الخطاب الاتصالي للعولمة وانعكاسه على التذوق الجمالي لدى طلبة معهد الفنون الجميلة

م.رجاء حميد رشيد

كلية الفنون الجميلة/ جامعة ديالى

The communicative discourse of globalization and its reflection on the aesthetic taste of the students of the Institute of Fine Arts

Lec. Raaja Hamid Rashid

College of Fine Arts\ University of Diyala

rajaa.h@colarts.uodiyala.edu.iq

Abstract

The vast majority of media organizations associated with the new system (globalization) have sought to establish their principles, culture and economic and intellectual dominance over the world, especially the developing countries. The aim of this research is to identify the communicative discourse of globalization and its reflection on the aesthetic taste of the students of the Institute of Fine Arts. The second chapter deals with the first two methods of communication and globalization. The second topic deals with artistic taste. The researcher adopted a questionnaire form that was distributed to the research sample and they are students of the Fine Art Institutes. The researcher came out with a number of results, the most important of which are:

-Most of the sample does not read the sources of aesthetic taste

-Most of the sample members prefer Arabic and foreign films and are influenced by the idea and content.

-Most of the respondents prefer works that focus on the material aspect more than the spiritual side. These results illustrate the impact of globalization on youth

-This concludes the research with the recommendations and list of sources

Keywords: communication discourse, aesthetic taste

الملخص

تشمل تقنيات ووسائل الاتصال مساحة واسعة من الخطاب الإعلامي سواء عل المستوى الرسمي وغير الرسمي، وقد سعت معظم المؤسسات الإعلامية الكبيرة المرتبطة بالنظام الجديد (العولمة) الى ترسيخ مبادئها وثقافتها وهيمنتها الاقتصادية والفكرية على العالم وخاصة الدول النامية، لذا هدف هذا البحث التعرف على الخطاب الاتصالي للعولمة وانعكاسه على التذوق الجمالي لدى طلبة معهد الفنون الجميلة. وقد تناول البحث في الفصل الثاني مبحثين الأول وسائل الاتصال والعولمة اما المبحث الثاني تناول التذوق الفني. واعتمدت الباحثة استمارة استبيان تم توزيعها على عينة البحث وهم من طلبة معاهد الفنون الجميلة. وخرجت الباحثة بعدد من النتائج أهمها:

- ان اغلب افراد العينة لا يقرأون المصادر الخاصة بالتذوق الجمالي
- ان اغلب افراد العينة يفضلون الأفلام العربية والأجنبية ويتأثرون بالفكرة والمضمون.
- ان اغلب افراد العينة يفضلون الاعمال التي تركز على الجانب المادي أكثر من الجانب الروحي. وهذه النتائج توضح تأثير ثقافة العولمة على الشباب
- هذا وختم البحث بالتوصيات وقائمة المصادر

الكلمات المفتاحية: الخطاب الاتصالي، التذوق الجمالي.

الفصل الأول

التعريف بالبحث

مشكلة البحث:

إن وسائل الاتصال المسموعة والمرئية والمقروءة أصبحت مهيمنة على كل مجالات الحياة، وفي ضوء ذلك نلاحظ انتشار القنوات التلفزيونية الفضائية المتخصصة مثل القنوات الرياضية والإخبارية والسياسية والدرامية والأسرة والطفل والطبخ وتقريباً كل مجالات الحياة، كما أن الانترنيت أصبح أداة اتصال مهمة قربت المسافات بين شعوب الأرض، وتجاوز كل الحدود الجغرافية والسياسية، وبعد انهيار النظام الاشتراكي أصبح العالم يدور في مدار القطب الواحد وهو النظام الرأسمالي الذي تبنى فكرة العولمة التي سيطرت على النظام الاقتصادي العالمي من خلال الشركات المتعددة الجنسيات، وبدأ قطار العولمة يدور في أرجاء الكرة الأرضية ساعده في ذلك وسائل الاتصال الحديثة التي روجت وما زالت تروج لهذا الفكر، ومن سلبيات هذا النظام العالمي أنه سيطر على اقتصاديات معظم الدول الضعيفة، وكذلك بدأ ينشر أفكار ومعتقدات أثرت بشكل خطير على الثقافة الوطنية وهوية الدولة، ونلاحظ أن الكثير من القيم والعادات الأصيلة النابعة من وجدان الفرد قد ضعفت أو تحللت وحل مكانها الثقافة المادية أي تغليب الجانب المادي على الجانب الروحي.

وبما أن التذوق الفني يرتبط بالجانب الروحي المتعلق بأحاسيس وفكر المتلقي للفن، وكذلك واقعه ووعيه الثقافي، فقد وجدت الباحثة أن للعولمة آثار سلبية وايجابية على المراهقين والشباب، وذلك لأن تمسكهم بالقيم ما زال ضعيف، وكذلك ثقافتهم وتجربتهم الحياتية قليلة، وفي المقابل قوة الرسالة الإعلامية ودقة التقنيات الاتصالية التي تساهم بالترويج لفكر العولمة، لذا حددت الباحثة مشكلة هذا البحث بالسؤال التالي: (ما الدور الذي يلعبه الخطاب الاتصالي للعولمة ومدى انعكاسه على التذوق الجمالي لطلبة معهد الفنون الجميلة؟).

أهمية البحث:

تتجلى أهمية هذا البحث بما يلي:

1. تفيد هذه الدراسة المؤسسات التربوية والتعليمية وأولياء أمور الطلبة في تشخيص السلبيات التي تحملها بعض وسائل الاتصال وكيفية معالجتها.
2. تفيد القائمين على الخطاب الاتصالي الوطني بالتعرف على الآثار السلبية والايجابية للخطاب الاتصالي للعولمة وكيفية مواجهته والحفاظ على الهوية الوطنية.
3. تفيد مؤسسات الإنتاج الفني والمعدين والمخرجين للتعرف على سمات الخطاب الاتصالي للعولمة، وكيفية إنتاج برامج قادرة على مواجهة هذا الخطاب وترك أثرها على أبناء الوطن.
4. تشكل إضافة معرفية للمكتبة العلمية، وتعتبر مكملة للدراسات التي تناولت الخطاب الاتصالي للعولمة.

