشكيليّ .

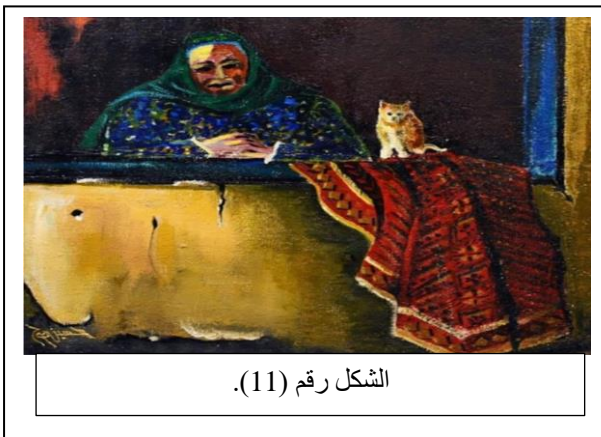
(Mustafa, 2020) كما في الشكل رقم (11).



الشكل رقم (10)، بيان من المتحف الوطني ، نيودلهي (Brown,2020)
(Courtesy of National Museum, New Delhi (Brown,2020

تشكّل أحاسيس الفنانين عبر تعدّد الألوان وزوايا الرسم (Mustafa, 2020) كما أنّ الحاجة إلى التحديث ضرورية. إنّ الحاجة هي أمّ الاختراع والدافع إلى الابتكار والمُحرّض على التجديد. إنّ الحاجة لازمة لتحقيق

التطوّر والدافع الأكبر إلى استحداث أساليب جديدة. فالفنّ يُشبه العلم، حيث تولد موجات التطوّر والانتقال من مرحلة إلى أخرى في ظلّ الظروف الاستثنائية. التقت جريدة "العرب" الفنّان المصريّ "حسين نوح" في حوار حول تجربته مع المتغيّرات الحاصلة اليوم (Mustafa, 2020) (كان مفاده أنّ ظروف جائحة كورونا رسمت القلق والحزن على وجوه البشر وألزمتهم



الشكل رقم (11).

بالتباعد والانعزال وكان ذلك دافعا إلى ميلاد أنماط جديدة من المعارض لم تكن مطروقة في مجال الفنّ التشكيليّ من قبل، وهي ظاهرة المعارض الافتراضية أو الإلكترونية كما يحلو للبعض تسميتها (Gaitatzes, Mustafa, 2020) (Mustafa, 2020) (Gutierrez, et al, 2008) (etal, 2001) إنّ الفنّان التشكيليّ المصريّ حسين نوح، واحد من الذين اهتمّوا ورّجوا إلى المعارض الافتراضية. وله تجربة في دار الأوبرا المصرية، عندما أطلق معرضا مُجبرًا بالتكنولوجيا الحديثة استخدم كثيرًا في ظلّ التباعد الاجتماعيّ لتُعرض لوحاته على الجمهور على نطاق أوسع. (Mustafa, 2020)

11- هل لجائحة كورونا تأثيرات واسعة على مجال الفنّ؟

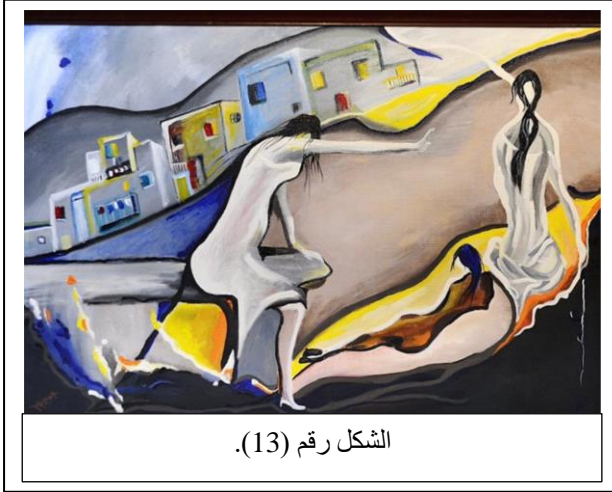
ذكر حسين نوح في حوارهِ مع جريدة "العرب"، إنّ نجاح معرضه الافتراضيّ الأول واتساع ردود الفعل عليه وتجاوز نطاق تأثيره، ليس مُعتادًا في معارض الفنّ التقليديّة مُؤكّدًا أنّ معارض الفنون الافتراضية ظاهرة صنعتها ظروف الجائحة، لتبقى وتزدهر وتستمر حتى بعد انقشاع الوباء تماما (Mustafa, 2020). كما هو مُبيّن في الشكل رقم (12).



الشكل رقم (12)

ويلفت نوح إلى أنّه لا يتصوّر أنّ الألوان وحدها يُمكنها التعبير عن السعادة والشقاء، فهناك ألوان تتناسب مع موضوع ساخن مثل درجات اللون الأحمر، وأخرى تتناسب أكثر مع الهدوء والسكينة، مثل درجات الأخضر (Mustafa, 2020). ويذكر أن الفنان الحقيقي هو الذي يصور ما يراه ويعيشه ويشاهده، لكنه يفعل ذلك بحسّ جماليّ وبصمة شخصية تحمل إبداعاً، لذا يهتم بتصوير البشر المحيطين به، والمزارع، والحياة الصاخبة، والأعراس والمآتم، والبحر والنهر، والناس جميعاً (Brendan & Founder, 2020). (Mustafa, 2020)

12- هل لفترة جائحة كورونا تأثيراتٌ جماليّة يُعبّر فيها الإنسان عن أحاسيسه؟



الشكل رقم (13).

في لوحات معرض حسين نوح الأحدث "رغم الأزمة" يتّسع حضور المرأة كنموذجٍ مُقاوم لكلّ شعور سلبيّ أو قيمة مرفوضة، فتبدو لوحة "السيدة وقطّتها" كمشهد مُعتاد في الأحياء الشعبيّة بمصر، إذ تنعم القطّة بطمأنينة النظر إلى الناس السائرين في الشارع، مُقلّدة صاحبة البيت التي تتابع بنظراتها ما يدور من شرفتها، حين تُطلّ من فوق على صخب معتاد لا تُبدي ارتياحاً له.

(Mustafa, 2020) وثمة ملاحظة مُتكررة في صور النساء لدى حسين نوح تتمثّل في تصويرهنّ ناظرات دوماً إلى أسفل، وكأنّه يؤكد فكرة انكسار المرأة في المجتمعات الشرقيّة وتعرّضها للاضطهاد والنظرة الدونيّة التي تعتبرها أحياناً قطعة من لحم أو كائنات من الدرجة الثانية (Mustafa, 2020). وهنا حضور للمرأة كما في رقم (13).

يُمكن للألوان أن تُصنع الجمال لدى الفنّان التشكيليّ مثلما هو الحال مع الكلمات لدى الروائيين والشعراء ولحظات الحزن والشجن التي يسعى الفنّان إلى رصدها، يختار لها وجوه نساء يجدهن أكثر صفاءً وصِدْقاً بما يتناسب مع تقديم ذلك الحُزْن الإنسانيّ دون افتعال، وهي ثيمة واضحة في الكثير من أعماله الأخيرة، قائلا: "الفنّان يمرّ بعدة مراحل في حياته، يتطوّر معها، ويكتسب خبراتٍ ومهاراتٍ مُتراكمة تساهم في صناعة قيمته وتأثيراته، غير أنّ هناك سمات تبقى راسخة مع كلّ فنّان طوال مشواره الإبداعي (Mustafa, 2020). كما يُكاد نوح على أنّ الفنّ وحده هو القادر على إصلاح المُجتمعات العربيّة في المرحلة القادمة، والتصديّ للإرهاب



الشكل رقم (14). (Haitham, 2020)

والعنف، وواد التطرف الدينيّ وإنصاف المرأة ومُقاومة الخرافة. فمن المستحيل أن يتحوّل شخص تعلّم الموسيقى في صغره إلى إرهابيّ أو قاتل. ولا يُمكن لامرأة تهوى الرسم أو تعزف البيانو اعتقاد أنّ أزمة حياتها في ظهور شعرها، فالفنّ يُهدّب النفس البشرية (Mustafa, 2020). (Haitham, 2020) كما

في الشكل رقم (14).

دفعت جائحة كورونا الفنّانين

التشكيليّين كغيرهم إلى الهروب من واقع الإغلاق الذي يفرضه الوباء وإلى تنظيم معارضهم على الإنترنت في محاولةٍ للتعايش مع الأمر الواقع خلال الفترة التي تستلزم اتّخاذ تدابير احترازية ووقائية لكبح جماح فيروس



الشكل رقم (15). (Haitham, 2020)

"كوفيد-19 (Haitham, 2020) وينطلق مساء الإثنين، معرض افتراضيّ لجاليري "مسات للفنون بعنوان "دعوة للتناول"، وذلك عبر صفحته الرسميّة على "فيسبوك" ويستمر حتى 28 يونيو/حزيران 2020م.

وتدور رسالة المعرض حول تسليط الضوء على دور الفنّ التشكيليّ في بثّ الأمل والتناول حُصُوصاً في أوقات الأزمات، ويُشارك فيه 27 فنّاناً تشكيليّاً. وتُقام هذه المعارض بالتقنية ثلاثيّة الأبعاد 3D لتقديم

تجارب مُتفرّدة، ومن بينها معرض للفنانة المصرية هنا حلبي صاحبة ومديرة جاليري "جاردن أوف أرت"، وأقيم نهاية مايو/أيار 2020م. ، بعنوان "روح الشباب"، وضمّ 38 لوحة لـ 27 فناناً شاباً. وكان الدكتور صلاح المليجي، رئيس قطاع الفنون التشكيلية الأسبق في مصر، شارك بأربع لوحاتٍ من الأكريليك على الكانفاس في المعرض الجماعيّ الذي عنوانه "الفنّ ينشر الأمل" عبر الإنترنت، مطلع أبريل/نيسان 2020م (Haitham, 2020). نظّمت الفنانة التشكيلية شيرين بدر، بالتعاون مع الموقع الدوّليّ "Euro Arab Art Today"، بهدف التشجيع



الشكل رقم (16). (Haitham, 2020)

على المشاركة الفنيّة واستمرار الإبداع خلال فترة الحظر والعزل. كما في الشكل رقم (15).

