



The Ninth International Scientific Academic Conference
Under the Title "Contemporary trends in social, human, and natural sciences"

المؤتمر العلمي الاكاديمي الدولي التاسع

تحت عنوان "الاتجاهات المعاصرة في العلوم الاجتماعية، الانسانية، والطبيعية"

17 - 18 يوليو - تموز 2018 - اسطنبول - تركيا

<http://kmshare.net/isac20182018>

INFORMATIVE REFLECTION IN CONTEMPORARY DESIGN

Search submitted by

Dr. Hadeel Hadi Abdul Amir

University of Babylon / Faculty of Fine Arts / Babylon - Iraq

E: b.m_73@yahoo.com

Abstract

:Research Summary

The world has witnessed cultural, political and economic changes caused by rapid developments in information and communication technology that have eliminated the temporal and spatial boundaries of the geography of the digital world. Which contributed to its restructuring, according to the changes. The revolution of digital communications and its giant means created an information age that helped to create myths that hide behind it a group of ideologies that contribute to moving the world towards reading the phenomenon of media, advertising, communication and circulation. As a result of increased overlap between image culture and media. The need to search for a term that combines art, design, culture, advertising, media and digital science. Thus, the term "informationalism" was the most appropriate and representative of the formal, intellectual and functional integration of the structural transformations in the postmodern era

The current research includes the study of (the theory and its reflection in contemporary design). The research consists of four items. The first item contains a brief introduction to the research topic. In light of this



1) Do the studies affect contemporary art methods ?
2) Does informational presence have an impact on contemporary design? As for the importance of research and the need for it, the importance of research in activating the reference references that take the design as a means to build new formal relations, intellectual and technical. Reveals the meanings embedded within the design work. As for the need for the subject of research, he was able to benefit from such topics that benefit from the harmonization of media with the achievements of design and the .creation of pioneering deliberative designs that enter the system of cultural globalization
The objective of the research was to: • Reveal the impact of the patterns of the adverts and their reflection in contemporary design
The limits of the current research were determined by the study of the adoption of the international design works related to the research topic, which was obtained from the websites of art galleries and international designers in Europe and America in the contemporary design formats that form the research models and which comply with the limits within the period from 2007 to (2012). As for the second item, it included two topics: the first topic: the certificates of the informatics (historical profile) through the introduction of the historical reference to the concept of informatics and the convergence of verbal between the signs and the media and the signs and informatics and the second subject:
Contemporary design means of communication: Introducing the concept of design as one of the means The mission of visual communication for its active role in achieving mutual understanding and convincing the public of the ideas it carries directly or indirectly affects the life of the recipient. The third item included the monitoring of the research community and the analysis of sample models by (3) models according to the rationales in the selected models, different and different in their technical methods, which allows the field to know the diversity of the signs in contemporary design. The fourth item included the findings, conclusions, recommendations and proposals. The most important results are: the media is concerned with the context in which digital technologies and technological developments are employed. So that the design is the result of that cultural-scientific overlap. While relying on the communication strategies achieved in the digital network and social networking sites in the world, the recommendations include: Informatics qualified to study communication systems that can transform the illusion into reality and contribute to the establishment of belief through the forced penetration of all segments of society through design. In order to achieve technical communication, the composition of attendance is required to be different from the other. The researcher proposes the following study: Informational analysis in the contemporary global configuration. The research concludes with important sources.

(Researcher)

Keywords: design, contemporary, technology, postmodernism



الأعلاماتية وانعكاسها في التصميم المعاصر

بحث مقدم من قبل

د. هديل هادي عبد الامير

جامعة بابل / كلية الفنون الجميلة / بابل - العراق

E: b.m_73@yahoo.co

ملخص البحث:

شهد العالم تغيرات ثقافية وسياسية واقتصادية سببها التطورات المتسارعة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي الغت الحدود الزمانية والمكانية لجغرافيا العالم الرقمي. التي أسهمت في إعادة تشكيله على وفق ما حدث من تغيرات. كما أوجدت ثورة الاتصالات الرقمية ووسائلها العملاقة، عصر المعلومات الذي ساعد على خلق اساطير تخفي خلفها مجموعة ايدولوجيات تسهم في تحريك العالم نحو قراءة ظاهرة الاعلام والاعلان والتواصل والتداول. ونتيجة التداخل المتزايد بين ثقافة الصورة والوسائط التواصلية. اقتضت الحاجة الى البحث عن مصطلح يجمع بين الفن والتصميم والثقافة والاعلان والعلوم الرقمية. وعليه كان مصطلح الإعلاماتية هو الاكثر ملاءمة وتمثيلاً للتكامل الشكلي والفكري والوظيفي للتحويلات النسقية في عصر (بعد ما بعد الحداثة).
يتضمن البحث الحالي بدراسة (الاعلاماتية وانعكاسها في التصميم المعاصر) ويتكون البحث من اربع بنود ، تضمن البند الاول بمقدمة موجزة عن موضوعة البحث وفي ضوء ذلك يمكن وضع هذه المقدمة التي تعد مشكلة البحث أمام التساؤلات الآتية:
هل تؤثر التداوليات في الأساليب الفنية المعاصرة؟



هل للحضور الإعلامي تأثير في التصميم المعاصر؟ اما أهمية البحث والحاجة اليه فتكمن اهمية البحث في تفعيل المرجعيات الاعلامية التي تتخذ من التصميم وسيلة لبناء علاقات شكلية وفكرية وتقانية جديدة. تكشف عن المعاني المضمره داخل العمل التصميمي. اما الحاجة الى موضوعه البحث فتمكن في الاستفادة من هكذا مواضيع تفيد تناسقية الاعلام مع منجزات التصميم وابتكار تصاميم تداولية ريادية تدخل في منظومة العولمة الثقافية .

وتضمن هدف البحث في : الكشف عن أثر الأنساق الإعلامية وانعكاسها في التصميم المعاصر وتحدت حدود البحث الحالي بدراسة اعتماد الاعمال التصميمية العالمية ذات العلاقة بموضوع البحث التي تم استحصالها من المواقع الالكترونية الخاصة بالمعارض الفنية والمصممين العالميين في (اوربا وامريكا) في أنساق التصميم المعاصر التي تشكل نماذج البحث والتي تتوافق واهدافه ضمن الحدود المذكورة في الفترة من (2007) ولغاية (2012).

اما فيما يخص البند الثاني ، فقد تضمن مبحثين : المبحث الاول : مهادات الاعلامية (نبذة تاريخية) وذلك من خلال طرح المرجعية التاريخية لمفهوم الاعلامية و التقارب اللفظي بين الاعلامية وبين الاعلامية والعلامية والمعلوماتية وتضمن المبحث الثاني: التصميم المعاصر وسيلة اتصال : بطرح مفهوم التصميم كأحد الوسائل المهمة للاتصال البصري وذلك لدوره الفاعل في تحقيق الفهم المتبادل وإفناع الجمهور بما يحمله من أفكار لها مساس مباشر أو غير مباشر بحياة المتلقي.

اما البند الثالث فقد تضمن رصد مجتمع البحث وتحليل نماذج العينة بواقع (3) نماذج وفق مسوغات في النماذج المختارة متباينة ومختلفة في أساليبها الفنية مما يتيح المجال لمعرفة تنوع الاعلامية في التصميم المعاصر.

اما البند الرابع فقد تضمن النتائج والاستنتاجات والتوصيات والمقترحات ومن اهم النتائج : تهتم الإعلامية بالسياق الذي توظف فيه التقانات الرقمية والتطورات التكنولوجية. ليكون التصميم ناتجاً من ذلك التداخل الثقافي- العلمي. مع الاعتماد على الاستراتيجيات التواصلية المتحققة في الشبكة الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم اما التوصيات منها: الإعلامية مؤهلة لدراسة الأنظمة التواصلية التي تستطيع أن تحول الوهم إلى واقع وتسهم في ترسيخ الاعتقاد عن طريق الاقتحام القسري على كل شرائح المجتمع بوساطة التصميم. ولكي يتحقق التواصل الفني يشترط تشكيل الحضور بالاختلاف عن الآخر.

و تقترح الباحثة إجراء الدراسة الآتية : التحليل الإعلامي في التشكيل العالمي المعاصر. وختم البحث بالمصادر المهمة .

(الباحثة)

الكلمات المفتاحية: الاعلامية ، التصميم ، المعاصرة ، التقنية ، مابعد الحداثة



المقدمة:

شهد العالم تغيرات ثقافية وسياسية واقتصادية سببها التطورات المتسارعة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي الغت الحدود الزمانية والمكانية لجغرافيا العالم الرقمي. التي أسهمت في إعادة تشكيله على وفق ما حدث من تغيرات. كما أوجدت ثورة الاتصالات الرقمية ووسائلها العملاقة، عصر المعلومات الذي ساعد على خلق اساطير تخفي خلفها مجموعة ايدولوجيات تسهم في تحريك العالم نحو قراءة ظاهرة الاعلام والاعلان والتواصل والتداول. ونتيجة التداخل المتزايد بين ثقافة الصورة والوسائط التواصلية. اقتضت الحاجة الى البحث عن مصطلح يجمع بين الفن التشكيلي والثقافة والاعلان والعلوم الرقمية. وعليه كان مصطلح الإعلامية هو الاكثر ملاءمة وتمثيلاً للتكامل الشكلي والفكري والوظيفي للتحويلات النسقية في عصر (بعد ما بعد الحداثة). وعلى الرغم من التقارب اللفظي بين الاعلامية وبين الاعلامية والعلمانية والمعلوماتية؛ يختلف معنى الاعلامية اختلافا جذريا عن معاني تلك المصطلحات. ولتحقيق الادراك الكامل وتوضيح الاختلاف توجب الاشارة الى بعض الكلمات التي تقرب لفظيا وتتداخل مع مصطلح الاعلامية. لقد باتت فاعلية اندماج المجالات الاعلامية وتكنولوجيا المعلومات الرقمية؛ مع الفنون التشكيلية والبحث في العلاقة الناتجة من ذلك التداخل، من الامور المهمة لتأسيس انظمة جديدة تستوعب التحويلات



الجديدة بغية اعادة قراءة الاعمال الفنية والكشف عن الخطاب المضممر على وفق مبررات التواصل التي صارت من اساسيات الطرح الفني.