هدف البحث:

يهدف البحث الحالي التعرف على (الخطاب الاتصالي للعولمة وانعكاسه على التذوق الجمالي لدى طلبة معهد الفنون الجميلة).

حدود البحث:

يتحدد البحث الحالي بما يلي:

1. الحد الموضوعي: سمات الخطاب الاتصالي للعولمة – التذوق الجمالي.
2. الحد المكاني: معهد الفنون الجميلة– تربية ديالى.
3. الحد الزماني: العام الدراسي 2018–2019.

تحديد المصطلحات:

1–العولمة – تعرفها (سارة حسان –تعرف لغويا بانها مصدر الفعل عولم، وهي حرية انتقال المعلومات، وتدفق رؤوس الأموال، والأفكار المختلفة والتكنلوجيا والمنتجات والسلع، كما تمثل انتقال البشر أيضا بين المجتمعات الإنسانية المختلفة، حيث يؤدي ذلك الى جعل العالم اشبه بقرية صغيرة، (نت، 22 يناير 2018)

–تعرفها –كوثر الياسري– العولمة ((هي الانتقال من الحدود القومية الى الحدود الدولية وانصهار الاقتصاد العالمي لخدمة الجميع ليصبح العالم كقرية صغيرة بأداة رأسمالية غربية) (الحوار المتمدن – نت، 2015) وتتفق الباحثة مع التعريف الأول لـ (سارة حسان كونه الأقرب الى موضوع هذا البحث.

2–الخطاب الاتصالي– يعرفه محمد ناصر الخوالدة ((هو رسالة من مرسل الى مستقبل التأثير عليه لغاية إقناعه بها عن طريق التأثير عليه بوسائل متعددة (نت، مفهوم الخطاب كوسيلة اتصالية، اون لاين، 2018).

وتعرفه هبة عبد المغير احمد (الخطاب الاتصالي هو الخطاب الموجه من المرسل الى المستقبل عبر رسالة ما – الهدف منها إيصال أفكار معينة من قبل المرسل الى شريحة محددة من الناس(هبة عبد المغير احمد، 2017، ص 35).

(–هبة عبد المعز احمد – تحليل الخطال، مؤسسة النور للثقافة والاعلام، بيروت،2017)

3–التذوق الجمالي: –

التذوق الجمالي عبارة عن عملية شعورية متسلسلة تبدأ من الأبسط فالمركب،وأنها عملية بناء ونمو كما حاولنا ايضاحه.ولأننا نعرف شروط وآليات الأخذ بها وتنميتها، أمكننا اذن ان نكوّن ونبني الذائقية الجمالية لدى الفرد والمجتمع (ماجد محمد حسن، 2004، مصدر انترنيت، http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=28470&r=0)

ويعرفه (سعد إبراهيم الجبوري) الثقافة التخصصية الواعية للتذوق الجمالي. وكل ذلك سوف لن يثمر عملاً تقويمياً او تذوقاً جمالياً حقيقياً، بافتقاد القابلية المنطقية والبلاغية في اجراء عمليتي التحليل والتركيب لمفردات موضوعة العمل الفني. (سعد إبراهيم الجبوري،2013، http://www.alnoor.se/article.asp?id=228524)

ان التذوق يعني ضمناً القدرة على النقد، وان اختلفت درجاته؛ لذا فان المتلقي سيقوم بنفس آليات العمل النقدي للفنان أو الناقد وان لم يدرك ذلك، فهو عفوياً سيتوقف أولاً أمام العمل الفني، ليدخل بعدها في حالة من العزلة، حيث التركيز والمسح البصري الذي سترافقه عمليات اثارة العواطف واحتدام الأحاسيس التي ستقود الى لحظات من الحسم العقلي التحليلي. وبفعل هذا التعاطف مع العمل الفني ستتم عمليات فكرية استنباطية واستدلالية.

(سعد إبراهيم الجبوري،2013، http://www.alnoor.se/article.asp?id=228524)

الفصل الثاني

الإطار النظري

المبحث الأول: وسائل الاتصال والعولمة:

ساهم التقدم الكبير في المجال التكنولوجي والمعلوماتي في انتشار ظاهرة العولمة، وذلك من خلال تطور الاتصالات وظهور الانترنيت ووسائل الاتصال الحديثة، ونلاحظ هيمنة الاحتكارات الكبرى والشركات العابرة للقارات على الاقتصاد وعلى وسائل الاتصال والتحكم بها، مما وفر بيئة ملائمة ولاسيما للدول الكبرى مثل الولايات المتحدة الأمريكية التي أخذت تلعب دور (الشرطي) الذي لا يمكن مواجهته، وهناك عوامل أخرى مثل ظهور التحالفات الدولية، والمنظمات الدولية مثل المنظمة العالمية للتجارة، وتزايد حركة التجارة والاستثمارات الأجنبية وغيرها من العوامل التي أدت إلى انتشار ظاهرة العولمة كظاهرة كونيةوالتراجع الذي حدث في دوائر الدولة.

"وأهم أهداف العولمة هو توجيه الاتجاهات العالمية وتقريبها بهدف الوصول إلى تحرير التجارة العالمية (السلع ورؤوس الأموال)، ومحاولة إيجاد فرص للنمو الاقتصادي العالمي، أي هدفها الأساسي هو السيطرة على الاقتصاد العالمي" (حسين كامل،2000، 173)، لذا نجد أن الدول التي تدعو للعولمة تحاول دائماً فرض سيطرتها الاقتصادية والسياسية والعسكرية على شعوب العالم، وخير دليل على ذلك ما يحصل للعراق ودول الشرق الأوسط من حروب مفتعلة، مثل الحروب بين الدول أو الحروب الأهلية، أما من الناحية الإعلامية فتلاحظ أنها سخرت جميع وسائل الاتصال لنشر ثقافتها، ومحاولة إقصاء الهويات الثقافية القومية وتغليب الثقافة الغربية، ومحاولة إلغاء النسيج الحضاري والاجتماعي للشعوب لاسيما الفقيرة.