وبعنوان "رغم الأزمة"، عرّض الفنّان التشكيليّ حسين نوح، أعماله الجديدة من خلال معرض تشكيليّ افتراضيّ عبر الإنترنت في أبريل/نيسان 2020م، واستمرّ لمُدّة خمسة أيّام (Haitham, 2020). يقول الفنّان التشكيليّ الدكتور طه القرني أنّ النشاط التشكيليّ تأثّر

كثيراً خلال فترة الإغلاق وتراجعت الأعمال بصورة واضحة جعلها "محدودة" للغاية. وأضاف القرني لـ"العين الإخبارية" أنّ عدداً كبيراً من الفنّانين التشكيليّين يتطلّعون إلى إقامة أوّل معارضهم بعد انتهاء الأزمة، لكنّ المؤشّرات تؤكد أنّ الفترة المُقبلة ستكون للمعارض الافتراضية (Haitham, 2020). كما في الشكل رقم (16).



الشكل رقم (17). (Haitham, 2020)

وتابع أنّ الحديث عن أيّ أعمال تتناول الأزمة حالياً لن تكون مُكتملة النضوج، لافتاً إلى أنّ هناك أكثر من رؤية متداولة بشأن "ماذا بعد انتهاء الأزمة"، لكن تناولها لن يكون بالأمر الهين، إذ إن الأحداث الضخمة المؤثرة في حياة الشعوب تحتاج من الوقت ما يسمح لها بالاكتمال والنضج في عقل المبدع بشكلٍ عامّ، لتخرُج للمتلقي في صورتها الحقيقية

والمُعبرة عن قوّة وحجم الحدث. وأوضح أنّ فكرة المعارض التشكيلية الافتراضية "بسيطة" وهدفها المشاركة بعيداً عن الإنتاجية والربحية، لكن يلزم الأمر جدية في العمل من أجل تأصيل وتأريخ المرحلة (Haitham, 2020). وأشار إلى كونها فكرة لا تصلح كبديل للمعارض الواقعية، لأنّ الأخيرة فيها من المشاركة ما يُحقّق معادلة العرض والتناول والتفاعل الجمهوري. كما في الشكل رقم (17).



كما أنّ معارض الفنّ التشكيليّ "أونلاين" رمزيتها أضعف وتعدّ محاولات وتجربة مُصغّرة للمعارض الواقعيّة. وعن رؤيته لطبيعة الأعمال التشكيلية في هذه المرحلة، قال القرني: "أرى أن نأخذ التجربة لزاوية بعيدة تماماً عن السلبية، وتعزيز فكرة الطموح والبهجة، وإلّا كلّ ما سيخرج سيكون مُجرّد إرهابات لفكرة أو حدث غير مُكتمل النضوج". أما عن أعماله الأخيرة، فقال: "أعمل منذ فترة

طويلة على مشروعِي الخاصّ (رسم من مصر) ومن المُقرّر أن يخرج للنور مطلع العام الجديد، وإذ تطرقت لزاوية الأزمة الحالية سيكون من خلال حالة الوجد والإنسانيّة، لأنّ المشهد العامّ مُربكٌ ومُخيف ومُختلف وتفنيده يحتاج وقتاً أطول (Haitham, 2020) كما في الشكل رقم (18).

وقال الفنّان التشكيلي الدكتور صلاح المليحي: إنّ معارض الفنّ التشكيليّ الافتراضية تُعتبر "حلاً مؤقتاً" لحين عبور الأزمة، مُوضحاً أنّها مُرضية وكافية للطموح خصوصاً في هذه الآونة (Haitham, 2020). وأضاف: "إنّ معارض الفنّ التشكيلي ليست مُجرّد صالة كبيرة لعرض اللوحات، لكنّ الأمر يحتاج لمزيد من التفاعل والمشاركة مع النُقّاد والفنّانين والإعلاميين، ولذا المنظومة الآن ناقصة بشكلٍ واضح للغاية، خضت التجربة، وشاركت مع أصدقاء لي مُؤخراً، عبر أحد تطبيقات التواصل الاجتماعيّ، وكان ذلك في بداية أزمة كورونا. وعرضت الأعمال افتراضياً في معرض فنّ تشكيليّ بإيطاليا (Haitham, 2020) وأوضح أنّ الجائحة الحالية حدث عظيم ومؤثّر في تاريخ البشريّة، وإلى الآن لم تنته الأزمة، والتجربة تستلزم تناوُلًا فنيّاً لوقتٍ أطول، ومرحلة أخرى تكون أكثر إلهاماً وليس إيلاماً. كما أنّه يعمل الآن على مشروعه الخاصّ "رجل الصبّار"، إذ بدأ في رسم أولى لوحاته قبل بداية أزمة كورونا (Haitham, 2020).

13- هل يوجد نتائج للتحوّلات العصريّة خلال كورونا؟

في الوقت الذي يسود المشهد العام في العالم، فكرة ممارسة الحياة خلال واقع ما بعد جائحة كورونا، لا تزال ساحة الفنّ التشكيليّ تعيش ما يطلق عليه البعض «المرحلة الضبابية»، حيث لم تعد نسب إقبال رواد المعارض الفنيّة إلى مُعدّلاتها المأمولة، وفضّل الكثيرون تأجيل افتتاح معارضهم حتّى إشعار آخر، منتظرين حلولاً من شأنها أن تُعيد تنشيط الساحة وتُسهم في عودة الغاليريّات الفنيّة ومراكز الفنون، خاصّة في ظلّ انخفاض حالات الإصابة بفيروس كورونا، وإعلان الهيئات الثقافيّة في الدولة إعادة افتتاح المتاحف والوجهات الثقافيّة.

وطرح فنّانون وأصحاب غاليريّات فنيّة، حيث «الرؤية» قد استطلعت آراءهم، 5 حلول لتفعيل خارطة الفنّ التشكيليّ والمواسم الفنيّة بعد زوال جائحة كورونا، ومنها: الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية وإقامة المعارض الافتراضية حتّى يُسمح بعودة التجمّعات وإعادة منهجة الفنون التشكيلية والبصريّة في ضوء تحوّل المساحات

الأكاديمية إلى الفضاء الافتراضي عن بُعد، إلى جانب تحديد عدد الزوار من خلال التسجيل المسبق أو في صورة مجموعات لا تزيد على 5 أفراد، وإعادة استقدام أعمال فنية من خارج الدولة عبر الخطوط الجوية، إضافة إلى التوسّع في السماح للسيّاح بزيارة المراكز الفنية والغاليريهات من جديد، وفق الاحترازمات الصحيّة المعمول بها (salma, 2020)

❖ خارطة جديدة

قال الفنّان التشكيلي والمُصوّر والنحات الإماراتي مطر بن لاحق، إنّ الفترة المُقبلة بعد زوال جائحة كورونا ستشهد فيها الفنون التشكيلية والبصريّة إعادة بناء خارطة جديدة تختلف تمامًا عمّا كانت عليه قبل ظهور فيروس كورونا المُستجد، وستُركّز على ضرورة إعادة منهجة نظام التعليم عن بُعد في المساحات الأكاديمية التي تخدم الفنون والإبداع البصري والتشكيلي. (Brendan & Founder, 2020), (salma, 2020). وأشار إلى أنّه يُخطّط لإعادة افتتاح الغاليري الخاصّ به في أغسطس المُقبل تزامنًا مع عودة الموسم الفنيّ الجديد، مُؤكدًا أنّه سيعمل على إعادة صياغة منظومة فنية خلال الفترة الحاليّة والتي تتطلّب تركيزاً وتُدخل الجميع في حالة تأهب لما هو قادم (salma, 2020).

❖ مُحفّرات التغيير

بينما أوضحت مؤسّسة «ذي آرت غاليري» في دبي لزاهرة موثي، أنّ الفنّ دائماً ما يكون عُنصراً مُحفّزاً على التغيير في المجتمع، مُشيرة إلى دور التكنولوجيا الرقمية في قيادة العالم والفنّ نحو تغييرات عديدة. (Gaitatzes, etal, 2006), (Gaitatzes, etal, 2001) وقالت: «كثير من المعارض الفنية قائمة حالياً عن بُعد وكثير من المتاحف كذلك افتُتحت أبوابها افتراضياً لزوّارها طوال فترة الجائحة وما زالت مُستمرّة، لذلك يبقى التساؤل هل تعوّضنا المعارض الافتراضية عن الصورة التقليدية للمعارض الفنية التي اعتدنا عليها؟». (salma, 2020) كما في الشكل رقم (19).

❖ الفنّ أمام الجائحة

وأضافت موثي: «أثبتت جهود الفنّانين خلال فترة الإغلاق أنّ الفنّ صمد أمام الجائحة لاستمرار الفنّانين بالتعبير عن مشاعرهم وازدياد إقبال المُهتمين بالفنّ على إنتاج أعمال فنية ولأوّل مرّة، وهذا ما شهدناه على مواقع التواصل بتدقّق الكثير من الأعمال، وجعلني أعاد التواصل مع الفنّانين ونُعاود التفكير للاجتماع معاً باسم الفنّ أمام الجائحة». (salma, 2020)



الشكل رقم (19). (salma, 2020)



الشكل رقم (20). [1]

التحول رقمي

فيما يعتقد مالك غاليري أرابيسك في دبي "باسم زيب"، أنّ الغاليريات الفنيّة ستشهد الفترة المقبلة تحولاً رقمياً من خلال تنظيم معارض افتراضية بدلاً من الواقعية، تُصاحبها ميزات كثيرة على صعيد اقتصاديٍّ مادّي بتوفير مبالغ إيجار المساحات، مُشيراً إلى أنّ الجمهور أصبح مُتقبلاً لفكرة الفنون بصورة افتراضية على اعتبارها لغة العصر الرقمي الذي نعيشه (salma, 2020). كما في الشكل رقم (20).

❖ الواقع الافتراضيّ والفنون التشكيلية

أشارت مديرة مؤسسة السركال الثقافية في الفهيد دبي "أناماريا بيرساني"، إلى أنّ معارض الفنون التشكيلية تلعب دوراً كبيراً في حركة الفنون بحجّ الفهيد، تحديداً من حيث عدد الزوار والمبيعات، مُوضحةً أنّ 10% فقط من زوّار المؤسسة هم من المواطنين والمقيمين في الإمارات، بينما معظم الزوار من الفنّانين التشكيليين والجمهور الزائرين (salma, 2020).
وذكرت: «أشعر بالتفاؤل على الرغم من انخفاض عدد الزوّار، وأتوقّع انتعاشاً لمعارض الفنون التشكيلية الثقافية مُجدّداً، بعد عودة حركة الطيران الدوليّ إلى طبيعتها، لينتعش الفنّ والغاليريات باستقبال الزوّار من كلّ مكان».