البند الاول

مشكلة الدراسة

شكلت حقول التداول والمعلوماتية والاعلامية حضوراً مهماً اسهم في احداث تبدلات في معنى الفن التصميم على وجه العموم. كما أدى الضاغط المرجعي عبر تاريخ الفن دوراً مهماً في تحديد الاساليب الفنية المختلفة. اما اليوم فقد ظهرت ضواغط جديدة. ولا يمكن تحديد كامل ملامح الاعلامية، وتحديد معاييرها النقدية منذ البداية، لكنها محاولة لتقديم المؤشرات الأولى لستراتيجيتها وادواتها ووسائلها ووسائطها. فالانسان يعيش في فضاء اتصالي، غدا جزءاً مهماً في المجتمع المعاصر، واصبح الفن التشكيلي يشترط وجوده وبحقه عبر ذلك الفضاء. ونتيجة للتداخلات الثقافية الواسعة والمنفتحة واشتغالات تقابلاتها مع التكنولوجيا الرقمية وميادين الاعلام والاتصال؛ صار التصميم المعاصر خطاباً تتجلى فيه العالمية بتوظيف الانظمة المعلوماتية ليكون مركز استقطاب قادراً على البث والاستقبال في المجتمع الاعلامي الجديد. بغض النظر عن أقاصي الابعاد الزمانية والمكانية عبر القنوات الفضائية والشبكات العنكبوتية. لذا اثرت الاعلامية على اعادة البحث لايجاد اشكال فنية مؤهلة لحمل الرسالة الجديدة. باسئراط استثمار الجوانب الاعلامية والمنظومة التواصلية لاستنباط مفاهيم وآليات تسهم في تكوين صور فنية معبرة عن المجتمع الاعلامي ومنبتقة من تحولاته وتخضع لقوانينه. وتكون لها أهمية بالغة في التأثير في الرأي العام، حتى لو تطلب الامر تحويل الزيف الى حقيقة او اخفاء الحقيقة نفسها. (وان المزج المتباين بين الوسائط الإعلامية يحقق اختبار للشعور بشكل حسي، باستعارة كل أشكال التعبير المتمثلة باللغة والصورة والرسم والموسيقى والأداء والمسرح والعمارة كنوع من التداول المعاصر الذي يهيمه التغريب قبل كل شيء. فضلاً عن أن غرابة الموضوع لم يمنع من وجود المرجع الإعلامي والإعلاني لأحداث مهمة نسيها الإنسان وطواها في صفحات التاريخ. والسعي نحو المطالبة



باستذكارها وإحياءها وهو من مطالب عصر (بعد ما بعد الحداثة)، الذي لا يلغي التاريخ ولا يعلن القطيعة معه؛ بل يبحث عن إيجاد متوازن بين شمولية الحداثة، وتشظي ما بعد الحداثة للوصول إلى غاياته. للوصول إلى مركز يسهم في تمازج التاريخ الاجتماعي مع تشظي الخيال عن طريق هذا العمل الذي يعرض أرسيف المجتمع لإيجاد معنى للحياة باستنباط أحداث الماضي. وفي ضوء ذلك يمكن وضع هذه المقدمة التي تعد مشكلة البحث أمام التساؤلات الآتية:

هل تؤثر التداوليات في الأساليب الفنية المعاصرة؟

هل للحضور الإعلامي تأثير في التصميم المعاصر؟

أهمية البحث والحاجة إليه: تكمن أهمية البحث في:

1. تفعيل المرجعيات الإعلامية التي تتخذ من التصميم وسيلة لبناء علاقات شكلية وفكرية وتقنية جديدة. تكشف عن المعاني المضمره داخل العمل التصميمي.

2. الوقوف على بعض المتغيرات العالمية للفن والتصميم، وذلك لاكتشاف موقع التصميم المعاصر وأهميته في تلك المنظومة لفهم السياق العالمي باستقراء المفاهيم الجديدة التي أسهمت في أحداث التبدلات في بنية التصميم.

3. رصد الارتداد التاريخي في التصميم بفعل المعلوماتية التي أسهمت في أحداث انزياح في نسق التصميم. والكشف عن التحولات في المرجعيات الضاغطة واتجاهات هذه التحولات

أما الحاجة إلى موضوع البحث فتمكن في الاستفادة من هكذا مواضيع تفيد تناسقية الإعلام مع منجزات التصميم وابتكار تصاميم تداولية ريادية تدخل في منظومة العولمة الثقافية.

هدف البحث: الكشف عن أثر الأنساق الإعلامية وانعكاسها في التصميم المعاصر

حدود البحث: يتحدد البحث الحالي بدراسة باعتماد الأعمال التصميمية العالمية ذات العلاقة بموضوع البحث التي تم استحصاها من المواقع الإلكترونية الخاصة بالمعارض الفنية والمصممين العالميين في (أوروبا وأمريكا) في أنساق التصميم المعاصر التي تشكل نماذج البحث والتي تتوافق وأهدافه ضمن الحدود المذكورة في الفترة من (2007) ولغاية (2012).

تحديد المصطلحات:

الإعلامية: Media: مصطلح إعلامية يأتي كذلك كتعريب لكلمة (Infomedia) التي تمثل وسائل الاتصال وتتم في دمج مهام الإعلام، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. (فرنسيس، 2008، ص 5) أما العلامةية (Semiotic) فهي "العلم الذي يدرس دور العلامة في مجتمع ما". (بونتا، 1996، ص 43). في حين أن المعلوماتية جزء من نظرية الاتصال وتبادل المعلومات بين



الشعوب. كما تهتم الاعلاماتية بالعلاقة بين الاعلام والاعلان والتوصل داخل النسق الفني المعتمد على وفق التغيرات المستحدثة. ومن ما تقدم تكون الإعلاماتية : مجموع الوسائل الاتصالية المهيمنة على الحياة المعاصرة والمؤثرة فيها، وهي تساعد على فرض آيديولوجياتها الخاصة باستعمال الإعلام الجماهيري ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية والرقمية.

أما الاعلاماتية في التصميم : فهي الظاهرة التي تقرر إنتاج التصميم بصورة خاصة ، الناتج من المد الإعلامي الهائل والتطور التقني. وتتضمن الاعلاماتية غايات وأهدافاً يتم تحقيقها عن طريق الوسائط الاعلامية مع اشتراط وجود التواصل. وعلى وفق ما تقدم يمكن تعريف المرجع الاعلاماتي بانه الخلاصات الفكرية الناتجة من قراءة العلاقات البنائية والشكلية والاسلوبية للعمل الفني وتحليلها. وتحديد الوظيفة التي يجيل عليها، للأفصاح عن الظاهرة المضمره في كلية العمل التشكيلي التي تحققت على وفق كفاءات تواصلية بصرية وتقانية متعددة. ويمكن فهم العمل الفني في اطار علاقته بالتقانة والتكنولوجيا. ولفهم المرجع الاعلاماتي يجب فهمه في اطار الاعلام والاعلان والعولمة والمثاقفة والتواصل مع وجود التقانة الحديثة والبنية الفكرية التي تستوعب تلك المستجدات كلها.

الاعلاماتية اجرائيا: بانها الخلاصات الفكرية الناتجة من قراءة العلاقات البنائية والشكلية والاسلوبية للعمل التصميمي وتحليلها. وتحديد الوظيفة التي يجيل عليها، للأفصاح عن الظاهرة المضمره في كلية العمل التصميمي التي تحققت على وفق كفاءات تواصلية بصرية وتقانية متعددة. ويمكن فهم العمل المصمم في اطار علاقته بالتقانة والتكنولوجيا. ولفهم المرجع الاعلاماتي يجب فهمه في اطار الاعلام والاعلان والعولمة والمثاقفة والتواصل مع وجود التقانة الحديثة والبنية الفكرية التي تستوعب تلك المستجدات كلها.



البند الثاني (الإطار النظري)

المبحث الأول

مهادات الإعلامية (نبذة تاريخية)

على الرغم من التقارب اللفظي بين الإعلامية وبين الإعلامية والمعلوماتية؛ يختلف معنى الإعلامية اختلافا جذريا عن معاني تلك المصطلحات. ولتحقيق الإدراك الكامل وتوضيح الاختلاف توجب الإشارة الى بعض الكلمات التي تقترب لفظيا وتتداخل مع مصطلح الإعلامية.

وفي هذا الصدد تأتي كلمة (Informatics) بمعنى إعلامية ومعلوماتية أو علم الحوسبة، أو علم المعلومات. الذي يشير الى معالجة المعلومات وهندسة النظم. مع دراسة لهيكل الخوارزميات وسلوك البرامج وتفاعلاتها. والتي تقوم بمعالجة المعلومات وتخزينها ونقلها فضلاً عن تطوير الأسس والمفاهيم الخاصة بها. وقد صاغ العالم الألماني (كارل ستينبوج Karl Stenibuch) كلمة (Informatik) في مقال بعنوان (الحوسبة - المعالجة التلقائية للمعلومات) في العام (1957). وفي العام (1962) استعمل مصطلح (Informatiqu) في فرنسا من قبل (دريفوس فيليب Drevfus Philippe). وهذا المصطلح يقابله بالإنجليزية (علم الحاسوب Computer Science) (Phillipe , 2012, p. 240)

إن استحداث الوسائط أدخل مفاهيم جديدة وقراءة حديثة، وأوجد تلقي يبحث عن المتعة واللذة وينأى عن المعنى الذي يربطه بالواقع. وما له من تأثير لأحداث انقلاب في معايير الأنساق بما يتلاءم والثقافة الإعلامية.

إذ يعمل الواقع الجديد على تصدع الأنساق وخلختها للترحيب بحضور نظام تقني خالٍ من المرجع الذي يربطه بالواقع، كما أن الثقافة الإعلامية والعمل الجمعي الذي أعتمده (اولدنيبرغ) أتاح للفنان قدرات جديدة للتغيير والابتعاد عما هو مألوف عن طريق الوسائط الجديدة والتخصصات المختلفة التي شاركت بإعادة نسج الواقع بحجوم غير واقعية. كما أن الفن الإعلامي، باقتحامه البيئة



والعمارة وكل الأمكنة، يبحث عن متلقٍ له القدرة على تحليل الشكل التقاني واستنباطه بعيداً عن مرجعياته وخزينه المعرفي التقليدي الذي يحيله على أشكال مشابهة. فالسلطة التقانية ومكان العرض والحجم، تفرض عليه وتقوده إلى استنباط مرجع لحظوي متفاعل مع ما يرى وليس مع ما يعرف، وبهذا تكون نتاجات الفنان "عاكسة للتطور الحاصل في الفن السريع وراء التجديد والاكتمال. والفن الواعي الذي يصنع الحياة، والبناء الذي يتجاوز الزمان والتاريخ والواقع الملموس والتكنيك الجديد". (برادبري ، 1987 ، ص 25).