"إن للعولمة أهدافاً أبعد من الربح والتجارة الحرة والحدود المفتوحة والأسواق الحرة، إن خطر العولمة يكمن فيما يسمى بثقافة العولمة، ومن خلال تحكمها بوسائل الاتصال والمنظومة الإعلامية، فقد استطاع الإعلام في عصر العولمة أن يوفر لوكالات الإعلان الدولية المناخ الملائم لنشر قيم المجتمع الاستهلاكي وفرض هذه الثقافة على شعوب تحاول أن تحتفظ بخصوصيتها الثقافية" (عبد الباسط سليمان، 2002، 63)، واستطاع إعلام العولمة بقدراته التكنولوجية الهائلة أن يضعف من نظم الإعلام الوطنية ويزيد من تبعيتها له لتأخذ منه الصور والأفلام والأخبار والإعلانات، واستطاع إعلام العولمة أن يؤثر على العلاقات ما بين الدول وأحياناً بين أبناء الشعب الواحد، والمتتبع للخطاب الإعلامي للدول الكبرى نلاحظها أن إعلامهم يعتمد التعتيم والتضليل والتحريف والتشهير لخدمة أغراض هذه الدول، مما أثر سلباً على العلاقات الدولية.

من كل ما تقدم نلاحظ أن ميدان الإعلام والاتصال بحكم طبيعته القابلة بشكل تلقائي لتخطي الحدود وعبور الحواجز، وبحكم كونه أيضاً ساعد بشكل كبير في تسريع عملية نقل السلع والخدمات ورؤوس الأموال والأشخاص، وإدماج جماعات معينة في جماعات أخرى مخالفة لها يعد أبرز مادة للعولمة وأداتها الرئيسة.

ويتجلى الدور الاتصالي في تناقل السلع والأشخاص من خلال ما تقوم به شبكات الاتصال بربط مواطن مع مواطن أخر، فالطالب الجامعي بإمكانه التواصل مع جميع الجامعات داخل بلده أو خارجه، والشركات تقدم طلبات العروض في صفحات معينة عبر مواقع الكترونية أو عبر الفاكس لشركات أخرى عالمية خارج نطاق حدودها الجغرافية، كما أن مجموعة من الشباب بإمكانهم الحصول على فرصة عمل خارج أوطانهم عبر شبكة الانترنيت أو التلفزيون، وهنا نلاحظ أن شبكات الاتصال لاسيما شبكة الانترنيت والوسائل السمعية والبصرية مثل الراديو والتلفاز فضلاً عن شبكات الهاتف النقال نجدها جميعاً تلعب دوراً مهماً في التبادل العالمي الكبير للمعارف والمعلومات، فضلاً عن التجارة وفرص العمل،"ونظراً للإمكانيات العالية من الناحية التقنية والفنية فإن عولمة الإعلام والاتصال متحررة بشكل كامل من كل القوانين والتشريعات"(علي نبيل، 2010، 47)، وهذا يعود إلى أن قطاع الإعلام والاتصال يتحكم في عمل شبكات وتكنولوجيا تغطي الكرة الأرضية، وبإمكانها التغطية المباشرة لأي حدث، " كما أن قطاع الإعلام والاتصال ينتمي إلى فصيلة التكنولوجيا اللامادية التي تسمح بتنقل المعلومات والمعطيات والمعارف على شكل بتات يصعب على الدولة كيفما كانت أن تمنع ذلك أو تراقب أو تفرض أي من وسائل الرقابة" (اشرف فالح، 2012، 86)،ومن هذا المنطلق تشكل شبكات الاتصال والإعلام بأجهزتها ومعلوماتها وبياناتها مادة أساسية جعلت العولمة تتقدم للأمام.

وبالنسبة للاتصالات نجد أنها أصبحت من أولويات المجتمع المعاصر كونها وسيلة حيوية تسهل الكثير من أمور الحياة اليومية سواء في المعاملات الاقتصادية أو في المجال الثقافي وحتى في نقل الناس من مكان الى آخر، وقد شهدت وسائل الاتصال تطوراً هائلاً من منتصف القرن العشرين حتى وقتنا الحالي، وأصبحت وسائل الاتصال من الهاتف النقال والانترنيت تدخل في كل تفاصيل الحياة، ولما كان لها كل هذا الحضور فقد توجهت أغلب الدول الى تطوير هذا القطاع، وذلك من خلال فتحها الأبواب للاستثمارات الأجنبية العاملة في قطاع الاتصالات، ومع دخول هذه الاستثمارات وعمل الشركات في أغلب الدول التي تفتقر للتكنولوجيا حصلت بعض التغييرات والتي تبدو للوهلة الأولى بسيطة، لكنها في الحقيقة تغيرات كبيرة جداً مست حياة المواطن سواء في تسهيل مهام عمله أو التعرف على خصوصياته وأسراره.

أما الانترنيت فهو أيضاً من وسائل الاتصال الحديثة التي أصبحت جزء من حياة المواطن، فبإمكان شبكة الانترنيت نقل أخبار وأحداث وقيم ومعارف معينة من مكان إلى مكان آخر من العالم، فالكثير منا أصبح يتبادل الأخبار والمعلومات من أقصى الأرض إلىأقصاها، وبدأنا نتعرف على عادات وتقاليد ومناطق لم نكن نعرفها أو نطلع عليها من قبل.

ويقول أحد الباحثين: " يحتل الانترنيت مكانة متميزة في قائمة البحث وتداول المنتج المعرفي البشري بعد أن ابتلعت أذرعها جل النشاط الإنساني، فأودعته في مواقعها المنتشرة في نسيج الشبكات المعلوماتية الذي يلف الكرة الأرضية من جميع الاتجاهات ". (حسن مظفر الرزو، 2008، 144)

ويأتي التلفزيون بالمرتبة الثالثة بعد أن كان في المقدمة قبل اختراع الهاتف النقال والانترنيت، لكنه ما زال قوياً ومؤثراً وذلك من خلال قدرته على نقل الأخبار آنياً ومواكبة الأحداث أولاً بأول، فالتلفزيون هو وسيلة اتصال تعمل على نقل الأخبار والأحداث والقيم والمعارف والمعلومات من مكان إلى مكان آخر من العالم، ويومياً نستلم عشرات الأخبار المختلفة من القنوات الفضائية المحلية والخارجية، وبإمكانه أن يقدم برامج عن أنماط العيش والثقافات والعادات من مجتمعات مختلفة والمشاهد قد يتقبلها أو يرفضها.