❖ الفن بالبيت

بينما تعترم الفنّانة والمُصوّرة الفوتوغرافية عائشة العبار، إعادة افتتاح الغاليري الخاصّ بها في منطقة القوز بدبي، خلال أسبوع بعد الانتهاء من عمل الفحوصات اللازمة للموظفين العاملين في الغاليري، مشيرة إلى أنّ عودة الافتتاح ستصحّبها إجراءات احترازية في استقبال الزوّار الذين يتوجّب عليهم التسجيل المُسبق، واستمرار نشاط الغاليري من خلال مُبادرة «فنّ بالبيت» التي أطلقتها خلال فترة الحجر المنزليّ عن بُعد. (salma, 2020)

❖ نشاط عن بُعد

وأضافت العبار: «ما زال التخطيط لإقامة مزيد من المعارض الفنيّة غير واضح إلى الحد المطلوب، خاصّةً أنّ حركة الطيران تتحكم في الفن بصورة فعّالة، في حالة استقدام أعمال من خارج الدولة، لذلك سيظلّ المشهد الفنيّ الثريّ الذي يميل إلى مُزاولة نشاطه الثقافيّ عن بُعد، من خلال التطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعيّ التي اعتمد عليها طوال الفترة الماضية. إنّ النشاط عن بُعد هو الأكثر بُروزاً خلال المرحلة القصيرة المُقبلة على الأقلّ». (salma, 2020), (Brendan & Founder, 2020) طُرق يُمكن للمتاحف من خلالها الاستفادة بنجاح المُحتوى الرقميّ والقنوات أثناء فيروس كورونا، تُواجه المتاحف صعوباتٍ غير مسبوقة. ففي الأسابيع

الماضية، أغلقت ثلاثة أرباع المتاحف أبوابها، بدءاً من المتاحف العملاقة مثل متحف متروبوليتان للفنون "the Metropolitan Museum of Art" ومتحف الفنون الجميلة في بوسطن ومتاحف سميثسونيان "Smithsonian's museums". في حين أنّ عمليات الإغلاق إلى أجل غير مُسمى تُمثّل تحديات، فقد تصرّف المُتخصّصون في المتاحف بسُرعة وإبداع لإبقاء جمهورهم مُنخرطاً عن بُعد (Brendan & salma, 2020). (Founder, 2020), (salma, 2020)

❖ حشدت المتاحف استخدام علامتي تصنيف جديدتين،

متحف من المنزل "Museum From Home" و"متحف لحظة زين" "Museum Moment of Zen"، وكلاهما يسعى إلى إشراك الجمهور باستخدام القنوات الاجتماعية. استغل المعرض الوطني للفنون ومتحف الفن الحديث ومجموعة فريك ومتحف جيبي والمتاحف بجميع أنواعها متاحف من المنزل "Museum From Home" على Twitter وInstagram لمشاركة المجموعات وجولات معرض الفيديو والمحتويات التعليمية والترفيهية الأخرى (salma, 2020) و"متحف لحظة زين" "Museum Moment of Zen"، تخدم أغراضاً مشابهة: تقديم الهدوء والسكينة للجمهور، ولو للحظة وجيزة. من خلال هذه الحركة، كانت المتاحف مثل متحف روكويل "the Rockwell Museum" و"متحف شيكاغو للتاريخ" "Chicago History Museum" تُقدّم صوراً لأعمال فنية لتوفير فترة راحة قصيرة لجمهورها المُتّك الذي تغمره الآن الأخبار المحفوفة بالمخاطر على قنواتهم على وسائل التواصل الاجتماعي. ونظراً لكون المتاحف لا تزال مُغلقة فعلياً، فمن الضروري أن يستكشفوا أدوات رقمية مثل هذه كوسيلة لجذب انتباه جمهورهم. (Gutie´ rrez, etal, salma, 2020). (2008)

14- هل أدت كورونا إلى حملات وسلسلة فريدة على وسائل التواصل الاجتماعي؟

لجأت العديد من المتاحف والمنظمات الثقافية إلى وسائل التواصل الاجتماعي لإشراك جمهورها وترفيها وتثقيفها. إنّ أحد أكثر الأمثلة الحديثة شهرة يأتي من "the Shedd Aquarium" وهو مغلق أمام الجمهور بسبب تفشي فيروس كورونا. وسمح مُوظّفو الأكواريوم لطيور البطريق والنيص باستكشاف المتحف بدون ضيوف - وشاركوا الرحلات الميدانية لهذه الحيوانات على وسائل التواصل الاجتماعي، وجمعوا عدّة ملايين من المشاهدات، وبالمثل، وضع متحف فيلد في شيكاغو ديناصوراً بملابسه SUE، لاستكشاف المتحف والسيطرة على مكتب المعلومات وبثّه على وسائل التواصل الاجتماعي. كما وجدت متاحف أخرى طرقها الخاصة لتقديم الدعاية أثناء الإغلاق. وعلى سبيل المثال، أعاد متحف "The Philbrook Museum of Art" للفنون تسمية "Chillbrook Museum" عبر وسائل التواصل الاجتماعي، لتذكير الجماهير بالبقاء في المنزل و"الاسترخاء" أثناء الأزمة. كما قام متحف الفنون الجميلة في بوسطن

"The Museum of Fine Arts, Boston" بإشراك الجمهور بشكل نشط من خلال عنوان الفن "TriviaTuesda and is letting Riley"، باستكشاف المبنى الفارغ. ومن خلال الاستفادة من المجموعات الحية وتقديم روح الدعاية الخفيفة، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتوفير الترفيه أو الإغاثة

الكوميديّة، يمكنك وضع المتحف الخاصّ بك كحصن ومصدر للطمأنينة خلال هذه الأوقات العصيبة(Gaitatzes, etal, 2006),(Gutie´ rrez, etal, 2008).

❖ الانخراط في الوقت الفعليّ مع البثّ المباشر "Engage in Real-Time with Live"

"Streams"

الآن بعد أن أصبح زوّار المتاحف "visitors" غير قادرين على تجربة المتاحف في مواقعهم التقليدية، كان أحد التحديات الأكثر إلحاحًا هو الترويج لطرق إشراك الجمهور كما يفعلون في الموقع. لمعالجة هذا الأمر، تصدرت بعض المتاحف محتوى البثّ المباشر. عندما يتم بشكل فعّال، يمكن أن يجذب محتوى البثّ المباشر "الزوّار" عن بُعد ويكون بمثابة وسيلة فعّالة للحفاظ على العلامة التجارية للمتحف والبرامج الأساسية. على سبيل المثال، استضافت حديقة حيوان سينسيناتي بثًا مباشرًا لسفاري منزلي الذي تضمن تجارب الحيوانات عن قرب مصحوبة بأنشطة للمنزل. يُوقر كل من جورجيا أكواريوم ومونتيري أكواريوم "The Georgia Aquarium, Monterey Aquarium" وحديقة حيوان سان دييغو "San Diego Zoo" تدفقات مباشرة حيث يمكنك ضبطها للتحقق من حيواناتك المفضّلة. وبالنسبة للمتاحف التي لا تحتوي على مجموعات حيّة، يُعدّ البثّ المباشر استراتيجية قابلة للتطبيق إذا كنت تفكّر بطريقة إبداعية. على سبيل المثال، يُقدّم متحف "Petersen Automotive Museum" في لوس أنجلوس مجموعات البثّ التعليمية المباشرة للأطفال والتي تتضمن دروسًا حول صنع سيارة بالون وجلسة لإنشاء لوحة ترخيص خاصة بك وتزيينها. لا تزال المتاحف الأخرى تُقدّم قصصًا حيّة. ومن المهمّ ملاحظة أنّ محتوى بث الفيديو المباشر لا يحتاج إلى أن يكون طويلًا أو مُعقدًا. قامت "The Broad in Los Angeles" ببثّ حيّ Room Infinity الشهير على Facebook وInstagram، ممّا يمنح الجمهور فرصة لتخطّي الخطّ وتجربة ذلك لفترة أطول ممّا يُمكنهم في الموقع. أطلقت شركة "Sweden's Moderna Museet" السويدية "جولات صوفا" "Sofa tours" لتشجيع مُجتمعهم على الانضمام إليهم لمدة عشر دقائق "جولات بصحبة مرشد وانت في راحة الأريكة الخاصّة بك" عبر Facebook و Instagram كل يوم حتى يتم إعادة فتحهم. يمكن دفع المحتوى عبر مجموعة مُتنوّعة من الأنظمة الأساسية، بالإضافة إلى إعادة توجيهه كموادّ دائمة الخضرة حتّى يتمكن من الاستمرار في التفاعل ويكون مُتاحًا للجمهور في الأسابيع والأشهر والسنوات القادمة(Gutie´ rrez, etal, 2008).



الشكل رقم (21). (Bishop, etal,2001) المصدر:
Google Arts and Culture
Source: Google Arts and Culture

❖ جولات افتراضية "Virtual

"Tours

بالنسبة لمتاحف الفنّ والتاريخ، فإنّ إحدى أكثر الطرق فعاليةً للانتقال إلى العالم الرقبيّ هي من خلال تقديم جولات افتراضية. تقدم "Google Arts and Culture" فعلياً أكثر من 2500 جولة افتراضية مجانية للمنظمات الثقافية في جميع أنحاء العالم. تُعدّ جولة مُتحف اللوفر

الافتراضية "the Louvre's virtual tour"، التي تسبق فنون وثقافة Google، شهادة على قوّة هذا النوع من المحتوى. كانت الجولات الافتراضية موجودة منذ ظهور القرص المضغوط "CD-ROM"، لكن المنصات الجديدة جعلتها تُقدّم بجودة عالية أكثر من أيّ وقت مضى (Gutierrez, etal, 2008). كما في الشكل رقم (21).

في زمن "COVID-19"، تعدّ الجولات الافتراضية أداة فعّالة للسماح للجمهور بتجربة المتاحف عن بُعد.