وبالعودة إلى الأساطير الإغريقية نجد أن "هرمز بوصفه رسولاً للآلهة" كان يقوم بعملية تواصلية عن طريق إيصال الرسائل المختلفة المضامين إلى جمهور المتلقين. أما في عصر ما بعد المكتوب لم يعد المتلقي يحتاج إلى انتظار (هرمز) بل حلت الصورة المرئية مكانه في توجيه آلاف الرسائل المباشرة والمضمرة عن طريق الوسائط الرقمية والفضائيات. (ديفيد ، 2007 ، ص 9)

وسعى الفن في العالم الإعلاماتي بعد اللغة والجسد والمواد المستهلكة إلى البحث عن إحداث تأثيرات باستعمال الوسائط الحديثة لفتح مجال الابداع وجذب الجمهور عن طريقها بالاتجاه إلى المسرح والشاشة والسينما والحاسوب لينشأ مع تلك الفنون الجديدة نوع جديد من المتلقين الذين يأخذون في حساباتهم التقدم الإعلامي والمعلوماتي. للتألق بالتأويلات المنبثقة من وسائط تلك العلوم التي تستوجب وجود قوانين جديدة على وفق سياقات تختلف عن ما سبق، وتتطلب قراءة مغايرة ولغة نقدية جديدة لتعزيز إثارات مرغوبة. وهذا التحول التدريجي للمتلقى يصل إلى حدود لا تهتم بالبحث عن المعنى، بل تحقق الصدمة والدهشة باستعمال التقانة الالكترونية التي أصبحت هي المركز المهيمن ولغة الثقافة الصورية، وبهذا لن يكون الاهتمام بما يعنيه المنتج ، بل هو إيجاد صورة كونية بنحو جديد يحقق التواصل بين العمل والعالم فإذا تم عقد "بين الشاشة التي تتواتر على سطحها صور الشريط السينمائي وبين لوحة فنية، نجد أن اللوحة تدعو المشاهد إلى التأمل يمكن أن يترك نفسه أمامها لتداعيات أفكاره في حين لا مجال لذلك أمام شاشة السينما، فما أن تتوقف عيناه عند مشهد حتى يتغير إلى مشهد تالٍ له لا سبيل إلى اللحاق به" (بنيامين ، ص 88) وهذا ما قدمه الفنان (باسكل دومبيز Pascal Dombis) في أعماله كما في الشكل (1) و(2).²

1- Pascal Dombis, Instalation view of *Irrationnal Geometrics* , 2008.

www.dombis.com.

2- Pascal Dombis: *Neo_Stong_Ku*, Color digital video, installation, 2004.

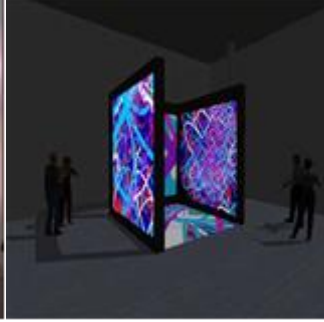
www.dombis.com



شكل (2)



شكل (1 أ)



شكل (2)



شكل (1 ب)

التي تتكون من خطوط تظهر على شاشات عملاقة وتقتضي من المتلقي التركيز فيها والانقياد لها فكانت الشاشة والحاسوب هي البدائل التي تعد من إفرارات تقانة عصر الإعلامية وثقافة ما بعد المكتوب التي أسهمت في التحولات الجديدة للذاتية، وتعلن المهجر النهائي لقوانين خلت وتعمل قطيعة عن كل ما سبق. فالأطراف اللونية تعد بالآلاف في (باليت) الألوان الرقمية والحامل هو شاشات عملاقة تكون بديلاً للكانفاس. تحيط بالمتلقي لتظهر صوراً آنية من خطوط متموجة ومتحركة بأبعاد ثابتة لكنها توحى باللانهاية، والمتلقي يكون هو المسؤول عن ملاحقة هذه الخطوط واستنباط صور ذهنية متلاحقة لا تعطي مجالاً للمخيلة بالاستغراق والتأمل. وهذه الصور المتسارعة والمتغيرة تنتقل إلى ذاكرة المتلقي الذي قد يتأثر بما إذا استطاعت الصورة الوصول إلى مغالقة يتم تفكيكها في ذهنية المتلقي، عن طريق ترسانة السلطة الإعلامية التي تفتح عالم التلقي من دون رادع أو رقيب عن طريق الصورة، وتجبر المتلقي على إلغاء الحاجز النموذجي بين الواقع وبين العمل الفني، فالعالم الإعلامي يعيد المتلقي إلى زمن العبودية يتلقى الأوامر الصورية قسراً، ولا يستطيع مقاومة حضورها وبالتالي تصبح نبوءة (أوليفر هولمز) في (1859) صالحة بوصف "أن الصورة ستصبح أكثر أهمية من الموضوع نفسه وفي الحقيقة ستجعل الموضوع نافلاً". (Christine , 2005 , p.23)

فالانتقال "إلى المجال الرقمي أنشأ قطيعة هامة يمكن التعبير عنها بأنها ثورة رقمية أو معلوماتية، تجلت بالخصوص في التحول الذي شهدته المعلوماتية التي تخلصت من كل تعين لتتحول إلى شيء مجرد إلى لوغاريتمات وسجل من الأعداد المتحولة باستمرار وبشكل لا نهائي طبقاً لعملية حسابية وهذه الثورة بسطت تأثيرها على الصورة والصوت والنص ليتوحد بذلك المهندس والفنان والباحث والتقني ضمن نظام مشترك لينفتح عالم الصورة ويعلن عن رمزية كونية". (كنانة، 2006، ص31)



وأمام المتغيرات الجديدة في تلك الأعمال الرقمية توجب إلغاء المرجعيات الأسلوبية والتوجه نحو إيجاد كفاءات مغايرة يتم عن طريقها استيعاب تلك الأعمال التي تستوجب متلقياً واعياً لتلك المستجدات. إذ يأخذ الأسلوب في البداية شكل العمل الفني وبالتدريج تنقلب المنظومة إلى تنظيم نسقي خاص بالأسلوب الجديد. وبهذا ما "إن يرتدي المعنى ألواناً وخطوطاً على لوحة من قماش يحمل أسما بعينه، ليس هو أن يظهر صورة على شاشة الاختلاف ليس هو الاختلاف بين الألوان والموجات الضوئية انه اختلاف بين ثقافتين، بل بين رؤيتين للعالم أو على الأصح بين عالمين متباينين". (بلاسم، 2006، ص 293) وبالتالي هو فرق بين أسلوبين مختلفين، ولم يعد المصمم يصمم ويبدع على وفق أسلوبه ولذاته ويعبر عن تجربة فردية بل صار يجسد موضوعاً يعبر عن ظاهرة رقمية في العمل التصميمي الذي يعتمد الشاشة والحاسوب. وبهذا يكون العمل هو علاقة بين الأسلوب الإبداعي والتقنية من جهة، وبين العمل الإبداعي والمتلقي من جهة أخرى. تكون مهمة فنون التصميم هي خلق عالم واقعي إعلامي جديد موجود داخل أبعاد الشاشة، لا يحاكي الواقع المعاشي وليس له مرجع، وهذا التغيير الثوري يحتاج إلى برنامج تنظيمي مدروس يصل إلى كل المستويات. ففي المجتمع المعاصر يتم " تصوير الحياة اليومية على أنها متعة رفاهية في ثقافة الصورة المتحركة التي تبتث عبر الأقمار الصناعية وعبر أساليب الحياة اليومية والطعام والشراب والملبس والهاتف والفن الذي دخل مجال التعليب في الأسواق واللافتات الضوئية والتعبير عن هذه الحياة بوسائل الإعلان الذي يحقق مقولاته في دقائق ويرمي في سلة المهملات " (بلاسم، مصدر سبق ذكره، ص 297) .

ويستمد مفهوم الثابت دلالاته استناداً إلى ثبات الصورة المرسومة أو المطبوعة وحتى الحفورة، عن طريق تشكيلها على حامل. لتنتقل مع مفهوم المتحرك نحو اعتماد نظام الكتروني أو رقمي يسهم في تحريك الصورة يختلف في وسائطه ووسائله عن الصورة الثابتة. مما اثر في تحول ثقافة الصورة التي أعطت السلطة والقيادة بيد وسائط العالم الإعلامي المتمثلة بالشاشة والحاسوب لعرض الصورة المتحركة التي تقود الثقافة الجماهيرية الجديدة وتؤثر في إرساء أهدافها فالصورة المتحركة صارت هي القائد الفكري والثقافي " وإذا كنا نستطيع من قبل التفريق بين المرسل والرسالة ووسيلة الاتصال، فإننا اليوم نجد تداخلاً كبيراً بين هذه العناصر وبهذا نعجز اليوم عن تسمية أو رؤية قادة حقيقيين يقودون الناس ويؤثرون عليهم فكرياً أو سياسياً أو فنياً " (الغدامي، 2005، ص 25-26)

وهذه الصورة المتحركة استطاعت إعادة تشكيل قراءة التلقي عن طريق التأثير في العقل الجمعي باعتماد مؤثرات المسرح والتلفاز والفيديو والسينما والحاسوب، فنجد مثلاً أن للانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، أثرها الكبير في عقول الشباب بما أحدث تغيرات في الرأي العام ومنظومته الثقافية، بأعتماد الصور المؤثرة وأسلوب الحوار المنعكس عنها وبالتالي يتم كسب



المؤيدين وإعلان التغيير، وبفعل ثورة الاتصال والمعلوماتية اكتسبت الصورة المتحركة وسائط حديثة تمكنت في تقانتها العالية من إبحار المتلقي والتأثير فيه والتكلم معه لتسهّم في التنميظ الثقافي وإحداث صراعات نسقية تتجاهل فيها نسق فنون النخبة وتخلق نسقها الإعلامي المغاير.

البند الثاني



المبحث الثاني

التصميم المعاصر وسيلة اتصال :

يعد التصميم أحد الوسائل المهمة للاتصال البصري وذلك لدوره الفاعل في تحقيق الفهم المتبادل وإقناع الجمهور بما يحمله من أفكار لها مساس مباشر أو غير مباشر بحياة المتلقي.

ونظراً لما يتمتع به التصميم من قوة جذب جماهيرية ولاسيما بعد ما أصبح من الممكن إنتاجه بكمية كبيرة وفي وقت سريع ، لذا فإن المجتمعات والمؤسسات قد أولت المطبوعات عامة والملصق بشكل خاص أهمية كبيرة كونه وسيلة اتصالية سريعة ترمي إلى تقديم الحقائق والمعلومات والأفكار ، وأحداث التأثير المطلوب في المتلقي وتوصيل رسائل اتصالية معينة إليه .