"وتشير الدراسات إلى أن أكثر المتأثرين بالبرامج التليفزيونية هم الأطفال والشباب وقليلي الخبرة، إذ يمتلك البرنامج التلفزيوني وكذلك الأفلام والمسلسلات وسائل إقناع ووسائل تشويق كثيرة تجعل المتلقي يتابعها بلهفة ويحاول أحياناً تقليد البطل سواء في قصة الشعر أو شكل الملابس والإكسسوارات أو في الأفعال والحركات بدون تحليل أو تفسير لهذا السلوك الدخيل" (إبراهيم نعمة، 2018، 291)، وهذا ما نخشاه على شبابنا من التقليد الأعمى للسلوك والتصرفات، لذا يتطلب من الباحثين لاسيما التربويين التعرف على سمات وأهداف الخطاب الاتصالي للعولمة وأخذ المفيد والابتعاد عن كل ما يسيء للقيم والأفكار والثقافة الوطنية.

المبحث الثاني: التذوق الفني:

يعتبر التذوق الفني جزء مهم من التذوق الجمالي العام، فهو يختص بتذوق الأعمال الفنية المختلفة مثل الفنون التشكيلية والشعر والموسيقى والمسرح والسينما والتلفزيون أي جميع المجالات الفنية.

وبالرغم من اشتراك هذه المجالات الفنية في الأسس والقيم الجمالية والفنية العامة للفن، إلا أن هناك مجال كل منها يحتاج إلى قدر خاص من الثقة الفنية والوعي (التدريب) كي يمكن لعملية التذوق الفني أن تتم بصورة سليمة لدى المتذوق.

فالتذوق الفني يعني محاولة التعرف على العمل الفني، وفهمه والكشف عن القيم الجمالية والفنية والتعبيرية في شكله ومضمونه والاستمتاع بهذه القيم وتقديرها ثم إصدار الحكم عليها، فعملية الاثراء الجمالي تبدء على مستوى الشكل اولاً، ثم تغوص في تجسيد تشكيلات الوعي واللاوعي الكامل في النفس البشرية ثانياً(علي شناوة، 20102، 33)، وهو من أهم أهداف التربية الفنية، فالخبرات الفنية التي يكتسبها المتعلمون تنمي لديهم القدرة على تذوق تعبيرات الفنان المبدع للعمل الفني، وتعد عملية التذوق الفني عملية اتصال تتم بين ثلاث عناصر ينبغي أن تتفاعل مع بعضها وهي الفنان (المبدع للعمل الفني) ويكون هو مرسل الرسالة، والفرد المتذوق هو المستقبل، والعمل الفني (الرسالة)، ووسيلة الاتصال أو قناة الاتصال مثل المعرض والمتحف والمسرح والسينما والتلفزيون فضلاً عن وسائل الاتصال الحديثة.

وعملية التذوق الفني تعتمد على ثقافة المتذوق، لذا يختلف التذوق من شخص الى آخر حسب فهمه وإدراكه للعمل الفني، ومن العوامل التي تساعد على تحقيق التذوق الفني هي المشاعر والأحاسيس، "والفنان المبدع الذي يقدم فنه للجمهور، يجب ان يخلق التشوق والادهاش لنتاجه الفني الذي يؤثر نفسياً على المتلقي ويعتبر من بعض قناعاته"(عقيل مهدي، 2000، ص14)، ويجب إشراك أكثر من حاسة في عملية التذوق لاسيما حاستي السمع والبصر كي يستطيع إدراك العلاقة بين الشكل والمضمون.

إن القدرة على التذوق الحسي العميق يمكن الإنسان من رؤية الأشياء من الزاوية الجمالية فيها لما يراه أو يسمعه أو حتى إذا لمسه، وهذا يعود إلى الأحاسيس الداخلية المرهفة والملكات الأكثر شعوراً والأخصب إدراكاً والتي ترى الأشياء من زاوية غير كل الزوايا التي يرى منها الآخرون، وكلما اثار العمل الفني مستويات جمالية داخل ذهن المتلقي، كلما اتسعت عملية التفاعل الواعي لفعل المتلقي"(مارسيل مارتن، 1964، 23) والذي يمتلك هذا الإدراك وهذا الإحساس يكون تذوقه للجمال أفضل من الذي يكون إدراكه وإحساسه أقل، وعلى سبيل المثال جميع الناس يشاهدون شروق الشمس وغروبها، فالبعض يركز على ضوء الشمس ثم العتمة بعد الغروب، فقد حين يرى المتذوق الفني أبعد من ذلك فقد يرى المتذوق الفني العالي الأحاسيس بأن ألوان الشمس عبارة عن لوحة فنية تتغير في كل لحظة، والشروق هو ولادة شيء جميل يطرد الظلام والخوف والمجهول، كما أن دفئها يحمل الخير والأمان، وفي الليل يعطي انعكاس ضوء الشمس على القمر والنجوم بريق وجمال جعل الكثير من الفنانين والشعراء يبدعون

بأعمال فنية تتغنى بجمال القمر والنجوم، إذن عملية الفهم والإدراك والتي يقصد بها معرفة الشيء المراد تذوقه وفهمه والكشف عن القيم الجمالية والتعبيرية والمبتكرة فيه، وكذلك الإحساس الجمالي هي عملية أولية تساهم في قدرة الفرد على تذوق العمل الفني،فالإحساس الجمالي مختلف بين الناس فعند مشاهدة العمل التلفزيوني نلاحظ ان عين المخرج تقوم بالتقاط صور فنية مشوقة , وكذلك تقوم عين المتفرج بدور السيادة في فهم الصورة وتحليلها وتاويلها فنيا وفكريا (عدنان مدنان، 2007، 12)، فالفرق شاسع بين فرد يتذوق العمل الفني ويحلل ويفسر معنى المظاهر والخفية وأبعاده الجمالية والفنية، وبينما شخص آخر يمر بشكل عادي دون تفسير وتحليل، ويرتبط الجمال الحسي بالجمال الروحي، وهذا الجمال يرتبط بجمال الفكر الذي مصدره الحقيقة والمثل والأخلاق والذي يستمد طاقته من التربية الجمالية، والذي يتصل بالمضمون بل ينبع منه ويتمثل في الخير وهو أرقى أنواع الجمال، فالمعرفة العقلية بما تتضمنه من أخلاق ومثل عليا تفوق كل جمالفالصورة الفنية هي مصدر من مصادر العقل ولابد ان تعكس احداثا عقلية، وان عواطف وانفعالات، وبذلك تكون جمالية الصورة مستمدة من انعكاس الاحداث العقلية على الشاشة)(دادليآندرو، 1987، 25)، وإن أي عملية تربوية تتغافل عن هذا الجانب الجمالي تكون ناقصة حتماً في امتلاك السلوكيات الايجابية والقيم الجمالية.