الشكل رقم (22). (Bishop, etal,2001) لقطة شاشة للصفحة الرئيسية

The Frick Pittsburgh
Screenshot of The Frick Pittsburgh's homepage

أكدت المتاحف مثل "Musée d'Orsay"، والمعروض الوطني للفنون "National Gallery of Art"، ومعرض جوهانسبرج للفنون "Johannesburg Art Gallery"، والمتحف البريطاني "British Museum"، والمتحف الوطني للتاريخ وثقافة الأمريكيين من أصل إفريقي "National Museum of African American History and

Culture"، ومتحف سميثسونيان للتاريخ الطبيعي "The Smithsonian Museum of Natural History"، على توقّر الجولات الافتراضية التي تُتيح للزوار استكشافهم بسهولة. ولإثارة الاهتمام المتزايد بهذه الجولات، يُمكن للمتاحف أن تكمل هذا المحتوى الرقبيّ بقوائم تشغيل مختارة من "Spotify playlists" لمرافقة المعارض الافتراضية، وأزواج النبيذ والجبن الموصى بها لكل جولة، ودعوات لمشاركة التجربة على وسائل التواصل الاجتماعيّ "social media" (Gaitatzes, etal, 2006), (Gutierrez, etal, 2008). كما في الشكل رقم (22).

لإضافة لمسة خاصّة للعائلات التي لديها أطفال، يُمكنك اتّباع مثال متحف نورث كارولينا للتاريخ "North Carolina Museum of History" وإنشاء "حزم تعليمية" "learning packets" مليئة بالأنشطة والمعلومات التي يُمكن الوصول إليها والتي تُكْمِل الجولات الافتراضية والمحتوى الرقمي. يمكنك أيضًا التفكير في تحويل مجموعات المتحف الخاصّة بك إلى كتب تلوين قابلة للتنزيل (Gaitatzes, etal, 2008), (Gutierrez, etal, 2001). (Gaitatzes, etal, 2006) (2001)

نصيحة احترافية "Pro Tip": اجعل من السهل على الزائرين البعيدين المشاركة. إذا لم يكن من السهل العثور



الشكل رقم (23) (Brendan & Founder, 2020) (الشكل رقم 23) لقطّة شاشة لتجربة الواقع الافتراضي "Beyond The Walls" في متحف سميثسونيان للفنون الأمريكية

Screenshot of Smithsonian American Art Museum's "Beyond The Walls" virtual reality experience
Museums with a thirst for immersive technology and deeper pockets have invested in virtual reality (VR) and artificial reality (AR) programming and exhibitions. If this is you, now is the time to drive audiences to this content.

على عروض الجولات الافتراضية الخاصّة بك أو إبرازها على موقع الويب الخاصّ بك، فقد حان الوقت الآن لوضعها في المقدّمة وفي المنتصف. يُعلن "The Frick Pittsburgh" عن جولاته الافتراضية على لافتة صفحته الرئيسية وكذلك في إشعارات (COVID-19) الاستشارية هذه أفضل ممارسة موصى بها حيث تزداد أهمية خدمة الجماهير عن بُعد (Gutierrez, etal, 2008). (Gutierrez, etal, 2008)
الواقع الافتراضي والاصطناعي "Virtual and Artificial Reality"

كما في الشكل رقم (23).

إنّ المتاحف المتعطّشة للتكنولوجيا الغامرة وجيوبها العميقة قد استثمرت في برامج ومعارض الواقع الافتراضيّ "الواقع الافتراضيّ والواقع الاصطناعيّ" AR" إذا كان هذا هو الوقت المناسب لك، فقد حان الوقت لتوجيه الجماهير إلى هذا المحتوى. في عالم الواقع الافتراضيّ، أتاحت المتاحف مثل متحف سميثسونيان الأمريكيّ للفنون "Smithsonian American Art Museum" أجزاءً من مجموعاتها من خلال مشروع يسمى "ما وراء الجدران" "Beyond The Walls"، بينما جلب متحف اللوفر "The Louvre" لوحة الموناليزا "Monalza" Lisa المشهورة عالمياً إلى الجماهير من خلال معرض "ما وراء الزجاج" "Beyond The Glass"، وهو مستوىّ من المجموعات الصغيرة والخاصة. وتُظهر "The DSL Collection and Kremer Collection" أيضاً قوّة



الشكل رقم (24). (Brendan & Founder, 2020) لقطّة شاشة لمتحف الواقع الافتراضيّ لمجموعة DSL
Screenshot of DSL Collection's virtual reality museum

الواقع الافتراضيّ كوسيلة لعرض الفنّ على أكبر عدد من المشاهدين (Gaitatzes, etal, 2006) (Gutie' rrez, 2008) كما هو مبين في الشكل رقم (24).

مكنت مئات المتاحف، بما في ذلك المتحف البريطانيّ "The British

museum" ومتحف كليفلاند للفنون "The British Museum" ومعهد مينيابوليس للفنون "Minneapolis Institute of Art"، كائنات تفاعلية ثلاثية الأبعاد متاحة للجمهور باستخدام مواقع مثل "Sketch Fab" ويمكن الأطلاع على هذا المحتوى عبر سطح المكتب والواقع الافتراضيّ والواقع المعزّز، مما يجعله وسيلة أخرى للمشاركة عن بُعد. في حين أن الغالبية العظمى من المستهلكين لا يمتلكون حتى الآن سماعة رأس للواقع



الشكل رقم (25). (Brendan & Founder, 2020) Source: Apple

الافتراضيّ ويمتلك أكثر من 85٪ من السعوديين هاتفاً ذكياً، مما يشير إلى وجود فرص هائلة لجلب مجموعات المتاحف إلى منازل الجمهور، وتحويلها إلى معارض شخصية خاصة بهم (Gutie' rrez, etal, 2008) كما في الشكل رقم (25).

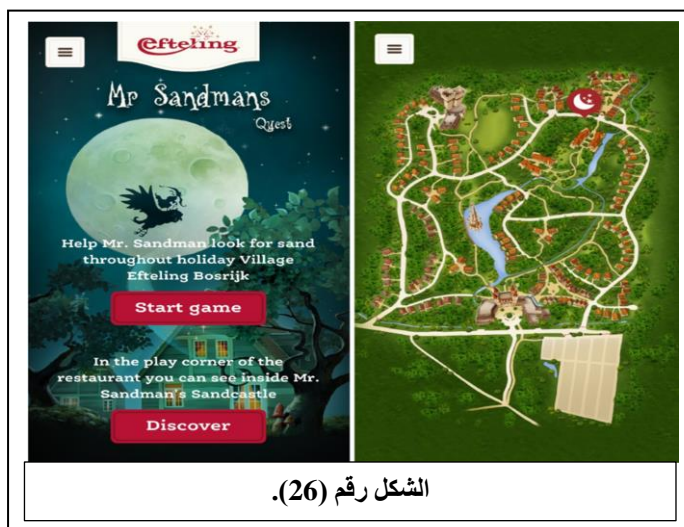
لقد شهدنا بالفعل أمثلة جذابة للفنّ من خلال الواقع المُعرّز. وحَقّقت Apple، بالشراكة مع المتحف الجديد في مدينة نيويورك، على سبيل المثال، نجاحًا في تقديم "AR(T) Walks"، وهي مسارات فنيّة عامّة مدعومة بالواقع المُعرّز تعرض أعمالاً لفنانين مُعاصرين مشهورين مثل "Nick Cave" في الأونة الأخيرة. شرع فنّان الشارع الشهير "KAWS" في مشروع من شأنه أن "يجلب نُسخًا افتراضية من أرقام علامته التجارية" إلى 11 مدينة حول العالم. "تعمل أزمة "The COVID-19" على تغيير المشهد الثقافيّ بسرعة والطريقة التي يتعامل بها الجمهور مع المتاحف. في حين أنّ هذا التفسّي قد يكون مُوقّتًا ويجب علينا جميعًا أن نضع في اعتبارنا أنّ التحرك السريع نحو المُشاركة الرقمية التي أثارها الحجر الصحيّ لـ"COVID-19" لن يكون سريع الزوال، يجب أن نتوقّع حالة طبيعية جديدة. نظرًا لأنّ المتاحف تُعرّز استراتيجياتها الرقمية بشكل أسرع مما كان يمكن لأيّ شخص التخطيط له. ويجب أن نستعدّ تمامًا لحقيقة أنّ التجارب الرقمية والمحتوى والقنوات ستُصبح أكثر أهمية للمتاحف (Gutierrez, etal, 2008) (Buhalis,2003).

15- هل يوجد طرق تستخدم بها صناعة الجذب التكنولوجي للتواصل؟

أصبحت التكنولوجيا ذات أهمية مُتزايدة مع انتشار فيروس كورونا "COVID-19" الذي يُجبر مناطق الجذب الفنون التشكيلية حول العالم على الإغلاق مُوقّتًا. وتحوّل هذه المواقع إلى التكنولوجيا للتواصل مع زوّارها أثناء جائحة فيروس كورونا. تستخدم معظم مناطق الجذب بالفعل بعض هذه التكنولوجيا. ومع ذلك، فقد أجبرت عمليات الإغلاق الأخيرة العديد منهم على تغيير الطريقة التي يستخدمونها. في ما يلي خمس طرق تستخدم بها مناطق الجذب، التكنولوجيا لاستئناف التواصل مع زوّارها، (Gutierrez, etal, 2008).

(Gratzer, etal, 2004)

1- التطبيقات "Apps"



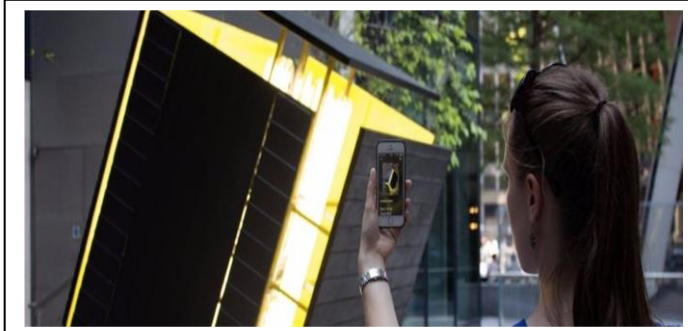
الشكل رقم (26).

تحتوي العديد من المنزهات الترفيهية على تطبيق يُمكنه تحسين تجربة الضيوف في الموقع. غالبًا، ما تحتوي على خريطة افتراضية وأوقات انتظار في الوقت الفعليّ. ومع ذلك، فإنّ مدينة الملاهي الهولندية Efteling لديها أكثر من مُجرّد تطبيق للتخطيط ليوم واحد في المنزه. كما أنتجت العديد من

التطبيقات مع الألعاب والاختبارات والقصص للأطفال المُتاحة للتنزيل (The (Gutierrez, etal, 2008)

(British Museum on Google Arts & Culture, 2020) كما في الشكل رقم (26).