وهنا يبرز دور المصمم باعتباره خبير يمتلك الأدوات التي تساهم في تأكيد الفكرة التصميمية المتوخاة باستخدام أفضل التنويعات الشكلية والتنظيمية ذات المضمون المعبر والمبنية على أسس وضوابط ومتغيرات متعددة تسعى جميعاً لتحقيق الهدف الاتصالي الذي يعالج المصمم فيه مشكلاته وفق اتجاهاتها وأهدافها وتكون تلك الأفكار معبرة باعتبارها غاية ترتبط بالهدف . (كامل ، 1987 ، ص 111)

وهو إيصال الرسالة بأعلى معنى وتأثير معتمداً في ذلك على توظيفه للصورة واللون والخطوط والكتابة داخل الفضاء للملصق وإخضاعها لضوابط معينة كالإيقان وتوازن الألوان ، والمساحات والخطوط ، إذ يحاول المصمم معالجة التصميم لغرض تحقيق إيقان جميع العلاقات ووضع كل جزء من التصميم في المكان المناسب سعياً لتحقيق الهدف بأفضل صيغة . ومن ثم الوصول إلى غايته في تحقيق أغراض جمالية تتسق مع الأغراض الوظيفية لتحقيق الشد والجذب والتفاعل ثم الاستجابة المطلوبة من قبل المتلقي . (محمد ، 1979 ، ص 80) . فالإتصال إذن " هو العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة في مضامين اجتماعية معينة وفي هذا التفاعل تدخل أفكار ومعلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية معينة أو واقع معين ، والاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء " (جورج ، 1984 ، ص 27) . وبمعنى آخر فالإتصال ما هو إلا عملية اشتراك ومشاركة في المعنى عن طريق التفاعل الرمزي للمرسل والمتلقي ، تستند في أساسها إلى التكوين النفسي والعقلي والثقافي والاجتماعي للأفراد والجماعات فهو لا يقتصر فقط على نقل الأفكار والآراء والخبرات . (نوبلر ، 1987 ، ص 40) بل هو تفاعل بين عناصر المجتمع المختلفة (النفسية



(الثقافية) وهو أيضاً عملية (ديناميكية) دائرية تحدث في مجال واسع تتأثر بالتفاعل المستمر بين عناصرها، ولتحقيق هذا يستوجب وسيلة أو واسطة تعمل على تجاوز الحواجز التي تفصل بين الناس وتقرب بعضهم من بعضهم الآخر عن طريق فكرة مكونة من أشكال منظمة ومعبرة يتم إيصالها للآخرين، فالاتصال يخلق روابط بين (المتلقي) من خلال الربط بين ثقافتهم وأفكارهم وعقائدهم وميولهم وأنماط سلوكهم. (الهييتي، 1978، ص 5). فحاجة الإنسان إلى الاتصال هي حاجة ماسة ودائمة، سواء أكان ذلك عن طريق لغات الاتصال (المكتوبة والمقروءة أو المسموعة) والتي تلعب دوراً مهماً في إيصال الرسالة إلى المتلقي، أم عن طريق لغة الرموز والإشارات والتي تعد من الوسائل المهمة التي يستعاض بها حينما تعجز الوسائل الأخرى للاتصال فهي مهمة ومكملة ومعبرة عن الفكرة والواقع وهي وثيقة مهمة ليحقق الاتصال أغراضه. ومن هنا يتضح بأن الرموز هي جوهر الاتصال الذي يجمع صورتها (الرموز) الحاملة للمعنى والفكرة ومن خلالها ينقل الاتصال المعاني المراد نقلها إلى المتلقي.. دون الاعتماد على المعنى الدلالي لها مضافاً إليها شحنة عاطفية من نوع معين مقصود (الواسطي، 1978، ص 10). ومن هنا نفهم أن التصميم على اختلاف أنواعه يعد في واقعه مكوناً ذو أداء وظيفي محدد لأهداف اتصالية نحو الأفراد أو المجتمع. يستخدم الوسائل الفنية المختلفة لتحقيق الشد البصري وأحداث التأثير المطلوب. ولغرض تحقيق هدفه كوسيلة من وسائل الاتصال كان لابد أن تتوفر فيه بعض الخصائص التي تجعل من عملية وصوله إلى المتلقي أسهل وأسرع وهذه الحقائق هي: (Devoe, 1969, p.194)

أ- جذب الانتباه **Arrest Attention** .

ب- إثارة الاهتمام **Arouse Interest** .

ج- تحفيز الرغبة **Create Desire** .

د- الإقناع **persuasion** .

هـ- الاستجابة **Response** .

و- تدعيم الأفكار **Backing Ideas** .

وبذلك يتضح لنا أن " التصميم الناجح ليس مجرد مجموعة من الصور والرسوم والنصوص التي أمكن تنسيقها وإخراجها بشكل متناسب، وإنما هو فكرة مبتكرة، مبنية على دراسة احتياجات وخصائص الوسيلة الإعلامية ". (تلمية، 1979، ص 211).



وتعد " الوظيفة الجمالية وظيفية جوهرية في التصميم ، إذ حالما يحل المصمم المشكلة الوظيفية يظهر أمامه مجال متسع لاختيار الترتيب النهائي لتكوين البنية ، وهذا الاختيار يكون على أساس تلبية الوظيفة الجمالية بعد تلبية بقية الحاجات لذلك تكون الحلول التي يتوصل إليها المصمم ذات مغزى ومعنى معين (حضاري - فردي) ولا تكون حلولاً حتمية " . (Jenck, 1980 , p. 74-76).

وترى الباحثة أن الشعور بالجذب هو ناتج لاستمتاع المتلقي بالقيم الجمالية المتحققة في تصميم الملصق والمجسدة لموضوعه الذي يتحقق من خلال مجموع البنى الشكلية وعلاقتها مع بعضها . ولذا " فان الحكم الجمالي يكون محكوماً" تحت إرادة وموقف المتلقي وهذا يعود إلى أن الجذب هو علاقة بين المتلقي والموضوع ، وهي علاقة جدلية ، إذ أن الصفات الجوهرية التي تكمن في جوهر الجمال هي النظام والتناسق والوضوح .

وترى الباحثة اننا أمام المد الثقافي الجديد وظهور تأثير الصورة المتحركة في التلفاز والإعلانات الضوئية والشاشات التي وضعت في كل مكان ووجود عالم الانترنت، حدثت الانحرافات الكبرى والانتقال من اللوحة الثابتة التي تعرض لسنوات في دور العرض والمتاحف العالمية، إلى صورة متحركة وسريعة. تنازل معها الفنان عن دكتاتورية عرشه ودخل عوالم معرفية أخرى. وبدأ الخطاب الكلي ينوء بمحمولات الإغماء، وإيجاد انساق فرعية تنسلخ عن أنساقها الأصلية لتتلاءم مع النسق الثقافي الجديد والتطورات المعرفية التي ترتبط بعصر العولمة ودخول عصر تكنولوجيايات الذكاء الصناعي ونظم المعلوماتية.

إذ قد تتيح تكنولوجيا المعلومات الرقمية إيصال الفنون ونشرها على المستوى الكوني، على وفق معايير تلك الثقافة. لذلك وجب على الفنان فهم هذه الأنساق الثقافية، والتواصل معها داخل الوحدة الكونية التي تقوم على الاختلاف المعرفي والثقافي والاقتصادي والعقائدي. وفي ضوء ذلك كانت الصورة في هذا النظام المعلوماتي تنبني على تعارض "بين الوجود والمظهر والشبه، ولم تعد بحاجة لمحاكاة الواقع الخارجي لان المنتج الواقعي هو المطالب بمحاكاتها هي كي يحقق وجوده فالصورة المعلوماتية تمكن من زيارة بناية لم تشيد بعد، والركوب في سيارة لا توجد إلا على الورق... هذا هو البصري كما يبدو فعلاً". (دوبري، 2007، ص 310). لقد أصبح بإمكان الفنان خلق عالم افتراضي والتنقل في أمكنة غير مادية، كما بأستطاعت تكنولوجيا الحاسوب إدخال المتلقي داخل شاشة العرض لحظة وقوفه أمامها وبإمكانه أن يتحرك داخل تلك الأماكن المتخيلة الافتراضية والمنفذة بمعاجات رقمية، وبهذا انتقل مكان المتلقي إلى داخل فضاءات العمل مع بقاء جسده المادي خارج العمل. وبعد أن كانت التأثيرات العلمية قليلة في الحياة الاجتماعية في مراحلها الأولى، صار العلم اليوم ترسانة لها دورها الحاسم في الكثير من التغيرات الثقافية والفكرية والاجتماعية. ومع ظهور الاكتشافات العلمية والتحولات المتلاحقة والوصول إلى عصر الآلة تخلى الإنسان عن عرشه لينتقل من متأمل للطبيعة إلى جزء من مكنة في عصر الآلة،



وتحول بدوره الفنان من متمرّد وثوري إلى تابع للتقانات الحديثة في محاولة للتوصل إلى علاقة بين الفن والعلم ينتج منها سلالات جديدة من الأنساق التي تحتضن الحركات الفنية الحديثة تحت عباءتها. (الميلودي، 2007، ص 131-137) ومن علاقة العلم بالثقافة تظهر أنساق مغايرة تصنع التميز عن طريق تعزيز الأفكار وهيمنتها لتحقيق قوانين تحاول أن تثبت نفسها؛ فالعلم لا يلغي الأنساق، بل قد يتحول إلى وسيلة يسهم في تعزيزها، أو إحداث تحولات فيها. كما يمكن للمصمم أن يحقق جاذبية في بنية التصميم العامة من خلال مجموع القيم الجمالية المتحققة كالانسجام والتناسق وأحداث توازن بين أجزاء التصميم المختلفة من حيث الأهمية الذي يعمل على تأكيد جمالية التصميم ككل موحد يجعل المتلقي في تتابع وصولاً لفهم محتوى ومضمون الرسالة.

إذ ترى الباحثة أن جمال التصميم لا يرتبط فقط بتحقيقه لوظيفته وإنما يرتبط أيضاً بجودته أي قدرة المصمم على تحقيق التناسق والانسجام لمفردات وعناصر التصميم فضلاً عن تحقيق التوازن والتناسب لمكوناته وهذه الأمور مجملها تؤدي إلى شد انتباه المتلقي للتصميم وتحقيق الجذب البصري. فمن جهة أولى فالتصميم يتطلب إثارة أحاسيس المتلقي، ثم إثارة تفكيره في محتوى التصميم من خلال إثارة خصائص هيئاته أو علاقاته أو نواتجه التكوينية لما هو مخترن في ذهنه من خبرات وتجارب سابقة في التذوق والتفضيل فيتحقق انجازه لبعض المثريات، أو أرتياحه ورضاه عنها، فإن الرائي يبحث عن الحقيقة الفنية والعلمية ويستغلها ويتفاعل معها وينتفع بها في حياته بالشكل الذي تصبح فيه حقيقة له.