إن التذوق الجميل والنظرة الجميلة والتفكير الجميل يوقد التفاؤل ويبعث الأمل ويرقى بالأفكار والأفعال ويضعها على أبواب إشراقة الإبداع الجميل فتتألق ((ولاسيما ان مفهوم الجمال يعتمد بالدرجة الأساس على كل شي يمكن تصوره ذا قيمة في الفن بحيث يجعله مفهوما عميقا))(تد هونورتش، 2003، 246)، كما أنه يمنح الإحساس بالمتعة والتذوق الجمالي ويسمو بالإنسان من الجمال الحسي إلى الجمال الفكري ليوحده معه وليبقيه في عالم القيم والمبادئ الجميلة التي تعطي الإنسان قيمته الحقيقة وتورثه المجد، فما نتاج المفكرين والمبدعين والشعراء والرسامين إلا نتيجة تفكيرهم الجمالي ولتذوقهم الجمالي.

ويتطلب من المتذوق الجيد أن يتعايش مع العمل الفني ويحاول إعادة الإحساس بالخبرة الجمالية التي مر فيها الفنان في أثناء انجازه العمل الفني، أي الاستمتاع بكل تفاصيل العمل الفني، وعلى سبيل المثال تذوقه للوحة فنية يتطلب منه التعرف على الألوان ودرجتها وملمسها أو الأشكال والخطوط ومدى التحريف الذي طرأ على الأشكال ونظام التكوين المستخدم وكيفية الربط وإيجاد العلاقات الشكلية واللونية وعلاقة كل ذلك بالموضوع والمضمون والمعنى الذي يقصده الفنان.

وفي ضوء ما تقدم في المبحث الأول الذي يخص وسائل الاتصال والعولمة، وهذا المبحث الذي يخص التذوق الفني فقد لمست الباحثة أن الكثير من الشباب لا يمتلكون مهارات التذوق الفني بسبب الكم الهائل من المعلومات لاسيما الانترنيت، والفوضى الأمنية والأخلاقية وضعف القانون في البيئة التي يعيشون بها وقلة الأنشطة الفنية والمتابعين لها حتى طلبة معهد الفنون الجميلة، والذين يفترض بهم أن يكونوا أكثر إدراكاً وإحساساً للعمل الفني لأنهم يكتسبون هذه المهارات من خلال الدراسة والتطبيق، ويبدو أن الثقافة الرديئة السائدة قد لعبت دورها في تخريب القيم الجمالية، وكان لوسائل الاتصال الحديثة الدور المهم في نشر هذه الثقافة وتغليب العنف والقبح على الجمال.

لذا لابد من التنويه والتنبيه من إنتاج قيم تسمى زوراً وبهتاناً قيم جمالية، وهي نتاج قيم ذليلة إن صح التعبير كونها نتيجة لمظاهر الاستعباد والخضوع والخنوع التي تحاول القوى الكبرى فرضها على الأفراد والجماعات، وتؤدي بالضرورة إلى نقص في مزايا القيم والأخلاق التي نرى انحدارها المتتالي والسريع اليوم، والذي يجب العمل على إيقافها وبدء عملية إصلاحية من خلال تطوير التفكير الجمالي للإنسان أياً كان موقعه قبل أن نصل إلى التذوق العقيم الذي لن ينجب أي معنى جمالي.

– مؤشرات الإطار النظري:

1. إن العولمة تهدف الى تغليب الجانب المادي الاستهلاكي على الجانب المعرفي.
2. تساهم وسائل الاتصال الحديثة من الانترنيت والهاتف النقال والقنوات التلفزيونية الفضائية بالترويج لفكر العولمة.
3. فرض ثقافة وقيم جديدة ومحاولة إلغاء الثقافات الوطنية لاسيما للدول الضعيفة.
4. تبعية وسائل الاتصال الحديثة إلى الدول الكبرى لاسيما أمريكا.

5. ساهمت وسائل الاتصال الحديثة في تخطي الحدود السياسية والجغرافية وأصبح بإمكان جميع البشر التواصل فيما بينهم.
6. أصبح تبادل الأفكار والمعلومات والأعمال الفنية وغيرها من السلع سهل جداً عبر وسائل الاتصال الحديثة.
7. تختلف عملية التذوق الجمالي من شخص لآخر حسب ثقافته وفهمه وإدراكه للعمل الفني.
8. يتطلب من المتذوق تدريب أحاسيسه وأفكاره على فهم وتحليل العمل الفني.
9. تعتبر عملية التذوق الفني عملية اتصالية أطرافها الفنان المنتج للعمل الفني (المرسل) والمتذوق الجمالي (المستقبل) والعمل الفني (الرسالة) ووسيلة الاتصال المعرض أو المسرح أو وسائل الاتصال المختلفة.
10. الجمال الفكري مكمل للجمال الحسي، لذا يتطلب تنمية قيم الخير والأخلاق والمثل العليا لدى المتذوق كي يتحسس القيم الجمالية والفنية في العمل الفني.

الفصل الثالث

إجراءات البحث

أولاً. منهج البحث:

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف (بوصف ما هو كائن ويتضمن وصف الظاهرة وتركيبها وعملياتها والظروف السائدة وتسجيل ذلك وتحليله وتفسيره).