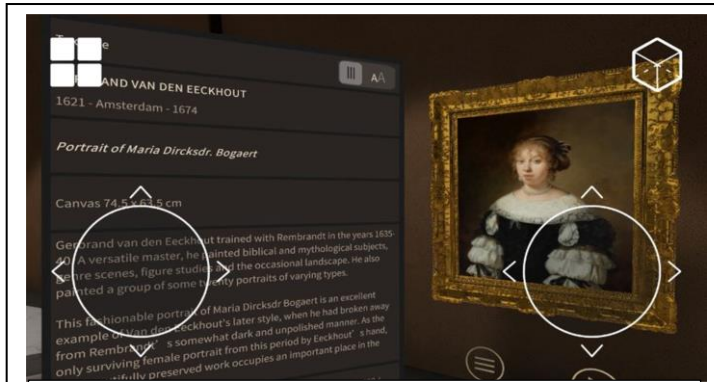
❖ " Educating visitors with technology" توعية الزوّار بالتكنولوجيا



الشكل رقم (27). [50] المتحف البريطاني على Google Arts & Culture
The British Museum on Google Arts & Culture
<https://blooloop.com/features/technology-coronavirus-attractions-connecting/>

يُمكن أيضًا أن تكون التطبيقات مُفيدة جدًا للأغراض التعليمية. على سبيل المثال، يحتوي متحف النيون "The Neon Museum" على تطبيق يستكشف اللافئات الشهيرة في المتحف. وبالمثل، يسمح تطبيق "The Smartify app" للزوار بتحديد قطعة من العمل الفني عن طريق مسحها ضوئيًا. ثم يُقدّم

التطبيق معلومات حول القطعة من خلال النص والصوت والفيديو. بالإضافة إلى ذلك، يتميّز تطبيق Smartify بجولات المتاحف الصوتية، وهي مجانية حاليًا أثناء إغلاق المتاحف. (Gutie´ rrez, etal, 2008) (The British Museum on Google Arts & Culture, 2020) كما في الشكل رقم (27).



الشكل رقم (28). (The British Museum on Google Arts & Culture, 2020)

The British Museum on Google Arts & Culture
<https://blooloop.com/features/technology-coronavirus-attractions-connecting/>

❖ تقنية الواقع الافتراضي والواقع المعزز على الإنترنت "Online VR and AR technology"

يعني التقدّم التكنولوجي أنّه مع تطبيق "The Google Arts & Culture app Art Projector"، لا يزال بإمكان الأشخاص الاستمتاع بالأعمال الفنية الشهيرة في منازلهم أثناء تفسيّ فيروس

كورونا. ويستخدم هذا تقنية الواقع المُعزّز "AR" للسماح للزوّار بتكبير وتصغير اللوحات وتجربتها من بعيد. ويستخدم تطبيق الحضارات "The Civilisations app" أيضًا الواقع المُعزّز لوضع القطع الأثرية من

الحضارات القديمة في منازل الناس. طوّرت هيئة الإذاعة البريطانية "BBC" لاستكمال مسلسل تلفزيوني عن الحضارات القديمة، يستخدم هذا التطبيق نماذج ثلاثية الأبعاد لأشياء من المتاحف حول العالم. ثم يوفر معلومات حول كلّ كائن بينما يستكشفه المستخدمون بتفاصيل استثنائية. إنّ متحف كريمر "The Kremer Museum" هو أول متحف على الإنترنت فقط في العالم. يستخدم تطبيق المتحف الواقع المعزّز للتنقل في أرجاء المتحف الافتراضي واستكشاف اللوحات. ويؤدّي النقر فوق رمز المعلومات إلى إحضار خيارات إمّا لراءة العمل الفنيّ أو الاستماع إلى تعليق (The British Museum on Google Arts & Culture, 2020)، (Gratzer, etal, 2004)، (Gutierrez, etal, 2008). كما في الشكل رقم (28).

❖ تجارب غامرة "Immersive experiences"



الشكل رقم (29). (The British Museum on Google Arts & Culture, 2020)

متحف ووج دود
Tower of David Museum

كان من المُفَرَّر أن يُطَلِّق متحف برج ديفيد "The Tower of David Museum" تجربة غامرة في الواقع الافتراضيّ والواقع المعزّز، لكنّه اضطرّ الآن إلى الإغلاق. الآن، قام المتحف بتعديل هذه التجربة حتى يتمكنّ الناس من استخدامها في المنزل. ويُمكن للزوّار

استخدام جهاز كمبيوتر محمول أو هاتف أو سماعة رأس الواقع الافتراضيّ (Gutierrez, etal, 2008).. (The British Museum on Google Arts & Culture, 2020)، (Gratzer, etal, 2004). وتستخدم التجربة تقنية فيديو ثلاثية الأبعاد "3D video technology" متطورة وتسمح للمستخدمين بتجربة مدينة القدس القديمة في عيد الفصح ورمضان. وستكون المدينة المقدّسة متاحةً مجاناً على موقع متحف برج داوود "David Museum website" في الفترة من 9 أبريل إلى 24 أبريل. كما في الشكل رقم (29). تستخدم العديد من المتاحف الواقع المعزّز لإكمال وتعزيز معارضها في الحياة الواقعية. استخدم الفنان جوش موير "Josh Muir" الواقع المعزّز لمعرضه في "The Bendigo Art Gallery" من خلال تثبيت لوحة على العمل الفنيّ، يُمكن للزوّار التفاعل معها رقمياً. يعتقد موير أنّ هذه التكنولوجيا تُعزّز عمله وتسمح باستكشاف أعمق لمواضيعه. وفي ضوء عمليات الإغلاق الأخيرة لوقف انتشار فيروس كورونا، هل ستنتج المتاحف المزيد من موارد الواقع المعزّز والواقع الافتراضيّ عبر الإنترنت حتى يتمكنّ الزوّار من التواصل مع مجموعاتهم باستخدام التكنولوجيا؟ (The British Museum on Google Arts & Culture, 2020)، (Gratzer, etal, 2004)، (Gutierrez, etal, 2008).



الشكل رقم (30). (The British Museum on Google Arts & Culture, 2020)
المتحف البريطاني على Google Arts & Culture
The British Museum on Google Arts & Culture
<https://blooloop.com/features/technology-coronavirus-attractions-connecting/>

2- وسائل التواصل الاجتماعي

"Social Media"

ربّما تكون وسائل التواصل الاجتماعيّ أسهل شكل من أشكال التكنولوجيا التي يمكن أن تستخدمها مناطق الجذب للبقاء على اتصال بزوّارها، سواء أثناء تفسّي فيروس كورونا أو عندما يخفّ الموقف. إن خلق شعور بالانتماء للمجتمع هو

مفتاح المشاركة في وسائل التواصل الاجتماعيّ. على سبيل المثال، تشجيع المتابعين على المشاركة في التحديّ. ويُشجّع متحف أشموليان "The Ashmolean Museum" زوّاده على إنشاء شيء يعتمد على عنصر في مجموعته باستخدام "Isolation Creations" وبالمثل، فإنّ متحف جيتي "The Getty Museum" لديه حملة على تويتر للناس لإعادة إنشاء قطعة فنية بأشياء في منازلهم (The British Museum on Google Arts & Culture, 2020) كما في الشكل رقم (30).

❖ متحف جيتي "Getty Museum"

تعدّ وسائل التواصل الاجتماعيّ أيضًا مكانًا مثاليًا لتقديم بعض الخفّة والفكاهة. ومع إغلاق المتاحف أمام الزوّار، لا تزال هناك حاجة لحراس الأمن لحماية القطع الأثرية أو الأعمال الفنية التي لا تُقدّر بثمن. ففي متحف كاوبوي الوطني "At The National Cowboy Museum"، استعرض رئيس الأمن تيم تيلر "Tim Tiller" على حسابه على "Twitter" بعض مقتنيات المتحف. بينما لم يكن "Tim Tiller" مُستخدمًا متمرسًا على Twitter، إلا أنّ مُحاولاته الصادقة لعرض المجموعة أصبحت شائعة للغاية. وأنتجت بعض تغريداته أكثر من 50000 إعجاب.

3- متحف من المنزل "Museum From Home"

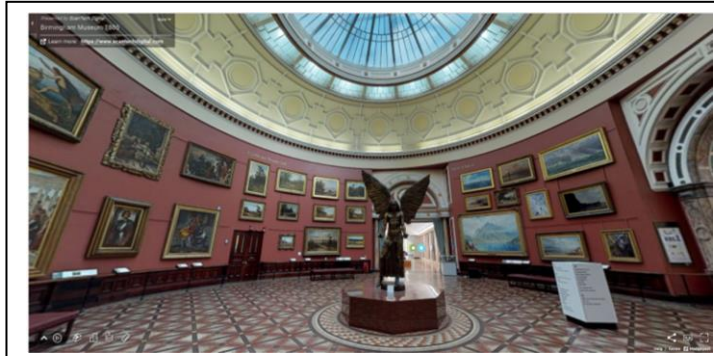
تستغل العديد من المتاحف هذه الفرصة لنشر معلومات مُثيرة للاهتمام أو مقاطع فيديو أو رؤى حول مجموعاتها باستخدام "Museum From Home" يستخدم المعرض الوطني "Twitter" لمشاركة جولة افتراضية في معرض "Titian exhibition" وفي الوقت ذاته، يُشارك متحف وحدائق هورنيمان المزيد من المعلومات حول مجموعته.

4- المعارض والجولات الافتراضية " Virtual Exhibitions and Tours "

❖ مدينة ملاهي " Theme Parks "

بالنسبة لأولئك الذين فقدوا حداثق الملاهي أثناء إغلاق فيروس كورونا، هناك عدّة طرق يمكن من خلالها استخدام التكنولوجيا لتكرار التجربة. باستخدام (Using Google Street View)، يُمكن للزوّار التجوّل في ديزني لاند وعالم والت ديزني (Walt Disney World). يُمكنهم أيضًا الحصول على نظرة ثاقبة في حياة (Disney Imagineer)، من خلال القيام بجولة افتراضية في "The Imagineering HQ". بالإضافة إلى ذلك، يُمكن للضيوف الاستمتاع بمقعد الصفّ الأمامي في أحدث عرض في ديزني لاند، "ماجيك هابيتز" (Disneyland, 'Magic Happens') هذا جزء من (#DisneyMagicMoments online) العروض الجديدة عبر الإنترنت من Disney والتي يُعتقد أنّها مُستوحاة من مقاطع فيديو المُعجبين (The HomemadeThemeParks fan videos) وفي الوقت نفسه، أنشأت (Efteling) مقاطع فيديو (POV videos) على قناتها على Youtube حتى يتمكّن عشاق المنتزهات الترفيهية من التظاهر بأنهم مازالوا في طريقهم المُفضّل.