وترى الباحثة أنه بإمكان المصمم إثارة المتلقي بصرياً من خلال جعل وحدة تصميمية تحقق جذباً بصرياً عالياً مقارنة بما سواها من الوحدات الأخرى وجعلها المفتاح الرئيسي الذي يحقق اللحظة الأولى أو الاستقطاب البصري الأول للمتلقي بما تحمله من خصائص جمالية فضلاً عن حملها للفكرة الأساس على شرط أن تشكل مع بقية العناصر الأخرى وحدة جمالية متسلسلة ومتكاملة في المضمون والمحتوى. ومن هذا الكم من الاختلاط والتسارع والتغير صار الفنان والمصمم يبحث عن ذاته التي تراجعت أمام الآلة والشاشة والحاسوب، ودخل إلى عالم التصميم المعاصر علماء وصنّاع يسعون إلى إتقان الحرفة العالية والحصول على الخبرة. فكل "تقنية جديدة تخلق ذاتاً جديدة عبر تحديد مواضيعها، فالصورة الفوتوغرافية قد غيرت من إدراكنا للفضاء، والسينما غيرت إدراكنا للزمن". (دوبري، 2007، ص 144)

وحاولت ثقافة العولمة التي لا تعترف بالحدود بين الشعوب، التأثير في المتلقي وتحويله إلى مستهلك. وصار لزاماً على الفن أن يضع هدف النفعية في أولوياته لخدمة مصالح اقتصاديات السوق. فاستعانت الثقافة بتكنولوجيا الاتصالات وأقمار البث والانترنت والفضائيات لتغذية الوعي المعرفي بأسس علمية وتقنية يستطيع التحرر من أنساقها القديمة وإيجاد موقع فعال في هذا العصر وبغية تأسيس وعي فني في عصر الإعلامياتة كان على الفن أن يؤسس قاعدة علمية يتربع عليها وتكون له هوية تتلاءم مع الثقافة



الجديدة، كي يلغي الحدود لصالح المثاقفة والاتصال وشفوة القول إن الثورات الفنية لن تنتهي، وان التحولات النسقية في الفن لن تنتهي أيضاً وحتى الفنانون لا يستطيعون التنبؤ بما سيكون عليه الفن في المستقبل. فلم يعد فن الرسم اليوم محاولة لعكس الواقع الحقيقي بل أصبح جزءاً من التواصل مع العالم والبحث في هذا المجال ما زال بكرةً، فهو محاولات لدراسة هذه المنطقة الشائكة من الأنساق الفنية ومفاصلها. كما في الشكل (3)



(شكل 3)

مؤشرات الاطار النظري

- 1- أن جمال التصميم لا يرتبط فقط بتحقيقه لوظيفته وإنما يرتبط أيضاً بجودته أي قدرة المصمم على تحقيق التناسق والانسجام لمفردات وعناصر التصميم فضلاً عن تحقيق التوازن والتناسب لمكوناته وهذه الأمور مجملها تؤدي إلى شد انتباه المتلقي للتصميم وتحقيق الجذب البصري
- 2- مهمة فنون التصميم هي خلق عالم واقعي إعلامي جديد موجود داخل أبعاد الشاشة .



- 3- أصبح المصمم المعاصر يجسد موضوعاً يعبر عن ظاهرة رقمية في العمل التصميمي الذي يعتمد الشاشة والحاسوب. وبهذا يكون العمل هو علاقة بين الأسلوب الإبداعي والتقنية من جهة، وبين العمل الإبداعي والمتلقي من جهة أخرى.
- 4- دخول إلى عالم التصميم المعاصر علماء وصنّاع يسعون إلى إتقان الحرفة العالية والحصول على الخبرة. فكل "تقنية جديدة تخلق ذاتاً جديدة عبر تحديد مواضيعها.
- 5- أصبح بإمكان المصمم والفنان خلق عالم افتراضي والتنقل في أمكنة غير مادية، كما أستطاعت تكنولوجيا الحاسوب إدخال المتلقي داخل شاشة العرض لحظة وقوفه أمامها وبإمكانه أن يتحرك داخل تلك الأماكن المتخيلة الافتراضية والمنفذة بمعالجات رقمية.
- 6- أن التصميم على اختلاف أنواعه يعد في واقعه مكوناً ذو أداء وظيفي محدد لأهداف اتصالية نحو الأفراد أو المجتمع.
- 7- وبفعل ثورة الاتصال والمعلوماتية اكتسبت الصورة المتحركة وسائط حديثة تمكنت في تقانتها العالية من إبحار المتلقي والتأثير فيه والتكلم معه لتسهم في التنميط الثقافي وإحداث صراعات نسقية تتجاهل فيها نسق فنون النخبة وتخلق نسقها الإعلامي المغاير.
- 8- الاتصال ما هو إلا عملية اشتراك ومشاركة في المعنى عن طريق التفاعل الرمزي للمرسل والمتلقي ، تستند في أساسها إلى التكوين النفسي والعقلي والثقافي والاجتماعي للأفراد والجماعات.

البند الثالث (إجراءات البحث)

(إجراءات البحث)

أولاً: مجتمع البحث : يشمل مجتمع البحث مجموعة لوحات فنية ، وأعمال تصميمية صناعية لفنانين ، ومصممين أوروبيين وأميركيين من (2007-2012) ، ونظراً لسعته ، فقد اطلعت الباحثة على ما منشور ومتيسر من مصورات للوحات الفنية والاعمال التصميمية في المصادر ذات العلاقة من (كتب ومجلات ودوريات ، ومواقع بعض الرسامين على شبكة المعلومات العالمية، وحصلت الباحثة على اطار للمجتمع بلغ (80) عملاً فنياً مصمماً منفذاً من قبل فنانين ومصممين معاصرين أوروبيين وأميركيين.



ثانياً: عينة البحث : لقد افادت الباحثة اختيار وتحديد عينة البحث قصدياً والبالغ عددها (4) عملاً وتصميمياً وبعد

عرضها على مجموعة من الخبراء(*) ووفقاً للمسوغات الآتية :

- 1- تميزت النماذج المختارة بوصفها ممثلة للمجتمع الأصلي للبحث.
- 2- النماذج المختارة متباينة ومختلفة في أساليبها الفنية مما يتيح المجال لمعرفة تنوع الاعلاماتية في التصميم المعاصر
- 3- تظهر تواصلية المتلقي مع المنجز الفني بوضوح عبر التقنية المختارة .
- 4- تنوع الجانب التقني في المعطى الفني وبالتالي تنوع صور التواصل مع المتلقي .

ثالثاً: اداة البحث : استندت الباحثة الى مؤشرات الاطار النظري بوصفها منطلقاً لأداة البحث .

رابعاً: منهج البحث : استندت الباحثة على المنهج الوصفي (التحليلي).

(*) الخبراء :

1. أ.د. مها اسماعيل الشихلي -تصميم طباعي - كلية الفنون الجميلة - جامعة بغداد.
2. أ.د. ساهرة عبد الواحد -تصميم طباعي - كلية الفنون الجميلة - جامعة بابل.
3. أ.د. علي شناوة وادي -تقنيات تدريس الفنون - كلية الفنون الجميلة - جامعة بابل.
4. أ.م.د. خضير عباس دلي -تصميم داخلي - كلية الفنون الجميلة - جامعة بابل .
5. أ.م.د. عادل السعدي - تصميم داخلي - كلية الفنون الجميلة - جامعة بابل .

خامساً: تحليل العينة : انموذج (1)

1	1	رقم النموذج
Zaha Hadid	زها حديد	اسم الفنان
ROCA London Gallery	معرض روكا في لندن	اسم العمل
2009-2011	2011-2009	تاريخ الانجاز
GRC (glass reinforced concrete) & GRG (glass reinforced gypsum)	خرسانة مدعومة بالألياف الزجاجية، جبس مدعوم بالألياف الزجاجية.	الخامة
1100m ²	2م1100	القياس
London	لندن	مكان المبنى
www.zaha-hadid.com	موقع المهندسة زها حديد	المصدر





تحليل العمل

إن منطق الإزاحة والتحول والإقصاء لم يطل النسق في منطقة الرسم والنحت والسيراميك فحسب؛ بل صار التحول شاخصاً مع التطورات العمرانية الهائلة التي أصبحت مع بداية الألفية الثالثة من ضروريات الحياة العصرية التي تعكس أهمية ورقي مجتمعاتها. وعليه توجه المعماري إلى مناطق مغايرة للبحث عن انساق جديدة منبثقة منها. لتحقيق التفرد والتغريب من كفاءات التقابل والتداخل بين الفنون التشكيلية، والشكل الخارجي والداخلي للعمارة. والإسهام في تحويل وارتقاء المبنى الأصم إلى عمل فني يدخل دائرة العالمية وينبثق من جدلية الجمال والوظيفة. كما في تصميم المهندسة العراقية (زها حديد) لمبنى (روكا، Roca)*.

استلهمت المهندسة شكل المبنى من رمز الماء في العديد من حالاته السائلة أو الصلبة. والتعبير عن حركته في انسيابيته وتلقائيته وما يترك وراءه من آثار، لابتكار شكل المبنى الخارجي وتصميمات مرافقه الداخلية. وحرصت (زها) على إيصال ماهية المبنى عن طريق الشكل الخارجي والإشارة إلى ترميزه بوظيفته الأساسية بالتموجات والانحناءات التجريدية. لتكون البنية شعاعاً تجارياً شاخصاً للعيان يسهم في تحقيق الطابع الإعلاني فضلاً عن غاية المبنى الوظيفية بعدها شركة لبيع وتصميم وتصنيع الحمامات والسيراميك.

تفردت (روكا) بعكس فاعلية المياه ليكون بمثابة حركة العنصر المتحولة عبر الواجهة الخارجية، التي منحت للمبنى هوية مميزة وتشمل على مزيج متنسق من أشكال منحنية ومعالم متموجة بطريقة غير متوقعة لإنشاء سلسلة من المخارج والمداخل المعمارية التي تتميز بالاستمرارية والانفتاح من دون وجود اقتطاعات بنيت على مساحة تبلغ (1100) م² وما ساعد على تحقيق تلك الانسيابية توظيف مادة الخرسانة الممزوجة بألياف الزجاج في البناء، لإبراز المرونة في الحركة من مادة صلبة في الملمس. يفتح الشكل الخارجي مع الفضاءات الداخلية للمبنى الذي يتكون من طابق واحد لربط جميع مساحات المعرض بانخفاضات وارتفاعات صيغت بشكل حركة الماء التي تعطي الدافع على التكيف والانفتاح والتغير. إذ صمم المبنى ليكون بيئة مكانية متعددة الأغراض وحاضنة لمجموعة واسعة من الأحداث الاجتماعية والثقافية، التي تتضمن اللقاءات والمناقشات والعروض وحفلات الاستقبال لإطلاق المنتجات التجارية. وأبدعت الفنانة في تكوين علاقات تفاعلية ومتصلة بأمكان شبه مفتوحة تربط بين المرافق الخاصة بالمبنى والتي تتكون من غرفة للاجتماعات، ومقهى، ومكتبة، وجدار متعدد الوسائط، وشاشات فيديو،

* روكا: هي شركة رائدة متعددة الجنسيات، ومكرسة لتصميم وتصنيع وتسويق الحمامات، والمتداخلة مع الهندسة المعمارية والتصاميم الداخلية. فضلاً عن امتلاكها فرعاً للسيراميك المستخدم لتغليف الأرضيات والجدران. وتملك الشركة مراكز إنتاجية في أربع قارات. ولديها موظفين للبيع المباشر في جميع أنحاء العالم. ينظر: www.roca.com

وأماكن استقبال، شكل (1- أ). تكون شبه مقتطعة من خلال انخفاضات تشبه قطرات الماء المناسبة فيما بينها والمدمجة بتقنيات تفاعلية ومصادر سمعية وبصرية، يضيف إحساس المركز التصميمي والتصنيعي والبحثي على المعرض. بالإضافة إلى استعمال تقنيات الترشيح التي تم دمجها طبيعياً داخل لغة التصميم. ولإضفاء الأجواء الدرامية والتفاعلية بين تداخل المرافق المركزية مع الأطراف، وتراكب المنحنيات والتصاميم الداخلية تم تفعيل خاصية الضوء والظل إذ لونت المساحة المركزية للمعرض باللون الأبيض المستلهم من ضياء قطرات الماء. أما البيئات المجاورة والمحيطة بالمساحة الرئيسية فكانت بلون الخرسانة الرمادي الداكن، شكل (1- ب). ولتحقيق الخصائص الشكلية واللونية تم اختيار الخرسانة والجبس المدعمن بالألياف الزجاجية، كمادة رئيسة للبناء.