(أبو طالب، 1990، ص94)

ثانياً. مجتمع البحث:

اختارت الباحثة معهد الفنون الجميلة للبنين في محافظة ديالى، ويبلغ عدد طلبته لجميع المراحل (300) وذلك لأن الطلبة متخصصين بالفنون الجميلة من ناحية الدراسة وإنتاج الأعمال وتذوقها، ونظراً للحجم الواسع للعينة فقد تم اختيار عينة من طلبة المرحلة (الثالثة)والبالغ عددهم (100).

ثالثاً. عينة البحث:

تم اختيار عينة بحدود مئة طالب من المرحلة (الثالثة) وذلك لكونهم دارسي لمادة التذوق الجمالي والفني، ولهم مشاركات ونتاجات فنية.

رابعاً. أداة البحث:

تم تصميم استمارة استبيان تضمنت (10) فقرات، واستفادة الباحثة من مؤشرات الإطار النظري في تصميم هذه الاستمارة، وتم عرضها على خبراء قبل توزيعها على أفراد العينة.

خامساً. صدق أداة البحث:

تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الخبراء وهم:

ت	الاسم	التخصص	مكان العمل
1	أ.د إبراهيم نعمة محمود	إخراج تلفزيوني	كلية الفنون - ديالى
2	أ.د جليل وادي حمود	إعلام تلفزيوني	كلية الفنون - ديالى
3	أ.د صالح مهدي	علوم تربوية ونفسية	مركز أبحاث الطفولة
4	د. نبيل وادي حمود	فنون سينمائية	كلية الفنون - ديالى
5	د. احمد عبد الستار	إعلام	كلية الفنون - ديالى

وبعد عرضها على هؤلاء الخبراء جرى تعديل بعض الفقرات، وبعد التعديل حصلت على نسبة اتفاق 93% (أنظر الاستمارة في الملاحق)

سادساً. طريقة التحليل:

تم تفريغ الأجوبة من الأداة (استمارة الاستبيان)، واعتمدت الباحثة النسبة المئوية في تحليل النتائج.

سابعاً. صدق التحليل:

بعد مرور أسبوع من تحليل الباحثة قام باحث خارجي هو (م.عمر قاسم علي) بتفريغ الاستمارة ووصل الى نفس نتائج التحليل التي توصلت إليها الباحثة.

الفصل الرابع

تحليل النتائج

تضمنت أداة البحث (استمارة الاستبيان) عشرة فقرات، وكل فقرة تحتوي ثلاث أو أربع خيارات، وقد أعطت الباحثة الحق لأفراد العينة في اختيار أكثر من مؤشر، وبعد استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة توصلت الباحثة الى ما يلي:

1. بالنسبة للفقرة الأولى في استمارة الاستبيان وكانت بالشكل الآتي (هل تقرأ كتب التذوق الجمالي والفني)، أجاب أفراد العينة وبنسبة (44%) على أنهم يقرؤون بشكل متوسط، وجاءت الإجابة أنهم يقرؤون بشكل قليل جداً بالمرتبة الثانية وبنسبة (20%)، وهنا نلاحظ أن هذا مؤشر خطير كونهم طلبة معهد فنون جميلة ومن ضمن المواد الدراسية لهم مادة التذوق الجمالي، فإذا كان أصحاب الاختصاص غير مهتمين بالمصادر التي تتعلق بعلم الجمال، فما بال باقي الشباب الذين هم بنفس المرحلة العمرية لطلبة معاهد الفنون الجميلة؟وما هي الأفكار التي يستلموها من وسائل الاتصال الحديثة؟.
2. بالنسبة للفقرة الثانية التي تنص على (أي النقاد تفضل كتبهم)، حصل مؤشر الكتّاب الذين يعتمون بالجانب التطبيقي غذ حصل على نسبة (48 %)، وجاء بالمرتبة الثانية المؤشر الذي بتناول الكتّاب الذين يعتمون بالجانب النظري إذ حصل على نسبة (40 %)، وهذا شيء جيد إذا كانوا فعلاً متابعين للكتب التي تهتم بعلم الجمال، لكن الباحثة غير مقتنعة بهذه الإجابة لأنها تتعارض مع الفقرة الأولى التي ذكرناها سابقاً، وكذلك مع بعض الفقرات اللاحقة، لكن للأمانة العلمية تم تثبيت هذه الإجابة.
3. بالنسبة للفقرة الثالثة التي تتضمن (أي النتاجات الفنية تفضلها أكثر – العالمية – العربية – العراقية)، أجاب (48%) من أفراد العينة بأنهم يفضلون النتاجات الفنية العالمية، وأجاب (28 %) من أفراد العينة أنهم يفضلون النتاجات العربية، وجاءت النتاجات الفنية العراقية بالمرتبة الأخيرة، وهنا تلاحظ أن توجه أفراد العينة للنتاجات غير العراقية، وهذا هو أحد أهداف العولمة في نشر ثقافة عالمية تحمل أهداف وقيم بعيدة عن القيم الوطنية والثقافة الأصلية للمجتمع، وربما يكتسب هؤلاء الشباب مفاهيم وقيم جديدة والانسلاخ تدريجياً عن القيم الأصيلة للمجتمع.
4. أما بالنسبة للفقرة الرابعة التي تنص (ما الذي يجذبك لهذه الأعمال – الفكرة – الشكل – المضمون)، أجاب (52%) من أفراد العينة بأنهم يهتمون بالفكرة، وأجاب (32%) من أفراد العينة بأنهم يهتمون بالمظهر، وهذا مؤشر جيد لأن الإدراك الجمالي يبدأ من فهم وتحليل الفكرة والمضمون، وهنا يجب أن نتوقف قليلاً، أما الأعمال الفنية العربية والعالمية التي تصل إلينا والتي ذكرها أفراد العينة في المؤشر السابق على أنهم يفضلون الأعمال الفنية العالمية والعربية، والدراسات السابقة التي مررنا عليها في الفصل الثاني تؤكد على أن الثقافة العالمية السائدة الآن والتي تتناقلها وسائل الاتصال الحديثة تركز غالبيتها على ثقافة العولمة، ونتيجة للمتابعة المستمرة لهذه الأعمال فإنها تحمل أفكار ومضامين ربما تتقاطع مع القيم الأصيلة للمجتمع المحلي، وتخلق فجوة ما بين المفاهيم الوطنية والثقافة العالمية الوافدة إلينا.
5. بالنسبة للفقرة الخامسة التي تتضمن (أي المواد الفنية تتابعها أكثر – المعارض التشكيلية – المسرحيات – الأفلام – البرامج المنوعة)، أجاب (52%) من أفراد العينة بأنهم يتابعون الأفلام، وأجاب (28 %) من أفراد العينة يتابعون المنوعات، وجاءت المسرحيات والمعارض التشكيلية في المرتبة الأخيرة، والمتابع للسينما العالمية لاسيما أفلام الغرب الأمريكي نلاحظ أنها تروج للسياسة الاستهلاكية والتفوق في كل شيء على باقي شعوب الأرض، وتظهر المجتمعات الفقيرة لاسيما العربية على لأنهم ناس إرهابيين يسودهم الجهل والتخلف ويحملون قيم بالية، وكذلك برامج المنوعات التي حولت النساء والشباب