❖ المتاحف " Museums "



الشكل رقم (31). المتحف البريطاني على Google Arts & Culture (The British Museum on Google Arts & Culture, 2020)
The British Museum on Google Arts & Culture
<https://blooloop.com/features/technology-coronavirus-attractions-connecting/>

تُقدّم العديد من المتاحف جولات افتراضية لمعارضها لفترة من الوقت. وعلى سبيل المثال، يُمكن للزوّار استكشاف مناطق مُعيّنة من متحف اللوفر عبر الإنترنت، والنقر على الأشياء لمعرفة المزيد من المعلومات. وبالمثل، فإنّ متحف (The Thyssen-)

(Bornemisza Museo Nacional) لديه زيارة افتراضية لمجموعته الدائمة. كما أنشأت جولة افتراضية في أحدث معرض لها في رامبرانت (Rembrandt).

تمّ تصوير متحف برمنغهام ومعرض الفنون "The Birmingham Museum and Art Gallery" في صيف عام 2019م، ويوفر أربع جولات عبر الإنترنت. تُظهر هذه الجولات الافتراضية التي تمّ إنشاؤها باستخدام "ScanTech Digital"، الزوار في جميع أنحاء غرف المعرض. وقبل إغلاقها للتجديدات في سبتمبر 2018م، أنشأ معرض "The Courtauld Gallery" جولة رقمية في العديد من غرفة. يمكن للزوّار أيضًا استكشاف مبنى "

Nick Grimshaw "The Blavatnik Building" في "Tate Modern" من خلال جولة 360 درجة بقيادة " Nick Grimshaw " ومدير " Tate Modern director Frances Morris." (Gutierrez, et al, 2008),(Gratzer, et al, 2004) كما في الشكل رقم (31).

5- الفنون والثقافة من Google " Google Arts & Culture "

إحدى التقنيات التي كانت موجودة منذ فترة، ولكنها اكتسبت الكثير من الدعاية أثناء تفشي فيروس كورونا، هي (Google Arts & Culture). ويُقدم هذا جولات افتراضية للمتاحف في جميع أنحاء العالم باستخدام تقنية مشابهة لميزة التجوّل الافتراضي من (Google street view). على الرغم من أنّ هذه الخدمة لا تُوفّر غالبًا معلومات حول العناصر الموجودة في المجموعة، فقد اشترك أكثر من 500 متحف ومعرض. قامت العديد من المتاحف أيضًا بتحميل الصور لإنشاء معرض عبر الإنترنت على موقع (The Google Arts & Culture website)، على الرغم من أن هذا عرض شرائح للصور مع معلومات بجانبه. في حين أنّ التكنولوجيا مُتاحة لتقديم هذه الجولات الافتراضية، فقد تكون باهظة الثمن وتستغرق وقتًا طويلاً للغاية. سيكون من المثير للاهتمام معرفة ما إذا كان هذا التعتّل القسري يشجع المزيد من المتاحف على إنشاء تجارب عبر الإنترنت تُشبه الزيارة في الحياة الواقعية (Gutierrez, et al, 2008),(Gratzer, et al, 2004).

6-المحتوى التعليمي عبر الإنترنت " Online Educational Content "

العديد من مناطق الجذب للزوّار هي مصادر تعليمية لا تُقدّر بثمن لمجتمعاتهم المحليّة. غالبًا، ما تُوفّر المتاحف وحدائق الحيوان وحدائق الأحياء المائية فُرصًا للأطفال لزيارتها لمعرفة المزيد عن التاريخ أو الحيوانات. الآن وقد تمّ إغلاق هذه المواقع بسبب (COVID-19)، فإنهم يتحوّلون إلى التكنولوجيا من أجل توفير هذه الموارد والبقاء على اتصال مع مجتمعاتهم (Gutierrez, et al, 2008),(Gratzer, et al, 2004).

7-حدائق الحيوان والتكنولوجيا " Zoos and technology "

تقوم حديقة حيوان تورنتو "Toronto Zoo" بفيديو مباشر على Facebook يظهر حُرّاسها أثناء العمل. وتحتوي حديقة حيوان سان أنطونيو "San Antonio Zoo" على بثّ فيديو مباشر لحيواناتها. كما أنّ لديها مقاطع فيديو عن الطبيعة والحيوانات تهدف إلى تعليم الأطفال. (The British Museum on Google Arts & Culture, 2020)

وقد أنشأ فريق الاكتشاف والتعلّم في حديقة حيوان إدنبرة بعض الموارد التعليمية المجانية عن الحيوانات. وفي الوقت نفسه، أنشأت حديقة حيوان دنفر (Denver Zoo) حديقة حيوانات لك: سفاري افتراضي (Virtual Safari). ويتمّ تحديث هذا المورد عبر الإنترنت يوميًا بمقاطع فيديو وحقائق عن الحيوانات وأنشطة مُناسبة للعائلة للقيام بها في المنزل. هذا المحتوى تعليمي ويخلق إحساسًا بالانتماء للمجتمع. فيحوض أسماك المحيط الهادئ Aquarium of the Pacific ، الزوّار مدعوّين للاستمتاع بمُحاضرة من العلماء والفنانين والصحفيّين والمُوظّفين. يحتوي مركز التعلّم عبر الإنترنت أيضًا على الكثير من المعلومات التعليمية حول حيوانات الأكواريوم. هذا مثاليّ لتعليم الأطفال في المنزل. ويقوم "San Antonio Zoo" بإجراء سلسلة من

التدفقات المباشرة التي تُوفّر الوصول من وراء الكواليس إلى المحميّات (Gratzer, etal, 2008) (Gutiérrez, etal, 2004).

8- مشاركة مُحتوى المتاحف " Museums sharing content "

تُقدّم العديد من المتاحف أيضاً مُحتوى تعليمياً مُمتدّاً عبر الإنترنت. تُعدّ " The V&A Fashion Perspectives " سلسلة من الكُتب الإلكترونية التي أصبحت مُتاحة والتي تتضمن السير الذاتية لبيتينا بالارد " Bettina Ballard " على قناة "V&A Sound cloudchannel " ، يمكن للزوار العثور على أبرز الأحداث من سلسلة مُحاضرات وقت الغداء في المتحف. كما يستطيع المُعلّمون الوصول إلى مختبر التعلّم التابع لمؤسسة سميثسونيان " The Smithsonian's Learning Lab " حيث توجد مجموعات مُعدّة مُسبقاً تحتوي على دروس وأنشطة أنشأها أمناء المتحف. وتوفّر " Google Arts & Culture " أيضاً " Art Camera "، التي تُتيح للزوار تكبيراً لبعض الأعمال الفنيّة. باستخدام نظام " Art Zoom system "، يُمكن مُشاهدة مقاطع فيديو تشرح التفاصيل والمعلومات الأساسيّة لبعض الأعمال الفنيّة (Gratzer, etal, 2004) (Gutiérrez, etal, 2008).

نتائج الدراسة:

لقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- لتطبيقات الواقع الافتراضيّ أثرها على قطاع معارض الفنون التشكيلية. إنّ الرُؤى المُكتسبة من أبحاث معارض الفنون التشكيلية المستقبلية بتقنية الحقيقة الافتراضية VR يُمكن أن تُوفّر قيمةً مُباشرة وعملية لهذا القطاع.
- باستخدام تقنية مُشابهة لميزة التجوّل الافتراضيّ من (Google street view) ستُصبح المعارض التشكيلية الافتراضية "سهلة الوصول" و ذات هدف بعيدٍ عن الإنتاجية والربحية.
- لمعارض الفنون التشكيلية الافتراضية في ظلّ تحديات جائحة كورونا، كما أوضحت هذه الورقة آثارها على قطاع معارض الفنون التشكيلية.
- إنّ لبدائل معارض الفنون التشكيلية بواسطة تقنيات الواقع الافتراضيّ والبيئة الافتراضية و الحقيقة المُعزّزة والذكاء الاصطناعيّ أهمية قصوى في ظلّ الجائحات و الأوباء قد تُثري المتاحف الحقيقيّة و تزيد من إشعاعها العالميّ.
- كما بيّنت هذه الدراسة، إنّ معارض الواقع الافتراضيّ من شأنها أن تزيد من عدد الزوّار الحقيقيّين بعد انتهاء الجائحة. ولهذا آثار إقتصادية وتسويقية إيجابية قد تُصبح ملموسة في المُستقبل.
- من شأن هذه المعارض الافتراضية في ظلّ جائحة كورونا و غيرها أن تدعم قطاع الفنون التشكيلية وتضمن استمراريتها.

الخاتمة

إنّ الواقع الافتراضيّ في معارض الفنون التشكيلية في تطوّر مستمرّ، ومثله مثل أيّ تقنية ناشئة أخرى، فإنّ الواقع الافتراضيّ سيقدم للقطاع فرصًا وسيبرز تحدياتٍ. ويُمكن مُواجهة هذه التحديات على أفضل وجه والاستفادة من الفرص المتاحة. إذ يقدم الواقع الافتراضيّ مجموعة مُتنوعة من التطبيقات الواعدة في مجالات تتراوح من التخطيط والإدارة إلى الترفيه. علاوة على ذلك، فهو يُوفّر إمكانية إنشاء تجارب بديلة قد تكون مُفيدة للغاية للحفاظ على التراث في مواقع مُعيّنة. ومع تطوير تقنيات الواقع الافتراضيّ الجديدة، ستستمرّ استخداماته المُحتملة في قطاع معارض الفنون التشكيلية وستزداد من حيث العدد والأهمية، لذلك ستكون مُهمّة الباحثين والمُتخصّصين في مجال معارض الفنون التشكيلية مُتمثّلةً في استغلال الواقع الافتراضيّ نظرًا للفرص الفريدة التي يُقدّمها.