شكل (1 - أ)



شكل (1 - ب)

ولتحقيق الغاية التسويقية لمنتجات (روكا)، اهتمت الشركة بفضاء الحمامات الذي يسمح للزوار من الاطلاع على احدث



التصميمات والمبتكرات مع التركيز على أهمية المياه في المجتمع. وركزت الشركة كذلك، على الترويج إلى بلاط الأرضية الخاص بها، الذي يمثل فسيفساء من قطع فريدة ويعتمد آلية الانسيابية والتموج نفسها، لخلق تأثير بصري مميز، شكل (1 - ج). هذا التقابل والتداخل بين التصميم الخارجي والداخلي، وبين التشكيل والعمارة لم يغفل عن توظيف الفكرة ذاتها في تصميم الأثاث التي صارت قطعاً فنية تندمج مع التصميم الداخلي وتكون جزءاً مكماً وضرورياً له شكلاً ومضموناً. ولتحقيق المرونة والانسيابية تم استعمال البلاستيك المدعم بالألياف الزجاجية (glass reinforced plastics/ fibre glass). لصنع الإطارات الخاصة بأماكن الإضاءة، والطاولات، والكراسي، وحتى الرفوف. ليتحول كل جزء إلى بيئة جمالية معبرة ومرتبطة بالكل. شكل (1 - د).

وصممت ألواح جدران صالة العرض باستعمال نظام الوحدات، حيث يوجد في لوح كل جدار مجموعة من الثقوب تسمح بتغيير تصميم الصالة. وتغيير النظام. إذ يمكن تغيير مكانه كلما اقتضى الأمر. وكأن الجدار تحول إلى قطعة أثاث أو لوحة معلقة تتغير أماكنها بتغير الديكور.

وفي ضوء ما تقدم وبعيدا عن الناحية الوظيفية للمبنى صار من الصعب التفرقة بين ما هو تابع للعمارة ومعاييرها، وبين ما يعد عملاً فنياً يهتم بالجمال على حساب الوظيفة. فالتداخل بين الجدار الخارجي والتصميم الداخلي بصياغة تنتمي إلى منطقة الجمال يرشح العمل ليكون صرحاً تشكيمياً بدءاً من شكله الخارجي وحتى أرضية الحمام. هذه الانزياحات في المقاييس الجمالية وفي قوانين الفرجة وتحولات الأنساق واللاتجنيس؛ تسهم في كسر أفق توقع المتلقي الفعال الذي يبحث عن افتراضات جديدة لسد الثغرات الناتجة عن تأويلات القراءة ومحاولة القيام بعمليات ترحيل بالبحث عن خطوط تمكنه من الانفلات من الأطر السابقة وصولاً إلى المعنى النهائي الخاص به. وحرصت (المهندسة زها) في (روكا) في التركيز على القيمة الجمالية عن طريق إضفاء الطابع التفكيكي على تصميمها بإعطاء إحاء اللاتوازن وعدم الاستقرار، وانتهاك معايير العمارة لتحقيق الغرائبية وتفكيك المراكز بتجسيد أشكال هجينة وديناميكية منفتحة الدلالات تسهم في جذب التلقي الفعال وإثارة اهتمامه. وهذا من متطلبات عصر بعد ما بعد الحداثة الذي يؤكد على إظهار الطابع العصري والعالمي وعكس الرقي الثقافي والترق الاقتصادي عن طريق العمارة المتفردة الغير مألوفة. وبالتالي تحقيق التواصل بين المشتري والشركة المنتجة، التي كرست التصميم ليكون مركز جذب جمالي، ومن ثم تحقيق غاياتها في التواصل بين المتلقي وبين المرافق التصميمية ليكتسب الإحساس بالانتماء والانفتاح. وفي النهاية لن يشعر بوجود مكان مغلق في أي مكان وأمام أي اختبار أو تجربة للمنتج. ومما سبق يمكن تحديد المرجعيات الإعلامية بالتأكيد على الطابع الإعلاني عن منتجات الشركة والإشارة إلى العلامة التجارية عن طريق إبداع ثيمة مشتركة بين الواجهة الخارجية، والتصميم



الداخلي، والأثاث، والرفوف، والسيراميك، وحتى الأرضية. لضمان تداول العلامة التجارية والترويج عنها، مما يؤدي بدوره إلى تحقيق المرجع الاقتصادي الناتج عن تحميل كل ما موجود في المبنى بروح التسوق وفرض الطابع الاستهلاكي على كل التصميم، ويشير إلى العلامة التجارية .



شكل (1 - ج)



شكل (1 - د)



Global Proceedings Repository
American Research Foundation

ISSN 2476-017X

Available online at <http://proceedings.sriweb.org>

شبكة المؤتمرات العربية
<http://arab.kmshare.net/>

انموذج (2)



20	20	رقم الشكل
Markus Lerner	ماركوس ليرنر	اسم الفنان
Reactive Sparks	الشرارات المتفاعلة	اسم العمل
2007	2007	تاريخ الانجاز
seven double-sided vertical screens, with more 750,000 RGB high-capacity LEDs	سبعة شاشات عمودية مع أكثر من (750) ألف مصباح ذو قدرة عالية	الخامة
OSRAM lighting manufacturer.	شركة اوسرام المصنعة للمصابيح	التمويل
front of the OSRAM	أمام شركة اوسرام	مكان العرض
www.markuslerner.com	موقع الفنان	المصدر



تحليل العمل:

في عمل (الشرارات المتفاعلة، Sparks Reactive)، للفنان الألماني (ماركوس ليرنر، Markus Lerner). تنبني فكرة العمل على تنصيب تركيب ضوئي في بيئة حضرية بتوظيف الشاشات الضخمة. إذ وجد الفنان سياقاً يتمثل في المحيط



الخارجي، الذي تتشكل فيه الصورة الضوئية. باختيار سبع شاشات مجاورة لبعضها ومزدوجة الرؤية ذات شكل عمودي. وكل شاشة تحوي على ما يقارب (110,000) مائة وعشرة ألف مصباح ذو قدرة عالية. ليصل المجموع في الشاشات السبع أكثر من (750,000) سبعمائة وخمسون ألف مصباح. واختار الفنان تدرجات اللون (البرتقالي، Orange) لتكوين أمكنة جمالية ناتجة عن تناقض الألوان الدافئة مع طبيعة الشتاء الرمادي.

أما من الناحية الوظيفية فإن العمل التركيبي هو تجسيد لفكرة الطاقة وترجمة للحركة في عرض بصري يستمد أشكاله الآنية من حركة المركبات. إذ تمت برمجة الشاشات لتعقب مستمر لحركة المرور في الوقت الحقيقي عن طريق أجهزة استشعار. وذلك عند مرور كل مركبة قرب الأبراج التركيبية فإن خطأ مفرداً يومض كشراة في قمة الشاشة، إشارة إلى مرور سيارة جديدة. تلك الشرارة في الأعلى، ستضيف إضاءة إلى الأمواج الموجودة في الجزء الأسفل؛ التي تمثل القراءة الأخيرة لمقدار حركة المرور في الدقائق القليلة الماضية. وتزداد الموجات كلما أزداد عدد المركبات المارة، وازدادت سرعة الحركة. هذه الأحداث المرورية الظاهرة على الشاشة تنقل عن طريق جهاز كومبيوتر مع كاميرا (فاير واير، fire wire)*، وتوثق باستخدام رسومات الحاسوب لتقديم الوقت الحقيقي للمرور. وبهذا فإن العمل يحول أزمة المرور إلى فن إبداعي بإضفاء الإثارة على حركة السيارات وجعلها محوراً للاهتمام عن طريق جمالية الصورة البصرية المجسدة على الشاشة في مكان عام.

في هذا العصر شهد نمو اقتصادي هائل وانتشار الشركات متعددة الجنسيات، صار من الضروري الترويج عن المؤسسات الضخمة بتوظيف الصورة الفنية وتخصيص مبالغ كبيرة تسهم في الإعلان والتواصل العالمي لتحقيق الأرباح. كما في هذا المشروع الضخم تم تمويله من قبل شركة (اوسرام، OSRAM)** وهي من كبريات الشركات المصنعة للإضاءة، وتم تركيبه في الجهة الأمامية لمكتب الشركة الرئيسي بجوار الطريق السريع (ميتلير رنك، The highway Mittlerer Ring) بعده من الأماكن المزدحمة في (ميونخ). فضلاً عن أكمال الصورة الإشهارية للشركة الممولة باعتبار أن وجود هذا العمل في ذلك المكان هو صورة تذكيرية للمارة عن صناعة الشركة، وكفاءة مصابيح الشركة الالكترونية والكهربائية التي تجذب النظر عن طريق ضخامة أبراجها وإنارتها القوية ولونها المميز. وقد ظل المشروع موجوداً لغاية شهر (نيسان) من عام (2008).