الى بضاعة الهدف منها تحقيق الربح على حساب الأخلاق والمُثل العليا، وحتى الأفلام العربية وبرامج المنوعات أخذت تنحى في شكلها ومضمونها منحى مشابه ويحاكي البرامج الغربية التي تروج لثقافة العولمة.

6. وفي هذه الفقرة سؤال هو (الأعمال الفنية التي تقدم اليوم مستواها – جيد – رديء – متوسط)، أجاب (52%) من أفراد العينة على أن مستواها متوسط، وأجاب (24%) من أفراد العينة على أنه مستواها رديء، وإذا كانت فعلاً كذلك (متوسطة ورديئة) في مستواها الفني والجمالي، إذن ما هول الحل؟ وأين الأعمال الفنية العراقية، أما هذه الموجة العارمة من الأفلام والمسلسلات والبرامج المنوعة، وكيف يتم إنتاج أعمال فنية ذات مستوى جيد وقادر على تغيير اتجاهات الشباب نحو الفن الأصيل.
7. في هذه الفقرة تم التركيز على صلب الموضوع وهو التذوق الفني، إذ تضمنت الفقرة (عندما تتذوق عمل فني هل – تحلله الى عناصره – هل تندمج مع العمل وتدركه – هل تعتمد على أحاسيسك فقط؟)، وقد أجاب (48%) من أفراد العينة بأنهم يندمجون مع العمل ويدركونه، وأجاب (24 %) من أفراد العينة بأنهم يعتمدون على أحاسيسهم في تذوق العمل، ولو رجعنا الى الإجابة الأولى التي ذكر فيها أفراد العينة بأنهم يقرؤون كتب التذوق الجمالي بشكل (متوسط وقليل جداً) هذا يعني أن معلوماتهم في هذا المجال بين المتوسط والقليل جداً، والتذوق يعتمد أساساً على ثقافة المتلقي فكلما كانت ثقافته واسعة وتجربته أكبر سيكون حكمه الجمالي أفضل، أما بالنسبة للإدراك الحسي دون إدراك عقلي فهذا مؤشر خطير لأنهم طلبة فنون جميلة يجب أن يكون لديهم أساس نظري وعملي للحكم الجمالي، لذا يتطلب من أفراد العينة الاطلاع على المصادر والتجارب التي تتعلق بالتذوق الجمالي لتطوير قدراتهم على تحليل العمل الفني الى عناصر وإدراك معانيه كي يكون الحكم والتذوق الجمالي ناجم عن معرفة ودراسة بعناصر العمل الفني.
8. في هذه الفقرة سؤال تضمن (الأعمال الفنية المقدمة اليوم تركز على الجانب – المادي – الروحي – الواقعي – البعيد عن الواقع)، أجاب (32%) من أفراد العينة بأن أغلب الأعمال الفنية تركز على الجانب الواقعي، وأجاب (28 %) من أفراد العينة بأن هذه الأعمال تركز على الجانب المادي، أما الجانب الروحي فقد جاء بالمرتبة الأخيرة، وهذا يعني أن أغلب الأعمال الفنية التي يتابعها أفراد العينة لاسيما الأفلام وبرامج المنوعات تروج للجانب المادي الواقعي أكثر من الجانب الروحي الذي يرتبط بالأخلاق والقيم والمُثل العليا، وهذا ما نلمسه اليوم من كثرة الناس وقلة الجانب الإنساني وكثرة المنتجات التكنولوجية المتطورة مع زيادة نسبة الفقر بين أغلب شعوب الكرة الأرضية، وفي حال بقاء التوجه نحو الأمور المادية أكثر من الجانب الروحي فإن المجتمع سينقسم الى طبقتين طبقة تمتلك كل شيء وطبقة مسحوقة تتحكم بها الطبقة الأعلى.
9. تضمنت هذه الفقرة سؤال (عندما تحلل العمل الفني وتريد استخراج القيم الجمالية تعتمد على – ذوقك الشخصي – الحكم الموضوعي – الحكم الذاتي الموضوعي)، أجاب (36 %) من أفراد العينة بأنهم يحللون العمل حسب ذوقهم الشخصي، وهذا لا يصح لأن أغلب أفراد العينة لا يمتلكون ثقافة تحليل الأعمال الفنية، وبالنتيجة سيكون ذوقهم الشخصي ضعيف وأحكامهم غير منطقية، وأجاب (28 %) بأنهم يعتمدون في تحليل العمل الفني على (الحكم الذاتي – الموضوعي)، وهذا جيد لأنه يعتمد على أحاسيس المتذوق وثقافته وفهمه لعناصر العمل الفني، فإذا كان يمتلك ثقافة جيدة ووعي جيد في هذا المجال فإنه بالتأكيد سيصدر حكم جمالي يتناسب وإدراكه لعناصر العمل الفني.
10. هذه الفقرة هي الأخيرة ضمن أداة البحث وتضمنت (أي وسائل الاتصال تتابعها أكثر – الهاتف النقال – الانترنيت – القنوات التلفزيونية الفضائية)، ومن خلال تحليل النتائج وجدت الباحثة أن (72 %) من أفراد العينة يتابعون الانترنيت، وهذه الوسيلة الاتصالية أصبحت مهيمنة على أغلب الشباب، وغي الانترنيت جوانب سلبية وايجابية، فإذا استخدم استخدام صحيح وفعال فإن نتائجه مثمرة ومتميزة، إما إذا أُسيء استخدامه فإنه سيؤدي الى عواقب وخيمة على الأخلاق والصحة والمنظومة القيمية، وهذا يتوقف على ثقافة وإدراك المستخدم للانترنيت، وحصل الهاتف النقال على نسبة (16 %) من أفراد

العينة، أما القنوات التلفزيونية الفضائية فقد جاءت بالمرتبة الأخيرة بعد أن كان التلفزيون هو المهيمن على أذواق المشاهدين.