ونظرًا لأنّ دمج الواقع الافتراضيّ في قطاع معارض الفنون التشكيلية لا يزال في مَهْدِه، فقد قام عدد محدود فقط من الأبحاث الحالية بفحص تطبيقات الواقع الافتراضيّ وأثاره على هذا القطاع. أيضًا، نظرًا لأنّ تقنية الواقع الافتراضيّ تتطوّر بسرعة، وقد تثبت الأجيال الشابة أنّها أكثر تقبُّلاً من أسلافها لهذه التقنيات، يجب إعادة التحقّق من صحّة أبحاث معارض الفنون التشكيلية في الواقع الافتراضيّ باستمرار من خلال التحقيق المُستمرّ في ذلك. هناك حاجة مُلحّة إلى مزيد من البحوث في ما يتعلّق بالموضوعات التي تمّت مناقشتها في هذه الورقة.

Refernces:

- (Vlahakis, etal, 2002) Vlahakis, V., Ioannidis, N., Karigiannis, J., Tsotros, M., & Gounaris, M. (2002). Virtual reality and information technology for archaeological site promotion.
- [28] Hobson, J. S. P., & Williams, A. P. (1995). Virtual reality: a new horizon for the tourism industry. *Journal of Vacation Marketing*, 1(2), 125–136.
- [29] Hogan, J., & Fox, B. (2005, 9 April). Sony patent takes first step towards real-life Matrix. *NewScientist*(2494), 10.
- Addison, A. C. (2000). Emerging trends in virtual heritage. *IEEE Multimedia*, 7(2), 22–25.
- Addison, A. C. (2007). The vanishing virtual: safeguarding heritage's endangered digital record. In Y. E. Kalay, T. Kvan, & J. Affleck (Eds.), *New heritage: New media and cultural heritage* (pp. 27–39). New York: Routledge.
- Bates, R., Istance, H. O., & Vickers, S. (2008). Gaze interaction with virtual on-line communities: levelling the playing field for disabled users. In P. Langdon,
- Bernardini, F., Rushmeier, H., Martin, I. M., Mittleman, J., & Taubin, G. (2002). Building a digital model of Michelangelo's Florentine Pieta`. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 22(1), 59–67.
- Bishop, I. D., & Gimblett, H. R. (2000). Management of recreational areas: GIS, autonomous agents, and virtual reality. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 27, 423–435.

- Bishop, I. D., Wherrett, J. R., & Miller, D. R. (2001). Assessment of path choices on a country walk using a virtual environment. *Landscape and Urban Planning*, 52, 225–237.
- Brendan, C. & Founder, C. (2020). 4 Ways Museums Can Successfully Leverage Digital Content and Channels during Coronavirus (COVID-19) *Posted on Mar 25, 2020*
- Brown, K.T. (2020). Art in the Age of Coronavirus: 10 of the world's best virtual exhibitions
- Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information technology for strategic tourism management*. Toronto: Prentice Hall.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet the state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- Burdea, G. C., & Coiffet, P. (2003). *Virtual reality technology* (2nd ed.). Hoboken, NJ: Wiley-Interscience.
- Cheong, R. (1995). The virtual threat to travel and tourism. *Tourism Management*, 16(6), 417–422
- Chhabra, D. (2005). Defining authenticity and its determinants: toward an authenticity flow model. *Journal of Travel Research*, 44, 64–73.
- Cho, Y. H., Wang, Y., & Fesenmaier, D. R. (2002). Searching for experiences: the webbased virtual tour in tourism marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(4), 1–17.
- Cignoni, P., & Scopigno, R. (2008). Sampled 3D models for CH applications: a viable and enabling new medium or just a technological exercise? *ACM Journal on Computing and Cultural Heritage*, 1(1), 2–23.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371–386.
- Gaitatzes, A., Papaioannou, G., & Christopoulos, D. (2006). Media productions for a dome display system. In *Proceedings of the ACM Symposium on Virtual Reality Software and Technology* (pp. 261–264), Limassol, Cyprus, 1-3 November. New York: ACM Press.
- Gaitatzes, A., Christopoulos, D., & Roussou, M. (2001). Reviving the past: cultural heritage meets virtual reality. In *Proceedings of the 2001 Conference on Virtual Reality, Archaeology, and Cultural Heritage* (pp. 103–110). ACM Press.
- Gilbert, D., & Powell, P. J. (2002). Exploring developments in web based relationship marketing within the hotel industry. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 9(3/4), 141–159
- Gimblett, H. R., Richards, M. T., & Itami, R. M. (2001). Geographic simulation of wilderness recreation behavior. *Journal of Forestry*, 99, 36–42.
- Goodall, B., Pottinger, G., Dixon, T., & Russell, H. (2004). Heritage property, tourism and the UK Disability Discrimination Act. *Property Management*, 22(5), 345–357.

- Gratzer, M., Werthner, H., & Winiwarter, W. (2004). Electronic business in tourism. *International Journal of Electronic Business*, 2(5), 450–459.
- Gutiérrez, M., Vexo, F., & Thalmann, D. (2008). *Stepping into virtual reality*. London: Springer.
- Haitham, A. S. (2020). Virtual exhibitions are a way for plastic artists to escape the "reality of Corona" Al-Ain News Monday 6/22/2020:<https://al-ain.com/article/fine-art-egypt-virtual-gallery>
- Heldal, I. (2007). Supporting participation in planning new roads by using virtual reality systems. *Virtual Reality*, 11, 145–159.
- Horsnell, M. (2005, 7 April). Sony takes 3-D cinema directly to the brain. *Times Online*. <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/uk/article378077.ece>. Accessed 21.04.09.
- <https://www.aam-us.org/2020/03/25/4-ways-museums-can-successfully-leverage-digital-content-and-channels-during-coronavirus-covid-19/>
- <https://www.architecturaldigest.in/content/art-in-the-age-of-coronavirus-10-of-the-worlds-best-virtual-exhibitions/> PUBLISHED: JUL 12, 2020 | 07:30:23 IST
- Huo, X., Wang, J., & Ghovanloo, M. (2008). A magneto-inductive sensor based wireless tongue-computer interface. *IEEE Transactions on Neural Systems and Rehabilitation Engineering*, 16(5), 497–504.
- Jacobson, J., & Holden, L. (2005). The virtual Egyptian temple. *World Conference on Educational Multimedia Hypermedia & Telecommunications*, Montreal, Canada.
- Jacobson, J., Kelley, M., Ellis, S., & Seethaller, L. (2005). Immersive displays for education using CaveUT. *World Conference on Educational Multimedia Hypermedia & Telecommunications*, Montreal, Canada.
- Kenderdine, K. (2004). Avatars at the flying palace: stereographic panoramas of Angkor Cambodia. In *International Conference on Hypermedia and Interactivity in Museums* (pp.1–24), Berlin.
- Lebedev, M. A., & Nicolelis, M. A. L. (2006). Brain–machine interfaces: past, present and future. *Trends in Neurosciences*, 29(9), 536–546.
- Littrell, M. A., Anderson, L. F., & Brown, P. J. (1993). What makes a craft souvenir authentic? *Annals of Tourism Research*, 20(1), 197–215.
- Lombard, M., & Ditton, T. (1997). At the heart of it all: the concept of presence. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(2).<http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue2/lombard.html>. Accessed 21.04.09.
- Mikropoulos, T. A. (2006). Presence: a unique characteristic in educational virtual environments. *Virtual Reality*, 10, 197–206.

- Milgram, P., Takemura, H., Utsumi, A., & Kishino, F. (1994). Augmented reality: a class of displays on the reality-virtuality continuum. Proceedings of SPIE Vol. 2351, Telemanipulator and Telepresence Technologies (pp. 282–292).
- Mustafa, O. (2020). Corona made virtual exhibitions and it will not disappear with its demise. "Arab Magazine" Wednesday 07/15/2020
<https://alarab.co.uk/%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7-%D8%B5%D9%86%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%A7%D8%B1%D8%B6-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%81%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%B6%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D9%84%D9%86-%D8%AA%D8%B2%D9%88%D9%84-%D8%A8%D8%B2%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%87>
- Paquet, E., & Viktor, H. L. (2005). Long-term preservation of 3-D cultural heritage data related to architectural sites. ISPRS 3D Virtual Reconstruction and Visualization of Complex Architectures, Mestre-Venice, Italy, 22–24 August.
- Paquet, E., & Viktor, H. L. (2005). Long-term preservation of 3-D cultural heritage data related to architectural sites. ISPRS 3D Virtual Reconstruction and Visualization of Complex Architectures, Mestre-Venice, Italy, 22–24 August.
- Reidsma, D., Kragtwijk, M., & Nijholt, A. (2001). Building "Huys Hengelo" in VRML. In Proceedings of the International Cultural Heritage informatics Meeting (pp. 325–332), Milan, Italy, 3–7 September.
- Salma, A. (2020). Artists: 5 solutions to make artistic seasons succeed and the art map in a post-"pandemic" era. Al-Ru'ya magazine "Culture and Arts" Tuesday - 22 September 2020. At <https://www.alroeya.com/130-42/2147292-%D9%81%D9%86%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86-5-%D8%B3%D9%8A%D9%86%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D9%88%D9%87%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D8%B1%D8%B3%D9%85-%D8%AE%D8%A7%D8%B1%D8%B7%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B4%D9%83%D9%8A%D9%84%D9%8A-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D8%AC%D8%A7%D8%A6%D8%AD%D8%A9-%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7>
- Shiode, N., & Grajetzki, W. (2000). A virtual exploration of the lost labyrinth: developing a reconstructive model of Hawara labyrinth pyramid complex. CASA, Paper 29 1–10.] Song, K. S., & Lee, W. Y. (2002). A virtual reality application for geometry classes. Journal of Computer Assisted Learning, 18, 149–156.