* الفاير واير: يعتبر موصل بين الحاسوب والكاميرا ويتميز بنقل البيانات بسرعة عالية جداً. ينظر:

www.businessdictionary.com

** OSRAM: وهي شركة متعددة الجنسيات ومقرها في ميونخ، ألمانيا. وتعد من كبريات الشركات الرائدة في صناعة المصابيح الالكترونية والكهربائية التابعة إلى (سيمنس اي جي، Siemens AG). ينظر:

www.osram.com



والى جانب نقل البيانات والمعلومات المرورية، تؤدي الشاشة دوراً تواصلياً مهماً، وذلك لاستخدامها في وسائل عرض غير مألوفة، وتداوليتها في المجتمع المعاصر. فكل ما يحيط بالإنسان هو شاشة يبدأ من الهاتف النقال مروراً بالحاسوب والتلفاز وصولاً إلى الواجهات الإعلانية. فصار لها دوراً جمالياً لما يظهر من أشكال تنتج عن حوارية المركبات والعمل التركيبي، وكذلك دوراً اقتصادياً ومحفزاً استهلاكياً. لتكون الشاشة ناقلة لحركة تبعث التسلية وفي نفس الوقت تعمل كمروج تجاري وواجهة إعلانية مواجهة لكل المارين في الطريق السريع. وعن طريق الكشف عن فاعلية التداخلات التقنية والوسائط الإعلامية مع البيئة المكانية، تحتم خروج العمل من جدرانه الكونكريتية لمواجهة (متلق متحرك). مما تطلب حدوث انزياح في قانون الفرجة والتمهيد لسياق مغاير يتماشى مع الحياة الاجتماعية المعاصرة. التي بات فيها الإنسان لا يجد وقتاً لارتياح المعارض وتأمل الأعمال أمام زخم المشاغل وضيق الوقت. مما أدى إلى محاولة إقحام الفن وإثارة الانتباه في كل الأمكنة. والبحث عن طرائق لمواجهة التلقي، حتى لو كان ماراً على الطريق السريع ولبضع ثواني. وبعد هذا المكان مناسباً لضمان مرور أعداد كبيرة من المركبات. وبالتالي سيفرض على المتلقي أن ينظر منفرداً إلى العمل من زجاج سيارته التي أسهمت في انجاز الشكل المتغير. ومن الجدير بالذكر أن الفنان لم يختار صورة تحوي أشكالاً متعددة. لأن المار على الطريق السريع لن يستطع أن يقرأ كلمات أو يجد الوقت الكافي لرؤية وتحليل مجموعة من الصور. ولذلك كان اللون والشكل التجريدي هو الاختيار الأمثل الذي يمكن أن يراه، وينطبع بذاكرته، ويشير إلى اسم الشركة الشاخصة خلف العمل، بلحظة زمنية خاطفة.

ومما تقدم يجوي العمل مستويين من المرجعيات الإعلامية، يرتبط الأول بالمستوى الجمالي من خلال الكشف عن علاقة عناصر العمل مع بعضها للوصول إلى المخرج الشكلي على وفق طرائق عرض تتلاءم والبيئية المكانية المحيطة. فمرور المركبات في الشارع ينتج متتاليات شكلية ولونية مثيرة تظهر على الشاشة المواجهة للمتلقى العابر. أما المستوى الثاني فيركز على الهدف الوظيفي والنفعي من العمل، الذي يتحدد بقراءة حركة المرور من ناحية وظيفية، والإعلان عن اسم الشركة التي دخلت القطاع الثقافي للترويج عن أسمها التجاري وإنتاجها لتحقيق أهداف نفعية متعددة. وعليه يحقق العمل شكل مرئي حسي مباشر، ومفهوم مدرك مضمّر غير مباشر.



انموذج (3)

رقم الشكل	3	3
اسم الفنان	اليزابيث برايس	Elizabeth Price
اسم العمل	جوقة وولورث في 1979	The Woolworth's Choir of 1979
تاريخ الانجاز	2012	2012
الخامة	عرض فيديو	video installation
المدة	18,5 دقيقة	18.5 minute
مكان العرض	معرض تيت البريطاني	Tate Britain
المصدر	منظمة تيت	www.tate.org.uk





تحليل العمل : جمعت الفنانة للفنانة البريطانية (اليزابيث برايس، Elizabeth Price). في عملها التصميمي (جوقة ولورث في 1979)* في عمل فيديوي واحد، ثلاثة موضوعات متناقضة من تواريخ مختلفة، تمثل صور لعمارات قوطية من القرن الثالث عشر، وعروض أداء لمجاميع من فتيات حقبة الستينيات، وحريق كبير في متجر الأثاث من سبعينيات القرن العشرين، شكل (3-أ، ب)؛ تعرض على شاشة لما يقارب من عشرين دقيقة. إذ ينبي العمل على جزأين يعرض أحدهما لقطات من العمارة القوطية عن طريق جولة في أرجاء البنية الداخلية للكنيسة بعرض خليط وتفصيل من الصور والمخططات المعمارية الأرشيفية بالأسود والأبيض. وتوجيه الانتباه إلى المنقوشات الزخرفية وتفصيل البناء، وأماكن الجلوس بلقطات سريعة، تتقاطع مع لقطات مغايرة أخرى لفرق رقص وموسيقى من الفتيات في مرحلة الستينيات من القرن العشرين.

إن الأخبار الماضية التي مرت بالتاريخ الاجتماعي المروع، التي حازت على اهتمام الوسائل الإعلامية بوقتها؛ صار من الممكن أن تعود مرة أخرى مع السياقات الإعلامية لتتشكل بمميزات مغايرة وتفرض نفسها كعمل في مقدم عن طريق الشا ولاستكمال دورة السرد يبدأ الجزء الثاني بعرض لقطات مأخوذة من ارشيف قناة (BBC) الإخبارية، تحكي قصة انتشار حريق حقيقي حدث في مخزن (مانسشتر وول وورث، Manchester's Woolworth) عام (1979). تتقاطع تلك الصور، مع لقاءات لمجاميع من الشهود الذين يصفون الأحداث ساعة وقوع الحريق. ويرافق العمل موسيقى تصويرية؛ مع التركيز على تكرار بعض الصور والكلمات لفترة وجيزة جداً من كلام الشهود وبعض الحركات الرشيق للفتيات، والسنة اللهب المرافقة لأصوات التصفيق وطققة الأصابع.

وتشير كلمة (جوقة، Choir)، الموجودة في عنوان العمل إلى فرقة من المطربين، وكذلك وصف مساحة في الكنيسة تتكون من مقصورات بنيت لتحمل جموع مردي الأناشيد الدينية في الكنيسة. صاغت الفنانة (اليزابيث برايس) عملها بتوظيف تقنيات الفيديو الرقمي لعمل ميلودراما** سينمائية استخدمت فيها الصورة والصوت والنص، لإثبات أن كل تلك المعارف قابلة للتكيف، وتعمل أنساق إبداعية جديدة ضمن تكنولوجيا الإعلامية. لمعالجة الموضوع بصرياً ولفظياً وسمعيّاً للمزج بين العناصر المتباينة ضمن التاريخ الاجتماعي وفانتازيا الخيال. وتحقق جمالياتها من الاختلاف في المرجع والتاريخ والتقانة. ويمثل العمل رغبة الفنانة بإحياء لحظات اختفت من الحياة، كنوع من حنين نحو الماضي ورؤية سريعة لأحداث من التاريخ القديم. عن طريق لغة الشاشة

* حصد هذا العمل المركز الأول، عن جائزة تيرنر البريطانية لعام 2012.

** الميلودراما هو نوع من العروض التي تحوي مبالغة في التعبير عن العواطف والانفعالات ومفعمة باللقطات المؤثرة. وتوظف الموسيقى للحصول على إثارة أكبر.



القادرة على التداول وتسهم في مد خطوط الاتصال والتواصل بين العمل والتلقي. وما يعزز هذا التواصل هو ظاهرة الاختلاف التي طرحها العمل للجمع بين العمارة والموسيقى التصويرية وحدث مروع؛ والذي ساعد عليه وجود التكنولوجيا الرقمية التي نزعت الطابع الاجتماعي عن الأحداث الغير متتالية في الزمن؛ وصاغت المنجز النهائي وكأنه موضوع جمالي كلي موحد يعرض بتوظيف الشاشة. ومن الطبيعي في هذه الحالة أن يخضع العمل إلى قانون مغاير للفرجة. باستخدامه لغة التسارع في عرض اللقطات المتباينة بوقت كافٍ يستوعبها جيل تربي على التلفاز والكمبيوتر؛ لكن الفرجة في هذه الحالة لا تخضع لقانون الشاشة التي يتحكم بها المتلقي بل تفرض استلاباً قسرياً تحت مسمى البث المرسل على وفق قانون العمل الذي يأخذ المتلقي في جولة بصرية متخمة بالصور ذات جرأة وقوة في الطرح. وأمام هذا المد الصوري تتكرر بعض الجمل اللغوية (شكل 1 - ج) 3 لتعزيمها في عقل التلقي وتأخذ مكانها في خزين الذاكرة. إذ تظهر على



شكل (أ - ج)



شكل (أ - ب)

شكل (أ - أ)



الشاشة جمل متقطعة ومكررة ترافق ظهور اللقطات وأصوات الموسيقى مثل (خرجنا من أسفل ورأينا جميعا السنة الذهب قادمة من النوافذ، وذهب كل شيء، وكل البنات رموا الكؤوس في الأسفل في الأرض، ورموا كل شيء، وأنا ما زلت اسمع الأصوات، وقد كسروا كل الأقداح، ورموا كل شيء من النوافذ، واستمروا بالتكسير، وأنا ما زلت اسمع.. نحن الجوقة) هذه الجمل اللغوية تصنع طقوسها بالتكرار للإسهام في تفعيل التأثير الدرامي لدى التلقي الذي يسمع الأصوات والتصفيق في جميع أنحاء المعرض. مما يؤدي إلى إثارة عمليات الاستجابة والتساؤل وتنشيط الحماس لفهم الشفرات المرسلّة من المرئي والمقروء والمسموع. والسعي نحو الارتقاء إلى مستوى الإدراك من ملء الفجوات الناتجة من عدم التوافق بين ما يُبث وما يتم استيعابه، بالمقارنة بين الصورة الآنية الظاهرة في الشاشة ومضامينها المضمرة. وبهذا لن تكون عملية الحوار والاستجابة متساوية بين المتلقين المختلفي الثقافات والمستويات الفكرية. إن مهمة فهم المرجع في هذا العمل، تشترط استيعاب أهمية الشاشة داخل النسق التشكيلي ليضمن تداوليته وسهولة تواصله الكوني وتحقيق أهداف مضامينه المتمثلة بالمرجعيات التقانية والإعلامية والإعلانية والاجتماعية. إذ وظفت الفنانة الفيديو الرقمي كتقنية إخراج للعمل التشكيلي. باستكشاف القوى المتباينة من جراء مزج تاريخ التقانات المختلفة معاً على شاشة لا تختلف عن اللوحة العادية إلا بوسائطها.