الاستنتاجات:

في ضوء تحليل النتائج توصلت الباحثة الى مجموعة من الاستنتاجات أهمها:

1. إن أغلب أفراد العينة لا يقرؤون المصادر الخاصة بالتذوق الجمالي.
2. إن أغلب أفراد العينة يفضلون الأعمال الفنية العالمية والعربية، ويتأثرون بالفكرة والمضمون، وأهم هذه الأعمال الأفلام وبرامج المنوعات، وبما أن أغلب البرامج العالمية والعربية تركز على ثقافة العولمة لذا يتطلب إنتاج برامج محلية قادرة على مواجهة البرامج الوافدة من الخارج.
3. يرى غالبية أفراد العينة بأن الأعمال الفنية المقدمة ذات مستوى فني متوسط ورديء، وهذا الحكم يعتمد على أحاسيسهم أكثر من إدراكهم العقلي والموضوعي.
4. إن أغلب الأعمال الفنية التي يتابعها أفراد العينة ذات مضامين تركز على الجانب المادي الواقعي أكثر من الجانب الروحي الذي يحمل القيم الأصيلة والمُثل العليا.
5. جاء الانترنيت والهاتف النقال في مراتب متقدمة على باقي الوسائل الاتصالية التي يتابعها الشباب، ومن الصعوبة السيطرة على هاتين الوسيلتين لأنها شبكة عالمية تتجاوز الحدود السياسية والجغرافية.

التوصيات:

توصي الباحثة بما يلي:

1. غرس ثقافة عالية تركز على الجوانب الروحية والإنسانية والمثل العليا من خلال استخدام كافة وسائل وبرامج الاتصال المتوفرة محلياً.
2. حث الشباب لاسيما طلبة معاهد الفنون الجميلة على زيادة الاطلاع على كتب التذوق الجمالي والأعمال الفنية التي تتضمن أفكار وقيم عليا.
3. توظيف برامج الانترنيت والتلفزيون بما يخدم الأهداف الإنسانية السامية ونبذ البرامج التي تروج للربح والاستهلاك.

استمارة استبيان

عزيزي الطالب يرجى وضع علامة (√) في المربع المناسب لكل فقرة وبالإمكان وضع أكثر من علامة (√) إذا اقتضت الإجابة ذلك... شاكرين تعاونك معنا.

1. هل تقرأ كتب التذوق الجمالي والفني؟

بكثرة ☐ بشكل متوسط ☐ بشكل قليل ☐ قليل جداً ☐

2. أي النقاد تفضل كتبهم؟

الذين يهتمون بالجانب النظري ☐ الذين يهتمون بالجانب التطبيقي ☐

3. أي النتاجات الفنية تفضلها أكثر؟

العالمية ☐ العربية ☐ العراقية ☐

4. ما الذي يجذبك لهذه الأعمال؟

الفكرة ☐ الشكلال ☐ مضمون ☐

5. أي المواد الفنية تتابعها أكثر؟

المعارض ☐ التشكيلية ☐ المسرح ☐ ياتالأ ☐ فلام ☐ البرامج ☐ المتنوعة ☐

6. الأعمال الفنية التي تقدم اليوم:

جيدة رديئة متوسطة

7. عندما تتذوق عمل فني هل؟

تحلله الى عناصره تندمج مع العمل وتدركه

أم تعتمد على أحاسيسك فقط

8. الأعمال الفنية المقدمة اليوم تركز على الجانب:

المادي الروحي البعيد عن الواقع الواقعي

9. عندما تحلل العمل الفني وتريد استخراج القيم الجمالية تعتمد على:

ذوقك الشخصي الحكم الموضوعي الحكم الذاتي–الموضوعي

10. أي وسائل الاتصال تتابعها أكثر؟

الهاتف النقال الانترنيت القنوات التلفزيونية الفضائية

المصادر

1–حسين كامل بهاء الدين، تحديات العولمة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2000، ص176.

2–عبد الباسط سلمان المالك، مظاهر العولمة في الشكل والمحتوى في البث الفضائي العربي، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، 2002، ص63.

3–علي نبيل، الثقافة العربية وعصر المعلومات، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، الكويت، العدد(276)، 2010، ص47.

4–اشرف فالح الزعبي، الدور الاتصالي للمخرج في العمل الدرامي التلفزيوني، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012،ص86.

5–حسن مظفر الرزو، ثورة الصورة– المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، مركز دراسات الوحدة العربية، دمشق، 2008، ص144.

6–إبراهيم نعمة، الفن والتكنلوجيا والثقافة، المطبعة المركزية، جامعة ديالى، 2018، ص291.

7–علي شناوة، فلسفة الفن وعلم الجمال، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2012، ص33.

8–عقيل مهدي يوسف، جاذبية الصورة السينمائية، دارسة في جماليات السينما، طرابلس، دار الكتاب الجديد المتحدة، 2000، ص125.

9–مارسيل مارتن، اللغة السينمائية، ترجمة سعد مكاوي، القاهرة الهيئة المصرية العامة للتأليف والترجمة، 1964، ص23.

10–عدنان مدانات، عدسات الخيال، دمشق، المؤسسة العامة للسينما، 2007، ص143.

11–دادلي، آندرو، نظريات القلم الكبرى، ترجمة جرجيس فؤاد، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987، ص25.

12–تدهوندرتش، دليل أكسفورد للفلسفة، ترجمة الحصادي، ليبيا، المكتب الوطني للبحث والتطوير، 2003، ص246.