- Stangl, B., & Weismayer, C. (2008). Websites and virtual realities: a useful marketing tool combination? An exploratory investigation. In P. O'Connor, W. Hoepken, & U. Gretzel (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2008* (pp. 141–151). New York: Springer.
- Sundstedt, V., Chalmers, A., & Martinez, P. (2004). High fidelity reconstruction of the ancient Egyptian temple of Kalabsha. In *Proceedings of the 3rd International Conference on Computer Graphics, Virtual Reality, visualisation and Interaction in Africa* (pp. 107–113). New York: ACM Press.
- Sussmann, S., & Vanhegan, H. (2000). Virtual reality and the tourism product: substitution or complement? *Proceedings of the European conference on information systems 2000*, paper 117.
- The British Museum on Google Arts & Culture* (2020) *Technology is becoming increasingly important as the spread of coronavirus (COVID-19) forces visitor attractions around the world to temporarily close.* 7th April 2020 at : <https://blooloop.com/features/technology-coronavirus-attractions-connecting/>
- Thomas, W., & Carey, S. (2005). Actual/virtual visits: what are the links? In J. Trant, & D. Bearman (Eds.), *Museums and the web 2005: Proceedings*, Toronto: Archives & museum informatics. <http://www.archimuse.com/mw2005/papers/thomas/thomas.html>. Accessed 22 .04.09.
- Vince, J. (2004). *Introduction to virtual reality*. New York: Springer.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, impacts and opportunities*. Toronto: Pearson Prentice Hall.
- Wan, C.-S., Tsaour, S.-H., Chiu, Y.-L., & Chiou, W.-B. (2007). Is the advertising effect of virtual experience always better or contingent on different travel destinations? *Information Technology & Tourism*, 9(1), 45–54.
- Williams, A. P., & Hobson, J. S. P. (1994). Tourism – The next generation: virtual reality and surrogate travel, is it the future of the tourism industry? In A. V. Seaton (Ed.), *Tourism: The state of the art* (pp. 283–290) Toronto: John Wiley & Sons.
- Zhang, H. Q., & Lam, T. (1999). An analysis of mainland Chinese visitors' motivations to visit Hong Kong. *Tourism Management*, 20(5), 587–594.
- Zheng, J. Y., & Zhang, Z. L. (1999). Virtual recovery of excavated relics. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 19(3), 6–11.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts99/441-480>

Virtual Art Exhibitions In Times Of The Corona Pandemic Mona Saad Algarni²

Al-Academy Journal Issue 99 - year 2021
Date of receipt: 24/11/2020.....Date of acceptance: 30/12/2020.....Date of publication: 15/3/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

This study aims to identify virtual plastic art exhibitions in light of the challenges of the Corona pandemic. It used a descriptive analytical method through several questions and examining future challenges via the Internet in publishing virtual plastic art exhibitions in many parts of the world in light of the challenges of the Corona pandemic. For that, it used Arab and foreign references.

The study reached many results, the most important of which are: The detection of virtual reality applications and their impact on the plastic arts exhibitions sector. Besides, the insights gained from future art gallery research with VR technology could provide direct and practical value for this sector. By using a technology, similar to the "Street View feature" of "Google Street View", virtual art galleries will be "available" and will have a goal away from productivity and profitability.

Key words: Virtual Plastic Arts Exhibitions, Corona Pandemic, Virtual Reality, Virtual Environment, Augmented Reality.

² Assistant professor in Painting and drawing, College of Art and Design, Princess Nourah bint Abdulrahman University, Riyadh ,Kingdom of Saudi Arabia, msalgarny@pnu.edu.sa .

Making use of economical design techniques and materials in implementing cosmetic supplements to the interior spaces of the dwelling	Rania Ali Ahmed Abdel Rahman-KSA	348
Variables related to the performance styles of batik art to achieve linear tactile effects in the printmaking	Najlaa Al Saadi- Sultanate of Oman	364
Icon, Symbol and Values of Functional and Aesthetic Communication in Industrial Product Design	Ziad Hatem Harbi- iraq	388
The art Formation and its aesthetic role in the design of digital commercial advertising	Sanad Fouad Mohammed-iraq	402
Intellectual Concepts of Skepticism in Industrial Product Design	-Musab h.abd -Shaimaa Abdul Jabbar-iraq	426
Design Technologies in Promoting the Advertisement for National Product	Wisam Abd AL Ameer Kareem-iraq	440

Contents

Film and Television Research	TV Series with Multiple Parts from the Viewers' Viewpoint	Abdel-Karim Al-Sudani-iraq	20
	Foreign Channels Speaking in Arabic and their Role in Addressing Middle East Issues	Abdulla Hussen Hassan-iraq	36
	Aesthetics of the Artistic Construction in Educational TV Programs " progmr Hello Hi! A Model"	-Mohammed Abdulridha Hussein-iraq	56
	Function of Diction in Conveying the Meaning in Radio Drama	Ahmed Mohamed Mohsen-iraq	74
	Communicative Values of Visual Suggestion in TV dvertising	-Alaa Jasb Ajil -Sarah Salem Mahdi-iraq	96
	Semantic Operation of Place in the Legendary Movie	haydar wasuma salih-iraq	112
	Structural Features of Psychopathic Personality in Cinematographic Discourse	Maha Faisal Ahmed-iraq	130
	Aesthetic Levels in Shape Variables in Spectacular Films the Indian Film (Main Tera Hero) a Model	Ghassan Mohsen Hamad-iraq	140
Theatrical Research	Visual illusion in Contemporary Theatre décor A Study in technical Variables	Sami Ali Hussein-iraq	154
	The effectiveness of media communication and its problems in the contemporary theatrical presentation	-Russell Kazem Odeh -Salman Khalaf Hussain-iraq	168
	Semiotics of Visual Composition in Iraqi Contemporary Theatrical Show	-Aseel Laith Ahmed -Abed Al Rahman Dakhel Ahmed-iraq	180
	Anthropology and Representations of Magic in Arab Theatrical Text Harut and Marut's Play as a Model	Wisal Khalfa Kazem-iraq	198
	Semiotics of Musical Sign in Iraqi Pantomime Show (Ahriman) as a Model	-Ali Uday Sahib -Shaima Hussein Taher-iraq	214
	Fine Arts Research	Effect of formation Methods on Sintering Process of Ceramic Materials	hadeel salman saeed-iraq
Art Education Research	Effect of Teaching Competencies in Enhancing Self-Confidence among Students of Department of Art Education during Application	Kanaan Ghadhban Habeeb-iraq	252
	The Constant and Variable in Theatrical Shows Music for the Department of Arts Education	Marwah Shakir Ridha-iraq	272
Design Research	Manifestations of Selfhood and Otherness in Indian Schools of Photography	Rasha Akram Mousa-iraq	292
	Methods to stimulate consumer desire included in the production of communicative formats for contemporary commercial advertisements.	Ghassan Fadhil Al-Joubori- Sultanate of Oman	310
	Study of the participation of Saudi women in official visual arts exhibitions	Hanan Saud Al-Hazza-KSA	328

Al-Academy Journal Publication Terms

- 1- You must register on the journal's website from Register link
- 2- Upload the forms from the site and fill them then resubmit them with the research.
- 3- Research papers submitted are subject to the scientific evaluation by field specialists.
- 4- The research paper has to be novel and not previously published or accepted for publication in another magazine.
- 5- The research paper should not exceed (16) pages size B5.
- 6- References must be in APA format And in English only.
- 7- Font size (13) font type (Sakkal Majalla), Lines of the paper should be single spaced and file type Word2010 or higher.
- 8- Footnotes, illustrations, figures, and tables are placed within the text at the appropriate points, rather than at the end.
- 9- An abstract in Arabic should be written at the beginning of the research and an abstract in English at the end of it with (250) word limit, and the keyword write after the abstract.
- 10- The title of the researcher and the researcher's name shall be written on the first page of the research for the Arabic language. The English language shall include the name of the researcher and the title of the research with the abstract at the end of the research, Note that the names of researchers submitted at the beginning of the registration process are approved only, any changes to the names of researchers are not approved during or after the arbitration period.
- 11- Copyrights and publication of the research would be transferred to the Journal once the researcher is notified that his research is accepted for publication.
- 12- Research papers, whether published or not, would not be returned to the researchers.
- 13- Research papers arrangement is subject to technical considerations.
- 14- Publication fees are 125,000 Iraqi dinars.
- 15- \$150 is the publication fees for each research submitted by non-Iraqis.

Board of Editors

Editor-in-chief

- Prof. Dr. Nsiyf Jassem Mohammed " dr.nsiyf@cofarts.uobaghdad.edu.iq"

Managing editor

- Assistant .Prof. Dr. Emad Hadi Abbas - iraq "emaddigitalighting2018@Gmail.com"

Editors

- Prof. Dr. nawal muhsin ali - iraq "Drnawalmuhsin@Gmail.com"
- Prof. Dr. Wisam Marqus Odeesho" wisam_marqus@yahoo.com "
- Prof. Dr. Shatha Taha Salim " shatha.taha.salim@gmail.com"
- Prof. Dr. Hashim Khader Hasan" drhashim36@gmail.com "
- Prof. Dr. Raad Abdul Jabbar Thamer "RaadAlshatty@yahoo.com"
- Prof. Dr. Waleed Hassan Aljaberi" waleednaay@gmail.com"
- Prof. Dr Muhammad Hosny El-Hajj – Lebanon"hmhsr@ul.edu.lb"
- Prof. Dr. rafat mansour- Egypt "mansour_rafat@yahoo.com"
- Prof. Dr.machhour Mostafa - Lebanon "mmachhour@hotmail.com"
- Prof. Dr Mahmoud El-Magri – Tunisia" mejrimahmoud80@yahoo.fr"
- Prof. Dr Mohammed ghawanmeh - Jordan " ghawanmeh_mohd@yahoo.com "
- Prof. Dr. G. E. Ibrahim - Helwan university – Egypt " appliedarts71@gmail.com"
- Assistant Professor Dr Yasser Issa Hassan "yasirhass@gmail.com "
- Assistant Professor Dr. Mutaz Inad Ghazwan"Mutazinad72@yahoo.com"
- Assistant Professor Dr. Fathi Abdul Wahab – Egypt"dr.fathy.a.wahab@gmail.com"

NATIONAL LIBRARY, BAGHDAD 238, 1976
ISSN 2523-2029 (Online), ISSN 1819-5229 (Print)

Email: al.academy@cofarts.uobaghdad.edu.iq
<https://doi.org/10.35560/jcofarts>

Cover design: Assistant: prof. Dr. Akram jirjees neama - ieakram@yahoo.com

English language checker: lecturer. Adil Hussein Jouda - adel.h@coart.uobaghdad.edu.iq

Secretary of the Journal: Senior Programmer. Yousif Moshtak Lateef - yousif@cofarts.uobaghdad.edu.iq



AL-ACADEMY

تصدر عن كلية الفنون الجميلة - جامعة بغداد

مجلة فصلية علمية محكمة

ISSN 2523-2029 (Online), ISSN 1819-5229 (Print)

<https://doi.org/10.35560/jcofarts>