البند الرابع

النتائج والاستنتاجات التوصيات والمقترحات

نتائج البحث : توصلت الباحثة من خلال تحليل عينة البحث الى جملة من النتائج ، وهي كالآتي :

1. تهتم الإعلامية بالسياق الذي توظف فيه التقانات الرقمية والتطورات التكنولوجية. ليكون التصميم ناتجاً من ذلك التداخل الثقافي- العلمي. مع الاعتماد على الاستراتيجيات التواصلية المتحققة في الشبكة الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم. كما في النموذج (2،3).
2. انفتاح دور المتلقي تواصلياً من حدود المتفرج الى حدود المشاركة الموجهة من قبل الفنان دون فرضه قيوداً على رؤيته ووجهة نظره الخاصة من خلال تسخير التقنية كبنية خطاب موجهة نحو المتلقي حيث الفرد العادي يسهم من خلال السلوكيات التواصلية في صنع الحدث الثقافي دون الاهتمام بوجود تطابق معرفي بين فكر الفنان والمتلقي المتواصل فهدف التصميم المعاصر هو التأثير في السلوك التواصلية وتقبل الثقافات المختلفة وتقريب المجتمع العالمي من بعضه.
3. انعكست الذاتية والمد المدلوماتي على العمارة وصارت الجدران مكاناً للشاشات ولوحة للإعلانات والرسوم؛ وتحولت البناية إلى صرح في وواجهة إعلانية في الوقت ذاته. كما انعكست الإعلامية على التدوق وصار التصميم الداخلي جزءاً من الفن يسهم في عكس المستوى الاقتصادي والثقافي والجمالي. وعليه حققت العمارة معياراً مزدوجاً للفن والتصميم الذي يكون اقل أهمية من العمارة في حالة اعتباره مكمل تزييني. أو يكون أكثر أهمية من العمارة في حالة وجود عملاً فنياً له قيمة جمالية على المستوى العالمي. كما في النموذج (1).
4. ترويج التصميم المعاصر لثقافة الاتصال والاطلاع على آخر المستحدثات العلمية والتقنية والفنية وتأكيداً على أهمية العلاقة بين العلم والفن والتصميم المعاصر واستثمار وسائل الاتصال الحديثة كما انه يمكن ان يكون وسيلة دعائية واعلانية للمشاركة في فعاليات وتوجهات يمكن ان تؤسس لرؤية مستقبلية لها مردودات عملية ومادية .
5. انعكس المرجع الاعلامي وانفتاحه على إرساليات ودلالات لا حصر لها والتي تكون مضمرة في العمل التصميمي. كما لا يمكن اختزال وتكثيف وتوحيد المرجعيات الإعلامية؛ فلكل عمل مرجعيته التي لا علاقة لها بالأعمال الأخرى. كما في النموذج (3 ، 2 ، 1)



الاستنتاجات : توصلت الباحثة الى بعض من الاستنتاجات وفقا لما ورد في مجمل البحث ، وهي كالآتي:

على المتلقي الإعلامي أن يجد مستويات أخرى للإدراك وتكوين مفاهيم جديدة تستوعب التحولات النسقية في الفن وتستوعب الوسائط والوسائل الإعلامية كمرجع مهم لصياغة انساق جديدة تحقق الجمال والإبداع الفني وان لا يتمسك بمعايير ثابتة اكتسبها من الماضي بل يعتمد الحديث المستمر واعتماد ثقافات ومعايير متعددة.

أتاحت الثورة الرقمية وانتشار الحاسوب على إحداث تأثيرات وتغيرات في فن التصميم فتحت الآفاق أمام الفنان للإفادة من هذا الوسيط، وكذلك من العوالم الافتراضية التي يوافرها الفضاء السايبري لتحويله إلى واقع وعن طريق التفاعل بين المعايير الفنية والبرامج الرقمية صار بالإمكان إبداع أعمال تحقق غايات جمالية بمساعدة الحاسوب وبرمجياته تستوجب الانفتاح وعدم الالتزام بنظريات الجمال السابقة. أسهمت الإعلامية في ترسيخ أهمية مصطلح الفنون الأدائية، وهي الفنون الناتجة عن التحكم التقني وسيطرة العلم التكنولوجي على النسق التشكيلي، الذي يسهم في إضفاء الطابع الجمعي وانتفاء أهمية الذاتية والعبق وتوقيع الفنان. وعليه ازدادت اليوم أهمية الصلة بين العلم والفن بعد أن تم تزويدها بملكات الوسائط الإعلامية الجديدة لما تحمله من إثارة ودهشة. اهتمت الإعلامية بالحقل التداولي الذي يختص بمتابعة كفاءات تفاعل الوسائط الإعلامية مع العناصر الفنية وفق سياق يضمن التواصل مع جمهور التلقي الكوني المختلف الثقافات. وعليه لا يجسد العمل معنى مباشر، بل يهتم بالظاهرة المضمره وانفتاح التأويلات التي تضمن استمرارية الحوار وإيصال الرسالة.

سيطرت الدول على بعض الوسائل الإعلامية، جعل من الفن يقوم على استراتيجيات واتجاهات في التداول والعرض، وتؤثر في أشكاله ومخرجاته.

التوصيات : توصي الباحثة بما يأتي : الإعلامية مؤهلة لدراسة الأنظمة التواصلية التي تستطيع أن تحول الوهم إلى واقع وتسهم في ترسيخ الاعتقاد عن طريق الاقتحام القسري على كل شرائح المجتمع بوساطة التصميم. ولكي يتحقق التواصل الفني يشترط تشكيل الحضور بالاختلاف عن الآخر.

تحتاج الإعلامية إلى نوع جديد من النقد المسمى بالنقد الإعلامي الذي لا يكتفي بالاعتماد على مرجعيات الحركات الفنية القديمة وتحليلها وفق مدارس النقد السابقة. فالنظريات الجمالية وضعت في أزمانها لتلائم النسق الفني الذي كان موجود في حينها. وعلى ناقد اليوم استبدال المعيار التقييمي السابق. بأمودج يلائم التغيرات الجديدة التي استغرقت مئات السنين لإبداع بني جمالية جديدة.

المقترحات : تقترح الباحثة إجراء الدراسة الاتية : التحليل الإعلامي في التشكيل العالمي المعاصر.



الخلاصة

ومن ما تقدم تكون الإعلامية: مجموع الوسائل الاتصالية المهيمنة على الحياة المعاصرة والمؤثرة فيها، وهي تساعد على فرض آيدولوجياتها الخاصة باستعمال الإعلام الجماهيري ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية والرقمية. كما تهتم الإعلامية بالعلاقة بين الإعلام والاعلان والتوصل داخل النسق الفني المعتمد على وفق التغيرات المستحدثة. مع الإعلامية تغير مفهوم الرسم والتصميم المعاصر، وصار يقصد به كل فعل تركيبى ينجز عملاً فنياً ويجوي شكلاً مادياً أو تخيلياً. يُفسر اعتماداً على نظام العلاقات بين العناصر داخل سياق معين، وعلى النهج التداولي بغض النظر عن معناه المعجمي والتاريخي والدلالي. والذي يتغير مع تغير الاليات والوسائط المعتمدة في انجاز ذلك العمل. وعليه يكون تعريف التصميم الاعلاماتي هو كل تشكيل بصري يتعدى حدود البعدية والاتجاهات الثنائية والثلاثية الابعاد.

وتهتم الإعلامية بالسياق الذي يعتمد الوسائط الاعلامية والرقمية للكشف عن الظاهرة والخطاب الكلي الموجه في العمل الفني. وهو المحيط العام الذي تنتظم داخله العناصر الفنية. وهو بيئة تواصلية يتم عن طريقه اكمال تفسير ما لا يرى في العمل ويحقق الادراك للمعنى عن طريق فهم العمل ككل. وعليه يشترط فهم العمل الفني في اطار سياقه الكلي. وعلى المتلقي ان يقوم بتحليل بنية العمل الفني وفهم السياق المحيط به عن طريق البحث في علاقات وتتابع العناصر مع بعضها، للوصول الى المعنى النهائي. وتبدأ عملية الفهم من التساؤلات والاستنتاجات التي تظهر في اثناء عملية التواصل. ويمكن ان يجوي العمل الفني على مجموع السياقات المتباينة كالسياق المكاني والزماني والموضوعي والتجميعي والتقني والرقمي والانيري.

المراجع



1. الغدامي . عبد الله (2005) . الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي . ط2 . المغرب : المركز الثقافي العربي .
2. الميلودي شغموم (2007) الوحدة والتعدد في الفكر العلمي الحديث . بيروت : دار التنوير للطباعة والنشر والتوزيع .
3. الهيتي . هادي نعمان (1978) . الاتصال الجماهيري والتغيير الاجتماعي . بغداد : وزارة الثقافة والفنون .
4. الواسطي . خليل إبراهيم حسن (1978) . المضامين الفكرية وعناصر التصميم الفني للملصقات في العراق . رسالة ماجستير . جامعة بغداد : كلية الفنون الجميلة .
5. برادبري . مالكم وجيمس ماكفارلن (1987) . الحداثة (1890-1930) . ترجمة : مؤيد حسن فوزي . بغداد : دار المأمون للترجمة والنشر .
6. بلاسم . محمد (2006) . الفن والعولمة . دراسات في الفن والجمال . ط1 . الأردن : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع .
7. تلمية . عبد المنعم . (1979) : مقدمة لنظرية الادب . بيروت : دار العودة .
8. تيسير , علي (2005) الحرف والفنون الشعبية البدوية في مصر . دراسة انثروبولوجية مقارنة لبعض جوانب الثقافة المادية . اطروحة دكتوراه غير منشورة . مصر : جامعة الاسكندرية . كلية الآداب .
9. جورج . رو (1984) : العراق القديم . ترجمة . حسين علوان حسين . بغداد : دار الحرية للطباعة .
10. خوان بابلو بونتا (1996) . : العمارة وتفسيرها . ت : سعاد عبد علي . ط1 . بيروت : سلسلة المائة كتاب .
11. دوبري . ريجيس (2007) . حياة الصورة وموتها . ت : فريد زاهي . ط1 . بغداد : دار المأمون للترجمة والنشر .
12. ديفيد . كوزنز هوي (2007) . الحلقة النقدية الادب والتاريخ والهرمنيوطيقا الفلسفية . ط1 . ت : خالد حامد . ألمانيا - بغداد : نشورات الجمل .
13. عادل . كامل (1987) . مسيرة الفن بعد عشر سنوات من الثورة . مجلة آفاق عربية . عدد 115 . بغداد : دار الشؤون الثقافية العامة .
14. فرنسيس . بال (2008) الميديا . ترجمة : فؤاد شاهين . ط1 . بيروت : دار الكتاب الجديد المتحدة .
15. محمد . سيد محمد (1979) . الأعلام والتنمية . القاهرة : مكتبة الخانجي للنشر .
16. . Devoe. Merrill (1969): Effective Advertising copy the Macmillan company U.S.A., .
17. Phillipe: L'informatique, Gestion(2012). June 1962. From: informatics. Paris: academic field: Wikipedia, The free Encyclopedia.
18. Pascal. Dombis.(2004): Neo_Stong_Ku, Color digital video, installation. www.dombis.com
19. Pascal Dombis.(2008): Instalation view of Irrationnal Geometrics. www.dombis.com.
20. Christine Rosen(2005): The Image culture, The new atlantis, A Journal of Technology&society, Fall.,
21. Jenck ,Charles (1980): The Architec Sing , In Broad bent , Bunte and Jenckes , Sing , Symboles & Architectare , John Wiley and Sons , New York.
22. Rosen, Christine(2004): The Image culture , The new atlantis, A Journal of Technology&society, Fall.
23. : Devoe Merrill (1969): Effective Advertising copy the Macmillan company. U.S.A .